



d'Alba
p i e d m o n t

Global No.1 Pioneer of the
Premium Beauty Lifestyle

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.

Global No.1 Pioneer of the Premium Beauty Lifestyle

Intro

01 About d'Alba Global

02 Investment Highlight

03 Growth Strategy

Appendix



TABLE OF CONTENTS

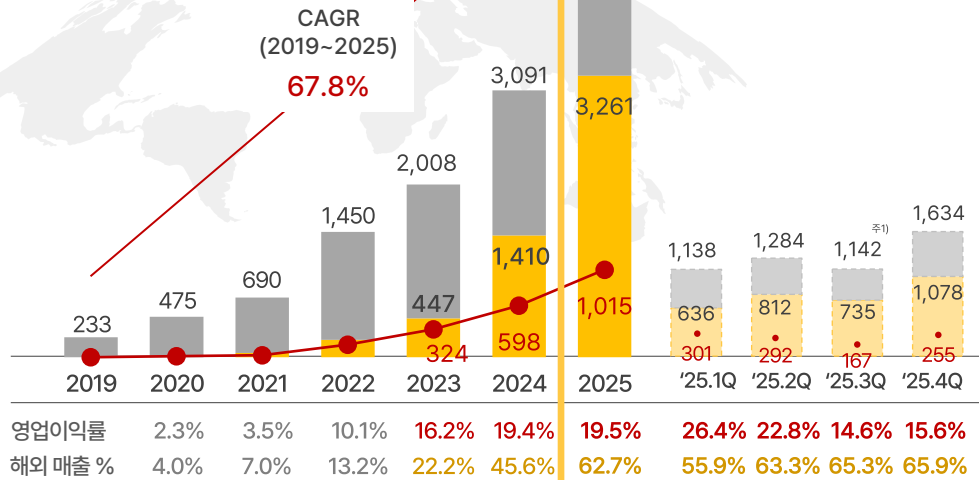
1 Key Highlight

당사의 '25.4Q 매출은 1,634억 원으로 전년 동기 대비 71% 성장하였으며, 영업이익은 255억 원으로 전년 동기 대비 90% 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



5,197
억원

역대 최대 연간 매출

1,015
억원

역대 최대 연간 영업 이익

63%

FY2025 역대 최대 연간 해외 매출 비중

36Q

36분기 연속 YoY 매출 성장

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 기준 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 정정된 3분기 보고서를 참고하시기 바랍니다.

About d'Alba Global

01. 기업 아이덴티티
02. 브랜드 스토리
03. 브랜드 철학 및 핵심 경쟁력
04. 대표 제품

C h a p t e r . 0 1



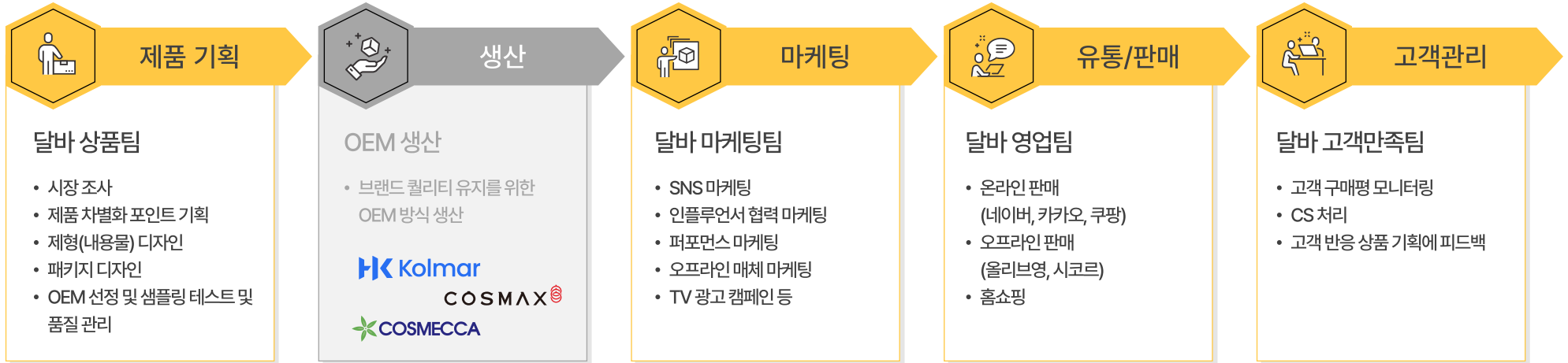
01. 회사/브랜드 소개 - 기업 아이덴티티

당사는 브랜드 d'Alba(달바)를 보유한 뷰티 브랜드 기업으로
생산을 제외한 브랜드/제품기획 & 마케팅/판매 & 고객 분석 및 관리를 주 사업 범위로 합니다.



달바는 1. 한국이 보유한 최고의 생산 인프라와 2. 최고의 원료, 혁신적 제품 기획이 합쳐진 브랜드가 결합한다면,
세계에서 통하는 프리미엄 뷰티 브랜드를 만들 수 있다는 믿음으로 16년 시작된 브랜드 입니다.

달바글로벌 사업 범위



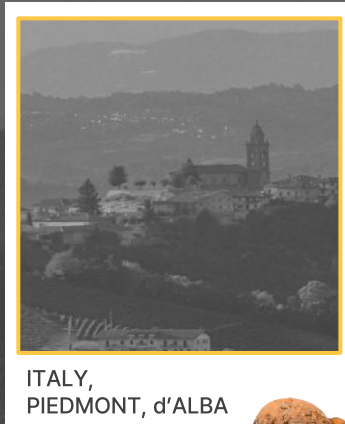
브랜드의 핵심인 제품기획, 마케팅, 유통판매 및 고객 관리는 내재화 운영하고,
생산의 경우는 가장 경쟁력 있는 OEM을 제품별로 선정해 활용하는 최적화 구조 운영

02. d'Alba 브랜드 스토리

d'Alba는 이탈리아 청정지역 Alba를 모티브로,
향산화에 탁월한 이탈리아산 화이트 트러플을 전 제품에 함유한 '프리미엄 비건' 뷰티 브랜드입니다.

d'Alba STORY

d'Alba는 '땅 속의 다이아몬드'라 불리는
흰송로버섯을 비롯한 자연의 선물로 가득한
이탈리아 청정지역 d'Alba에서 유래되었습니다.
이탈리아어로 '새벽'이라는 뜻을 가진 d'Alba는 새벽의
때문지 않은 청정함과 진귀한 원료를 담아 그 꾸밈
없는 아름다움으로 여러분의 피부를 깨워드리고자
합니다

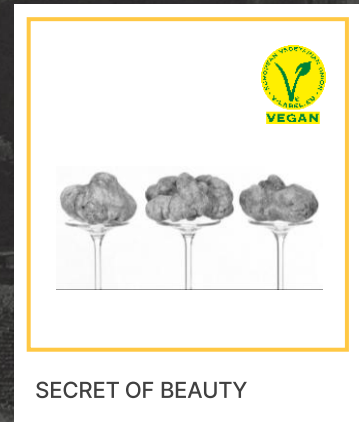


ITALY,
PIEDMONT, d'ALBA



WHITE TRUFFLE from Italy

d'Alba의 모든 제품에는 Italy 원산지의
'화이트 트러플'이 함유되어 있습니다.
'화이트 트러플(흰서양 송로버섯)'은 땅속의
다이아몬드라 불리는 고급 원료로 비타민, 아미노산,
미네랄, 레티놀 등의 향산화 성분으로 이뤄진 버섯으로
피부 노화의 주범인 활성산소를 억제해 잔주름을
개선하며 피부 재생력 향상에 도움을 줍니다.
전제품 까다로운 이탈리아 비건 인증을 통과한
제품만을 출시하는 '프리미엄 비건' 브랜드 입니다.



03. 브랜드 철학 및 핵심 경쟁력 #1

당사는 화이트 트러플의 항산화 효과를 극대화한 **특허원료(Trufferol™)**를 개발하여 SCI급 논문에서 그 효능을 인정받았으며, 이를 통해 똑같은 비건 브랜드가 아닌 **고기능성의 '프리미엄 비건 브랜드'로 인정받을 수 있었습니다.**

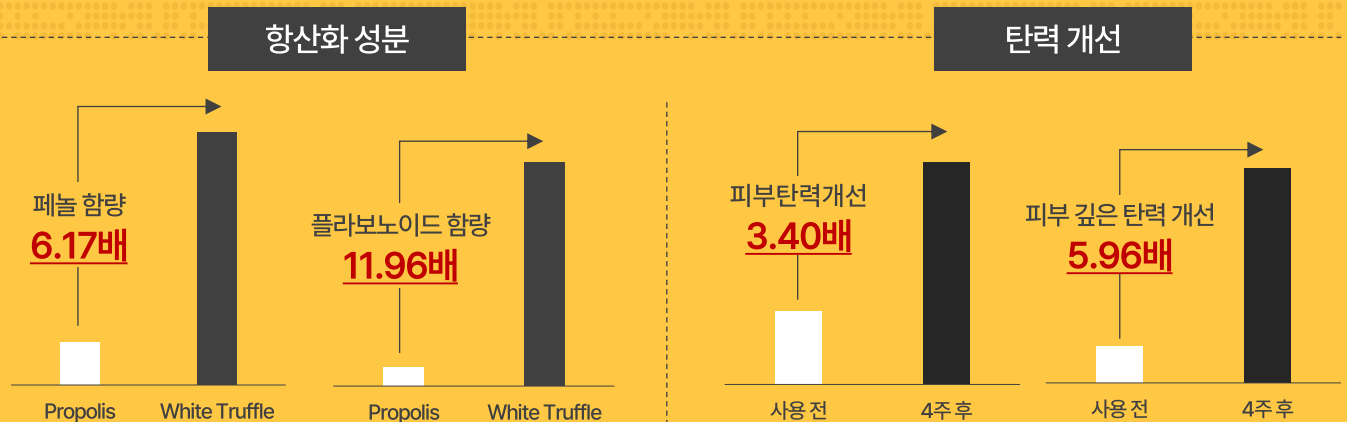


Trufferol™

'화이트 트러플'과 '토코페롤'의 황금 비율로 개발된 d'Alba의 독자 탄력 성분

자연 유래 항산화 성분
화이트 트러플

탄력/보습 케어 성분
토코페롤



03. 브랜드 철학 및 핵심 경쟁력 #2

원료적 차별화 외에도 전통적 글로벌 명품 브랜드들과 차별화하기 위해 '전 제품 이탈리아 비건 인증' 을 받고 있으며, '미스트세럼'과 같은 제품의 혁신을 통해 글로벌 경쟁력을 강화하고 있습니다.



현대 소비자들의
지갑을 열게 하는
이성적 니즈
(차별화 포인트)



전 제품 이탈리아 비건 인증

환경 오염으로 안전하고, 저자극의 제품 선호 달바는 전 제품 비건 인증,
전 제품 피부 저자극 임상테스트 완료



Life Friendly한 제품의 혁신성

바쁜 현대인들의 LifeStyle을 반영하여 보다 간편하고 효과적인 제품 개발
Ex. 뿌리는 세럼, 백탁 없는 선크림, 갈아쓰는 팩트



예나 지금이나
변치 않는
감성적 니즈
(선망의 이미지)



화이트 트러플

최고급 이미지의 이탈리아산 화이트 트러플 함유



이탈리아 감성 패키지

유럽의 명품 화장품에 견주어도 손색 없을 감성적 패키지 지향

04. 대표 제품

'미스트세럼' (정식 제품명 : 퍼스트 스프레이 세럼, 일명 : 승무원 미스트)의 경우, 기존에 없었던 새로운 카테고리를 개척하였으며 **글로벌 누적 판매 5000만병을 돌파**하며 지금도 글로벌 메가 히트 제품으로 나아가고 있습니다.

카테고리 혁신



세럼을 스프레이 하다
미스트세럼

토너 / 에센스 / 세럼 / 메이크업 픽서 제품을
미스트 하나로 4-in-1 제품의 카테고리화

퍼스트 스프레이 세럼 판매량 5,000만+

사용성 혁신



수분 에센스 제형의
선크림

백탁 없는 선크림 제형에
톤업 메이크업 효과를 제공

선크림 토탈 판매량 1,500만+

패키징 혁신



더블로 완성되는 단 하나의 크림
더블 크림

세럼과 크림을 한 용기로,
피부 컨디션 별 커스텀 케어

더블크림 토탈 판매량 100만+

Investment Highlight

Summary

01. 매출 & 이익 성장률
02. 글로벌 성과
03. 안정적인 포트폴리오
04. Beyond K뷰티
05. 우수한 재무구조

Outro



C h a p t e r . 0 2

Summary

1

업계 최고 매출 & 이익 성장률

- 3년 평균 매출 성장률 약 65%로 업계 최상위권¹⁾
- 설립 이후 10년 연속 매출 & 이익 성장

2

선진시장 위주 균형적인 글로벌 성장

- 해외 매출 비중 24년 45%(1,410억) 에서 25년 63%(3,260억)로 성장률 업계 최상위권²⁾
- 일본, 북미, 러시아, 유럽, 아세안 등 고르게 성장 중이며, 그 중 선진국 비중이 75%³⁾로 추가 성장 잠재력이 높음

3

안정적인 고객 / 제품 포트폴리오

- 채널과 고객이 고루 분산되어 30~40대를 중심으로 20대부터 60대까지 아우르는 국민 브랜드
- 겨울에는 보습제품, 여름에는 선케어 제품을 베스트셀러로 보유한 안정적 제품 포트폴리오

4

K-뷰티를 넘어서는 브랜드 파워

- 당사의 해외 성장 결과는 K뷰티를 강조하지 않고 달성한 글로벌 성과
- 대표 K뷰티 브랜드 대비 20% 이상의 높은 가격 프리미엄 인정
- 고객 리뷰 백만 개 이상이 보여주는 브랜드 파워와 신뢰도

5

우수한 재무 구조

- 원가율 24% 수준으로 업계 최상위 수준⁴⁾
- 차입금 0%, 현금 및 현금성 자산 540억 원

주1) FnGuide 제공 WICS 화장품 섹터 내 전체 58개사 기준, 2022년~2025년 매출액 기준
주2) FnGuide 제공 WICS 화장품 섹터 내 전체 58개사 기준, 2024년~2025년 온기 매출액 기준
주3) 2025년 미국/일본/유럽(러시아 포함) 매출액 기준
주4) 화장품 관련 기업 7개사(코스피14, 코스닥49, 코넥스1, 위검7) 대상 2025년 온기 기준

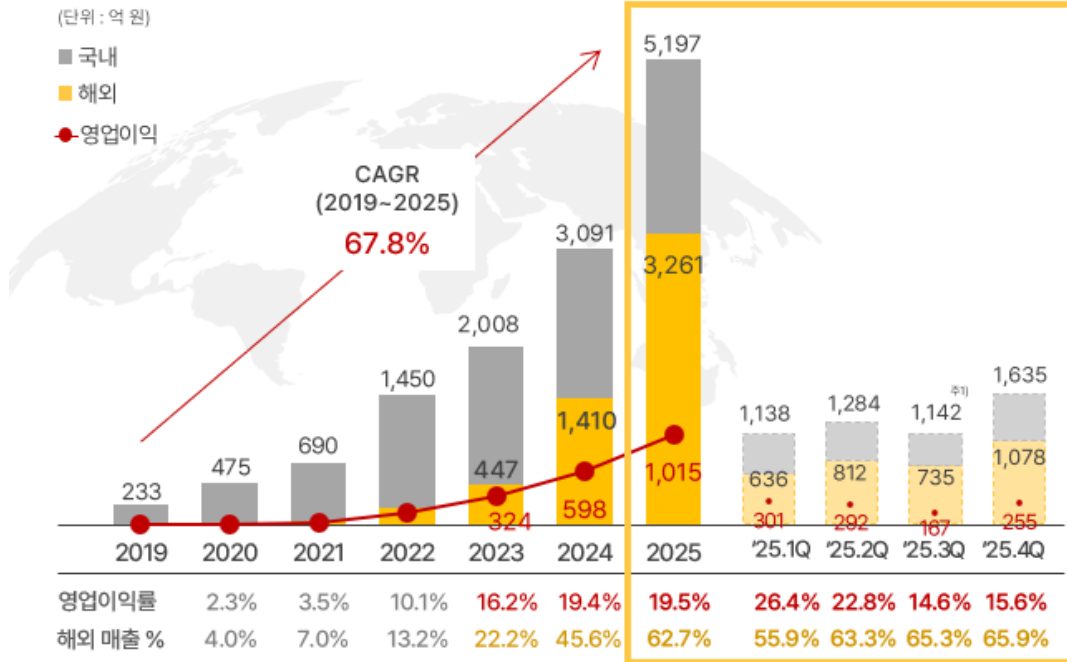
1 매출 & 이익 성장률

당사는 설립 이후 매년 매출과 영업이익 성장을 기록하여 **'25년 매출 5,197억 원, 영업이익 1,015억 원(이익률 19.5%)**을 달성하였으며, 특히 **해외 매출이 성장을 견인하여 해외 매출 비중이 62.7%까지 상승하였습니다.**

달바글로벌 전사 매출 및 영업이익 추이

(단위 : 억 원)

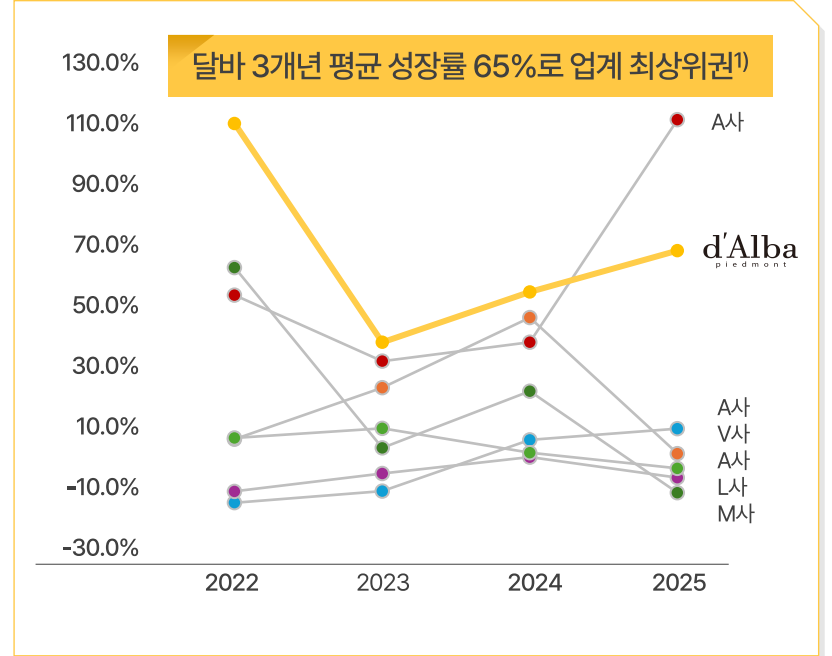
- 국내
- 해외
- 영업이익



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 세부 내용은 2026년 2월 19일 정정된 3분기 보고서를 참고하시기 바랍니다.

PEER 그룹 최근 3개년 매출 신장률 비교(YoY)

(단위 : %)

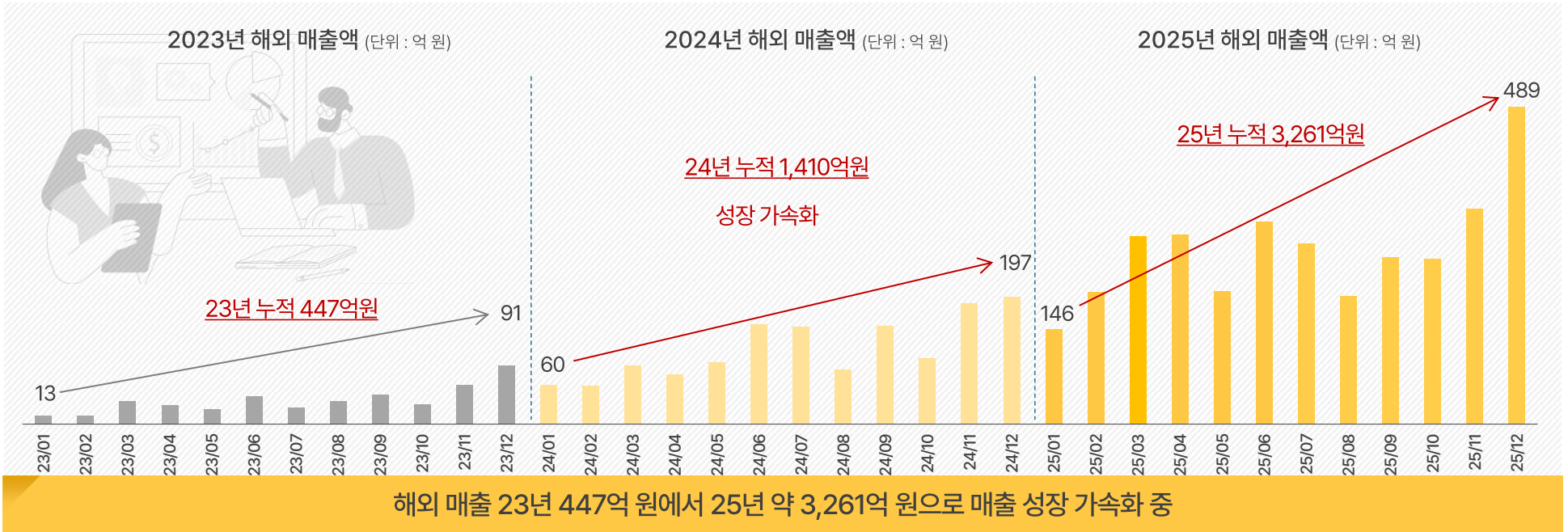


주) 시가총액 최상위 화장품 브랜드 기업 6개 기준, 자료는 2025년 사업보고서 및 감사보고서

1 매출 & 이익 성장률 - 글로벌 현황

글로벌 매출은 매달 꾸준한 성장세를 보여주고 있으며, 전년 대비 성장률은 '24년 215% 및 '25년 132%로 빠르게 증가하여 총 매출에서 차지하는 해외 매출 비중 역시 '25년 기준 62.7%로 확대되었습니다.

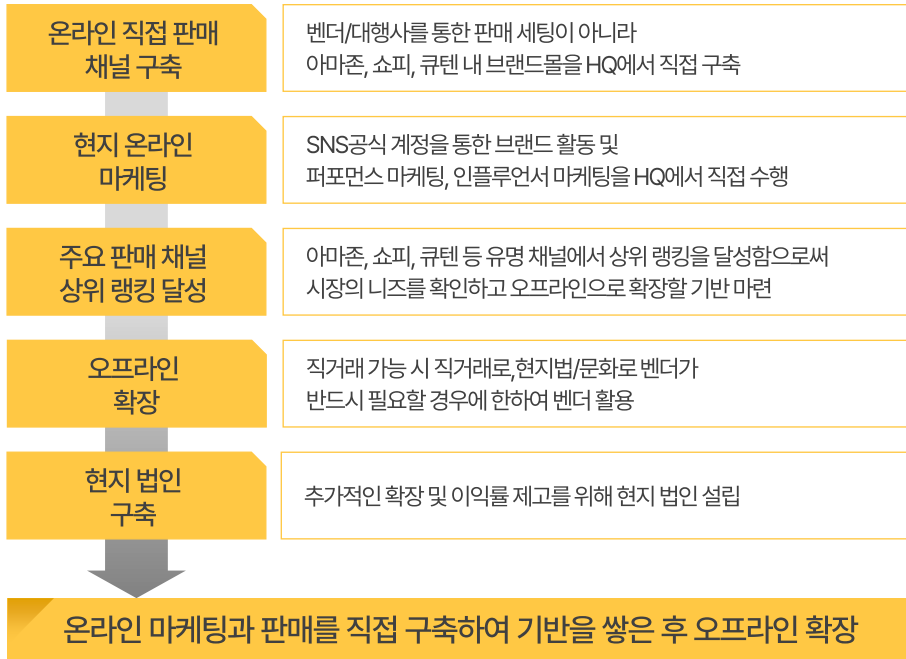
해외 사업 성장 지속



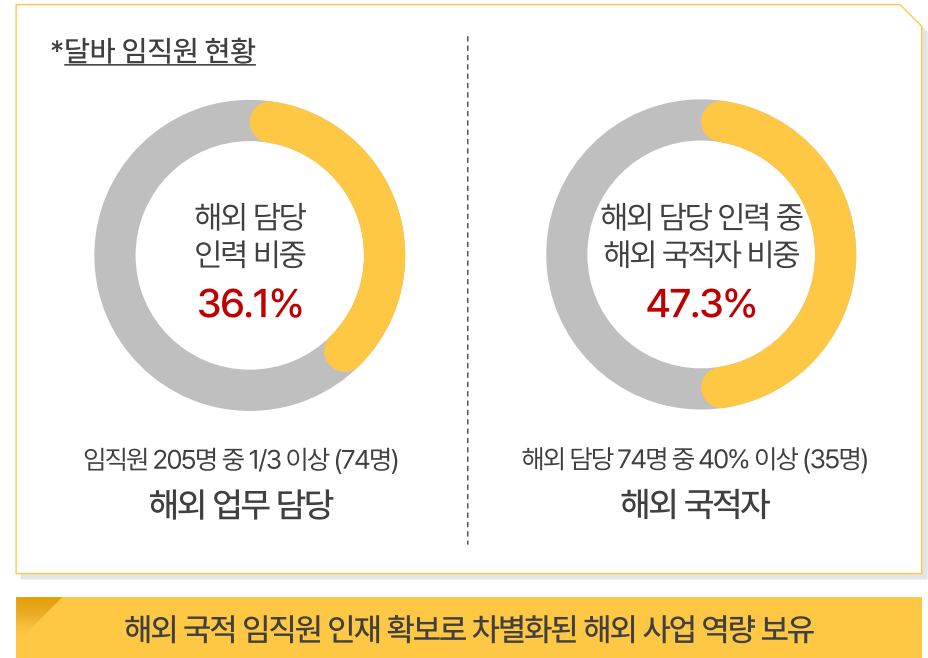
2 글로벌 성과 - 달바글로벌이 해외 사업을 하는 방식

당사는 현지 마케팅 및 영업 인력 채용을 통한 해외 역량 내재화를 기본 방식으로 채택하여 온라인 영업 마케팅의 전반을 직접 수행함으로써, **외부 의존적이지 않은 B2C 위주의 글로벌 확장 기반을 구축한 것이 차별적인 경쟁력**입니다.

당사의 해외 시장 진출 방식



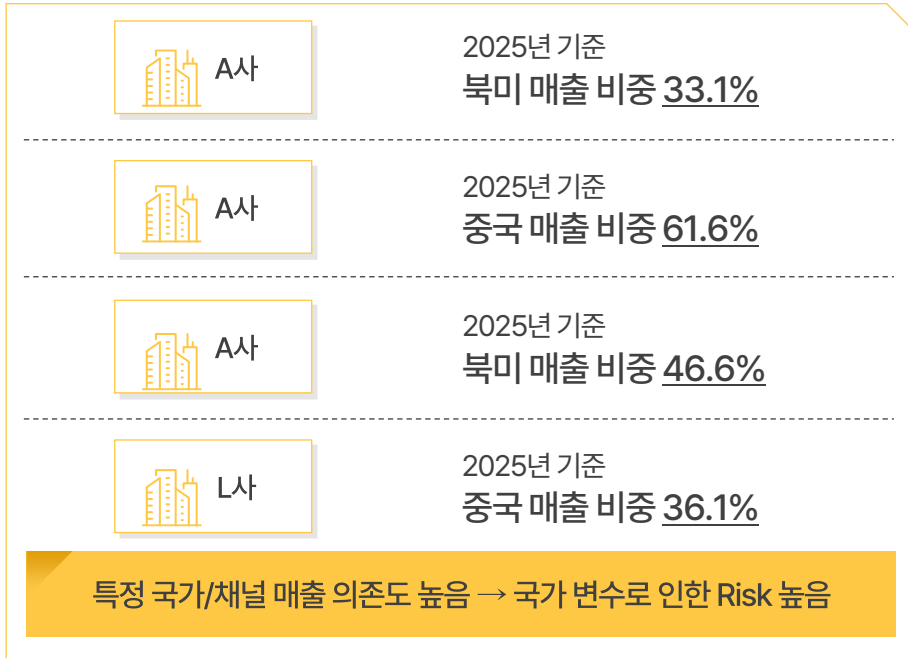
직접 진출이 가능했던, 당사의 인력 구조



2 글로벌 성과 - 수출 국가 구성

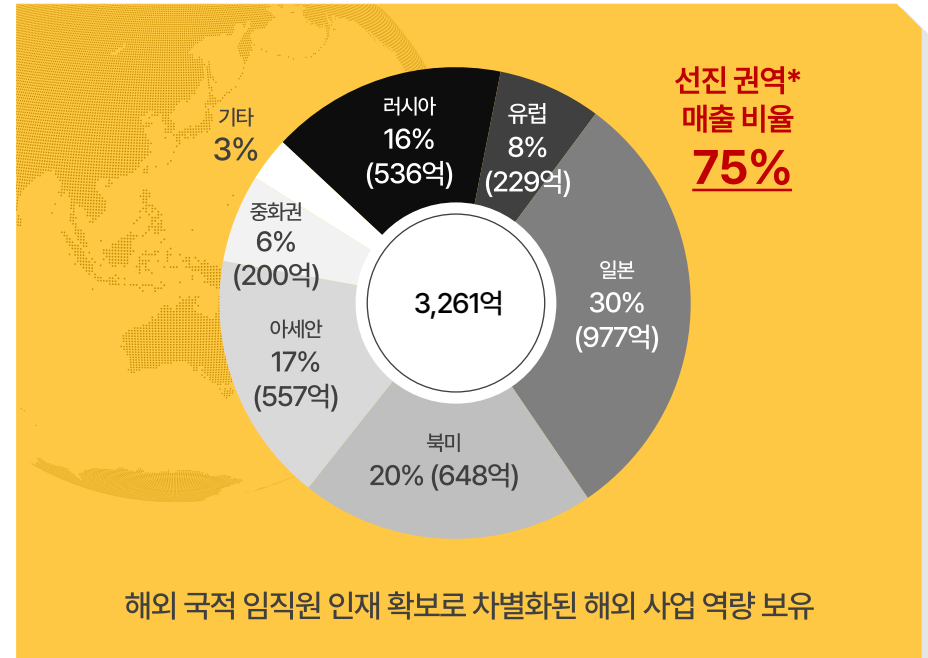
당사의 해외 매출은 전 권역이 고르게 분포되어 PEER 그룹과 차별화되며, 특히 **유럽/러시아, 일본, 북미 등 선진 국가들의 비중이 75%**로 안정성 및 미래 성장 잠재력 측면에서 질적으로 우수한 포트폴리오를 갖추고 있습니다.

PEER 그룹 최대 수출국 매출액 비중



주) 해외 매출 중 최대 수출국 매출 비중, 2025년 온기 기준
자료) 각 회사 공시자료 기준

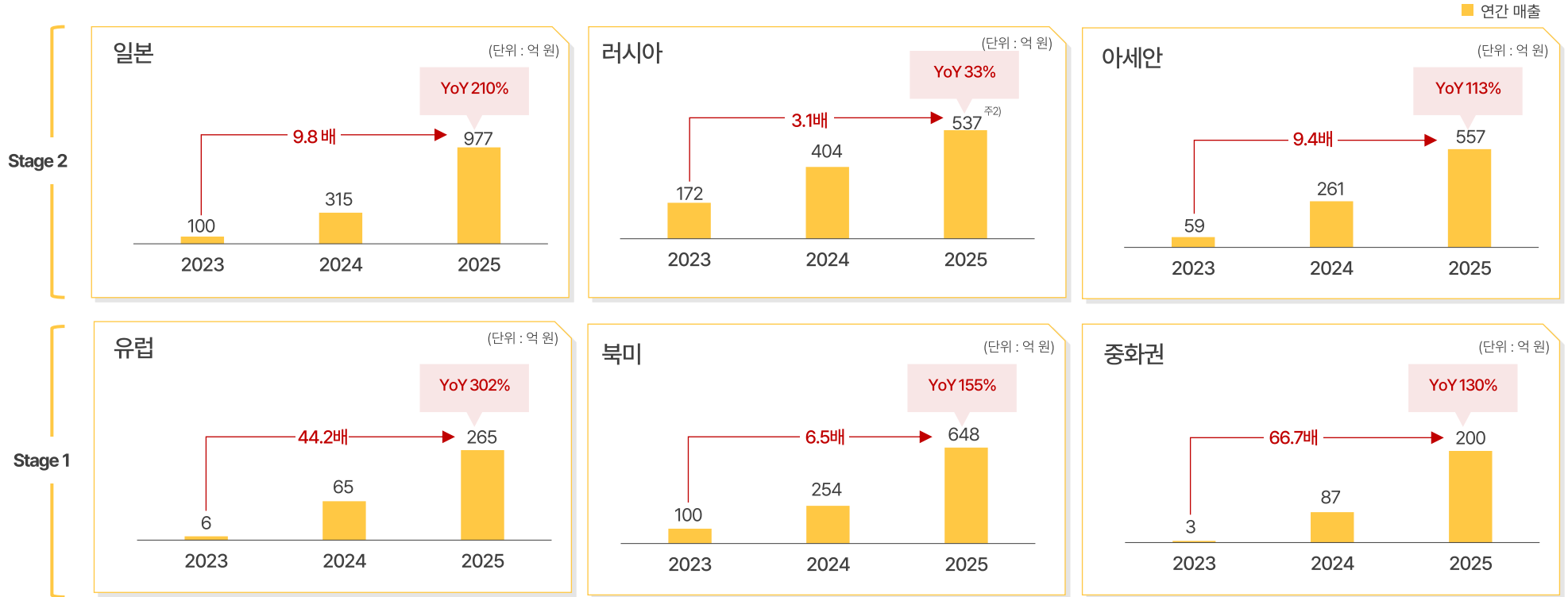
달바글로벌 국가별 해외 매출 비중



주) 선진 권역은 일본, 북미, 유럽, 러시아. 해외 매출 중 주요 수출국 매출 비중, 2025년 온기 기준

2 글로벌 권역별 성장 추세 요약

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

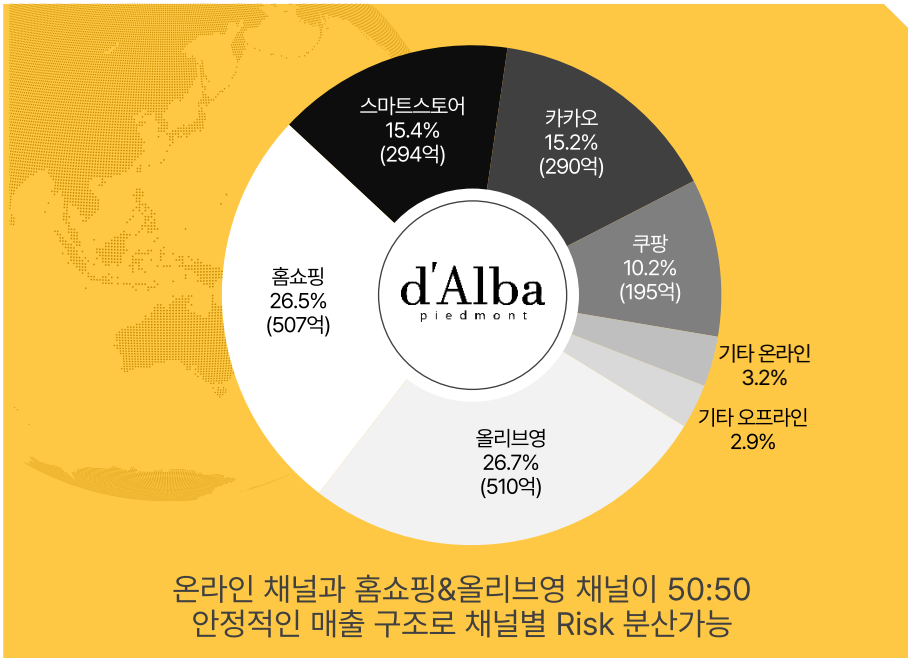


주1) 국가별 매출액과 영업이익률은 내부 관리회계 기반으로 외부 회계감사를 거치지 않고 도출된 수치
 주2) 러시아 온라인 채널 판매장려금의 매출 인식 및 회계처리 변경 사항이 최근 결산에 반영되면서 수정된 '25.3Q 러시아 권역 매출(변경 전 147억 원 -> 변경 후 116억 원)이 반영되어 있습니다.

3 안정적인 포트폴리오 - 채널

당사의 매출 성장은 특정 채널에 편중된 성장이 아니라, 다양한 채널에서 안정적인 매출을 확보한 결과로 외부 변수에도 흔들리지 않는 구조를 갖추고 있습니다.

국내 채널별 매출 비중(매출액 기준)



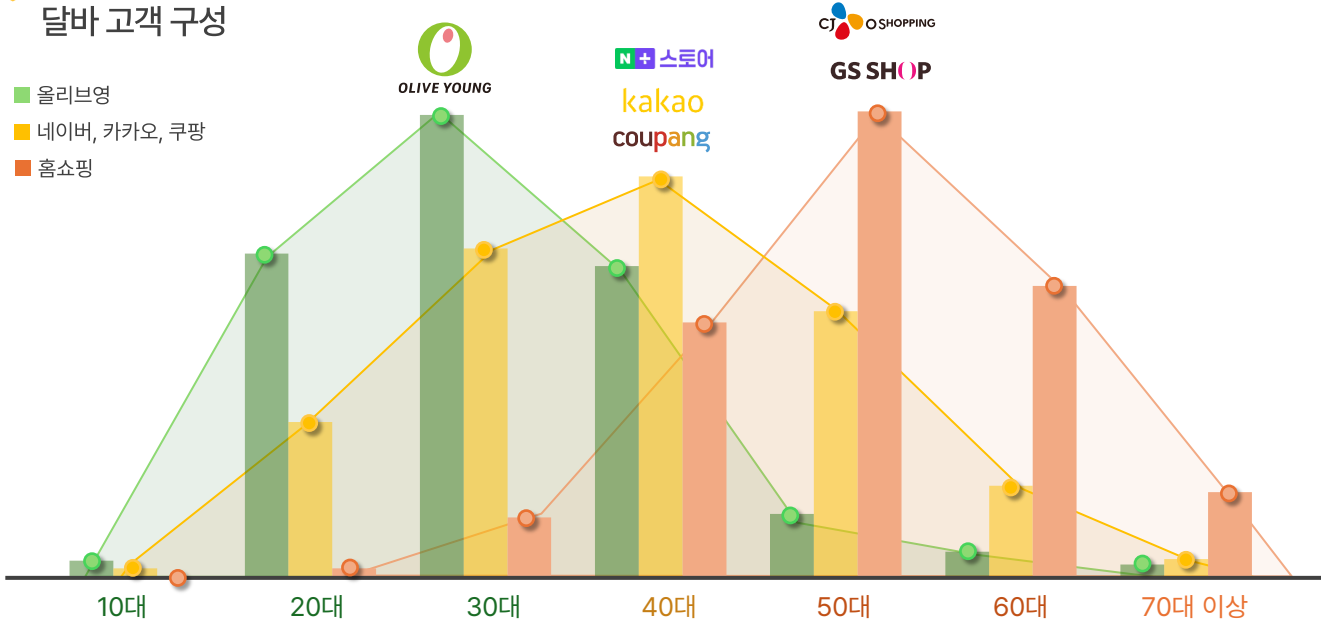
채널별 주요 제품 (매출액 순)

OLIVE YOUNG	1위 퍼스트 스프레이 세럼	2위 톤업 선크림(핑크)	3위 톤업 선크림(퍼플)	
	CJ OSHOPPING	1위 프라임 화이트트러플 세럼 + 수분크림 세트	2위 로얄 화이트트러플 세럼 + 멀티밤 스틱	3위 로얄 화이트트러플 세럼 + 아이크림
		N+ 스토어	1위 톤업 선크림(핑크)	2위 아로마틱 미스트
kakao			1위 퍼스트 스프레이 세럼	2위 미스트 + 너리싱 핸드크림 세트
	coupang		1위 수프림 미스트	2위 톤업 선크림(핑크)

3 안정적인 포트폴리오 - 고객

당사의 고객 구성 또한 소비력 있는 30~40대를 중심으로 20대부터 50~60대까지 고루 분산되어 있어 안정적인 고객 포트폴리오를 보유하고 있습니다.

달바 고객 구성



채널별 고객 구성 및 당사 주요 판매 제품

<p>OLIVE YOUNG</p>	<p>주 고객대: 20 ~ 30대</p> <p>핵심 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> •미스트세럼 •톤업 선크림 •마스크팩 등
<p>N+ 스토어 kakao coupang</p>	<p>주 고객대: 30 ~ 40대</p> <p>핵심 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> •미스트세럼 •선크림 및 보습 스킨케어 •쿠션 등
<p>GS SHOP</p>	<p>주 고객대: 40 ~ 60대</p> <p>핵심 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> •미스트세럼

각 채널별 핵심 고객 연령의 고른 분포 기반 Risk 분산가능 및 국민 브랜드 지위 확보

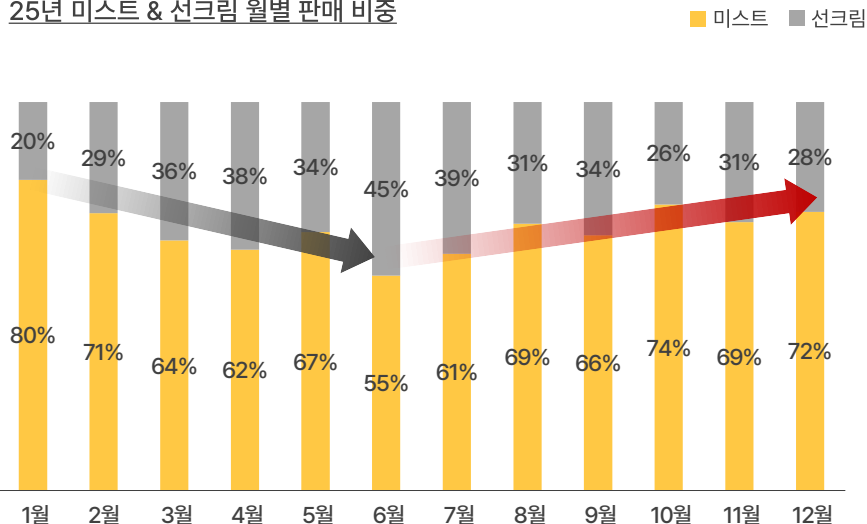
주) 핵심제품은 2024년 채널별 판매액 기준

3 안정적인 포트폴리오 - 제품

제품 포트폴리오에 있어서도 전략적으로 선케어 카테고리를 육성하여 겨울-미스트 & 여름-선크림 조합을 완성했으며, 크림과 마스크팩 또한 전략적 육성으로 상당한 규모로 성장해왔습니다.

미스트&선크림 월별 판매 비중

25년 미스트 & 선크림 월별 판매 비중



미스트는 겨울에 상대적으로 판매가 증가하는 특성
선케어는 여름에 판매가 증가하는 특성으로 상호 보완

자료) 달바글로벌
주) 품목별 매출액은 내부 관리회계 기반으로 외부 회계감사를 거치지 않고 도출된 수치임

카테고리별 매출액

제품 카테고리별 매출액 및 성장률

품목	21년 매출 (단위: 억 원)	25년 매출 (단위: 억 원)	21년~25년 평균 성장률
미스트	477	2,392	50%
선케어	69	1,157	102%
크림	34	511	97%
마스크팩	23	273	86%
기타 (앰플, 세럼, 뷰티다이브 등)	89	865	77%

21년까지만 해도 존재감이 약했던 '크림', '마스크팩', '디바이스' 등 카테고리가
전략적 육성의 결과로 빠르게 매출 비중 상승 중

주) 선케어와 크림의 내수 성장률이 낮아 보이는 이유는 '22, '23에 있었던 선케어/크림 홈쇼핑 방송을 중단했기 때문임.
온라인 매출로만 보면 높은 성장세 구현 중

4 Beyond K뷰티 – 브랜드 신뢰도

당사는 온라인 비즈니스를 근간으로 브랜드 신뢰도를 철저히 관리해 왔습니다.
백만 개 이상의 구매 후기 및 높은 평점으로 타사가 카피할 수 없는 차별화된 브랜드 파워를 확보했습니다.

브랜드 경쟁력

<h3>NAVER</h3>			
<p>네이버 (패션뷰티 전체 구매순 1위)</p>	<p>★★★★★ · 리뷰 178,946 ★★★★★ · 리뷰 175,818 ★★★★★ · 리뷰 118,008</p>	<p>앳코스메 (미스트 1위 / 선크림 2위)</p>	<p>★★★★★☆☆☆ 5.6 105.5% クチコミ 3246件 [日焼け止め・UVケア(顔用)・日焼け止め・UVケア(体用)化粧水] 税込価格: 50ml・2,860円 発売日: 2021/8/11 アットコスメストア取り扱い店舗あり 購入サイトへ</p>
<h3>OLIVE YOUNG</h3>			
<p>올리브영 (스킨케어 카테고리 3위)</p>	<p>고객리뷰 ★★★★★ 4.9 (22,740건) 고객리뷰 ★★★★★ 4.7 (8,439건)</p>	<p>아마존 (일본, 러시아 / 유럽, 미국 아마존 1위)</p>	<p>★★★★★ 4.4 out of 5 12,357 global ratings 5 star 72% 4 star 12% 3 star 8% 2 star 3% 1 star 5% See customer reviews</p>

백만 개 이상의 구매 후기 및 높은 평점 기반 후발주자가 따라올 수 없는 차별화된 브랜드 경쟁력 구축

주) 2025년 3월 기준

4 Beyond K뷰티 – 가격 프리미엄

당사는 원료, 패키징, 브랜딩에서부터 차별화된 프리미엄을 지향하며, 이를 기반으로 **기존 K-뷰티 브랜드 대비 20%이상의 높은 가격 프리미엄**을 시장에서 인정 받고 있습니다.

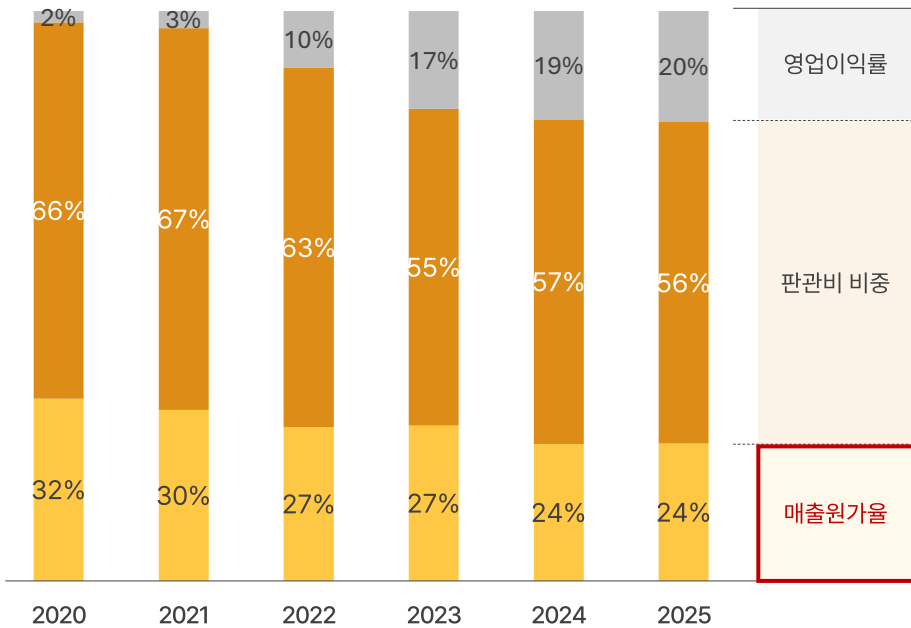
기업	J 브랜드	R 브랜드	달바글로벌
제품 설명	 J 브랜드 선크림 아마존 선크림 카테고리 Top 5	 R 브랜드 선크림 올리브영 선크림 카테고리 Top 5	 비건 워터폴 핑크 톤업 선크림 네이버뷰티 패션뷰티 전체 1위
가격/용량	300원/ml, 0.32\$/ml	245원/ml, 0.41\$/ml	329원/ml, 0.44\$/ml
가격 프리미엄 우위	평균 가격: 272.5원/ml, 0.36\$/ml		+ 20.7%(국내) / + 22.2%(해외) 프리미엄 브랜딩 기반 높은 판매 가격 우위 보유
제품 용량	50ml	50ml	제품 용량 : 50ml
제품 가격 (올리브영)	15,000원	12,250원	16,450원
제품 가격 (아마존)	15.99\$	20.31\$	22.00\$

주) 올리브영 및 아마존 제품 가격 할인(2025년 3월) 기준, 단 제품 가격은 브랜드별 행사 시기와 규모에 따라서 변동될 수 있음.

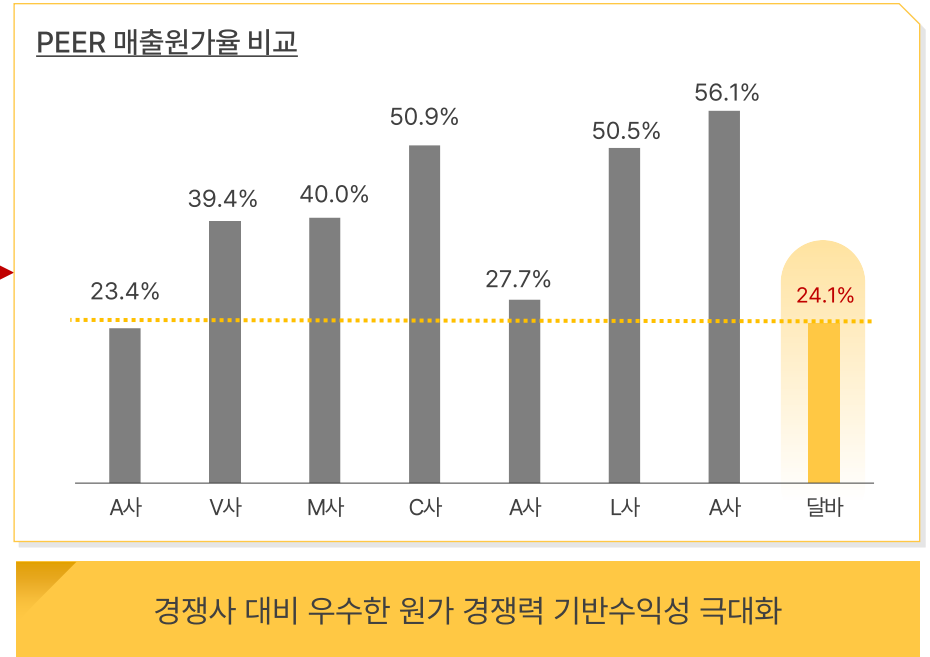
5 우수한 재무 구조 - 원가 경쟁력

당사는 24%의 낮은 매출원가율로 업계 선도 수준의 원가 경쟁력을 확보하고 있습니다.

이익/비용 구조



우수한 원가 경쟁력



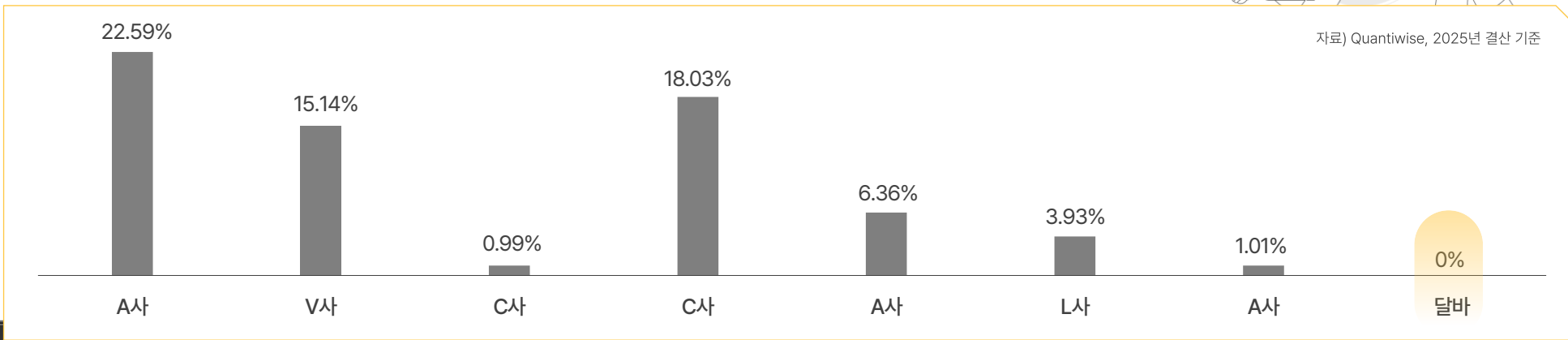
주) 각 기업 2025년 공시자료

5 우수한 재무 구조 - 차입금 0%

당사는 무차입 경영(차입금 비율 0%)으로 업계 최고 수준의 재무 안정성을 확보하고 있습니다.
 (손익계산서 상 금융 비용은 'RCPS의 보통주 전환 비용'으로 모두 전환 완료됨)



차입금 비율



무차입 경영 실현

재무 건전성 확보
 재무제표의 안정적 구조로
 미래 자금 조달 시 유리

위기 대응 능력
 이자비용 부담 제거로
 현금 흐름 여유 확보

자율적인 경영
 재무 제약 없는
 자유로운 의사결정 가능

이익의 온전한 귀속
 이자 비용 없이
 주주 귀속 이익 증가

재무 레버리지 효과
 재무 레버리지 효과
 극대화 가능

Outro

당사는 한국 인디 브랜드 1위를 넘어서
글로벌 슈퍼 브랜드로 도약하고 있습니다.

Global Mega Brand

d'Alba
p i e d m o n t

메가 브랜드 규모에 인디 브랜드의 Spirit을 보유한
글로벌 슈퍼 브랜드로 발돋움 중



업계 최고 매출 & 이익
성장률



선진시장 위주 균형적인
글로벌 성장



안정적인 고객
제품 포트폴리오



K-뷰티를 넘어서는
브랜드 파워



우수한
재무 구조

Growth Strategy

성장 전략 요약

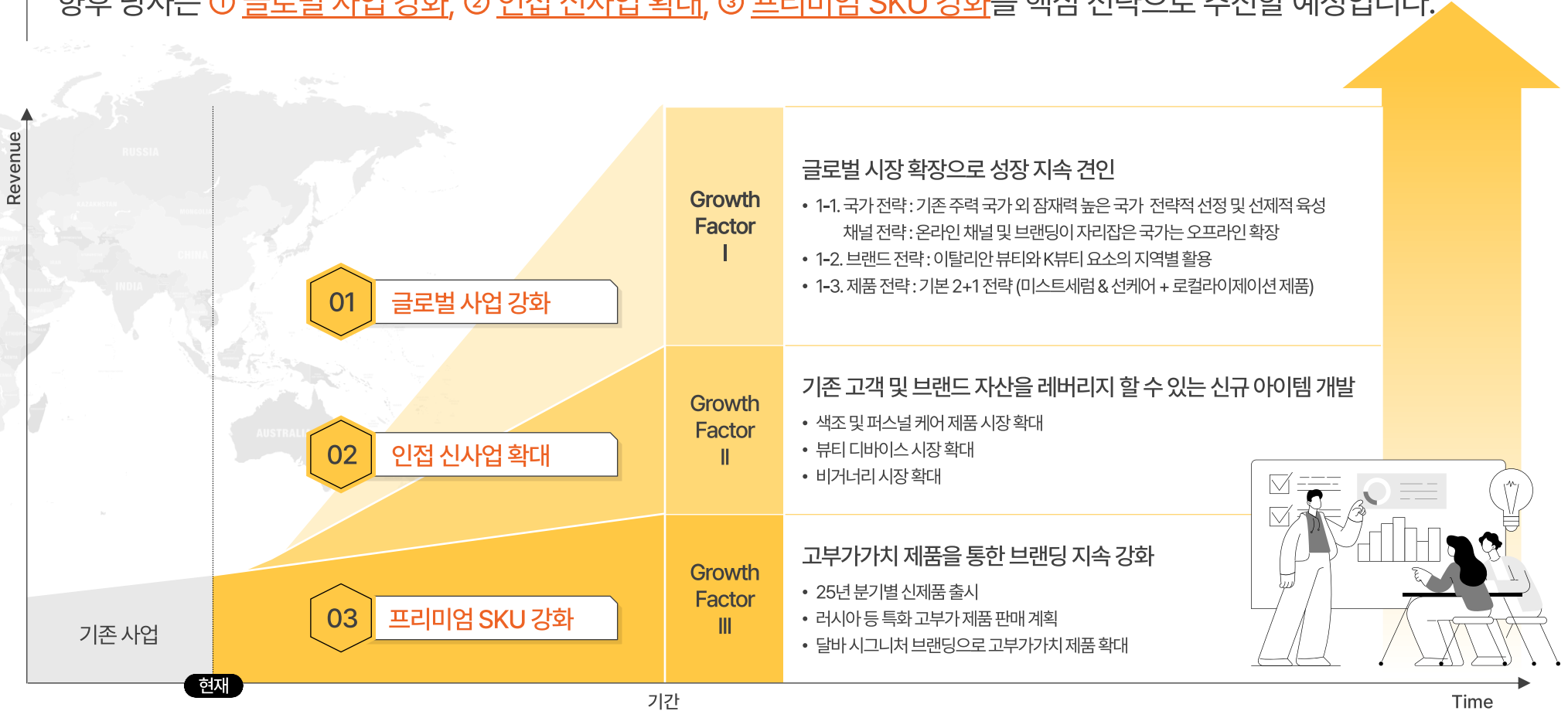
01. 글로벌 사업 강화
02. 인접 신사업 확대
03. 프리미엄 SKU
04. Vision



C h a p t e r . 0 3

성장 전략 요약

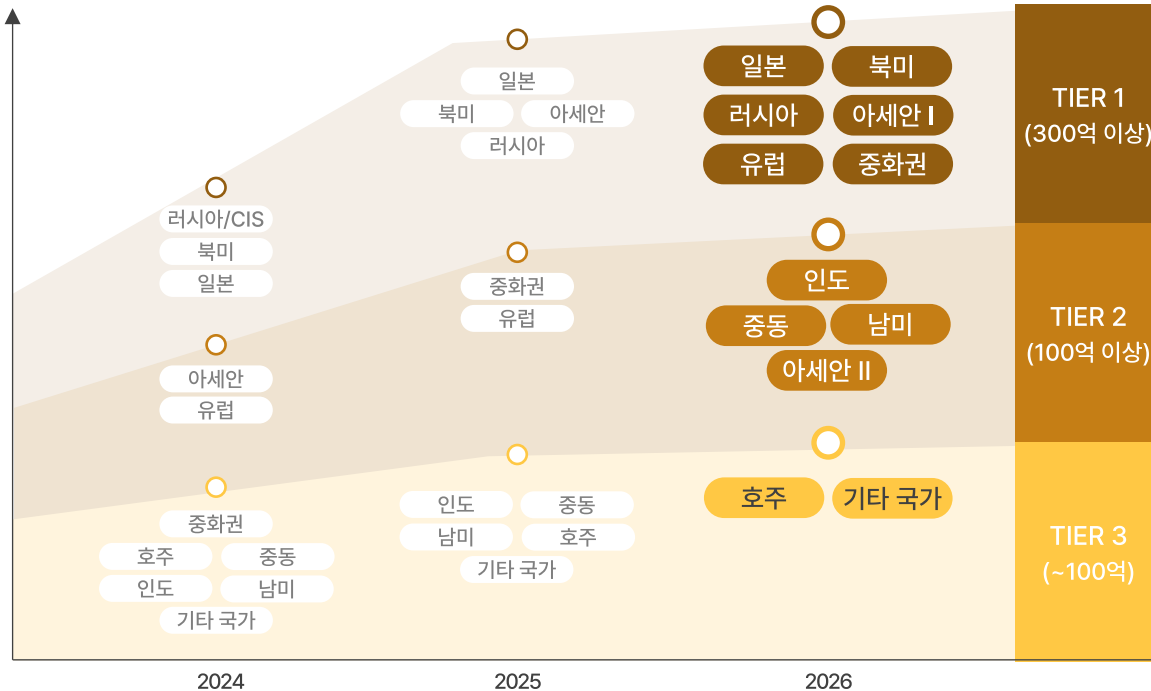
향후 당사는 ① 글로벌 사업 강화, ② 인접 신사업 확대, ③ 프리미엄 SKU 강화를 핵심 전략으로 추진할 예정입니다.



1 글로벌 사업 강화 - 1.1 국가 및 채널 전략

당사는 글로벌 사업에 있어 **일본/러시아/북미/유럽/아세안 등 주요 시장에서 오프라인 채널**을 적극 확장하고 있으며, **중화권/인도/중동/남미 시장은 온라인 중심으로** 브랜드 인지도를 강화할 계획입니다.

국가별 매출 규모



글로벌 확대 전략

현 주력 시장 채널 확장

기존 강세 시장에서 점유율 확대 & 오프라인 확장

- 일본: 아마존-큐텐 성공 → 버라이어티샵·H&B 등 오프라인 확장
- 북미: 현재 아마존 중심, 대형 리테일 채널 등 대형 유통망 확장
- 러시아: 골드애플-레뚜알 기반, 글로벌 셀럽 기용해 오프라인 매출 극대화
- 유럽: 아마존 판매 확대, CPNP 등록 후 오프라인 유통 채널 확장
- 아세안 I: 인도네시아, 베트남을 중심으로 브랜딩 + 오프라인 채널 적극 확장

신흥 시장 온라인 중심 개척

성장 잠재력이 높은 국가들 선점 & 로컬 맞춤 전략

- 인도: K-컬처 활용, 아마존 시작, 인플루언서 협업
- 중동·남미: 아마존 및 로컬 벤더 협력해 시장 개척
- 아세안 II: 태국, 필리핀, 말레이시아, 싱가포르
- 호주: 드럭스토어 및 백화점 등 오프라인 입점 채널 확장
- 기타: 기타 아세안 국가 + 아프리카 등

1 글로벌 사업 강화 - 1.2 브랜드 전략

또한 국가별 선택적 K-뷰티 전략을 통해, 북미·유럽·러시아 등 주요 시장에서는 글로벌 브랜드로 포지셔닝하고, 아세안 및 인도 시장에서는 K-뷰티 요소를 활용하여 빠른 시장 침투를 추진하고 있습니다.



1 글로벌 사업 강화 -1.3 제품 전략

마지막으로 제품 관점에서는 브랜드 대표 제품(미스트세럼), 시즌 방어 제품(선크어), 그리고 국가별 로컬라이징 제품으로 구성된 **2+1 전략**을 통해 글로벌 시장을 공략할 계획입니다.

각 국가별 최적화된 2+1 제품 전략



메가히트상품 및

로컬 제품의 2+1 전략

 러시아	TOP 3 • 미스트세럼 • 톤업 선크림 • 아이 패치	 일본	TOP 3 • 미스트세럼 • 톤업 선크림 • 더블 크림	 미국	TOP 3 • 미스트세럼 • 톤업 선크림 • 더블 크림	 유로	TOP 3 • 미스트세럼 • 톤업 선크림 • 더블 크림	 인도네시아	TOP 3 • 미스트세럼 • 톤업 선크림 • 비건 클렌저	 중국	TOP 3 • 미스트세럼 • 톤업 선크림 • 더블 크림
--	---	---	---	---	---	---	---	--	--	---	---

기존 국가별로 2+1 전략 기반 제품 판매 강화 → 시장 침투 확대로 매출 Upside 확보

2 인접 신사업 확대

당사는 색조/퍼스널케어 카테고리과 홈뷰티 디바이스 시장 그리고 건기식 부문으로 사업을 확장해 나갈 계획이며, **디바이스와 건기식의 경우 해외 온라인 플랫폼을 통한 글로벌 진출을 계획**하고 있습니다.

색조 / 퍼스널케어 확장



혁신성 기반 뷰티 케어(색조) 부문 신제품

진행
현황

- 25년 상반기 신제품 런칭
- 러시아/아제안 등 국가별 커스텀 제품 1Q 출시
- 25년 하반기 기존 호조세 보인 립 컬러 추가 출시

핵심
전략

성장 제품 컬러 및
시즌별 베리에이션

카카오/쿠팡/올영
전용 제품 개발 및 런칭

뷰티 디바이스 확장



Faster & Stronger를 다 잡은 올빼라 듀얼샷

진행
현황

- 출시 4개월 매출 10억원 돌파
- 뷰티 디바이스 시즌2 하반기 런칭 목표

핵심
전략

글로벌
진출

기초제품
연계 판매

럭셔리 채널
팝업 활용

신규 브랜드 비거너리 육성



식물성 성분 기반 콜라겐 기반 친지구적 비건 브랜드

진행
현황

- 다이어트 정제 신제품 런칭 1Q
- 인플루언서 등 판매 채널 다변화 1Q

핵심
전략

일본/중국 등
글로벌 프로모션

인플루언서 프로모션
및 커머스 활용

3 프리미엄 SKU

당사는 프리미엄 포지셔닝 강화를 위해 세럼·크림 등 고부가가치 제품 비중을 확대하고 있으며, '달바 시그니처' 럭셔리 라인도 조만간 출시 예정에 있습니다.

브랜드별 신규 제품 출시 로드맵

✓ 출시 완료

구분	2025						2026(E)											
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
브랜드 강화	달바 시그니처 비타 50000 토닝 패치 ✓																	
	달바 시그니처 비타 캡슐 안티에이징 하이드로겔 마스크 ✓																	
시그니처							달바 시그니처 안티에이징 더블 앰플 ✓											
							달바 시그니처 비타 콜라겐 포어 딥 클렌징 밤 ✓											
							달바 시그니처 PDRN 리포좀 40% 앰플											
							달바 시그니처 안티에이징 콜라겐 리포좀 62.5% 앰플											
							달바 시그니처 안티에이징 90 트리트먼트 에센스											
							달바 시그니처 비타 캡슐 안티에이징 하이드로겔 아이 패치 12											
							달바 시그니처 안티에이징 링클 앤다크닝 더블 아이 크림 12											
							달바 시그니처 펩타이드 엑스솜 40% 안티에이징 모공 탄력 앰플											
							달바 시그니처 안티에이징 크림											
							달바 시그니처 더블 아이 크림 앤 패치											
디바이스	디바이스 시즌2																	

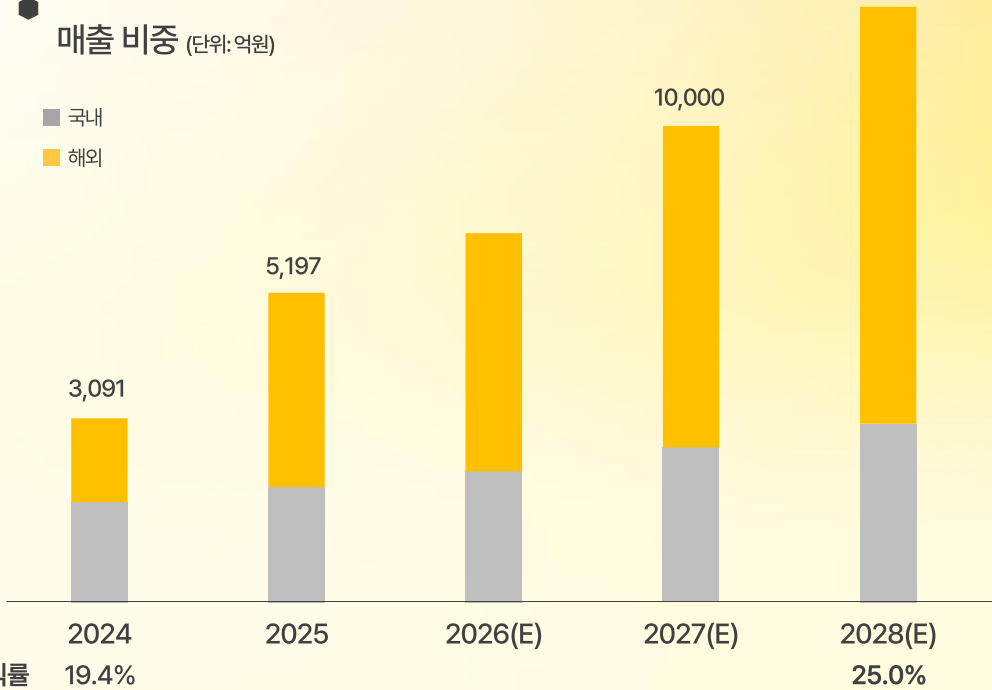


4 Vision

당사는 ① 글로벌 사업 강화, ② 인접 신사업 확대, ③ 프리미엄 SKU 강화를 통해 3년 내 1조 이상의 매출을 기록하는 글로벌 브랜드들과 어깨를 나란히 하는 글로벌 슈퍼 브랜드로의 성장을 목표로 하고 있습니다.

매출 비중 (단위: 억원)

■ 국내
■ 해외



The Next
Global
Super Brand

d'Alba
p i e d m o n t

01

연 매출 1조 원

• 메가 브랜드 반열에 진입

02

해외 비중 70%

• 진정한 글로벌 브랜드화

03

퍼스트 스프레이 세럼 1억 병 판매

• 글로벌 슈퍼 히어로 제품으로 육성