

2021년 3분기 에코마케팅 경영실적 발표

2021. 11. 5

ECHO)))MARKETING®

Disclaimer

본 자료의 2021년 3분기 재무정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성된 실적에 대한 추정치이며, 별도 재무제표를 제외한 모든 재무정보와 영업성과는 종속 회사를 포함한 연결 기준으로 작성되었습니다. 외부 감사인의 회계 검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 그 내용 중 일부는 회계 검토 과정에서 달라질 수 있습니다.

이에 (주)에코마케팅은 본 자료에 서술된 재무정보 및 영업성과의 정확성과 완벽성에 대해 보장하지 않으며, 자료 작성일 현재의 사실을 기술한 내용에 대해 향후 업데이트 책임을 지지 않습니다.

또한, 본 자료 상에 회사가 예상한 결과 또는 사항이 실현되거나, 회사가 당초에 예상한 영향이 발생한다는 확신을 제공할 수 없습니다. 본 자료에 기재된 예측정보는 본 자료 작성시점을 기준으로 작성한 것이며, 회사가 이러한 위험 요인이나 예측정보를 업데이트할 예정이 없음을 유의하시기 바랍니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 아니되며, (주)에코마케팅은 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임 또는 손해를 지지 않음을 알려드립니다.

Contents

1. '21년 3분기 Key Highlight
2. '21년 3분기 실적 요약
3. 에코마케팅 사업 요약
4. 신사업 소개

에코마케팅 2021년 3분기 역대 최대 매출 실적(연결) 달성

'21 3Q 매출(연결)

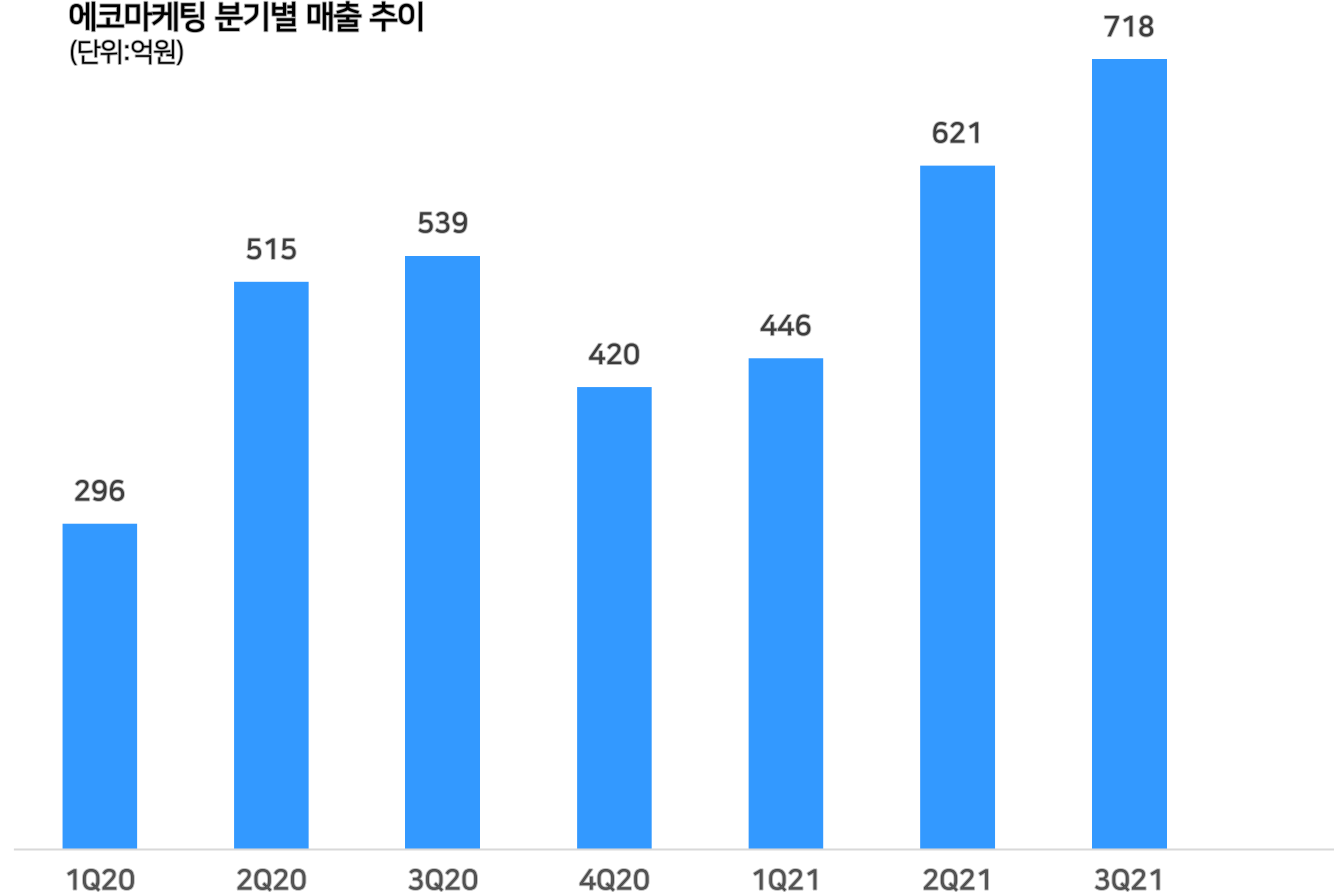
718억

전년비 33%▲

'21 1Q~3Q 매출(연결)

1,785억

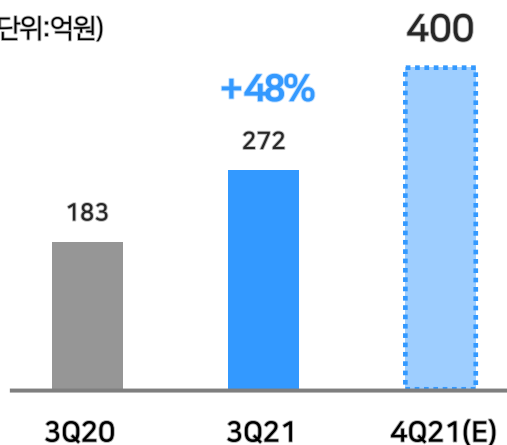
전년비 32%▲

에코마케팅 분기별 매출 추이
(단위:억원)

'21년 6월부터 편입된 자회사 '안다르'의 3분기 성장궤도 진입

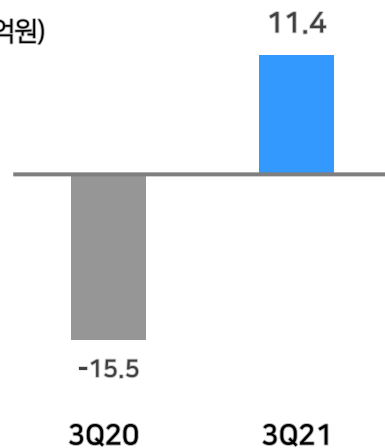
안다르 전년 동기 대비 매출 실적

(단위:억원)



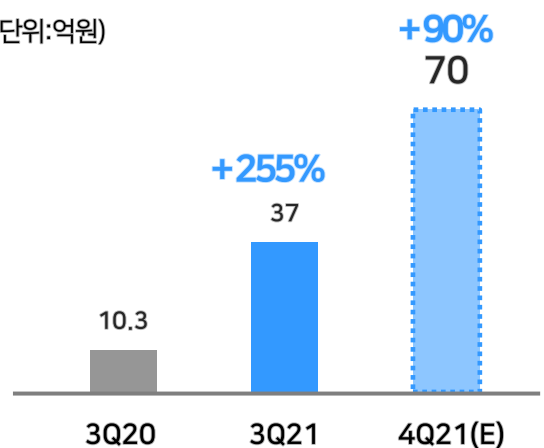
안다르 전년 동기 대비 영업이익 실적

(단위:억원)



안다르 남성 의류 카테고리 전년 동기 대비 매출 실적

(단위:억원)



3Q 성장궤도 진입 - 3분기 매출 272억 (YoY 88억, 48% 증가), 영업이익 11.4억 (YoY 27억 증가)

'21년 6월부터 계열사로 편입된 애슬레저 기업 안다르, 편입 이후 첫 분기에 유의미한 매출 성장 및 흑자 전환에 성공

4Q 괄목할 만한 매출 성장 기대 - 매출 400억(E)

코로나로 인해 베트남 공장 섯다운 이슈 발생하며 21 FW 신제품 생산과 납기가 지연되어 상대적으로 3분기에 고전했으나, 10월 중순 21 FW 신상 입고 직후부터 폭발적인 고객 반응을 보이며 가파르게 매출 상승 중.

특히, 1위 애슬레저 브랜드답게 아우터 라인을 포함한 라이프스타일 의류와 홈트제품 판매액이 계속해서 늘고 있는 상황

또한 남성 의류 카테고리의 매출이 큰 폭의 성장세를 보이며, 3분기 37억 달성(YoY 256% 성장)에 이어 4분기 안다르 남성 의류 매출액 70억(E) 돌파 예상

에코마케팅 2021년 3분기 실적요약

에코마케팅 3분기 실적요약 (연결)

단위 : 억원	2Q21	3Q21	QoQ
매출액	621	718	16%
- 광고대행수익	136	137	1%
- 제품매출	485	580	20%
영업비용	533	628	18%
- 매출원가	128	176	38%
- 종업원급여	42	52	24%
- 광고선전비	239	242	1%
- 운반비	32	28	-12%
- 지급수수료	49	77	58%
- 주식보상비용	13	14	9%
영업이익	88	90	2%
기타이익/손실	19	- 11	-157%
관계기업투자이익	- 3	2	-168%
법인세차감전이익	104	81	-22%
법인세비용	23	15	-36%
순이익	81	67	-18%
지배기업	79	61	-23%
* 주당순이익(원)	248.44	203.26	

에코마케팅 3분기 실적요약 (별도)

단위 : 억원	2Q21	3Q21	QoQ
매출액	128	102	-20%
- 광고대행수익	128	102	-20%
영업비용	69	66	-5%
- 종업원급여	27	30	11%
- 지급수수료	7	5	-18%
- 판매촉진비	5	5	-5%
- 주식보상비용	13	14	9%
영업이익	59	37	-38%
기타이익/손실	23	- 8	-135%
법인세차감전이익	82	29	-65%
법인세비용	17	3	-82%
순이익	65	26	-61%
* 주당순이익(원)	199	78	

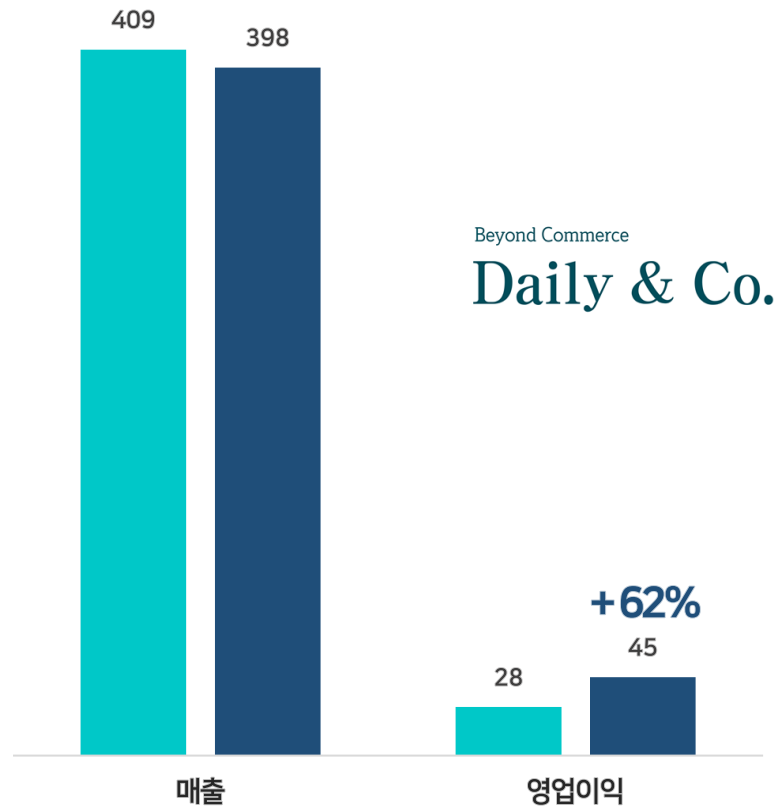
에코마케팅 2021년 사업 요약



에코마케팅 종속 회사별 3분기 성과

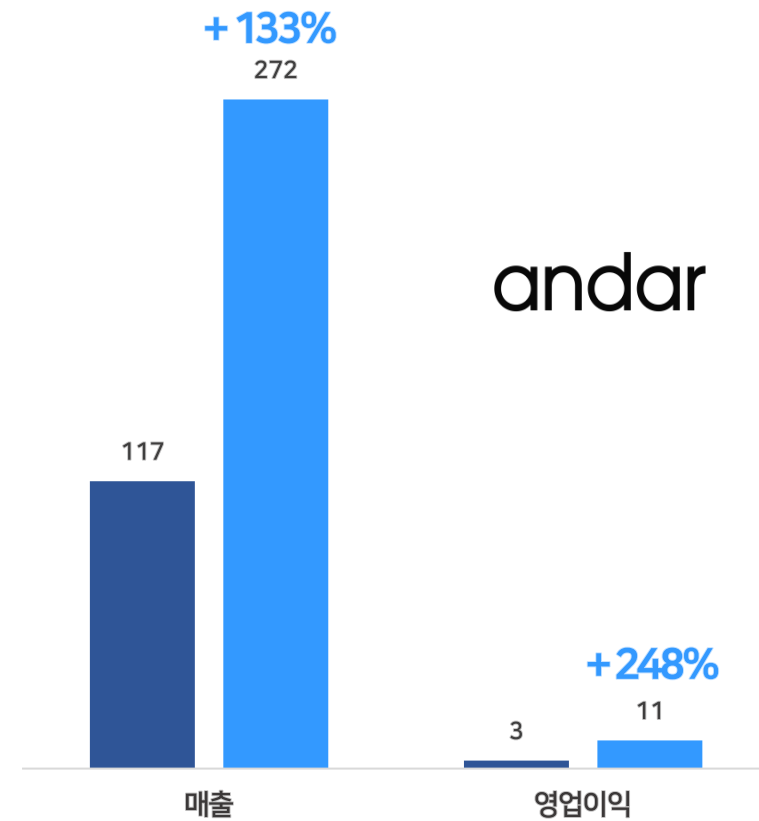
데일리앤코 매출/영업이익 (단위:억원)

■ 2Q21 ■ 3Q21



안다르 매출/영업이익 (단위:억원)

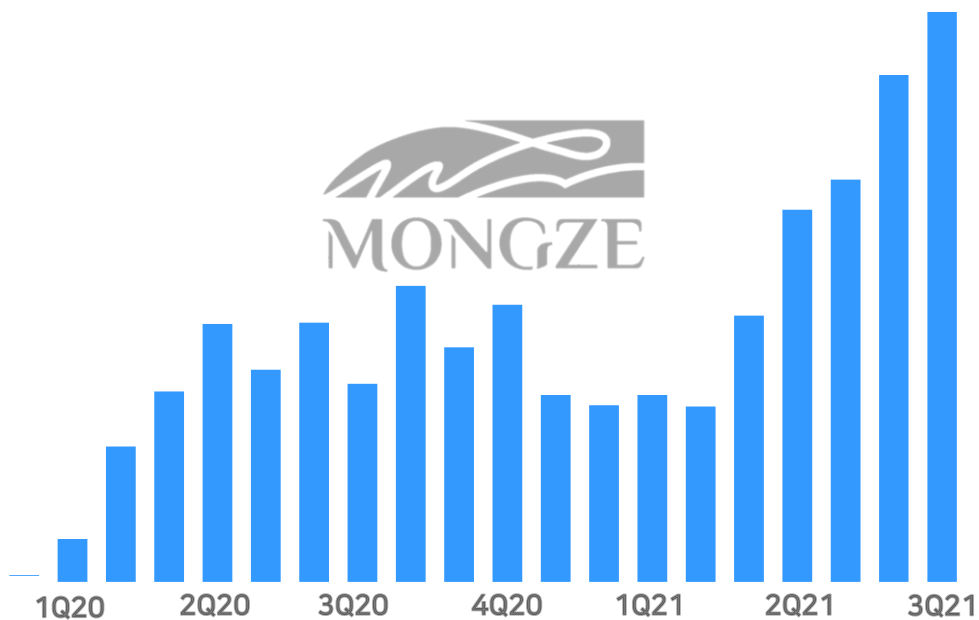
■ 2Q21 ■ 3Q21



에코마케팅 종속 회사별 3분기 성과 Beyond Commerce Daily & Co.

몽제 매트리스 월별 구매 추이

■ 총 구매건수



'21년 10월 신제품 몽제 에르고 에어네트 베개 출시



프리미엄 매트리스 브랜드 몽제 3분기 역대 최고 분기매출 147억 달성(YoY 77% 성장)하며 판매액 530억 돌파

코로나로 인한 인테리어 니즈 상승과 재택근무 장기화로 인한 수면의 질 향상에 많은 소비자들의 관심이 증대되는 외부 환경 변화에 맞물려

'21년 2분기부터 진행한 TVC 캠페인으로 허리가 편안한 매트리스로 소비자들에게 정인지 및 입소문을 타고 매출 가파르게 상승 중

에코마케팅 종속 회사별 3분기 성과

Beyond Commerce

Daily & Co.

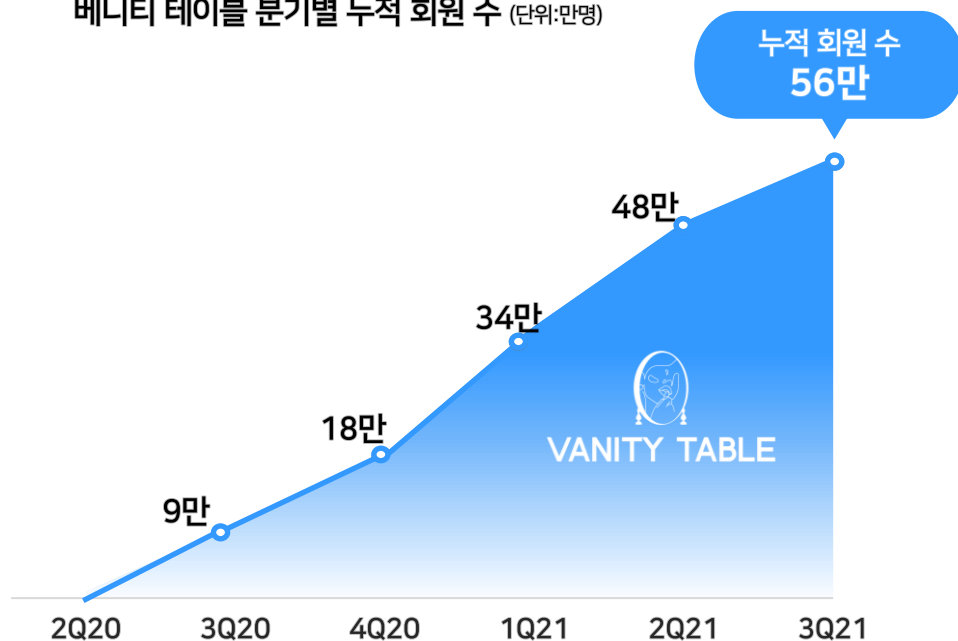


런칭 초기부터 높은 제품 만족도와 재구매율을 보이는 비건 라이프스타일 브랜드 티타드

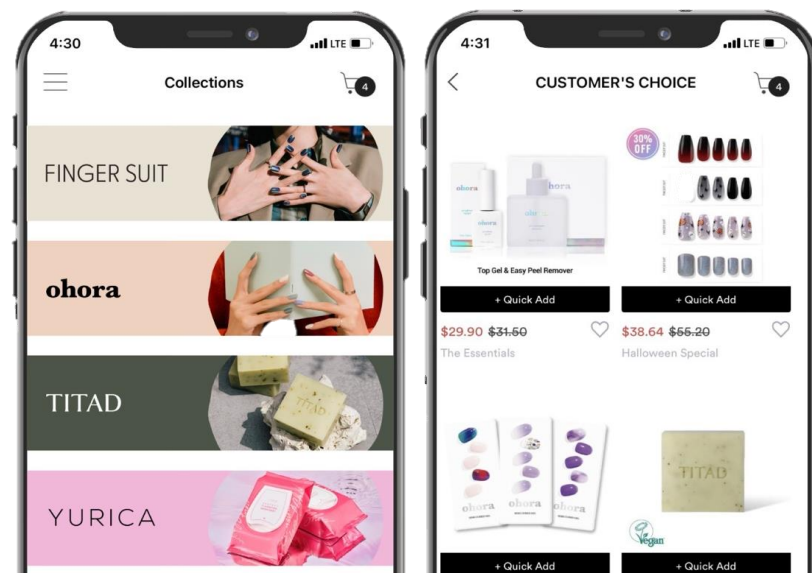
생필품을 온라인으로 구매하는 라이프스타일의 변화와 제품의 성분과 기능에 대한 관심이 높아지는 고객 니즈에 맞춰, 21년 5월 비건 라이프스타일 브랜드 티타드 출시
최초 선보인 "티타드 프레시 브레스 치약"의 경우, 런칭 2개월만에 초도 물량 5만개 완판을 기록하였으며, 비건 샴푸, 비건 바디바 등 꾸준히 제품 카테고리 확장 중

에코마케팅 종속 회사별 3분기 성과 Beyond Commerce Daily & Co.

베니티 테이블 분기별 누적 회원 수 (단위:만명)



VANITY TABLE 앱 출시
4분기 누적 다운로드 20만 건 예상



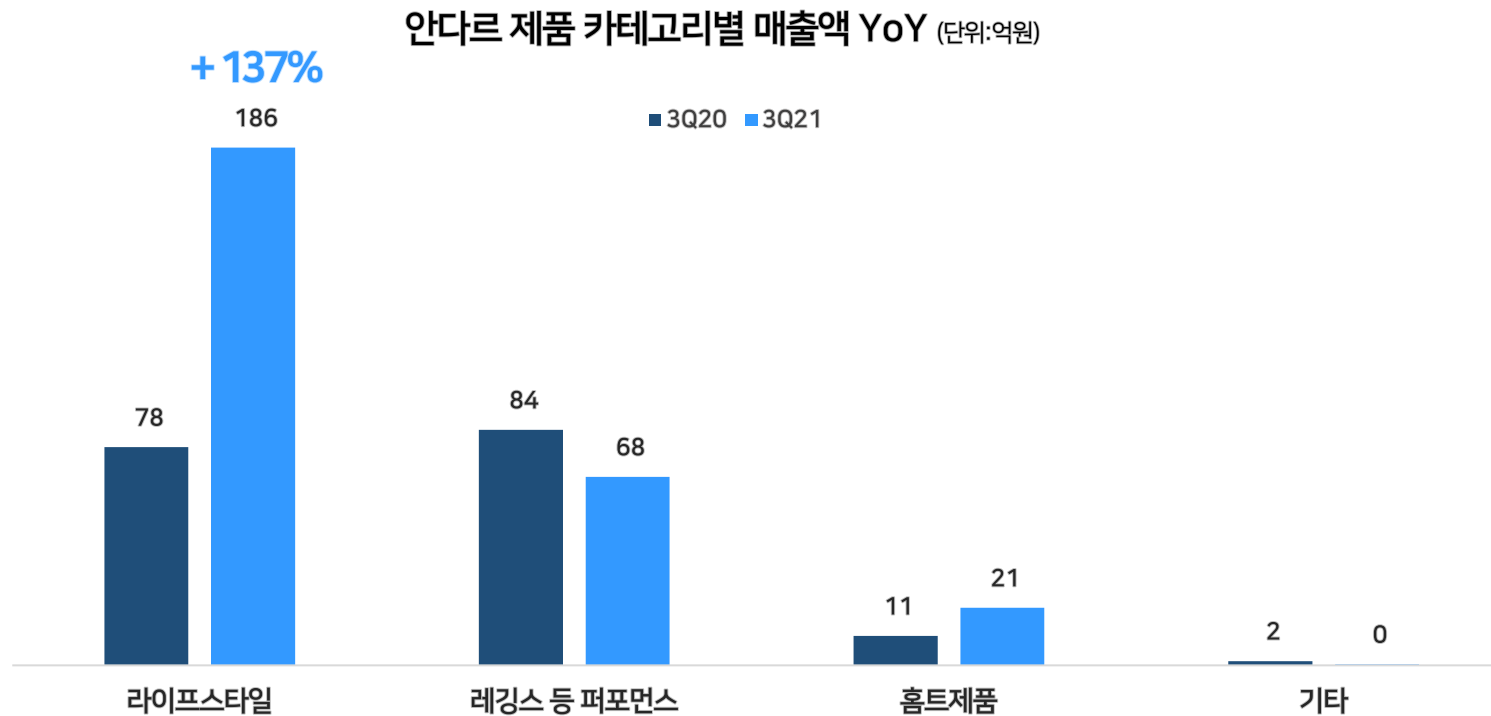
글로벌 뷰티 플랫폼 '베니티 테이블(Vanity Table)'의 북미 마켓 앱 출시

베니티 테이블은 글로벌 런칭 1년 여 만에 북미, 일본 누적 회원 수 56만명, 재구매율 40% 이상 형성하며 빠르게 성장 중

'21년 10월, 충성 고객들의 쉽고, 반복적인 재구매 증대 목적으로 북미 시장에 앱(iOS, AOS) 출시, 앱 출시 보름만에 1만 2천 건의 다운로드 기록

4분기 누적 다운로드 20만 건 달성할 것으로 예상

에코마케팅 종속 회사별 3분기 성과 andar



여성 요가복 브랜드에서 → 24시간 언제나 함께하는 '국민 애슬레저 브랜드' 로 탈바꿈중인 안다르

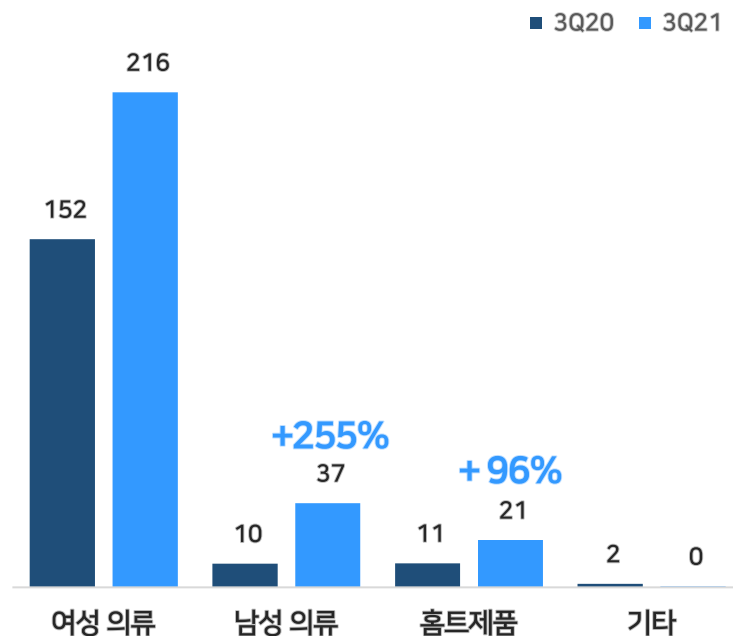
라이프스타일 카테고리의 괄목할 만한 성장

: 레깅스, 브라탑 등 운동 퍼포먼스 의류에서 라이프스타일 의류로 매출 카테고리 구조 확대

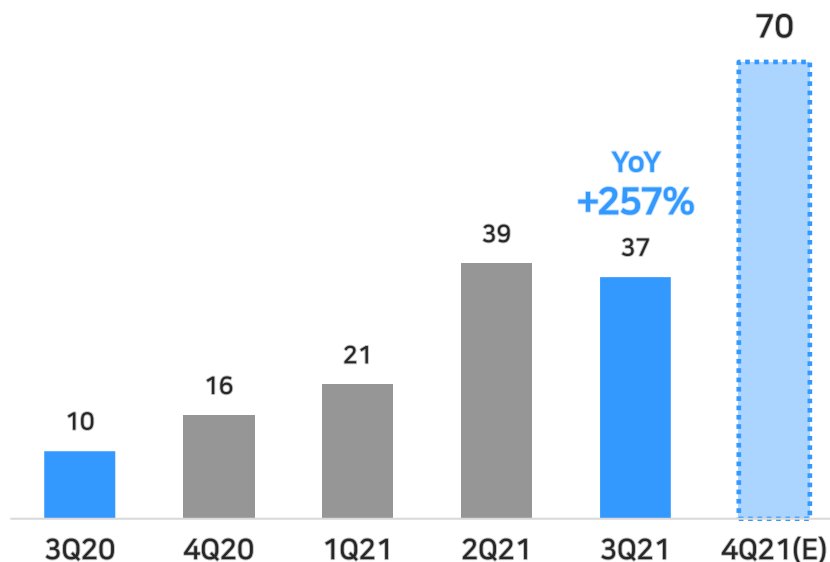
: '21년 3분기 라이프스타일 의류 매출 186억원(YOY 137% 성장) 기록

에코마케팅 종속 회사별 3분기 성과 andar

안다르 제품 카테고리별 매출액 YoY (단위:억원)



안다르 남성 의류 카테고리 분기별 매출액 (단위:억원)



안다르 남성 의류 카테고리 4Q 매출 70억 예상, 성공적인 카테고리 확장의 신호탄 쏘아 올림

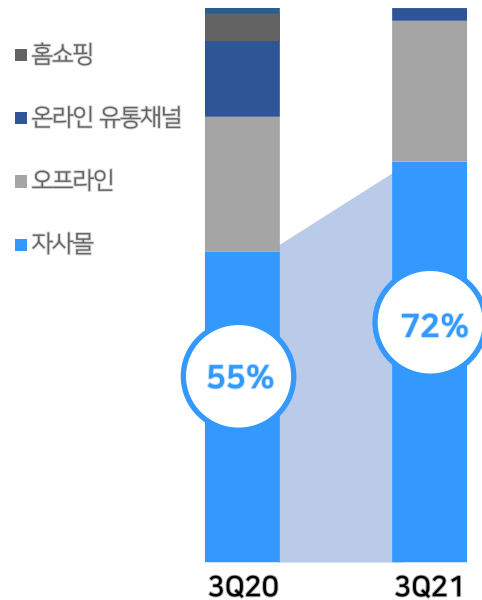
남성 의류와 홈트제품 카테고리의 폭발적 성장세

: '21년 3분기 남성 의류 카테고리 매출 37억(YoY 255% 성장), 홈트제품 카테고리 매출 21억(YoY 96% 성장) 기록하며 전체 매출 21%를 차지할 만큼 성장

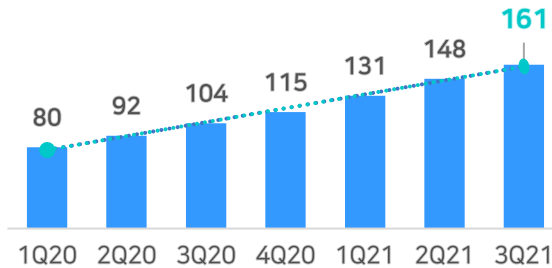
: 특히, 남성 의류 카테고리의 경우, FW 신상품이 폭발적인 반응을 보이며 4분기 매출 70억 달성 예상

에코마케팅 종속 회사별 3분기 성과 andar

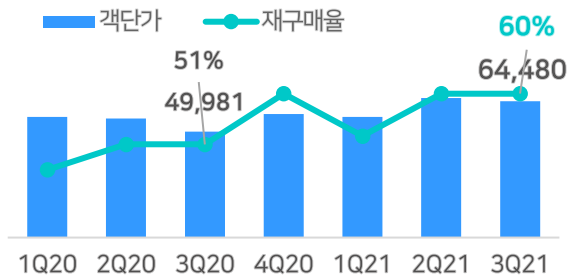
안다르 판매 채널별 비중 YoY



[자사몰] 누적 회원수 추이 (단위:만 명)



[자사몰] 구매 객단가 & 재구매율 추이



[오프라인] 주요 백화점 전문 매장 중심 운영



신세계 백화점 강남점 / 본점 / 영등포점 / 대전점 / 하남점
 롯데백화점 본점 / 잠실점 / 강남점 / 동탄점 / 부산본점 / 센텀점
 더현대 서울점
 갤러리아백화점 광고점 / 타임월드점 /
 롯데프리미엄아울렛 타임빌라스점 / 동부산점 / 광고점 / 파주점
 현대프리미엄아울렛 스페이스원 / 송도점

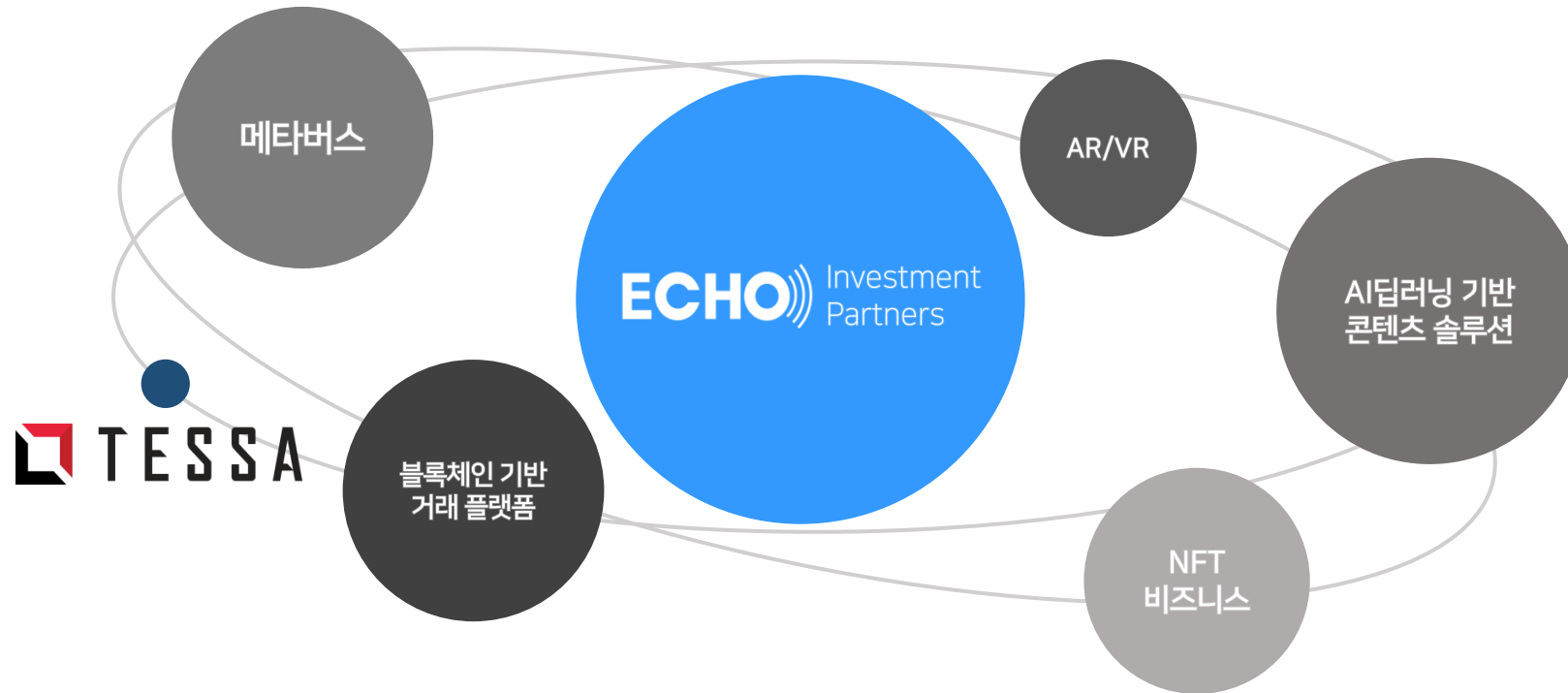
자사몰 기반 D2C(고객직접판매)의 비중을 지속적으로 확대시키며 이익 구조 개선

유통 채널은 주요 백화점 전문 매장 중심으로 정비하며 프리미엄 애슬레저 브랜드서의 기업 가치 제고 전략

자사몰 기반의 D2C가 전체 매출 중 72%를 차지할 만큼 성장하며 이익 구조 개선 및 고객 데이터에 기반한 제품 출시 전략으로 매출과 재구매율을 높이는 선순환 구조 확립.

그 결과, 자사몰 누적 회원수 160만명 돌파, 객단가 전년 동기 대비 30% 상승, 재구매율 60% 돌파하며 D2C 체력 강화 중

신사업 소개 : 에코마케팅 투자 사업



투자 전담 법인 '주식회사 에코투자파트너스' 설립

에코투자파트너스를 통해 '투자 및 육성'으로 이루어지는 '비즈니스 부스팅 사업' 적극적 확대 → 새로운 디지털 상품/서비스 관련 사업 기회 확보 및 다각화
검증된 에코마케팅의 디지털 마케팅과 콘텐츠 부스팅 역량을 무기로, 향후 미래산업 분야에서의 전략적 투자 및 협업을 통해 다양한 신사업 전개 계획
출범과 동시에 '주식회사 테사' 첫 번째 투자 진행

E.O.D

ECHO)))MARKETING®