

한섬

'25년 2분기 IR

2025.8



CONTENTS

I. '25년 2분기 실적

II. 기업 개요

III. 중점 추진 전략

IV. 기업가치제고 계획('24~'27년)

Appendix

DISCLAIMER

본 자료는 기업가치 제고 계획 공시와 관련하여 투자자 및 이해관계자에게 정보제공 목적을 위하여 작성되었습니다.

본 자료에 기재된 정보에 대하여 별도의 독립적인 외부 확인 과정을 거치지 않았으며, 외부 감사인의 회계 감사가 완료되지 않은 시점에 작성된 자료이므로 일부 내용이 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.

본 자료는 투자 판단을 위한 자료로 작성된 것이며, 이 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 어떤 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

I. '25년 2분기 실적

| 2분기 경영 실적

- 지속적인 패션 소비 위축 영향으로 매출 감소
- 전년 동기대비 오프라인 매출 전년比 $\Delta 2.5\%$, 온라인 전년比 $+3.4\%$ (온라인 매출 비중 : 2Q'25 21.9%, 전년 동기대비 $+1.0\%p$)
- 매출 감소 및 이익률 하락 영향 등에 따른 영업이익 감소

(단위: 억원)

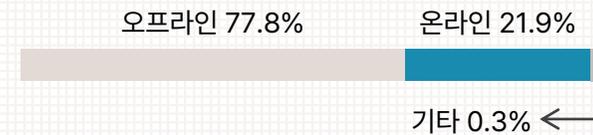
구 분	2분기 실적			
	'24년	'25년	증감	신장률
매출액	3,417	3,381	$\Delta 36$	$\Delta 1.1\%$
매출총이익	1,917	1,848	$\Delta 69$	$\Delta 3.6\%$
GPM%	56.1%	54.7%	$\Delta 1.4\%p$	
판매관리비	1,876	1,841	$\Delta 36$	$\Delta 1.9\%$
영업이익	41	7	$\Delta 34$	$\Delta 82.0\%$
OPM%	1.2%	0.2%	$\Delta 1.0\%p$	
세전이익	26	31	6	21.4%
당기순이익	17	25	8	45.7%

■ 2분기 매출 현황

[제/상품별]



[판매 채널별]



II. 기업 개요

| 일반 현황

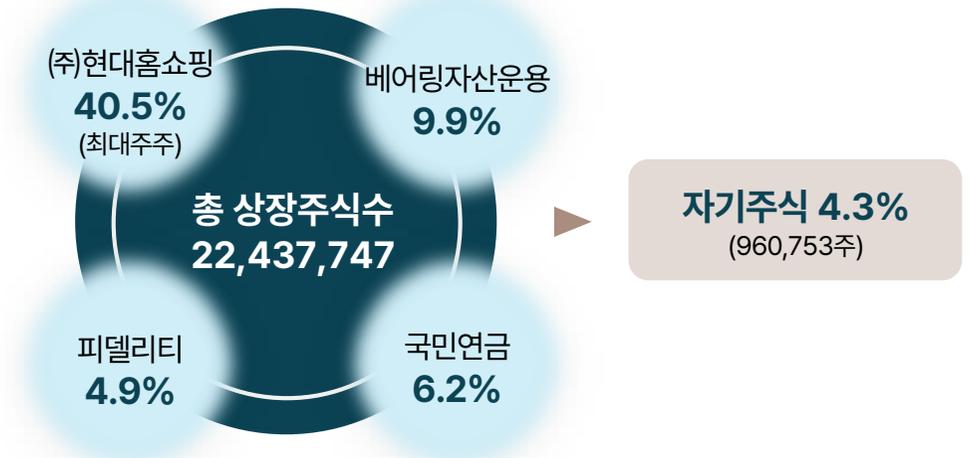
회사명	주식회사 한섬
대표이사	김민덕
설립일	1987년 5월 25일
상장일	1996년 7월 3일 (KOSPI 020000)
업 종	의류 제조 및 판매
신용등급	A1(한국기업평가/NICE, '24년 12월 기준)
ESG등급	A(한국ESG기준원, '24년 평가) AA(서스틴베스트, '24년 평가)

| 자회사 현황

기업명	설립일	주요산업	지분율
Handsome Paris	2013.8.1	의류 도·소매업	100%
한섬상해(상무)유한공사	2005.9.20	의류 도·소매업	100%

* (주)한섬라이프앤 '25년 1월부 합병

| 5% 이상 주주 현황 ('25년 7월 28일 기준)



II. 기업 개요

I 주요 연혁



II. 기업 개요

| 한섬 브랜드 포트폴리오 패션 15개의 자사 브랜드, 22개의 수입/편집 브랜드, 3개 뷰티 브랜드, 1개 라이프스타일 브랜드 전개 중 (총 41개 브랜드)

패션

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

스트릿캐주얼

LONDON UNDERGROUND

수입 브랜드



럭셔리 · 컨템포러리

Lanvin · Rochas
3.1 Phillip Lim · Bally
Our Legacy
Gabriela Hearst
Toteme · Veronica Beard
Moose Knuckles · RE/DONE
Agnona · Fear of God



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

III. 중점 추진 전략

| 중장기 성장 전략 추진을 통한 수익력 강화

VISION 2030 “ 아름다운 생활, Handsome Life를 창조하는 Style Creator. ”

아래 3가지 핵심 전략 추진을 통해 VISION 2030 달성 계획



한섬 브랜드 글로벌 경쟁력 강화

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



해외패션 포트폴리오 확대

인기 있는 브랜드 독점 전개 및
유망 해외 브랜드 조기 발굴을 통해
빠르게 변화하는 트렌드에 대응



뷰티 등 라이프스타일 영역 확장

뷰티 부문 적극적인 투자를 통한 본격 성장
및 플래그십의 F&B 등 다양한
라이프스타일 접목 확대

III. 중점 추진 전략

| 한섬 브랜드 글로벌 경쟁력 강화: 시스템 파리 현지 매장 운영



- 파리 마레지구 시스템 플래그십 스토어 ('24.6월 오픈)
- 갤러리 라파예트 오스만 百 시스템 팝업 진행 中 ('24.7월~'25.7월)

III. 중점 추진 전략

| 한섬 브랜드 글로벌 경쟁력 강화: 타임파리 국내 시너지



- 타임파리 25SS 컬렉션 PT 및 더현대서울 1층 팝업 운영 ('24.11월~2월)



- 타임파리 25FW 컬렉션 PT 및 더현대서울 2층 타임파리 단독매장 오픈 ('25.4월)

III. 중점 추진 전략

I 해외패션 포트폴리오 확대: 수입 브랜드 다변화



- KITH SEOUL 오픈 ('24.5월 성수동)
- '22~'24년 KITH 포함 총 10개 브랜드 신규 런칭



OUR LEGACY



GABRIELA HEARST



TOTEME



VERONICA BEARD



MOOSE KNUCKLES



ASPESI



RE/DONE



AGNONA



FEAR OF GOD

III. 중점 추진 전략

I 라이프스타일 영역 확장



- 리퀴드퍼퓰바 올리브영N 성수점 입점 ('24.11월)



- 라이프스타일 브랜드 nocc the CASHMERE 정식 매장 오픈 ('25.3월)

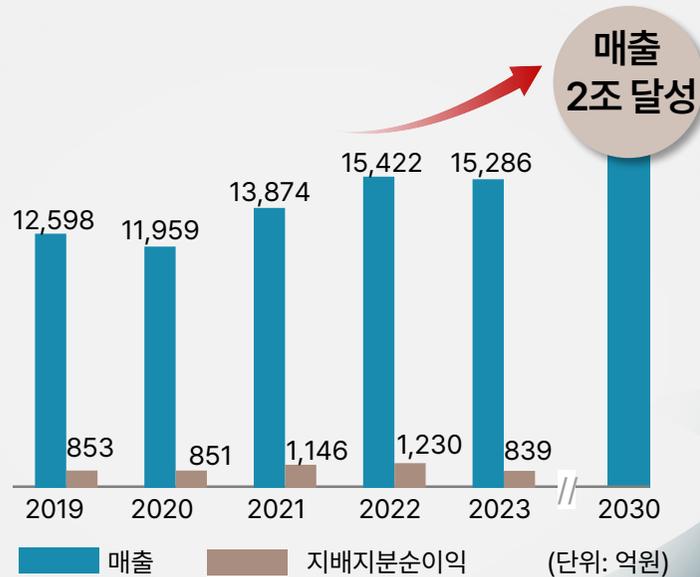
IV. 기업가치 제고 계획

| 중장기 목표 설정('24~'27년 4개년)

'27년 달성 목표 지표



매출 성장을 기반으로
수익력 강화 및 시장 평가 제고



중장기적으로
PBR 0.7배,
ROE 9%
이상 달성 지향

수익력 강화 및 주주환원 확대를
통한 주주가치 제고

중장기 성장 전략 추진

- 한섬 브랜드 글로벌 경쟁력 강화
- 해외패션 포트폴리오 확대
- 뷰티 등 라이프스타일 영역 확장

주주환원 확대

- 배당재원 기준 상향 추진
- 자사주 추가 매입/소각 검토

* 현금유출 시점 기준, 자사주 소각 금액 포함

IV. 기업가치 제고 계획

| 現 이행 사항 ('25.5.2 기준)



* 현금유출 시점 기준, 자사주 소각 금액 포함

현금 배당

현금 배당 자원 상황* (별도 영업이익 15% 이상)

+

'24년 결산 배당 주당 750원 (배당성향 36.1%)

* '24.11.7 별도 영업이익 15% 이상으로 현금 배당 자원 상황(기존 별도 영업이익의 10% 이상, 주당 최저 배당금 750원 유지)

자사주 매입 · 소각

4년간('24~'27년) 220억 규모의 자사주 소각 추진

'24년 2월 자사주 95억 매입, 124억 소각 완료

'25년 1월 잔여 자사주의 50%, 97억 소각 완료(960,753주)

* 이 외, 우량 자회사에 대한 지배력 확대 및 주가 부양에 대한 책임경영 강화를 위해 최대주주 현대홈쇼핑의 당사 지분 매입 ('25.2.24~3.21, 보통주 330,000주 매입 완료, 現 지분율 40.50%)

Appendix.

| 연도별 주요 재무 정보

(단위: 억원)

구 분	'20년	'21년			'22년			'23년			'24년		
			증감	신장률		증감	신장률		증감	신장률		증감	신장률
매출액	11,959	13,874	1,915	16.0%	15,422	1,548	11.2%	15,286	△136	△0.9%	14,853	△434	△2.8%
매출총이익	7,057	8,332	1,275	18.1%	9,450	1,118	13.4%	9,076	△374	△4.0%	8,539	△537	△5.9%
GPM%	59.0%	60.1%	1.0%p		61.3%	1.2%p		59.4%	△1.9%p		57.5%	△1.9%p	
판매관리비	6,037	6,810	773	12.8%	7,767	957	14.0%	8,071	305	3.9%	7,905	△167	△2.1%
영업이익	1,021	1,522	501	49.1%	1,683	161	10.6%	1,005	△678	△40.3%	635	△370	△36.8%
OPM%	8.5%	11.0%	2.4%p		10.9%	△0.1%p		6.6%	△4.3%p		4.3%	△2.3%p	
세전이익	1,122	1,546	424	37.8%	1,618	71	4.6%	1,006	△611	△37.8%	568	△438	△43.5%
당기순이익	849	1,115	266	31.4%	1,207	92	8.2%	810	△397	△32.9%	433	△377	△46.5%

감사합니다.



(주)한심 경영전략담당 경영관리팀

홈페이지: www.handsome.co.kr

이메일: ircontact@thehandsome.com

전화번호: 02-3416-2005