



Investor Relations 2021.1Q Vol.1

CLIO COSMETICS

NO.1 Practical Professional
Makeup Brand

본 자료는 참고용으로 제작되었으며, 제시된 정보에 중대한 영향을 미칠 수 있는 사건이나 회계 기준의 변경 등에 의해 수정될 수 있습니다. 또한 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 검토과정에서 변경될 수 있습니다.

01_2021년 1분기 성과 요약

매출액 579억원 (YoY 15% ↓, QoQ 15% ↑), 영업이익 20억원 (YoY 41% ↓, QoQ 흑자전환)

“글로벌 온라인 채널 분기 최고 실적 달성(150억원, YoY 120% ↑)”

유통별 매출 및 영업이익

(단위: 백만원)

구 분	2020년 1분기	2020년 4분기	2021년 1분기	비중	QoQ(%)	YoY(%)
매출액	67,765	50,218	57,915	100%	15%	-15%
클럽클리오	9,289	4,009	2,205	4%	-45%	-76%
H&B	16,811	12,839	14,561	25%	13%	-13%
온라인	18,229	15,812	21,276	37%	35%	17%
면세	7,829	6,885	8,071	14%	17%	3%
도매수출	4,966	1,403	1,618	3%	15%	-67%
홈쇼핑	1,646	1,114	881	2%	-21%	-46%
글로벌	8,994	8,169	9,303	16%	14%	3%
↳ 상해법인	1,774	4,591	3,230	6%	-30%	82%
매출원가	32,693	25,913	31,081	54%	20%	-5%
매출총이익	35,072	24,306	26,833	46%	10%	-23%
판매·관리비	31,603	25,612	24,790	43%	-3%	-22%
영업이익	3,469	-1,306	2,043	4%	흑자전환	-41%
당기순이익	3,874	-1,042	2,239	4%	흑자전환	-42%

02_유통 채널 및 브랜드 성과

브랜드

(단위: 백만원)

구 분	2020년 1분기	2020년 4분기	2021년 1분기	QoQ(%)	YoY(%)
클리오	44,893	30,697	36,715	20%	-18%
페리페라	11,029	7,338	7,638	4%	-31%
구달	9,885	9,345	9,719	4%	-2%
더마토리	1,170	1,897	2,101	11%	80%
힐링버드	259	341	721	111%	178%
인디브랜드	529	600	997	63%	85%

브랜드	증감사유
클리오	쿠션 및 립카테고리 매출 감소로 전년동기 매출은 감소했으나 마스크라 (킬래쉬 수퍼프루프 마스크라) 및 아이라이너 (킬래쉬 수퍼프루프 브러쉬 라이너) 제품의 매출 성장
페리페라	전년동기 대비 틴트 카테고리 매출은 감소했으나 팔레트 라인(올테이크무드팔레트)과 톤업 크림 매출(밀크블러톤업크림) 확대
구달	청굴비타C 토너 패드 및 어성초에센스 등 핵심 카테고리 매출 증가
더마토리	앰플샷 라인의 H&B 채널 확대 진출로 매출 증가
힐링버드	울트라 프로틴 라인의 H&B채널 신규 진출로 매출 증가
인디브랜드	A black 팔레트 라인 출시와 트윙클팝 글리터 제품의 온라인 매출 확대

유통채널

(단위: 백만원)

구 분	2020년 1분기	2020년 4분기	2021년 1분기	QoQ(%)	YoY(%)
클럽클리오	9,289	4,009	2,205	-45%	-76%
H&B	16,811	12,839	14,561	13%	-13%
온라인	18,229	15,812	21,276	35%	17%
면세	7,829	6,885	8,071	17%	3%
도매수출	4,966	1,403	1,618	15%	-67%
홈쇼핑	1,646	1,114	881	-21%	-46%
글로벌	8,994	8,169	9,303	14%	3%
상해법인	1,774	4,591	3,230	-30%	82%

유통채널	증감사유
클럽클리오	비손익 매장 추가 철수로 매출 감소 (2020년 12월: 48개 → 2021년 1분기: 38개)
H&B	힐링버드 올리브영 매장 신규 입점 및 S/S 캠페인 진행으로 전분기 대비 매출 증가
온라인	중국, 일본, 미국을 중심으로 글로벌 디지털 채널의 높은 성장, 매출 자사몰 최고 실적 달성
면세	효율적인 채널 운용 및 도매 거래선 다변화로 전년 동기 대비 실적 증가 및 영업이익 개선
도매수출	가격 관리 정책의 일환으로 보수적 채널 운영, 에이블랙 채널 신규 진출로 전분기 대비 매출 증가
홈쇼핑	1분기 업황 악화에 따른 방송 횟수 감소로 전년 동기 대비 실적 감소
글로벌	일본 오프라인 채널 입점확대로 전분기 대비 실적 개선
상해법인	페리페라 틴트 카테고리 제품의 온라인 매출 확대