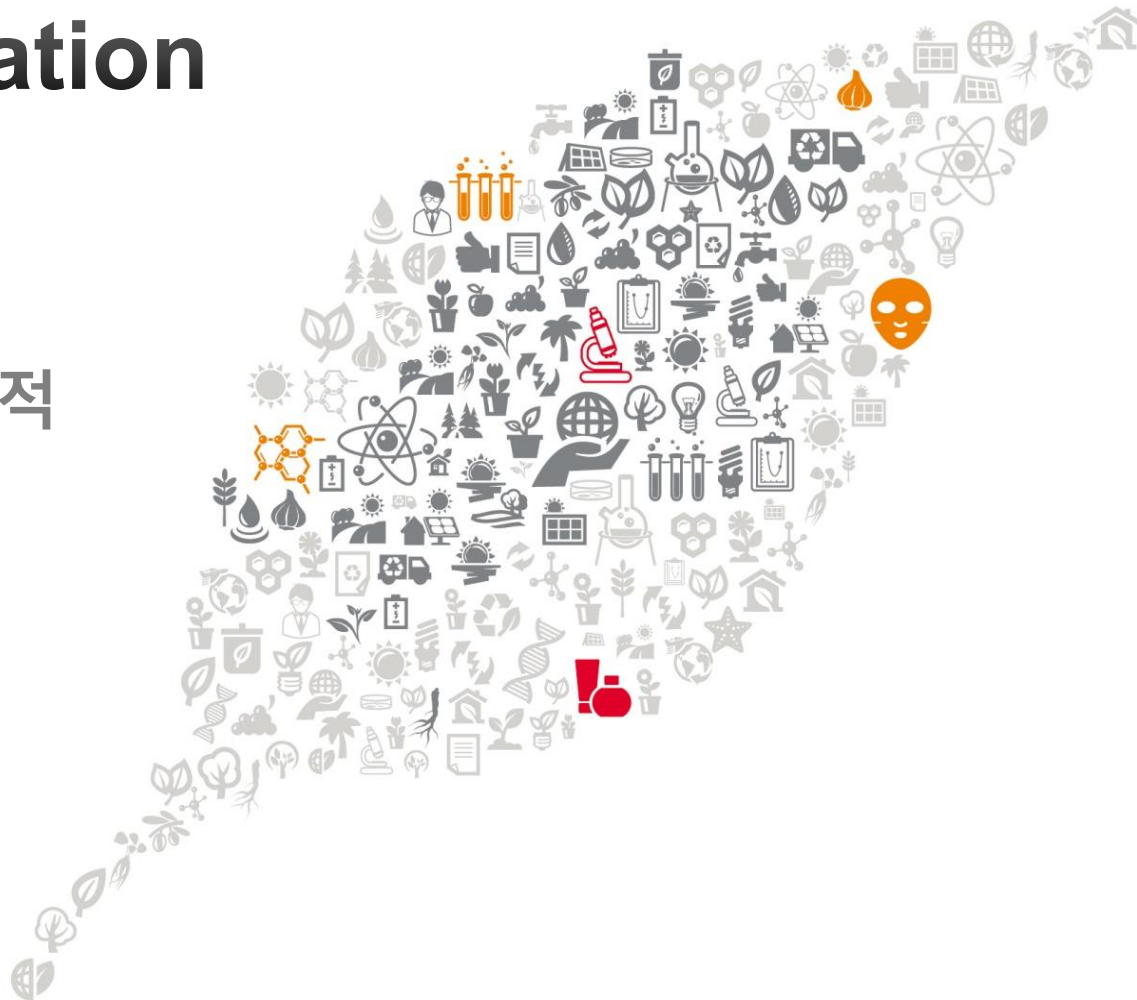




Investors Relation

Nov. 2019

2019년 3분기 경영실적



본 자료는 회사의 영업활동에 대한 이해증진을 위해 SK바이오랜드 이하 “회사”에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

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 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)

본 자료는 기업 비밀이 포함된 자료로서 무단 복제 및 배포를 삼가하여 주시기 바랍니다.

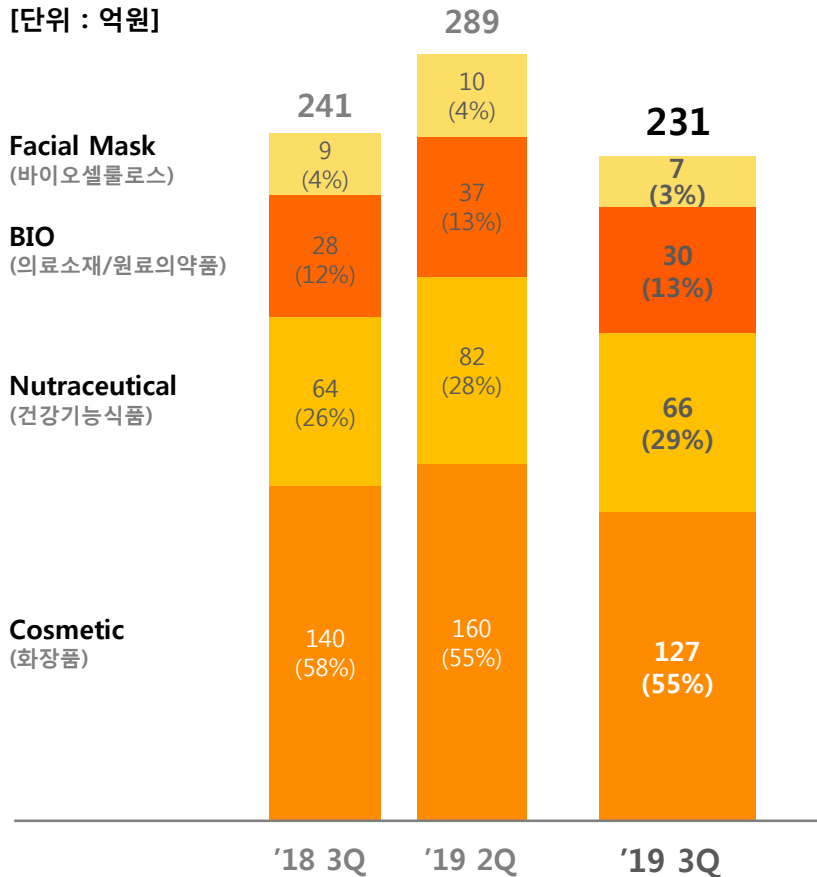
01 | 2019년 3분기 경영실적

연결 매출손익

- 中 화장품 산업 성장세 둔화로 인해 전년동기 대비 중국법인 및 중국 向 수출 매출 감소
- 성장 전략 실행에 따른 투자 비용 증가로 일시적 손익 감소

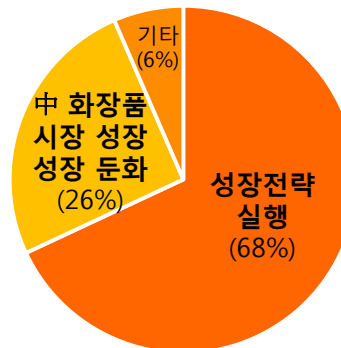
매출

[단위 : 억원]



[단위 : 억원, %]	'18 3Q	'19 2Q	'19 3Q	YoY	QoQ
매출액	241	289	231	△4%	△20%
영업이익	40	34	23	△43%	△32%
세전이익	39	28	18	△54%	△36%
당기순이익	28	21	11	△61%	△48%

전년比 영업이익 감소 요인



- ✓ 중국 화장품 시장 성장세 둔화
 - 시장환경 변화로 인한 매출 감소 (미중무역분쟁, 전자상거래법)
 - 中 화장품 시장 재편 中 (다수의 도산기업 발생, 채권 관리 중요성 高)
- ✓ 성장 전략 실행
 - 건기식/마스크팩 브랜드 Biz. 초기 투자
 - Bio-Medical 해외인증 및 신제품 개발비용

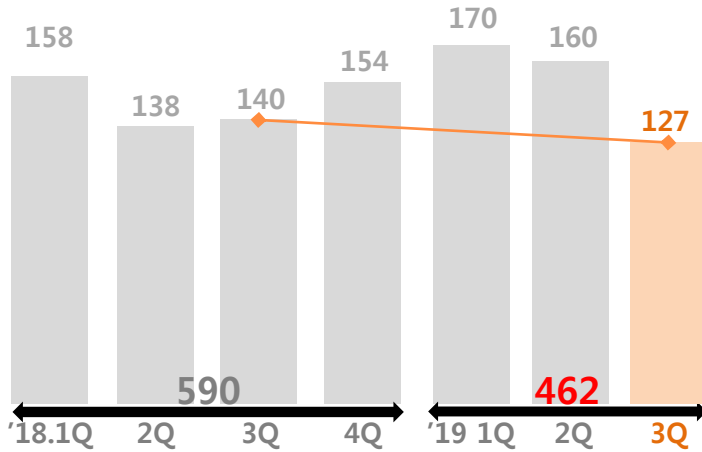
사업부문별 실적/전망(1)

매출 추이

[단위 : 억원]

1

화장품
소재



실적 및 전망

2019년 3Q 실적

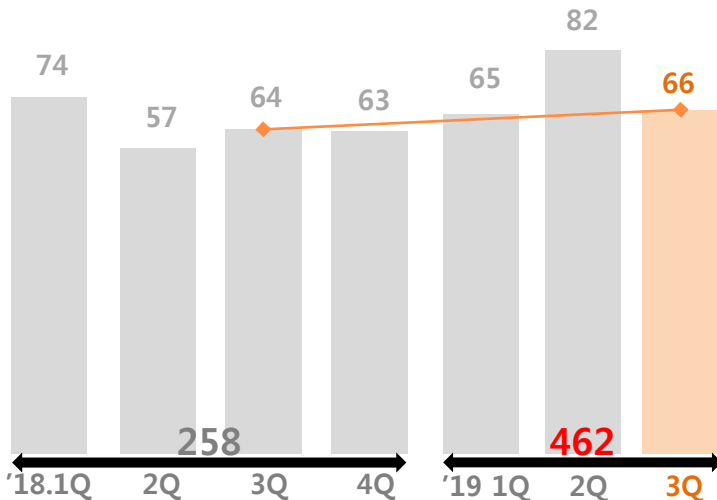
- 내수 회복세 지연으로 인한 매출 감소 (YoY Δ 4%)
- 중국 向 수출 감소 (YoY Δ 11%, 美·中 무역분쟁 여파로 경기 둔화)
: 일본, 유럽으로 전략 Market Switching을 통한 Risk 관리 中
(3Q 누적 수출 실적 : 일본 +38%, 유럽 +52%)

2019년 4Q 전망

- 국내 화장품 시장 성수기 돌입에 따른 매출 확대로 실적 개선 기대 ✓
- 주요 고객사 협력 강화 : 공동연구 개발 신제품 Early Launching 등
- 일본, 유럽 向 수출 확대 지속 전망

2

건강기능식품
소재



2019년 3Q 실적

- 완제품 시장 빠른 Trend 변화, 외부소재 도입효과 확보(새싹류 등 9종)
- 브랜드 사업 Sales Channel 확대를 위한 투자 강화
: 17개 백화점/면세점 입점, 온라인 플랫폼 입점, SNS 마케팅(Youtube)

2019년 4Q 전망

- 시장과 고객 Needs를 반영한 신규 소재 개발 및 제품화 Speed-up
- 개별인정형 소재 식약처 심사 절차 진행 중(여성갱년기 개선)
- 완제품 브랜드 Biz. 마케팅 확대에 따른 외형성장 및 수익 안정화 기대 ✓

사업부문별 실적/전망(2)

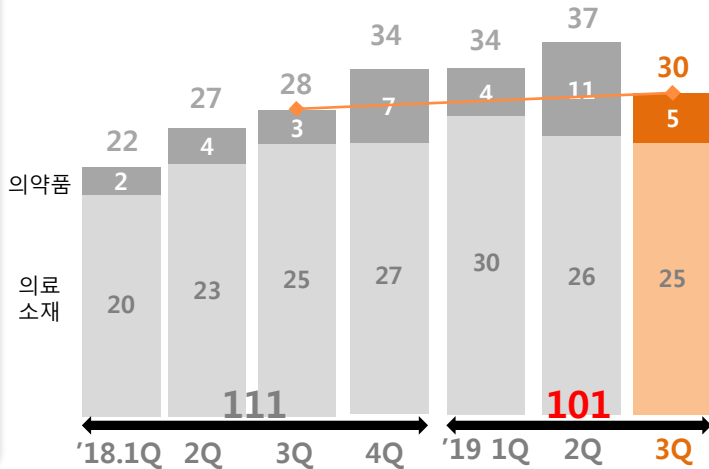
매출 추이 [단위 : 억원]

[단위 : 억원]

실적 및 전망

3

Bio



2019년 3Q 실적

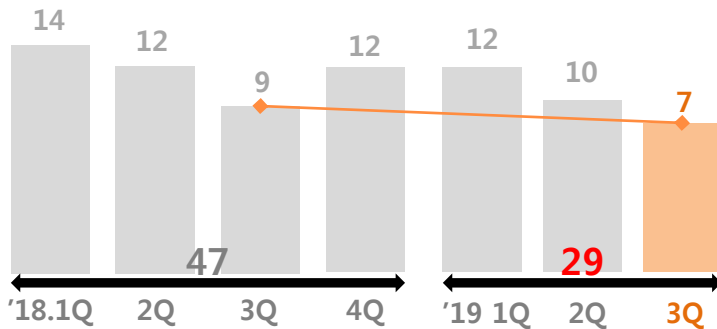
- 콜라겐 의료소재 안정적인 매출 성장세 유지
 - : 치과/외과용 창상피복재 지속 성장 中
 - : 전략제품 및 신제품 런치 Speed-up
- 원료의약품 → 동아제약 소화위장개선 신규 소재 실적 반영

2019년 4Q 전망

- 치과용 콜라겐 소재 지속적인 해외 매출 확대 전망 ✓
 - : CE, CFDA 인증 外 추가 해외 인증 확보를 통한 지속적인 Globalization
- 최근 라니티딘 발암물질 Issue로 원료의약품 반사이익 기대

4

마스크팩



2019년 3Q 실적

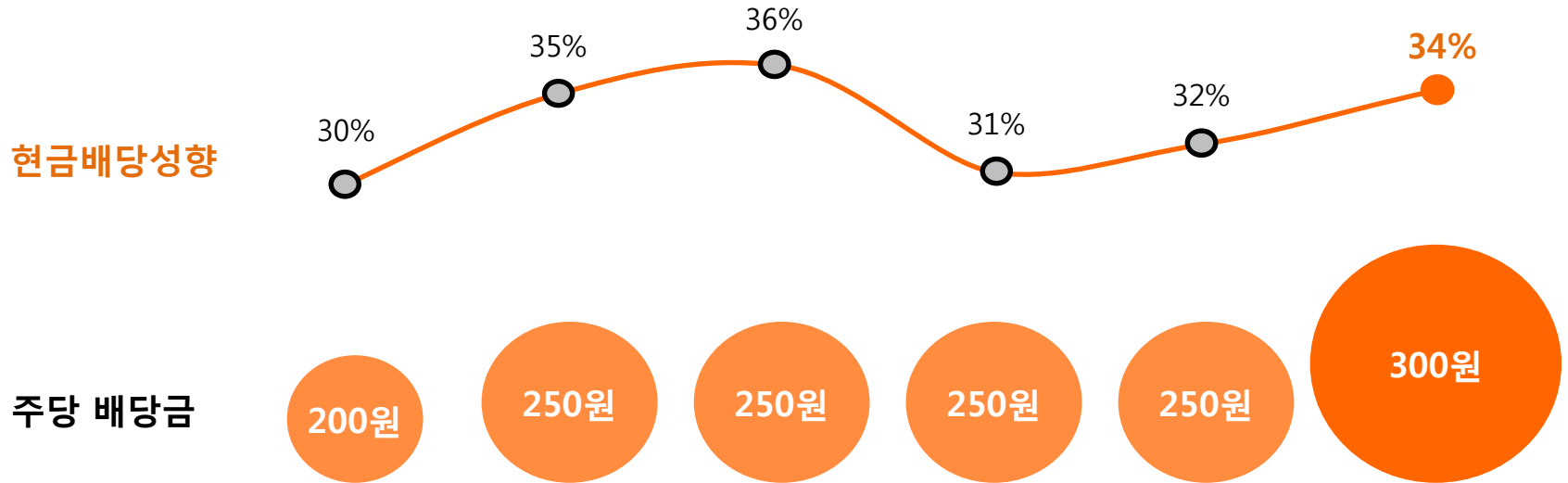
- 주요 고객사 판매채널 회복세 둔화로 매출 부진
- 프리미엄 브랜드 "리바이리(ReXRe)" 런칭
 - : '바이오파밍 마스크' 5종 & '미네랄 앰플' 5종 출시
 - : 온/오프라인 프로모션 진행 중

2019년 4Q 전망

- 中 마스크팩 공장 생산 안정화 마무리, 내년 初 본격 상업화
- '리바이리' 브랜드 판매 채널 확대 및 프로모션 강화 ✓
 - : 韓 프리미엄 브랜드 Ref. 구축 → 中 시장 진출 기반 확보

배당에 관한 사항

- 2019년에도 지속적이고, 안정적 배당금 지급을 통해 사회적 요구에 부합하는 주주환원 정책 유지 계획 (현금배당성향 30% ↑)



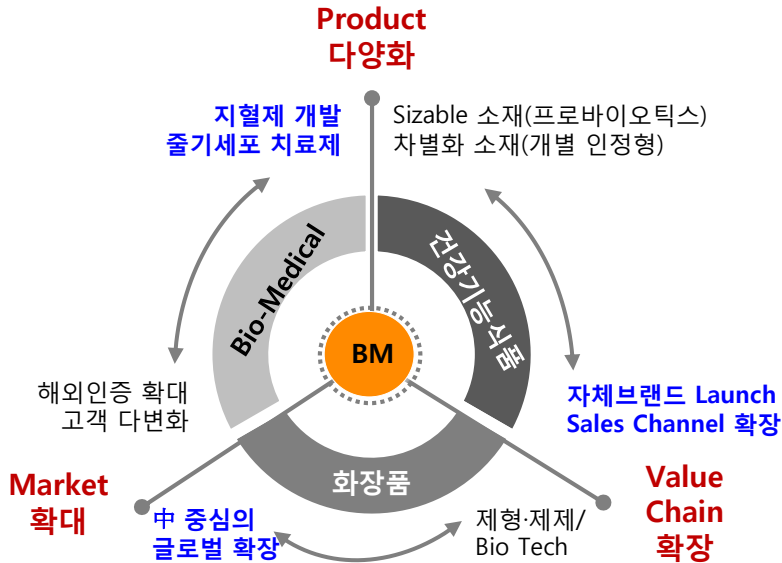
[단위 : 억원]	2013	2014	2015	2016	2017	2018
배당총액	30	38	38	38	38	45
(연결)당기순이익	97	106	108	124	120	150
(별도)당기순이익	100	108	107	121	118	136

02 | '19년 주요성과 및 '20년 경영계획

'19년 주요성과 및 '20년 경영계획

- '19년 주요성과 : 성장 전략 실행을 통한 Jump-up 기반 마련 / 3Q 누적 기준 전년比 외형 성장
- '20년 경영계획 : 선택과 집중을 통한 성장 전략 우선순위 설정, 실행력 강화 통한 성과 본격화

'19년 성장 전략 실행



성과

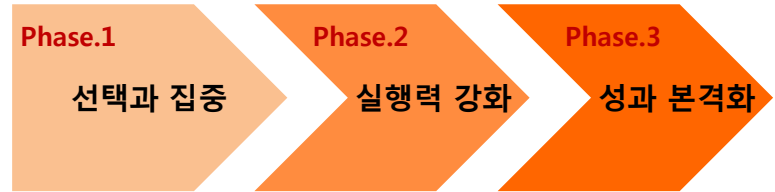
국내/중국 화장품 시장 침체 불구, 전년比 3Q누적 매출 성장 (7.8% ↑)

의료소재 해외 인증 효과 본격화 (3Q누적 수출 62% ↑)

중국 중심의 Global 확장 기반 구축 (마스크팩/소재공장)

'20년 경영계획

1. 기존 성장 전략 과제 Review 및 방향성 설정



2. Action Plan(중점과제)

중 투자 성과 창출

- 최우선 과제
- 신규 공장(마스크팩/소재) 본궤도 입성

기존 소재 Biz 강화

- 핵심 고객사(韓·中) 공동 연구과제 확대
- New Trend(프로바이오틱스) 소재 개발 및 사업화
 - : 장 Microbiome & 피부 Microbiome
 - : 제주용암해수 프로바이오틱스 개발
- 신규 개별인정형 소재 사업화 (면역개선, 무릎관절, 다이어트 등)
- 韓·中 Site Optimization (中 공장활용도 ↑, 경쟁력 확보)

사업성 Review

- Brand 사업 Item Line-Up 확대 및 채널 안정화
- Bio-Medical 사업 확대/강화 (즐기세포, 지혈제 등)



Thank you!



Appendix

프리미엄 마스크팩 브랜드 '리바이리(ReXRe)' 런칭

- 프리미엄 브랜드 '리바이리(ReXRe)' 런칭, 마스크팩 완제품 시장 진출
- '바이오파밍 마스크' 5종 및 '미네랄앰플' 5종 출시, 다양한 Concept의 Promotion 진행 中

리바이리(ReXRe) 제품

바이오 파밍 마스크



- 유효성분을 머금은 자가증식 배양시트
- OEKO-TEX 1등급의 저자극
- 콤팩트 배양액 80%의 에센스

미네랄 앰플



- 체내 합성 어려운 필수 미네랄 영양 함유
- 신개념 뿌리는 앰플로 피부 침투(No 자극)
- 스킨케어 시작과 마지막 수분/영양 부스팅

Promotion

On-Line

① SNS 활용

- 블로그 노출 100여건/월
- 인스타그램/페이스북 핫 아이템



[블로그]

[인스타그램]

② 커뮤니티 활용

- 구매 후기 및 체험단 운영
- Youtube 15만뷰/월



[유튜브]

Off-Line

① 시코르 팝업스토어 (@코엑스)



② KPGA 홍보부스 (@제주)



③ EDGC 웰니스센터 (@강남미즈메디)



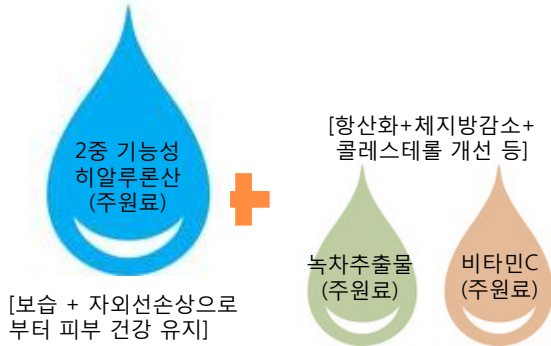
※ 프리미엄 브랜드 Ref. 확보를 위해 전문 에스테틱 입점

이너뷰티 건강기능식품 '히알루론에이지' 런칭

- '19년 6월 이너뷰티 제품 '히알루론에이지' 런칭, 건강기능식품 완제품 시장 진출
- 홈쇼핑, PPL, 온/오프라인 판매 채널 확장 진행 중

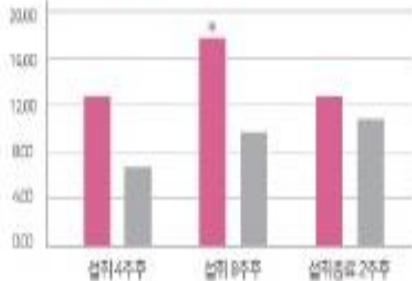
히알루론에이지

강점 1 국내 최초 식약처가 인정 2중 기능성 히알루론산에 녹차추출물,비타민C 등을 더해 8중 복합기능성

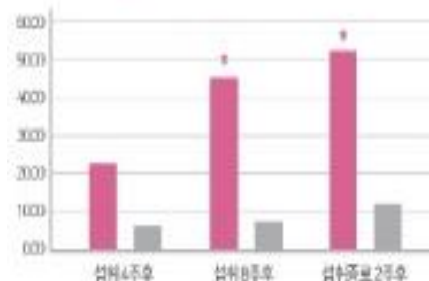


강점 2 인체적용시험결과, 하루 4알로 8주만에 개선효과 확인

보습개선



주름개선



Promotion

On-Line

- 히알루론에이지 전용몰 오픈
- 온라인 유통채널 입점 (11번가, 쿠팡 등)
- SNS, Youtube 활용 홍보 강화



Off-Line

- 백화점 입점 (롯데, 신세계, 갤러리아 등)
- 면세점 입점 (롯데 소공/잠실 등)



[면세점]

홈쇼핑/ T-Commerce

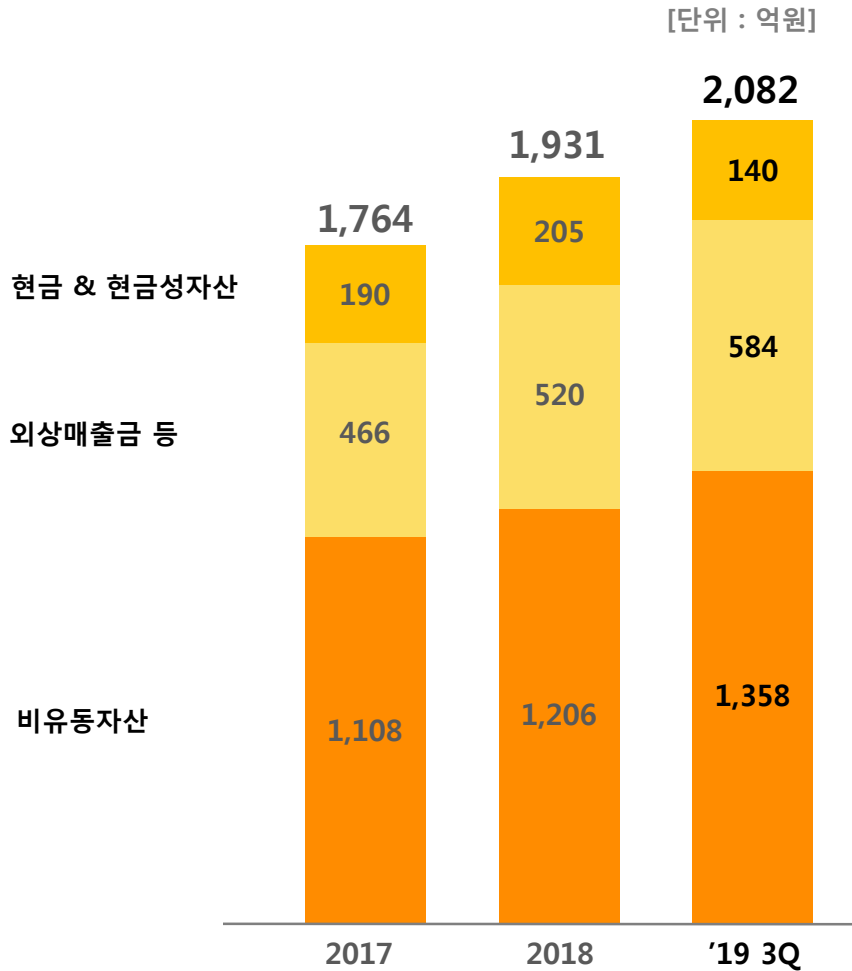
- 현대홈쇼핑 런치, NS홈쇼핑/W홈쇼핑 확장
- T-Commerce 동시 진행 (CJ 등)

H&B

- H&B샵 입점 검토중 (올리브영, 룩스 등)

연결 재무상태

자산



자본 & 부채

