



현대건설

2021년 2분기 경영실적

2021년 8월 18일

❖ 목 차

◆ 신규수주 / 수주잔고

◆ 요약 재무제표

▪ 손익계산서

▪ 재무상태표

◆ 손익분석

▪ 매출

▪ 매출원가 및 판매관리비

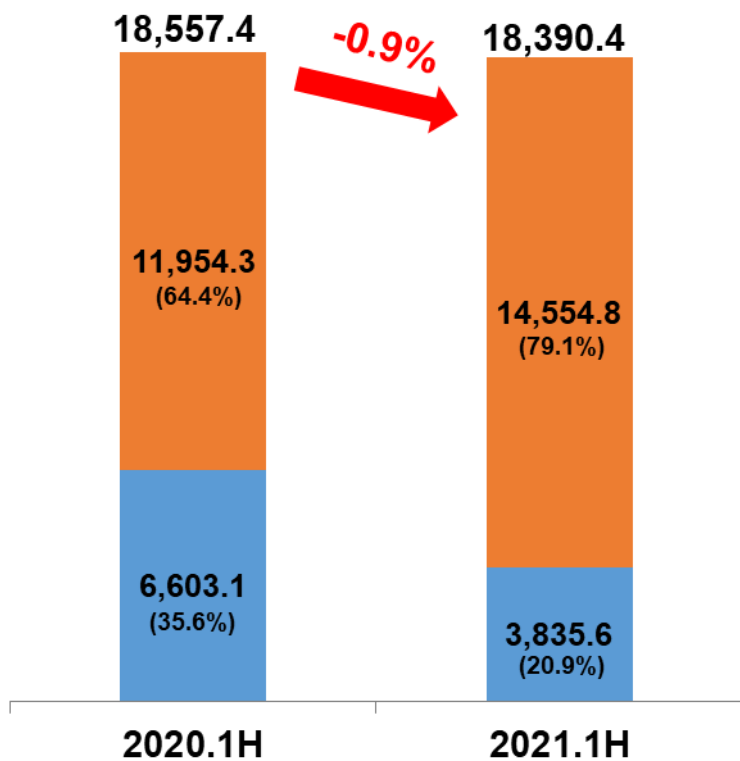
▪ 영업외 손익



지역별

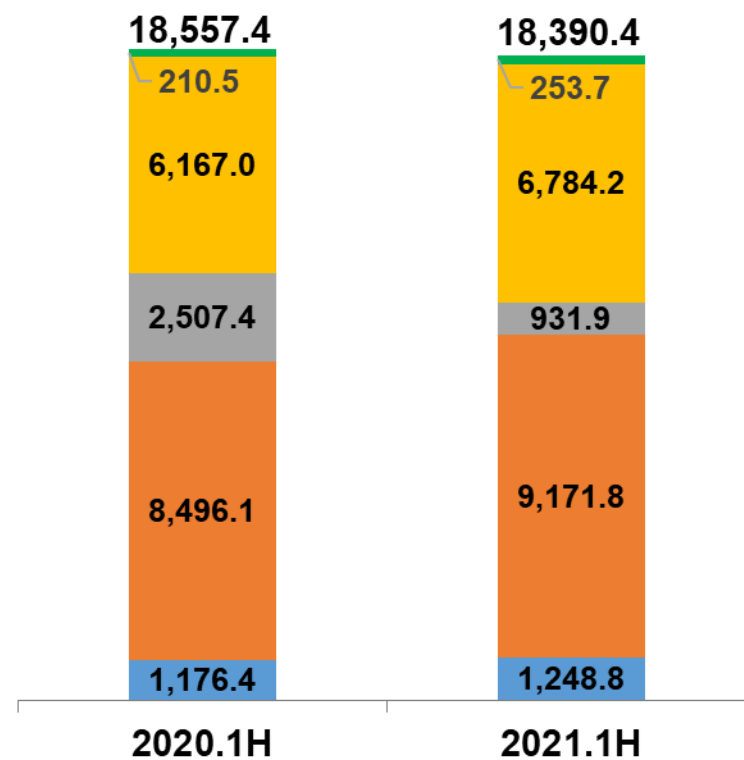
■ 해외 ■ 국내

(단위 : 십억원)



공종별

■ 플랜트/전력 ■ 건축/주택 ■ 토목 ■ HEC ■ 기타 (단위 : 십억원)

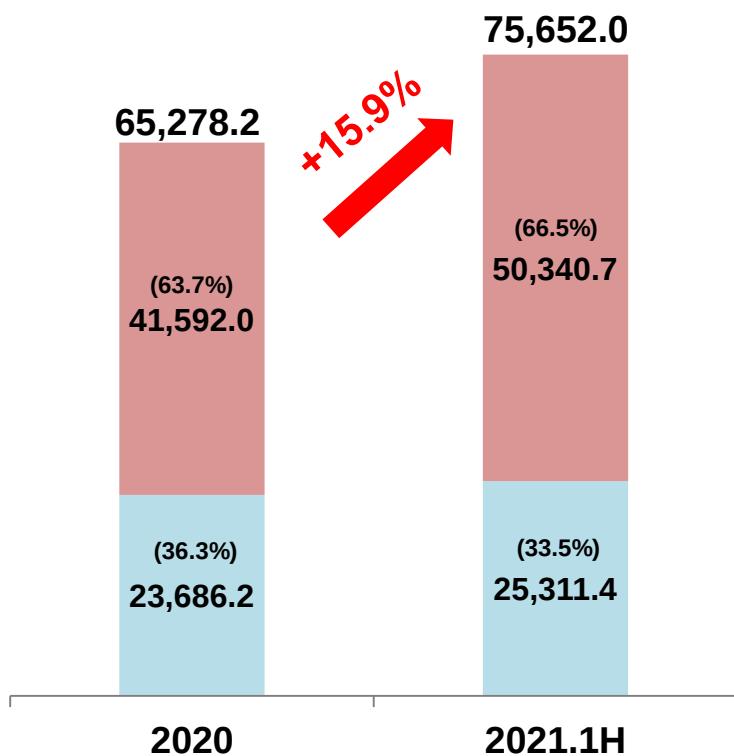




지역별

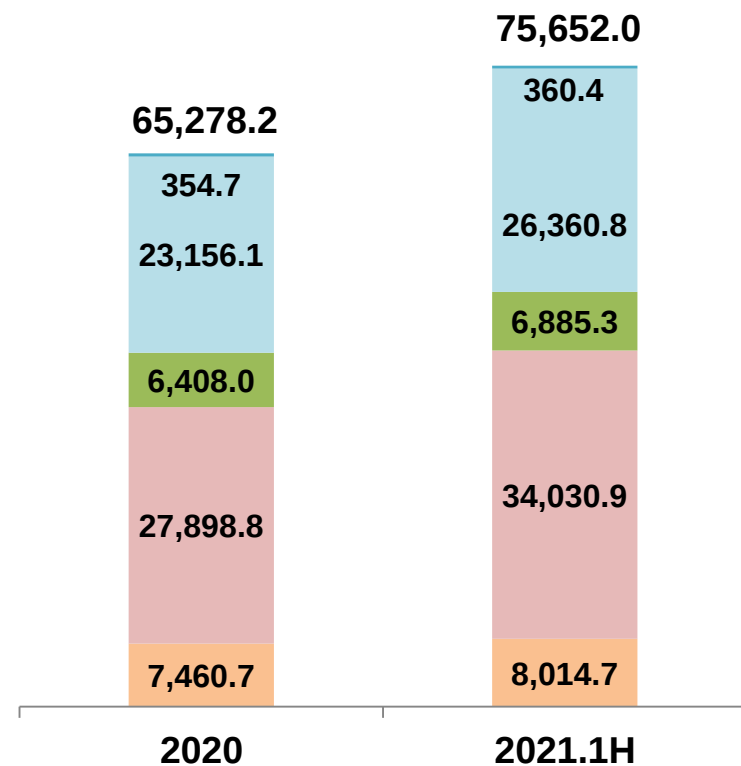
■ 국내 ■ 해외

(단위 : 십억원)



공종별

■ 기타 ■ HEC ■ 토목 ■ 건축/주택 ■ 플랜트/전력 (단위 : 십억원)



요약 재무제표 – 손익계산서(누적)



(단위 : 십억원)

	2021.1H	YoY	2020.1H
매출액	8,533.1	-0.8%	8,603.0
매출총이익	817.8	+9.2%	749.2
(매출총이익률)	9.6%	+0.9%p	8.7%
판매비와 관리비	475.9	+10.7%	430.0
영업이익	341.9	+7.1%	319.2
(영업이익률)	4.0%	+0.3%p	3.7%
세전이익	406.6	+2.8%	395.4
(세전이익률)	4.8%	+0.2%p	4.6%
당기순이익	279.4	+5.0%	266.0
(당기순이익률)	3.3%	+0.2%p	3.1%
지배주주순이익	181.2	+0.7%	180.0
(이익률)	2.1%	+0.0%p	2.1%

요약 재무제표 – 손익계산서(분기)



(단위 : 십억원)

	2021.2Q	QoQ	YoY	2021.1Q	2020.2Q
매출액	4,383.5	+5.6%	-3.5%	4,149.6	4,544.2
매출총이익	418.0	+4.6%	+33.0%	399.8	314.3
(매출총이익률)	9.5%	-0.1%p	+2.6%p	9.6%	6.9%
판매비와 관리비	277.0	+39.3%	+72.7%	198.9	160.4
영업이익	141.0	-29.8%	-8.4%	200.9	153.9
(영업이익률)	3.2%	-1.6%p	-0.2%p	4.8%	3.4%
세전이익	132.2	-51.8%	+22.0%	274.4	108.4
(세전이익률)	3.0%	-3.6%p	+0.6%p	6.6%	2.4%
당기순이익	84.9	-56.3%	+22.3%	194.4	69.4
(당기순이익률)	1.9%	-2.8%p	+0.4%p	4.7%	1.5%
지배주주순이익	46.4	+65.6%	+0.6%	134.9	46.1
(이익률)	1.1%	-2.2%p	+0.1%p	3.3%	1.0%

요약 재무제표 – 재무상태표



(단위 : 십억원)

	2021.1H	변 동	2020
자산	18,377.6	+2.4%	17,939.3
유동자산	13,699.3	+2.2%	13,398.9
현금 / 예금	5,392.6	-2.6%	5,535.6
미청구공사	2,811.2	+22.9%	2,286.8
부채	9,418.0	+2.7%	9,172.9
유동부채	6,820.5	+5.5%	6,467.7
차입금	2,498.5	-0.4%	2,509.8
자본	8,959.6	+2.2%	8,766.4

부 채 비 율

104.6% ➔ 105.1%

+0.5%p

유 동 비 율

207.2% ➔ 200.9%

-6.3%p

자기자본비율

48.9% ➔ 48.8%

-0.1%p

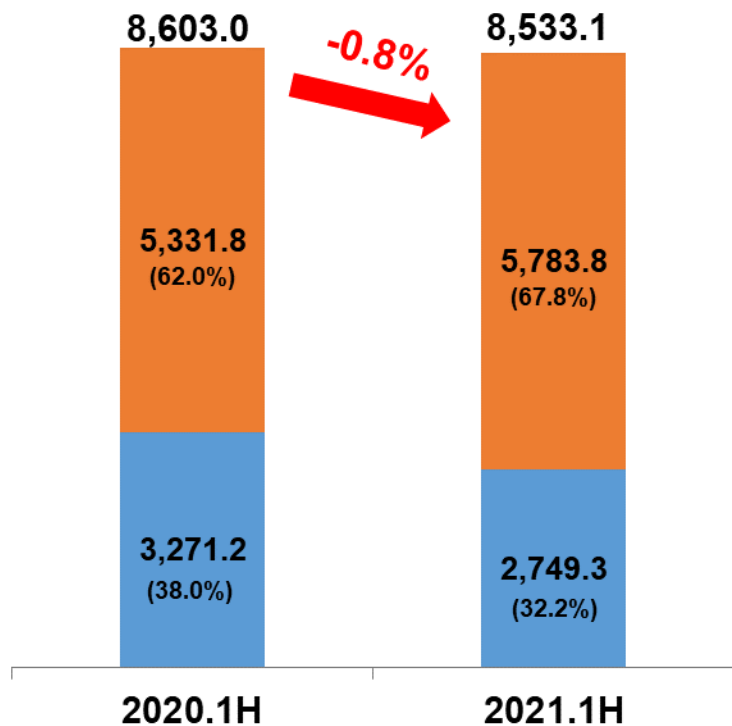
손익분석 - 매출



지역별

■ 해외 ■ 국내

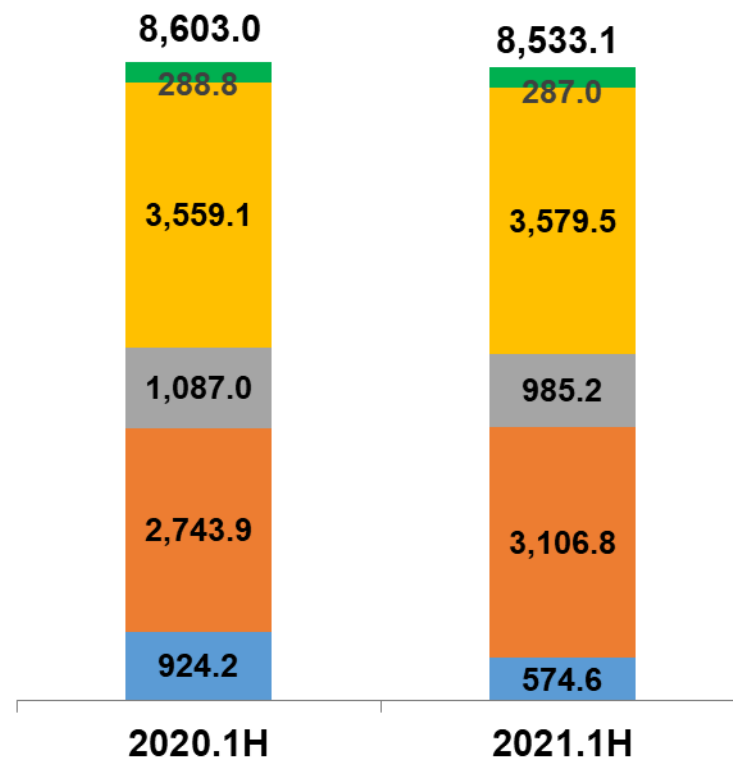
(단위 : 십억원)



공종별

■ 토목 ■ 건축/주택 ■ 플랜트/전력
■ HEC ■ 기타

(단위 : 십억원)

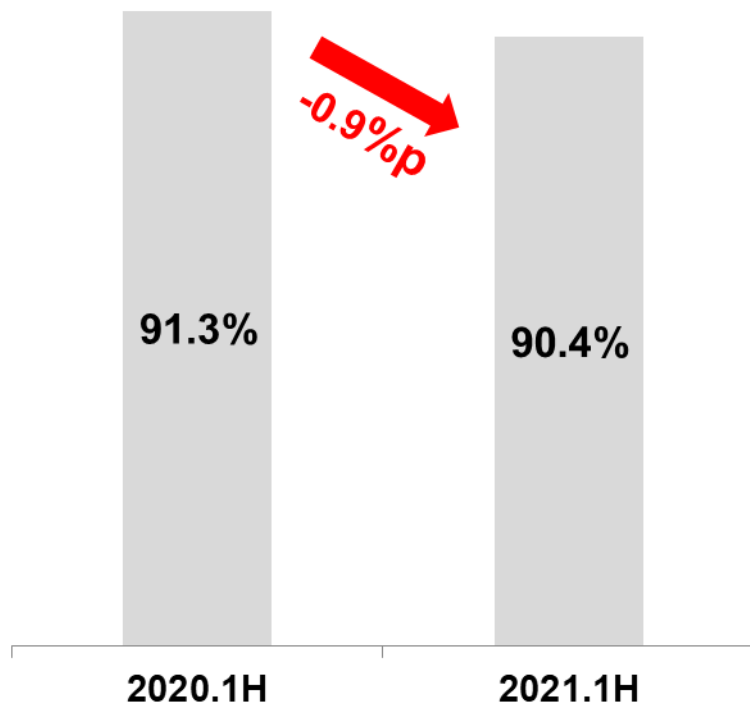


손익분석 - 매출원가 및 판매관리비



매출원가율

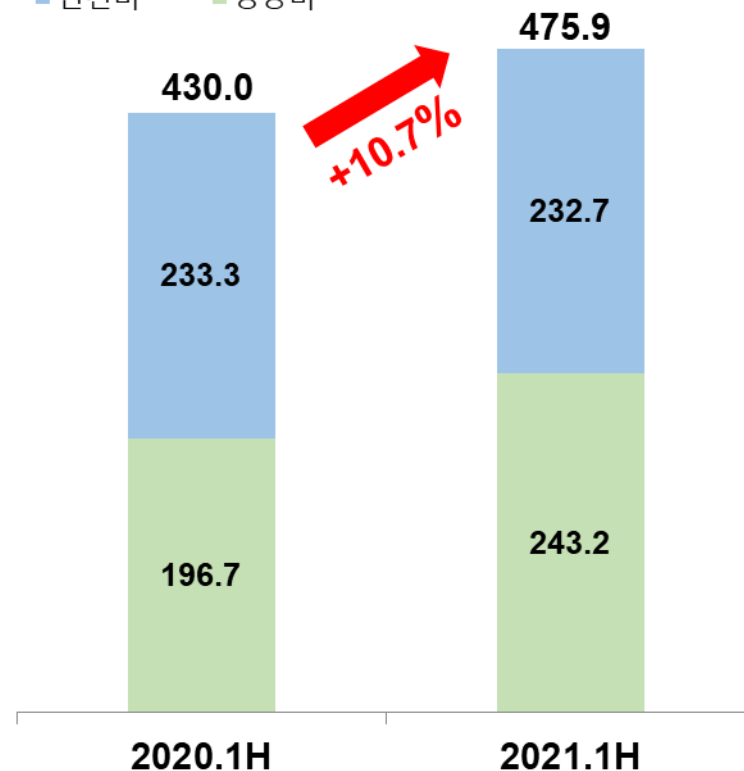
(단위 : 매출액比 %)



판매관리비

(단위 : 십억원)

■ 인건비 ■ 경상비

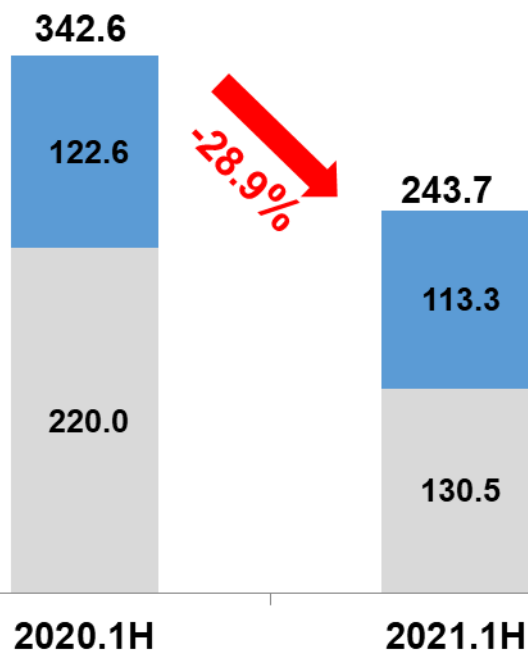


손익분석 - 영업외 손익



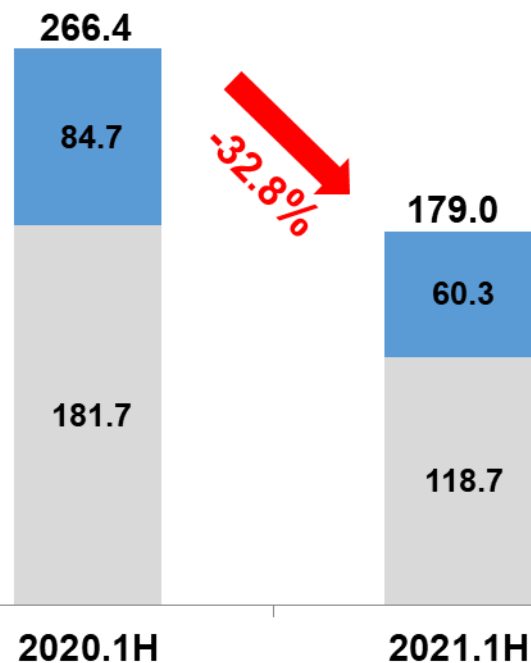
영업외 수익

■ 금융수익 ■ 기타수익 (단위 : 십억원)



영업외 비용

■ 금융비용 ■ 기타비용 (단위 : 십억원)



2020.1H : +762억원

순 영업 외 손익

2021.1H : +648억원



<http://www.hdec.kr/>



CUSTOMER



CHALLENGE



COLLABORATION



PEOPLE



GLOBALITY