



No.1 Worldwide
K-Beauty
Platform
SILICON2

Silicon2

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.

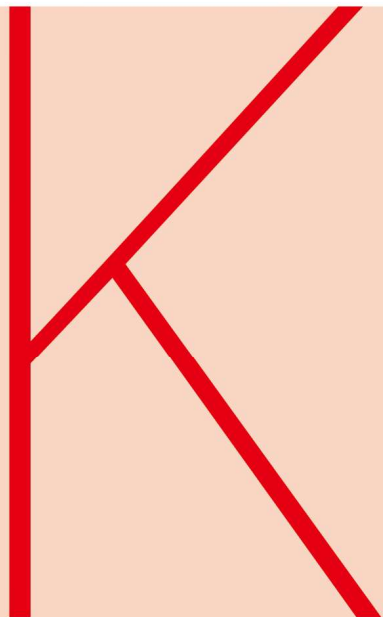


TABLE OF CONTENTS

Prologue

Chapter 01_ K-Beauty를 전 세계로 연결한
플랫폼 기업, '실리콘투'

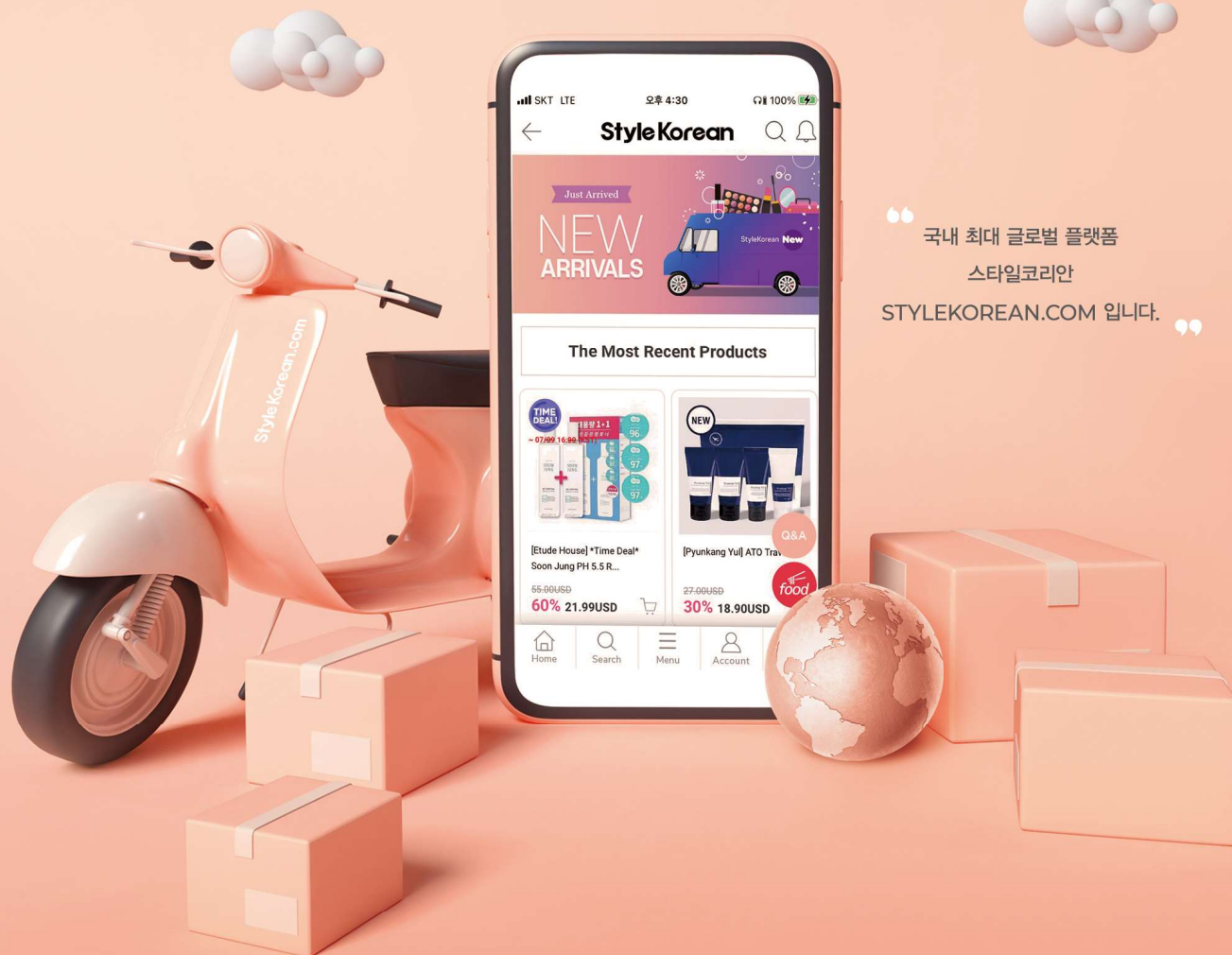
Chapter 02_ 실리콘투만의 이유 있는 자신감

Chapter 03_ 세계 속의 K-브랜드,
실리콘투가 선도한다

Chapter 04_ K-Beauty의 지속가능성

Appendix

Silicon2



K-Culture 성공과 실리콘투

K-Game



글로벌 연간 매출 1위 달성
인도시장 진출

K-Movie



‘헤어질 결심’
칸 국제영화제 감독상 수상

K-Drama



‘몸값’
칸 시리즈 각본상 수상

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.



PUBLISHER

K-Beauty 공급 (570+개 브랜드)



LOCALIZATION

지역별 전문화된 지식과 현지 마케팅 및 인허가 노하우 공유



INCUBATION

신생 브랜드와 동반성장 (브랜드 지분투자)





Chapter 01

K-Beauty를 전 세계로 연결한 플랫폼 기업, 실리콘투

- 01_ No.1 K-Beauty E-Commerce
플랫폼 기업
- 02_ 변화와 혁신 중심의 성장 스토리
- 03_ 차별화된 사업 모델
- 04_ 지속적이고 안정적인 경영 성과 달성
(1), (2), (3), (4)

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	305억 원
임직원수	250명 (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

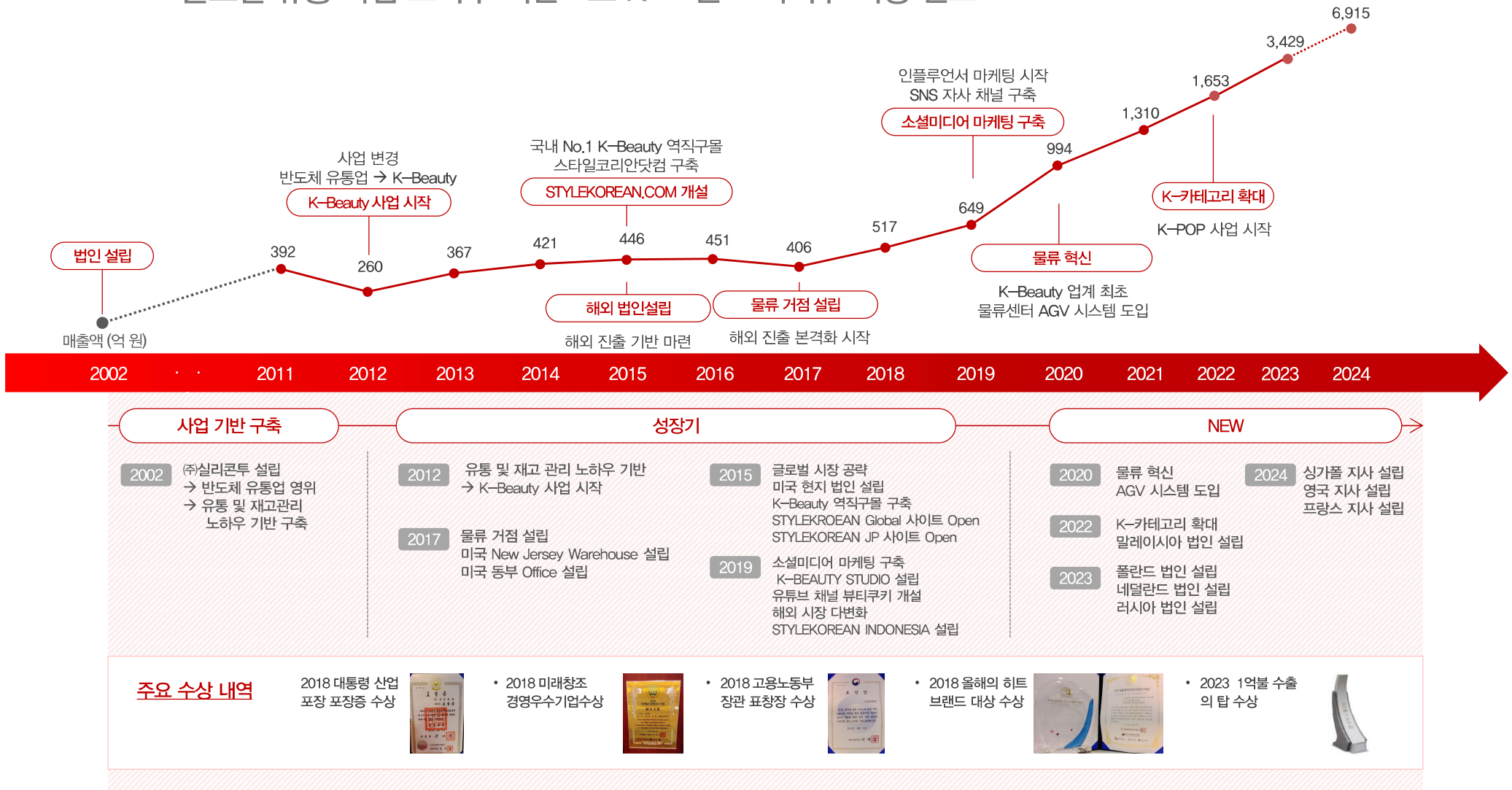


김 성 운 대표이사

- 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



고객의 니즈에 맞춘 E-Commerce 플랫폼 비즈니스를 통해 가치 창출

사업 부문
(매출 비중)

Customer

PA
(4%)

해외 개인 소비자
글로벌 개인고객에
제품 판매

CA
(88%)

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

풀필먼트
(8%)

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

K-Beauty 브랜드
(100% 사입)

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

확장성

운영 대행

해외 오픈마켓 플레이스 및
브랜드 자사몰
운영 및 마케팅 대행

물류 대행

3PL 서비스 제공

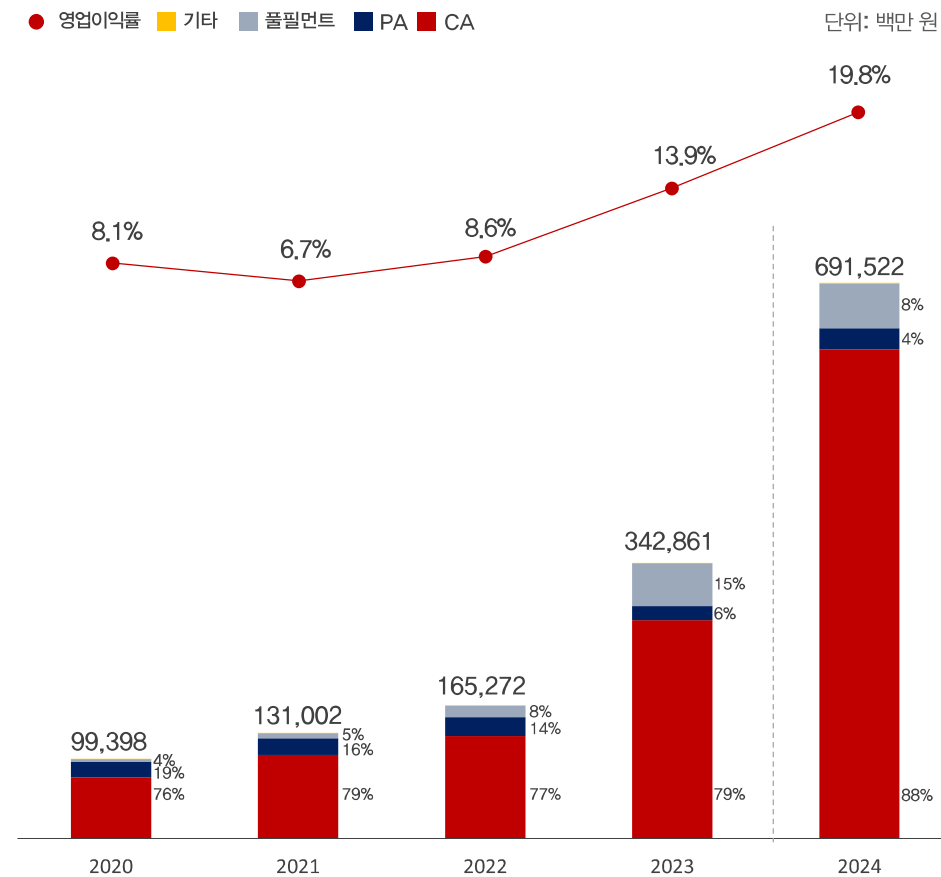
Drop Ship

유통 솔루션 제공

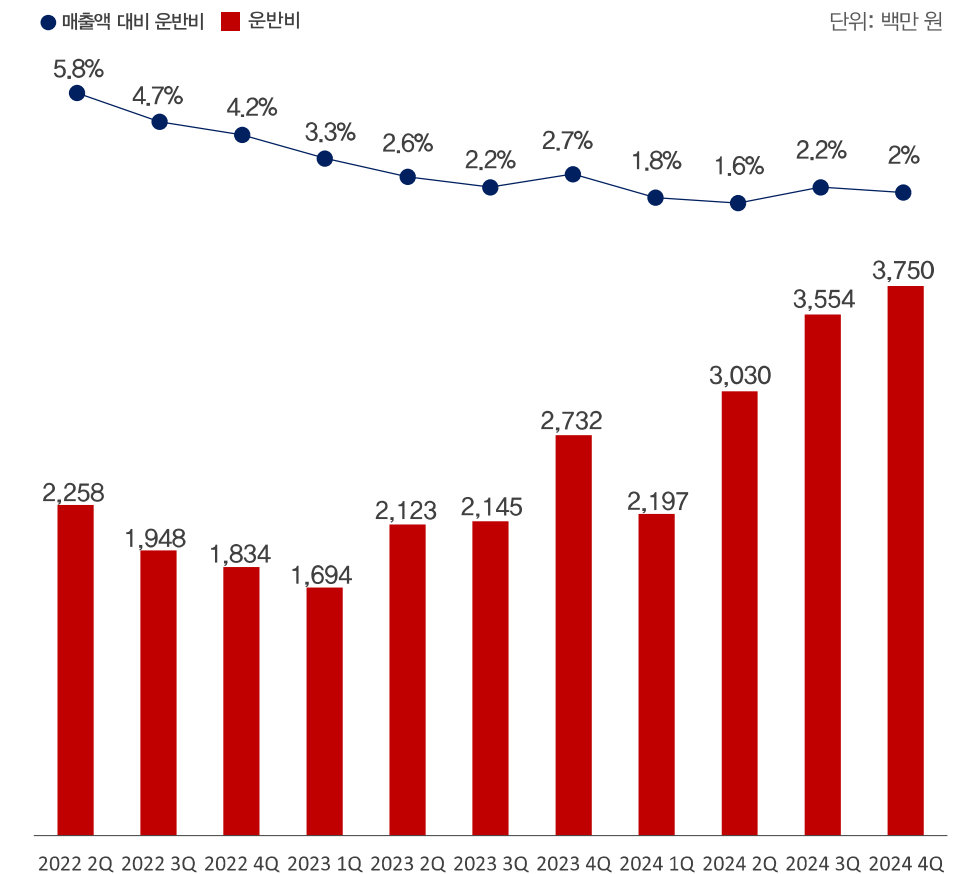
지속적이고 안정적인 경영 성과 달성 (1)

전 사업간 시너지 효과를 통해 견조한 경영 성과 실현

사업부문별 매출액 추이



운반비 추이



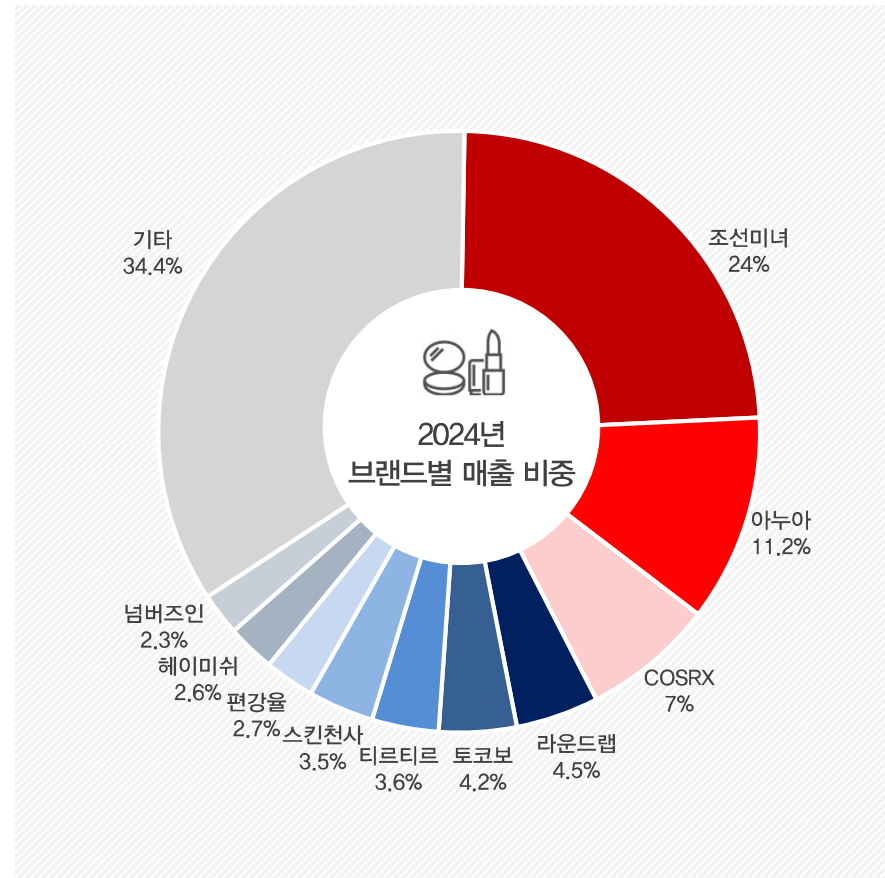
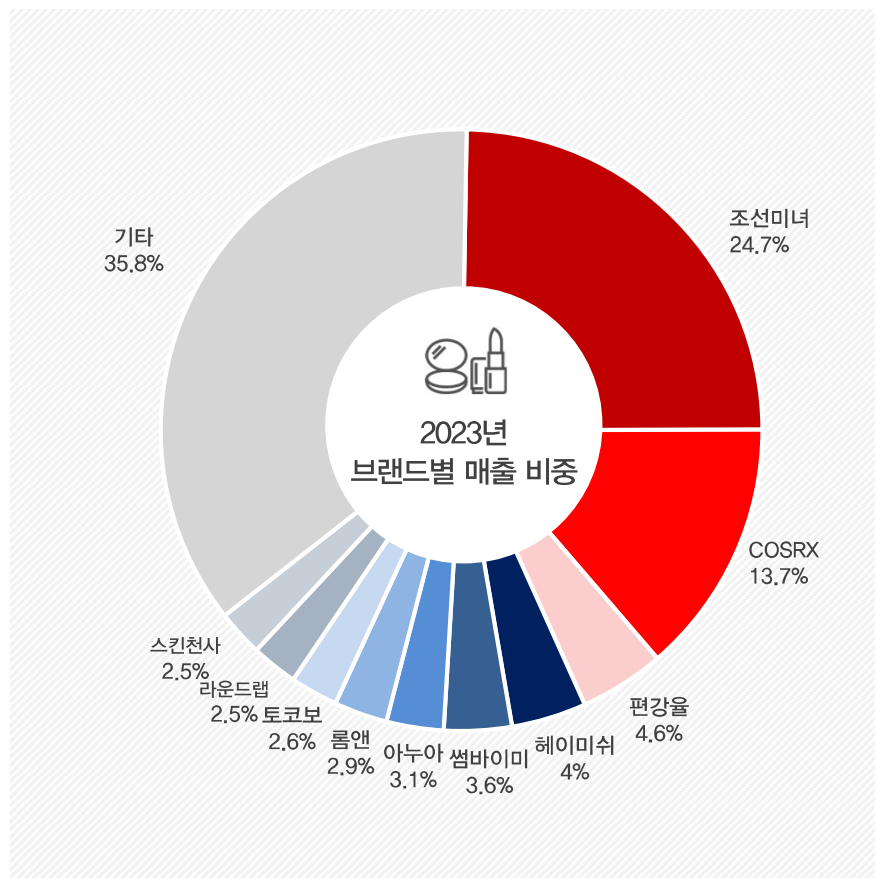
주: 2020년~2024년은 감사받은 K-IFRS 연결기준

주: 운반비 추이에 적용된 매출액 대비 운반비의 매출액은 별도기준

지속적이고 안정적인 경영 성과 달성 (2)

입점 브랜드 다양화로 리스크 최소화 → 견조한 경영성과 실현

Top 10 브랜드별 매출 비중

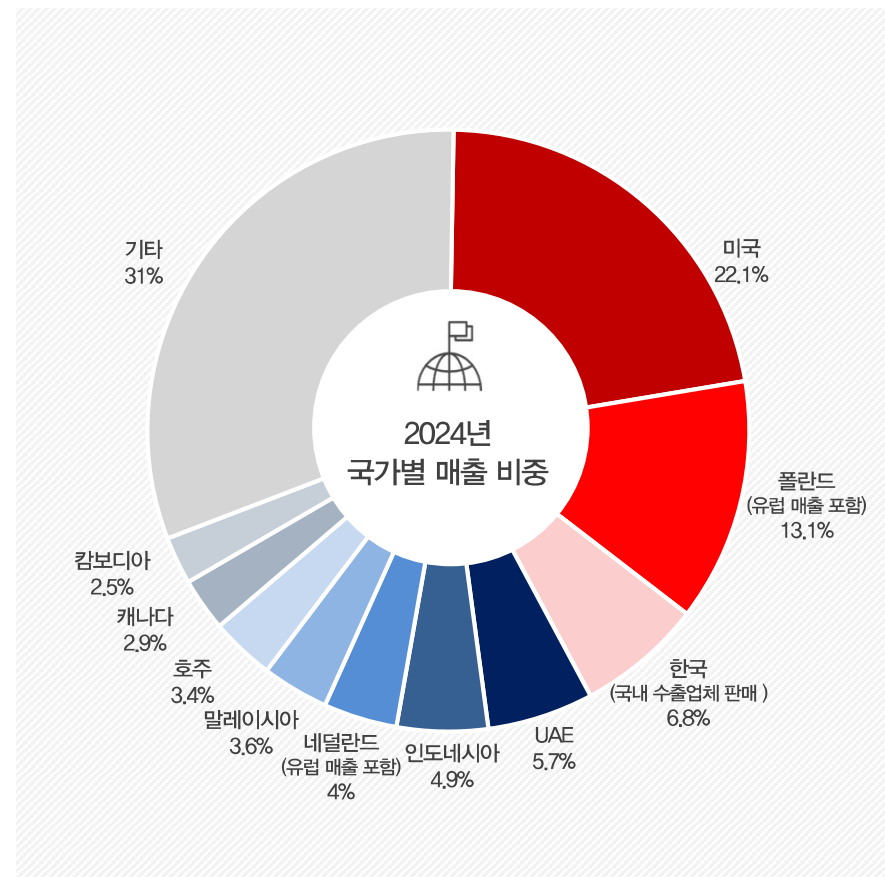
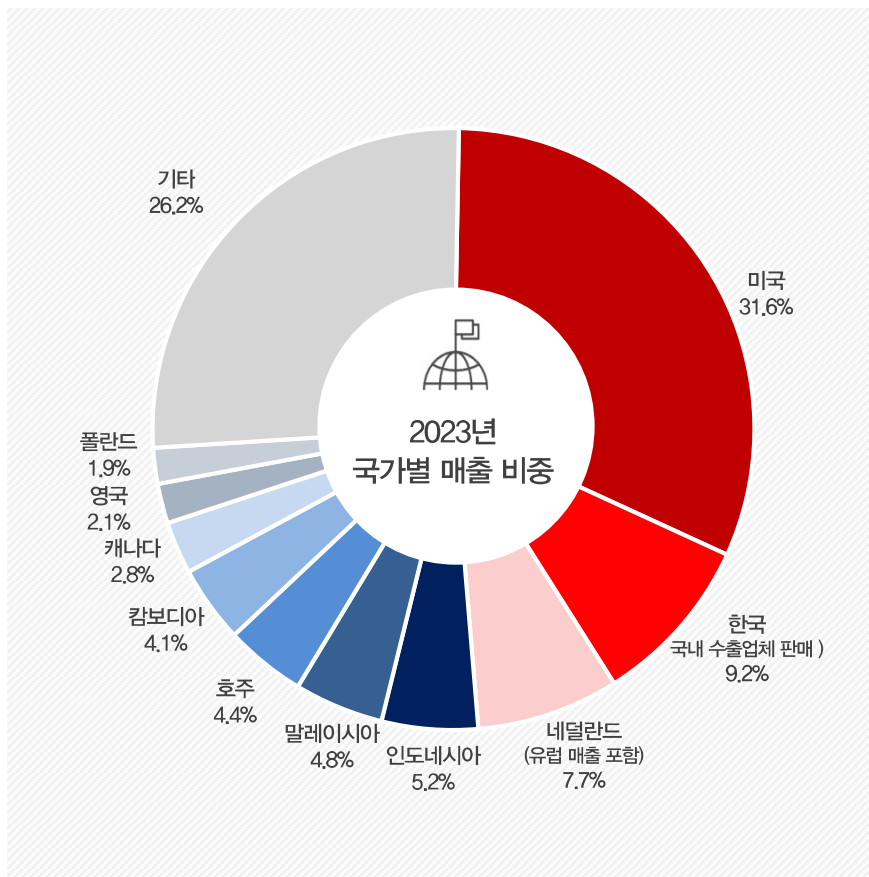


주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 기준 연간 누적 수치(별도)

지속적이고 안정적인 경영 성과 달성 (3)

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

국가별 매출 비중



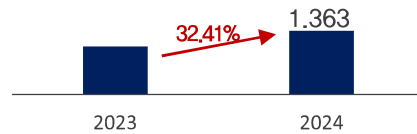
주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 기준 연간 누적 수치 (별도)

국가, 브랜드 매출의 견고한 성장

주요 국가별 매출 성장률

단위: 억 원

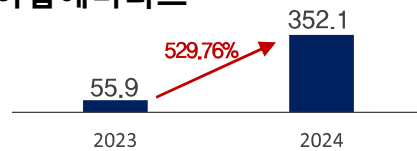
미국



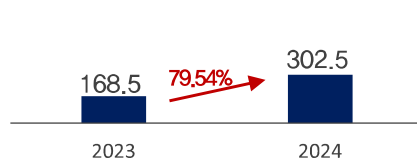
폴란드, 네덜란드



아랍에미리트



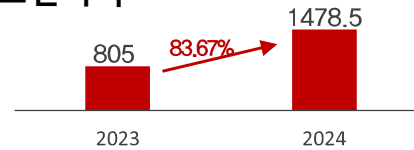
말레이시아



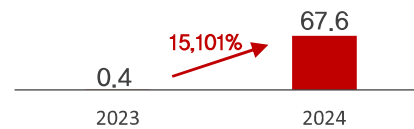
주요 브랜드별 매출 성장률

단위: 억 원

조선미녀



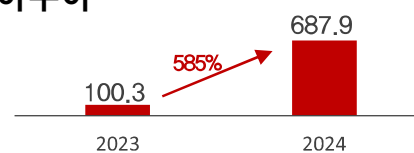
닥터엘시아



티르티르



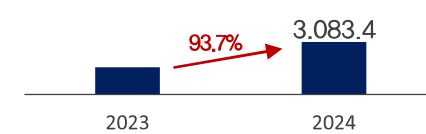
아누아



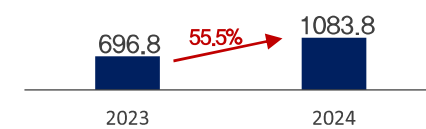
주요 기능 구분별 매출 성장률

단위: 억 원

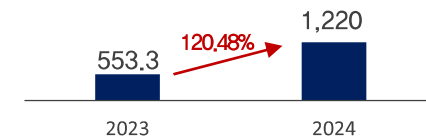
스킨케어



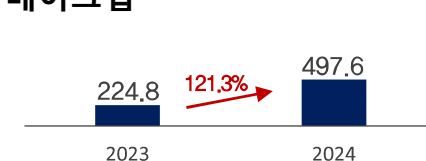
썬케어



클렌징/마스크



메이크업



주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 기준 연간 누적 수치 (별도)



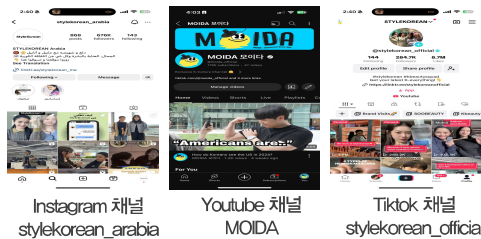
Chapter 02

실리콘투만의 이유 있는 자신감

- 01_ 미디어를 통한 브랜딩 능력,
Global Marketing
- 02_ Global Fulfillment &
Crossborder Logistics
- 03_K-Beauty 성공의 3요소

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

자체 보유 채널



다양한 SNS 채널을 통한 팔로워 600+만 명

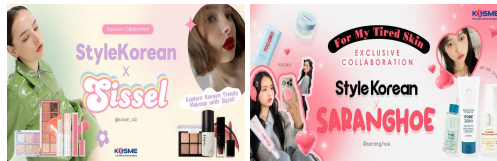
다양한 유통채널로 효율적 마케팅 '원소스 멀티유즈'

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

프로모션 BOX 마케팅 영상



인플루언서 Pool



전세계 68개국 인플루언서 30,000+ 명

K-컬처 & K-문화 & K-Beauty 트렌드 선도

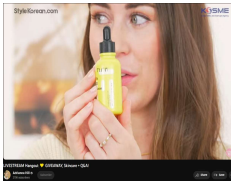
- 국가별 유명 뷰티 인플루언서와 K-Beauty & 문화 콘텐츠 기획 및 제작
- 인플루언서 현지 팬미팅 행사 진행
- 영향력있는 인플루언서를 통한 노출효과 기대



V-Commerce



인플루언서
프로모션 (LUCKY BOX)



인플루언서
라이브 스트림

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 콘텐츠를 통한 바이럴 마케팅 진행 (GURUS)

인플루언서 콜라보 영상



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



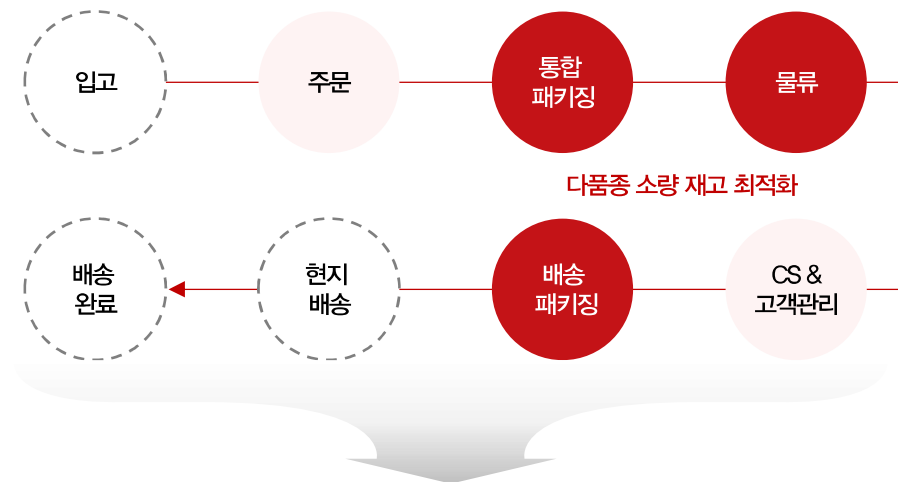
한국 + 6개 글로벌 네트워크 구축



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.



제품력, 마케팅, 유통력으로 이어지는 K-Beauty 성공의 Key

제품

화장품 산업의 강력한 Up-Stream 생태계



수 많은 화장품 · OEM · ODM 기업



다양한 원료, 성분 연구개발 가능



2만 여개 이상의 화장품 브랜드

생산 인프라 → 다양하고 혁신적인 제품 출시

마케팅

글로벌 뷰티 트렌드를 선도하는 마케팅 인프라



소셜미디어, 인플루언서 활용



바이럴 마케팅, 유행 창출



브랜드 별 스토리텔링

K-Beauty 현지 정착 유도

유통

글로벌 소비자와의 연결고리 형성



현지 유통 네트워크 구축



다양한 채널



다년간 쌓여온 통관 노하우

글로벌 침투율 증가



주: 식품의약품안전처

K-Beauty 성공의 3요소, 그 중 유통의 최선봉 Silicon2



Chapter 03

세계 속의 K-브랜드, 실리콘투가 선도한다.

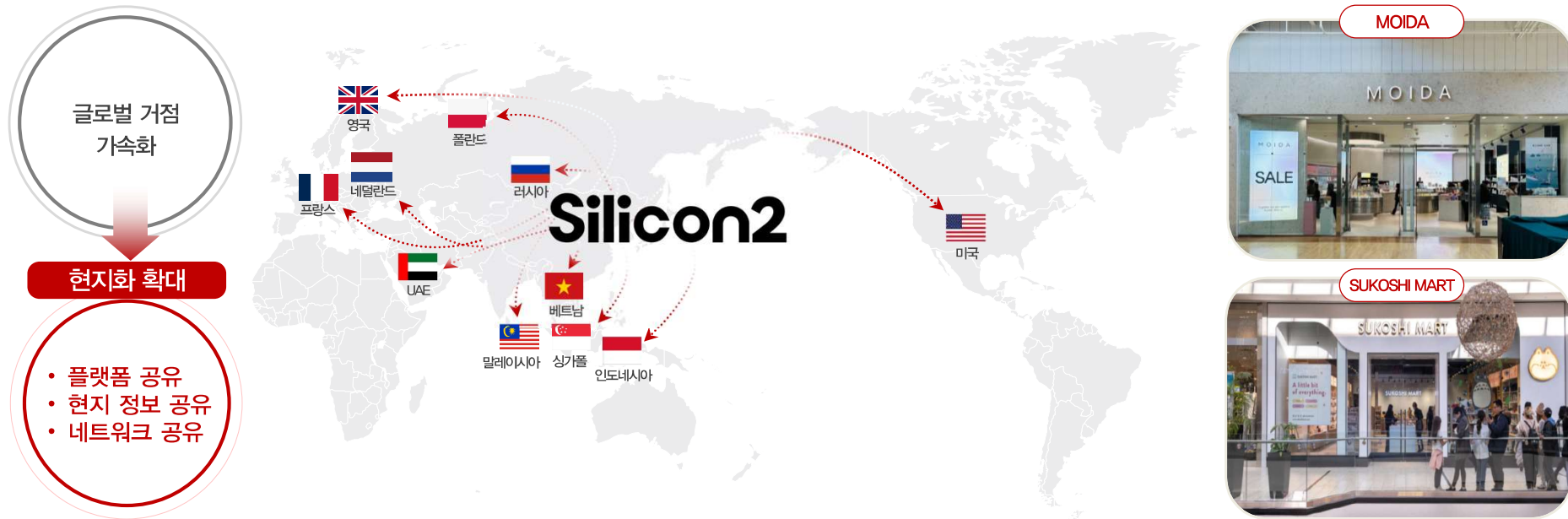
- 01_ 해외 거점 가속화를 통한 현지화 확대
- 02_ K-Behavior에서 K-Food, K-Fashion, K-Style까지 카테고리 확장
- 03_ K-브랜드 지분투자를 통한 동반 성장 Vision

03

해외 거점 가속화를 통한 현지화 확대

Silicon2

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



2023, 2024년

유럽



To - Be

신규지사설립 등
글로벌 유통망 확대

전략적 제휴
&
축적된 노하우
→ 글로벌 오픈
플랫폼 제공

글로벌 물류 인프라 네트워크 강화

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

2024년 K-Brand 다양한 라인업 런칭

K-Food



건강기능식품



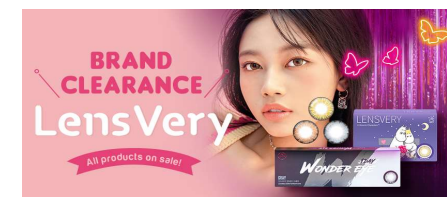
K-POP



K-Fashion



K-Style



주: 회사 내부 자료

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

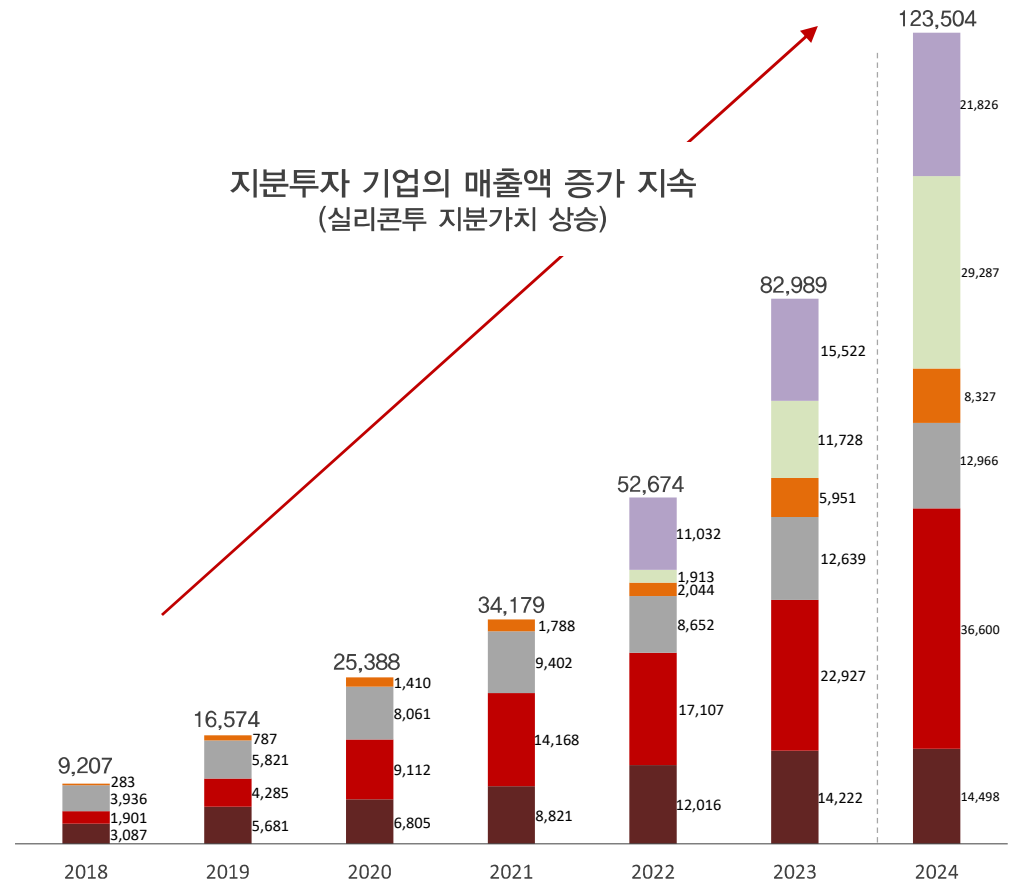
구분	원앤드	벤튼	편강한방 피부과학 연구소	헬로스킨	픽톤	에이드 코리아 컴퍼니
	heimish	Benton	Pyunkang Yul	Jumiso	TOCOBO	MARY & MAY
투자시기	2016.03	2016.11	2017.12	2018.02	2021.05	2021.10
투자금액 (지분율)	400 백만원 (23.4%)	300 백만원 (25%)	300 백만원 (10%)	50 백만원 (25%)	300 백만원 (30%)	1,300 백만원 (31.25%)
매출액 CAGR (20년~23년)	20.23%	11.9%	12.79%	35.06%	454.18%	14.17%

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

지분투자 브랜드사 매출액 추이

■ 원앤드 ■ 편강울 ■ 벤튼 ■ 헬로스킨 ■ 픽톤 ■ 에이드코리아 컴퍼니

단위: 백만 원





Chapter 04

K-Beauty의 지속가능성

01_ K-Beauty의 성장 요인

02_ K-Beauty의 지속가능성 (1), (2), (3)

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

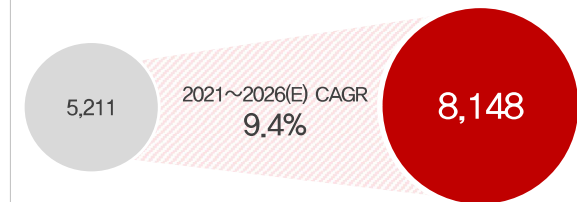


K-Brand의 기술과 문화 경쟁력 증가

E-Commerce의 성장

글로벌 소매 전자상거래 시장 규모

단위: 조 달러

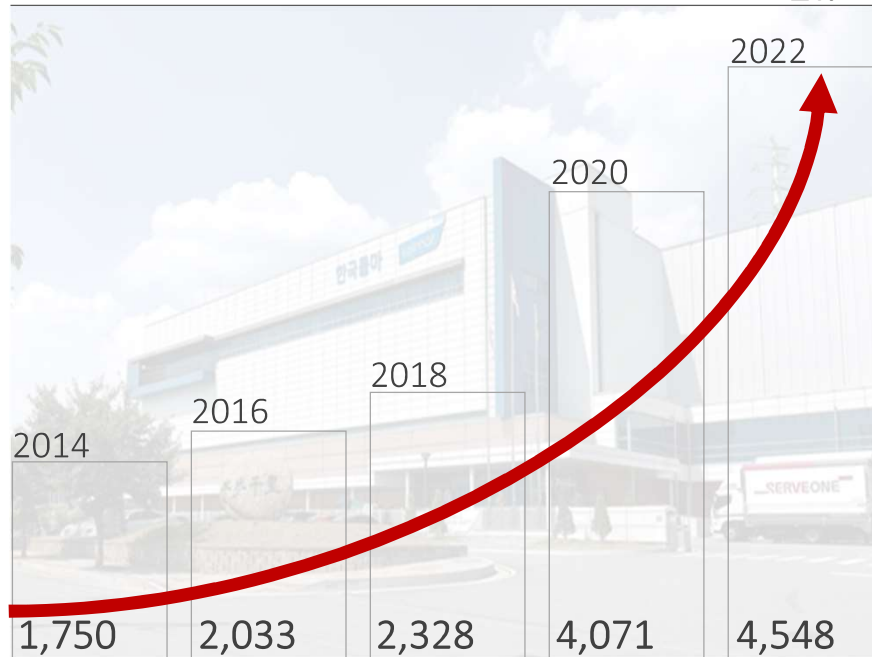
온라인 채널 성장
→ 소비자 브랜드 온라인 채널을 통한 직접접근성K-콘텐츠와 기술력을 갖춘 'Made in Korea'
→ K-Beauty, K-Pop, K-Food, K-Fashion 동반 성장

주: eMarketer, 식품의약품안전처

수많은 뷰티 업체의 공급으로 소비자 결정을 이끄는 K-Beauty 산업

제조업체 증가추이

단위 : 개



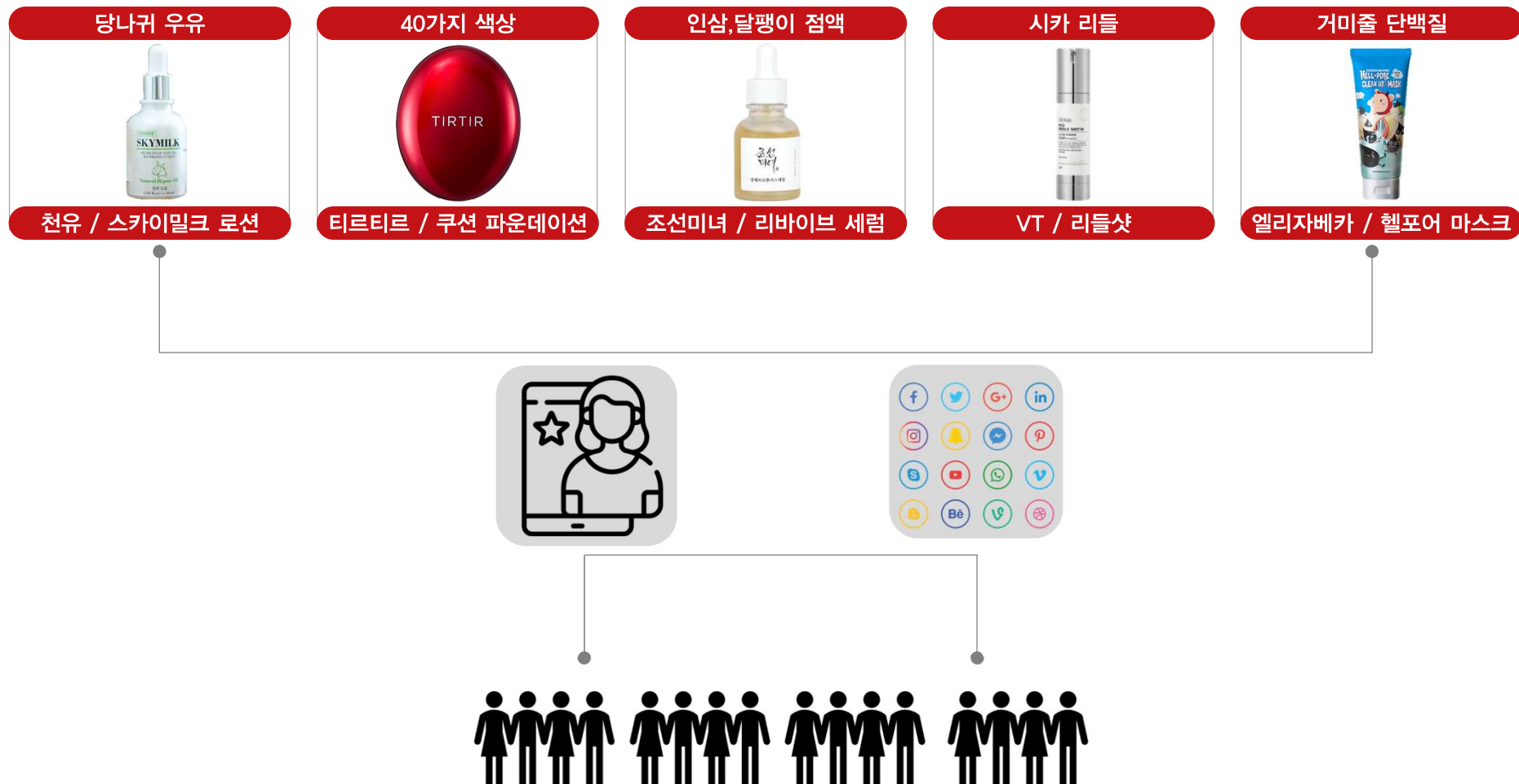
책임판매업자 증가추이

단위 : 개



생산 인프라를 통한 다양한 제품 공급 → 소비자 선택 유도

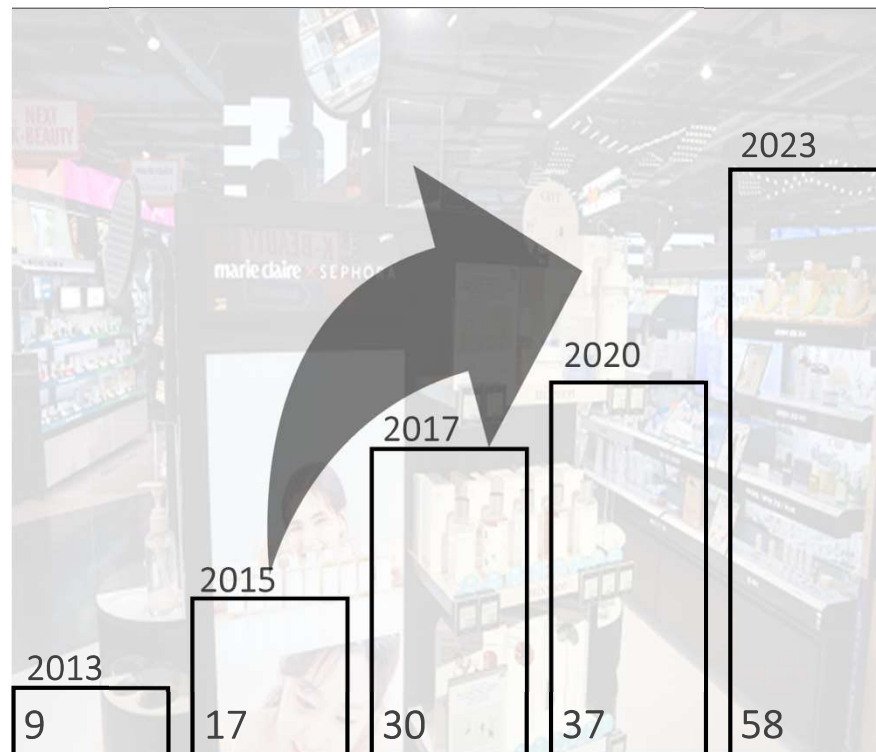
다양한 뷰티 업체가 탄생시킨 특이제품, 얼리어답터와 인플루언서를 통한 소비층 확장



두번째 전성기, 지속 가능한 미래를 위한 변화

글로벌 시장 매출 추이 (중국 제외)

단위 : 억 달러



주: 대한화장품산업연구원

공급 주도형 시장



VISION



APPENDIX

연결 손익 계산서

단위: 억 원

구 분	제23기	제22기	제21기
	2024년 1월 1일 ~	2023년 1월 1일 ~	2022년 1월 1일 ~
	2024년 12월 31일	2023년 12월 31일	2022년 12월 31일
매출액	6,915.2	3,429	1,652.7
매출총이익	2,328.3	1,151	527.6
이익률	33.67 %	33.6 %	31.9 %
영업이익	1,375.8	478	142.4
이익률	19.89 %	13.9 %	8.6 %
법인세비용차감전 순이익	1,487.1	481	142.7
이익률	21.50 %	14.0 %	8.6 %
당기순이익	1,207.4	380	111.6
이익률	17.46 %	11.1 %	6.8 %

연결 재무상태표

단위: 억 원

사업연도	제23기	제22기	제21기
구분	2024년 12월 31일	2023년 12월 31일	2022년 12월 31일
[유동자산]	2,971	1,363.9	732.3
· 당좌자산	1,511.7	578.6	446.3
· 재고자산	1,459.3	785.4	286.0
[비유동자산]	1,606.6	788.8	559.9
· 투자자산	396.5	162.3	103.5
· 유형자산	1,155.2	592.1	441.1
· 무형자산	16.5	6.6	0.9
· 기타비유동자산	38.5	27.8	14.3
자산총계	4,577.6	2,152.7	1,292.2
[유동부채]	1,893.4	741.8	286.1
[비유동부채]	68.3	61.4	42.2
부채총계	1,961.7	803.2	328.3
[자본금]	305.4	303	301.9
[자본잉여금]	308.0	301.8	296.3
[기타포괄손익누계액]	83.8	28.4	27.1
[기타자본항목]	3.2	8.4	10.7
[이익잉여금]	1,915.4	708.1	327.9
자본총계	2,615.9	1,349.5	963.9