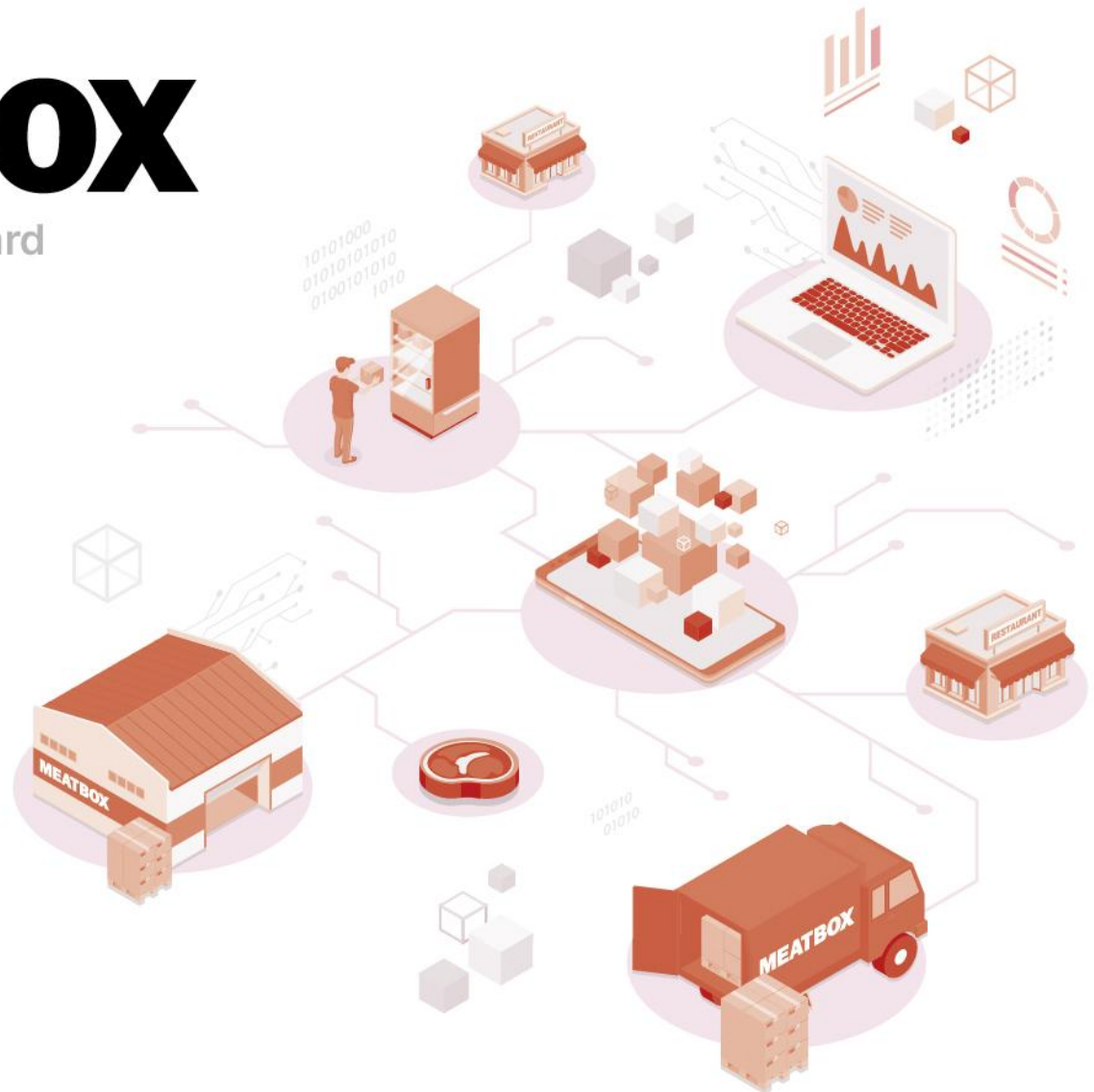


INVESTOR RELATIONS 2025

MEATBOX

축산물 B2B Platform Standard



Disclaimer

본자료는 투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에 정보제공을 목적으로 (주)미트박스(이하“회사”)에 의해 작성되었으며 이의반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려 드리는 바 입니다.

본 자료에 포함된 “예측정보”는 별도 확인 절차를 거치지 않은 정보들 입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’, “등 과 같은 단어를 포함 합니다.

위“예측정보”는 향후 경영 환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며,본질적으로 불확실성을 내포하고 있는바,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 변경될 수 있으며,별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사,자문역 또는Representative들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려 드립니다 (과실 및 기타의 경우 포함).또한 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.



CONTENTS

Prologue

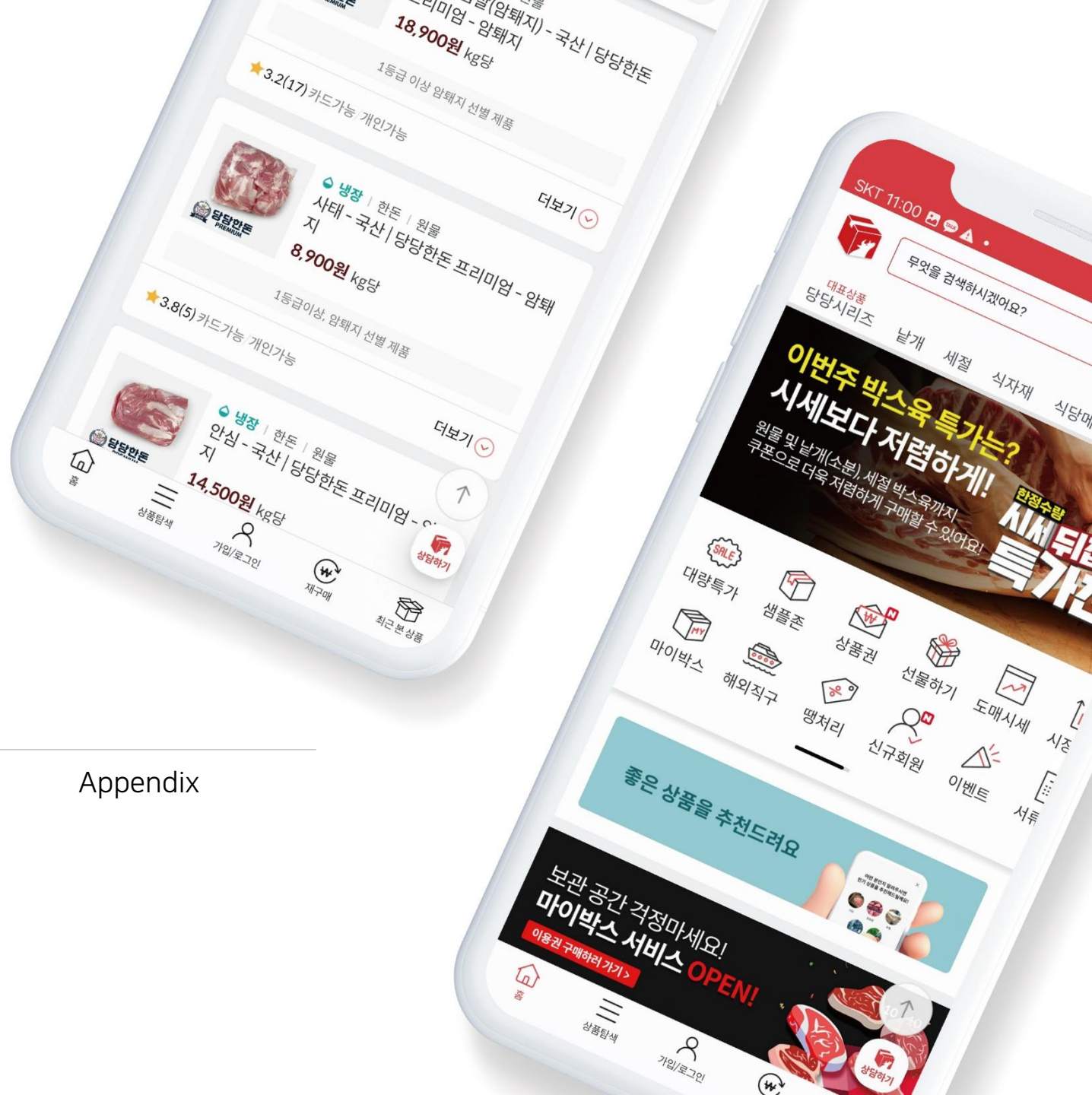
Appendix

Chapter 1

Business Summary

Chapter 2

Growth Strategy





Prologue

- 01. 축산물 B2B 유통시장의 디지털 혁신 플랫폼, 미트박스
- 02. 데이터와 인프라 역량으로 성장 기반 구축
- 03. B2B 플랫폼 경쟁력
- 04. Meatbox in Numbers

01 축산물 B2B 유통시장의 디지털 혁신 플랫폼, **미트박스**



축산물 유통시장의 온라인화를 통해 기존 구조 비효율성 해소

축산물 유통시장 구조



B2B 유통시장의 변화

	Before	After
판매자	대금 회전주기 長 미수금 리스크	대금 지급
	부족한 물류 인프라 한정된 판매 지역	거래처
구매자	평균 3단계 도매 높은 유통비용 (48.0%)	유통 구조
	판매자-구매자 간 정보의 비대칭	원가 정보

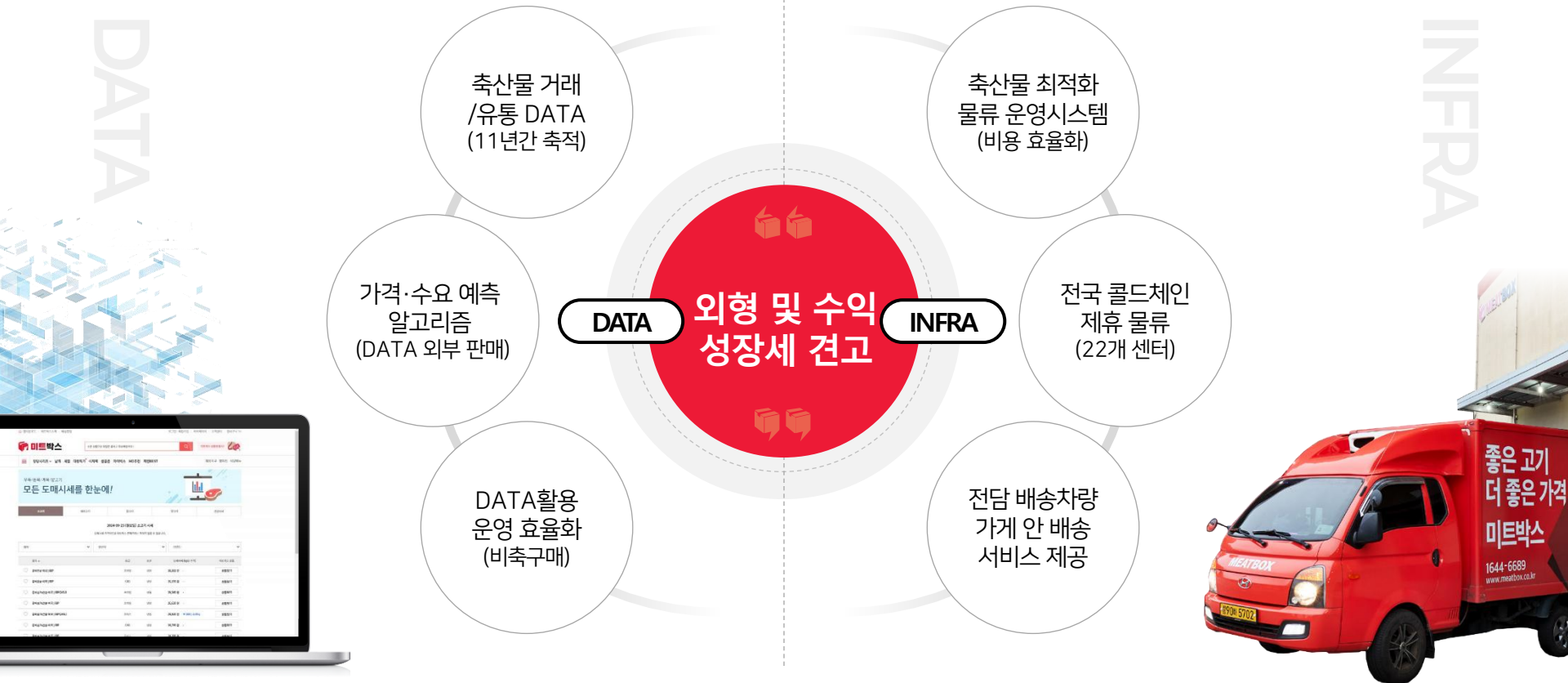
02 데이터와 인프라 역량으로 성장 기반 구축



자체 데이터 및 인프라 역량으로 축산물 시장 내 지속 가능한 성장 기반 마련

투명한 상품 시세 및 예측치 제공

자체 물류 시스템 활용한 Full-cold chain 보유



03 B2B 플랫폼 경쟁력



B2C 대비 안정적 수익 창출 가능한 B2B 축산물 흑자 중개 플랫폼 “미트박스”

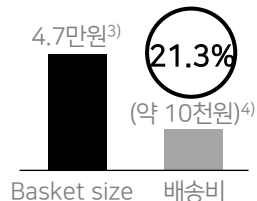
B2C		B2B	
		플랫폼 특성 비교	
축산물 산업	정육각 Sir. LOIN	Basket Size ¹⁾	 MEATBOX 유일한 흑자 축산물 B2B 플랫폼
		리텐션율 ²⁾	
비 축산물 산업	MARKET Kurly coupang	침투 가능 시장	 Blue M Tec (주)블루엠텍 (의약품 유통, 2023년 말 상장) wefun (사내 비품, 상장 예정)
	MUSINSA ZIGZAG	마케팅 비용	
	우이한행제트	시장 내 경쟁 강도	

배송비 비교

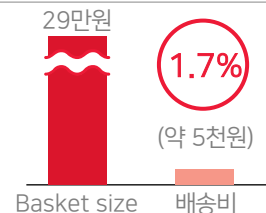
- + 일반 탑차 배송
- + 보냉 포장 비용 발생
- + 자체 물류 고정비용 발생

주문금액 ▼ 배송비 ▲

“낮은 비용 효율성”



배송비 효율성



- + 냉동/냉장 차량 배송
- + 보냉 포장 불 필요
- + 고정비 최소화 제휴 Infra

주문금액 ▲ 배송비 ▼
“높은 비용 효율성”

1) 주문 건당 평균 결제 금액을 주문 건수로 나누어 계산
2) 브랜드의 제품이나 서비스를 지속적으로 소비하는 비율

3) ‘혁신의숲’ 참고 (국내 B2C 신선식품 유통 플랫폼 A사, 2024년 7월 기준)
4) 당사 추정치 (배송비 = 개별 직배송비 + 보냉 포장 비용)

04 Meatbox in Numbers



B2B 축산물 시장 디지털 혁신 선도주자

축산물 B2B 유통
플랫폼 업력

11년

5개년 매출액 CAGR
(2019 ~ 2024)

55.2%

연간 구매 고객 수
(2024)

69,400명

거래액 (GMV)
(2024)

4,857억 원

플랫폼 내
판매 품목 수

83,000+



※ 출처: 당사 내부데이터

연 평균 재구매율



VS

83%

국내 온라인
B2C 플랫폼 A사*

21%

Basket Size



VS

33만 원

국내 온라인
B2C 플랫폼 B사*

약 4.8만원

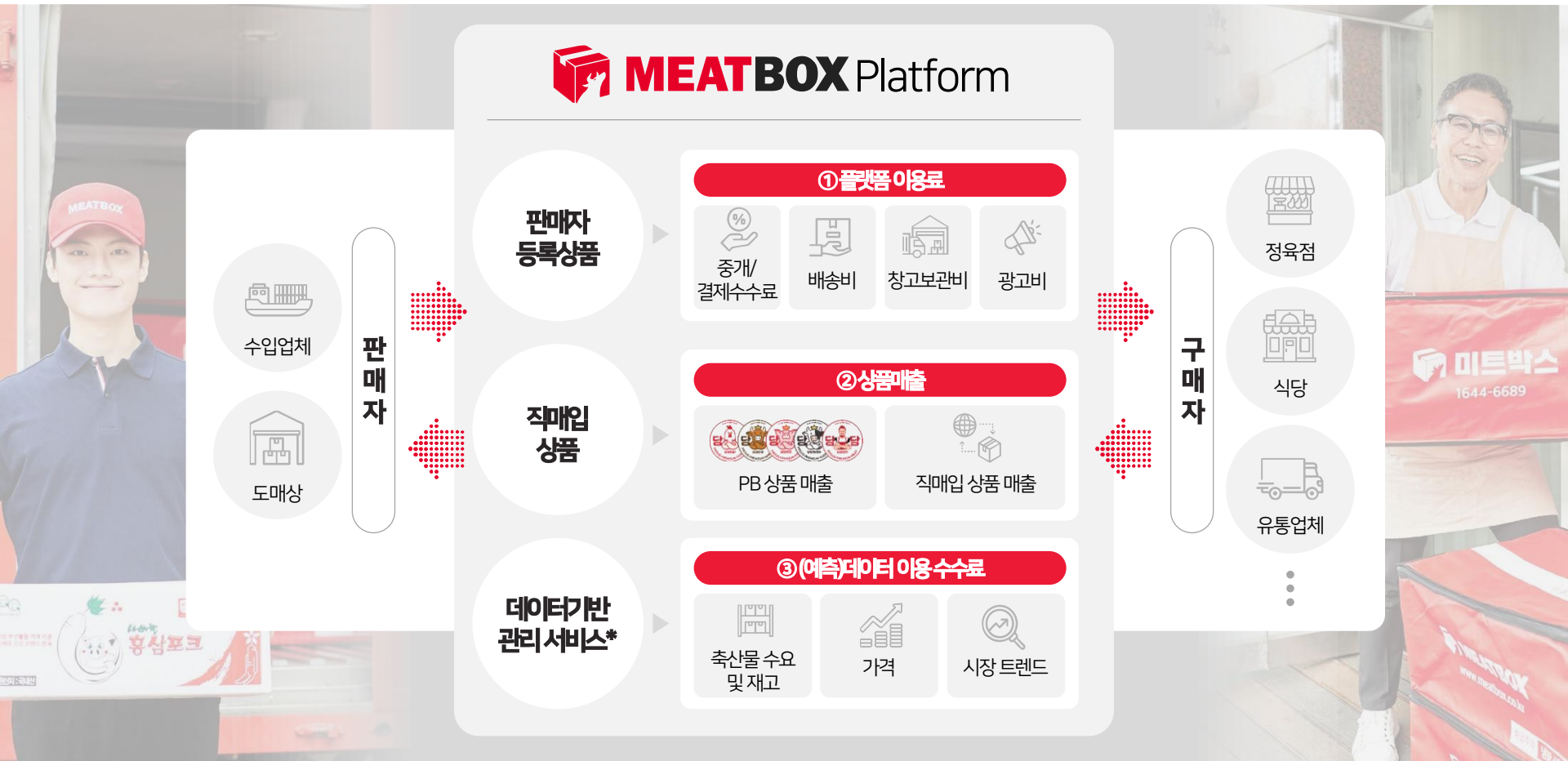
※ 출처: 당사 내부데이터 (2024년 7월 기준)
혁신의숲 참고 (국내 축산물 B2C 기업 2곳, 2024년 7월 기준)



Business Summary

- 01. 사업 영역
- 02. 사업 실적
- 03. 2024 Summary
- 04. 사업 성과 (1),(2)
- 05. 시장 전망

다양한 매출 구조 보유로 혁신 시스템 확립



02 사업 실적

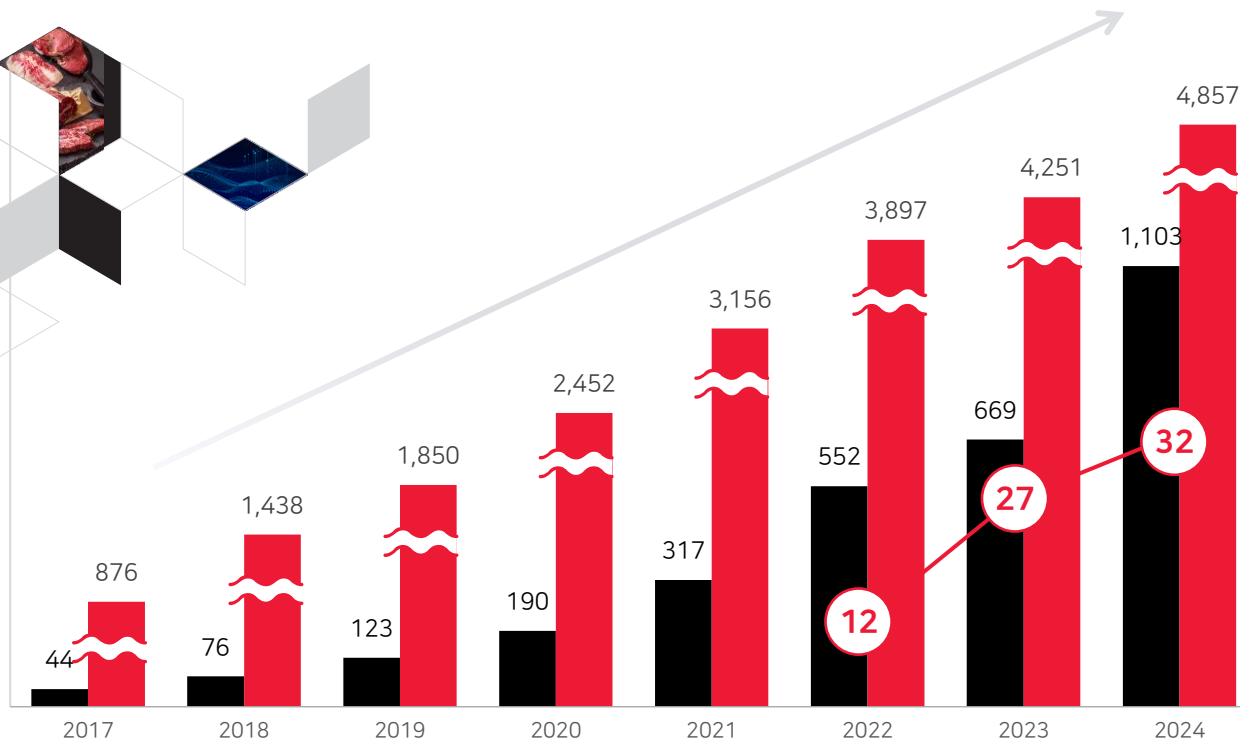


매출 성장 및 수익성 확보로 안정적 성장 교두보 마련

주요 지표 추이

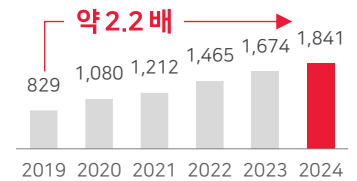
■ 매출액 ■ GMV ○ 영업이익

(단위: 억원)



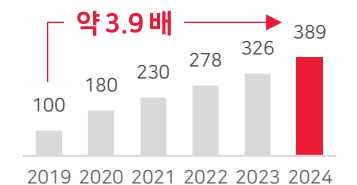
연간 주문 건수

(단위: 천건)



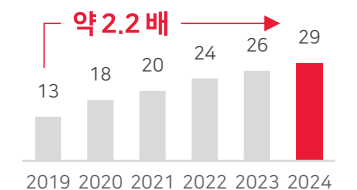
누적 등록 고객수

(단위: 천명)



연간 월평균 구매자 수

(단위: 천명)



외형 및 영업이익 증가로 꾸준한 실적 성장

연결 기준

(단위 : 백만 원)

구 분	2024	2023	YoY(%)	2022	2021
영업수익	110,263	66,914	64.8	55,218	32,077
영업비용	107,144	64,312		54,275	32,636
영업이익	3,119	2,602	19.9	943	(559)
영업이익률(%)	2.8	3.9	-	1.7	-
금융수익	673	1,318		175	168
금융비용	677	2,243		2,247	3,004
기타수익	64	119		159	151
기타비용	2,426	64		112	317
당기순이익	1,123	3,486	-67.8	(1,081)	(3,560)

영업수익

- 거래액 증가에 따른 중개수수료 증가 및 직매입 상품 매출 증가로 작년 대비 64.8% 증가

영업이익

- 고정비 레버리지 효과로 영업이익 작년 대비 19.9% 증가
- 신규 사업을 위한 개발 인력 및 데이터 전문가 채용, 물류센터 추가 임차로 인한 비용 증가

당기순이익

- 자회사 미트박스아워냉장의 건설중인자산에 대해 23억원 손상 인식
- '경부고속도로 기흥 IC 물류시설 구축 민자유치 사업' 관련 불확실성으로 인해 회계상 비용 인식
- 추후 사업 정상화시 환입 가능

Financial Highlights

04 사업 성과 (1) 판매자



국내외 Top-tier 유통 거래처와 강력한 파트너십 구축

국내외 주요 입점 판매자



세계 1위 축산물 유통기업
(해외 Packer 직거래)



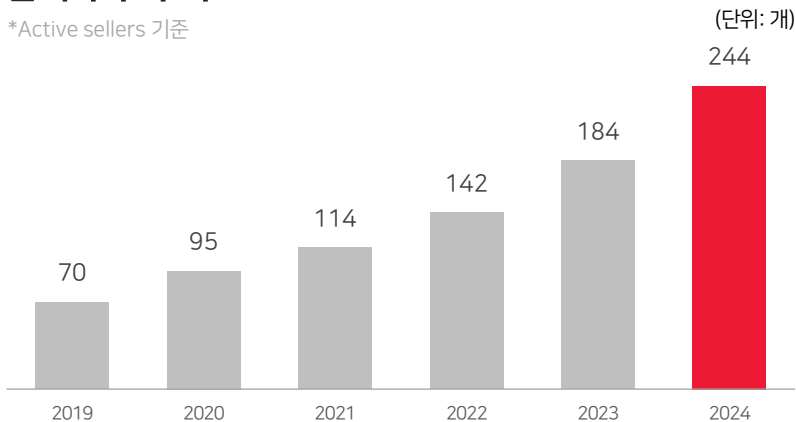
선우프레시

고품질 사슴비 축산물
오케이미트 (주)

국내 Tier 1 수입업체
(4개 기업 매출합계 2조9천억원(2023))

판매자 수 추이

*Active sellers 기준



주요 판매 상품 비중

수입 소고기 41.7%

LA갈비	알목심	부채살	알전각	앞갈비
갈비살	살치살	일반갈비	차돌양지	등갈비
안창살	차돌양지	채끝등심	토시살	아롱사태
목뼈	황제늑간	홍두깨	등심	뽕살
⋮				

수입 돼지고기 19.2%

삼겹살	목전지	목살	등갈비
전지/앞다리	등갈비	등심	항정살
오겹살	갈비	막창	등뼈
갈매기살	장족	단족	등심뺏살
⋮			

국산 소고기 23.1%

등심	사태	목심	설도	앞다리/전각
채끝등심	우둔	차돌박이	설깃살	양지
안심	아랫등심	업진살	뿔등심	홍두깨
⋮				

국산 돼지고기 10.7%

삼겹살	앞다리	목심	등심
갈비	등갈비	전지	갈매기살
⋮			

계육
3.1%기타
2.2%

국내외 인지도 높은 판매자 입점 및 高품질 상품 제공 → 구매자 유입



04 사업 성과 (2) 구매자

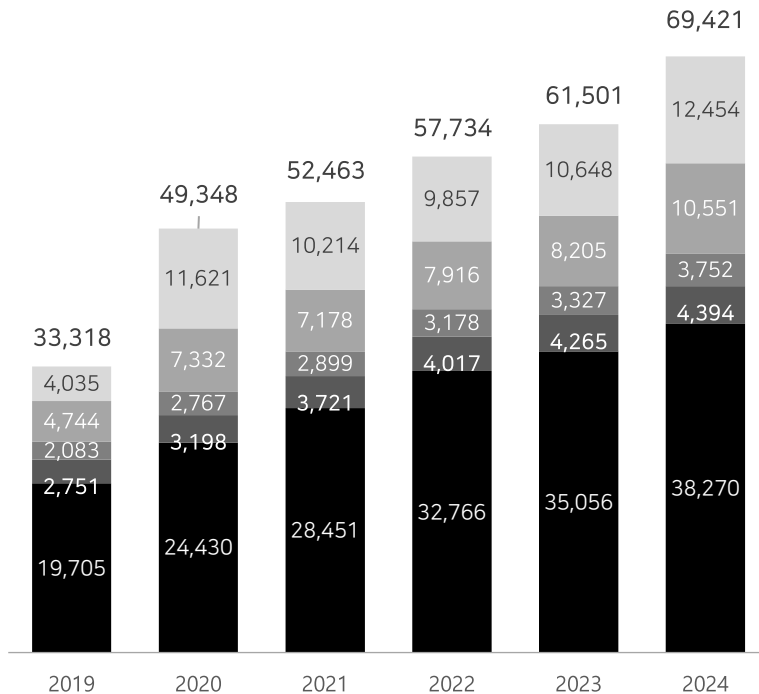


꾸준한 신규 고객 유입과 높은 재구매율에 기반한 성장세 지속

연간 구매자 수

■ 식당 ■ 정육점 ■ 유통 ■ 기타 ■ 개인회원

(단위: 명)

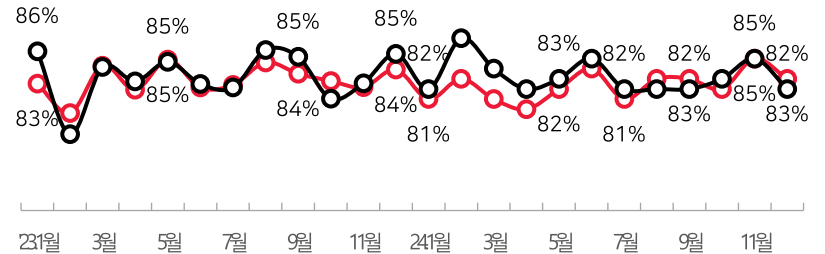


재구매율

*재구매: 2개월 연속구매자

—○— 식당 —●— 정육점

(단위: 억 원)

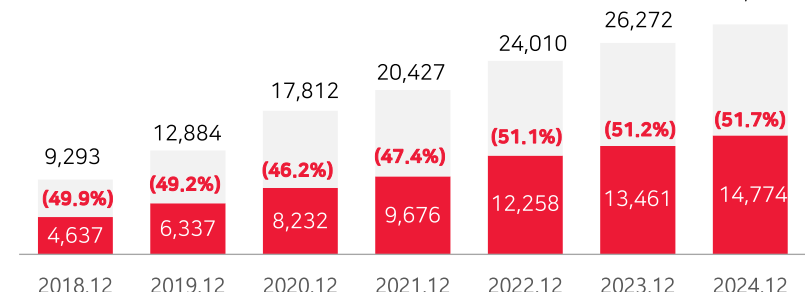


연도말 핵심고객 수

*핵심고객수: 6개월 연속구매자

■ 전체 고객수 ■ 핵심 고객수(비율)

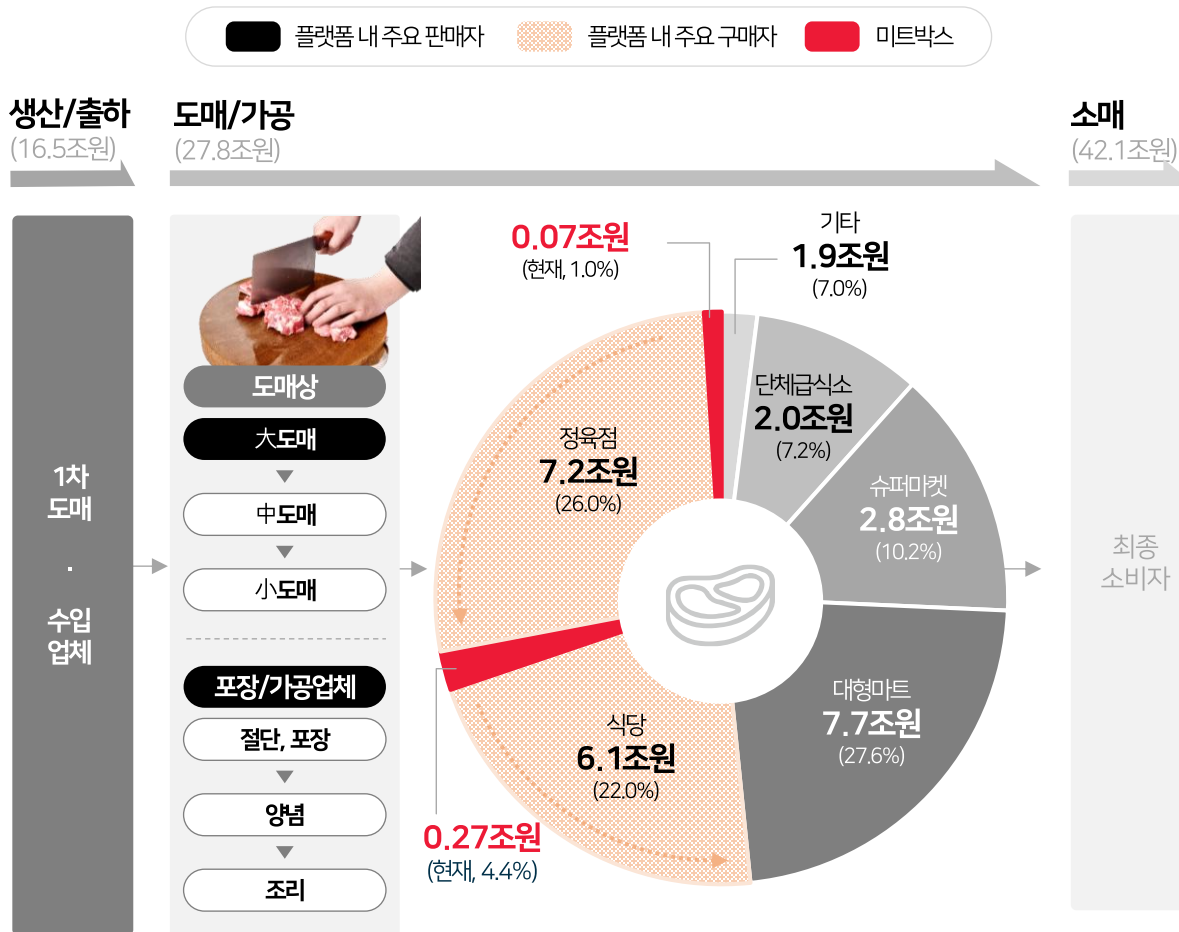
(단위: 명, %)



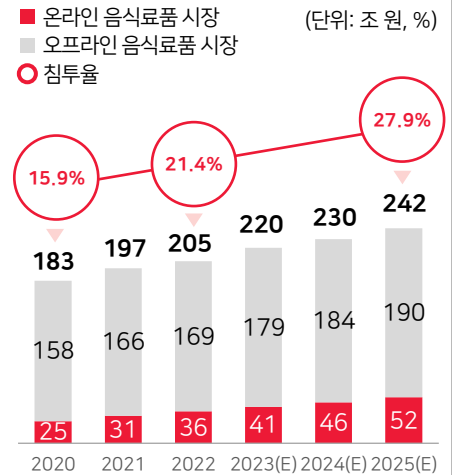
주 단위 구입 필요 + 高품질 상품 및 품질보증서비스 제공 → Lock-in 효과 발생



1차도매부터 정육점 및 식당에 이르는 B2B 시장 내 점유율 확대 목표



음식료품 시장 온라인 침투율 추이



침투율 증가 요인

① 시장 내 온라인 수요 급증

· 인건비/임대로 상승에 따라 원가절감을 위한 구매가격 효율화 니즈 증가

② 관련 인프라/기술 발전

· 정부차원의 축산유통 디지털 전환
ex) 축산물 온라인경매 도입(22년) 등

※ 출처: 2023년 축산물유통정보보고서('24년 8월, 축산물품질평가원) 기반으로 가공 DATA

Growth Strategy

- 01. Growth Roadmap
- 02. 기존 시장 확대
- 03. 신규 시장 발굴
- 04. Vision



기존 축산물 시장 침투율 확대 및 플랫폼 고도화로 高성장 궤도 진입



외형과 수익성 동시 성장으로 기존 시장 침투력 확대

시장 침투 전략

SCM 고도화

물류효율성 증대를 통해
Cost 절감 및 PB상품의
원가율 감소

PB상품

자은 품질 발생상품 중심 구성
(한돈, 한우, 육우, 닭, 세절 상품 등)



(단위: 고객 수, 비율)

Lock-in 고객 기반 Basket Size 증가

- 신규 판매자/상품 등록 확대
- 소용량 축산물 및 식자재
판매를 통한 타겟 고객 확대

세분화
ex) 세절육 판매

+

다양화
ex) 다양한
식자재 추가

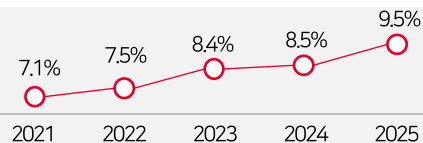
➔

**P,Q 동시에
상승 추구**

수익성 극대화

Take Rate 인상을
통한 수익성 증대
(타 플랫폼 대비 낮은 수준)

**Take rate
평균 추이**
(GMV 기준)

타겟 시장
점유 현황

(정육점·식당·유통업체)

현재

2.6만
(2.4%)

타겟 시장
점유 목표치

미래

11만
(10%)

03 신규시장 발굴 (1) 판매자간 대량 거래 시장으로의 진출



축산물 가치평가·유통금융 자원 서비스 도입 → 축산물 유통시장의 대표주자 기반 확립



축산 금융지원 서비스를 통한 거래규모 확대 및 추가수입 확보

기존 축산물 담보대출

"신뢰성 기반 사고 지속 발생"

"냉동육 담보로 투자하면 수익"...
800억 원 받아 '먹튀'

KBS, 2024.04.25

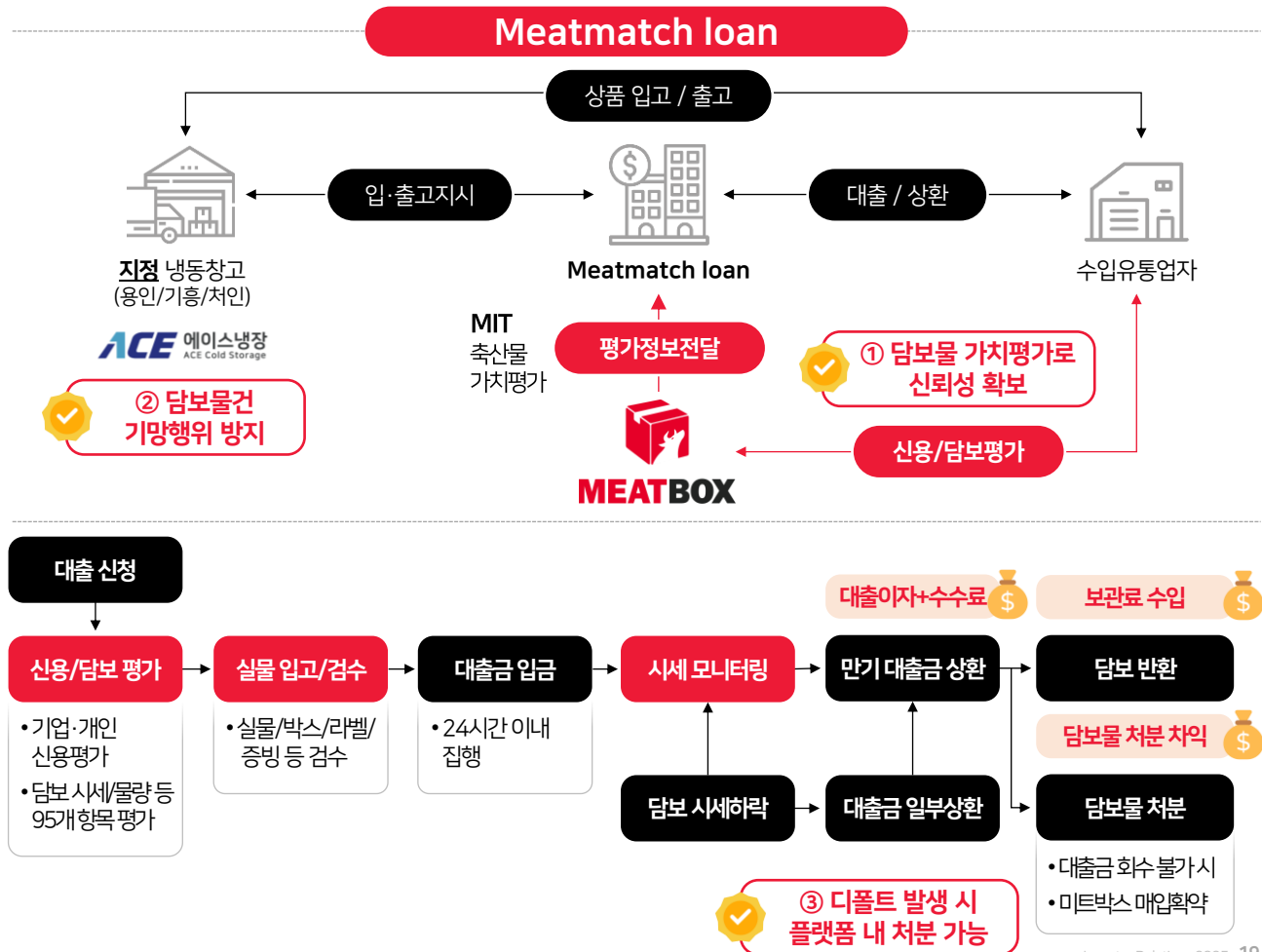
'육류담보대출 사기' 냉동창고에
감힌 고기들

이투데이, 2017.01.02

추정피해금액
약 6,000억원

문제점

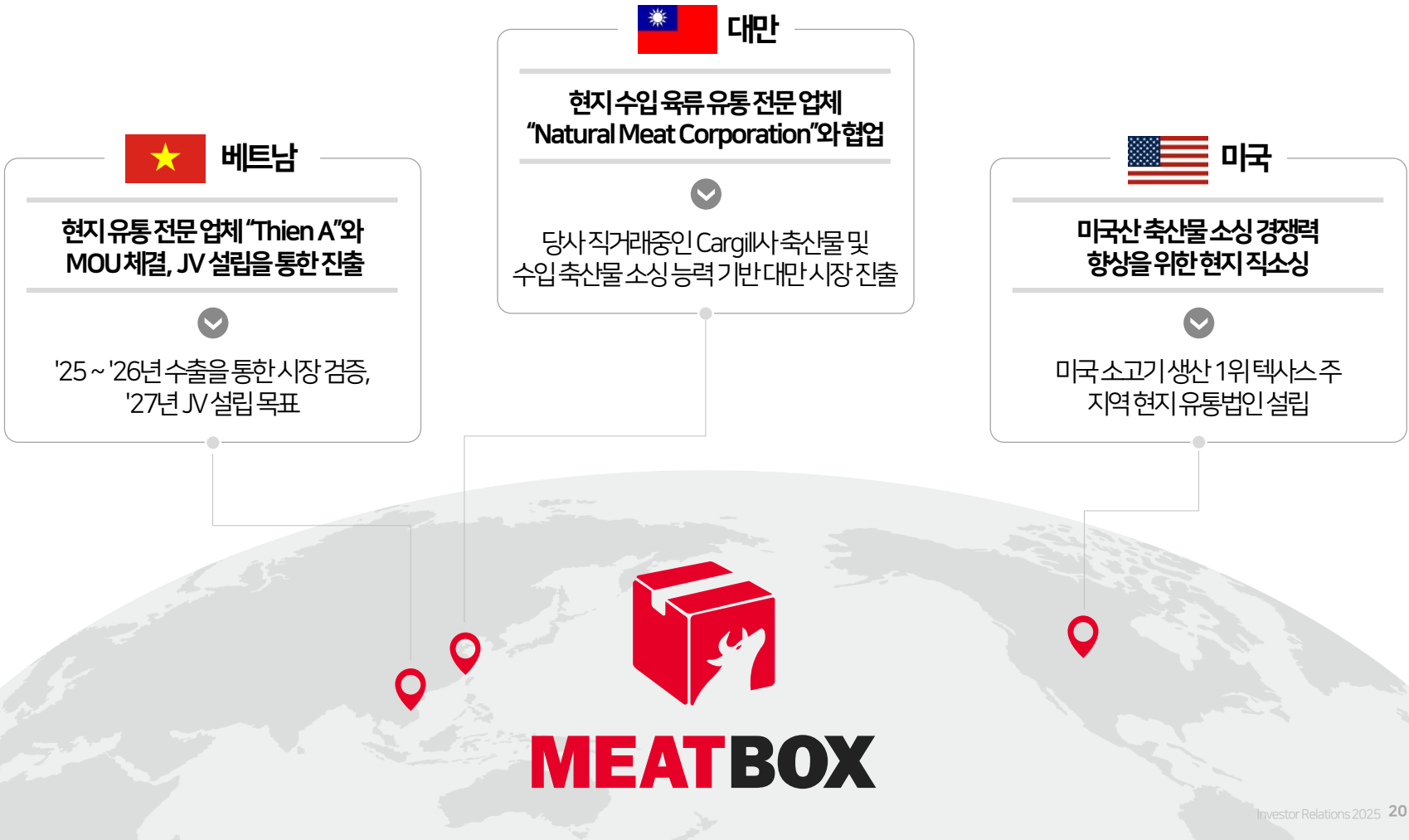
- ① 육류에 대한 정확한 가치 판단 불가
- ② 창고업자 및 유통업자 간의 기망 행위
- ③ 디폴트 발생시 처분 방법 부재



03 신규시장 발굴 (2) 해외시장 진출



해외 진출로 글로벌 스탠다드 입지구축



A large, stylized blue 'X' shape dominates the upper half of the slide. Inside the 'X', there is a complex network of glowing blue dots connected by thin lines, resembling a digital or neural network. The background is white with faint, light gray lines and binary code (0s and 1s) scattered around the blue shape. A small gray cube is visible near the top left of the 'X'.

Appendix

- 01. 회사 현황 및 핵심 인력
- 02. 성장 연혁
- 03. 요약 재무제표

01 회사 현황 및 핵심 인력



회사 현황

법인명	(주)미트박스글로벌
대표이사	김기봉
설립일	2014년 5월 19일
임직원수	93명
자본금	5억 6천만 원
주요사업	축산물 직거래 플랫폼 사업
본점 소재지	서울 강남구 테헤란로34길 22 (역삼동)
홈페이지	www.meatbox.co.kr

핵심 인력

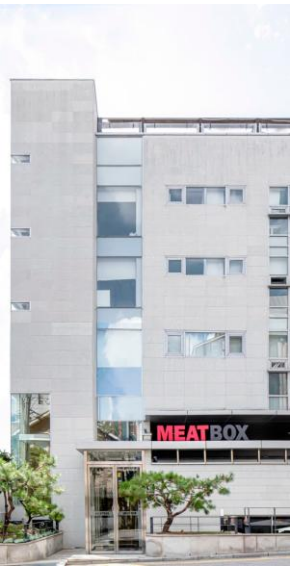


김기봉 대표이사

- '14 ~ 現 (주)미트박스글로벌 CEO
- '08 ~ '23 (주)백삼 CEO
- '05 ~ '13 원푸드컴
- '99 ~ '05 LG유통 (아워홈)
- '94 경북대학교 무역학 학사

성명	담당 업무	직위	주요 경력
천용현	미래성장그룹 총괄	전무	· '08~'15 원앤원 · '05~'08 혜성프로비전
정재호	SCM그룹 총괄	전무	· '95~'21 LG유통 (아워홈)
김문웅	전략서비스 기획	고문	· '97~'18 SK텔레콤 · '19~'21 청오디피케이 (도미노)
이재성	CTO	상무	· '20~'23 GS리테일 · '18~'20 11번가
오세홍	CFO	상무	'12~'17 동부익스프레스 '17~'24 위니아에이드
김만섭	인사총괄	상무	· '10~'16 리엔한 · '02~'10 다산이엔이

축산물 유통 노하우와 IT 기술을 바탕으로 10년간 지속적인 성장



설립 & 기술개발

2014

- (주)글로벌네트웍스 설립
- 축산물 직거래앱 "미트박스" 서비스 런칭

2015

- 가입고객 1,000명 돌파 및 주말 배송 시작
- 가입고객 3,000명 돌파
- 월간 거래액(GMV) 10억원 달성

2016

- 누적 GMV 100억원 달성
- 신선물류 제주권역 배송 시작
- 월간 GMV 50억원 돌파

2017

- 앱 누적 다운로드 50,000건 돌파
- 월 GMV 100억원 돌파
- 연간 GMV 876억원 달성

성장 & 기술고도화

2018

- 대표 돼지고기 브랜드 '하이포크'와 MOU 체결
- 가입고객 50,000명 돌파
- 경기도 G마크 우수축산물 판매 확대를 위한 MOU 체결
- 전략적 투자자 대한제분(주) 참여 (대표 브랜드 '곰표')

2019

- 월간 GMV 170억원 달성, 누적 GMV 3,000억원 돌파
- 무인 정육점 '미트박스365' 런칭
- 대한민국 인공지능 대상 유통부분 대상 수상
- 경기도 일자리 우수기업 인증 획득
- 전략적 투자자 (주)도드람푸드 참여 (포장육 가공분야 1위)

2020

- 희망일 배송 서비스 런칭
- PB상품 '당당한돈' 런칭
- 외식 자영업자를 위한 '미트박스식자재관' 오픈
- 2020 대한민국 소비자 대상에서 '올해 최고의 브랜드' 부문 수상

2021

- (주)미트박스글로벌로 사명 변경
- PB상품 '당당한우' 런칭
- **누적 GMV 1조 달성**

도약

2022

- 클라우드형 물류 보관 서비스 '마이박스' 출시
- 식자재존 확대 및 품목 강화
- **연간 영업이익 흑자 전환**

2023

- 묶음주문 / 해외 직구 서비스 런칭
- 미트박스 시향 리포트 발행
- 정보보호 관리체계(ISMS) 인증 획득
- Cargill (미국산 소고기 시장 점유율 1위) 직거래 계약 체결

2024

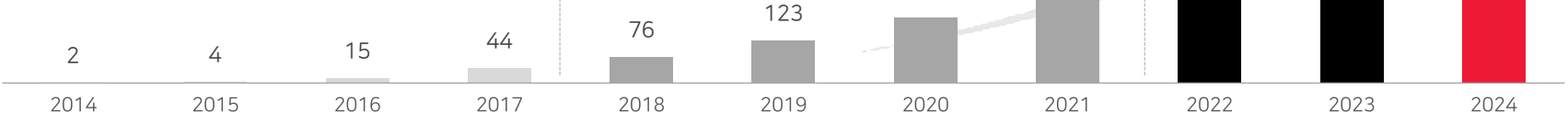
- 전략적 투자자 Proterra 참여
- 도매거래 '미트매치' 서비스 런칭
- MIT 데이터 서비스 런칭

2025

- **B2B e커머스 플랫폼 1호 코스닥 상장**

10년간 역성장 없는 성장세 시현

*연간 매출액 추이 (단위: 억 원)



03 요약 재무제표 (연결)



요약 재무상태표

(단위: 억 원)

구 분	2021	2022	2023	2024
유동자산	194	246	297	311
비유동자산	51	56	145	191
자산총계	245	302	442	502
유동부채	541	605	230	240
비유동부채	23	21	52	91
부채총계	564	626	282	330
자본금	2	2	5	5
자본잉여금	10	10	460	7
기타자본	9	13	10	12
이익잉여금 (결손금)	(349)	(359)	(326)	145
비지배지분	10	11	11	3
자본총계	(319)	(323)	160	172

요약 손익계산서

(단위: 억 원)

구 분	2021	2022	2023	2024
영업수익	321	552	669	1,103
영업비용	326	543	643	1,071
영업이익	(5)	9	26	31
금융수익	2	2	13	7
금융비용	30	22	22	7
기타수익	2	2	1	1
기타비용	3	1	1	24
법인세 차감 전 순이익	(35)	(11)	17	8
법인세비용	-	-	(18)	(4)
당기순이익	(35)	(11)	35	11

※ 감사보고서 기준
 ※ 각 계정별 천만 원 단위에서 반올림 하였음