

Silicon2

2025년 1분기 경영 실적

No.1 Worldwide K-Beauty Platform

주식회사 실리콘투



1. 분기 실적 업데이트 - 손익계산서

✓ 2025년 1분기 손익계산서 요약 (연결재무제표 기준)

단위: 십억 원

항목	'25 1Q	'24 1Q	YoY %	'24 4Q	QoQ %
매출액	245.7	149.9	63.9%	173.6	41.6%
매출원가 (%)	168.0 68.4%	99.3 66.3%	69.1%	117.4 67.6%	43.1%
매출총이익 (%)	77.7 31.6%	50.6 33.7%	53.5%	56.2 32.4%	38.3%
판매비와 관리비 (%)	29.9 12.2%	21.1 14.1%	41.5%	29.6 17.0%	1.3%
영업이익 (%)	47.7 19.4%	29.4 19.6%	62.1%	26.6 15.3%	79.5%
금융수익	8.0	3.8		9.1	
금융비용	(8.6)	(1.2)		0.3	
기타수익	0.0	0.0		4.2	
기타비용	(0.0)	(0.0)		(2.0)	
지분법이익(손실)	1.0	(0.3)		(0.1)	
법인세차감전순이익 (%)	48.2 19.6%	31.8 21.2%	51.6%	38.1 22.0%	26.4%
법인세비용	9.4	6.3		6.1	
순이익 (%)	38.8 15.8%	25.5 17.0%	51.9%	32.0 18.4%	21.2%
EBITDA (%)	49.5 20.1%	30.6 20.4%	61.7%	28.3 16.3%	75.0%

• 매출액

- 2,457억 원 수준으로 YoY 63.9% & QoQ 41.6% 달성
- 미국 시장 실적 회복과 유럽/중동 지역 매출 확대가 성장세 견인

• 영업이익

- 477억 원 수준으로 YoY 62.1% & QoQ 79.5% 달성
- 견조한 매출 성장에 따라 영업이익률 전분기 대비 회복 (24 4Q 18.1% → 25 1Q 19.4%)/ 상여금 제외 시
- 24년 4분기 지급된 상여금 등 일부 일회성 비용 제거된 효과도 반영

• 순이익

- 25년 1분기 순이익 388억 원 수준으로 YoY 51.9%, QoQ 대비 21.2% 증가
- 동분기 중 차입금 상환 통해 이자 비용 일부 경감 (24 4Q 26억 원 → 25 1Q 16억 원)

2. 분기 실적 업데이트 - 판매비와관리비

✓ 2025년 1분기 판매비와관리비 요약 (연결재무제표 기준)

단위: 십억 원

항목	'25 1Q	'24 1Q	YoY %	'24 4Q	QoQ %
급여 ⁽¹⁾	7.6	4.5	67.0%	11.5	(34.0)%
(매출액 대비 %)	3.1%	3.0%		6.6%	
복리후생비	0.5	0.3	93.2%	0.5	4.9%
(매출액 대비 %)	0.2%	0.2%		0.3%	
지급수수료	6.7	8.6	(21.8)%	5.1	32.5%
(매출액 대비 %)	2.7%	5.8%		2.9%	
운반비	5.7	2.7	114.4%	4.8	18.5%
(매출액 대비 %)	2.3%	1.8%		2.8%	
광고선전비	3.4	1.6	111.1%	2.6	30.1%
(매출액 대비 %)	1.4%	1.1%		1.5%	
유무형자산상각비	1.7	1.1	51.7%	1.7	4.0%
(매출액 대비 %)	0.7%	0.8%		1.0%	
지급임차료	0.5	0.0	855.7%	0.3	58.5%
(매출액 대비 %)	0.2%	0.0%		0.2%	
기타	3.8	2.3	68.4%	3.1	22.1%
(매출액 대비 %)	1.6%	1.5%		1.8%	

- **급여 (퇴직금 포함)**
 - 76억 원 집행, YoY 67%, QoQ 25% 증가 (4Q 상여금 제외 시)
 - 임직원 수⁽²⁾ 214명에서 254명으로 증가, 매출 대비 비중은 안정적 3%대 유지
- **지급수수료**
 - 67억 원 발생, YoY 21.8% 감소, QoQ 32.5% 증가
 - 상환전환주식 발행 관련 일회성 비용 10억 원 포함되었으나, 매출 대비 비중은 감소 (2.9% → 2.7%)
- **운반비**
 - 미국/유럽 물류창고 확장 및 유럽 매출 급증에 따라 비용 증가 (+에어발송)
 - 전분기 대비 상승했으나 매출 대비 비중은 오히려 감소 (2.8% → 2.3%)
- **광고선전비 및 기타 비용**
 - 영업 확장에 따른 비용 증가에도 불구하고, 매출 대비 비중은 축소

(1) 퇴직급여 포함 (2) 기간의 정함이 없는 근로자 기준

3. 분기 실적 업데이트 - 재무상태표

✓ 2025년 1분기 재무상태표 요약 (연결재무제표 기준)

단위: 십억 원

항목	2022	2023	2024	2025 1Q
자산				
유동자산	73.2	136.4	297.1	424.9
현금 및 단기금융상품	36.2	32.2	86.0	149.9
매출채권	6.1	21.3	42.2	62.9
재고자산	28.6	78.5	145.9	181.5
기타비유동자산	2.3	4.4	22.9	30.6
비유동자산	56.0	78.9	160.7	165.6
투자자산	10.7	16.2	22.2	26.7
유무형자산	44.2	59.9	117.2	117.4
기타비유동자산	1.2	3.4	22.9	23.2
자산총계	129.2	215.3	457.8	590.5
부채				
유동부채	28.6	74.2	189.3	138.4
매입채무	1.1	0.5	1.4	11.5
차입금 및 리스부채	21.1	57.8	148.7	83.6
기타유동부채	6.4	15.9	39.3	43.4
비유동부채	4.2	6.1	6.8	124.9
차입금 및 리스부채	4.0	6.0	6.5	70.4
기타비유동부채	0.2	0.2	0.4	54.4
부채총계	32.8	80.3	196.2	263.2
자본				
자본금	30.2	30.3	30.5	30.7
자본잉여금	29.6	30.2	30.8	31.2
이익잉여금	32.8	70.8	191.5	230.3
기타자본	3.8	3.7	8.7	35.1
자본총계	96.4	135.0	261.6	327.2
부채비율	34.1%	59.5%	75.0%	80.4%

- 현금상승
 - 25년 1분기 현금 및 단기금융상품 **1,499억** 원 수준으로 대폭 증가
 - 상환전환주식 발행(**1,440억** 원)에 따라 여유 현금 확보
 - 발행액 중 **1,176억** 원은 부채, **266억** 원은 기타자본으로 인식
- 매출채권
 - **629억** 원 수준으로 소폭 증가
 - 매출채권 회전기일은 전분기 기준 **26일**에서 **19일**로 감소
- 재고 & 유무형자산
 - 재고자산 **1,815억** 원 수준으로 대폭 증가하였으나, 재고자산 회전기일은 전분기 기준 **103일**에서 **88일**로 감소
 - 24년 하반기 해외 물류센터 확장으로 인해 유무형자산이 크게 증가하였으며, 25년 1분기에도 유사한 수준 유지
- 부채 및 자본
 - 25년도 1분기 이익잉여금 **2,303억** 원 수준으로 순이익 증가에 따라 전년도말 대비 **20.2%** 증가
 - 조달 자금으로 단기차입금 **650억** 원 상환
 - 상환전환주 부채 증가에도 불구하고, 부채비율 **80.4%**로 양호한 수준 유지

4. 분기 실적 업데이트 - 권역별 매출액

✓ 2025년 1분기 권역별 매출액

단위: 십억 원

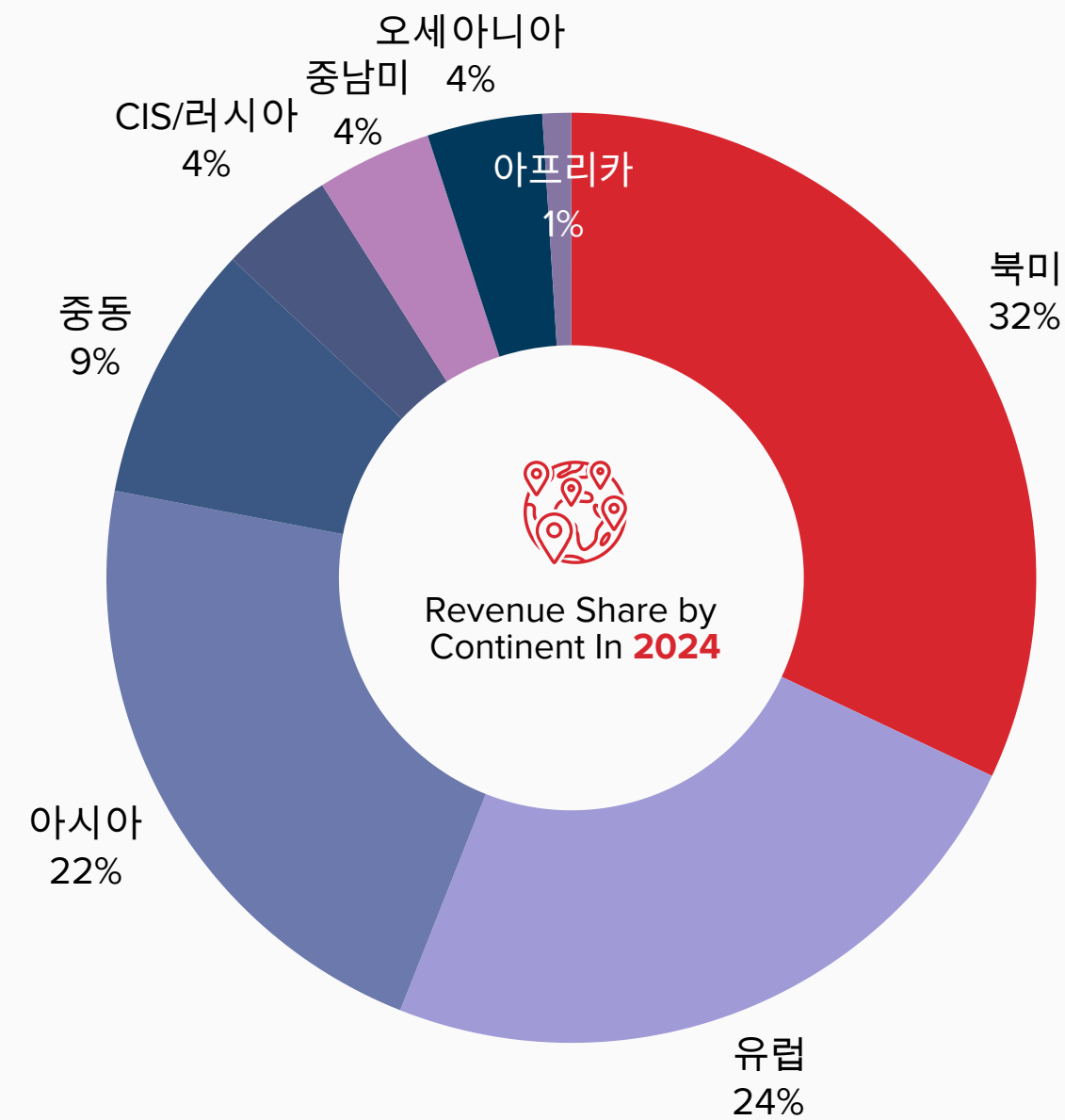
항목	'25 1Q	'24 1Q	YoY %	'24 4Q	QoQ %
유럽	81.3	28.3	187.2%	47.1	72.4%
(매출액 대비 %)	33.1%	18.9%		27.2%	
아시아	52.9	37.1	42.8%	41.7	27.0%
(매출액 대비 %)	21.5%	24.7%		24.0%	
북미	45.2	56.9	(20.5)%	37.3	21.3%
(매출액 대비 %)	18.4%	37.9%		21.5%	
중동	32.3	9.9	226.2%	20.1	61.0%
(매출액 대비 %)	13.2%	6.6%		11.6%	
중남미	12.4	3.7	233.0%	8.6	43.8%
(매출액 대비 %)	5.1%	2.5%		5.0%	
CIS국가	12.0	6.1	96.0%	7.9	51.8%
(매출액 대비 %)	4.9%	4.1%		4.6%	
오세아니아	6.8	6.0	12.3%	7.5	(9.4)%
(매출액 대비 %)	2.8%	4.0%		4.3%	
아프리카	2.7	1.9	42.7%	3.3	(19.6)%
(매출액 대비 %)	1.1%	1.3%		1.9%	
합계	245.7	149.9	103.0%	173.6	31.9%

- 유럽
 - 25년 1분기 유럽 전체 매출액은 **813억** 원 수준으로 **YoY 187.2%, QoQ 72.4%** 가파른 성장세 시현
- 중동
 - 25년 1분기 중동 전체 매출액은 **320억** 원 수준으로 **YoY 226.2%, QoQ 61.1%**의 높은 성장세 시현
 - 상반기 중 UAE 현지 법인 설립하여 적극적인 영업 확장에 따른 높은 성장세 기대
- 북미 (미국&캐나다)
 - 25년 1분기 북미 지역 매출액은 **450억** 원 수준으로 **YoY -20.5%, QoQ 21.3%**의 회복세 시현
 - 24년 7월 이후 미국 Amazon 매출 중단
 - 24년의 경우 미국 시장 內 MoCRA 시행 및 OTC 미인증 선제품 여파로 매출 감소하였으나, 전분기 대비 다시 반등하며 회복세 돌입

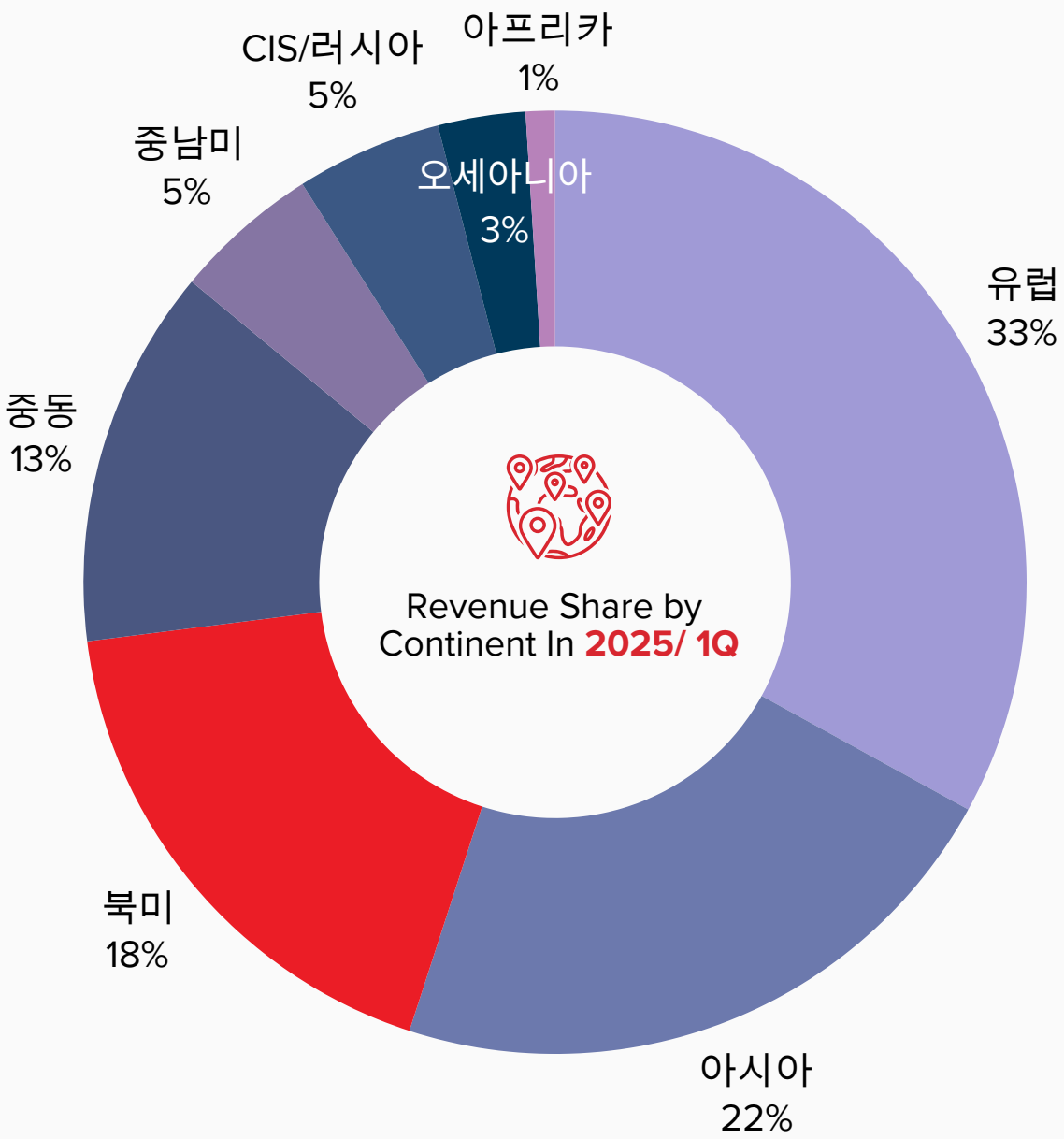
4-1. 분기 실적 업데이트 - 권역별 매출 비중

✓ 2024년 전체 및 2025년 1분기 권역별 매출 비중

• 2024



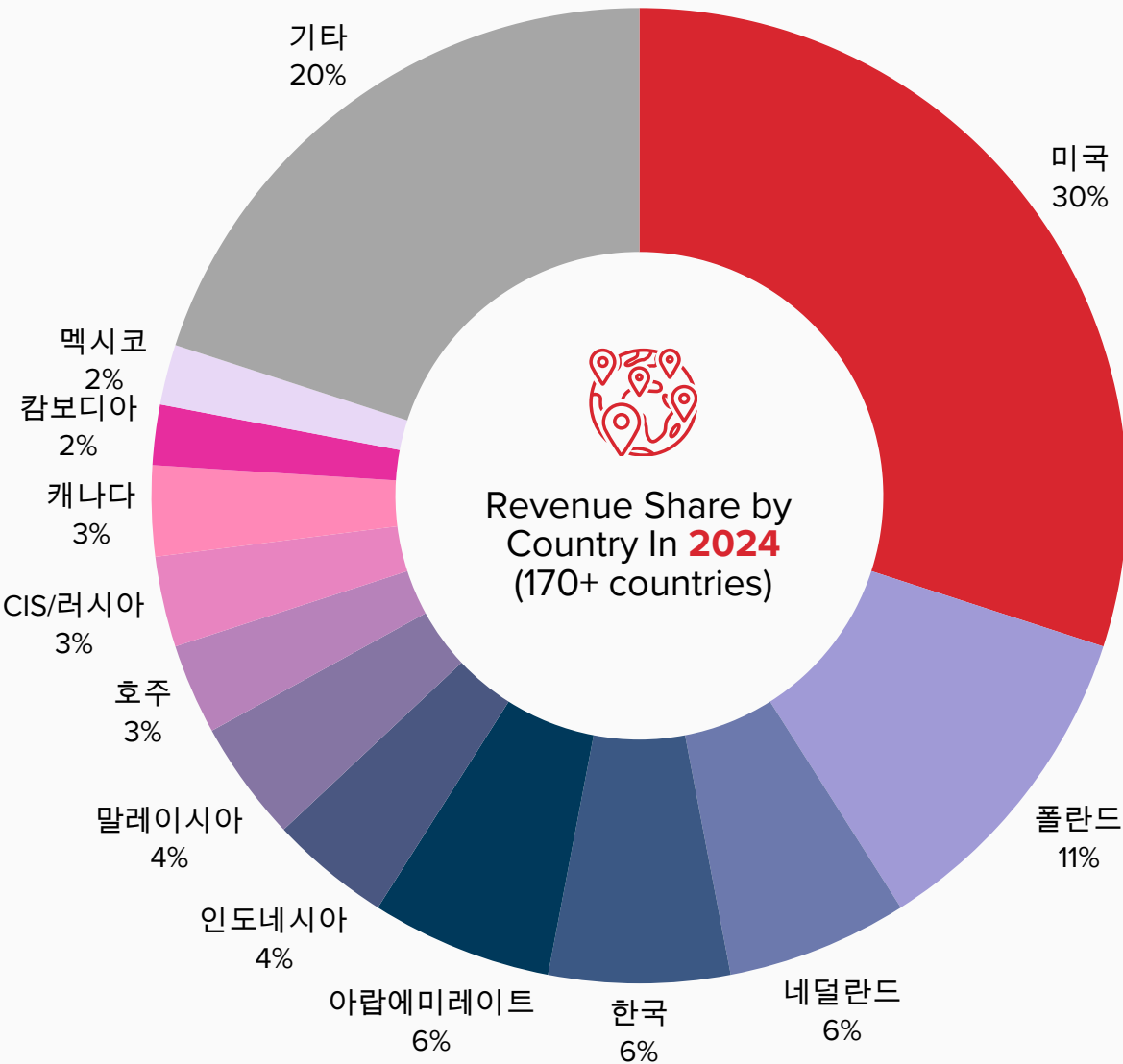
• 2025/ 1Q



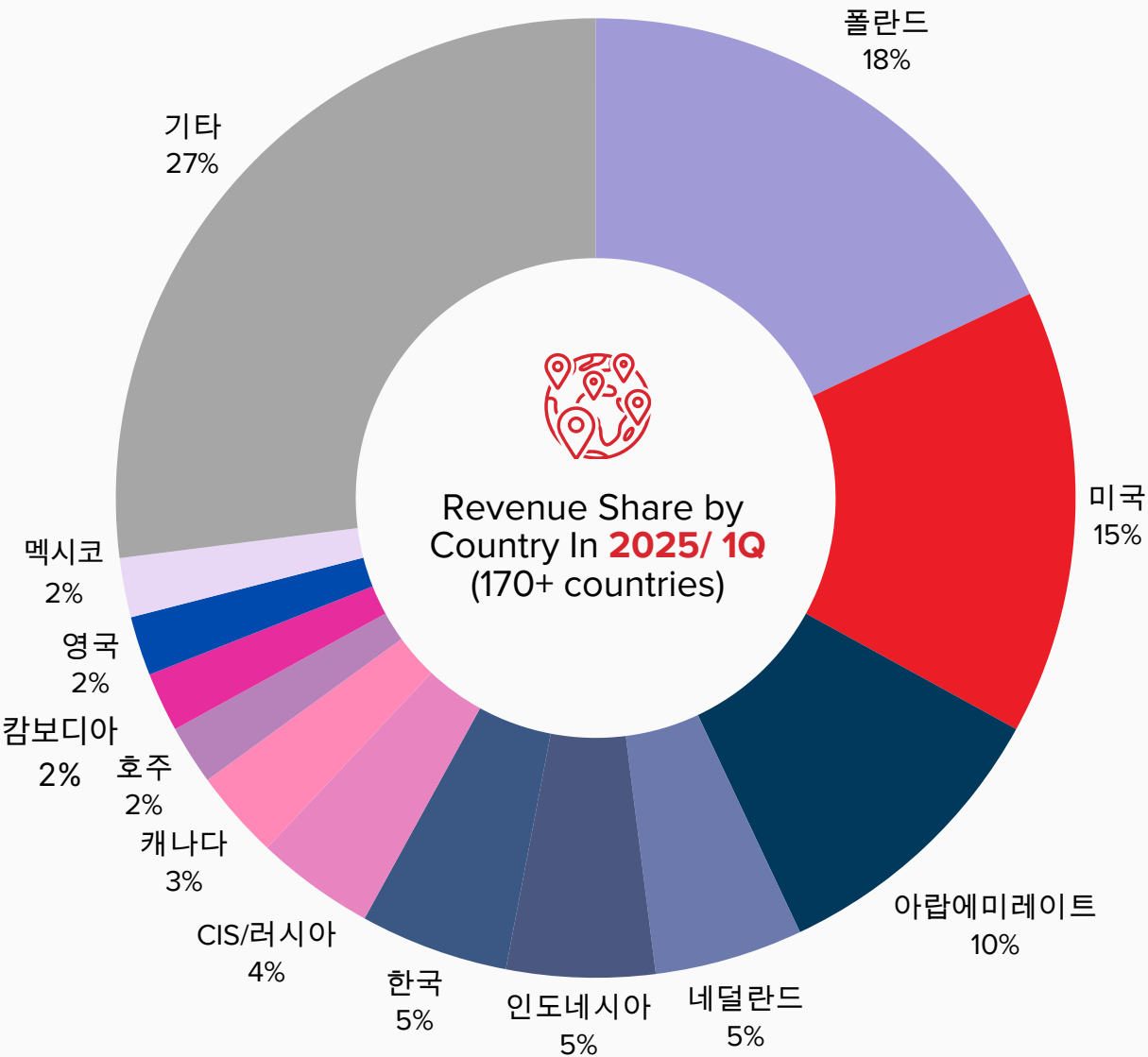
5. 분기 실적 업데이트 - 국가별 매출 비중

✓ 2024년 전체 및 2025년 1분기 국가별 매출 비중

• 2024



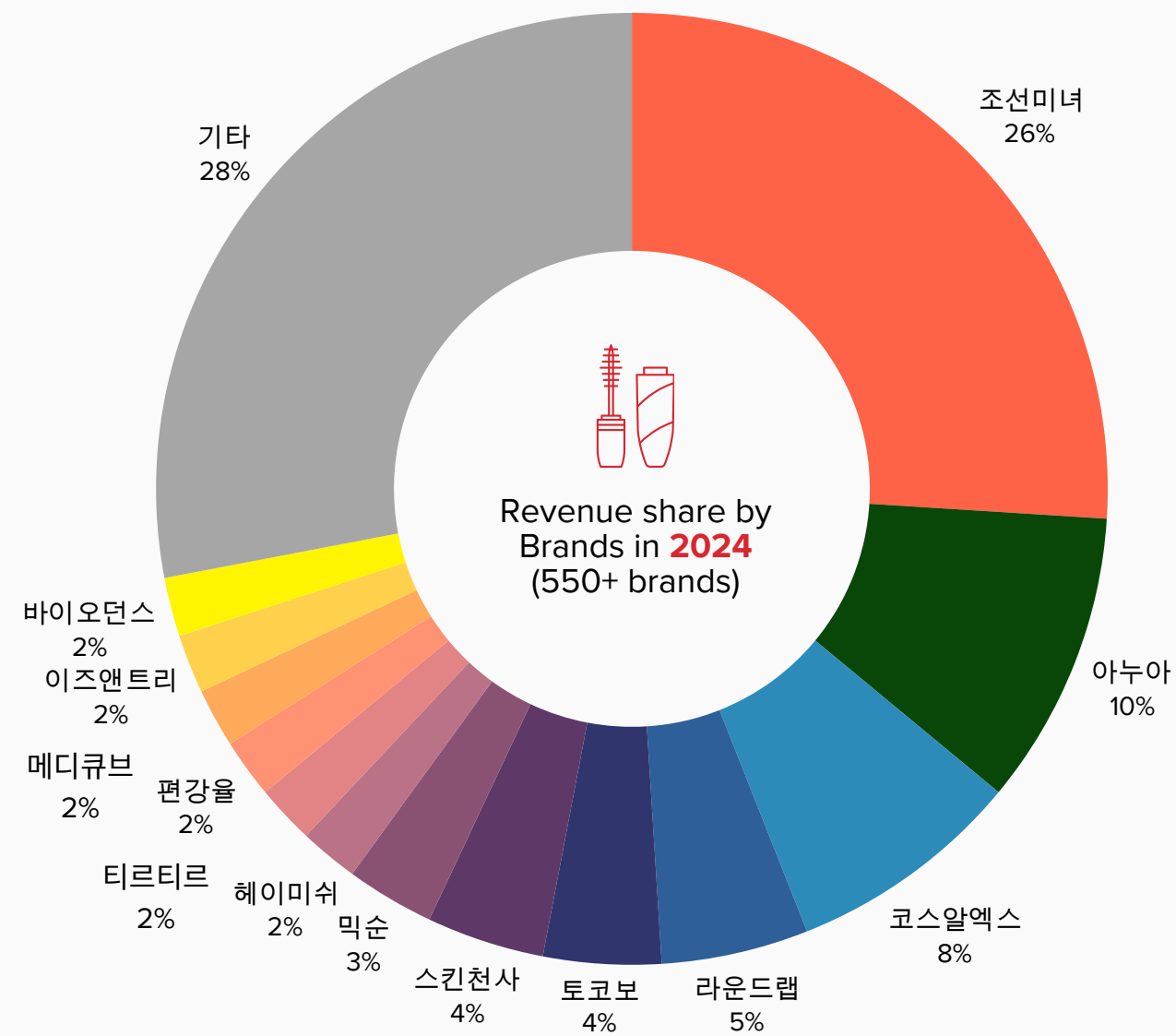
• 2025/ 1Q



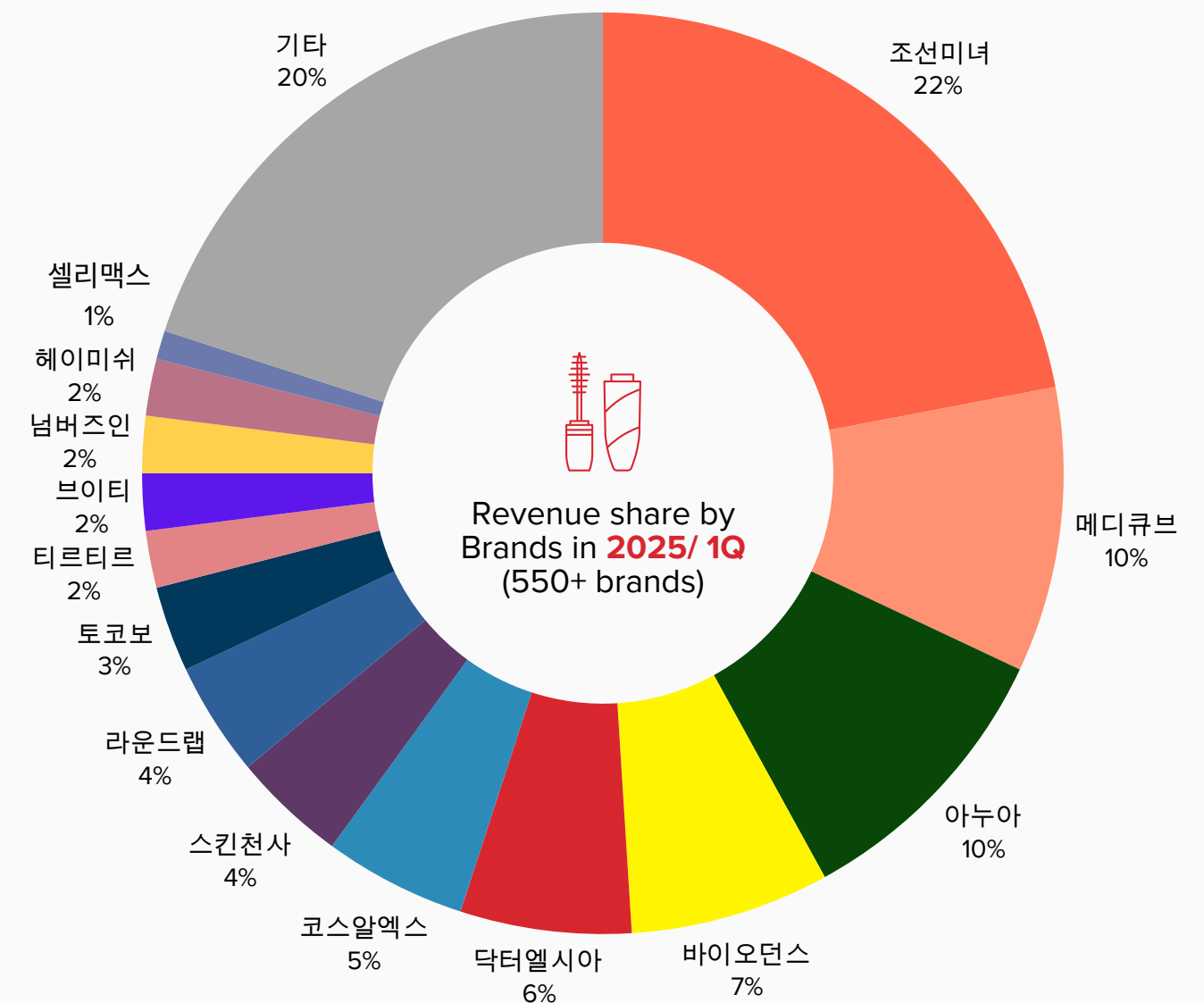
6. 분기 실적 업데이트 - 브랜드별 매출 비중

✓ 2024년 전체 및 2025년 1분기 브랜드별 매출 비중

• 2024



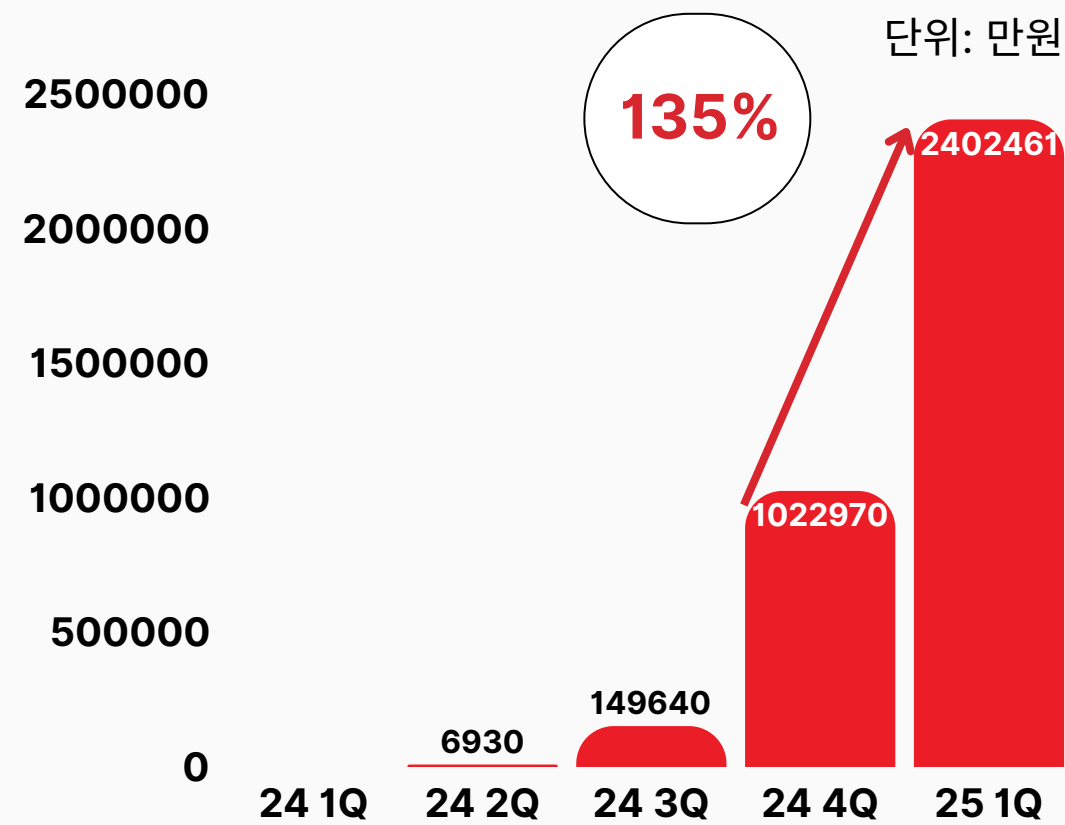
• 2025/ 1Q



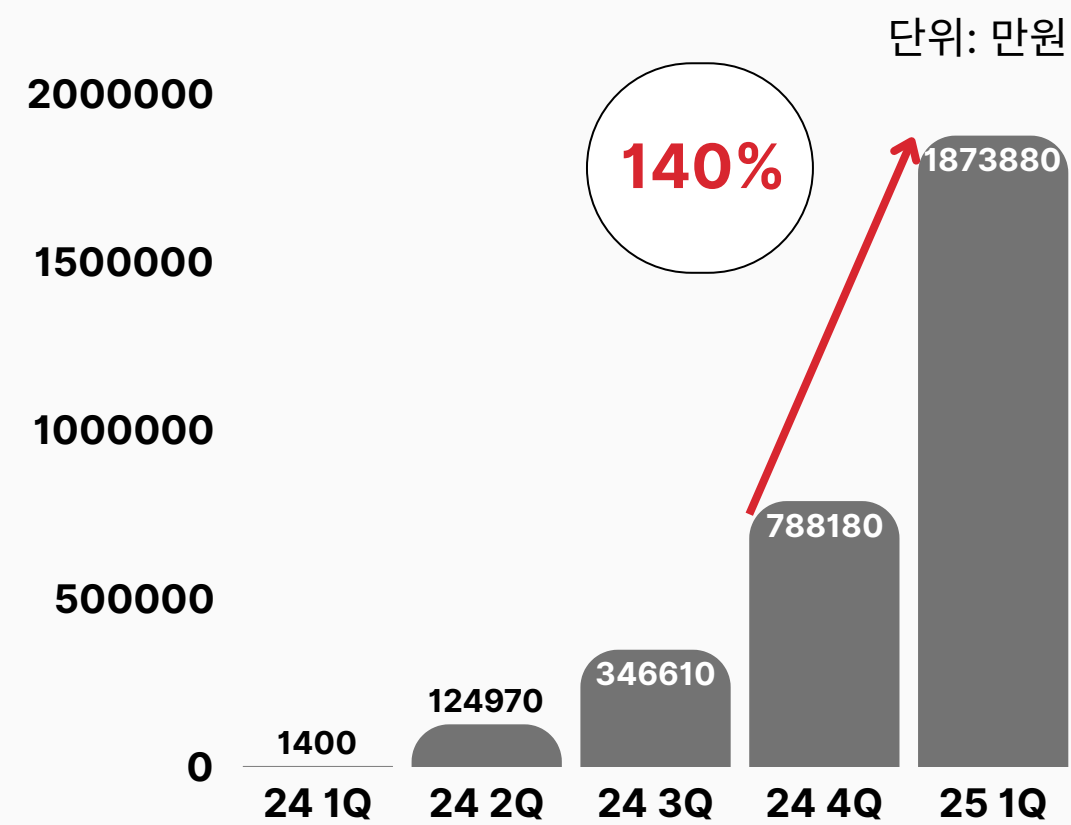
7. 분기 실적 업데이트 - 신규 브랜드 매출 추이

✓ 2024년 & 2025년 1분기 분기별 매출 추이

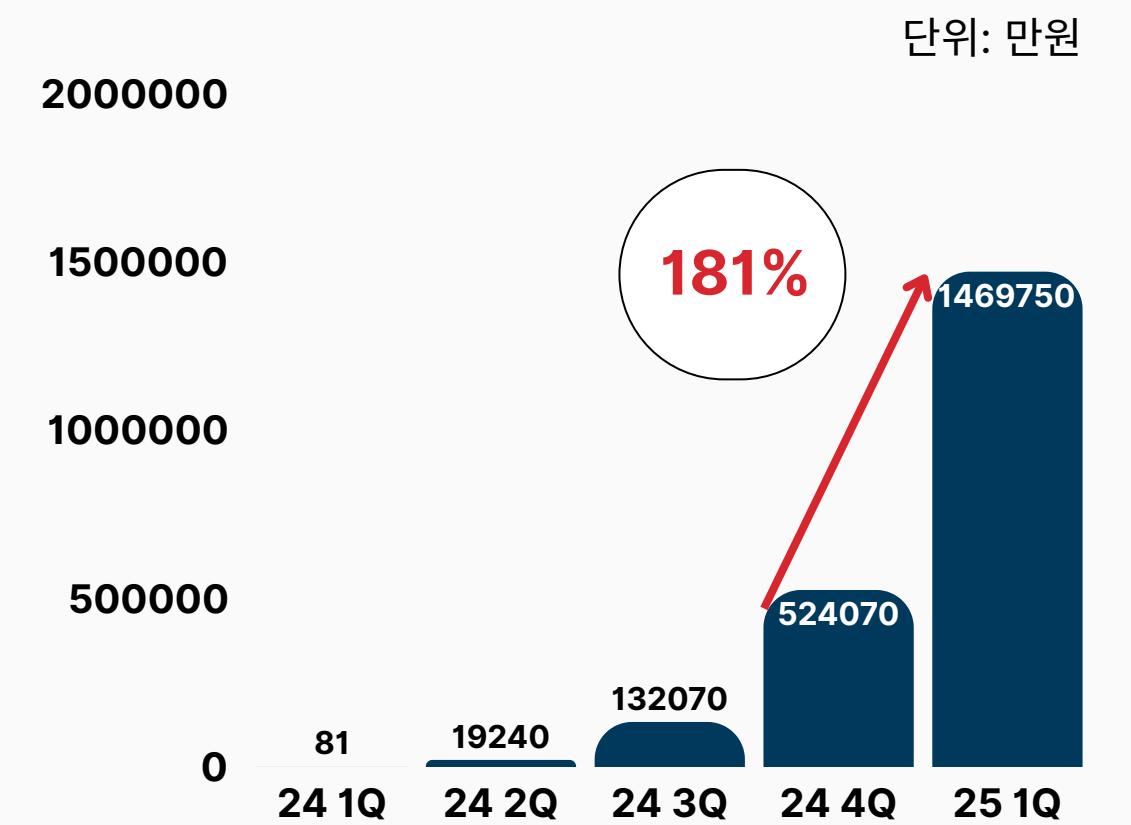
메디큐브



바이오던스



닥터엘시아



8. 시장 선점으로 인한 차별화된 경쟁력 확보

실리콘투 vs. 경쟁사 역량 비교

	Silicon2	YESASIA	Craver.
개요	'12년 최초 대형 B2B K-뷰티 특화 유통 사업 추진 - 도매를 통한 손쉬운 가입으로 전 지역 채널 커버리지 빠르게 확장	B2C 역직구몰 사업을 시작으로 B2B 사업 진출	- 非주력 지역인 CIS⁽¹⁾, 중동, 중남미 지역 우선 타겟 - 구다이글로벌 인수 이후 非계열사 브랜드 선호도 일부 하락
'24년 B2B 매출	~6,600억 원 (매출 6,915억 원 중 약 4%가 B2C)	~1,000억원 (매출 4,800억원⁽²⁾ 중 약 77.5%가 B2C)	~300억원 (매출 3,034억원 중 브랜드 비중 90% 이상 추정)
유통사업 EBITDA 마진	20.5% ('24)	7.6% ('24)	N/A⁽⁴⁾
물류창고 보유 현황	- 해외 7개 (북미, 동남아, 유럽 분포) - 국내 2개	N/A	N/A
채널	+2,200개 - 채널당 매출 1.3억	1,000~1,500개 - 채널당 매출 ~4,300만원	500개 - 채널당 매출 ~2,500만원
SNS 채널 구독자 수	+450만명	253만명	N/A
브랜드	500개 브랜드 - 연간 70~200개 추가 유입	~450개 브랜드 - 연간 20~30개 추가 유입	~150개 브랜드 보유

해외법인 및 현지 물류창고

- 해외 법인과 물류센터를 기반, 글로벌 시장에서의 신속한 확장



오포창고	광주시 오포읍	2019년	26,593 m ²
CA 창고	美 캘리포니아	2020년	15,428 m ²
NJ 창고	美 뉴저지	2024년	1,711 m ²
PL 창고	폴란드	2023년	12,000 m ²
ID 창고	인도네시아	2018년	1,652 m ²
MY 창고	말레이시아	2023년	1,782 m ²
UAE 창고	두바이	2025년	4,700 m ²

출처: 공시자료, 전문가 인터뷰
(1) 독립국가연합(Commonwealth of Independent States, CIS)으로 구소련 국가들로 구성 (2) USD 환율 1,400원 적용 시 산출값 (3) 두바이 법인 신규 물류창고 설립 예정 (4) 브랜드 사업 파생 매출이 대부분이며 '24년 온기 전체 매출 환산 시 23.2%

9. 미주 이슈 및 향후 계획

✓ 1. 관세 이슈

- 실리콘투 미국 수출 제품은 **도매가(wholesale)** 기준으로 관세가 책정되어 **소매(Retail)** 수출업체 대비 가격 경쟁력 확보

구분	대상	가격	관세	관세액	최종 가격
소매가(Retail Price)	브랜드사	\$20.00	10%	\$2.00	\$22.00
도매가(Wholesale Price)	실리콘투	\$7.00	10%	\$0.70	\$7.70

소비자 전가

✓ 2. 미국 아마존 제외 분기별 매출 추이

- 아마존 채널 비중 축소로 인해 전체 매출 감소폭이 커 보이지만, 아마존 제외한 자체 채널 매출은 비교적 견조하게 유지
- 작년 하반기 **OTC 미인증** 선제품 판매 중단 이슈로 인한 매출 감소

단위: 십억원

구분	1Q 2024	2Q 2024	3Q 2024	4Q 2024	1Q 2025	QoQ%	YoY%
매출액 (아마존 제외)	44.4	50.8	57.7	32.5	38.3	17.6%	(13.7)%

*아마존 매출 포함 시 YoY: **(28.4)% 감소**

*아마존 매출 제외 시 YoY: **(13.7)% 감소**

9-1. 미주 이슈 및 향후 계획

3. National Retail 채널 확장

- 24년도 실리콘투 X 미미박스(MBX)와 MOU 체결에 따라 해외 영업권 양도
- 미국 세포라 Kaja 브랜드 이관을 시작으로 'I Dew Care' 및 'Nooni' 순차적으로 얼타와 노드스트롬 진행 중 (올 연말 **TARGET** 전 브랜드 입점 예정)
- 기존 CVS, 코스트코 외 리테일 채널 확장하여 최대 **20개** 이상 리테일 채널 진입을 통해 미주 전역 약 **+7,000개**가 넘는 매장 입점 계획

SEPHORA ULTA BEAUTY Walgreens NORDSTROM TARGET

단위: (US\$)

브랜드	2024A
Kaja	3,465,939
I Dew Care	5,662,411
Nooni	-
Total	9,128,350

실리콘투 매출



9-2. 미주 이슈 및 향후 계획

4. Moida 오프라인 매장 확장

- 현재 Moida 오프라인 매장 5개 오픈 완료
- 25년도 연말까지 총 10개까지 확장 예정



오픈완료



오픈예정

국가	'24	'25 1Q	'25 2Q	'25 3Q	'25 4Q
미국	1호점/ Ontario Mills		2호점/ New York	3호점/ Orange Mall	
영국	1호점/ Westfield		2호점/ Leicester Square		
인도네시아	1호점/ KOTA				
프랑스			1호점/ Paris		
UAE				1호점/ Dubai	
호주					1호점/ Sydney
이탈리아					1호점/ Milan