

2023 (주) 청담글로벌 INVESTOR RELATIONS

CHUNGDAM
GLOBAL



Disclaimer

본 자료의 재무정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)를 기초로 작성된 추정치이며
모든 재무정보와 영업성과는 종속회사를 포함한 연결 기준으로 작성하였습니다.

외부감사인의 감사가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 것으로
그 내용 중 일부는 향후 감사 결과에 따라 변경 될수 있음을 양지하시기 바랍니다.

회사는 본 자료에 서술된 재무실적 및 영업성과의 정확성과 완벽성에 대해 암묵적으로든 또는 명시적으로든 보장하지 않으며,
본 자료에 서술된 내용은 과거 또는 미래에 대한 약속이나 진실로 간주될 수 없습니다.

본 자료는 자료작성이 현재의 사실에 기초하여 작성된 것이며,
회사는 향후 변경되는 새로운 정보나 미래의 사건에 대해 업데이트 책임을 지지 않습니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 안되며,
회사는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임을 지지않음을 알려드립니다.



Contents

1. 회사소개
2. 핵심 경쟁력
3. 사업현황
4. 재무정보



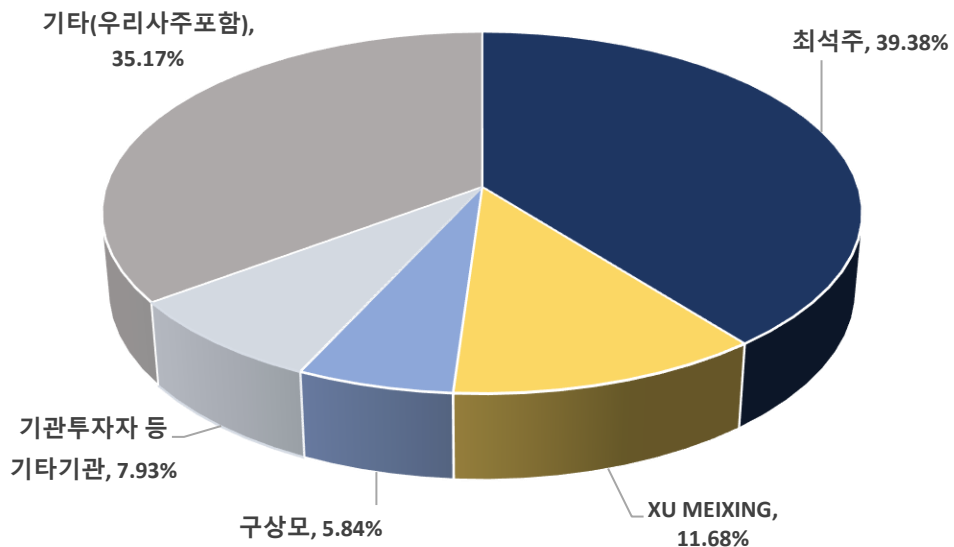
1. 회사소개

1. 회사소개

회사개요

회사명	주식회사 청담글로벌
대표이사	최석주
설립일	2017년 11월 14일
상장일	2022년 06월 03일
자본금	10,275,645,000원 (2022.09.30 기준)
임직원	33명(2022.09.30 기준)
주요사업	E-Commerce Platform
소재지	본사: 인천광역시 연수구 인천타워대로 323 ,비동 2401호 서울지사: 서울특별시 마포구 동교로23길 32-21 석정빌딩

주주현황



※ 위 주주현황은 2022년 9월 30일 기준입니다.

1. 회사소개

회사 연혁



설립기

2017



2017

11월: (주)청담글로벌 설립
현진씨엔티 중국 총판계약
파마리서치프로덕트 중국 총판계약



성장기

2020



2020

1월: 징동닷컴(JD.COM) 1차벤더 계약
4월: 유잔(Youzan), 핀둬둬(Pinduoduo),
매일일토(Meiri Yitao) 납품
11월: 키노닉스 중국 총판계약
12월: 한국무역협회 "2천만불 수출의 탑" 수상

2021

6월: 화장품 전문 플랫폼 "바이슈코" 론칭
11월: 알리바바(티몰) 1차벤더 계약

2022

6월: 코스닥 상장(2022년 6월 3일)
9월: 월마트차이나 1차벤더계약

2018

도약기

2018

5월: DMCK코스메틱 브랜드 계약
JM솔루션 화장품/마스크팩 수출
12월: 리쥘란 브랜드 신라면세점 입점
및 중국 총판계약 계약

2019

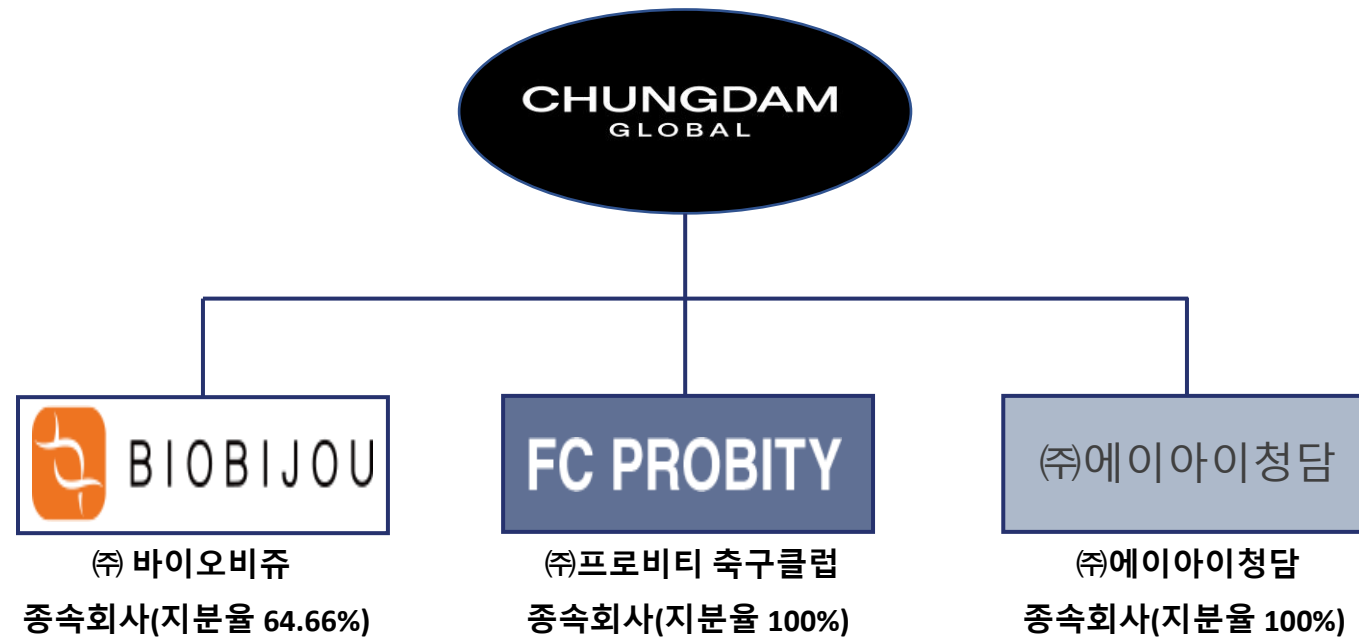
1월: 원진이팩트 중화권 독점공급계약
차흥 중국 총판계약



1. 회사소개

주요 계열회사

계열회사 현황(22.09.30 기준)



1. 회사소개

주요 사업

글로벌 유통

- 스킨케어, 메이크업, 향수 등 Beauty&Life제품, 영유아제품, 건강기능식품 등을 Global platform 및 국내외 on/off라인 유통망을 통해 공급하는 서비스를 하고 있음
- 중국시장에 35개 이상의 국내중소 브랜드 신규계약을 성사시켜 유통중이며, 2020년부터 글로벌 브랜드 유통도 시작함

<청담글로벌 주요 플랫폼>



D2C 플랫폼 바이슈코(BYSUCO)

- 2021년 6월 바이슈코(BYSUCO)를 론칭하여 글로벌 스킨케어, 향수 등의 직구판매 대행

<바이슈코 주요 유통 브랜드>



톰포드

이속

크리드

산타마리아노벨라

자회사 (주)바이오비쥬

- 2018년 7월에 설립되어 HA필러 및 보톡스류를 중국시장 중심으로 제조 및 유통하고 있으며, 전 세계 11개국에 판매망을 보유함

<바이오비쥬 주요제품>



엘레룩스



코레나



칸토립



ASCE+

E-Commerce One-stop Total Solution

글로벌 유통 Process



1. 회사소개

국내유일 코스메틱 이커머스 플랫폼 '바이슈코(BYSUCO)'



BYSUCO

'바이슈코'는 Buyer와 Consumer, Cosmetic의 합성어로 친환경 소비를 자랑하는 프리미엄 화장품 직구 플랫폼 브랜드(21년 6월 론칭)

50여 개 브랜드 1,500여 개의 코스메틱 상품 판매

구매 및 판매구조



글로벌 시장의 프리미엄 화장품 유통구조를 최소화하고 합리적인 가격으로 고객과 직접 연결

'바이슈코' 경쟁력



기준 직구서비스와의 차별점

- On-demand 주문기반
- 청담글로벌의 유통구조 활용 및 데이터 베이스 기반 최저가 설정
- 3일내 빠른 배송/편리한 서비스 (구매, 반품, 환불)
- 다양한 브랜드 제품보유
- 정품보증

1. 회사소개

뷰티바이오 회사 (주)바이오비쥬



회사개요

회사명	(주) 바이오비쥬
설립일	2018년 7월 12일
대표자	양준호
사업분야	의약품, 의료기기 제조 및 판매

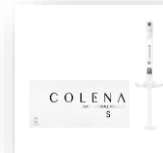
사업개요

- 필러, 보톡스 및 엑소솜 등의 제조·유통사업을 하고 있음
- 18년 파마리서치 총판계약을 진행하였으며, 이외에도 대웅제약, 메디톡스 등의 벤더계약을 통해 성장함
- 20년 9월 제조시설을 준공하였으며, 21년 부터 자체생산을 하고 있음

주요제품소개



- **엘렉스:** 보툴리눔 독신으로 잔주름과 다한증 치료에 효과적인 제품 (위탁 생산)



- **코레나:** HA필러 제품으로 잔주름, 흉터 및 조직함몰에 의한 회복을 돕는 제품(자체 생산)



- **ASCE+:** (주)엑소코바이오의 엑소솜 제품으로 노화방지 및 재생 등에서 효능을 가진 제품이며, 바이오비쥬는 중국과 동남아시아의 총판을 맡고 있음

1. 회사소개

프로비티 축구클럽

- 유소년 축구인재 양성 및 인재개발을 통한 ASIA No.1 선진 축구문화 조성
- 사회적 가치달성(ESG)



프로비티 축구클럽 운영

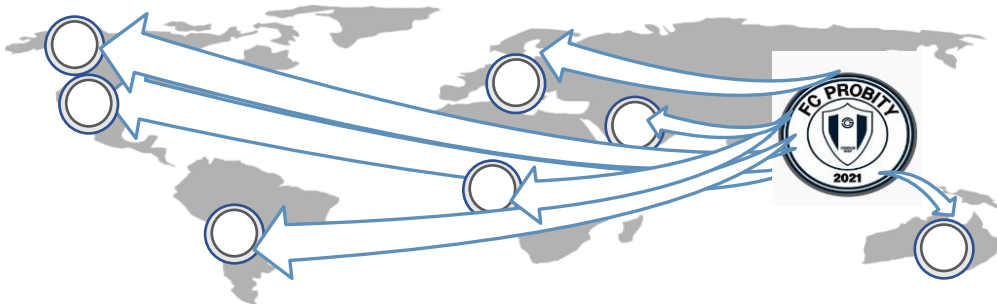
국내대회 출전



국제대회 출전



프로비티 축구클럽 성장방향



- 해외 선수 국내유학/프로비티 선수 유럽 진출
- 유소년 축구 국제대회 출전기회 확대
- 프로비티 시스템 국내 및 해외 공급
- 유망주 기회 확대 및 대한민국 축구발전에 기여



2. 핵심 경쟁력

2. 핵심 경쟁력

징동닷컴, 티몰 및 월마트 차이나의 1차 벤더, 중국 내 경쟁력 확보

청담글로벌

BIG DATA 수집

DATA 분석 및 트렌드 파악

브랜드 제품 소싱

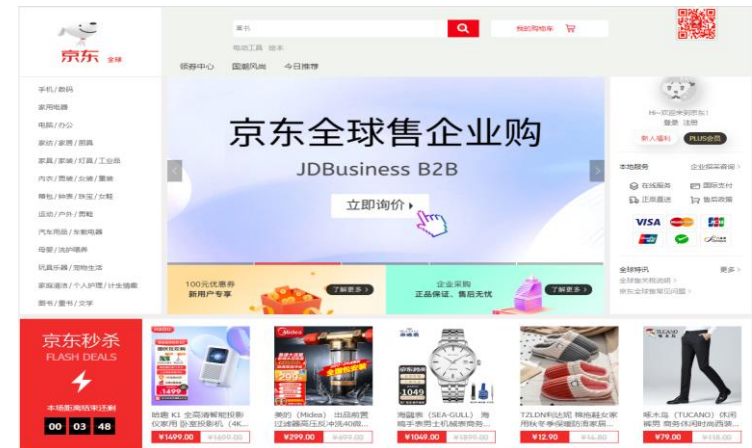


- 청담글로벌의 중국시장에 대한 높은 이해도와 독보적인 화장품 공급능력
- 징동닷컴(JD.COM)의 국내 유일한 1차 벤더
→ 기타 1차 벤더사 6개사는 모두 중국 기업

소비자 니즈에 부합하는 제품 유통

1차 벤더사에게 소비패턴 등의 데이터 제공

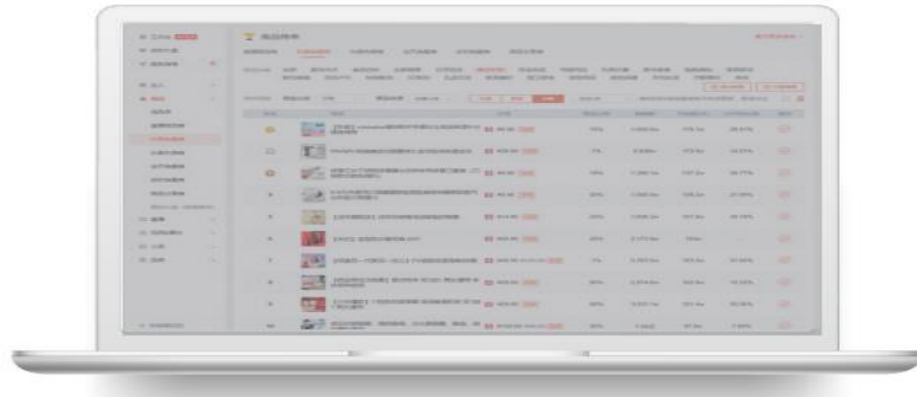
징동닷컴



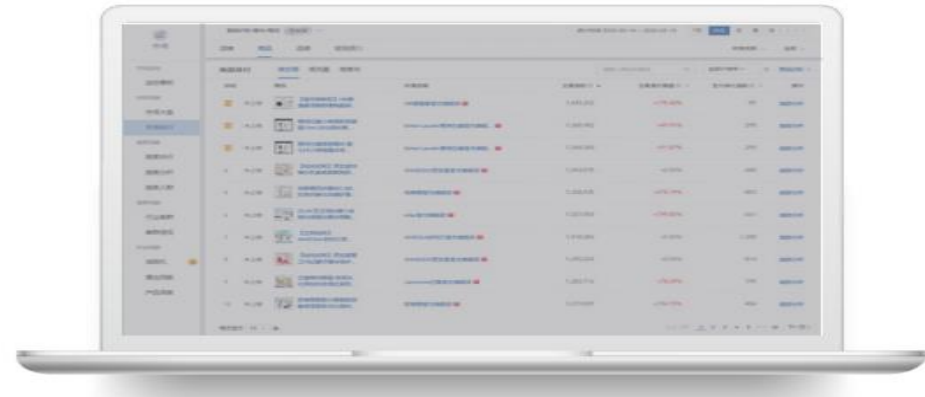
- 중국 E-Commerce 업계 2위
- 나스닥(NASDAQ)에 상장사
- 최대규모의 자체 물류 인프라 보유
- 21년 매출액 185조원

2. 핵심 경쟁력

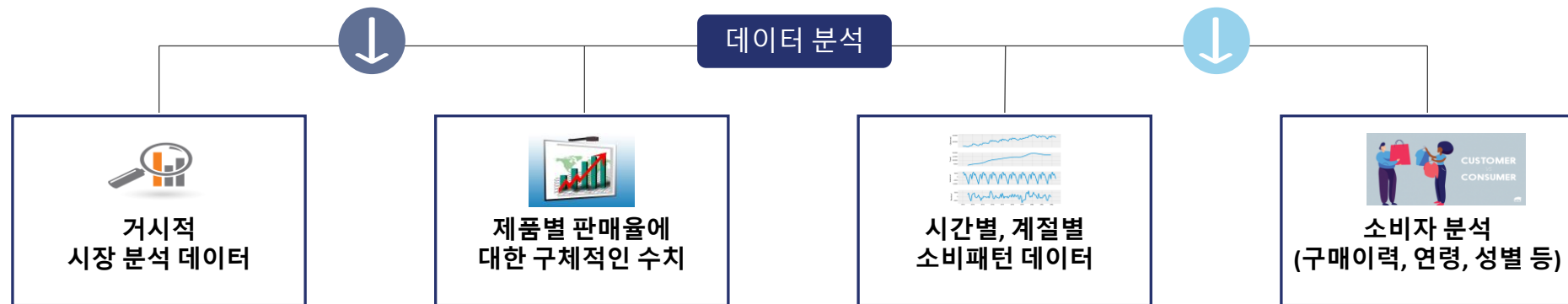
E-Commerce 플랫폼의 온라인 데이터 분석을 통해 시장동향 파악 가능



JD.COM 판매 데이터



T-MALL 판매 데이터



2. 핵심 경쟁력

성으로 검증된 Total Solution 역량

Total solution을 통한 중국진출



브랜드
발굴

- 프리미엄 마스크팩 수요 증가
- 기능성을 갖춘 원진이펙트 마스크팩 제품 선정



사전 인허가

- 당사 영업망을 통한 중국 진출
- 사전인허가 서류 준비 등 대응



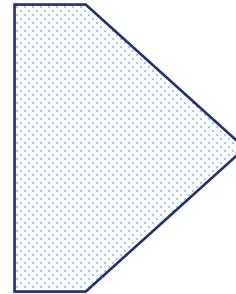
메인 채널
판매 마케팅

- 중국 온/오프라인 및 라이브 방송 유통 활성화
- 왕홍 마케팅 적극 진행



데이터베이스
구축

- 소비패턴 데이터 구축
- 데이터 기반 추가 제품 기획



중국 프리미엄 마스크팩시장
브랜드 TOP10 (타오바오) 달성

商品	浏览量	支付金额	支付转化率	操作
韩国进口... 韩国进口... 韩国进口...	666,338	326,833	1,834	查看详情
韩国进口... 韩国进口... 韩国进口...	169,286	17,364	725	查看详情
【双十一】... 韩国进口... 韩国进口...	135,384	8,085	1,099	查看详情
韩国进口... 韩国进口... 韩国进口...	87,795	4,713	635	查看详情
韩国进口... 韩国进口... 韩国进口...	64,206	1,370	491	查看详情
韩国进口... 韩国进口... 韩国进口...	45,060	355	1,627	查看详情
韩国进口... 韩国进口... 韩国进口...	40,640	1,132	1,139	查看详情
韩国进口... 韩国进口... 韩国进口...	40,380	989	710	查看详情
韩国进口... 韩国进口... 韩国进口...	40,048	1,226	522	查看详情
원진이펙트 마스크팩	38,113	917	798	查看详情

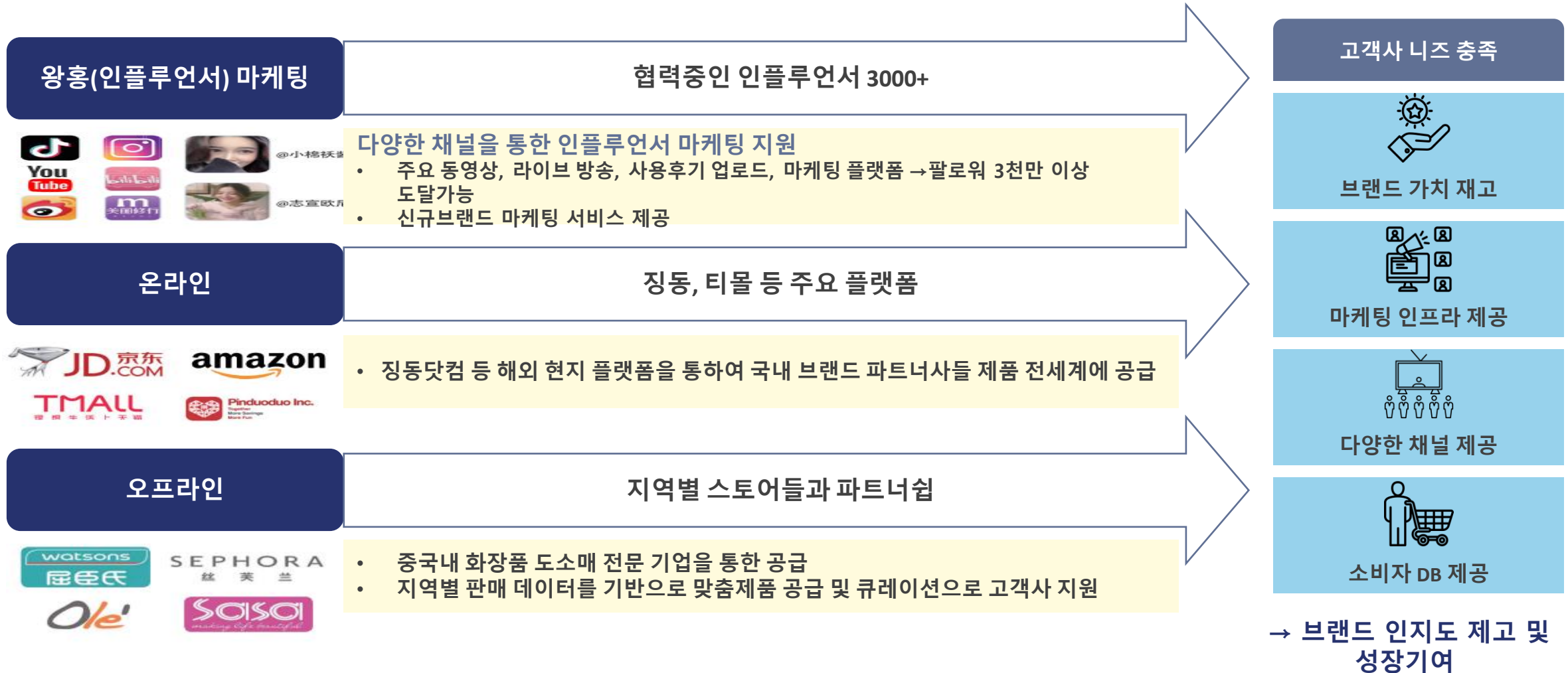


→ 국내 중소 브랜드의 제품을 중국시장에 성공적으로 안착

2021년
월 평균 판매량 500만장 돌파

2. 핵심 경쟁력

다양한 채널을 통한 브랜딩

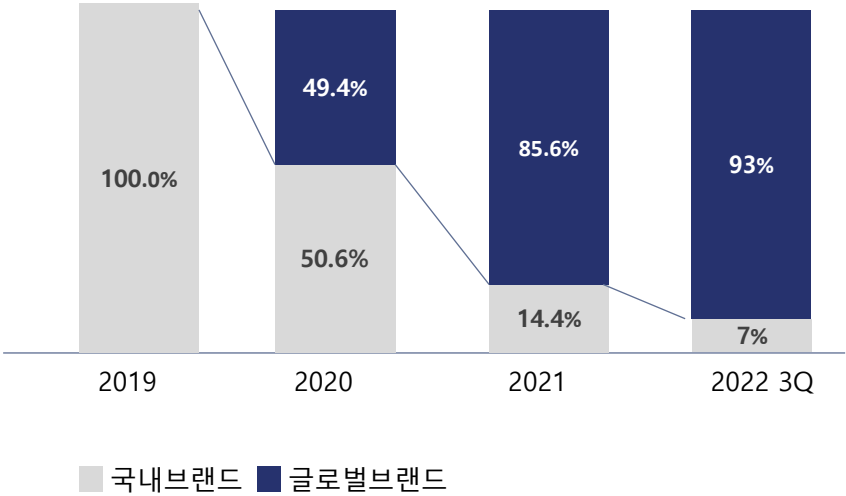


2. 핵심 경쟁력

글로벌브랜드 매출 비중확대로 브랜드 다양성 확보

글로벌브랜드 매출 비중확대

글로벌브랜드 매출 비중추이



2019년 국내브랜드 매출비중이 100%였으나 2022년 3분기 기준 글로벌브랜드 93% 국내브랜드 7%로 글로벌브랜드 비중확대

주요 글로벌브랜드





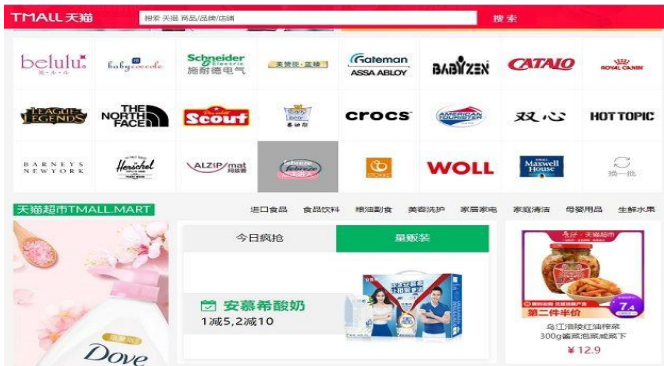
3. 사업현황

3. 사업현황

B2B 플랫폼 채널 확장



징동닷컴 이외 B2B 매출처 확장



3. 사업현황

B2B 플랫폼 채널 확장

동남아, 중동, 유럽 진출 및 글로벌 플랫폼 진출 추진

→ 징동닷컴 동남아, 중동 및 유럽버전 플랫폼 공식 공급사 선정



→ 아마존, 이베이 및 쿠팡 등 글로벌 메가플랫폼 진출

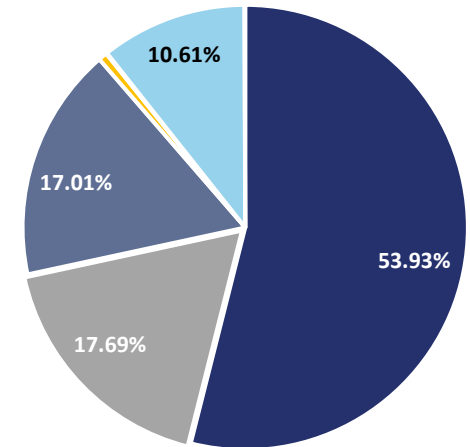
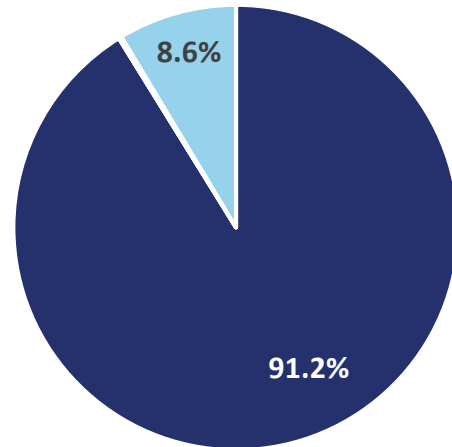


3. 사업현황

상품의 다각화

사업부문별 매출비율

■ 화장품 ■ 영유아제품 ■ 건강기능식품 ■ 바이오비주



- 2020년까지 화장품 관련 매출액이 91.2%
- 2022년(3분기 현재) 화장품 53.93%, 건강기능식품 17.69%, 영유아제품 17.01%로 상품군이 다각화됨

상품군 확대를 통한
성장전략

3. 사업현황

상품의 다각화

2020~2022년 상품별 매출현황

(단위: 백만원, %)

구분	2022년 3분기	2021년	2020년
화장품	86,130(53.93)	113,777(78.80)	70,223(91.2)
영유아제품	28,244(17.69)	16,176(11.20)	-
건강기능식품	27,168(17.01)	5,379(3.70)	-
직구플랫폼	1,018(0.64)	77(0.10)	-
인허가용역	105(0.07)	125(0.10)	164(0.2)
바이오비주	16,947(10.61)	8,742(6.10)	6,630(8.60)
프로비티 축구클럽	85(0.05)	70(0.00)	-
합계	120,018	144,348	77,017

화장품: 2020년 91.2% → 2021년 78.8% → 2022년

53.93%

영유아제품: 2020년 0% → 2021년 11.2% →

2022년 17.69%

건강기능식품: 2020년 0% → 2021년 3.7% →

2022년 17.01%

- 화장품 부문 매출
2020년 700억원 → 2022년 3분기 861억원
- 화장품 부문 매출의 상승과 동시에 타부문
매출 비중의 상승
- **패션, PET 및 소형가전으로의 상품군 확대
추진 중**

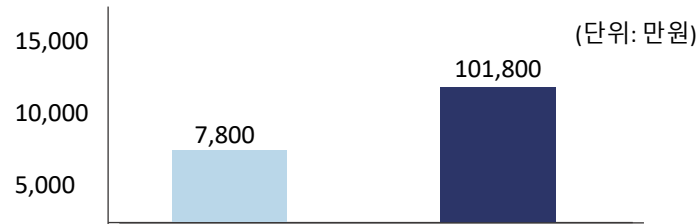
3. 사업현황

B2C 사업 확장

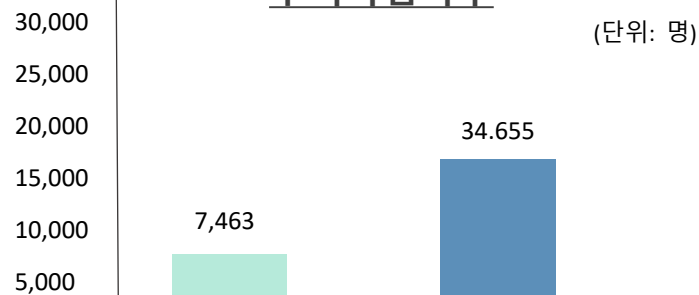
직구몰 바이슈코(bysuco)



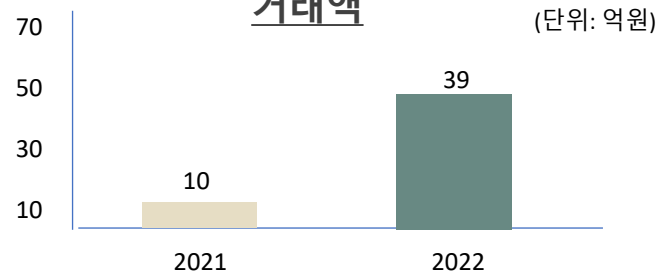
매출액



누적가입자수



거래액



- 매출: 2021년 7700만원 → 2022년 10억 1800만원(3분기 누적치)
- 누적 가입자수: 2021년 7,463명 → 2022년 34,655명(22.09.30 기준)
- 거래액: 2021년 10억원 → 2022년 (3분기 누적치) 39억원

3. 사업현황

B2C 사업 확장



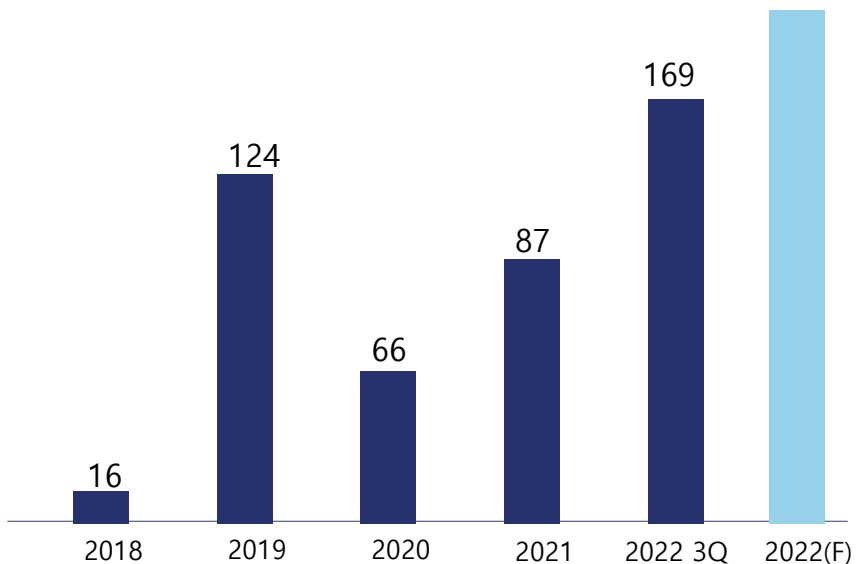
- 바이슈코 자체 앱 개발 추진 중
- 미국, 일본 및 중국버전의 앱 개발 예정
- 중국 징둥닷컴, 티몰내에 자사 B2C 화장품몰 입점 추진 중

3. 사업현황

자회사 (주)바이오비쥬 가치 부각

매출액

(단위: 억원)



- 22년 3분기 기준 169억원의 매출
- HA외에 PDRN 및 LNP 등 다양한 뷰티 물질의 필러 개발 중

확대전략

- 중국 내 Key Doctor 네트워크 활용
 - 다수의 Key Doctor국내로 초빙 당사 제품 소개 및 시현
 - Key Doctor를 통해 중국 내 판매 시장 점유율 확대
- 태국, 베트남 등 동남아 시장으로 판매 확대
- 두바이, 네팔 및 체코 등에 샘플 제공 중



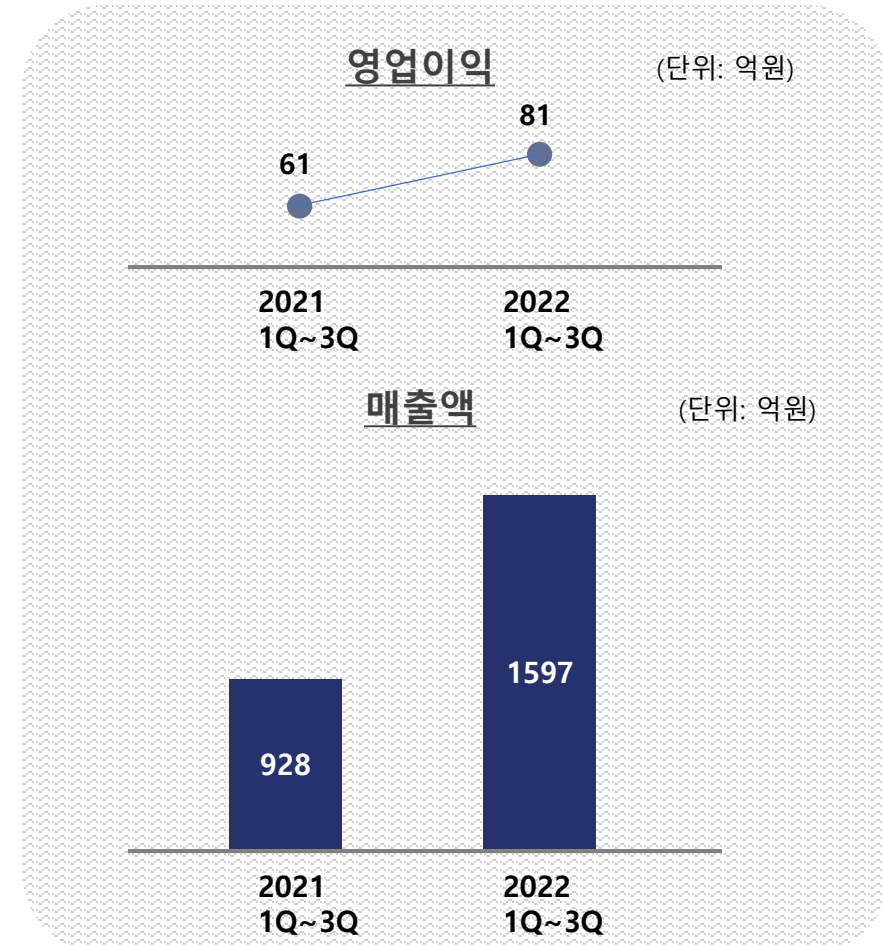
4. 재무정보

4. 재무정보

요약 손익 계산서(연결기준)

(단위:백만원)	'22 1Q~3Q	'21 1Q~3Q	증감비율
매출액	159,696	92,846	72.00%
매출원가	(144,519)	(83,086)	73.94%
매출총이익	15,177	9,760	55.50%
판매비와관리비	(7,101)	(3,704)	91.73%
영업이익	8,075	6,056	33.34%
금융수익	156	12	1162.99%
금융비용	(1,570)	(3,030)	-48.19%
기타수익	9,279	2,106	340.52%
기타비용	(1,419)	(889)	59.67%
법인세비용	(2,974)	(1,020)	191.43%
당기순이익	11,548	3,236	256.90%
매출총이익률	9.50%	10.51%	-1.01%
영업이익률	5.06%	6.52%	-1.47%
당기순이익률	7.23%	3.48%	3.75%

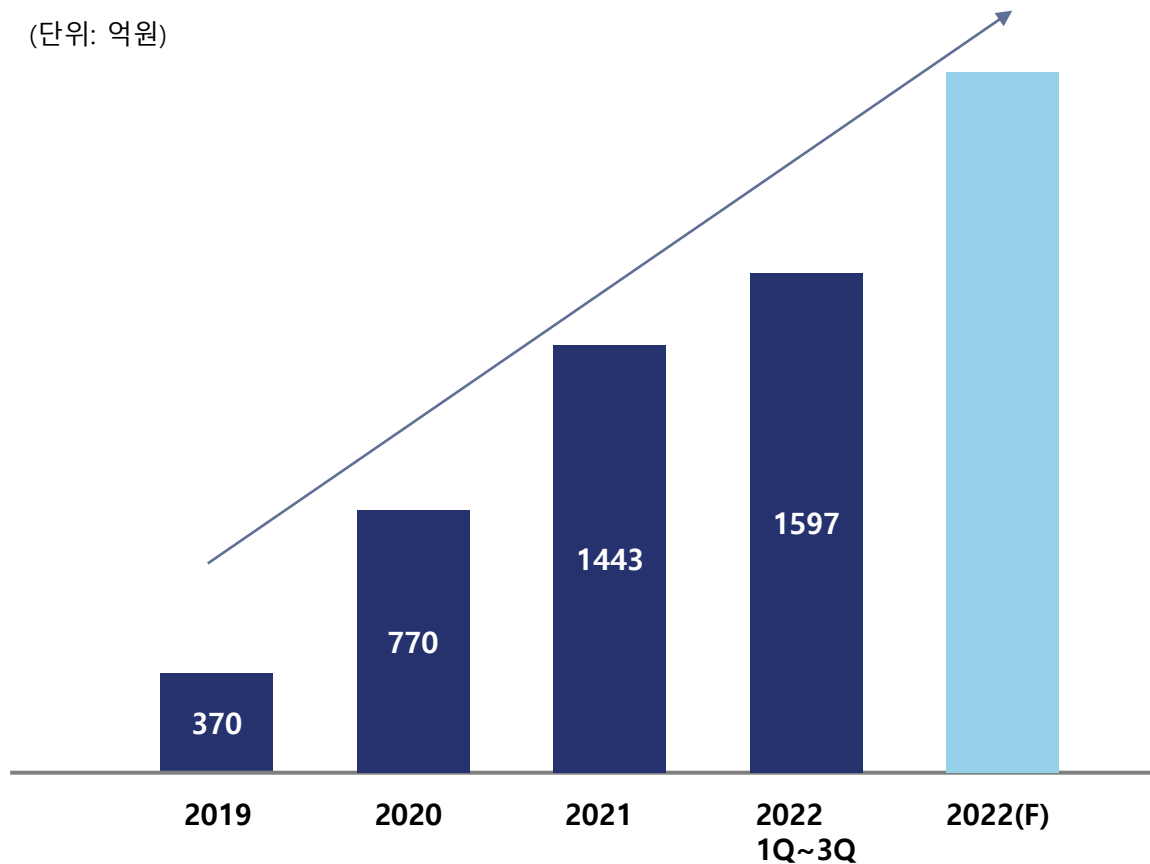
1Q~3Q 실적 추이



4. 재무정보

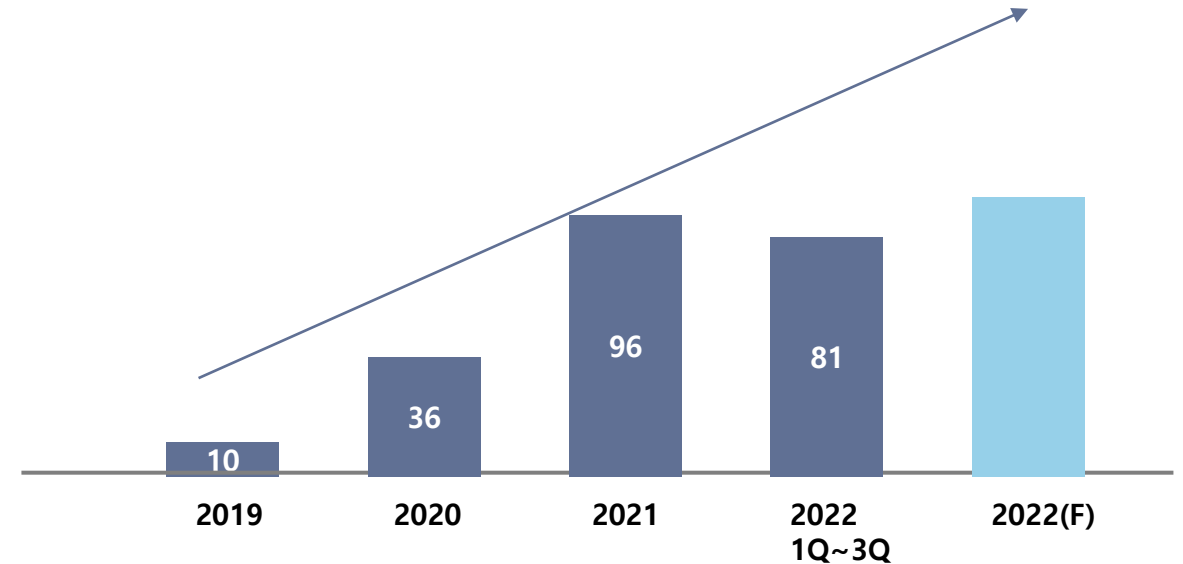
최근 4년 매출액 추이

(단위: 억원)



최근 4년 영업이익 추이

(단위: 억원)

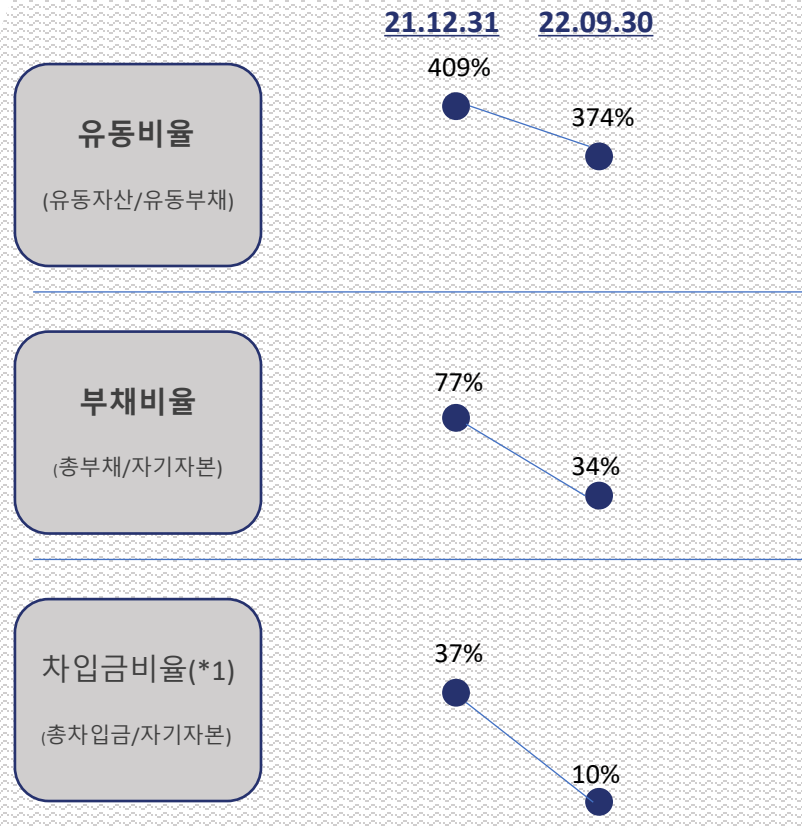


4. 재무정보

요약 재무상태표(연결기준)

(단위:백만원)	22.09.30	21.12.31	증감비율
자산			
유동자산	87,104	37,945	129.55%
비유동자산	10,921	10,001	9.20%
자산총계	98,025	47,946	104.45%
부채(*1)			
유동부채	23,237	9,285	150.28%
비유동부채	1,456	11,612	-87.46%
부채총계	24,694	20,895	18.17%
자본			
자본총계	73,332	27,050	171.09%
자본과 부채총계	98,025	47,946	104.45%

재무비율



(*1)차입금=단기차입금+유동성장기차입금+사채+장기차입금+유동성사채
+유동리스부채+비유동리스부채

Thank you very much!

Q&A