

No.1 Worldwide
K-Beauty
Platform
SILICON2



*SILICON***2**

Disclaimer

본 자료는 기관투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보 제공을 목적으로 주식회사실리콘투(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 경영방향등을 고려한 것으로, 향후 시장환경의 변화와 전략수정등에 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 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

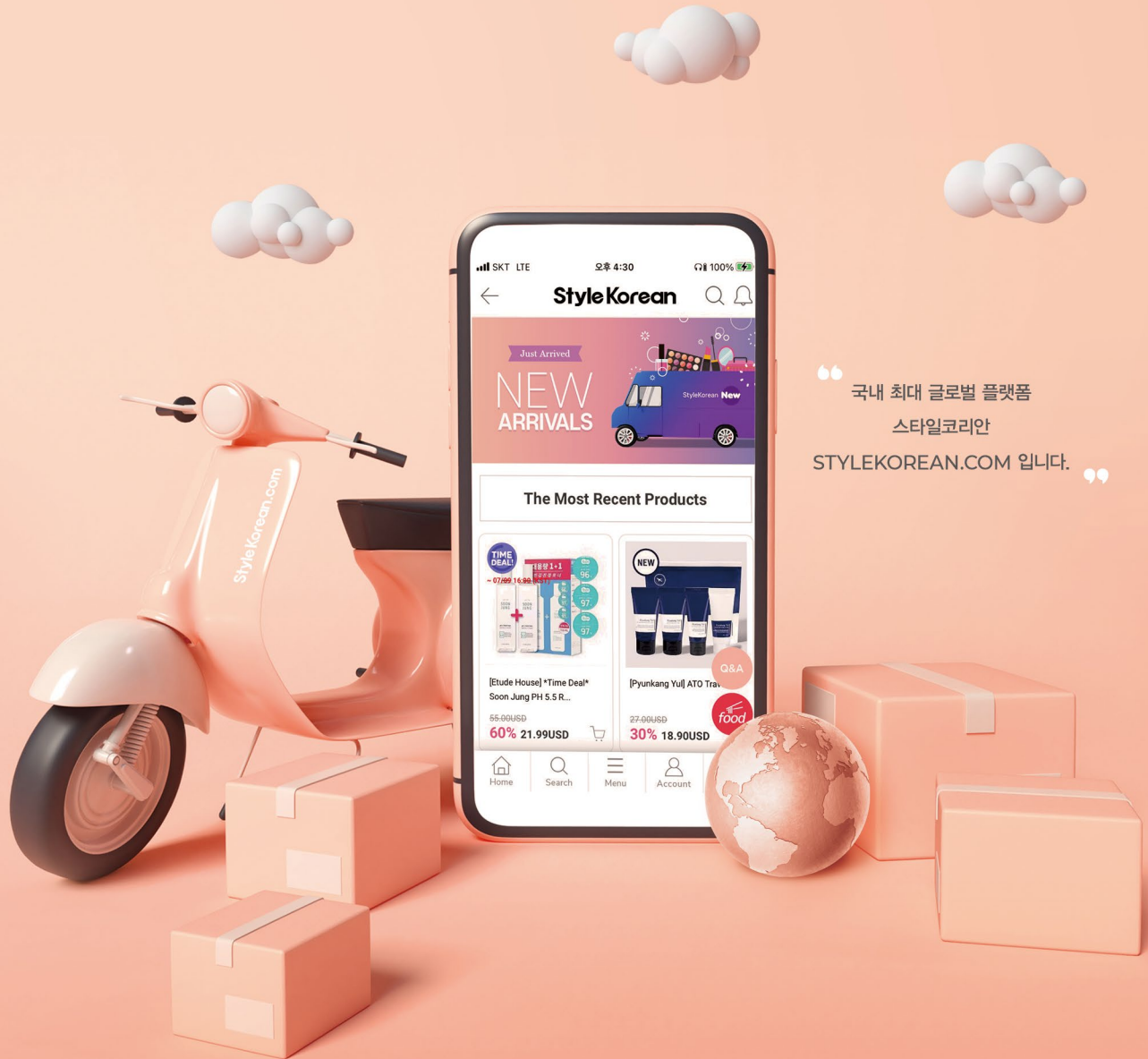
Chapter 01_ K-Beauty & E-Commerce

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



“ 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



'모감'
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



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.



- K-Beauty의 높아진 위상**
다양한 브랜드 및 제품 소싱
- 브랜드에 문화가 더해진 가치 창출**
스토리 중심의 미디어 마케팅
- 글로벌 고객 만족도**
고객 접근성 및 편의성 확보

PUBLISHER

K-Beauty 공급 (500+개 브랜드)

LOCALIZATION

지역별 전문화된 지식과 현지 마케팅 및 인허가 노하우 공유

INCUBATION

신생 브랜드와 동반성장 (9개 브랜드 지분투자)

| | | |
|--------------|-------------|----------------|
| heimish | Jumiso | Benton |
| Pyunkang Yul | be the skin | NINE LESS° |
| TOCOBO | MÁRY & MAY | THE PLANT BASE |



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 기업수 증가



용기 · 부자재 기업수 증가



2만 여개 이상의 화장품 브랜드

생산 인프라 확장 → 1인브랜드 생성 용이

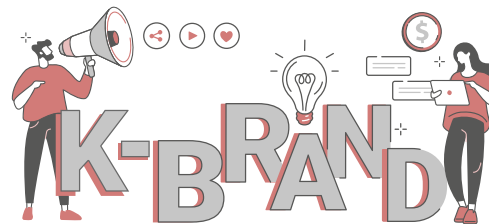
K-Brand 의 성장

문화강국

BTS, BLACKPINK
슈퍼M, 스트레이키즈

기술강국

삼성전자, 현대자동차

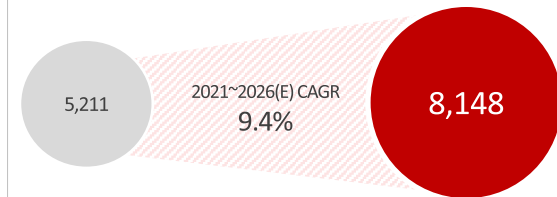


K-Brand의 기술과 문화 경쟁력 증가

E-Commerce의 성장

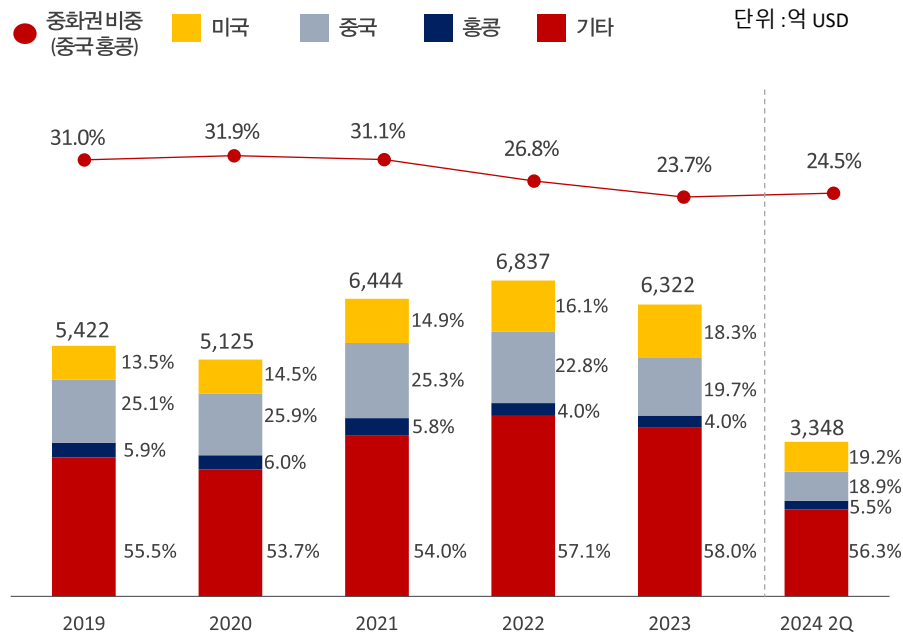
글로벌 소매 전자상거래 시장규모

단위:조달러

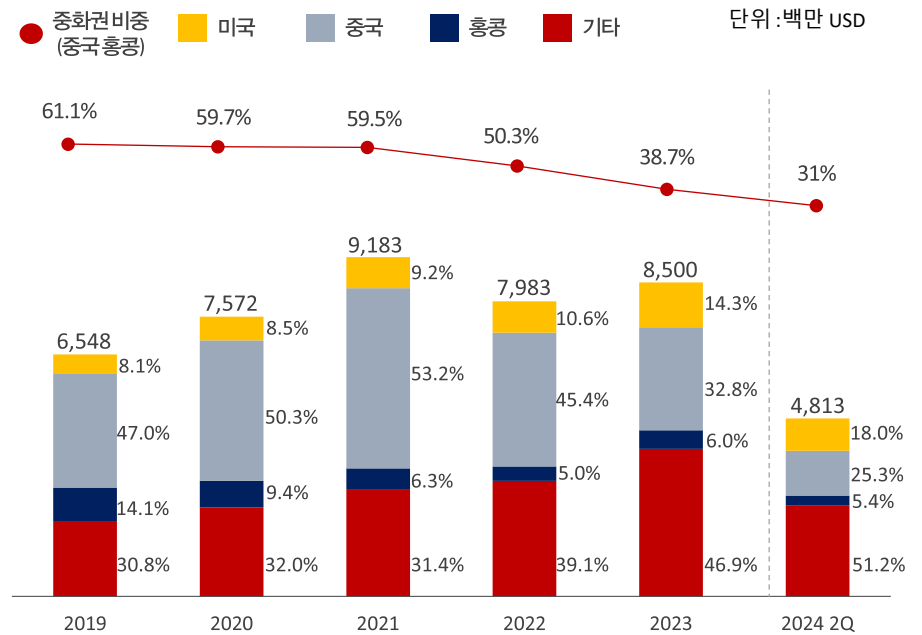
온라인 채널 성장
→ 소자본 브랜드 온라인 채널을 통한 고접근성K-콘텐츠와 기술력을 갖춘 'Made in Korea'
→ K-Beauty, K-Pop, K-Food, K-Fashion 동반 성장

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 수출입무역통계, 대한화장품산업연구원

주: 귀차오 절벽: 소득증가와애국주의 교육으로 무장한 중국의 MZ세대로 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 | 305억 원 |
| 임직원수 | 229명 (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

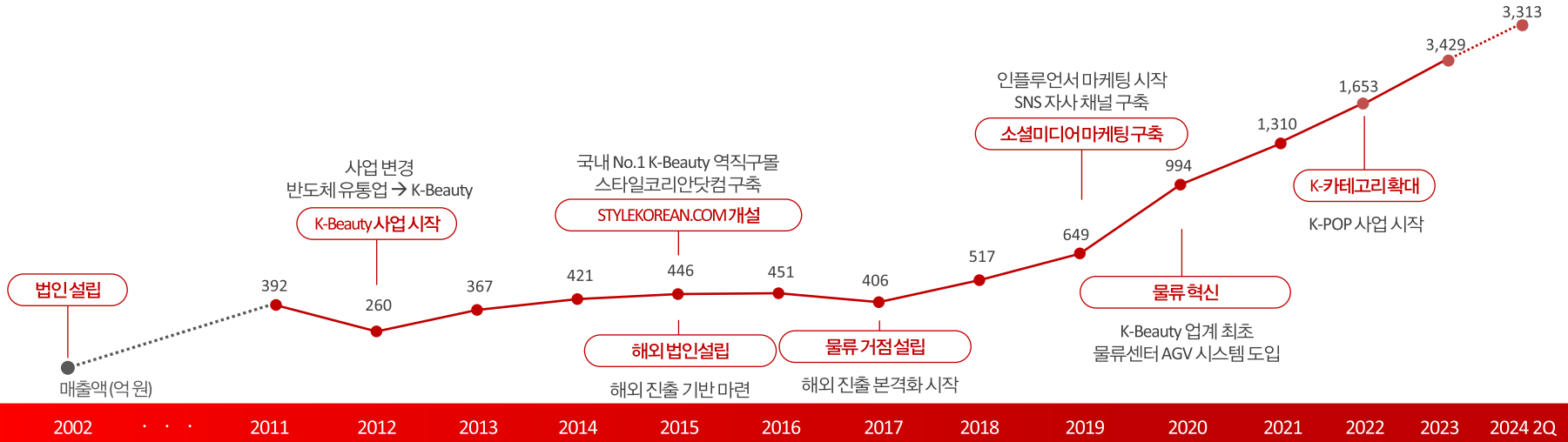


김성운 대표이사

- 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

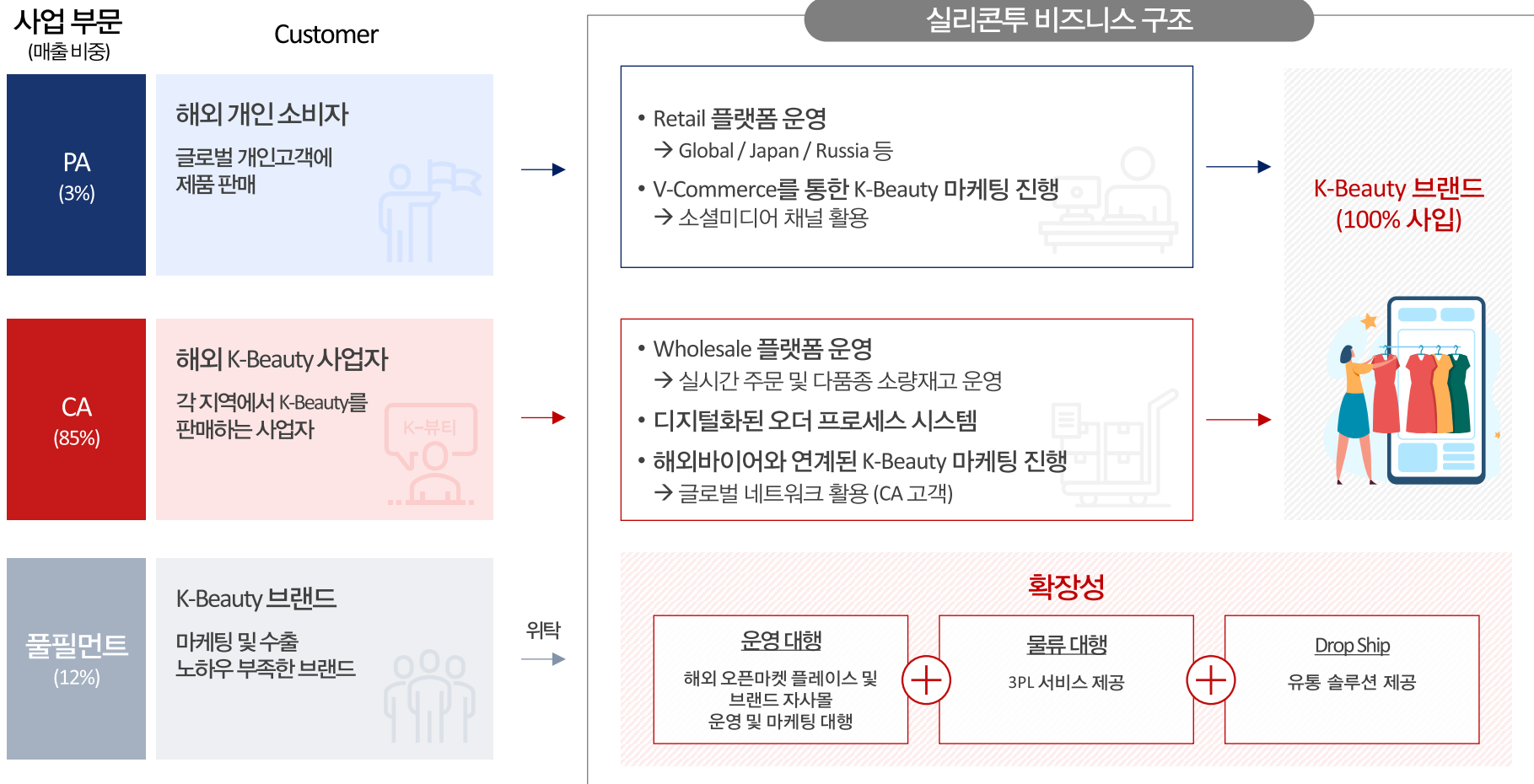


| 사업 기반 구축 | 성장기 | NEW |
|---|--|--|
| <p>2002 (주)실리콘투 설립 → 반도체 유통업 영위 → 유통 및 재고관리 노하우 기반 구축</p> | <p>2012 유통 및 재고 관리 노하우 기반 → K-Beauty 사업 시작</p> <p>2017 물류 거점 설립 미국 New Jersey Warehouse 설립 미국 동부 Office 설립</p> | <p>2015 글로벌 시장 공략 미국 현지 법인 설립 K-Beauty 역직구물 구축 STYLEKOREAN Global 사이트 Open STYLEKOREAN JP 사이트 Open</p> <p>2019 소셜미디어 마케팅 구축 K-BEAUTY STUDIO 설립 유튜브 채널 뷰티쿠키 개설 해외 시장 다변화 STYLEKOREAN INDONESIA 설립</p> |
| | | <p>2020 물류 혁신 AGV 시스템 도입</p> <p>2022 K-카테고리 확대 말레이시아 법인 설립</p> <p>2023 폴란드 법인 설립 네덜란드 법인 설립 러시아 법인 설립</p> <p>2024 싱가포르 지사 설립 영국 지사 설립</p> |

주요 수상 내역

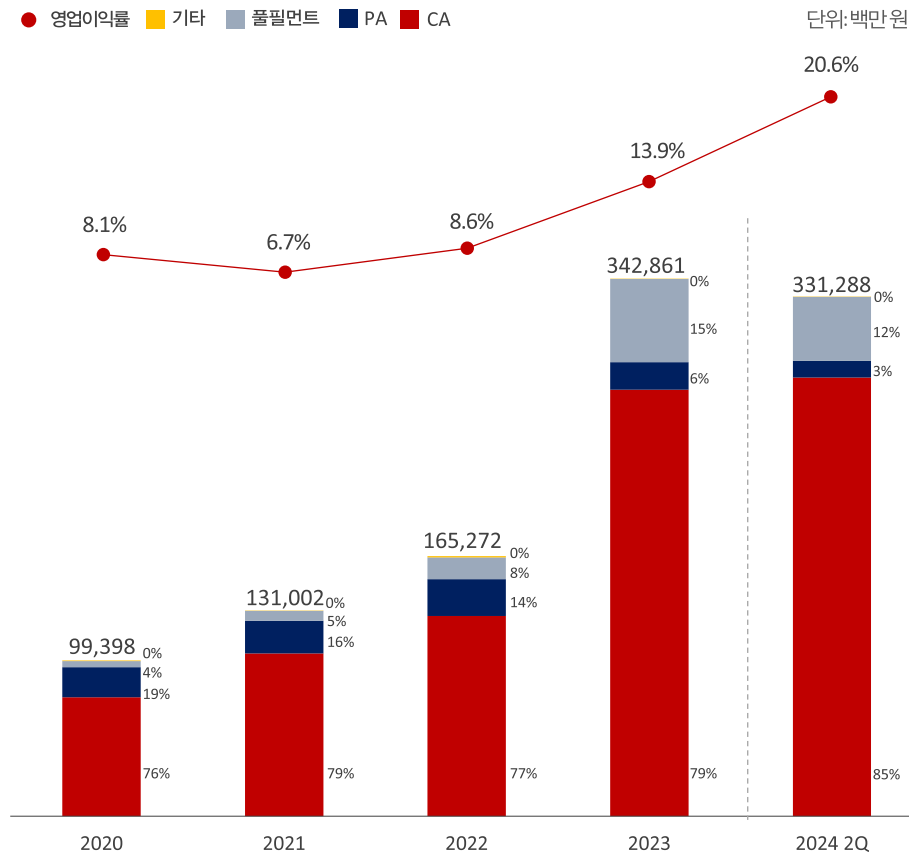
| | | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| <p>2018 대통령 산업 포장 포장중 수상</p> | <p>2018 미래창조 경영우수기업수상</p> | <p>2018 고용노동부 장관 표창장 수상</p> | <p>2018 올해의 히트 브랜드 대상 수상</p> | <p>2023 1억불 수출 의 탑 수상</p> |
|----------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|

고객의 니즈에 맞춘 E-Commerce 플랫폼 비즈니스를 통해 가치 창출

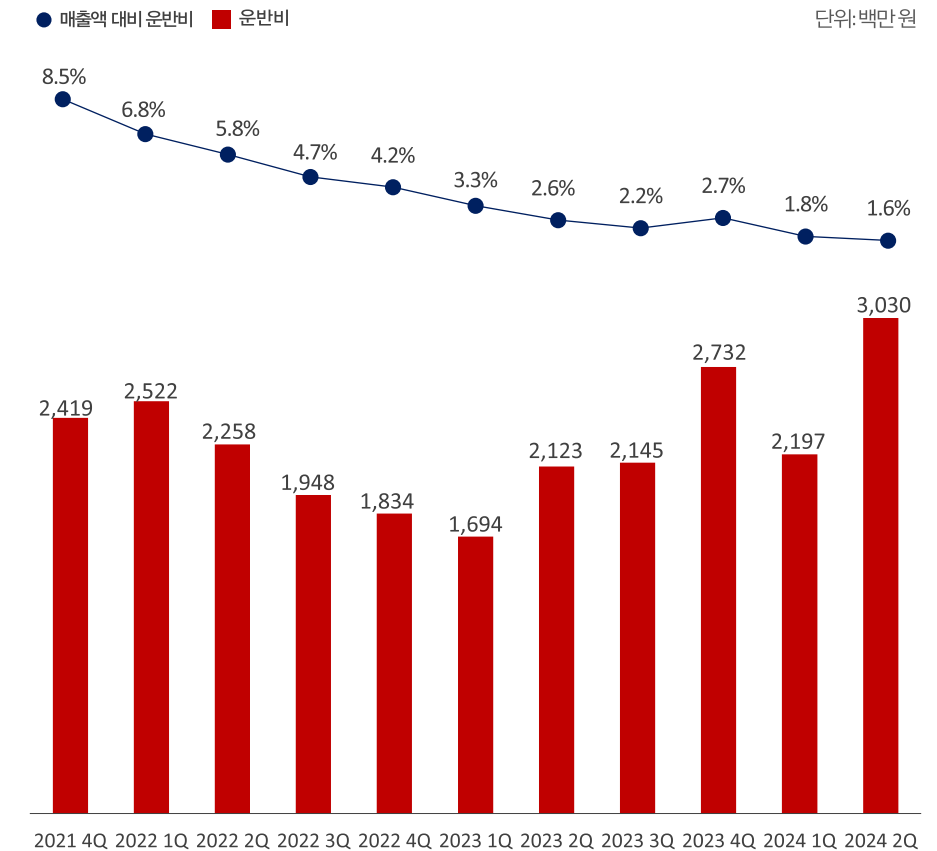


전 사업간 시너지 효과를 통해 견조한 경영 성과 실현

사업부문별 매출액 추이



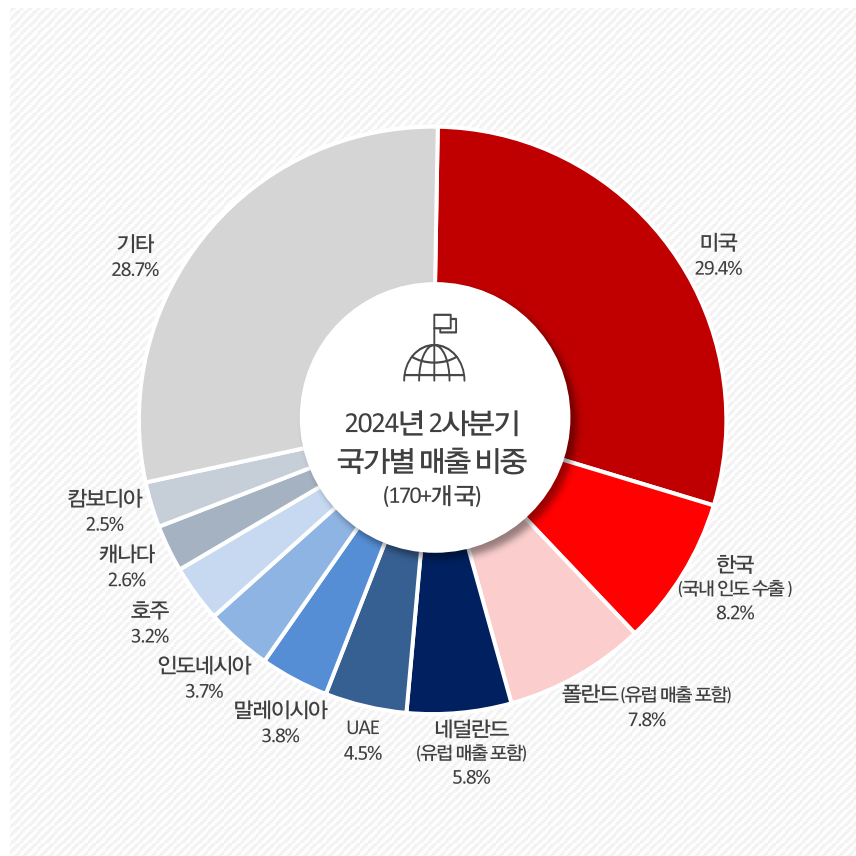
운반비 추이



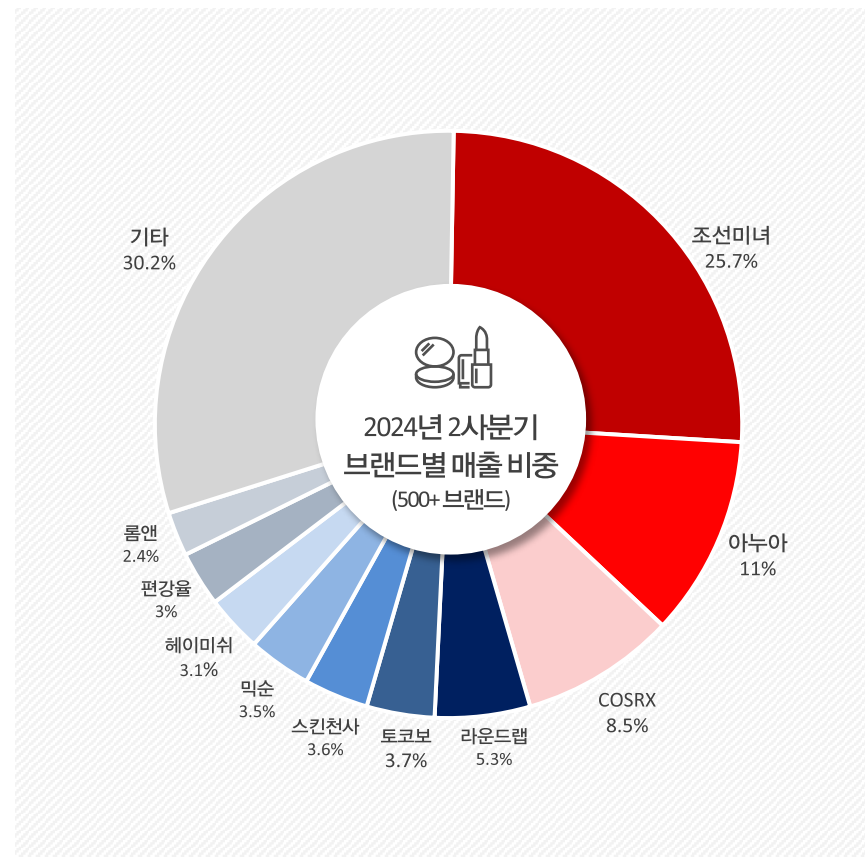
주: 2020년~2023년은 감사받은 K-IFRS 연결기준, 2024 2Q는 검토받은 K-IFRS 연결 기준
 주: 운반비 추이에 적용된 매출액 대비 운반비의 매출액은 별도기준

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

국가별 매출 비중



Top 10 브랜드별 매출 비중

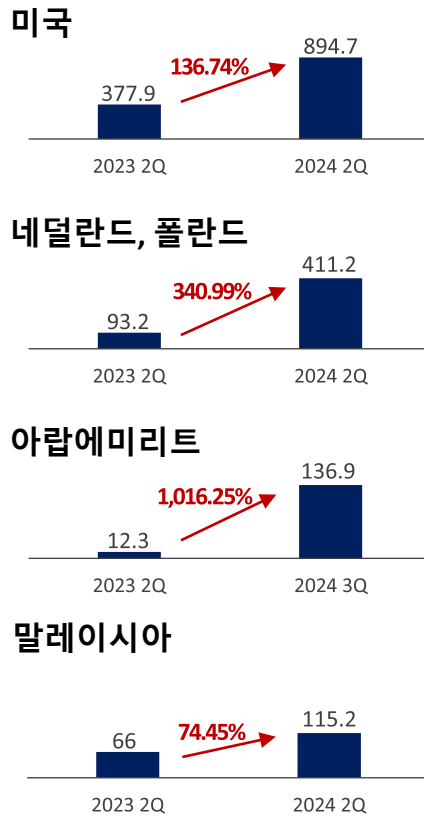


주: CA, PA, 풀필먼트 전체사업 부문 자사 전산 매출액 기준(별도)

국가, 브랜드 매출의 견고한 성장

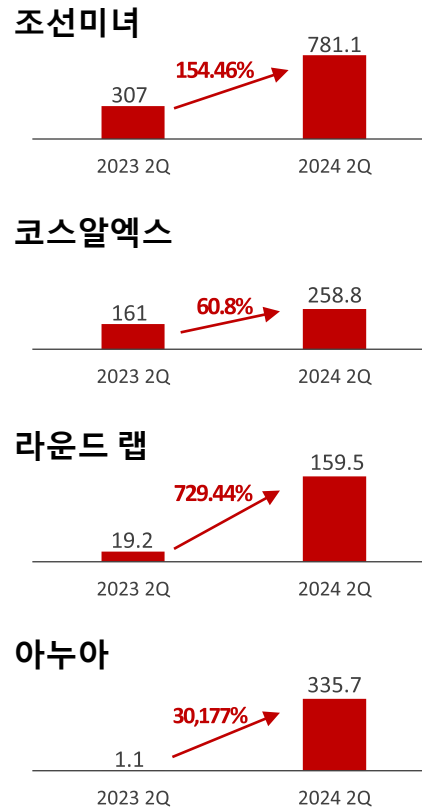
주요 국가별 매출 성장률

단위: 억원



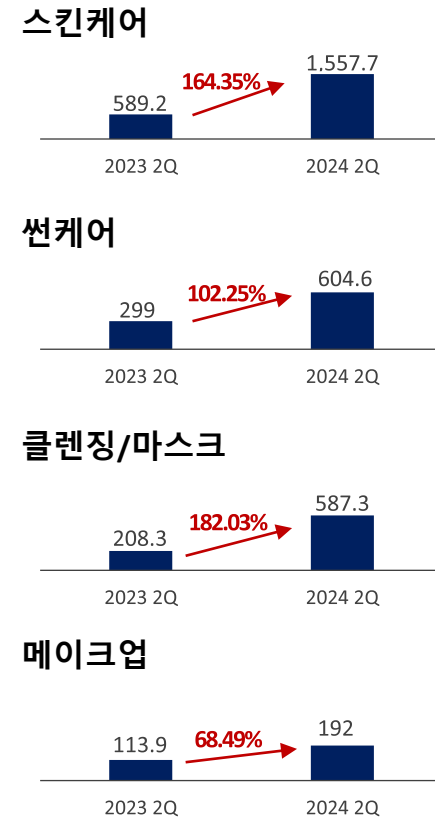
주요 브랜드별 매출 성장률

단위: 억원



주요 기능 구분별 매출 성장률

단위: 억원

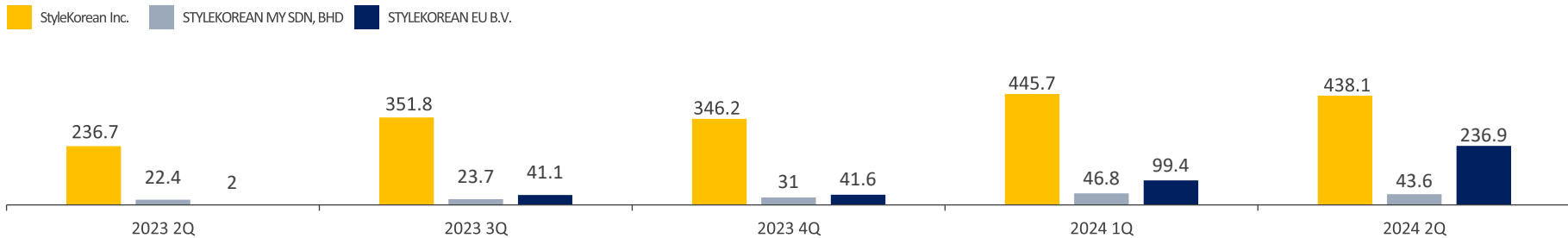


주: CA, PA, 풀필먼트 전체사업부문 자사 전산매출액 기준 연간누적수치

해외 지사의 지속적인 성장

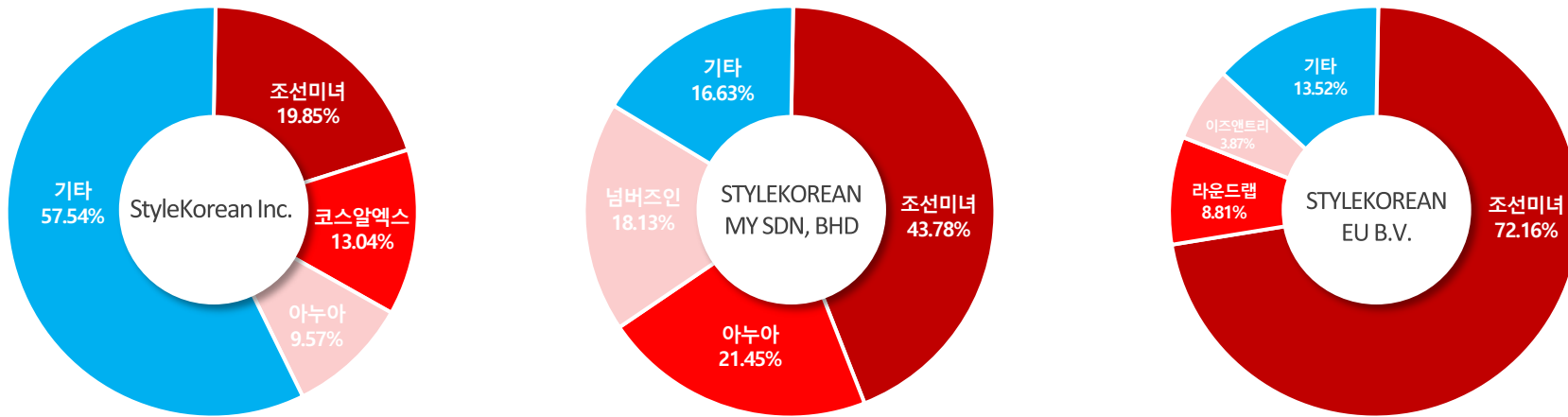
지사별 매출액 추이

단위: 억 원



지사별 브랜드 매출 순위 TOP 3

기준: 2024년 2사분기



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



Chapter 03

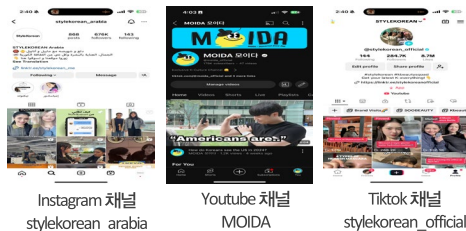
실리콘투만의
이유 있는 자신감

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



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

자체 보유 채널

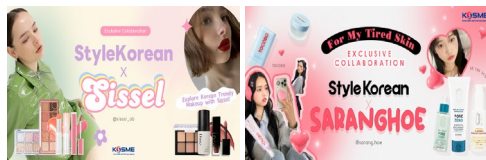


다양한 SNS 채널을 통한 팔로워 400+만 명

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

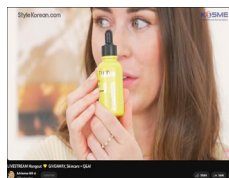


전세계 68개국 인플루언서 25,000+ 명

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

인플루언서
프로모션 (LUCKY BOX)인플루언서
라이브 스트림

인플루언서와 협업하여 마케팅 진행

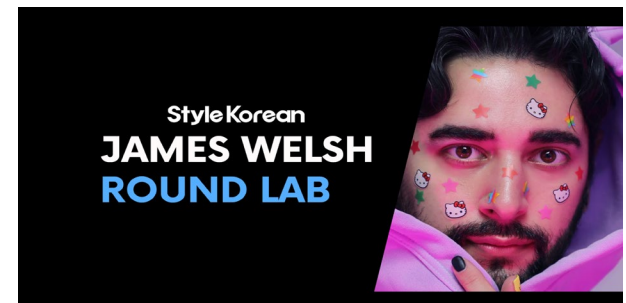
다양한 프로모션을 통한 브랜드 노출

- 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)

프로모션 BOX 마케팅 영상



인플루언서 콜라보 영상



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



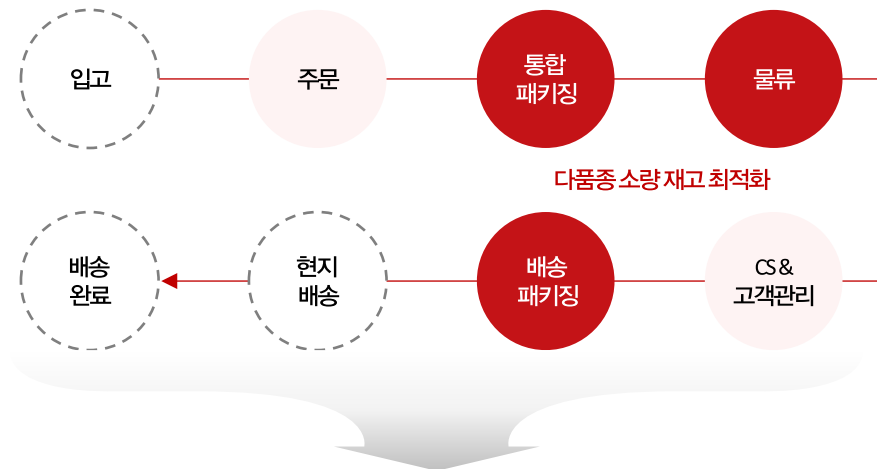
한국 + 6개 글로벌 네트워크 구축



무인자동화 로봇 시스템 (AGV) 도입

실리콘투 자동화 물류 시스템

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



다품종 소량 재고 최적화

기대효과

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





Chapter 04

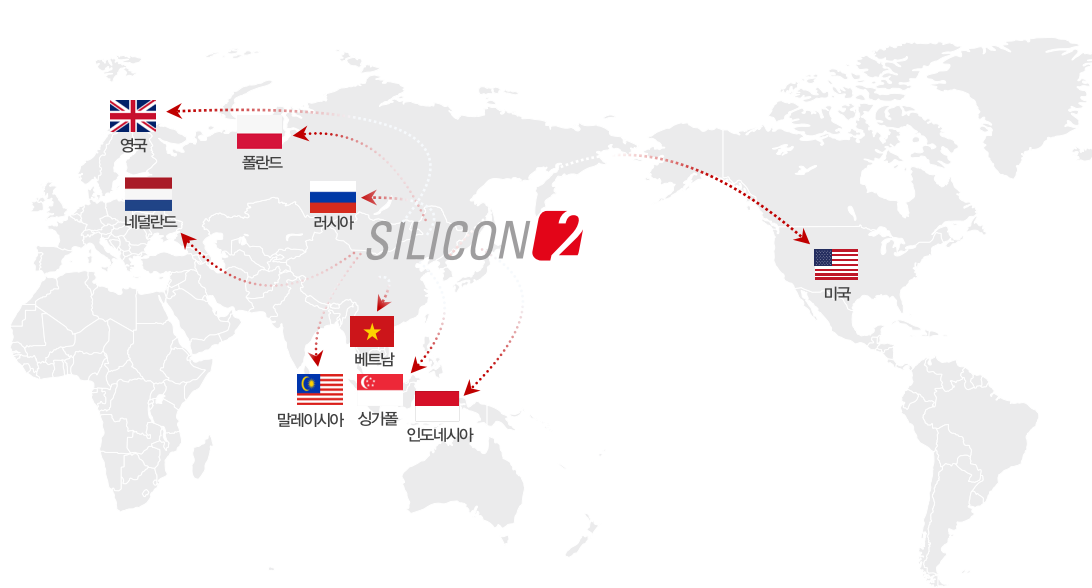
세계 속의 K-브랜드,
실리콘투가 선도한다.

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



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

StyleKorean.com

K-브랜드 카테고리 확대로 제품 라인업 다변화



2024년 K-Brand 다양한 라인업 런칭

K-Food

건강기능식품

K-POP

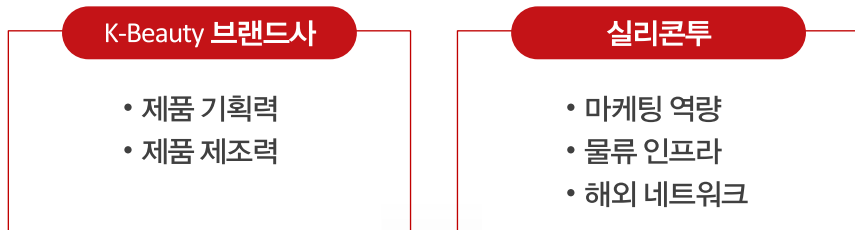
K-Fashion

K-Style

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

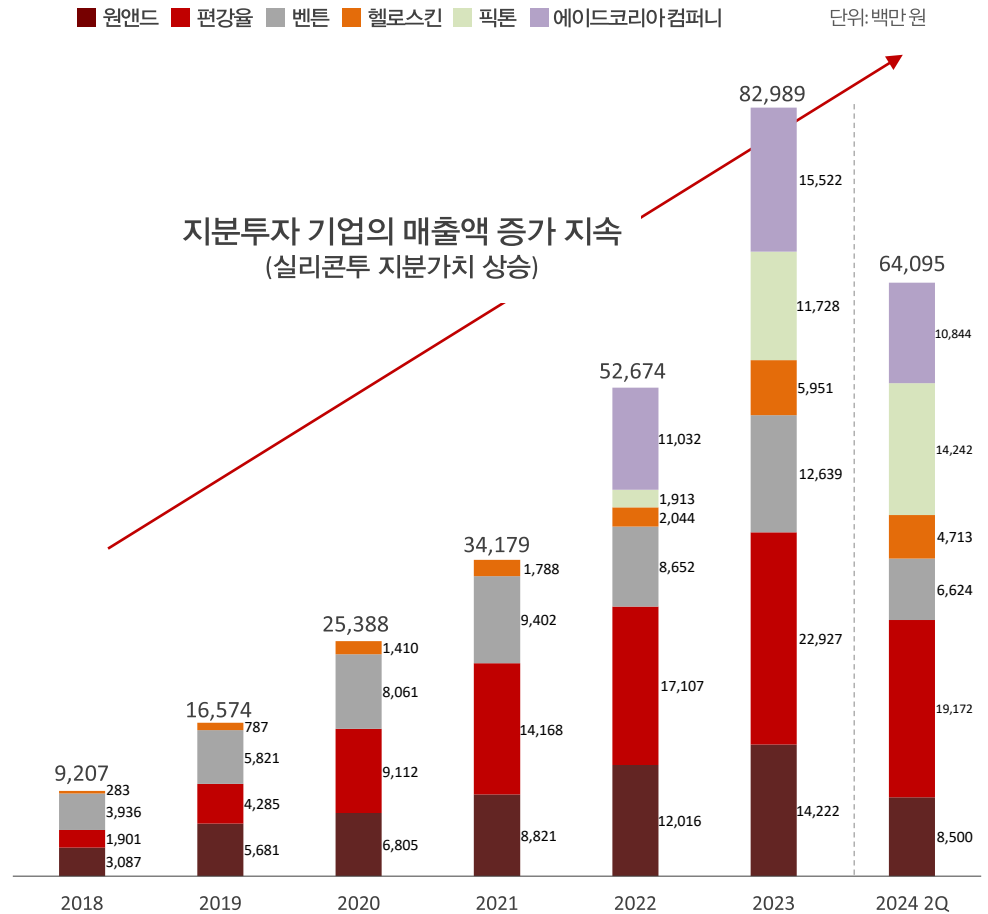


해외 진출에 성공 가능성 높은 브랜드 육성

| 구분 | 원앤드 | 벤튼 | 편강한방 피부과학 연구소 | 헬로스킨 | 픽톤 | 에이드 코리아 컴퍼니 |
|-----------------------|--------------------|------------------|---------------------|-----------------|------------------|-------------------------|
| | | | Pyunkang Yul | | TOCOBO | MARY & MAY SKIN CARE |
| 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 (17년~20년) | 53% | 102% | 43% | 144% | - | - |

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 2사분기 | 제22기 | 제21기 |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2024년 1월 1일 ~ | 2023년 1월 1일 ~ | 2022년 1월 1일 ~ |
| | 2024년 6월 30일 | 2023년 12월 31일 | 2022년 12월 31일 |
| 매출액 | 3312.9 | 3,429 | 1,652.7 |
| 매출총이익 | 1121.9 | 1,151 | 527.6 |
| % 이익률 | 33.9 | 33.6 | 31.9 |
| 영업이익 | 683.9 | 478 | 142.4 |
| % 이익률 | 20.6 | 13.9 | 8.6 |
| 법인세비용차감전 순이익 | 730.2 | 481 | 142.7 |
| % 이익률 | 22 | 14.0 | 8.6 |
| 당기순이익 | 588.8 | 380 | 111.6 |
| % 이익률 | 17.8 | 11.1 | 6.8 |

연결 재무상태표

단위: 억 원

| 사업연도 | 제23기 2사분기 | 제22기 | 제21기 |
|-------------|--------------|---------------|---------------|
| 구분 | 2024년 6월 30일 | 2023년 12월 31일 | 2022년 12월 31일 |
| [유동자산] | 3,033.8 | 1,363.9 | 732.3 |
| · 당좌자산 | 1,637.9 | 578.6 | 446.3 |
| · 재고자산 | 1,395.9 | 785.4 | 286.0 |
| [비유동자산] | 893.3 | 788.8 | 559.9 |
| · 투자자산 | 207.6 | 162.3 | 103.5 |
| · 유형자산 | 629.5 | 592.1 | 441.1 |
| · 무형자산 | 15.6 | 6.6 | 0.9 |
| · 기타비유동자산 | 40.6 | 27.8 | 14.3 |
| 자산총계 | 3,927.1 | 2,152.7 | 1,292.2 |
| [유동부채] | 1,873.2 | 741.8 | 286.1 |
| [비유동부채] | 92.0 | 61.4 | 42.2 |
| 부채총계 | 1,965.2 | 803.2 | 328.3 |
| [자본금] | 305.4 | 303 | 301.9 |
| [자본잉여금] | 308.0 | 301.8 | 296.3 |
| [기타포괄손익누계액] | 48.4 | 28.4 | 27.1 |
| [기타자본항목] | 3.2 | 8.4 | 10.7 |
| [이익잉여금] | 1,296.9 | 708.1 | 327.9 |
| 자본총계 | 1,962.0 | 1,349.5 | 963.9 |