

애경산업 2025.2Q 경영실적

본 자료는 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으며, 투자자의 편의를 위해 제공하는 것입니다.

따라서, 본 자료의 내용은 향후 외부감사인의 검토 결과에 따라 변경될 수 있습니다.

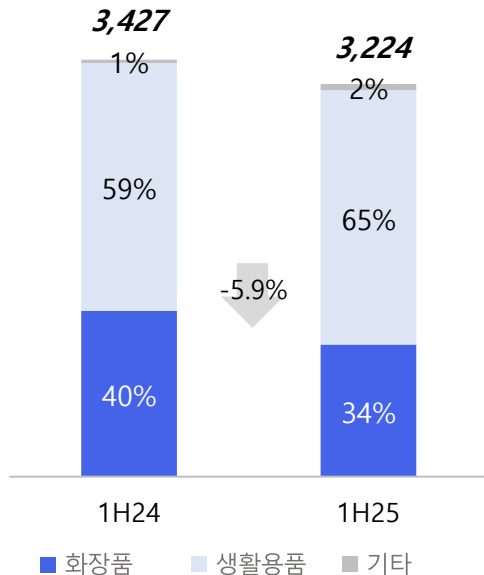
01. 25년 상반기 경영성과 요약

전사 매출액 3,224억 원 YoY 5.9% 감소, 영업이익 172억 원 YoY -49.3% 감소

- **화장품**: 매출액 1,085억 원 (YoY -20.3%), 영업이익 79억 원 (YoY -64.5%)
- **생활용품**: 매출액 2,091억 원 (YoY +2.5%), 영업이익 90억 원 (YoY -21.6%)

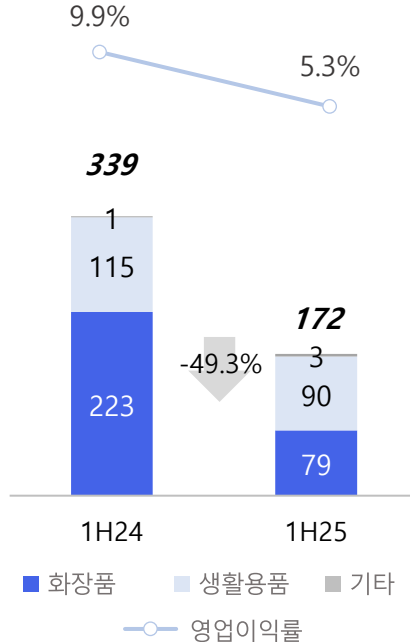
매출액

(단위: 억 원)



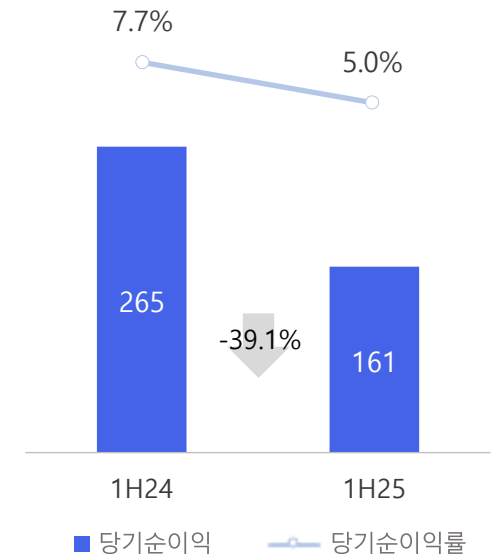
영업이익

(단위: 억 원)



당기순이익

(단위: 억 원)



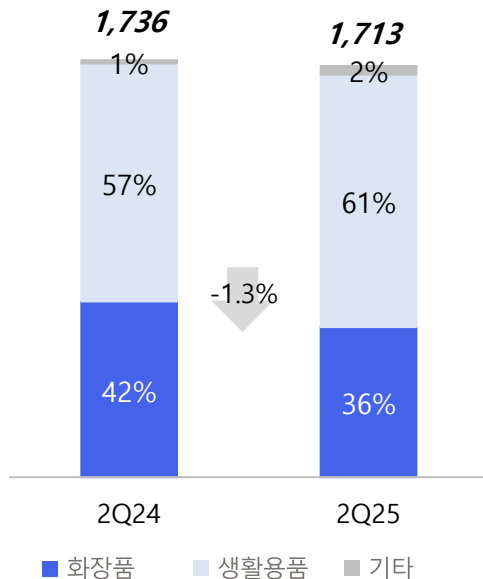
01. 25년 2분기 경영성과 요약 (3개월)

전사 매출액 1,713억 원 YoY 1.3% 감소, 영업이익 112억 원 YoY 36.1% 감소했으나
QoQ 매출액 13.4%, 영업이익 84.6% 증가하며 실적 개선 가시화

- **화장품**: 매출액 625억 원 (YoY -14.4%/QoQ +36.0%), 영업이익 68억 원 (YoY -45.7%/QoQ 490.9%)
- **생활용품**: 매출액 1,051억 원 (YoY +5.9%/QoQ +1.1%), 영업이익 41억 원 (YoY -16.7%/QoQ -15.9%)

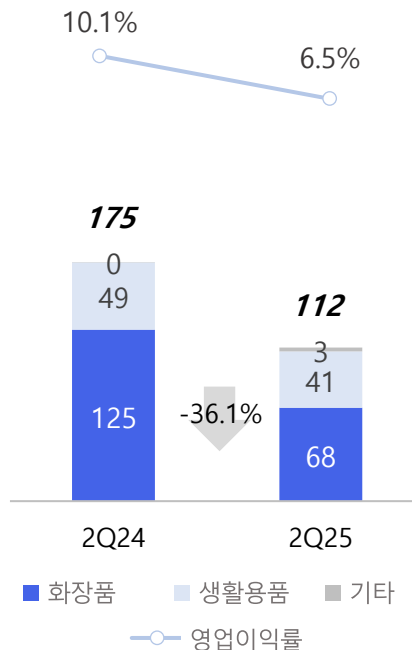
매출액

(단위: 억 원)



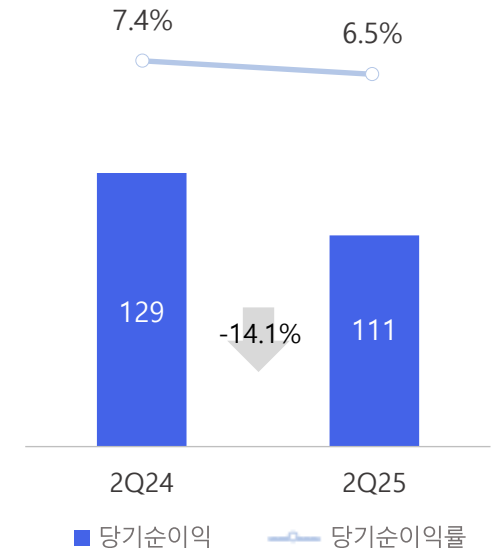
영업이익

(단위: 억 원)



당기순이익

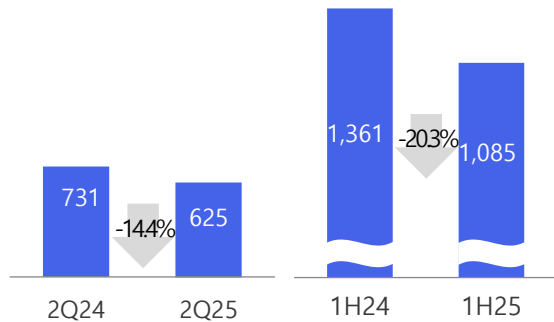
(단위: 억 원)



02. 사업부별 성과 (화장품)

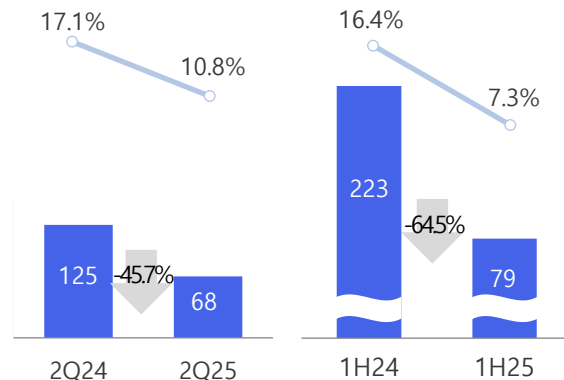
매출액

(단위: 억 원)



영업이익

(단위: 억 원)



누적 매출액 1,085억 원 YoY 20.3% 감소, 영업이익 79억 원 YoY 64.5% 감소

2Q25 Highlight

● 1분기 저점으로 글로벌 실적 회복세

- 높은 기저효과에 따라 YoY 실적 감소했으나, 점진적인 실적 회복 가시화
(중국) 틱톡 채널의 왕홍 및 라이브방송을 통한 매출 성장
시그니처 마스터 어드밴스드 에센스 팩트 및 신제품 (크림 팩트) 매출 비중 지속 확대
(미국) 아마존 채널 직접 운영에 따른 적극적 마케팅 활동 전개 (선스크린 시딩 진행, 콘텐츠 활동 등), 미국 코스모프로프 어워드 메이크업 부문 1위 수상
(일본) 오프라인 입점 및 SKU 확대와 브랜드 인지도 제고 활동 지속
(국내) 올리브영/디지털 채널 AGE20'S 벨벳 블러셔, 다이소 에이솔루션 트러블 패치 등 신제품 입점

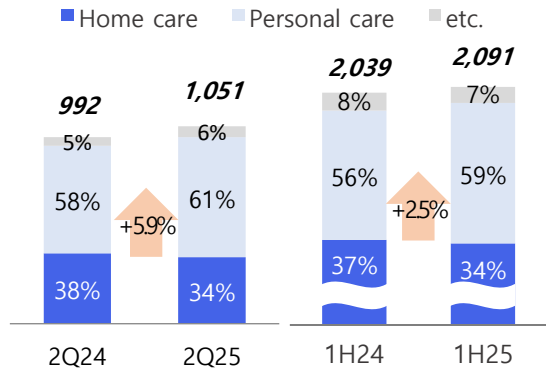
● 주요 국가 중심으로 영업/마케팅 활동 강화를 통한 실적 개선 목표

- (중국) 틱톡 동영상 플랫폼 콘텐츠 강화, 브랜드데이 진행, 오프라인 입점 확대
- (미국) AGE20'S 틱톡샵 런칭 (7월), 크리에이터와의 콘텐츠 협업 통한 브랜드 인지도 상승 목표
신규 브랜드 및 제품 지속 출시 노력
- (일본) 루나 브랜드 모델 '레이' 활용한 도쿄 팝업스토어 운영 및 신제품 발표회 (예정)
탑 인플루언서와 협업 통한 현지 신제품 개발 및 출시 예정
- (국내) 채널 전용 기획세트 출시 및 AGE20'S 브랜드 모델 '기은세' 활용한 벨벳 라인 활성화

03. 사업부별 성과 (생활용품)

매출액

(단위: 억 원)



누적 매출액 2,091억 원 YoY 2.5% 증가, 영업이익 90억 원 YoY 21.6% 감소

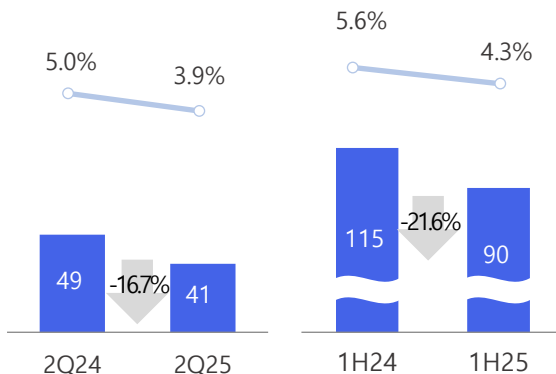
2Q25 Highlight

● 국내외 주요 채널에서 안정적인 외형 성장 달성

- 쿠팡, 네이버 등 국내 주력 디지털 채널 성장 회복
- 중국 케라시스 프로폴리스 라인 중심 판매 호조 및 적극적인 프로모션 통한 오프라인 채널 강화
- 미주, 유럽, 아시아 등 주요 지역 신규 국가 및 채널 발굴을 통해 글로벌 실적 지속 성장

영업이익

(단위: 억 원)



● 퍼스널케어 및 프리미엄 중심 신규 브랜드 및 제품의 지속적 확장 전략

- 케라시스 프로폴리스 라인, 2080 닥터클리닉 등 주력 핵심 브랜드의 프리미엄 라인 고성장
- 브랜드 컨셉을 활용한 다양한 카테고리 확장
(위생전문 브랜드 '랩신' 세탁세제, 홈케어 브랜드 '허브마리' 바디케어 제품 출시 등)
- 채널 전용 신규 브랜드 및 신제품 지속 출시
(클리니컬 덴탈케어 브랜드 '칼리덴트', 다이소 전용 퍼퓸 바디케어 브랜드 '블레이' 등)

Appendix. 요약 연결재무제표

1. 연결재무상태표

(단위: 백만 원)

과목	2024.12	2025.06
자산총계	499,351	497,023
유동자산	295,771	281,063
- 현금 및 현금성자산(주1)	55,620	44,358
비유동자산	203,580	215,960
부채총계	98,740	98,212
유동부채	94,267	94,373
비유동부채	4,473	3,838
자본총계	400,611	398,812
자본금	26,410	26,410
자본잉여금	143,420	143,471
자본조정	(30,991)	(33,956)
이익잉여금	260,726	262,343
기타포괄손익누계액	854	544

(주1) 위 '현금 및 현금성자산'은 현금 및 현금성자산과 단기금융상품의 합임

2. 연결포괄손익계산서

(단위: 백만 원)

과목	2024.2Q	2025. 2Q
매출액	173,609	171,311
매출총이익	83,695	77,888
판매관리비	66,237	66,734
영업이익	17,458	11,154
영업외손익	(536)	704
법인세차감전순이익	16,922	11,858
법인세비용	3,980	739
당기순이익	12,942	11,118

Appendix. 분기별 경영성과 추이

25년 2분기 전사 매출액 1,713억 원 QoQ 13.4% 증가, 영업이익 112억 원 QoQ 84.6% 증가

매출액 및 영업이익

(단위: 억 원)

