

# 1Q 경영실적 FY 2018



## Disclaimer

---

본 자료는 정보 제공을 목적으로 주식회사 씨티케이코스메틱스(이하 “회사”)에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

본 Presentation에의 참석은 위와 같은 제한 사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며 제한 사항에 대한 위반은 관련 ‘자본시장과 금융투자업에 관한 법률’에 대한 위반에 해당될 수 있음을 유념해주시기 바랍니다.

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 변경될 수 있으며, 별도의 고지 없이 변경 될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임직원들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다. (과실 및 기타의 경우 포함)



Investor Relations 2018

## Table of Contents

- I. 1Q 경영실적 분석
- II. Company Overview
- III. Business Overview
- IV. Growth Potentials



# I.



## 1Q 경영실적 분석

- 01 매출분석
- 02 손익분석
- 03 요약 재무상태표
- 04 2018년 계획

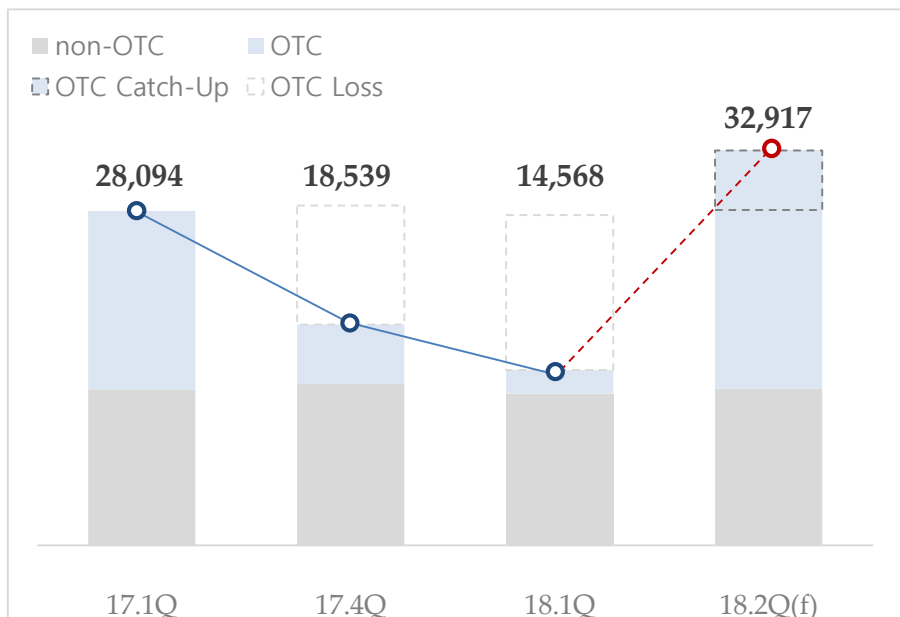
# 01 매출 분석

## FDA 이슈 관련 OTC제품의 매출 정체로 1분기 매출 부진, 2/3/4분기 Catch-Up

### ○ 매출

(단위 : 백만원, 천불, %)

구 분	'17.1Q	'17.4Q	'18.1Q	QoQ	YoY	'18.2Q(f)
매출액	28,094	18,539	14,568	-21.4%	-48.1%	32,917
(in USD)	24,265	16,577	13,586	-18.0%	-44.0%	30,763
(평균환율)	1157.8	1118.4	1072.3	-4.1%	-7.4%	1,070.0



### 매출감소 요인

- 원달러 환율 하락에 따른 원화환산 매출 감소
- FDA 이슈로 OTC제품 매출 정체 발생 ('17년 11월~'18년 3월)
  - '18년 1분기 매출 정체 약 130억원
  - '17년 4분기 매출정체 약 100억원
- 미국 현지공장 생산 이원화 작업으로 3월말부터 FDA 이슈 해소

### 향후 전망

- OTC 제품 매출 Loss 물량은 2~4분기에 걸쳐 Catch-Up 예정
- Catch-Up 기간 단축을 위해 생산 이원화 진행
  - 미국 지역 : 미국 현지공장(Full Capa. 100만개/월)에서 생산/공급
  - 미국외 지역 : 국내 협력사에서 생산/공급 (캐나다, 유럽, 아시아, 중남미 등)
- 미국 현지공장 배치 증설작업으로 7월부터 월 150만개 생산 가능함에 따라 OTC 제품의 Catch-Up 기간 단축 예상

# 02 손익 분석

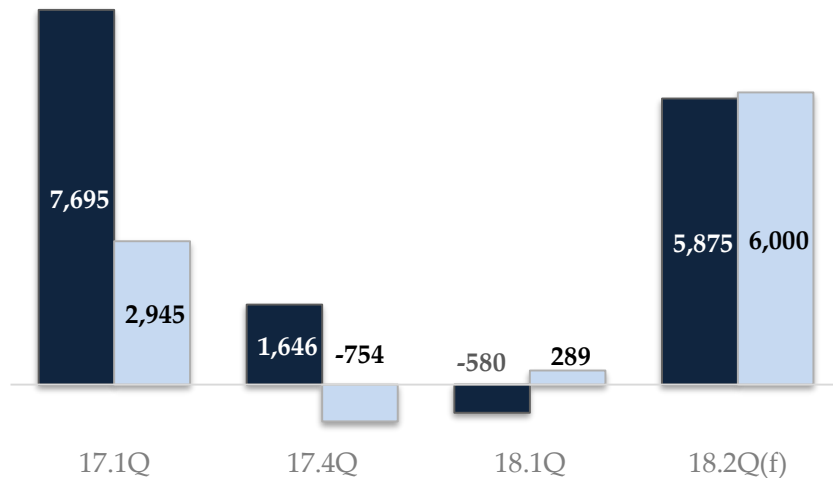
## 매출 감소 및 생산 이원화 작업에 따른 일회성 비용 증가로 부진

### ○ 영업손익

(단위 : 백만원, %)

구 분	'17.1Q	'17.4Q	'18.1Q	QoQ	YoY	'18.2Q(f)
영업이익	7,695	1,646	-580	적자전환	적자전환	5,875
(OPM)	27.4%	8.9%	-3.9%	-	-	17.8%
순이익	2,945	-754	289	흑자전환	-90.1%	6,000

■ 영업이익 ■ 순이익



#### 손익 감소요인

- 원달러 환율 하락에 따른 원가율 상승
- BEP 수준까지의 매출 감소
- 인력 총원 등에 따른 판관비 증가
- 미국 현지공장 이원화 작업으로 항공운송 비용 등 일회성비용 증가
- 투자기간 중인 자회사(브랜드랩, 풀필먼트센터)의 고정비용 발생

#### 향후 전망

- 원달러 환율의 지속적인 하락으로 추가 하방 압력은 둔화될 것으로 전망  
- 환리스크 노출 최소화를 위해 Hedge 상품 가입 등 다방면으로 검토 중
- 2~4분기 매출 정상화로 손익 회복 예정
- 하반기 자회사 매출 발생 예정으로 전반적인 손익 개선 전망
- 향후 2~3년 성장을 위한 인력 총원은 마무리 단계임

# 03 요약 재무상태표 (K-IFRS 연결기준)

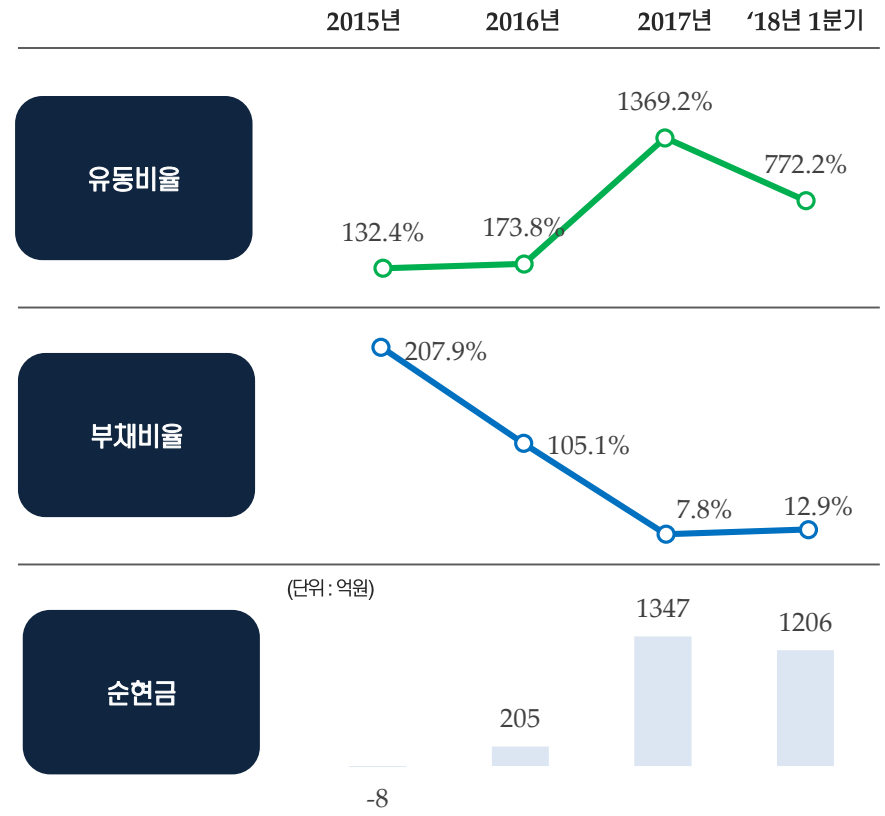
## 안정적이고 우량한 재무구조를 통해 주주가치 극대화 추구

### ○ 재무상태표

(단위: 백만원)

구 분	2015년	2016년	2017년	'18년 1분기
유동자산	25,483	63,968	163,529	150,175
(현금성자산)	2,676	22,038	134,715	120,617
비유동자산	5,602	10,507	21,696	40,462
<b>자산총계</b>	<b>31,085</b>	<b>74,475</b>	<b>185,225</b>	<b>190,637</b>
유동부채	19,245	36,808	11,943	19,447
비유동부채	1,743	1,364	1,502	2,322
<b>부채총계</b>	<b>20,988</b>	<b>38,172</b>	<b>13,445</b>	<b>21,768</b>
자본금	500	520	5,061	5,061
자본잉여금	(478)	2,484	118,714	118,746
이익잉여금	10,075	33,300	47,834	45,062
<b>자본총계</b>	<b>10,097</b>	<b>36,303</b>	<b>171,780</b>	<b>168,869</b>

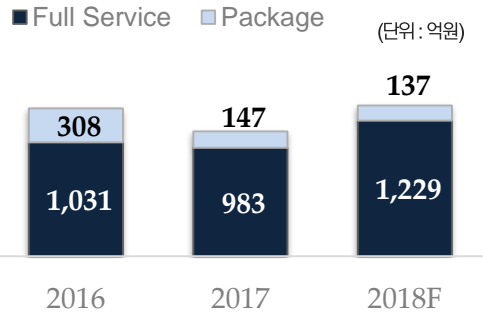
### ○ 재무비율



# 04 2018년 계획

2018년 매출 목표는 \$120-130M로 예상되며, 신규고객사 영입으로 고객다변화가 예상됨

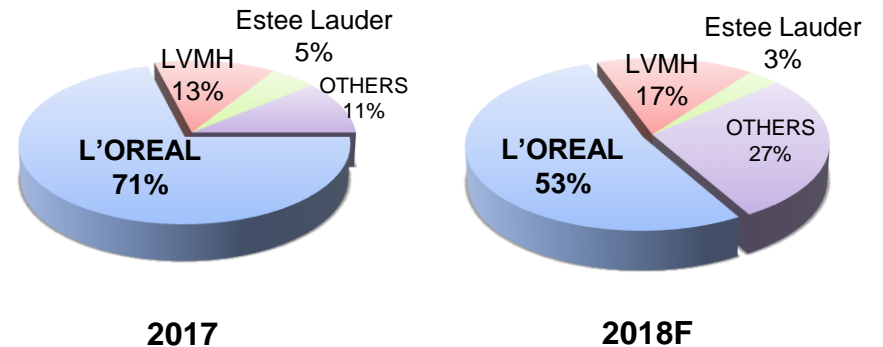
## Revenue Structure



(단위: 억원)

2018년 예상 Full Service와 Package 매출 비중은 각각 90%, 10%로 당사 주력인 Full Service 사업의 매출 비중은 지속적인 증가가 예상됨

## Revenue Breakdown by Brand



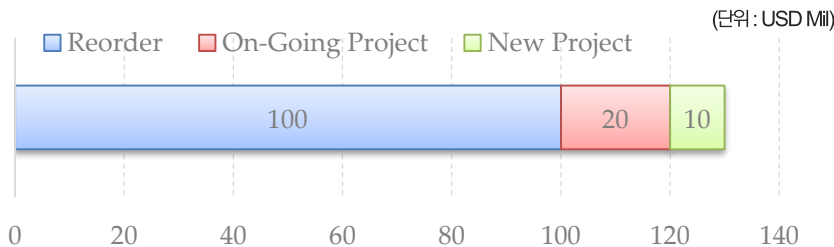
2017

2018F

“고객사 다변화 증대 예상”

- 2018년 예상 브랜드별 매출 비중은 로레알 53%, LVMH 17%, ESTEE LAUDER 3%, 기타 브랜드 27%로 지속적으로 고객 다변화 추구
- 2017년부터 프로젝트를 진행하고 2018년 매출 발생이 예상되는 신규고객사는 현재 4개사이며, 2018년 상반기를 시작으로 더욱 증가할 것으로 예상

## Revenue Breakdown by Order Type



(단위: USD Mil)

- 리오더 부문 매출은 전체의 70-75%로 예상됨
- 리오더를 통한 안정된 매출 구조는 지속될 것으로 판단됨



# II.



## Company Overview

- 01 회사개요
- 02 경영진 소개
- 03 조직구성
- 04 성장연혁

# 01 회사개요

## Cosmetic Full Service Platform Provider

### ○ 일반 현황

회사명	주식회사 씨티케이코스메틱스
대표이사	정인용
설립일	2001년 5월 8일
자본금	50 억 원
임직원수	112명 (2018년 3월 현재)
사업분야	화장품 서비스
본점소재지	경기도 성남시 분당구 판교로 255번길9-22
홈페이지	www.ctkcosmetics.com

### ○ 수상내역



2018년 글로벌강소기업 선정

2017년 1억불 수출탑 수상

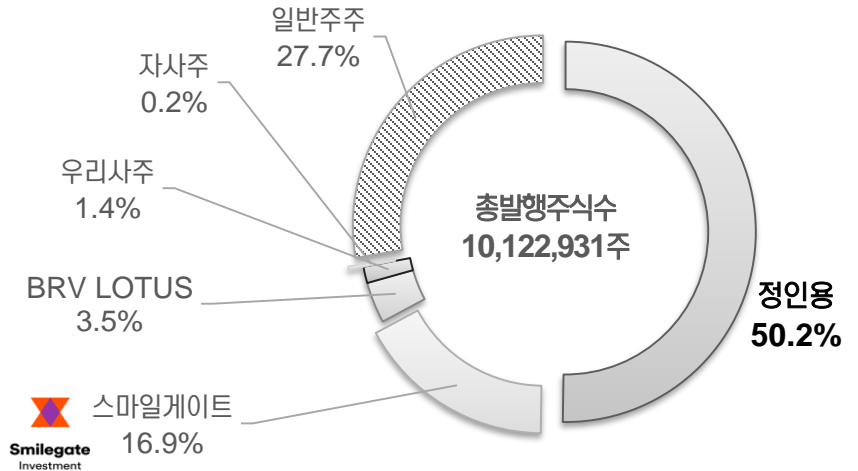
2016년 7천만불 수출탑 수상

2015년 벤처기업인증

- 벤처확인번호: 20170300532
- 2015/10/28 ~ 2019/10/27

**벤처기업인증**

### ○ 지분구성



주주명	소유주식수	지분율
정인용	5,084,478	50.2%
스마일게이트인베스트먼트	1,714,477	16.9%
BRV LOTUS GROWTH FUND	352,905	3.5%
씨티케이코스메틱스우리사주조합	140,590	1.4%
합 계	7,397,916	73.3%

# 02 경영진 소개



**정인용 대표이사**  
**CEO**

- 비디비치 코스메틱
- Ohio State University



**홍창운 부사장**  
**CFO**

- 비디비치 코스메틱
- 서강대 경영학과



**최선영 부사장**  
**CMO**

- 비디비치 코스메틱
- 이화여대 비서학과



**홍준우 상무**  
**SCM**

- 아모레퍼시픽
- 아주대 산업공학과



**조인규 상무**  
**QA/QC**

- 연우
- 피죤
- Unilever Korea
- 아주대 기계공학과



**전상운 상무**  
**CSO**

- BRV Capital – E. Director
- Barclays IBD – VP
- Univ. of Chicago Booth, MBA
- NYU Stern, BS



**전정훈 이사**  
**R&D**

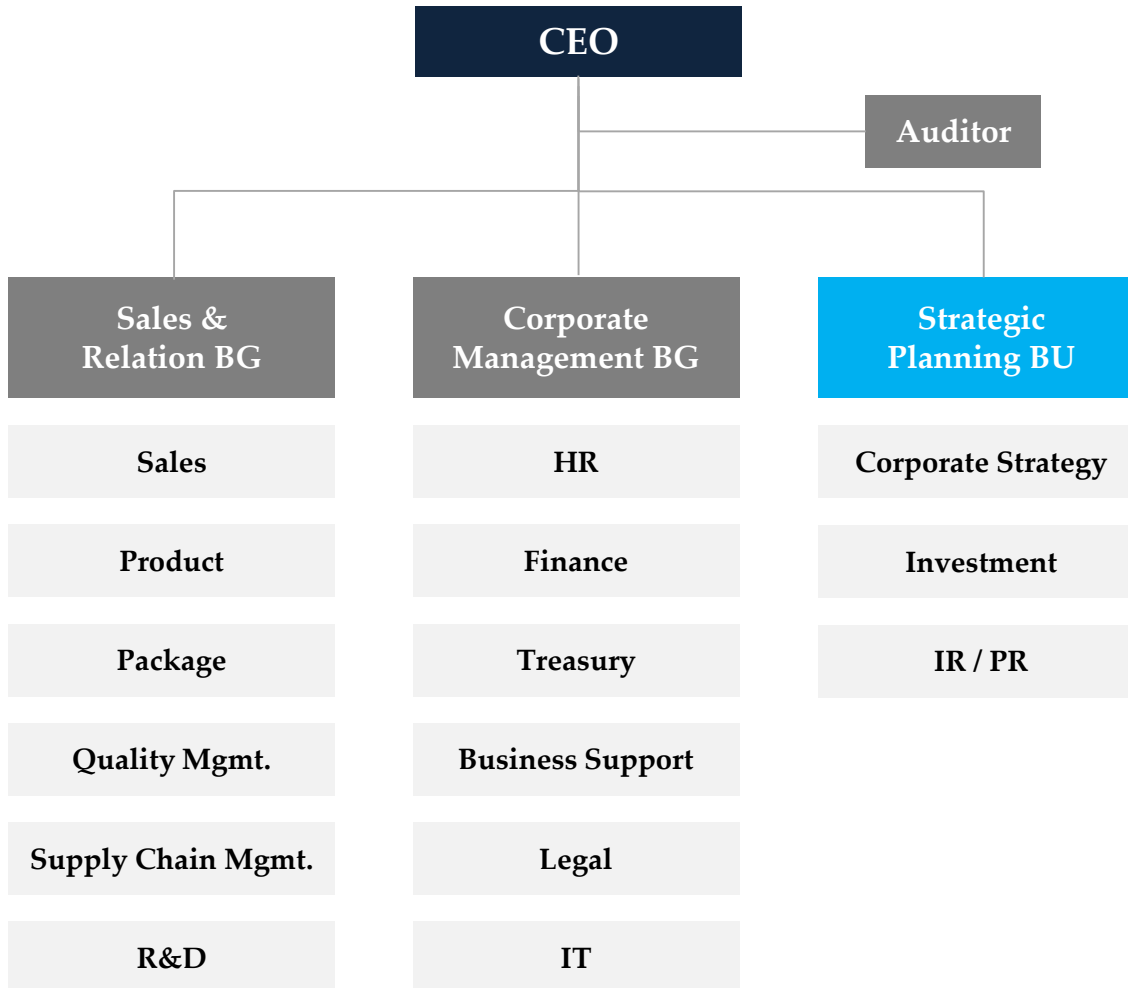
- Johnson & Johnson Korea
- Unilever Korea
- 한솔그룹
- 충북대 화학공학과



**윤혜원 이사**  
**마케팅**

- 아모레퍼시픽
- EsteeLauder Korea
- Cartier Korea
- L'oreal Korea
- 이화여대 화학과

# 03 조직구성

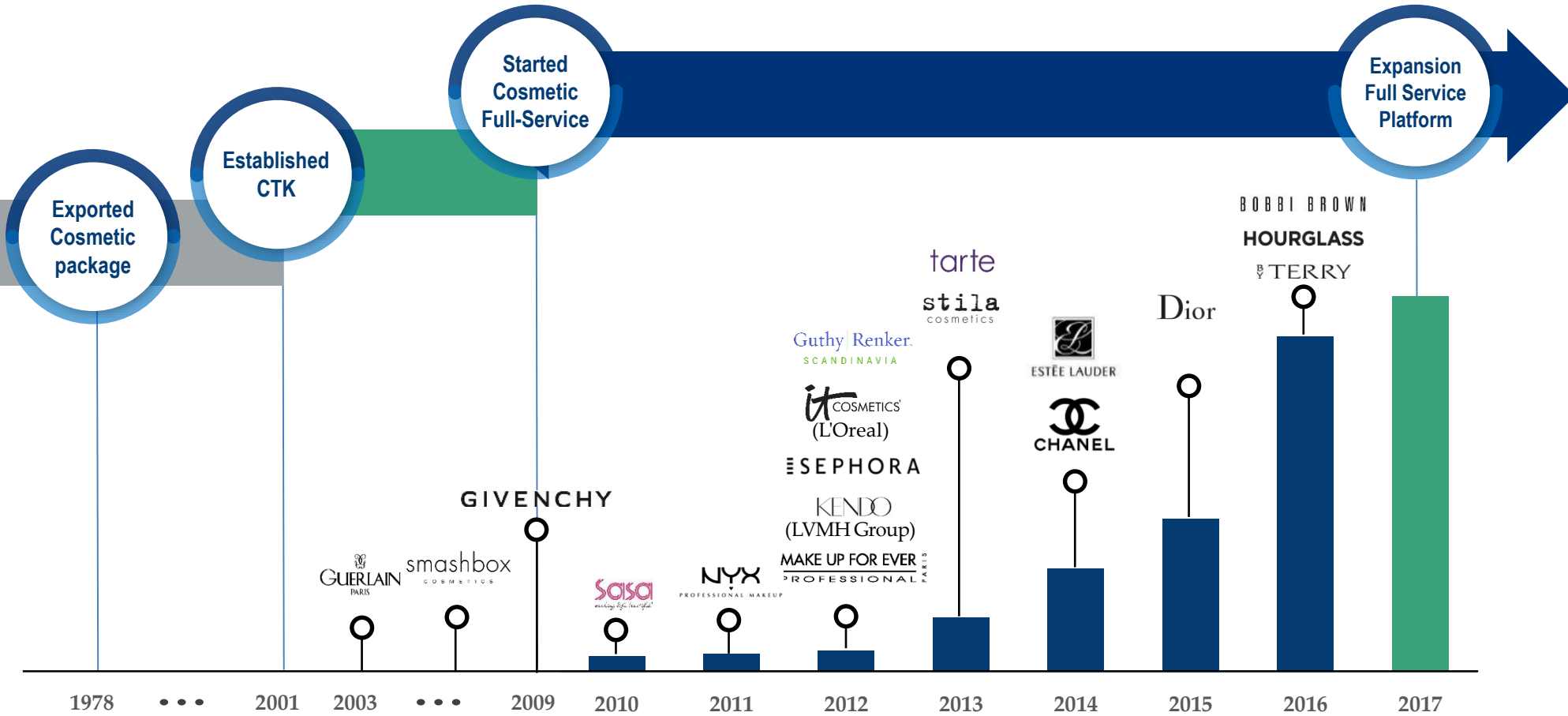


## Key Comments

- **Sales & Relation Group** covers a full service business chain for efficiency:
  - R&D → Design → Product Planning / Development → Production → QA/QC → Shipping
  
- **Corporate Management Group** focuses on transparent management as a public company that covers:
  - Accounting / Finance, HR, Administration and Support
  
- **Newly created Strategic Planning Unit** is an independent business unit that focuses on the Company's both vertical and horizontal business expansion
  - Corporate strategy, investment, new business development, and IR/PR for both

# 04 성장연혁

글로벌 우량고객 확보를 통해 국내 선도기업으로 성장



# III.



## Business Overview

- 01 사업모델 - Full Service Platform
- 02 시장환경의 변화
- 03 사업의 차별성
- 04 글로벌 우량 고객군
- 05 주요 고객사 리스트
- 06 Open Innovation

# 01 사업모델 – Full Service Platform

Trend Research / R&D / 제품기획에서 생산까지 Turn-Key Product를 해외 글로벌 브랜드에 제공

**COSMETIC BRAND**  
(Global Brand - New Brand)



Current CTK Full Service Platform (Product based Platform) Covers “A to Z” for Customers

**Formula OEM/ODMs**

**COSMECCA, KOLMAR, ENPRANI etc.**  
(20 and more partners)

**Package OEM/ODMs**

**PUM-TECH, SAMHWA, GREEN P&L, RICHCOS, etc.**  
(80 and more partners)

# 02 시장환경의 변화

## 밀레니얼 세대가 주도하는 Cosmetics Market Trend 변화에 따른 Full Service의 필요성 증가



Millennials lead the fast change in cosmetic trend

### ■ Global Brand ⇒ Focus on Open Innovation

1. Increasing needs for open development
  - L'Oreal OD(Open Development) Center in Korea opened in September, 2017
  - Estee Lauder OD Center in 2014
  - Shiseido OD Center in September, 2017
2. Fast product development is the key element

### ■ New Brand ⇒ Focus on Branding & Marketing

1. SNS lowers entry barrier in cosmetic industry
2. Looking for a turn-key product provider

Needs for Full Service Platform



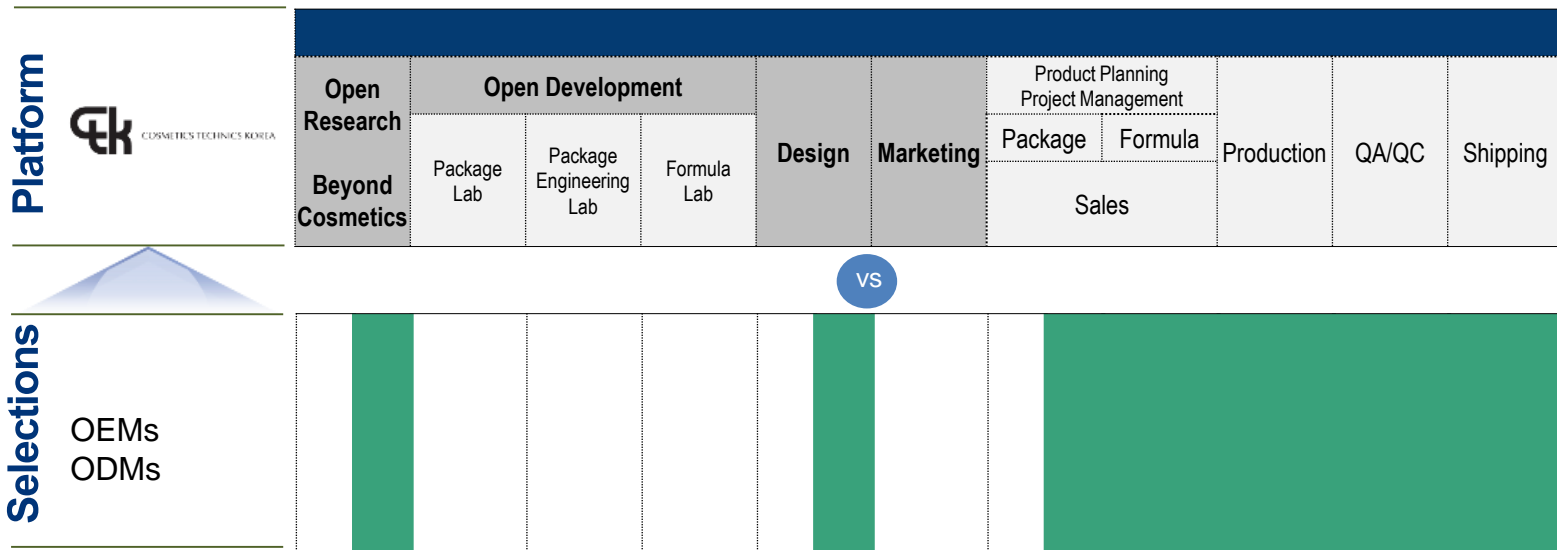


# 03 사업의 차별성

## Open Research 및 Open Development를 통한 풀서비스 제공으로 혁신과 수익 창출

### Cosmetics Industry

■ Full Service    ■ OEM/ODM



### Travel Industry



**World's #1 cosmetics full service platform enables clients to**

- 1. Focus on innovation and rapid development**
- 2. Better concentrate on sales & marketing**

# 04 글로벌 우량 고객군

## 글로벌 브랜드 고객군을 통한 안정성 확보

Rank	Company Name	Location	M/S <sup>1)</sup>	Brands
1	L'OREAL	FRANCE	14.3%	IT COSMETICS, NYX, L'OREAL, LANCOME, BIOTERM ....
2	UNILEVER	GBR	10.5%	HOURGLASS, SUNSILK, REXONA, DOVE, VASELINE, AVIANCE....
3	PROCTER & GAMBLE	USA	9.0%	SK-II, PANTENE, OLAY, HERBAL ESSENCES, OLD SPICE ....
4	THE ESTEE LAUDER COS.	USA	5.7%	SMASH BOX, BOBBI BROWN, TOO FACED, CLINIQUE ....
5	SHISEIDO CO.	JAPAN	3.6%	SHISEIDO, IPSA, NARS, ANESSA, DOLCE&GABBANA ....
6	BEIERSDORF	GERMANY	3.0%	NIVEA, EUCERIN, LA PRAIRIE, ATRIX, SELK, LABELLO ....
7	JOHNSON & JOHNSON	USA	2.8%	AVEENO, CLEAN & CLEAR, NEUTROGENA ....
8	CHANEL	FRANCE	2.7%	CHANEL
9	AVON PRODUCTS	USA	2.7%	AVON, ANEW
10	KAO CORP.	JAPAN	2.6%	KANEBO, SOFINA, BIORE, KMS California, JOHN FRIEDA ....
11	LVMH	FRANCE	2.6%	SEPHORA, MJB, KVD, MAKE UP FOREVER, GUERLAN, DIOR ....


































Source: Global Trade Atlas, KOTRA.

<sup>1)</sup> Market shares for global brands






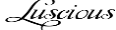





























# 05 주요 고객사 리스트

## 50개 이상의 글로벌 및 신규 브랜드 고객 확보

### ○ 글로벌 브랜드

 ESTÉE LAUDER	 CHANEL	 Dior
 SEPHORA	 BOBBI BROWN	 MAKE UP FOR EVER PROFESSIONAL MAKEUP
 GUERLAIN PARIS	 GIVENCHY	 HOURGLASS
 ORIGINS Powered by N. Yure. Proven by Science.	 Elizabeth Arden NEW YORK	 smashbox COSMETICS
 tarte	 Kat Von D	 philosophy
 MERLE NORMAN	 NARS	 ZARA
 L'ORÉAL	 MAESA BEAUTY	 Sasa making life beautiful
 IT COSMETICS (L'Oreal)	 KENDO (LVMH)	 TERRY
 MARC JACOBS	 MAC	 CLINIQUE
 AVEDA	 stila	 NYX PROFESSIONAL MAKEUP
 KIKO MAKE UP MILANO	 Too Faced	 Glossier.

### ○ 독립 브랜드

 color me	 Doll IO	 STROKE OF BEAUTY
 PEACH & LILY	 LISE WATIER	 Luscious
 Vitabrid C <sup>12</sup> The Difference	 RED EARTH AUSTRALIA	 LAKMÉ
 LANCÔME	 ALEX COSMETIC	 mereadesso
 R.A.L.F.A.R.I.	 GROUPE MARCELLE COSMETICS   COSMÉTIQUES	 Cht Cht
 COCO	 ORCHARD PRIVATE CARE LINE	 Peach Sage
 JUE DEVITT	 Peach VITAR	 EVA COSMETICS
 YA-MIAN	 SAGE	 OMEGA PHARMA
 NOCIBÉ la beauté libérée	 LOVE CHILD and... BEAUTIFUL SKIN	 COVER   FX
 mirenisse	 COSLUXE	 blinc COSMETICS
 LAURA GELLER BEAUTY INGENUITY	 ALGENIST	 Kjaer Weis
 UNT	 MAKEUP CARTEL	

# 06 CTK's Open Innovation

혁신적인 R&D 와 트렌디한 제품기획을 바탕으로 세계적인 베스트셀러 제품 개발

## CAPSULE COMPACT



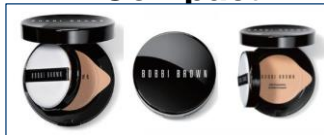
CTK has more than 280 patents and has continued to focus on innovation

## MESH JAR



### BOBBI BROWN

#### Capsule Compact



World's First

### CHANEL, Dior, ORIGINS, MAKE UP FOREVER, Stila

#### Mesh Jar



10 million Seller



• Customer benefit : The lightest and longest shelf life in cushion world

• Customer benefit : reduce mess-up, customer-friendly usage

# IV.

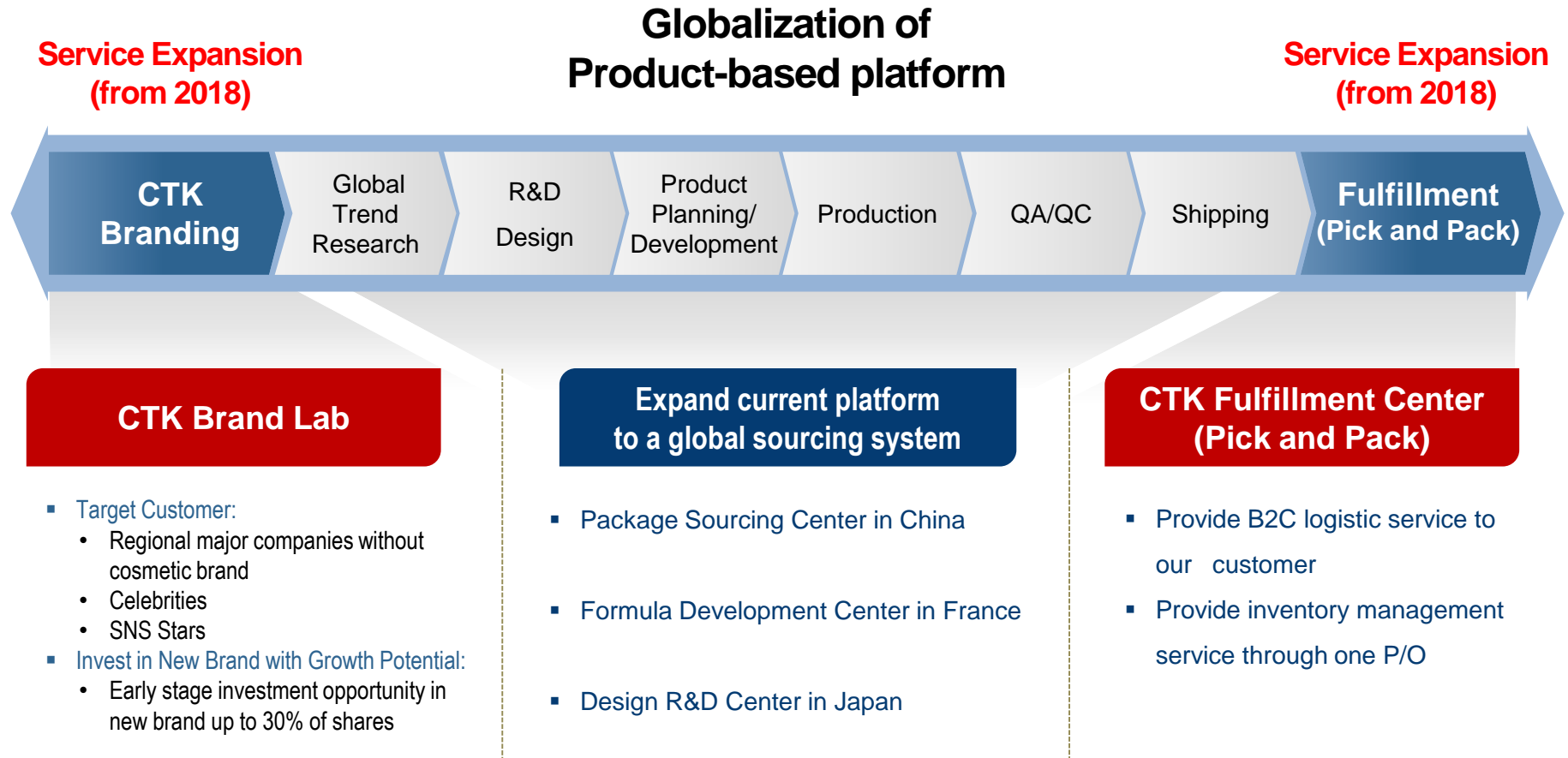


## Growth Potentials

- 01 사업영역 확대
- 02 브랜드랩
- 03 Fulfillment
- 04 시장거점 확대

# 01 사업영역 확대

전/후방 풀서비스 영역 확대를 통해 잠재적 신규고객사 발굴 및 성장모멘텀 확보



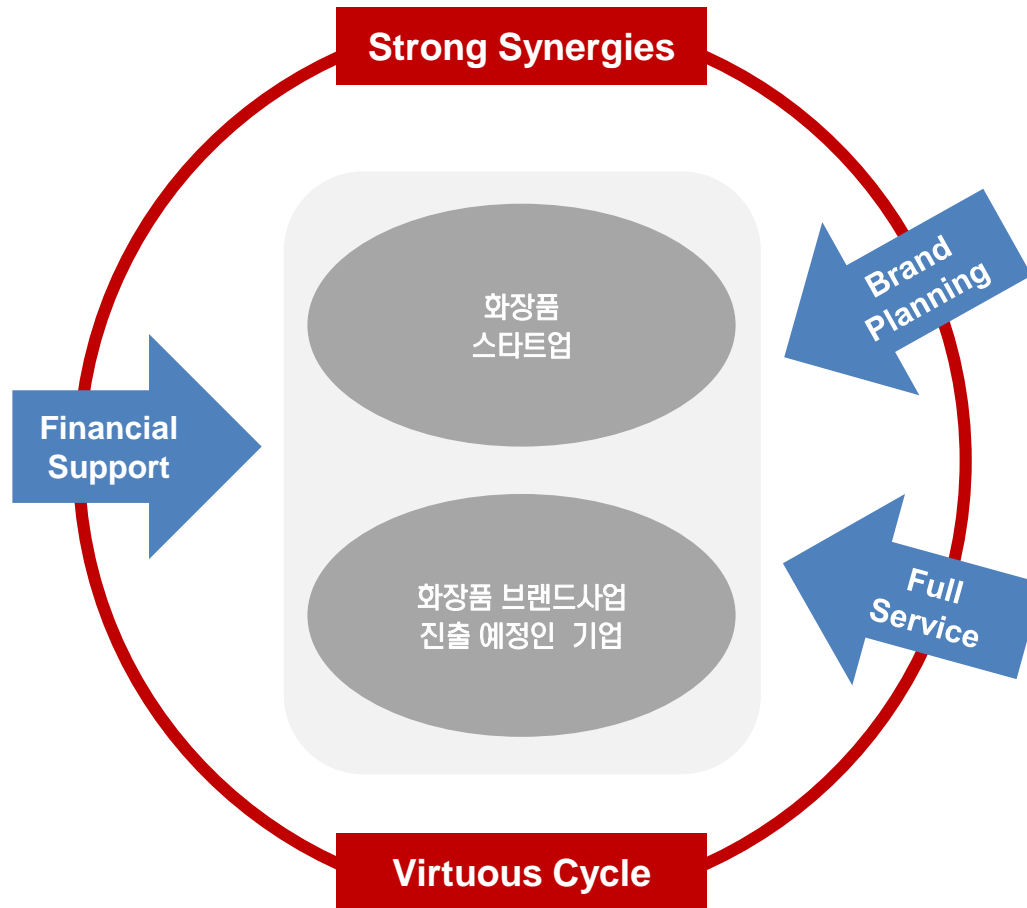
# 02 사업영역 확대 - 브랜드랩

잠재 고객이 될 수 있는 북미 유망 브랜드 및 아시아 신생 브랜드를 발굴하고 육성할 계획



### CTK Smilegate Global Partnership PEF

- Establishment: Q1 2018
- Fund size: ~USD20mm
- Fund life: 8-10 years
- Target: JV with new brands with strong growth potential
- Up to \$3mm investment per brand for up to 30% equity



### CTK Brand Lab

- Provide brand concept for customer needs
- Research brand target
- Create best suitable brand

### CTK Cosmetics

- R&D
- Product planning and development

# 03 사업영역 확대 - Fulfillment

하나의 P/O를 통해 제조부터 재고관리/물류서비스까지 제공



Name	▪ CTK FULFILLMENT CENTER CO., LTD
Location	▪ 2110 S.Parco Ave. Ontario, CA, USA 91761
Size	▪ 149,352 sq.ft.
Full Capacity	▪ 300 Containers
Type	▪ Lease

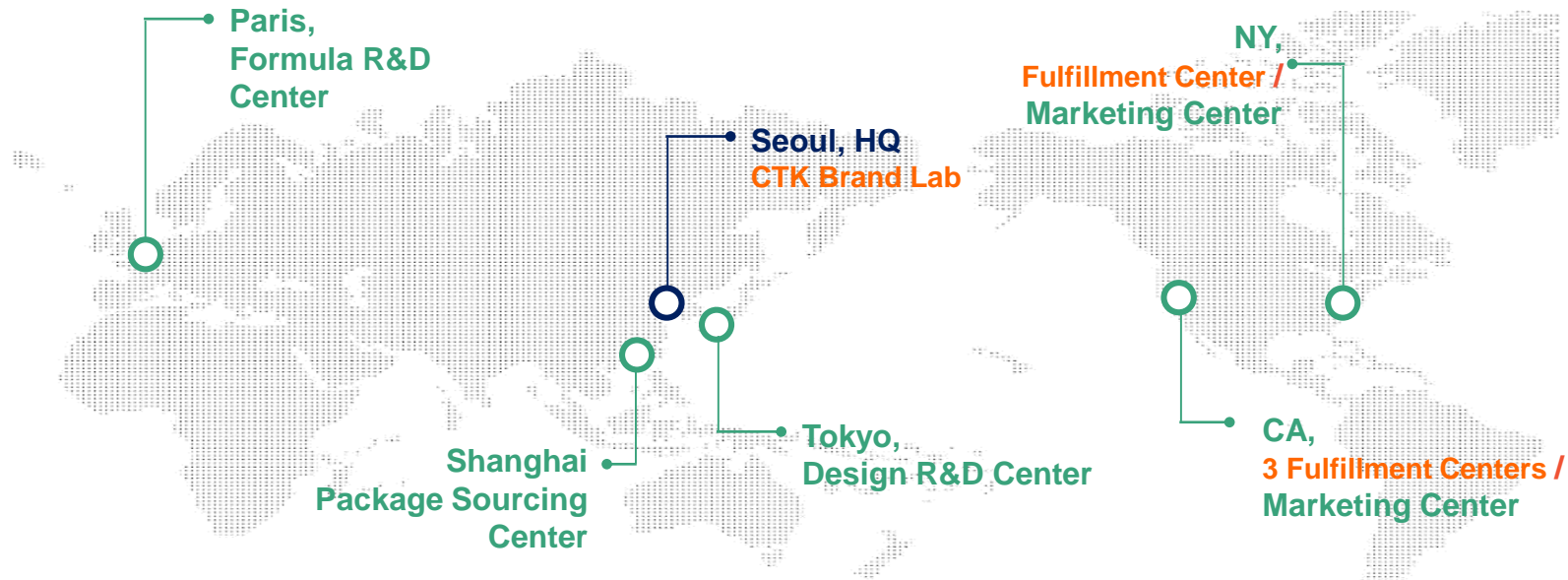
## Importance of Providing Fulfillment Service

- To provide “above & beyond” full service
  - By strong demand from major brands, CTK plans to provide not only “inventory management service”, but also “direct logistics” to end-users through one consolidated purchase order
  - Such fulfillment service will likely enhance stickiness between CTK and its brand customers



# 04 시장 거점 확대

향후 3-5년간 지속적인 글로벌 거점 확대를 통해 경쟁력 강화



## Global Sourcing Platform

Country	Global Platform	Time
China	Package Sourcing Center	2018
France	Formula Development Center	2019
US	Marketing Center (NY, LA)	2019
Japan	Design R&D Center	2020

## New Service

Country	New Service	Time
US	Three Fulfillment Centers in California	2017 ~ 2018
US	One Fulfillment Center in New York	2019
Korea	CTK Brand Lab	2018