

(주)이엠텍

IR BOOK

2022 . 3

I. 회 사 개 황

1. 회사현황
2. Global 사업장
3. 성장단계
4. EMT 경쟁력

▶ 일반현황

회사명	(주)이엠텍
대표이사	정승규, 이석근
설립일	2001년 1월 18일
상장일	2007년 5월 2일
자본금	80억원
주요제품	IT 제품/부품 (음향, 전자담배, 헬스케어 등)
임직원수	590명 (해외법인 포함 6,000명)

▶ 자회사 현황

관계회사	지분율	주요사업
EM-TECH VIETNAM (베트남 하노이)	100%	생산 법인 (전자담배, 스피커)
I M S (베트남 빈)	100%	생산 법인 (IT제품, 금형/사출)
NS-TECH VINA (베트남 하노이)	100%	생산 법인 (진동판, 사출)
INNO-IT (부산 센텀)	100%	신사업(승부사업)
(주)비에스엘 (강원 춘천)	100%	의료기기, 보청기
특립전자유한공사 (중국 푸양)	70%	진동모터



창원본사(2008)



평촌 R&D센터(2017)



INNO-IT(2020)



동탄사업장(2022)

2. Global 사업장

Beautiful Sound / Healthy life

기하급수 성장을 위한 Infra 확보 (주력사업별 R&D센터 + 생산 Capa)

R&D/사업(한국)

창원
본사/R&D



부품사업부

평촌
R&D센터



제품사업부

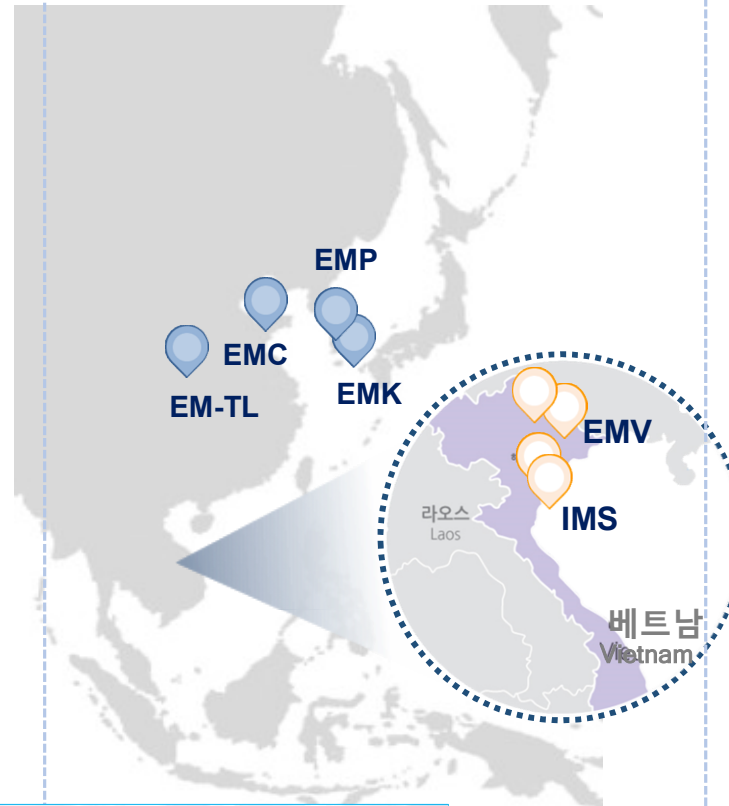
부산 센텀
INNO-IT



승부사업

동탄
사업장

『HC관련사업』
헬스케어 R&D/생산
(‘22.2.24 가동)



생산법인 (Global)

EMV
베트남 Hanoi
(부품/제품)



IMS
베트남 Vinh
(승부사업)



신축공장
베트남 VinhTan
(‘21.12.21~)



EM-TL
중국 Fuyang
(진동모터)



부품사업 성공을 기반으로 전자담배사업, 승부사업 등 성공적으로 확장



Global Top-tier 경쟁력과 History로 신규사업기회 지속창출

기술경쟁력

○ S20, S21 등 대부분 Flagship제품 표준부품

○ 전자담배기기 ODM global leader

- 핵심 전자담배 Platform 확보, 지적재산권 250+

* 매출액 vs 연구개발비 : 8~10%

품질경쟁력

○ Top 고객사 품질최고기업 인증

- 최우수품질/품질혁신/생산지품질 대상수상 (그랜드슬램)

○ 핵심 품질검사 공정 자동화(자체기술)



제조경쟁력

○ 자동화라인 설치/운영 완전 내재화



Cell Line



Auto Line*

* EMT 자체 세팅/운영
자동화 시스템

○ 금형/사출 내재화

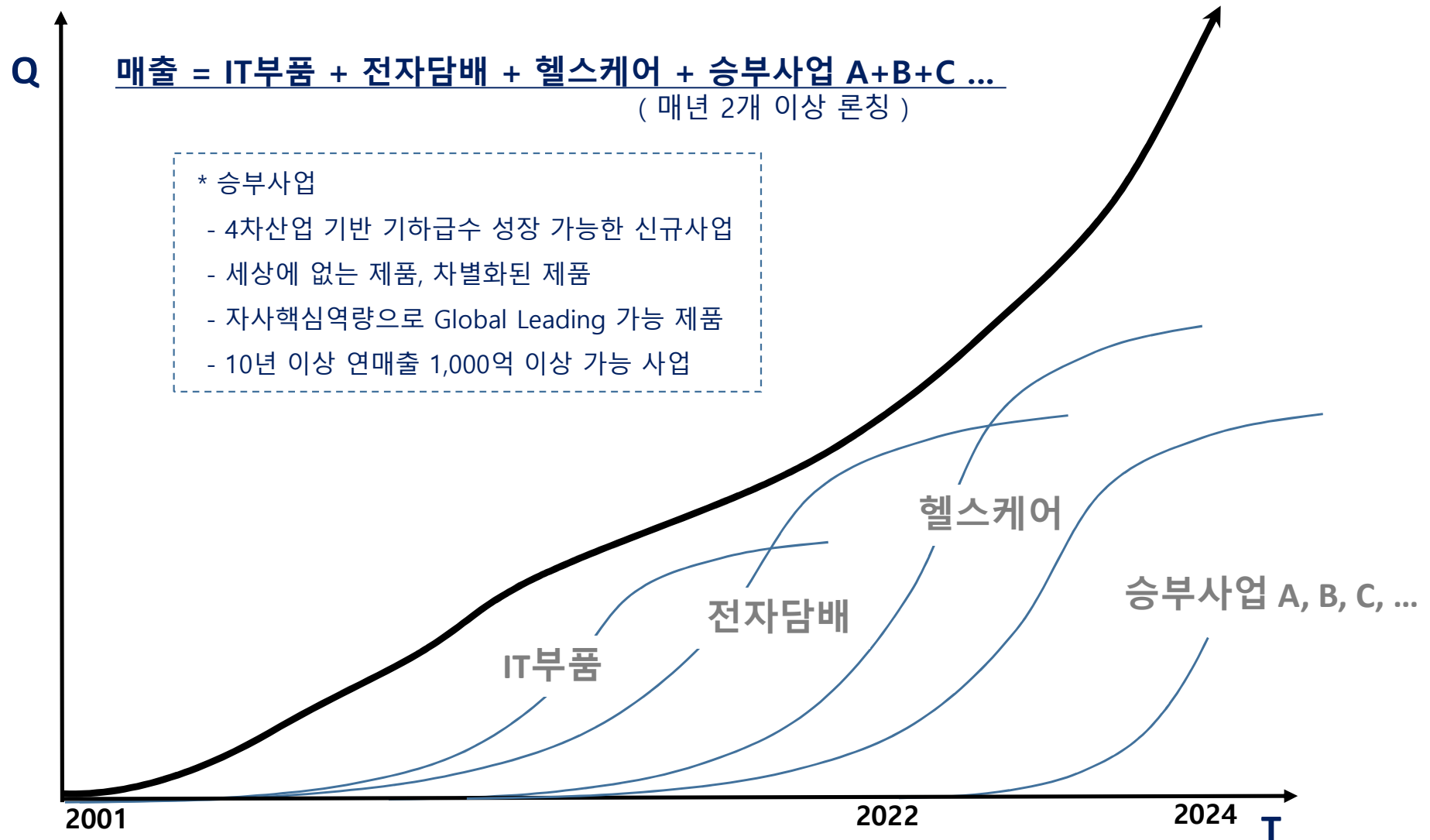
Ⅱ. 사업내용 및 성장전략

1. Vision 2024

2. 주력사업

- IT부품사업
- 전자담배사업
- 헬스케어사업

승부사업 육성을 통한 기하급수 성장



음향부품 리더십 강화 와 주변기기 성공적 진출로 지속성장 모멘텀 확보



스마트폰 음향부품 표준기술 리딩

Flagship 스마트폰 표준부품 채용
→ Galaxy S 20, 21, 22 등



주변기기 부품, 모듈 확대

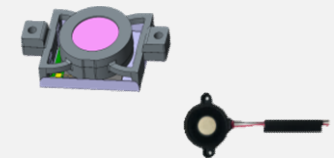
Watch4 방수SPK모듈 적용
* '22 삼성Watch 36% ↑ 전망
Rear A'ssy 진출
TWS 진출 추진



삼성Watch4 M/S 증가

게임기/전장 등 Big마켓기기 부품 진출

게임기기 부품 진출 추진
전장부품 진출 (Benz...)



확보된 기술과 Infra, 입증된 성공경험으로 기하급수 성장 견인

* 승부사업

'17년부터 총 9개 model 양산



해외수출 ('20년~)

신사업 기회 창출



lil 1.0

KT&G 최초 HNB
(2017)



Hybrid 1.0

with **Cartridge**

세계최초
카트리지 교체형
(2019)



lil Vapor / SiiD

Closed형 액상담배
with SiiD(카트리지)

SiiD All-in-One (1회용)
(2019)



Hybrid 2.0

수출항 : lil Hybrid
(일본)

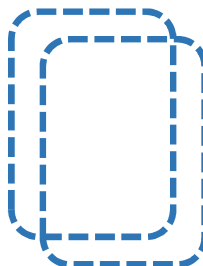
with **Cartridge**

소모품(담배1갑당 1개)



lil Plus / Mini

수출항 : lil Solid
(러시아/우크라이나)



Solid Type HNB기기 2종

2021 양산체제 구축
2022~ 내수/수출 본격 대응

[양산중 Model]

✓ 핵심 Platform기술 보유

✓ 입증된 제조/품질 History

✓ 파생 DH사업 진출

Global No.1
HNB기기* ODM사

* HNB기기 시장은 연 30% 고성장 추세
(연초시장 연 1,000조, 침투율 3%)

Healthy Life를 향한 10여년 준비의 결실, 주력사업부문으로 큰 발걸음

『HC사업장』 신설

- 헬스케어 관련 사업 ('22.3)
 - '동탄사업장' 가동 ('22.2.24)
 - * 'Made in Korea' 필요제품 수용
- '22. 3부터 매출 시작 (매출비중 20%+)



동탄사업장 (총 5개층, 4,000평)

EM-Tech 최적 사업구조 확립

- 3대 주력사업 -
- 10대 고객사 -

의료기기

- 체외진단기 및 차세대 다목적진단기기
 - 1/4분기부터 매출 * ISO13485, KGMP 인증 취득 ('22.3)
- 정밀 IT기술 접목 의료기기 추가개발
 - '23년~ 출시(ODM)
- 건식뇌파측정기기(iSyncwave) * 의료기기 인증 ('21.11)
 - 치매/파킨스병 조기진단, '22 상반기 본매출

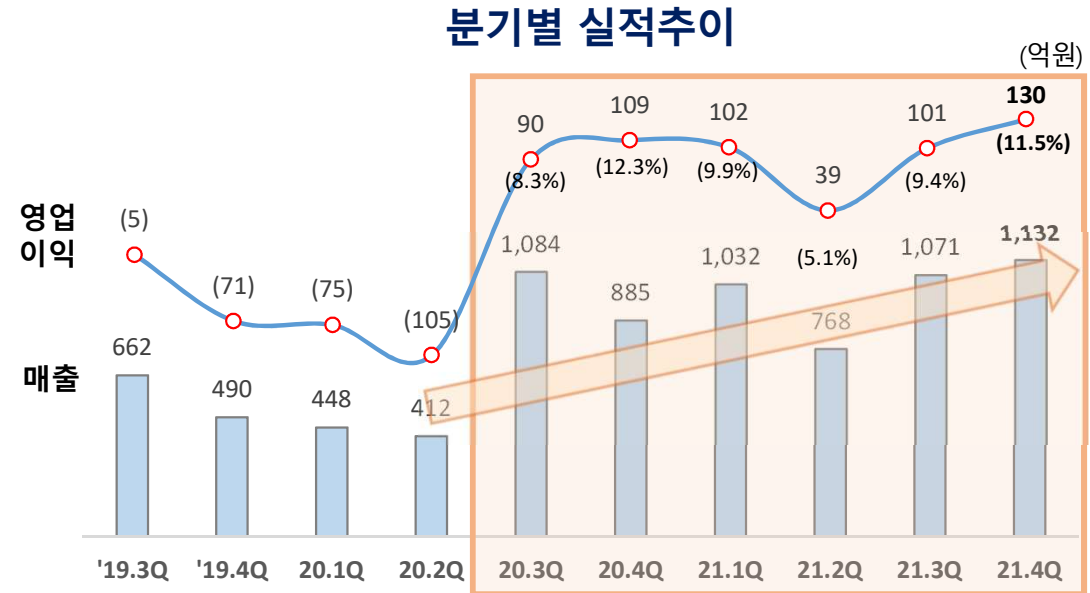
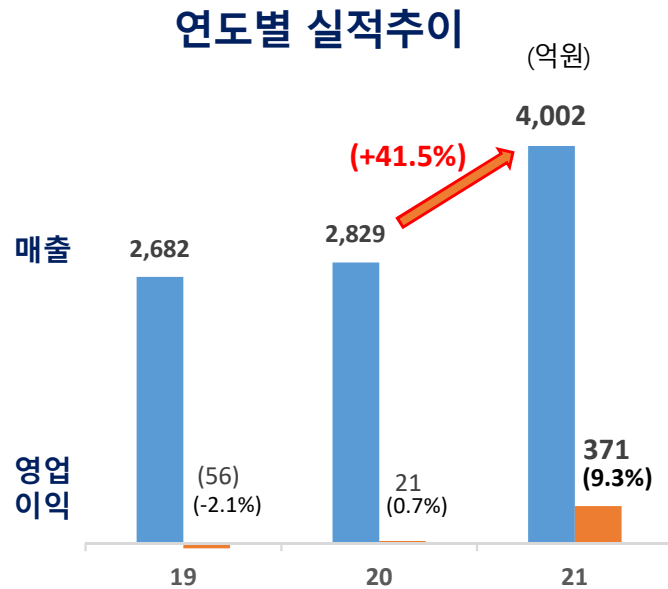
Digital-Beauty기기

- APR Medicube 向
 - 에이지알 더마 EMS샷 ('21 4/4출시, 내수/수출)
 - 에이지알 Ussera 딥샷 ('22 1/4출시, 내수/수출)
 - * 1개 모델 추가 진행 중
 - * 기기수출 예정국가 : EU, 미국, 중국, 일본, 호주 등
- Amore Pacific MakeOn 向
 - 페이스얼부스팅스파('21 4/4), LED Patch('20 3/4~)



Ⅲ. 사업 실적

1. 2021년 실적



['21 4/4분기 실적 요약]

- 매출액 : 1,132억원 YoY +247억원 (+28%) QoQ +61억원 (+6%)
- 영업이익 : 130억원 (11.4%) YoY +20억원 (+18%) QoQ +29억원 (+28%)

□ 2021실적, 4/4분기실적 모두 창사이래 최고실적 (추세 지속 예상)

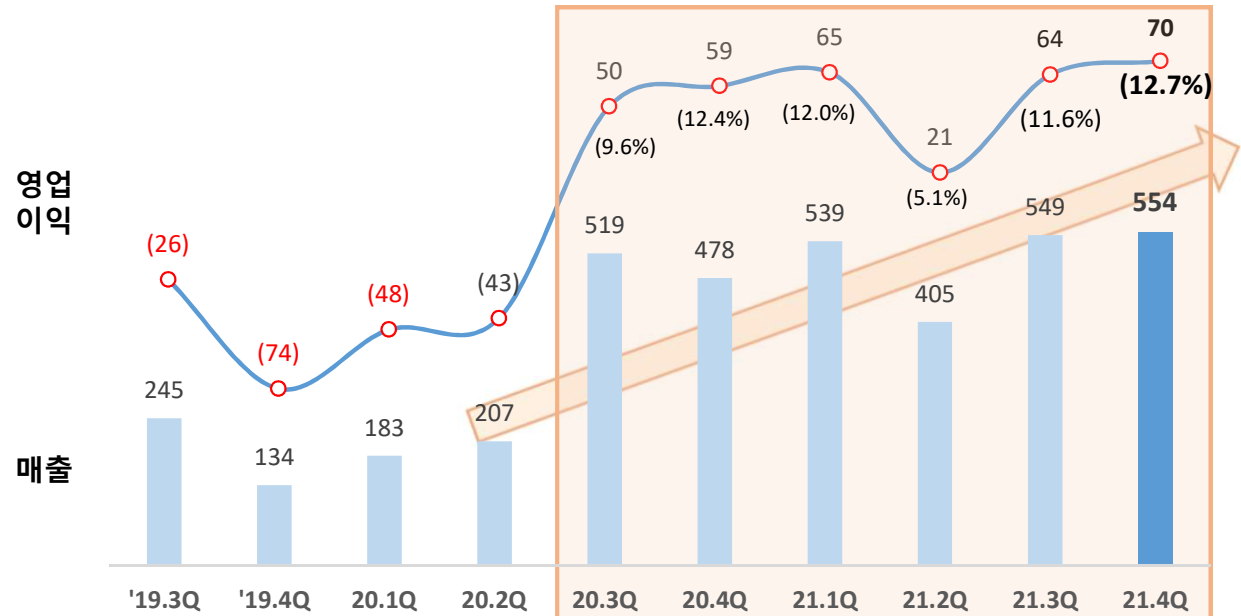
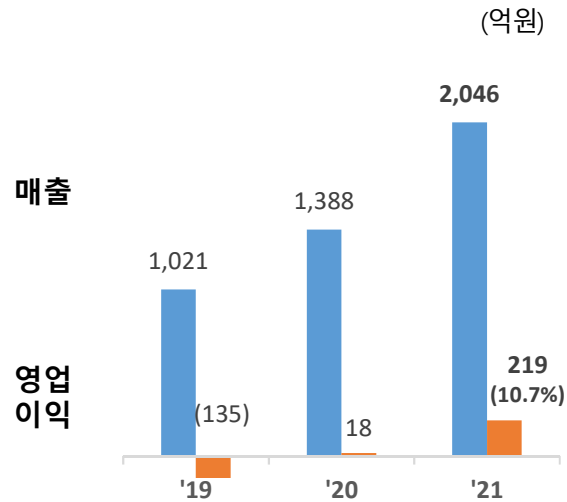
- 전년대비 매출 : +41.5%, 영업이익 : +1,696% 급증

□ 전자담배사업(최대실적), 부품사업(상승추세) 모두 호조

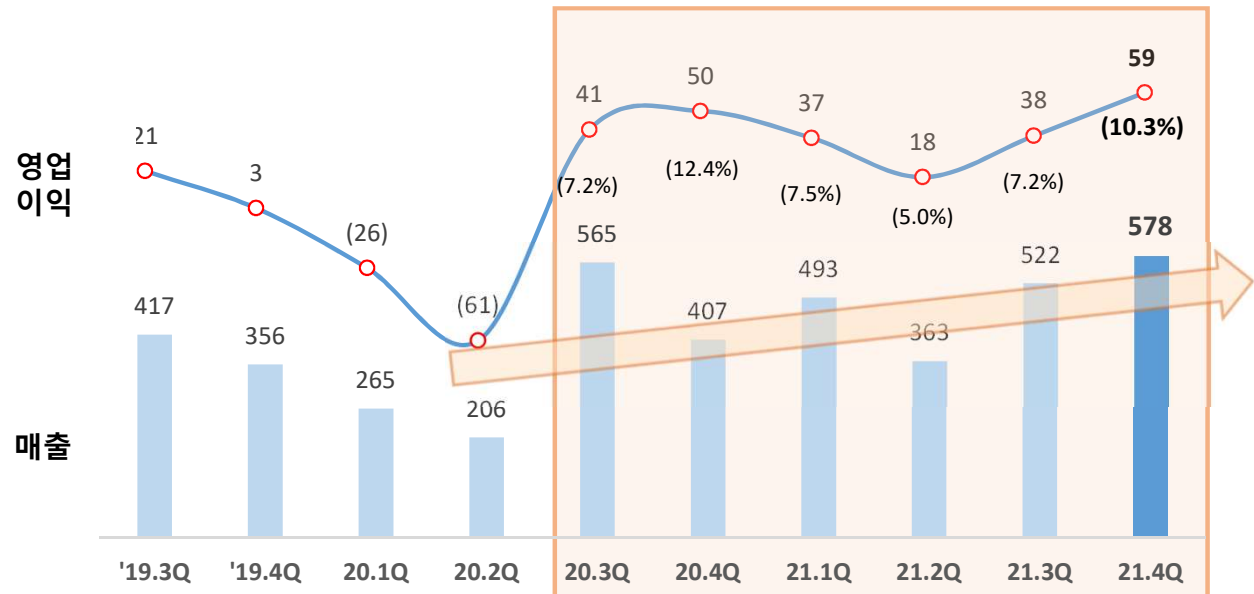
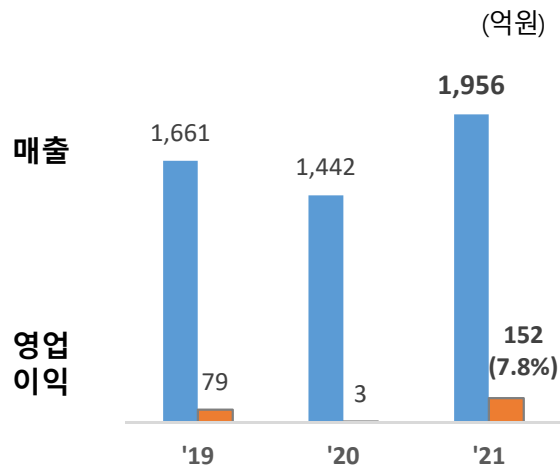
□ 2022년에도 전자담배 및 헬스케어 신규매출 추가로 견조한 실적성장 전망

2. 부문별 실적

○ 완제품사업 (51%)



○ 부품사업 (49%)



(참고자료)

첨부1) 전자담배기기 산업 (Global 전자담배시장)

세계 담배시장은 전자담배로 급격히 Paradigm Shift 중

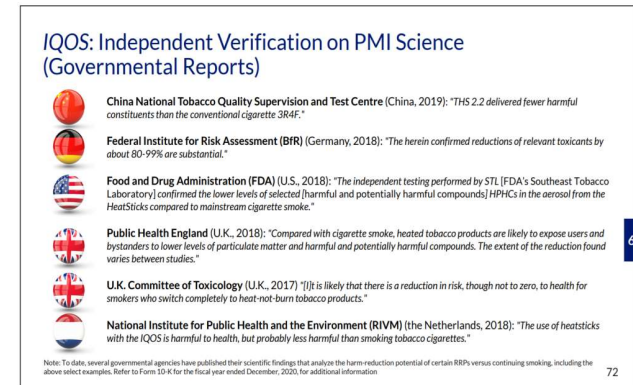
10년내
10배+ 성장

- **궐련형전자담배 성장을 전망 : 25%+ ('21~'25 CAGR, PMI '21.9)**
 - 연 1,000조원 담배시장, HNB시장 30조 (침투율 3%)

□ 전자담배 유해성 논란은 2020년 기점 종식

- 美 FDA : IQOS(HNB)에 위험저감 마케팅 허용
- 獨 위해평가원 : 위해물질 99%~80%↓ (직접흡연 비교실험)
- 日 국립암센터 : 발암위해도 99.7%↓ (간접흡연 비교실험)
- 英 보건성 : 금연 아니면 전자담배 사용 권고

⇒ 연초담배/액상담배(Vapor) 규제 vs **HNB 규제완화**

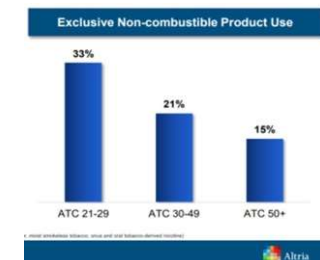


□ Global 담배회사들 앞다퉀 전자담배 회사로 Transform

- 획기적 수익 반전(수익율 : 전자담배가 PMI 2.4배, BAT 1.42배) + ESG 명분

➡ 연초에서 전자담배로의 전환은 이미 대세

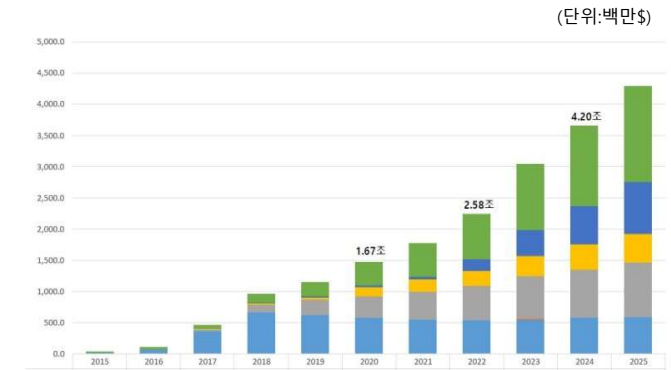
- * PMI회장, 2030이전 英國내  판매중단 선언
- * 전자담배의 **MZ세대 소비 트렌드** 경향 (20~30세 이용율 = 50세+의 2배)



첨부1) 전자담배기기 산업 (Global HNB기기 시장)

□ HNB기기시장과 이오텍의 경쟁력

- 당분간 기기시장이 상대적 고성장
 - '21년 3조원, CAGR 30% 성장세 (Euromonitor 등)
- 높은 진입장벽 (전세계 9개사만 진입, 대부분 OEM생산)
- 이오텍의 경쟁력
 - 자체개발 능력 No.1 ODM사 (총 8개 모델 개발/양산)
 - 입증된 성과와 확보된 제조 Infra (History/특허/설비/프로세스 등)



HNB기기 시장 전망(Euromonitor, 2021)

□ ESG와 전자담배기기 사업

- 담배 유해물질 감축 Tool 및 Solution 사업 (담배사업 X)

(참고)이오텍은 경영전반에 걸쳐 세계최고 고객사들의 ESG요구조건 충족 (S, L전자 및 P, B, K사 등)

Peer그룹

Smoore International (중국, 홍콩거래소 상장)

- 사업 : **HNB/Vapor ODM** (HNB : JTI향, Vapor : BAT/Raynolds/RELX/NJOY 향)
- 2020 매출 1.8조, 순이익 4,420억 ⇒ **시총 45조원 (PSR : 25배, PER : 100배)**

Nolato (스웨덴, 스톡홀름거래소 상장)

- 사업 : **HNB기기 OEM** (BAT향, 매출의 1/3수준), 의료용 폴리머제품군 등
- 2020 매출 1.4조원 ⇒ **시총 4조원 (PSR : 3배, PER : 30배)**

- HNB기기 매출 약 4,000억원(BAT향 OEM 3사중 1) * HNB기기 매출이 주가에 절대적 →→ <Nolato 주가와 HNB기기매출 관계>



첨부2) 전자담배관련 PMI 자료

IQOS: Independent Verification on PMI Science (Governmental Reports)



China National Tobacco Quality Supervision and Test Centre (China, 2019): "THS 2.2 delivered fewer harmful constituents than the conventional cigarette 3R4F."



Federal Institute for Risk Assessment (BfR) (Germany, 2018): "The herein confirmed reductions of relevant toxicants by about 80-99% are substantial."



Food and Drug Administration (FDA) (U.S., 2018): "The independent testing performed by STL [FDA's Southeast Tobacco Laboratory] confirmed the lower levels of selected [harmful and potentially harmful compounds] HPHCs in the aerosol from the HeatSticks compared to mainstream cigarette smoke."



Public Health England (U.K., 2018): "Compared with cigarette smoke, heated tobacco products are likely to expose users and bystanders to lower levels of particulate matter and harmful and potentially harmful compounds. The extent of the reduction found varies between studies."



U.K. Committee of Toxicology (U.K., 2017): "[I]t is likely that there is a reduction in risk, though not to zero, to health for smokers who switch completely to heat-not-burn tobacco products."



National Institute for Public Health and the Environment (RIVM) (the Netherlands, 2018): "The use of heatsticks with the IQOS is harmful to health, but probably less harmful than smoking tobacco cigarettes."

Note: To date, several governmental agencies have published their scientific findings that analyze the harm-reduction potential of certain RRP versus continuing smoking, including the above select examples. Refer to Form 10-Q for the quarter ended September 30, 2020, for additional information

94

2020년 기점 전자담배 유해성 논란 종식

Smoke-Free Future is Within Reach

- We believe cigarette sales can end within 10 to 15 years in many countries
- On track to become a majority smoke-free business by 2025
- Driving sustainable positive revenue and profit mix
- Leveraging our continued leadership in combustibles
- Long-term opportunities in naturally adjacent areas
- Sustainability at the core of our strategy
- Superior growth and shareholder returns, with 2021-23 targets:
 - Organic net revenue CAGR: >5%
 - Organic adjusted diluted EPS CAGR: >9%
 - Cumulative operating cash flow: ~\$35bn^(a)

(a) At current exchange rates



10~15년 내에 다수국가에서 일반담배 판매 중단 될 듯

The Next Growth Phase: Our Priorities

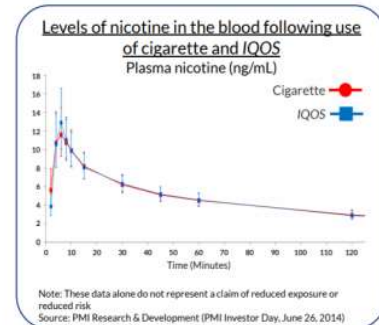
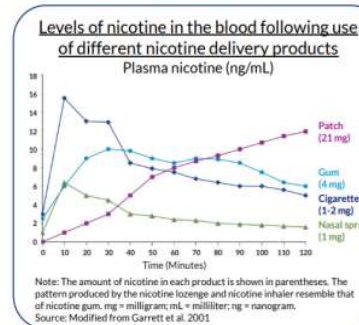
- Aim to reach over 50% of Net Revenues from smoke-free products by 2025
- Sustainable long-term growth nicotine business model which will advance harm reduction and reward shareholders; RRP still at a very early stage
- Driving a new phase of category development to reach more adult smokers
- Leveraging leadership in combustibles to continue supporting smoke-free expansion
- Pursue differentiated regulation to accelerate switching
- Long-term growth opportunities beyond nicotine

8

2025년까지 RRP에서 순이익의 50%이상 목표
RRP시장은 아직 성장 초입단계 (장기 고성장)
--- RRP still at a very early stage

iii

IQOS: Nicotine Pharmacokinetic Profile

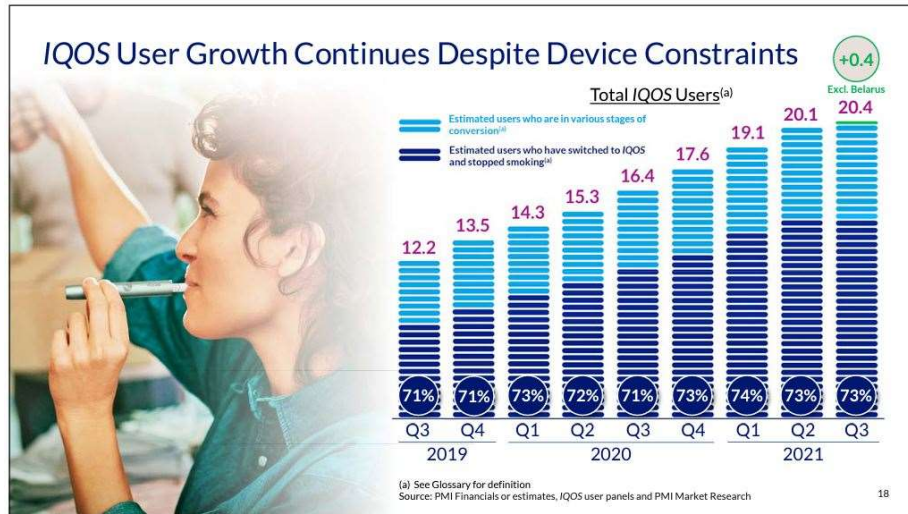


- The amount and rate of nicotine absorbed by the body is influenced by the route of absorption
- No notable difference in the nicotine absorption between cigarette and IQOS

71

건강 위해성 줄이며 일반담배와 유사한 니코틴 성향
(기존 껍연가의 전자담배 전환시 상대적 강점)
- HNB는 일반담배와 니코틴 혈중농도 변화 유사

첨부2) 전자담배관련 PMI 자료



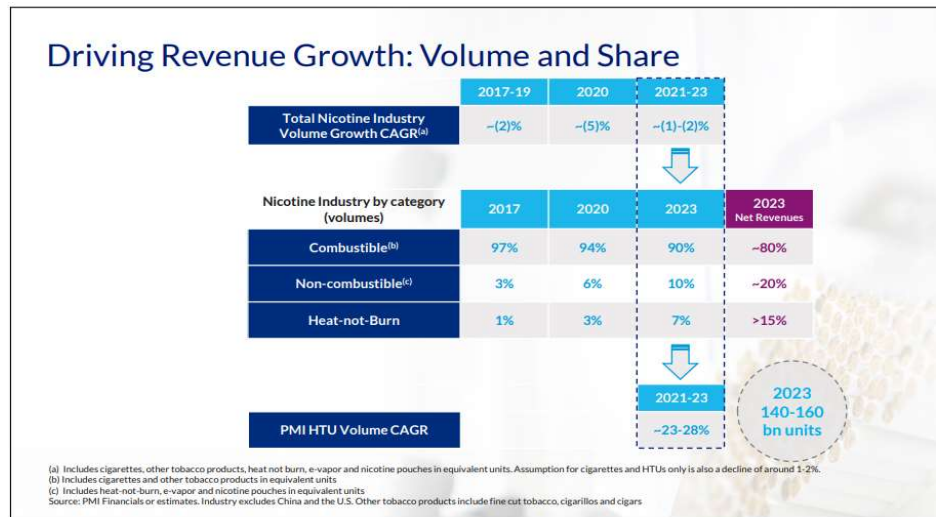
5년간의 Smoke-Free로의 전환노력 결과
 - 2,040만명의 IQOS사용자 확보(2021 3Q)
 - 70개국 진출 (국가별 평균 80% 시장점유율)



대륙별 IQOS 점유율 추이

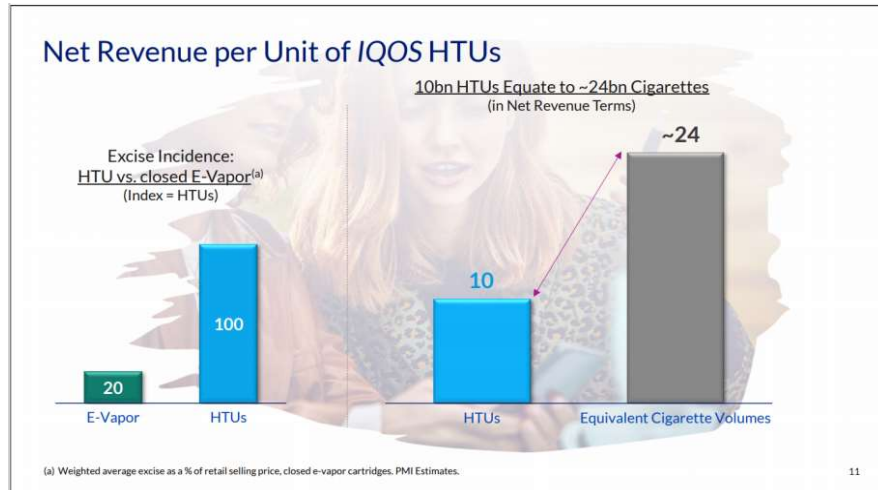


2020년 담배시장규모: 495조, HNB 22조 * 美, 中 제외
 향후 5년 성장전망(연평균)
 - 담배전체 +4%, **HnB 25%+**, **Vapor 10~15%**



전자담배시장 성장 전망 (전체 킷연가중 비중)
 - 2020 : RRP 6% (HnB 3%, Vapor 등 3%) * 美, 中 제외
 - 2023 : RRP 10% (HnB 7%, Vapor 등 3%)
 * 일반담배의 경우 동기간 -1~-2% 전망

첨부2) 전자담배관련 PMI 자료



Unit당 순이익 : HNB가 일반담배 대비 2.4배

Heat-not-Burn: LIL and LIL HYBRID

- Broadening our portfolio to accelerate user acquisition and grow the category, expand target audience of adult smokers:
 - High conversion, driving new users in-switching from cigarettes
- IQOS introduction drives awareness and credibility
- PMI commercial engine drives take-up and retention
- LIL SOLID: simple, intuitive, cost-effective, reliable
- LIL HYBRID: addresses need for vapor-type experience
- HTU unit margins more than 2x combustible products at the same price



Lil(Hybrid) 사업의 의미

- 기존 객연가 흡수 가속화, 카테고리 확대, 목표고객층 확대
- Fiit 담배스틱 이익율은 동일가격대 일반담배의 2배 이상

Business Transformation Metrics

Shifting Our Resources to Deliver a Smoke-Free Future

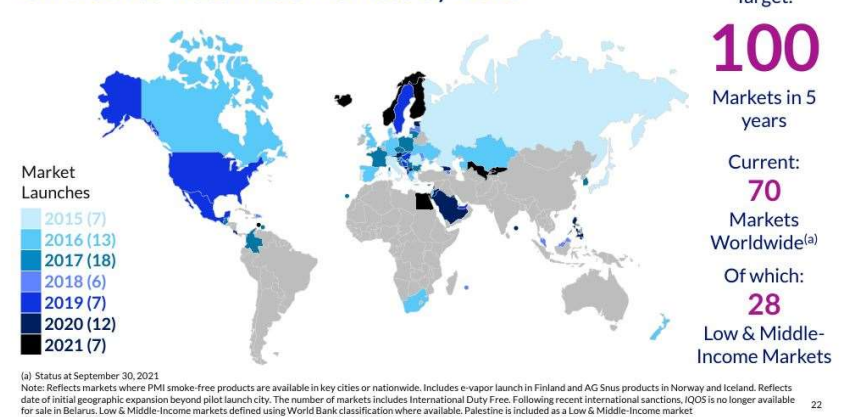
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
R&D expenditure (smoke-free/total)	70%	72%	74%	92%	98%	99%
Commercial expenditure (Marketing) (smoke-free/total)	8%	15%	39%	60%	71%	76%
Net revenues (smoke-free/total)	0.2%	2.7%	12.7%	13.8%	18.7%	23.8%
Smoke-free product shipment ratio ^(a) (smoke-free/total)	0.1%	0.9%	4.4%	5.1%	7.6%	10.4%
Estimated users who have stopped smoking and switched to IQOS ^(b) (in millions)	-	1.5	4.7	6.6	9.7	12.7
Proportion of markets where PMI smoke-free products are available, which are outside the OECD	-	32%	41%	44%	45% ^(c)	52% ^(c)
Number of markets where net revenues from smoke-free products exceed 50% of total net revenues	-	-	1	3	4	6

(a) The smoke-free product shipment ratio is computed based on millions of units. Smoke-free products include heated tobacco units and e-cigarettes. Total products include smoke-free products, cigarettes and other combustible products.
 (b) See Glossary for definition.
 (c) Following recent international sanctions, IQOS is no longer available for sale in Belarus from Q3, 2021.
 Note: List of OECD group members as of December 2020
 Source: PMI Financials or estimates, IQOS user panels and PMI Market Research

Smoke-Free Future를 위한...(전체사업 부문 대비 비중)

- R&D비용 99%, 마케팅비용 76%, 순이익 23.8%
- => 우리 PMI는 현재 전자담배에 All-in 中

On Track to Reach 100 Markets by 2025



2025년 까지 100개국 출시 예정
(2021.9 현재 70개국)

첨부3) 전자담배관련 BAT 자료

Committed to Building A Better Tomorrow™ BAT

Our Purpose

To reduce the health impact of our business*

Our Commitment

*To provide adult consumers with a wide range of enjoyable and less risky products**

*To encourage smokers to switch completely to scientifically-substantiated reduced-risk alternatives**

* Assuming a complete switch from cigarette smoking. These products have the potential to be less risky and if they contain nicotine are addictive.

BAT의 비전 : Reduce Health Impact

- 덜 위험한 제품 공급
- 껍연가에게 전자담배로 완전 전환토록 독려

Big Ambitions for the Future

50 MILLION* NON-COMBUSTIBLE CONSUMERS BY **2030**

CARBON NEUTRAL* BY **2030**

CO₂ NEUTRAL

CAPITAL MARKETS DAY 2022
* Internal Company targets (CO₂ neutral for Operations (Scope 1&2))

BAT의 야망 & ESG 비전

- 5,000만 RRP고객 확보 + 탄소중립(친환경 비전까지 포섭)

Delivering Value for all Our Stakeholders BAT

H Reducing the **HEALTH** impact of our business

C CONSUMER CHOICE **W** WORLD-CLASS SCIENCE **S** STANDARDS & REGULATION

E Excellence in **ENVIRONMENTAL** management

- Climate change
- Water and waste
- Sustainable agriculture
- Circular economy

S Delivering a positive **SOCIAL** impact

- Human rights
- Farmer livelihoods
- Health and safety
- People and culture

G Robust corporate **GOVERNANCE**

- Business ethics
- Responsible marketing
- Regulation and policy engagement

...with stretching targets

- 50 million consumers of non-combustible* products by 2030
- £5bn New Category Revenue in 2025
- Carbon neutral by 2030**
- Eliminate unnecessary single-use plastic & all plastic packaging recyclable* by 2025**

* Non-combustible consumer definition. See Appendix A6. ** Environmental targets. See Appendix A5. * Reusable, recyclable or compostable.

BAT의 ESG경영

New Categories Consumers Generate Higher Revenue BAT

Only Combustibles Consumers Indexed Revenue **100**

Combustibles + New Categories Consumers Indexed Revenue **126**

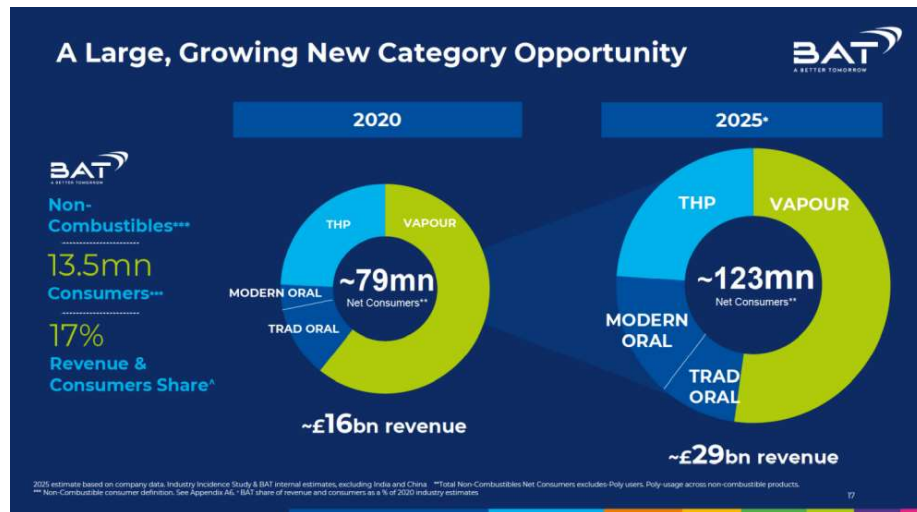
Only New Categories Consumers Indexed Revenue **142**

Of All New 3 Categories Consumers: 41% Do not Smoke (Up from 28%, 3 years ago)

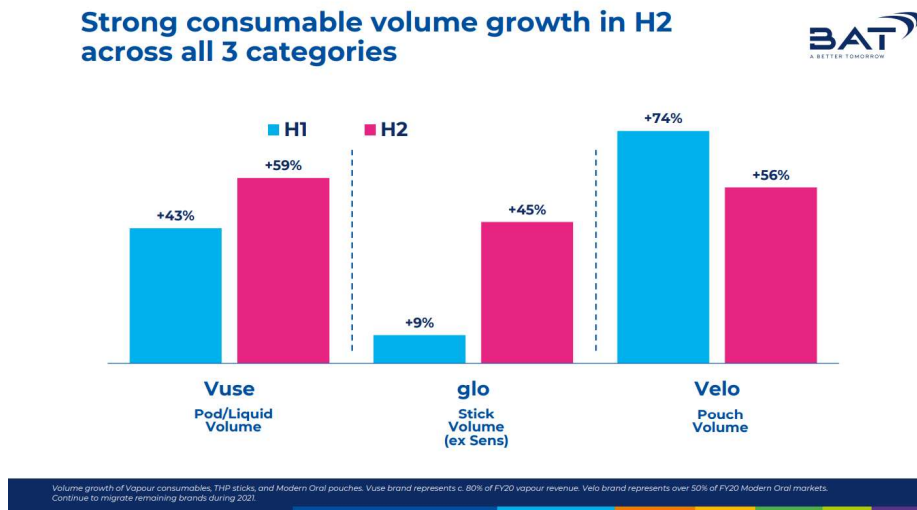
Source: Incidence Study & BAT internal estimates (Top 10 New Categories markets)

신제품군(RRP) 이용자가 더 높은 이익 창출 기여
기존담배 껍연가 : Only RRP = 100 : 142

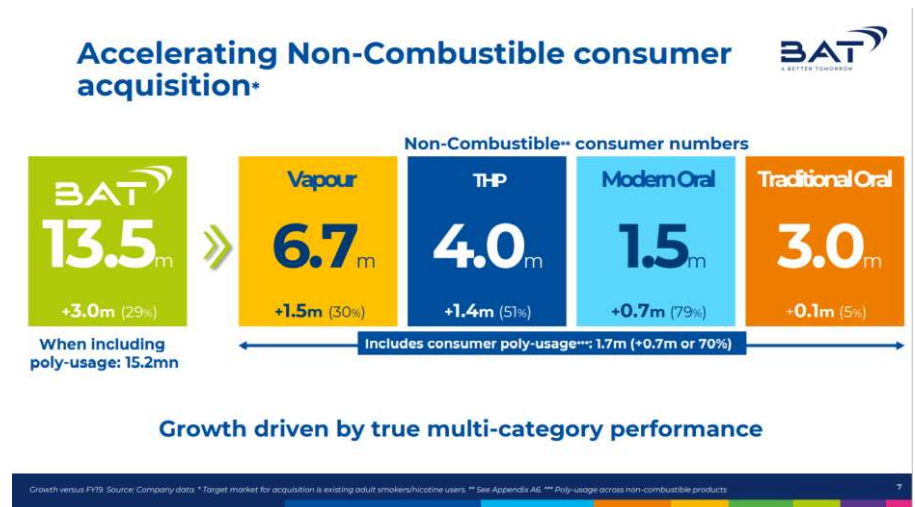
첨부3) 전자담배관련 BAT 자료



크고 빠르게 성장하는 전자담배사업 기회
2020 : 비연소담배 고객 8,000만(BAT M/S 17%)
2025 전망 : 비연소담배 고객 1억2,300만명



2020하반기에 3개 모든 카테고리 급성장



BAT의 비연소담배 고객 급증

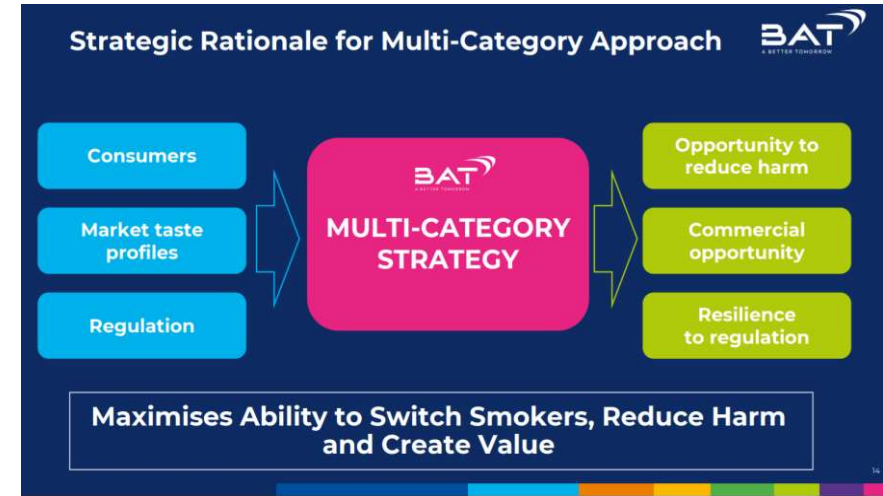


지속가능 성장의 기반이 되는 제품군 다원화
- 기존담배 -> RRP -> 非 니코틴 제품군

첨부3) 전자담배관련 BAT 자료



다양한 비연소제품군을 통해
건강위험은 줄이고 부가가치는 향상 (Chapter 표지)



비연소담배군을 통해
건강위험 감소 + 사업이익 + 정부규제와의 조화



Glo등 비연소담배의 유해물질은 10% 미만
-> 대부분 독소물질은 니코틴이 아닌 “연소”에서 발생



Glo의 총배출물질 : -90~95%, 배출독소군 : -95%

Our 10-Year Vision

Responsibly lead the transition
of adult smokers to a
non-combustible future

3 | For Investor Presentation ONLY | CAGNY 2021 | 2.17.2021



Globa Top3 Altria의 10년 Vision

- 비연초담배의 미래세계로
흡연자들을 인도할 책임



저연령대로 갈수록 비연초 성향 뚜렷

* 미래 = 비연초 담배

비연초 담배 이용자

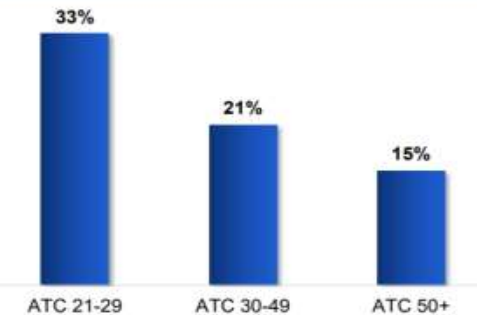
- 20대 33%, 30/40대 : 21%, 50대 이상 : 15%

Adult Tobacco Consumer (ATC) Insights

ATC Segmentation Insights

- We believe tobacco product purchases for ATCs ages 21 to 39 look fundamentally different than older ATCs
- Reduced social friction and reduced harm are important tobacco product features across many cohorts
- Non-combustible products interest both male and female ATCs, although specific purchase drivers vary
- Many ATCs are open to using non-combustible products but have not found the right product to meet their needs

Exclusive Non-combustible Product Use



Source: NVI Strategy, Consumer & Marketplace Insights market research, ATCT December 2020 (non-combustible products include vapor, moist smokeless tobacco, snus and oral tobacco-derived nicotine)

10 | For Investor Presentation ONLY | CAGNY 2021 | 2.17.2021



첨부5) 전자담배관련 Imperial Brands 자료



Top5 담배회사 Imperial Brands도 Transforming

- 2025년경 NGP가 담배시장 20%(200조+)수준으로 성장 전망
- NGP 추진방향
 - 유럽 등 : HNB, Oral 중심
 - 미국 : Vapor 중심

IMPERIAL BRANDS IS TRANSFORMING

In January 2021 Chief Executive Stefan Bomhard and members of the executive team outlined a new strategy to transform Imperial Brands and create long-term value. Our strategic approach is being supported by changes to our culture and ways of working that will place the consumer at the centre of our business.

Over time, our new strategic plan will deliver a stronger and more consistent performance in both conventional tobacco products and Next Generation Products.

OVERVIEW

We are committed to meeting consumer needs for Next Generation Products (NGP) and, in doing so, we seek to make a meaningful contribution to harm reduction.

We anticipate growth across all NGP categories over the next five years and by 2025, expect NGP to have a sizeable presence, accounting for around 20 per cent of the total nicotine market.

As we seek to build a successful NGP business we will be driven by local consumer preferences, focusing investment on heated tobacco in Europe and on vapour in the US, the world's largest vape market.

Our product portfolio spans all three NGP categories: vapour, heated tobacco and oral nicotine.

* K-IFRS 기준

❖ 연결 재무상태표

단위 : 억원

	2019	2020	2021
유동자산	916	1,158	1,790
비유동자산	1,476	1,674	1,869
자산총계	2,393	2,832	3,659
유동부채	323	414	939
비유동부채	247	531	372
부채총계	570	945	1,311
자본금	80	80	80
이익잉여금	1,188	1,197	1,527
기타	555	609	740
자본총계	1,823	1,887	2,348

❖ 연결 손익계산서

단위 : 억원

	2019	2020	2021
매출액	2,682	2,829	4,002
매출원가	2,299	2,387	3,153
매출총이익	382	443	849
판매비와관리비	438	422	478
영업이익	(56)	21	371
당기순이익	(4)	6	341
매출총이익률(%)	14.3%	15.7%	21.2%
영업이익률(%)	(2.1)%	0.7%	9.3%
당기순이익률(%)	(0.2)%	0.2%	8.5%

• CAPEX : 281억(2020년 270억)