



2026. 4. 6 (월)

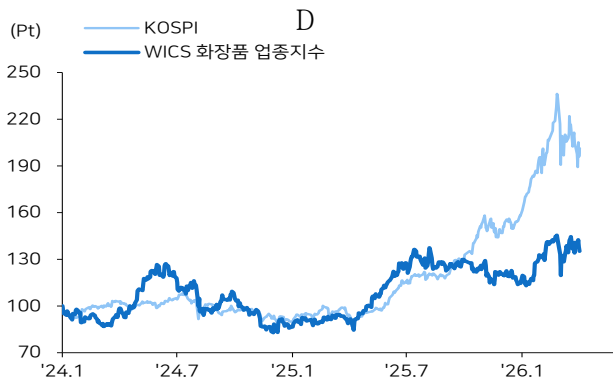
생활소비재 Analyst 박중대 jdpark@meritz.co.kr
RA 김건우 gunwoo.kim@meritz.co.kr

2026년 글로벌 모멘텀 확대 중

I 주가 분석과 투자전략

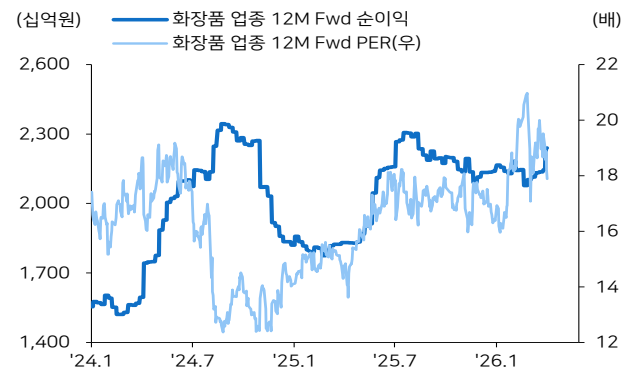
- 3월 화장품 수출: 미국/유럽 더 높아진 수출 성장률
- 아마존 Top 100(4월 1일): 아마존 빅 스프링 세일 효과 특출
- 기업 업데이트: 네오팜/LG생활건강/코스맥스/코스메카코리아/클리오/동국제약/펄텍코리아

코스피 및 화장품 업종 주가지수 추이



주: WICS 화장품 기준, 2024년 1월 2일=100
자료: QuantiWise, 메리츠증권 리서치센터

화장품 업종 12M Fwd 순이익, PER 추이



자료: QuantiWise, 메리츠증권 리서치센터

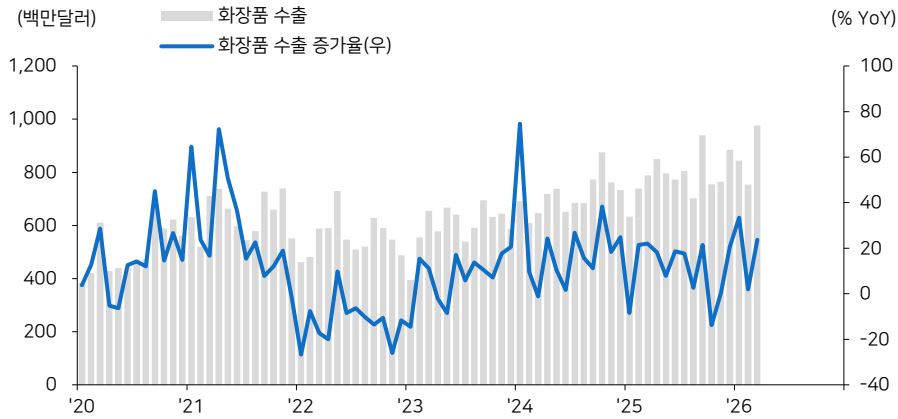
Investment Focus

1. 3월 화장품 수출: 미국/유럽 더 높아진 수출 성장률

2026년 3월 화장품 수출은 9.77억 달러로 전년 동월 대비 23.8% 증가했다. 지역별로는 미국(1.86억달러, YoY 48%), 유럽(1.72억달러, YoY 71%)이 1~2월 대비 성장률을 더 높이며 수출 증가를 견인했다. 실리콘투 물류센터 증설이 이어지고 있는 폴란드(0.41억 달러, YoY 72%), 북유럽 유통 허브 역할을 하고 있는 네덜란드(0.24억 달러, YoY 196%), 오프라인 전개가 빠르게 이뤄지고 있는 영국(0.37억 달러, YoY 203%) 모두 수출 앞자리가 바뀌었다. 멕시코(0.06억 달러, YoY 78%), 브라질(0.08억 달러, YoY 127%) 등 중남미 지역 확장도 순항 중이다. 다만, 중국(1.5억달러, YoY -17%) 수출은 아쉬움을 남겼으며, UAE(0.08억달러, YoY -65%) 수출은 전쟁 영향으로 크게 감소했다. 일본(0.85억달러, YoY 7%)과 동남아(1.30억달러, YoY 22%) 수출은 월별로 변동이 있다.

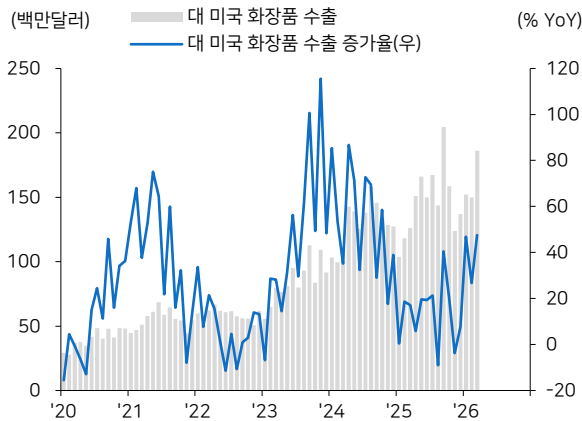
카테고리별로는 기초(5.06억 달러, YoY 24%)가 색조(0.72억 달러, YoY 8%)보다 좋았다. 대 미국 기초 수출은 YoY 45.1%, 색조 수출은 YoY 38% 증가하며 두개 카테고리 모두 고성장을 기록했다. 바디워시(HS 3401, 0.57억달러, YoY 34%), 샴푸(HS 3305, 0.17억 달러, YoY 16%), 향수(HS 3303, 0.07억 달러, YoY 72%) 수출 또한 견조한 성장세를 이어갔다.

그림1 화장품 수출 추이



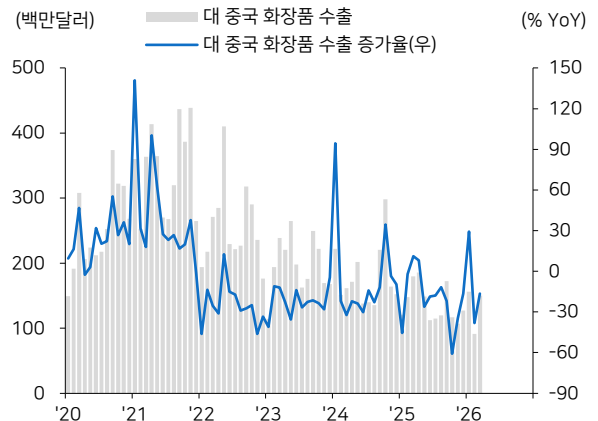
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림2 대 미국 화장품 수출



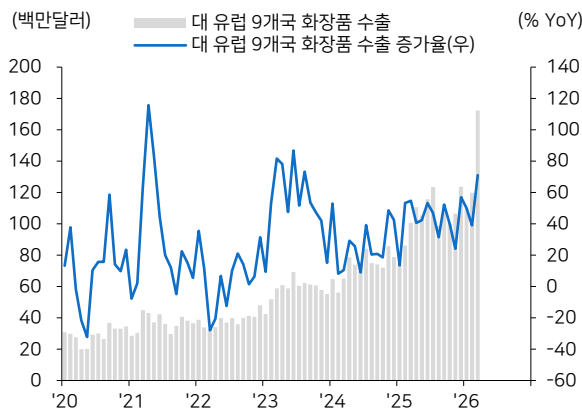
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림3 대 중국 화장품 수출



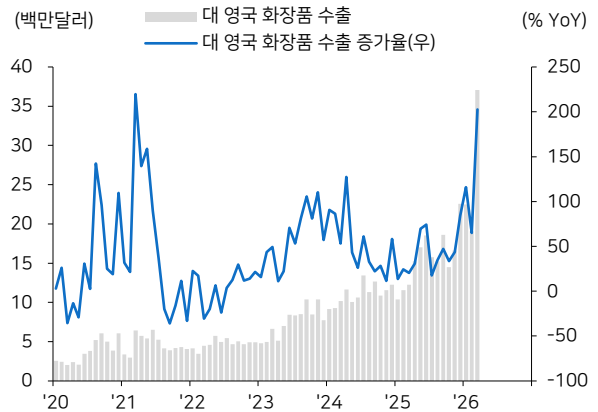
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림4 대 유럽(9개국) 화장품 수출



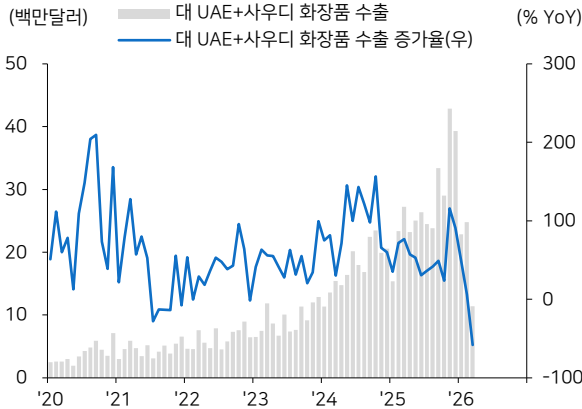
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림5 대 영국 화장품 수출



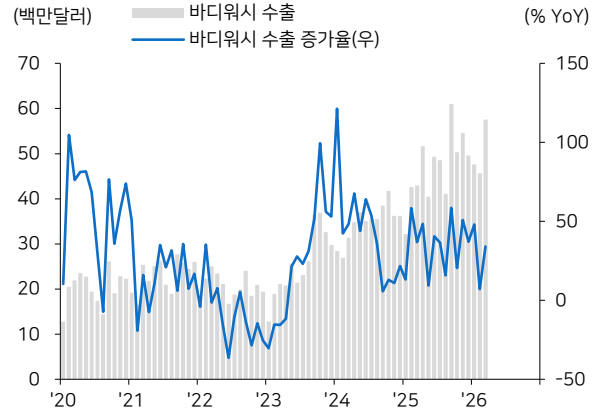
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림6 대 중동(UAE+사우디) 화장품 수출



자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림7 바디워시 수출 추이



자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

2. 아마존 1월 톱 100: 두드러지는 메디큐브의 약진

4월 1일 기준 미국 아마존 Beauty & Personal Care Top 100 안에 K-뷰티 제품 수는 총 28개로, 지난달 16개보다 12개 증가했다. 아마존 빅 스프링 세일(03.25~03.31) 효과로 순위권 내 브랜드/제품 수가 눈에 띄게 증가한 모습이다. 지난해 연말 블랙 프라이데이(21개), 사이버 먼데이(18개) 기간 보다도 대폭 늘어난 수치이다.

메디큐브가 3월보다 3개 늘어난 총 10개 제품을 Top 100에 올렸으며, <제로 모공 패드>는 여전히 1위를 유지했다. Top 10 내에 총 5개 제품을 올리며 압도적인 성과를 보였다. 아누아는 전월 대비 4개 증가한 5개 제품을 Top 10에 올렸다. 기존 인기 제품 클렌징 오일/세럼과 함께 신제품 <PDRN 히알루론산 세럼 미스트>, <PDRN 히알루론산 크림>이 순위권에 새로 진입했다. 바이오던스의 <콜라겐 리얼 딥 마스크>는 전체 3위를 기록했으며, 닥터멜락신은 <필샷 필링 앰플>과 <칼슘 멀티 밤> 두개 제품을 Top 100을 유지했다.

아모레퍼시픽 계열의 코스알엑스 <스네일 뮤신 리페어링 세럼>, 일리운 <세라마이드 아토 크림> 두개 제품이 랭킹인했으며, 달바의 <화이트 트러플 스프레이 세럼> 또한 순위권에 재진입했다. 이퀄베리의 <비타민 일루미네이팅 세럼>, 닥터엘시아 <345 릴리프 크림>, 가히 <링클 바운스 멀티밤>, 셀리맥스 <비타A 레티날 샷 타이팅닝 부스터> 등 주요 제품들은 순위권을 유지했다. 조선미녀 <리바이브 아이 세럼>, 미샤 <M퍼펙트 커버 비비크림>, 아비브 <콜라겐 펩타이드 아이패치>가 랭킹 내 신규 진입했다. 반면, 쉐넬리안24, 라네즈, 굿몰레큘스는 톱 100에 들지 못했다.

표1 아마존 Beauty & Personal Care 베스트셀러 랭킹

순위	제품명	브랜드명
1	메디큐브 제로 모공 패드	메디큐브
2	메디큐브 콜라겐 오버나잇 래핑 마스크	메디큐브
3	바이오던스 콜라겐 리얼 딥 마스크	바이오던스
4	뉴트로지나 메이크업 리무버 티슈	뉴트로지나
5	메디큐브 콜라겐 젤리 크림	메디큐브
6	히어로 코스메틱스 마이티패치	히어로 코스메틱스
7	메디큐브 핑크 PDRN 펩타이드 세럼	메디큐브
8	이오스 바닐라 캐시미어 바디 로션	이오스
9	메디큐브 딥 비타민C 캡슐 크림	메디큐브
10	클린 스킨 클럽 클린 타올	클린 스킨 클럽
11	이퀄베리 비타민 일루미네이팅 세럼	이퀄베리
12	줄랩 크림-투-파우더 아이새도	줄랩
13	뉴트로지나 메이크업 리무버 와이프	뉴트로지나
14	메이블린 래쉬 워셔블 마스크라	메이블린
15	아마존 베이직스 화장솜	아마존 베이직스
16	디오디너리 글리콜산 토너	디오디너리
17	일리운 세라마이드 아토 크림	일리운
18	코스알엑스 스네일 유신 리페어링 세럼	코스알엑스
19	엘타MD 틴티드 페이스 선스크린	엘타MD
20	아누아 PDRN 히알루론산 세럼 미스트	아누아
21	이오스 바닐라 캐시미어 바디 워시 젤	이오스
22	니조랄 비듬 제거 샴푸	니조랄
23	판옥실 아크네 포밍 워시	판옥실
24	아누아 PDRN 히알루론산 크림	아누아
25	메디큐브 제로 모공 캡슐 클렌징 폼	메디큐브
26	래쉬 이펙트 마스크라	래쉬
27	로라 켈러 뉴욕 파우더 파운데이션	로라 켈러 뉴욕
28	메디큐브 PDRN 핑크 콜라겐 겔 마스크	메디큐브
29	로레알파리 콜라겐 데일리 페이스 모이스처라이저	로레알파리
30	아마존 베이직스 리퀴드 핸드 슝	아마존 베이직스
31	아누아 아젤라산 10 히알루론산 세럼	아누아
32	메디큐브 트리플 콜라겐 크림	메디큐브
33	아쿠아포 힐링 오인먼트	아쿠아포
34	플라초이스 스킨 퍼펙팅 BHA 리퀴드	플라초이스
35	솔 데 자네이로 헤어&바디 퍼퓸 미스트	솔 데 자네이로
36	라로슈포제 더블 리페어 페이스 모이스처라이저	라로슈포제
37	닥터엘시아 345 릴리프 크림	닥터엘시아
38	메디큐브 PDRN 핑크 펩타이드 아이 세럼	메디큐브
39	큐팁스 뷰티 케어 면봉	큐팁스
40	가히 링클 바운스 멀티밤	가히
41	셀리맥스 비타A 레티날 샷 타이팅 부스터	셀리맥스
42	심플리바이탈 페이스 모이스처라이저	심플리바이탈
43	네이티브 데오도란트	네이티브
44	디오디너리 히알루론산+B5 세럼	디오디너리
45	배니크림 데일리 페이스 모이스처라이저	배니크림
46	디오디너리 나이아신아마이드 세럼	배니크림
47	키치 더마플레인 여성용 면도기	키치
48	세라비 데일리 모이스처라이징 로션	세라비
49	아누아 나이아신아마이드+TXA 세럼	아누아
50	구디 Ouchless 헤어밴드	구디

주: 26.4. 1 기준
 자료: 아마존, 메리츠증권 리서치센터

표2 아마존 Beauty & Personal Care 베스트셀러 랭킹

순위	제품명	브랜드명
51	수퍼급 언씬 선크림	수퍼급
52	닥터멜락신 필샷 흑미 필링 앰플	닥터멜락신
53	그레이스&스텔라 언더 아이 마스크	그레이스&스텔라
54	솔트앤스톤 알루미늄 프리 데오도란트	솔트앤스톤
55	뉴트라폴 여성 모발 영양제	뉴트라폴
56	큐팁스 가정용 면봉	큐팁스
57	엘프 인스턴트 리프트 브로우 펜슬	엘프
58	아마존 베이직스 소금 입욕제	아마존 베이직스
59	미세스마이어드스 클린 데이 핸드숍	미세스마이어드스
60	고퓨어 타이트닝&리프트 넥 크림	고퓨어
61	가르니에 미셀라 워터 클렌저	가르니에
62	달바 화이트 트러플 퍼스트 스프레리 세럼	달바
63	아누아 여성초 포어 컨트롤 클렌징 오일	아누아
64	트루스킨 비타민C 페이스 세럼	트루스킨
65	세라비 PM 페이스 모이스처라이징 로션	세라비
66	바이오더마 미셀라 워터 클렌저	바이오더마
67	트리헛 바닐라 시어 슈가 스크럽	트리헛
68	DRMTLGY 유니버셜 틴티드 모이스터라이저	DRMTLGY
69	키치 울트라 썬디 새틴 스크런치	키치
70	블루리자드 센서티브 미네랄 선크림 로션	블루리자드
71	AOA 메이크업 스펀지 세트	AOA
72	조선미녀 리바이브 아이 세럼	조선미녀
73	메소드 바디 워시	메소드
74	라로슈포제 포밍 페이스 클렌저	라로슈포제
75	원더스킨 립 스테인 필 오프 마스크	원더스킨
76	레블론 컬러스테이 펜슬	레블론
77	도브 딥 모이스처 바디워시	도브
78	닥터멜락신 칼슘 멀티 밤	닥터멜락신
79	네이티브 코코넛&바닐라 샴푸/컨디셔너	네이티브
80	배니크림 젬 페이스 클렌저	배니크림
81	뉴트로지나 하이드로 부스트 페이스 워시	뉴트로지나
82	L3 레벨3 스타일링 파우더	L3
83	ZORAMI 이어/노즈 헤어 트리머	ZORAMI
84	라로슈포제 시카플라스트밤 B5	라로슈포제
85	발틱 코직산 비누	발틱
86	미샤 M퍼펙트 커버 비비크림	미샤
87	아비브 폴라겐 펩타이드 아이 패치	아비브
88	메디큐브 엑소솜 샷 제로	메디큐브
89	세라비 하이드레이팅 미네랄 선크림	세라비
90	샤슈 스테이-N 필 오프 립 라이너	샤슈
91	스킨스마트 페이스 클렌저	스킨스마트
92	글램네틱 프레스 온 네일	글램네틱
93	바디 리스토어 샤워 스티머	바디 시르토어
94	나트리움 멀티 오일 하이드레이팅 바디워시	나트리움
95	세라비 하이드레이팅 페이스 클렌저	세라비
96	미엘 오가닉스 로즈마리&민트 헤어 오일	미엘
97	도브 센서티브 뷰티 바	도브
98	라로슈포제 하이드레이팅 젬 페이스 클렌저	라로슈포제
99	시크릿 클리닉 여성용 데오도란트	시크릿
100	디그리 맨 울트라클리어 데오도란트	디그리

주: 26.4.1 기준

자료: 아마존, 메리츠증권 리서치센터

3. 기업 업데이트: 네오팜/LG생활건강/코스맥스/코스메카코리아/클리오/동국제약/펄텍코리아

1) 네오팜: 수출 회사로 거듭나는 중

1분기 매출은 351억원(YoY 11%), 영업이익은 80억원(YoY 3%)으로 추정한다. OEM 사업을 제외하면 YoY 13% 성장이다. 아토팜과 제로이드 매출이 YoY 15% 이상 증가하면서 외형 성장을 견인할 것으로 보인다. 아토팜은 아마존을 중심으로 수출이 100% 성장하고, 제로이드는 수출과 동시에 올리브영 채널 성장이 두드러질 것으로 예상된다. 민감성 스킨케어 라인 펌프로브 론칭 효과도 기대된다. 리얼베리어는 수출과 다이소 실적이 좋다. 수출 비중이 35%까지 상승한 것은 고무적이다. 아마존은 물론 유럽에서도 좋은 흐름을 보이고 있다. 영국 퓨어서울에 팝업을 운영 중이고, 터키 신규 거래처도 확보했다. 다만, 올리브영 분기 행사 미참여로 전체 리얼베리어 매출은 YoY 5% 성장이 그칠 것으로 보인다. 더마비 매출은 전년도 수준에 그칠 전망이다. 전년도 12월 올리브영 어워드 순위에서 밀리면서 1분기 매출이 영향을 받았다.

해외 사업 확대에 따른 지급수수료와 마케팅비 증가(YoY 40% 예상)로 영업이익률은 22.8%(YoY -1.8%p)로 하락할 것으로 예상된다. 해외 사업이 일정 규모 이상 늘어나면서 영업레버리지가 발생하기 전까지 수익성 개선 여지는 제한적이다. QoQ 영업이익률이 상승하는 이유는 전년도 4분기 마케팅비 증가 효과가 1분기까지 이어지고 있기 때문이다.

1분기 전체 매출에서 수출 증가율은 YoY 70%, 수출 비중은 20%로 국내에서 해외로 사업 규모를 본격 확장하고 있다. 아마존에서 인지도를 높이는게 우선 과제다. 매출에서 마케팅비 비중은 10% 수준으로 잡고 있다. 미국 올리브영에 입점이 예정돼 있고, 일본 큐텐도 적극 활용할 계획이다. 제로이드는 3월 미국 틱톡샵에 론칭했다. 2026년 연간 가이던스는 매출 YoY 20% 성장, 영업이익률 21%이다. 6월까지 원부자재는 선매입해놓은 상황이다.

표3 네오팜 분기 실적 전망

(십억원)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26E	2Q26E	3Q26E	4Q26E	2025	2026E	2027E
매출	31.6	32.0	32.2	36.4	35.1	37.6	35.8	41.3	132.2	149.7	166.0
아토팜	9.4	11.0	10.7	10.6	11.0	13.2	11.9	12.8	41.7	48.8	55.5
제로이드	9.6	9.0	8.9	11.3	11.4	10.6	10.5	13.3	38.7	45.8	52.5
리얼베리어	5.2	4.8	4.2	4.3	5.5	5.4	4.7	5.2	18.5	20.9	23.1
더마비	4.6	4.1	4.8	5.9	4.7	4.6	5.0	6.1	19.4	20.4	21.2
영업이익	7.8	7.0	6.8	7.2	8.0	8.0	7.6	8.3	28.8	31.9	35.7
세전이익	9.1	6.2	8.5	8.4	9.3	9.3	8.9	9.5	32.3	36.9	40.9
지배주주순이익	7.1	7.1	6.9	6.8	7.0	7.0	6.7	7.2	27.9	28.1	31.1
영업이익률(%)	24.6	21.9	21.0	19.8	22.8	21.3	21.3	20.0	21.8	21.3	21.5
세전이익률(%)	28.8	19.5	26.4	23.2	26.4	24.6	24.8	23.1	24.4	24.7	24.7
순이익률(%)	22.6	22.1	21.3	18.8	20.1	18.7	18.9	17.5	21.1	18.7	18.7
매출(% YoY)	12.0	4.4	23.1	7.0	10.9	17.6	11.1	13.4	11.1	13.3	10.9
아토팜	13.5	10.7	23.4	-7.2	16.0	20.0	11.0	20.8	8.8	17.0	13.6
제로이드	21.0	20.8	25.4	15.3	19.0	18.0	18.0	17.8	20.2	18.2	14.6
리얼베리어	33.2	45.7	25.8	-10.3	6.0	13.0	13.0	21.5	20.6	13.0	10.4
더마비	-0.8	-14.4	19.3	7.8	2.0	10.0	5.0	3.8	2.5	5.0	4.0
영업이익(% YoY)	14.6	14.8	33.2	8.1	2.7	14.2	12.5	14.6	16.7	10.8	11.9
세전이익(% YoY)	17.6	-17.9	55.1	-10.4	1.7	48.9	4.4	12.9	6.8	14.5	10.9
지배주주순이익(% YoY)	16.8	20.1	58.2	1.6	-1.5	-0.3	-1.7	5.8	21.0	0.6	10.9

자료: 네오팜, 메리츠증권 리서치센터

2) LG생활건강: 실마리를 찾는 중

북미에서 닥터그루트가 선전 중이다. 2025년 하반기 틱톡에서 1억뷰가 터지면서 급신장하고 있다. 4분기 북미 매출(1,544억원) 가운데 40% 정도가 자체 브랜드인데, 빌리프/페이스샵/CNP보다 닥터그루트 매출이 더 커졌다. 닥터그루트 연간 매출이 약 800억원 정도인데, 북미에서만 300억원 가까이 매출이 발생했다. 전년도 하반기부터 모멘텀이 시작됐다는 점, 2026년 세포라 입점 효과까지 감안하면 북미에서만 600억원 이상 매출이 가능할 전망이다.

사실, LG생활건강의 자체 브랜드들 성과는 준수하다. 2026년 북미에서 자체 브랜드 성장률은 YoY 70%를 넘는 다. 인수 브랜드, 특히 크렘샵의 부진 때문에 전체 성장률이 YoY 8%에 그친 것 뿐이다. 빌리프는 얼타뷰티에 모이스처밤에 이어 프로즌밤(크림)을 입점시켰고, CNP는 아마존에서 오프라인으로 확장, 2026년 초 얼타뷰티 1,400개 점포에 립 6종을 모두 신규 입점시켰다.

일본도 마찬가지다. 북미와 다르게 있다면 VDL과 힌스 등 색조 브랜드가 좋다는 점이다. 힌스는 인수할 당시 이미 일본에서 자리를 잡은, 일본 매출 비중이 50%인 브랜드였다. VDL의 성장세는 고무적이다. 2025년 올리브영 어워즈 수상을 레퍼런스로 쿠션 제품을 중심으로 일본에서 호조세다. VDL은 LG생활건강의 집중 육성 10대 브랜드에도 포함돼 있다. VDL은 상대적으로 색조가 약했던 LG생활건강의 브랜드 포트폴리오에 중요한 자산이 되고 있다.

2023년 가맹사업을 접으면서 국내 채널 전략이 유연해진 것도 긍정적이다. 그동안 가맹 사업의 한계 때문에 다른 채널 전개에 제약이 많았는데, 2024년부터 온라인과 올리브영을 적극 대응할 수 있게 되었다. 대부분 LG생활건강 브랜드들이 올리브영에 입점하게 되었고, 고객 접점이 넓어졌다. VDL의 경우 대표적인 수혜 브랜드다. 올리브영 어워즈 이후 일본을 중심으로 해외 사업을 넓히고 있다. 주지하다시피 올리브영 어워즈는 글로벌 K뷰티의 빌보드차트나 다름없다.

다만, 최근 선전하고 있는 CNP와 빌리프, 더페이스샵, 닥터그루트나 VDL 같은 브랜드들의 매출 규모가 너무 작다는 것이 한계다. 매출 규모 6조원의 큰 균함을 끌고 가기에는 무리가 있다. 미국과 일본에서 이와 같은 자체 브랜드 매출 비중은 30~40%에 불과하다. 중국 사업(면세점 포함)의 경우 후가 회복하지 못하면 마땅한 대안이 없다. 그래서 마케팅비를 당장 줄이기도 힘들다.

1분기는 전년도 면세점과 중국 법인 베이스가 높다. 2025년 1분기 면세점 매출은 1,340억원에 달했는데, 2026년 1분기는 400억원 내외에 그칠 전망이다. 1분기 화장품 사업은 영업적자가 불가피해 보이지만, 실마리를 찾아가고 있다는데 의미가 있다.

표4 LG생활건강 분기 실적 전망

(십억원)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26E	2Q26E	3Q26E	4Q26E	2025	2026E	2027E
매출	1,697.9	1,604.9	1,580.0	1,472.8	1,619.4	1,606.9	1,617.2	1,532.7	6,355.5	6,376.1	6,585.8
화장품	708.1	604.6	471.0	566.3	601.9	574.4	480.4	590.7	2,350.0	2,247.4	2,359.7
생활용품	573.3	542.0	596.4	523.0	596.9	569.6	619.1	554.7	2,234.7	2,340.3	2,419.7
음료	416.4	458.3	512.5	383.5	420.6	462.9	517.6	387.3	1,770.7	1,788.4	1,806.3
영업이익	142.4	54.8	46.2	-72.7	48.9	61.6	114.3	72.5	170.7	297.3	425.0
화장품	58.9	-16.3	-58.8	-81.4	-36.1	-17.2	9.6	21.3	-97.6	-22.5	94.4
생활용품	36.6	28.6	42.4	18.7	38.8	30.2	45.2	28.6	126.3	142.8	150.0
음료	46.9	42.5	62.6	-9.9	46.3	48.6	59.5	22.7	142.1	177.1	180.6
세전이익	142.1	47.3	32.5	-285.2	14.4	27.0	79.8	60.0	-63.3	181.3	389.1
지배주주순이익	98.2	35.1	18.2	-251.7	8.9	16.7	49.3	37.0	-100.1	111.9	253.2
영업이익률(%)	8.4	3.4	2.9	-4.9	3.0	3.8	7.1	4.7	2.7	4.7	6.5
화장품	8.3	-2.7	-12.5	-14.4	-6.0	-3.0	2.0	3.6	-4.2	-1.0	4.0
생활용품	6.4	5.3	7.1	3.6	6.5	5.3	7.3	5.2	5.7	6.1	6.2
음료	11.3	9.3	12.2	-2.6	11.0	10.5	11.5	5.9	8.0	9.9	10.0
세전이익률(%)	8.4	2.9	2.1	-19.4	0.9	1.7	4.9	3.9	-1.0	2.8	5.9
순이익률(%)	5.8	2.2	1.2	-17.1	0.6	1.0	3.0	2.4	-1.6	1.8	3.8
매출(% YoY)	-1.8	-8.8	-7.8	-8.5	-4.6	0.1	2.4	4.1	-6.7	0.3	3.3
화장품	-3.4	-19.4	-26.5	-18.0	-15.0	-5.0	2.0	4.3	-16.5	-4.4	5.0
생활용품	2.2	2.0	4.1	2.9	4.1	5.1	3.8	6.1	2.8	4.7	3.4
음료	-4.1	-4.2	2.4	-6.7	1.0	1.0	1.0	1.0	-2.9	1.0	1.0
영업이익(% YoY)	-5.7	-65.4	-56.5	적전	-65.6	12.3	147.5	흑전	-62.8	74.2	42.9
화장품	-11.2	적전	적전	적전	적전	적지	흑전	흑전	적전	적지	흑전
생활용품	13.7	-7.1	6.8	-5.6	6.0	5.6	6.6	52.8	3.1	13.0	5.1
음료	-10.8	-18.0	17.0	적전	-1.2	14.4	-4.9	흑전	-15.4	24.6	2.0
세전이익(% YoY)	-3.8	-68.4	-68.6	적지	-89.8	-42.8	145.4	흑전	적전	흑전	114.6
지배주주순이익(% YoY)	-7.8	-65.0	-73.1	적지	-90.9	-52.5	170.5	흑전	적전	흑전	126.2

자료: LG생활건강, 메리츠증권 리서치센터

3) 코스맥스: 2026년 QoQ 수익성 개선세 이어질 듯

1분기 흐름은 좋다. 국내 사업 매출이 YoY 15% 내외 성장하면서 실적 개선을 견인할 전망이다. 더파운더즈, 에이피알을 비롯 토리든, 비나우 등 신규 인디 브랜드 성장세가 가파르다. 에센스/미스트/크림 등 기초 제품 매출 비중이 상승하고 있는 것은 수익성 측면에서 긍정적이다. 다만, 상대적으로 수익성이 낮은 하이드로겔 마스크와 자외선차단제 비중 상승은 1분기 국내 사업 수익성을 제약시키는 요인이 될 수 있다.

하이드로겔 마스크 비중은 전년도 하반기 급상승하기 시작했는데, 전년도 1분기 국내 매출 비중 2%에서 4분기 5% 수준까지 올라갔다. 수율과 숙련도는 QoQ로 개선되고 있는 만큼 하반기로 갈 수록 기저효과가 클 것으로 본다. 바이오턴스의 글로벌 히트 이후 많은 올리브영PB를 비롯 많은 인디 브랜드들의 공급 제안이 들어오고 있는 만큼, 코스맥스의 차기 핵심 카테고리 자리매김할 가능성도 있다.

중국 법인 매출은 YoY 13% 견조한 성장세를 이어갈 전망이다. 플라워노즈/프로야 등 로컬 브랜드들의 발주가 크게 증가하고 있고, C뷰티 아시아 지역 확장에 따라 광저우 법인 수출 실적도 양호하다. 동남아 법인은 좋지 않다. 인도네시아와 태국 매출은 모두 전년도 높은 베이스로 각각 YoY -15%, YoY 0%에 그칠 전망이다. 미국 법인 매출이 YoY 30% 성장하면서 동남아 부진을 상당히 상쇄할 것으로 기대한다. 크림/토너 등 K뷰티 컨셉 제품이 인기를 끌면서 연간 BEP 가능성을 높이고 있다.

수익성 측면에서 보면, 기초 카테고리 비중이 상승하고 있는 것은 긍정적이거나, 대량 생산하던 색조 카테고리 비중 하락은 아쉬움이다. 저마진 하이드로겔 카테고리의 경우 전년도 매출 비중이 본격적으로 상승한 게 하반기 인 만큼 올해 상반기까지는 수익성 저하 요인이 될 수 있다. 현재 하이드로겔 마스크 매출 비중은 국내 사업의 5%로 추정된다. QoQ 숙련도 제고와 수율 개선이 이뤄지고 있는 만큼 하반기로 갈수록 기저효과를 기대할 수 있다. 국내외 사업을 종합적으로 볼 때, 전체 영업이익률은 하반기로 갈수록 전년 동기대비 상승하는 모습을 예상된다. 참고로, 중동 전쟁 영향 원가 상승 부담이 커지고 있다. 안전재고 3개월치 소진 과정에서 고객사와 가격 인상 가능성을 소통하고 있다.

표5 코스맥스 분기 실적 전망

(십억원)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26E	2Q26E	3Q26E	4Q26E	2025	2026E	2027E
매출	588.6	623.6	585.6	601.0	660.0	719.5	667.5	681.2	2,398.8	2,728.2	3,074.8
국내	362.8	420.5	383.5	359.7	406.3	475.1	441.0	417.7	1,526.4	1,740.1	1,959.4
중국	162.7	148.6	140.0	181.4	184.3	175.4	159.5	198.7	632.7	717.9	805.2
미국	28.7	30.0	36.9	37.0	37.3	36.0	40.6	38.6	132.6	152.5	170.8
동남아	53.5	44.0	36.7	36.8	49.1	49.8	43.3	43.0	171.0	185.2	203.1
영업이익	51.3	60.8	42.7	40.9	56.6	68.2	54.2	60.0	195.8	239.0	280.7
국내	34.3	49.9	34.3	36.0	39.0	52.3	39.7	43.1	154.5	174.0	197.9
중국	9.5	8.2	5.0	9.1	11.8	10.2	8.8	11.0	31.8	41.8	52.5
미국	-4.0	-4.5	-1.8	-2.2	-1.1	-0.7	0.0	1.0	-12.6	-0.8	3.4
동남아	8.7	6.6	4.3	3.3	6.6	6.2	5.4	4.6	22.9	22.9	25.8
세전이익	25.2	26.4	40.0	64.9	50.2	61.9	47.8	53.6	156.5	213.5	259.5
지배주주순이익	8.1	20.9	9.0	84.5	38.1	47.0	36.4	40.7	122.5	162.2	197.2
영업이익률(%)	8.7	9.8	7.3	6.8	8.6	9.5	8.1	8.8	8.2	8.8	9.1
국내	9.5	11.9	8.9	10.0	9.6	11.0	9.0	10.3	10.1	10.0	10.1
중국	5.9	5.5	3.6	5.0	6.4	5.8	5.5	5.5	5.0	5.8	6.5
미국	-14.0	-15.0	-5.0	-6.0	-3.0	-2.0	0.1	2.7	-9.5	-0.5	2.0
동남아	16.2	15.0	11.8	8.9	13.5	12.5	12.6	10.7	13.4	12.4	12.7
세전이익률(%)	4.3	4.2	6.8	10.8	7.6	8.6	7.2	7.9	6.5	7.8	8.4
순이익률(%)	1.4	3.4	1.5	14.1	5.8	6.5	5.4	6.0	5.1	5.9	6.4
매출(% YoY)	11.7	13.1	10.5	7.7	12.1	15.4	14.0	13.3	10.7	13.7	12.7
국내	15.0	20.8	10.3	3.9	12.0	13.0	15.0	16.1	12.4	14.0	12.6
중국	3.4	0.7	22.3	17.0	13.3	18.0	13.9	9.6	10.2	13.5	12.2
미국	-26.0	-16.6	13.5	24.2	30.0	20.0	10.0	4.3	-3.3	15.0	12.0
동남아	59.2	23.3	-15.5	-16.4	-8.3	13.2	17.9	16.9	9.1	8.3	9.7
영업이익(% YoY)	13.0	30.2	-1.6	2.7	10.2	12.2	26.9	46.6	11.6	22.1	17.5
국내	14.0	44.5	-13.1	4.0	13.7	4.7	15.7	19.6	11.4	12.6	13.7
중국	13.4	85.0	흑전	162.8	23.5	25.1	75.5	20.9	99.5	31.3	25.8
미국	적지	적지	적지	적지	적지	적지	흑전	흑전	적지	흑전	흑전
동남아	258.0	85.0	-44.7	-58.0	-23.4	-5.5	26.1	41.0	5.9	0.3	12.6
세전이익(% YoY)	-25.6	-49.0	77.3	120.4	99.1	134.3	19.5	-17.4	13.7	36.4	21.6
지배주주순이익(% YoY)	-57.7	-37.8	-57.5	611.9	369.1	124.6	305.9	-51.8	42.8	32.4	21.6

주: 해외법인별 영업이익은 추정치
 자료: 코스맥스, 메리츠증권 리서치센터

4) 코스메카코리아: 잉글우드랩 부진 아쉬움

1분기 연결 매출 1,611억원(YoY 36%). 영업이익 184억원(YoY 49%) 수준이 가능할 전망이다. 국내 사업이 매출 1,200억원을 넘어서면 성장하면서 실적 개선을 견인할 전망이다. 닥터멜락신의 매출 기여도가 계속 올라가고 있으며, 구다이글로벌/아누아/달바글로벌 등 주요 거래처들의 발주도 견조한 상황이다. 글로벌 인디 브랜드들의 ODM 수요도 증가하고 있다. 최근 글로벌 수요가 크게 증가하고 있는 하이드로겔 마스크 라인(청주, 4개 라인) 본격 가동은 추가적인 실적 개선 요인이다.

다만, 잉글우드랩은 다소 쉬어가는 분위기이다. 잉글우드랩코리아 매출이 고객사 재고 관리로 QoQ 크게 감소하고, 토토와 매출 역시 주 고객사 납품이 전년도 4분기로 당겨진 바람에 1분기 성장이 제한적이다. 하반기 신규 고객사 매출이 늘어나면서 YoY (+) 전환을 기대한다. 중국 사업은 소폭 적자가 예상된다. 전년도 4분기 구조조정을 마치고 대량 공급건으로 흑자전환했으나, 재발주가 지연되면서 1분기 중국 사업 매출은 80억원에 그칠 것으로 보인다. 애초 예상보다 국내 사업은 훨씬 좋고, 해외 사업은 부진하다.

(십억원)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26E	2Q26E	3Q26E	4Q26E	2025	2026E	2027E
매출	118.4	161.7	182.4	178.1	161.1	184.3	198.0	177.5	640.6	720.9	821.4
국내	74.3	110.0	129.8	127.3	123.4	135.4	137.3	125.3	441.5	521.4	606.7
내수	59.5	91.7	110.5	110.0	107.0	114.6	116.0	106.2	371.6	443.8	521.4
수출	14.9	18.3	19.4	17.3	16.4	20.8	21.3	19.1	69.9	77.6	85.3
미국	42.5	57.5	61.8	54.5	42.5	54.6	68.0	57.7	216.4	222.9	245.1
중국	8.7	8.6	8.1	8.5	8.0	9.0	8.5	8.8	34.0	34.3	35.4
영업이익	12.3	23.0	27.2	20.9	18.4	22.5	28.0	25.6	83.4	94.4	110.4
국내	8.0	13.8	14.5	11.3	13.6	17.3	15.8	14.8	47.7	61.5	72.2
미국	4.6	10.1	13.2	9.3	5.1	5.5	12.2	10.6	37.2	33.4	38.0
중국	-0.6	-1.1	-0.6	0.4	-0.4	-0.4	-0.2	0.0	-1.9	-1.0	-0.4
세전이익	11.6	16.7	29.6	19.7	17.0	21.1	26.6	24.2	77.5	88.8	105.3
지배주주순이익	7.6	9.3	16.7	11.4	11.4	14.2	17.9	16.3	45.1	59.9	71.4
영업이익률(%)	10.4	14.2	14.9	11.7	11.4	12.2	14.1	14.4	13.0	13.1	13.4
세전이익률(%)	9.8	10.3	16.2	11.1	10.5	11.4	13.4	13.6	12.1	12.3	12.8
순이익률(%)	6.4	5.8	9.2	6.4	7.1	7.7	9.1	9.2	7.0	8.3	8.7
매출(% YoY)	-5.7	12.5	44.0	38.8	36.1	13.9	8.6	-0.3	22.2	12.5	14.0
국내	8.1	16.2	57.4	53.8	66.0	23.1	5.7	-1.6	34.3	18.1	16.4
미국	-19.1	25.0	50.3	29.2	0.0	-5.0	10.0	5.8	18.9	3.0	10.0
중국	-28.0	-20.0	-12.8	3.9	-8.0	5.0	5.0	2.4	-15.9	1.0	3.0
영업이익(% YoY)	-10.5	27.3	78.8	56.5	49.4	-2.5	3.0	22.5	38.1	13.2	16.9
국내	8.4	-3.5	20.8	5.6	68.7	25.2	8.9	31.2	7.3	29.0	17.3
미국	-31.0	133.5	224.9	150.8	11.6	-45.7	-7.5	14.3	98.6	-10.1	13.7
중국	적전	적지	적지	흑전	적지	적지	적지	-101.7	적지	적지	적지
세전이익(% YoY)	-29.1	-14.6	166.7	-4.7	46.7	26.4	-10.2	22.7	14.7	14.5	18.6
지배주주순이익(% YoY)	-13.4	-32.0	97.4	-3.3	50.3	52.0	7.2	42.8	5.4	32.8	19.2

자료: 코스메카코리아, 메리츠증권 리서치센터

5) 클리오: 국내 채널 구조조정 효과 지속

1분기 연결 매출은 802억원(YoY -3%), 영업이익은 40억원(YoY 249%)으로 추정한다. 전년도 4분기에 이어 저마진 홈쇼핑/다이소 채널 비중 축소 영향으로 매출은 감소하지만 수익성이 크게 개선되는 모습이다. 국내 사업은 두 채널을 제외하면 전년도 1분기와 유사한 수준이다. 주력 채널인 올리브영 매출이 YoY 4% 성장에 그칠 것으로 보이는데, 전년도 1분기 해리포터 콜라보 영향으로 베이스가 높다. 2025년 올영 어워즈에서 클리오는 색조에서 1위를 유지했지만, 페리페라/구달 등은 뒤로 밀린 영향도 있다.

해외 사업에서는 미국이 YoY 15% 무난한 성장세를 보이며 BEP를 넘어설 것으로 기대한다. 마스카라/쿠션을 중심으로 B2B 비중이 커지고 있다. 얼타뷰티에는 힐링버드가, 코스트코에는 구달 세럼이 입점을 앞두고 있다. 일본 매출은 YoY -27%로 감소폭이 클 것 같다. 전년도 초 신제품 립치크랩 베이스가 높다. 법인 조직이 리셋되고 있는 영향도 있다.

2분기에는 구달 비타씨세럼이 일본 코스트코와 세븐일레븐 입점을 앞두고 있고, 하반기 신제품 론칭 효과로 회복을 기대하고 있다. 중국 법인은 전년도 낮은 베이스로 YoY 15% 매출 신장할 것으로 본다. 구달이 규모는 작지만 성장이 가파르다(YoY 200%). EMEA 지역은 러시아와 터키 지역 성장이 높은 편이다.

(십억원)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26E	2Q26E	3Q26E	4Q26E	2025	2026E	2027E
매출	82.3	82.1	83.8	80.6	80.2	81.5	87.5	87.3	328.9	336.5	354.8
국내	49.5	44.9	47.4	44.3	46.3	44.1	48.0	45.1	186.1	183.4	188.3
일본	9.8	10.9	8.2	9.7	7.2	9.8	8.5	10.3	38.6	35.8	36.9
미국	5.7	5.8	7.6	8.4	6.6	6.7	9.1	10.7	27.5	33.0	38.3
중국	5.1	6.6	6.8	5.7	5.9	6.8	7.0	6.2	24.2	26.0	27.7
동남아	8.1	7.3	6.5	6.3	8.5	7.7	6.8	6.6	28.2	29.6	30.5
기타지역	3.0	5.5	5.0	4.6	4.2	5.0	5.9	6.3	18.1	21.4	24.8
영업이익	1.1	3.5	4.7	7.0	4.0	4.9	7.0	7.4	16.4	23.3	25.4
세전이익	3.1	2.2	6.7	3.6	4.6	5.5	7.6	7.9	15.6	25.5	27.6
지배주주순이익	2.7	2.0	5.5	3.3	3.8	4.6	6.4	6.6	13.6	21.4	22.9
영업이익률(%)	1.4	4.3	5.6	8.7	5.0	6.0	8.0	8.4	5.0	6.9	7.2
세전이익률(%)	3.8	2.7	8.0	4.5	5.7	6.7	8.6	9.1	4.8	7.6	7.8
순이익률(%)	3.3	2.5	6.6	4.0	4.8	5.6	7.3	7.6	4.1	6.4	6.5
매출(% YoY)	-11.4	-11.3	-4.3	3.0	-2.6	-0.7	4.4	8.2	-6.4	2.3	5.4
국내	-10.2	-16.2	-12.4	-6.7	-6.4	-1.9	1.2	1.8	-11.7	-1.4	2.7
일본	2.1	-15.5	2.5	2.1	-26.7	-9.9	3.5	6.5	-3.5	-7.2	3.0
미국	-32.9	-35.6	16.9	29.2	15.0	15.0	20.0	26.8	-9.8	20.0	16.0
중국	-26.1	4.8	36.0	32.6	15.0	3.5	3.3	9.4	7.6	7.3	6.5
동남아	-4.7	12.3	-12.2	0.0	5.0	5.0	5.0	5.0	-1.7	5.0	3.0
기타지역	-9.1	77.4	-7.4	43.8	40.0	-10.0	18.0	37.1	20.7	18.0	16.2
영업이익(% YoY)	-86.5	-63.2	-26.3	6,310.6	248.8	38.9	48.3	4.4	-33.2	41.5	9.1
세전이익(% YoY)	-71.9	-80.4	-12.6	65.1	47.4	143.8	13.0	118.8	-51.6	63.0	8.4
지배주주순이익(% YoY)	-73.1	-77.9	-9.7	37.0	40.4	124.8	14.9	103.9	-51.3	57.9	7.1

자료: 클리오, 메리츠증권 리서치센터

6) 동국제약: 열려 있는 성장 여력

1분기 연결 매출과 영업이익은 각각 2,500억원(YoY 12%), 288억원(YoY 14%, OPM 11.5%) 수준이 가능할 전망이다.

OTC 사업 부문(YoY 5% 추정)에서는 센시아/치센 등 8대 브랜드의 견조한 성장세이다. 이외 일반품목에서도 YoY 20% 이상 매출이 증가하면서 추가적인 성장 여력을 엿볼 것으로 기대한다. 약국용 화장품 마데카과마시안을 출시하는 대표적인 일반품목 성장 드라이버다. SKU 5개로 전년도 3월에 출시했는데, 약국 직거래처 1.5만개, 영업직원 150명의 막강한 영업력이 센텔리안24의 레퍼런스와 맞물려 시너지로 작용할 것으로 보인다.

ETC 사업 부문(YoY 9% 추정) 1분기 성장률은 전년도 4분기보다는 많이 떨어질 것으로 예상된다. 일반적으로 4분기는 주사제가 고성장하는 경향이 있다. 로렐린류(전립선암 치료제)와 히야론류(관절염 주사제) 매출이 4분기에만 YoY 25% 내외 성장한 바 있다. 1분기도 전반적인 매출은 견조한 상황, 연간 YoY 10% 성장 목표에는 부담이 없는 상황이다.

다만 ETC 사업 부문에서 약가 인하 이슈는 불안 요인이다. 지난 3월 26일 정부는 제네릭 약가 산정률을 현행 53.55%에서 45%로 확정했다. 기등제 의약품 인하 과정에서는 혁신형 제약기업은 49%, 준혁신형 제약기업은 47%의 특례 산정률을 일정 기간 적용받게 되며, 하반기부터 적용될 예정이다. 동국제약은 포트폴리오가 다각화되어 있어서 영향은 덜하지만, 건강보험 급여 품목에 대한 영향은 불가피해 보인다. 납품 단가는 협상의 영역이기 때문에 영향을 명확히 분석하기는 어렵다.

헬스케어 사업 부문은 1분기 YoY 22% 성장이 예상된다. 전년도 해외 수출이 약 300억원으로 YoY 85% 증가했는데, 2026년에는 연간 100% 성장을 목표하고 있다. 수익성 개선도 긍정적이다. 저마진 홈쇼핑 채널 비중을 계속 줄이면서 자사몰 중심 온라인 비중을 확대하고 있다. 국내 사업에서 홈쇼핑 비중은 전년도 30% 후반까지 낮아졌는데, 올해 20%까지 목표하고 있다. 2026년 국내 매출은 전년도 수준, 채널 전환과 수익성 개선에 중점을 두고 있다. 자사몰 회원이 100만명을 넘어서면서 채널 전환에 자신감을 갖고 있다.

헬스케어 부문 1분기 해외 사업은 YoY 300% 성장한 것으로 보인다. 전년도 12월 매출이 가장 컸는데, 그 흐름을 1분기에도 이어가고 있다. 4분기 계절적 성수기 효과가 컸는데, 1분기 QoQ 매출이 증가하면서 수출 모멘텀이 확대되고 있는 것이다. 미국에서는 아마존/틱톡샵이 메인인데, 아마존과 틱톡샵이 각각 80%, 15%로 절대적이다. 2026년에는 얼타뷰티/코스트코 등 현지 주요 오프라인 유통 전개를 도모하고 있다. 해외 마케팅 담당 인력을 현재 35명에서 올해 추가 10명, 중장기 50명으로 확대한다는 계획이다.

그림8 동국제약 약국 전용 화장품 마데카파마시안



자료: 동국제약

그림9 동국제약 생활건강 시판용 제품 마데카 메디패치



자료: 동국제약

아울러, 헬스케어 사업 매출의 25%를 차지하고 있는 생활건강/건기식의 선전도 고무적이다. 생활건강 부문은 센시안/마데카 메디패치/덴트릭스 등 OTC 히트 브랜드를 일반 생활용품 판매용으로 확장한 브랜드들로 구성돼 있다. 전년도 KBO와 콜라보한 마데카쿨링패치 KBO에디션이 히트한 바 있으며, 마데카 메디패치는 다이소에도 입점했다. 건기식 부문은 전년도 마이핏을 중심으로 YoY 20% 이상 성장했는데, 다이소와 올리브영 등 채널 확장 영향이 컸다. 화장품 ODM 계열사 리폼화장품은 연간 매출 규모 500억원을 목표하고 있는데, 자사 제품 생산(2026년 목표 170억원)을 확대하면서 수직계열화를 도모한다는 계획이다.

한편, 최근 주가 상승은 마이크로 스피어 기술을 활용한 DDS(drug delivery system, 약물전달시스템)의 부각 때문으로 보인다. 마이크로 스피어 기술은 이미 펩톤/인벤티지랩/지투지바이오 등을 통해 가능성이 알려져 있다. 동국제약은 이 기술을 로렐린류에 적용하고 있고, 빅파마들과 기술 협약을 도모하고 있다.

(십억원)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26E	2Q26E	3Q26E	4Q26E	2025	2026E	2027E
매출	223.7	233.5	226.8	242.9	250.0	260.8	251.0	262.9	926.9	1,024.7	1,128.8
동국제약	181.2	189.7	186.4	203.3	207.1	216.3	209.7	222.2	760.6	855.2	956.0
OTC	42.0	44.8	42.5	41.4	44.0	47.0	44.6	43.5	170.7	179.2	188.2
ETC	49.7	55.7	59.5	63.2	54.1	60.7	64.3	67.2	228.1	246.3	266.0
헬스케어	79.0	79.4	74.2	83.9	96.4	96.0	88.3	99.0	316.4	379.7	451.8
동국생명과학	34.2	34.2	28.7	30.6	34.2	34.5	28.9	31.2	127.5	128.8	130.1
위드닉스	1.2	1.8	2.2	1.5	1.2	1.9	2.3	1.5	6.7	7.0	7.4
리봄화장품	7.2	7.7	9.6	7.6	7.6	8.1	10.1	7.9	32.1	33.7	35.4
영업이익	25.3	22.1	24.8	24.3	28.8	27.6	27.8	28.9	96.6	113.2	129.5
동국제약	20.8	18.0	18.7	20.5	23.8	22.7	23.1	24.5	78.0	94.1	109.9
동국생명과학	3.1	3.2	4.3	2.5	4.0	3.3	3.0	3.2	13.0	13.5	13.7
위드닉스	-0.2	-0.0	0.1	-0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	-0.1	0.0	0.0
리봄화장품	1.0	1.5	1.6	1.0	1.1	1.5	1.7	1.2	5.1	5.6	5.8
세전이익	22.7	23.3	28.8	17.8	28.9	27.6	27.8	29.0	92.6	113.3	131.6
지배주주순이익	16.5	15.8	20.0	13.9	20.1	19.2	19.4	20.2	66.0	78.9	91.6
영업이익률(%)	11.3	9.5	10.9	10.0	11.5	10.6	11.1	11.0	10.4	11.0	11.5
동국제약	11.5	9.5	10.0	10.1	11.5	10.5	11.0	11.0	10.3	11.0	11.5
동국생명과학	9.1	9.4	14.9	8.0	11.6	9.6	10.5	10.3	10.2	10.5	10.5
위드닉스	-14.3	-1.4	5.7	-4.5	0.2	0.2	0.2	0.2	-2.1	0.2	0.5
리봄화장품	13.3	19.4	16.6	13.7	14.0	19.0	17.0	15.7	15.9	16.5	16.5
세전이익률(%)	10.2	10.0	12.7	7.3	11.5	10.6	11.1	11.0	10.0	11.1	11.7
순이익률(%)	7.4	6.8	8.8	5.7	8.0	7.4	7.7	7.7	7.1	7.7	8.1
매출(% YoY)	13.7	14.7	12.9	15.1	11.8	11.7	10.6	8.2	14.1	10.6	10.2
동국제약	10.5	11.5	10.5	19.6	14.3	14.0	12.5	9.3	13.1	12.4	11.8
OTC	10.5	8.6	3.0	1.1	5.0	5.0	5.0	5.0	5.7	5.0	5.0
ETC	7.0	9.3	9.4	28.0	9.0	9.0	8.0	6.3	13.4	8.0	8.0
헬스케어	17.3	13.4	11.8	19.8	22.0	21.0	19.0	18.1	15.6	20.0	19.0
동국생명과학	4.1	5.7	-7.9	-1.2	-	1.0	1.0	2.1	0.3	1.0	1.0
위드닉스	-	60.6	90.3	91.4	5.0	5.0	5.0	5.0	118.2	5.0	5.0
리봄화장품	-	-	-	-18.2	5.0	5.0	5.0	5.0	247.7	5.0	5.0
영업이익(% YoY)	20.5	15.2	10.1	37.7	13.9	24.5	12.2	19.1	20.1	17.2	14.4
동국제약	14.8	6.6	-4.3	38.5	14.6	26.0	23.3	19.5	12.5	20.6	16.9
동국생명과학	8.1	3.9	21.7	0.5	27.8	3.1	-29.0	30.8	9.5	3.7	1.0
위드닉스	-	적지	흑전	적지	흑전	흑전	-96.3	흑전	적지	흑전	162.5
리봄화장품	-	-	-	83.1	10.7	2.8	7.4	20.0	799.0	9.2	5.0
세전이익(% YoY)	-9.6	33.0	8.2	14.8	27.0	18.5	-3.3	62.7	22.3	22.3	16.2
지배주주순이익(% YoY)	-16.4	15.9	3.4	60.5	22.2	21.9	-2.8	45.7	19.5	19.5	16.2

자료: 동국제약, 메리츠증권 리서치센터

7) 펌텍코리아: 2026년 상저하고 실적 흐름 예상

1분기 실적은 애초 예상대로 썩 좋지 않을 것 같다. 연결 매출은 전년도 수준(924억원, YoY 1%), 영업이익은 122억원(YoY -9%)에 그칠 전망이다. i) 4공장 램프업이 제대로 되지 않은 상태이고, ii) 일부 카테고리 수주 풀림 현상에 따른 카테고리별 비대칭적인 성장은 전체 성장률 저하는 물론 증설 지연까지 영향을 미치고 있다. iii) 수출 비중 축소는 K뷰티 글로벌 확대 영향의 부정적 단면이다. 부국티엔씨는 YoY 10% 이상 견조한 성장을 지속하고 있다.

전방 수요/수주는 좋은 상황이다. 고객사 리오더는 물론 신규 주문도 양호한 상황이다. 샬리맥스/닥터멜락신/닥터엘시아 등 신규 히트 인디 브랜드들의 물량은 계속 확대 중이다. 다만, 4공장 준공 이후 신규 설비 도입이 지연되고 있다. 여기에는 최근 카테고리 믹스 변화도 영향을 미친 것으로 보인다. 카테고리 매출 비중을 보면, 펌프가 가장 크고, 스틱이 빠르게 상승하면서 26%까지, 한자리수 비중이었던 스포이드가 최근 10%까지 올라갔다. 이에따라 카테고리별 신규 설비 도입 계획이 일부 수정되고 있는 것으로 보인다.

또한, 스포이드는 상대적으로 단가가 낮은 편이다. Q는 증가하지만 P가 떨어지면서 매출이 Q 증가만큼 늘어나지 않는 현상이 발생하고 있다. 인디 브랜드들의 가성비 경쟁으로 용기 원가를 낮추고자 하는 노력이 거세다. 전용몰드보다 프리몰드 비중이 커진 것은 펌텍코리아에게 유리한 변화이다. 하지만, 상대적으로 단가가 높은 펌프 비중이 줄고, 스포이드/튜브 비중이 상승하는 모습, 고마진 후가공 비중이 낮아지고 있는 추세는 아쉬움이다.

한편, 과거 40%에 달했던 수출 비중은 2023년 29%, 2025년 26%까지 떨어졌다. 글로벌 시장에서 K뷰티의 약진으로 해외 브랜드들의 시장 점유율이 하락하고 있는 영향이다. 글로벌 J사와 같이 K뷰티와 비슷한 가격대에서 경쟁하고 있는 브랜드들의 거래가 줄고 있고, S사의 선스틱 주문도 많이 감소했다. 물론, 이와 같은 수출 저하는 조만간 새로운 국면으로 전개될 가능성이 크다. K뷰티 확대로 글로벌 메이저 브랜드 업체들의 한국 용기에 대한 관심이 증가하고 있고, 펌텍코리아와의 프로젝트 규모도 크다. 하반기 이후 신규 성장 동력으로 작용할 수 있다.

아무튼, 펌텍코리아의 실적 부진은 2분기까지 이어질 가능성도 배제할 수 없다. 증동 전쟁으로 인한 원가 상승 부담은 2분기부터 본격화될 것으로 본다. PP, PE 가격은 20~40%까지 상승한 게 사실이다. 다만, 펌텍코리아는 국내 화장품 용기 최대 제조업체로 높은 협상력과 다원화된 수급처 때문에 가격과 물량 측면에서 모두 부담이 상대적으로 작은 편이다. ODM/브랜드사에 가격 전가도 이미 진행 중이다. 원료를 대체하거나, 용기 그레이드를 낮출 수도 있다. 프리몰드 용기 소유권이 펌텍코리아에 있기 때문에 유연하게 접근 가능하다. 아울러, 신규 자동화설비 확대는 중장기 마진 안정화에 긍정적이다.

표9 펴텍코리아 분기 실적 전망

(십억원)	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26E	2Q26E	3Q26E	4Q26E	2025	2026E	2026E
매출	91.7	105.4	97.7	77.1	92.4	123.7	109.6	87.0	372.0	412.7	477.5
펴텍코리아	69.6	79.0	74.9	57.4	68.2	93.2	84.6	65.7	280.9	311.9	364.9
부국티엔씨	21.0	26.2	21.8	19.0	23.1	30.1	24.4	20.9	88.0	98.5	111.3
잘론네츄럴	2.3	1.9	2.0	1.5	2.2	1.9	1.9	1.4	7.7	7.5	7.3
영업이익	13.4	19.4	15.3	8.3	12.2	22.1	17.8	13.0	56.5	65.0	76.4
펴텍코리아	11.3	14.6	11.5	6.3	8.9	16.8	13.5	10.1	43.7	49.3	58.2
부국티엔씨	2.5	4.9	4.0	2.8	3.5	5.4	4.4	3.0	14.3	16.3	18.6
잘론네츄럴	-0.3	0.0	-0.1	-0.7	-0.2	-0.1	-0.1	-0.1	-1.1	-0.5	-0.4
세전이익	14.7	17.6	16.4	4.9	12.6	22.5	18.2	13.4	53.6	66.6	78.3
지배주주순이익	10.5	11.4	11.2	1.4	8.1	14.4	11.7	8.6	34.4	42.8	50.3
영업이익률(%)	14.6	18.4	15.7	10.8	13.2	17.8	16.2	14.9	15.2	15.8	16.0
세전이익률(%)	16.1	16.7	16.8	6.3	13.6	18.2	16.6	15.4	14.4	16.1	16.4
순이익률(%)	11.4	10.8	11.5	1.8	8.8	11.7	10.7	9.9	9.3	10.4	10.5
매출(% YoY)	19.3	23.3	14.6	-14.2	0.7	17.3	12.2	12.8	10.2	10.9	15.7
영업이익(% YoY)	31.3	52.6	23.3	-36.0	-9.3	13.6	16.2	55.5	16.8	15.0	17.5
세전이익(% YoY)	33.8	81.8	24.5	-65.6	-14.5	27.9	10.9	172.9	11.4	24.3	17.5
지배주주순이익(% YoY)	38.8	95.0	31.2	-87.4	-22.7	26.7	4.1	531.9	5.3	24.3	17.5

자료: 펴텍코리아, 메리츠증권 리서치센터

표10 주요 화장품 업체별 1분기 실적 및 컨센서스 비교

(십억원)	항목	1Q25	1Q26E	% YoY	2025	2026E	% YoY	컨센서스	
								1Q26	2026
아모레퍼시픽 (090430)	매출	1,067.5	1,121.4	5.1	4,252.8	4,546.7	6.9	1,131.5	4,543.8
	영업이익	117.7	121.0	2.8	335.8	480.9	43.2	125.1	453.5
	순이익	110.8	89.3	-19.4	235.7	355.0	50.6	98.2	357.1
	OPM(%)	11.0	10.8	-	7.9	10.6	-	11.1	10.0
LG생활건강 (051900)	매출	1,697.9	1,619.4	-4.6	6,355.5	6,376.1	0.3	1,591.2	6,359.9
	영업이익	142.4	48.9	-65.6	170.7	297.3	74.2	51.0	280.9
	순이익	98.2	8.9	-90.9	-100.1	111.9	흑전	31.4	130.7
	OPM(%)	8.4	3.0	-	2.7	4.7	-	3.2	4.4
코스맥스 (192820)	매출	588.6	660.0	12.1	2,398.8	2,728.2	13.7	660.9	2,708.3
	영업이익	51.3	56.6	10.2	195.8	239.0	22.1	55.7	232.7
	순이익	8.1	38.1	369.1	122.5	162.2	32.4	27.6	139.8
	OPM(%)	8.7	8.6	-	8.2	8.8	-	8.4	8.6
한국콜마 (161890)	매출	653.1	689.4	5.6	2,722.4	2,939.0	8.0	710.5	2,955.3
	영업이익	59.9	62.7	4.6	239.6	278.6	16.3	65.8	281.4
	순이익	13.2	33.7	154.4	125.1	153.0	22.3	32.1	146.8
	OPM(%)	9.2	9.1	-	8.8	9.5	-	9.3	9.5
펄텍코리아 (251970)	매출	91.7	92.4	0.7	372.0	412.7	10.9	95.7	425.1
	영업이익	13.4	12.2	-9.3	56.5	65.0	15.0	13.5	66.8
	순이익	10.5	8.1	-22.7	34.4	42.8	24.3	9.4	46.5
	OPM(%)	14.6	13.2	-	15.2	15.8	-	14.1	15.7
실리콘투 (257720)	매출	245.7	320.0	30.3	1,119.6	1,418.1	26.7	325.6	1,461.3
	영업이익	47.7	57.6	20.7	205.5	251.0	22.1	62.6	276.7
	순이익	38.8	50.1	29.0	177.2	216.9	22.4	51.3	225.6
	OPM(%)	19.4	18.0	-	18.4	17.7	-	19.2	18.9
브이티 (018290)	매출	100.5	118.7	18.2	437.2	503.7	15.2	106.7	472.4
	영업이익	29.0	13.6	-53.1	82.9	69.2	-16.5	15.9	67.0
	순이익	22.3	9.1	-59.4	60.9	47.1	-22.8	11.8	50.6
	OPM(%)	28.9	11.5	-	19.0	13.7	-	14.9	14.2
아이패밀리에스씨 (114840)	매출	54.4	62.4	14.8	224.1	266.6	19.0	62.2	260.7
	영업이익	7.2	9.1	26.9	27.1	38.6	42.2	8.5	37.2
	순이익	6.0	7.4	23.7	21.8	31.6	44.8	7.2	31.1
	OPM(%)	13.1	14.5	-	12.1	14.5	-	13.7	14.3
코스메카코리아 (241710)	매출	118.4	161.1	36.1	640.6	720.9	12.5	169.8	748.5
	영업이익	12.3	18.4	49.4	83.4	94.4	13.2	21.0	104.3
	순이익	7.6	11.4	50.3	45.1	59.9	32.8	13.7	65.3
	OPM(%)	10.4	11.4	-	13.0	13.1	-	12.4	13.9
씨앤씨인터내셔널 (352480)	매출	66.0	74.9	13.5	288.5	327.0	13.4	71.5	312.1
	영업이익	5.6	6.1	9.7	22.3	26.6	19.0	4.9	28.1
	순이익	4.1	5.2	28.1	14.2	22.5	58.4	3.7	20.4
	OPM(%)	8.4	8.1	-	7.7	8.1	-	6.9	9.0
에이피알 (278470)	매출	266.0	560.3	110.6	1,527.3	2,353.9	54.1	508.5	2,311.5
	영업이익	54.6	134.5	146.4	365.4	569.6	55.9	122.7	574.4
	순이익	49.9	103.0	106.2	290.4	436.1	50.2	100.6	458.2
	OPM(%)	20.5	24.0	-	23.9	24.2	-	24.1	24.8
달바글로벌 (483650)	매출	113.8	162.8	43.1	519.8	701.2	34.9	162.6	724.4
	영업이익	30.1	35.8	19.2	101.1	140.2	38.7	40.1	151.2
	순이익	24.8	27.9	12.8	79.0	109.3	38.3	29.1	119.3
	OPM(%)	26.4	22.0	-	19.4	20.0	-	24.7	20.9
클리오 (237880)	매출	82.3	80.2	-2.6	328.9	336.5	2.3	85.9	346.8
	영업이익	1.1	4.0	248.8	16.4	23.3	41.5	4.5	21.1
	순이익	2.7	3.8	40.4	13.6	21.4	57.9	4.0	18.6
	OPM(%)	1.4	5.0	-	5.0	6.9	-	5.2	6.1
네오팜 (092730)	매출	31.6	35.1	10.9	132.2	149.7	13.3	36.4	153.3
	영업이익	7.8	8.0	2.7	28.8	31.9	10.8	8.0	32.8
	순이익	7.1	7.0	-1.5	27.9	28.1	0.6	6.8	30.8
	OPM(%)	24.6	22.8	-	21.8	21.3	-	22.0	21.4
애경산업 (018250)	매출	151.1	152.1	0.7	654.5	679.4	3.8	152.1	679.4
	영업이익	6.0	6.1	0.4	21.1	21.4	1.4	6.1	21.4
	순이익	5.1	5.0	-1.7	18.1	17.9	-0.6	5.0	17.9
	OPM(%)	4.0	4.0	-	3.2	3.2	-	4.0	3.1
동국제약 (086450)	매출	223.7	250.0	11.8	926.9	1,024.7	10.6	251.1	1,037.9
	영업이익	25.3	28.8	13.9	96.6	113.2	17.2	28.7	110.3
	순이익	16.5	20.1	22.2	66.0	78.9	19.5	20.1	80.8
	OPM(%)	11.3	11.5	-	10.4	11.0	-	11.4	10.6

자료: 각 사, 에프앤가이드 QuantiWise, 메리츠증권 리서치센터

II 산업동향과 매크로 분석

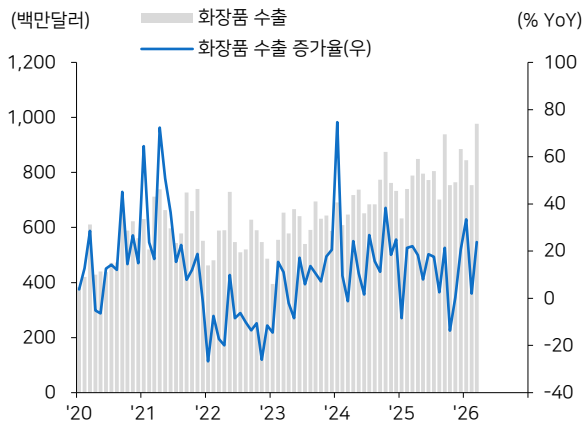
3월 한국 화장품 수출액: 9.77억달러(YoY 23.8%)

- 중국+홍콩: 1.99억달러(YoY -10.8%)
- 미국: 1.86억달러(YoY 47.6%)
- 일본: 0.85억달러(YoY 7.0%)
- 아시아 7개국: 1.29억달러(YoY 22.0%)
- 유럽 9개국: 1.72억달러(YoY 71.1%)
- 중동(UAE): 0.08억달러(YoY -65.4%)

2월 관광객 출입국 데이터

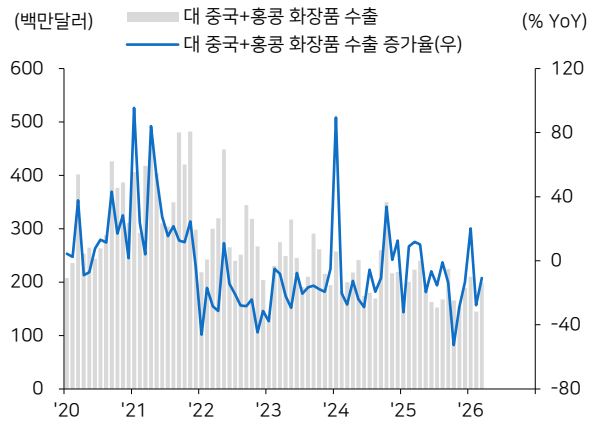
- 2월 외국인 입국자 수: 143.1만명(YoY 25.7%)
- 2월 중국인 입국자 수: 50.4만명(YoY 48.0%)

그림10 한국의 화장품 수출



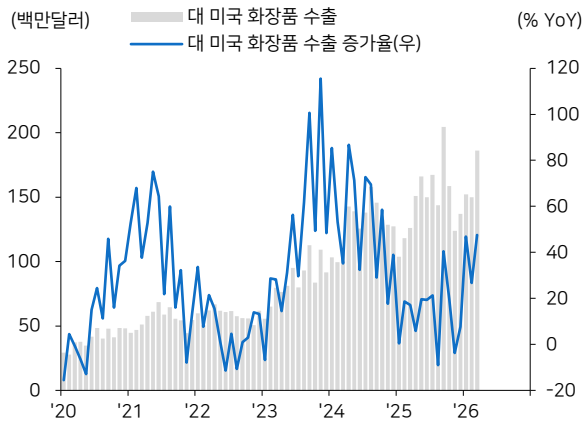
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림11 대 중국+홍콩 화장품 수출



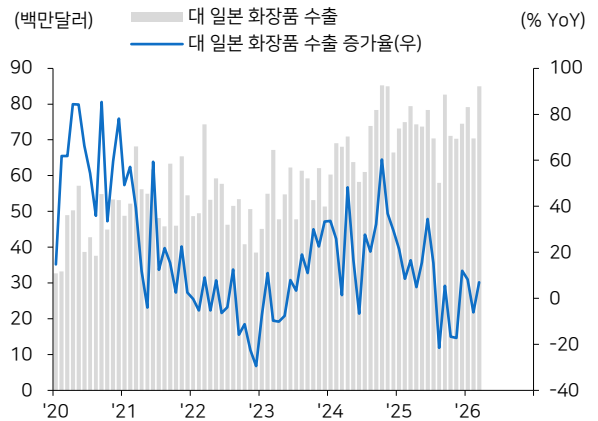
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림12 대 미국 화장품 수출



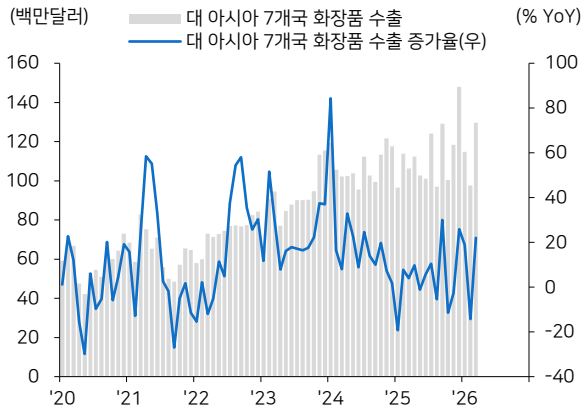
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림13 대 일본 화장품 수출



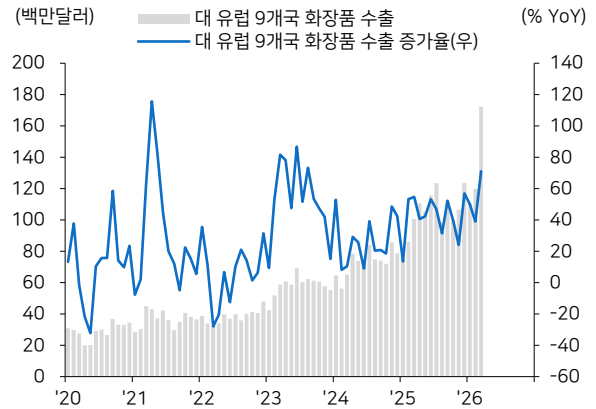
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림14 대 아시아 7개국 화장품 수출



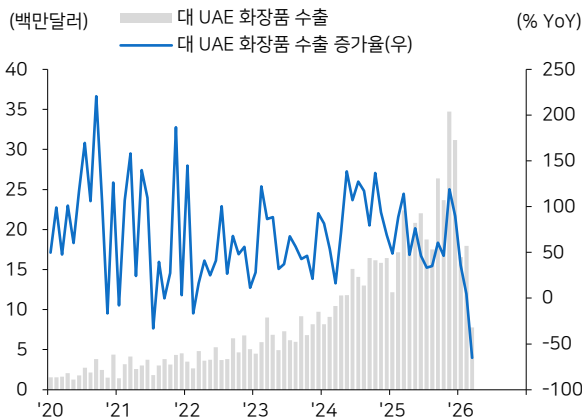
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림15 대 유럽 9개국 화장품 수출



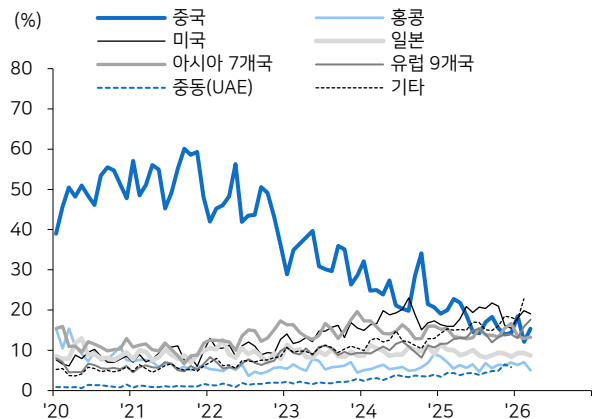
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림16 대 중동(UAE) 화장품 수출



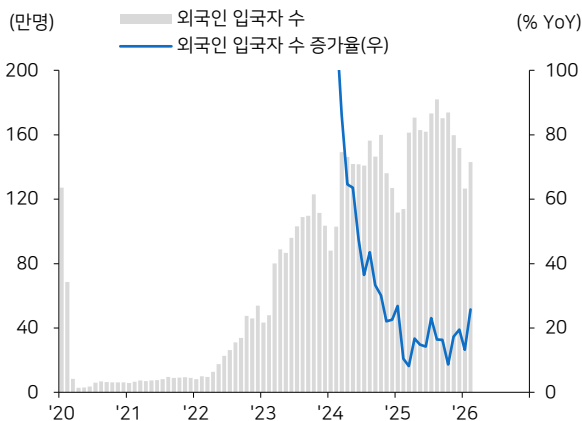
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림17 한국 화장품 수출 국가별 비중



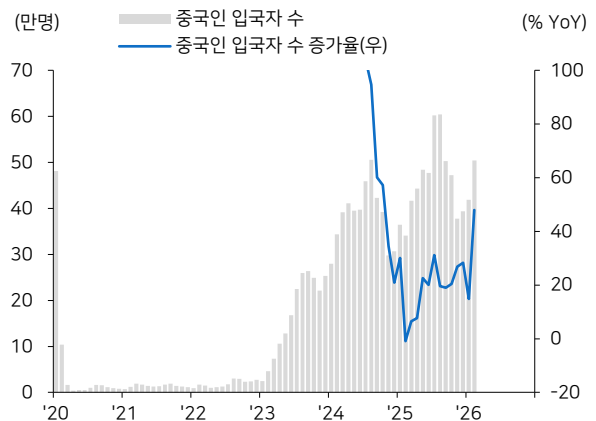
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림18 외국인 입국자 수 추이



자료: 한국관광공사, 메리츠증권 리서치센터

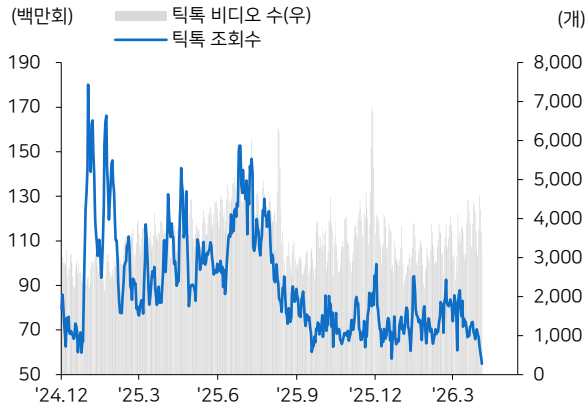
그림19 중국인 입국자 수 추이



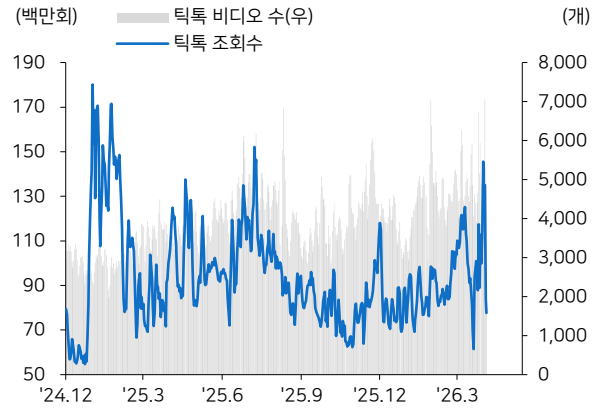
자료: 한국관광공사, 메리츠증권 리서치센터

그림20 틱톡 트렌드 1

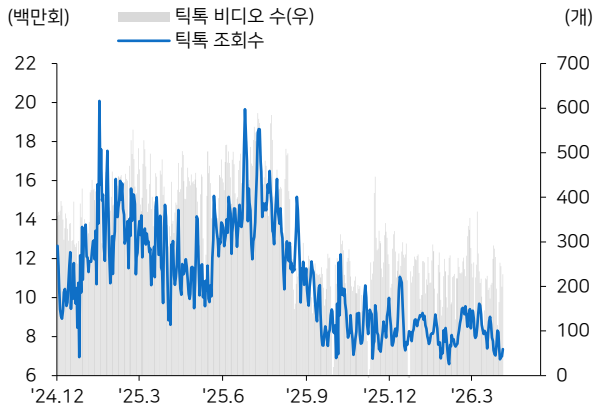
#kbeauty



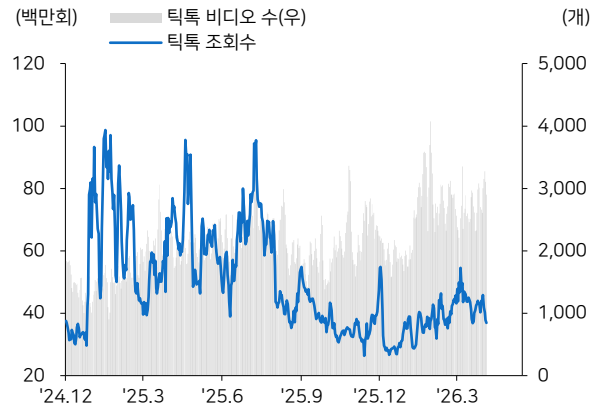
#koreanskincare



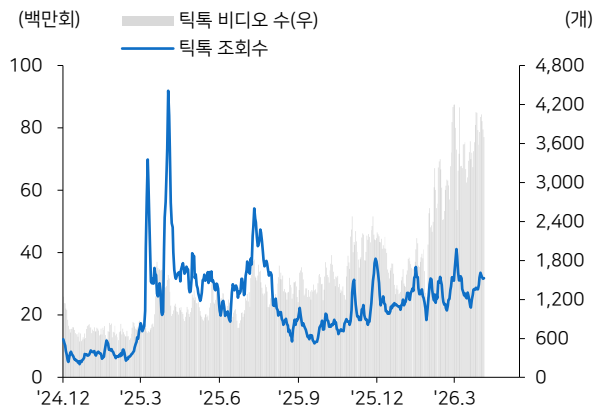
#koreanmakeup



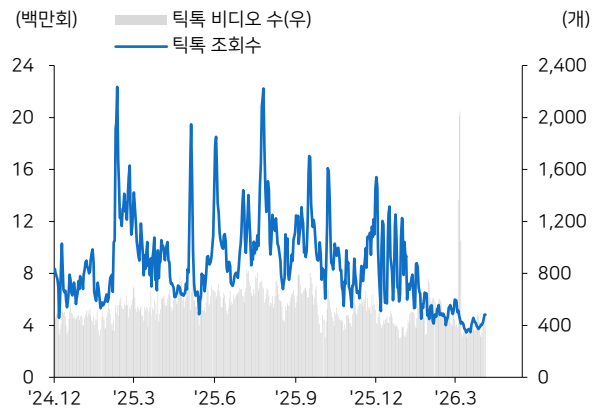
#glassskin



#medicube



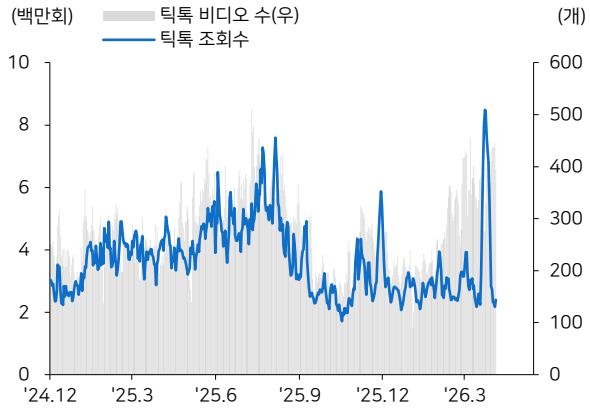
#anua



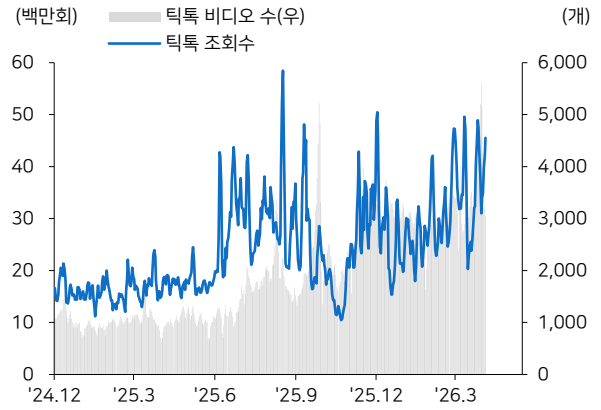
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

틱톡 트렌드 2

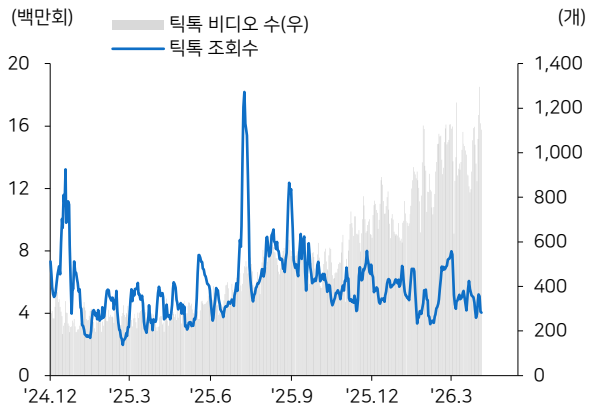
#beautyofjoseon



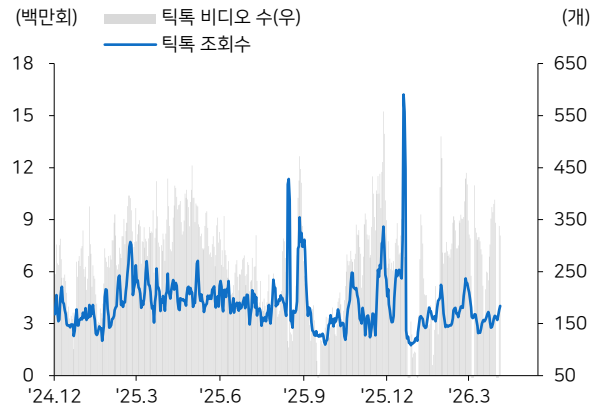
#skin1004



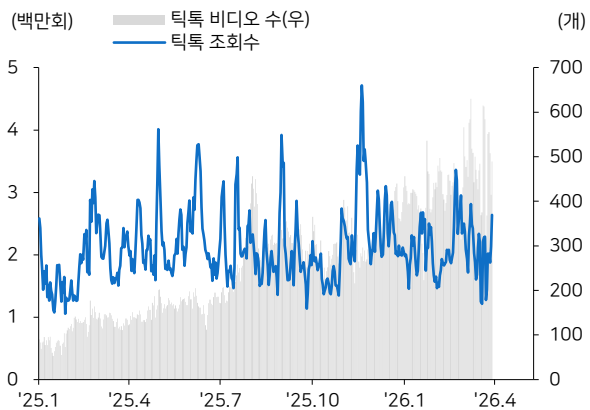
#cosrx



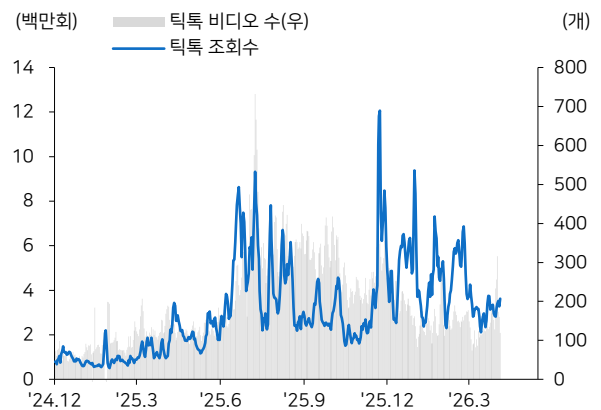
#laneige



#dalba



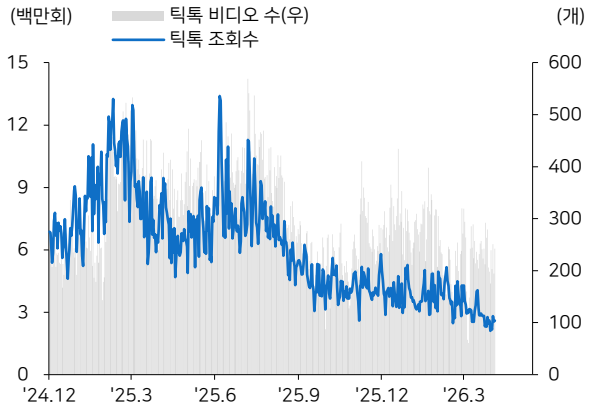
#vtcosmetics



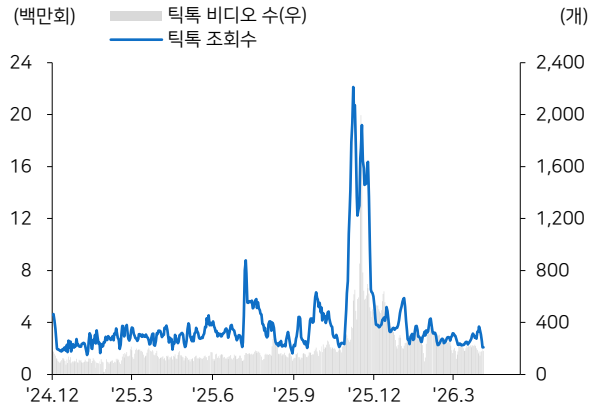
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

틱톡 트렌드 3

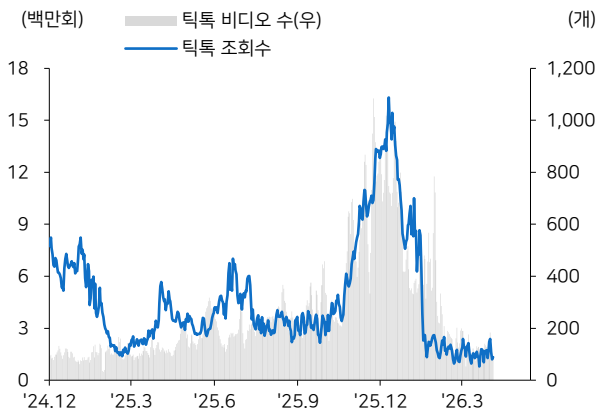
#romand



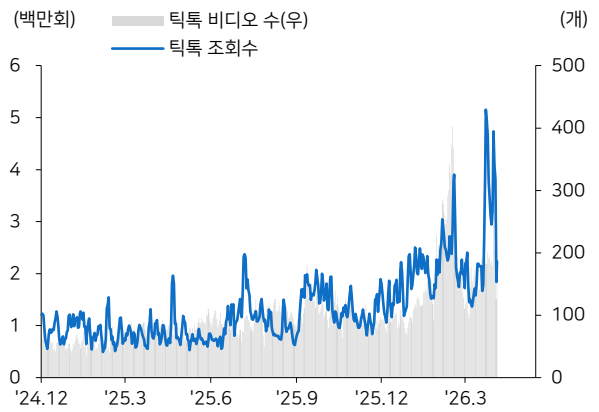
#tirtir



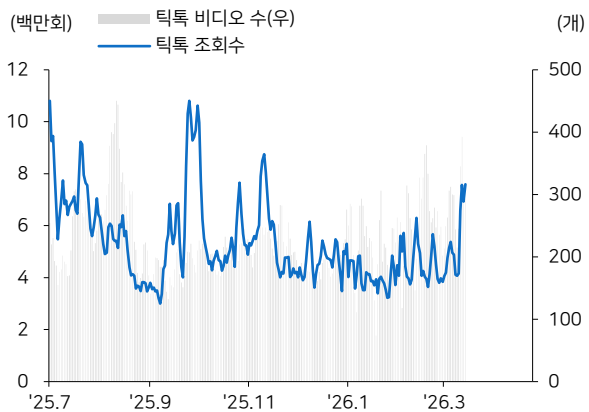
#numbuzin



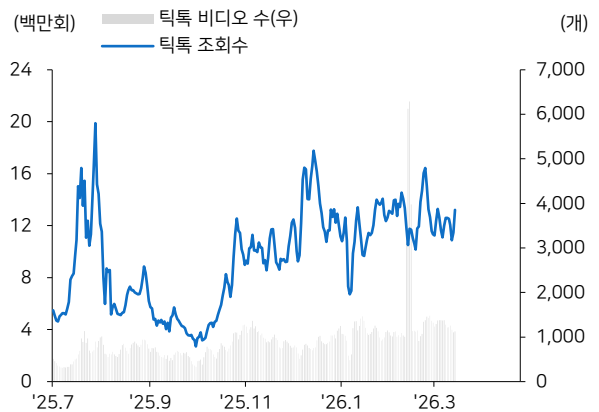
#biodance



#dralthea



#drmelaxin



자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

III 주요 화장품 기업 주가수익률 및 컨센서스 추이

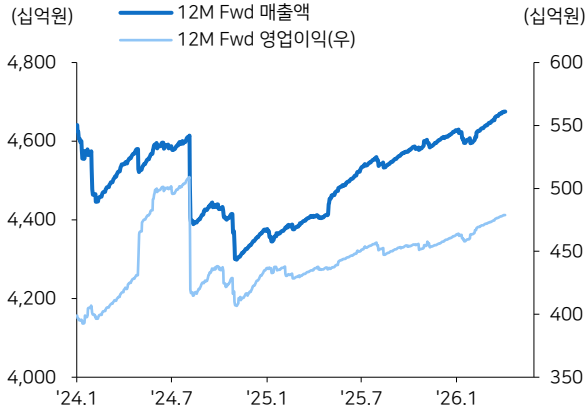
표11 주요 화장품 기업 기간별 주가수익률 추이

회사명	종목코드	기간별 주가 수익률(%)					지수 대비 초과수익률(%)				
		1주일	1개월	3개월	6개월	1년	1주일	1개월	3개월	6개월	1년
KOSPI	KOSPI	-1.1	-3.7	20.6	51.5	118.1	-	-	-	-	-
KOSDAQ	KOSDAQ	-6.8	-4.7	11.1	24.5	54.8	-	-	-	-	-
업종지수	WICS 화장품	-4.3	0.5	9.2	3.5	48.8	-3.2	4.2	-11.4	-48.0	-69.3
아모레퍼시픽	090430	-6.2	0.8	4.0	8.5	19.9	-5.0	4.5	-16.6	-43.0	-98.2
LG생활건강	051900	1.0	3.6	-8.2	-14.7	-22.0	2.2	7.3	-28.8	-66.2	-140.1
코스맥스	192820	-5.8	13.1	8.5	-10.5	11.4	-4.7	16.8	-12.1	-62.0	-106.7
한국콜마	161890	-4.5	9.4	15.9	-1.7	11.4	-3.4	13.1	-4.8	-53.2	-106.7
코스메카코리아	241710	-8.0	2.9	9.2	6.5	57.6	-6.9	6.6	-11.4	-45.0	-60.5
씨앤씨인터내셔널	352480	-4.3	-5.8	-18.7	-38.3	-26.0	-3.1	-2.1	-39.3	-89.8	-144.1
펄텍코리아	251970	-2.5	-1.5	-13.6	-20.7	-13.9	-1.4	2.2	-34.2	-72.2	-132.0
실리콘투	257720	2.5	0.9	-2.7	-16.7	39.0	3.6	4.6	-23.4	-68.2	-79.1
에이피알	278470	2.2	13.7	38.6	28.2	408.6	3.3	17.4	17.9	-23.3	290.4
달바글로벌	483650	-2.1	-1.5	-1.2	-9.5	#N/A	-1.0	2.2	-21.8	-61.0	#N/A
브이티	18290	-3.7	-3.1	-23.4	-49.8	-55.5	-2.6	0.6	-44.0	-101.4	-173.6
아이패밀리에스씨	114840	-4.5	-7.5	-25.3	-47.0	-43.4	-3.4	-3.8	-46.0	-98.5	-161.6
클리오	237880	-1.5	-1.8	-16.3	-18.2	-40.2	-0.4	1.9	-36.9	-69.7	-158.3
네오팜	092730	-1.6	-2.0	-5.5	0.2	28.9	-0.5	1.7	-26.1	-51.3	-89.2
애경산업	018250	-6.4	-0.7	6.4	-6.6	-5.9	-5.3	3.0	-14.2	-58.1	-124.0
동국제약	086450	29.4	47.3	62.5	47.4	87.3	30.5	51.0	41.9	-4.1	-30.9
에스티로더	EL US	2.8	-27.9	-36.1	-21.5	30.6	-2.1	-24.3	-31.5	-19.7	0.5
로레알	OR FP	2.3	-3.6	-1.4	-4.9	2.4	-0.5	-2.5	1.6	-4.1	-8.3
시세이도	4911 JT	5.3	11.3	46.6	34.3	29.8	3.7	12.9	41.7	19.9	-8.8
얼타뷰티	ULTA US	5.3	-17.8	-14.9	-3.4	49.5	1.6	-14.2	-10.2	-2.9	26.7
엘프뷰티	ELF US	0.2	-25.9	-20.4	-54.6	11.3	-0.7	-22.3	-15.8	-53.4	-16.5

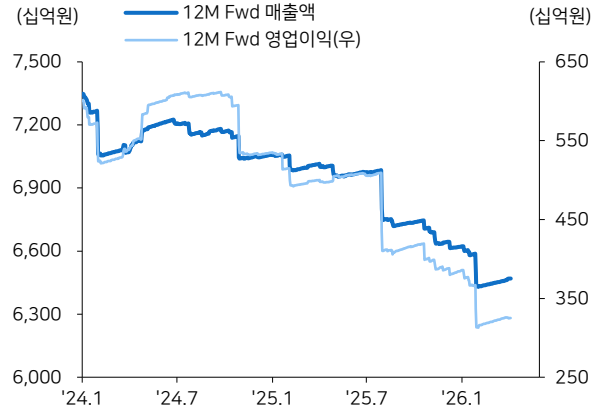
자료: Bloomberg, QuantiWise, 메리츠증권 리서치센터

그림21 12M Fwd 컨센서스 추이 1

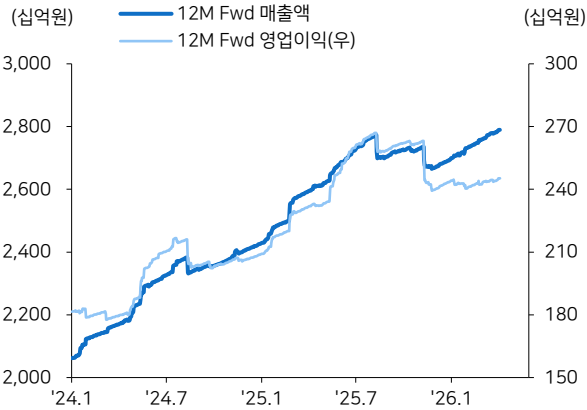
아모레퍼시픽



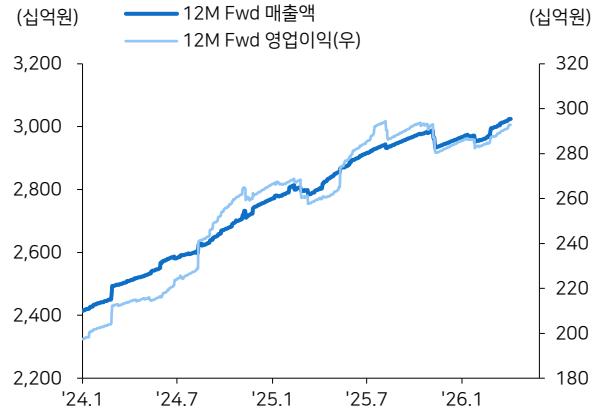
LG생활건강



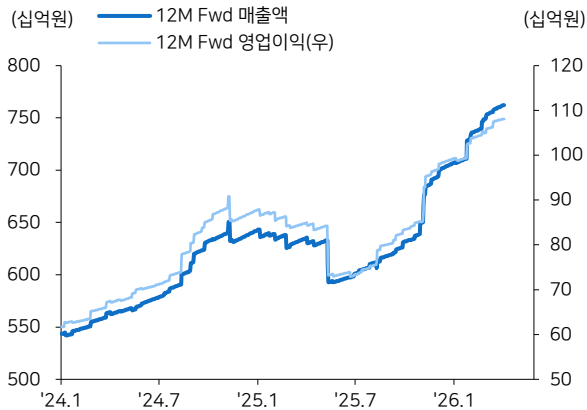
코스맥스



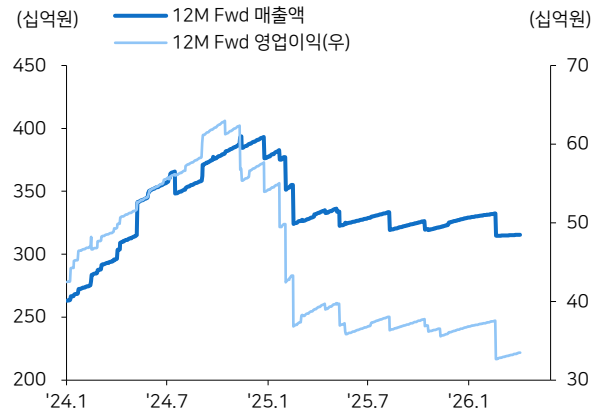
한국콜마



코스메카코리아



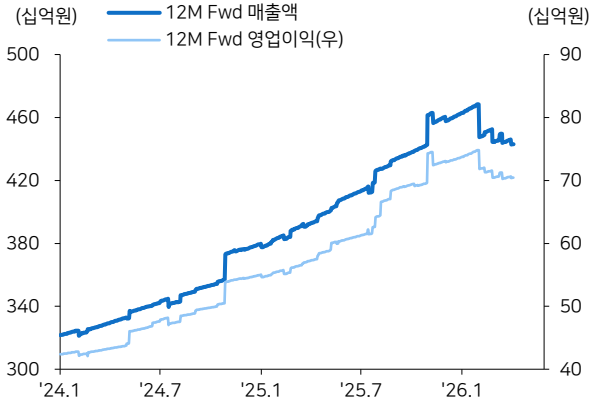
씨앤씨인터내셔널



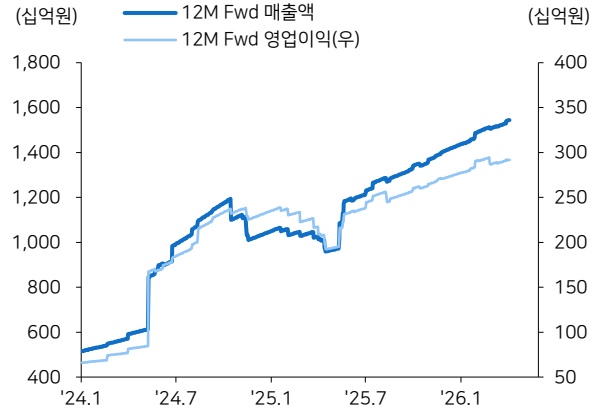
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

12M Fwd 컨센서스 추이 2

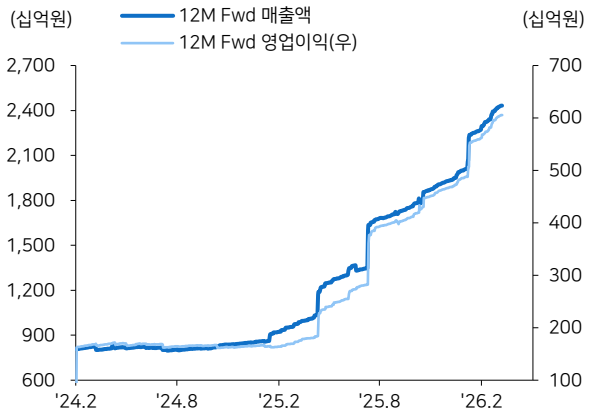
팜텍코리아



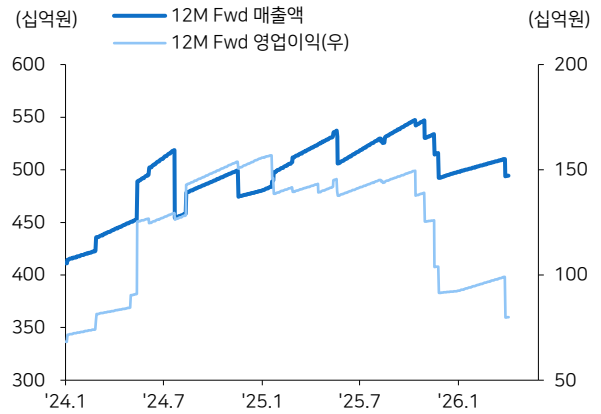
실리콘투



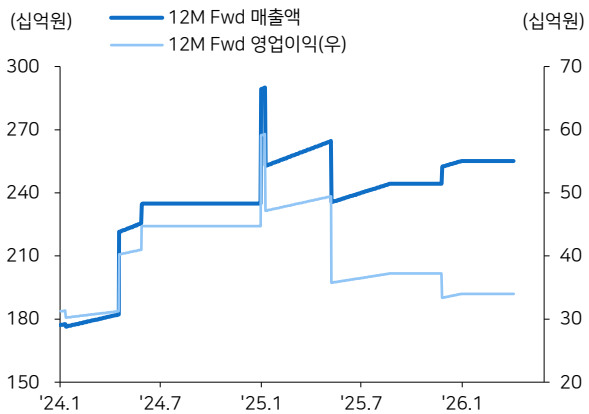
에이피알



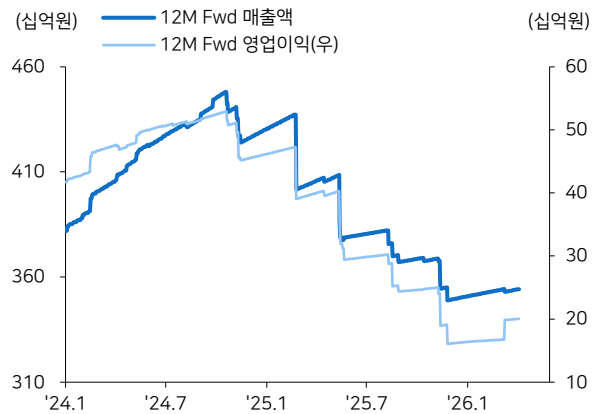
브이티



아이패밀리에스씨



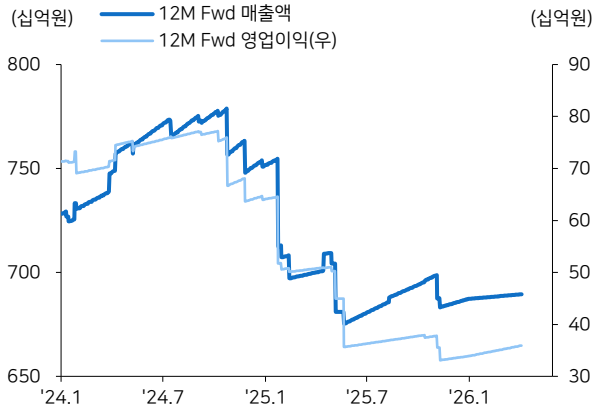
클리오



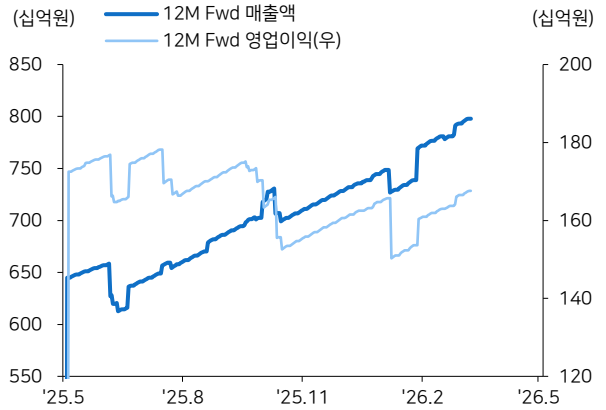
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

12M Fwd 컨센서스 추이 3

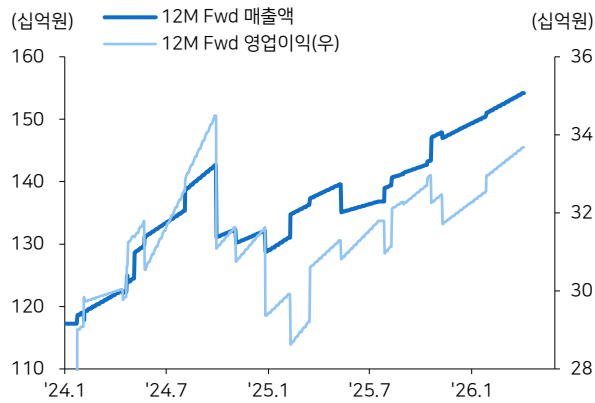
애경산업



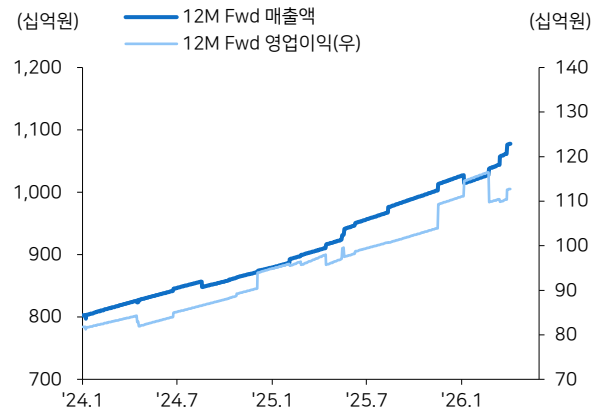
달바글로벌



네오팜



동국제약



자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

IV 주간 주요 뉴스 Clipping

K-뷰티 호황 누린 코스맥스...화장품 ODM 첫 '고배당기업' 지정(블로터)

<https://buly.kr/5fEMMRy>

- 코스맥스 주주환원 정책 대폭 강화하며 국내 화장품 ODM 업체 중에서는 처음으로 '고배당기업' 요건 충족
- 지난해 결산 배당금 주당 3,300원, 총 배당금액 374억원 결정, 주당 2,300원이었던 전년 대비 약 43.5% 인상된 규모
- 연결 기준 주주환원을 30.4% 기록하며 조세특례제한법상 고배당기업(배당 노력형) 요건 확보해 주주 조세 부담 완화

"다음달 원료 끊기면 공장 멈춰"...K-뷰티 '중동궤 용기 대란'(뉴스 1)

<https://buly.kr/Awh5mys>

- 중동 전쟁 장기화로 유럽발 원료 수급 차질 및 화장품 용기 핵심 원자재인 나프타 가격 변동성 확대
- 중소 제조업체 중심으로 생산 중단과 단가 인상 공지, 중소 화장품 용기업체 중심으로 납기 지연 문제 예상
- 대형 기업은 일정 수준의 물량 우선적으로 확보할 수 있지만, 중소기업들은 수급 순위에서 밀려나고 있는 상황

'글로벌 리테일러 잇단 러브콜'...K-뷰티 수출 '훈풍'(뉴스 1)

<https://buly.kr/AF23riy>

- 국내 주요 브랜드들 일본 '웰시아', 북미 '얼타 뷰티', 인도 '나이카' 등 현지 대형 유통 채널 입점 잇달아 성사
- 토니모리 서브 브랜드 '본셉'(BONCEPT), 최근 일본 최대 규모 드럭스토어인 '웰시아' 그룹 1,700여개 매장 공식 입점
- 한스킨 얼타 뷰티 오프라인 매장 약 1,400개소에 입점, 아로마티카 동유럽 최대 리테일러 '로스만' 170개 매장 입점 확정

태광 체제 출범한 애경산업 "2028년까지 화장품 비중 50% 확대"(파이낸셜뉴스)

<https://buly.kr/4xZJLoy>

- 애경산업 태광그룹 계열사로 새출발하며 글로벌 뷰티기업으로 도약, 본격화, 2028년까지 화장품 매출 비중 50% 목표
- 26일 태광산업과의 인수·합병 절차 마무리해 태광그룹에 공식 편입, 브랜드 연속성/시장 신뢰도 고려해 기존 상호 유지
- 기존 브랜드 육성에 집중해 지난해 32%였던 화장품 매출 비중 2028년 50%까지 끌어올린다는 목표, 미주/유럽 공략 강화

'J뷰티의 굴욕'..日 열도 점령한 K뷰티, 무역수지 격차 1조 넘었다(파이낸셜뉴스)

<https://buly.kr/D3gBvIN>

- K뷰티의 일본 수출액이 지난 10년간 7배 이상 증가하면서 지난해만 1조 6,000억원을 넘어선 것으로 파악
- 기존 우위 점했던 일본산 뷰티 수입액은 지속 감소하며 양국간 화장품 무역수지 격차 7배까지 벌어진 상황
- 일본 내 소비 변화, 일부 인기 브랜드에 집중되던 소비에서 벗어나 다양한 K뷰티 브랜드 탐색하는 형태로 확장

부스터스, 이퀄베리-브랜드 힘입어 작년 영업이익 180% 증가(이코노미스트)

<https://buly.kr/9MSHKFb>

- '이퀄베리' 운영사 부스터스 지난해 매출 1,527억원(YoY 110%), 영업이익 255억원(YoY 180%) 기록
- '이퀄베리', '브랜드' 중심 선택과 집중 전략 더불어 통합 공급망 관리 시스템(SCM) 고도화한 결과
- 지난해 상반기 26% 수준이던 글로벌 매출 비중 하반기 54%까지 확대되며 해외 매출이 전체 성장 견인

높아지는 K-뷰티 앞 '럭셔리뷰티' 자존심 구겼다(아이뉴스 24)

<https://buly.kr/1RGBXuS>

- 글로벌 럭셔리 뷰티 브랜드들, K-뷰티 약진에 밀려 설 자리를 잃으면서 한국 시장에서 사업 철수·축소 결정
- 발렌티노 뷰티 이날부로 한국 내 브랜드 운영 종료 예정, 경쟁 심화로 성장세 둔화되며 수익성 확보에 어려움
- '꼬달리', '샬롯 킬버리'도 한국 영업 중단, 단순한 전략 실패 아닌 인디 브랜드 약진에 따른 시장 구조 변화로 해석

'K-뷰티' 신성장 동력으로 키운다...범정부, 수출거점·짝동근절 '전방위 지원'(뉴스1)

<https://buly.kr/FWUo1Fm>

- 정부가 K-뷰티를 국가 전략 산업으로 육성하기 위해 전방위 지원, 'K-뷰티 보호 및 육성 종합 대책' 본격 가동
- 'K-뷰티 수출 거점' 구축에 참여할 지방자치단체 모집, 지역 인프라 활용 K-뷰티의 글로벌 진출 전초기지로 육성
- 위조 화장품에 대해서는 관계 부처가 강력한 공동 대응 체계 가동, 전 단계에 걸친 합동 단속 및 지원 사업 전개

쿠팡·네이버·올영, 온라인 뷰티 1위 경쟁(한국경제)

<https://buly.kr/Awh69UO>

- 지난해 국내 뷰티 시장 e커머스 판매 비중 40% 넘는 것으로 파악, 네이버·쿠팡·무신사·컬리까지 뷰티 마케팅 강화
- 지난해 온라인을 통한 화장품 거래 금액 13조 8,153억원. 전체 화장품 소매판매액(33조 3,425억원) 대비 41.4%
- 온라인 뷰티 시장에서 아직 압도적 1위 없는 상황, 쿠팡이 우세하지만 업체별 격차 크지 않아 향후 치열한 경쟁 예상

리필드, 메일타뷰티 600개 매장 입점(이데일리)

<https://buly.kr/882yp3T>

- 콘스탄트는 자사 탈모·두피 관리 브랜드 '리필드', 미국 얼타뷰티 600개 매장 입점, 북미 전역 주요 매장 중심 전개
- 얼타뷰티 온라인몰 입점 시작으로, 다음달 오프라인 매장에 순차 입점 이뤄질 예정, 향후 추가적인 매장 확대 계획
- '스키니피케이션' 트렌드 뚜렷해지며 K-뷰티 저변이 헤어케어 영역으로 급격히 확대, K-탈모케어 제품 빠르게 확산

김성운 실리콘투 대표 "중동발 위기, 3개월치 재고로 대응"(더벨)

<https://buly.kr/Cqt2wm>

- 실리콘투, 중동 지역 지정학적 리스크 변수에도 단기 실적 영향은 제한적일 것이라는 입장
- 재고 선제적으로 확보해 최소 3개월 이상 대응 여력, 연간 매출 가이던스 변화 없음
- 구다이글로벌 한성USA 인수, 올리브영 미국 진출 등 경쟁 가속화 영향 제한적이라고 강조

LG생건 댈친 '원료가 40% 인상'...세제·샴푸도 20~30% 오를 듯(딜사이트)

<https://buly.kr/CWvwhy1>

- 호르무즈 해협 봉쇄 장기화에 따른 원료 수급 불안이 실물 경제로 전이, 생필품 가격 들쭉
- 원료 공급 핵심 화학사, 최근 LG생활건강 등 대형 제조회사에 원재료 가격 40% 인상 통보
- 세탁세제와 샴푸 등 주요 생필품 소비자 가격 향후 수급 상황에 따라 20~30% 인상 가능성

베컴 막내딸도 올라탤다...판 키우는 '세포라 키즈' K-뷰티로 몰린다(이코노미스트)

<https://buly.kr/YgP0RM>

- 글로벌 뷰티 시장 중심 소비층 더 어린 나이로 빠르게 이동, 알파세대 핵심 소비층으로 급부상
- 데이비드 베컴 막내딸 '하퍼 베컴', 올 여름 14세 나이에 화장품 브랜드 '히쿠' 론칭 예정
- 알파세대 선점 위해 마케팅 요소와 함께 관련 법안 고려해 안전하고 트렌디한 제품 필요

Compliance Notice

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 본 자료에서 해당 추천 종목을 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 추천 종목과 재산적 이해관계가 없습니다. 본 자료에 게재된 내용은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.