

애경산업 2025.3Q 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.

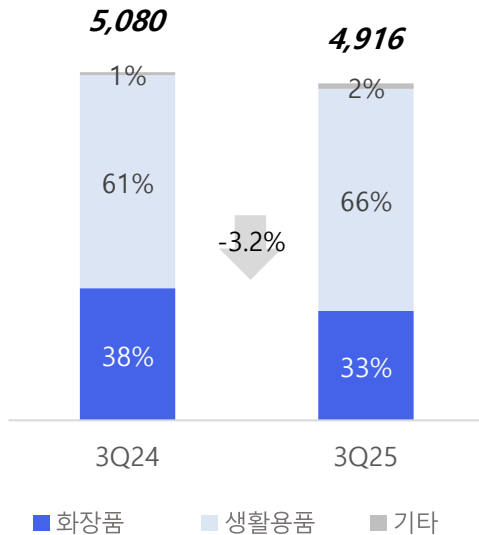
01. 25년 3분기 경영성과 요약 (누적)

전사 매출액 4,916억 원 YoY 3.2% 감소, 영업이익 245억 원 YoY 43.7% 감소

- **화장품**: 매출액 1,600억 원 (YoY -17.2%), 영업이익 100억 원 (YoY -61.8%)
- **생활용품**: 매출액 3,237억 원 (YoY +4.1%), 영업이익 144억 원 (YoY -16.3%)

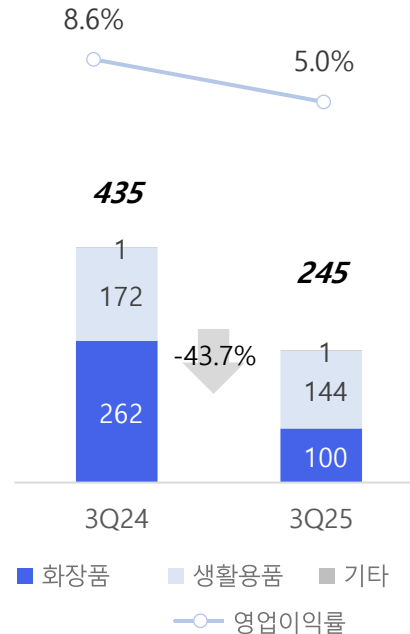
매출액

(단위: 억 원)



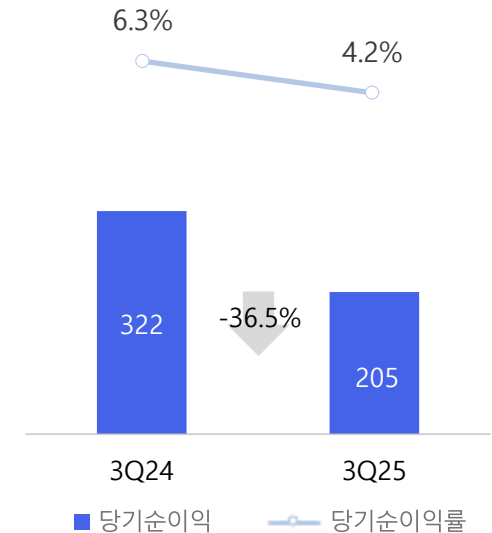
영업이익

(단위: 억 원)



당기순이익

(단위: 억 원)



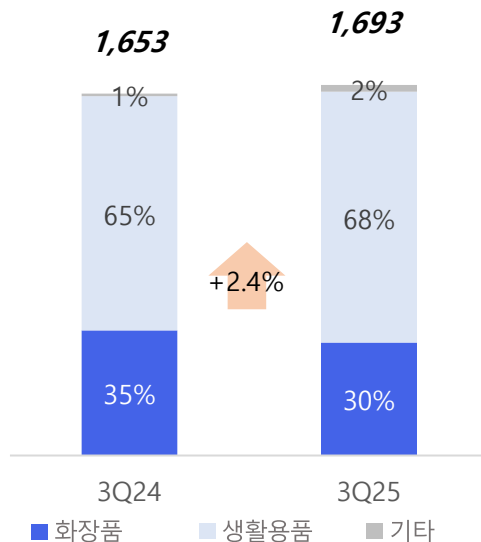
01. 25년 3분기 경영성과 요약 (3개월)

전사 매출액 1,693억 원 YoY 2.4% 증가, 영업이익 73억 원 YoY 23.6% 감소

- **화장품**: 매출액 515억 원 (YoY -9.7%), 영업이익 21억 원 (YoY -45.8%)
- **생활용품**: 매출액 1,146억 원 (YoY +7.1%), 영업이익 54억 원 (YoY -5.8%)

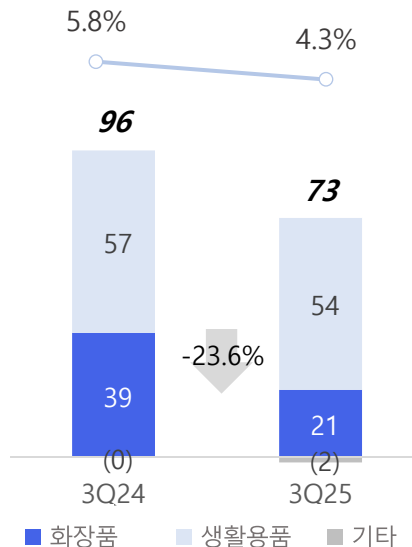
매출액

(단위: 억 원)



영업이익

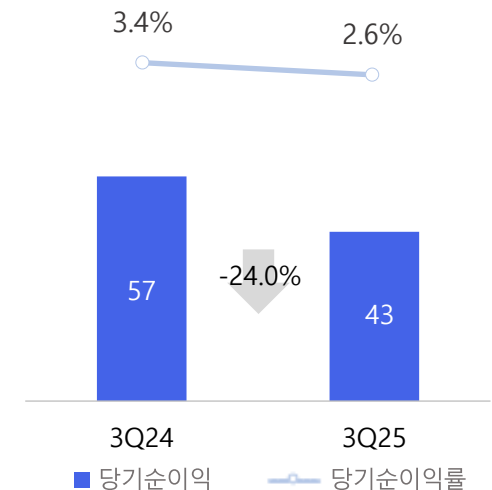
(단위: 억 원)



영업이익률
5.8% → 4.3%

당기순이익

(단위: 억 원)

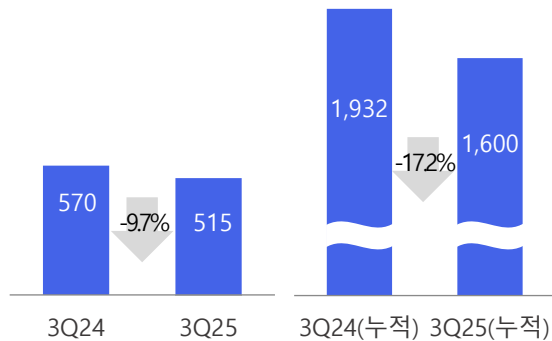


* 연결재무제표 기준

02. 사업부별 성과 (화장품)

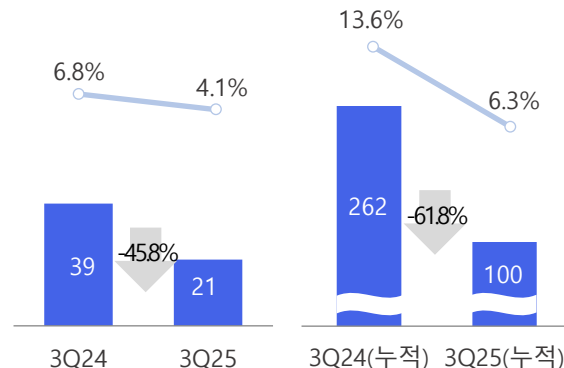
매출액

(단위 : 억 원)



영업이익

(단위 : 억 원)



누적 매출액 1,600억 원 YoY 17.2% 감소, 영업이익 100억 원 YoY 61.8% 감소

3Q25 Highlight

● 신규 브랜드 출시와 새로운 시장 개척을 통한 지역 다변화 노력

(중국) 틱톡 채널 중심 판매/마케팅 강화와 신제품(크림팩트 라인) 육성 통해 실적 회복 노력

- 벨벳 래스팅 팩트 3분기 틱톡 매출 YoY 480% 성장(8월 베이스메이크업 카테고리 1위 달성)
- 9월 크림팩트 신제품 출시(수퍼 엑토인 프라임 파운데이션 팩트)

(미국) 주력 브랜드 경쟁력 강화 및 신규 스킨케어 브랜드 출시

- AGE20'S 컬러쉐이드 20개 호수로 확장 및 적극적인 콘텐츠 활동을 통한 매출 성장
- 신규 스킨케어 브랜드 시그닉(signiq) 론칭(미국 아마존 및 틱톡샵 공식 입점)
- 투에딧(twoedit) 오프라인 채널 진출(미니소, K뷰티 편집샵 등)

(기타) 러시아, 영국(K뷰티 편집샵 퓨어서울 온·오프라인 입점) 등 중국 외 지역 매출 증가

(국내) H&B, 다이소 등 주요 오프라인 채널에서 견조한 성장(루나, 투에딧, 닷솔루션)

● 중국 외 국가 타겟하여 차별화된 마케팅 활동 전개

(일본) 루나 신제품 오프라인 론칭 발표회 진행(그라인딩 컨실버터)

현지 뷰티 인플루언서와 협업하여 현지화 제품 개발

(컨실 블렌더 팔레트 현지 제품, 큐텐 메가포 행사 인기 제품 랭킹 종합 1위)

(미국) 시그닉 '플럼핑 젤리 시딩키트'를 활용한 틱톡 콘텐츠 바이럴 마케팅 전개

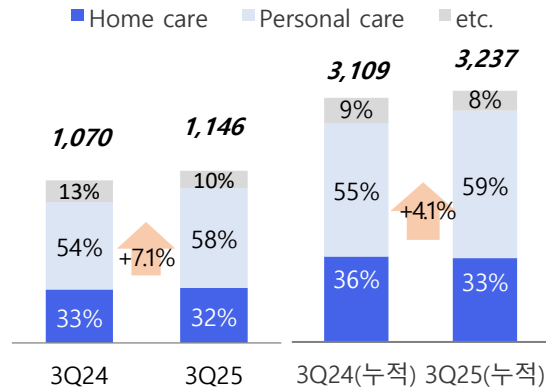
AGE20'S 에센스팩트 아마존 채널 중심의 마케팅 성과 가시화

* 연결재무제표 기준

03. 사업부별 성과 (생활용품)

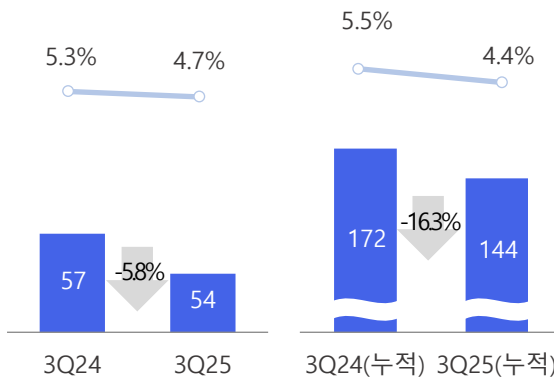
매출액

(단위 : 억 원)



영업이익

(단위 : 억 원)



누적 매출액 3,237억 원 YoY 4.1% 증가, 영업이익 144억 원 YoY 16.3% 감소

3Q25 Highlight

● 지속적인 신제품 출시와 제품 카테고리 확장을 통해 꾸준한 성장 실현

(국내) 쿠팡 외 채널 다각화를 통한 디지털 채널 경쟁력 강화

H&B, 다이소 등 오프라인 성장 채널 내 퍼스널 케어 중심 매출 호조

(해외) 주력 브랜드의 신규 시장 성과 가시화(북미: 샤워메이트, 남미: 케라시스 등)

중국 왕홍 마케팅을 통한 신제품 매출 성장(케라시스 헤어클리닉 샴푸)

● 브랜드 경쟁력 강화 및 인지도 제고를 통한 지속 성장 기반 마련

- 케라시스, 리큐 등 주력 브랜드 라인업 지속 확대하며 브랜드 경쟁력 강화

(케라시스 프로액티브 맨 2in1 샴푸, 리큐 스마트워시 등)

- 프리미엄 덴탈 브랜드 바이컬러의 카테고리 확장 (데즈 미백 바디케어 라인, 튜 탄력 바디케어 라인)

- 주요 디지털 채널 행사 적극 참여하여 브랜드 인지도 제고

(쿠팡 와우세일페스타, 네이버 뽀다세일, 지마켓 스마일데이 등)

- 립센트, 블랙포레, 바이컬러 등 프리미엄 퍼스널 케어 브랜드의 해외 시장 공략 본격화

Appendix. 요약 연결재무제표

1. 연결재무상태표

(단위: 백만 원)

과목	2024.12	2025.09
자산총계	499,351	485,871
유동자산	295,771	277,601
- 현금 및 현금성자산(주1)	55,620	37,831
비유동자산	203,580	208,271
부채총계	98,740	82,539
유동부채	94,267	77,312
비유동부채	4,473	5,228
자본총계	400,611	403,332
자본금	26,410	26,410
자본잉여금	143,420	143,471
자본조정	(30,991)	(33,956)
이익잉여금	260,726	267,407
기타포괄손익누계액	854	738

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

2. 연결포괄손익계산서

(단위: 백만 원)

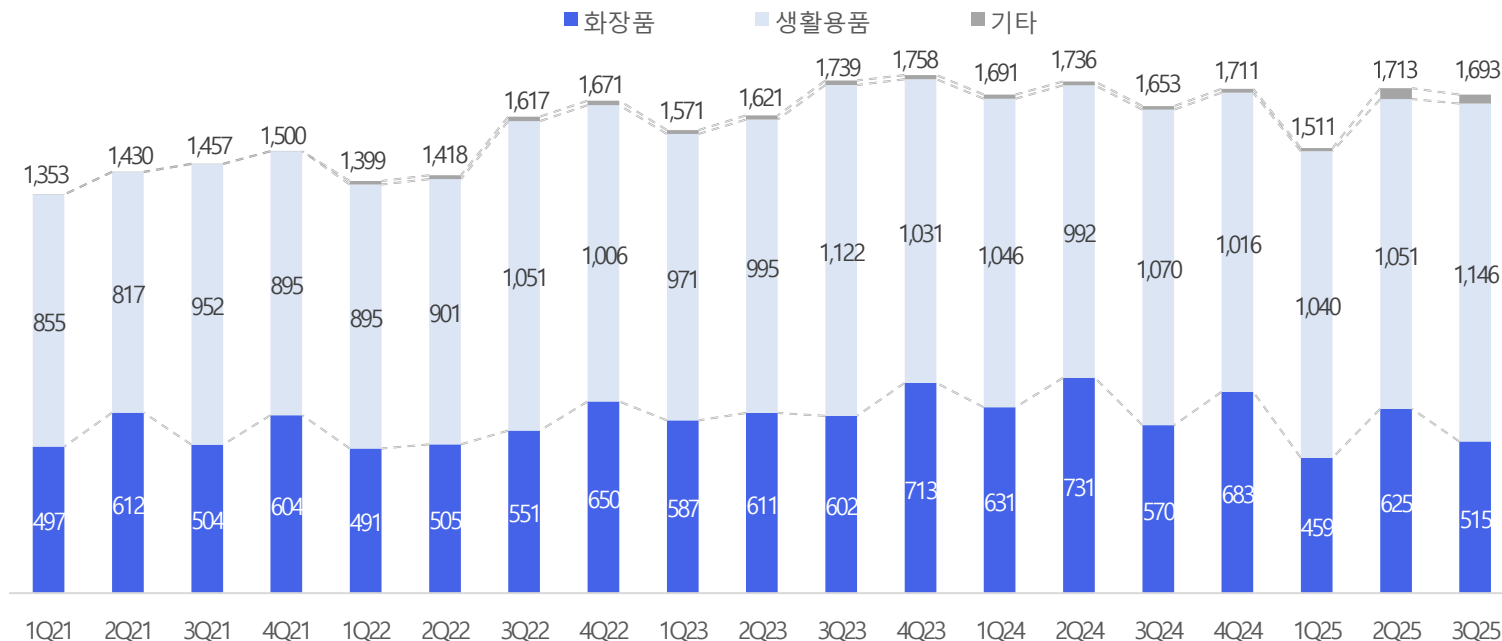
과목	2024.3Q	2025. 3Q
매출액	165,280	169,254
매출총이익	74,782	73,435
판매관리비	65,231	66,136
영업이익	9,551	7,298
영업외손익	(2,001)	(1,269)
법인세차감전순이익	7,550	6,029
법인세비용	1,856	1,703
당기순이익	5,694	4,326

Appendix. 분기별 경영성과 추이

25년 3분기 전사 매출액 1,693억 원 QoQ 1.2% 감소, 영업이익 73억 원 QoQ 34.6% 감소

매출액 및 영업이익

(단위: 억 원)



영업이익	77	58	62	47	78	42	152	118	154	166	184	116	165	175	96	33	60	112	73
영업이익률	5.7%	4.1%	4.2%	3.1%	5.6%	3.0%	9.4%	7.1%	9.8%	10.2%	10.6%	6.6%	9.7%	10.1%	5.8%	2.0%	4.0%	6.5%	4.3%