
d'Alba
piedmont
Global No.1 Pioneer of the
Premium Beauty Lifestyle
2026.3Q 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.

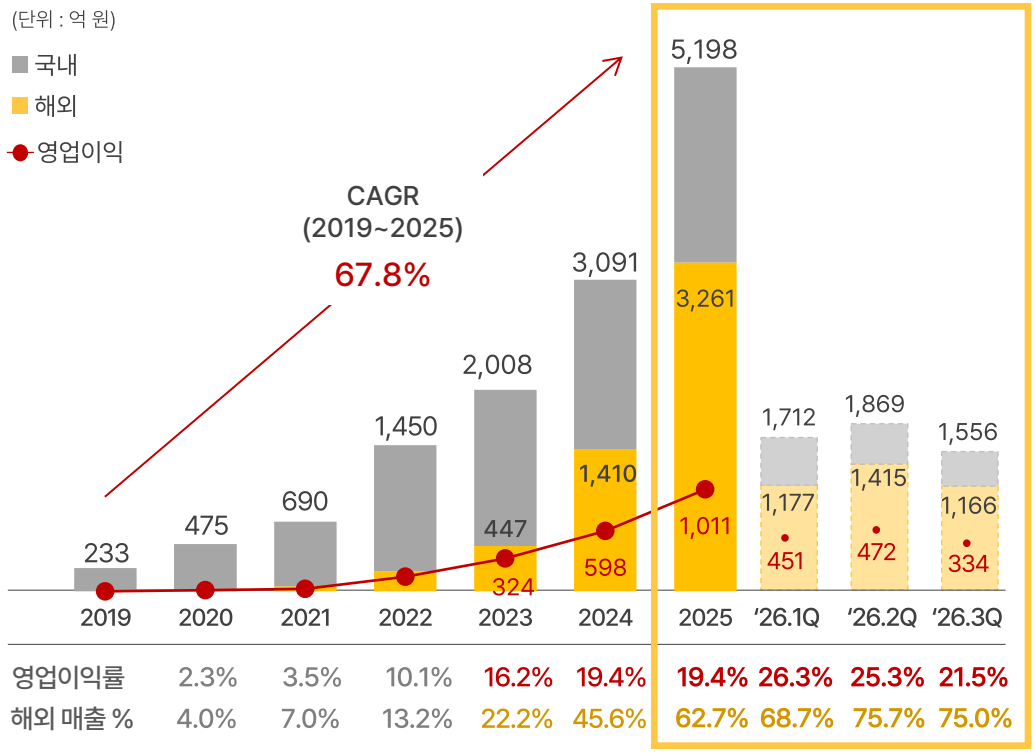
본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고(단, 출처표시 필수), 회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는
법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

d'Alba piedmont

1 Key Highlight

당사의 '26.3Q 누적 매출은 5,137억원으로 전년 연간 매출액을 유사하게 달성했으며, 3Q 매출액은 1,556억 원으로 전년 동기 대비 36% 성장했습니다. 영업이익은 3Q 누적 1,258억원으로 전년 연간 영업이익(1,015억원)을 초과 달성했으며, 3Q 334억 원으로 전년 동기 대비 101% 증가했습니다.

달바글로벌 전사 매출 및 영업이익 추이



	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	'26.1Q	'26.2Q	'26.3Q
영업이익률	2.3%	3.5%	10.1%	16.2%	19.4%	19.4%	26.3%	25.3%	21.5%	
해외 매출 %	4.0%	7.0%	13.2%	22.2%	45.6%	62.7%	68.7%	75.7%	75.0%	

- **OP YoY 101%** — 상장 이후 역대 최대 yoy 영업이익 성장
- **334 억원** — 3분기 기준 역대 최대 영업이익
- **75%** — 3분기 기준 역대 최대 해외 매출 비중
- **39Q** — 39분기 연속 YoY 매출 성장

d'Alba piedmont

2 '26.3Q Income Statements

'26.3Q 매출원가율은 YoY 1.1%p 감소한 23.8%, 판관비율은 5.8%p 감소한 54.7%로 집계되었습니다. 영업이익률은 전년동기 대비 6.9%p 증가한 21.5%를 기록하였습니다. 이에 3Q 누적 영업이익은 이미 전년 연간 영업이익을 초과 달성하였습니다.

(단위: 억 원)

Items	'25.3Q		'26.2Q		'26.3Q				Memo
		Sales %		Sales %		Sales %	QoQ	YoY	
Revenue	**1,142**	**100%**	**1,869**	**100%**	**1,556**	**100%**	**-17%**	**36%**	2Q 말 환율을 3Q에 적용시 3Q 매출 1,705억원 (원화 강세로 인한 효과 -9%)
COGS	284	25%	434	23%	371	24%	-14%	30%	제조사 다변화 및 규모의경제 효과
Gross Profit	857	75%	1,435	77%	1,185	76%	-17%	38%	
SG&A	691	61%	962	52%	851	55%	-12%	23%	
Salaries and Wages	31	3%	50	3%	51	3%	2%	65%	'25.3Q 196명 → '26.3Q 264명으로 증가
Freight Charges	141	12%	228	12%	189	12%	-17%	35%	해운 전환 등 물류비 효율화로 운임지수 상승 방어
Sales Commissions	135	12%	260	14%	218	14%	-16%	62%	
Marketing Expenses	312	27%	329	18%	298	19%	-10%	-5%	마케팅 효율화로 YoY -8%p 기록
Others	72	6%	96	5%	94	6%	-1%	30%	
Operating Profit	**167**	**15%**	**472**	**25%**	**334**	**22%**	**-29%**	**101%**	YoY +7%p, 역대 최대 3분기 영업이익
Net Profit	140	12%	381	20%	148	10%	-61%	5%	

d'Alba piedmont

3 '26.3Q Key Growth Drivers

복수 SKU 아마존 상위권 랭크인 가시화, 틱톡샵 성장 가속화, 오프라인 채널 및 SKU 확장에 따라 '26.3Q 해외 B2C 매출은 YoY 65%, B2B 매출은 YoY 48% 성장했습니다.

해외 온라인 채널 성장 가속화

(단위: 억원)	FY2025 랭킹	FY2025 월 평균 매출	'26.2Q 랭킹	'26.3Q 월 평균 매출
amazon.com	<Top 100	36	<Top 100	45
Qoo10	1st	34	1st	24
amazon.es	1st	8	1st	35
Shopee VN	1st	10	1st	26
OZON	2nd	9	1st	8
天猫	49th	3	17th	5

- **'26.3Q 해외 B2C 채널 매출 YoY 65% 성장**
  - 북미 : 미국 아마존 YoY 25%, 캐나다 아마존 YoY 80% 성장
  - 유럽 : 아마존 YoY 69%, 독일 틱톡샵 QoQ 6% 성장
  - 일본 : 큐텐/라쿠텐/아마존 YoY 3% 성장
  - 아세안 : 쇼피 YoY 114%, 틱톡샵 YoY 304% 성장
  - 러시아 : WB/오존/라모다/얀덱스마켓 YoY 70% 성장
  - 중화권 : 온라인 채널 YoY 147% 성장

오프라인 채널 확대

(단위: 점포 수)	'25.2H	'26.1H	'26.3Q
일본	3,770	5,040	5,045
북미	1,696	1,889	2.143
ASEAN	400	726	769
중국	91	883	847
러시아	51	434	451
유럽	60	635	740

- **'26.3Q 해외 오프라인 매장 수 약 10,000개**
  - 유럽 : '26.3Q UK 부츠 신규 입점 (105점)
  - 아세안 : '26.3Q MY 왓슨스 신규 입점 (171점)
  - 미국 : '26.3Q 코스트코 추가 입점 (175점)
  - 러시아 : '26.3Q 리브고셰 추가 입점 (30점)

"Glocalized" 브랜드 캠페인

'26.3Q



- **글로벌 브랜드 마케팅을 통한 해외 매출 확대 기반 확보**
  - 러시아 신규 고객 확보 위해 '실라 베트라' 콜라보 진행
  - 두바이 Noon UAE 공식 런칭 기념 인플루언서 및 미디어 체험 진행
  - 뉴욕 핵심 Beauty Authority 대상으로 Pro 2X 런칭 마스터클래스 진행

주1) 기간 내 카테고리 최고 랭킹 기준 - OZON : 세럼 카테고리 랭킹 · Qoo10 : 메가와리 미스트 랭킹 · AMZ 미국 · 스페인 : B&P · 쇼피 베트남 : 스킨케어 랭킹 · 티몰 중국: 베이스 랭킹

d'Alba piedmont

4 권역별 매출

'26.3Q 해외 매출은 원화 강세 및 마케팅비 효율화 기조 하에서도 YoY 59% 성장하였습니다. 특히 유럽, 중화권, 아세안 지역의 매출이 타 권역 대비 상대적으로 높은 성장률을 기록하였습니다.

'26.3Q 주요 권역별 매출

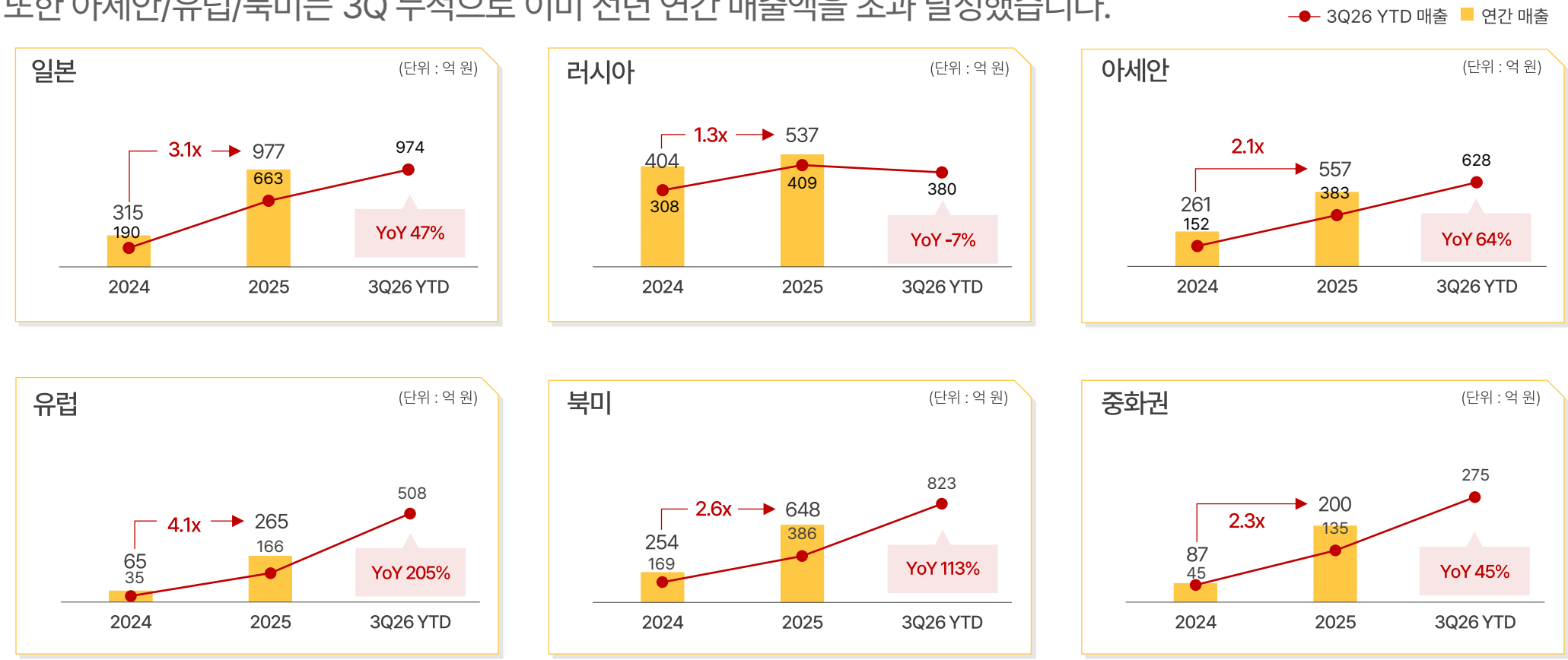
(단위 : 억 원)

구분	'25.3Q		FY2025		'26.2Q		'26.3Q			
		Sales %		Sales %		Sales %		Sales %	QoQ	YoY
Revenue	**1,142**	**100%**	**5,197**	**100%**	**1,869**	**100%**	**1,556**	**100%**	**-17%**	**36%**
Domestic	407	36%	1,937	37%	453	24%	390	25%	-14%	-4%
Overseas	**735**	**64%**	**3,260**	**63%**	**1,415**	**76%**	**1,166**	**75%**	**-18%**	**59%**
Japan	184	16%	977	19%	360	19%	247	16%	-31%	34%
Russia	116	10%	536	10%	123	7%	150	10%	22%	30%
N. America	176	15%	648	12%	348	19%	232	15%	-33%	31%
Europe	62	5%	265	5%	205	11%	163	10%	-20%	162%
ASEAN	144	13%	557	11%	222	12%	224	14%	1%	55%
Pan-China	34	3%	200	4%	98	5%	79	5%	-19%	134%
Others	18	2%	76	1%	59	3%	71	5%	19%	303%

d'Alba piedmont

5 글로벌 권역별 성장 추세 요약

2Q 대비 3Q 원화 환율이 평균 12% 강세*를 보였음에도 대부분 권역에서 온라인 및 오프라인 채널이 동시에 성장하였고, 특히 유럽/북미/중화권 권역 글로벌 리테일 채널 판매 호조세를 기반으로 지속가능한 사업 구조가 형성되고 있습니다. 또한 아세안/유럽/북미는 3Q 누적으로 이미 전년 연간 매출액을 초과 달성했습니다.



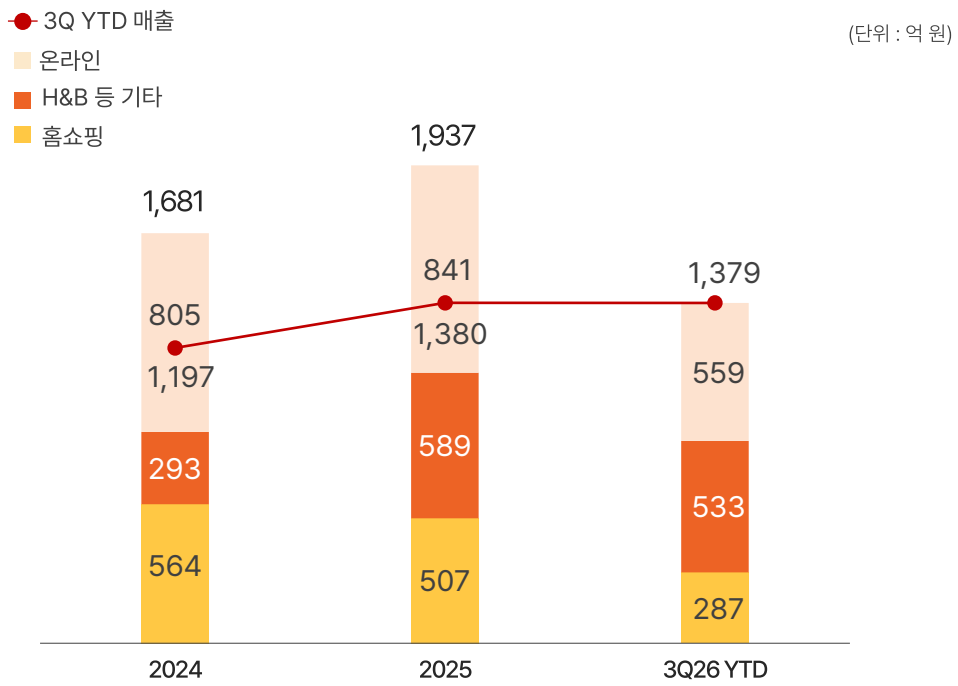
주1) 국가별 매출액과 영업이익률은 내부 관리회계 기반으로 외부 회계감사를 거치지 않고 도출된 수치
주2) 2026년 2분기 말 대비 2026년 3분기 말 JPY/RUB/VND/EUR/USD/CNY 원화 환율을 3분기 지역별 매출 기반 가중평균 하여 산출된 수치

d'Alba piedmont

6-1 권역별 경영 성과 – 국내

국내 매출은 '26.3Q 기준 YoY -4.3%를 기록하였습니다. 이는 주로 퍼스트 스프레이 세럼 펩타이드 출시로 기존 제품 재고 소진 과정에서 발생한 일시적 매출 공백(브랜드 핵심 제품 경쟁력 확보를 통한 중장기적 성장 전략) 및 8월까지 발생한 선크림 튜브 용기 부족 이슈에 기인했으나 두 이슈 모두 3Q 중으로 정상화 되었습니다.

국내 매출액



'26.3Q

온라인

성분 업그레이드 제품 출시로 일시적 매출 공백

- '26.3Q 국내 온라인 매출 YoY -20%
- 2Q 선케어 성수기에 따른 기저효과
- 업그레이드 된 "퍼스트 스프레이 세럼 펩타이드" 출시로 기존 퍼스트 스프레이 세럼 재고소진 과정에서 매출 공백 발생



홍대 시코르 시그니처

H&B 등 기타

올영 중심 성장세 지속 및 신규 채널 진출

- '26.3Q 오프라인 매출 YoY 19%
- OY, CHICOR, 면세점 각각 YoY 18%, 62%, 62%
- 강남 옵티마웰니스뮤지엄 신규 입점 및 4Q 런칭 예정


옵티마 웰니스 뮤지엄

홈쇼핑

계절적 비수기로 수익성 중심 운영

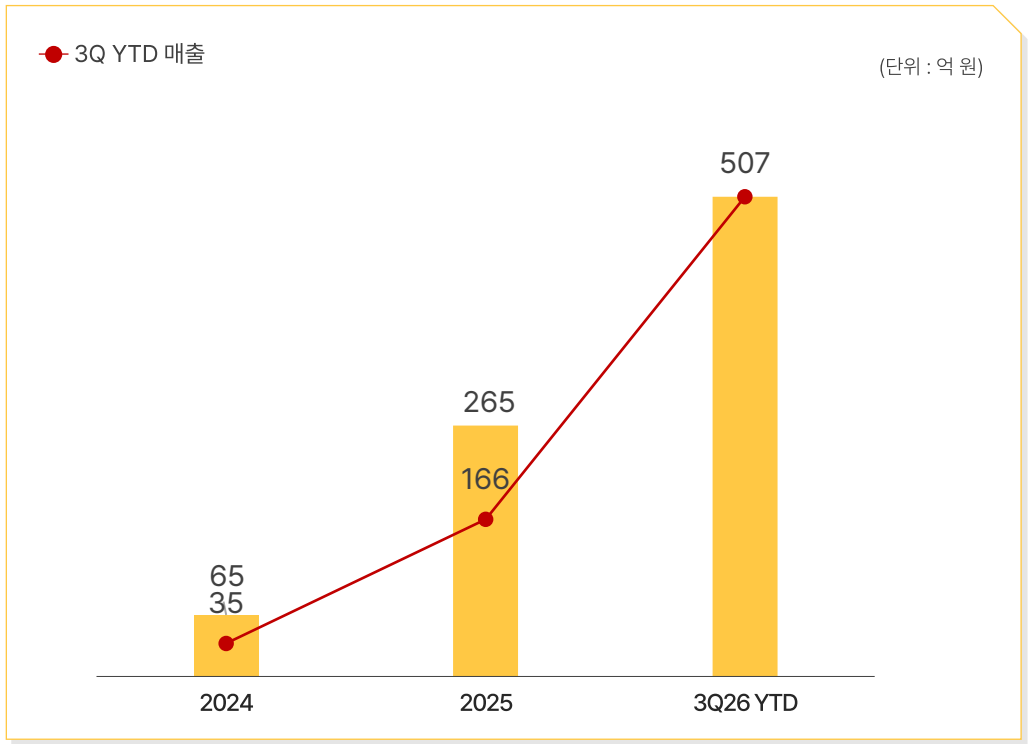
- '26.3Q 홈쇼핑 채널 YoY -27%, QoQ -17%

d'Alba piedmont

6-2 권역별 경영 성과 – 유럽

유럽 매출은 '26.3Q 기준 YoY 162% 성장하였습니다. 온라인은 아마존과 틱톡샵을 중심으로 신규 SKU들이 상위권에 랭크인 되고 있으며, 오프라인은 계획되었던 주요 국가 별 리테일 채널 진출이 활발하게 진행되었습니다.

유럽 매출액



'26.3Q

온라인

아마존 및 틱톡샵 주요 제품 랭킹 상위권 유지

- '26.3Q 유럽 아마존 매출 YoY 69%, 영국/독일 틱톡샵 QoQ -11%
- 유럽 AMZ 기존 Hero 제품 B&P 상위권 견조하게 유지되는 가운데 스페인/독일에서 아이패치 판매 빠르게 확대되며 B&P Top 100 추가 랭크인
- 영국/독일 틱톡샵 비시즌 영향으로 매출 QoQ 감소했으나, 주요 제품 랭킹 견조하게 유지



영국 틱톡샵 6위

오프라인

오프라인 신규 채널 입점 및 SKU 확장

- '26.3Q 오프라인 매출 YoY 313%
- 영국 Boots 26.9월 100여개 매장 신규 입점
- '27년 상반기 독일/체코 Rossman 입점 예정

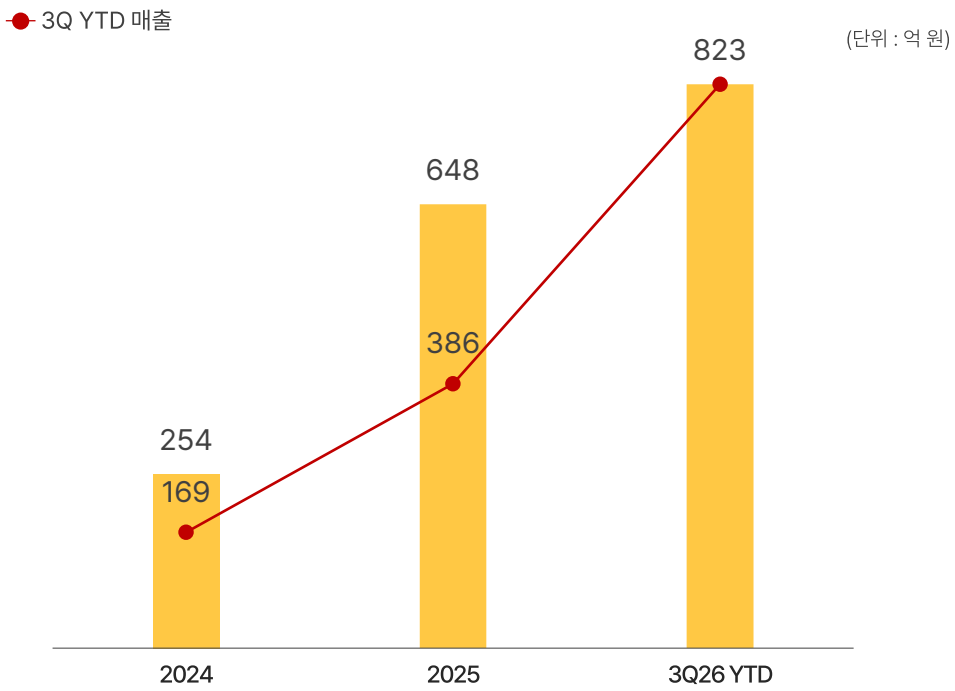

영국 부츠 입점

d'Alba piedmont

6-3 권역별 경영 성과 – 북미

북미 매출은 3Q USD 환율 13% 하락 및 프라임 부재에도 '26.3Q 기준 YoY 32% 성장하였습니다. 온라인은 대형 프로모션 부재에도 아마존과 틱톡샵 매출 성장세가 지속되고 있으며, 오프라인은 기존 채널 점포 수 확대 및 신규 채널 입점이 동시에 진행되고 있습니다.

북미 매출액



'26.3Q

온라인

아마존, 틱톡샵의 매출 고성장 지속

- '26.3Q 미국 아마존 YoY 25%, 틱톡샵 YoY 336%
- '26.3Q 캐나다 아마존 YoY 80%
- 북미 아마존 프라임데이 부재에도 전년 동기 대비 성장세 지속
- 미국 틱톡샵 담당 조직 확장 및 컨텐츠 발행 증가로 QoQ 43% 증가하며 고성장세 지속



US 틱톡샵 컨텐츠

오프라인

오프라인 채널 점포 수 확대

- '26.3Q 오프라인 매출 YoY 8%
- '26.3Q 미국 코스트코 판매 매장 225점 → 400점으로 확대 (내년 중 전체 625개 매장 확장 예정)
- '26.3Q 캐나다 세포라 150점 신규 입점

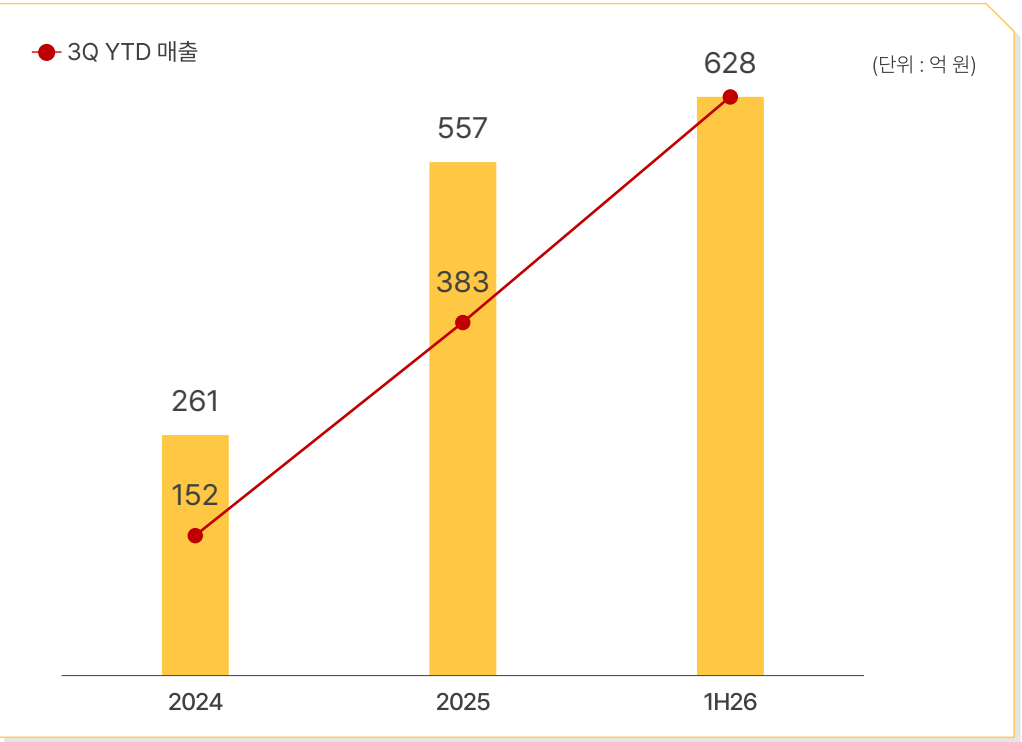

얼타 매대 현황

d'Alba piedmont

6-4 권역별 경영 성과 – 아세안

아세안 지역 매출은 '26.3Q 기준 YoY 55% 성장하였습니다. 최대 매출 국가인 베트남을 중심으로 쇼피와 틱톡샵이 고성장세를 지속중이며 베트남 쇼피에서는 달바 시그니처 판매 호조가 이어졌습니다. 오프라인 역시 신규 채널 입점, 점포 수 확대, 매장 내 노출 확대에 따라 높은 매출 성장을 기록하였습니다.

아세안 매출액



'26.3Q

쇼피, 틱톡샵 중심의 성장 지속

온라인

- '26.3Q ASEAN 온라인 YoY 67%
- '26.3Q 쇼피 YoY 성장률 : 베트남 257%, 필리핀 21%, 싱가포르 16%
- '26.3Q 쇼피 베트남 미스트 스킨케어 카테고리 1위, 뷰티 전체 4위
- '26.3Q 틱톡샵 YoY 304%

오프라인 점포 수 확대

오프라인

- '26 3Q 오프라인 매출 YoY 약 39%
- '26.3Q 기준 ASEAN 지역 오프라인 점포 수 : 769점
- '26.3Q 말레이시아 왓슨스 171여점 신규 입점


베트남 글램부티크 뷰티 코너 행사



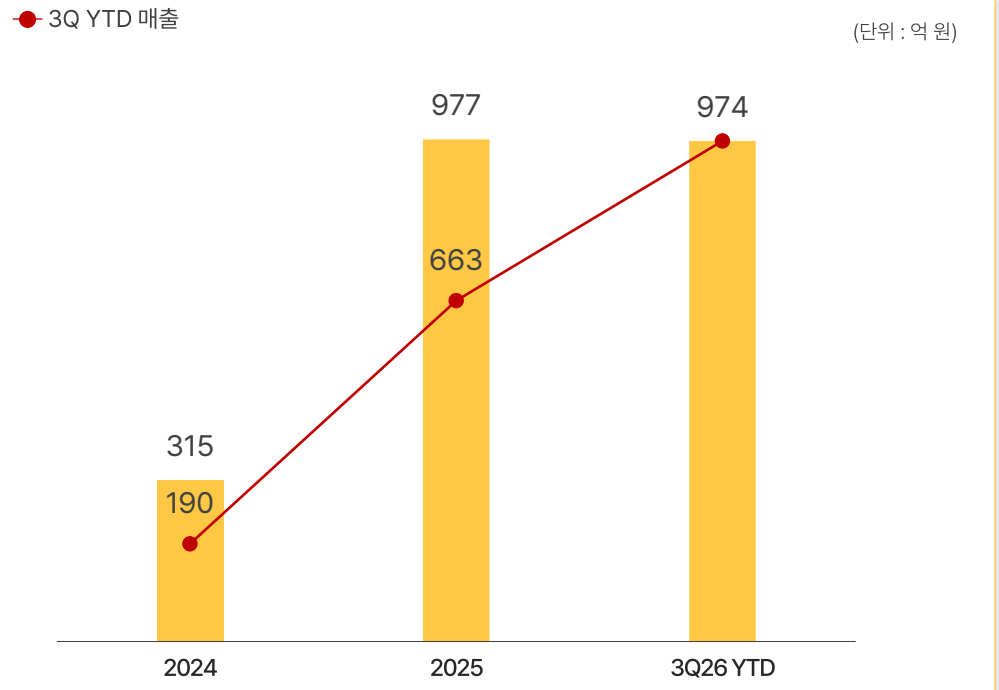
말레이시아 왓슨스 브랜드 단독 이벤트 존

d'Alba piedmont

6-5 권역별 경영 성과 – 일본

일본 매출은 '26.3Q 기준 YoY 34% 성장하였습니다. 3Q 엔화 환율 9% 하락 및 8월까지 발생한 선크림 튜브 용기 부족 이슈 에도 헤어케어와 선세럼 등 신규 육성 SKU들의 판매 호조에 힘입어 YoY 성장세를 지속하였습니다.

일본 매출액



'26.3Q

온라인

헤어라인 및 선케어 신제품 판매 확대

- '26.3Q 큐텐, 라쿠텐, 아마존 매출 평균 YoY 3%
- 메가와리 전체 매출 4위 · 선크림 1위 · 미스트 1위 · 메이크업 베이스 1위 · 헤어 3위
- 라쿠텐 슈퍼세일 미스트 1위 · 헤어케어 1위 · 립 4위 · 선크림 5위



라쿠텐 헤어케어 카테고리

오프라인

오프라인 채널 점포 수 및 SKU 확대

- '26.3Q 오프라인 매출 YoY 123%
- 퍼스트 스프레이 세럼, 돈키호테 종합 코스메틱 히트상 3위 및 명예의 전당 제품 등록

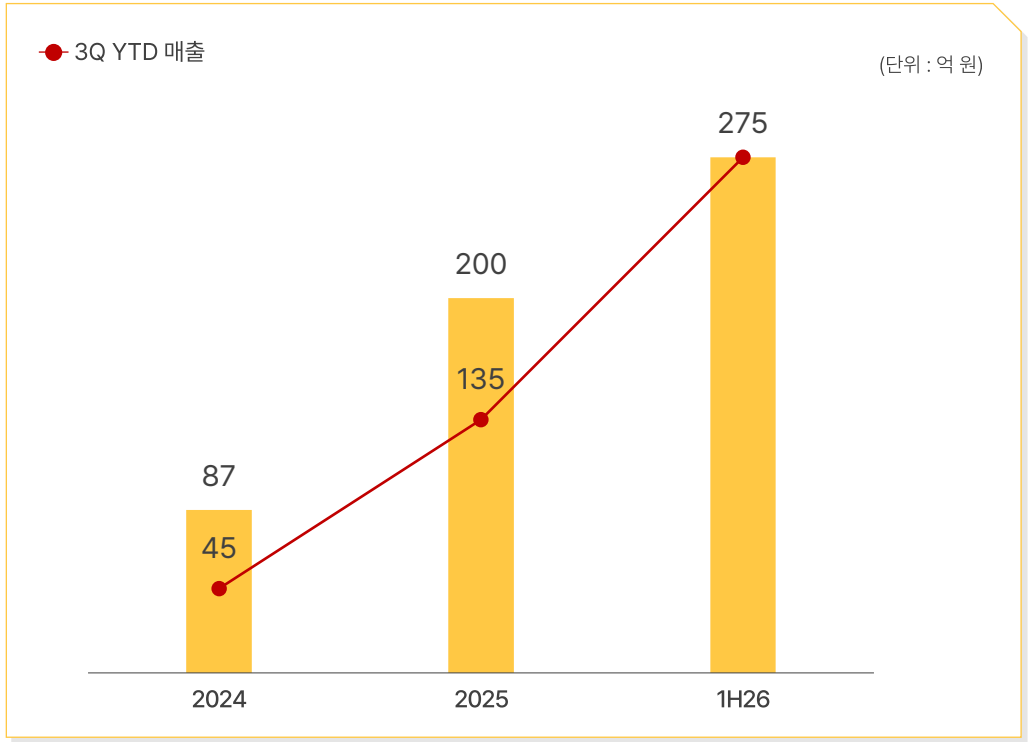

일본 X 헤어 오일 바이럴

d'Alba piedmont

6-6 권역별 경영 성과 – 중화권 (중국 · 대만 · 홍콩)

중화권 매출은 '26.3Q 기준 YoY 134% 성장하였습니다. 도우인과 티몰 중심으로 온라인 매출이 YoY 고성장을 이어 갔으며 오프라인은 추가 채널 입점 및 대행사 풀 확장을 도모하는 과정에서 입점 매장 효율화가 진행되었습니다.

중화권 매출액



'26.3Q

온라인

도우인, 티몰 중심 고성장세 지속

- '26.3Q 온라인 채널 매출 YoY 148%
- 티몰 YoY 98%, 도우인 YoY 203%
- '26.3Q 티몰 베이스 카테고리 17위, 화장수(미스트) 카테고리 62위 달성
- '26.3Q 도우인 화장수 카테고리 3위

오프라인

확장된 오프라인 채널 매출 본격화

- '26.3Q 오프라인 입점 점포 수 : 847개
- 고효율 매장 중심으로 재고를 우선 배분하는 과정에서 일부 저효율 매장 철수



컬러리스트 입점 현황

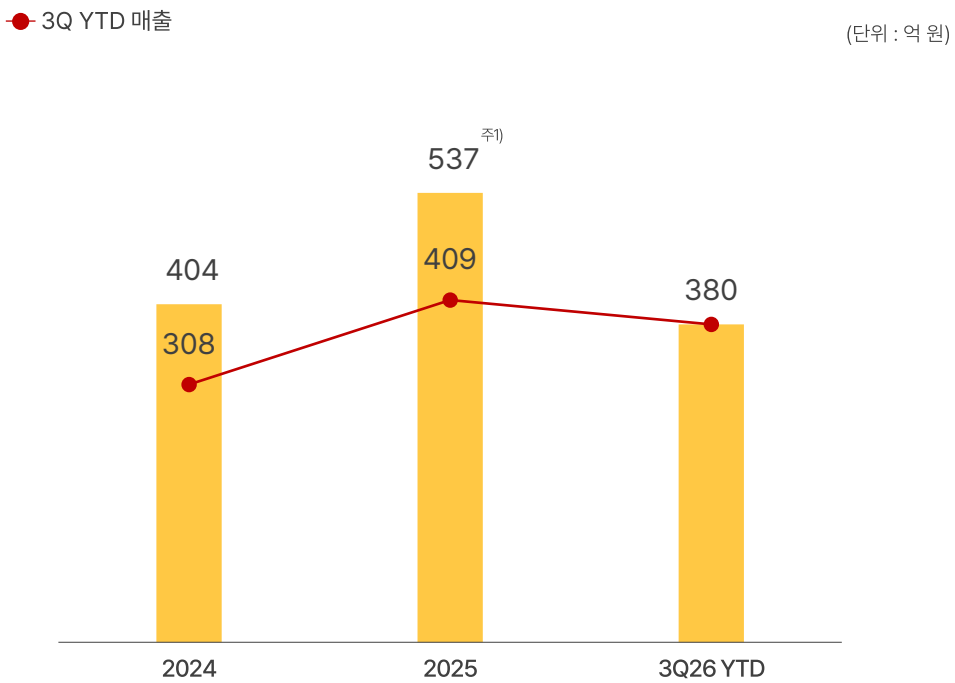

화덴치 MUA 오가닉 노출

d'Alba piedmont

6-7 권역별 경영 성과 – 러시아

러시아 매출은 '26.3Q 기준 YoY 30% 성장하였습니다. 3Q RUB 환율 18% 하락, 오존/WB 창고 공격, 통관 및 입고 지연 등 일시적 물류 차질과 같은 비우호적인 거시 환경적 요소들이 발생하였지만, 선제적인 오프라인 채널 확장을 통해 건강한 성장 기반을 확보하였습니다.

러시아 매출액



'26.3Q

온라인

와일드베리 창고 및 재고 부족 이슈로 QoQ 마이너스 기록

- '26.3Q 와일드베리, 오존, 라모다, 얀덱스마켓 YoY 70% 성장
- '26.3Q 주요 온라인 채널 SKU 상위권 지속
  → 레뚜알 아이패치 카테고리 1위, 미스트 카테고리 2위
  → 라모다 아이패치 카테고리 1위, 골드애플 아이패치 카테고리 1위

오프라인

오프라인 수요 강세 및 골드애플 선적 계획대로 진행

- '26.3Q 레뚜알, 립고셰 기존에 확대한 점포에서 매출 본격화되며 QoQ 증가
- '26.3Q 골드애플 선적 계획대로 진행되며 QoQ 매출 증가


골드애플 달바 단독 매장


Alfabank은행 콜라보

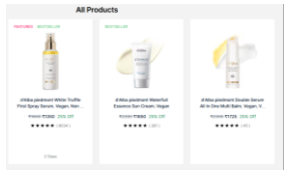
주1) 러시아 온라인 채널 판매장려금의 매출 인식 및 회계처리 변경 사항이 최근 결산에 반영되면서 수정된 '25.3Q 러시아 권역 매출(변경 전 147억 원 --> 변경 후 116억 원)이 반영되어 있습니다.

d'Alba piedmont

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



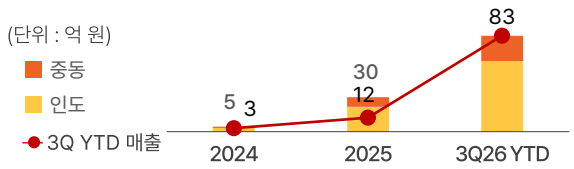
인도 Nykka 온라인 달바 입점 현황



UAE 아마존 미스트 카테고리 랭킹

이머징 권역, 견조한 성장 지속

- 인도
  - '26.3Q 매출액 YoY 374%, QoQ 0.3% 성장
  - 인도 최대 온라인 쇼핑몰 Nykka 15개 SKU 운영 중
- 중동
  - '26.3Q 매출액 YoY 568%, QoQ -8% 기록
  - '26.3Q UAE 아마존 미스트 카테고리 3위, 19위
  - '26.3Q 사우디아라비아 아마존 미스트 카테고리 6위
  - '26.3Q 중동 Ulta(3점), Watsons(31점) 입점 완료



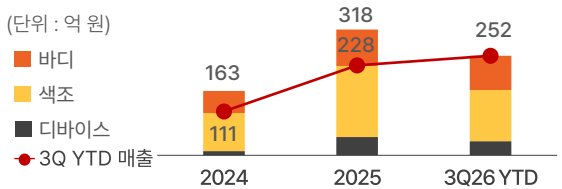
인접 신사업 확대



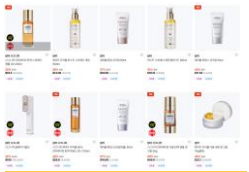
달바 브랜드 확장 전략

스핀오프 브랜드 런칭 및 신제품 출시 통한 전문성 제고

- 달바 Professional: 헤어/두피 전문 브랜드
  - '26.3Q 헤어/바디 YoY 2% 성장
  - '27.1H 달바 Bath & Body 런칭 계획
- 달바 Signature: 고기능/고단가 하이테크 스킨케어
  - '26.3Q 디바이스 YoY -53% 기록 ('25 3Q 이벤트 기저효과)
  - '26.4Q 달바 시그니처 하이리프트샷 4X 프로 출시
- 달바 Piedmont: '26.3Q 색조(립,쿠션) YoY 12% 성장
- 쿠오카스킨 '26 사업계획 달성 예상 (매출 100억 이상)



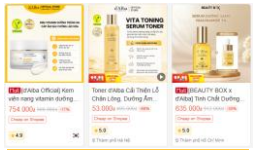
고부가 신사업 육성


신세계면세점 시그니처 단독 런칭


코엑스 스타필드 시그니처 팝업

시그니처 · 비타토닝 매출 호조

- 달바 시그니처 국내 및 아세안 매출 호조
  - 국내 코엑스 스타필드 시그니처 팝업 등 이벤트 진행
  - 베트남 시그니처 앰플 및 크림 월 매출 1억원 돌파
- 비타 토닝 라인, 글로벌 매출 호조
  - 일본 큐텐 메가포 비타토닝 세트 전체 1등
  - 베트남 쇼피 비타 토닝 캡슐 크림, 모이스쳐 카테고리 1등


베트남 쇼피 달바 비타토닝 라인


큐텐 메가포 종합랭킹 1위

d'Alba piedmont

제품별 매출 및 비중

'26.3Q 기준 미스트 매출 비중이 38.8%로 YoY 4.4%p 감소하였으며, 선케어 24.9% (YoY 1.5%p 증가), 크림 10.4% (YoY 1.0%p 증가), 홈뷰티기기 및 기타 14.8% (YoY 2.2%p 증가) 를 기록하며 점진적으로 균형 잡힌 제품별 매출 비중이 형성되고 있습니다.

(단위 : 백만 원)

			'26.3Q		'26.2Q		'26.1Q		FY2025		'25.4Q		주2)'25.3Q		'25.2Q		'25.1Q	
사업부문	품목		매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중	매출	매출 비중
화장품	미스트	내수	17,096	11.0%	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	43,202	27.8%	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	**60,298**	**38.8%**	**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	12,427	8.0%	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	26,316	16.9%	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	**38,743**	**24.9%**	**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	2,576	1.7%	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	13,532	8.7%	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	16,108	10.4%	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	944	0.6%	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	8,826	5.7%	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	9,770	6.3%	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	1,751	1.1%	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	5,310	3.4%	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	7,061	4.5%	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	328	0.2%	340	0.2%	383	0.2%	1,490	0.3%	474	0.3%	341	0.3%	389	0.3%	286	0.3%
		수출	300	0.2%	209	0.1%	201	0.1%	729	0.1%	321	0.2%	175	0.2%	128	0.1%	107	0.1%
		소계	627	0.4%	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	3,915	2.5%	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	19,068	12.3%	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	**22,984**	**14.8%**	**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	39,037	25.1%	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	116,554	74.9%	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	**155,591**	**100.0%**	**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	'26.3Q
유동자산	73,535	128,309	239,110	307,390
비유동자산	4,469	7,800	16,225	37,148
자산총계	78,004	136,108	255,335	344,538
유동부채	56,038	31,320	53,587	59,880
비유동부채	6,452	2,719	3,192	15,301
부채총계	62,490	34,039	56,780	75,181
자본금	890	1,147	1,239	1,254
자본잉여금	99	73,806	91,116	75,773
기타자본항목	1,438	2,235	6,097	(11,308)
기타포괄손익누계액	30	(920)	(1,328)	(923)
이익잉여금	13,057	25,802	101,430	204,562
자본총계	15,514	102,069	198,555	269,358

주1) K-IFRS 기준

연결 손익계산서

단위: 백만 원

구 분	2023	2024	2025	'26.3Q YTD
매출액	200,802	309,063	519,735	513,694
매출원가	53,939	74,686	125,306	120,184
판매관리비	114,418	174,532	292,960	267,754
영업이익	32,446	59,845	101,469	125,756
영업외이익	1,402	6,057	8,301	7,434
영업외비용	18,527	36,837	6,500	16,077
법인세차감전이익	15,321	29,065	102,899	118,227
법인세비용	1,716	13,656	23,863	29,048
당기순이익	13,605	15,409	79,036	89,180

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.