

No.1 Worldwide
K-Beauty
Platform
SILICON2



SILICON 

Disclaimer

본 자료는 기관투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보 제공을 목적으로 주식회사 실리콘투(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 경우를 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.

K

TABLE OF CONTENTS

Prologue

Chapter 01_ K-Beauty & E-Commerce

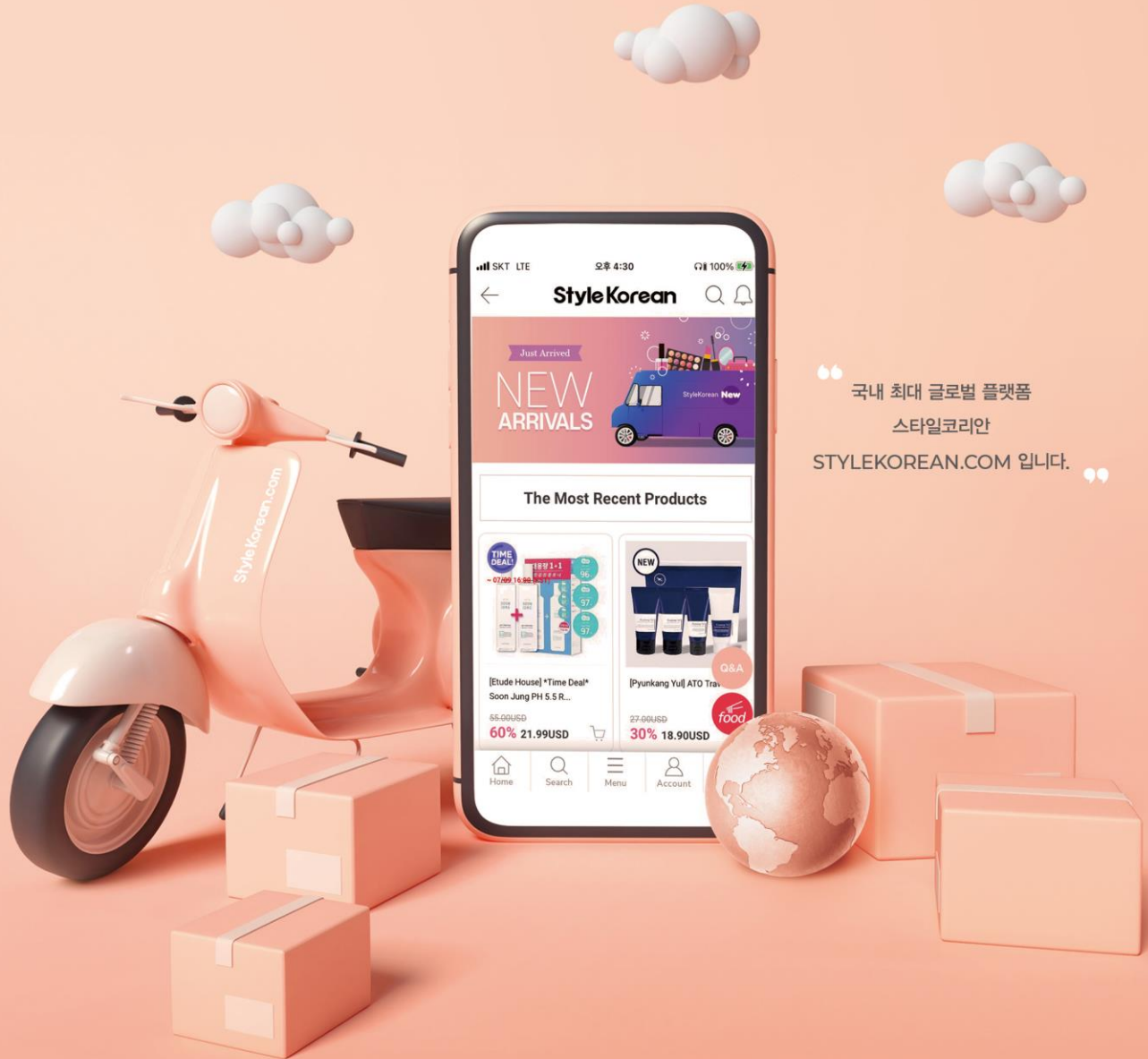
Chapter 02_ K-Beauty를 전 세계로 연결한 플랫폼 기업, '실리콘투'

Chapter 03_ 실리콘투만의 이유 있는 자신감

Chapter 04_ 세계 속의 K-브랜드, 실리콘투가 선도한다

Appendix

SILICON 



“ 국내 최대 글로벌 플랫폼
스타일코리안
STYLEKOREAN.COM 입니다. ”

K-Culture 성공과 실리콘투

K-Game



글로벌 연간 매출 1위 달성
인도시장 진출

K-Movie



'헤어질 결심'
칸 국제영화제 감독상 수상

K-Drama



'몸값'
칸 시리즈 각본상 수상

K-Pop



BTS, 슈퍼엠, 스트레이키즈,
빌보드 뮤직 어워드

K-Beauty



K-Beauty의
숨은 주역

퍼블리셔



배급사



기획사



실리콘투

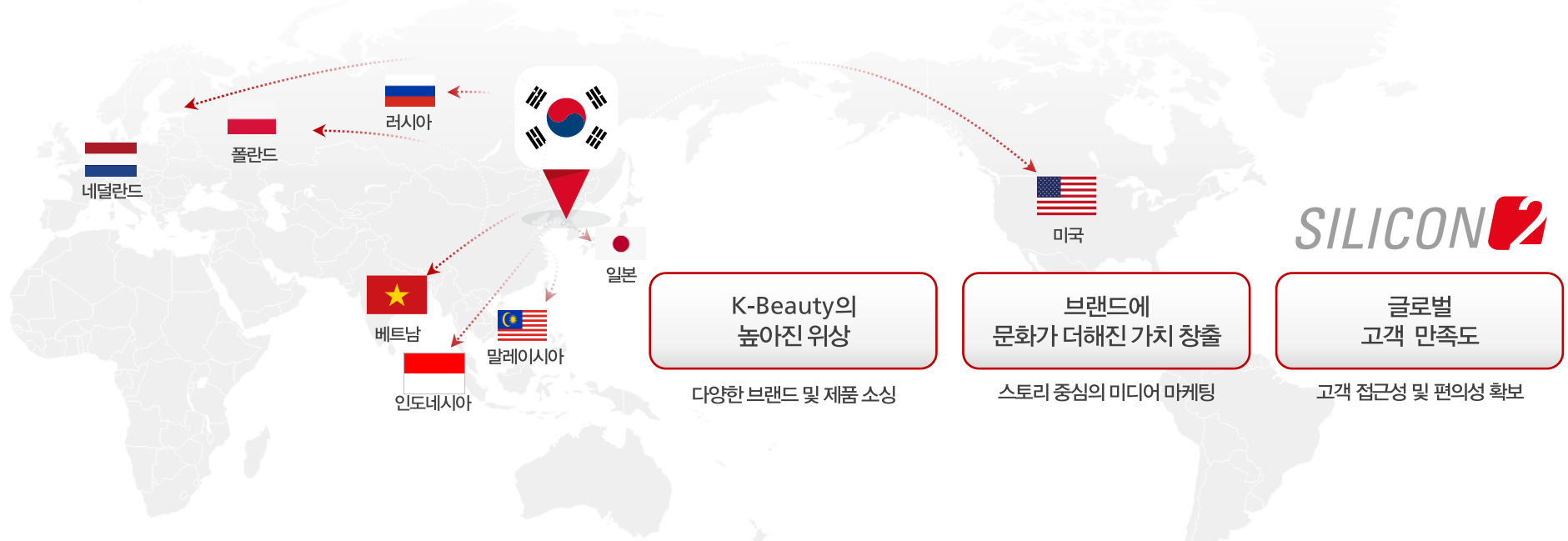


K-Beauty의 기획, 배급, 퍼블리셔 역할 **SILICON**

K-Beauty E-Commerce 글로벌 플랫폼 기업, 실리콘투

Beyond E-Commerce 새로운 가치 창출 기업, 실리콘투

지속적으로 탄생하는 K-Beauty의 수많은 브랜드와 제품의 해외 진출을 만들어갑니다.



PUBLISHER

K-Beauty 공급 (430+개 브랜드)



LOCALIZATION

지역별 전문화된 지식과 현지 마케팅
및 인허가 노하우 공유



INCUBATION

신생 브랜드와 동반성장 (9개 브랜드 지분투자)





Chapter 01

K-Beauty & E-Commerce

01_ K-Beauty의 성장 요인

02_ K-Beauty의 위기

온라인 채널 확대와 K-Beauty의 압도적 인프라로 다양한 트렌드 및 글로벌 수요 충족

뷰티 산업 성장의 최적화된 생산 인프라

화장품 산업의 강력한 Up-Stream 생태계



중국발 수출 증가



화장품 · OEM · ODM 기업 수 증가



용기 · 부자재 기업 수 증가



2만 여개 이상의 화장품 브랜드

생산 인프라 확장 → 1인브랜드 생성 용이

K-Brand 의 성장

문화 강국

BTS, BLACKPINK
슈퍼M, 스트레이키즈

기술 강국

삼성전자, 현대자동차

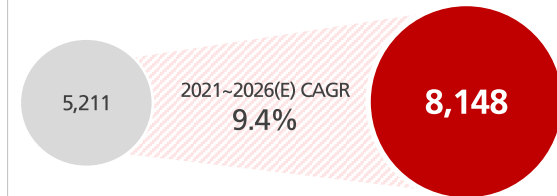


K-Brand의 기술과 문화 경쟁력 증가

E-Commerce의 성장

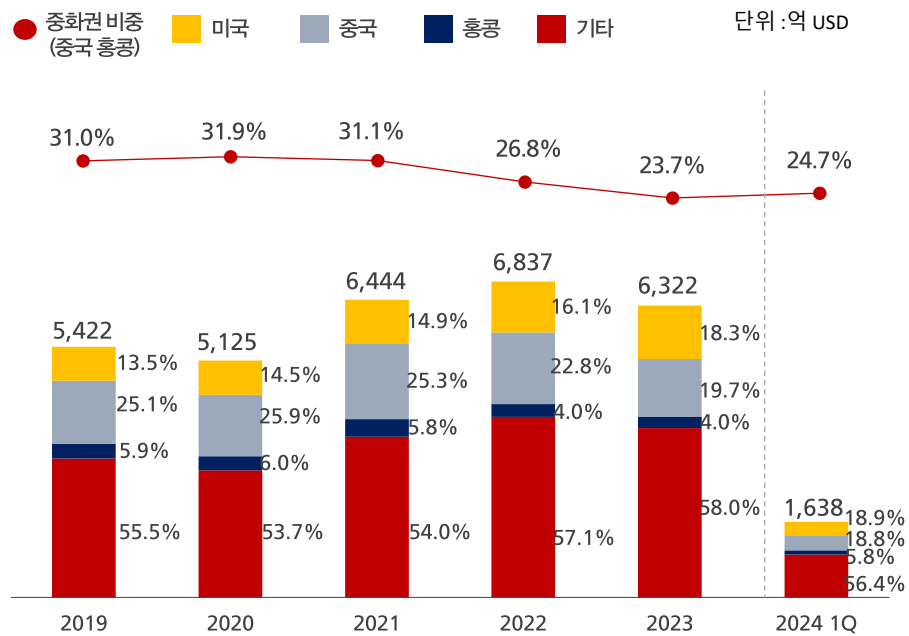
글로벌 소매 전자상거래 시장 규모

단위: 조 달러

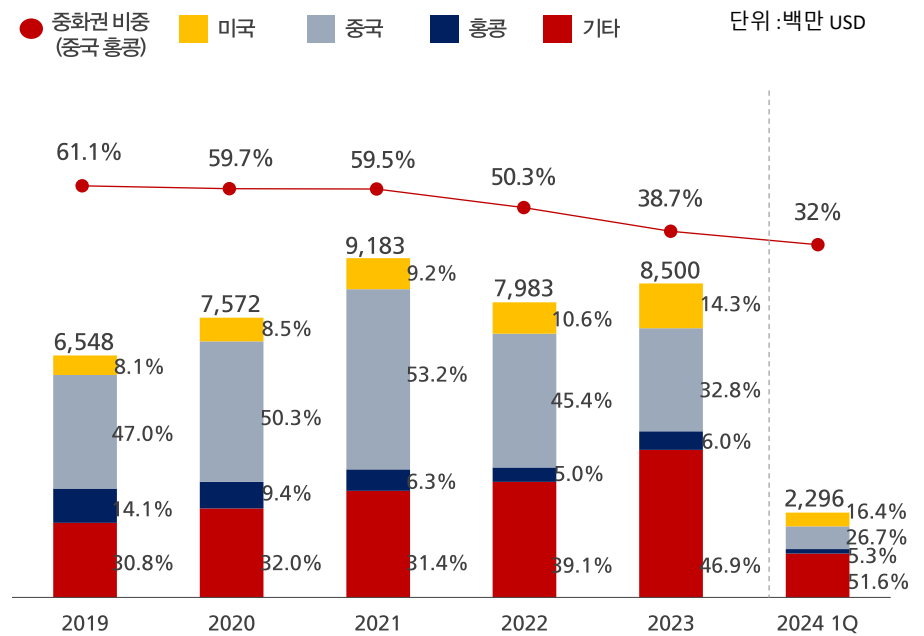
온라인 채널 성장
→ 소자본 브랜드 온라인 채널을 통한 고접근성K-콘텐츠와 기술력을 갖춘 'Made in Korea'
→ K-Beauty, K-Pop, K-Food, K-Fashion 동반 성장

한국 전체 수출 비중 과 화장품 수출 비중

전체 수출 매출 대비 미국, 중화권(중국, 홍콩) 매출



전체 화장품 매출 대비 미국, 중화권(중국, 홍콩) 매출



물류 절벽 및 귀차오 절벽에 따른 중국 시장 수출의 감소에 의한 화장품 수출 감소

주: Unipass 수출입 무역 통계, 대한 화장품 산업 연구원

주: 귀차오 절벽 : 소득증가와 애국주의 교육으로 무장한 중국의 MZ 세대로 인해 중국 기업의 제품을 사용하지는 주의



Chapter 02

K-Beauty를 전 세계로 연결한 플랫폼 기업, 실리콘투

- 01_ No.1 K-Beauty E-Commerce 플랫폼 기업
- 02_ 변화와 혁신 중심의 성장 스토리
- 03_ 차별화된 사업 모델
- 04_ 지속적이고 안정적인 경영 성과 달성
(1), (2), (3), (4)

국내 최대 규모의 K-Beauty E-Commerce 플랫폼 제공 사업자, 실리콘투

기업 개요

회사명	(주)실리콘투
대표이사	김성운
설립일	2002년 1월 19일
자본금	303억 원
임직원수	222명 (미국, 인도네시아 등 현지 법인 인력 제외 기준)
주요 사업	K-Beauty Wholesale, Retail, V-Commerce
본사주소	경기도 성남시 분당구 판교역로 231, 에스동 907호
홈페이지	www.siliconii.com

주요 경영진 현황

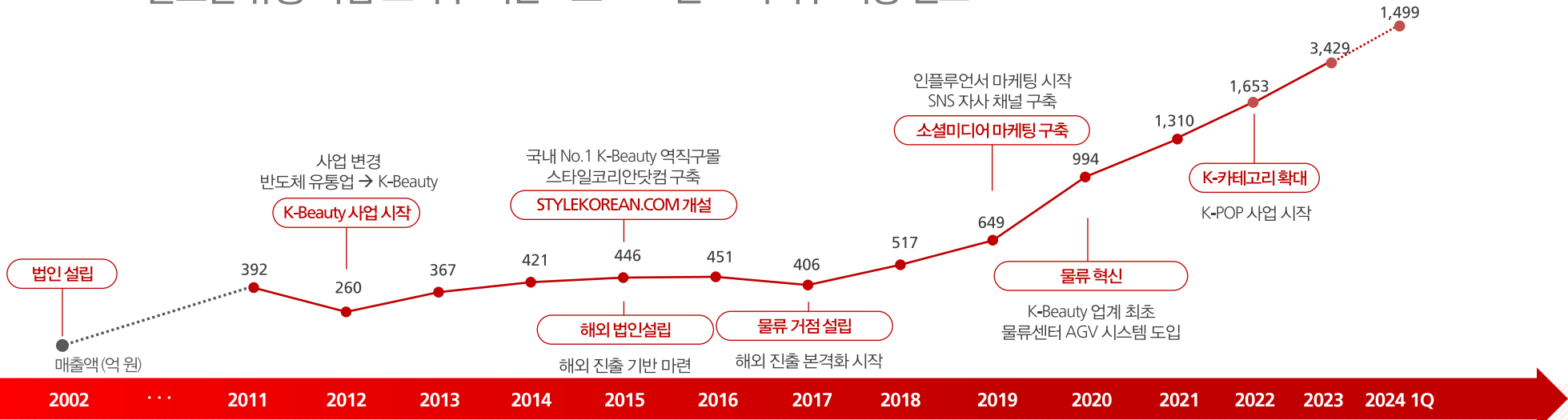


김성운 대표이사

- 2002년 ~ 현재
(주)실리콘투 대표이사
- 2018년
- 무역의 날 대표이사 전자상거래 수출시장 산업부 장관 표창
- 고용노동부 장관 표창장 수상
- 2018 미래창조 경영 우수기업 대상
- 2019년
- 2018 대한민국 우수 브랜드상 수상

성명	직위	담당 업무	주요 경력
손인호	부사장	CFO	<ul style="list-style-type: none"> • 2016 ~ 현재 : (주)실리콘투 • 2009 ~ 2014 : Stonebridge Capital Inc.(CFO) • 2007 ~ 2009 : Goldman Sachs Asset Management Korea (CMO) • 2000 ~ 2007 : 맥쿼리 IMM 자산운용 (CFO) • 1998 ~ 2000 : IMM 인베스트먼트 (공동창업자)
최진호	부사장	COO	<ul style="list-style-type: none"> • 2012 ~ 현재 : (주)실리콘투 • 1998 ~ 2011 : 동운인터내셔널 • 1996 ~ 1998 : 영풍정밀

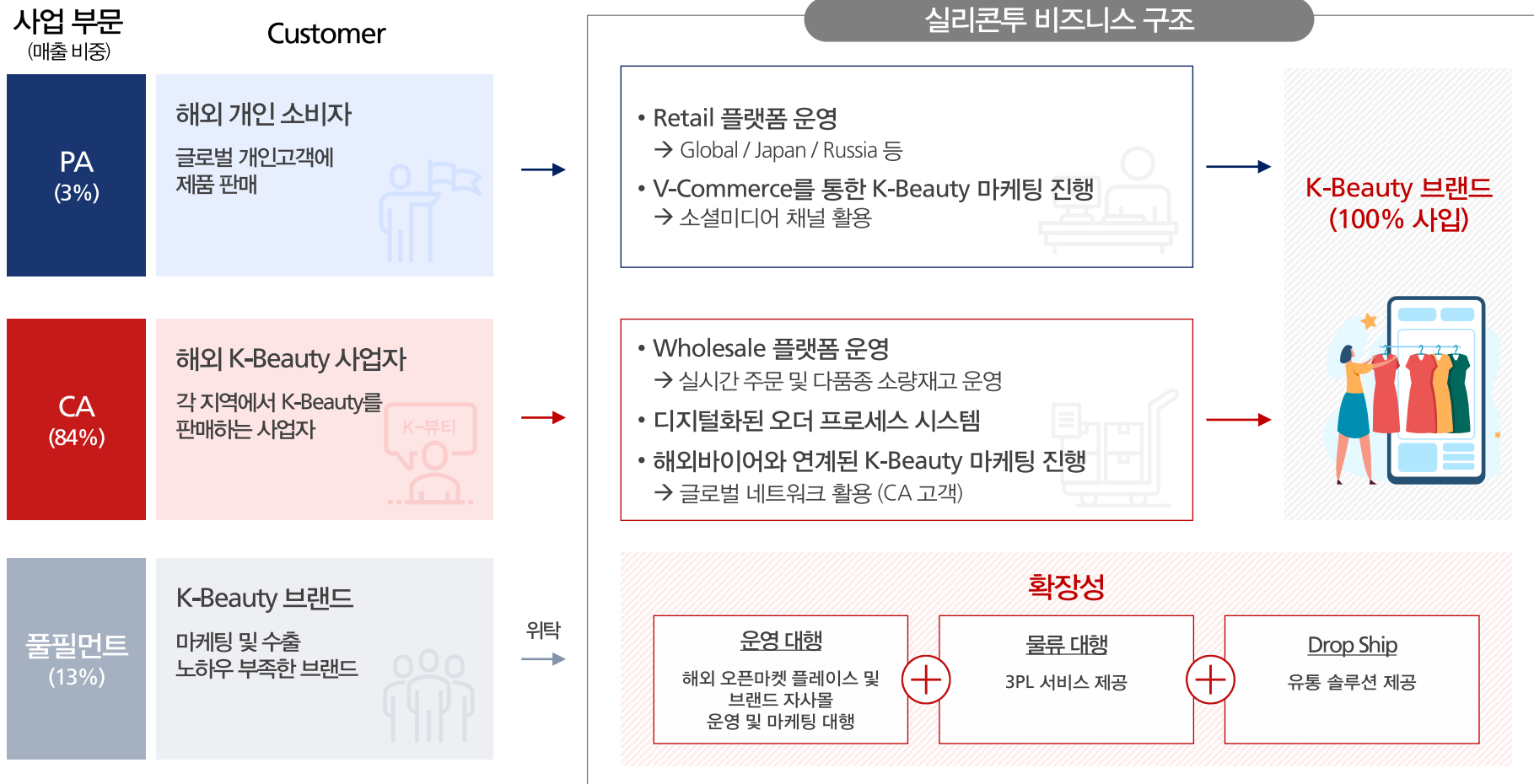
글로벌 유통 사업 노하우 기반으로 K-브랜드 역직구 시장 선도



주요 수상 내역

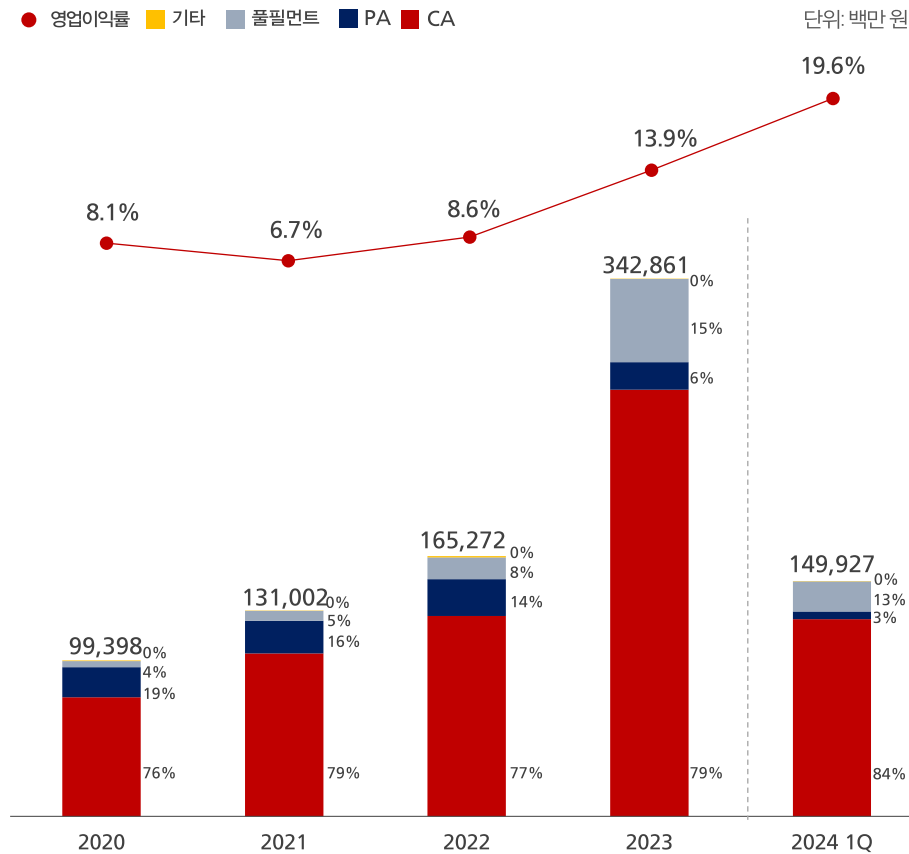
- 2018 대통령 산업 포장 포장중 수상
- 2018 미래창조 경영우수기업수상
- 2018 고용노동부 장관 표창장 수상
- 2018 올해의 히트 브랜드 대상 수상
- 2023 1억불 수출의 탑 수상

고객의 니즈에 맞춘 E-Commerce 플랫폼 비즈니스를 통해 가치 창출

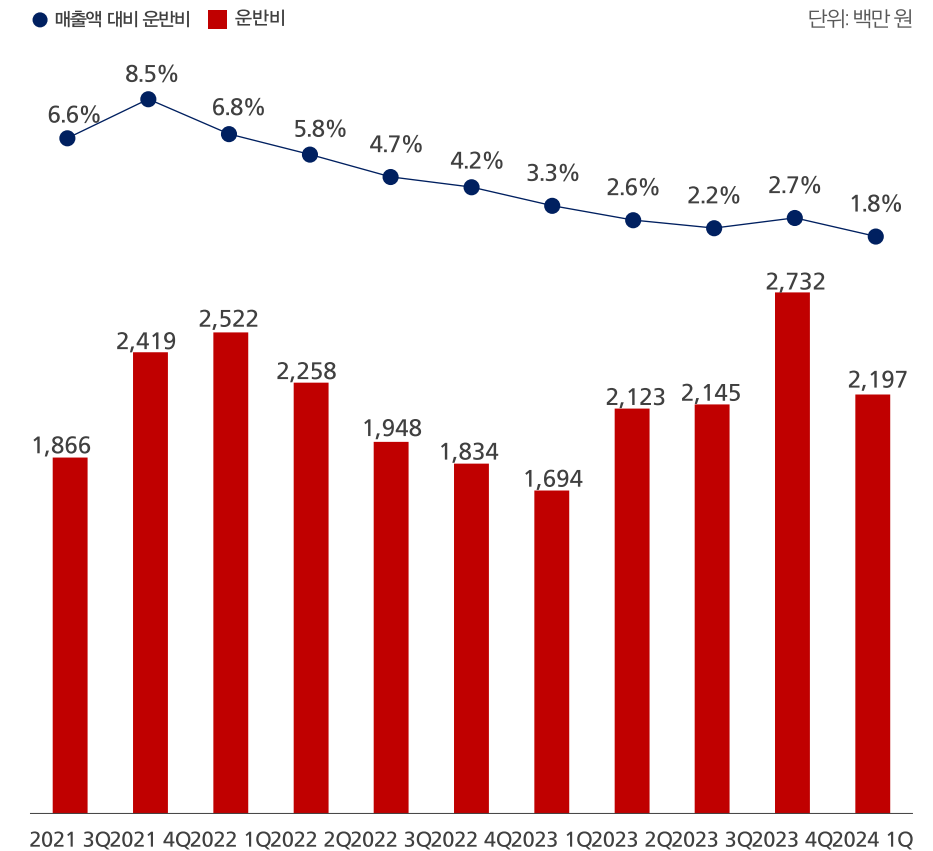


전 사업간 시너지 효과를 통해 견조한 경영 성과 실현

사업부문별 매출액 추이



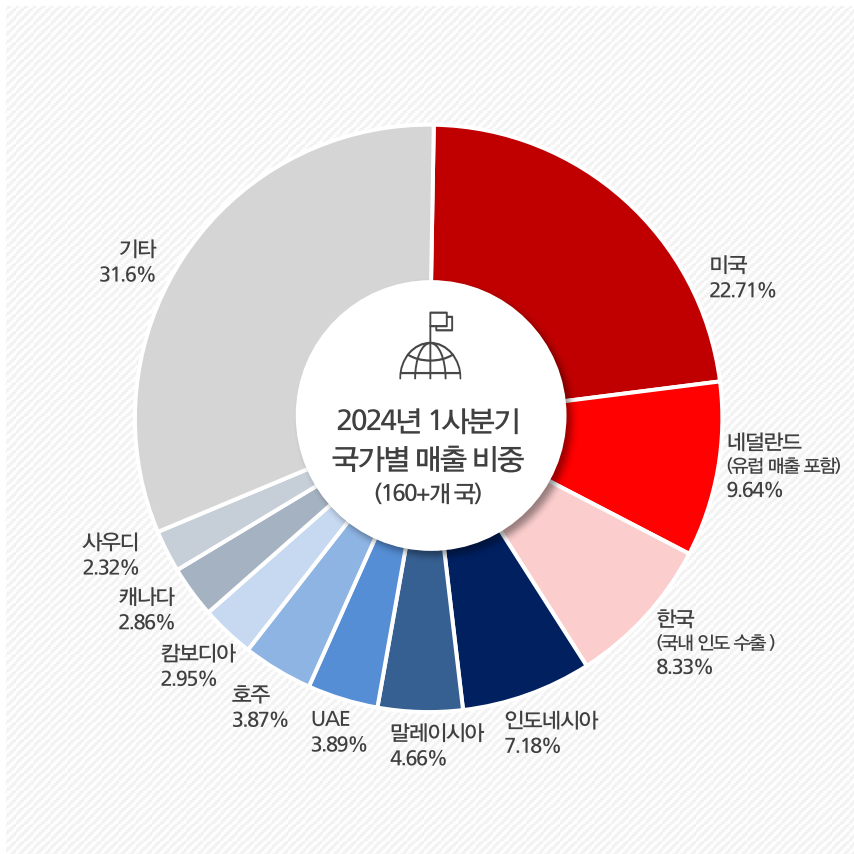
운반비 추이



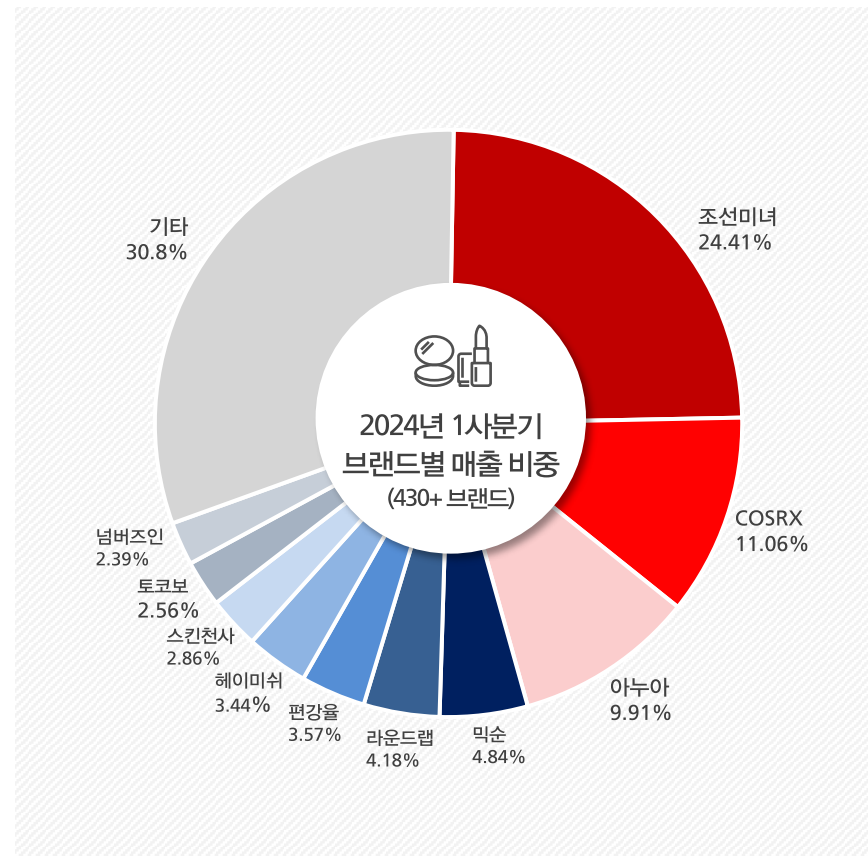
주: 2020년~2023년은 감사받은 K-IFRS 연결기준, 2024 1Q는 감사받지 않은 K-IFRS 연결 기준
 주: 운반비 추이에 적용된 매출액 대비 운반비의 매출액은 별도기준

수출 국가의 다양화(중국 向 수출 0%)로 리스크 최소화 → 견조한 경영성과 실현

국가별 매출 비중



Top 10 브랜드별 매출 비중



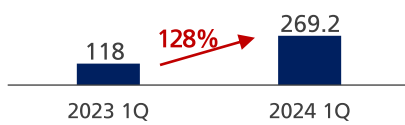
주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 기준(별도)

국가, 브랜드 매출의 견고한 성장

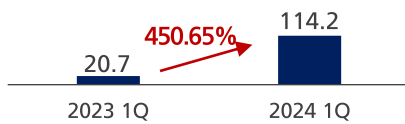
주요 국가별 매출 성장률

단위: 억 원

미국



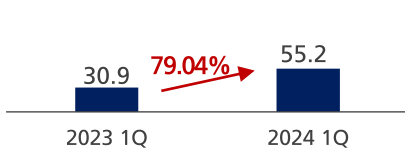
네덜란드



인도네시아



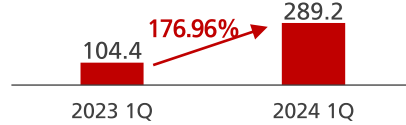
말레이시아



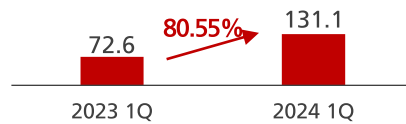
주요 브랜드별 매출 성장률

단위: 억 원

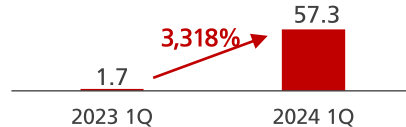
조선미녀



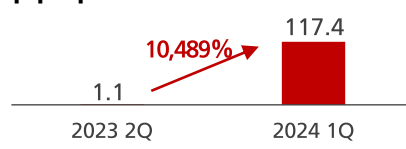
코스알엑스



믹순



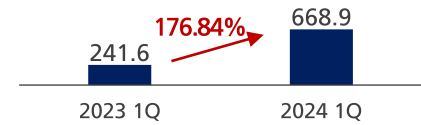
아누아



주요 기능 구분별 매출 성장률

단위: 억 원

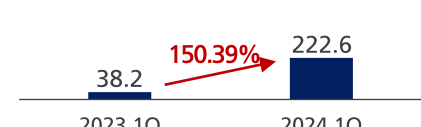
스킨케어



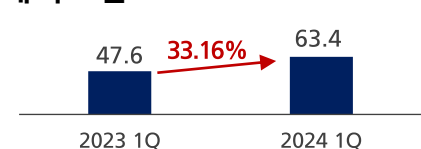
썬케어



클렌징/마스크



메이크업

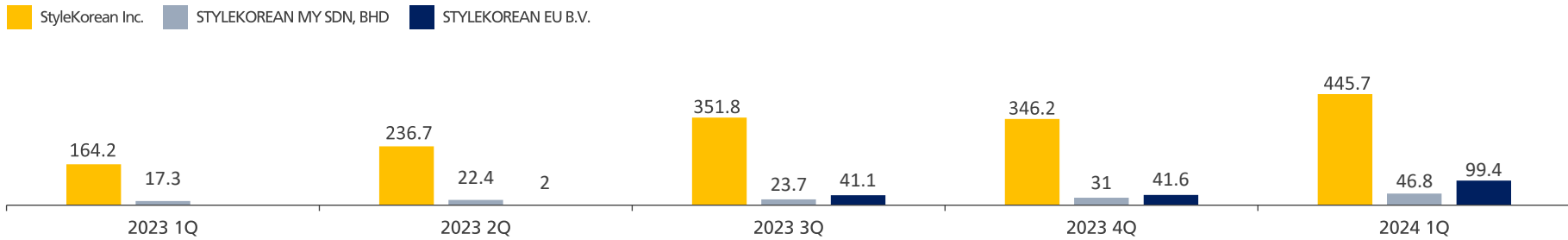


주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 기준 연간 누적 수치

해외 지사의 지속적인 성장

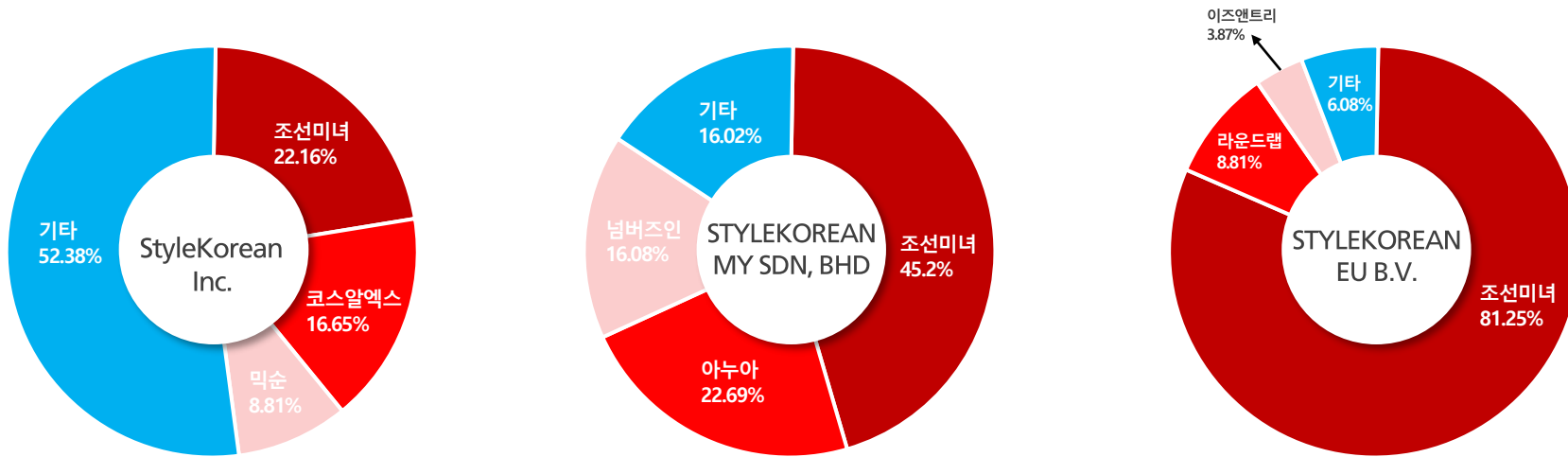
지사별 매출액 추이

단위: 억 원



지사별 브랜드 매출 순위 TOP 3

기준: 2024년 1사분기



주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 출고 기준 연간누적 수치



Chapter 03

실리콘투만의
이유 있는 자신감

- 01_ 미디어를 통한 브랜딩 능력,
Global Marketing
- 02_ Global Fulfillment &
Crossborder Logistics
- 03_ Localization

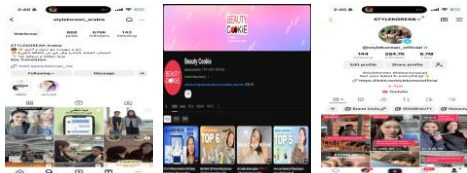


글로벌 마케팅에 최적화된 콘텐츠 기획으로 다양한 중소 브랜드의 인지도 제고 및 성장 기여

단위: 십억 원

자체 보유 채널

다양한 SNS 채널을 통한 팔로워 400+만 명



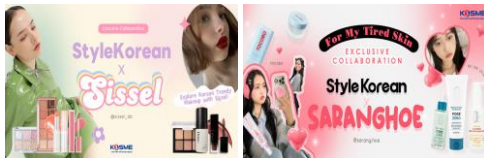
Instagram 채널 stylekorean_arabia, stylekorean_global, stylekorean_official, Tiktok 채널 stylekorean_official

다양한 유통채널로 효율적 마케팅 '원소스 멀티유즈'

- Youtube, Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter 등 다양한 SNS 채널 확보
- 자체 스튜디오 2곳을 통해 콘텐츠 제작 및 배포

인플루언서 Pool

전세계 68개국 인플루언서 25,000+ 명



K-컬처 & K-문화 & K-Beauty 트렌드 선도

- 국가별 유명 뷰티 인플루언서와 K-Beauty & 문화 콘텐츠 기획 및 제작
- 인플루언서 현지 팬미팅 행사 진행
- 영향력있는 인플루언서를 통한 노출효과 기대

V-Commerce

인플루언서와 협업하여 마케팅 진행



인플루언서 프로모션 (LUCKY BOX)



인플루언서 라이브 스트림

다양한 프로모션을 통한 브랜드 노출

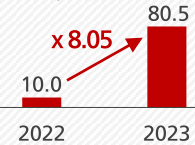
- 브랜드 / 제품 Seeding 진행
 - Try Me Review Me, Giveaway 등 전세계 제품 무료 증정 프로모션을 통한 자사몰 유입 유도
 - 해외 인플루언서들의 영상 콘텐츠를 통한 바이럴 마케팅 진행 (GURUS)

실리콘투 매출액 Top 3 브랜드

1위

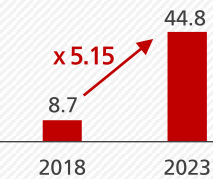
조선미녀

Beauty of Joseon



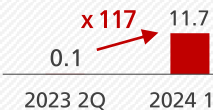
2위

COSRX



3위

Anua



주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 별도 매출액 기준

End-to-End 서비스 제공 능력 확대로 LaaS(Logistics-as-a Service) 업체 초석 마련

풀필먼트란?

상품의 입고부터 재고관리, 분류, 배송은 물론 사후처리까지 모든 업무를 일괄적으로 처리하는 서비스



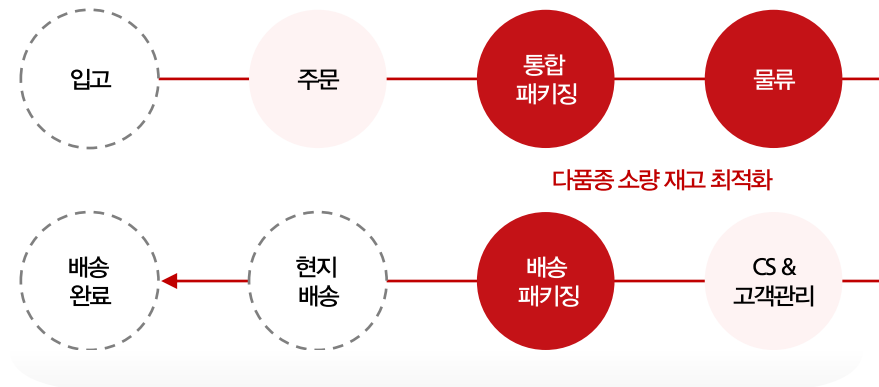
한국 + 6개 글로벌 네트워크 구축



무인자동화 로봇 시스템 (AGV) 도입

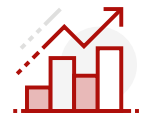
실리콘투 자동화 물류 시스템

최적화 솔루션 자체 개발 → 물류 자동화 시스템 구축 → 풀필먼트 확장 가능



기대효과

- 01_ 체계적 재고 관리 및 배송 속도
- 02_ Digitalized 주문 결제 배송 플랫폼
- 03_ AGV 도입을 통한 인건비 절감 및 작업 효율화 달성



현지화 전략을 통해 글로벌 시장을 주도하는 실리콘투

물류의 현지화



로케이션 별
물류 현지화



영업의 현지화



현지 사이트,
현지 영업 진행



현지 역량 강화



언어, 결제,
각종 인증의 현지화



현지화를 통해 고객들에게 보다 나은 서비스를 제공합니다.

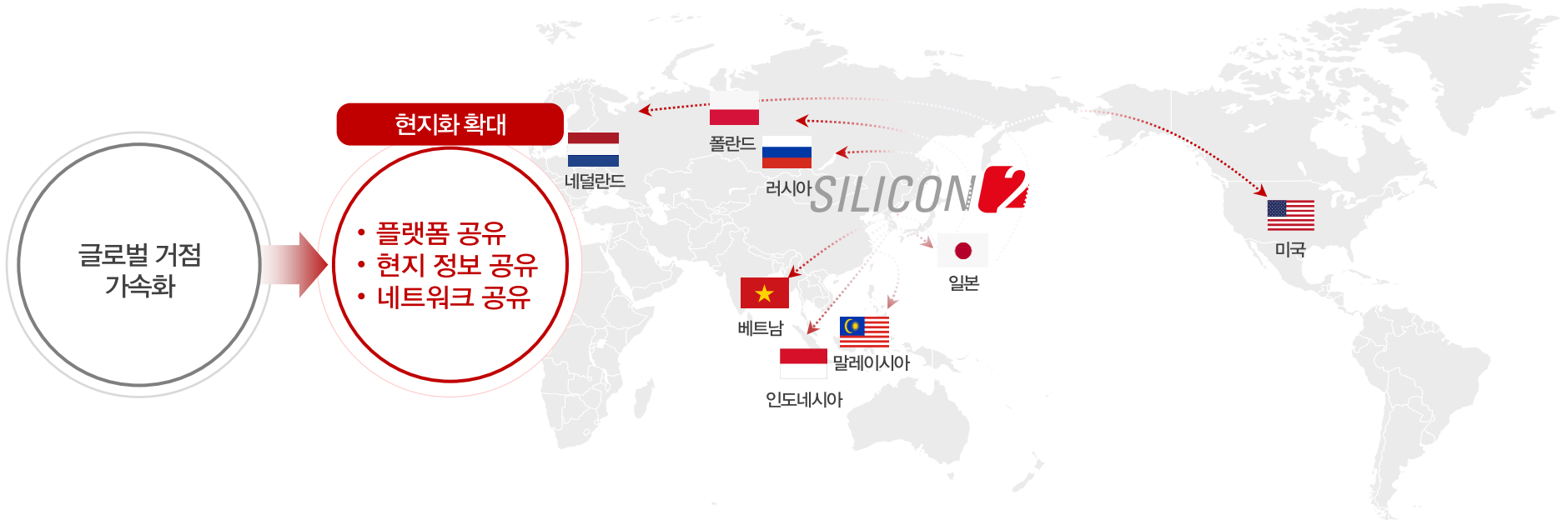


Chapter 04

세계 속의 K-브랜드,
실리콘투가 선도한다.

- 01_ 해외 거점 가속화를 통한 현지화 확대
- 02_ K-Beauty에서 K-Food, K-Fashion,
K-Style까지 카테고리 확장
- 03_ K-브랜드 지분투자를 통한 동반 성장 Vision

글로벌 전역에 End-to-End 서비스 공유 → 현지화를 통한 고속 성장



국내 No.1 역량, 글로벌 확대		신규 국가 및 국가간 서비스 확대		글로벌 최적화 물류 시스템 및 현지화 구축			
2015년	2017년	2018년	2019년	2021년	2022년	2023년	To - Be
미국 (캘리포니아)	미국 (뉴저지)	인도네시아	한국 (광주시)	미국 (산타페)	말레이시아 일본	네덜란드, 폴란드 러시아	인도, 남미 지사 설립 등 글로벌 유통망 확대
							전략적 제휴 및 축적된 노하우를 통해 글로벌 오픈 플랫폼 플랫폰 제공
글로벌 물류 인프라 네트워크 강화							

K-Beauty의 성공을 발판삼아 다양한 종류의 K-브랜드 소싱을 통한 제품 라인업 다변화

K-브랜드 라인업 확대

- K-브랜드에 관심이 높은 글로벌 지역별 고객 및 구매 Data 보유
- 기 축적된 글로벌 마케팅 능력 및 수출 노하우 활용
- 경쟁력 있는 국내 중소형 브랜드 육성



플랫폼 기반의 높은 확장성 보유

Style Korean.com

K-브랜드 카테고리 확대로 제품 라인업 다변화



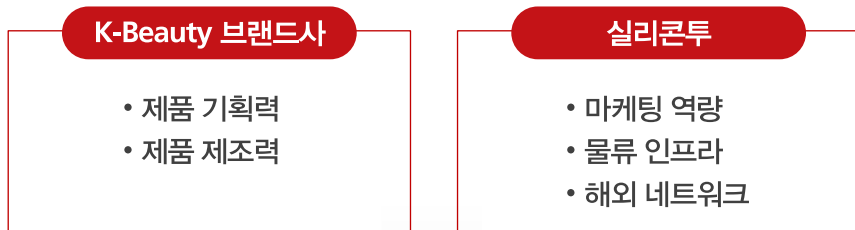
2023년 K-Brand 다양한 라인업 런칭

<p>K-Food</p>	<p>건강기능식품</p>
<p>K-POP</p>	
<p>K-Fashion</p>	<p>K-Style</p>

주: 회사 내부 자료

대한민국 대표 K-브랜드 지분투자 및 협업을 통해 글로벌 시장 내 동반 성장

K-Beauty 브랜드사와 실리콘투 협업을 통한 시너지 창출

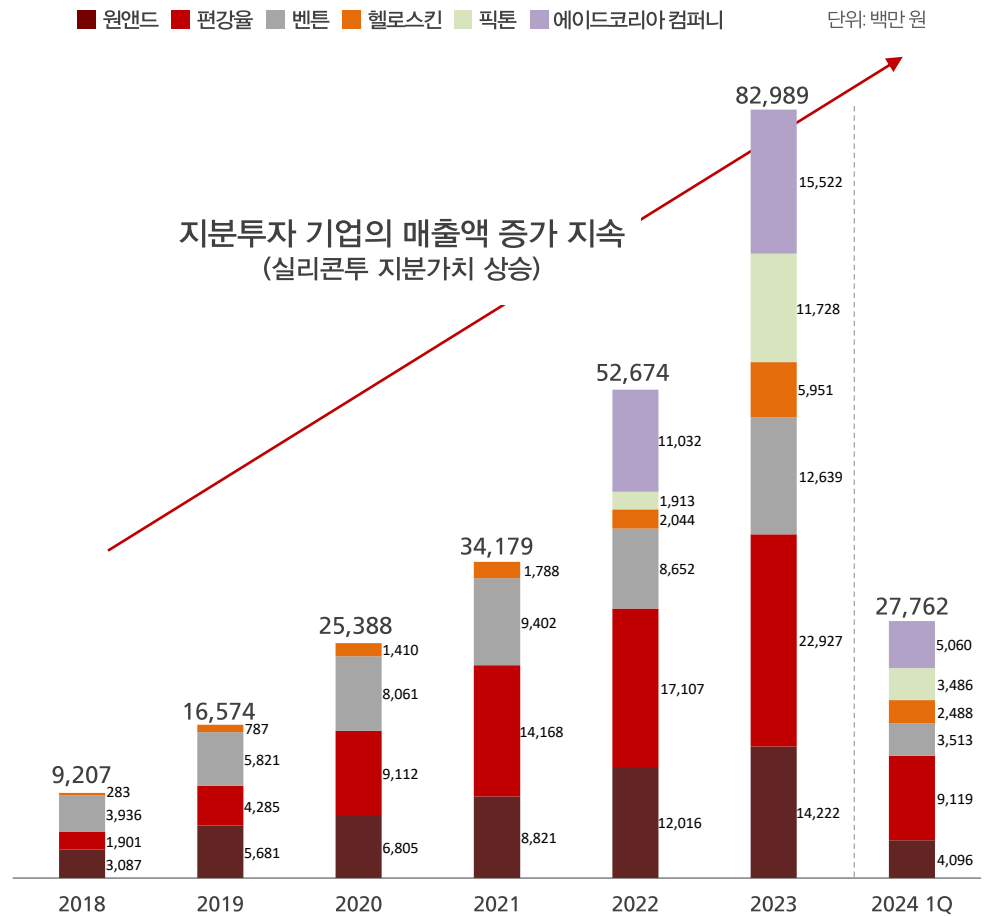


해외 진출에 성공 가능성 높은 브랜드 육성

구분	원앤드	벤튼	편강한방 피부과학 연구소	헬로스킨	픽톤	에이드 코리아 컴퍼니
	heimish	Benton	Pyunkang Yul	Jumiso	TOCOBO	MARY & MAY
투자시기	2016.03	2016.11	2017.12	2018.02	2021.05	2021.10
투자금액 (지분율)	400 백만원 (23.4%)	300 백만원 (25%)	300 백만원 (10%)	50 백만원 (25%)	300 백만원 (30%)	1,200 백만원 (31.25%)
매출액 CAGR (20년~23년)	20.23%	11.9%	12.79%	35.06%	454.18%	14.17%

브랜드 추가 투자 진행 완료
(비더스킨, 제이씨앤컴퍼니, 더플랜트베이스)

지분투자 브랜드사 매출액 추이



VISION



- 체계화된 해외 유통 시스템
- 맞춤형 해외 고객사 연결
- 현지 오피스 네트워크
- 해외 마케팅 전략 제시



- 빠른 유통 밸류체인
- 다양한 네트워크를 통한 K-브랜드 접근성 용이
- 고도화된 편리한 주문 / 결제 / 배송 / 물류 시스템
- 최신 K-트렌드 정보 전달

Supplier 와 Customer의 니즈를
충족시킬 수 있는 공유 플랫폼

국가 / 지역별 현지화를 통한 Scale-up 실현



APPENDIX

연결 손익 계산서

단위: 억 원

구 분	제23기 1사분기	제22기	제21기
	2024년 1월 1일 ~	2023년 1월 1일 ~	2022년 1월 1일 ~
	2024년 3월 31일	2023년 12월 31일	2022년 12월 31일
매출액	1,499.3	3,429	1,652.7
매출총이익	506	1,151	527.6
% 이익률	33.7	33.6	31.9
영업이익	294.5	478	142.4
% 이익률	19.6	13.9	8.6
법인세비용 차감전 순이익	318	481	142.7
% 이익률	21.2	14.0	8.6
당기순이익	255.4	380	111.6
% 이익률	17	11.1	6.8

연결 재무상태표

단위: 억 원

사업연도	제23기 1사분기	제22기	제21기
구분	2024년 3월 31일	2023년 12월 31일	2022년 12월 31일
[유동자산]	2,293.2	1,363.9	732.3
· 당좌자산	1253	578.6	446.3
· 재고자산	1,040.3	785.4	286.0
[비유동자산]	817.8	788.8	559.9
· 투자자산	159.6	162.3	103.5
· 유형자산	620.6	592.1	441.1
· 무형자산	7	6.6	0.9
· 기타비유동자산	30.6	27.8	14.3
자산총계	3,111	2,152.7	1,292.2
[유동부채]	1,417.2	741.8	286.1
[비유동부채]	79.1	61.4	42.2
부채총계	1,496.2	803.2	328.3
[자본금]	303	303	301.9
[자본잉여금]	301.8	301.8	296.3
[기타포괄손익누계액]	38.3	28.4	27.1
[기타자본항목]	8.4	8.4	10.7
[이익잉여금]	963.4	708.1	327.9
자본총계	1,614.8	1,349.5	963.9