Handsome Corp.

2026 1Q Financial Results

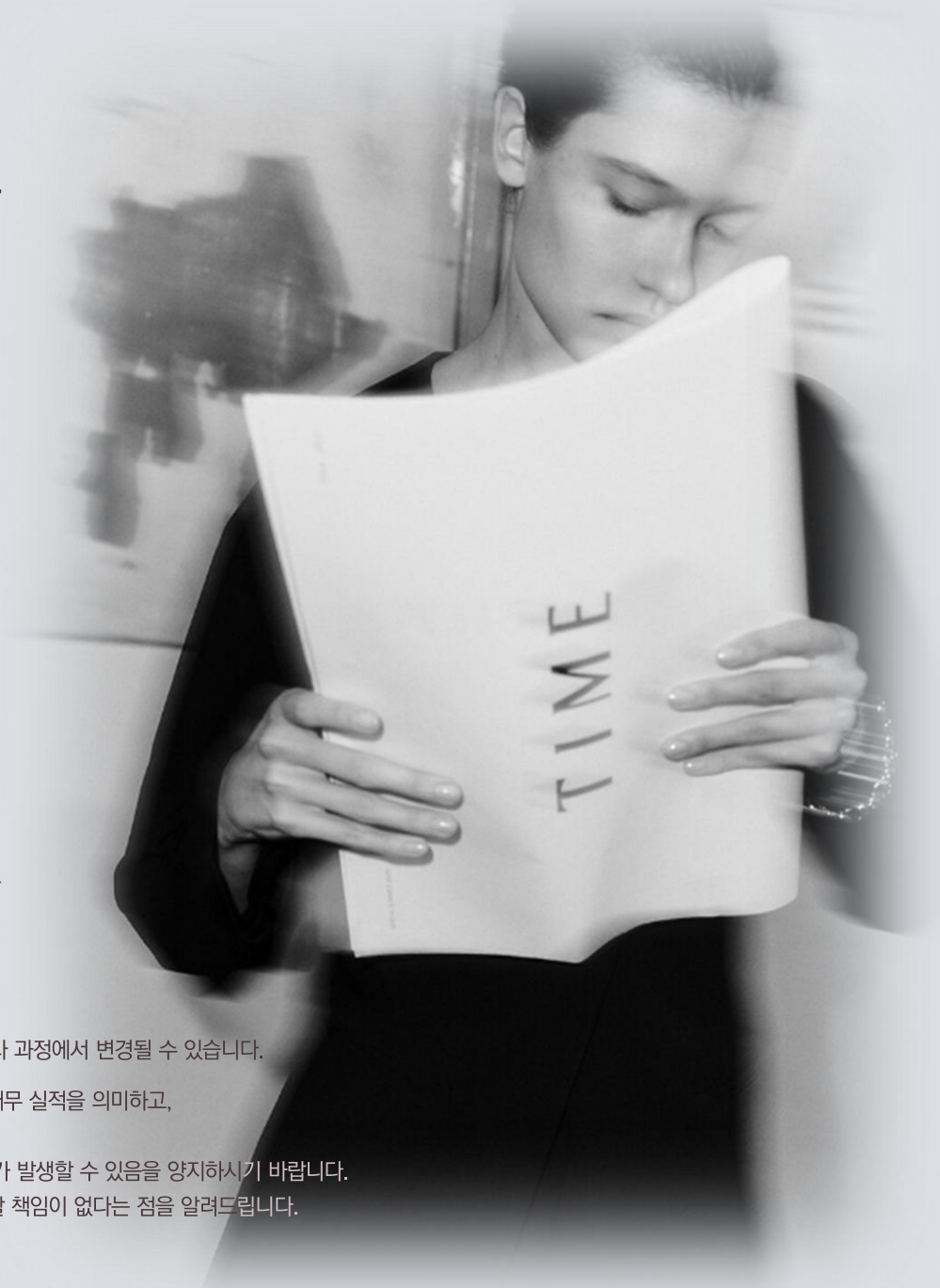


Contents

1 ’26년 1분기 실적

2 사업 현황

3 중점 추진 전략



DISCLAIMER

본 자료는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 근거하여 작성된 연결기준 잠정 영업실적입니다.
투자자 편의를 위하여 참고용으로 제작되었으며, 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 시점에서 작성되었으므로 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 감사 과정에서 변경될 수 있습니다.

또한, 본 자료는 미래에 대한 ‘예측 정보’를 포함하고 있습니다. 이는 과거가 아닌 미래에 관한 가정들에 근거하여 예상되는 회사의 향후 경영 현황 및 재무 실적을 의미하고,
표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’ 등과 같은 단어를 포함합니다. ‘예측 정보’는 그 성격상 당사가 통제할 수 없는 미래의 불확실성에 따라
회사의 향후 경영 현황 및 재무 실적에 긍정적 또는 부정적으로 영향을 미칠 수 있으며, 회사의 실제 미래 실적이 본 자료에 포함된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있음을 양지하시기 바랍니다.
당사는 예측 정보의 정확성에 관하여 어떠한 보장도 하지 않으며, 예측 정보와 관련하여 본 자료 제공 이후에 발생하는 변경 사항에 대해 수정 및 보완할 책임이 없다는 점을 알려드립니다.

이 자료의 활용으로 인해 발생하는 투자 결과에 대하여 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

1. ’26년 1분기 실적

■ 1분기 경영 실적

- 패션 소비 심리 개선으로 인해 국내 주력 브랜드 견조한 성장세 지속하였으며, 수입 포트폴리오 확대 전략에 따라 신규 런칭한 브랜드는 안정화 및 볼륨 확대 구간에 진입
  - 전년 동기 대비 오프라인 매출 9.2%, 온라인 매출 2.9% 증가 (온라인 매출 비중 ’25년 1분기 22.7% → ‘26년 1분기 21.7%)

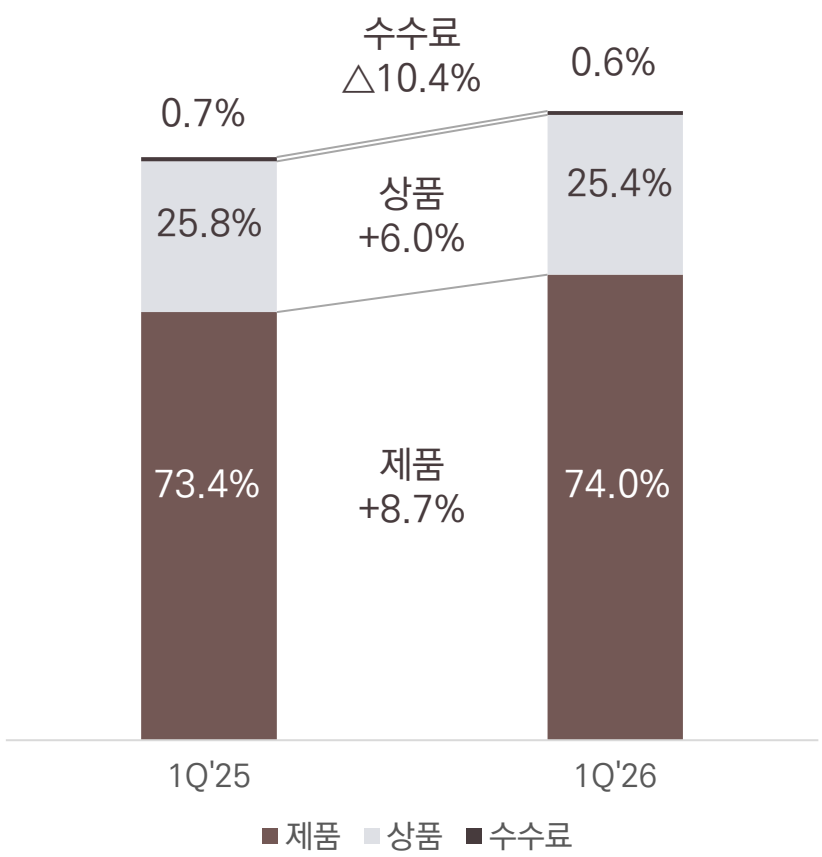
(단위: 억원)

구 분	1분기 실적				매출액 대비		
	’25년	’26년	*증감*	*신장률*	’25년	’26년	*증감*
매출액	**3,803**	**4,104**	***+301***	***+7.9%***	**100.0%**	**100.0%**	**-**
매출총이익	2,236	2,434	*+198*	*+8.9%*	58.8%	59.3%	*+0.5%p*
판매관리비	2,019	2,069	*+50*	*+2.5%*	53.1%	50.4%	*△2.7%p*
영업이익	**218**	**365**	***+147***	***+67.7%***	**5.7%**	**8.9%**	***+3.2%p***
세전이익	218	358	*+140*	*+64.5%*	5.7%	8.7%	*+3.0%p*
당기순이익	**184**	**273**	***+89***	***+49.0%***	**4.8%**	**6.7%**	***+1.9%p***

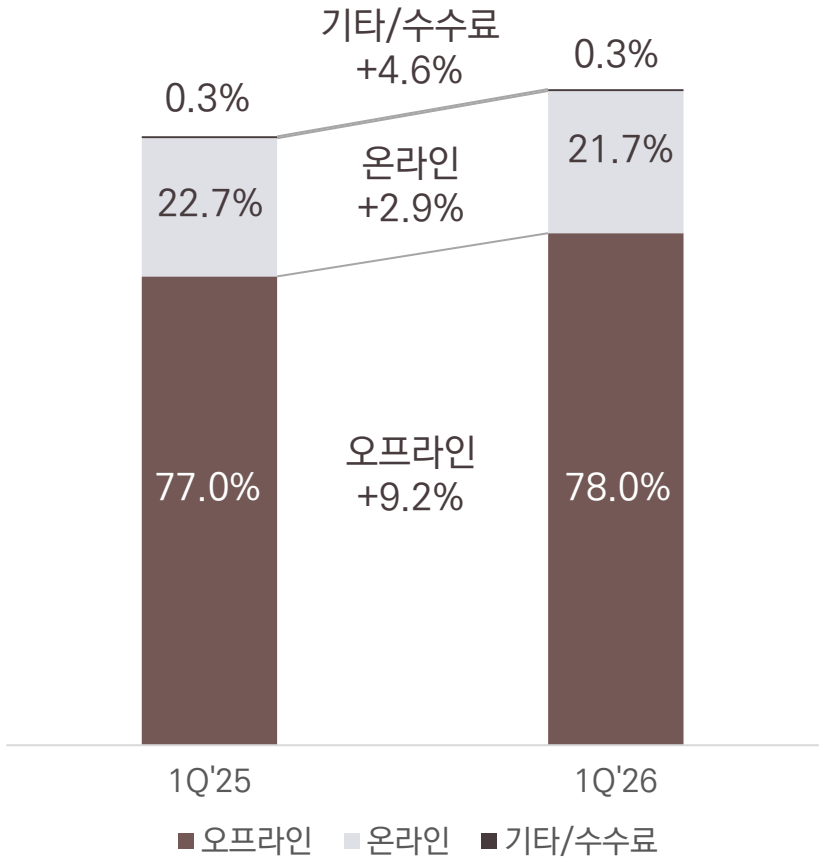
1. ’26년 1분기 실적

■ 1분기 매출 현황

| 제·상품별(비중, 전년비 신장률)



| 채널별(비중, 전년비 신장률)



2. 사업 현황

■ 브랜드 포트폴리오(총 40개 브랜드)

패 션

자사 브랜드



여성복

캐릭터 브랜드
Time · Mine · Lanvin Collection
Obzee · Lätt · the Cashmere

캐주얼 브랜드
System · O'2nd · SJSJ · SJYP

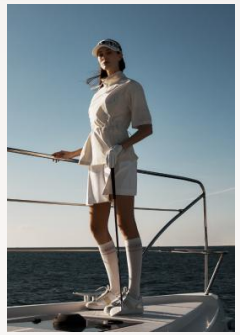


남성복

Time Homme
System Homme

잡화

Rouge & Lounge



골프웨어

Lanvin Blanc

수입 브랜드



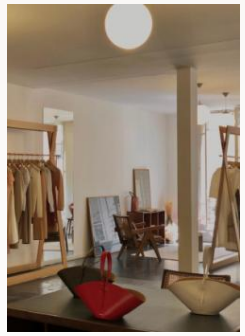
럭셔리 · 컨템포러리

Lanvin · Bally
Our Legacy · Gabriela Hearst
Toteme · Veronica Beard
Moose Knuckles · RE/DONE
Agnona · Fear of God
Nili Lotan · Ten C



TD · 라이선스

Tommy Hilfiger
Tommy Jeans
Club Monaco
DKNY
Aspesi



편집샵

MUE
Tom Greyhound
FOURM
FOURM Lounge
KITH

화장품



oera



Liquides Bar à parfums



FUEGUIA 1833

라이프스타일

nooc
the CASHMERE

3. 중점 추진 전략

■ 타임 · 시스템 글로벌 경쟁력 강화

한섬 만의 감성과 퀄리티를 기반으로 타임 · 시스템의 해외 시장 확대 및 국내 사업과의 시너지를 통한 성장 주도





~'23년

한섬 대표 브랜드 글로벌 시장 진입

- 「시스템」 '19년 이후 파리 패션위크 지속 참여
- 「타임」 '23년 글로벌 컬렉션 '더타임' 국내 패션쇼 진행, '24년 파리 패션위크 참여 시작

'24년

현지 매장 오픈 등 글로벌 사업 본격화

- 「시스템」 파리 플래그십 스토어 오픈('24년 6월)
- 「시스템」 갤러리 라파예트 백화점 단독 팝업 오픈('24년 7월~'25년 7월)

'25년~

국내 시장과의 시너지 확대 및 글로벌 사업 가속화

- 「타임」 라사마리탠 백화점 패션쇼 및 팝업 진행('25년 8월~10월)
- 「타임 파리」 국내 단독 매장 오픈('25년 4월 더현대서울, '25년 9월 현대무역, '25년 10월 현대본점)
- 「시스템 파리」 단독 매장 오픈('25년 11월 현대판교)
- 「타임」 서울 플래그십 오픈('25년 11월)
- 「시스템」 갤러리 라파예트 백화점 남성관 정식 매장 오픈('26년 1월)
- 「타임」 파리 패션위크 여성 공식 캘린더 등재('26년 2월)

3. 중점 추진 전략

■ 수입 패션 포트폴리오 확대

유망 해외 브랜드 조기 발굴 및 독점 전개를 통해 빠르게 변화하는 트렌드에 대응

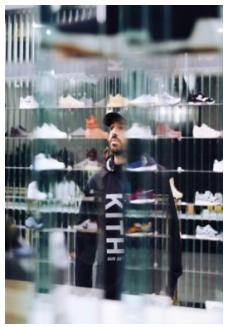

OUR LEGACY


GABRIELA HEARST


TOTEME


VERONICA BEARD


MOOSE KNUCKLES

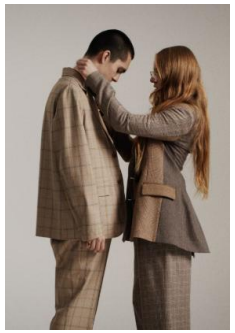

KITH

자사 편집샵을 통한 先 시장 테스트

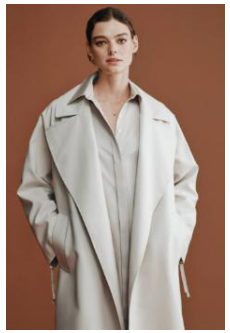
무이 · 톰그레이하운드에서의
유망 브랜드 단독 팝업 전개 등
시장 테스트를 통한 선별적 수입 포트폴리오
지속 확대 예정

안정적인 볼륨 확대를 통한 수익성 기여

핵심 유통망 중심으로 브랜드 볼륨화하여
신규 브랜드 BEP 달성 추진 및
중장기적 매출 기반 마련


ASPESI


RE/DONE


AGNONA


FEAR OF GOD


NILI LOTAN


Ten c

3. 중점 추진 전략

■ 자체 온 · 오프라인 유통 경쟁력 강화

플래그십 및 온라인 플랫폼을 통한 경험 가치 제공

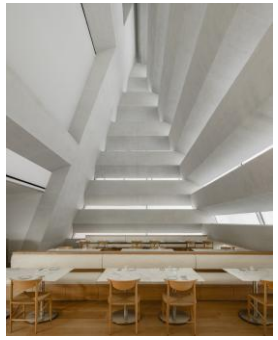
플래그십을 통한 프리미엄 가치 전달

타임 서울 플래그십('25년 11월 오픈) 및
더한섬하우스 서울('26년 2월 오픈)을 통해
고객 경험과 '카페 타임' 등
라이프스타일 가치 제공









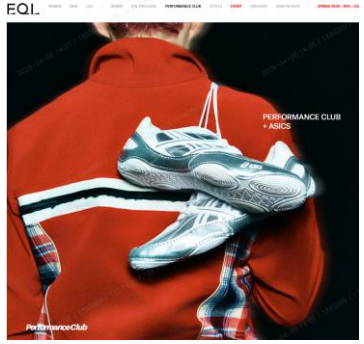
온라인 플랫폼 라이프스타일 카테고리 확대

더한섬닷컴 고객 체험 상품 F.I.T. 전개 및
EQL 스포츠 전문관 '퍼포먼스 클럽' 오픈 등
기성복 外 상품 카테고리 다각화





F.I.T.은 더한섬닷컴이 제안하는
감도 높은 경험 · 가치 큐레이션 상품입니다.
다양한 분야의 브랜드, 인물 협업을 진행합니다.
원데이 클래스부터 여행까지, 나에게 F.I.T.한 무형의 서비스를
체험해보세요.





E.O.D

㈜한섬 경영전략담당 경영관리팀
홈페이지: www.handsome.co.kr
이메일: ircontact@thehandsome.com
전화번호: 02-3416-2005