

2021년 4분기 에코마케팅 경영실적 발표

2022. 2. 16

ECHO)))MARKETING®

Disclaimer

본 자료의 2021년 4분기 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 4분기 Key Highlight
2. '21년 4분기 실적
3. '21년 4분기 사업부별 성과
4. '21년 4분기 에코마케팅 종속 회사별 실적

에코마케팅 2021년 4분기 영업이익(연결) 144억 달성

'21 4Q 영업이익(연결)

144억

YoY 19%▲

QoQ 60%▲

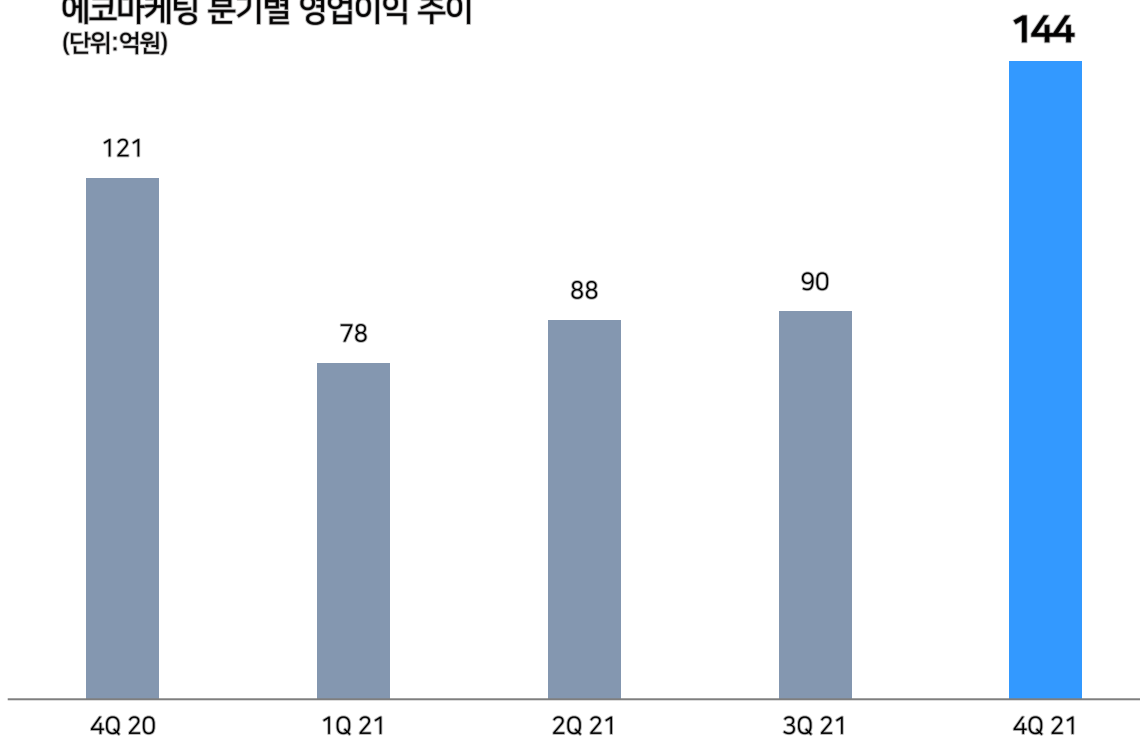
'21 4Q 매출(연결)

673억

YoY 60%▲

QoQ 6%▼

에코마케팅 분기별 영업이익 추이
(단위: 억원)



에코마케팅 2021년 4분기 실적요약

에코마케팅 4분기 실적요약 (연결)

(단위:억원)

단위 : 억원	3Q21	4Q21	QoQ
매출액	718	673	-6%
- 광고대행수익	137	161	13%
- 제품매출	580	512	-11%
영업비용	628	528	-16%
- 매출원가	176	141	-20%
- 종업원급여	52	41	0%
- 광고선전비	242	177	-27%
- 운반비	28	24	-14%
- 지급수수료	77	83	8%
- 주식보상비용	14	11	-21%
영업이익	90	144	60%
기타이익/손실	- 11	-76 ¹⁾	591%
관계기업투자이익	2	-3	-250%
법인세차감전이익	81	65	-20%
법인세비용	15	27	80%
순이익	67	38	-43%
지배기업	61	56	-9%
주당순이익(원)	203	118	

에코마케팅 4분기 실적요약 (별도)

(단위:억원)

단위 : 억원	3Q21	4Q21	QoQ
매출액	102	138	35%
- 광고대행수익	102	138	35%
영업비용	66	66	0%
- 종업원급여	25	27	8%
- 지급수수료	5	4	-20%
- 판매촉진비	5	2	-60%
- 주식보상비용	14	11	-21%
영업이익	37	72	95%
기타이익/손실	- 8	17	-313%
법인세차감전이익	29	90	210%
법인세비용	3	17	467%
순이익	26	72	177%
주당순이익(원)	78	226	

1) 안다르 상환전환우선주/전환사채 평가손실 87억원 반영

① 광고 대행 사업 - 에코마케팅

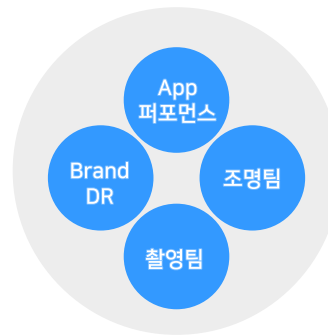
ECHO MARKETING®

1. 광고비 증대



2. 서비스 차별화

영상조직 확대



그로스마케팅팀



3. 대규모 채용



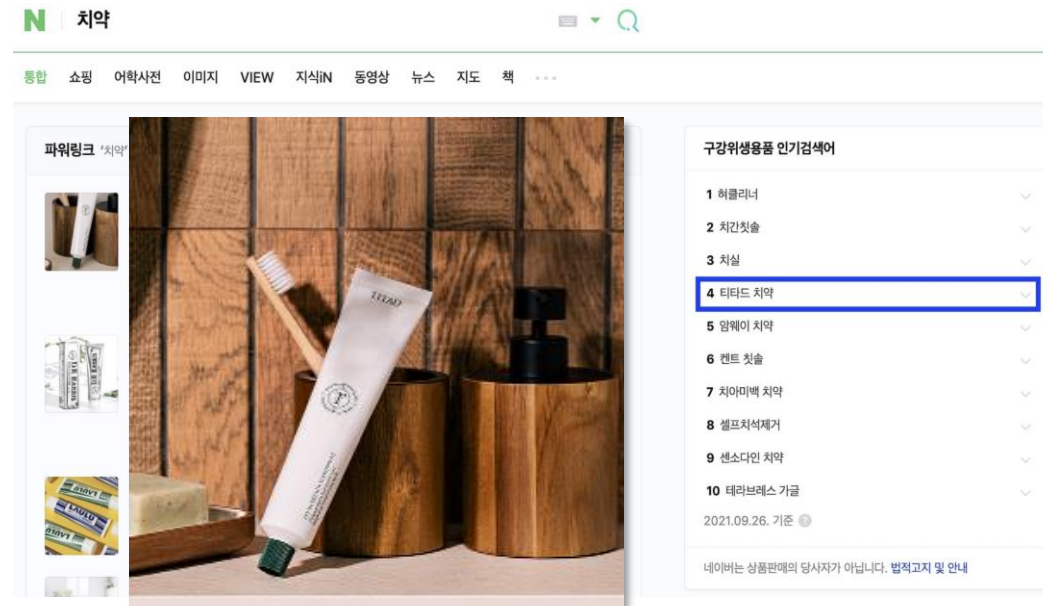
4Q 성수기인 클라이언트 실적 증가로 인한 광고비 확대 및 신규 App광고주 대거 수주 통해 매출 및 영업이익 증가

- App마케팅 시장 압도적 1위 달성하며 영상조직 확대: APP퍼포먼스영상팀, BranDR영상팀, 촬영팀, 조명팀 세팅, 20명 이상 채용 진행
- 그로스마케팅팀 통해 고도화된 마케팅 서비스 제공: CLV(customer lifetime value), 유저분석, 자동화, 솔루션(tech), 대시보드 구축 등을 수행하는 전담조직 통해 경쟁력 강화
- 광고 대행 사업 규모 확대에 따라 '21년 하반기 전 직군 대규모 채용 진행하며 인력 보강 진행하며 '22년 매출 증대 기반 마련

② 비즈니스 부스팅 R&D 사업 - 데일리앤코

Daily & Co.

치약 네이버 검색어 1위 (브랜드 키워드 기준, 21년 9월)



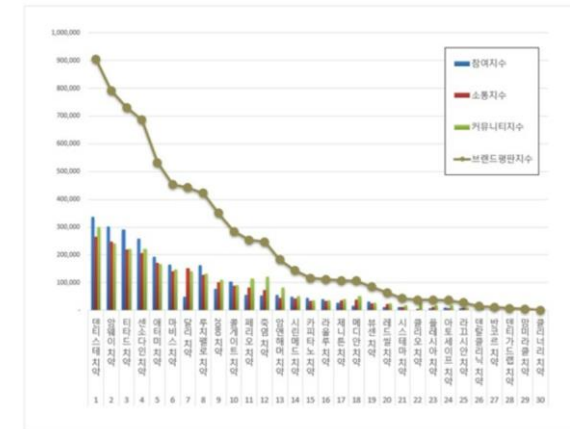
치약 브랜드평판 3위 (22.02, 한국기업평판연구소)

치약 브랜드평판 1~3위는

2월 빅데이터 분석결과...1위 덴티스테 치약, 2위 암웨이 치약, 3위 티타드 치약

이제는 기자 | 승인 2022.02.03 10:50

댓글 0 | 트위터 페이스북



비건 라이프스타일 브랜드 “티타드” 런칭 후, 6개월만인 12월 월 12억 매출 돌파하며, 4Q 매출 27억 달성

대표 상품인 “티타드 프레쉬 브레스 치약”의 메가 히트로 출시 6개월만에 누적 판매량 50만개를 달성하였고, 네이버 구강 위생용품 브랜드 인기검색어 1위 차지(21년 9월), 브랜드 평판지수에서 치약 전통 브랜드인 덴티스테, 암웨이의 뒤를 잇는 3위 차지(22년 2월 기준)하며 빠르게 브랜드선호도 및 마켓 점유 확대 중
22년 1Q에는 QoQ 85% 성장한 50억 매출 달성 예상됨

② 비즈니스 부스팅 R&D 사업 - 데일리앤코

Daily & Co.



프리미엄 매트리스 브랜드 “몽제”, 계절적 비수기인 4Q를 보내고, '22년 1월부터 매출 상승세로 돌아서며 '22년 1Q 기대

몽제 매트리스는 계절적 비수기인 4Q를 지나 1월부터 본격 매출 상승세로 진입.

21년 10월 출시된 몽제 에르고 에어네트 베개 또한 인체공학적 곡선을 가미해 출시 직후부터 많은 사랑을 받고 있으며 숙면 선물로 인기몰이중

② 비즈니스 부스팅 R&D 사업 - 데일리앤코

Daily & Co.



누적 판매량 1천만 개를 기록한 마사지기 리딩 브랜드 “클릭”의 신제품 “스트레칭 마사지기”, 성공적인 런칭

가만히 누워만 있어도 목부터 골반까지 스트레칭 방식으로 마사지를 해주는 “클릭 스트레칭 마사지기” 22년 1월 런칭
광고 없이 기존 미니/무릎 마사지기 제품 구매자를 대상으로 한 CRM 커뮤니케이션만으로 초도물량 1만개 완판 성공

③ 비즈니스 부스팅 사업 - 에코투자파트너스, 데일리앤코, 에코마케팅

ECHO Investment Partners × Daily & Co. × ECHO MARKETING®

GRITEE
감탄브라®

그리티: 감탄브라 온라인 자사온라인스토어 오픈, 감탄브라 호실적에 힘입어 그리티 내 타브랜드 추가 부스팅 예정

- 에코마케팅의 BranDR 마케팅 노하우를 기반으로, 자사온라인스토어 제작/ 브랜딩/ 퍼포먼스마케팅/ 라이브커머스/ CRM 총괄하며 성과 부스팅
- 2월 초 현재 이너웨어 브랜드 중 N포털 검색량 1위 달성, 대규모 ATL 마케팅을 펼친 기존 플레이어 및 오프라인 강자 브랜드 추월



MEPET: 급격하게 성장하고 있는 반려동물 시장에서, 1년만에 반려동물 영양제 1위 달성

- 런칭 1년만에 매출 60억 돌파, 2년차 200억 매출 목표로 급격히 성장 중
- 넬름 누적 540만장 이상 판매, 반려동물 영양제 시장에서 압도적인 판매수를 기록하며 높은 재구매율로 팬을 늘려 나가고 있음

TESSA

TESSA: 마케팅 전 영역 컨설팅 통해 비즈니스 부스팅 시작

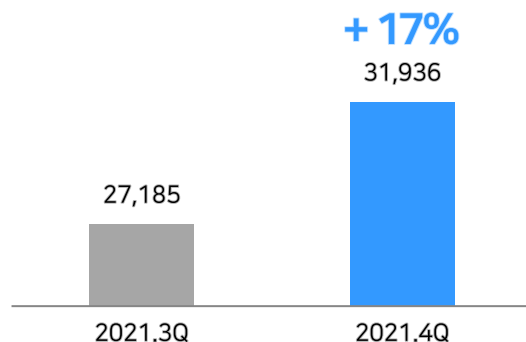
- 브랜드 마케팅: UI/UX 컨설팅, 브랜드아이덴티티 수립, FGI 진행, Owned채널(YouTube/ Instagram) 컨설팅 진행중
- 퍼포먼스 마케팅: App마케팅 1위 에코마케팅의 노하우를 통해 Video 중심의 App마케팅 진행하며 우수한 성과 달성
- 그로스 마케팅: 데이터 기반 마케팅 및 의사결정 가능 프로세스 확립, 고객분석 및 행동데이터 분석, 사업 스테이지별/ 고객 세그먼트별 KPI 수립

③ 비즈니스 부스팅 사업 - 에코투자파트너스, 데일리앤코, 에코마케팅

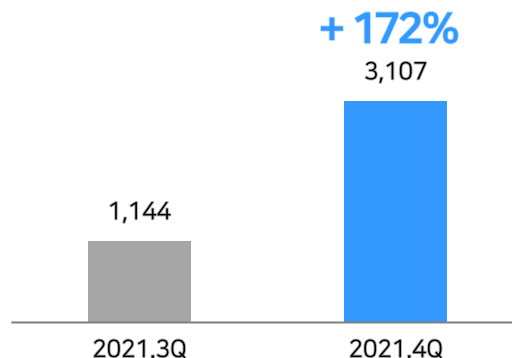
ECHO Investment Partners × Daily & Co. × ECHO MARKETING®

andar

안다르 전 분기 대비 4Q 매출액 성장
(단위: 백만원)



안다르 전 분기 대비 4Q 영업이익 성장
(단위: 백만원)



4Q 양적·질적 성장 가속화 - 4분기 매출 320억 (QoQ 47억, 17% 증가), 영업이익 31억 (QoQ 20억, 172% 증가)

계열사로 편입한 후 첫 분기인 '21 3Q에는 유통채널 정리 및 D2C로 체질 개선, 재고 자산의 질적 개선, 불필요한 비용 감축으로 흑자 전환 성공한 데에 이어, '21 4Q에는 무분별한 가격 할인을 지양. 제품 원가율 방어하며 매출 증가시켰고, 직접 소통할 수 있는 고객 자산 확보 가능한 D2C 비중을 더욱 확대함. 재구매율 및 재구매 건수, 객단가 상승까지 질적 성장과 함께 양적 성장을 동시에 이루어 냄

'22년 에코마케팅과 함께 다시 태어난 안다르의 본격적인 성장 기대

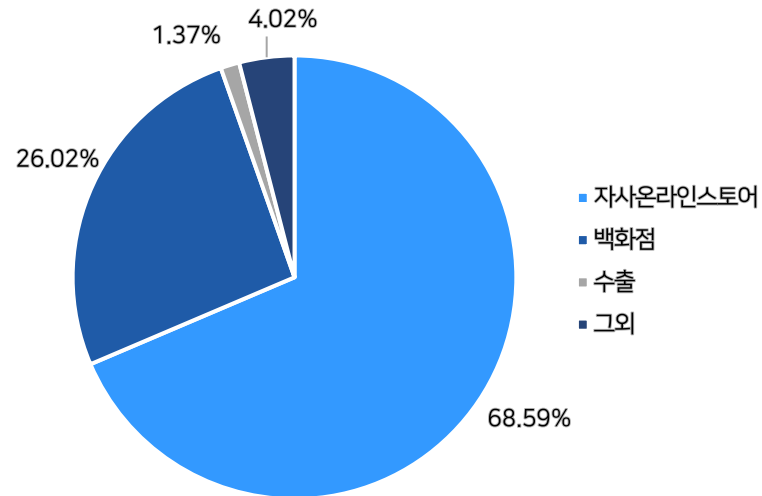
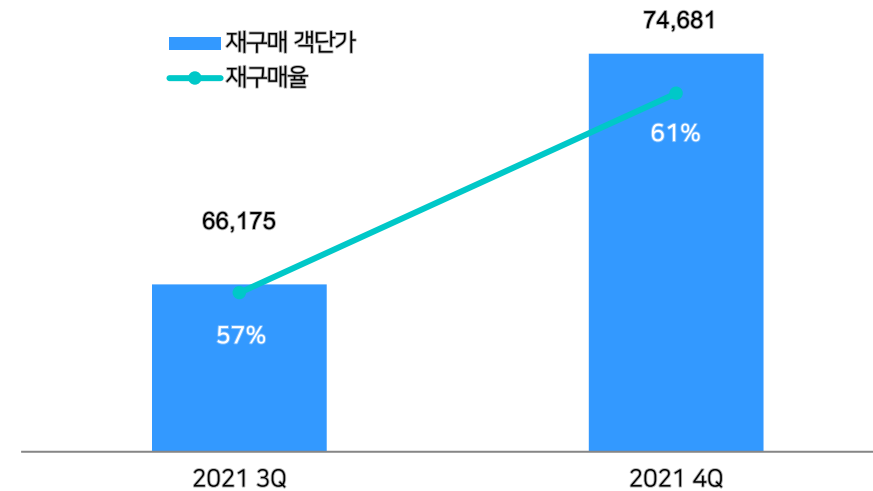
다양한 유형의 레깅스 및 상의류 상품 라인업 확장, 남성/홈트용품/의류 액세서리 매출 확대, 이외에도 새로운 시장을 태핑&확장할 계획이며, 고객 서비스 강화, 본격적인 글로벌 시장 진출을 통해 2022년 안다르의 괄목할 만한 성장 기대

③ 비즈니스 부스팅 사업 - 에코투자파트너스, 데일리앤코, 에코마케팅

ECHO Investment Partners × Daily & Co. × ECHO MARKETING®

andar

안다르 '21 4Q 판매 채널별 매출 비중

안다르 자사온라인스토어 재구매율, 객단가 QoQ
(단위: 원)

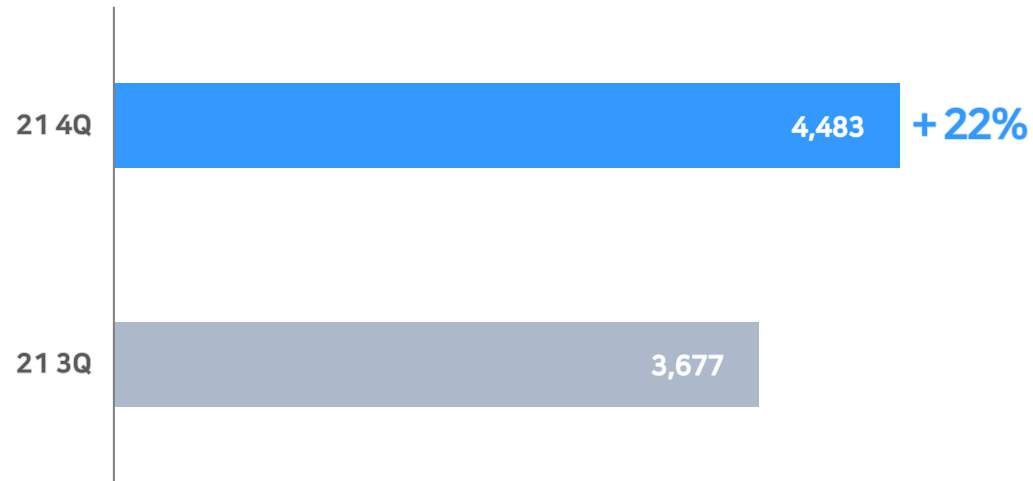
양적·질적 성장 (1) 유통채널 정리 및 D2C로 체질 개선 통해 주력 판매 채널을 '자사온라인스토어'와 '백화점' 2개 축으로 정립하며 브랜드 선호도와 충성도 급상승

자사 온라인 스토어의 재구매율 60% 대까지 성장, 또한 재구매 객단가 '20년 연 평균 4만원 대→'21 3Q 6만원 대→'21년 4Q 7만원 대 중반까지 지속 상승하며 구매력 있는 고객들의 브랜드 충성도 증명

③ 비즈니스 부스팅 사업 - 에코투자파트너스, 데일리앤코, 에코마케팅

ECHO Investment Partners × Daily & Co. × ECHO MARKETING®

andar

남성 의류 카테고리 '21 3Q, 4Q 비교
(단위: 백만원)

양적·질적 성장 (2) 남성 의류 카테고리의 매출 지속 성장세

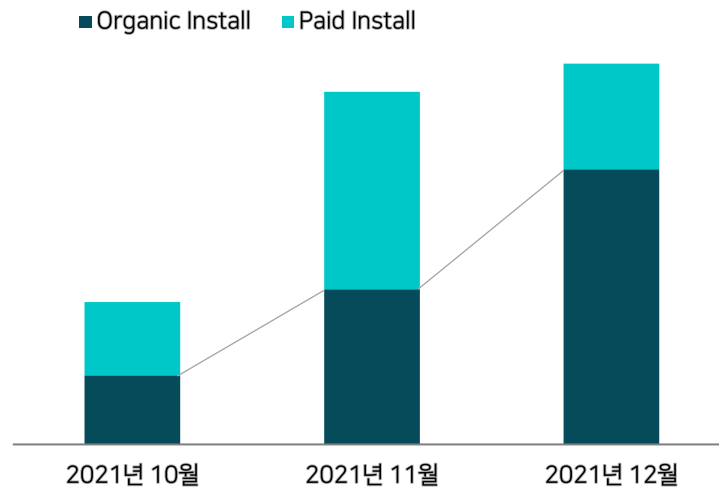
'21 4Q 남성 의류 카테고리 매출이 전체 매출의 14%를 차지, 3Q 대비 22% 가량 성장한 매출 총 45억을 달성하였으며, 월 평균 15억원을 돌파

연예인 모델, TV CF 등의 높은 비용 투입 없이도 꾸준한 매출 성장세를 보이고 있으며, 판매 상위 제품인 조거 팬츠류 다량 출시되는 '22년 SS에는 더 큰 폭의 매출 성장 기대

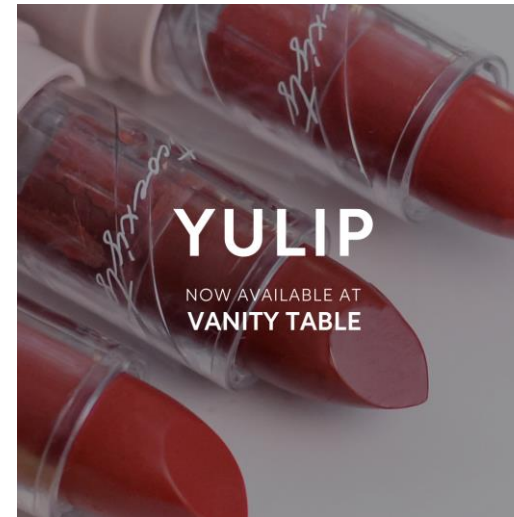
④ 글로벌 플랫폼 사업 - 데일리앤코 Daily & Co.

베니티 테이블

베니티 테이블 월별 앱 설치 수



베니티 테이블 클린 뷰티 카테고리 확장

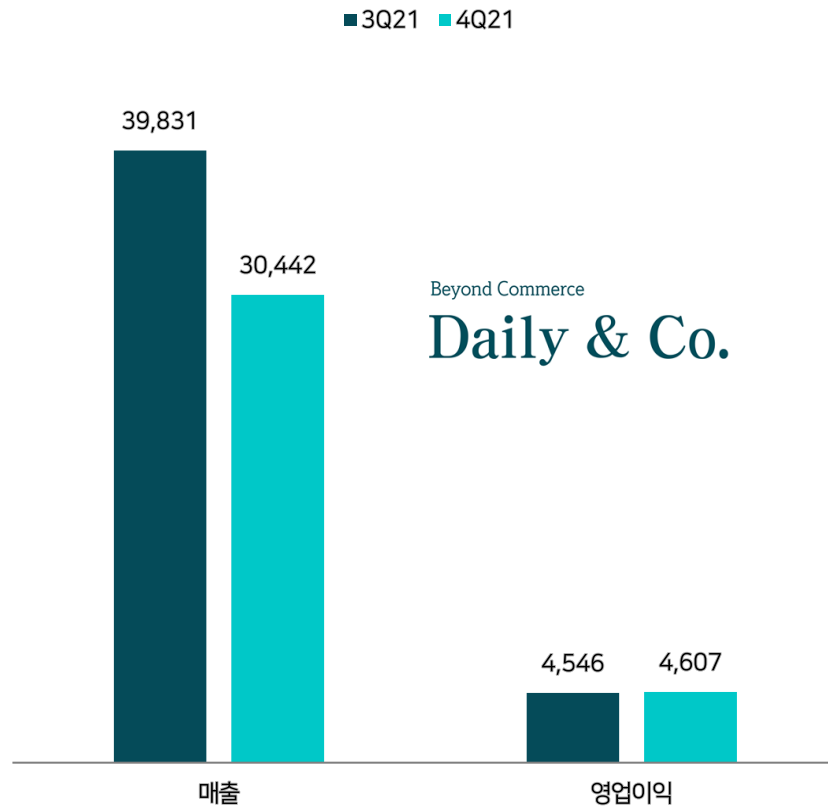


K-뷰티 플랫폼 베니티 테이블(Vanity Table) 북미 앱 출시 이후 앱 설치 및 구매 활성화

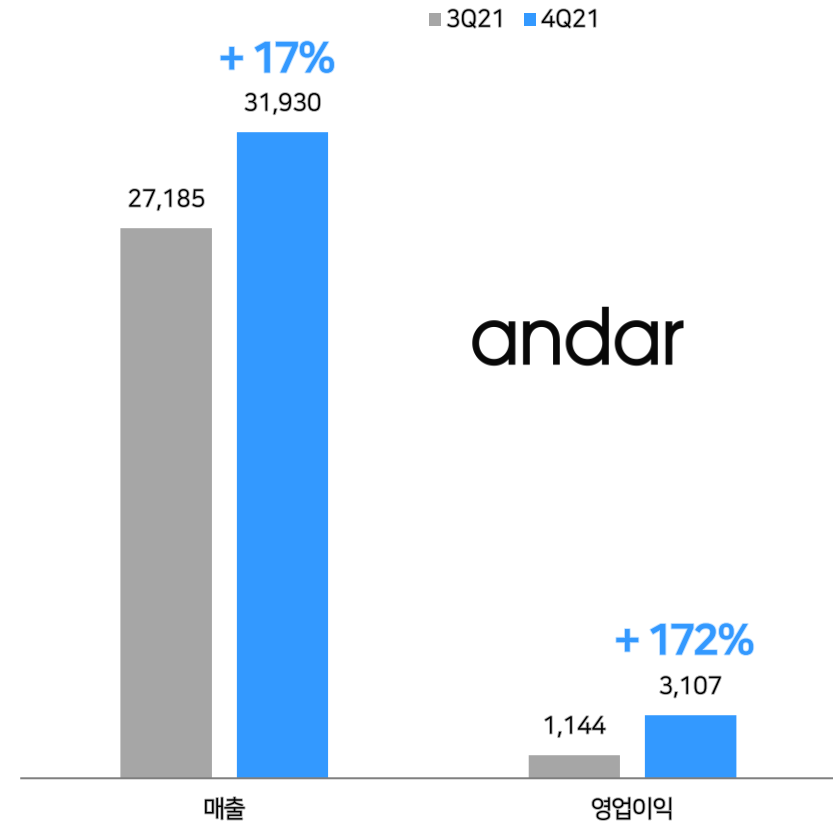
앱 런칭 이후 기존 베니티 테이블 충성 고객들이 앱으로 이동하며 별도 비용 투입 없이 앱 오가닉 설치수 증가. 앱 구매자들은 웹 구매자들 대비 평균 10%이상 높은 객단가를 형성하며 앱 매출 증가 추세. '22년 1분기 **글로벌 뷰티 트렌드인 클린 뷰티 카테고리 확장** 및 **새로운 뷰티 브랜드 입점**으로 베니티 테이블의 성장이 가속화될 것으로 예상

'21년 4분기 에코마케팅 종속 회사별 실적

데일리앤코 전분기 대비 4Q 매출/영업이익 (단위: 백만원)



안다르 전분기 대비 매출/영업이익 (단위: 백만원)



E.O.D

ECHO)))MARKETING®