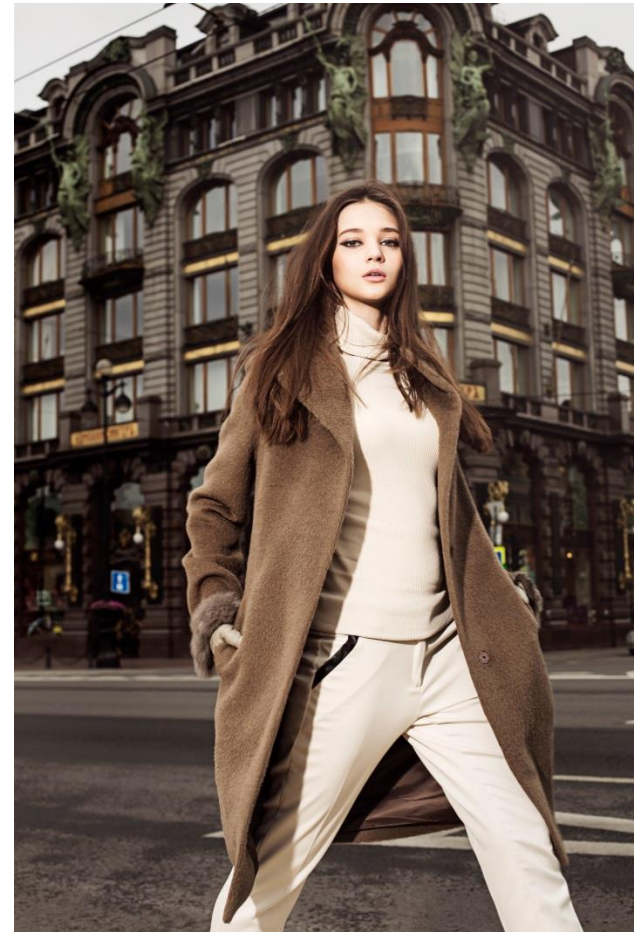


# IR PRESENTATION

2018년 2분기

Investor Relations | 2018. 10



# Contents

---

## Disclaimer

본 자료는 당사의 과거 및 현재, 향후 사업 전망에 대한 내용을 담고 있으며, 사업 환경 변화에 따라 그 내용이 바뀔 수 있습니다. 따라서, 당사는 본 자료를 근간으로 한 주식 투자에 책임을 지지 않음을 알려드립니다.

I	기업 소개
II	비즈니스 업데이트
III	중장기 성장 전략
IV	투자 하이라이트
V	별 첨

# I. 기업소개 : 현대홈쇼핑 개요

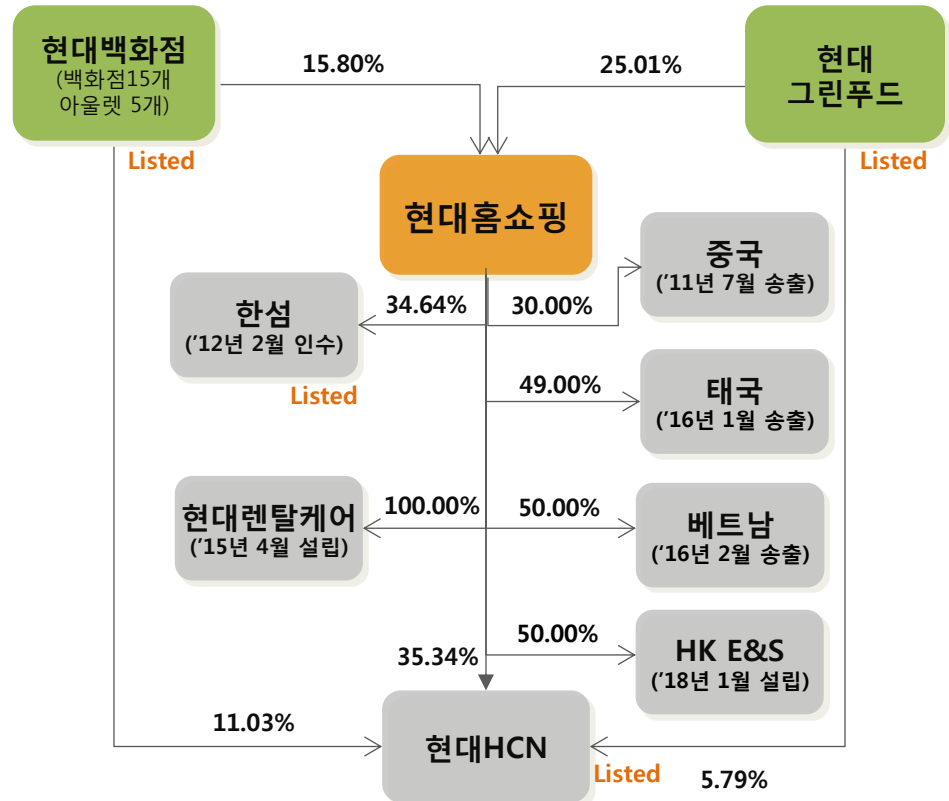
현대홈쇼핑은 재계 기업순위 자산기준 21위(14.3조), 당기순이익 28위(6,740억), 부채비율 7위(32%)의  
현대백화점 그룹 주력 계열사로 다양한 플랫폼을 통해 고품질의 상품을 선보이고 있음

## ● 회사 프로필

설립일	2001년 5월 29일		
상장일	2010년 9월 13일		
사업영역	홈쇼핑 (TV, 인터넷, 모바일, 데이터방송)		
자본금	600억원		
상장주식수	1,200만주		
직원 수	949명 ('18년 9월)		
주주구성 ( '18년 9월)	구 분	주식 수	비중
	현대그린푸드	3,001,500	25.01%
	현대백화점	1,896,500	15.80%
	특수관계인 등	3,090	0.03%
	계	4,901,090	40.84%

※ 외국인 비중 : 26.90%

## ● 현대홈쇼핑 지배구조



# I. 기업소개 : 재무 성과

현대홈쇼핑은 차별화된 상품력과 고객서비스를 기반으로 2008년 금융위기 이후에도 높은 성장세를 보이며  
2017년 취급고 3.6조 규모의 국내 대표 온라인 쇼핑 사업자로 성장하였음

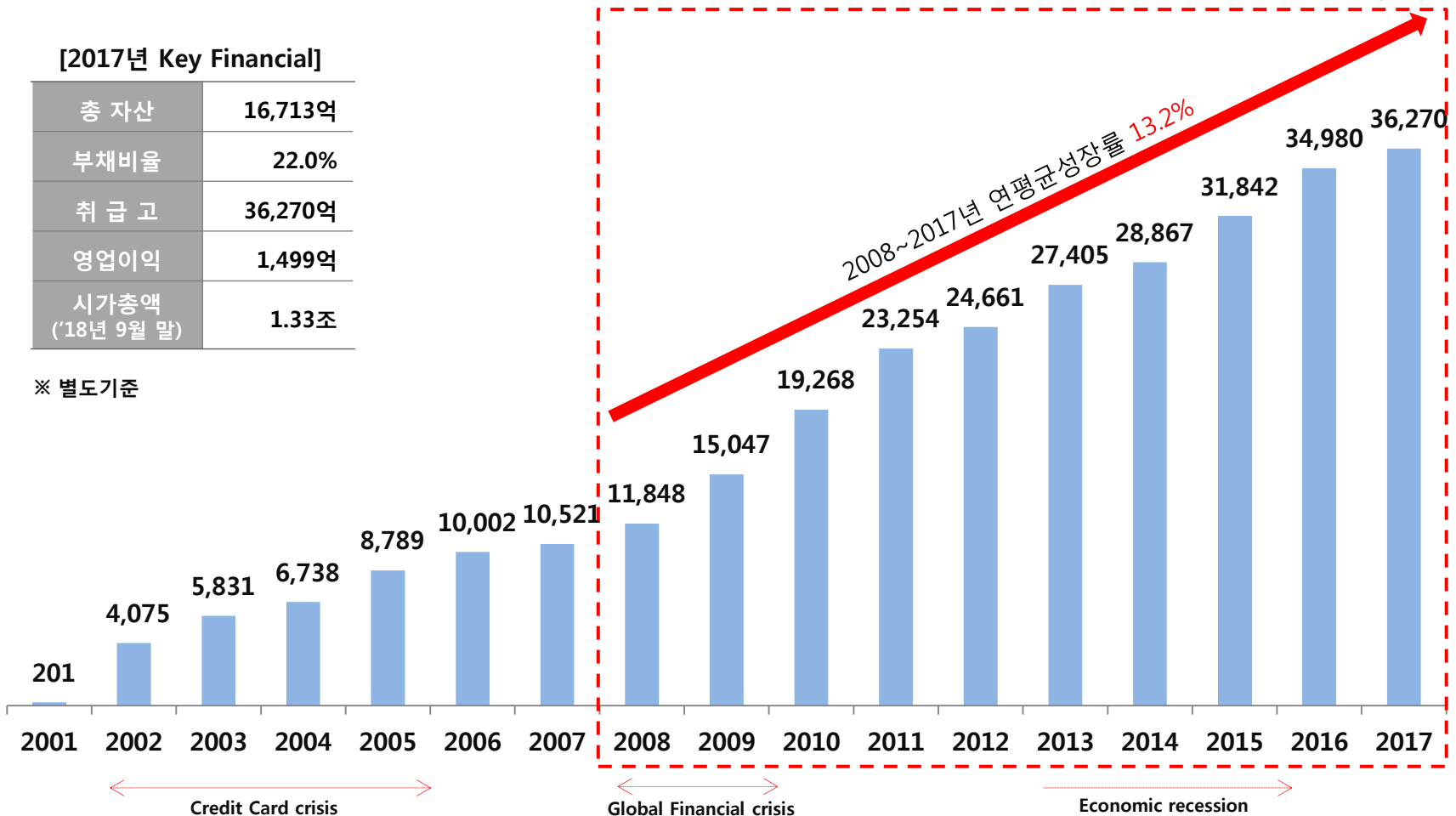
현대홈쇼핑 사업 개시 후 취급고 추이

(단위 : 억원)

[2017년 Key Financial]

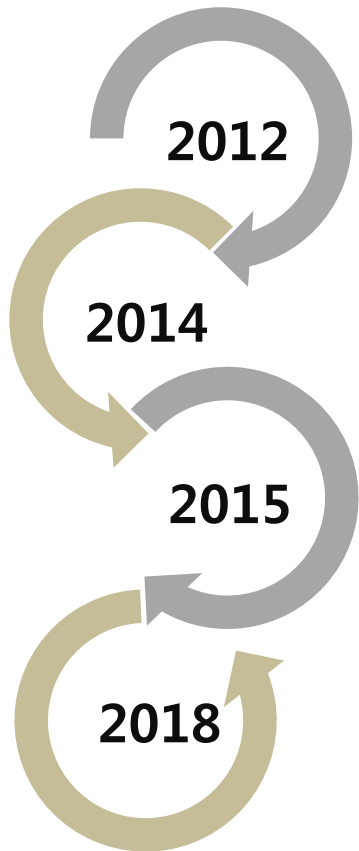
총 자산	16,713억
부채비율	22.0%
취급고	36,270억
영업이익	1,499억
시가총액 ('18년 9월 말)	1.33조

※ 별도기준



# I. 기업소개 : 신규사업 성과

현대홈쇼핑은 상장 이후 중국, 태국, 베트남 홈쇼핑 시장 진출, 국내 여성의류 1위 기업 한섬 인수, 렌탈·케어시장 진출 등 적극적인 해외 진출과 신규사업 확대로 기업가치를 제고하고 있음



**2012.02** 국내 여성의류 1위 기업 (주)한섬 인수  
(인수금액 4,200억, 당사 지분율 34.64%)

**2014.05** 베트남 홈쇼핑 합작계약 체결 ('16년 2월 방송개시)  
(자본금 240억, 당사 지분율 50%)

**2015.04** 태국 홈쇼핑 합작계약 체결 ('16년 1월 방송개시)  
(자본금 165억, 당사 지분율 49%)

**2015.04** (주)현대렌탈케어 설립을 통한 렌탈·케어시장 진출  
(자본금 1,500억, 당사 지분율 100%)

**2018.01** 한류 콘텐츠 기반 해외 홈쇼핑 사업을 위한  
KBS미디어(주)와의 합자회사 (주)HK E&S 설립  
(자본금 60억, 당사 지분율 50%)



## Ⅱ. 비즈니스 업데이트 : '18년 K-IFRS 회계기준 변경 효과

○ 2018년 부 제 · 개정된 K-IFRS 회계기준 적용에 따라 일부 판관비 계정의 회계처리 변경

- 카드 할인, 무이자 할부수수료 外 : 기존 판관비 등 → 매출 차감

- 사은품비용, 보험수수료, 배송비 外 : 기존 판관비 등 → 매출원가 반영

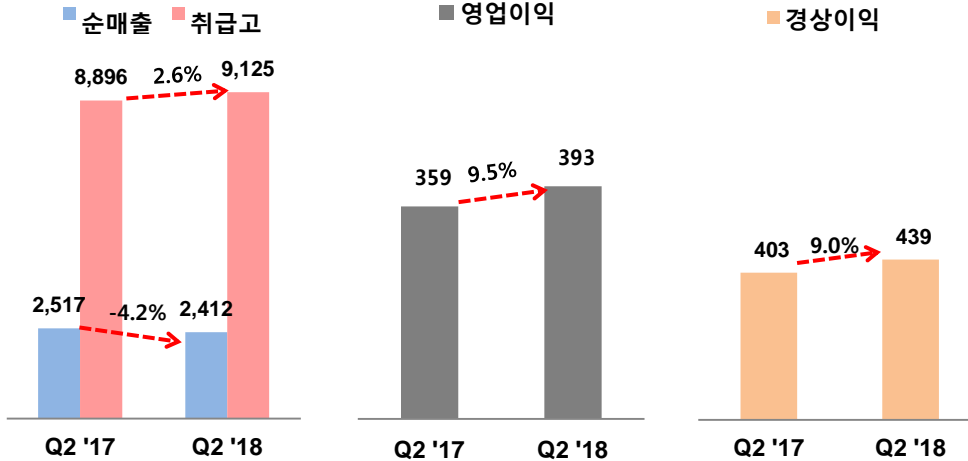
구 분	'18년 1분기	'18년 2분기	'18년 누계	비 고
매출차감	182억원	129억원	311억원	카드할인, 무이자 할부수수료 外
매출원가 반영	330억원	345억원	684억원	사은품비용, 보험수수료, 배송비 外

## 표. 비즈니스 업데이트 : 2018년 2분기

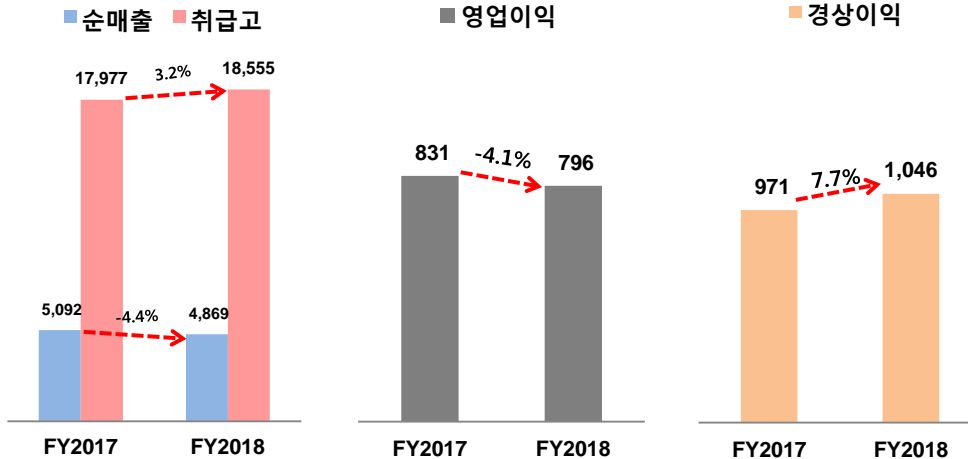
(단위 : 억원, 별도기준)

### 2분기 실적 주요 내용

#### Q2 FY2018



#### Q2 Acc. FY2018



#### 1) 취급고 : 9,125억 (YoY 2.6% 신장)

- TV 부문은 미용, 명품, 주방, 리빙, 렌탈상품 호조 및 T-커머스 매출 확대로 전년비 1.6% 신장
- 인터넷(Hmall)은 저수익 부문(e가전) 축소 및 고마진 방송상품(eTV) 매출 확대 등 수익 중심 운영

(※ TV : T-커머스 매출 포함, 인터넷 : 모바일 매출 포함)

구 분	합 계	TV	T-커머스	인터넷	모바일	카탈로그
'17년 2분기	8,896	4,967	420	3,702	2,136	89
'18년 2분기	9,125	5,044	579	3,936	2,277	0
YoY	2.6%	1.6%	37.8%	6.3%	6.6%	-99.9%

#### 2) 영업이익 : 393억 (YoY 9.5% 신장)

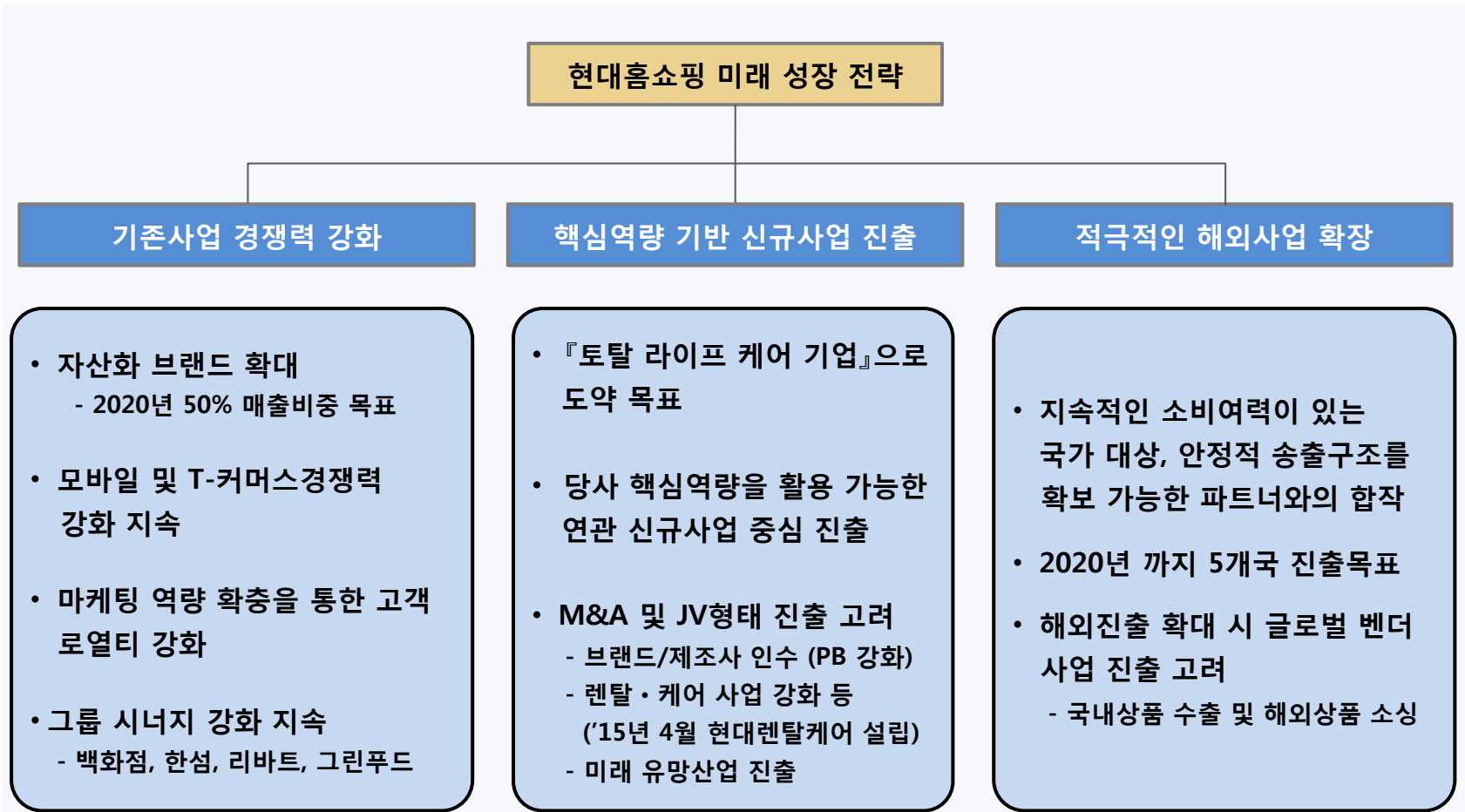
- 고마진 방송상품 매출 확대 및 효율적 판관비 집행으로 전년비 9.5% 신장한 393억 기록

※ 2분기 누계 영업이익 전년비 -4.1% 역신장 사유

- '17년 1분기 일회성 이익(적립금 부가세 환급금) 79억 반영
- 상기 효과 제외시 2분기 누계 영업이익 전년 751억 → 금년 796억, 전년비 6.0% 신장

### Ⅲ. 중장기 성장 전략

향후에도 현대홈쇼핑은 기존사업 경쟁력을 지속 강화하고, 풍부한 현금 창출 능력을 지속 유지하여 적극적인 해외 진출과 핵심역량 기반 신규사업 확대를 통해 기업가치를 지속 제고하겠습니다





### Ⅲ. 중장기 성장 전략 : ① 기존 사업 경쟁력 강화

현대홈쇼핑에서만 구매 가능한 차별화 상품인 자산화 브랜드(PB, 독점브랜드 등) 집중 육성 및 성장성 높은 모바일, T-커머스 경쟁력 강화, 고객 로열티 강화 등을 통한 기존사업의 안정적 성장 지속 추진

#### ● 기존 사업 경쟁력 강화 방안

1. 자산화 브랜드 육성	<ul style="list-style-type: none"><li>현대홈쇼핑에서만 구매 가능한 자산화 브랜드(PB, 독점브랜드 등) 집중 육성<ul style="list-style-type: none"><li>매출비중 : 2015년 33.5% → 2017년 36.7% → 2018년 상반기 37.0% (2020년 50% 확대 목표)</li></ul></li></ul>																		
2. 모바일 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"><li>앱 다운로드 확대, 일평균 순방문자수 확대, 상품력 강화로 2019년 취급고 1조 돌파 목표</li><li>앱 다운로드 : '13년 122만 → '17년 1,332만 → '18년 상반기 누계 1,429만</li><li>일평균 순방문자수 : '17년 56만 → '18년 상반기 58만 (2020년 70만 목표)</li></ul> <p>[당사 연도별 모바일 매출 및 앱 다운로드 현황]</p> <table><tr><th>구 분</th><th>2014년</th><th>2015년</th><th>2016년</th><th>2017년</th><th>'18년 상반기</th></tr><tr><td>취급고</td><td>2,922억</td><td>6,112억</td><td>7,446억</td><td>8,795억</td><td>4,535억</td></tr><tr><td>앱다운로드</td><td>330만</td><td>810만</td><td>1,090만</td><td>1,332만</td><td>1,429만</td></tr></table>	구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	'18년 상반기	취급고	2,922억	6,112억	7,446억	8,795억	4,535억	앱다운로드	330만	810만	1,090만	1,332만	1,429만
구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	'18년 상반기														
취급고	2,922억	6,112억	7,446억	8,795억	4,535억														
앱다운로드	330만	810만	1,090만	1,332만	1,429만														
3. 그룹 시너지 확대	<ul style="list-style-type: none"><li>현대백화점 : Hmall 백화점 상품 확대, 오프라인 매장 오픈 (동대문, 송도, 가든파이프)</li><li>그린푸드 : 1인 가구 증가에 대응한 간편식(HMR), 일반식품 판매 확대</li><li>리바트 : 홈쇼핑 특화상품(부엌가구 등) 런칭 등 지속 확대 예정</li><li>그룹 통합 멤버십(H. Point) 오픈 : '17.8.10 Grand Open</li></ul>																		
4. 마케팅 역량 강화	<ul style="list-style-type: none"><li>마케팅 기법 고도화 : 마케팅 조직 및 인력강화, 외부전문가 컨설팅 등</li><li>빅데이터 활용 시스템 구축 : 큐레이션 커머스 강화 등 고객 맞춤형 마케팅</li></ul>																		
5. T-커머스 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"><li>경쟁력 있는 상품 Pool 확대, 채널 개선 노력 지속 등 적극적인 투자로 핵심 사업 부문 육성</li></ul>																		

## ※ Hmall 경쟁력 강화

당사 인터넷 쇼핑몰인 Hmall은 2014년 흑자전환 이후 고성장세를 지속하고 있으며, 고마진 방송상품 판매확대 및 비용구조 효율화, 오픈마켓과 전략적 제휴 확대를 통해 수익성도 지속 개선 중

### 1. 고마진 TV 상품 판매 확대 (ETV 강화)

- 고마진 TV상품의 적극적인 Hmall Web, 모바일 판매 확대로 Hmall 수익성 지속 강화

구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	'18년 상반기
ETV 취급고	1,972억	3,053억	3,861억	4,953억	2,922억

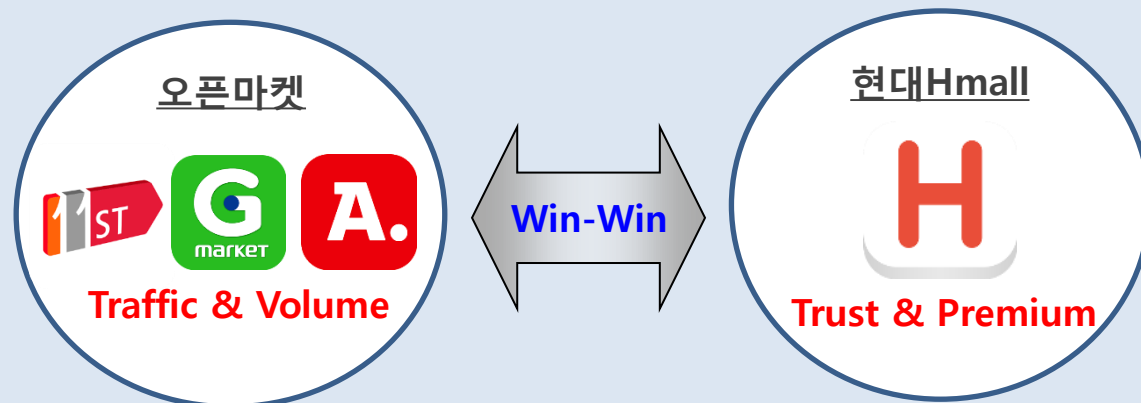
### 2. 현대백화점 상품 시너지 강화

- 신뢰도 높은 현대백화점 상품 강화를 통해 높은 외형성장을 지속하고, 명품 쇼핑몰로 확장 중

구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	'18년 상반기
백화점관 취급고	2,781억	3,103억	3,318억	3,265억	1,540억
입점 점포 수	7개	11개	13개	13개	13개

### 3. 오픈마켓과 전략적 제휴 강화

- 차별화된 방송상품과 신뢰도 높은 현대백화점 상품 경쟁력을 기반으로 국내 3대 오픈마켓과 상품 연동을 통해 추가적인 성장 동력 확보



### Ⅲ. 중장기 성장 전략 : ② 핵심역량 기반 신규사업 진출

당사는 보유현금 7,859억을 바탕으로 적극적인 신규사업 진출을 통해 『토탈 라이프 케어 기업』으로 도약 목표  
당사의 핵심역량(유통, 방송, CS, 고객DB)을 적극 활용할 수 있는 연관 사업 중심으로 적극 진출 예정

#### ● 주요 신규사업 검토 방향

구 분	주 요 내 용	추진 방식
1. 브랜드/제조사 인수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈쇼핑은 방송을 통해 단기간에 기업을 성장 시킬 수 있는 역량 보유</li> <li>• 우선 진출 분야 : 생활·리빙, 건강식품, 화장품 등</li> <li>• 인수한 브랜드/제조사를 활용한 상품 차별화 및 자본이득 실현</li> </ul>	• M&A 혹은 JV
2. 렌탈 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '소유'에서 '사용'으로의 고객 소비형태 변화로 렌탈 수요 증가</li> <li>• 당사 및 그룹 유통망을 통한 사업 확대 가능</li> <li>• 현대렌탈케어 해외 진출 추진, 중견 렌탈 기업 M&amp;A 등 적극적인 사업 확장 예정</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현대렌탈케어 설립('15년 4월)</li> <li>• M&amp;A</li> </ul>
3. 라이프 케어 & 플랫폼 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 토탈 생활용품 사업 : 1인 가구 증가 및 가성비 위주 소비 변화 대응</li> <li>• 브랜드 라이선스 사업 : 화장품, 주방, 외식 등 분야의 글로벌 경쟁력을 보유한 브랜드의 한국 독점 유통 및 브랜드 사용권 확보</li> <li>• 건강기능식품 제조 및 유통 사업 : 고령화 및 건강에 대한 관심 증대로 지속 성장이 예상되는 건강기능 식품 사업 진출 검토</li> </ul>	• M&A 혹은 JV
4. 미래유망 산업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신소재, 자원재생, 헬스케어 등 미래 유망산업 진출 적극 검토</li> </ul>	• M&A 혹은 JV

## ※ 렌탈 · 케어 사업 진출 (현대렌탈케어)

당사는 렌탈 · 케어 사업 진출을 위해 100% 자회사인 『현대렌탈케어』 설립 (총 출자금 1,500억)  
향후 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 적극 활용하여 2020년 연 매출 1,000억 이상 달성 목표

### ● 현대렌탈케어 설립 개요

대표이사	• 김 화 응																																																															
설립 일자	• 2015년 4월																																																															
총 출자금	• 1,500억 (100% 지분)																																																															
영업 개시	• 2015년 6월 부 (홈쇼핑 + 온라인몰 + 방문판매 + 그룹 유통망)																																																															
진출 목적	• 렌탈·케어사업 진출을 통한 신규 성장동력 확보 • 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 활용한 시너지 효과도모																																																															
상품 라인업	<div></div> <div>정수기                      공기청정기                      비데</div>																																																															
실적 현황	<table><tr><th rowspan="2">구 분</th><th rowspan="2">2015년</th><th rowspan="2">2016년</th><th colspan="5">2017</th><th colspan="3">2018</th></tr><tr><th>1분기</th><th>2분기</th><th>3분기</th><th>4분기</th><th>누계</th><th>1분기</th><th>2분기</th><th>누계</th></tr><tr><td>매 출 액</td><td>64억</td><td>100억</td><td>36억</td><td>49억</td><td>64억</td><td>77억</td><td>226억</td><td>90억</td><td>106억</td><td>195억</td></tr><tr><td>영업이익</td><td>-62억</td><td>-210억</td><td>-49억</td><td>-86억</td><td>-66억</td><td>-45억</td><td>-246억</td><td>-49억</td><td>-73억</td><td>-122억</td></tr><tr><td>신규 계정수</td><td>1.2만</td><td>4.5만</td><td>1.6만</td><td>2.4만</td><td>2.6만</td><td>1.9만</td><td>8.6만</td><td>2.2만</td><td>2.8만</td><td>5.0만</td></tr><tr><td>(누적 계정수)</td><td>(1.2만)</td><td>(5.7만)</td><td>(7.3만)</td><td>(9.7만)</td><td>(12.4만)</td><td>(14.3만)</td><td>(14.3만)</td><td>(16.5만)</td><td>(19.4만)</td><td>(19.4만)</td></tr></table>	구 분	2015년	2016년	2017					2018			1분기	2분기	3분기	4분기	누계	1분기	2분기	누계	매 출 액	64억	100억	36억	49억	64억	77억	226억	90억	106억	195억	영업이익	-62억	-210억	-49억	-86억	-66억	-45억	-246억	-49억	-73억	-122억	신규 계정수	1.2만	4.5만	1.6만	2.4만	2.6만	1.9만	8.6만	2.2만	2.8만	5.0만	(누적 계정수)	(1.2만)	(5.7만)	(7.3만)	(9.7만)	(12.4만)	(14.3만)	(14.3만)	(16.5만)	(19.4만)	(19.4만)
	구 분				2015년	2016년	2017					2018																																																				
		1분기	2분기	3분기			4분기	누계	1분기	2분기	누계																																																					
	매 출 액	64억	100억	36억	49억	64억	77억	226억	90억	106억	195억																																																					
	영업이익	-62억	-210억	-49억	-86억	-66억	-45억	-246억	-49억	-73억	-122억																																																					
	신규 계정수	1.2만	4.5만	1.6만	2.4만	2.6만	1.9만	8.6만	2.2만	2.8만	5.0만																																																					
(누적 계정수)	(1.2만)	(5.7만)	(7.3만)	(9.7만)	(12.4만)	(14.3만)	(14.3만)	(16.5만)	(19.4만)	(19.4만)																																																						
▷ 내부거래 포함 기준 / '18년 2분기 부 렌탈자산폐기손실 회계 처리 변경 (기존 영업외비용 → 판관비, 기존 기준 적용시 '18년 2분기 영업이익 -64억)																																																																

## ※ '18년 현대렌탈케어 신제품 소개

현대렌탈케어는 생활·환경가전 브랜드 '현대큐밍'을 론칭하여 정수기 14종, 공기청정기 4종, 의류건조기 3종 비데 2종 등 총 25종의 상품군을 보유 중이며 지속적으로 신제품을 출시할 예정임

### ● 큐밍 공기청정기 - 더 케어

구 분	주 요 내 용	비 고
• 모델	<ul style="list-style-type: none"> <li>13평형(HA-830)</li> <li>12평형(HA-831)</li> </ul>	
• 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>360도 원형 필터</li> <li>좌우/상 방향 공간 케어</li> <li>극초미세먼지 단위까지 측정</li> <li>0.3 마이크로미터 입자 케어하는 헤파 필터</li> </ul>	 HA-830  HA-831
• 출시일	• '18년 3월	

### ● 큐밍 정수기 - 더 슬림

구 분	주 요 내 용	비 고
• 모델	<ul style="list-style-type: none"> <li>직수 냉온 정수기(HP-813)</li> <li>직수 정수기(HP-815)</li> </ul>	
• 특징	<p>1) 직수 냉온 정수기(HP-813)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3단계 온도 조절 기능 (40°C, 70°C, 80°C)</li> <li>코크 자동살균 기능</li> <li>우수한 냉각성능</li> </ul> <p>2) 직수 정수기(HP-815)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>가로 11.5cm 초슬림 정수기</li> <li>간편한 다이얼 조작</li> <li>무전원 방식</li> <li>분리형 코크로 세척 용이</li> </ul>	 HP-813  HP-815
• 출시일	• '18년 3월	

## ※ 토탈 인테리어 사업 진출 - 한화L&C(주) 인수

당사는 높은 성장세를 보이는 토탈 인테리어 사업 진출을 통한 신성장 동력 확보 및 리빙 분야의 독보적 경쟁력 확보를 위해 한화L&C(주) 인수를 결정함

### ● 한화L&C(주) 인수 주요 내용

설립 연도	• 2014년 7월 1일																																																	
회사 개요	• 주요사업 : 건축자재 제조 및 판매 • 자회사 : 캐나다(HLCA), 중국 상해(HLTS), 미국 아틀란타(HLUL), 독일 애쉬본(HLEU) ※ 생산시설 : 세종시 1개 공장, 해외 1개 공장(캐나다) • 임직원수 : 1,247명(기준일 : '18년 3월 말 / 국내 903명, 해외 344명)																																																	
진출 목적	• 연평균 8%의 높은 성장세 예상되는 토탈 인테리어 사업 진출을 통한 신규 성장동력 확보 • 홈쇼핑 리빙 분야의 독보적 경쟁력 확보 및 현금성 자산 활용																																																	
실적 현황	<table><tr><th>구 분</th><th>2014년</th><th>2015년</th><th>신장률</th><th>2016년</th><th>신장률</th><th>2017년</th><th>신장률</th><th>비 고</th></tr><tr><td>매 출 액</td><td>3,891억</td><td>7,708억</td><td>98.1%</td><td>8,608억</td><td>11.7%</td><td>10,636억</td><td>23.6%</td><td rowspan="4">※ 연결 기준</td></tr><tr><td>영업이익</td><td>168억</td><td>383억</td><td>128.0%</td><td>329억</td><td>-14.1%</td><td>216억</td><td>-34.3%</td></tr><tr><td>EBITDA</td><td>241억</td><td>523억</td><td>117.0%</td><td>490억</td><td>-6.3%</td><td>406억</td><td>-17.1%</td></tr><tr><td>당기순이익</td><td>60억</td><td>164억</td><td>173.3%</td><td>189억</td><td>15.2%</td><td>113억</td><td>-40.2%</td></tr></table>								구 분	2014년	2015년	신장률	2016년	신장률	2017년	신장률	비 고	매 출 액	3,891억	7,708억	98.1%	8,608억	11.7%	10,636억	23.6%	※ 연결 기준	영업이익	168억	383억	128.0%	329억	-14.1%	216억	-34.3%	EBITDA	241억	523억	117.0%	490억	-6.3%	406억	-17.1%	당기순이익	60억	164억	173.3%	189억	15.2%	113억	-40.2%
구 분	2014년	2015년	신장률	2016년	신장률	2017년	신장률	비 고																																										
매 출 액	3,891억	7,708억	98.1%	8,608억	11.7%	10,636억	23.6%	※ 연결 기준																																										
영업이익	168억	383억	128.0%	329억	-14.1%	216억	-34.3%																																											
EBITDA	241억	523억	117.0%	490억	-6.3%	406억	-17.1%																																											
당기순이익	60억	164억	173.3%	189억	15.2%	113억	-40.2%																																											
향후 회사 발전 계획	• 국내외 영업망 및 조직 안정화를 통한 수익구조 개선 • 현대리바트 등 그룹 시너지를 통한 B2B 영업력 강화 • B2C 중심의 토탈 인테리어 사업 진출																																																	

## ※ 토탈 인테리어 사업 진출 - 한화L&C(주) 인수

### ● 한화L&C(주) 주요 제품 라인업

창 호 창호 (M/S 18%, 3위)	인테리어 스톤 (M/S 30%, 2위)	바 닥 재 (M/S 19%, 2위)
		
브랜드: 다윈, 미류	브랜드: 칸스톤, 하넥스	브랜드: 소리지움, 참숯나라
데코 마감재 / 필름필름/시트 (M/S 40%, 1위)	가 구	벽 지
		
인테리어필름, 데코시트, DIY타일 등	일반가구(브랜드 큐링크) 주방가구(브랜드 큐치네)	브랜드: 큐티에, 큐피트

→ 부문별 매출 비중 : 창호 37%, 인테리어스톤 23%, 바닥재 15%, 기타 24%

### Ⅲ. 중장기 성장 전략 : ③ 적극적인 해외사업 확장

지속적인 소비시장 성장이 예상되는 국가를 대상으로 안정적 송출구조를 확보하여 진출 예정  
태국, 베트남을 포함해 2020년 내 5개국 이상 진출을 목표하고 있음

#### 단계별 해외 사업 진출 전략

##### 3단계 : 2020년 ~

- 북미, 유럽 등 선진 시장 진출 검토
  - 소비시장 규모가 크고 소득 수준이 높은 선진시장 진출 검토

북미/유럽

##### 2단계 : 2018년~2019년

- K-컨텐츠 기반의 인포머셜 시장 진출
  - 대만, 동남아 등 한류문화 확산 지역 중심 검토
- 글로벌벤더 사업 개시
  - 해외상품 소싱 및 한국 상품 수출

##### 1단계 : ~2017년

- 태국('15년 4월 계약) '16년 1월 송출 개시
- 베트남('14년 5월 계약) '16년 2월 송출 개시
- 선진시장 진출 타당성 검토 (대만, 호주 등)

태국 진출 ('16년)

대만 (검토중)

베트남 진출 ('16년)

오세아니아 (검토중)



## ※ 해외 진출 현황

2016년 부 태국, 베트남 홈쇼핑 방송 송출 중이며, KBS미디어와의 합작을 통한 K-콘텐츠 기반 인포머셜 시장 진출 추진 중

구 분	태 국 (하이쇼핑)	베트남 (VTV 현대)	대만 外 (HK E&S)	
자본금	• 165억	• 240억	• 60억	
지분구조	• 현대홈쇼핑 49% • Intouch Media 51%	• 현대홈쇼핑 50% • VTVcab 25% • VTVB 25%	• 현대홈쇼핑 50% • KBS Media 50%	
설립일자	• 2015년 4월	• 2014년 5월	• 2018년 1월	
송출일자	• 2016년 1월	• 2016년 2월	• 대만 : 2019년 초 (예정)	
송출가구	• 1,500만 (전국)	• 640만 (호치민, 하노이)	• 대만 : 505만 (예정)	
손익 현황	(단위 : 억원)			
	구 분	'16년	'17년	'18년 상반기
	취급고	119	214	114
	순이익	-59	-36	-17
	지분법 손익	-29	-18	-8
	(단위 : 억원)			
	구 분	'16년	'17년	'18년 상반기
	취급고	51	87	49
	순이익	-48	-35	-16
	지분법 손익	-25	-17	-8
	(단위 : 억원)			
	구 분	'16년	'17년	'18년 상반기
	취급고	-	-	-
	순이익	-	-	-2
	지분법 손익	-	-	-1
향후 계획	• 태국 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표	• 베트남 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표	• 대만, 태국 등 한류 인기지역 중심 K-콘텐츠 기반 진출 계획	

## IV. 투자 하이라이트

당사의 동업계 대비 차별화된 재무성과 및 신규사업 성과, 향후 미래 성장 전략 고려 시 현재 밸류에이션(주가)은 투자에 상당히 매력적인 수준이라고 판단됨



○ 지속적으로 성장하는 온라인 쇼핑 시장 지배력 강화

- 모바일 쇼핑 편의성 개선 등 온라인 투자 확대를 통한 고성장 추진
- 한섬, 현대그린푸드, 리바트 등 그룹 시너지를 통한 상품 콘텐츠 강화

○ 핵심역량에 기반한 지속적인 매출 성장 및 업계 최고의 수익성 확보

- 업계 최고 수준의 성장성 유지 (2008년~2017년 취급고 연평균 성장률 13.2%)
- 업계 최고 수준의 영업이익 창출

○ 제2의 도약을 위한 차별화된 미래 성장 전략 보유

- 신규사업 진출 : (주)현대렌탈케어 설립을 통한 렌탈·케어 시장 진출 ('15년 4월)
- 해외 진출 가속화 : 베트남, 태국 등 신흥시장 진출

○ 풍부한 현금 보유 및 건실한 재무구조 확보한 우량한 기업

- 미래 성장을 위한 풍부한 현금성 자산 보유 및 우량한 재무 건전성 확보
- 보유 순현금 7,859억, 부채비율 22.0%

○ 당사의 동업계 대비 재무성과 및 경쟁력 고려 시, 현 밸류에이션(주가)은 매력적임

## V. 별첨

---

1    소매유통시장 동향 및 전망

---

2    재무제표(연결, 별도)

---

3    주요 경제 지표

---

4    현대홈쇼핑 PB 상품 소개

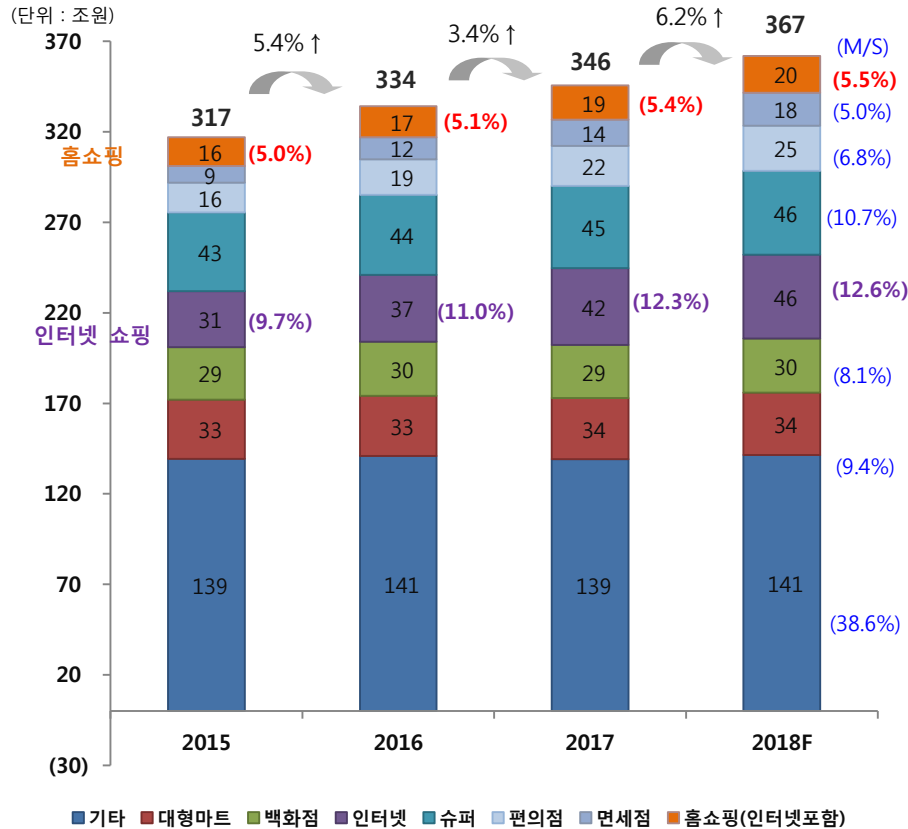
---

5    Product Mix

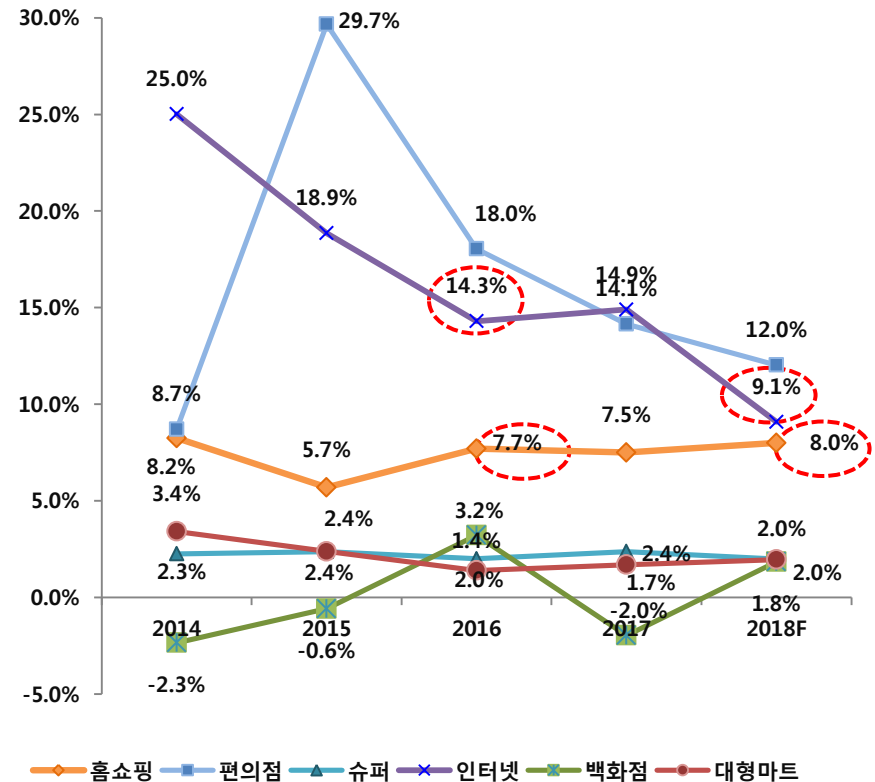
## V. 별 첨 : 소매유통시장 동향 및 전망

- 2018년 국내소매시장 성장률 예상 : 6.2% (하나금융투자)
- 2018년 홈쇼핑 시장 성장률 예상 : 약 8% (현대홈쇼핑)

국내 소매유통 채널별 매출



국내 소매유통 채널별 성장률



※ 승용차 및 연료소매점 매출 제외 기준  
 ○ 기타 : 재래시장 및 전문 소매점 등  
 ○ 출처 : 통계청, 현대홈쇼핑, 증권사 리포트

## V. 별 첨 : 연결재무제표(연간)

### ● 손익계산서

구 분	2015년	2016년	2017년	'18년 2분기 누계	YoY
<b>1. 취급고</b>	<b>31,894</b>	<b>35,061</b>	<b>36,482</b>	<b>18,745</b>	<b>3.8%</b>
① T V	18,294	19,779	20,218	10,241	2.5%
※ T-커머스	208	1,013	1,770	1,129	35.5%
② 인터넷	12,361	14,285	15,175	8,018	6.2%
※ 모바일	6,112	7,446	8,795	4,535	7.1%
③ 카탈로그	738	464	326	4	-97.9%
④ 기타	449	452	551	292	13.7%
⑤ 현대렌탈케어	52	81	213	190	134.4%
순매출	8,960	9,694	10,431	5,059	-2.2%
<b>2. 매출총이익</b>	<b>8,203</b>	<b>8,773</b>	<b>9,140</b>	<b>3,752</b>	<b>-20.1%</b>
(%)	(25.7%)	(25.0%)	(25.1%)	(20.0%)	
<b>3. 판매관리비</b>	<b>7,157</b>	<b>7,660</b>	<b>7,887</b>	<b>3,078</b>	<b>-23.0%</b>
(%)	(22.4%)	(21.8%)	(21.6%)	(16.4%)	
<b>4. 영업이익</b>	<b>1,046</b>	<b>1,113</b>	<b>1,253</b>	<b>674</b>	<b>-3.2%</b>
(%)	(3.3%)	(3.2%)	(3.4%)	(3.6%)	
<b>5. 경상이익</b>	<b>1,462</b>	<b>1,741</b>	<b>1,618</b>	<b>1,056</b>	<b>6.0%</b>
(%)	(4.6%)	(5.0%)	(4.4%)	(5.6%)	
* 지분법손익	257	485	317	181	
<b>6. 당기순이익</b>	<b>1,111</b>	<b>1,295</b>	<b>1,225</b>	<b>774</b>	<b>4.0%</b>
(%)	(3.5%)	(3.7%)	(3.4%)	(4.1%)	

### ● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2015년	2016년	2017년	'18년 2분기
<b>자산총계</b>	<b>16,664</b>	<b>19,030</b>	<b>18,754</b>	<b>19,596</b>
유동자산	8,641	9,722	8,117	8,979
비유동자산	8,023	9,308	10,637	10,617
<b>부채총계</b>	<b>3,095</b>	<b>4,477</b>	<b>3,310</b>	<b>3,518</b>
유동부채	2,863	4,188	3,074	3,277
비유동부채	232	289	235	240
<b>자본총계</b>	<b>13,569</b>	<b>14,553</b>	<b>15,444</b>	<b>16,078</b>
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-211	-267	-386	-386
기타포괄손익누계	127	56	18	44
이익잉여금	10,518	11,629	12,677	13,285
<b>부채와 자본총계</b>	<b>16,664</b>	<b>19,030</b>	<b>18,754</b>	<b>19,596</b>

\* 2015년 백수오 환불비용 88억 반영, 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식

\* 현대렌탈케어 : 내부거래 제외 기준

## V. 별 첨 : 연결재무제표(분기)

### ● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

구 분	2017년					2018년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
<b>1. 취급고</b>	<b>9,117</b>	<b>8,941</b>	<b>8,729</b>	<b>9,695</b>	<b>36,482</b>	<b>9,517</b>	<b>9,228</b>			<b>18,745</b>
① T V	5,022	4,967	4,870	5,358	20,218	5,197	5,044			10,241
※ T-커머스	413	420	440	497	1,770	549	579			1,129
② 인터넷	3,845	3,702	3,564	4,063	15,175	4,082	3,936			8,018
※ 모바일	2,099	2,136	2,173	2,387	8,795	2,258	2,277			4,535
③ 카탈로그	94	89	85	58	326	4	0			4
④ 기타	120	137	152	143	551	147	145			292
⑤ 현대렌탈케어	35	46	58	73	213	87	102			190
순매출	2,610	2,563	2,529	2,730	10,431	2,545	2,515			5,059
<b>2. 매출총이익</b>	<b>2,368</b>	<b>2,326</b>	<b>2,160</b>	<b>2,286</b>	<b>9,140</b>	<b>1,872</b>	<b>1,881</b>			<b>3,752</b>
(%)	(26.0%)	(26.0%)	(24.7%)	(23.6%)	(25.1%)	(19.7%)	(20.4%)			(20.0%)
<b>3. 판매관리비</b>	<b>1,945</b>	<b>2,053</b>	<b>1,912</b>	<b>1,977</b>	<b>7,887</b>	<b>1,518</b>	<b>1,561</b>			<b>3,078</b>
(%)	(21.3%)	(23.0%)	(21.9%)	(20.4%)	(21.6%)	(15.9%)	(16.9%)			(16.4%)
<b>4. 영업이익</b>	<b>423</b>	<b>273</b>	<b>248</b>	<b>310</b>	<b>1,253</b>	<b>354</b>	<b>320</b>			<b>674</b>
(%)	(4.6%)	(3.1%)	(2.8%)	(3.2%)	(3.4%)	(3.7%)	(3.5%)			(3.6%)
<b>5. 경상이익</b>	<b>610</b>	<b>385</b>	<b>339</b>	<b>284</b>	<b>1,618</b>	<b>623</b>	<b>433</b>			<b>1,056</b>
(%)	(6.7%)	(4.3%)	(3.9%)	(2.9%)	(4.4%)	(6.5%)	(4.7%)			(5.6%)
* 지분법손익	127	67	59	20	317	118	63			181
<b>6. 당기순이익</b>	<b>466</b>	<b>279</b>	<b>248</b>	<b>232</b>	<b>1,225</b>	<b>456</b>	<b>318</b>			<b>774</b>
(%)	(5.1%)	(3.1%)	(2.8%)	(2.4%)	(3.4%)	(4.8%)	(3.4%)			(4.1%)

\* 관계기업(중국 상해) 손상차손 : '17년 4분기 81억

\* 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식

## V. 별 첨 : 별도재무제표(연간)

### ● 손익계산서

구 분	2015년	2016년	2017년	'18년 2분기 누계	YoY
<b>1. 취급고</b>	<b>31,842</b>	<b>34,980</b>	<b>36,270</b>	<b>18,555</b>	<b>3.2%</b>
① T V	18,294	19,779	20,218	10,241	2.5%
※ T-커머스	208	1,013	1,770	1,129	35.5%
② 인터넷	12,361	14,285	15,175	8,018	6.2%
※ 모바일	6,112	7,446	8,795	4,535	7.1%
③ 카탈로그	738	464	326	4	-97.9%
④ 기타	449	452	551	292	13.7%
순매출	8,908	9,613	10,218	4,869	-4.4%
<b>2. 매출총이익</b>	<b>8,205</b>	<b>8,743</b>	<b>9,013</b>	<b>3,635</b>	<b>-21.7%</b>
(%)	(25.7%)	(25.0%)	(24.9%)	(19.6%)	
<b>3. 판매관리비</b>	<b>7,097</b>	<b>7,420</b>	<b>7,514</b>	<b>2,838</b>	<b>-25.6%</b>
(%)	(22.4%)	(21.8%)	(20.7%)	(15.3%)	
<b>4. 영업이익</b>	<b>1,107</b>	<b>1,323</b>	<b>1,499</b>	<b>796</b>	<b>-4.1%</b>
(%)	(3.3%)	(3.2%)	(4.1%)	(4.3%)	
<b>5. 경상이익</b>	<b>1,294</b>	<b>1,401</b>	<b>1,274</b>	<b>1,046</b>	<b>7.7%</b>
(%)	(4.6%)	(5.0%)	(3.5%)	(5.6%)	
<b>6. 당기순이익</b>	<b>974</b>	<b>1,034</b>	<b>878</b>	<b>783</b>	<b>5.6%</b>
(%)	(3.5%)	(3.7%)	(2.4%)	(4.2%)	

### ● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2015년	2016년	2017년	'18년 2분기
<b>자산총계</b>	<b>15,277</b>	<b>17,298</b>	<b>16,711</b>	<b>17,428</b>
유동자산	8,110	9,544	7,961	8,510
비유동자산	7,167	7,754	8,750	8,919
<b>부채총계</b>	<b>2,862</b>	<b>4,153</b>	<b>3,005</b>	<b>3,140</b>
유동부채	2,822	4,136	2,993	3,131
비유동부채	39	16	12	9
<b>자본총계</b>	<b>12,415</b>	<b>13,145</b>	<b>13,706</b>	<b>14,288</b>
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-211	-267	-386	-386
기타포괄손익누계	238	173	153	173
이익잉여금	9,254	10,104	10,804	11,366
<b>부채와 자본총계</b>	<b>15,277</b>	<b>17,298</b>	<b>16,711</b>	<b>17,428</b>

\* 2015년 백수오 환불비용 88억 반영, 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식

## V. 별 첨 : 별도재무제표(분기)

### ● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

구 분	2017년					2018년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
<b>1. 취급고</b>	<b>9,082</b>	<b>8,896</b>	<b>8,671</b>	<b>9,622</b>	<b>36,270</b>	<b>9,430</b>	<b>9,125</b>			<b>18,555</b>
① T V	5,022	4,967	4,870	5,358	20,218	5,197	5,044			10,241
※ T-커머스	413	420	440	497	1,770	549	579			1,129
② 인터넷	3,845	3,702	3,564	4,063	15,175	4,082	3,936			8,018
※ 모바일	2,099	2,136	2,173	2,387	8,795	2,258	2,277			4,535
③ 카탈로그	94	89	85	58	326	4	0			4
④ 기타	120	137	152	143	551	147	145			292
순매출	2,575	2,517	2,471	2,656	10,218	2,457	2,412			4,869
<b>2. 매출총이익</b>	<b>2,346</b>	<b>2,298</b>	<b>2,125</b>	<b>2,244</b>	<b>9,013</b>	<b>1,817</b>	<b>1,818</b>			<b>3,635</b>
(%)	(25.8%)	(25.8%)	(24.5%)	(23.3%)	(24.9%)	(19.3%)	(19.9%)			(19.6%)
<b>3. 판매관리비</b>	<b>1,874</b>	<b>1,939</b>	<b>1,811</b>	<b>1,890</b>	<b>7,514</b>	<b>1,413</b>	<b>1,425</b>			<b>2,838</b>
(%)	(20.6%)	(21.8%)	(20.9%)	(19.6%)	(20.7%)	(15.0%)	(15.6%)			(15.3%)
<b>4. 영업이익</b>	<b>472</b>	<b>359</b>	<b>314</b>	<b>355</b>	<b>1,499</b>	<b>403</b>	<b>393</b>			<b>796</b>
(%)	(5.2%)	(4.0%)	(3.6%)	(3.7%)	(4.1%)	(4.3%)	(4.3%)			(4.3%)
<b>5. 경상이익</b>	<b>568</b>	<b>403</b>	<b>345</b>	<b>-37</b>	<b>1,274</b>	<b>607</b>	<b>439</b>			<b>1,046</b>
(%)	(6.3%)	(4.5%)	(4.0%)	-(0.4%)	(3.5%)	(6.4%)	(4.8%)			(5.6%)
<b>6. 당기순이익</b>	<b>436</b>	<b>306</b>	<b>262</b>	<b>-128</b>	<b>878</b>	<b>450</b>	<b>333</b>			<b>783</b>
(%)	(4.8%)	(3.4%)	(3.0%)	-(1.3%)	(2.4%)	(4.8%)	(3.7%)			(4.2%)

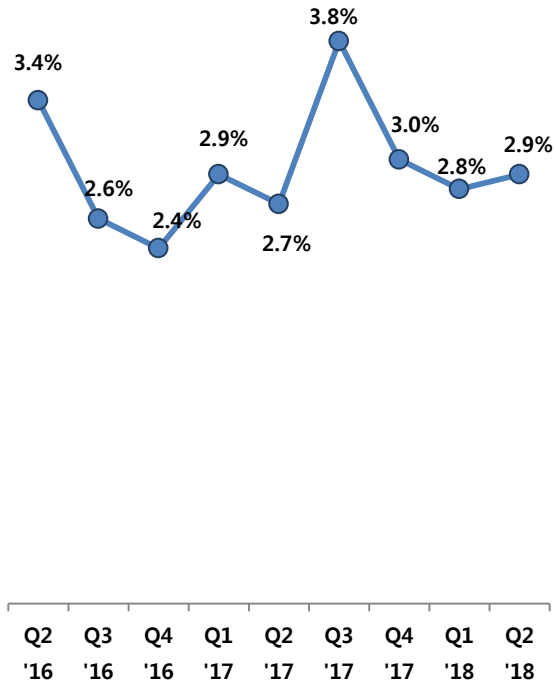
\* 종속기업(현대렌탈케어) 손상차손 : '16년 4분기 101억, '17년 4분기 286억, 관계기업(중국 상해) 손상차손 : '17년 4분기 115억

\* 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식



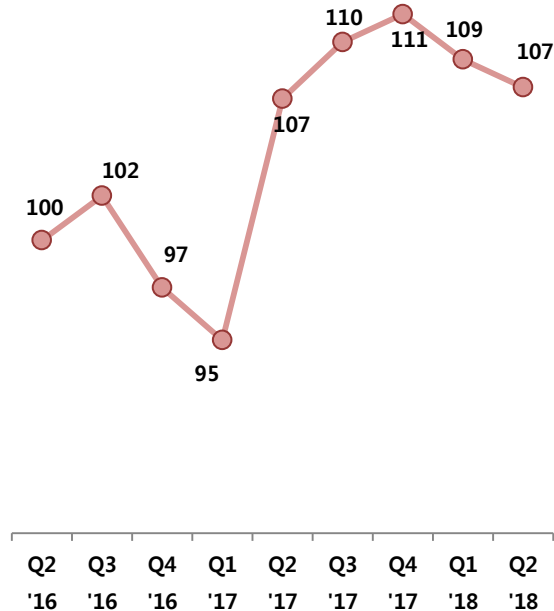
## V. 별 첨 : 주요 경제 지표

● GDP 성장률 추이



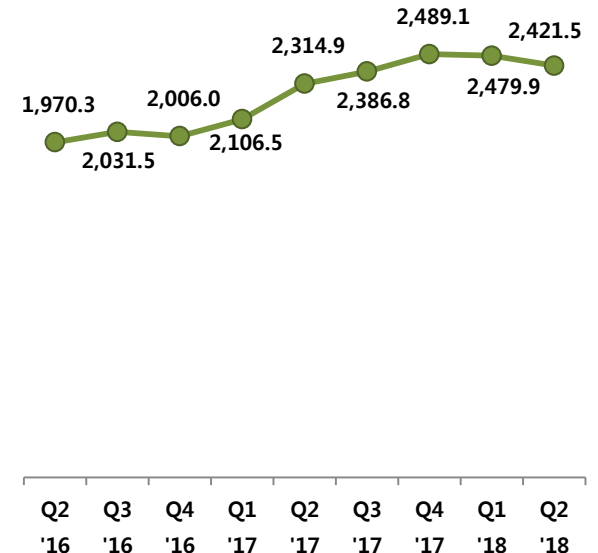
출처 : 한국은행

● 소비자 동향지수(CSI)



출처 : 통계청

● KOSPI 지수 추이



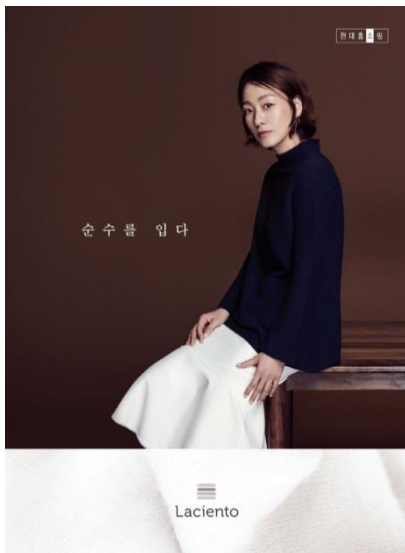
출처 : KOFIA

## V. 별 첨 : 현대홈쇼핑 PB 상품 소개



### 1. 오로타 무빙(無氷) 에어컨

구 분	내 용
① 론칭일	2017년 6월 22일
② 브랜드 소개	생활 속 작은 혁신을 통해 고객의 삶을 개선해주는 생활전문 브랜드
③ 주요 특징점	정수기 '반도체 냉각방식'을 적용하여 얼음팩 없이 시원한 바람을 느낄 수 있는 신개념 제품



### 2. 라시엔토 (Laciento)

구 분	내 용
① 론칭일	2017년 9월 16일
② 브랜드 소개	품질, 스타일이 완벽한 100%를 만들겠다는 신념에서 출발한 프리미엄 패션전문 브랜드
③ 주요 상품 카테고리	이태리 캐시미어 100% 핸드메이드 코트 & 케이블 니트, 리버시블 무스탕 코트, 폭스 퍼 니트 코트 등

# V. 별 첨 : 현대홈쇼핑 PB 상품 소개



## 3. 알레보 (allevo) 인덕션 히팅(IH) 냄비 ‘Style Pot’

구 분	내 용
① 론칭일	2018년 2월 5일
② 브랜드 소개	작은 혁신을 통해 생활의 정점을 찍다, ‘라이프스타일 생활/주방용품 브랜드’
③ 주요 특징점	명품 악세사리 모티브의 디자인 적용, 97% 고순도 알루미늄 적용, 최고급 코팅 및 수납 공간 효율성 극대화를 위한 적층구조 디자인 적용



## 4. 갠창네(갠창L) 무선 물걸레 청소기

구 분	내 용
① 론칭일	2018년 10월 04일
② 브랜드 컨셉	갠창은 상품을 갠창게 사는 방법, Hmall 토탈 리빙 신규 브랜드
③ 주요 특징점	사용보관이 간편한 무선방식, 모터 소음 최소화 시킨 저소음 설계, 두께감있는 광폭 극세사 패드

## V. 별 첨 : Product mix 추이

