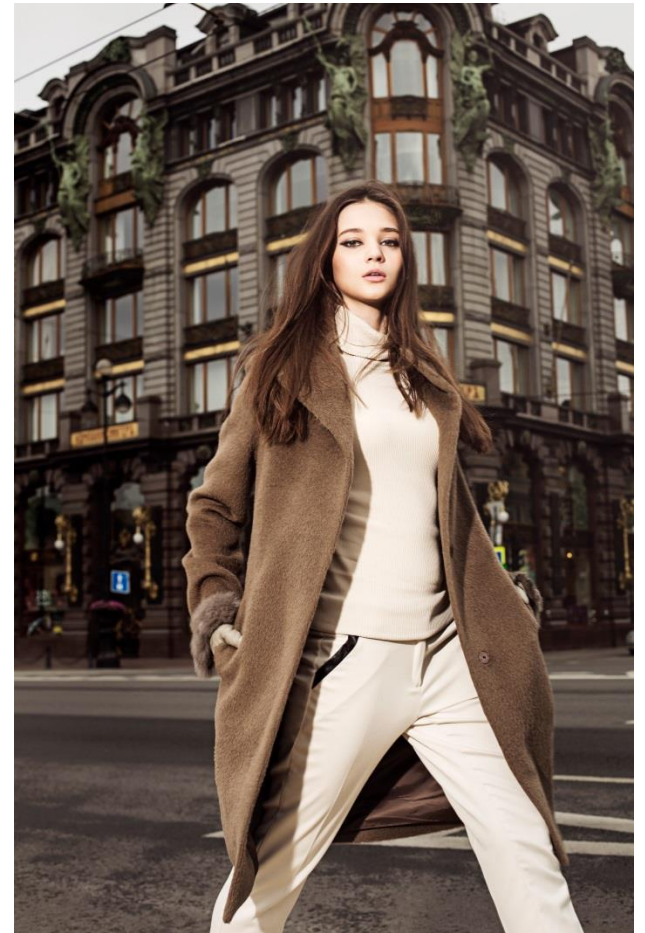


IR PRESENTATION

2019년 3분기

Investor Relations | 2019. 11



Contents

Disclaimer

본 자료는 당사의 과거 및 현재, 향후 사업 전망에 대한 내용을 담고 있으며, 사업 환경 변화에 따라 그 내용이 바뀔 수 있습니다. 따라서, 당사는 본 자료를 근간으로 한 주식 투자에 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

I 기업 소개

II 비즈니스 업데이트

III 중장기 성장 전략

IV 투자 하이라이트

V 별 첨

I. 기업소개 : 현대홈쇼핑 개요

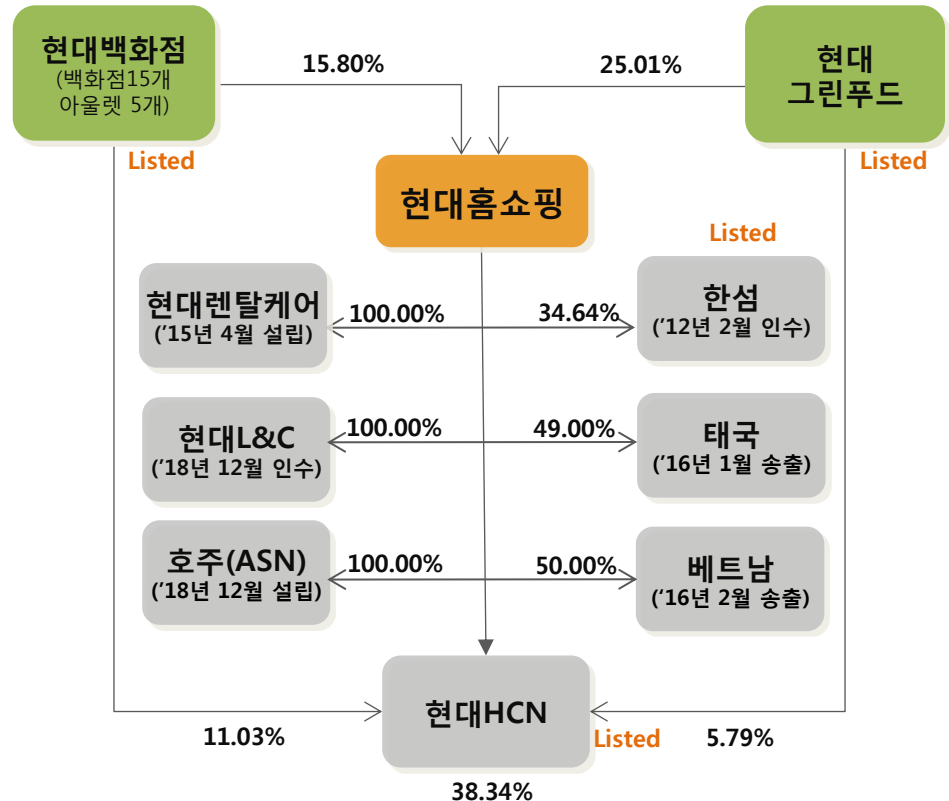
현대홈쇼핑은 재계 기업순위 자산기준 21위(15.3조), 당기순이익 18위(7,390억), 부채비율 8위(33%)의 현대백화점 그룹 주력 계열사로 다양한 플랫폼을 통해 고품질의 상품을 선보이고 있음

● 회사 프로필

설립일	2001년 5월 29일		
상장일	2010년 9월 13일		
사업영역	홈쇼핑 (TV, 인터넷, 모바일, 데이터방송)		
자본금	600억원		
상장주식수	1,200만주		
직원 수	976명 ('19년 9월)		
주주구성 ('18년 12월)	구분	주식 수	비중
	현대그린푸드	3,001,500	25.01%
	현대백화점	1,896,500	15.80%
	특수관계인 등	3,090	0.03%
	계	4,901,090	40.84%

※ 외국인 비중 : 24.39% ('19년 10월 말 기준)

● 현대홈쇼핑 지배구조



I. 기업소개 : 재무 성과

현대홈쇼핑은 차별화된 상품력과 고객서비스를 기반으로 2008년 금융위기 이후에도 높은 성장세를 보이며 2018년 취급고 3.7조 규모의 국내 대표 온라인 쇼핑 사업자로 성장하였음

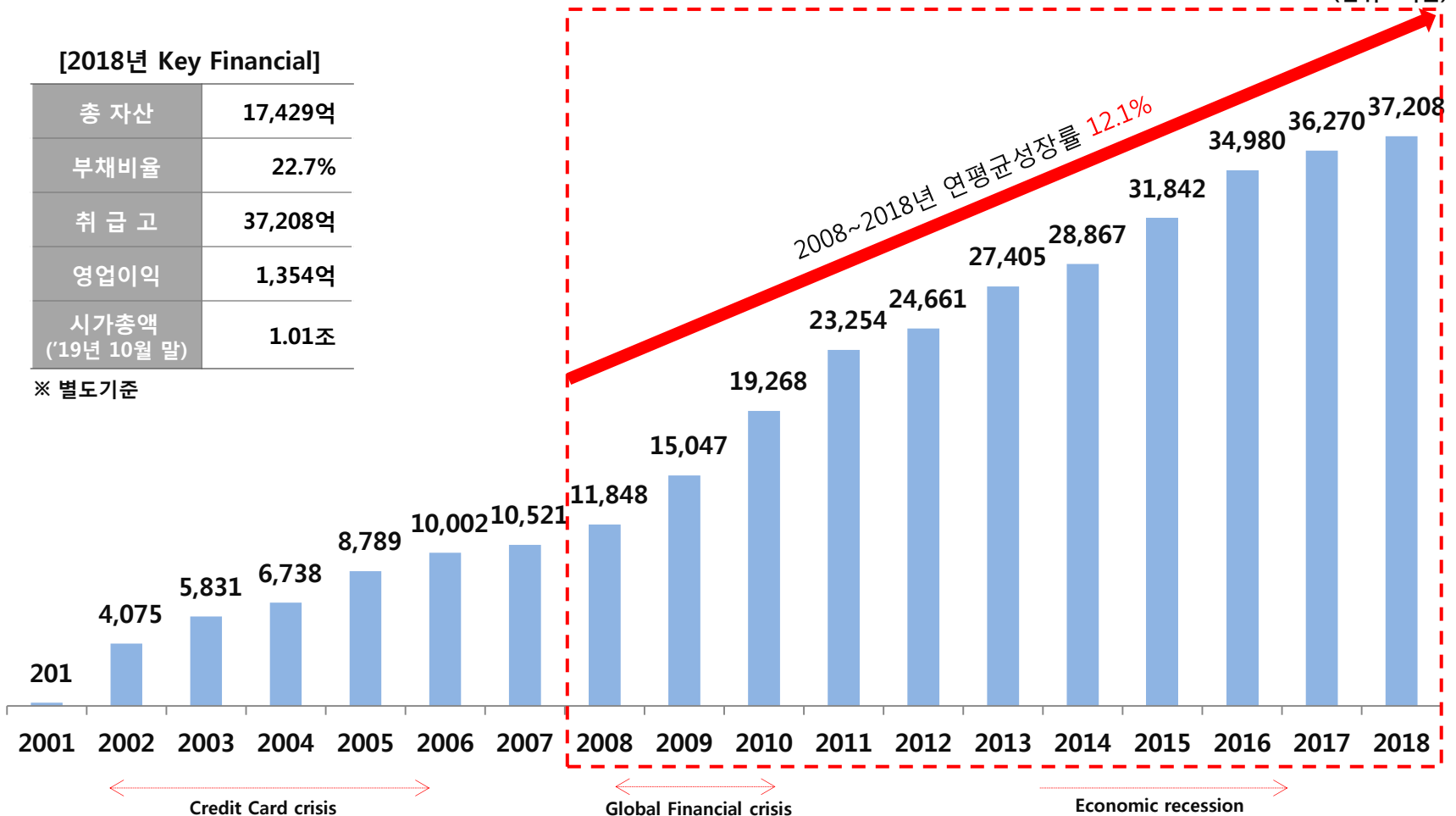
현대홈쇼핑 사업 개시 후 취급고 추이

(단위 : 억원)

[2018년 Key Financial]

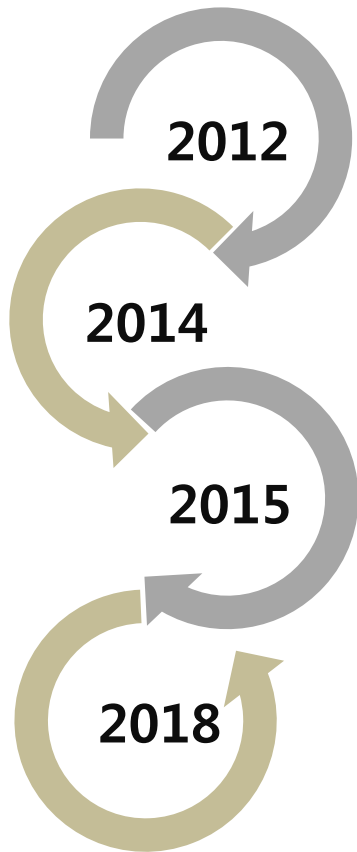
총 자산	17,429억
부채비율	22.7%
취급고	37,208억
영업이익	1,354억
시가총액 ('19년 10월 말)	1.01조

※ 별도기준



I. 기업소개 : 신규사업 성과

현대홈쇼핑은 상장 이후 적극적인 해외시장 진출, 국내 여성의류 1위 기업 한섬 인수, 렌탈 및 토탈 인테리어 시장 진출 등 M&A 및 신규사업 확대를 통해 기업가치를 제고하고 있음



2012.02 국내 여성의류 1위 기업 (주)한섬 인수
(인수금액 4,200억, 당사 지분율 34.64%)

2014.05 베트남 홈쇼핑 합작계약 체결 ('16년 2월 방송개시)
(자본금 240억, 당사 지분율 50%)

2015.04 태국 홈쇼핑 합작계약 체결 ('16년 1월 방송개시)
(자본금 165억, 당사 지분율 49%)

2015.04 (주)현대렌탈케어 설립을 통한 렌탈·케어시장 진출
(자본금 2,500억, 당사 지분율 100%)

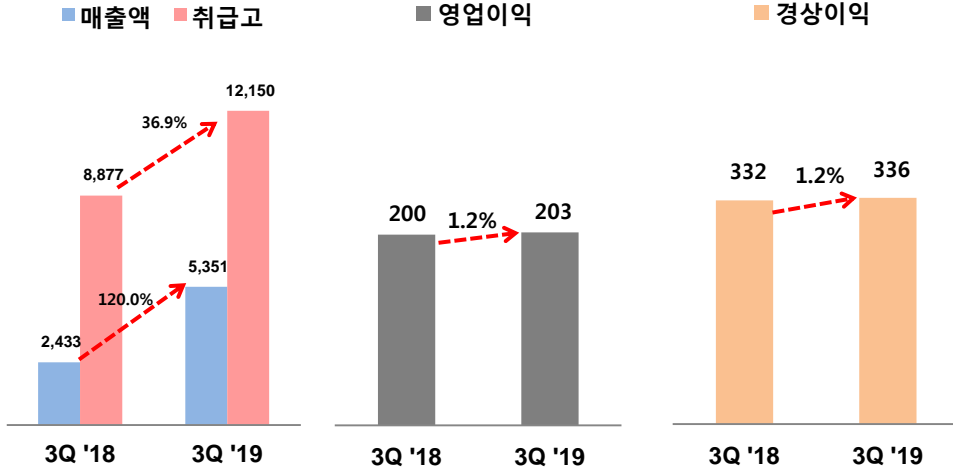
2018.12 한화L&C(주) 인수 - 토탈 인테리어 사업 진출
(인수금액 3,666억, 당사 지분율 100%)

2018.12 호주 진출을 위한 Australian Shopping Network 설립
(자본금 360억, 당사 지분율 100%)

Ⅱ. 비즈니스 업데이트 : 2019년 3분기 연결 실적 주요 내용

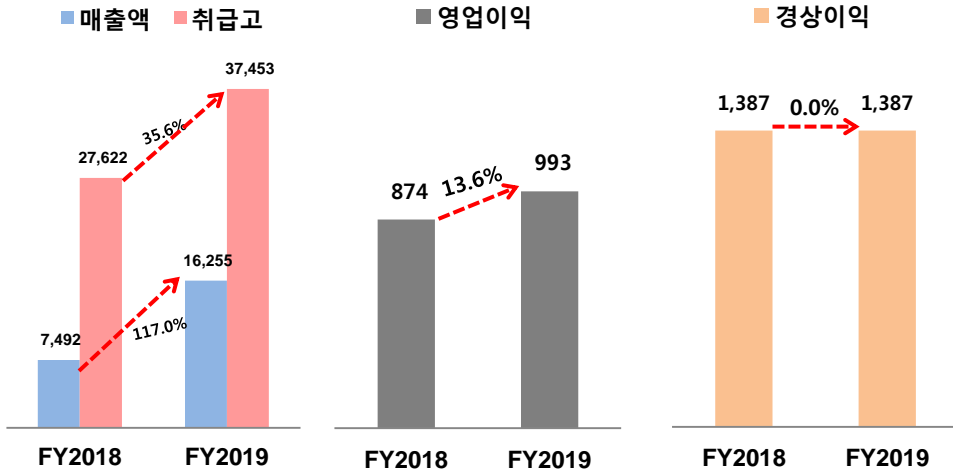
(단위 : 억원, 연결기준)

3Q FY2019



(단위 : 억원, 연결기준)

3Q Acc. FY2019



1) 현대홈쇼핑

- T-커머스 및 모바일 중심 매출 확대로 전사 취급고 YoY 5.2% 신장 (식품, 명품잡화, 레포트 등 판매 호조)
- 고마진 방송상품 매출 확대 등으로 영업이익 YoY 7.3% 신장

2) 현대렌탈케어

- '19년 3분기 부 고객 위약금 회계처리 변경
(기존 매출 인식 → 영업외수익 인식) ※ 관련 손익 11억
- 기존 기준 반영 시 전년대비 +8억 영업적자 개선
(전년 -49억 → 금년 -41억)

3) 현대L&C

- 국내 건설경기 부진하나 해외 인테리어스톤 판매 지속 확대 중

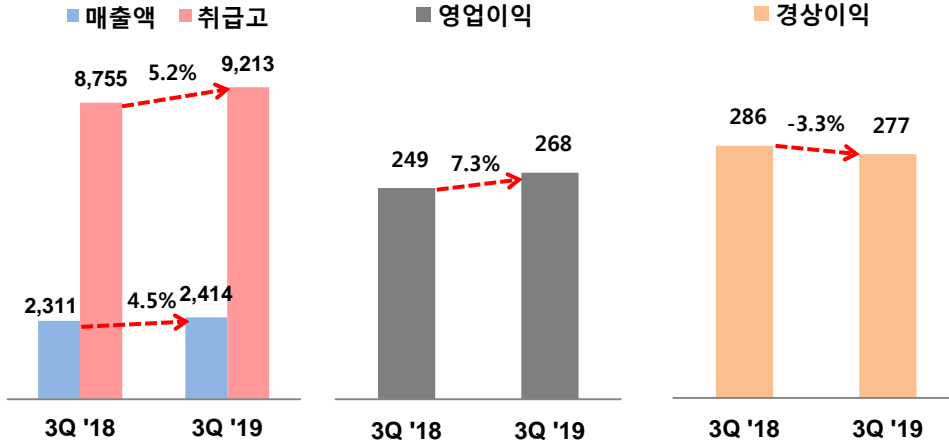
4) 호주(ASN)

- '19년 8월 부 송출 개시
- 향후 상품력 강화 및 라이브 방송 편성 확대 등 본격적인 영업 예정

II. 비즈니스 업데이트 : 2019년 3분기 별도 실적 주요 내용

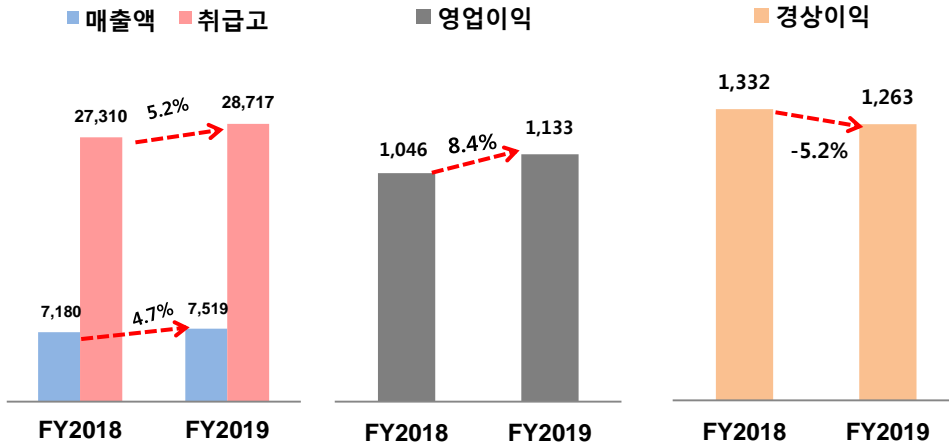
(단위 : 억원, 별도기준)

3Q FY2019



(단위 : 억원, 별도기준)

3Q Acc. FY2019



1) 취급고 : 9,213억 (YoY 5.2% 신장)

- T-커머스 및 모바일 중심 매출 확대로 전사 취급고 YoY 5.2% 신장 (건강기능식품 및 일반식품, 명품잡화, 레포츠 판매 호조)

(※ TV : T-커머스 매출 포함, 인터넷 : 모바일 매출 포함)

구분	합계	TV	T-커머스	인터넷	모바일
'18년 3분기	8,755	4,887	597	3,740	2,238
'19년 3분기	9,213	5,015	855	4,015	2,809
YoY	5.2%	2.6%	43.4%	7.4%	25.5%

2) 영업이익 : 268억 (YoY 7.3% 신장)

- 고마진 방송상품 매출 확대 등으로 영업이익 YoY 7.3% 신장

3) 경상이익 : 277억 (YoY -3.3% 역신장)

- 금융자산 감소에 따른 이자수익 감소로 경상이익 -3.3% 역신장

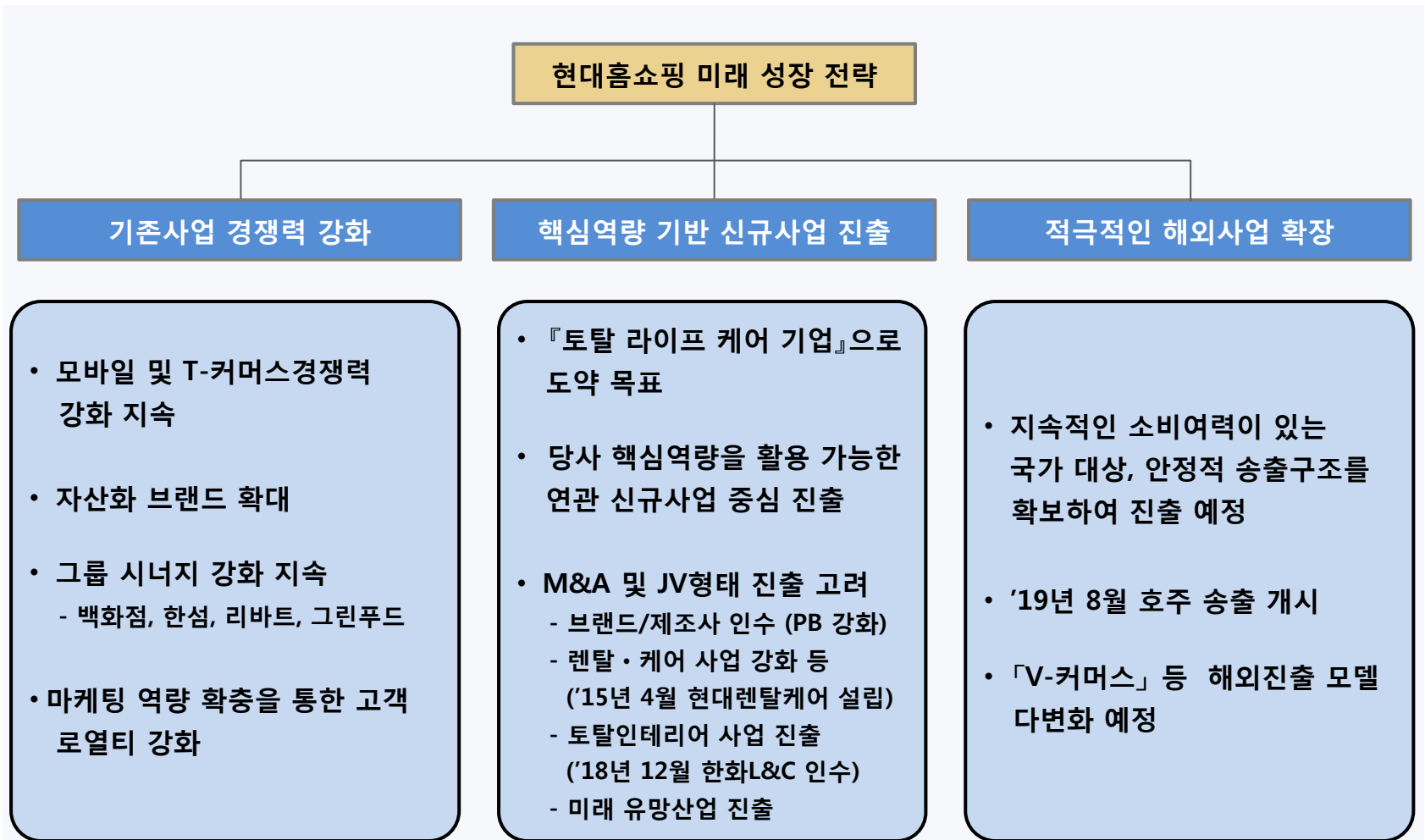
Ⅱ. 비즈니스 업데이트 : 2019년 3분기 연결대상 종속법인 실적 현황

(내부거래 포함기준, 단위 : 억원)

구 분		3분기			3분기 누계		
		'18년	'19년	YoY	'18년	'19년	YoY
현대 렌탈케어	매 출 액	127	213	67.9%	322	558	73.2%
	영업이익	-49	-52	-5.6%	-171	-144	15.6%
	경상이익	-48	-33	31.0%	-169	-115	31.6%
	순이익	-48	-33	31.0%	-169	-115	31.6%
	계정 순증	2.6만	1.8만	-0.7만	7.6만	6.4만	-1.2만
현대 L&C	매 출 액	-	2,718	-	-	8,175	-
	영업이익	-	42	-	-	102	-
	경상이익	-	33	-	-	69	-
	순이익	-	25	-	-	51	-
호주 (ASN)	매 출 액	-	7	-	-	7	-
	영업이익	-	-44	-	-	-64	-
	경상이익	-	-46	-	-	-65	-
	순이익	-	-46	-	-	-65	-

Ⅲ. 중장기 성장 전략

향후에도 현대홈쇼핑은 기존사업 경쟁력을 지속 강화하고, 풍부한 현금 창출 능력을 지속 유지하여 적극적인 해외 진출과 핵심역량 기반 신규사업 확대를 통해 기업가치를 지속 제고하겠습니다



Ⅲ. 중장기 성장 전략 : ① 기존 사업 경쟁력 강화

성장성 높은 모바일, T-커머스 경쟁력 강화 및 현대홈쇼핑에서만 구매 가능한 차별화 상품인 자산화 브랜드(PB, 독점브랜드 등) 집중 육성, 고객 로열티 강화 등을 통한 기존사업의 안정적 성장 지속 추진

● 기존 사업 경쟁력 강화 방안

<p>1. 모바일 경쟁력 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 앱 다운로드 확대, 일평균 순방문자수 확대, 상품력 강화로 2019년 취급고 1조 돌파 목표 • 앱 다운로드 : '13년 122만 → '18년 1,523만 → '19년 3분기 1,659만 • 일평균 순방문자수 : '18년 63만 → '19년 3분기 61만 (2020년 70만 목표) <p>[당사 연도별 모바일 매출 및 앱 다운로드 현황]</p> <table border="1" data-bbox="510 625 1831 779"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>2015년</th> <th>2016년</th> <th>2017년</th> <th>2018년</th> <th>'19년 3분기 누계</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>취급고</td> <td>6,112억</td> <td>7,446억</td> <td>8,795억</td> <td>9,590억</td> <td>8,582억</td> </tr> <tr> <td>앱다운로드</td> <td>810만</td> <td>1,090만</td> <td>1,332만</td> <td>1,523만</td> <td>1,659만</td> </tr> </tbody> </table>	구분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 3분기 누계	취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	8,582억	앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,659만
구분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 3분기 누계														
취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	8,582억														
앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,659만														
<p>2. T-커머스 경쟁력 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 경쟁력 있는 상품 Pool 확대, 채널 개선 노력 지속 등 적극적인 투자로 핵심 사업 부문 육성 																		
<p>3. 자산화 브랜드 육성</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 현대홈쇼핑에서만 구매 가능한 자산화 브랜드(PB, 독점브랜드 등) 집중 육성 																		
<p>4. 그룹 시너지 확대</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 현대백화점 : Hmall 백화점 상품 확대, 오프라인 매장 오픈 (동대문, 송도, 가든파이버, 김포, 가산, 대구) • 그린푸드 : 1인 가구 증가에 대응한 간편식(HMR), 일반식품 판매 확대 • 리바트 : 홈쇼핑 특화상품(부엌가구 등) 런칭 등 지속 확대 예정 • 현대L&C : 리바트와 토탈인테리어 사업 구축 및 현대홈쇼핑 PB 개발 등 예정 • 그룹 통합 멤버십(H. Point) 오픈 : '17.8.10 Grand Open 																		
<p>5. 마케팅 역량 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 마케팅 기법 고도화 : 마케팅 조직 및 인력강화, 외부전문가 컨설팅 등 • 빅데이터 활용 시스템 구축 : 큐레이션 커머스 강화 등 고객 맞춤형 마케팅 																		

※ Hmall 경쟁력 강화

당사 인터넷 쇼핑몰인 Hmall은 2014년 흑자전환 이후 고성장세를 지속하고 있으며, 고마진 방송상품 판매확대 및 비용구조 효율화, 오픈마켓과 전략적 제휴 확대를 통해 수익성도 지속 개선 중

<p>1. 고마진 TV 상품 판매 확대 (ETV 강화)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 고마진 TV상품의 적극적인 Hmall Web, 모바일 판매 확대로 Hmall 수익성 지속 강화 <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>2015년</th> <th>2016년</th> <th>2017년</th> <th>2018년</th> <th>'19년 3분기 누계</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ETV 취급고</td> <td>3,053억</td> <td>3,861억</td> <td>4,953억</td> <td>6,052억</td> <td>5,500억</td> </tr> </tbody> </table>	구분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 3분기 누계	ETV 취급고	3,053억	3,861억	4,953억	6,052억	5,500억						
구분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 3분기 누계														
ETV 취급고	3,053억	3,861억	4,953억	6,052억	5,500억														
<p>2. 현대백화점 상품 시너지 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> 신뢰도 높은 현대백화점 상품 강화를 통해 명품 쇼핑몰로 확장 중 <table border="1"> <thead> <tr> <th>구분</th> <th>2015년</th> <th>2016년</th> <th>2017년</th> <th>2018년</th> <th>'19년 3분기 누계</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>백화점관 취급고</td> <td>3,103억</td> <td>3,318억</td> <td>3,265억</td> <td>3,139억</td> <td>2,154억</td> </tr> <tr> <td>입점 점포 수</td> <td>11개</td> <td>13개</td> <td>13개</td> <td>15개 (아울렛관 포함)</td> <td>16개 (아울렛관 포함)</td> </tr> </tbody> </table>	구분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 3분기 누계	백화점관 취급고	3,103억	3,318억	3,265억	3,139억	2,154억	입점 점포 수	11개	13개	13개	15개 (아울렛관 포함)	16개 (아울렛관 포함)
구분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 3분기 누계														
백화점관 취급고	3,103억	3,318억	3,265억	3,139억	2,154억														
입점 점포 수	11개	13개	13개	15개 (아울렛관 포함)	16개 (아울렛관 포함)														
<p>3. 오픈마켓과 전략적 제휴 강화</p>	<ul style="list-style-type: none"> 차별화된 방송상품과 신뢰도 높은 현대백화점 상품 경쟁력을 기반으로 국내 3대 오픈마켓과 상품 연동을 통해 추가적인 성장 동력 확보 <div style="text-align: center;"> <p>오픈마켓 (1ST, Gmarket, A.) Traffic & Volume ↔ Win-Win ↔ 현대Hmall (H) Trust & Premium</p> </div>																		

Ⅲ. 중장기 성장 전략 : ② 핵심역량 기반 신규사업 진출

당사는 보유현금 3,114억을 바탕으로 적극적인 신규사업 진출을 통해 『토탈 라이프 케어 기업』으로 도약 목표
 당사의 핵심역량(유통, 방송, CS, 고객DB)을 적극 활용할 수 있는 연관 사업 중심으로 적극 진출 예정






● 주요 신규사업 검토 방향

구 분	주 요 내 용	추진 방식
1. 브랜드/제조사 인수	<ul style="list-style-type: none"> • 홈쇼핑은 방송을 통해 단기간에 기업을 성장 시킬 수 있는 역량 보유 • 우선 진출 분야 : 생활·리빙, 건강식품, 화장품 등 • 인수한 브랜드/제조사를 활용한 상품 차별화 및 자본이득 실현 	• M&A 혹은 JV
2. 렌탈 사업	<ul style="list-style-type: none"> • '소유'에서 '사용'으로의 고객 소비형태 변화로 렌탈 수요 증가 • 당사 및 그룹 유통망을 통한 사업 확대 가능 • 현대렌탈케어 해외 진출 추진, 중견 렌탈 기업 M&A 등 적극적인 사업 확장 예정 	<ul style="list-style-type: none"> • 현대렌탈케어 설립('15년 4월) • M&A
3. 라이프 케어 & 플랫폼 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 라이선스 사업 : 화장품, 주방, 외식 등 분야의 글로벌 경쟁력을 보유한 브랜드의 한국 독점 유통 및 브랜드 사용권 확보 • 건강기능식품 제조 및 유통 사업 : 고령화 및 건강에 대한 관심 증대로 지속 성장이 예상되는 건강기능 식품 사업 진출 검토 	• M&A 혹은 JV
4. 미래유망 산업	<ul style="list-style-type: none"> • 비연관 사업이라도 성장성 높은 분야로 진출 적극 검토 	• M&A 혹은 JV

※ 렌탈·케어 사업 진출 - (주)현대렌탈케어

당사는 렌탈·케어 사업 진출을 위해 100% 자회사인 『현대렌탈케어』 설립 (총 출자금 2,500억)
향후 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 적극 활용하여 2020년 연 매출 1,000억 이상 달성 목표

● (주)현대렌탈케어 설립 개요

설립 일자	• 2015년 4월											
총 출자금	• 2,500억 (100% 지분)											
영업 개시	• 2015년 6월 부 (홈쇼핑 + 온라인몰 + 방문판매 + 그룹 유통망)											
진출 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 렌탈·케어사업 진출을 통한 신규 성장동력 확보 • 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 활용한 시너지 효과도모 											
상품 라인업	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  정수기 </div> <div style="text-align: center;">  공기청정기 </div> <div style="text-align: center;">  비데 </div> <div style="text-align: center;">  매트리스 (리바트) </div> <div style="text-align: center;">  건조기·에어드레서 (삼성) </div> </div>											
실적 현황	구 분	2016년	2017년	2018년				2019년				
				1분기	2분기	3분기	4분기	누계	1분기	2분기	3분기	누계
	매 출 액	100억	226억	90억	106억	127억	131억	454억	161억	184억	213억	558억
	영업이익	-210억	-246억	-49억	-73억	-49억	-59억	-231억	-41억	-51억	-52억	-144억
	순증 계정수 (누적 계정수)	4.5만 (5.7만)	8.6만 (14.3만)	2.2만 (16.5만)	2.8만 (19.4만)	2.6만 (21.9만)	2.4만 (24.3만)	10.0만 (24.3만)	2.5만 (26.8만)	2.1만 (28.9만)	1.8만 (30.7만)	6.4만 (30.7만)
▷ 내부거래 포함 기준												

※ 토탈 인테리어 사업 진출 - (주)현대L&C (한화L&C 인수)

당사는 높은 성장세를 보이는 토탈 인테리어 사업 진출을 통한 신성장 동력 확보 및 리빙 분야의 독보적 경쟁력 확보를 위해 한화L&C(주) 인수함

● 한화L&C(주) 인수 주요 내용(12/3 부 현대L&C로 사명 변경)

인수 대상	• 한화L&C(주) 보통주 540,000주 (지분율 100%)									
인수 금액	• 총 3,666억									
인수 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 성장 가능성이 높은 우량회사 M&A로 지주회사로서의 홈쇼핑 역할 강화 (홈쇼핑 기업가치 증대) • B2C 중심의 토탈 인테리어 사업 진출 (신성장 동력 확보) • 홈쇼핑 리빙 분야의 독보적 경쟁력 확보 									
회사 개요	<ul style="list-style-type: none"> • 설립 연도 : 1965년 8월 (2014년 7월 분할 설립) • 주요사업 : 건축자재 제조 및 판매 • 자회사 : 캐나다(HLCA), 중국 상해(HLTS), 미국 아틀란타(HLUL), 독일 애쉬본(HLEU) • 생산시설 : 세종시 1개 공장, 해외 1개 공장(캐나다) 									
실적 현황 (연결기준)	구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년				
						1분기	2분기	3분기	4분기	누 계
	매 출 액	7,708억	8,608억	10,636억	11,892억	2,620억	2,836억	2,718억		8,175억
	영업이익	382억	329억	216억	132억	-15억	75억	42억		102억
	당기순이익	164억	189억	113억	-89억	-22억	48억	25억		51억
▷ '18년 일회성 영업외비용 발생(해외법인 외화환산 손실 및 토지정화 비용)으로 당기순손실 기록										

※ 토탈 인테리어 사업 진출 - (주)현대L&C

● (주)현대L&C 주요 제품 라인업

창 호 창호 (M/S 18%, 3위)	인테리어 스톤 (M/S 30%, 2위)	바닥재 (M/S 19%, 2위)
		
브랜드: 다윈, 미류	브랜드: 칸스톤, 하넥스	브랜드: 소리지움, 참숯나라
데코 마감재 / 필름 / 시트 (M/S 40%, 1위)	가 구	벽 지
		
인테리어필름, 데코시트, DIY타일 등	브랜드 : 큐링크(일반 가구), 큐치네(주방 가구)	브랜드 : 큐티에, 큐피트

※ 부문별 매출 비중: 창호 37%, 인테리어스톤 23%, 바닥재 15%, 기타 25%

Ⅲ. 중장기 성장 전략 : ③ 적극적인 해외사업 확장

지속적인 소비시장 성장이 예상되는 국가를 대상으로 안정적 송출구조를 확보하여 진출 예정

단계별 해외 사업 진출 전략

3단계 : 2020년 ~

- 북미, 유럽 등 선진 시장 진출 검토
 - 소비시장 규모가 크고 소득 수준이 높은 선진시장 진출 검토

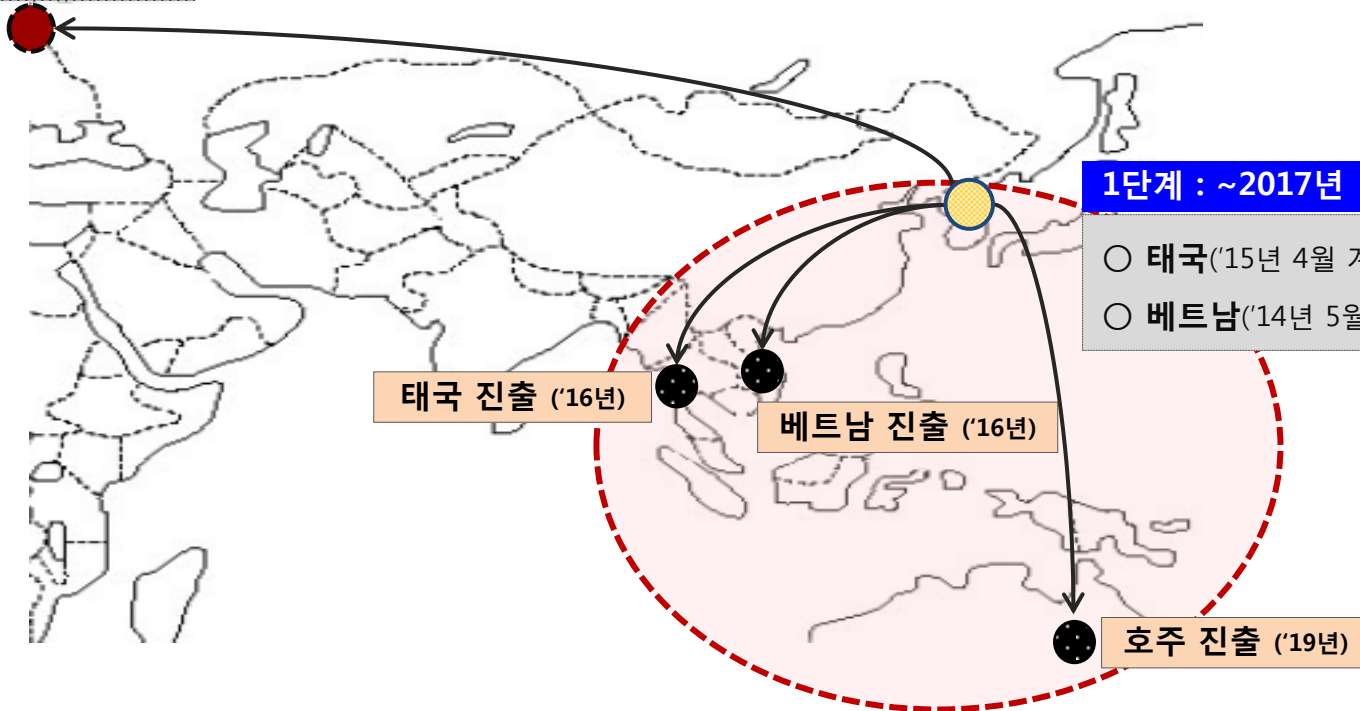
2단계 : 2018년~2019년

- 호주 ('18년 12월 법인설립) '19년 8월 송출 개시
- 글로벌벤더 사업 개시
 - 해외상품 소싱 및 한국 상품 수출

1단계 : ~2017년

- 태국 ('15년 4월 계약) '16년 1월 송출 개시
- 베트남 ('14년 5월 계약) '16년 2월 송출 개시

북미/유럽



※ 해외 진출 현황

'16년 부 태국, 베트남 홈쇼핑 방송 송출 중이며, '19년 8월 부 호주 송출 개시

구 분	태 국 (하이쇼핑)	베트남 (VTV 현대)	호주 (ASN)
자본금	• 165억	• 240억	• 360억
지분구조	• 현대홈쇼핑 49% • Intouch Media 51%	• 현대홈쇼핑 50% • VTVcab 25% • VTVB 25%	• 현대홈쇼핑 100%
설립일자	• 2015년 4월	• 2014년 5월	• 2018년 12월
송출일자	• 2016년 1월	• 2016년 2월	• 2019년 8월
송출가구	• 전국 1,500만	• 640만 (호치민, 하노이)	• 512만 가구 (시드니, 멜버른 外)
손익 현황	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 3분기 누계
	취급고	293	202
	순이익	-30	-18
향후 계획	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 3분기 누계
	취급고	101	71
	순이익	-36	-28
향후 계획	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 3분기 누계
	취급고	-	7
	영업이익	-	-64
향후 계획	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 3분기 누계
	취급고	-	7
	순이익	-	-65
향후 계획	• 태국 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표	• 베트남 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표	• 호주 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표

IV. 투자 하이라이트

당사의 동업계 대비 차별화된 재무성과 및 신규사업 성과, 향후 미래 성장 전략 고려 시 현재 밸류에이션(주가)은 투자에 상당히 매력적인 수준이라고 판단됨



○ **지속적으로 성장하는 온라인 쇼핑 시장 지배력 강화**

- 모바일 쇼핑 편의성 개선 등 온라인 투자 확대를 통한 고성장 추진
- 한섬, 현대그린푸드, 리바트 등 그룹 시너지를 통한 상품 콘텐츠 강화

○ **핵심역량에 기반한 지속적인 매출 성장 및 업계 최고의 수익성 확보**

- 업계 최고 수준의 성장성 유지 (2008년~2018년 취급고 연평균 성장률 12.1%)
- 업계 최고 수준의 영업이익 창출

○ **제2의 도약을 위한 차별화된 미래 성장 전략 보유**

- 신규사업 진출 : (주)현대렌탈케어 설립을 통한 렌탈·케어 시장 진출 ('15년 4월)
한화L&C(주) 인수를 통한 토탈 인테리어 사업 진출 ('18년 12월)
- 해외 사업 확장 : 베트남, 태국 등 신흥시장 및 호주 선진시장 진출

○ **풍부한 현금 보유 및 건실한 재무구조 확보한 우량한 기업**

- 미래 성장을 위한 풍부한 현금성 자산 보유 및 우량한 재무 건전성 확보
- 보유 순현금 3,114억, 부채비율 19.2% (별도 기준)

○ **당사의 동업계 대비 재무성과 및 경쟁력 고려 시, 현 밸류에이션(주가)은 매력적임**

V. 별첨

1 소매유통시장 동향 및 전망

2 재무제표(연결, 별도)

3 주요 경제 지표

4 현대홈쇼핑 PB 상품 소개

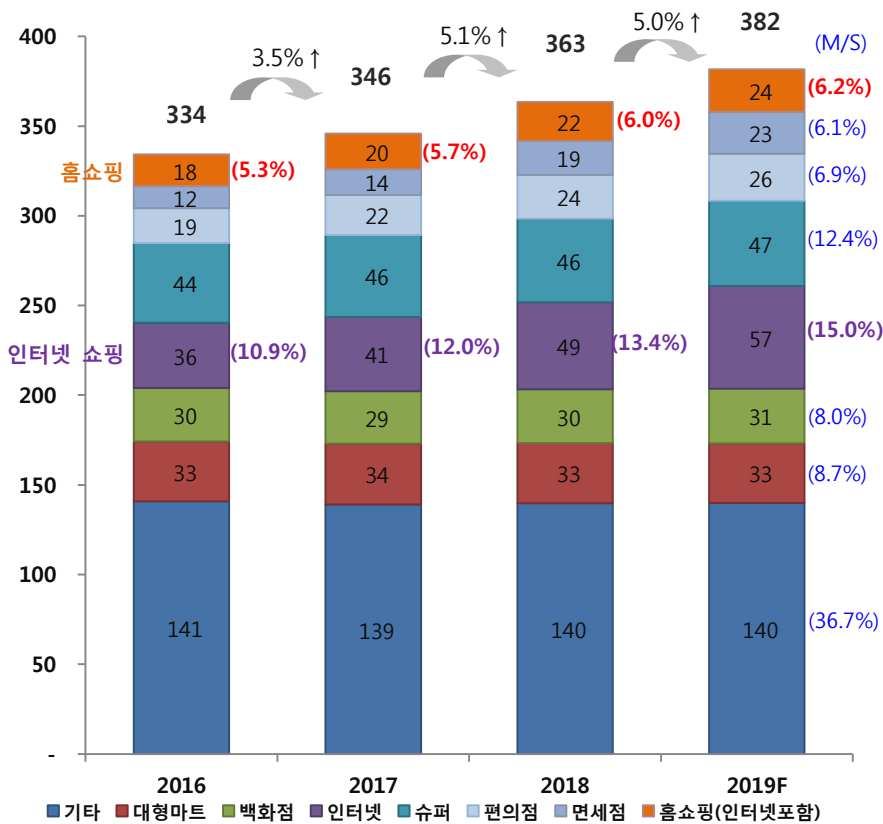
5 Product Mix

V. 별첨 : 소매유통시장 동향 및 전망

- 2019년 국내소매시장 성장률 예상 : 5.0% (신한금융투자)
- 2019년 홈쇼핑 시장 성장률 예상 : 9.2% (현대홈쇼핑)

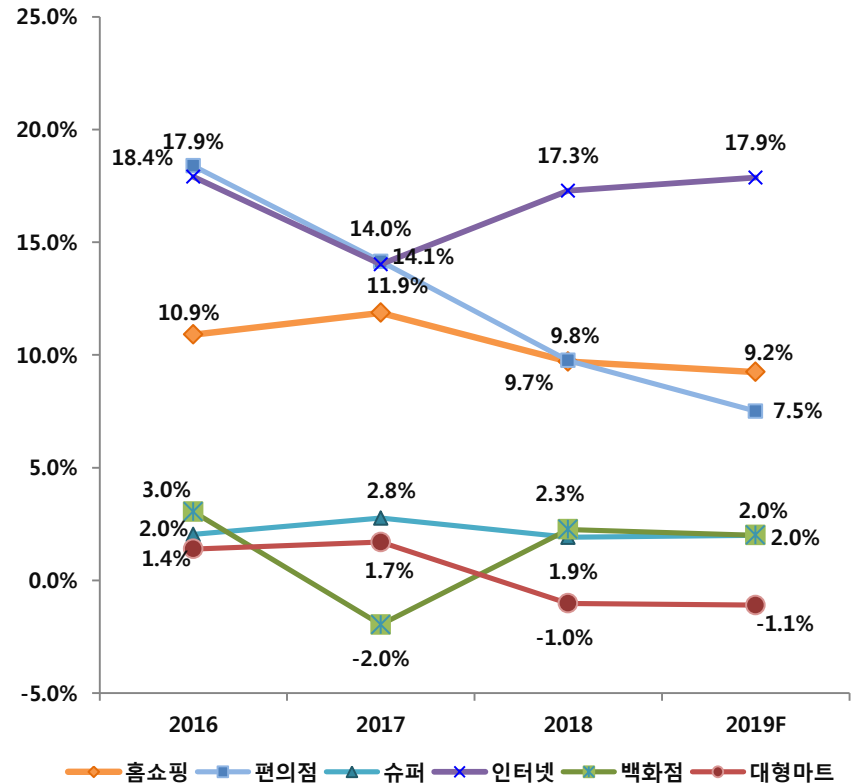
국내 소매유통 채널별 매출

(단위 : 조원)



※ 승용차 및 연료소매점 매출 제외 기준
 ○ 기타 : 재래시장 및 전문 소매점 등
 ○ 출처 : 통계청, 현대홈쇼핑, 증권사 리포트

국내 소매유통 채널별 성장률



V. 별첨 : 연결재무제표(연간)

● 손익계산서

구분	2016년	2017년	2018년	2019년 3분기 누계	YoY
1. 취급고	35,061	36,482	37,650	37,453	35.6%
① 현대홈쇼핑	34,980	36,270	37,208	28,717	5.2%
② 현대렌탈케어	100	226	454	558	73.2%
③ 현대L&C	-	-	-	8,174	-
④ 호주	-	-	-	7	-
⑤ 기타(연결 조정 등)	-19	-13	-11	-3	-
매출액	9,694	10,431	10,177	16,255	117.0%
2. 매출총이익	8,773	9,140	7,426	7,148	29.5%
%	25.0%	25.1%	19.7%	19.1%	
3. 판매관리비	7,660	7,887	6,303	6,155	32.5%
%	21.8%	21.6%	16.7%	16.4%	
4. 영업이익	1,113	1,253	1,123	993	13.6%
%	3.2%	3.4%	3.0%	2.7%	
5. 경상이익	1,741	1,618	1,856	1,387	0.0%
%	5.0%	4.4%	4.9%	3.7%	
* 지분법손익	485	317	472	319	16.1%
6. 당기순이익	1,295	1,225	1,666	1,082	5.5%
%	3.7%	3.4%	4.4%	2.9%	

* 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식

* HCN 지분 추가 취득에 따른 염가매수차익 지분법 이익 인식 : '16년 4분기 251억, '18년 4분기 79억

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년 3분기 말
자산총계	19,030	18,754	25,477	25,878
유동자산	9,722	8,117	10,129	9,774
비유동자산	9,308	10,637	15,348	16,104
부채총계	4,477	3,310	8,632	8,172
유동부채	4,188	3,074	7,633	5,997
비유동부채	289	235	999	2,175
자본총계	14,553	15,444	16,845	17,705
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-267	-386	-386	-386
기타포괄손익누계	56	18	3	26
이익잉여금	11,629	12,677	14,093	14,931
부채와 자본총계	19,030	18,754	25,477	25,878

V. 별첨 : 연결재무제표(분기)

● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

구분	2018년					2019년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간
1. 취급고	9,517	9,228	8,877	10,028	37,650	12,544	12,759	12,150		37,453
① 현대홈쇼핑	9,430	9,125	8,755	9,898	37,208	9,764	9,740	9,213		28,717
② 현대렌탈케어	90	106	127	131	454	161	184	213		558
③ 현대L&C	-	-	-	-	-	2,620	2,836	2,718		8,174
④ 호주	-	-	-	-	-	-	-	7		7
⑤ 기타(연결 조정 등)	-3	-3	-5	-1	-11	-1	-1	-1		-3
매출액	2,545	2,515	2,433	2,685	10,177	5,326	5,578	5,351		16,255
2. 매출총이익	1,872	1,881	1,765	1,908	7,426	2,374	2,470	2,304		7,148
%	19.7%	20.4%	19.9%	19.0%	19.7%	18.9%	19.4%	19.0%		19.1%
3. 판매관리비	1,518	1,561	1,565	1,659	6,303	2,037	2,016	2,101		6,155
%	15.9%	16.9%	17.6%	16.5%	16.7%	16.2%	15.8%	17.3%		16.4%
4. 영업이익	354	320	200	249	1,123	336	454	203		993
%	3.7%	3.5%	2.3%	2.5%	3.0%	2.7%	3.6%	1.7%		2.7%
5. 경상이익	623	433	332	469	1,856	503	549	336		1,387
%	6.5%	4.7%	3.7%	4.7%	4.9%	4.0%	4.3%	2.8%		3.7%
* 지분법손익	118	63	94	197	472	127	74	117		319
6. 당기순이익	456	318	250	641	1,666	391	427	263		1,082
%	4.8%	3.4%	2.8%	6.4%	4.4%	3.1%	3.3%	2.2%		2.9%

* 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식

* 2018년 4분기 HCN 지분 추가 취득에 따른 잉가매수차익 79억 지분법 이익 인식

V. 별첨 : 별도재무제표(연간)

● 손익계산서

구분	2016년	2017년	2018년	2019년 3분기 누계	YoY
1. 취급고	34,980	36,270	37,208	28,717	5.2%
① TV	19,779	20,218	20,470	15,552	2.8%
※ T-커머스	1,013	1,770	2,396	2,472	43.3%
② 인터넷	14,285	15,175	16,150	12,606	7.2%
※ 모바일	7,446	8,795	9,590	8,582	26.7%
③ 기타	916	877	587	559	31.8%
매출액	9,613	10,218	9,735	7,519	4.7%
2. 매출총이익	8,743	9,013	7,163	5,606	5.2%
%	25.0%	24.9%	19.3%	19.5%	
3. 판매관리비	7,420	7,514	5,808	4,472	4.4%
%	21.8%	20.7%	15.6%	15.6%	
4. 영업이익	1,323	1,499	1,354	1,133	8.4%
%	3.2%	4.1%	3.6%	3.9%	
5. 경상이익	1,401	1,274	1,192	1,263	-5.2%
%	5.0%	3.5%	3.2%	4.4%	
6. 당기순이익	1,034	878	798	975	-2.6%
%	3.7%	2.4%	2.1%	3.4%	

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년 3분기 말
자산총계	17,298	16,711	17,429	17,834
유동자산	9,544	7,961	5,793	4,911
비유동자산	7,754	8,750	11,636	12,923
부채총계	4,153	3,005	3,221	2,877
유동부채	4,136	2,993	3,206	2,860
비유동부채	16	12	16	17
자본총계	13,145	13,706	14,207	14,957
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-267	-386	-386	-386
기타포괄손익누계	173	153	121	119
이익잉여금	10,104	10,804	11,337	12,089
부채와 자본총계	17,298	16,711	17,429	17,834

* 종속기업(현대렌탈케어) 손상차손 : '16년 4분기 101억, '17년 4분기 286억, '18년 4분기 336억 / 관계기업(해외) 손상차손 : '17년 4분기 115억, '18년 4분기 143억

* 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식

V. 별첨 : 별도재무제표(분기)

● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

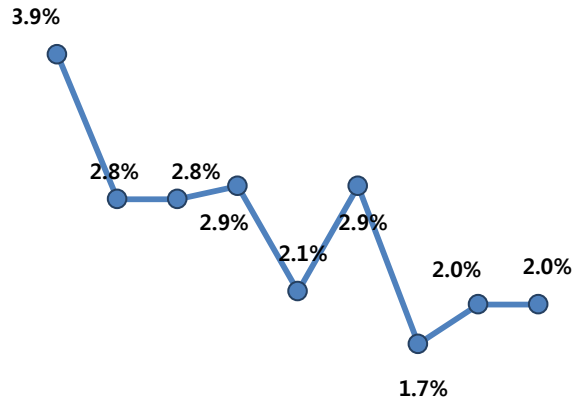
구분	2018년					2019년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간
1. 취급고	9,430	9,125	8,755	9,898	37,208	9,764	9,740	9,213		28,717
① TV	5,197	5,044	4,887	5,342	20,470	5,152	5,385	5,015		15,552
※ T-커머스	549	579	597	671	2,396	744	872	855		2,472
② 인터넷	4,082	3,936	3,740	4,392	16,150	4,425	4,167	4,015		12,606
※ 모바일	2,258	2,277	2,238	2,817	9,590	2,935	2,838	2,809		8,582
③ 기타	151	145	128	164	587	187	188	183		559
매출액	2,457	2,412	2,311	2,554	9,735	2,545	2,560	2,414		7,519
2. 매출총이익	1,817	1,818	1,693	1,835	7,163	1,921	1,913	1,772		5,606
%	19.3%	19.9%	19.3%	18.5%	19.3%	19.7%	19.6%	19.2%		19.5%
3. 판매관리비	1,413	1,425	1,444	1,526	5,808	1,524	1,445	1,504		4,472
%	15.0%	15.6%	16.5%	15.4%	15.6%	15.6%	14.8%	16.3%		15.6%
4. 영업이익	403	393	249	309	1,354	397	468	268		1,133
%	4.3%	4.3%	2.8%	3.1%	3.6%	4.1%	4.8%	2.9%		3.9%
5. 경상이익	607	439	286	-140	1,192	497	489	277		1,263
%	6.4%	4.8%	3.3%	-1.4%	3.2%	5.1%	5.0%	3.0%		4.4%
6. 당기순이익	450	333	217	-202	798	391	371	212		975
%	4.8%	3.7%	2.5%	-2.0%	2.1%	4.0%	3.8%	2.3%		3.4%

* 종속기업(현대렌탈케어) 손상차손 : '18년 4분기 336억 / 관계기업(해외) 손상차손 : '18년 4분기 143억

* 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식

V. 별첨 : 주요 경제 지표

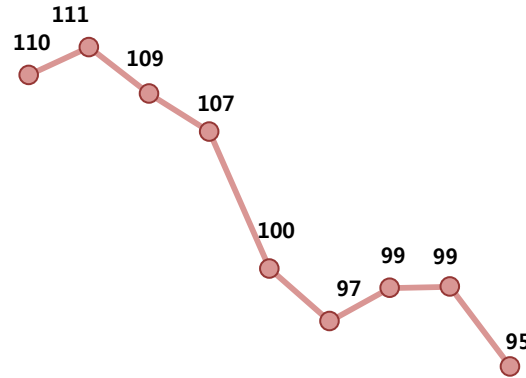
● GDP 성장률 추이



3Q '17 4Q '17 1Q '18 2Q '18 3Q '18 4Q '18 1Q '19 2Q '19 3Q '19

출처 : 한국은행

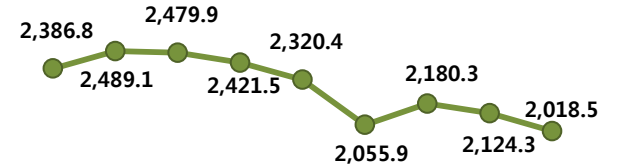
● 소비자 동향지수(CSI)



3Q '17 4Q '17 1Q '18 2Q '18 3Q '18 4Q '18 1Q '19 2Q '19 3Q '19

출처 : 통계청

● KOSPI 지수 추이



3Q '17 4Q '17 1Q '18 2Q '18 3Q '18 4Q '18 1Q '19 2Q '19 3Q '19

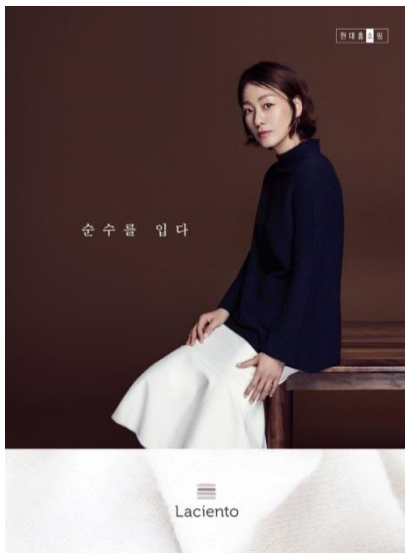
출처 : KOFIA

V. 별 첨 : 현대홈쇼핑 PB 상품 소개



1. 오로타 (Orota)

구분	내용
① 론칭일	2017년 6월 22일
② 브랜드 소개	생활 속 작은 혁신을 통해 고객의 삶을 개선해주는 생활전문 브랜드
③ 제품 라인업	무빙(無氷) 에어컨, 진공물걸레 청소기



2. 라씨엔토 (Laciento)

구분	내용
① 론칭일	2017년 9월 16일
② 브랜드 소개	품질, 스타일이 완벽한 100%를 만들겠다는 신념에서 출발한 프리미엄 패션전문 브랜드
③ 제품 라인업	이태리 캐시미어 100% 핸드메이드 코트 & 케이블 니트, 리버시블 무스탕 코트, 폭스 퍼 니트 코트 등

V. 별 첨 : 현대홈쇼핑 PB 상품 소개

allevo
알레보

주방 위의 오브제, allevoIH 스타일팻



3. 알레보 (allevo)

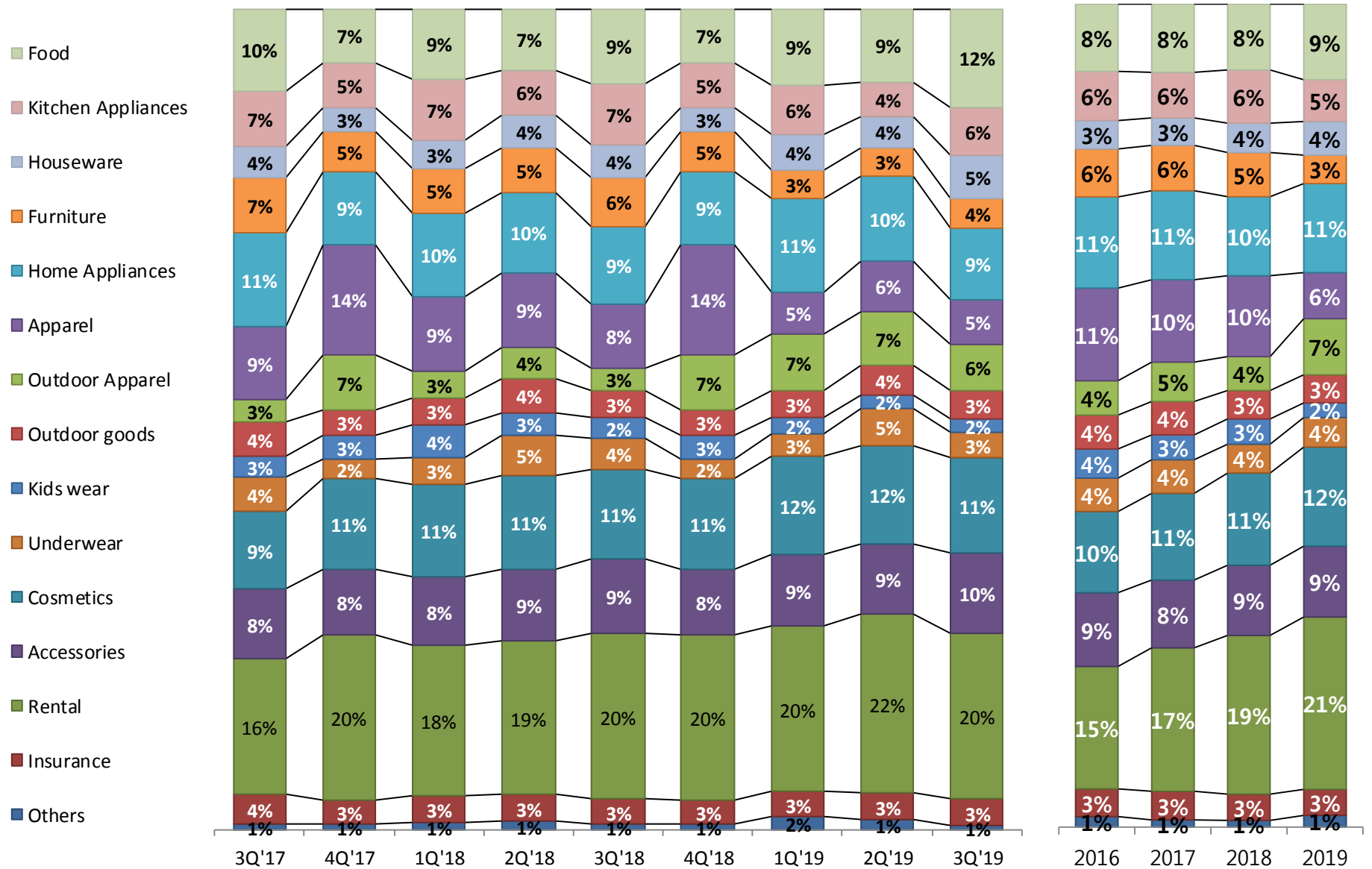
구분	내용
① 론칭일	2018년 2월 5일
② 브랜드 소개	작은 혁신을 통해 생활의 정점을 찍다, '라이프스타일 생활/주방용품 브랜드'
③ 제품 라인업	인덕션 히팅(IH) 냄비, 팬세트, 보온병 등



4. 관참네(ㄱㅈㄴ)

구분	내용
① 론칭일	2018년 10월 04일
② 브랜드 컨셉	괜찮은 상품을 괜찮게 사는 방법, Hmall 토탈 리빙 신규 브랜드
③ 제품 라인업	무선 물걸레 청소기, USB무선 믹서기 등

V. 별첨 : Product mix 추이



이 종목의 더 많은 IR정보 [확인하기](#)

IR GO 주주와 기업을 연결하고 응원합니다.