오가닉티코스메틱

ORGANIC TEA COSMETICS HOLDINGS COMPANY LIMITED

Investor Relations 2021

01
경영실적 및 전략

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

2021년 경영실적 요약

2021년은 영유아용 제품 매출 감소, 아동 및 임산부용 제품은 지속 성장

(단위 : 백만RMB)	2017	2018	2019	2020	2021	% YoY
매출액	1,181	1,442	1,777	1,769	1,525	-13.8%
매출총이익	592	714	861	852	751	-11.8%
영업이익	363	367	272	81	95	+17.6%
당기순이익	258	265	189	46	45	-3.2%
매출총이익률	50.2%	49.5%	48.4%	48.2%	49.3%	+1.1%p
영업이익률	30.7%	25.4%	15.3%	4.6%	6.3%	+1.7%p
당기순이익률	21.9%	18.4%	10.6%	2.6%	2.9%	+0.3%p

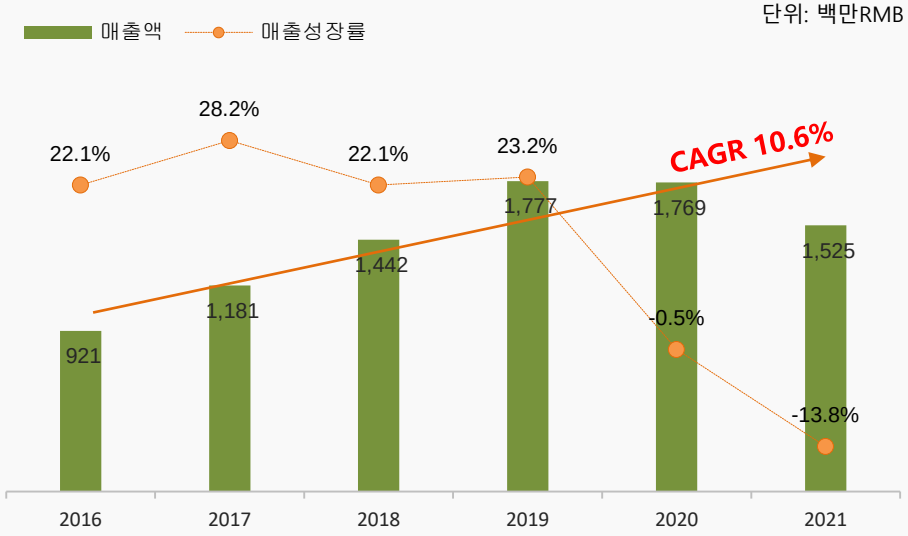
(단위 : 백만원)	2017	2018	2019	2020	2021	% YoY
매출액	197,770	239,949	299,605	302,203	270,499	-10.5%
매출총이익	99,136	118,810	145,108	145,530	133,286	-8.4%
영업이익	60,788	61,069	45,895	13,840	16,906	+22.2%
당기순이익	43,205	44,096	31,800	7,875	7,912	+0.5%
* 평균환율(KRW/RMB) 적용	167.46	166.40	168.58	170.88	177.43	

매출추이

COVID-19 영향에 따라 전년대비 13.8% 역성장

연간 매출추이

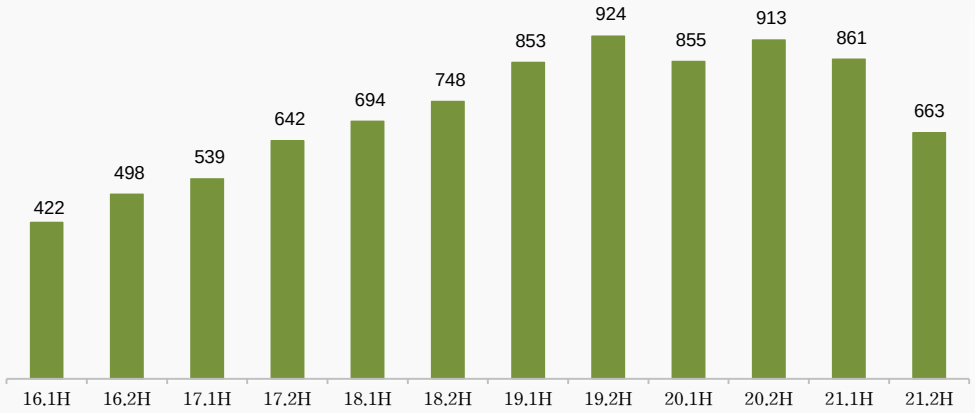
단위: 백만RMB



- 2017년도 제2공장 본격가동 이후 10% 이상의 매출 성장률 지속
- 2021년 매출은 전년 대비 13.8% 하락한 1,525백만RMB 기록
- COVID-19로 인해 매출 비중이 높은 영유아제품의 매출감소 (-38.1%, yoy)가 주 하락 요인

반기별 매출추이

단위: 백만RMB



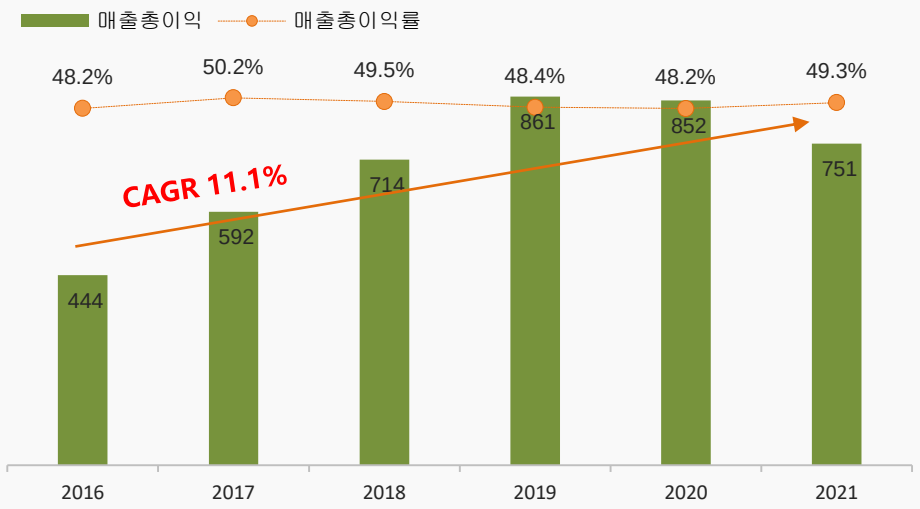
- 2021.2H 매출액은 전년 동기 대비 27% 감소한 6.63억RMB
- 전체 매출 감소 불구 아동용(+20.1%), 임산부용(34.4%) 제품 매출은 증가 지속

수익성 I

매출액 감소 불구 매출총이익률, 판관비율은 전년과 유사

매출총이익

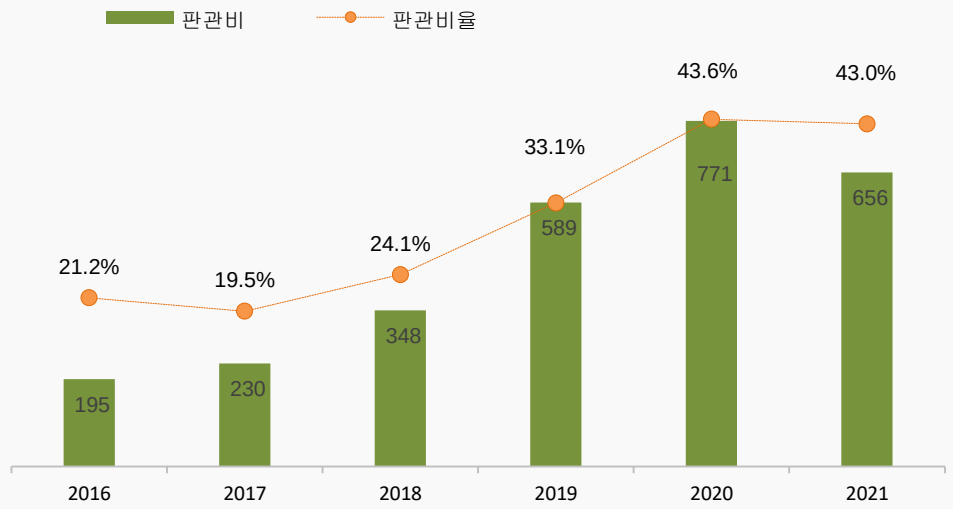
단위: 백만RMB, %



- 부문별 매출총이익률은 영유아용 50.8%, 아동용 45.1%, 임산부용 54.2%
- 부문별로 전년동기 대비 영유아용 +1.5%p, 아동용 +2.6%p, 임산부용 -0.9%p로 나타남
- 매출 감소로 원재료 사용 감소(-17.0%)가 전체 매출총이익 증가 요인

판매관리비

단위: 백만RMB, %

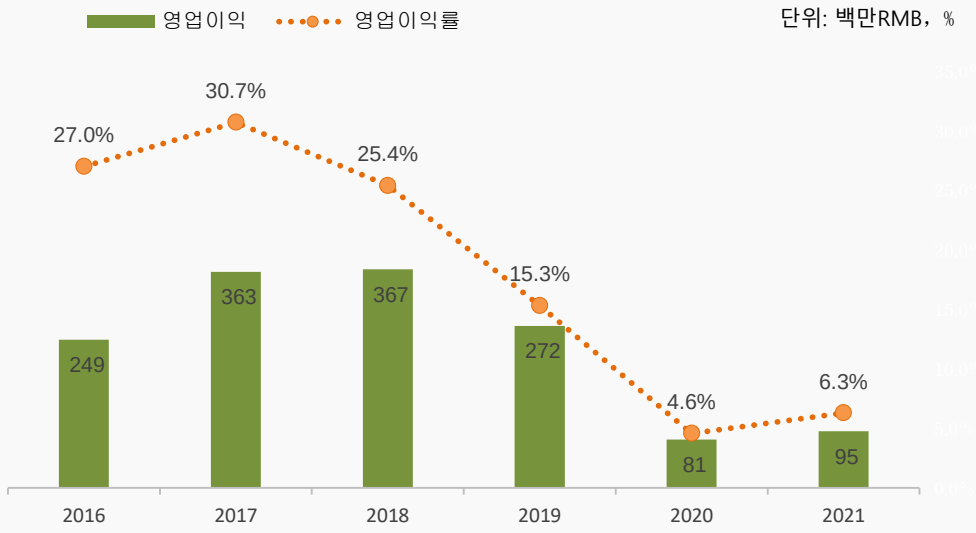


- 2021년 판매관리비는 전년 동기 대비 **14.9%** 감소
- 2021년 매출액 대비 판관비 비율은 **43%**로 전년동기 대비 **0.6%p** 하락
- 광고선전비와 무형자산상각비의 감소가 판관비 감소의 주요인

수익성 Ⅱ

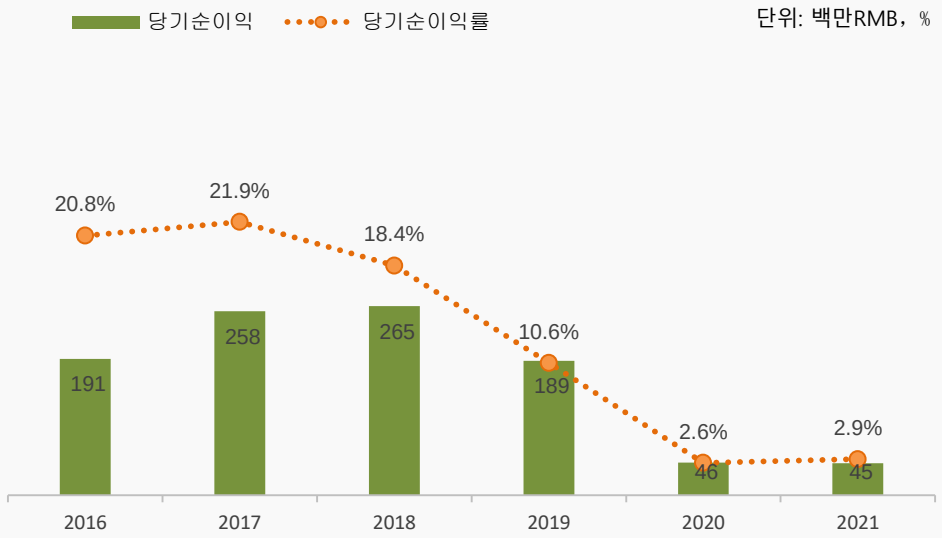
영업이익과 당기순이익률은 전년 동기대비 1.7%p, 0.3%p 소폭 개선

영업이익



- 판관비 감소로 영업이익은 17.6% 증가, 영업이익률은 1.7%p개선
- 신제품 개발에 필요한 R&D투자는 전년 수준 유지

당기순이익



- 2021년 당기순이익은 45백만RMB로 당기순이익률은 2.9%
- 전년 대비 외환손실액 17.9백만RMB 감소, 금융부채평가이익 29백만 RMB 감소가 상쇄되며 당기순이익은 전년과 유사

중장기 성장전략

중장기 성장 확대를 위한 브랜드 인지도 강화

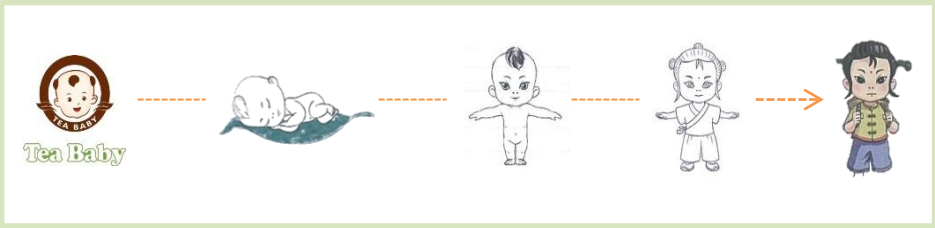
성장전략	목표	기대효과
마케팅 강화	'Tea baby' 애니메이션 방영 지속	Tea baby 애니메이션 프로젝트 추진으로 중장기적인 브랜드 인지도 상승 기대
제품개발	해외기업과의 연구개발 항목 설립	연구개발을 통한 제품 품질 및 경쟁력 강화
네트워크 강화	매출채널의 다원화	편리하고 신속한 제품 전달
기업합작	산업관련 기업과의 전략적 합작	관련 기업과의 상호 이익 실현

- 1차 절대 매출 목표 금액 : 30억 RMB(한화 약 5천억원)로 설정
- 1차 절대 매출 목표 달성시기 : 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



중국의 신화 전설을 배경으로 차(茶) 문화와 효능을 스토리화 하고, 당사 'Tea baby' 브랜드 캐릭터를 주인공으로 제작되는 3D 애니메이션

<애니메이션 제작 개요>	
저작권	오가닉티코스메틱
제작편수	1부 52편 완료, 2부 52편 완료. 10분 X 104편
제작비용	3,800만 RMB

Teababy 애니메이션 프로젝트 기대효과

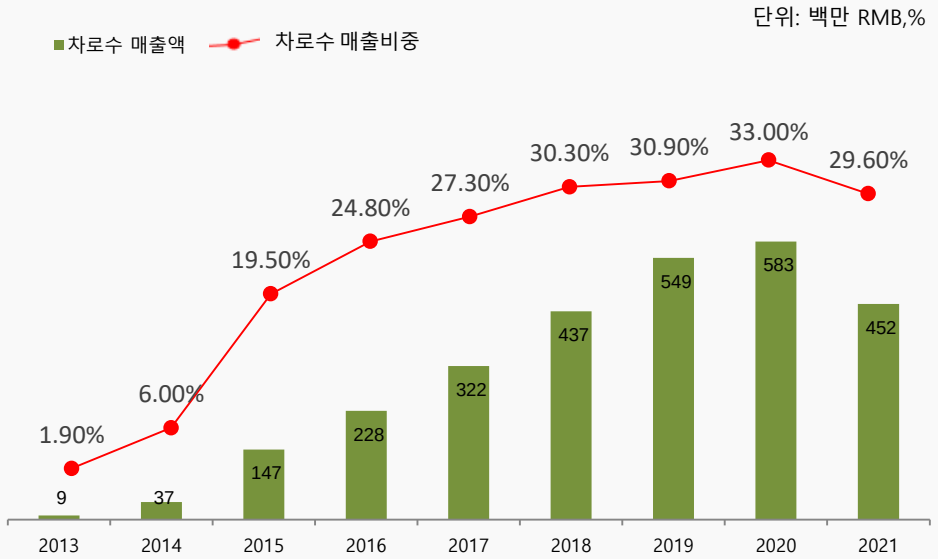
<애니메이션 제작 개요>	
배급사	팡린위홍
방영 TV채널	중국 전지역
첫방영개시	2018년 9월 3일 (베이징 KAKU) 매주 월~금요일 오전 7:30(베이징시간), 매일 2편 방영

경영전략_핵심제품

모기기피제품 차로수 경쟁력 강화

구분	오가닉티코스메틱	상해가화
제품	차로수	화로수
시리즈	**3개** (성인용, 유아용, 영아용)	30여개
안전성	**소량은 먹어도 무방**	임산부 사용 불가
자극성분	**무**	유
알코올성분	**무**	유
기능성(땀띠)	**유**	무
제품가격	**30RMB**	8~50RMB
매출규모	**5억RMB**	약10亿RMB

차로수 매출추이



- 매출 출시 3년 만에 핵심 성장 제품군으로 자리매김
- 기존 화로수 시장의 대체 수요와 천연 모기 기피제 신규 수요에 따른 지속 성장 전망
- 코로나 영향으로 인한 매출 소폭 감소

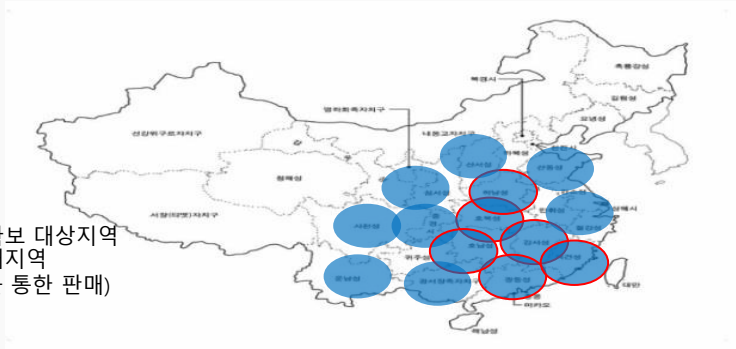
경영전략_가맹점 확대(가맹점)

Tea baby 가맹점 프로젝트 추진으로 안정적 수익구조 창출

차와(Tea baby) 가맹점 프로젝트

가맹본부	오가닉티코스메틱
브랜드명	**차와(Tea baby) 가맹점**
기간	2017년 7월 ~ 2020년
진출지역	총 6개성(복건, 강서, 호북, 호남, 하남, 광동)
가맹지원	최대 100000RMB/점당, 일시불 (Teababy 브랜드 접목 인테리어 등)
가맹점수	**1891개 (2022년 5월 현재 기준)**

< Teababy가맹점 설립 지역 >

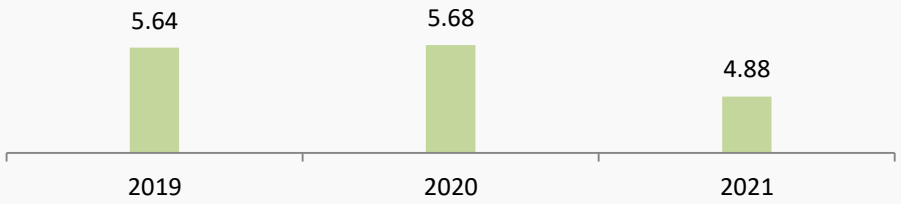


Teababy 애니메이션 프로젝트 기대효과

*가맹점 총 판매 제품 중 Tea baby 제품 30% 입점 요건

*향후 영유아용 기저귀, 물티슈, 장난감, 의류 등 OBM 제품 공급 예정

<가맹점 매출추이>



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

02

회사개요 및 경쟁력

Chinese 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)

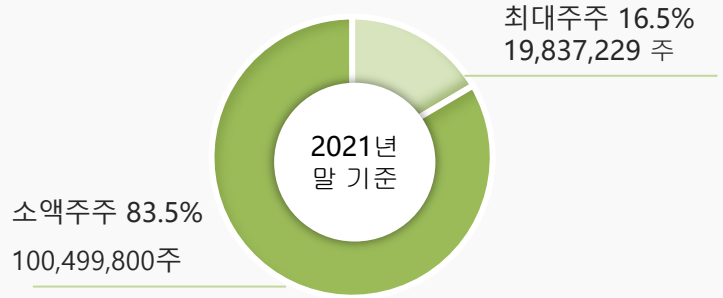
▼ 100%

남평탁화상무역유한공사
(중국, 자회사)

▼ 100%

남평식애일용품유한공사
(중국, 손자회사)

지분구성 / 일반현황



회사명	푸젠해천약업과기발전유한공사
설립일	2009.04.14
자본금	738,468천RMB (2021년)
매출액	1,524,539천RMB (2021년)
임직원수	306명 (2021년)
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 ~ 2011.06 **설립기**

2009.04 푸젠해천약업과기발전유한공사 설립

2010 영유아 크림 제품 판매 개시

2010.08 푸젠조농실업발전유한공사 설립

2011.07 ~ 2015.12 **성장기**

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)

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

2016.01 ~ **도약기**

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 임산부용 신제품 출시

2018. 하반기 TeaBaby 애니메이션 9/3일 방영개시

2018.말 TeaBaby 가맹점 1000개 돌파

2019.말 TeaBaby 가맹점 총 2000개 돌파

2020.04 방역(소독손세정제, 마스크 등) 제품 출시

연구개발 능력

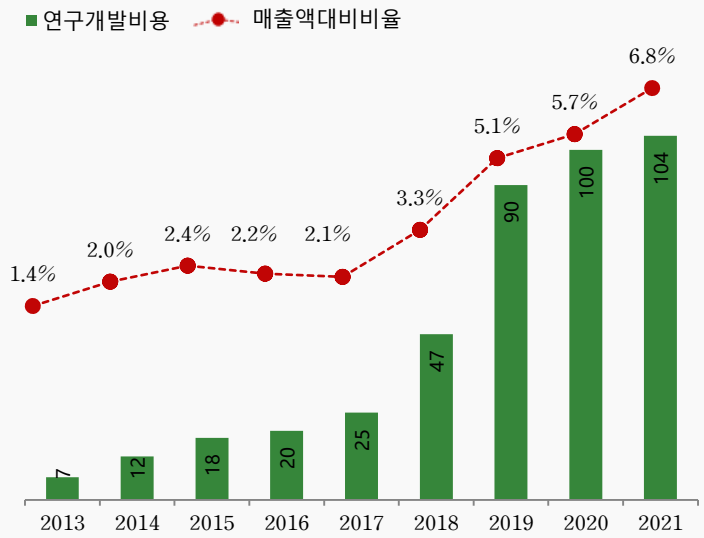
자체 연구소와 산학협력 연구소 운영 기반 독보적인 연구개발 능력

자체 연구소

합작연구소(우한대학교)

연구개발비 투자

단위: 백만RMB,%



- **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

- 핵심 연구인력 확보
- 제품 라인업을 위한 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

대리상 (85개)

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

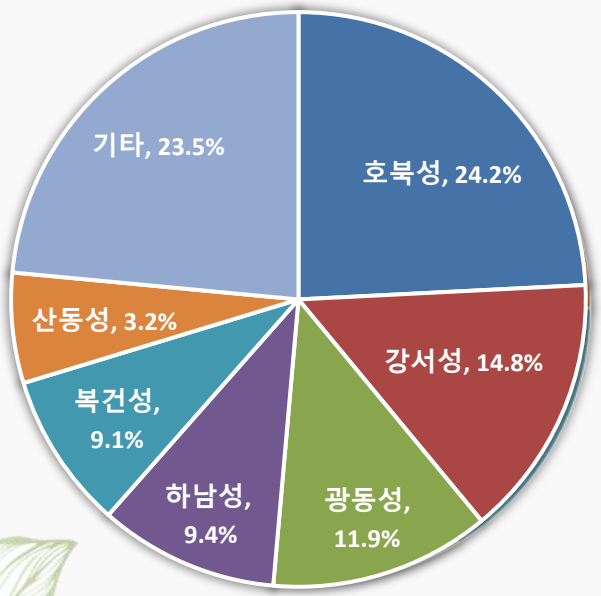
- 브랜드 인지도 확산에 초점을 맞춘 전략 유통 채널

신규채널 가맹점

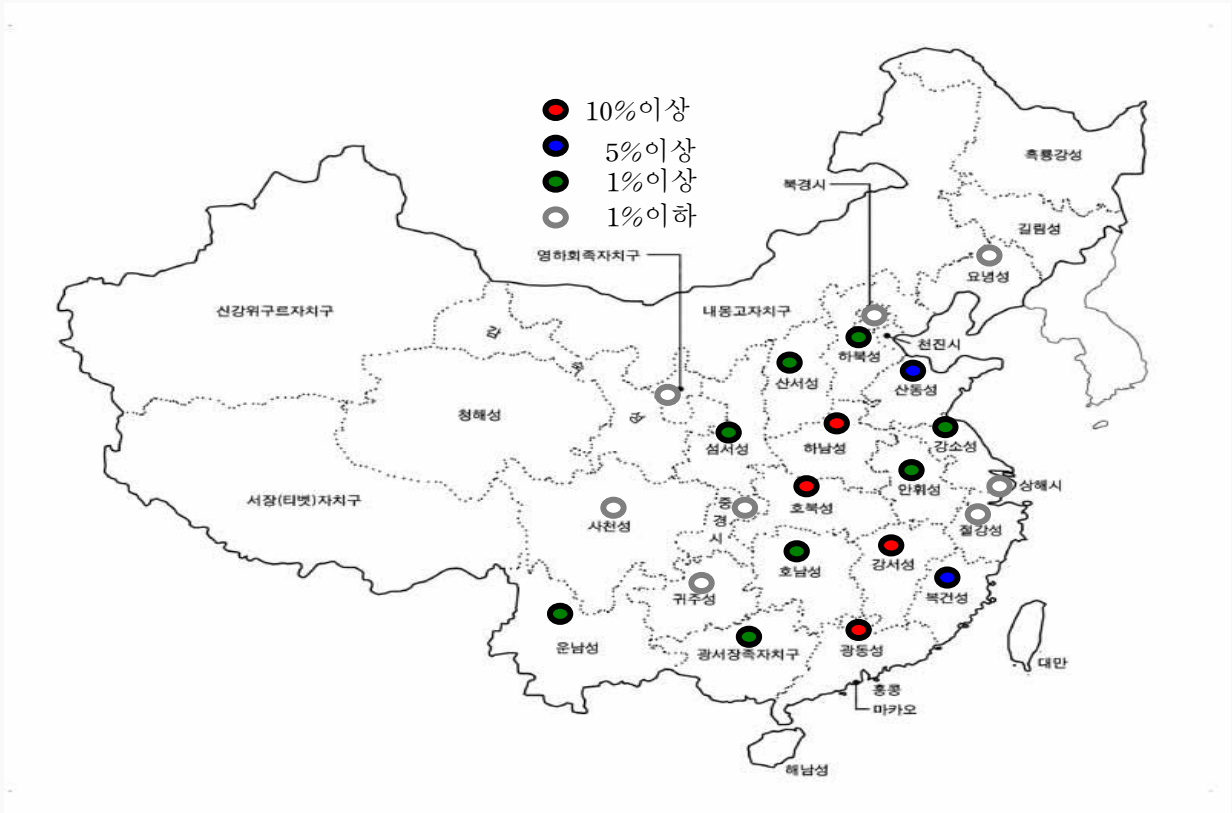
전국2,3,4선 도시 중심 고객 네트워크

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

<2021년 지역별 매출 비중>



- 2021년 말 기준



요약 재무제표

재무상태표

(단위: 천RMB)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
유동자산	907,881	1,110,022	1,286,344	1,344,806	1,318,485	1,487,778
현금 및 현금성자산	594,160	722,924	763,467	620,427	607,963	475,193
비유동자산	284,814	335,851	387,237	477,817	761,470	913,852
자산총계	1,192,695	1,445,873	1,673,581	1,822,623	2,079,956	2,401,630
유동부채	156,928	171,023	165,978	144,751	115,095	137,839
비유동부채	2,045	1,860	841	8,951	114,292	112,087
차입금	49,600	35,300	20,000	25,575	25,575	25,575
부채총계	158,973	172,883	166,819	153,703	229,387	249,927
자본금	346,363	346,363	346,363	346,363	481,929	738,468
자본총계	1,033,722	1,272,991	1,506,762	1,668,920	1,850,569	2,151,703

손익계산서

(단위: 천RMB)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
매출액	920,742	1,180,659	1,442,326	1,777,227	1,768,511	1,524,539
매출원가	476,636	588,350	728,124	916,463	916,861	773,335
매출총이익	444,105	592,309	714,202	860,764	851,650	751,205
판매관리비	195,203	229,717	347,530	588,521	770,655	377,389
영업이익	248,902	362,592	366,672	272,243	80,995	95,284
기타손익	26,653	-3,266	6,740	21	-9,736	17,158
금융손익	-2,646	-695	954	988	12,558	-23,469
법인세전순이익	272,910	358,630	374,366	273,252	83,817	88,973
법인세비용	81,670	100,390	109,606	84,617	37,734	44,378
당기순이익	191,240	258,240	264,760	188,635	46,082	44,595

Thank you!