

d'Alba
p i e d m o n t

Global No.1 Pioneer of the
Premium Beauty Lifestyle

2026.2Q Results

INVESTOR RELATIONS



DISCLAIMER

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

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 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며, 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로, 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 별도의 고지 없이 변경될 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 문서는 주식의 모집 또는 매출, 매매 및 청약을 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고(단, 출처표시 필수), 회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

1 Key Highlight

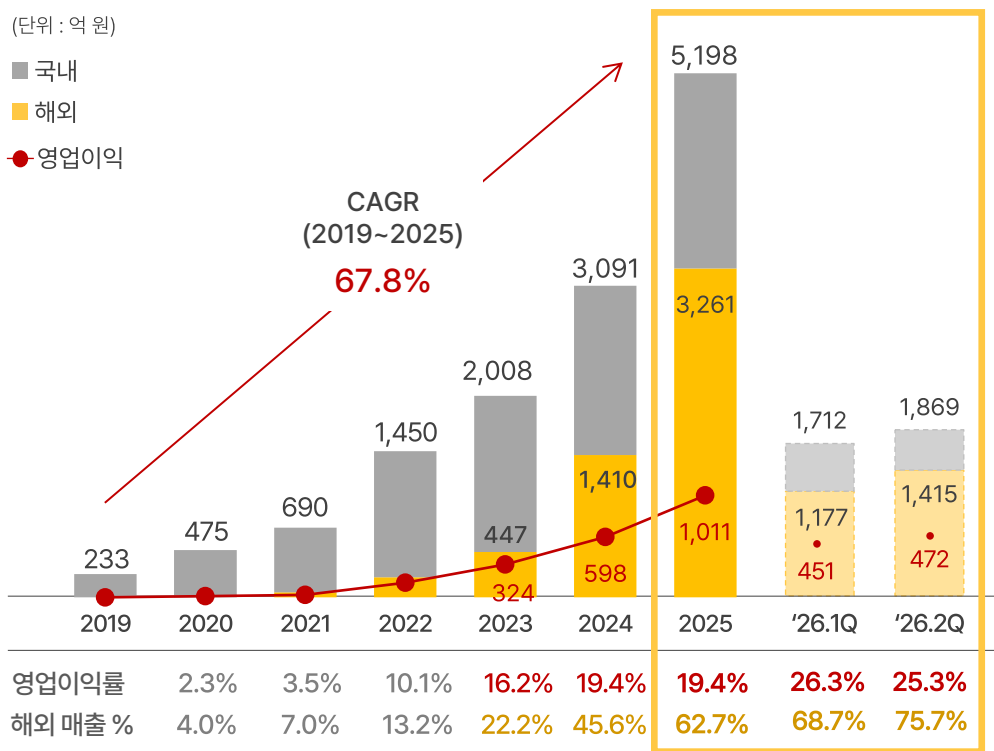
당사의 '26.2Q 매출은 1,869억 원으로 전년 동기 대비 46% 성장했으며, 영업이익은 472억 원으로 전년 동기 대비 62% 증가했습니다. 또한 '26년 2Q 해외 매출은 전년 동기 대비 74% 성장하며 전사 매출 비중 76%를 기록했습니다.



달바글로벌 전사 매출 및 영업이익 추이

(단위 : 억 원)

■ 국내
■ 해외
● 영업이익



- 1,869
억원
역대 최대 분기 매출
- 472
억원
역대 최대 분기 영업이익
- 76%
역대 최대 분기 해외 매출 비중
- 38Q
38분기 연속 YoY 매출 성장

2 '26.2Q Income Statements

'26.2Q 매출원가율은 YoY 0.7%p 증가한 23.2%, 판관비율은 약 3.2%p 감소한 51.5%로 집계되었습니다. 영업이익률은 전년동기 대비 2.5%p 증가한 25.3%를 기록하였습니다.

(단위: 억 원)

Items	'25.2Q		'26.1Q		'26.2Q				Memo
		Sales %		Sales %		Sales %	QoQ	YoY	
Revenue	1,284	100%	1,712	100%	1,869	100%	9%	46%	
COGS	289	22%	397	23%	434	23%	9%	50%	
Gross Profit	995	78%	1,315	77%	1,435	77%	9%	44%	
SG&A	703	55%	864	50%	962	52%	11%	37%	
Salaries and Wages	29	2%	41	2%	50	3%	22%	71%	'25.2Q 174명 → '26.2Q 250명으로 증가
Freight Charges	137	11%	201	12%	228	12%	13%	66%	미국 관세 환급금 차감분 약 20억원 반영
Sales Commissions	178	14%	247	14%	260	14%	5%	46%	
Marketing Expenses	278	22%	286	17%	329	18%	15%	18%	규모의경제 및 마케팅 효율화로 YoY -4%p 기록
Others	80	6%	89	5%	96	5%	7%	20%	
Operating Profit	292	23%	451	26%	472	25%	5%	62%	
Net Profit	198	15%	363	21%	381	20%	5%	92%	

3 '26.2Q Key Growth Drivers

복수 SKU 아마존 상위권 랭크인 가시화, 틱톡샵 성장 가속화, 오프라인 채널 및 SKU 확장에 따라 '26.2Q 해외 B2C 매출은 YoY 82%, B2B 매출은 YoY 62% 성장했습니다.

(단위: 억원)		FY2025 랭킹	FY2025 월 평균 매출	'26.2Q 랭킹	'26.2Q 월 평균 매출
 amazon.com		<Top 100	36	<Top 100	60
 Qoo10		1st	34	1st	32
 amazon.es		1st	8	1st	48
 Shopee VN		1st	10	1st	24
 OZON		2nd	9	1st	9
 天猫		49th	3	28th	6

해외 온라인
채널 성장 가속화

■ '26.2Q 해외 B2C 채널 매출 YoY 약 82% 성장

- 북미 : 미국 아마존 YoY 96%, 캐나다 아마존 YoY 252% 성장
- 유럽 : 아마존 YoY 139%, 영국/독일 틱톡샵 QoQ 423% 성장
- 일본 : '26.1Q 수준의 랭킹 및 매출 유지
- 아세안 : 쇼피 YoY 103%, 틱톡샵 YoY 568% 성장
- 러시아 : 2Q 대형 캠페인 부재 1Q 대비 기저효과로 온라인 채널 YoY -26%
- 중화권 : 온라인 채널 YoY 101% 성장

(단위: 점포 수)	'25.2H	'26.1Q	'26.2Q
일본	3,770	4,561	5,040
북미	1,696	1,814	1,889
ASEAN	400	682	726
중국	91	518	883
러시아	51	274	434
유럽	60	212	635

오프라인
채널 확대

■ '26.2Q 해외 오프라인 매장 수 약 9,000개

- 일본 : '26.2Q 마츠모토 키요시, 이온몰 추가 입점 (614점)
- 중국 : '26.2Q KKV, SANFU, 컬러리스트 신규 입점 (503점)
- 미국 : '26.2Q 코스트코 추가 입점 (75점)
- 러시아 : '26.2Q 레뚜알/리브고셰/일데보떼 추가 입점 (180점)

"Glocalized"
브랜드 캠페인

'26.2Q





■ 글로벌 브랜드 마케팅을 통한 해외 매출 확대 기반 확보

- 일본 주요 바이어 및 인플루언서들과 하반기 8종 신제품 발표회 진행
- Cebu Tiktok shop 협업으로 아세안 6개국 KOL 참여 Sun 캠페인 진행
- 러시아 롯데호텔 테라스 브랜딩 행사 진행

4 권역별 매출

'26.2Q 해외 매출은 YoY 74% 성장하였습니다. 특히 북미, 유럽, 아세안 지역의 매출이 타 권역 대비 상대적으로 높은 성장률을 기록하였습니다.

'26.2Q 주요 권역별 매출

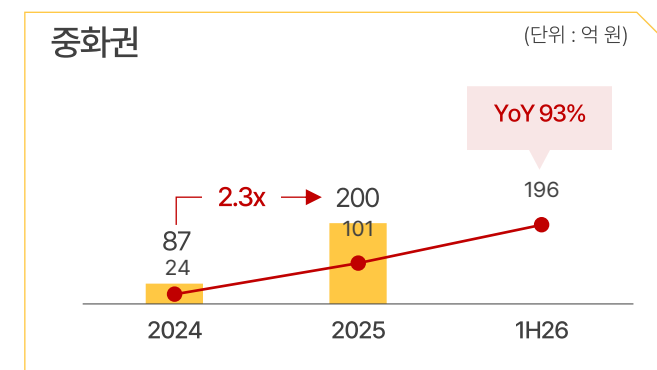
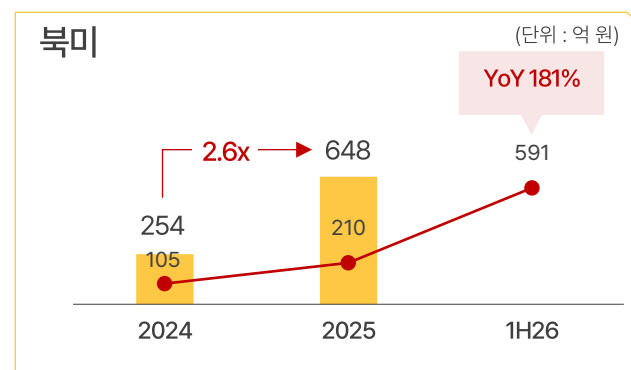
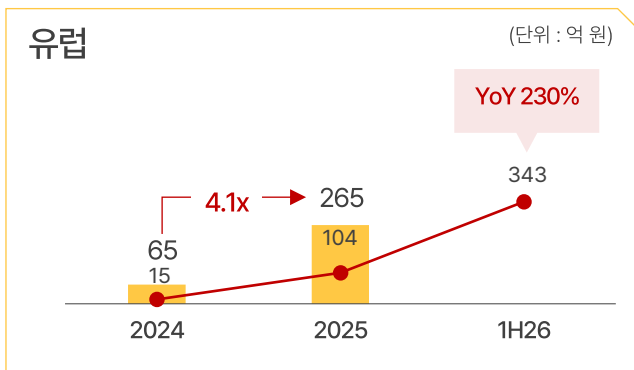
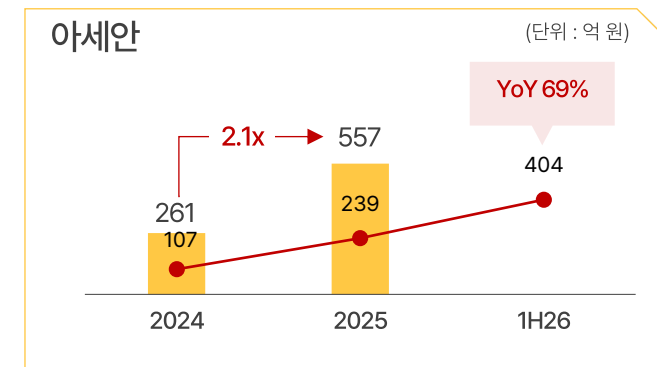
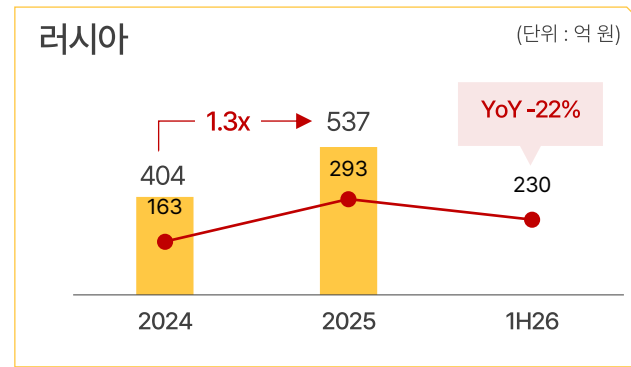
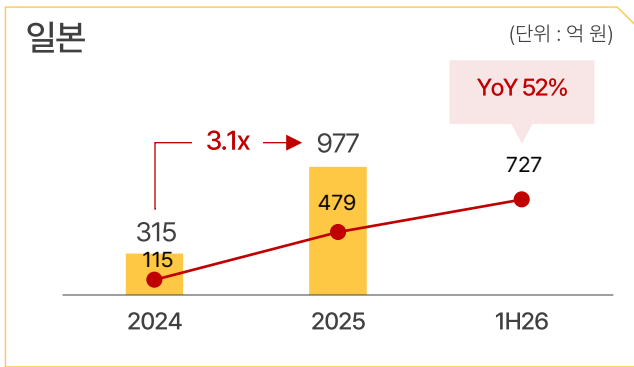
(단위: 억 원)

구분	'25.2Q		FY2025		'26.1Q		'26.2Q			
		Sales %		Sales %		Sales %		Sales %	QoQ	YoY
Revenue	1,284	100%	5,197	100%	1,712	100%	1,869	100%	9%	46%
Domestic	471	44%	1,937	37%	536	31%	453	24%	-15%	-4%
Overseas	812	56%	3,260	63%	1,177	69%	1,415	76%	20%	74%
Japan	258	19%	977	19%	367	21%	360	19%	-2%	39%
Russia	187	9%	536	10%	107	6%	123	7%	15%	-34%
N. America	127	7%	648	12%	243	14%	348	19%	43%	174%
Europe	60	4%	265	5%	138	8%	205	11%	49%	242%
ASEAN	112	11%	557	11%	182	11%	222	12%	22%	99%
Pan-China	58	4%	200	4%	97	6%	98	5%	1%	71%
Others	11	1%	76	1%	42	2%	59	3%	39%	434%

5 글로벌 권역별 성장 추세 요약

대부분 권역에서 온라인 및 오프라인 채널이 동시에 성장하였고, 특히 유럽/북미/중화권 권역 글로벌 리테일 채널 판매 호조세를 기반으로 지속가능한 사업 구조가 형성되고 있습니다.

● 1H26 매출 ■ 연간 매출

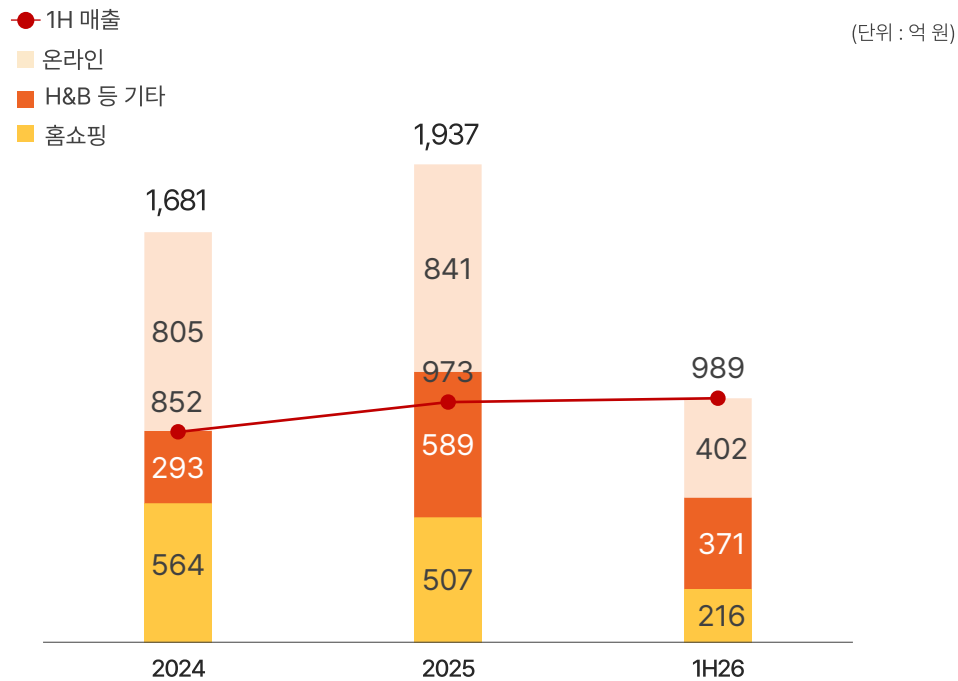


주1) 국가별 매출액은 내부 관리회계 기반으로 외부 회계감사를 거치지 않고 도출된 수치

6-1 권역별 경영 성과 - 국내

국내 매출은 '26.2Q 기준 YoY -3.8%를 기록하였습니다. 홈쇼핑 채널 효율화를 위한 방송 횟수 축소, 일시적 PP 용기 수급 이슈로 인한 온라인 채널 향 선크림 재고 부족, 올리브영 퍼스트 스프레이 세럼 리뉴얼로 인한 1.5개월 매출 공백이라는 일시적 요인이 영향을 미쳤습니다.

국내 매출액



'26.2Q

온라인

재고 부족으로 인한 일시적 매출 둔화

- '26.2Q 국내 온라인 매출 YoY -16%
- 일시적 PP 용기 수급 이슈로 선크림 재고 부족 발생하여 목표 대비 매출 하회하였으나 3Q부터 정상화 완료



강남 시코르 샵인샵

H&B 등 기타

면세점 프리미엄 라인업 확대

- '26.2Q 오프라인 매출 YoY 44%
- OY, CHICOR, 면세점 각각 YoY 33%, 655%, 83%
- 퍼스트 스프레이 세럼 리뉴얼 과정에서 구제품 재고 소진으로 OY(올리브영) 일시적 매출 공백 발생
- 롯데면세점 비타 SKU 확장, 2H 신라면세점 신규 입점 예정
- 약국 4개 점포 신규 입점, 대형 리테일 약국 입점 협의 진행 중



약국 입점 현황

홈쇼핑

수익성 개선을 위한 편성 최적화 및 마케팅 효율화

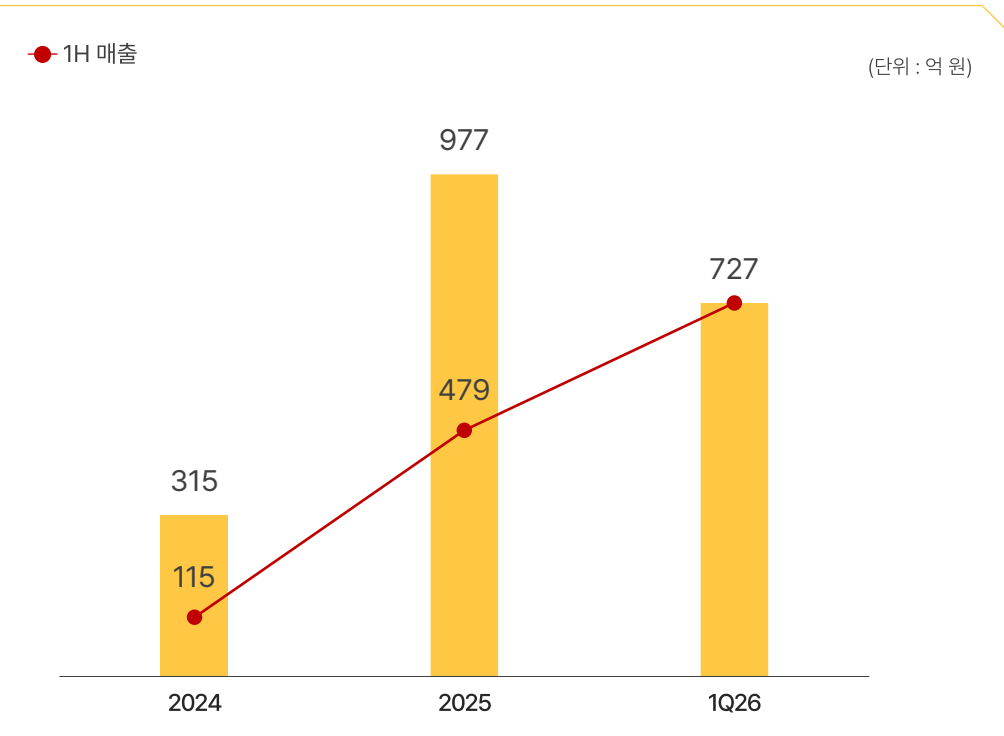
- '26.2Q 홈쇼핑 채널 YoY -31%, QoQ -34%

6-2 권역별 경영 성과 – 일본

일본 매출은 '26.2Q 기준 YoY 39% 성장하였습니다. 주요 온라인 채널에서의 상위권 랭킹이 유지되고 있으며, 오프라인 점포 및 SKU 확대가 외형 성장을 이끌었습니다.



일본 매출액

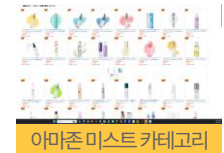


'26.2Q

온라인

주요 온라인 채널 전반 상위 랭킹 유지

- '26.2Q 쿠팡, 라쿠텐, 아마존 매출 평균 YoY 4%
- 메가와리 전체 매출 3위 · 선크림 1위 · 미스트 1위 · 메이크업 베이스 1위
- 아마존 MDE 미스트 1위, 메이크업 베이스 1위, 미스트 카테고리 Top5 내 4개 제품 랭크인
- 라쿠텐 슈퍼세일 콜라보 세트 종합 랭킹 1위 · 아마존 신생활 미스트 카테고리 1위



오프라인

오프라인 채널 점포 수 및 SKU 확대

- '26.2Q 오프라인 매출 YoY 88%
- '26.2Q 마츠모토키요시 점포 2,052점 → 2,501점 확대
- '26.2Q 이온몰 점포 315점 → 480점 확대
- 시부야 돈키호테 입점 SKU 20개 → 35개 확대

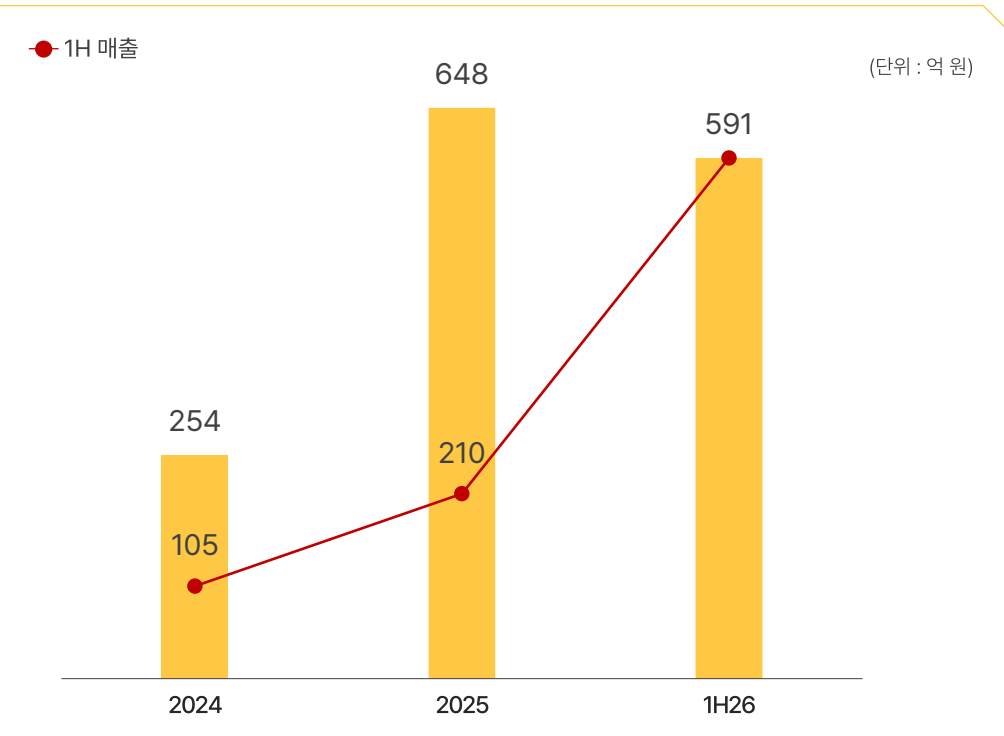


6-3 권역별 경영 성과 – 북미

북미 매출은 '26.2Q 기준 YoY 174% 성장하였습니다. 마케팅 효율화를 지속하면서도 아마존 프라임에서 복수 SKU들이 제품 카테고리 순위 랭크인을 시작하였고, 오프라인 매장 수 확장에 따른 B2B 발주 확대 논의가 진행되고 있습니다.



북미 매출액



'26.2Q



아마존, 틱톡샵의 매출 고성장 지속

- '26.2Q 미국 아마존 YoY 96%, 틱톡샵 YoY 285%
- '26.2Q 캐나다 아마존 YoY 252%
- 미국 아마존 프라임데이 B&P 63위 미스트, Eye Balm 3위 멀티밤, Night Cream 4위 그라인딩 크림, Facial Sunscreen 14위 톤업 선크림
- 캐나다 아마존 프라임데이 B&P 1위 미스트, B&P 7위 멀티밤



매장 수 및 SKU 확장으로 발주 규모 증대

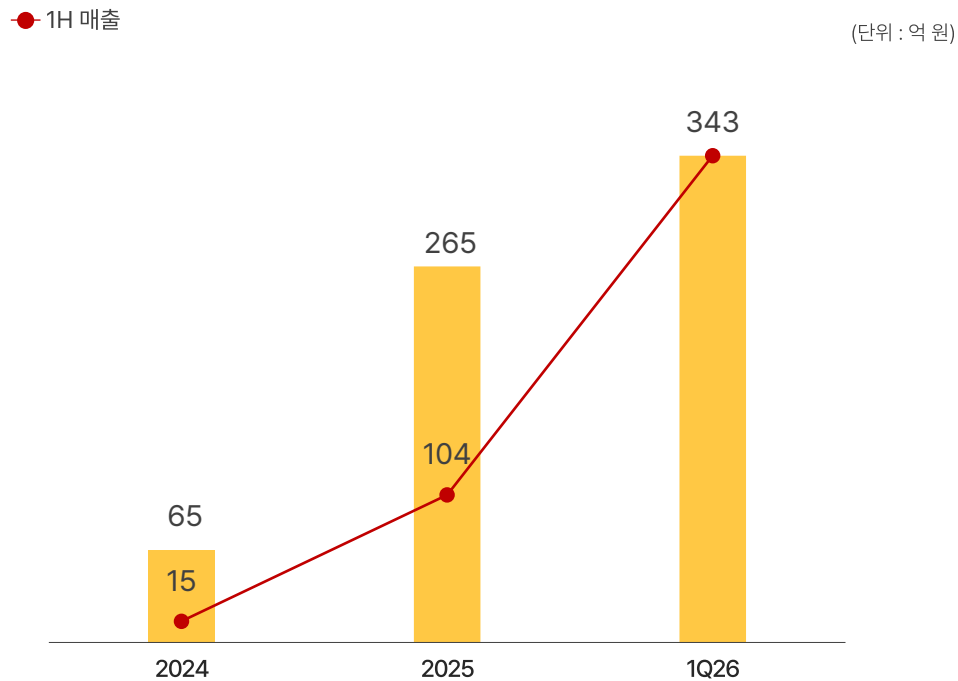
- '26.2Q 오프라인 매출 YoY 464%
- '26.2Q 엘타 1,450점, US 코스트코 225점 / Canada 코스트코 50점 입점 중
- US 코스트코 연말까지 전매장(625점) 입점 예정, 엘타 매대 확장 논의 중
- Canada 코스트코 연말까지 전매장(120점) 입점 예정, 세포라 3Q 신규 입점



6-4 권역별 경영 성과 – 유럽

유럽 매출은 '26.2Q 기준 YoY 242% 성장하였습니다. 온라인은 아마존 복수 제품 상위권 랭크인 확대 및 틱톡샵 매출 고성장세가 지속되고 있으며, 오프라인은 국가별 주요 리테일 채널들과 신규 입점 협의가 활발하게 진행되고 있습니다.

유럽 매출액



'26.2Q

온라인

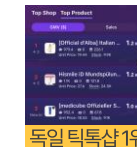
복수 제품 AMZ 상위권 랭크인, 틱톡샵 매출 고성장세

- '26.2Q 유럽 아마존 매출 YoY 139%, 영국 틱톡샵 QoQ 352%
- '26.2Q 프라임데이 주요 유럽국 아마존에서 다수 SKU 상위권 지속
 - 스페인 아마존 B&P 1위 (멀티밤), 2위 (미스트), 11위 (톤업 선크림), 65위 (더블크림)
 - 독일 아마존 B&P 3위 (미스트), 10위 (멀티밤), 78위 (톤업 선크림)
 - 영국 아마존 B&P 48위 (미스트), Eye Balms 1위 (멀티밤)
 - 프랑스 아마존 B&P 59위 (미스트)

오프라인

오프라인 신규 채널 입점 및 SKU 확장에 따른 발주 규모 확대

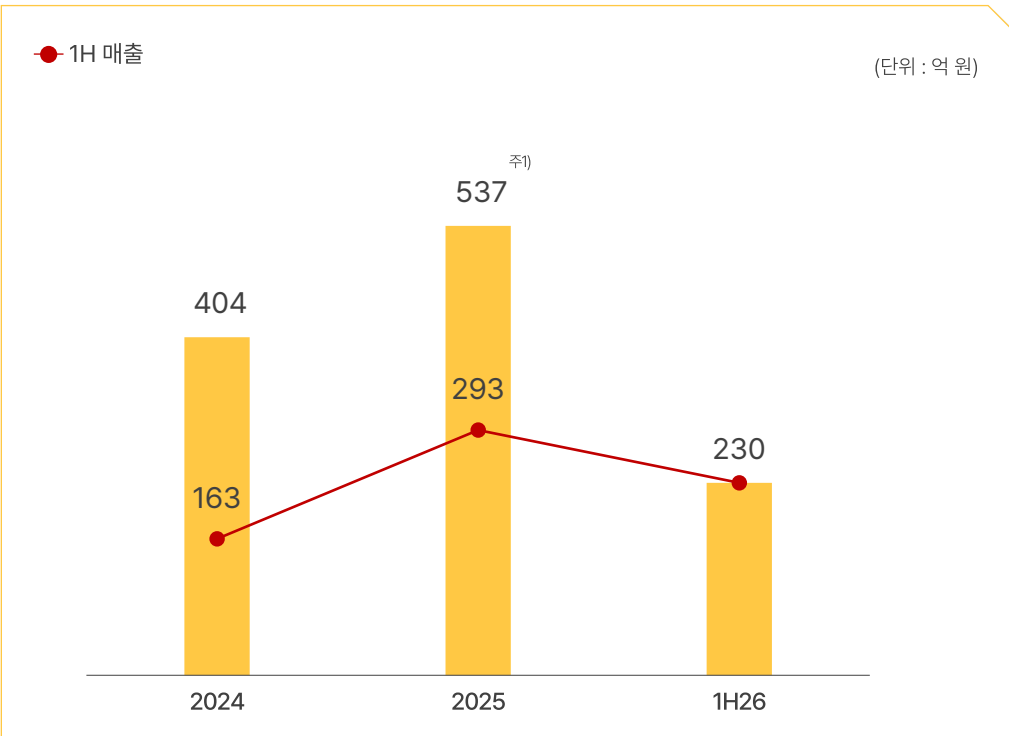
- 스페인/프랑스 코스트코 3개 SKU 입점 (퍼스트, 톤업선크림, 멀티밤)
- 영국/아이슬란드/스웨덴 코스트코 3Q 후속 발주
- 스페인 Druni 오프라인 100점 입점 및 6월 판매 개시
- '26년 하반기 영국 Boots, 독일/체코 Rossman, 이태리 Shaka/OVS 입점 예정



6-5 권역별 경영 성과 - 러시아

러시아 매출은 '26.2Q 기준 YoY -34%를 기록하였습니다. 이는 기존 골드애플 중심 구조를 레뚜알/립고셰/일데보떼 등 다변화 과정에서 선크림 재고 부족과 일부 선적 지연에 기인했으나, 러 상황(WB 창고 이슈) 고려시 선제적 다변화는 유의미한 대비가 될 것으로 보이며, 정상화된 재고 및 견조한 오프라인 셀아웃을 기반으로 하반기부터는 빠른 반등이 기대됩니다.

러시아 매출액



'26.2Q

온라인

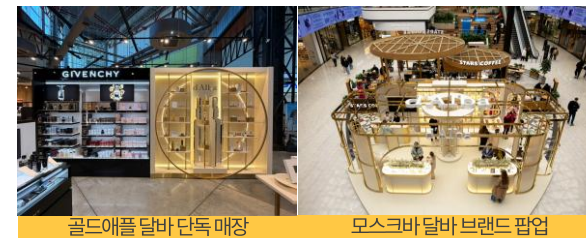
선크림 재고 부족 및 와일드베리 창고 이슈로 QoQ 성장 감소

- '26.2Q 와일드베리, 오존, 라모다, 안텍스마켓 YoY -26% 기록
- '26.2Q 주요 온라인 채널 SKU 상위권 지속
 - 레뚜알 선크림 카테고리 1위, 아이패치 카테고리 1위, 세럼 카테고리 1위
 - 라모다 아이패치 카테고리 1위

오프라인

오프라인 셀아웃 지속 성장 중, 점포 수 확장

- '26.2Q 신규 오프라인 채널 확장 진행
 - 립고셰 23점, 일데보떼 58점, 레뚜알 100점 추가 입점



골드애플 달바 단독 매장

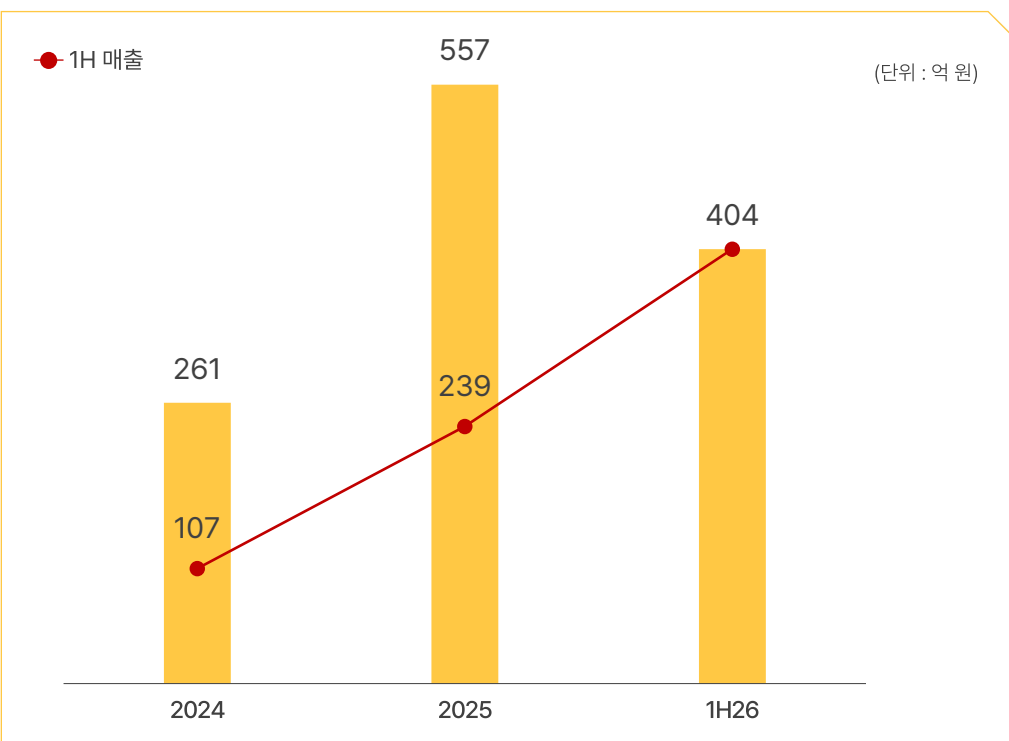
모스크바달바 브랜드 팝업

주1) 러시아 온라인 채널 판매장려금의 매출 인식 및 회계처리 변경 사항이 최근 결산에 반영되면서 수정된 '25.3Q 러시아 권역 매출(변경 전 147억 원 → 변경 후 116억 원)이 반영되어 있습니다.

6-6 권역별 경영 성과 – 아세안

아세안 지역 매출은 '26.2Q 기준 YoY 99% 성장하였습니다. 최대 매출 국가인 베트남을 시작으로 톤업선크림이 Hero SKU로 도약하였고 쇼피와 틱톡샵을 중심으로 온라인 채널 성장세가 지속되고 있으며, 오프라인에서는 SKU 및 점포 수 확대에 매출이 증가하고 있습니다.

아세안 매출액



'26.2Q

온라인

쇼피, 틱톡샵 중심의 성장 지속

- '26.2Q ASEAN 온라인 YoY 128%
- '26.2Q 쇼피 YoY 성장률 : 베트남 169%, 말레이시아 51%, 태국 48%
- '26.2Q 쇼피 베트남 미스트 스킨케어 카테고리 1위, 뷰티 전체 3위
- '26.2Q 틱톡샵 YoY 568%

오프라인

오프라인 점포 수 확대

- '26 2Q 오프라인 매출 YoY 약 65%
- '26.2Q 기준 ASEAN 지역 오프라인 점포 수 : 726점
- '26.2Q 베트남 하사키 310 → 334점으로 확대
- '26.2H 말레이시아 왓슨스 200여점 신규 입점



Elle Beauty Awards 2026 수상

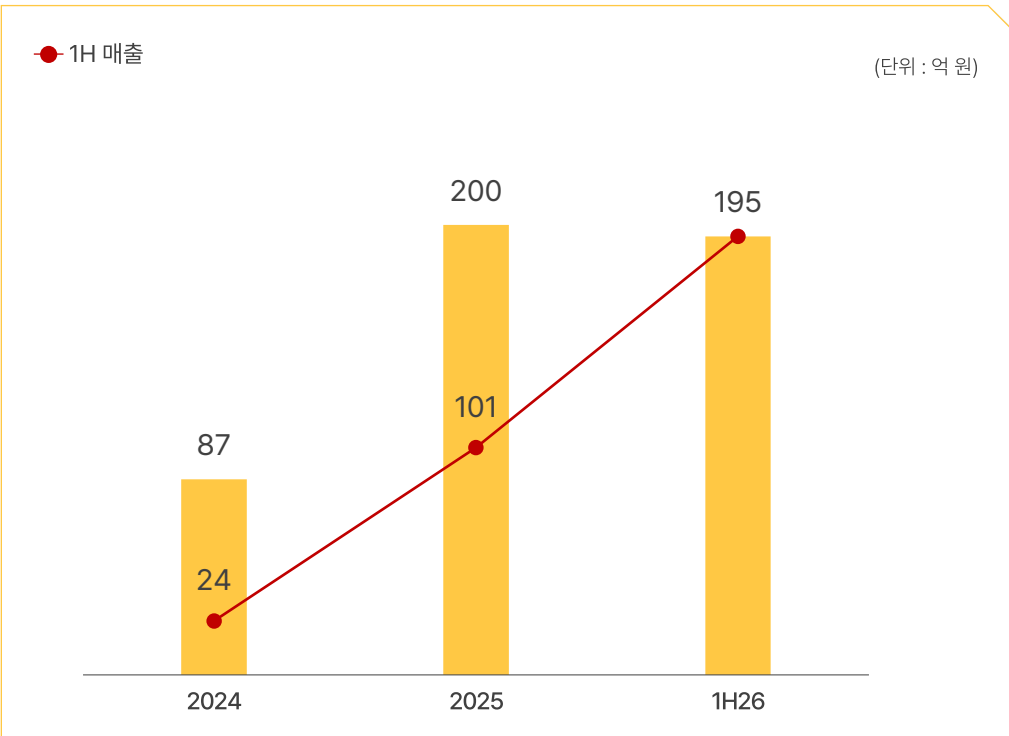


필리핀 세부 트립, 6개 아세안 지역 KOL 선 행사

6-7 권역별 경영 성과 – 중화권 (중국·대만·홍콩)

중화권 매출은 '26.2Q 기준 YoY 71% 성장하였습니다. 주요 온라인 채널들이 YoY 고성장을 이어 갔으며, 신규 오프라인 채널 입점으로 매출 기반이 추가적으로 강화되었습니다.

중화권 매출액



'26.2Q

4개 주요 온라인 채널 매출 고성장 지속

- '26.2Q 온라인 채널 매출 YoY 101%
- 티몰 YoY 90%, 도우인 YoY 156%
- '26.2Q 티몰 선크림 카테고리 28위, 화장수(미스트) 카테고리 82위 달성



온라인

중국 H&B 채널 중심 오프라인 점포 수 확대 지속

- '26.2Q 오프라인 입점 점포 수 : 883개
- '26.2Q KKV 300점, 컬러리스트 53점, SANFU 150점으로 신규 채널 점포 입점, 2H에 점포 수 확장 지속 예정
- '26.2Q 중국 현지 법인 설립 완료, 이후 티몰 로컬 등 현지 오프라인 영업 확대 예정

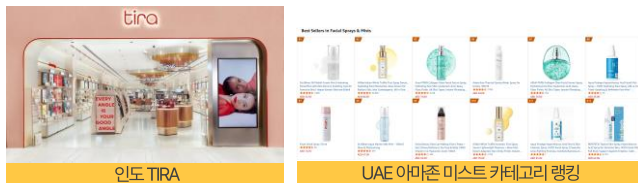


오프라인

7 3대 중장기 성장 전략 리뷰

글로벌 6대 권역에서 매출이 안정적으로 성장하고 있는 상황에서 특히 신흥 시장(인도, 중동) 개척, 추가적인 브랜드 확장, 고부가가치 SKU 육성을 통해 지속가능한 성장 구조를 강화해 나가고 있습니다.

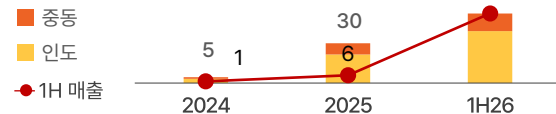
이머징 권역 개척



이머징 권역, 견조한 성장 지속

- 인도
 - '26.2Q 매출액 YoY 1,226%, QoQ 28% 성장
 - '26년 8월 뷰티 전문 채널 Tira 입점 예정
- 중동
 - '26.2Q 매출액 QoQ 183% 성장
 - '26.2Q UAE 아마존 미스트 카테고리 2위, 10위
 - '26.2Q 사우디아라비아 아마존 미스트 카테고리 5위

(단위 : 억 원)



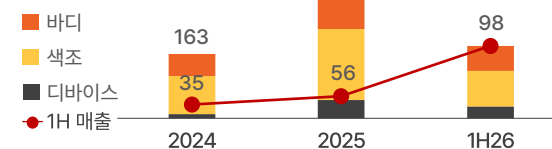
인접 신사업 확대



스핀오프 브랜드 런칭 및 지분 투자 통한 전문성 제고

- 달바 Professional: 헤어/두피 전문 브랜드
 - '26.2Q 헤어/바디 YoY 46% 성장
- 달바 Signature: 고기능/고단가 하이테크 스킨케어
 - '26.2Q 디바이스 YoY -19% 기록
- 달바 Piedmont: 프리미엄 비건 뷰티
 - '26.2Q 색조(립, 쿠션) YoY -32% 기록
- 프리미엄 향수 브랜드 'Kuoca' 전략적 지분 투자 (7월29일)

(단위 : 억 원)



고부가 신사업 육성



시그니처·비타토닝 매출 호조

- '26.2Q 달바 시그니처 국내 시코르 입점·베트남 매출 호조
 - 국내 강남 시코르 샵인샵 형태로 시그니처 입점
 - 베트남 시그니처 더블앰플 등 스킨케어 매출 호조
- 비타 토닝 라인, 글로벌 매출 호조
 - 일본 라쿠텐 비타토닝 세트 기타 카테고리 1등
 - 베트남 쇼피 비타 토닝 세럼 토너, 토너 카테고리 3등



주식회사 쿠오카스킨 지분투자 및 기업 개요

d'Alba Mission: "Global No.1 Pioneer of the Premium Beauty Lifestyle" 도약을 위한 전략적 지분 투자

투자배경

- 유망한 K-Fragrance 카테고리에 대한 신규 exposure 확보
- 독자적인 브랜드 파워, 글로벌 확장 가능성, 프리미엄 포지셔닝 보유

주요사항

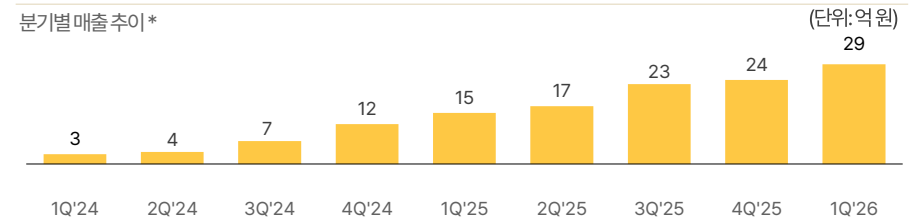
- 계약일: 2026년 7월29일
- (주)쿠오카스킨 발행주식총수: 10,553,845주
- 달바글로벌 취득 주식수: 3,547,176주
- 취득 금액/방법: 96억원 현금 투자
- 취득 후 지분 비율: 33.61%
- 지분 투자 내용
 - 계약 체결로 (주)쿠오카스킨 지분 33.61%를 취득
 - 주주간 계약에 따라 상환전환우선주 발행일로부터 3년 경과 후 기존주주·창업자·신기술사업투자조합의 잔여 지분을 매수할 수 있는 콜옵션을 보유

(주)쿠오카스킨 기업 개요

기업현황

- 2019년 1월 설립, K-Fragrance 선도 프리미엄 브랜드
- 미식과 식재료에서 영감을 받은 직관적이고 감도 높은 조향이 특징
- 일본, 홍콩, 대만 프리미엄 편집숍에 이어 북미 니치 퍼fum 선도 편집숍 Luckyscent 입점 확정

분기별 매출 추이*



매출추이

- 2년만에 외부 펀딩 없이 분기매출 10배 상승
- 23년 매출액 10억, 24년 23억, 25년 65억, 26년 100억원 이상 달성 목표

주요제품



와일드피치 핸드크림



와일드피치 향수



말차라떼 오드 퍼퓸

제품별 매출 및 비중

'26.2Q 기준 미스트 매출 비중이 41%로 YoY 1.9%p 감소하였으며, 선케어 역시 26%를 기록하며 점진적으로 균형 잡힌 제품별 매출 비중이 형성되고 있습니다.

(단위 : 백만 원)

사업부문	품목	'26.2Q		'26.1Q		FY2025		'25.4Q		'25.3Q ^{주2}		'25.2Q		'25.1Q		
		매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	
화장품	미스트	내수	18,857	10.1%	28,139	16.4%	101,016	19.4%	29,526	18.1%	19,219	16.8%	22,891	17.8%	29,409	25.9%
		수출	58,440	31.3%	45,996	26.9%	138,175	26.6%	48,744	29.8%	30,065	26.3%	31,211	24.3%	28,122	24.7%
		소계	77,297	41.4%	74,135	43.3%	239,192	46.0%	78,271	47.9%	49,284	43.2%	54,102	42.1%	57,530	50.6%
	선케어	내수	16,208	8.7%	12,330	7.2%	43,692	8.4%	10,770	6.6%	10,257	9.0%	13,652	10.6%	9,014	7.9%
		수출	32,948	17.6%	29,250	17.1%	72,004	13.9%	20,670	12.6%	16,433	14.4%	20,630	16.1%	14,271	12.5%
		소계	49,156	26.3%	41,581	24.3%	115,696	22.3%	31,441	19.2%	26,691	23.4%	34,282	26.7%	23,285	20.5%
	크림	내수	2,953	1.6%	4,955	2.9%	17,433	3.4%	6,794	4.2%	2,823	2.5%	2,964	2.3%	4,852	4.3%
		수출	13,466	7.2%	12,396	7.2%	33,758	6.5%	11,787	7.2%	7,954	7.0%	7,809	6.1%	6,208	5.5%
		소계	16,419	8.8%	17,350	10.1%	51,191	9.8%	18,581	11.4%	10,777	9.4%	10,773	8.4%	11,061	9.7%
	마스크팩	내수	1,071	0.6%	839	0.5%	3,665	0.7%	1,032	0.6%	1,254	1.1%	726	0.6%	653	0.6%
		수출	7,184	3.8%	5,886	3.4%	23,373	4.5%	6,354	3.9%	6,162	5.4%	5,490	4.3%	5,367	4.7%
		소계	8,255	4.4%	6,725	3.9%	27,038	5.2%	7,386	4.5%	7,416	6.5%	6,216	4.8%	6,020	5.3%
	앰플/세럼	내수	1,624	0.9%	1,358	0.8%	6,168	1.2%	1,774	1.1%	1,470	1.3%	1,638	1.3%	1,286	1.1%
		수출	5,044	2.7%	4,748	2.8%	14,467	2.8%	4,975	3.0%	3,677	3.2%	3,547	2.8%	2,268	2.0%
		소계	6,668	3.6%	6,107	3.6%	20,635	4.0%	6,749	4.1%	5,147	4.5%	5,185	4.0%	3,554	3.1%
이너뷰티	비거너리	내수	340	0.2%	383	0.2%	1,490	0.3%	474	0.3%	341	0.3%	389	0.3%	286	0.3%
		수출	209	0.1%	201	0.1%	729	0.1%	321	0.2%	175	0.2%	128	0.1%	107	0.1%
		소계	549	0.3%	584	0.3%	2,219	0.4%	794	0.5%	516	0.5%	517	0.4%	393	0.3%
홈뷰티기기 및 기타		내수	4,285	2.3%	5,560	3.2%	20,275	3.9%	5,347	3.3%	5,337	4.7%	4,900	3.8%	4,694	4.1%
		수출	24,232	13.0%	19,200	11.2%	43,578	8.4%	14,958	9.1%	8,998	7.9%	12,398	9.7%	7,224	6.4%
		소계	28,517	15.3%	24,761	14.5%	63,853	12.3%	20,304	12.4%	14,335	12.6%	17,298	13.5%	11,918	10.5%
합계		내수	45,338	24.3%	53,564	31.3%	193,739	37.3%	55,717	34.1%	40,701	35.7%	47,160	36.7%	50,195	44.1%
		수출	141,523	75.7%	117,678	68.7%	326,084	62.7%	107,809	65.9%	73,464	64.3%	81,213	63.3%	63,565	55.9%
		합계	186,861	100.0%	171,242	100.0%	519,824	100.0%	163,526	100.0%	114,166	100.0%	128,373	100.0%	113,760	100.0%

주1) 품목별 매출액은 내부 관리회계 기반으로 외부 회계감사를 거치지 않고 도출된 수치입니다.

주2) 러시아 일부 온라인 채널 판매장려금의 매출 회계처리 정책이 총액법에서 순액법으로 변경 반영되면서 영업이익에 영향 없는 매출 및 비용 조정이 진행되었고, 이에 대한 영향이 25년 3Q 수치에 조정 반영되었습니다. 관련 세부 내용은 2026년 2월 19일 정정된 3분기 보고서를 참고하시기 바랍니다.

요약재무제표(연결)

연결 재무상태표

단위: 백만 원

구 분	2023	2024	2025	'26.2Q
유동자산	73,535	128,309	239,110	320,203
비유동자산	4,469	7,800	16,225	19,741
자산총계	78,004	136,108	255,335	339,944
유동부채	56,038	31,320	53,587	81,602
비유동부채	6,452	2,719	3,192	6,530
부채총계	62,490	34,039	56,780	88,132
자본금	890	1,147	1,239	1,249
자본잉여금	99	73,806	91,116	74,042
기타자본항목	1,438	2,235	6,097	(11,466)
기타포괄손익누계액	30	(920)	(1,328)	(1,749)
이익잉여금	13,057	25,802	101,430	189,737
자본총계	15,514	102,069	198,555	251,813

주1) K-IFRS 기준

연결 손익계산서

단위: 백만 원

구 분	2023	2024	2025	'26.1H
매출액	200,802	309,063	519,825	358,103
매출원가	53,939	74,686	125,324	83,099
판매관리비	114,418	174,532	293,403	182,673
영업이익	32,446	59,845	101,098	92,331
영업외이익	1,402	6,057	8,301	9,450
영업외비용	18,527	36,837	6,500	3,529
법인세차감전이익	15,321	29,065	102,899	98,252
법인세비용	1,716	13,656	23,863	23,856
당기순이익	13,605	15,409	79,036	74,397

주1) K-IFRS 기준

주2) 러시아 일부 온라인 채널 판매장려금의 매출 회계처리 정책이 총액법에서 순액법으로 변경 반영되면서 영업이익에 영향 없는 매출 및 비용 조정이 진행되었고, 이에 대한 영향이 25년 3Q 에 조정 반영되었습니다. 관련 세부 내용은 2026년 2월 19일 정정된 3분기 보고서를 참고하시기 바랍니다.