

IR 자료

씨큐브 주식회사 [101240]



Contents

Chapter01_회사소개

Chapter02_경영실적분석

Chapter03_신사업 소개

Chapter04_향후 전망

유의사항(Disclaimer)

- 본 자료는 투자자에게 씨큐브 주식회사(이하 회사)의 영업전망, 경영목표, 사업전략 등 정보제공을 목적으로 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재 배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.
- 본 자료에 포함된 예측정보는 과거가 아닌 미래의 사건에 관계된 사항이며 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는바, 회사가 통제할 수 없는 시장환경의 변동 및 위험 등의 불확실성으로 인해 회사의 실제 영업실적 결과와 일치하지 않을 수 있음을 유의하시기 바랍니다.
- 마지막으로 본 자료는 투자자들의 투자판단을 위한 참고자료로 작성된 것이며, 당사는 이 자료의 내용에 대하여 투자자 여러분에게 어떠한 보증을 제공하거나 책임을 부담하지 않습니다.

I.회사소개

Chapter01_회사소개

- 01. 회사 소개
- 02. 제품 소개
- 03. 핵심 경쟁력

2018 Investor Relations

01. 회사 소개

회 사 명	씨큐브 주식회사
설 립 일	2000년 10월 20일
대표 이사	장 길 완
주요 이력	호성 석유 엔겔하드 코리아(주)
자 본 금	40.3억원
주 소	충북 진천군 진천읍 성중로 144 Tel : 043) 531 - 2500 Fax : 043) 536 - 0314
홈페이지	www.cqv.co.kr
주요 사업	무기안료용 금속산화물 및 관련 제품 제조업 (C20131)
임직원 수	163명 (2018. 9. 30.현재)

회사 전경

시설 규모

구분 (소재지)	본사 (진천)	2공장 (진천)	3공장 (진천)
총대지면적	31,398 m ² (9,514평)	3,207 m ² (971평)	14,786 m ² (4,477평)
건물연면적	10,818 m ² (3,277평)	1,276 m ² (387평)	4,961 m ² (1,500평)
Capa. (톤/년)	2,400 (필)	240 (알루미늄)	600 (AI paste 계열) 400~600 (화장품필)

※ 주5일 근무 적용 Capa. (7일 적용 시 30% 증가)



신규공장 현황



2. 제품 소개

[일반산업용 제품]

“산업용 시장은 각종 도료, 합성피혁, 잉크, 플라스틱, 인쇄 등 산업 전반에 폭넓게 사용”

제품 수요처

- 도료
- 인조대리석
- 합성피혁
- 특수지
- IT 가전
- 세라믹 도료 (주방기구, 건축용)
- 도자기 / 타일
- 인물드 필름
- 新 고부가가치 사업 분야



INDUSTRIAL



[알루미나(19), 합성(175), 천연(52), Glass(57) 등 총 308종]

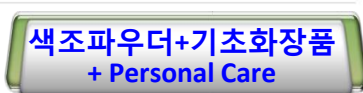
[화장품용 제품]



제품의 적용 분야 확대 변화



- 아이섀도우
- 마스크라
- 립클로즈
- 립스틱



- 펄크림, 펄팩
- 샴푸, 치약, 비누
- BB크림, 바디클린저
- 로션, 트리트먼트



주요 매출처

국내	해외
아모레 퍼시픽	로레알
LG 생활건강	유니레버
에이블 씨앤씨	프록터 앤 갬블
한불 화장품	에스티로더
한국화장품	AVON
코스맥스	LVMH
코스메카	존슨 앤 존슨
한국 콜마	샤넬
더 페이스샵	인터코스
애경	커커
	일본 업체

[알루미나(23), 합성(217), 천연(62), Glass(57) 등 총 364종]

[자동차용 제품]

“10년 이상 제품의 품질이 보증 되어야 하는 신뢰성 산업”

4년 이상의 내후성테스트 결과 요구 / 친환경적 수용성 도료 특성 요구 →요건 충족 시까지 장기간의 테스트필요
 향후 자동차 산업은 effect pigments color 적용이 확대될 것으로 전망됨

국내 펄 코팅 된 자동차에 대부분 적용 중



주요 매출처

국내	해외
KCC	Nippon Paint
PPG Korea	Axalta
KNK	PPG
노루페인트	BASF
	KANSAI Paint
	Akzo Nobel
	National Paint
	TOA
	Valspar
	Sherwin Williams

[알루미나(14), 합성(55), 천연(29), Glass(1) 등 총 99종]

03. 핵심경쟁력

창업 이후 꾸준한 성장과 이익을 창출할 수 있는 당사의 경쟁력

- 전세계 약 100개국 판매처
- 특정 지역에 편중되지 않고 다양한 지역에 분포
- 글로벌 기업들과의 파트너십

해외 판매
다변화

내수/수출
균형

- 국내 점유율 1위 바탕
- 국내 : 수출 비중 = 44 : 56

- 일반 산업용, 화장품용, 자동차용 등 전 산업 적용
- 다양한 Application 통한 지속적 수요 창출

전 산업
적용

경기
비탄력적
산업

- 경기 변동성이 적음
- 특정 분야에 국한되지 않음

- 다품종 포트폴리오 확보
- 다품종 생산 시스템 및 기술력 확보

제품
다양화

신속한
신제품 출시

- 신속한 고객 Needs 파악으로 시장 선도 제품 지속 출시
- 설비 보완 및 공정개선을 통한 소량 생산 시스템 구축

II. 경영실적 분석

Chapter02_경영실적 분석

- 01. 경영 실적(2018 3Q)
- 02. 인건비 및 연구개발비중
- 03. 제품 상품 매출 현황
- 04. 분야별 매출 현황
- 05. 수출 지역별 매출 성장률
- 06. 연도별 매출 및 손익 현황

2018 Investor Relations

01.경영 실적(3분기)

(단위: 백만원)

과 목	2015	2016	2017	2017 1분기	2017 2분기	2017 3분기	2017 4분기	2017 3분기	2018 3분기	전년 대비 증감율
매출액	30,644	37,880	40,172	9,873	10,394	10,621	9,284	30,889	31,535	2.1%
매출원가	19,402	22,192	24,222	5,947	6,490	5,908	5,877	18,346	18,991	
매출 총 이익	11,242	15,687	15,949	3,926	3,904	4,713	3,406	12,544	12,544	
판매 관리비	8,210	10,000	10,982	2,599	2,820	2,804	2,759	8,224	8,441	
영업이익	3,032	5,687	4,967	1,327	1,084	1,909	647	4,320	4,103	-5.0%
기타수익	471	894	493	114	99	115	165	328		
기타비용	232	846	795	337	-5	55	408	386		
금융수익	382	338	54	5	34	32	-17	71		
금융비용	398	468	770	360	28	101	281	488		
법인세 차감 전 순이익	3,255	5,605	3,949	750	1,194	1,901	104	3,845		
법인세	247	745	163	100	60	156	-153	315		
당기 순이익	3,008	4,860	3,786	650	1,134	1,746	256	3,530		
기타포괄손익	-444	-54	-700	-3	-2	-1	-694	-6		
총 포괄 손익	2,564	4,806	3,085	647	1,132	1,744	-438	3,524		

[매출 실적 요약]

- ▶ 제품 매출 9.1% 증가, 상품 매출 36.2% 감소(상세자료 후술)
- ▶ 딜러 다변화 정책에 따른 S사 매출 비중 감소

[영업이익 감소 주요 원인]

- ▶ 인원 증가 급여(판관비) 상승
- ▶ 상품 감소, 9월 추석 연휴로 매출 감소에 따른 영향 (4/4 분기 회복 예상)

02. 인건비 및 연구개발비중

■ 최근5년간 인건비 비율 및 매출액대비 연구개발 비중

단위 : 천원

구분		2013	2014년	2015년	2016년	2017년	2018 추정	2019 추정	비 고
인원	연평균	119	127	138	151	160	166	179	
	증가 인원	15	8	11	17	9	6	13	
매출액대비 인건비율		22%	22%	26%	24%	26%	27%		복리후생 비용 제외
노동소득분배율 (부가가치대비 인건비율)		57.85%	57.32%	63.63%	58.13%	67.15%	66%		2016년 한국은행 : 중소기업 제조업 평균 76.27%
매출액 대비 연구개발비 비율		11.03%	10.22%	10.55%	9.75%	11.33%	9.48%		2018.6.30. 기준

※ 2018년 추정치(매출액/연구개발비 등)는 2007~2017까지 평균매출성장률 및 연구개발비 증가율을 가정하여 적용한 수치일 뿐, 2018년 당사 목표치가 아님을 알려드립니다.

03. 제품 상품 매출 현황

■ 제품/상품 매출 현황

[판매금액 (백만원)]

구분	2017 3Q누적	2018 3Q누적	증감
제품	26,114	28,492	9.10%
상품	4,775	3,044	-36.20%
총합계	30,889	31,537	2.10%

▶ 매출액은 9.1% 증가

▶ 상품 매출 36.2% 감소 : 고객 사 안전재고 확보 이후, 2018년 상품매출 감소
2019년 매출 회복 기대

[판매수량(Kg)]

구분	2017 3Q누적	2018 3Q누적	증감
제품	1,268,668	1,338,301	5.50%
상품	175,862	112,386	-36.10%
총합계	1,444,530	1,450,687	0.40%

04. 분야별 매출 현황

“화장품 매출 지속 증가, 화장품만 2017년 3Q대비 26%증가(상품 포함 7%증가)”

단위 : 백만원

구분		2016년	2017년	2017년 1Q	2017년 2Q	2017년 3Q	2017년 3Q누적	비중	2018년 1Q	2018년 2Q	2018년 3Q	2018년 3Q누적	비중	전년 대비
화장품	제품	11,324	14,525	3,075	3,673	3,839	10,587	34%	4,572	4,541	4,272	13,386	42%	126%
	상품	4,305	5,829	1,653	1,548	1,574	4,775	15%	862	1,140	1,043	3,044	10%	64%
	소계	15,629	20,353	4,728	5,221	5,414	15,362	50%	5,434	5,681	5,315	16,430	52%	107%
산업용		13,815	13,692	3,678	3,614	3,537	10,829	35%	3,702	3,492	3,252	10,447	33%	96%
자동차		8,436	6,126	1,468	1,559	1,671	4,698	15%	1,746	1,248	1,665	4,658	15%	99%
총 합 계		37,880	40,172	9,873	10,395	10,621	30,889	100%	10,883	10,421	10,233	31,535	100%	102%

■ 화장품 매출 비중 추이

단위 : 백만원

구분	2016년	2017년	2017년 1Q	2017년 2Q	2017년 3Q	2017년 3Q누적	2018년 1Q	2018년 2Q	2018년 3Q	2018년 3Q누적
제품	30%	36%	31%	35%	36%	34%	42%	44%	42%	42%
상품포함	41%	51%	48%	50%	51%	50%	50%	55%	52%	52%

05. 수출 지역별 매출 성장율

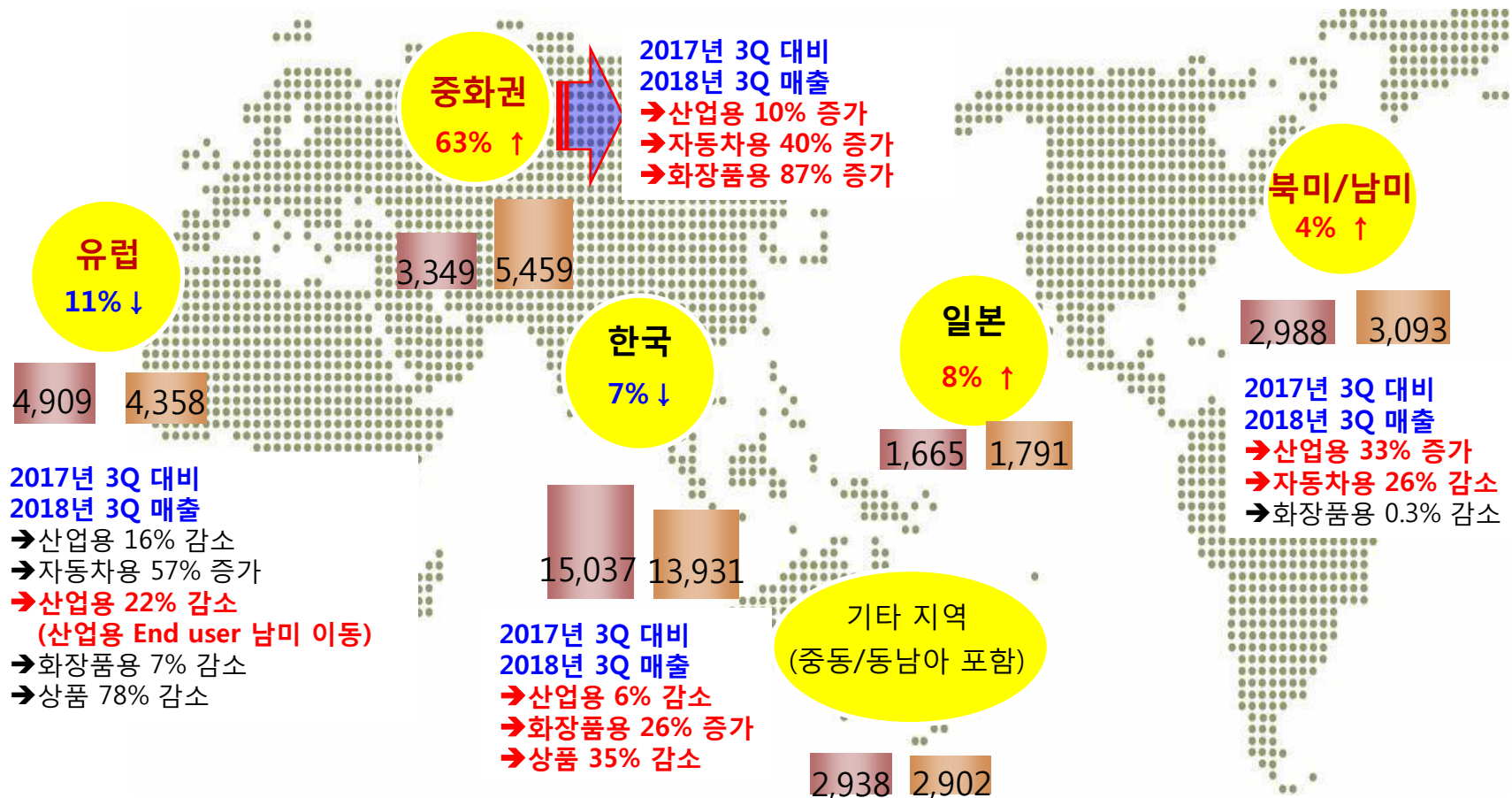
“매출의 세계화 정책 : 국내 및 아시아(동남아) → 미주/유럽/중국/일본 시장”

2018년 3Q 중화권 매출 대폭 증가

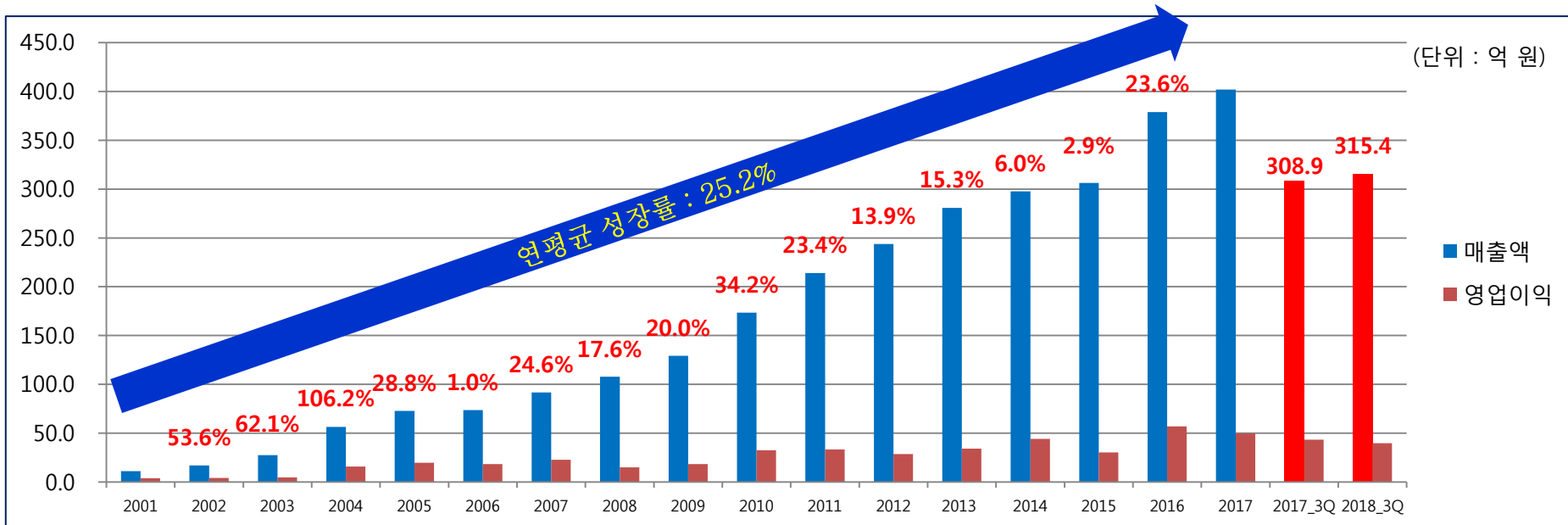
[단위 : 백만원]

■ 2017년 3Q매출 30,889

■ 2018년 3Q매출 31,535



06.연도별 매출 및 손익 현황



(단위 : 억 원)

구분	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	합계	평균	2017 3Q 누적	2018 3Q 누적
매출액	11.0	16.9	27.4	56.5	72.8	73.5	91.6	107.7	129.2	173.4	213.9	243.6	280.8	297.7	306.4	378.8	401.7	2,883	170	308.9	315.4
증가율	-	53.6%	62.1%	106.2%	28.8%	1.0%	24.6%	17.6%	20.0%	34.2%	23.4%	13.9%	15.3%	6.0%	2.9%	23.6%	6%	-	-	-	2.1%
연평균성장률	연평균 25.2% 성장																	617%	25.2%		
영업이익	3.8	4.2	4.6	15.7	19.8	18.2	22.8	15.1	18.3	32.6	33.3	28.6	34.1	44.2	30.3	56.9	49.7	432	25	43.2	41.0
영업이익률	34.5%	24.9%	16.8%	27.8%	27.2%	24.8%	24.9%	14.0%	14.2%	18.8%	15.6%	11.7%	12.1%	14.8%	9.9%	15.0%	12.4%	-	15%	13.9%	13.0%
순이익	2.0	1.6	1.7	11.8	17.0	17.6	26.3	23.1	13.9	23.2	23.8	20.2	24.7	33.6	30.0	48.6	37.9	357	21	-	-

※ 영업이익률 평균값(15%) : (2001~ 2017년 총 영업 이익)/(2001~ 2017년 총 매출)

III.3공장 사업

Chapter03_3공장 사업

- 01. 3공장 사업 추진 배경
- 02. 신 공장 투자규모
- 03. Aluminum Paste 시장규모 및 감가상각비

2018 Investor Relations

1. 3공장 사업 추진 배경

컬러알루미늄 페이스트

글로벌 업체의 고급 제품에 컬러
알루미늄 제품 선호
(금속효과안료 트렌드로 급부상 중)
금속효과 안료 시장에서
가장 성장이 클 것으로 예상
중국 업체가 진입하고 있지 못하는
시장
현재 전세계적으로 디자이너가 가장
원하는 제품
(고 은페력 + 다양한 컬러)
현재 시장 형성 단계(500~1000억)
향후, 6000~8000억 시장으로 성장
예상

무기안료 기술의 총합
(진주안료기술+알루미늄기술)
최고급 제품으로 글로벌
업체와 기술적 동격

화장품용 전용라인 증설 (EFFCI GMP 인증)

세계 화장품 색조시장 트렌드 변화
(유기안료 → 진주광택안료)
글로벌 화장품사의 높은 품질 요구

중금속 저감제품 제조 가능
(기존제품의 50% 수준)
우수 화장품 제조 및
품질관리 인증 (EFFCI 인증)

글로벌 화장품사
요구수준 충족
화장품 원료의 세계화, 고급화

일반 알루미늄 페이스트

기존 글로벌 업체 및 중국업체와
경쟁보다 틈새시장 공략

특히, 국내 제조사가 없어
다방면 유리 (납기, A/S 등)

기존 시장 트렌드 변화
(특히 가전시장) : 환경문제로 도장
사양에서 사출용 알루미늄 페이스
트로 변화 검토 중

세계 2조원 시장(국내 600~800억)

가격 경쟁력 확보
품질 경쟁력 확보
Unique한 제품으로 틈새시장 공략

2. 신공장 투자 규모

총 투자금액
120억원



자체자금
(50~60억원)
+
차입금

[생산 규모]

① 연 600톤 규모 Al paste 계열 생산라인 구축

- 알루미늄 페이스트/ 사출용 알루미늄 페이스트/ 컬러 알루미늄 생산라인
- 예상 최대 매출액(추정) : 430억 원(Al paste : Color Aluminum =5:5 생산)

② 연 400~600톤 규모 화장품용 펠(중금속 저감제품) 전용 생산라인 구축

- 글로벌 화장품사의 생산 및 품질관리 요구 수준 충족(중금속 저감 제품)
- EFfCI GMP 승인 예정(유럽 화장품 원료협회 규격 인증)
- 예상 최대 매출액(추정) : 200~300억 원

- ▶ 1공장 : 천연운모 펠, 합성운모 펠, Glass펠 등 생산
- ▶ 2공장 : 판상 알루미나 펠 생산
- ▶ 3공장 : 알루미늄 페이스트 계열 생산 및 화장품용 중금속 저감 제품 전용 생산

3. Aluminum Paste 시장 규모 및 감가상각비

■ Aluminum Paste 세계 시장 규모

(단위 : 백만원, 환율 1,136원(10/19 적용))

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Al paste 시장규모 (금액)	1,740,149	1,809,755	1,882,145	1,957,431	2,035,728	2,117,158	2,201,844	2,289,917	2,381,514	2,476,775	2,575,846

※ Color Aluminum 시장 : Aluminum paste 시장의 30% 정도로 성장 할 것으로 예상 (Pearl 시장에서 Color 제품 시장 비율 : 30%)

※ 출처 : Pira International Ltd, High Performance Effect Pigments 2010

■ 감가 상각비

(단위 : 백만원)

감가상각비	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	계
기존 자산 분	2,182	2,331	2,139	1,649	1,404	974	892	712	632	429	307	273	7,272
신규 투자 분	0	0	0	0	862	862	862	862	862	853	853	853	6,871
계	2,182	2,331	2,139	1,649	2,266	1,836	1,754	1,575	1,494	1,282	1,160	1,127	14,143
월 상각액	182	194	178	137	189	153	146	131	125	107	97	94	-

IV. 향후 전망

Chapter04_향후 전망

1. 향후 전망

2018 Investor Relations

1. 향후 전망

1. 진주광택안료(Pearl pigment) 시장 전망

- ① 현재까지 판매량 기준 천연운모 제품이 시장의 90%이상 차지
➔ Child Labor, 환경 및 품질 문제 ➔ 합성제품(합성운모, 알루미나, Glass, Color Aluminum)으로 서서히 전환
특히, 화장품 > 자동차 > 산업용 순으로 전환이 이루어 지고 있음
- ② 당사의 경쟁 우위 : 합성제품에 대한 오랜 경험, 기술력, 다양한 제품 포트폴리오 강점
현재 당사와 M사만이 위 합성제품 모든 기질을 사용한 제품 생산 가능
- ③ 최근 미국 시장의 중국 제품에 대한 관세율이 현재 6.5% ➔ 16.5% 인상되었고, 향후 31.5%까지 추가 인상 예상
당사는 미국 관세가 0%로 중국 업체에 비해 더욱 경쟁력을 갖추
- ④ 중국 Pearl 제조 업체 근황
경쟁 치열, 구조 조정 진행, 원가 상승(임금 인상, 환경 정책 강요 등) ➔ 몇 년 안에 제조사 급격 감소 예상
- ⑤ M사 & B사 : 회사 규모에 비해 펄 매출 크지 않음. 예전에 비해 신제품 출시 감소, 구조 조정 진행 ,
기존 제품 Down size 중이며, 품질, Delivery에 전세계적으로 Complain 증가(구조조정 여파)
- ⑥ CQV와 S사 2014년 Distributor 계약 변경(화장품, 합성운모 펄 제외 독점 공급)
➔ 미주, 유럽에 새로운 딜러(26개국), 11개 업체 선정 및 주요 지역 계약 마무리 완료
➔ 딜러 별 최근 3~4년간 교육, 샘플 전달 등 영업 활동 진행 ➔ 2019년부터 서서히 매출 증가 예상
- ⑦ 다양한 지역, 선진국 위주, 다양한 기질, 다양한 Application에 사용 ➔ 경기 변동 영향 적음 ➔ 지속 성장 가능

2. 2019년 당사 매출 전망

1) 화장품 제품 : 최근 3년간 추세 이상 성장 예상

- ① 일본 시장 : 당사 제품 기초 상품에 포함 ➔ 2018년 샘플 판매 시작 ➔ 2019년 4월부터 큰 폭 성장 예상
- ② 미국 업체 : Audit 완료(2018년 상반기) ➔ Regulation, Formulation Data 검토 중
➔ 2019년 중 사용 시작 예상(기초 화장품용)
- ③ S사의 Project 중 project 1은 2017년부터 적용 판매 중이며, 곧 추가 Project 2,3에 적용 예정(판매량 증가 예상)
기타 S사, 유럽, 미국, 아시아 업체 : 당사 제품으로 활발하게 대체 및 신규제품 Formulation에 당사 제품 적용 중
특히, M사, B사 생산 중단 문제로 당사 제품 대체 테스트 증가
- ④ 최근 4~5년간 트렌드 : 유기 안료 및 Soft focus pearl 제품 ➔ 광택 있는 Pearl이나 천연 Concept pearl
➔ Child Labor 문제가 없는 Pearl 등으로 시장이 전환
➔ 당사 합성 제품, Glass, 알루미나, Econa 제품 등이 큰 폭으로 성장 될 것으로 예상
특히, 당사 제품은 주로 색조 제품에 적용되었으나, 기초 제품에 적용 가능한 Pearl 개발로 사용량이 많이 늘어날 것으로 예상
- ⑤ S사 상품 : 최근 3년간 색조 화장품 시장이 큰 폭으로 성장함에 따라 전세계적으로 Shortage 발생
➔ 2017년 국내 화장품 제조 업체 : 재고를 최소 6개월 ~ 12개월 보유
➔ 2018년은 재고 확보 영향으로 당사 상품 매출 전년대비 36% 감소
(재고 소진으로 2019년 서서히 회복 될 것으로 예상)

2) 자동차용 제품

- ① 화장품 제품과 같이 Child Labor 문제 부각과 보다 더 White하고 광택 있는 제품으로 트렌드 변화
 - ➔ 천연에서 합성 제품(합성 운모, 알루미나, Glass 등)으로 조금씩 전환하는 추세
 - ➔ 특히, 유럽, 미국, 중국, 인도, 브라질, 일본 등에서 큰 폭 성장 예상

3) 산업용 제품

- ① 천연 White 제품 점차적으로 생산 및 판매 중단 : 중국 제품에 대한 가격경쟁력 하락, Child Labor Issue
 - ➔ 미주/유럽 시장 : 우선 S사에 공급 중인 천연 제품에 대해 2019년부터 공급 중단 통보(약 400톤)
- ② 천연운모 Pearl은 산업용 중 흑자가 나는 Color 제품, 화장품용 제품, 자동차용 제품은 유지
 - ➔ 산업용 White 제품은 판매 중단 또는 수년 안에 OEM, ODM으로 전환
 - ➔ 고부가가치 제품인 합성, 알루미나, Glass, 새로 개발한 Color Aluminum, Aluminum paste로 전환
 - ➔ 전체적으로, 매출은 감소하겠지만 이익이 개선되어 영업이익 상승 효과

단위 : 백만원

구분		2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2017년3Q	2018년3Q
영업이익	전체	3,414	4,423	3,032	5,687	4,967	4,320	4,103
	S사 N-800S	-75	-255	-290	-565	-856	-640	-685
	S사 N-800S 제외	3,489	4,679	3,322	6,252	5,822	4,960	4,788
영업이익률	전체	12.2%	14.9%	9.9%	15.0%	12.4%	14.0%	13.0%
	S사 N-800S 제외	12.4%	15.7%	10.8%	16.5%	14.5%	16.1%	15.2%
	전체 N-800S 제외	12.9%	16.9%	13.3%	18.3%	16.1%	14.0%	16.2%

S사 N-800S 공급 중단 : 2018 3Q 기준 영업이익률을 13.0% ➔ 15.2%로 2.2% 상승 효과
 점차적으로, N-800S 전체 공급 중단 : 2018 3Q 기준 영업이익률을 13.0% ➔ 16.2%로 3.2% 상승 효과

3. Color Aluminum & Aluminum Paste 전략

1) Color Aluminum

① Coating method

구 분	Coating method
B사	증착 법
M사	가수 분해 법
CQV	가수 분해 법
S사	가수 분해 법이지만 원료 물질은 일반 Al paste가 아닌 V.M.P로 만든 Al paste 사용
T사	일반 유기 안료 Coating

② 품질 수준 : S사 > B사 > M사 (T사 : Interference type이 아니어서 비교 불가)

③ 가격 수준 : S사(\$300/kg) > B사(\$120~\$150/kg) > M사(\$120~\$150/kg)

※ 현재 시장에서 B사 제품 가장 선호, 은폐력 문제로 M사 제품은 일부만 판매

S사는 제품을 최근 출시했으나 가격 때문에 High-end 시장에서만 판매 될 것으로 예상

④ 당사 수준

품질 : CQV=B사 > M사

(현재 3가지 Color 제품보유 : 2가지는 B사와 동등, 1가지는 공장 완공 시까지 B사 수준으로 올릴 예정)

2) Aluminum Paste

중고가 틈새 시장 공략 (저가 시장 : 중국 업체 선점, 중고가 시장 : 글로벌 업체 이미 선점)

3) 사출용 Aluminum Paste (가전시장부터 적용되기 시작)

전 세계적으로 처음 시도하는 만큼 시간이 다소 걸릴 수 있지만 본격 적용되면 큰 폭으로 성장 할 것으로 기대
(현재 샘플 판매 중 : 2018년 6월부터 매출 발생)

4. 당사 판매 정책

1) Color Aluminum

- ① CQV 브랜드로 전세계 당사 딜러를 통해 판매
- ② ODM 판매 : Al paste 업체 당사에 원료 공급 → 당사에서 가공 후 납품 (신속한 매출을 위함)

※ 경쟁사 현황

- ▶ M사 & B사 : Pearl Coating 업체로 Al paste는 타사에서 구매하여 Coating
- ▶ S사 : Al paste coating 업체로 Al paste 원재료에서는 유리하지만 Pearl 제조 경험 부족으로 품질관리 문제
- ▶ CQV : 직접 Al paste 제조 기술 및 Pearl 제조 기술 모두 보유
원가 경쟁력, 품질 관리, 새로운 제품 무한 창출 가능

2) Al paste

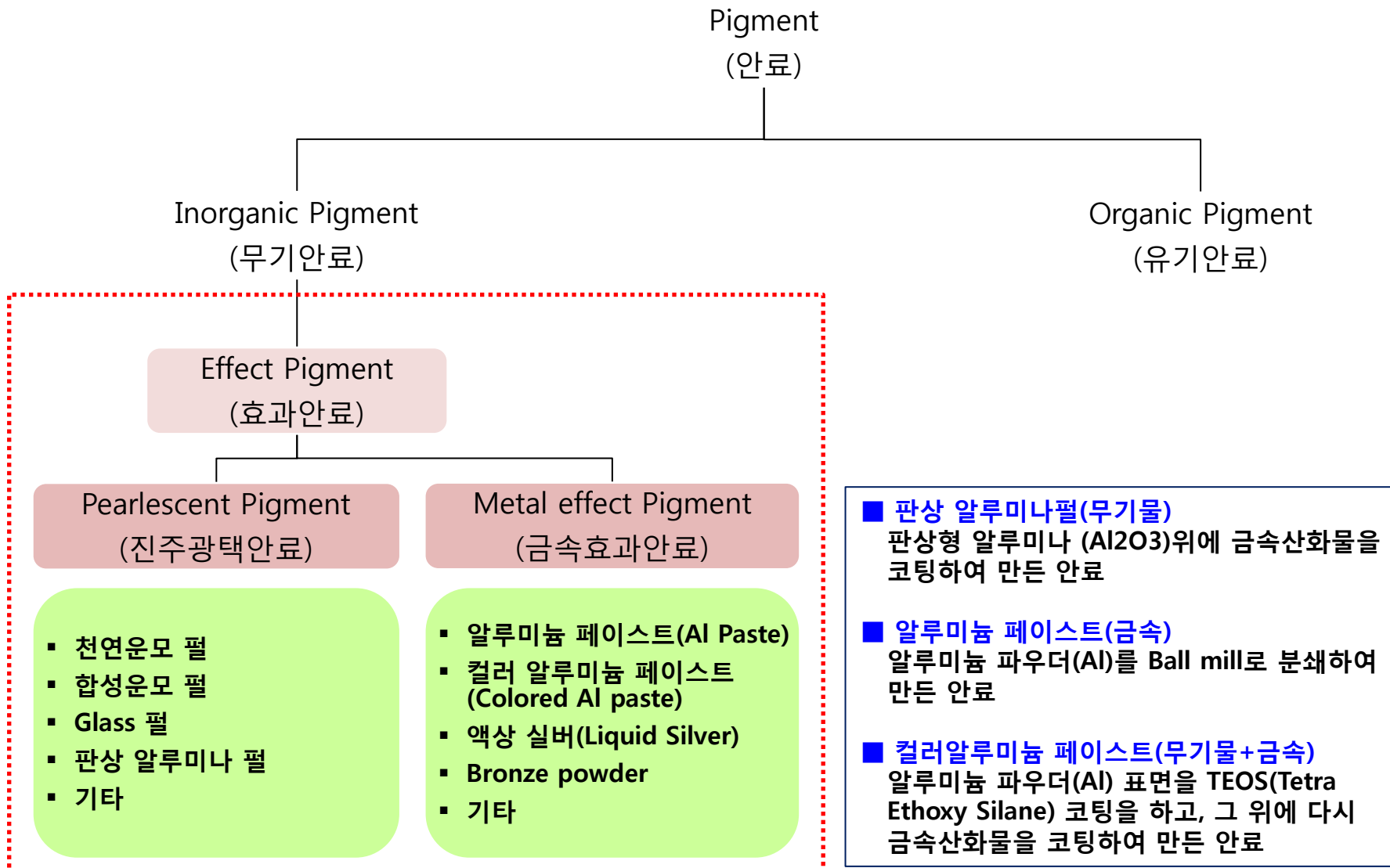
- ① 국내 : Local 공장 보유로 신속한 Delivery, 가격 경쟁력 이점 → 국내 시장(600억 ~800억 시장) 경쟁력 강화
(Al paste는 Sell-Life가 1년으로 짧음 → Delivery가 매우 중요)
- ② 해외 : 기존 대리점 이용 판매
- ③ Al paste도 ODM 판매를 위한 논의 중 (해외 업체)
 - ※ 우선 국내 위주 판매, 해외 업체 OEM, ODM 위주 판매 → 점차적으로 해외 직접 판매

(참고1) Effect pigment(효과안료) 구성

(참고2) Al paste/판상알루미나필 구조 및 특징

(참고3) 진주광택안료 구조 및 종류

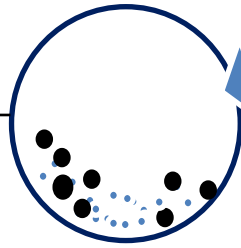
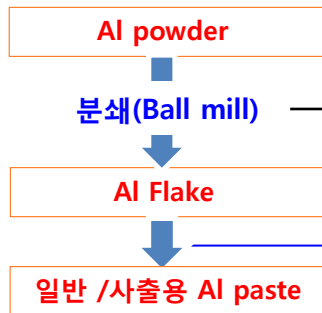
(참고자료) Effect pigment(효과안료) 종류



(참고자료) Al paste/판상알루미나펄 구조 및 특징

■ 알루미늄 페이스트 및 컬러알루미늄 페이스트의 구조

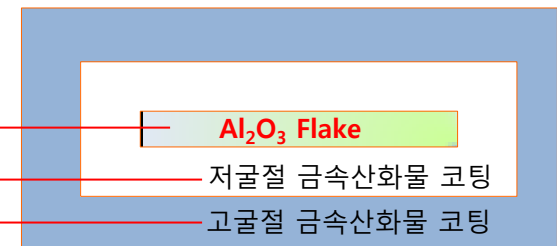
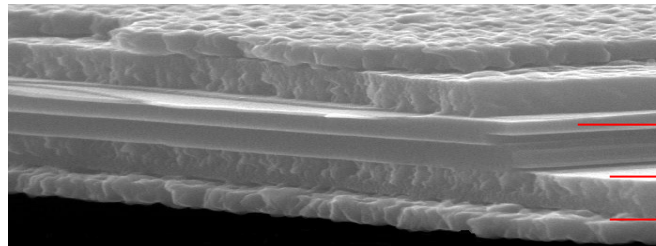
■ 알루미늄 페이스트



■ 컬러알루미늄 페이스트



■ 판상 알루미나펄



■ 특징

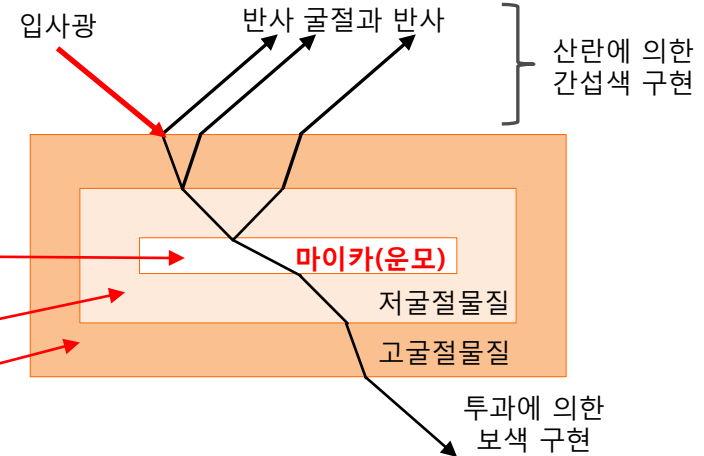
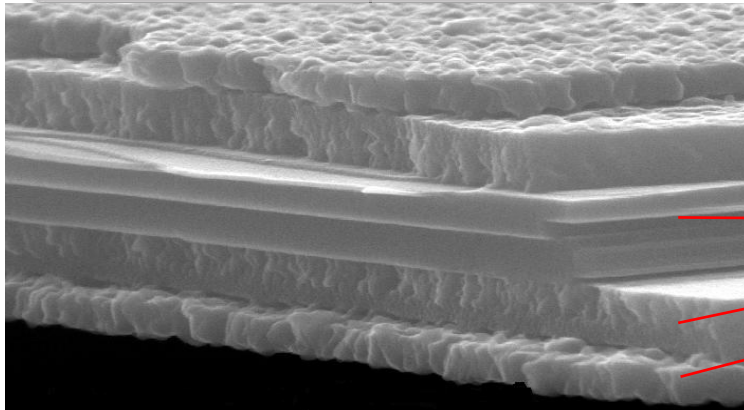
- 판상알루미나 펄 : 진주광택안료에서 광택 및 채도 우수, 다양한 컬러 구현 가능
- 알루미늄 페이스트 : 광택, 은페력이 좋고, 금속 느낌을 줌 (은색 한정)
- 컬러알루미늄 페이스트 : 알루미늄 페이스트 특징 + 다양한 컬러 구현 가능

※ 은페력 : 도료 등으로 물체 표면을 도포한 경우, 바탕색이 보이지 않게 가리는 능력

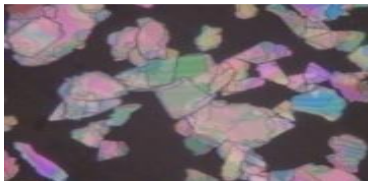
진주광택안료

빛의 특성과 물질의 굴절을 이용하여 특수한 Color 효과를 내는 진주빛, 무지개빛, 금속빛을 자아내는 안료를 통칭

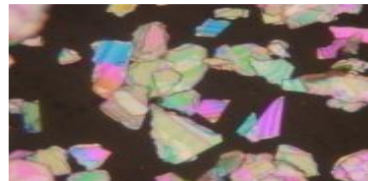
Pearl의 결정구조 및 간섭색 원리



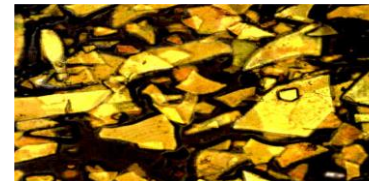
진주광택안료의 종류



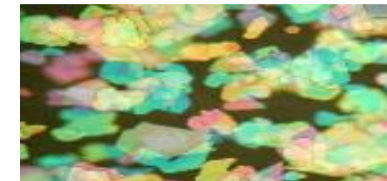
천연운모펠



합성운모펠



GLASS펠



Alumina펠

기질의 종류(위 그림에서 마이카에 해당하는 부분)에 따라 펄의 명칭이 달라짐

감사합니다.

IR 관련 문의	
담당자	한 윤 호 부장
이메일	hyh@cqv.co.kr
전 화	043-531-2535
팩 스	043-536-0314