

Overweight
(Maintain)



화장품/섬유의복

Analyst 조소정

sojcho@kiwoom.com

화장품

화장품 8월 지표 Review: 긍정적 시그널



中 화장품 지표가 회복세를 보임. 전체 소비가 개선되면서 화장품 소비도 이전대 비 아웃퍼폼을 기록. 이러한 회복세가 지속될 수 있을지 여부는 매크로 변수에 달려있음. 한편 비중국 화장품 지표는 여전히 강세, 특히 서구권 (미국+유럽) 수출이 호조를 기록. 이에 중국과 비중국 지역에서 모두 사업을 영위하고 있는 OEM업체 추천. 국내와 해외 비중국 지역 실적 호조가 기대되는 가운데, 중국도 수요가 회복될 경우 긍정적인 영향을 기대해볼 수 있기 때문.

>>> 8월 중국 화장품 지표 Review: 긍정적 시그널

8월 중국 소매판매는 +4.6% YoY 성장, 시장 컨센서스를 상회했다 (예상치: +2.9%). 그 중 화장품 소매판매는 +9.7% YoY 기록했다. 가계 체력이 회복세를 보이면서 중국 내 수요가 개선세를 보였고, 그 덕에 화장품 소비도 이전대 비 회복세를 보였다.

중국 온라인 화장품 시장은 라이브커머스 채널 중심 성장세가 지속되고 있다. 中 언론보도에 따르면, 전통 온라인 플랫폼에 해당하는 Tmall+Taobao GMV는 156억 위안으로 -15% 감소한 반면, 라이브커머스 채널 Tiktok의 화장품 GMV는 85억 위안으로 +60% YoY 성장했다. 한편 6월 이후 둔화된 화장품 라이브커머스 채널 성장률이 소폭 반등한 점은 고무적이다. (TikTok 화장품 GMV 성장을 추정치: 5월 +172% → 6월 +69% → 7월 +50% → 8월 +60%)

향후 중국 화장품 시장의 회복세는 중국 경기 및 수요 회복 여부에 달려있다. 중국 내 경기가 개선될 경우 중국 화장품 시장도 점차 회복세를 보일 것으로 예상되며, 중국 현지 브랜드 시장에 노출도가 높은 기업의 수혜를 기대해 볼 수 있다.

>>> 8월 비중국 화장품 지표 Review: Super Good

8월 국내 화장품 수출 규모는 +17% YoY (기초 +19%, 색조 +11%)를 기록, 그중 중국향은 (홍콩+중국) -13% YoY 감소, 비중국향은 +43% YoY 증가했다.

비중국향 화장품 수출은 제품군 중에서는 기초, 지역군 중에서는 서구권이 성장을 이끌었다. 제품군별 성장률은 기초 +60% YoY, 색조 +18% YoY 성장을 기록했고, 지역별 성장률은 미국 +72%, 유럽 (프+독+영) +43%, 일본 +29%, 동남아 (인니+베트남+태국+말레이) +12%를 기록했다.

글로벌 인디브랜드 강세 트렌드가 당분간 지속될 것으로 예상되기에, 1) 비중국향 수출 비중이 높은 업체, 2) 비중국 지역에서 사업 영위하고 있는 업체들의 실적 아웃퍼폼 현상은 지속될 전망이다. (9/5일 발간 자료, <MZ가 Pick한 올해의 화장품> 참조 바랍니다).

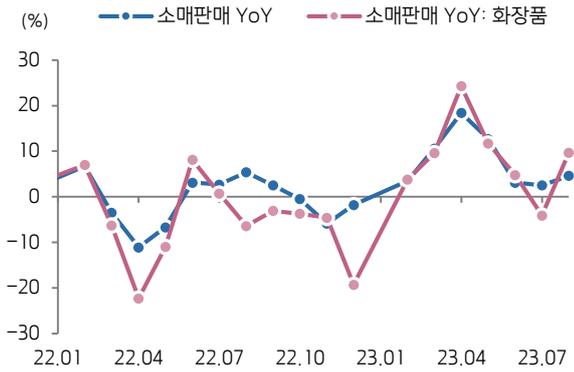
Compliance Notice

- 당사는 9월 18일 현재 상기에 언급된 종목들의 발행주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 동 자료를 기관투자자 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석사는 자료 작성일 현재 동 자료상에 언급된 기업들의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 동 자료에 게시된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.

>>> 화장품 업종 투자의견: OEM, 안전한 선택

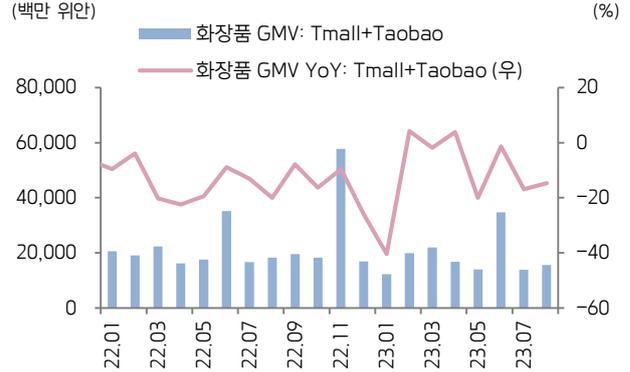
최선호주로 코스맥스, 한국콜마, 관심종목으로 씨앤씨인터내셔널, 코스메카코리아를 유지한다. 위 업체들은 모두 중국과 비중국 지역에서 사업 영위하고 있다. 최근 국내와 해외 비중국 지역의 실적 호조가 기대되며, 만약 중국 시장이 회복세를 보인다면 실적이 더욱 좋아질 가능성이 높은 업체들이다.

중국 전체/화장품 소매판매 YoY 추이



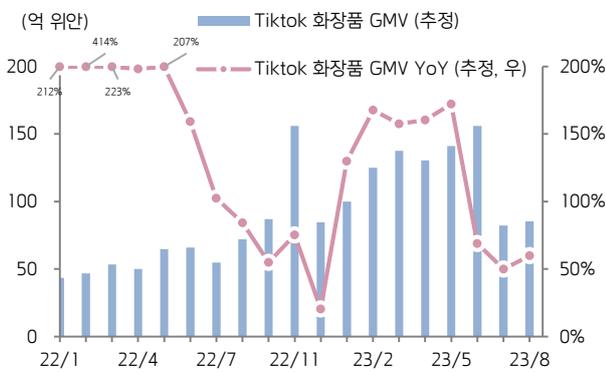
자료: Bloomberg, 키움증권리서치
주: 1~2월은 누적

Tmall+Taobao 화장품 GMV 추이



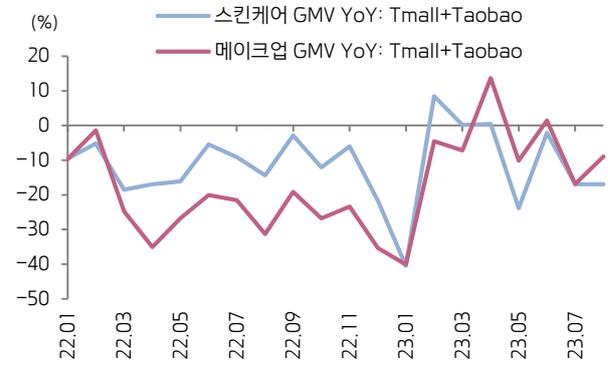
자료: CEIC, 키움증권리서치
주: 1~2월은 누적

Tiktok 화장품 GMV 추이



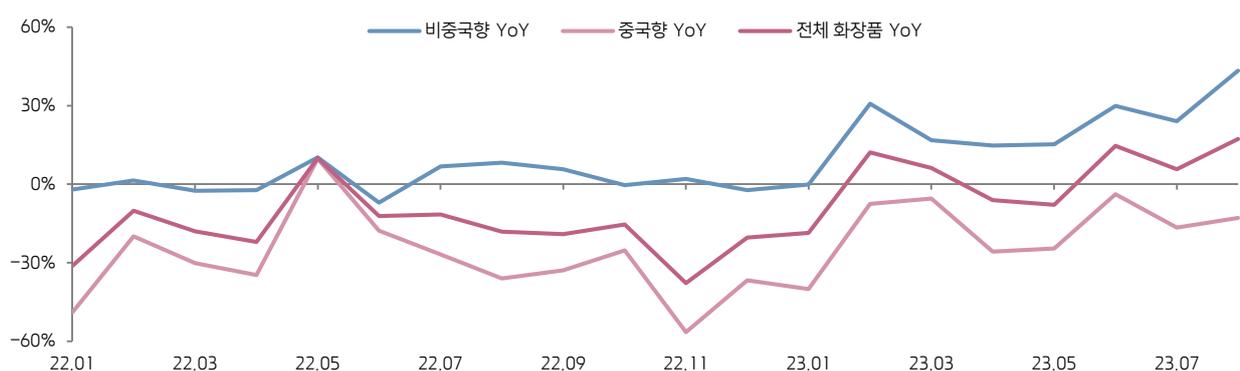
자료: 언론종합, 키움증권리서치

Tmall+Taobao 기초/색조 GMV 추이



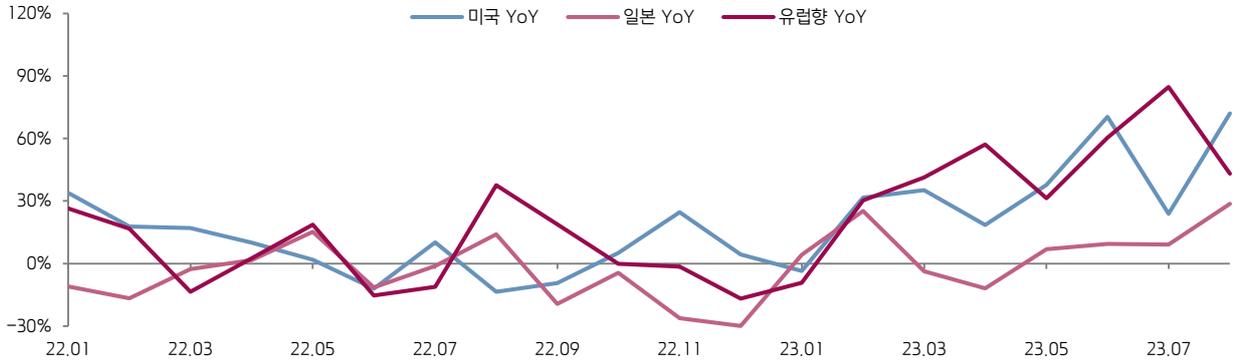
자료: CEIC, 키움증권리서치

국내 화장품 수출 추이 YoY (중국향/비중국향/전체)



자료: 관세청, 키움증권리서치

비중국 화장품 수출 추이 YoY (미국/일본/유럽)



자료: 관세청, 키움증권리서치

중국 온라인 플랫폼 주요 화장품 브랜드 GMV

분류	업체	브랜드	Tmall+Tiktok		Tmall		Tiktok	
			1-8월	8월	1-8월	8월	1-8월	8월
글로벌	Loreal	Helena Rubinstein	97%	289%	18%	81%	791%	1067%
		Skinceuticals	29%	45%	15%	1%	1050%	677%
		Lancome	4%	46%	-14%	14%	152%	159%
		Loreal	-2%	44%	-17%	-9%	132%	252%
		La Roche Posay	-3%	46%	-13%	19%	70%	221%
	Estee Lauder	Kiehl's	-11%	9%	-24%	1%	99%	42%
		LaMer	34%	119%	-8%	20%	239%	502%
	P&G	Estee Lauder	5%	48%	-10%	-19%	83%	907%
		SK-II	16%	92%	0%	22%	76%	225%
	현지	Shiseido	Olay	-4%	31%	-15%	9%	66%
Shiseido			-3%	-31%	-10%	-38%	44%	1%
BeiTaiNi		Winona	-7%	11%	-16%	-16%	51%	275%
		Proya	32%	38%	23%	1%	57%	99%
HuaXi Bio		CaiDang	80%	65%	91%	13%	98%	169%
		BioHyalux	-5%	-48%	-18%	-31%	13%	-59%
		Quadha	-14%	67%	-36%	-12%	92%	182%
		Med Repair	-46%	-54%	-49%	-48%	-41%	-56%
ShangHaiJiahua		Bio-Meso	-23%	-51%	-30%	-42%	-18%	-54%
		Dr.Yu	0%	70%	-22%	-1%	177%	323%
	Herborist	30%	104%	42%	119%	-27%	59%	

자료: 久谦咨询, 키움증권리서치

고지사항

- 본 조사분석자료는 당사의 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻은 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없고, 통지 없이 의견이 변경될 수 있습니다.
- 본 조사분석자료는 유가증권 투자를 위한 정보제공을 목적으로 당사 고객에게 배포되는 참고자료로서, 유가증권의 종류, 종목, 매매의 구분과 방법 등에 관한 의사결정은 전적으로 투자자 자신의 판단과 책임하에 이루어져야 하며, 당사는 본 자료의 내용에 의거하여 행해진 일체의 투자행위 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않으며 법적 분쟁에서 증거로 사용 될 수 없습니다.
- 본 조사 분석자료를 무단으로 인용, 복제, 전시, 배포, 전송, 편집, 번역, 출판하는 등의 방법으로 저작권을 침해하는 경우에는 관련법에 의하여 민·형사상 책임을 지게 됩니다.

투자의견 및 적용기준

기업	적용기준(6개월)	업종	적용기준(6개월)
Buy(매수)	시장대비 +20% 이상 추가 상승 예상	Overweight (비중확대)	시장대비 +10% 이상 초과수익 예상
Outperform(시장수익률 상회)	시장대비 +10~+20% 추가 상승 예상	Neutral (중립)	시장대비 +10~-10% 변동 예상
Marketperform(시장수익률)	시장대비 +10~-10% 추가 변동 예상	Underweight (비중축소)	시장대비 -10% 이상 초과하락 예상
Underperform(시장수익률 하회)	시장대비 -10~-20% 추가 하락 예상		
Sell(매도)	시장대비 -20% 이하 추가 하락 예상		

투자등급 비율 통계 (2022/07/01~2023/06/30)

매수	중립	매도
95.21%	4.79%	0.00%