

삼양식품 IR자료

2021. 11월

본 자료에 포함된 정보는 삼양식품 관련 정보 제공을 위해 준비된 것입니다. 동 정보는 주식 거래 및 투자의사 결정과 관련한 정보 제공을 목적으로 하고 있지 않습니다.

본 자료는 삼양식품 주식회사(이하 “회사”)가 공시한 재무제표(K-IFRS에 따라 작성된) 및 기타 공시자료와 함께 읽어야 하며 회사는 자료의 내용 완결성에 대해서는 어떠한 진술 보장도 하지 않습니다. 이 자료는 투자 참고 목적으로 제공된 것으로 다른사람에게 재배포 되어서는 안됩니다.

또한 본 자료는 미래에 대한 예측정보를 포함하고 있습니다. 이는 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘기대’, ‘(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다. 이러한 “예측정보”는 불확실한 향후 경영환경의 변화 등에 따라 변동될 수 있는 불확실성을 내포하고 있기 때문에, 실제 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로서 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 달라질 수 있으며, 별도의 고지없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다. 본 자료는 어떠한 경우에도 투자자의 투자결과에 대한 법적 책임 소재의 입증자료로서 사용될 수 없습니다.

CONTENTS

- ① 기업 현황 및 사업 현황 분석
- ② 재무현황 분석
- ③ 삼양식품 SWOT, Peer 그룹 비교 분석
- ④ 향후 전망 및 투자포인트

CONTENTS

- 1 기업 현황 및 사업 현황 분석
- 2 재무현황 분석
- 3 삼양식품 SWOT, Peer 그룹 비교 분석
- 4 향후 전망 및 투자포인트

Overview

- 삼양식품은 국내 3위 라면 사업자로서, 면류, 스낵, 소스, 유제품 및 간편식 등을 판매하는 종합식품기업
- 삼양라면, 불닭볶음면, 짬구 등이 주요 브랜드이며, 불닭볶음면을 중심으로 해외 사업 호조로 수출액이 지속 증가 중

<사업 포트폴리오 및 주요 브랜드>

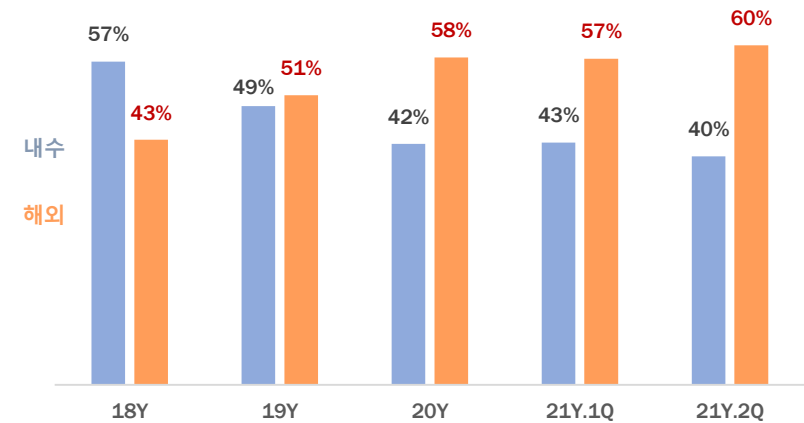
(단위: 억원)

※ 20년도 매출액(별도) 기준

부문	주요 브랜드	매출액	매출점유(%)
면	삼양라면, 불닭볶음면, 짜짜로니 등	5,664	88.9%
스낵	짬구, 사또밥, 별뿔빼이 등	230	3.6%
소스	불닭소스	204	3.2%
유가공	삼양우유	202	3.2%
조미소재, 기타	삼양양조간장 등	68	1.1%

<내수 vs 수출 비중>

※ 20년도 매출액(별도) 기준



<연결 대상 주요 계열사>

회사명	개요	지분율
삼양제분	제분업 및 소맥분 판매	100%
삼양프루웰	판지가공 판매	79.9%
삼양로지스틱스	운송업	72.3%
SAMYANG JAPAN	가공식품 도매	90%

<주요 주주>

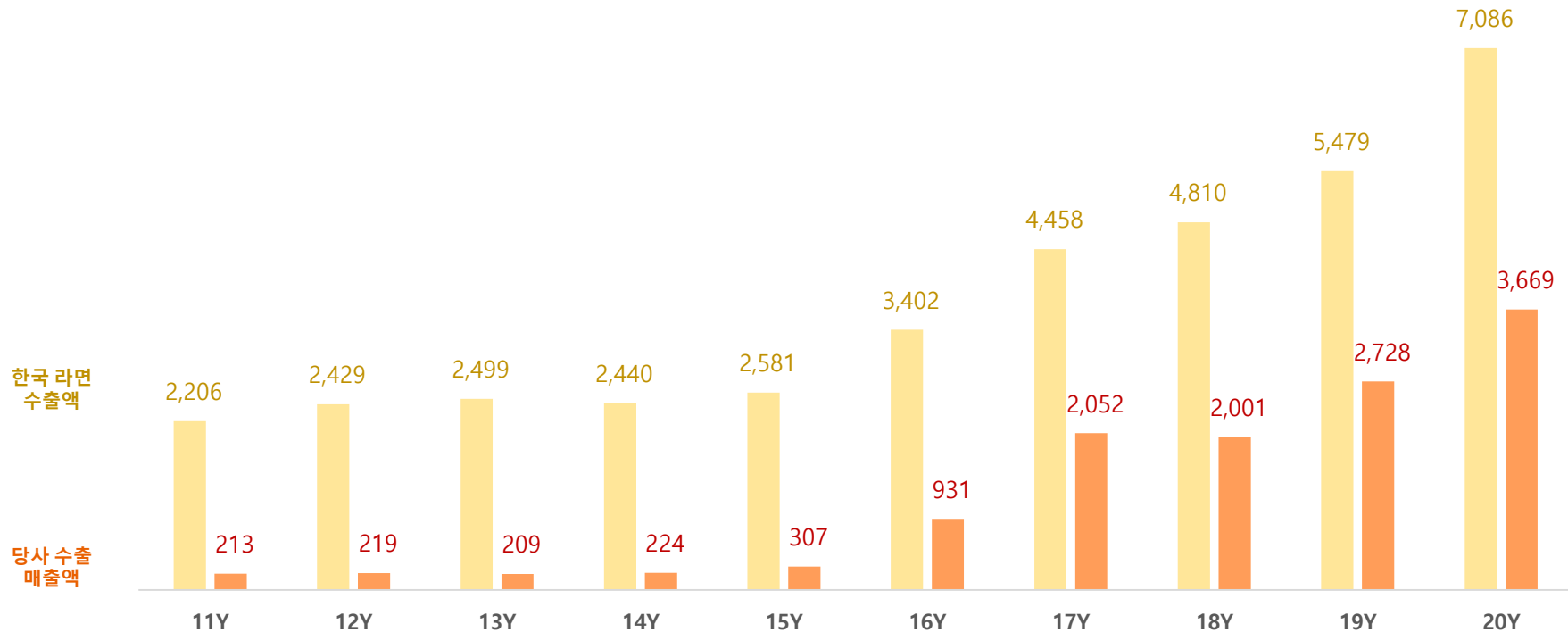
주주	보유 지분율
삼양내추럴스(특수관계인)	33%
기타특수관계인	13%
엠디유니콘제일차	9%
국민연금공단	6%
외국인지분	6%
기타	33%

삼양식품 사업현황

- 내수 라면시장에서의 안정적인 **Top 3** 지위를 바탕으로, 해외사업에서의 비약적인 성장을 통해 지속적인 성장을 기록 중
- 특히, '12년도 불닭볶음면에 대한 유튜브 등 **SNS**마케팅을 적극 활용한 결과, 해외에서의 폭발적인 수요 성장으로 당사 수출액은 '11년 기준 213억에서 '20년 기준 3,669억원으로 상승하였음. 이처럼 약 10년간 한국 라면 수출의 50% 이상을 점유하며 수출 시장을 견인하고 있음.

<한국라면 수출 동향 및 당사 수출 매출액>

(단위 : 억원)



※ 출처 : 한국투자증권, 국내 해외 매출액 - 당사 별도 재무제표

재무실적 요약 (별도)

- 외형성장에 기반한 높은 영업현금창출능력을 바탕으로, 실질적인 무차입구조가 유지되고 있음.

<요약 손익계산서(별도)>

(단위 : 억원)

구분(별도)	2020				2021	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
매출액	1,538	1,716	1,642	1,471	1,375	1,443
영업이익 (%)	217 (14.1%)	251 (14.6%)	190 (11.6%)	137 (9.3%)	104 (7.6%)	101 (7.0%)
EBITDA (%)	242 (15.7%)	277 (16.1%)	216 (13.2%)	173 (11.8%)	129 (9.3%)	132 (9.2%)
세전이익 (%)	240 (15.6%)	250 (14.6%)	182 (11.1%)	90 (6.1%)	127 (9.2%)	101 (7.0%)
당기순이익 (%)	181 (11.8%)	197 (11.5%)	138 (8.4%)	63 (4.3%)	101 (7.3%)	76 (5.3%)

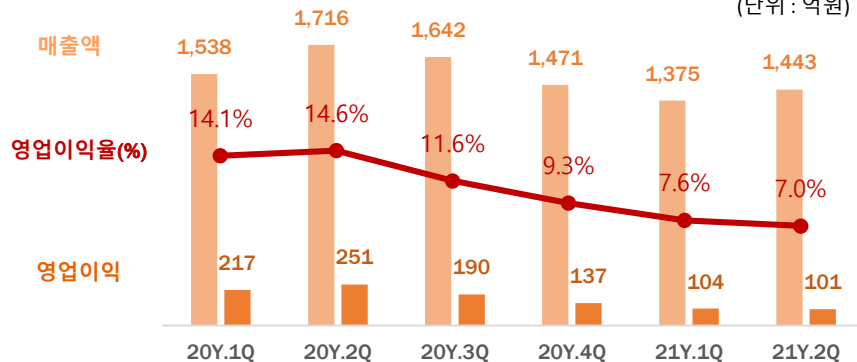
<요약 재무상태표(별도)>

(단위 : 억원)

구분(별도)	18Y	19Y	20Y	21Y.1Q	21Y.2Q
자산	3,875	4,379	5,162	5,337	5,640
현금 및 현금성 자산	421	696	864	517	678
부채	1,643	1,697	1,987	2,119	2,345
차입금	508	531	640	820	1,077
자본	2,322	2,682	3,175	3,218	3,295
부채 비율	73.6%	63.3%	62.6%	65.8%	71.2%
차입금 비율	22.8%	19.8%	20.2%	25.5%	32.7%
순차입금 비율	3.9%	-6.2%	-7.1%	9.4%	12.1%
ROE	15.3%	19.1%	18.2%	3.1%	2.3%
ROA	8.8%	11.7%	11.2%	1.9%	1.3%

<분기별 실적 추이>

(단위 : 억원)



재무실적 요약 (연결)

<요약 손익계산서_연결>

(단위 : 억원)

구분(연결)	2020				2021	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
매출액	1,564	1,741	1,671	1,510	1,400	1,476
영업이익 (%)	267 (17.1%)	295 (16.9%)	234 (14.0%)	158 (10.5%)	144 (10.3%)	143 (9.6%)
EBITDA (%)	295 (18.9%)	328 (18.9%)	266 (15.9%)	197 (13.1%)	177 (12.7%)	176 (12.0%)
세전이익 (%)	291 (18.6%)	291 (16.7%)	225 (13.5%)	100 (6.6%)	166 (11.9%)	141 (9.6%)
당기순이익 (%)	227 (14.5%)	233 (13.4%)	176 (10.5%)	44 (2.9%)	132 (9.5%)	108 (7.3%)

<요약 재무상태표_연결>

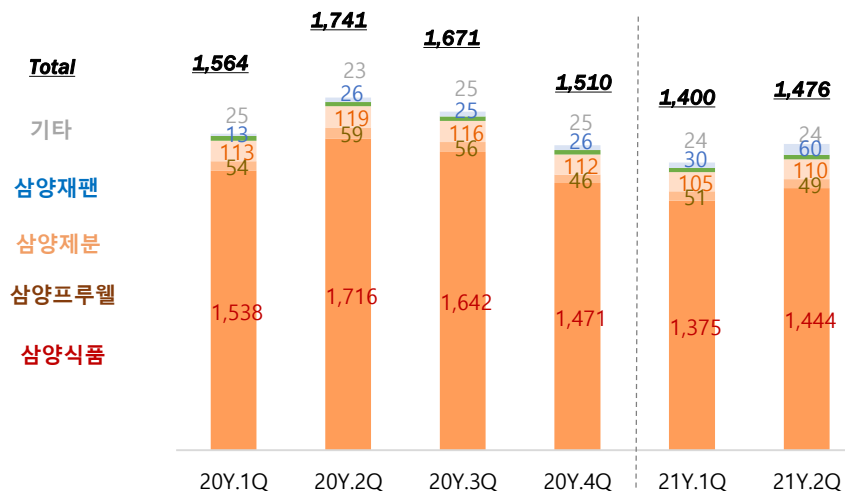
구분(연결)	18Y	19Y	20Y	21Y.1Q	21Y.2Q
자산	4,121	4,704	5,562	5,804	6,112
현금 및 현금성 자산	531	875	1,040	731	803
부채	1,777	1,827	2,089	2,257	2,455
차입금	592	598	697	877	1,097
자본	2,344	2,876	3,473	3,547	3,657
부채 비율	75.8%	63.5%	60.2%	63.6%	67.1%
차입금 비율	25.3%	20.8%	20.1%	24.7%	30.0%
순차입금 비율	2.6%	-9.6%	-9.9%	4.1%	8.0%
ROE	15.1%	20.9%	19.6%	3.7%	3.0%
ROA	8.6%	12.8%	12.2%	2.3%	1.8%

※ 연결대상법인(6개사): 삼양프루웰, 삼양제분, 삼양재팬, 삼양로지스틱스, 삼양T.H.S, 호면당

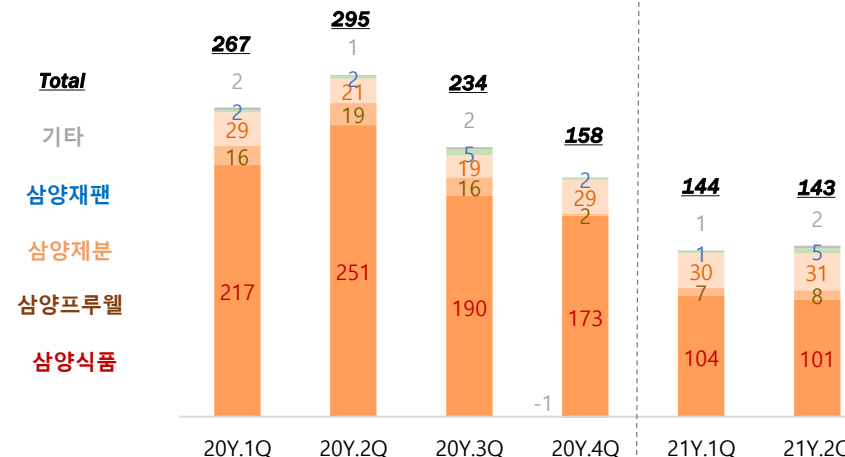
※ 기간 : 2020.1Q ~ 2021.2Q

<매출(연결)현황 추이 >

(단위 : 억원)



<영업이익(연결)현황 추이 >



※ 별도기준의 손익 기준으로 작성 (연결기준 미표시)

CONTENTS

- 1 기업 현황 및 사업 현황
- 2 재무현황 분석
- 3 삼양식품 SWOT, Peer 그룹 비교 분석
- 4 향후 전망 및 투자포인트

재무상태 분석

<재무상태표_별도>

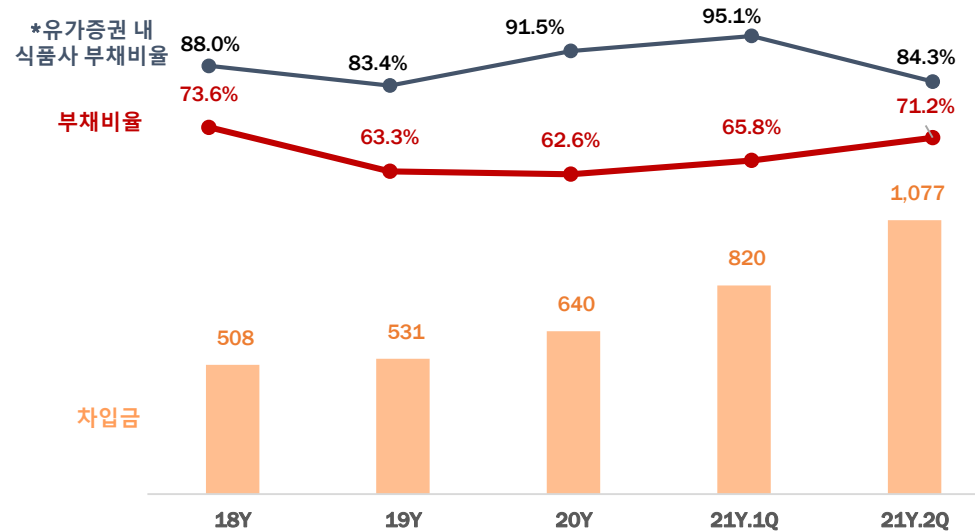
(단위 : 억원)

구분(별도)	18Y	19Y	20Y	21Y.1Q	21Y.2Q
유동자산	1,142	1,552	1,658	1,772	1,913
당좌자산	932	1,307	1,376	1,465	1,599
재고자산	210	245	282	308	314
비유동자산	2,734	2,875	3,504	3,565	3,727
유형자산	2,315	2,346	2,941	2,785	3,176
투자자산	377	406	388	225	403
무형자산	28	32	35	37	33
기타비유동자산	14	44	139	518	115
자산 총계	3,876	4,379	5,162	5,337	5,640
유동부채	1,378	1,482	1,603	1,535	1,557
비유동부채	265	215	384	583	788
부채 총계	1,643	1,697	1,987	2,119	2,345
자본금	377	377	377	377	377
기타자본	129	129	129	129	129
기타포괄손익누계	33	28	22	25	26
이익잉여금	1,693	2,148	2,647	2,687	2,763
자본총계	2,233	2,682	3,175	3,218	3,295

- 밀양 신공장 건설과 관련한 건면 설비 등 신규 도입에 따른 유형 자산이 증가하였음.
- 밀양 신공장 관련 투자에 따라 차입금이 증가하고 있으나, 순차입/EBITDA 가 0.5 미만으로 지속 유지중으로 안정적인 재무구조 유지 중
- 높은 현금성자산 보유현황과 영업활동현금흐름 등을 활용한 우수한 유동성 대응능력을 보유함

<연도 별 차입금 추이>

(단위 : 억원)



* 출처 KOSIS 내 유가증권 산업별 재무 현황

손익 현황 분석

<손익계산서_별도>

(단위 : 억원)

구분(별도)	2020				2021	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
매출액	1,538	1,716	1,642	1,471	1,375	1,443
매출원가 (%)	1,117 (72.6%)	1,228 (71.6%)	1,203 (73.7%)	1,114 (75.7%)	1,060 (77.1%)	1,110 (76.9%)
매출총이익 (%)	421 (27.4%)	488 (28.4%)	439 (26.7%)	357 (24.3%)	315 (22.9%)	333 (23.1%)
판매와관리비 (%)	203 (13.2%)	237 (13.8%)	249 (15.2%)	220 (15.0%)	211 (15.4%)	232 (16.1%)
영업이익 (%)	217 (14.1%)	251 (14.6%)	190 (11.6%)	137 (9.3%)	104 (7.5%)	101 (7.0%)
영업외수익	40	7	9	12	35	10
영업외비용	17	8	17	59	12	10
세전이익 (%)	240 (15.6%)	250 (14.6%)	182 (11.1%)	90 (6.1%)	127 (9.2%)	101 (7.0%)
법인세	50	53	44	27	27	25
당기순이익 (%)	181 (11.8%)	197 (11.5%)	138 (8.4%)	63 (4.3%)	101 (7.0%)	76 (5.2%)

[증감(YoY)]

- 당해 2Q의 매출액의 경우, 전년 2Q 비 -273억 (-15.9%) 하락
- 코로나 확산시기였던 전년 비 라면 수요 하락 및 환율 하락으로 인해 매출 감소
- 당해 2Q 영업이익의 경우, 전년 2Q 비 -150억(-59.7%) 감소 및 영업이익율 -7.6%p 하락
- 국제 곡물/팜유가 인상, 정기임금 인상으로 전년 비 인건비 및 원재료 비용 상승
- 전년 2Q 비 광고선전비 증가 및 해상운임단가 상승에 따른 수출제반비용 증가
- 당해 2Q 당기순이익의 경우, 전년 2Q 비 -121억(-61.5%) 감소 및 당기순이익율 -6.3%p 하락

[증감(QoQ)]

- 당해 2Q의 매출액의 경우, 당해 1Q 비 68억 (+5%) 증가
- 해외 대부분의 지역에서의 수출 증가로 당해 1Q 비 매출 증가
- 당해 2Q 영업이익의 경우, 당해 1Q 비 -2억 (-2.4%) 감소 및 영업이익율 -0.5%p 하락
- 정기임금 인상으로 당해 1Q 비 인건 비용 상승
- 당해 1Q 비 광고선전비 증가 및 해상운임 단가 상승에 따른 수출제반비용 증가
- 당해 2Q 당기순이익의 경우, 당해 1Q 비 -25억 (-24.7%) 감소 및 당기순이익율 -2.2%p 하락

사업부문 별 실적

<품목 별 매출 현황(별도)>

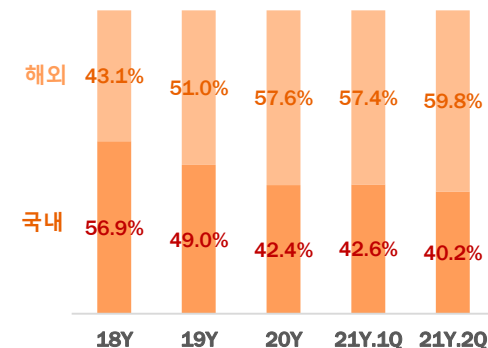
(단위 : 억원)

구분(별도)	18Y	19Y	20Y	21Y.1Q	21Y.2Q
국내	2,641	2,624	2,699	586	581
면	2,177	2,032	2,127	460	463
스낵	179	214	192	44	39
조미 소재	65	60	47	9	10
소스	8	96	120	27	24
유가공	201	210	202	43	42
기타	12	12	11	2	2
해외	2,001	2,728	3,669	789	863
면	1,985	2,658	3,537	760	836
스낵	13	34	38	8	8
소스	-	30	83	15	15
기타	3	6	11	6	4

[국내]

- '21년 1Q 比 국내 매출 -5억원 감소
- 신제품 출시 효과로
(삼양비빔면, 4가지 치즈불닭볶음면 등)
당해 1Q 比 면 매출 3억 증가하였으나,
스낵 신제품 출시 효과 감소 및 소스 SKU
축소로 매출 하락

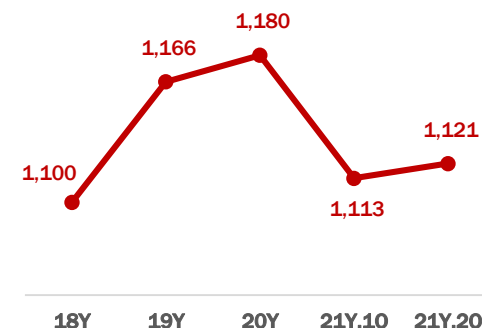
<국내/해외 매출 점유 현황 (%)>



[해외]

- '21년 1Q 比 해외 매출 74억원 증가
- 당해 1Q 比 평균 환율 상승 효과 및
국가 별 온오프라인 행사 확대로
매출 상승

<분기 별 매매 환율 현황>



'21년 1Q 하나은행 평균 고시 환율 1,113원

'21년 2Q 하나은행 평균 고시 환율 1,121원

주요 지역 별 실적

<해외지역별 매출구성(별도)>

(단위 : 억원)

구분(별도)	18Y	19Y	20Y	21Y.1Q	21Y.2Q
한국	2,641	2,624	2,699	586	581
중국	819	1,218	1,491	281	306
미주	235	326	652	110	108
아시아	759	905	1,081	250	268
오세아니아	48	66	70	13	17
기타	191	298	493	160	196

<중국 사업 부문>

- 중국 매출은 '18년 819억, 해외 매출 전체의 17.6%에서 20년 1,491억, 구성비 23.4%까지 성장
- '21년 상반기의 경우, 코로나 기저효과로 전년 상반기 833억 比 -245억, -29.4% 감소
- 중국 법인 설립 완료 후, 영업활동 준비 중

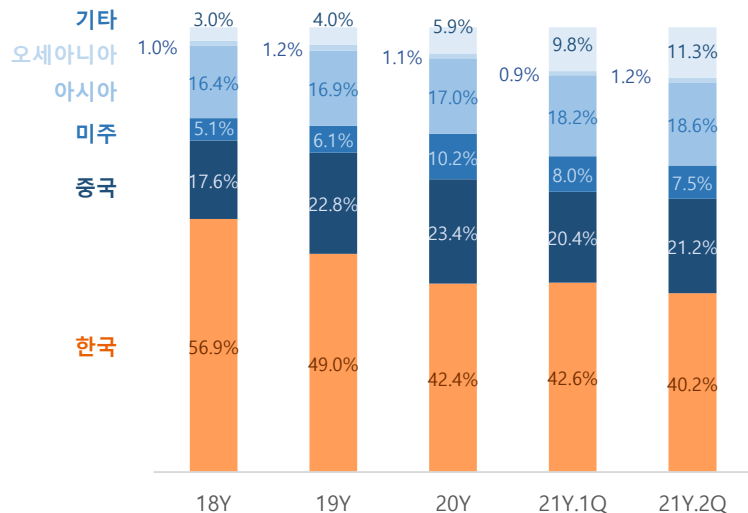
<미주 사업 부문>

- 미주 매출은 '18년 235억, 해외 매출 전체의 5.1%에서 20년 652억, 구성비 10.2%까지 성장
- '21년 1월 이후 선박확보 난항 등으로 매출 하락 Trend 지속
- 미국법인 설립 진행 완료 후, 영업 활동 준비 중

<아시아 사업 부문>

- 아시아 매출은 '18년 759억, 해외 매출 전체의 16.4%에서 20년 1,081억, 구성비 18.6%까지 성장
- 아시아 채널 內 주요 수출 국가는 태국, 말레이시아, 인도네시아 등
- 21년 1Q 比 22년 2Q 동남아 온오프라인 판촉행사 확대

<국가 별 매출 점유 현황 (%)>



주요 브랜드 별 실적

<국가 별 매출(별도)>

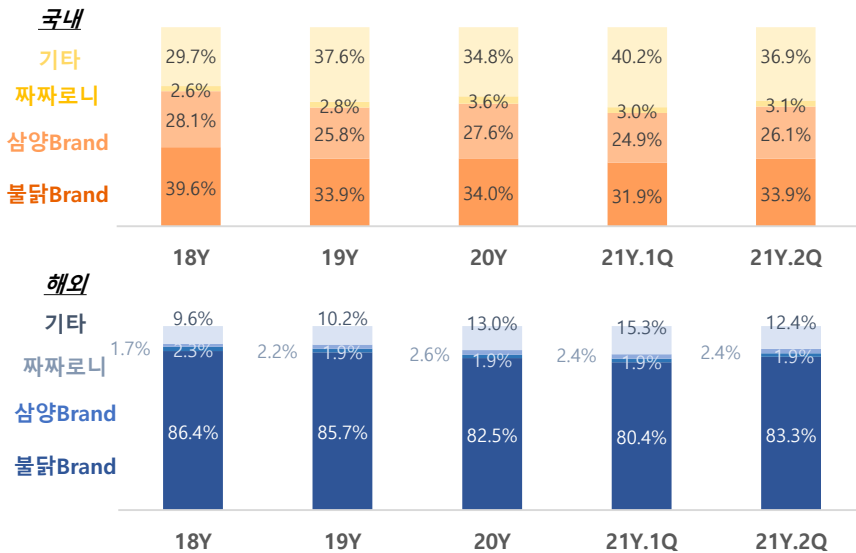
(단위: 억원)

구분(별도)	18Y	19Y	20Y	21Y.1Q	21Y.2Q
내수	2,641	2,624	2,699	586	581
불닭Brand	1,046	888	918	187	197
삼양Brand	742	676	744	146	152
짜짜로니	69	74	98	18	18
기타	783	985	939	235	214
해외	2,001	2,728	3,669	789	863
불닭Brand	1,729	2,338	3,029	635	719
삼양Brand	46	51	69	15	17
짜짜로니	34	61	96	19	21
기타	193	277	475	121	107

<불닭Brand 부문>

- 4가지 치즈 불닭볶음면 출시 및 유튜브 광고 영상 제작 등 마케팅 활동 확대로 당해 1Q 比 매출 확대
- 당해 1Q 중국 매출 內 불닭볶음면 오리지널 매출 점유율 81.4%에서 당해 2Q 77.4%로 -4% 감소
→ 기타 불닭Brand 중국 매출 內 점유율 12.8% → 17.2%로 매출 점유율 4.5% 확대

<Brand 별 매출 점유 현황 (%)>



<삼양Brand 부문>

- 삼양 비빔면 출시로 당해 내수 1Q 比 매출 확대
→ 국물면 계절적 요인 극복 위해 출시

* 라면의 계절적 요인(특징)

- 하절기: 국물라면 수요 ↓ / 비빔면 수요 ↑
- 동절기: 국물라면 수요 ↑ / 비빔면 수요 ↓

☞ 여름철 뜨거운 음식제품에 대한 수요 감소

CONTENTS

- 1 기업 현황 및 사업 현황 분석
- 2 재무현황 분석
- 3 **삼양식품 SWOT, Peer 그룹 비교 분석**
- 4 향후 전망 및 투자포인트

삼양식품 SWOT 분석

S(strength)

- 오랜 전통, 고객 충성도 및 인지도
- 불닭볶음면 히트 제품 차별화 역량: 제품 컨셉, 프리미엄화, 미디어/온라인화 마케팅 전략
- 라면 시장 과점화: 높은 진입 장벽
- 해외 전략 주효: 마케팅 차별화, 유통망 구축
- 높은 수익성 확보

O(opportunity)

- 해외 시장 고성장
- K-Pop, K-Beauty 등 K-컨텐츠 인지도 확산
- 한국 라면 중 대표 수출 브랜드로 인지, 중.미 현지 법인 설립으로 적극적인 공략 예상
- 22년 밀양공장 완공: 라면 CAPA 12억 -> 18억개



W(weakness)

- 높은 라면 단일품목 매출 의존도
- 라면류내 제품 다각화/ 기타 면류 또는 제품 다각화 미미
- 낮은 국내 시장 점유율, 국내 시장 점유율 또한 소폭 하락 추세

T(threat)

- 대체식품 증가와 웰빙트렌드 확산
- 원재료 가격, 운임비 상승
- 내수 경쟁 심화

피어그룹 비교

	삼양식품	농심	오뚜기	팔도
소개	라면의 원조, 볶음면 강자	라면 업계 no.1	공격적인 추격자	비빔면 강자
특징	'21년 해외 매출 비중 60%	21년 라면 해외 매출 비중 50% 상회 안정적인 브랜드 포트폴리오	안정적인 제품 포트폴리오	단일 품목 높은 해외 비중
주요 브랜드	삼양라면, 짜짜로니, 불닭볶음면 등	신라면, 짜파게티, 너구리, 육개장, 안성탕면	진라면, 참깨라면, 진짬뽕	왕뚜껑, 비빔면, 틈새라면
구성비	라면 88.9% 스낵 3.6% 소스 3.2% 유가공 3.2% 조미소재 및 기타 1.1%	라면 70% 스낵 14% 음료 6% 기타 10%	면제품류 27% 건조식품류 14% 양념소스류 14% 유지류 13% 가공품 12% 기타 20%	-
매출액	6,485억원	2.6조원	2.6조원	4,773억원
영업이익	953억원	1,602억원	1,984억원	255억원
(영업이익률)	(14.7%)	(6.1%)	(7.6%)	(5.3%)
순이익	680억원	1,490억원	1,103억원	673억원

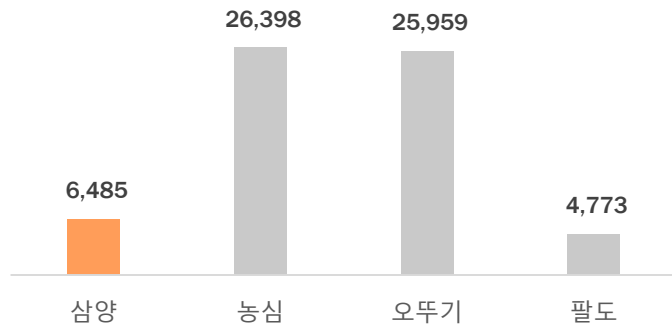
피어그룹 비교 분석

- 삼양식품은 선제적인 해외시장 진출로 피어그룹 내 경쟁사 대비 해외사업에 대한 집중도가 높으며 이러한 특징은 경쟁사 대비 높은 매출성장성과 영업이익율을 보이고 있음.

<매출 규모>

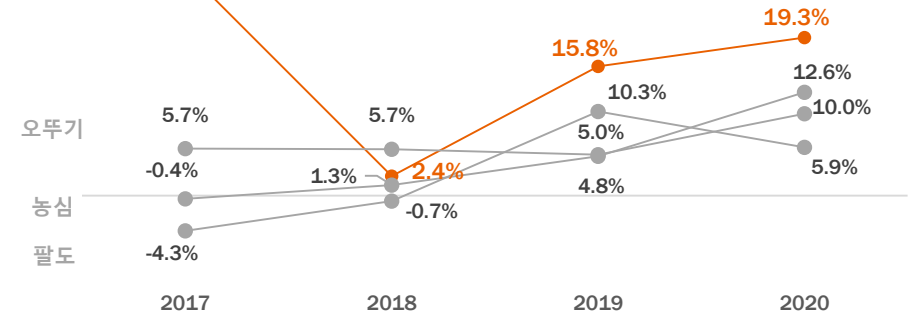
(단위 : 억원)

※ 20년도 매출액(연결) 기준

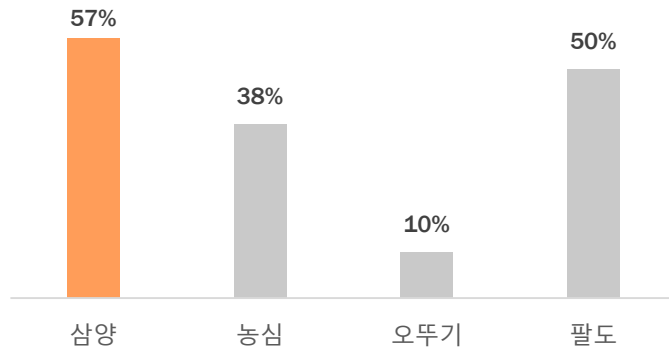


<매출 성장성>

삼양식품

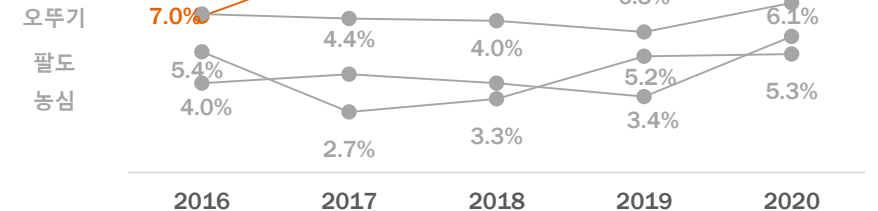


<해외 사업 비중>



<영업이익률 비교>

삼양식품



주: 수출+해외 내수 매출 합산 기준

CONTENTS

- ① 기업 현황 및 사업 현황 분석
- ② 재무현황 분석
- ③ 삼양식품 SWOT, Peer 그룹 비교 분석
- ④ 향후 전망 및 투자포인트

Investment Highlight

- **국내 3위 라면 사업자, 국내 라면 시장 안정성과 과점화 구도로 인한 높은 진입 장벽 형성**
 - 삼양라면 오랜 역사와 히트 제품 보유, 내수 시장에서 꾸준한 점유율 유지
 - 20년 Covid 19 높은 기저와 소맥.팜유 등 주요 원재료 가격 상승으로 21년 고전
 - 2021년 9월 평균 6.9% 가격 인상 -> 2022년 온기 반영되며 원가 부담 완화 예상
- **스테디 히트 셀러 보유, 글로벌화 전략으로 해외 사업 고성장 지속 전망**
 - K-컨텐츠 인지도 확대에 힘입어 K-Food도 해외 사업 본격화 단계
 - 수출 호조로 내수 위주의 경쟁사들보다 압도적인 매출 성장률과 높은 수익성 확보
 - 중국, 미국 해외 현지법인 설립으로 2021년부터 해외 사업 공략 박차
 - 2022년 밀양공장 완공으로 수출 물량 증가 적극 대응 가능
- **중장기 제품/사업 다각화 전략 -> 종합 식품 기업 변모**
 - 높은 수익성과 재무건전성에 힘입어 면류 라인업 강화, 제품 다각화, 신규 사업 및 사업 다각화 모색

ESG 활동 및 평가 등급 현황 (KCGS 평가 기준)

E 환경	S 사회	G 지배구조	ESG 내재화 활동
협력회사 ESG경영지원 업무 협약식 친환경 제품 출시 - 비건 인증 취득 - 녹색인증 포장재 사용 친환경 관리 활동 - 1사 1하천 가꾸기 생물종 다양성 보존 MOU 체결 및 활동 환경 서포터즈 모집 RE100 계약체결 	삼양식품 노사 협약식 ESG기금 마련 협약식 ESG 경영 캠페인 - 그린 챌린지 - 페이퍼 리스 소비자 중심 경영 선포 - CCM 사내 홍보 인권 경영 선언식 	이사회 內 위원회 설치 - 감사위원회 - 보상위원회 - ESG위원회 - 사외이사후보추천위원회 - 경영위원회 ESG 현황 공개 이사회 구성 및 규정 공개 주주총회 및 이사회 개최 현황 공개 배당현황 공개 지배구조 부문 영문 홈페이지 리뉴얼 	ESG교육 영상 레터링 - 매월 격주 팀장 대상 발송 ESG트렌드 및 이슈 공유 2분기 '생활 속 작은 실천' 잔반 제로 그린 캠페인 시행  

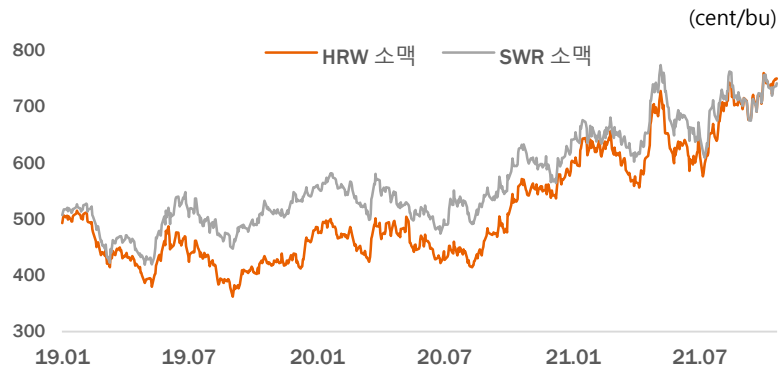
평가 년도	ESG 통합 등급	E 환경	S 사회	G 지배구조
2019	C	C	B	D
2020	B	B	B	B
2021	A	A	A+	A

기타 경영 활동 현황

<면류 가격 인상 시행>

- 가격 인상 사유
 - 지속적 제조경비 상승 및 외부 환경요인 변화로
당사 경영활동에 부담요인 가중

<소맥가격 추이>



- 가격인상 시기 : **2021년 9월 1일**
- 인상률 : **평균 6.9%**
 - 주요제품 인상률 (내수 기준)

구분	제품군	소비자가(원)		인상액(원)
		AS-IS	TO-BE	
봉지면	삼양라면	810	860	50
	불닭볶음면	1,050	1,150	100
	까르보불닭볶음면	1,500	1,600	100
용기면	큰컵삼양라면	1,100	1,200	100
	큰컵불닭볶음면	1,400	1,500	100
	큰컵까르보불닭볶음면	1,500	1,600	100

<해외법인 설립>

- 지분구조: 삼양식품 **100%**
- 영업범위
 - 영업(온/오프라인)
 - 온라인 직영몰 운영
 - 마케팅(브랜드 관리, 상품소싱 등)
- 법인 설립지: 미국, 중국 內
- 법인 설립 시기
 - 미국 법인 '21년 8월 / 중국 법인 '21년 11월
- 등록 자본금: 미국 법인 **2백만USD** / 중국 법인 **9백만RMB**

해외법인 진출 국가
마진율 상승 효과 기대

<밀양신공장 현장 전경 및 현황 사진>

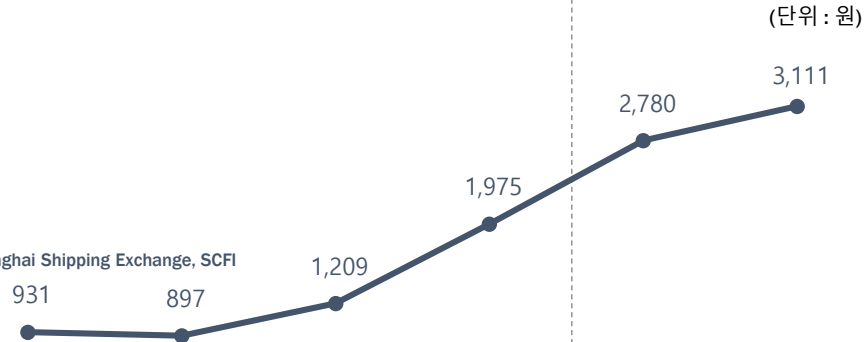
- 밀양신공장 전경 ('22년 4월 완공 예정)



시황 및 전망

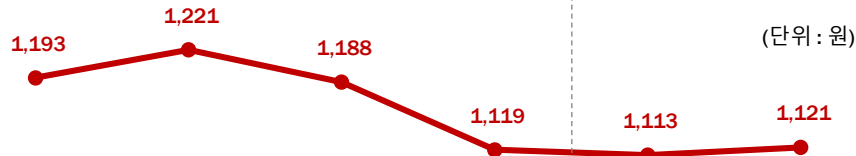
SCFI 지수

※ 출처 Shanghai Shipping Exchange, SCFI

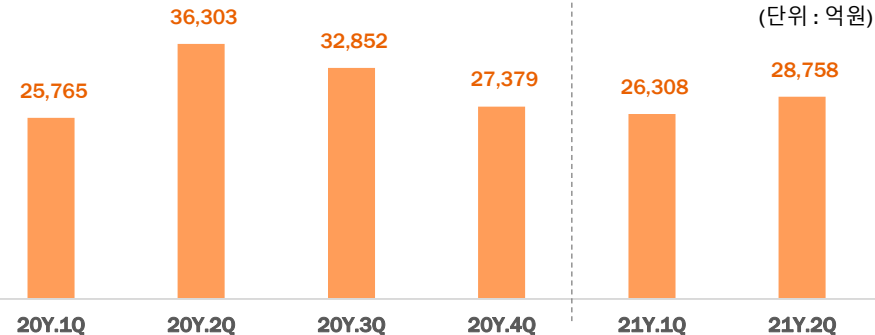


월평균 환율

※ 출처 하나은행 고시 환율



해외매출액



<SCFI 지수>

- SCFI 지수 '21년 5월 7일 이후 매주 상승
- '20년 하반기부터 Covid-19로 가동이 중지되었던 공장 가동 재개로 원자재 수요 증가
경기 회복 예상에 따른 해상 물동량 수요 증가
델타변이 확산에 따른 일부 항만 가동 중단, 항만 검역으로 선박운항 정체 및 운임 증가

<월평균 환율>

- '21년 1Q 미국 및 주요국가 백신 접종 시작 및 경기회복 기대효과로 환율 소폭 상승
- '20년 12월부터 백신 접종 시작하며 세계 경제 회복 기대감 증가

End of Document