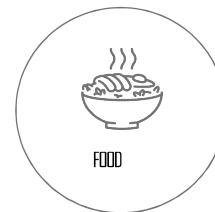
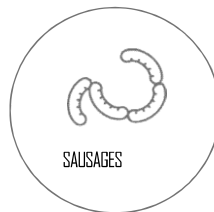


윙입푸드홀딩스



CONTENTS

- CHAPTER 1
2021년 경영실적
- CHAPTER 2
사업현황
- CHAPTER 3
APPENDIX



CHAPTER 01

2021년 경영실적

- 경영실적 요약
- 매출 추이
- 매출 분석
- 수익성 분석



2021 매출액 1,534억원(17.6%, YoY), 당기순이익 190억원(45.5%, YoY) 달성

(백만 RMB)	2018	2019	2020	2021	% YoY
매출액	578	662	763	865	+13.3%
매출총이익	240	241	237	319	+34.6%
영업이익	168	113	101	124	+22.7%
당기순이익	120	61	76	107	+40.2%
매출총이익률	41.6%	36.4%	31.0%	36.8%	+5.8%p
영업이익률	29.0%	17.0%	13.3%	14.4%	+1.1%p
당기순이익률	20.8%	9.2%	10.0%	12.4%	+2.4%p

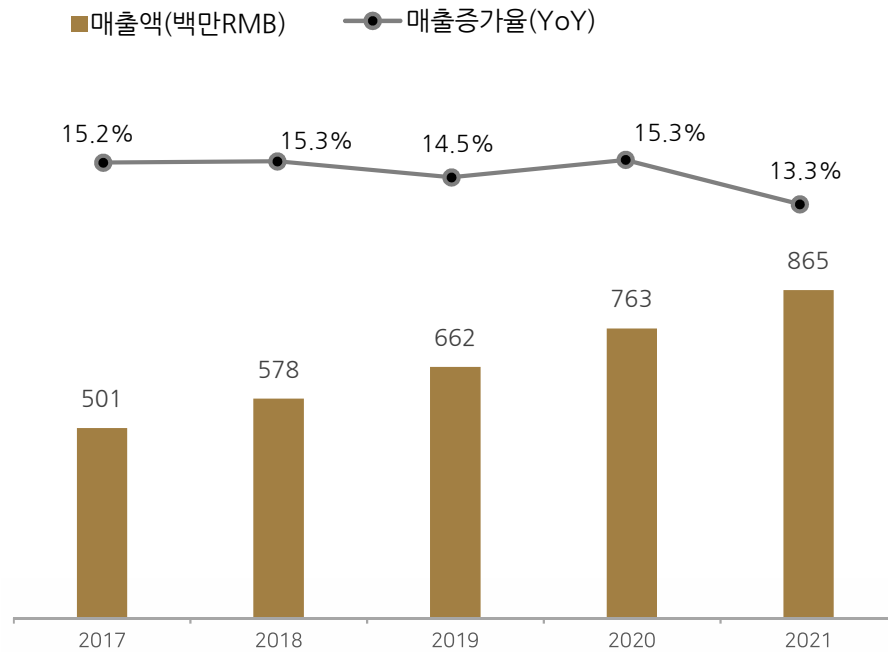
(백만원)	2018	2019	2020	2021	% YoY
매출액	96,175	111,594	130,453	153,442	17.6%
매출총이익	39,985	40,623	40,450	56,519	39.7%
영업이익	27,917	18,971	17,299	22,046	27.4%
당기순이익	20,028	10,227	13,051	18,993	45.5%

*서울외국환중개 적용 평균환율(원/RMB):

2018년(166.40), 2019년(168.58), 2020년 (170.88), 2021년(177.43)

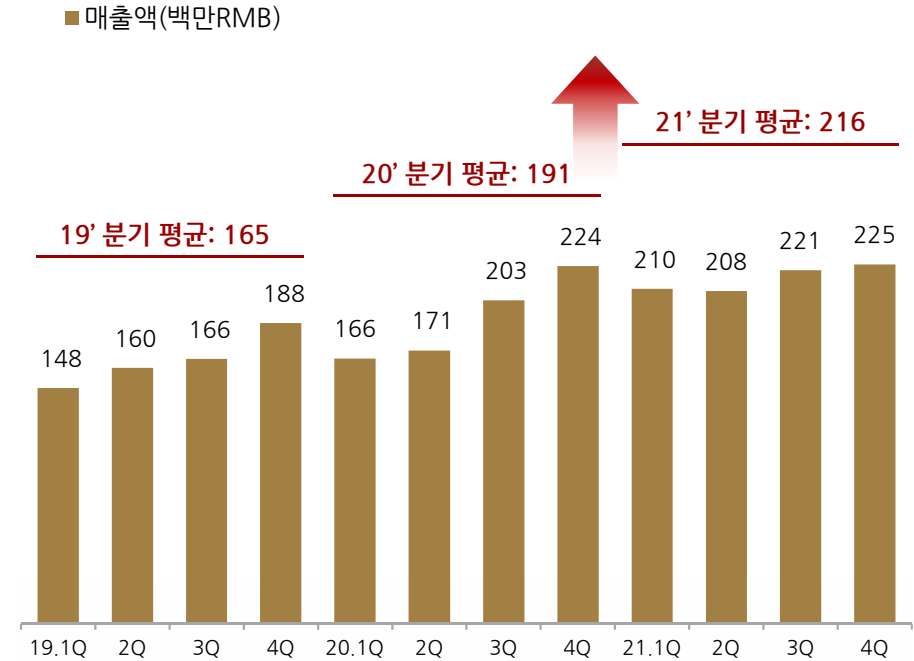
1공장 생산능력 확대 이후 매년 15%대의 고성장 지속

연간 매출추이



- 2015년 1공장 생산능력 확대 이후 매년 15% 수준의 성장 지속
- 2021년 매출은 코로나 영향으로 전년동기 대비 13.3% 증가한 865백만RMB 실현

분기 매출추이

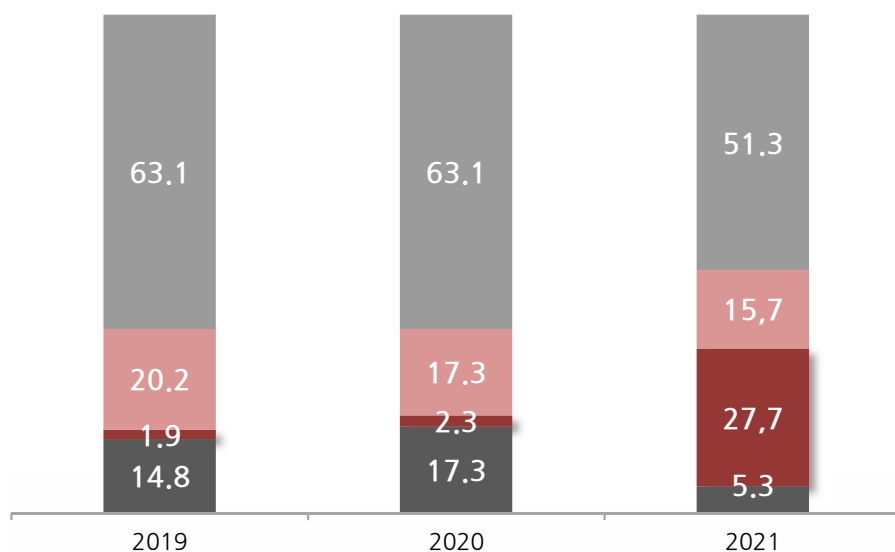


- 2021. 4Q 매출은 225백만RMB로 전년동기 대비 소폭 상승
- 2021년 4Q에는 코로나로 인한 Lock-down 영향으로 매출 성장 둔화

판매 채널 확대로 매출 창출 능력 대폭 증대

경로별 매출

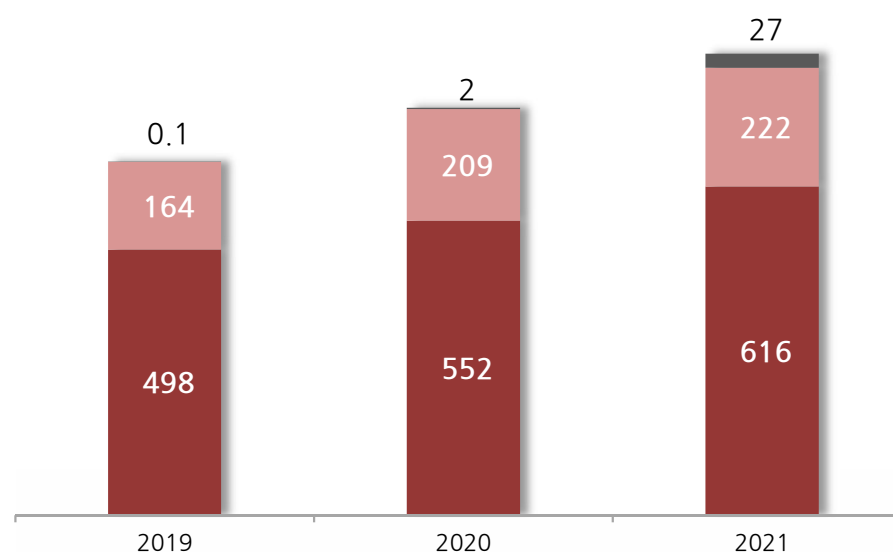
■ B2B ■ 전자상거래 ■ 직영점 ■ 대리상 단위: %



- 2021년 B2B 판매채널 104개(+63개, YoY), 전자상거래 10개(+2개, YoY)로 확대되며 판매 네트워크 강화
- 특히 티몰, 틱톡 라이브 방송 영향으로 전자상거래는 코로나로 인한 배달 선호 효과로 매출이 13배 급증

제품별 매출

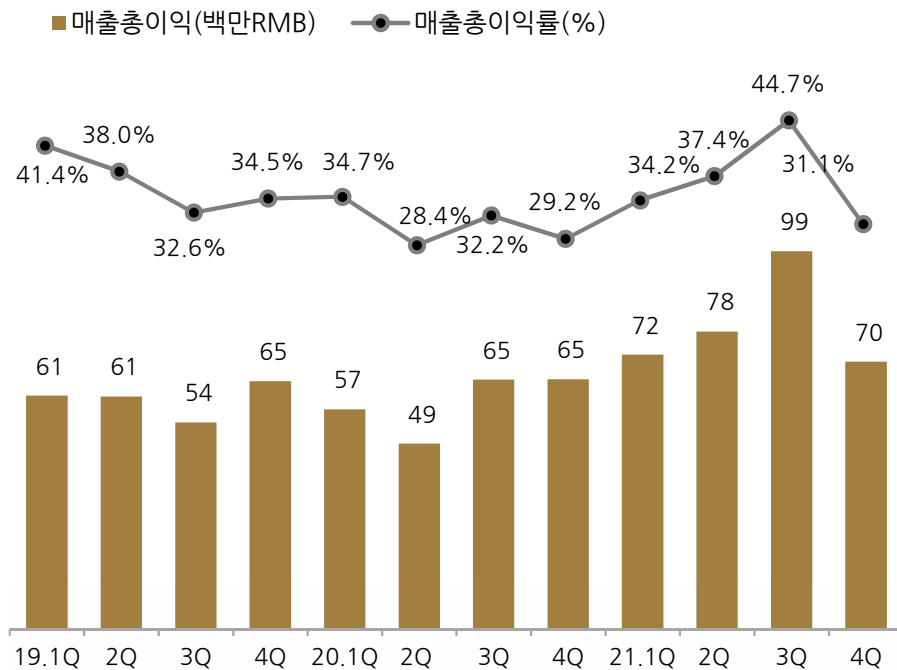
■ 냉동식품 ■ 간편식품 ■ 전통식품 단위: 백만RMB



- 당사의 주력제품인 전통식품은 전년대비 11.7% 증가하며 꾸준한 판매성장을 시현
- 냉동식품은 2021년 매출액비중이 3%에 불과하나 전년대비 17배 성장

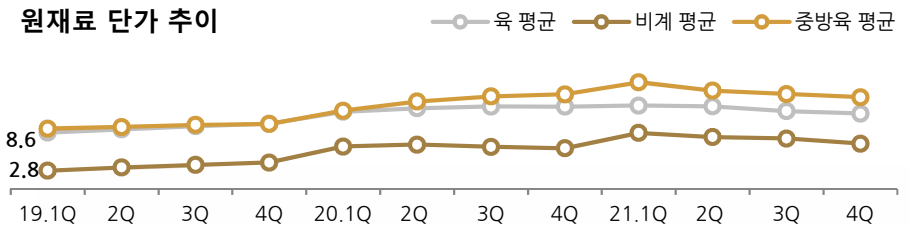
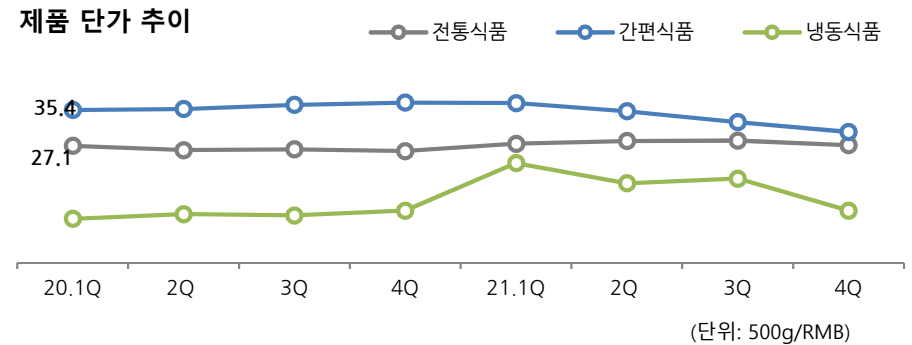
2021년 제품 판매 단가와 원재료 구매 단가는 안정적

분기별 매출총이익 추이



- 2021년 매출총이익은 312백만 RMB(+34.6%, YoY)로 역대 최고 시현
- 2021년 4분기 매출총이익은 3분기 호황에 따른 원재료 구입 증가에 따라 다소 둔화됨

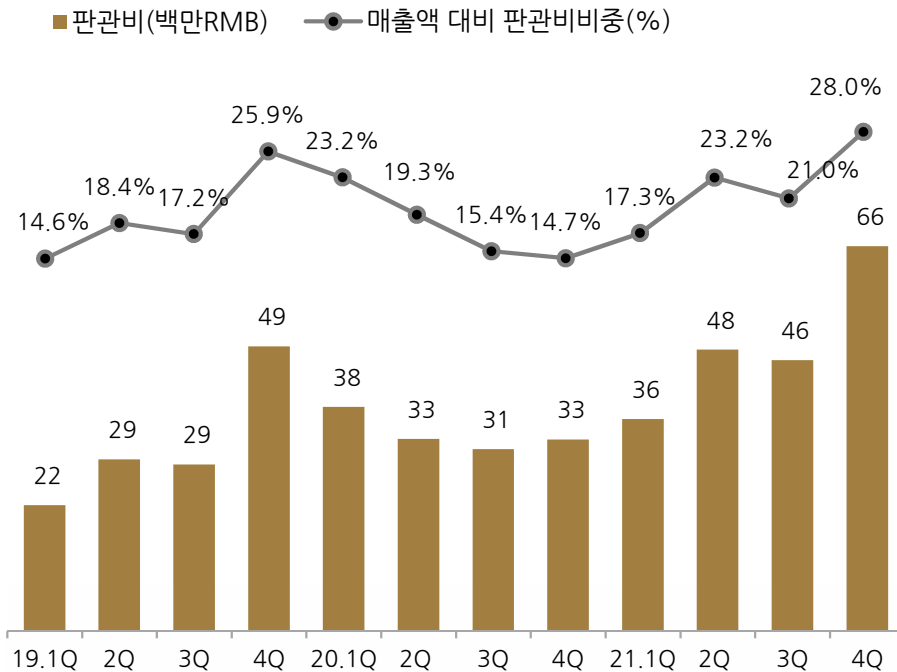
제품 및 원재료 단가 추이



- 2021년 제품 단가는 전통식품 +5.2%, 간편식품 -18.3%, 냉동식품 +53.8%(YoY)로 양호한 제품가격을 유지
- 2021년 원재료는 육고기 -8.9%, 비계고기 +11.1%, 중방육 -3%(YoY)로 안정적인 원료공급 진행

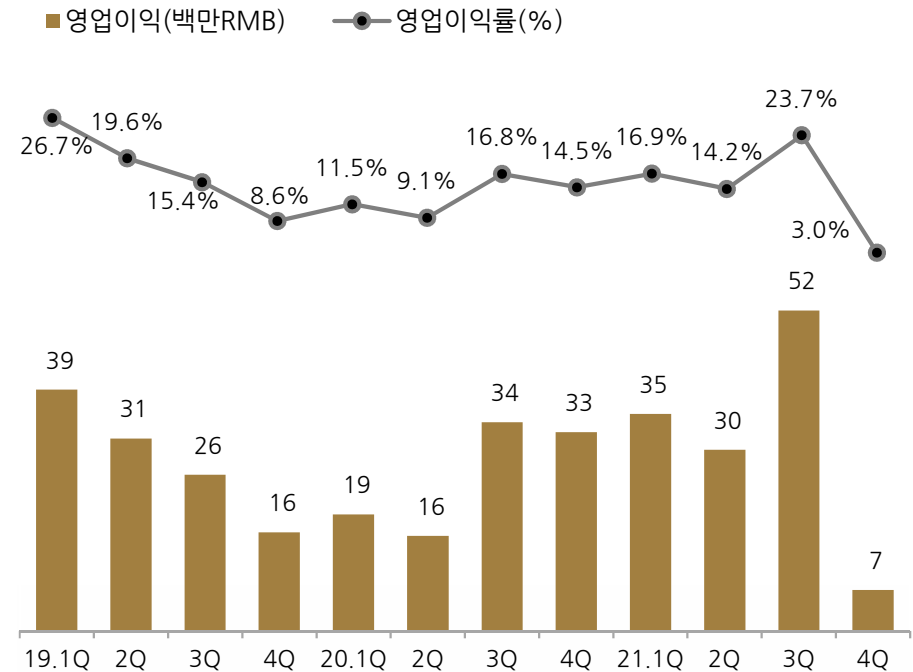
신제품에 대한 R&D투자와 광고선전비 지출은 성장의 밑거름

분기 판매관리비



- 2021년 판매관리비 비중은 매출액대비 14.9%로 전년대비 1.8%p 증가
- 판매비 증가의 주요인은 신제품 출시에 따른 광고선전비가 대부분
- 관리비는 신제품 개발을 위한 R&D투자(+18.7백만RMB) 증가임

분기 영업이익



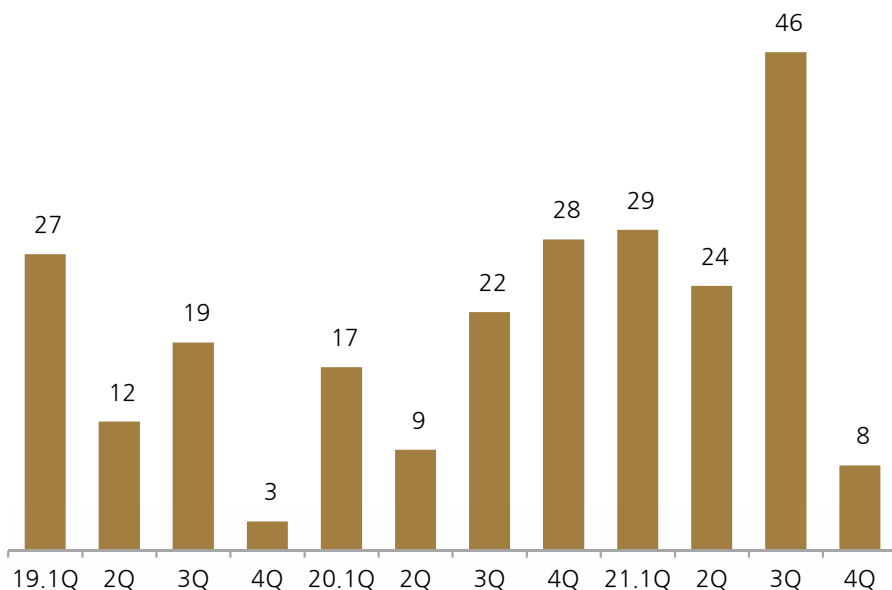
- 2021년 영업이익은 124백만RMB로 전년대비 +22.7% 증가
- 매출 증대를 위한 광고선전비와 R&D 투자가 4Q에 집중되었으나, 2022년의 매출 성장과 수익성이 향상 될 것으로 전망

당기순이익 분석

당기순이익 107백만RMB로 전년대비 40.2% 증가

분기 당기순이익

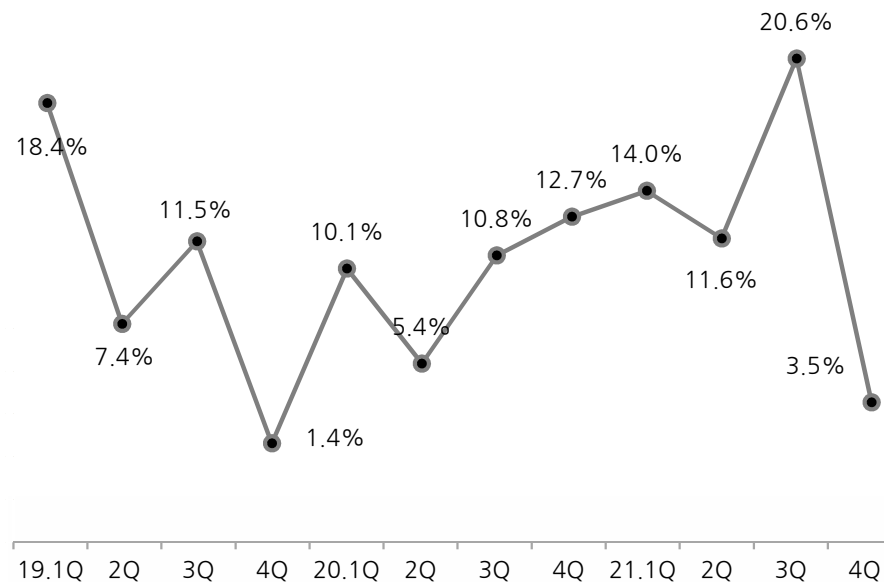
■ 당기순이익(백만RMB)



- 2021년 당기순이익은 자회사 광동영업식품유한공사는 2019년 <첨단기술기업인증서>를 받아 법인세 감면(법인세율 15%) 적용, 기타는 25%

분기 당기순이익률

● 당기순이익률(%)



- 2021년 당기순이익은 전년대비 40.2% 증가한 107백만RMB
- 당기순이익률은 전년대비 2.4%p 증가한 12.4% 시현
- 고부가가치 제품 비중 증가에 따라 수익성은 향상될 전망

CHAPTER 02

사업 현황



- 핵심 성장전략
- 기존사업 경쟁력 강화
 - 신공장 건설
 - 네트워크 확충 및 마케팅
 - 신제품 출시
- 신성장 동력 확보
 - 합작사업

기존 CASH-COW 사업 역량 강화 및 신성장 사업 지속 추진

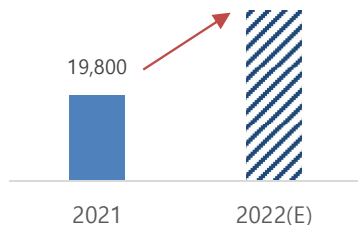
기존사업 경쟁력 강화

신공장 건설



제품 CAPA 기존 대비
2배 이상 확대 예상

연간 생산능력

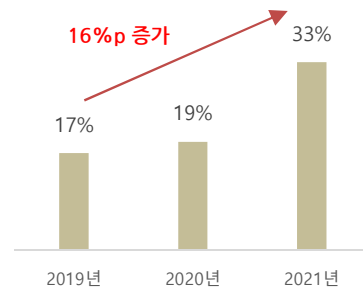


네트워크 강화



On-Line & B2B
네트워크 집중 강화

전자상거래 & B2B 매출 비중



신제품 출시



냉동 제품, 건강 간편식 등
신제품 출시로 제품군 확대

신제품 사진



신성장 동력 확보

합작 사업



푸드나무
(코스닥 290720)
와의 전략적 제휴 사업
가시화



중국 내
한국 건강간편식품
판매 추진



생산능력 확대로 미래 성장동력 확보

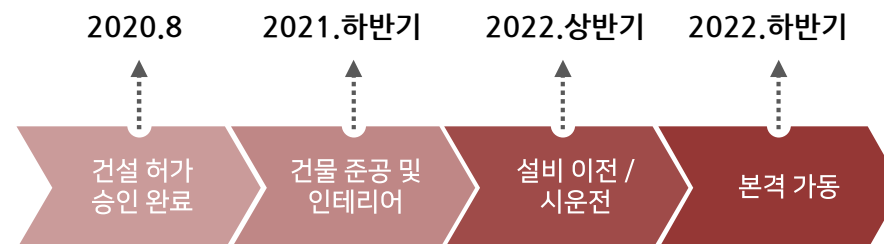
신공장 운영 계획



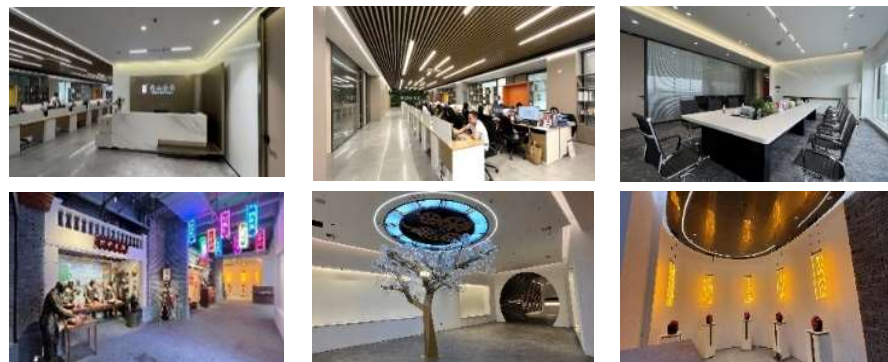
8.5층 : 대외 응접실
8층 : 사무실
7층 : 연구개발실, 방송실
6층 : 부자재 창고
5층 : 건조실
3~4층 : 냉동제품 작업장
2층 : 전통포장작업장
1층 : 문화관, 자재처리장
B1층 : 주차장

- 신공장 면적 15,000m², 지하1층, 지상 8.5층 (1공장 유희 부지)
- 기대효과 : 1,2공장 합병으로 임대비용 등 관리비 감소, 생산능력 최적화, 건조실 능력 확대로 생산능력 100% 이상 증가
- 2023년 제품 양산 본격화로 매출 기여 확대

신공장 진행 과정



내부시설



유통경로 다각화 및 적극적인 마케팅 활동

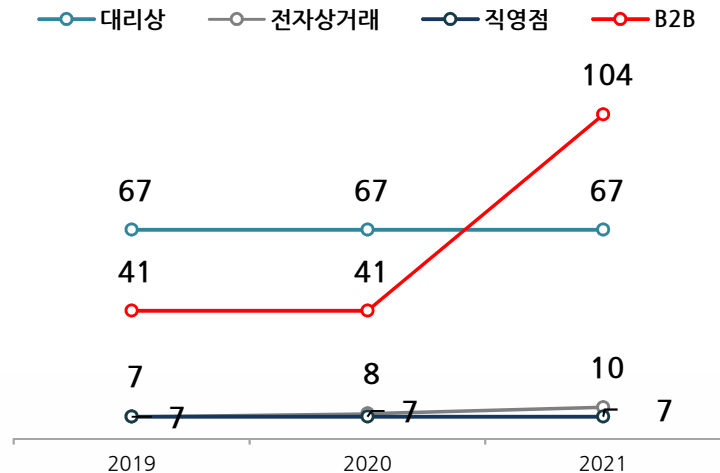
B2B (대형마트)



전자상거래



판매 채널 증가 추이



- 2021년 B2B 채널 63개 증가하여 104개 채널 확보
- 2021년 전자상거래 채널 2개 증가 하여 10개 채널 운영
- Off-line : 광고 및 미디어를 통한 브랜드 인지도 강화
- On-line : 틱톡, 쿠팡, 샤오홍서 등 라이브 방송 플랫폼 활용 강화

직영점



대리상



소비자의 건강, 간편 선호 추세를 타겟으로 한 식물육 상품 개발 추진



2022년 하반기 시제품 생산 및 본격 양산 계획

합작 사업



광동영업식품유한공사

FOODNAMOO



코스닥 상장사 푸드나무와
홍콩 합작법인 설립

닭고기, 건강 사업 진출

한중 합작 브랜드 간편 식품 출시

2019.10.25

MOU 체결

2019.12.30

JVC 체결

2022.06

푸드나무 기술진 왕입푸드 방문, 시생산 진행

2022. 하반기

본격 양산 예정



푸드나무 여러 브랜드 제품
중국 합작법인에서 생산, 판매, 유통

CHAPTER 03

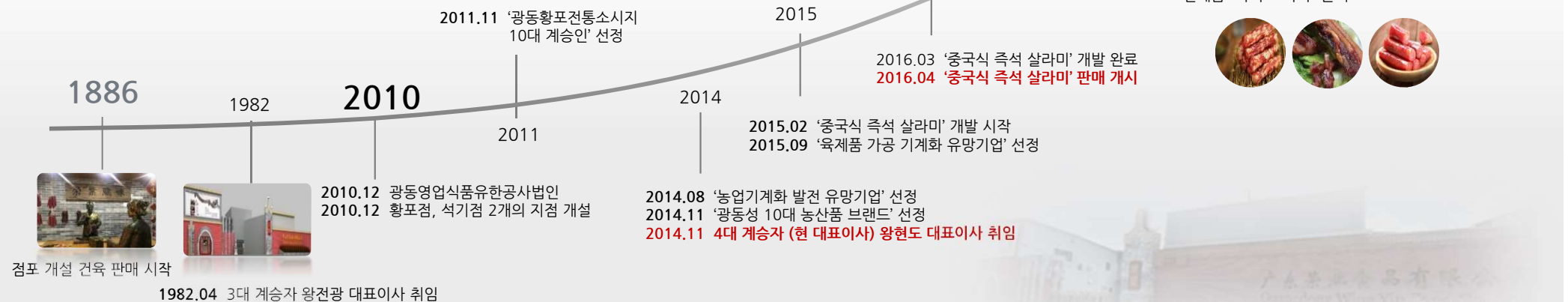
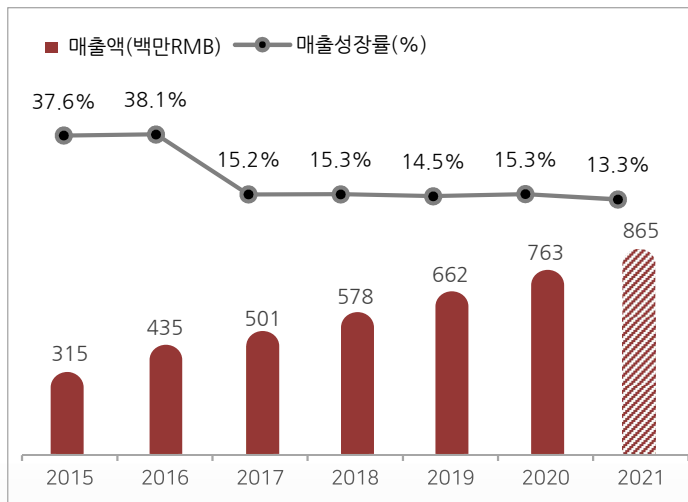
APPENDIX



- 연혁
- 요약 연결재무제표(위안화 기준)
- 요약 연결 재무제표(원화 기준)

전통의 맛을 계승하는 윙입푸드

연도별 매출증가율



요약 연결 재무제표(위안화)

요약 연결 재무상태표

(단위:천RMB)	2017	2018	2019	2020	2021
자산총계	423,391	676,200	761,507	904,075	1,050,373
비유동자산	126,800	121,222	129,066	301,662	450,665
유동자산	296,591	554,978	632,441	602,413	599,707
현금및 현금성자산	228,570	554,978	525,988	490,859	489,189
부채총계	148,743	160,141	157,258	167,119	214,173
비유동부채	4,453	11,415	15,647	22,292	25,456
유동부채	144,290	148,726	141,612	144,827	188,716
매입채무	28,442	31,330	37,463	63,929	83,841
전환사채	82,130	81,181	60,969	-	-
자본총계	274,648	516,059	604,249	736,956	836,200
자본과 부채 총계	423,391	676,200	761,507	904,075	1,050,373

요약 연결 손익계산서

(단위:천RMB)	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	501,458	577,977	661,963	763,420	864,804
매출총이익	199,789	240,293	240,972	236,721	318,545
판매비	36,107	47,067	92,985	100,512	129,129
일반관리비	20,327	25,457	35,450	34,974	67,977
영업이익	143,355	167,769	112,537	101,234	121,439
기타수익	4,775	577	4,720	6,426	4,700
기타비용	48	220	526	8,647	1,238
금융수익	523	1,959	1,607	3,623	1,515
금융비용	13,983	3,307	22,651	3,709	4,182
법인세차감전순이익	134,620	166,778	95,687	98,927	122,235
법인세비용	34,477	46,415	35,019	22,549	20,149
당기순이익	100,143	120,363	60,667	76,378	102,085

요약 연결 재무제표(원화)

요약 연결 재무상태표

(단위:백만원)	2017	2018	2019	2020	2021
자산총계	69,288	110,058	126,212	150,944	196,206
비유동자산	20,751	19,730	21,391	50,366	84,504
유동자산	48,537	90,328	104,821	100,579	111,701
현금및 현금성자산	37,405	81,541	87,177	81,954	91,116
부채총계	24,342	26,065	26,064	150,944	196,206
비유동부채	729	1,858	2,593	3,722	4,905
유동부채	23,613	24,207	23,471	24,180	34,626
매입채무	4,655	5,099	6,209	10,674	15,616
전환사채	13,441	13,213	10,105	0	0
자본총계	44,946	83,994	100,148	123,042	156,675
자본과 부채 총계	69,288	110,058	126,212	150,944	196,206

요약 연결 손익계산서

(단위:백만원)	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	83,974	96,175	111,594	130,453	153,442
매출총이익	33,457	39,985	40,623	40,451	56,519
판매비	6,047	7,832	15,675	17,176	22,911
일반관리비	3,404	4,236	5,976	5,976	11,562
영업이익	24,006	27,917	18,971	17,299	22,046
기타수익	800	96	796	1,098	834
기타비용	8	37	89	1,478	220
금융수익	88	326	271	619	269
금융비용	2,342	550	3,819	634	206
법인세차감전순이익	22,544	27,752	16,1314	16,905	22,724
법인세비용	5,774	7,723	5,904	3,853	3,730
당기순이익	16,770	20,028	10,227	13,051	18,993