

IBKS Spot Comment

유통/화장품

안지영

02 6915-5675

jyahn@ibks.com

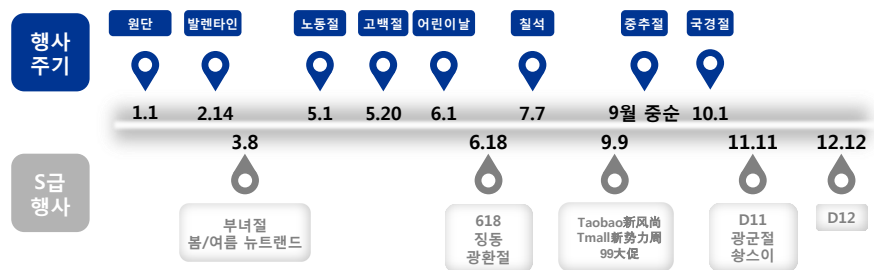
[ODM 화장품]

19.1분기 국내 ODM 3사의 중국 실적 분석

알리바바 티몰 글로벌 빅데이터에 근거한 중국 지역별 화장품 트렌드

그림 1. 티몰글로벌 프로모션 주기를 통한 연중 대형 프로모션 확인

티몰글로벌 회계연도 구분 : 2020FY = 2019 4.1 ~ 2020.3.31



자료: 2019 알리바바 티몰글로벌 뷰티 입점 설명회 중, IBK투자증권

2018년 하반기 이후 알리바바의 티몰 글로벌의 빅데이터 분석에 근거하면 중국 화장품 산업의 지역별 트렌드는

동부:상해 중심(글로벌 럭셔리 초고가 기초 제품 위주)

서부: 내륙(마스크팩 위주/ 화장품 소비 보급단계)

남부: 광저우, 선전(고성장하는 신흥 로컬과 30년 이상된 기득권 로컬간의 신제품 마케팅 경쟁)

북부: 북경, 텐진 중심으로 K-Beauty 선호하고 있는 것으로 분석된다.

반면에 전국적인 S급 성수기는 11월 11일 광군절로 대부분의 신제품 수주가 2분기와 3분기에 집중되는 현상을 보이고 있다. 2019년 1분기 코스맥스, 한국콜마, 코스메카코리아의 실적 결과 각각의 중국 법인 실적 역시 이러한 트렌드의 반영 유무가 확인된다.

전국 평균적으로 1분기가 비수기로 접어든 상황에서 동부 지역인 상해는 글로벌 초고가 럭셔리 기업들의 기초 제품들의 리뉴얼 신제품이 소비를 주도했는데, 이 제품들의 특징은 대부분 글로벌 본사 자체 생산 위주의 제품들이다. 즉 오프라인 S급 백화점과 쇼핑몰 중심으로 이러한 럭셔리 기초 브랜드들의 소비가 이어진 것으로 판단된다.

ODM 3사 19년 1분기 중국 실적 현황

반면에 한국 ODM/OEM을 활용하는 온라인 위주의 고객사들은 1분기 비수기를 겪으며 할인 판매를 통한 재고 소진에 집중하며 신규 주문이 제한적이었던 것으로 분석된다. 그럼에도 불구하고 1분기에도 비수기를 반영하지 않았던 지역이 중국 내수 브랜드들이 헤게모니를 장악하고 있는 남부 지역, 대표적으로 광저우, 선전 등지에서 고성장하는 신흥 브랜드의 주문은 급증한 것으로 파악된다. 대표적으로 퍼펙트다이아리이다. 또한 경쟁 관계에 있는 중국 내수 브랜드들의 수주도 일부 증가한 것으로 확인된다.

코스맥스(yoy)

상해: 매출액 818억원 +1.7%/ 순이익 +19.2%,

광저우: 매출액 220억원 +17.1%/ 순이익 +43.6%

한국콜마(yoy)

북경 매출액: 151억원 -4.4%, -18.4%(qoq) , 무석:26억원(신규)

코스메카코리아(yoy)

중국 매출 63억원(-23.8%), 소주 매출 56억원(-30.7%) 소주 순이익 -1.7억원(-113%)