

Industry Comment

Analyst 안지영, 황병준

02) 6915-5675
jyahn@ibks.com

비중확대 (유지)

면세/화장품

12번째 상하이 거래액 84조원, 후 4위, 설화수 8위

- 2020 중국 상하이 알리바바 총거래액 4,982억 위안(한화 약 84조원) +26% 3년 최고 성장률
- 티몰 내수 화장품 기준 '후' 4위 '설화수' 8위 (표 1/ 1위 에스티로더 2위 랑콤 3위 로레알)
- LG생활건강 전 기간 매출액 15.5억 위안(2,600억원) +174% 성장. 후 +181% 시현
- 후의 천기단, 화현 세트 76만 세트 판매하며 티몰 전체에서 1위 화웨이 2위 애플에 이어 3위
- 아모레퍼시픽: 전 기간 매출액 +100% 성장. 설화수 +174%, 헤라 +100% 시현

중국 상하이 후 4위로 레벨업, 설화수 첫 탑랭크 진입

중국 알리바바의 상하이(双11)는 올해 12회로 지난해에 이어 신기록을 경신했다. 1차 판매 11월 1일~3일, 2차 판매 11일 나흘 동안의 총거래액은 4,982억 위안 한화 84조원 규모로 지난해 3,950억 위안 대비 26% 증가했으며, 지난 3년 사이 가장 높은 증가세를 시현했다. 1억 위안(한화 168억원)을 상회한 브랜드는 474개이며 그 가운데 60%가 전년 동기 대비 성장 폭을 가속화했다. 주문 건수는 23억 2,100만 건이며 성도수거(星图数据) 데이터 조사 업체에 따르면 광군절 당일 00:00시부터 오후 7시까지 인터넷 전체 총거래액은 3,163억 위안(한화 53조원)이며 택배 물량은 12억 건을 상회했다. 품목별로는 전기제품이 1위, 화장품이 4위를 차지했다. 이 가운데 대표적인 한국 화장품 기업도 매출액을 경신했다. 11일 행사 당일에는 LG생활건강 '후'와 '설화수' 등 주력 브랜드들이 알리바바 티몰 내수 화장품 거래액에서 브랜드 순위 4위와 8위를 시현했다.

LG생활건강은 이번 행사 전체 기간 동안 후, 슌, 오휘, 빌리프, VDL, CNP 6개의 럭셔리 브랜드 기준 15.5억위안(한화 2,600억원)의 매출액을 시현하며 전년 동기 대비 174% 성장했다. 특히 '후'의 매출액은 전년 대비 181% 성장함과 동시에 럭셔리 화장품 매출 순위에서 에스티로더, 랑콤에 이어 3위에 올라서며, 뷰티 부문 10억 위안(한화 1,682억원) 클럽에 진입했다. 특히 후의 천기단 화현 세트는 단일 품목 매출액 기준으로 티몰 내 전 카테고리에서 화웨이, 애플에 이어 3위를 차지했다. 76만 세트를 판매하며 전년 대비 200% 성장했다. 또한 슌은 전년대비 92% 성장하며, 국내 럭셔리 뷰티 브랜드 중 3위를 차지하며 중국내 강한 포지셔닝이 확인된다. 그 외 오휘(+783%), CNP(+156%), 빌리프(+153%)도 세자리 수의 고성장을 시현했다.

아모레퍼시픽의 매출액은 전년 대비 +100% 성장했다. 특히 설화수는 스킨케어 세트 110만개를 판매하며 전년 대비 +174% 성장, 럭셔리 뷰티 브랜드 5위에 올랐다. 설화수는 상하이에서 처음으로 탑 10에 진입한 것으로 확인된다. 티몰글로벌에서는 행사 당일 새벽 2시까지 설화수 자음유액 세트가 12만 건 판매되며 티몰글로벌 뷰티 부문 단일 품목 거래액 2위를 차지했다. 라네즈 역시 스킨베일 베이스를 18만 건 판매하며 6위에 올랐다. 헤라는 전년대비 +100% 성장했다. 블랙쿠션 3만개, 블랙파운데이션 2만개의 판매량을 시현했고 그 외 프리메라 (+446%), 아이오페(66%), 마몽드(+25%) 등 브랜드 전반적으로 고성장했다.

본 조서분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

표 1. 2020 상하이 티몰 내수 뷰티 부문 거래액 Top 10 브랜드

	국문명	영문명
1	에스티로더	Estee Lauder
2	랑콤	Lancome
3	로레알	L'oreal
4	후(后)	The History of Whoo
5	올레이	Olay
6	SK-II	
7	시세이도	Shiseido
8	설화수	Sulwhasoo
9	라 메르	LA MER
10	키엘스	Kiehl's

자료: Tmall, IBK투자증권

*주: 기간 '20.10.21~11.11 01:00 기준

표 2. 2020 상하이 티몰글로벌 뷰티 부문 판매량 급등 브랜드 Top 10

	국문명	영문/중문명
1	닥터시라보	DR.CI:LABO / 城野医生
2	AHC	
3	엘타앤디	eltaMD / 安妍科
4	라네즈	LANEIGE / 兰芝
5	애경	aekyung / 爱敬
6	설화수	Sulwhasoo / 雪花秀
7	이스딘	ISDIN / 怡思丁
8	파머시	FARMACY
9	우테나	utena / 佑天兰
10	에투스세	ettusais / 艾杜纱

자료: Tmall, IBK투자증권

*주: 기간 '20.10.21~11.11 02:00 기준

표 3. 2020 상하이 티몰글로벌 뷰티 부문 단일 품목 거래액 Top 10

	품목명	누적 판매	비고		품목명	누적 판매	비고
1	에르노 라즐로 MASK 28 DAY 세트	56만 장		6	라네즈 스킨베일 베이스	18만 건	
2	설화수 자음수 자음유액 세트	12만 건 MZ세대 신규 고객 7만명		7	파머시 그린 클린 클렌징 밤	18만 개	
3	닥터시라보 슈퍼 화이트 377VC 크림	20만 개		8	애경 커버 팩트	전년 대비 판매액 247% 성장	
4	엘타앤디 스킨케어 포밍 페이스 클렌저	26만 개		9	이스딘 선밀크	6만 개	
5	에투스세 마스카라 베이스	62만 개		10	더말로지카 멀티비타민 마스크 팩	6만 개	

자료: Tmall, IBK투자증권

*주: 기간 '20.10.21~11.11 02:00 기준

Compliance Notice

동 자료에 게재된 내용들은 외부의 압력이나 부당한 간섭 없이 본인의 의견을 정확하게 반영하여 작성되었음을 확인합니다.
동 자료는 기관투자자 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
동 자료는 조사분석자료 작성에 참여한 외부인(계열회사 및 그 임직원등)이 없습니다.
조사분석 담당자 및 배우자는 해당종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
동자료에 언급된 종목의 지분율 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
당사는 상기 명시한 사항 외 고지해야 하는 특별한 이해관계가 없습니다.

종목명	담당자	담당자(배우자) 보유여부			1%이상 보유여부	유가증권 발행관련	계열사 관계여부	공개매수 사무취급	IPO	회사채 지급보증	중대한 이해관계	M&A 관련
		수량	취득가	취득일								
해당 사항 없음												