

오가닉티코스메틱

ORGANIC TEA COSMETICS HOLDINGS COMPANY LIMITED

Investor Relations 2019





01

경영실적 및 전략

오가닉티코스메틱은 시장 다변화, 브랜드 마케팅 강화로
고성장, 고수익 사업구조를 지속해 나갑니다.



● ● ● 2019년 반기 경영실적 요약 ● ● ●

2019. 반기 영아용, 임산부용 신제품 가세로 매출 성장 지속

(백만RMB)	2017	2018	% YoY	2018.1H	2019. 1H	% YoY	2018.2Q	2019.2Q	% QoQ
매출액	1,181	1,442	22.10%	694	852	22.7%	388	493	27.0%
매출총이익	592	714	20.61%	351	414	17.9%	196	241	23.2%
영업이익	363	367	1.10%	207	178	-14.0%	113	120	5.7%
당기순이익	258	265	2.71%	146	117	-20.1%	75	74	-1.5%
매출총이익률	50.2%	49.5%	-0.70%p	50.6%	48.5%	-2.0%	50.4%	49.0%	-1.5%
영업이익률	30.7%	25.4%	-5.30%p	29.8%	20.9%	-8.9%	29.2%	24.3%	-4.9%
당기순이익률	21.9%	18.4%	-3.50%p	21.0%	13.7%	-7.3%	19.3%	15.0%	-4.3%

(백만원)	2017	2018	% YoY	2018.1H	2019. 1H	% YoY	2018.2Q	2019.2Q	% QoQ
매출액	197,713	240,003	21.4%	117,258	143,690	22.5%	65,556	83,144	26.8%
매출총이익	99,188	118,843	19.8%	59,305	69,821	17.7%	33,116	40,645	22.7%
영업이익	60,720	61,014	0.5%	34,975	30,020	-14.2%	19,092	20,238	6.0%
당기순이익	43,245	44,056	1.9%	24,668	19,732	-20.0%	12,672	12,480	-1.5%

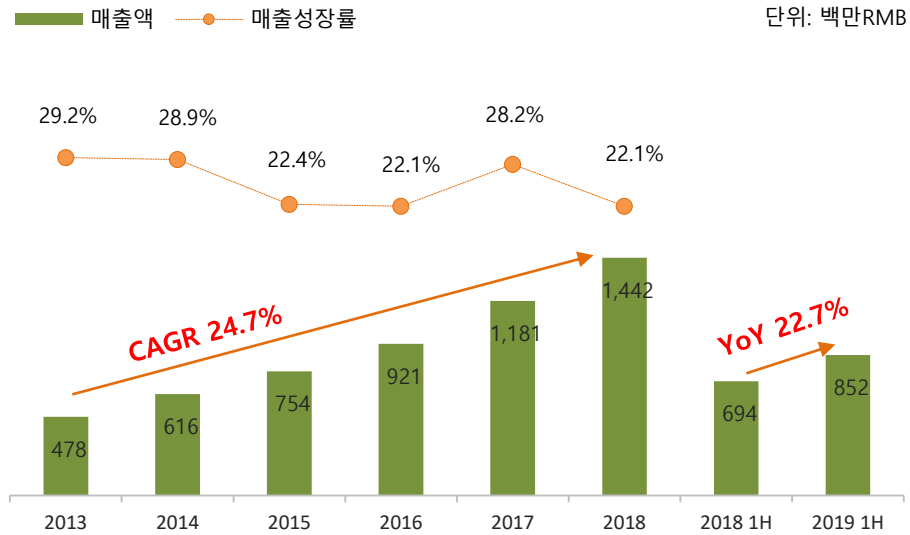
* 평균환율(KRW/RMB) 적용

2017년: 167.46 / 2018년 166.40 / 2018.1H, 2Q: 168.96 / 2019.1H, 2Q: 168.65 적용

매출추이

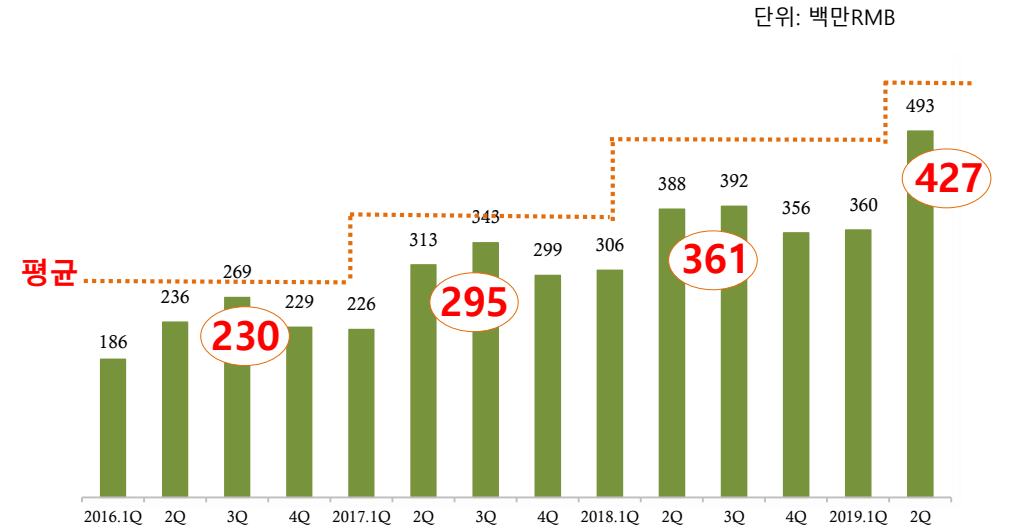
제2공장 본격가동으로 과거의 고성장 기조 회복

연간 매출추이



- 2017연도 제2공장 본격가동으로 고성장 회기
- 2018연도 22.1%로 성장 지속, CAGR 24.7%
- 2019.1H 매출은 전년 동기 대비 22.7% 증가

분기 매출추이



- 2017.2분기 영아용 화장품 출시, 연간 매출 가세
- 2018.2분기 임산부용 화장품 출시
- 2019.2분기 4.93억RMB 분기 최고 매출액 달성

중장기 성장전략

중장기 성장성 확대를 위한 브랜드 인지도 강화

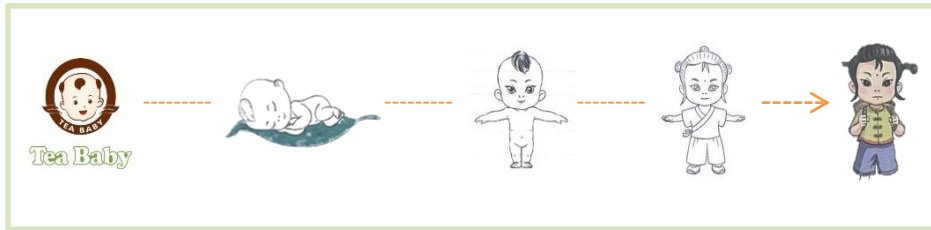
성장전략	목표	기대효과
마케팅 강화	'Tea baby' 애니메이션 2018년 9월 방영 개시	Tea baby 애니메이션 프로젝트 추진으로 중장기적인 브랜드 인지도 상승 기대
네트워크 강화	'Tea baby' 가맹점 2019년 8월말 현재 1,739개 구축	Tea baby 가맹점 프로젝트 추진으로 안정적 수익구조 창출
핵심 전략제품 육성	스타제품 '차로수' 판매 확대	기존 화로수가 점유하고 있던 시장 대체 수요와 천연 모기기피제 신규 수요 기반의 지속 성장 전망
신제품 출시	임산부용 제품 2018년 출시	브랜드 정착에 이어 '유아 → 영아 → 임산부'로 점진적인 시장 통합 전략 추진

- 1차 절대 매출 목표 금액 : 30억 RMB(한화 약 5천억원)로 설정
- 1차 절대 매출 목표달성시기 : 회사의 성장성을 20~25% 수준으로 확대, 2022년 매출 30억RMB 목표 달성

● ● ● 경영전략_Tea Baby 애니메이션 ● ● ●

Tea baby 애니메이션 프로젝트 추진으로 중장기적인 브랜드 인지도 상승 기대

Teababy 애니메이션 프로젝트 개요



중국의 신화 전설을 배경으로 차(茶) 문화와 효능을 스토리화하고, 당사 Teababy 브랜드 캐릭터를 주인공으로 제작되는 3D 애니메이션

<애니메이션 제작 개요>

저작권	오가닉티코스메틱
제작사	북경전영학원
제작기간	1부 50편 완료, 2부 50편 편집완료 후 후작업 중
제작편수	10분 X 104편
제작비용	3800만 RMB

Teababy 애니메이션 프로젝트 기대효과



<애니메이션 제작 개요>

배급사	팡란위홍
첫방영 TV채널	베이징KAKU채널
첫방영개시	2018년9월3일
방영비용	매주월~금요일 오전 730(베이징시간) 매일 2편방영
	7000만 RMB (2018년 1차계약)

경영전략_가맹점 확대

Tea baby 가맹점 프로젝트 추진으로 안정적 수익구조 창출

Teababy 가맹점 프로젝트 개요

가맹본부	오가닉티코스메틱
브랜드명	차와(Teababy) 가맹점
일정	2017년 7월 ~ 2020년 중
진출지역	충6개성(북경, 강서, 호북, 호남, 하남, 광둥)
가맹 수입	15000RMB/년, 5년 단위 재계약
가맹 지원	최대 100000RMB/점당, 일시불 (Teababy 브랜드 접목 인테리어 등)
가맹점 수	1739개 가맹점(2019년 8월 31일 기준)

<Teababy 가맹점 간판>



Teababy 가맹점 프로젝트 기대효과



<Teababy 가맹점 설립 지역>

- 가맹점 확보 대상지역
- 기존 판매지역 (대리상을 통한 판매)

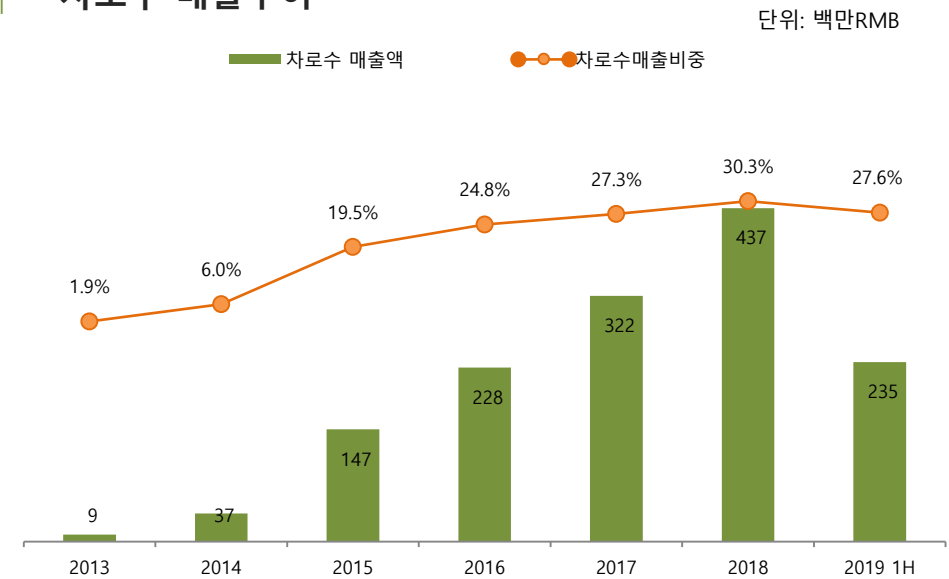


경영전략_핵심 성장제품 육성

모기기피제품 차로수 경쟁력

구분	오가닉티코스메틱	상하이자화
	차로수	화로수
제품		
라인업	3개 (성인용, 유아용, 영아용)	30여 개
안전성	소량은 먹어도 무방	임산부 사용 불가
자극성분	없음	있음
알콜성분	없음	있음
기능성(땀띠)	있음	없음
제품가격	30RMB	8~50RMB
매출규모	5억RMB	약 10억RMB

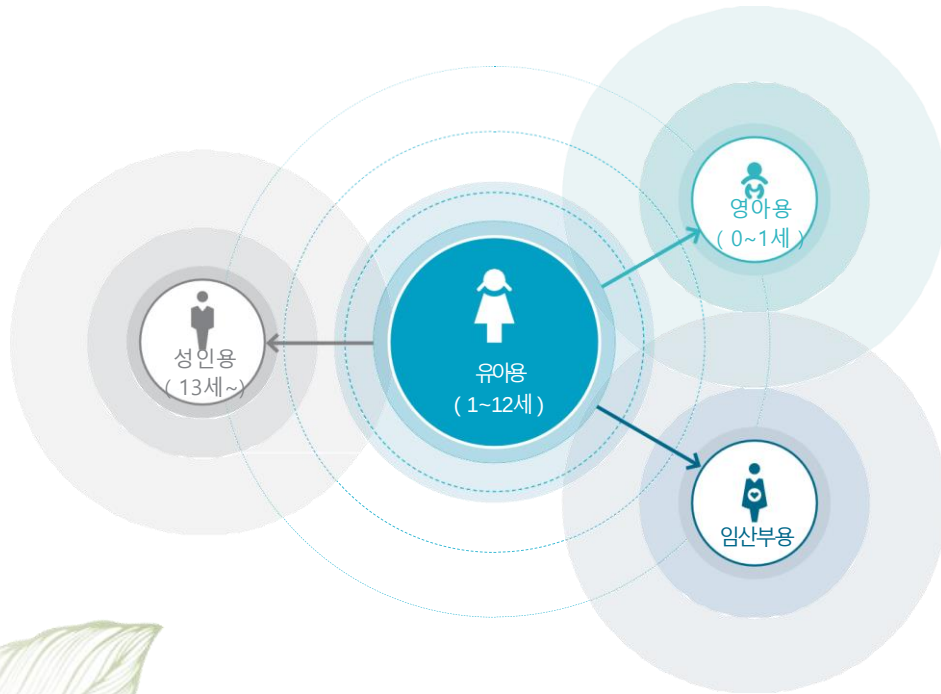
차로수 매출추이



- 매출 출시 3년 만에 핵심 성장 제품군으로 자리매김
- 기존 화로수 시장의 대체 수요와 천연 모기기피제 신규 수요에 따른 지속 성장 전망

● ● ● 경영전략_고객기반 확대를 위한 신제품 출시 ● ● ●

브랜드 정착에 이어 '유아 → 영아 → 임산부'로 점진적인 시장 통합 전략 추진



•**제품명:** 영아용 피부케어 제품

•**개발기간:** 2016. 01 ~ 2016. 11

•**출시시기:** 2017. 3

* 2017. 3월 베이징 박람회참가 65억원 계약 체결



2018.4월 베이징 박람회 제품전시



•**제품명:** 임산부용 피부케어 제품

•**개발기간:** 2017. 11 ~ 2018. 05

•**출시시기:** 2018. 3

• 2018, 4월 베이징 박람회참가 56억원 계약 체결

• 2018, 7월 상하이 박람회참가 58억원 계약 체결

● ● ● 신제품소개_영아용 시리즈/임산부용 시리즈 ● ● ●

- 제품 기능 : 피부 청결, 모발 청결, 영양 공급
- 핵심 원료 : 피부 저자극성과 우수한 세정력의 사포닌 성분 기반
- 계절 특성 : 사계절 안정적 수요



영양 샴푸 & 바디워시



영아용 파우더



영아용 건강세제



영아용 가려움증 방지크림



영아용 모기기피제



영아용 오일



영아용 보습 크림



영아용 영양크림

- 제품 기능 : 부드럽고 편안한 마사지, 케어, 영양 공급
- 핵심 원료 : 피부 저자극성과 우수한 세정력의 사포닌 성분 기반
- 계절 특성 : 사계절 안정적 수요



수분스킨



수분로션



청결제



속옷 세척제



보습크림



에센스



케어제품



핸드크림

온라인 비즈니스 진출



온라인
기반
제품 확대

중국 최고의
영유아
TOTAL BRAND
"Tea Baby"

프로젝트 설명

애니메이션방송
가맹점지속확대

Teababy
brand



Supply Chain App

엄 마 시 리 즈
유 아 케 어 시 리 즈
의 류 침 구 시 리 즈
문 구 완 구 시 리 즈
유 아 식 품 시 리 즈
수 유 용 품 시 리 즈
차 량 침 대 가 구 시 리 즈
도 서 음 반 시 리 즈

Teababy
Products



02

회사개요 및 경쟁력

Chiese Tea Caring Babies in the Whole World



회사개요

홍콩 지주회사 - 친환경 영유아 화장품 개발, 생산, 판매 법인 지분 100% 지배

지배구조

오가닉티코스메틱홀딩스
Organic Tea Cosmetics Holdings Co., Ltd.
(홍콩, 지주회사, 모회사)

▼ 100%

푸젠통호무역유한공사
(중국, 중간지주회사, 자회사)

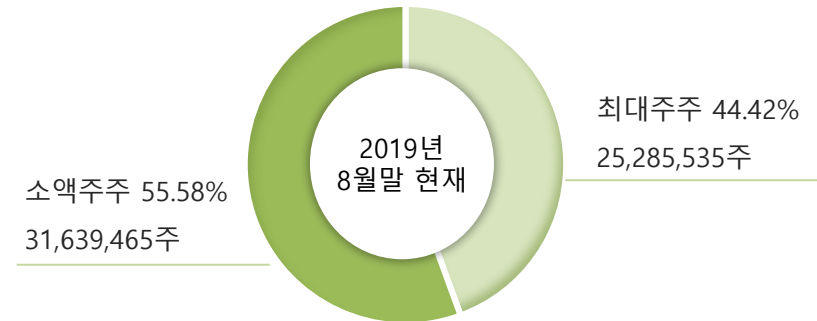
▼ 100%

푸젠해천약업과기발전유한공사
(중국, 손자회사)

▼ 100%

푸젠조농실업발전유한공사
(중국, 증손자회사)

지분구성 / 일반현황



회사명	푸젠해천약업과기발전유한공사
설립일	2009.04.14
자본금	346,363천RMB(2018년)
매출액	1,442,326천RMB(2018년)
임직원수	292명(2018년)
업종	기타 화장품 제조업
주요제품	영유아용화장품
소재지	중국 푸젠성 난핑시 시친진 반허우하이촨로 8호
홈페이지	www.teababy.cn www.organictea-cosmetics.com



원료, 제품의 차별성

친환경, 기능성, 안전성 그리고 상징성을 모두 갖춘 복건성 우이산(武夷山) 차(茶)를 핵심 원료로 선택

차오일

- 추출 원료 : 차
- 주요 성분 : 올레인산, 리놀레산, 스쿠알렌
- 주요 기능성 : 영양 공급, 살균, 소염



폴리페놀

- 추출 원료 : 차
- 주요 기능성 : 살균(진균류, 곰팡이 등)

산차(동백)오일

- 추출 원료 : 산차(동백) 씨앗
- 주요 성분 : 복합비타민, 불포화지방산
- 주요 기능성 : 영양보습, 동상예방, 항알러지



사포닌

- 추출 원료 : 차 씨앗
- 주요 기능성 : 천연 세정, 살균

성장과정

2009년 복건해천약업 설립 후 TeaBaby 브랜드를 중심으로 빠른 성장세 시현 중

2009.04 푸젠해천약업과기발전유한공사 설립
2010 영유아 크림 제품 판매 개시
2010.08 푸젠조농실업발전유한공사 설립

2011.07 우한대학교 바이오연구소와 합작연구소 설립
2011.11 'Tea Baby' 중국광저우영유아용품 박람회 출품
2012.01 CCTV 광고 개시
2012.07 'Tea Baby' 상표 등록
2012.11 모회사 설립(홍콩)

2016.01 생산라인 증설 투자 완료 (약 3배) 목표
2016.03 모회사 사명 변경
→ 오가닉티코스메틱
2016.11 한국 코스닥 상장
2017.2분기 영아용 신제품 출시
2018. 1분기 임신부용 신제품 출시

2009.04 ~ 2011.06 설립기

2011.07 ~ 2015.12 성장기

2016.01 ~ 도약기



2013. 11 'Tea Baby' 우이산 차 박람회 출품
2014.01 자체 생산 개시
2014.03 푸젠통호무역유한공사 설립
2014.04 'Tea Baby' 10대 민족 브랜드 선정
2014.05 저장성TV 광고 개시

2018. 하반기 TeaBaby 애니메이션 9/3일 방영개시
2018.말 TeaBaby 가맹점 1000개 돌파
2019.말 TeaBaby 가맹점 총 2000개 돌파(예정)

연구개발 능력

자체 연구소와 산학협력 연구소 운영 기반 독보적인 연구개발 능력

자체 연구소



- 기초연구부

- 원재료 성분 분석 및 적합성 검사
- 기존 제품 기능 개선
- 신제품 개발
- 제품 테스트

- 제품 설계부

- 제품 용기
- 패키지 디자인 및 공정관리

- 지적재산권

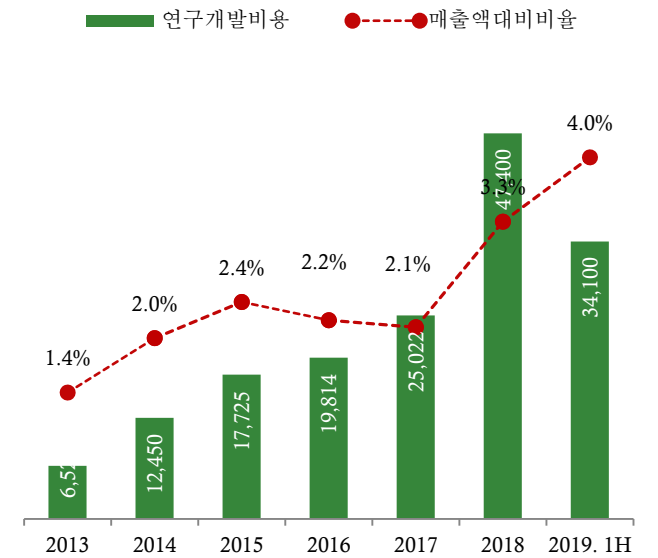
- 향료수분크림 제조방법
- 자외선차단제 제조방법

합작연구소(우한대학교)



연구개발비 투자

단위: 천 RMB



- 핵심 연구인력 확보

- 지속적인 연구개발 투자 확대

- 대표 성공사례: 신제품 차로수 개발 및 성능개선

전략적 유통채널

전략적 유통채널 확보; 약국 - 수익성·안정성 / 영유아 전문매장 - 성장성 / 대형 마트 - 브랜드 인지도



대
리
상
(93개)

약국

- 기능성 화장품 중심의 진입장벽
- 높은 수요 안정성



영유아 전문매장

- 다양한 영유아 제품 혼합 판매
- 영유아 산업 확대와 함께 비중과 중요성이 증대되고 있는 채널

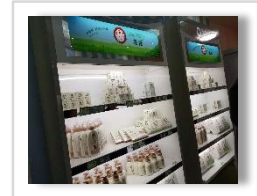


대형 마트

- 브랜드 인지도 확산에 초점을 맞춘 전략 유통 채널



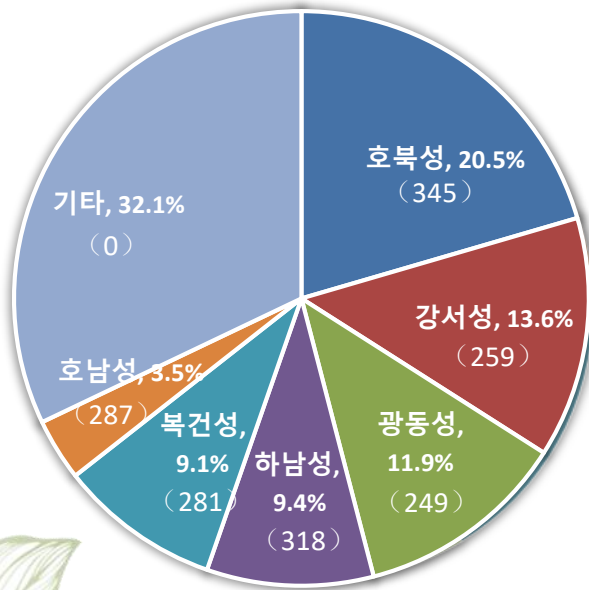
신규채널 가맹점



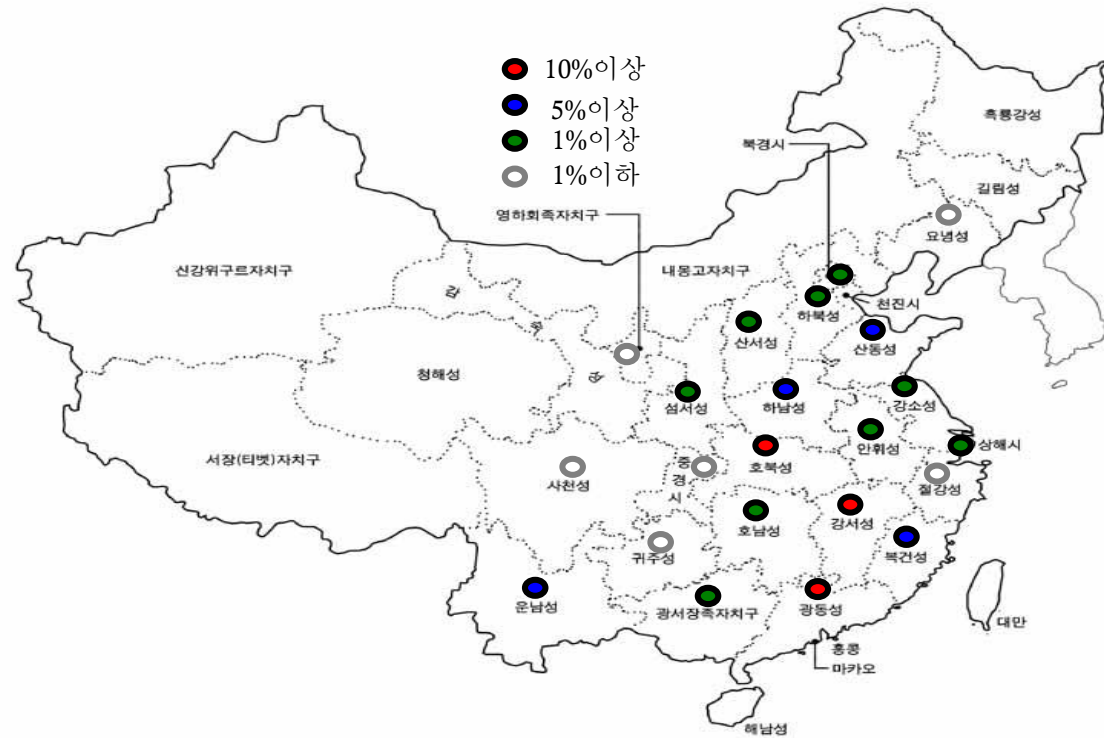
전국2,3,4선 도시 중심 고객 네트워크

푸젠성 주변 5개성을 중심으로 전국 2,3,4선 도시로 확장하는 약국 중심 고객 네트워크

<2018년 지역별 매출 비중>



* ()안은 해당 지역 가맹점 수
- 2019년 8월 31일 기준



요약 재무제표

재무상태표

(단위: 천 RMB)

구분	2015	2016	2017	2018	2019 1H
유동자산	400,802	907,881	1,110,022	1,286,344	1,418,396
현금 및 현금성자산	139,367	594,160	722,924	763,467	663,347
비유동자산	262,469	284,814	335,851	387,237	427,564
자산총계	663,271	1,192,695	1,445,873	1,673,581	1,845,960
유동부채	149,288	156,928	171,023	165,978	244,200
비유동부채	1,147	2,045	1,860	841	4,942
차입금	38,500	49,600	35,300	20,000	24,390
부채총계	150,435	158,973	172,883	166,819	249,141
자본금	16,716	346,363	346,363	346,363	346,363
자본총계	512,836	1,033,722	1,272,991	1,506,762	1,596,819

손익계산서

(단위: 천 RMB)

구분	2015	2016	2017	2018	2019 1H
매출액	754,296	920,742	1,180,659	1,442,326	852,145
매출원가	392,564	476,636	588,350	728,124	438,470
매출총이익	361,732	444,105	592,309	714,202	413,675
판매관리비	149,837	195,203	229,717	347,530	235,691
영업이익	211,896	248,902	362,592	366,672	177,984
기타손익	61,831	26,653	-3,266	6,740	227
금융손익	-2,156	-2,646	-695	954	571
법인세전순이익	271,570	272,910	358,630	374,366	178,781
법인세비용	79,598	81,670	100,390	109,606	62,248
당기순이익	191,972	191,240	258,240	264,760	116,533



Disclaimer

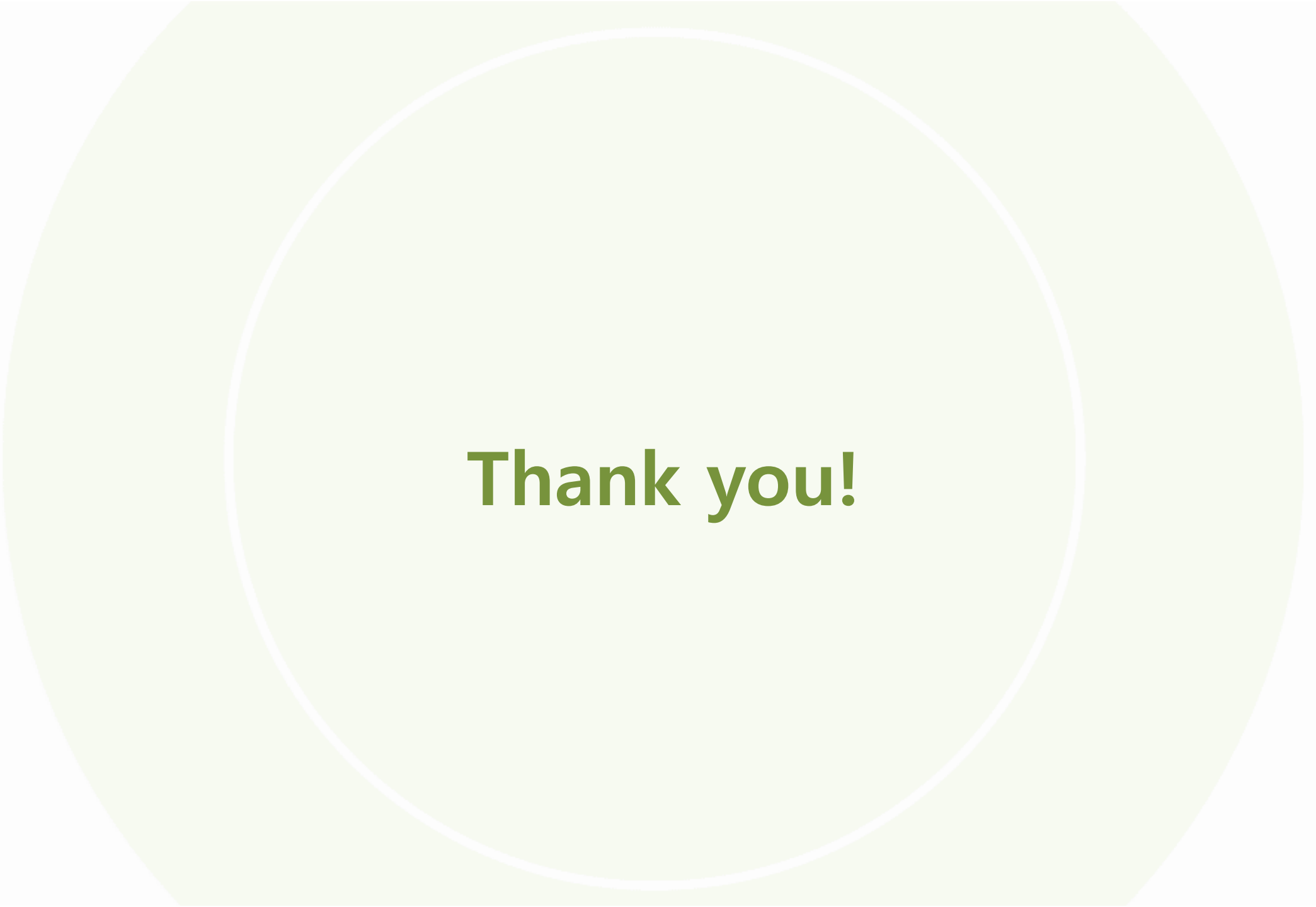
본 자료는 제한된 기관투자자들을 대상으로 실시되는 PRESENTATION에서 정보 제공을 목적으로 오가닉티코스메틱홀딩스(이하 '회사')에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바 입니다. 본 PRESENTATION에의 참석은 위와 같은 제한 사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며, 제한 사항에 대한 위반은 관련 '자본시장과 금융투자업에 관한 법률'에 대한 위반에 해당될 수 있음을 유념해주시기 바랍니다.

본 자료에 포함된 '예측정보'는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다.

이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 '예상', '전망', '계획', '기대', '(E)' 등과 같은 단어를 포함합니다. 위 '예측정보'는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래실적은 '예측정보'에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다. 또한, 향후 전망은 PRESENTATION 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로 미래 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 변경될 수 있으며, 별도의 고지 없이 변경 될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임원들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다. (과실 및 기타의 경우 포함).

본 문서는 주식의 모집 또는 매출, 매매를 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.



Thank you!