

No.1 Worldwide
K-Beauty
Platform
SILICON2



SILICON **2**

Disclaimer

본 자료는 기관투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보 제공을 목적으로 주식회사 실리콘투(이하 “회사”)에 의해 작성되었습니다. 본 자료에 포함된 “예측정보”는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’, ‘(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다.

위 “예측정보”는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며, 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로, 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용과 관련하여 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임직원들은 과실 및 기타의 경우를 포함하여 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

본 문서는 주식의 모집 또는 매출, 매매 및 청약을 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고(단, 출처표시 필수), 회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

K

TABLE OF CONTENTS

Prologue

Chapter 01_ K-Beauty & E-Commerce

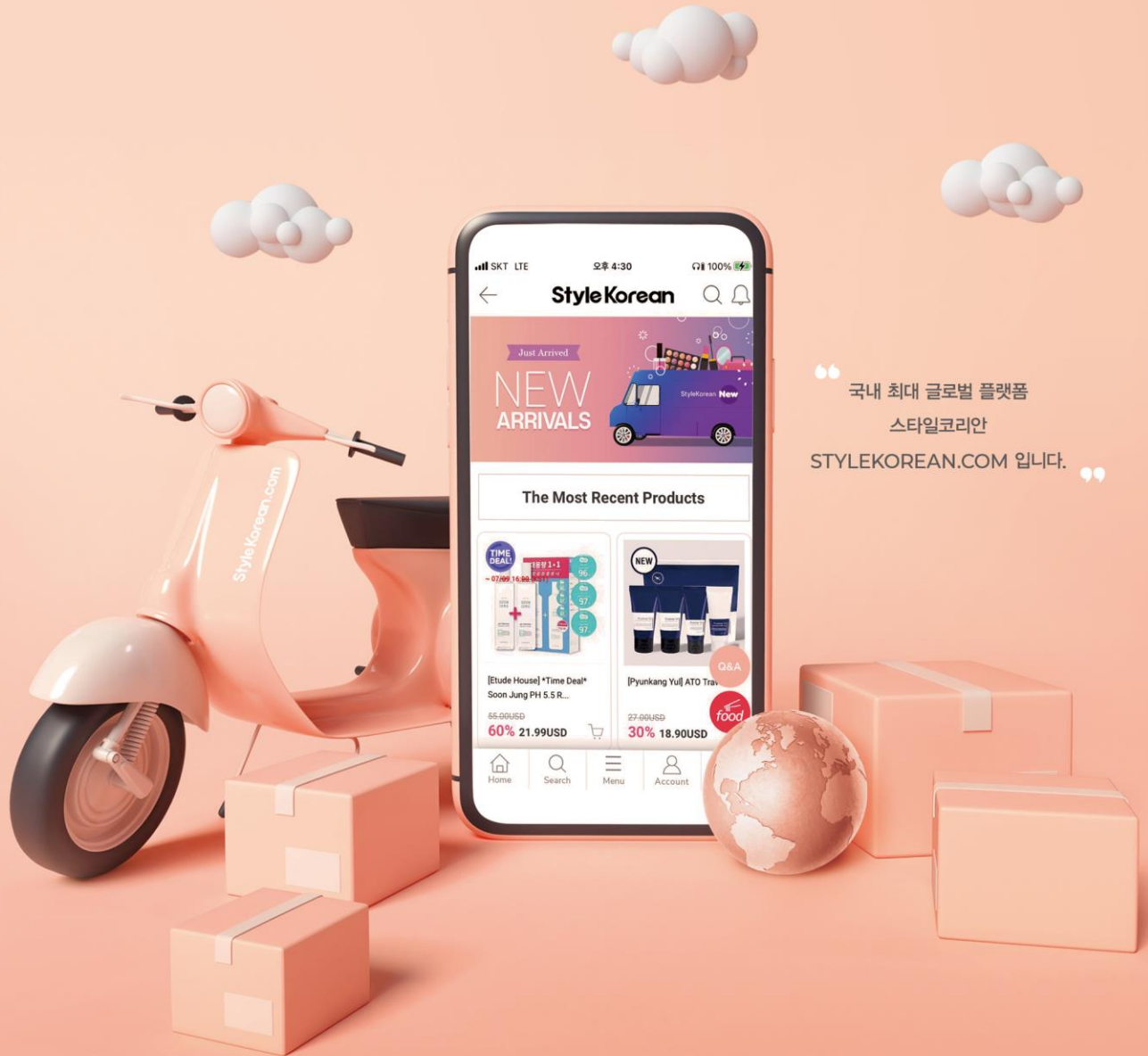
Chapter 02_ K-Beauty를 전 세계로 연결한
플랫폼 기업, '실리콘투'

Chapter 03_ 실리콘투만의 이유 있는 자신감

Chapter 04_ 세계 속의 K-브랜드,
실리콘투가 선도한다

Appendix

SILICON 



K-Culture 성공과 실리콘투

K-Game



글로벌 연간 매출
1위 달성

K-Movie



기생충 4관왕
아카데미 시상식

K-Drama



오징어게임 3관왕
크리틱스초이스 슈퍼어워즈

K-Pop



BTS,슈퍼엠,스트레이키즈,
빌보드 뮤직 어워드

K-Beauty



K-Beauty의
숨은 주역

퍼블리셔



배급사



기획사



실리콘투



K-Beauty의 기획, 배급, 퍼블리셔 역할 **SILICON2**

K-Beauty E-Commerce 글로벌 플랫폼 기업, 실리콘투

Beyond E-Commerce 새로운 가치 창출 기업, 실리콘투

지속적으로 탄생하는 K-Beauty의 수많은 브랜드와 제품의 해외 진출을 만들어갑니다.



SILICON2

PUBLISHER

K-Beauty 공급 (400+개 브랜드)



LOCALIZATION

지역별 전문화된 지식과 현지 마케팅
및 인허가 노하우 공유



INCUBATION

신생 브랜드와 동반성장 (9개 브랜드 지분투자)

heimish

Jumiso

Benton

Pyunkang Yul

be the skin

NINE LESS°

TOCOBO

MARY & MAY

THE PLANT



Chapter 01

K-Bauty & E-Commerce

01_ K-Bauty의 성장 요인

02_ K-Bauty의 위기

01

온라인 채널 확대와 K-Beauty의 압도적 인프라로 다양한 트렌드 및 글로벌 수요 충족

뷰티 산업 성장의 최적화된 생산 인프라

화장품 산업의 강력한 Up-Stream 생태계



중국발 수출 증가



화장품 · OEM · ODM 기업 수 증가



용기 · 부자재 기업 수 증가



2만 여개 이상의 화장품 브랜드

생산 인프라 확장 → 1인브랜드 생성 용이

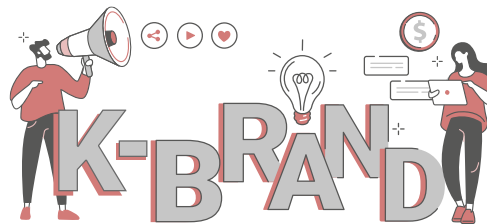
K-Brand 의 성장

문화 강국

BTS, BLACKPINK
슈퍼M, 스트레이키즈

기술 강국

삼성전자, 현대자동차

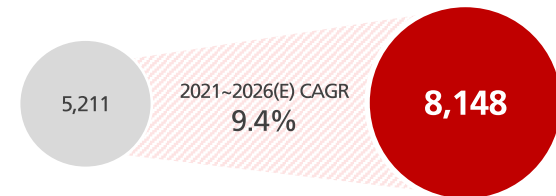


K-Brand의 기술과 문화 경쟁력 증가

E-Commerce의 성장

글로벌 소매 전자상거래 시장 규모

단위: 조 달러

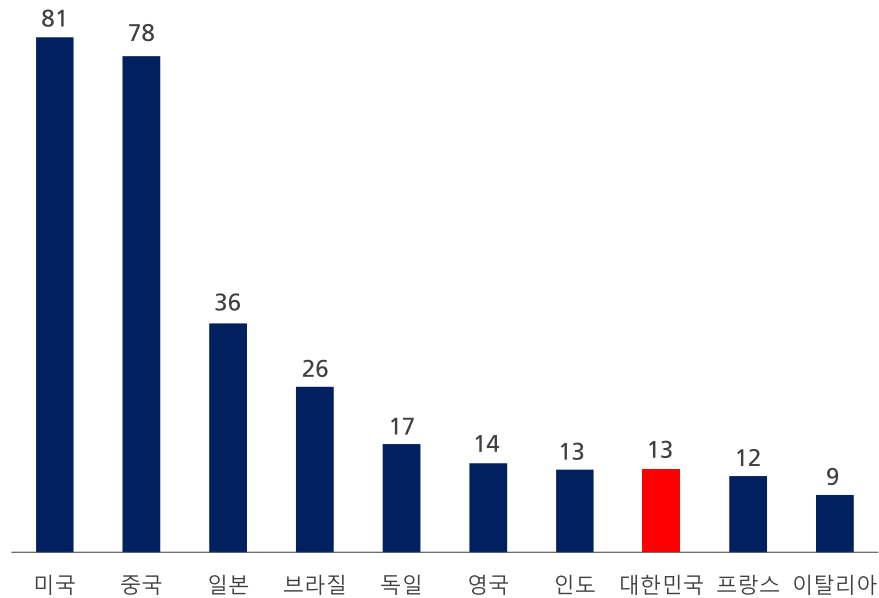
온라인 채널 성장
→ 소자본 브랜드 온라인 채널을 통한 고접근성K-콘텐츠와 기술력을 갖춘 'Made in Korea'
→ K-Beauty, K-Pop, K-Food, K-Fashion 동반 성장

주: eMarketer, 식품의약품안전처

세계 수출규모와 화장품 시장 규모

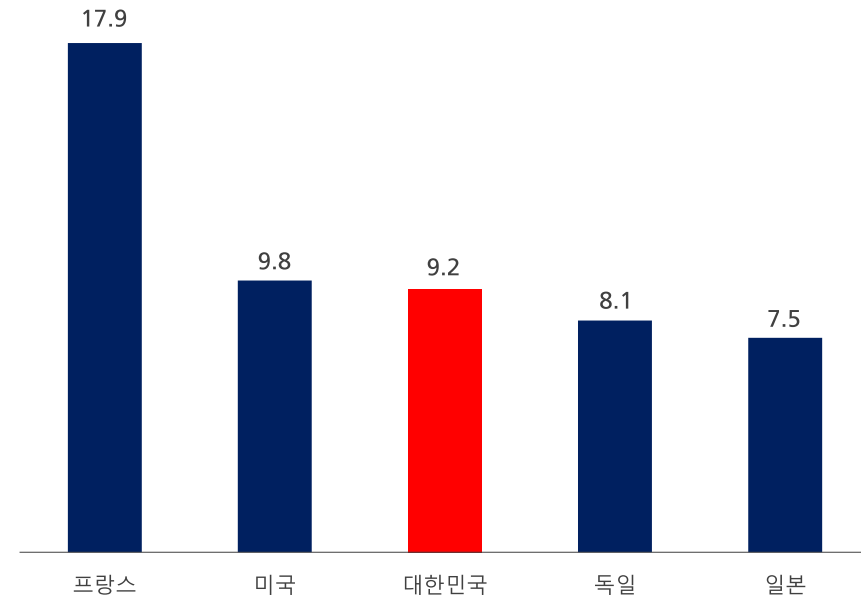
2021 화장품 세계시장규모 Top 10

단위 :십억 USD



2021 화장품 수출 순위 Top 5

단위 :십억 USD

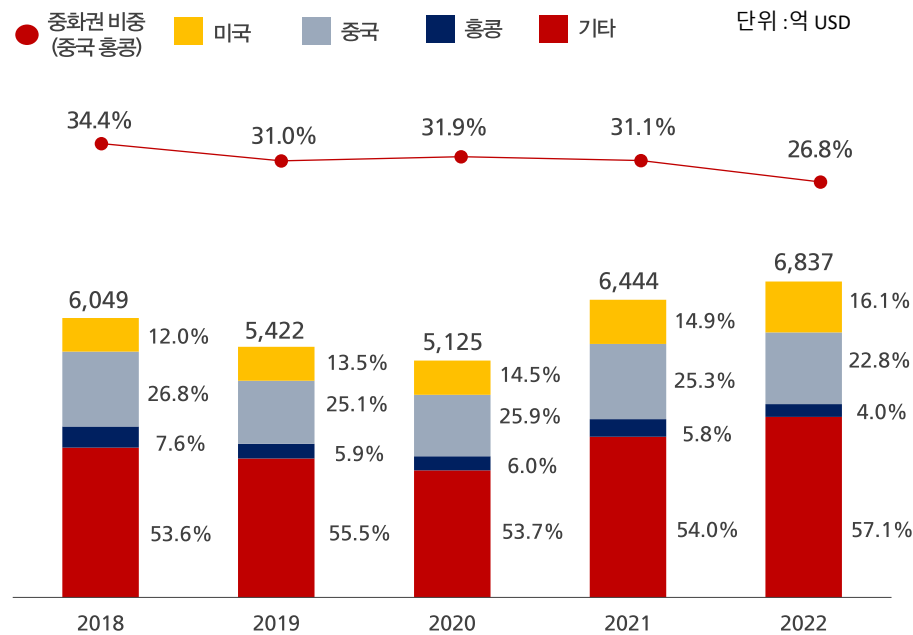


K-Beauty의 높은 수출 규모

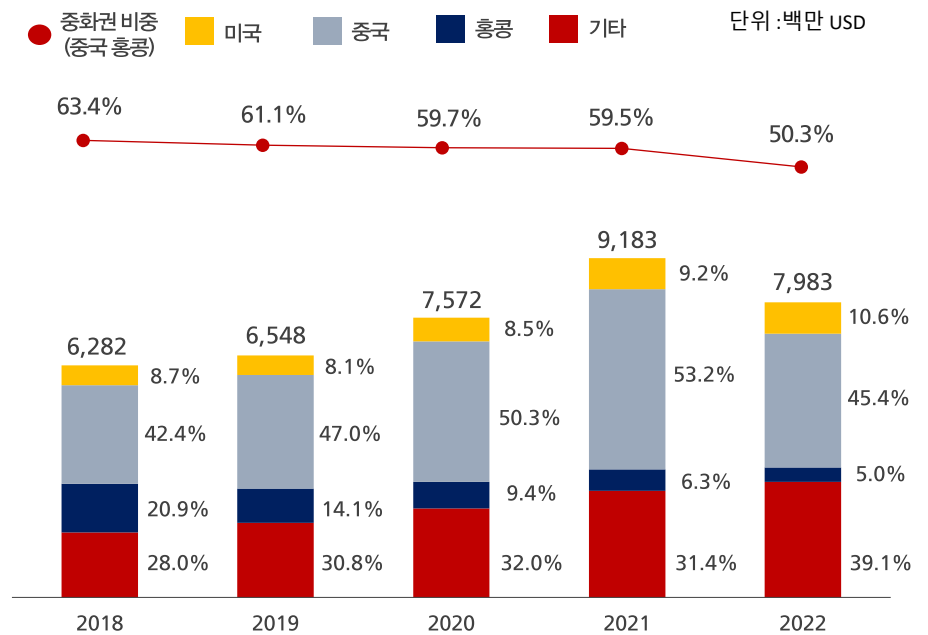
주: KHESS 보건산업통계 2021(추정치), 식품의약품 안전처 2022.7.7 보도자료

한국 전체 수출 비중 과 화장품 수출 비중

전체 수출 매출 대비 미국, 중화권(중국, 홍콩) 매출



전체 화장품 매출 대비 미국, 중화권(중국, 홍콩) 매출



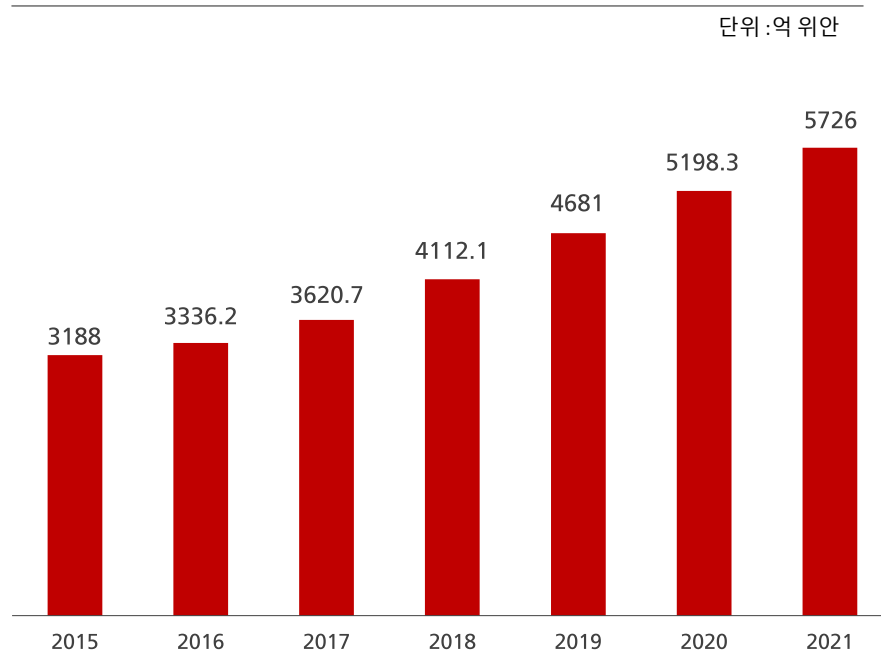
물류 절벽 및 귀차오 절벽에 따른 중국 시장 수출의 감소에 의한 화장품 수출 감소

주: 대한 화장품 산업 연구원, Unipass 수출입 무역 통계

주: 귀차오 절벽: 소득증가와 애국주의 교육으로 무장한 중국의 MZ 세대로 인해 중국 기업의 제품을 사용하지는 주의

중국 내수 시장과 중국 내 K-Beauty 브랜드

2015~2021년 중국 화장품 시장 규모



2022년 중국시장 상위 10개 글로벌 화장품 기업

단위 : 억위안, %

순위	회사명	매출	성장율
1	로레알	2783.5	18.5
2	에스티로더	1099.78	-8.0
3	P&G	1006.3	0.7
4	유니레버	896.89	20.8
5	LVMH	567.81	17.0
6	시세이도	547	5.7
7	바이어스도르프	392.34	11.7
8	나루라앤크	363.58	-9.0
9	코티	357.04	4.5
10	존슨앤존슨	295	-4.2



성장 하는 중국 시장 규모에 비해 저조한 한국 화장품 기업

주: Euromonitor, Cosmetics Observation(cosinkorea.com/mobile/article.html?no=47772 발취)



Chapter 02

K-Bauty를 전 세계로 연결한 플랫폼 기업, 실리콘투

- 01_ No.1 K-Bauty E-Commerce
플랫폼 기업
- 02_ 변화와 혁신 중심의 성장 스토리
- 03_ 차별화된 사업 모델
- 04_ 지속적이고 안정적인 경영 성과 달성 (1), (2)



국내 최대 규모의 K-Beauty E-Commerce 플랫폼 제공 사업자, 실리콘투

기업 개요

회사명	(주)실리콘투
대표이사	김 성 운
설립일	2002년 1월 19일
자본금	302억 원
임직원수	168명 (미국, 인도네시아 등 현지 법인 인력 제외 기준)
주요 사업	K-Beauty Wholesale, Retail, V-Commerce
본사주소	경기도 성남시 분당구 판교역로 231, 에스동 907호
홈페이지	www.siliconii.com

주요 경영진 현황

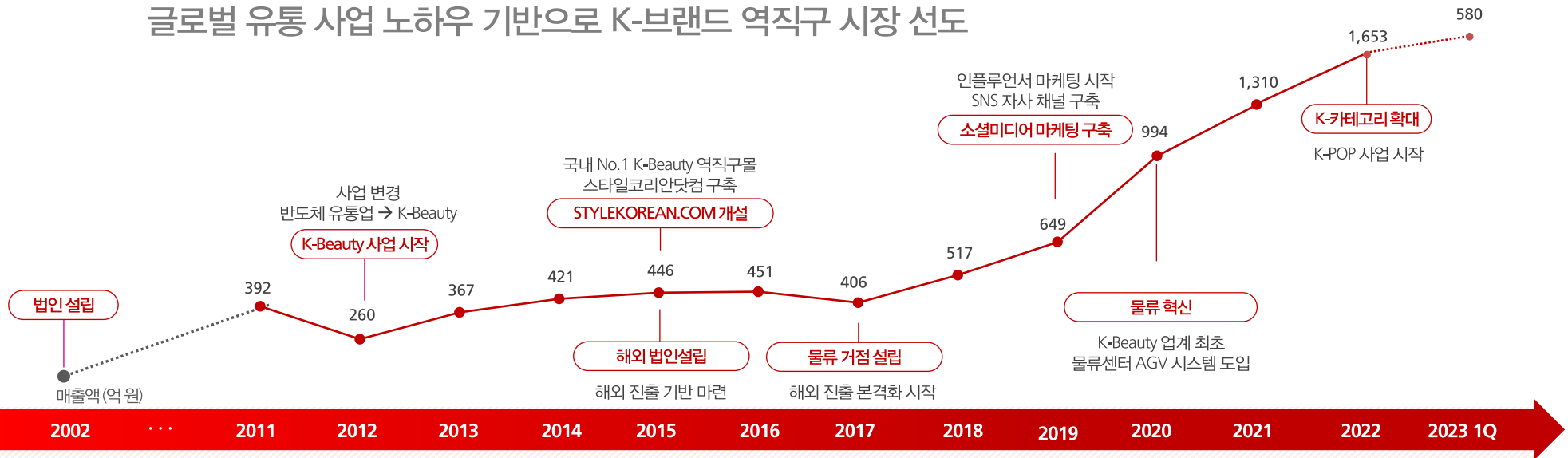


김 성 운 대표이사

- 2002년 ~ 현재
(주)실리콘투 대표이사
- 2018년
 - 무역의 날 대표이사 전자상거래 수출시장 산업부 장관 표창
 - 고용노동부 장관 표창장 수상
 - 2018 미래창조 경영 우수기업 대상
- 2019년
 - 2018 대한민국 우수 브랜드상 수상

성 명	직 위	담당 업무	주요 경력
손 인 호	부사장	CFO	• 2016 ~ 현재 : (주)실리콘투 • 2009 ~ 2014 : Stonebridge Capital Inc.(CFO) • 2007 ~ 2009 : Goldman Sachs Asset Management Korea (CMO) • 2000 ~ 2007 : 맥쿼리 IMM 자산운용 (CFO) • 1998 ~ 2000 : IMM 인베스트먼트 (공동창업자)
최 진 호	부사장	COO	• 2012 ~ 현재 : (주)실리콘투 • 1998 ~ 2011 : 동운인터내셔널 • 1996 ~ 1998 : 영풍정밀

글로벌 유통 사업 노하우 기반으로 K-브랜드 역직구 시장 선도



사업 기반 구축

2002 (주)실리콘투 설립
→ 반도체 유통업 영위
→ 유통 및 재고관리
노하우 기반 구축

성장기

2012 유통 및 재고 관리 노하우 기반
→ K-Beauty 사업 시작

2015 K-Beauty 역직구물 구축
STYLEKROEAN Global 사이트 Open
STYLEKOREAN JP 사이트 Open

NEW

2015 글로벌 시장 공략
미국 현지 법인 설립
(Stylekorean Inc.)

2017 물류 거점 설립
미국 New Jersey Warehouse 설립
미국 동부 Office 설립

2019 소셜미디어 마케팅 구축
K-BEAUTY STUDIO 설립
유튜브 채널 뷰티쿠기 개설
해외 시장 다변화
STYLEKOREAN INDONESIA 설립

2020 물류 혁신
AGV 시스템 도입

2022 K-카테고리 확대

주요 수상 내역

• 2015 3천만불
수출의 탑 수상



• 2018 대통령 산업
포장 포장증 수상



• 2018 미래창조
경영우수기업수상



• 2018 고용노동부
장관 표창장 수상



• 2018 올해의 히트
브랜드 대상 수상



고객의 니즈에 맞춘 E-Commerce 플랫폼 비즈니스를 통해 가치 창출

사업 부문
(매출 비중)

Customer

PA
(7%)

해외 개인 소비자
글로벌 개인고객에
제품 판매



CA
(79%)

해외 K-Beauty 사업자
각 지역에서 K-Beauty를
판매하는 사업자



풀필먼트
(14%)

K-Beauty 브랜드
마케팅 및 수출
노하우 부족한 브랜드



실리콘투 비즈니스 구조

- Retail 플랫폼 운영
→ Global / Japan / Russia 등
- V-Commerce를 통한 K-Beauty 마케팅 진행
→ 소셜미디어 채널 활용



- Wholesale 플랫폼 운영
→ 실시간 주문 및 다품종 소량재고 운영
- 디지털화된 오더 프로세스 시스템
- 해외바이어와 연계된 K-Beauty 마케팅 진행
→ 글로벌 네트워크 활용 (CA 고객)


K-Beauty 브랜드
(100% 사업)

확장성

운영 대행

해외 오픈마켓 플레이스 및
브랜드 자사몰
운영 및 마케팅 대행



물류 대행

3PL 서비스 제공



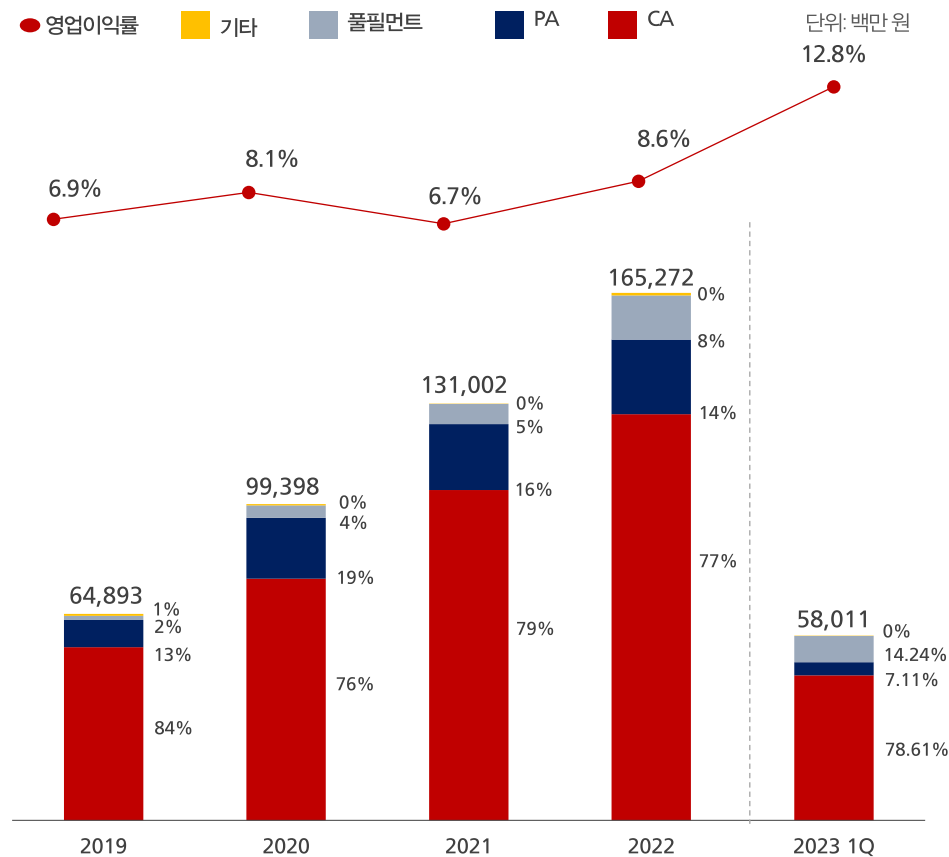
Drop Ship

유통 솔루션 제공

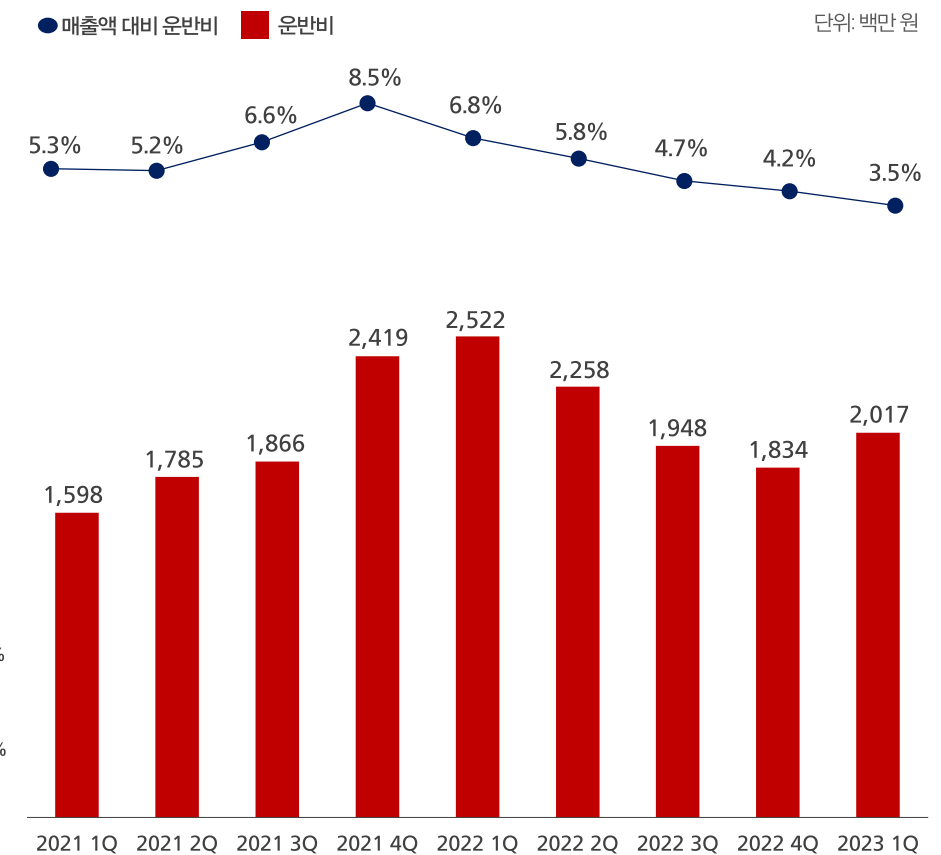
지속적이고 안정적인 경영 성과 달성 (1)

전 사업간 시너지 효과를 통해 견조한 경영 성과 실현

사업부문별 매출액 추이



운반비 추이



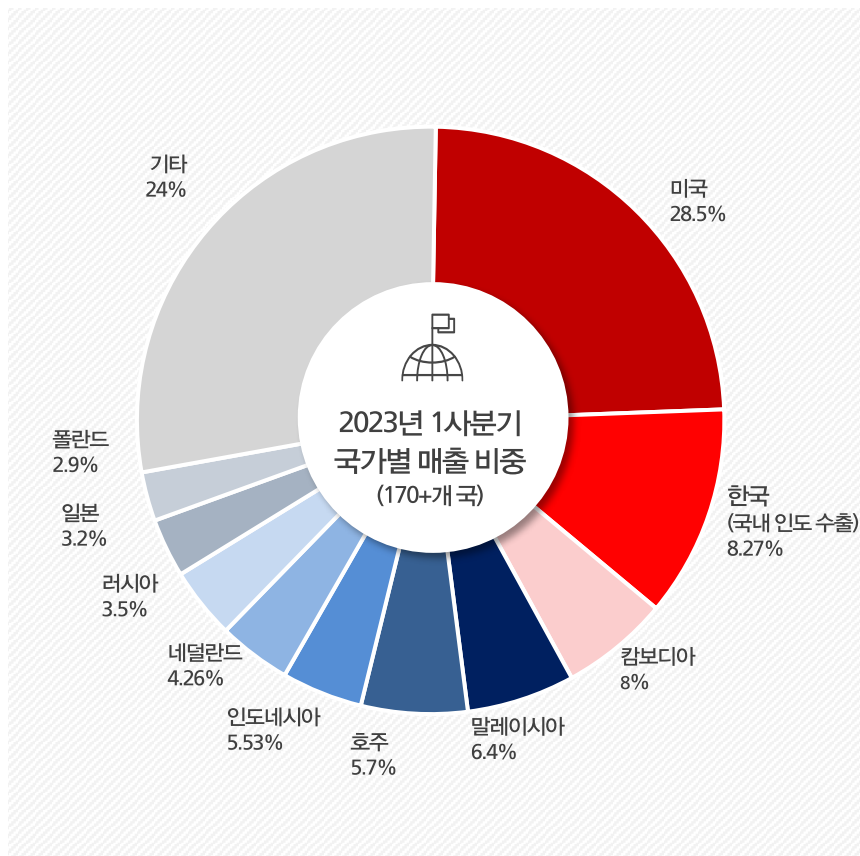
주: 2018년도는 K-GAAP 별도 기준, 2019년도는 감사받지 않은 K-IFRS 연결 기준, 2022 3Q는 감사받지 않은 K-IFRS 연결 기준, 2020년~2021년은 감사받은 K-IFRS 연결기준

주: 운반비 추이에 적용된 매출액 대비 운반비의 매출액은 별도기준

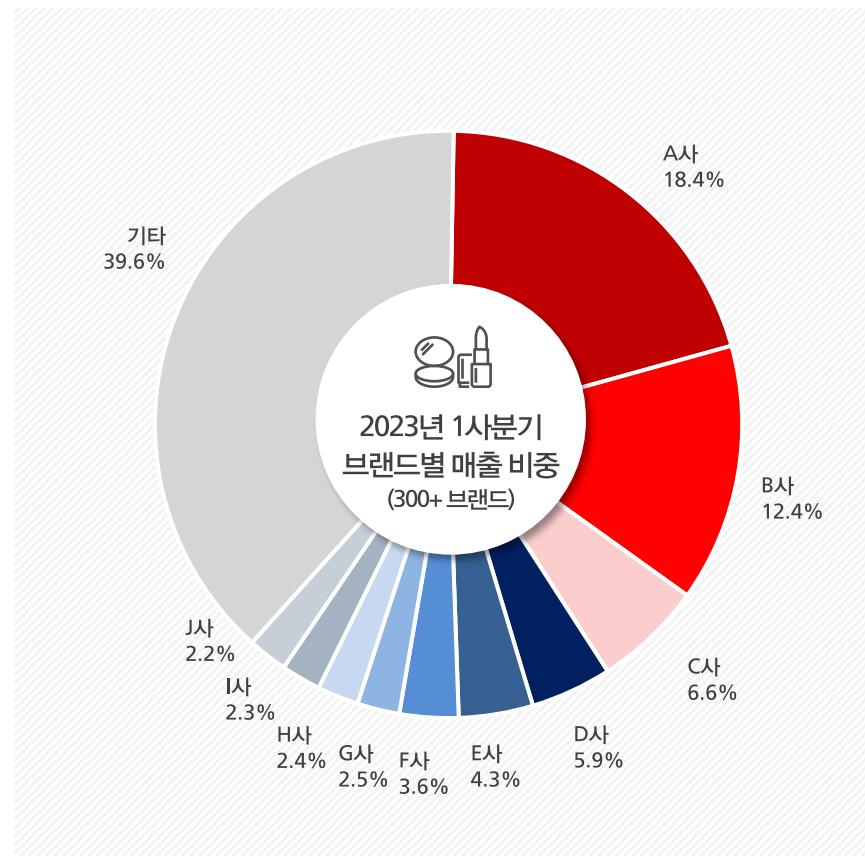
지속적이고 안정적인 경영 성과 달성 (2)

수출 국가의 다양화(중국 向 수출 0%)로 리스크 최소화 → 견조한 경영성과 실현

국가별 매출 비중



Top 10 브랜드별 매출 비중



주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 기준

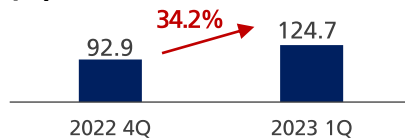
지속적이고 안정적인 경영 성과 달성 (3)

국가, 브랜드 매출의 견고한 성장

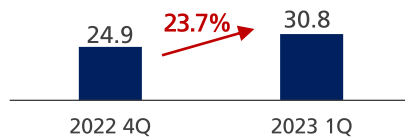
주요 국가별 매출 성장률

단위: 억 원

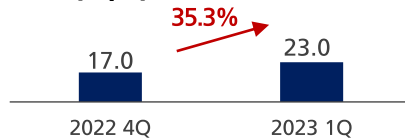
미국



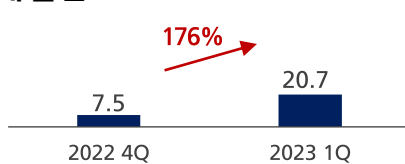
캄보디아



인도네시아



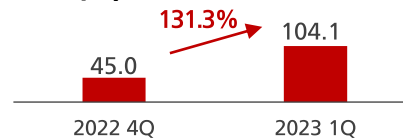
네덜란드



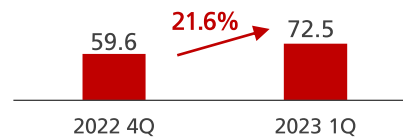
주요 브랜드별 매출 성장률

단위: 억 원

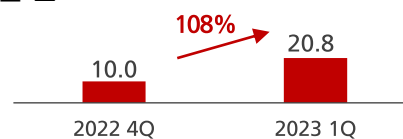
조선미녀



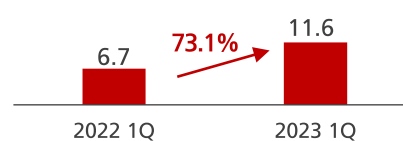
코스알엑스



롬앤



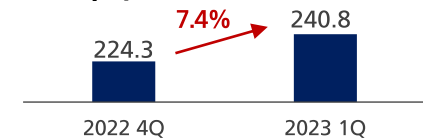
토코보



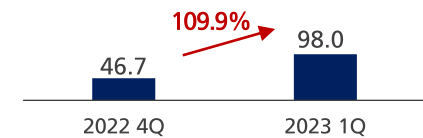
주요 기능 구분별 매출 성장률

단위: 억 원

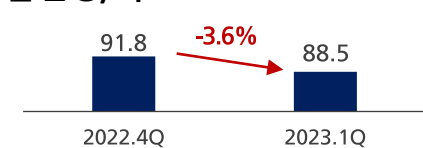
스킨케어



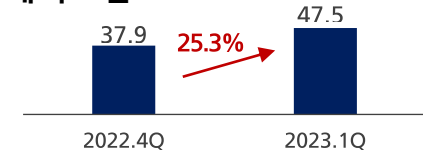
썬케어



클렌징/마스크



메이크업



주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 기준 연간누적수치



Chapter 03

실리콘투만의 이유 있는 자신감

- 01_ 국내 대표 온라인 플랫폼,
StyleKorean.com
- 02_ 미디어를 통한 브랜딩 능력,
Global Marketing
- 03_ 미디어를 통한 브랜딩 능력,
Global Marketing
- 04_ Global Fulfillment &
Crossborder Logistics (1), (2)
- 05_ Localization



자체 플랫폼을 통한 글로벌 고객의 접근성 및 편의성 확보로 지속적인 사용자 유입

K-Beauty 역직구 No.1 플랫폼, 스타일코리안

- 리테일 플랫폼 (PA 계정) : 지역별 개인 고객
- Wholesale 플랫폼 (CA 계정) : 지역별 소매유통상

최적

해외 진출 솔루션
중소 브랜드의
해외 진출 최적화 플랫폼

최대

성공 레퍼런스
입점 브랜드 수 250개 +
회원 수 100만 명

최고

고객 만족도
현지화 사이트 및 실시간
주문 및 결제 시스템



자사 플랫폼 스타일코리안의 효과

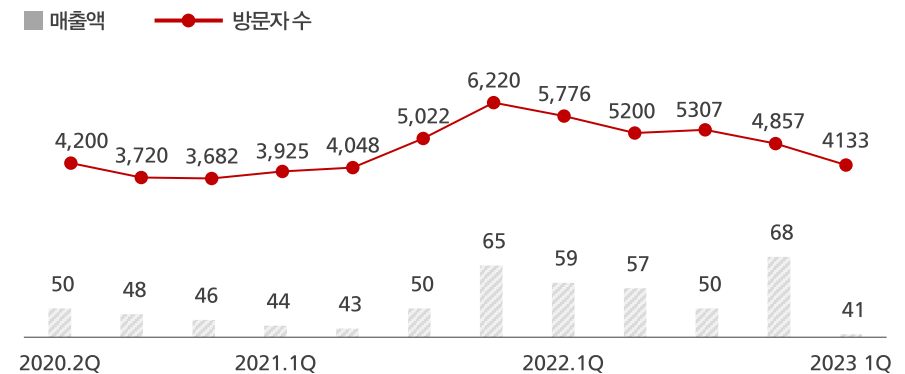
- ♥ 신생 브랜드가 원하는 **최고**의 글로벌 노출이 있는 플랫폼 입점
- ♥ K-Beauty **최신** 트렌드를 확인할 수 있는 **최대** 플랫폼
- ♥ 고객 만족에 따른 Lock-In 효과
- ♥ 150+개국 안전한 배송을 통한 **최고** 고객 만족도

StyleKorean.com



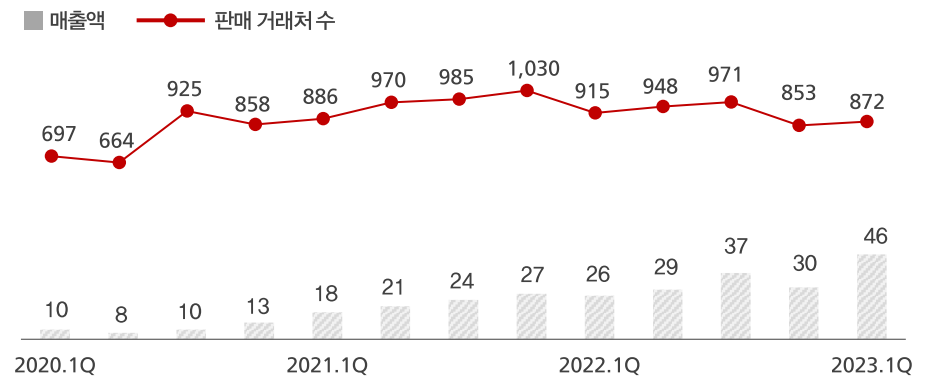
PA KPI

단위: 억원, 천명



CA KPI

단위: 십억 원, 개

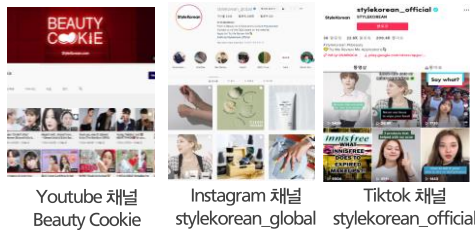


주: 회사 내부자료

글로벌 마케팅에 최적화된 콘텐츠 기획으로 다양한 중소 브랜드의 인지도 제고 및 성장 기여

단위: 십억 원

자체 보유 채널



다양한 SNS 채널을 통한 팔로워 300+만 명

다양한 유통채널로 효율적 마케팅 '원소스 멀티유즈'

- Youtube, Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter 등 다양한 SNS 채널 확보
- 자체 스튜디오 2곳을 통해 콘텐츠 제작 및 배포

인플루언서 Pool



전세계 13개국 인플루언서 2000+ 명

K-컬처 & K-문화 & K-Beauty 트렌드 선도

- 국가별 유명 뷰티 인플루언서와 K-Beauty & 문화 콘텐츠 기획 및 제작
- 인플루언서 현지 팬미팅 행사 진행
- 영향력있는 인플루언서를 통한 노출효과 기대

V-Commerce



유튜버 콘테스트 GURUS 개최

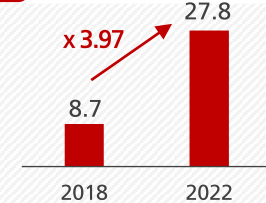
인플루언서와 협업하여 마케팅 진행

다양한 프로모션을 통한 브랜드 노출

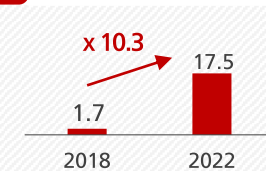
- 브랜드 / 제품 Seeding 진행
 - Try Me Review Me, Giveaway 등 전세계 제품 무료 증정 프로모션을 통한 자사몰 유입 유도
 - 해외 인플루언서들의 영상 콘테스트를 통한 바이럴 마케팅 진행 (GURUS)

실리콘투 매출액 Top 3 브랜드

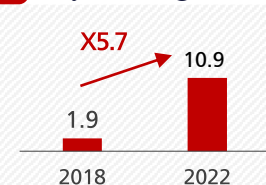
1위 COSRX



2위 SOME BY MI



3위 Pyunkang Yul



주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 매출액 기준

End-to-End 서비스 제공 능력 확대로 LaaS(Logistics-as-a Service) 업체 초석 마련

풀필먼트란?

상품의 입고부터 재고관리, 분류, 배송은 물론 사후처리까지 모든 업무를 일괄적으로 처리하는 서비스



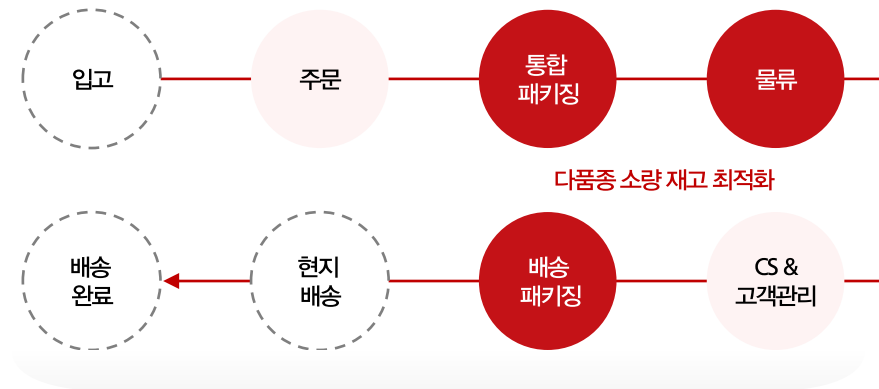
한국 + 6개 글로벌 네트워크 구축



무인 자동화 로봇 시스템 (AGV) 도입

실리콘투 자동화 물류 시스템

최적화 솔루션 자체 개발 → 물류 자동화 시스템 구축 → 풀필먼트 확장 가능



기대효과

- 01_ 체계적 재고 관리 및 배송 속도
- 02_ Digitalized 주문 결제 배송 플랫폼
- 03_ AGV 도입을 통한 인건비 절감 및 작업 효율화 달성



현지화 전략을 통해 글로벌 시장을 주도하는 실리콘투

물류의 현지화



로케이션 별
물류 현지화



영업의 현지화



현지 사이트,
현지 영업 진행



현지 역량 강화



언어, 결제,
각종 인증의 현지화



현지화를 통해 고객들에게 보다 나은 서비스를 제공합니다.



Chapter 04

세계 속의 K-브랜드, 실리콘투가 선도한다.

- 01_ 실리콘투의 성장 전략
- 02_ K-Beauty에서 K-Food, K-Fashion,
K-Style까지 카테고리 확장
- 03_ 해외 거점 가속화를 통한 현지화 확대
- 04_ K-브랜드 지분투자를 통한 동반 성장
Vision

K-Beauty에서 K-POP, K-Food, K-Style까지 카테고리 확장

K-Beauty의 성공을 발판삼아 다양한 종류의 K-브랜드 소싱을 통한 제품 라인업 다변화

K-브랜드 라인업 확대

- K-브랜드에 관심이 높은 글로벌 지역별 고객 및 구매 Data 보유
- 기 축적된 글로벌 마케팅 능력 및 수출 노하우 활용
- 경쟁력 있는 국내 중소형 브랜드 육성



플랫폼 기반의 높은 확장성 보유

StyleKorean.com

K-브랜드 카테고리 확대로 제품 라인업 다변화

K-Beauty

+

K-Food

K-Fashion

K-POP

2021년 K-Brand 다양한 라인업 런칭

K-Food



건강기능식품



K-POP



K-Fashion



K-Style



주: 회사 내부 자료

한터글로벌 2대 주주로서 K-POP 본격 진출

K-POP 대표 차트 및 빅데이터 기업 "한터글로벌"



- 기업명 : (주)한터글로벌
- 업 종 : 소프트웨어, 빅데이터, 인공지능, 정보서비스
- 제공 서비스 : 한터차트, 후즈팬, 한터 뉴스 등



한터차트
(Hanteo Chart)

30여년간
음반 판매량을 집계
발표 해오고 있는
세계 유일의
실시간 음악 차트



후즈팬
(Whosfan)

715만 이상의 가입자
를 가진

글로벌
K-POP 팬덤 플랫폼



한터뉴스
(Hanteo News)

빅데이터를
기반으로 AI 기술이
적용된
전문 K-POP
인터넷 뉴스

한터글로벌의 다양한 마케팅 활동



HANTEO MUSIC AWARDS 2022

- 한터 뮤직 어워드 개최
- 아이돌 연계된 팝업스토어



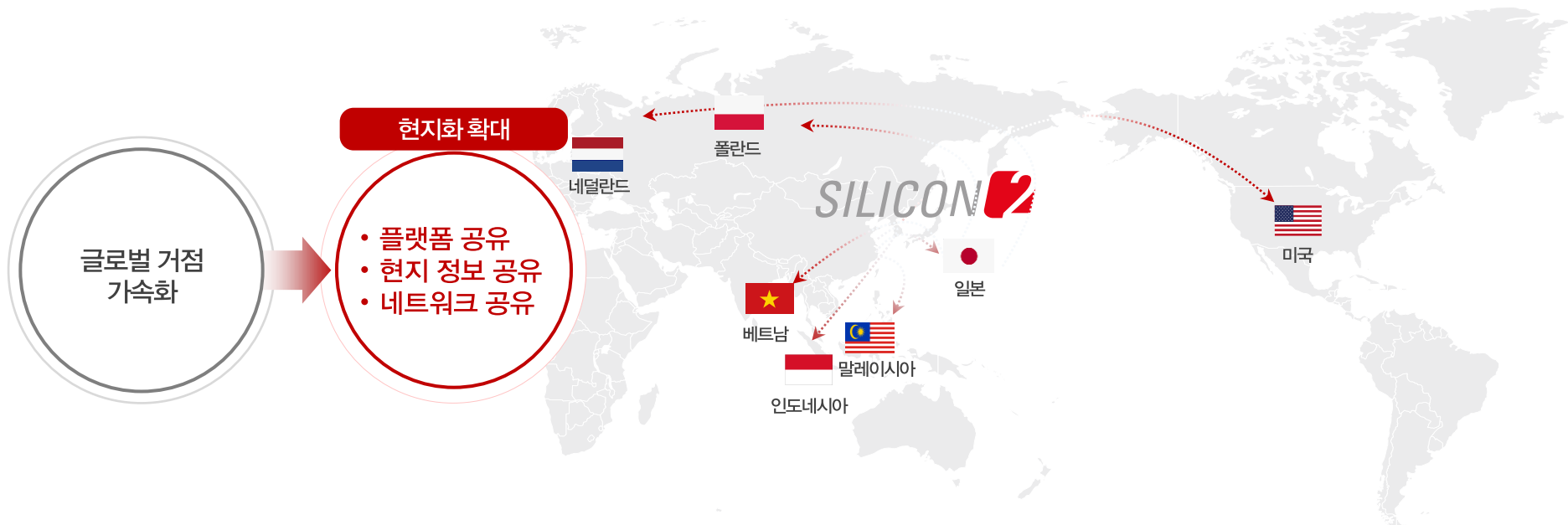
한터글로벌과의 다양한 협업

한터글로벌의 K-POP 네트워크를 통한 앨범 구매

실리콘투와 한터글로벌의 마케팅 협업
(실리콘투의 영업 마케팅력과 한터글로벌의 네트워크 마케팅 협업)

해외 거점 가속화를 통한 현지화 확대

글로벌 전역에 End-to-End 서비스 공유 → 현지화를 통한 고속 성장



국내 No.1 역량, 글로벌 확대

신규 국가 및 국가간 서비스 확대

글로벌 최적화 물류 시스템 및 현지화 구축

2015년

미국 (캘리포니아)



2017년

미국 (뉴저지)



2018년

인도네시아



2019년

한국 (광주시)



2021년

미국 (산타페)



2022년

말레이시아
(쿠알라룸푸르)
일본

2023년

네덜란드
폴란드
지사 설립

To - Be

인도, 남미 지사
설립 등 글로벌
유통망 확대

전략적 제휴 및 축적된 노하우를 통해
글로벌 오픈 플랫폼 플랫폼 제공

글로벌 물류 인프라 네트워크 강화

대한민국 대표 K-브랜드 지분투자 및 협업을 통해 글로벌 시장 내 동반 성장

K-Beauty 브랜드사와 실리콘투 협업을 통한 시너지 창출

K-Beauty 브랜드사

- 제품 기획력
- 제품 제조력

실리콘투

- 마케팅 역량
- 물류 인프라
- 해외 네트워크

해외 진출에 성공 가능성 높은 브랜드 육성

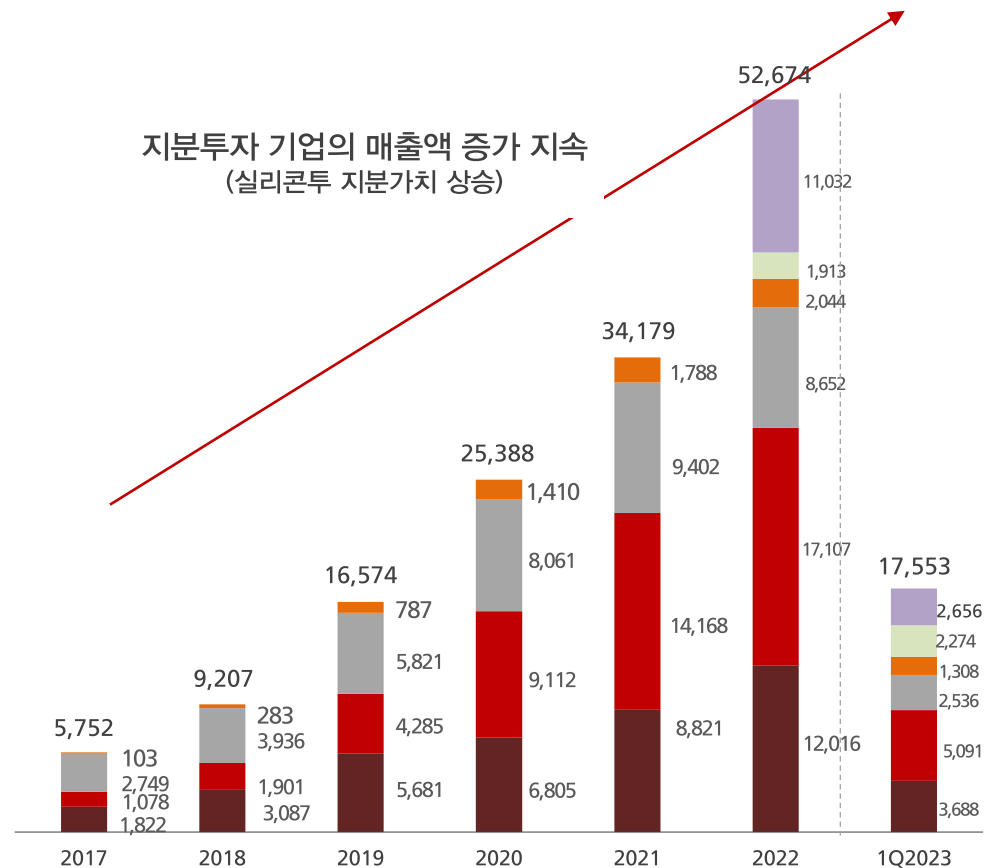
구분	원앤드	벤튼	편강한방 피부과학 연구소	헬로스킨	픽톤	에이드 코리아 컴퍼니
	heimish	Benton	Pyunkang Yul	Jumiso	TOCOBO	MARY & MAY
투자시기	2016.03	2016.11	2017.12	2018.02	2021.05	2021.10
투자금액 (지분율)	400 백만원 (23.4%)	300 백만원 (25%)	300 백만원 (10%)	50 백만원 (25%)	300 백만원 (30%)	1,200 백만원 (31.25%)
매출액 CAGR (17년~20년)	53%	102%	43%	144%	-	-

브랜드 추가 투자 진행 완료
(비더스킨, 제이씨앤컴퍼니, 더플랜트베이스)

지분투자 브랜드 매출액 추이

■ 헤이미쉬 ■ 편강울 ■ 벤튼 ■ 주미소 ■ 픽톤 ■ 에이드코리아컴퍼니 단위: 백만 원

지분투자 기업의 매출액 증가 지속
(실리콘투 지분가치 상승)



VISION



APPENDIX

연결 손익 계산서

단위: 억 원

구 분	제20기	제21기	제22기 1Q
	2021년 1월 1일 ~	2022년 1월 1일 ~	2023년 1월 1일 ~
	2021년 12월 31일	2022년 12월 31일	2023년 3월 31일
매출액	1310.0	1652.7	580.1
% 성장률	31.8	26.2	
매출총이익	386.9	527.6	189.2
% 이익률	29.5	31.9	32.6
영업이익	87.6	142.4	74.2
% 이익률	6.7	8.6	12.8
법인세비용차감전 순이익	102.6	142.7	82.1
% 이익률	7.8	8.6	14.2
당기순이익	82.5	111.6	63.3
% 이익률	6.3	6.8	10.9

연결 재무상태표

단위: 억 원

사업연도	제20기	제21기	제22기 1Q
구분	2021년 12월 31일	2022년 12월 31일	2023년 3월 31일
[유동자산]	688.5	732.3	859.3
• 당좌자산	470.7	446.3	431.1
• 재고자산	217.8	286.0	428.2
[비유동자산]	285.4	559.9	575.9
• 투자자산	48.0	103.5	111.9
• 유형자산	229.8	441.1	447.8
• 무형자산	1.7	0.9	0.7
• 기타비유동자산	6.2	14.3	14.8
자산총계	973.9	1,292.2	1,435.2
[유동부채]	64.6	286.1	351.5
[비유동부채]	46.4	42.2	51.9
부채총계	111.0	328.3	403.4
[자본금]	50.1	301.9	301.9
[자본잉여금]	527.7	296.3	296.3
[기타포괄손익누계액]	22.3	27.1	31.4
[기타자본항목]	8.9	10.7	11
[이익잉여금]	254.0	327.9	391.2
자본총계	862.9	963.9	1,031.8