

d'Alba
p i e d m o n t

Global No.1 Pioneer of the
Premium Beauty Lifestyle

2025.4Q Results

INVESTOR RELATIONS 2025



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.

'25. 4Q Highlights

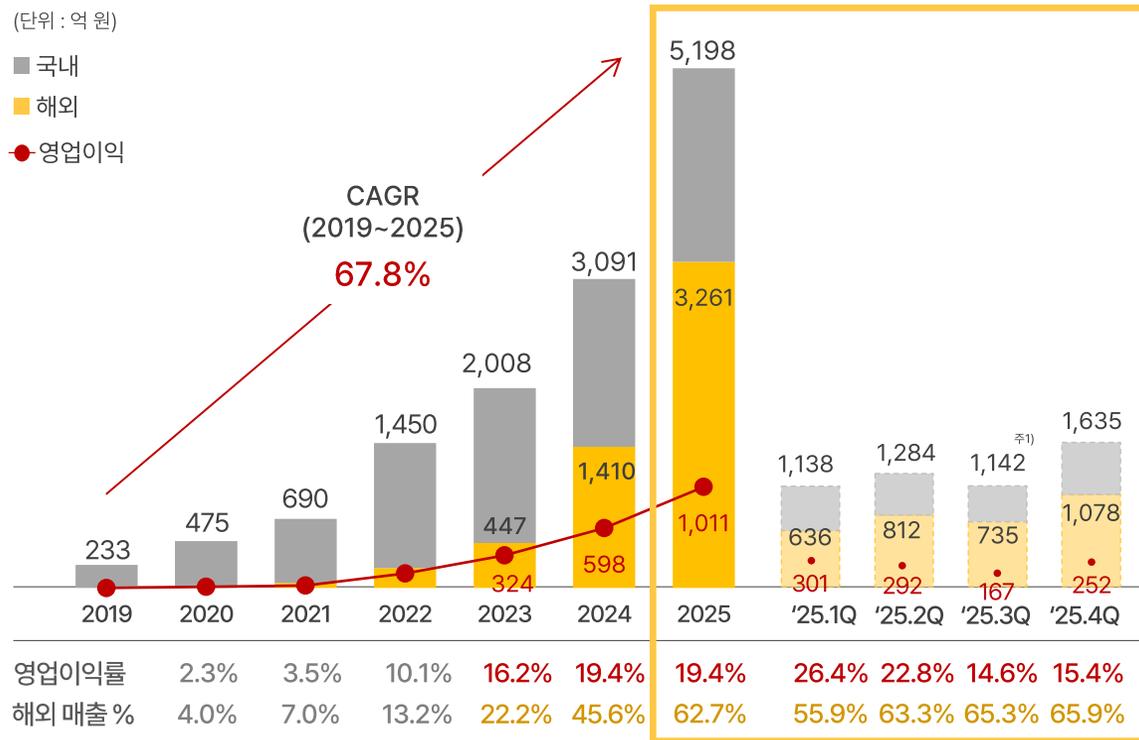
1 Key Highlight

당사의 '25.4Q 매출은 1,635억 원으로 전년 동기 대비 72% 성장하였으며, 영업이익은 252억 원으로 전년 동기 대비 87% 증가하였습니다. 또한 '25년 기말 기준 해외 매출액은 전년 동기 대비 131% 성장하며 전사 매출 비중 63%를 기록했습니다.

달바글로벌 전사 매출 및 영업이익 추이

(단위 : 억 원)

- 국내
- 해외
- 영업이익



- 5,198 억원 역대 최대 연간 매출
- 1,011 억원 역대 최대 연간 영업이익
- 63% FY2025 역대 최대 연간 해외 매출 비중
- 36Q 36분기 연속 YoY 매출 성장

주1) 러시아 일부 온라인 채널 관련 특정 거래에 대하여 기존 판관비로 분류된 항목을 매출액에서 직접 차감하는 순액으로 표기하는 재분류가 진행되었습니다. 동 재분류는 영업이익 및 당기순이익에 미치는 영향은 없으며, 이에 따라 25.3분기 매출은 기존 1,173억 원에서 1,142억 원으로, 판매관리비는 총 722억 원에서 691억 원으로, 영업이익률은 14.2%에서 14.6%로 각각 조정되었습니다. 관련 세부내용은 2026년 2월 19일 예정된 3분기 보고서를 참고하시기 바랍니다.

'25. 4Q Highlights

2 '25.4Q Income Statements

'25.4Q 매출원가율은 YoY 0.8%p 감소한 24.5%, 판관비율은 약 0.4%p 감소한 60.1%로 집계되었습니다. 영업이익율은 전년동기 대비 1.3%p 상승한 15.4%를 기록하였습니다.

(단위: 억 원)

Items	'24.4Q		'25.3Q 주1)		'25.4Q				Memo
		Sales %		Sales %		Sales %	QoQ	YoY	
Revenue	953	100%	1,142	100%	1,635	100%	43%	72%	
COGS	241	25%	284	25%	400	24%	41%	66%	
Gross Profit	712	75%	857	75%	1,235	76%	44%	73%	
SG&A	577	61%	691	61%	983	60%	42%	70%	
Salaries and Wages	25	3%	31	3%	60	4%	94%	140%	· '25.4Q 임직원수: 205명(QoQ 9명 증가)
Freight Charges	125	13%	141	12%	209	13%	48%	67%	
Sales Commissions	130	14%	135	12%	226	14%	67%	74%	
Marketing Expenses	218	23%	273	24%	362	22%	33%	66%	
Others	79	8%	111	10%	126	8%	14%	59%	
Operating Profit	135	14%	167	15%	252	15%	51%	87%	
Net Profit	131	14%	140	12%	205	13%	46%	56%	

주1) 러시아 일부 온라인 채널 관련 특정 거래에 대하여 기존 판관비로 분류된 항목을 매출액에서 직접 차감하는 순액으로 표기하는 재분류가 진행되었습니다. 동 재분류는 영업이익 및 당기순이익에 미치는 영향은 없으며, 이에 따라 25.3분기 매출은 기존 1,173억 원에서 1,142억 원으로, 판매관리비는 총 722억 원에서 691억 원으로, 영업이익율은 14.2%에서 14.6%로 각각 조정되었습니다. 관련 세부 내용은 2026년 2월 19일 정정된 3분기 보고서를 참고하시기 바랍니다.

'25. 4Q Highlights

3 '25.4Q Key Growth Drivers

해외 6개 권역 전반적으로 온라인 채널 성장이 지속되며, FY2025 전사 매출은 YoY 68.2%를 기록했습니다. 또한 코스트코와 알타에서 12월 넷째주부터 첫 매장 판매가 개시되는 등 북미 오프라인 확장이 본격적으로 시작되었습니다.

해외 온라인
채널 성장 가속화

(단위: 억원)		FY2024 랭킹	FY2024 월 평균 매출	FY2025 랭킹	FY2025 월 평균 매출
	OZON	< Top 100	5	2 nd	9
	Qoo10	8 th	15	1 st	34
	amazon.com	71 st	16	22 nd	36
	amazon.es	1 st	3	1 st	8
	Shopee VN	4 th	7	1 st	10
	天猫	139 th	1	49 th	3

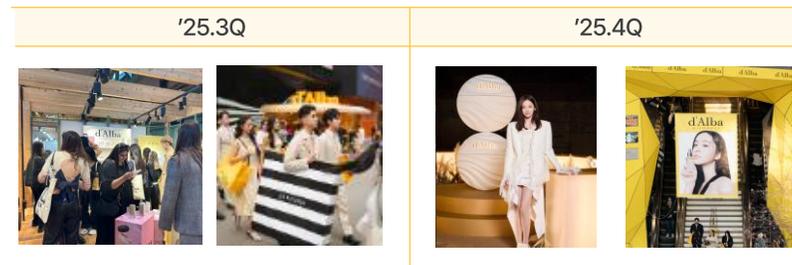
- '25.4Q 해외 온라인 채널 매출 YoY 약 110% 성장
 - 러시아: 오존·와일드베리·라모다·안덱스 4대 온라인 채널 YoY 63% 성장
 - 일본: 큐텐, 라쿠텐, 아마존 채널 YoY 99% 성장
 - 북미: 미국 아마존 YoY 173%, 캐나다 아마존 251% 성장
 - 유럽: 아마존 YoY 196% 성장
 - 중화권 온라인 채널 YoY 85%, 아세안 온라인 채널 YoY 120% 성장

오프라인
채널 확대

(단위: 점포 수)	'24.2H	'25.1H	'25.2H
일본	600	2,800	3,770
러시아	41	51	51
북미	-	-	1,696
ASEAN	30	341	400
중국	-	-	91
유럽	-	-	60

- '25.4Q 해외 오프라인 매장 수 약 6,068개
 - 북미: '25.4Q 미국 코스트코 (150점)·알타 뷰티 (1,500점) 입점 완료
 - 일본: '25.4Q 마츠모토 키요시 확대 (840점)
 - 유럽: '25.4Q Super-pharm 입점 점포 확대 (50점)
 - 중국: '25.4Q 와우컬러, 화메이, 3TC 입점 (91점)

"Glocalized"
브랜드 캠페인



- 글로벌 브랜드 마케팅을 통한 해외 매출 확대 기반 확보
 - 일본 도쿄 2025년 글로벌 브랜드 캠페인 행사 ('25.12월)
 - 총 5.8만명 방문, 일본 현지 언론 매체 노출 163건
 - 러시아 모스크바 팝업스토어 ('25.12월)
 - 인도 Nykaa 팝업스토어 "Red Carpet with d'Alba" ('25.11월)
 - 총 2.5천명 방문, 인스타그램 스토리 420건 이상 공유

주1) OZON :뷰티 카테고리 랭킹·Qoo10 :메가와리 브랜드 매출 랭킹·AMZ (미국·스페인) : B&P (리스트) 기간내 Best 랭킹·쇼피 (베트남) :스킨케어 랭킹·티몰 :도너 랭킹

'25. 4Q Highlights

4 권역별 매출

'25.4Q 국내 매출은 YoY 17% 성장하였으며, 4Q 해외 매출은 YoY 125% 성장하였습니다. 특히 북미, 유럽, 아세안 지역의 매출이 상대적으로 높은 성장율을 달성하였습니다.

'25.4Q 주요 권역별 매출

(단위: 억원)

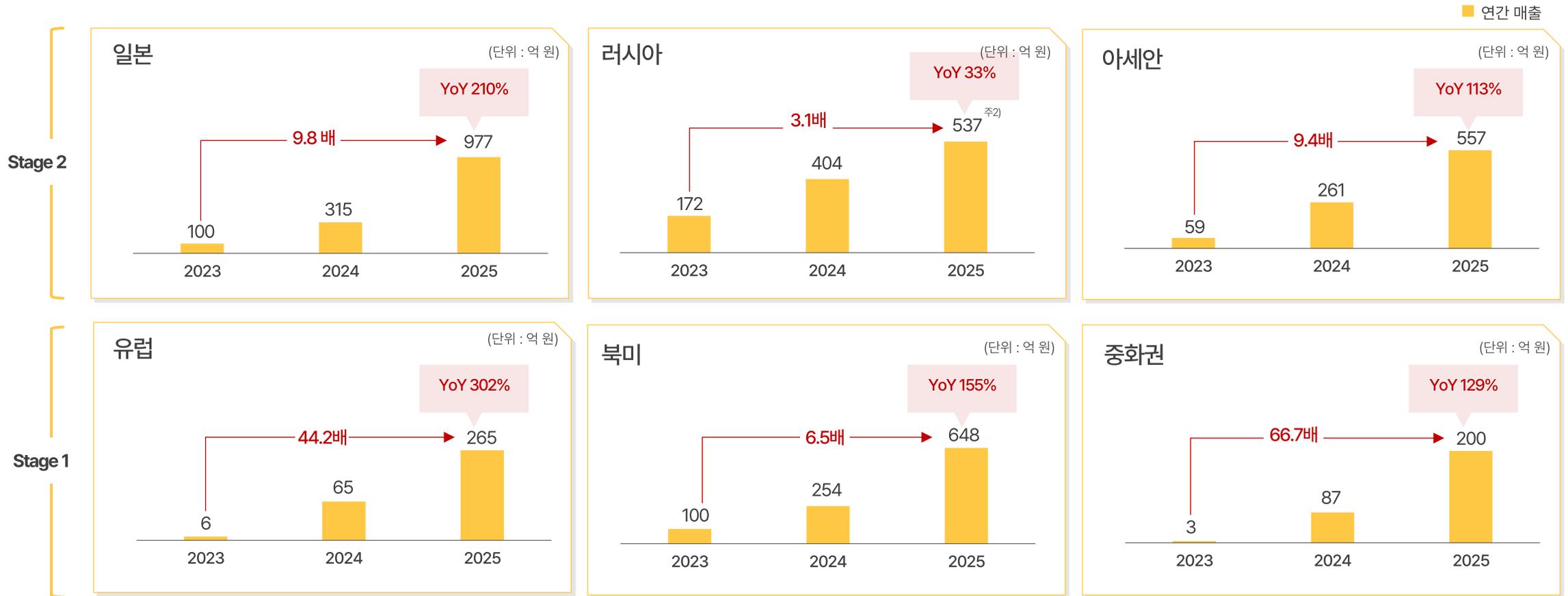
구분	'24.4Q		FY2024		'25.3Q ^{주1)}		'25.4Q				FY2025		
		Sales %		Sales %		Sales %		Sales %	QoQ	YoY		Sales %	YoY
Revenue	953	100%	3,091	100%	1,142	100%	1,635	100%	43%	72%	5,198	100%	68%
Domestic	475	50%	1,681	54%	407	36%	557	34%	37%	17%	1,937	37%	15%
Overseas	479	50%	1,410	46%	735	64%	1,078	66%	47%	125%	3,261	63%	131%
Japan	125	13%	315	10%	184	16%	314	19%	71%	151%	977	19%	210%
Russia ^{주1)}	99	10%	404	13%	116	10%	128	8%	10%	29%	537	10%	33%
N. America	85	9%	254	8%	176	15%	261	16%	48%	207%	648	12%	155%
Europe	30	3%	66	2%	62	5%	99	6%	60%	230%	265	5%	302%
ASEAN	97	10%	261	8%	144	13%	174	11%	21%	79%	557	11%	113%
Pan-China	42	4%	87	3%	34	3%	65	4%	91%	55%	200	4%	130%
Others	1	0%	23	1%	19	2%	37	2%	95%	4,111%	76	1%	235%

주1) 러시아 일부 온라인 채널 관련 특정 거래에 대하여 기존 판매비로 분류된 항목을 매출액에서 직접 차감하는 순액으로 표기하는 재분류가 진행되었습니다. 동 재분류는 영업이익 및 당기순이익에 미치는 영향은 없으며, 이에 따라 25.3분기 매출은 기존 1,173억 원에서 1,142억 원으로, 판매관리비는 총 722억 원에서 691억 원으로, 영업이익률은 14.2%에서 14.6%로 각각 조정되었습니다. 관련 세부 내용은 2026년 2월 19일 예정된 3분기 보고서를 참고하시기 바랍니다.

'25. 4Q Highlights

5 글로벌 권역별 성장 추세 요약

'25. 4Q 전체 해외 매출은 전년동기 대비 125% 성장하였으며, FY2025 기준으로도 YoY 131% 성장하였습니다.



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

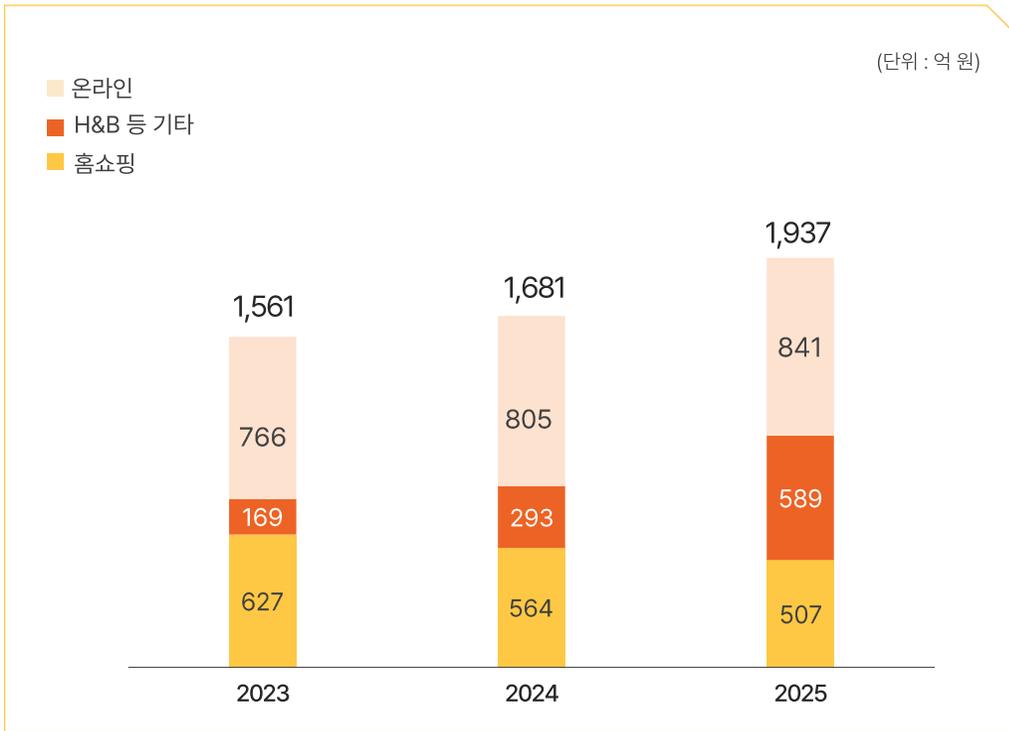
주2) 러시아 온라인 채널 판매장려금의 매출 인식 및 회계처리 변경 사항이 최근 결산에 반영되면서 수정된 '25.3Q 러시아 권역 매출(변경 전 147억 원 -> 변경 후 116억 원)이 반영되어 있습니다.

'25. 4Q Highlights

6-1 권역별 경영 성과 - 국내

국내 매출은 '25.4Q 기준 YoY 17%, FY2025 기준 YoY 15% 성장하였습니다. 온라인은 전분기에 이어 마켓컬리, 오프라인은 올리브영에서 높은 성장을 기록했습니다. 또한 '25.4Q 고효능 탄력케어 브랜드 「달바 시그니처」로 백화점 입점하였습니다.

국내 매출액



'25.4Q 주요 채널별 성과 및 2026년 계획

온라인

'25.4Q 무신사·29cm 신규 채널 입점

- FY2025 국내 온라인 매출 YoY 5%
- '25.4Q 국내 온라인 매출 YoY -1%
- '25.4Q 비타 토닝 캡슐 크림 무신사블프 기간 뷰티 전체 1위
- '25.4Q 네이버 홀리데이 기획전 아이크림 1위



H&B 등 기타

올리브영 연 천 억원 규모 브랜드 입성

- '25.4Q H&B 채널 YoY 102% (FY2025 YoY 85%)
- 2025년 올리브영 연 매출 천 억원 달성 브랜드
- 2025년 올리브영 Awards 3개 수상 (선크림 2개, 미스트)
- '25.4Q 달바 시그니처, 목동 현대백화점 입점
- '26년 기네 면세점, 백화점 점포 확장 예정



홈쇼핑

홈쇼핑 매출 감소세 속 전용 제품으로 개선 기대

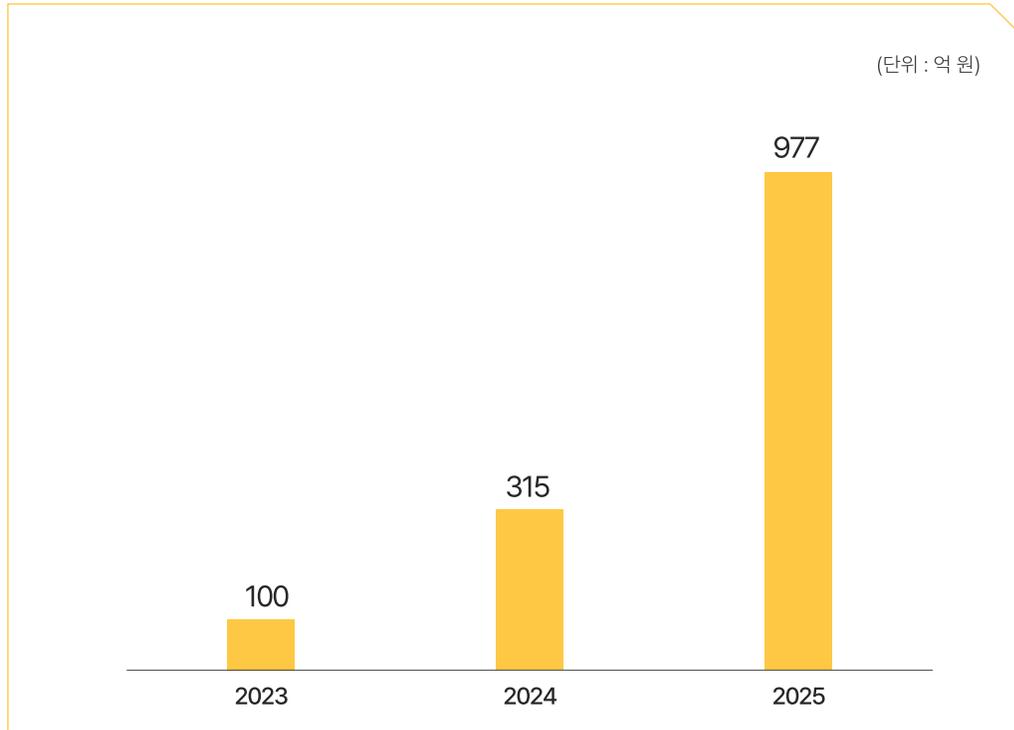
- '25.4Q 홈쇼핑 채널 YoY -10% (FY2025 YoY -10%)
- '25.4Q 홈쇼핑 전용 미스트 시즌 6 엑소세럼 런칭 후 QoQ 37% 성장

'25. 4Q Highlights

6-2 권역별 경영 성과 - 일본

일본 매출은 '25.4Q 기준 YoY 151%, FY2025 기준 YoY 210% 성장하였습니다. 주요 온라인 채널 매출 호조와 오프라인 점포 수 확대가 외형 성장을 이끌었습니다.

일본 매출액



'25.4Q 주요 채널별 성과 및 2026년 계획

온라인

주요 온라인 채널 전반의 견조한 매출 성장

- '25.4Q 큐텐, 라쿠텐, 아마존 평균 YoY 99% (FY2025 YoY 158%)
- '25.4Q 메가와리 매출 3위 · 미스트, 베이스메이크업 카테고리 1위
- 라쿠텐 블프 스킨케어 1위 · 아마존 블프 뷰티 7위
- 신제품 비타라인 매출 호조세 ('25.4Q 아마존 QoQ 236%)



오프라인

기존 오프라인 채널 점포 수 및 SKU 확대

- '25.4Q 오프라인 매출 YoY 407% 성장 (FY2025 YoY 443%)
- '25.4Q 기준 점 오프라인 채널 점포 3,770점 입점
- '25.12월 1달간 도쿄 글로벌 캠페인 진행
 - '25.9월 계약한 전속 모델 코우키, 채증협 활용, 현지 미디어 데이 진행하며 현지 관심 및 브랜드 인지도 제고
 - 총 5.8만명 방문, 일본 현지 언론 매체 노출 163건

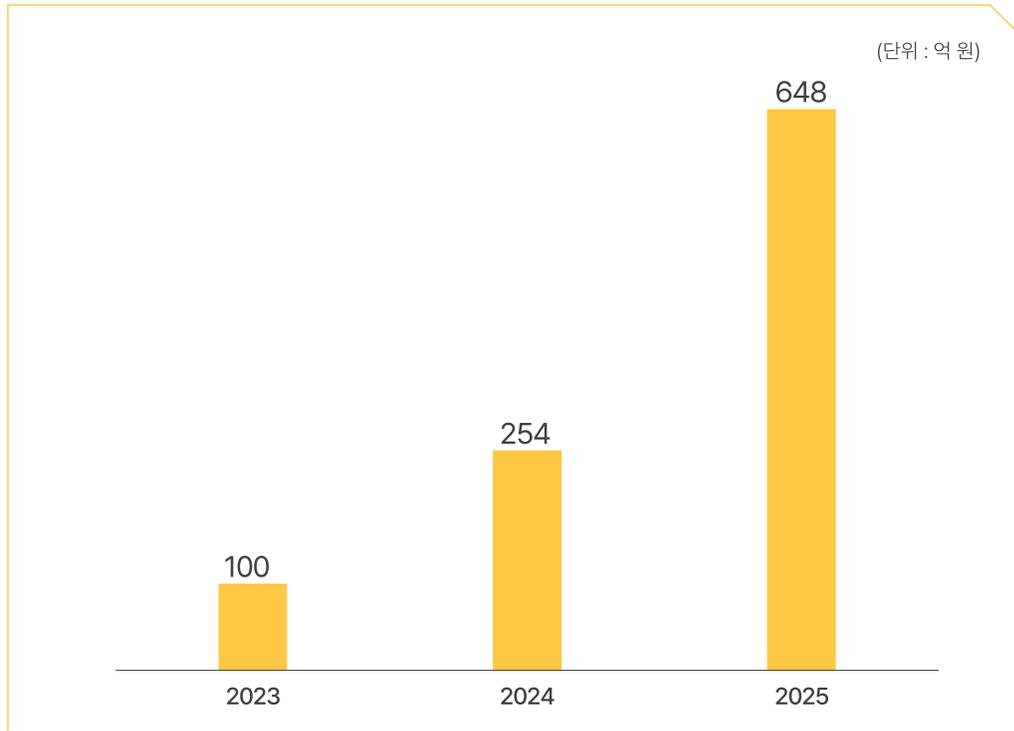


'25. 4Q Highlights

6-3 권역별 경영 성과 - 북미

북미 매출은 '25.4Q 기준 YoY 207%, FY2025 기준 YoY 155% 성장하였습니다. 온라인 채널(아마존·틱톡샵·자사몰) 및 신규 입점 계약이 체결된 코스트코 및 얼타 등의 신규 오프라인 채널이 매출 성장을 견인하였습니다.

북미 매출액



'25.4Q 주요 채널별 성과 및 2026년 계획

온라인

4Q 성수기(블랙 프라이데이 등) 온라인 채널 호실적

- '25.4Q 미국 아마존 YoY 173% (FY2025 YoY 116%)
- '25.4Q 미국 아마존 블프 B&P 13위 (미스트)
- '25.4Q 캐나다 아마존 블프 B&P 3위 (미스트)
- '26년 아마존 히어로 제품 추가 육성 (기존의 퍼스트 및 톤업 외 뷰티디바이스, 비타라인, 멀티밤 등)으로 복수 제품 Top Rank 목표



오프라인

북미 오프라인 채널 확장 본격화

- '25.4Q 북미 오프라인 신규 입점 현황
→ 미국 코스트코 150점, 얼타 1,500점, 캐나다 코스트코 40점, 홀트 렌트류 6점
- '26년 북미 오프라인 점포 수 약 3천개, 오프라인 매출 비중 25%까지 확대 목표

마케팅

팝업스토어·브랜드 캠페인 진행

- '25.11월 LA 팝업 행사 진행 (+7K RSVP, 주최 측 예상치 460% 이상 초과)



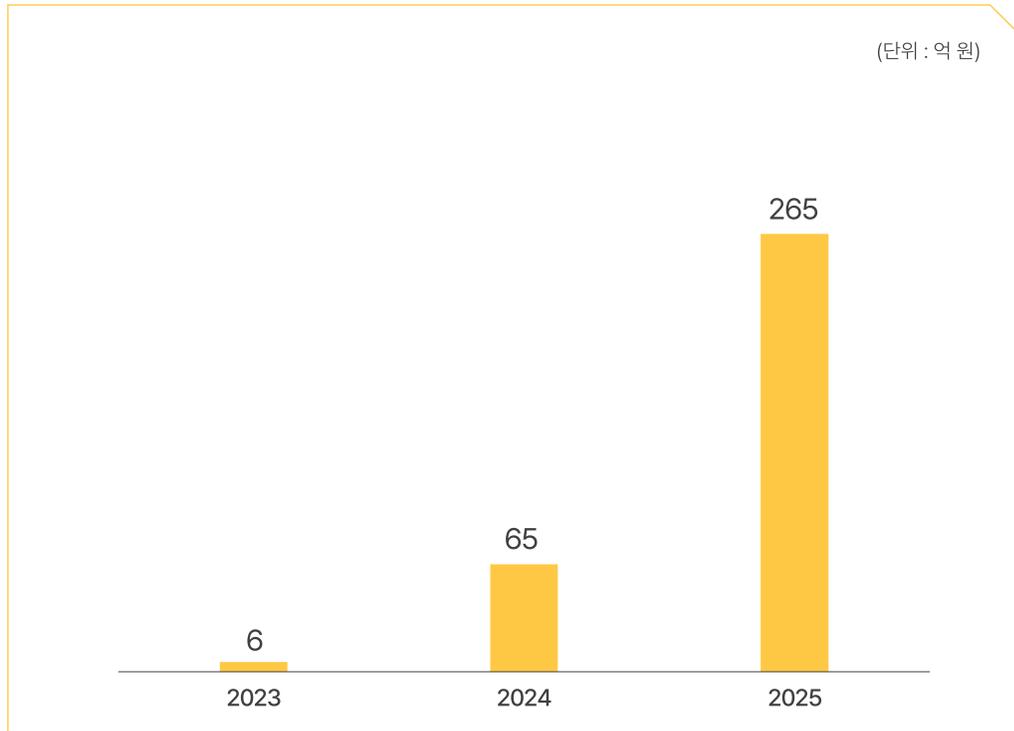
'25.12월 Ultra 입점

'25. 4Q Highlights

6-4 권역별 경영 성과 - 유럽

유럽 매출은 '25.4Q 기준 YoY 230%, FY2025 기준 YoY 302% 성장하였습니다. 온라인 (아마존)의 고성장이 지속됨과 동시에 오프라인 채널 진출 성과가 가시화되어 매출 성장을 주도하였습니다.

유럽 매출액



'25.4Q 주요 채널별 성과 및 2026년 계획

온라인

유럽 아마존 매출 고성장세 지속, 복수 제품이 Rank 상위권 기록

- '25.4Q 유럽 아마존 매출 YoY 196% 성장 (FY2025 YoY 288%)
- '25.4Q 볼프 기간 중 주요 유럽 국가 아마존에서 상위권 매출 순위 유지
 - 스페인 아마존 B&P 1위 (미스트), 3위 (톤업 선크림), 7위 (멀티밤)
 - 이탈리아 아마존 B&P 17위 (미스트)
 - 독일 아마존 B&P 7위 (미스트), 16위 (톤업 선크림) 멀티밤 76위

오프라인

오프라인 외형 확장 및 SKU 확대 중

- '25.4Q 유럽 오프라인 신규 입점 현황
 - 코스트코 9점 (프랑스 · 스페인), Super-Pharm 50점 (폴란드)
- '25.12월 코스트코 UK · 스웨덴 · 아이슬란드 입점 계약 완료 ('26.1H 판매 예상)
- 스페인 Primor 입점 계약 완료 ('26 1Q 판매 예상 - 약 100점)
- '26년 영국 Boots, 독일 Douglas 등 입점 추진 중

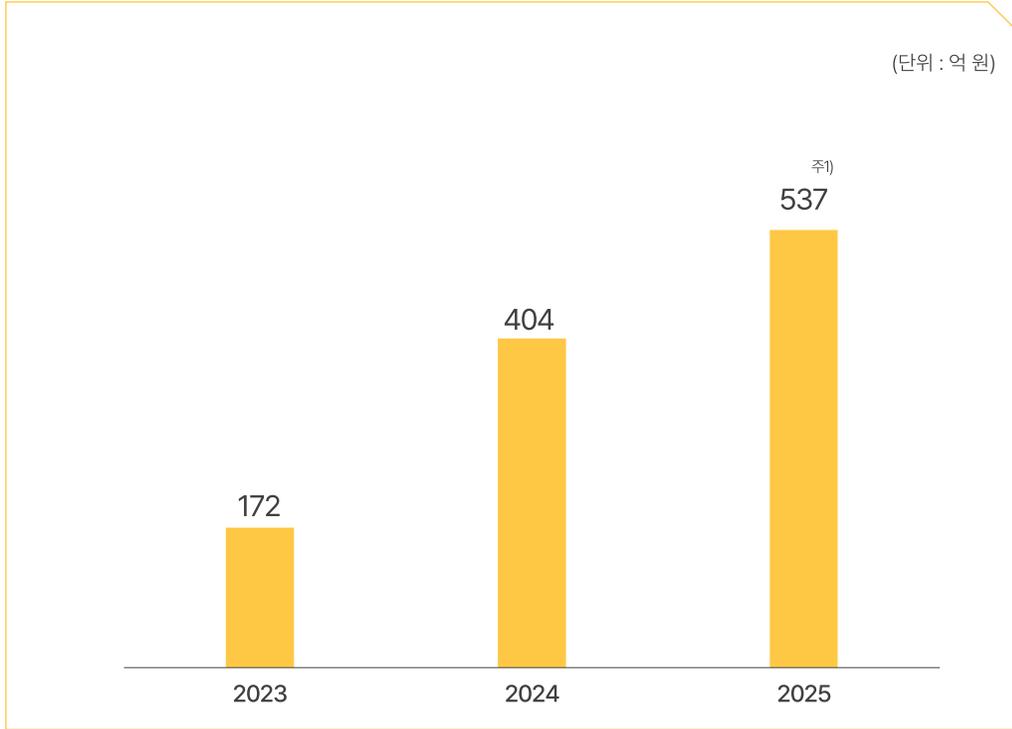


'25. 4Q Highlights

6-5 권역별 경영 성과 - 러시아

러시아 매출은 '25.4Q 기준 YoY 29%, FY2025 YoY 33% 성장하였습니다. 집중 육성 중인 신규 온라인 채널(오존, 와일드베리, 라모다, 안덱스 마켓)을 중심으로 성장세를 이어가고 있습니다.

러시아 매출액



'25.4Q 주요 채널별 성과 및 2026년 계획

온라인

'성수기 4Q 주요 온라인 채널 매출 호조

- '25.4Q 와일드베리, 오존, 라모다 평균 YoY 58% 성장 (FY2025 YoY 89%)
- 러시아 권역의 골드애플 매출 의존도 감소 (FY24 71% → FY2025 55%) 및 온라인 채널 다변화
- 아이패치 카테고리 러시아 내 브랜드 인지도 확보
→ 콜라겐 아이패치, 골드애플 전체 판매순위 1위, 비타 아이패치 오존 2위, 와일드베리 3위
- '26년 상반기 온라인 자사몰 통한 달바 시그니처 런칭 예정

오프라인

신규 오프라인 채널 확장

- '25.4Q 기준 오프라인 점포 수: 총 51점
- '26년 신규 오프라인 채널 확장 계획
→ '26년 중립고체 30점, 일데보페 50점 입점 예정
- '26년 1Q 중 달바 시그니처 올세라 더블샷 런칭 예정 (골드애플 포함 전 채널 런칭)



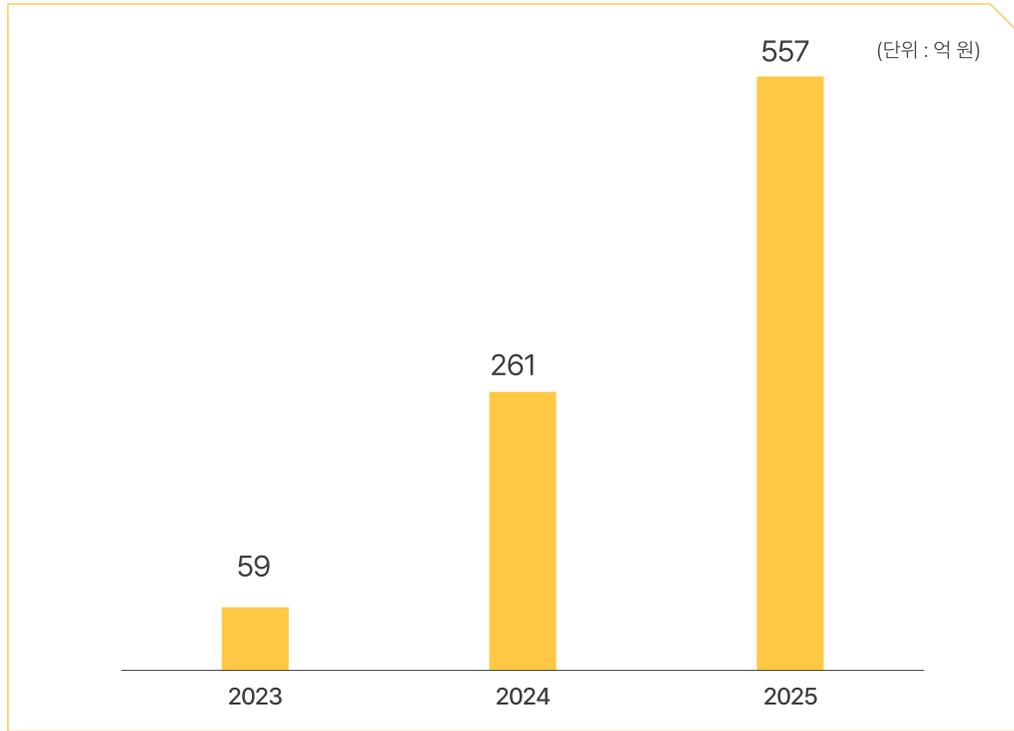
주) 러시아 온라인 채널 판매장려금의 매출 인식 및 회계처리 변경 사항이 최근 결산에 반영되면서 수정된 '25.3Q 러시아 권역 매출(변경 전 147억 원 --> 변경 후 116억 원)이 반영되어 있습니다.

'25. 4Q Highlights

6-6 권역별 경영 성과 - 아세안

아세안 지역 매출은 '25.4Q 기준 YoY 79%, FY2025 기준 YoY 113% 성장하였습니다. 전 분기에 이어 쇼피, 틱톡샵 등의 온라인 채널이 고성장을 보였습니다.

아세안 매출액



'25.4Q 주요 채널별 성과 및 2026년 계획

쇼피, 틱톡샵 중심의 고성장 재속

- '25.4Q ASEAN 온라인 YoY 120% (FY2025 YoY 98%)
- '25.4Q 틱톡샵 QoQ 성장률: 싱가포르 263% 필리핀 205%, 태국 126%
→ 싱가포르 틱톡샵 GMV 기준 K뷰티 브랜드 TOP 2
- '25.4Q 쇼피 베트남·필리핀 스킨케어 카테고리 1위
- '25.4Q 싱가포르 디바이스 신규 런칭

ASEAN 권역 전반에 걸친 오프라인 채널 확대

- FY2025 오프라인 매출 YoY 약 133%
- '25.4Q 기준 ASEAN 지역 오프라인 점포 수: 400점
- '26년 베트남·인도네시아 가디언, 말레이시아·필리핀 왓슨스 입점 목표

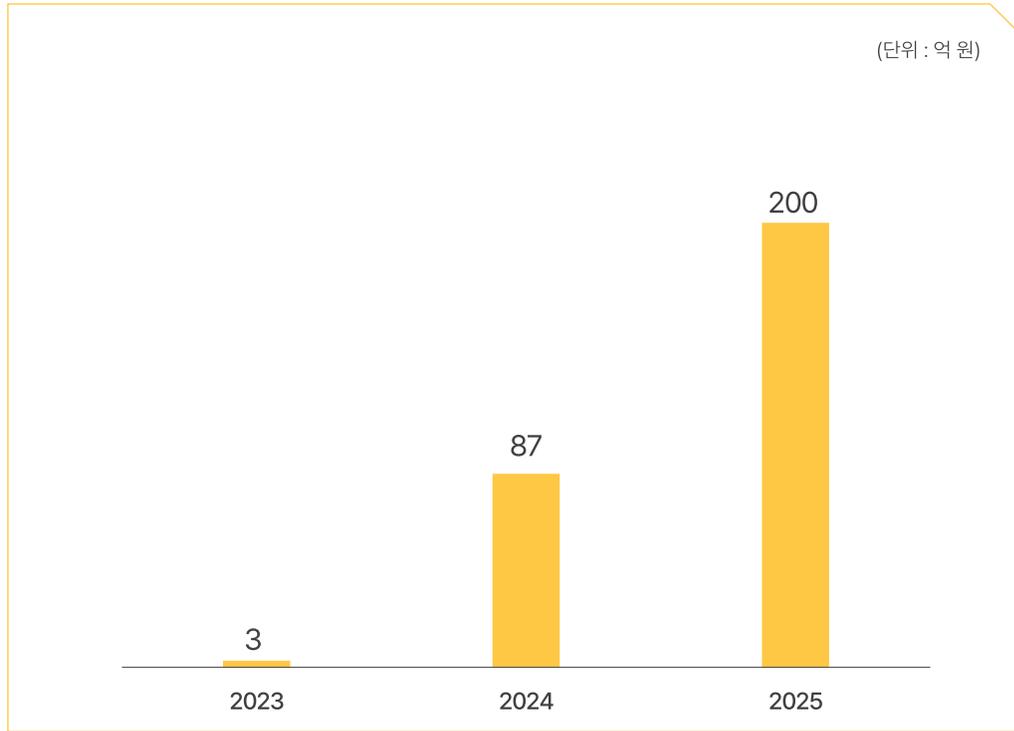


'25. 4Q Highlights

6-7 권역별 경영 성과 – 중화권 (중국·대만·홍콩)

중화권 매출은 '25.4Q 기준 YoY 55%, FY2025 기준 130% 성장하였습니다. '25년 하반기부터 오프라인 입점이 시작되었으며, '26년 상반기 중으로 설립 예정인 현지 법인을 통해 온오프라인 영업을 더욱 가속화할 계획입니다.

중화권 매출액

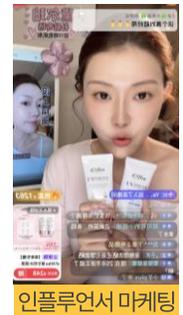


'25.4Q 주요 채널별 성과 및 2026년 계획

온라인

'26년 자체 스토어 운영·라이브 방송 송출 예정

- '25.4Q 중화권 매출 YoY 118% (FY2025 225%)
- '25.4Q Douyin 대형 인플루언서 라이브 방송 통한 토크업 선크림 바이럴 마케팅 진행 (시간당 시청자수 최대 9천명)
- '25.4Q 티몰 미스트 카테고리 49위 달성
- '26년 Douyin 자체 스토어 운영 및 자체 라이브 방송 예정
- '26년 고단가 달바 시그니처 런칭을 통한 수익성 보완 예정



오프라인

중국 현지 H&B 채널 중심 오프라인 신규 확대

- '25.4Q 오프라인 입점 점포 수: 91개
→ 와우컬러: 50개·화메이: 21개·3TC: 20개
- '26.1H 중으로 중국 현지 법인 설립 예정
→ 현지 온오프라인 영업 본격화



'25. 4Q Highlights

7 3대 중장기 성장 전략 리뷰

글로벌 6대 권역에서 매출이 안정적으로 성장하고 있는 상황에서 특히 성장 잠재력이 큰 신흥 시장(인도, 중동), 인접 신사업, 고부가가치 SKU가 미래의 건강한 성장을 이끌어 갈 것으로 예상됩니다.

이머징 권역 개척



인도 Nykaa 팝업



두바이 브랜드 행사

이머징 권역, 견조한 성장 지속

- 인도
 - '25.11월 현지 대표 뷰티 플랫폼 Nykaa 팝업 진행
→ 총 방문자 2.5K · 현지 IG 팔로워 수 증가
 - '26.1H 중 Nykaa 등, 현지 오프라인 입점 추진 중
 - '25.4Q 인도 아마존 뷰티카테고리 50위 달성 ('24.4Q 최고 랭킹 870위)
- 중동
 - '25.4Q 아마존 미스트 카테고리 지속 1위
 - '25.10월 두바이에서 중동 첫 브랜드 행사 진행
Noorstars (팔로워 1,745만명) 등 현지 유명 인플루언서 참석

(단위 : 억 원)



인접 신사업 확대

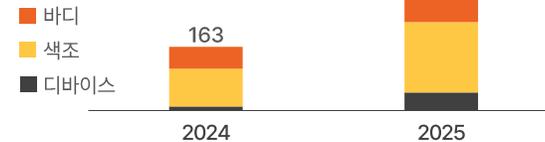


디바이스, Personal Care (핸드, 바디, 헤어 등), 색조제품

디바이스·메이크업카테고리 확대

- 뷰티 디바이스 (달바 시그니처 올빼라더블샷)
 - '25. 4Q 디바이스, QoQ 23% · FY2025 매출 비중 0.9%
 - '26년 중국·러시아 등의 자사몰 디바이스 판매 개시 예정
 - '26년 싱가포르·말레이시아 디바이스 런칭 예정
 - '25.9월 미국 자사몰 런칭 후 디바이스 월 매출 3억원 돌파
- 색조(립, 쿠션) · 바디(핸드크림, 등)
 - '25. 4Q 색조·바디 각각 QoQ 47%, 39% 성장

(단위 : 억 원)



고부가가치 신제품 육성



달바 시그니처 백화점 입점



비타토닝 아이패치, 러시아 매출 호조

시그니처 오프라인 런칭·비타토닝 해외 매출 호조

- '25.4Q 달바 시그니처 목동 현대백화점 입점
→ 국내 온오프라인 럭셔리 브랜드 채널 입점 목표
- '25.4월 런칭한 비타 토닝 라인, 해외 매출 호조
→ '25.4Q 일본 아마존에서 비타 토닝 라인 QoQ 236%
→ 비타 크림 일본 X(트위터) '25년 크림 언급 브랜드 TOP 10 진입
→ 비타 아이패치, 러시아 오존·와일드베리 각각 카테고리 2,3위



프리미엄 "시그니처" 라인업

비타토닝 (미백) 라인업

'25. 4Q Highlights

8 2026 전사 목표 및 핵심 성장 과제



FY2025 전사 매출 5,198억, OPM 20%, 해외매출 63%, B2B 37%

FY2026 전사 매출 7,000억, OPM 21%, 해외매출 70%, B2B 40%

글로벌 프리미엄 슈퍼브랜드로의 본격적 도약

장기적 성장
위한 신시장 및
신사업 개척

- 디바이스를 포함, 비타7종, 퍼스널 케어 등 제 3의 히어로 제품 육성
- 달바 시그니처 - 백화점 상설매장 입점 등 프리미엄 마케팅 기반 성장
- 인도/중동/남미 3개 이머징 권역 적극 채용 및 확장

해외 사업
OPM 개선

- 주요 권역 마케팅 및 비용구조 최적화
- 국내 사업의 퍼포먼스 마케팅 노하우 적극 활용한 마케팅 역량 강화
- 수익성 높은 B2B 매출 비중 확대

Appendix.

제품별 매출 및 비중

FY2025 기준 미스트 매출 비중이 46%로 YoY 7.9%p 감소하였으며, 선케어 역시 22%를 기록하며 YoY 점진적으로 균형 잡힌 제품별 매출 비중이 형성되고 있습니다.

(단위: 백만원)

사업부문	품목	FY2025 주2)		'25.4Q		'25.3Q		'25.2Q		'25.1Q		FY2024		
		매출	매출 비중											
미스트	내수	101,016	19.4%	29,526	18.1%	19,219	16.8%	22,891	17.8%	29,409	25.9%	95,340	30.8%	
	수출	138,175	26.6%	48,744	29.8%	30,065	26.3%	31,211	24.3%	28,122	24.7%	71,288	23.1%	
	소계	239,192	46.0%	78,271	47.9%	49,284	43.2%	54,102	42.1%	57,530	50.6%	166,628	53.9%	
선케어	내수	43,692	8.4%	10,770	6.6%	10,257	9.0%	13,652	10.6%	9,014	7.9%	27,812	9.0%	
	수출	72,004	13.9%	20,670	12.6%	16,433	14.4%	20,630	16.1%	14,271	12.5%	23,581	7.6%	
	소계	115,696	22.3%	31,441	19.2%	26,691	23.4%	34,282	26.7%	23,285	20.5%	51,393	16.6%	
화장품	크림	내수	17,433	3.4%	6,794	4.2%	2,823	2.5%	2,964	2.3%	4,852	4.3%	14,976	4.8%
	수출	33,758	6.5%	11,787	7.2%	7,954	7.0%	7,809	6.1%	6,208	5.5%	14,777	4.8%	
	소계	51,191	9.8%	18,581	11.4%	10,777	9.4%	10,773	8.4%	11,061	9.7%	29,753	9.6%	
마스크팩	내수	3,665	0.7%	1,032	0.6%	1,254	1.1%	726	0.6%	653	0.6%	5,806	1.9%	
	수출	23,373	4.5%	6,354	3.9%	6,162	5.4%	5,490	4.3%	5,367	4.7%	12,644	4.1%	
	소계	27,038	5.2%	7,386	4.5%	7,416	6.5%	6,216	4.8%	6,020	5.3%	18,450	6.0%	
앰플/세럼	내수	6,168	1.2%	1,774	1.1%	1,470	1.3%	1,638	1.3%	1,286	1.1%	5,416	1.8%	
	수출	14,467	2.8%	4,975	3.0%	3,677	3.2%	3,547	2.8%	2,268	2.0%	5,002	1.6%	
	소계	20,635	4.0%	6,749	4.1%	5,147	4.5%	5,185	4.0%	3,554	3.1%	10,418	3.4%	
이너뷰티	비거너리	내수	1,490	0.3%	474	0.3%	341	0.3%	389	0.3%	286	0.3%	2,145	0.7%
	수출	729	0.1%	321	0.2%	175	0.2%	128	0.1%	107	0.1%	72	0.0%	
	소계	2,219	0.4%	794	0.5%	516	0.5%	517	0.4%	393	0.3%	2,217	0.7%	
홈뷰티기기	뷰티기기 및 기타	내수	20,275	3.9%	5,347	3.3%	5,337	4.7%	4,900	3.8%	4,694	4.1%	16,615	5.4%
	수출	43,578	8.4%	14,958	9.1%	8,998	7.9%	12,398	9.7%	7,224	6.4%	13,587	4.4%	
	소계	63,853	12.3%	20,304	12.4%	14,335	12.6%	17,298	13.5%	11,918	10.5%	30,202	9.8%	
합계	내수	193,739	37.3%	55,717	34.1%	40,701	35.7%	47,160	36.7%	50,195	44.1%	168,110	54.4%	
	수출	326,084	62.7%	107,809	65.9%	73,464	64.3%	81,213	63.3%	63,565	55.9%	140,951	45.6%	
	합계	519,824	100.0%	163,526	100.0%	114,166	100.0%	128,373	100.0%	113,760	100.0%	309,061	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 수지에 조정 반영되었습니다. 관련 세부 내용은 2026년 2월 19일 정정된 3분기 보고서를 참고하시기 바랍니다.

Appendix.

요약재무제표(연결)

연결 재무상태표

단위: 백만 원

구분	2022	2023	2024	2025
유동자산	36,368	73,535	128,309	238,901
비유동자산	2,988	4,469	7,800	16,225
자산총계	39,356	78,004	136,108	255,126
유동부채	34,281	56,038	31,320	53,387
비유동부채	3,383	6,452	2,719	3,188
부채총계	37,664	62,490	34,039	56,575
자본금	866	890	1,147	1,239
자본잉여금	3,419	99	73,806	91,144
기타자본항목	1,172	1,438	2,235	6,077
기타포괄손익누계액	-	30	(920)	(1,322)
이익잉여금	(3,765)	13,057	25,802	101,413
자본총계	1,692	15,514	102,069	198,550

주1) K-IFRS 기준

연결 손익계산서

단위: 백만 원

구분	2022	2023	2024	2025
매출액	145,205	200,802	309,063	519,825
매출원가	39,733	53,939	74,686	125,324
판매관리비	90,856	114,418	174,532	293,403
영업이익	14,616	32,446	59,845	101,098
영업외이익	483	1,402	6,057	8,301
영업외비용	11,087	18,527	36,837	6,500
법인세차감전이익	4,012	15,321	29,065	102,899
법인세비용	3,121	1,716	13,656	23,863
당기순이익	891	13,605	15,409	79,036

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.