



부제. **The Game Changer in Media Commerce**

Disclaimer.

본 자료는 투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보 제공을 목적으로 에이치엘비글로벌(주) (이하“회사”)에 의해 작성되었습니다.

본 자료에 포함된 “예측정보”는 개별 확인절차를 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 활용과 관련하여 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임직원들은 과실 및 기타의 경우 포함하여 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다. 본 자료는 어떠한 경우에도 투자자의 투자결과에 대한 법적 책임 소재의 입증자료로써 사용될 수 없습니다.

Key Investment Highlights

Fundamental Change

(구조적 체질 개선)



단순 자원/유통기업에서
AI기반의 고수익 Tech기업 체질 개선
흑자전환 및 구조적 이익율 개선

Unfair Advantage

(압도적 진입 장벽)



HLB 바이오 인프라를 활용한
신뢰 장벽(trust Barrier) 구축
경쟁사 대비 강력한 차별화

The Date Asset

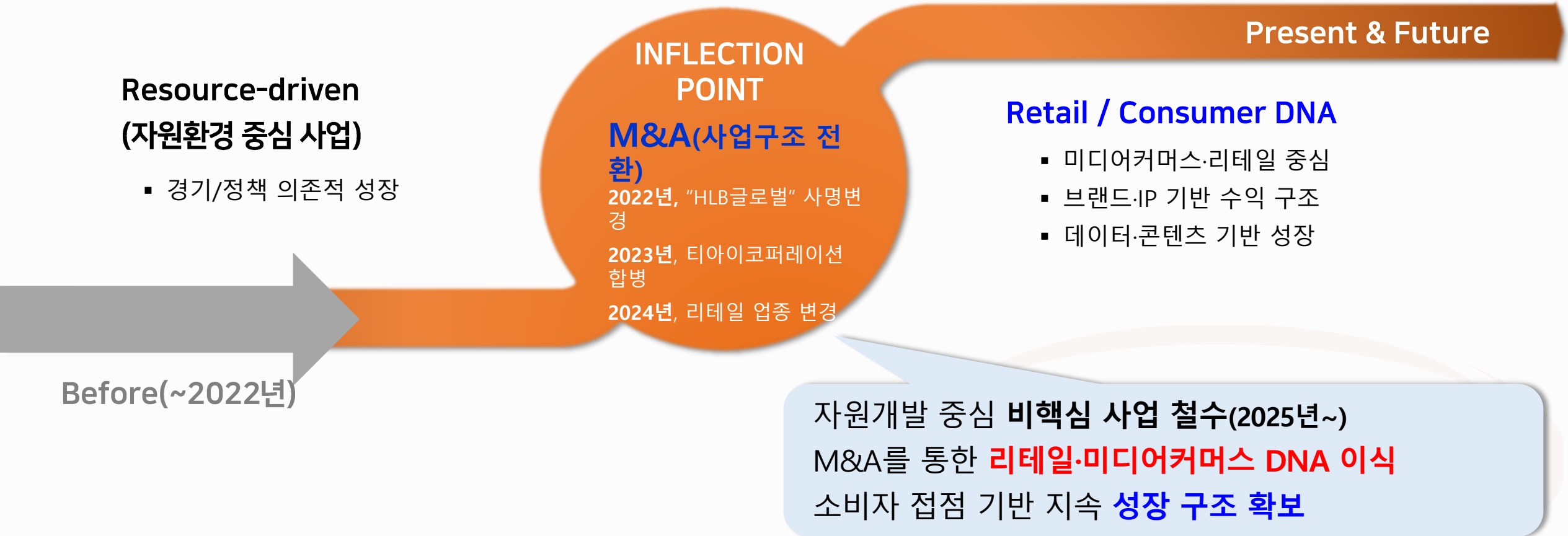
(데이터 자산)



단순제품 판매가 아닌
실버케어 데이터 플랫폼 진화
커머스고객을 헬스케어 데이터 파이
브라인 전환하여 미래가치 선점

History : Transformation(Business Shift)

회사의 DNA는 더 이상 자원개발이 아닌, **미디어커머스 기반 리테일 기업으로 완전히 교체** 되었습니다.



Resource-driven (자원환경 중심 사업)

- 경기/정책 의존적 성장

INFLECTION POINT

M&A(사업구조 전환)

2022년, "HLB글로벌" 사명 변경

2023년, 티아이코퍼레이션 합병

2024년, 리테일 업종 변경

Present & Future

Retail / Consumer DNA

- 미디어커머스·리테일 중심
- 브랜드·IP 기반 수익 구조
- 데이터·콘텐츠 기반 성장

Before(~2022년)

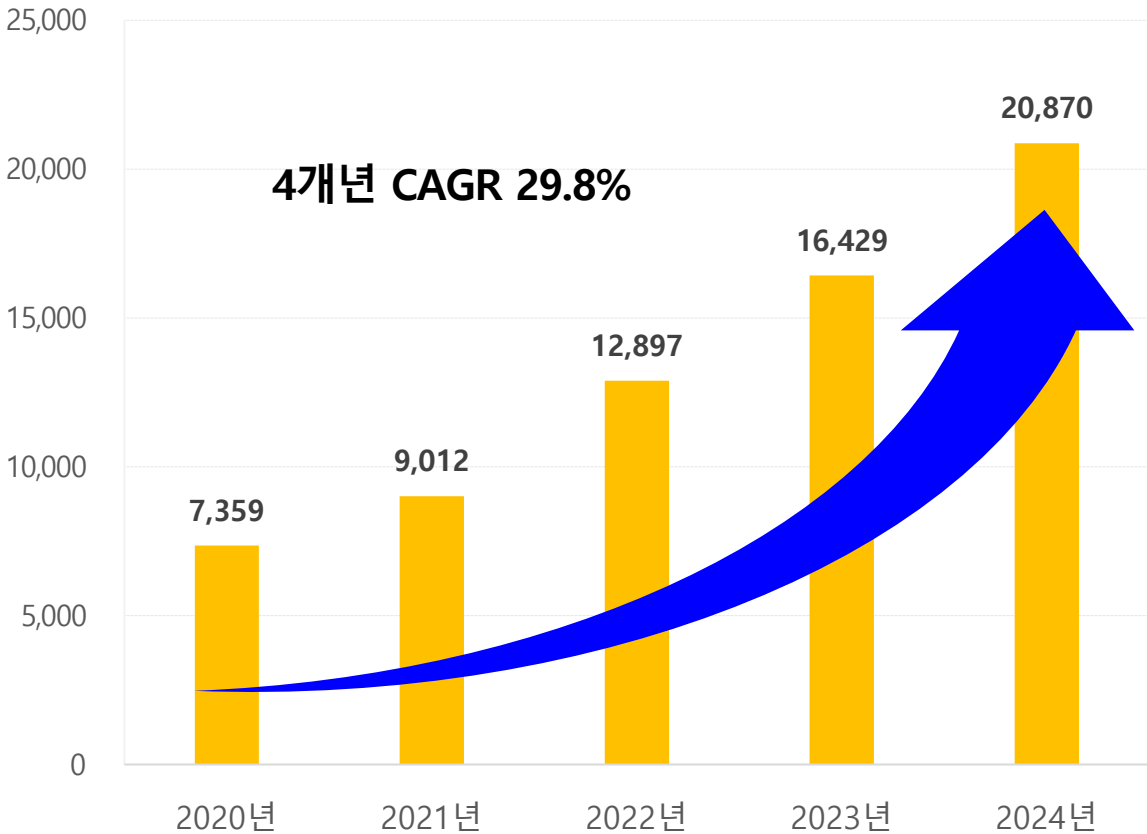
자원개발 중심 **비핵심 사업 철수(2025년~)**
M&A를 통한 **리테일·미디어커머스 DNA 이식**
소비자 접점 기반 지속 성장 구조 확보

Market Outlook : Riding the High – Growth Wave

국내 미디어커머스 시장규모는 약 7.5조원 추정하고 있으며 Tier집단 기준으로 최근 5년간 2.8배 성장하였다

[주요 미디어커머스 14社 5개년 매출 현황]

[단위: 억원]



미디어를 넘어 “브랜드”와 “테크”로 진화 중

Tech – Based

단순 제품이 아닌 디바이스와 기술의 결합

Vertical Lock-in

특정 니즈를 해결하는 확실한 전문성

Global Scale

내수를 넘어선 해외 판로 개척

[Category Matrix]

뷰티/디바이스 에이피알, 어댑트, 데일리앤 코 경쟁치열	특화/버티컬 HLB글로벌, 이삼오구, 이오삼구, 브스트랩 카테고리 킬러
패션/플랫폼 브랜드엑스, 메디쿼터스 팬덤 비즈니스	글로벌/수출 실리콘투, 위시컴퍼니 해외 매출 중심 성장

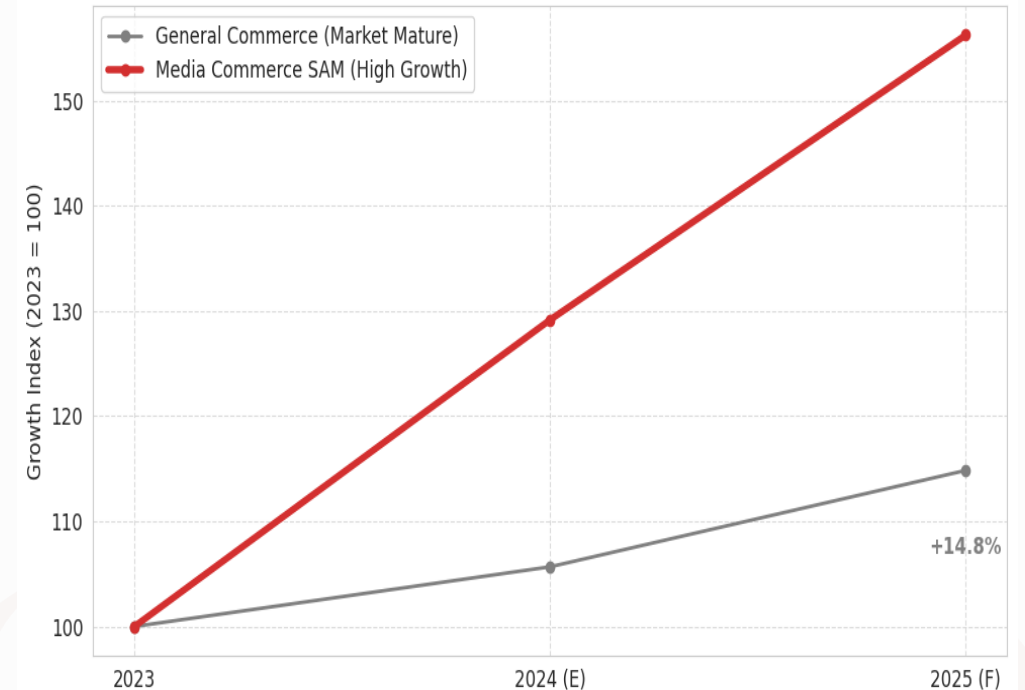
Market Outlook : Riding the High – Growth Wave

전체 이커머스 시장은 연 5% 수준의 성장, **미디어커머스는 도약 단계로 연 평균 20% 이상의 성장률**을 보이고 있습니다.

[Segments of the Commerce Market]

구분	커머스	라이브커머스	(SAM*)미디어 커머스
정의	국내 온라인 쇼핑 전체	플랫폼 방송 중 판매 (단순 유통 채널)	자사몰 기반 브랜드 판매 (HLB글로벌, 에이피알 등)
시장 단계	성숙기 (Maturity)	확장기 (Expansion)	도약기 (Take-off)
매출 규모	2023년	229조 원	약 3조 원
	2024년	242조 원	약 6조 원
	2025년 (전망)	~263조 원	~10조 원
연평균 성장	Low (5~9%)	High (30%+)	Middle-High (20%+)
Tier1그룹	쿠팡 네이버	네이버쇼핑라이브 카카오쇼핑라이브 그룹	에이피알 브랜드엑스
핵심 특징	성장 둔화 치킨 게임 종료 쿠팡 독주 체제	숏폼/라이브로 진화 중플랫폼 종속 심화 네이버/쇼핑라이브	영업이익률 가장 높음 글로벌 확장성 보유

Growth Trend: General Commerce vs Media Commerce (SAM) **+56.2%**



※ 두 시장의 성장 속도 차이를 알리기 위해, 2023년을 100으로 동일하게 설정하여 Slope 비교

※ 자료 출처 : goole gemini , 전자공시. Cretop

* SAM(Serviceable Available Market) :우리 회사의 비즈니스 모델과 제품으로 실제로 공략 가능한 시장의 규모

Core Competencies : The Winning Formula

아이디어가 아니라 **실행 결과로 성과를 창출하고 있으며 차별화된 경쟁력을 보유하고 있습니다.**

사업역량(Business Capability)

운영역량(Operational Capability)



HLB글로벌은 **단기 성장을 만드는 사업역량**과 **장기 확장을 지탱하는 운영역량**을 모두 내재화 했습니다

Innovation : Goba1 No.1 MediaCommerce Life-Style Platform

HBL글로벌의 AI도입은 미디어커머스 사업을 Cost 효율화 단계를 뛰어넘어 **Quality(매출의 질)의 혁신**으로 전환 할 것입니다.

Creative Revolution(제작효율화)

Decision Revolution (AI-Driven)

Traditional Process



Slow & High Cost (₩₩₩₩)
Time: Weeks

AI Creation



Fast & Low Cost (₩)
Time: Minutes

Predictive Merchandising

AI-Driven Decision Engine



AI decides what to sell before humans guess.

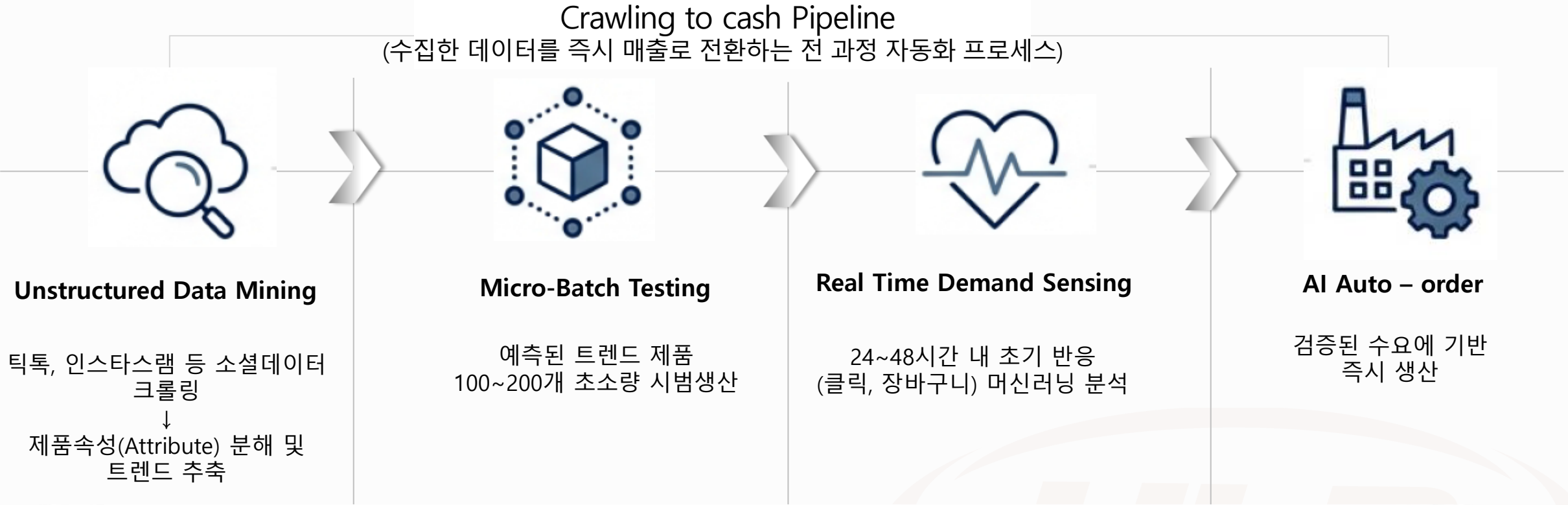
Innovation : Goba1 No.1 MediaCommerce Life-Style Platform

Paradigm shift : 리테일의 불확실성("감", intuition)을 기술("데이터", Data)로 시장을 장악하고자 합니다.

	現 미디어커머스 수준	HLB Global Model
Sourcing (기획/소싱)	인간의 "감"에 의존한 기획 높은 재고 리스크(High Risk)	AI 머천다이징(AI-Merchandising) 트렌드 예측을 통한 "실패없는 소싱"
Sale (판매)	마케팅 효율화에만 AI사용 인건비 부담(Labor Cost)	Hyper - Local AI Agent 24시간 라이브 커머스 & 인건비 절감
Product Reliability (제품신뢰도)	진입장벽이 낮은 일반 소비재 차별화 부재	HLB 그룹(바이오) DNA 그룹사 역량활용한 검증(Bio-Verified)
Future Value (미래가치)	단순 제품 판매 마진	Silver Care Data Pipeline 헬스케어 데이터 선점 및 플랫폼화

단순 유통기업이 아닌 데이터와 바이오 기술로 인류의 건강한 라이프 스타일을 설계하는 미래형 플랫폼으로 될 것입니다.

Strategy I: 우리는 재고를 쌓아두고 팔지 않습니다. AI가 팔릴 제품만 골라내어 먼저 팝니다



마케팅을 넘어 "무엇을 팔지" 결정하고 **재고 Zero**화를 통해 **영업이익율이 극대화를 추진할 것**입니다.

Strategy II: 모든 고객은 자신에게 최적화된 최고의 서비스를 경험하게 될 것입니다.

Hyper – Personalization 2.0

추천을 넘어선 '에이전트 커머스'
(Agentic Commerce)

비용없는 글로벌 무한 확장/국경없는 AI 무역상사
(Global Expansion)



Generative UX

고객데이터(MBTI, 라이프 스타일)에 맞춰 상세페이지 이미지와 카피 실시간 생성



Conversational Commerce

단순 챗봇이 아닌 LLM기반 맞춤형 솔루션 (수면, 통증 케어 등 제안)



구매 전환율(CVR) 2배이상 상승 및 고객 체류 시간 증대 및 글로벌은 무인 판매 가능 시스템을 구축하겠습니다.

Strategy III: 누구도 모방할 수 없는 HLB BIO DNA와 결합하여 "신뢰" 를 기반으로 최고의 제품을 제공합니다.

Vertical Category killer

Bio-Verified Standard

The HLB Standard

그룹사 R&D역량을 통한 철저한 검증
내몸에 닿거나 먹는제품(뷰티, 건기식, 디바이스) 에 대한 엄
격한 기준

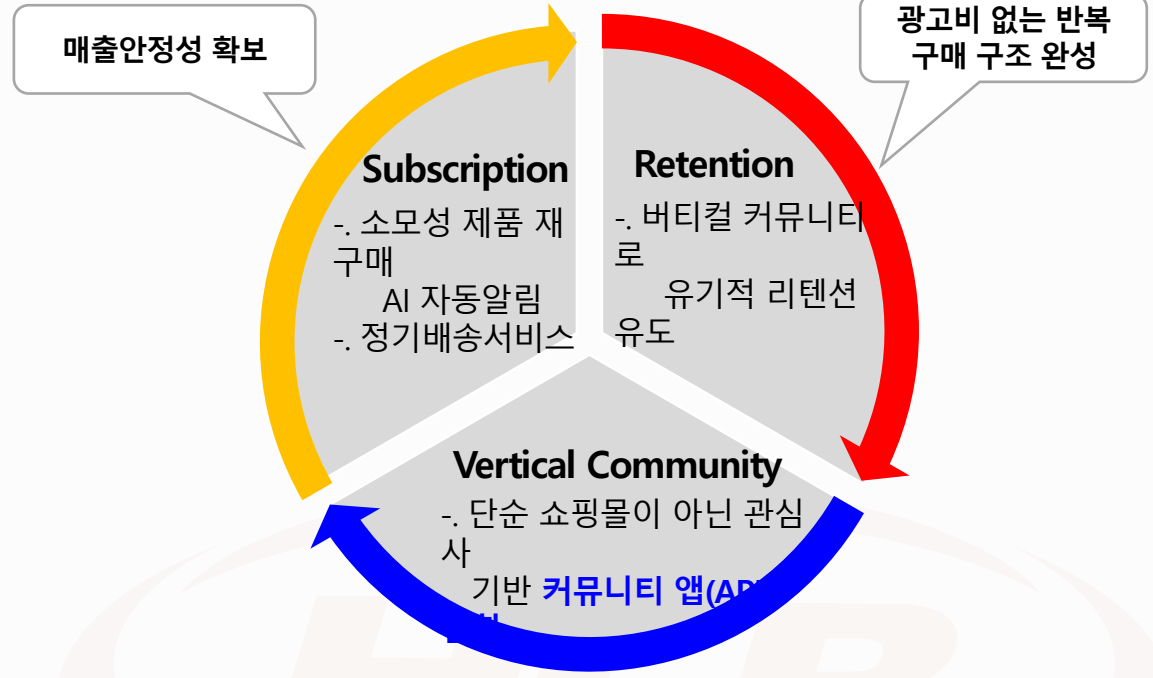


단순화장품이 아닌
성분검증이 완료된 뷰티솔류
션



건강한 공학적/의학적 매커니
즘이 적용된 디바이스
바이오/의료분야의 전문가가
효능을 검증한 원료로 배합한
건기식

팬덤 기반의 Lock - in



'저가 경쟁이 아닌 '인증된 효능으로', 단발성 구매를 반복 구매로 전환하여 충성고객을 확보하겠습니다.

Strategy IV: AI기반의 미디어커머스 확장 + HLB그룹 바이오 데이터를 기반으로 헬스케어 사업을 리딩 하겠습니다.



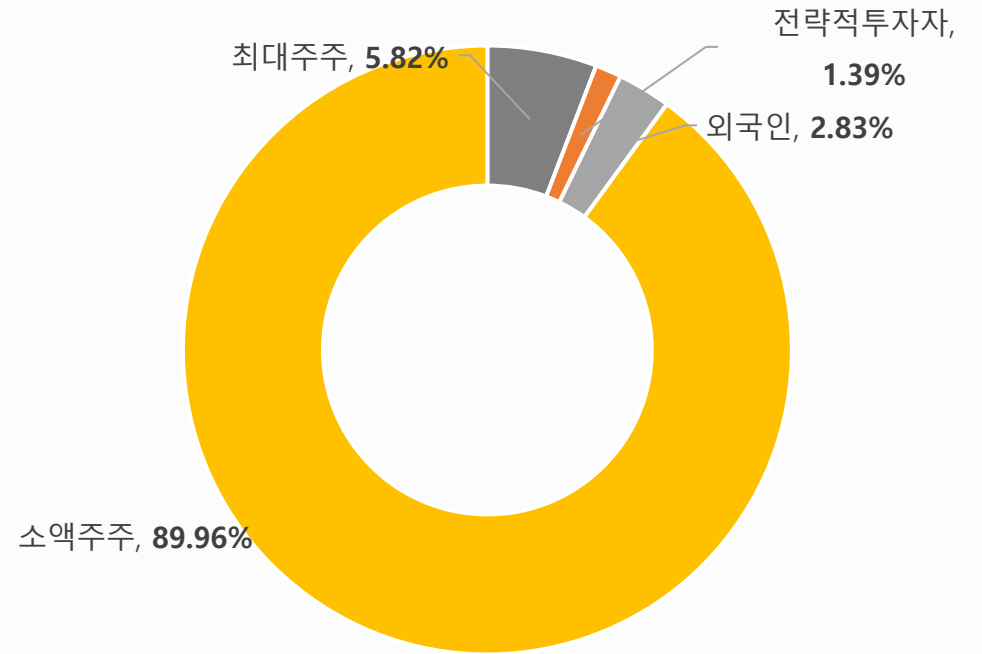
데이터 기반의 개인 맞춤형 웰니스 솔루션을 제공하는 라이프 스타일 글로벌 플랫폼으로 도약하겠습니다.

Appendix



회사명	HLB글로벌 주식회사 (HLB GLOBAL Co., Ltd.)
그룹명	HLB
대표이사	김 광 재
설립일	1962.09.24 (1990.03.23 상장)
최대주주	진양곤
주요사업	<ul style="list-style-type: none"> 1. 미디어커머스 2. 식품 가공(음료, 잼시럽), 화장품, 패션잡화 3. 디지털 헬스케어 4. 수입 유통
소재지	(본점) 강원도 정선군 사북읍 소금강로 3583-1, 1층 101호
홈페이지	www.hlbglobal.co.kr

지분구조



사업규모

[단위: 억원], 기준일: 25년 말

자산	1,174	매출액	1,003
부채	419	영업손익	-99
자본	755	당기순이익	-89
시총	1,175	임직원 수	170명

1962 “원동탄좌개발(주)” 설립

- 1963 “동원탄좌개발(주)”로 사명 변경
- 1990 유가증권시장 상장
- 1992 해외유전 사업 진출(아르헨티나, 볼리비아)
“(주)동원”으로 사명 변경
- 2002 금광개발 사업 진출(볼리비아)
- 2003 바다모래 채취사업 진출(금단공업 인수)

2022 “HLB글로벌 주식회사” 로 사명 변경

- 2023 미디어커머스 사업 진출(티아이코퍼레이션 인수)
- 2024 바이오 사업 확장(바라바이오 인수)



단위: 백만

요약 재무상태표

구분	2023	2024	2025
유동자산	33,331	49,459	45,038
비유동자산	76,774	86,459	71,318
매각예정비유동자산			1,000
자산총계	110,105	135,919	117,356
유동부채	43,566	37,292	37,618
비유동부채	14,591	3,561	4,089
매각예정부채			145
부채 총계	58,157	40,854	41,852
자본금	21,190	24,386	25,332
기타자본구성요소	41,986	35,857	8,094
이익잉여금(결손)	-126,223	-129,562	38,056
자본총계	51,948	95,065	75,505
부채 및 자본총계	110,105	135,919	117,356

요약 손익계산서

구분	2023	2024	2025
매출	73,718	92,943	100,286
매출원가	35,757	40,687	47,416
매출총이익	37,962	52,256	52,870
판관비	48,107	54,505	62,752
영업이익(손실)	-10,145	-2,249	-9,883
법인세차감전순이익(손실)	-23,618	-8,117	-2,881
법인세수익(비용)	-725	-600	1,785
당기순이익	-25,660	-9,007	-8,909

단위: 백만

요약 재무상태표

구분	2023	2024	2025
유동자산	19,612	29,047	25,292
비유동자산	80,586	92,583	75,879
매각예정비유동자산			1,000
자산총계	100,199	121,630	102,172
유동부채	36,115	30,977	28,634
비유동부채	13,058	1,075	2,207
매각예정부채			145
부채 총계	49,174	32,052	30,986
자본금	21,190	24,386	25,332
기타자본구성요소	52,838	47,276	19,514
이익잉여금(결손)	-134,766	-142,836	24,025
자본총계	51,025	89,578	71,186
부채 및 자본총계	100,199	121,630	102,172

요약 손익계산서

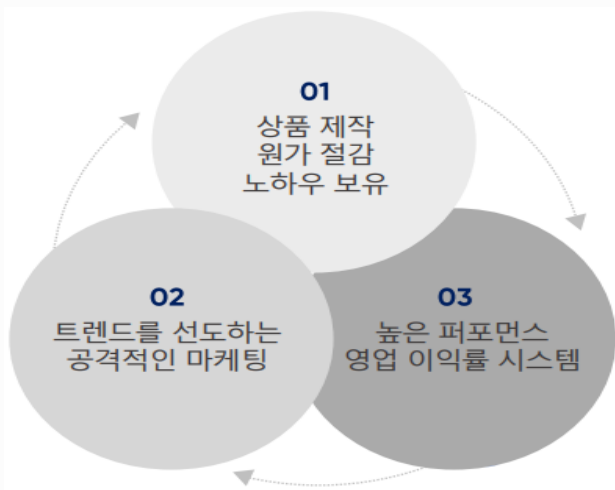
구분	2023	2024	2025
매출	23,719	61,675	60,084
매출원가	5,911	15,919	16,776
매출총이익	17,808	45,756	43,308
판관비	19,352	43,632	48,517
영업이익(손실)	-1,544	2,124	-5,209
법인세차감전순이익(손실)	-25,921	-12,007	-1,758
법인세수익(비용)	-969	-617	1,637
당기순이익	-27,720	-12,880	-7,638

미디어커머스 동종업계 비교(현재)

구분	HLB글로벌	B社	M社	B社	E社
핵심전략	브랜드 육성과 글로벌 확장	파트너십 & 애그리게이터 브랜드 인수	글로벌 플랫폼 & 패션	데이터 기반 인큐베이팅	트렌드 리딩 D2C
성장 배경	유망 커머스 기업 인수	수익 공유(R/S) 모델	패션 브랜드의 연합 및 일본 플랫폼 진출	철저한 고객 데이터를 통한 자체 기획	소비자의 불편을 해소하는 빠른 제품 출시
주요 브랜드	스파알(마사지기) 카뎀(차량용품)	브랜드(여행) 이퀄베리(뷰티)	마하그리드(패션) 누구(NUGU)(플랫폼)	라비킷(유아/리빙) 에르고바디(체형)	웰릿(건기식) 클리너리(리빙)
특이 사항	바이오 그룹(HLB) 계열사 로 프리미엄 라이프스타일 커 머스 고마진의 건기식 사업 진 입 헬스케어/실버 분야 확장	마케팅 역량을 현물로 투자해 지분을 확보하는 방식	'패션' 카테고리에서 압도적 영향력 보유	외부 브랜드 인수보다 내부 육성에 집중	하루의 끝(23:59)까지 함께한다는 라이프스타일 철학

사업 운영 프로세스

기획된 제품을 자사브랜드로 개발하고 차별화된 가치를 제공하는 프로세스를 운영하고 있습니다.



국내최대

1500만 파워트래픽채널제휴

▶ AI 기반 만성질환 예측, 관리

- 대규모 의료기관 네트워크의 코호트 DATA와 AI를 기반으로 당뇨병 합병증 예측 등 만성질환 발생을 예측하고, 진단기기, 라이프로그를 바탕으로 한 초개인화된 당뇨/만성질환 관리 플랫폼을 제공

만성질환 발생 예측

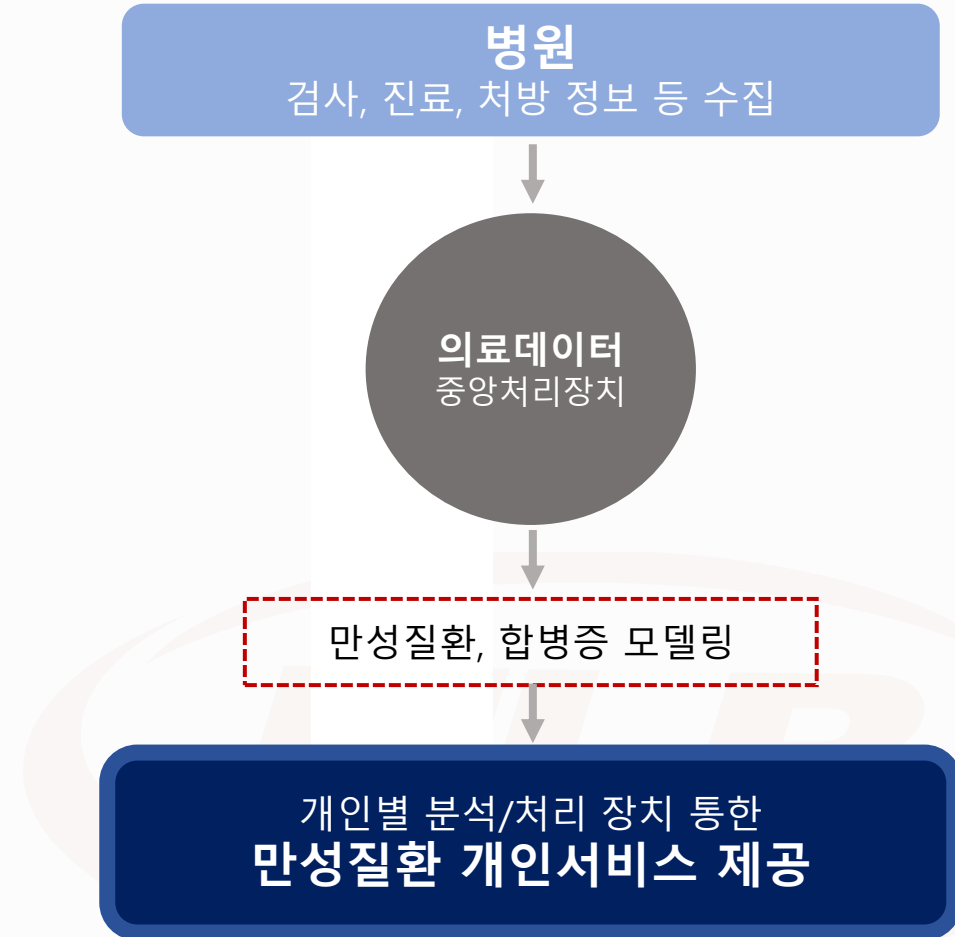
당뇨병 6대 합병증 예측 모델

개인 라이프 스타일에 따른 맞춤형 당뇨관리 솔루션 제공

만성질환 병원 EMR DATA 연계 관리 모델



▶ 맞춤형 헬스케어 서비스





에이치엘비글로벌

Thank you

주소

서울특별시 강남구 논현로 662, 2층

연락처

Tel: +82-2-6925-4450

웹사이트

www.hlbglobal.co.kr