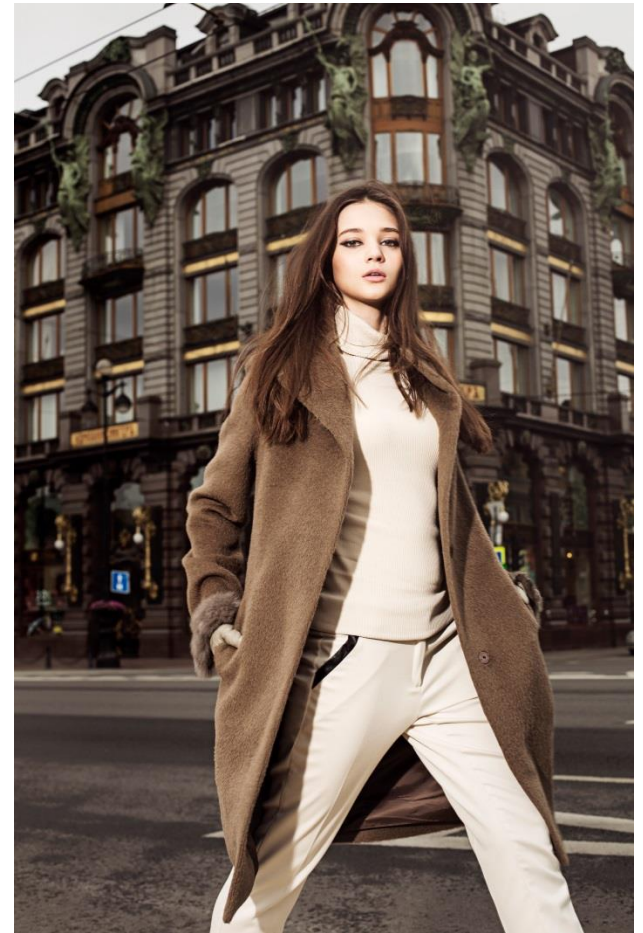


IR PRESENTATION

2019년 1분기

Investor Relations | 2019. 5



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

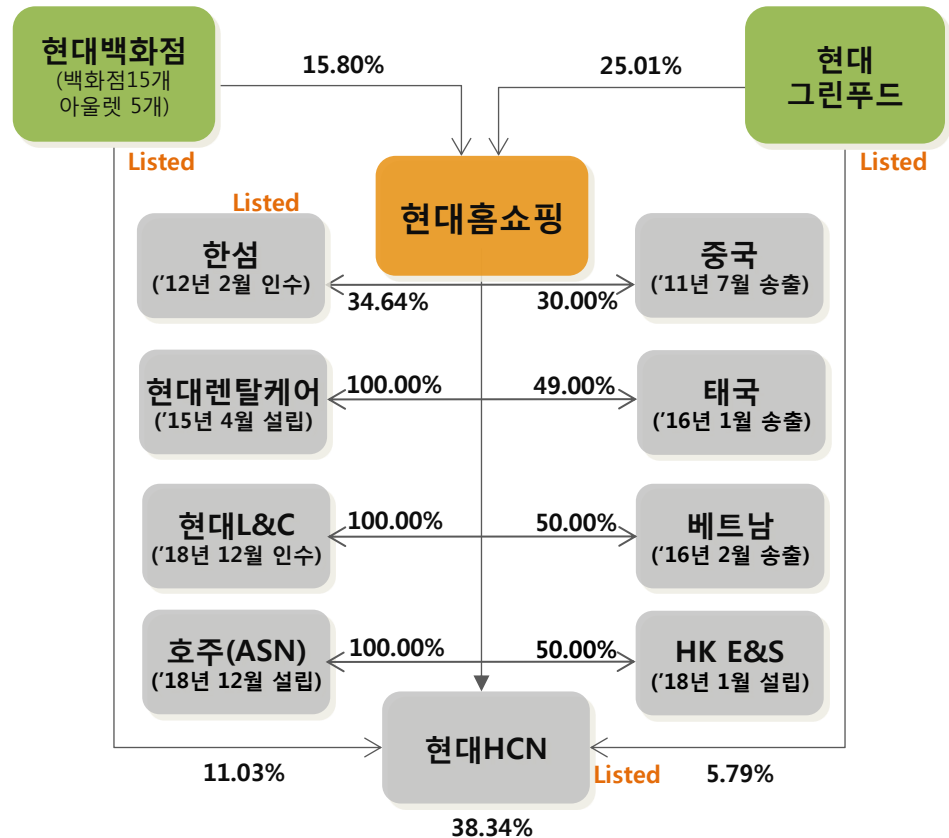
현대홈쇼핑은 재계 기업순위 자산기준 21위(14.3조), 당기순이익 20위(6,740억), 부채비율 7위(32%)의
현대백화점 그룹 주력 계열사로 다양한 플랫폼을 통해 고품질의 상품을 선보이고 있음

● 회사 프로필

설립일	2001년 5월 29일		
상장일	2010년 9월 13일		
사업영역	홈쇼핑 (TV, 인터넷, 모바일, 데이터방송)		
자본금	600억원		
상장주식수	1,200만주		
직원 수	939명 ('19년 3월)		
주주구성 ('18년 12월)	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 : 27.64%

● 현대홈쇼핑 지배구조



I. 기업소개 : 재무 성과

현대홈쇼핑은 차별화된 상품력과 고객서비스를 기반으로 2008년 금융위기 이후에도 높은 성장세를 보이며
2018년 취급고 3.7조 규모의 국내 대표 온라인 쇼핑 사업자로 성장하였음

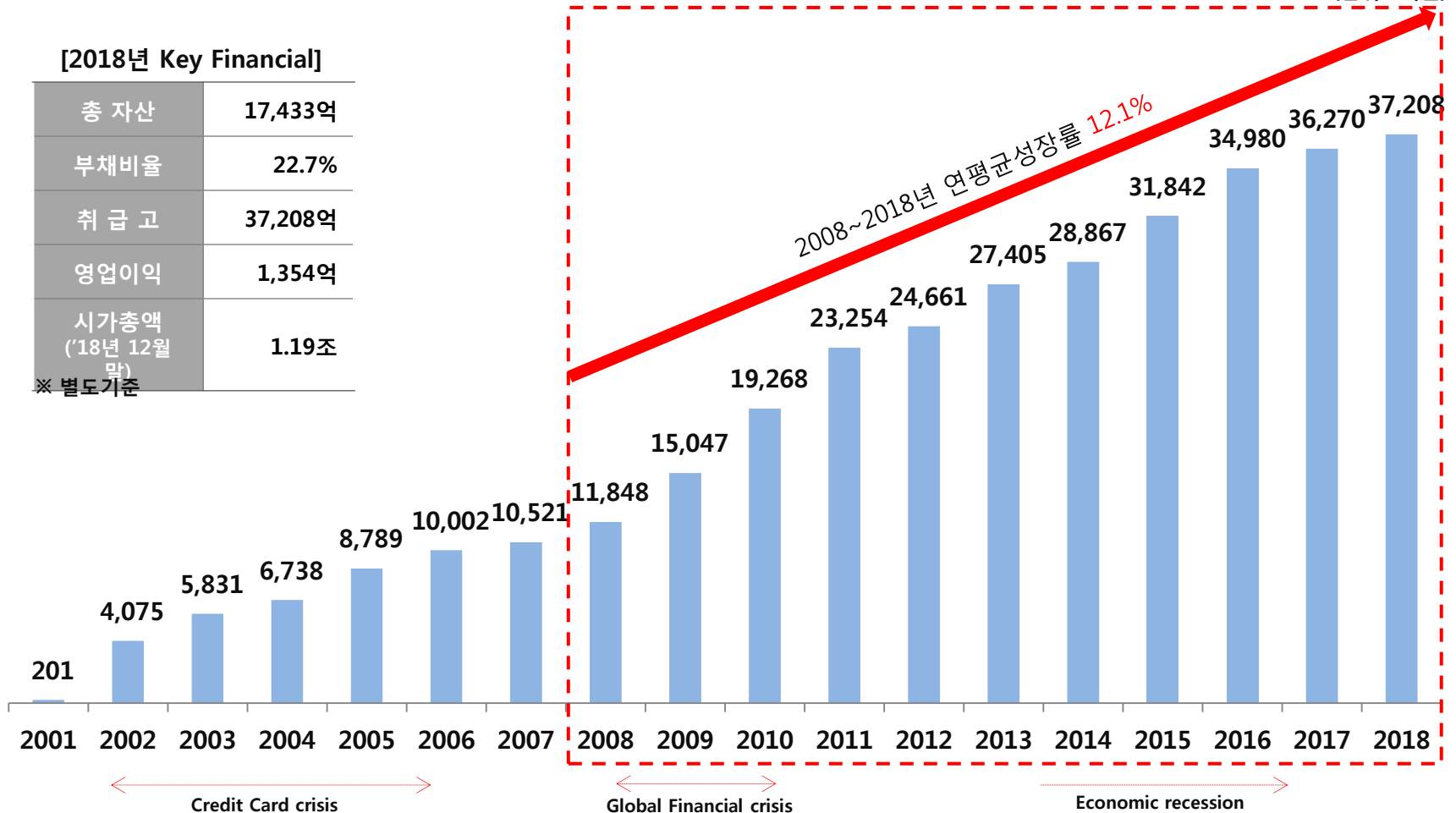
현대홈쇼핑 사업 개시 후 취급고 추이

(단위 : 억원)

[2018년 Key Financial]

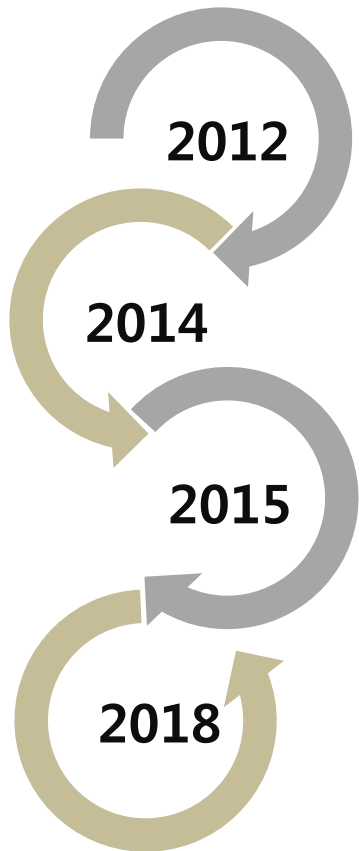
총 자산	17,433억
부채비율	22.7%
취급고	37,208억
영업이익	1,354억
시가총액 (‘18년 12월 말)	1.19조

※ 별도기준



I. 기업소개 : 신규사업 성과

현대홈쇼핑은 상장 이후 중국, 태국, 베트남 홈쇼핑 시장 진출, 국내 여성의류 1위 기업 한섬 인수, 렌탈 및 토탈 인테리어 시장 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 2,500억, 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%)

2018.12 한화L&C(주) 인수 - 토탈 인테리어 사업 진출
(인수금액 3,666억, 당사 지분율 100%)

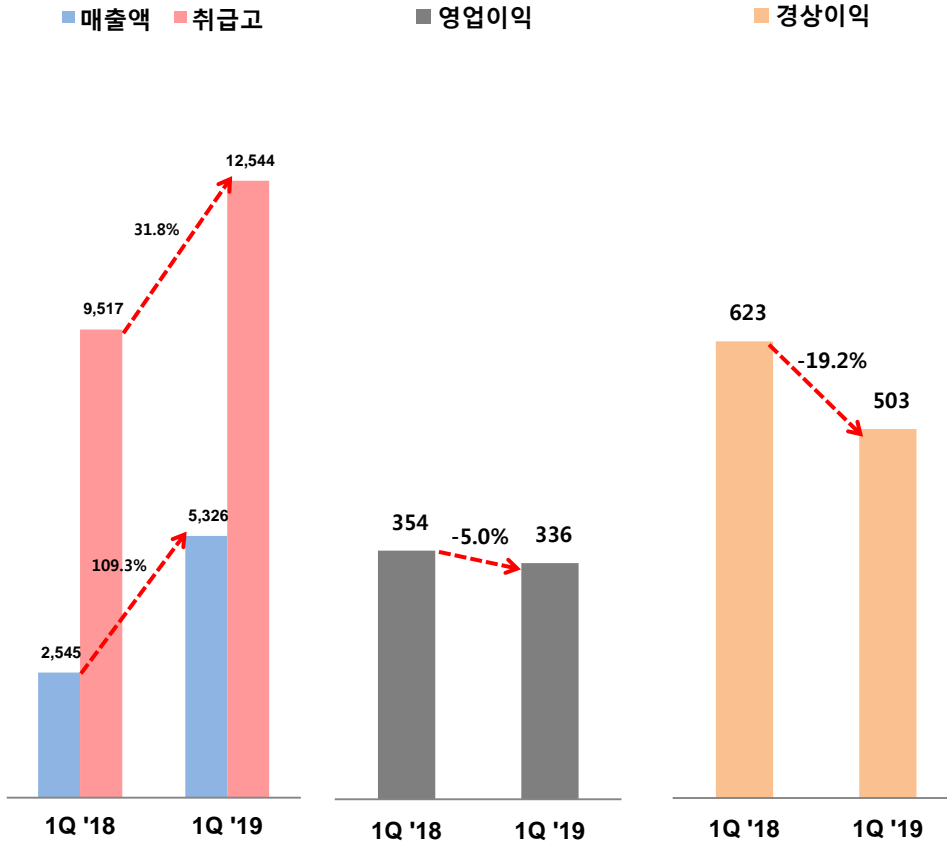
2018.12 호주 진출을 위한 Australian Shopping Network 설립
(자본금 360억, 당사 지분율 100%)



Ⅱ. 비즈니스 업데이트 : 2019년 1분기 연결 실적 주요 내용

(단위 : 억원, 연결기준)

1Q FY2019



1) 현대홈쇼핑

- T-커머스 및 모바일 중심 매출 확대로 전사 취급고 YoY 3.5% 신장 (건강기능식품, 명품·잡화, 렌탈 판매 호조)
- IPTV 송출료 인상 예정분 반영에 따른 비용 증가 등으로 영업이익 YoY -1.5% 감소

2) 현대렌탈케어

- 봄철 미세먼지 영향에 따른 공기청정기 렌탈 계정 증가 등으로 매출확대 및 영업적자 개선

3) 현대L&C

- 국내 건설경기 부진 및 1분기 건자재 시장 비수기로 영업적자 -15억 기록

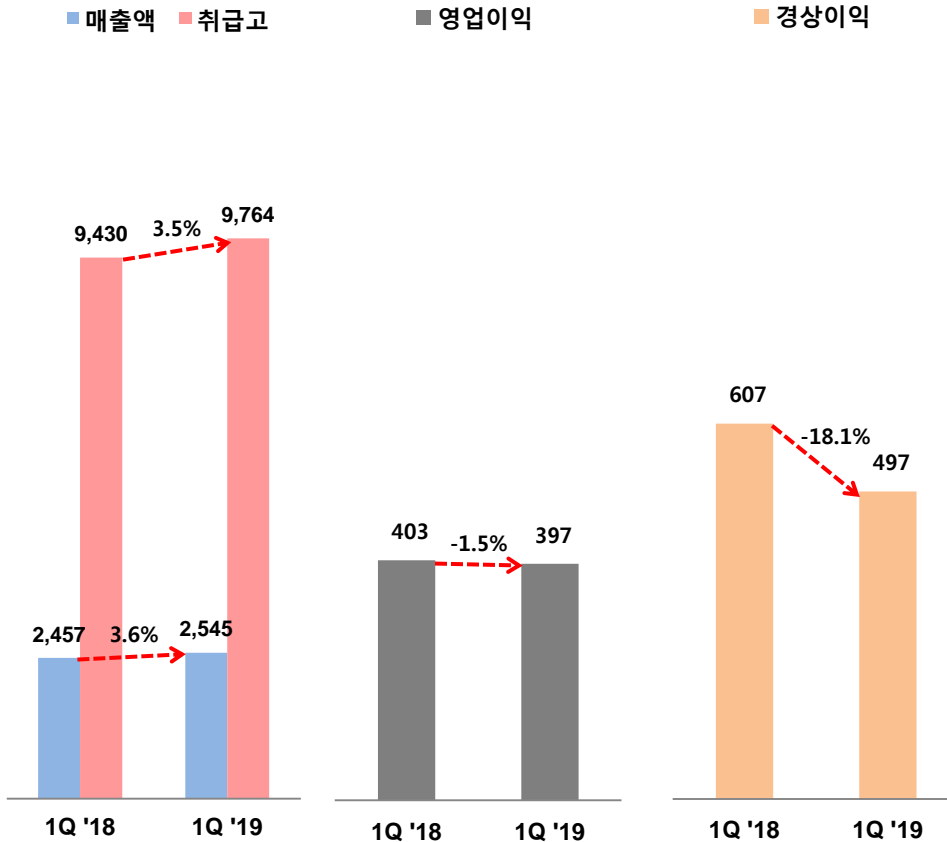
4) 경상이익 특이사항

- '18년 1분기 중국홈쇼핑 사업중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식
 - ※ 상기 사항 제외 시 경상이익
 - '18.1Q 508억 → '19.1Q 503억, YoY -2.9%

Ⅱ. 비즈니스 업데이트 : 2019년 1분기 별도 실적 주요 내용

(단위 : 억원, 별도기준)

1Q FY2019



1) 취급고 : 9,764억 (YoY 3.5% 신장)

- T-커머스 및 모바일 중심 매출 확대로 전사 취급고 YoY 3.5% 신장 (건강기능식품, 명품·잡화, 렌탈 판매 호조)

(※ TV : T-커머스 매출 포함, 인터넷 : 모바일 매출 포함)

구 분	합 계	TV	T-커머스	인터넷	모바일
'18년 1분기	9,430	5,197	549	4,082	2,258
'19년 1분기	9,764	5,152	744	4,425	2,935
YoY	3.5%	-0.9%	35.5%	8.4%	29.9%

2) 영업이익 : 397억 (YoY -1.5% 역신장)

- IPTV 송출료 인상 예정분 반영에 따른 비용 증가 등으로 영업이익 YoY -1.5% 감소

3) 경상이익 : 497억 (YoY -18.1% 역신장)

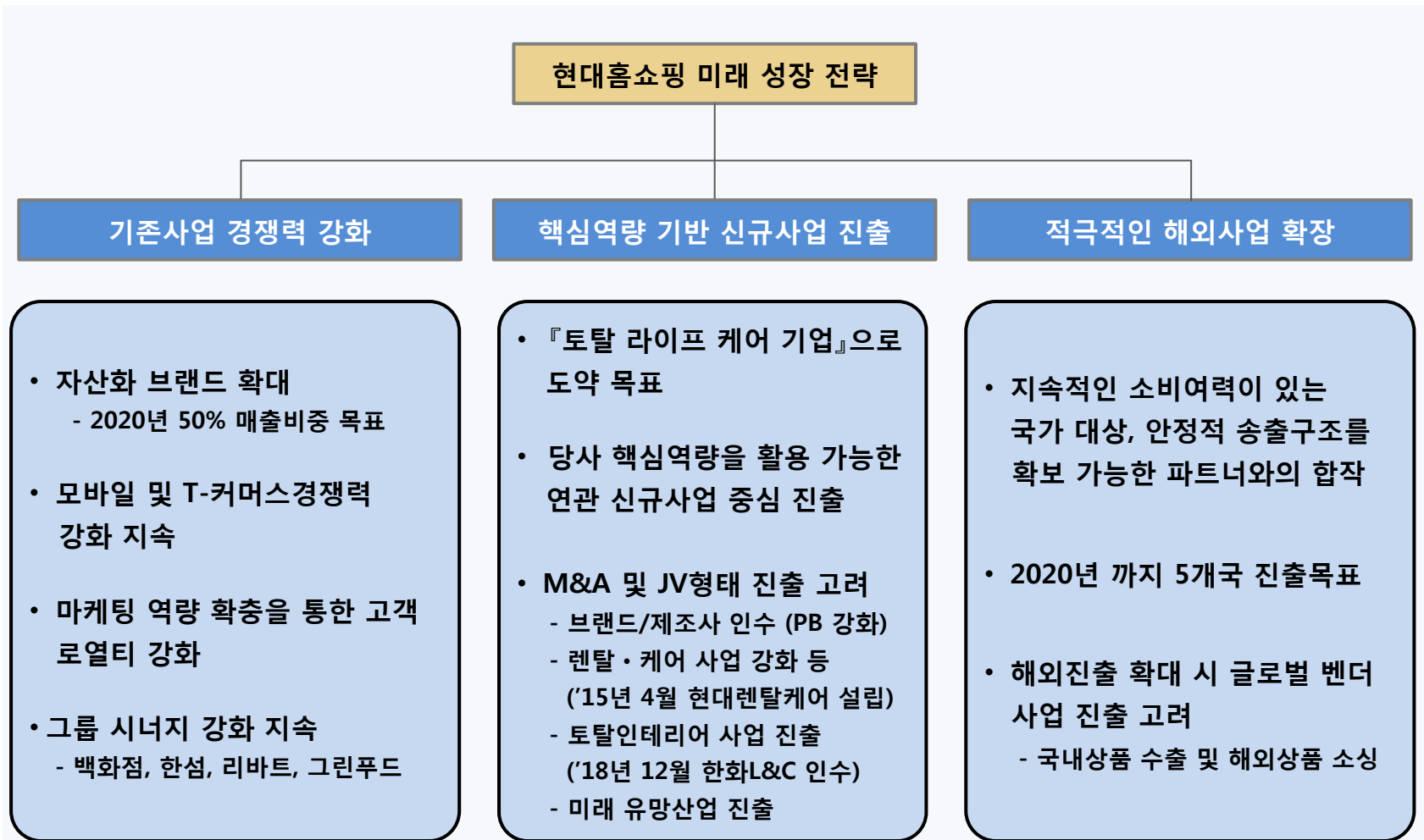
- '18년 1분기 중국홈쇼핑 사업중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식
- ※ 상기 사항 제외 시 경상이익
 - '18.1Q 502억 → '19.1Q 497억, YoY -1.0%

Ⅱ. 비즈니스 업데이트 : 2019년 1분기 연결대상 종속법인 실적 현황

현대렌탈케어					현대L&C					호주법인 (ASN)				
<ul style="list-style-type: none"> 봄철 미세먼지 영향에 따른 공기청정기 렌탈 계정 증가 등으로 매출확대 및 영업적자 개선 (‘19.1Q 누적 계정 26.8만개) ‘18년 2분기 부 렌탈자산폐기손실 회계 처리 변경 (기존 영업외비용 → 판관비) <ul style="list-style-type: none"> 기존 기준 적용 시 영업적자 ‘18.1Q -49억 → ‘19.1Q -34억, +15억 개선 					<ul style="list-style-type: none"> 국내 건설 경기 부진 및 1분기 전자재 시장 비수기로 영업적자 -15억 기록 (‘19.1Q 부 손익 연결) 향후 해외법인 실적 개선 및 인테리어 스톤 매출 확대, 원자재 가격 안정화 예상 					<ul style="list-style-type: none"> ‘18년 12월 호주 진출을 위한 법인 설립 (Australian Shopping Network) <ul style="list-style-type: none"> 자본금 360억 (현대홈쇼핑 100%) ‘19년 하반기 內 송출 예정 <ul style="list-style-type: none"> 호주 전역 900만 가구 송출 예정 				
(단위 : 억원)					(단위 : 억원)					(단위 : 억원)				
구 분		‘18년	‘19년	YoY	구 분		‘18년	‘19년	YoY	구 분		‘18년	‘19년	YoY
1Q	매 출 액	90	161	79.3%	1Q	매 출 액	-	2,620	-	1Q	매 출 액	-	-	-
	영업이익	-49	-41	15.3%		영업이익	-	-15	-		영업이익	-	-3	-
	경상이익	-51	-40	22.9%		경상이익	-	-18	-		경상이익	-	-2	-
	순이익	-51	-40	22.9%		순이익	-	-22	-		순이익	-	-2	-
	계정 순증	2.2만	2.5만	+0.3만										

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">• 현대홈쇼핑에서만 구매 가능한 자산화 브랜드(PB, 독점브랜드 등) 집중 육성<ul style="list-style-type: none">- 매출비중 : 2016년 36.2% → 2017년 36.7% → 2018년 37.0% (2020년 50% 확대 목표)																		
2. 모바일 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none">• 앱 다운로드 확대, 일평균 순방문자수 확대, 상품력 강화로 2019년 취급고 1조 돌파 목표• 앱 다운로드 : '13년 122만 → '18년 1,523만 → '19년 1분기 1,575만• 일평균 순방문자수 : '18년 63만 → '19년 1분기 64만 (2020년 70만 목표) <p>[당사 연도별 모바일 매출 및 앱 다운로드 현황]</p> <table><tr><th>구 분</th><th>2015년</th><th>2016년</th><th>2017년</th><th>2018년</th><th>'19년 1분기</th></tr><tr><td>취급고</td><td>6,112억</td><td>7,446억</td><td>8,795억</td><td>9,590억</td><td>2,935억</td></tr><tr><td>앱다운로드</td><td>810만</td><td>1,090만</td><td>1,332만</td><td>1,523만</td><td>1,575만</td></tr></table>	구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 1분기	취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	2,935억	앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,575만
구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 1분기														
취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	2,935억														
앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,575만														
3. 그룹 시너지 확대	<ul style="list-style-type: none">• 현대백화점 : Hmall 백화점 상품 확대, 오프라인 매장 오픈 (동대문, 송도, 가든파이프, 김포, 가산, 대구)• 그린푸드 : 1인 가구 증가에 대응한 간편식(HMR), 일반식품 판매 확대• 리바트 : 홈쇼핑 특화상품(부엌가구 등) 런칭 등 지속 확대 예정• 현대L&C : 리바트와 토탈인테리어 사업 구축 및 현대홈쇼핑 PB 개발 등 예정• 그룹 통합 멤버십(H. Point) 오픈 : '17.8.10 Grand Open																		
4. 마케팅 역량 강화	<ul style="list-style-type: none">• 마케팅 기법 고도화 : 마케팅 조직 및 인력강화, 외부전문가 컨설팅 등• 빅데이터 활용 시스템 구축 : 큐레이션 커머스 강화 등 고객 맞춤형 마케팅																		
5. T-커머스 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none">• 경쟁력 있는 상품 Pool 확대, 채널 개선 노력 지속 등 적극적인 투자로 핵심 사업 부문 육성																		

※ 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	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 1분기
ETV 취급고	3,053억	3,861억	4,953억	6,052억	1,740억

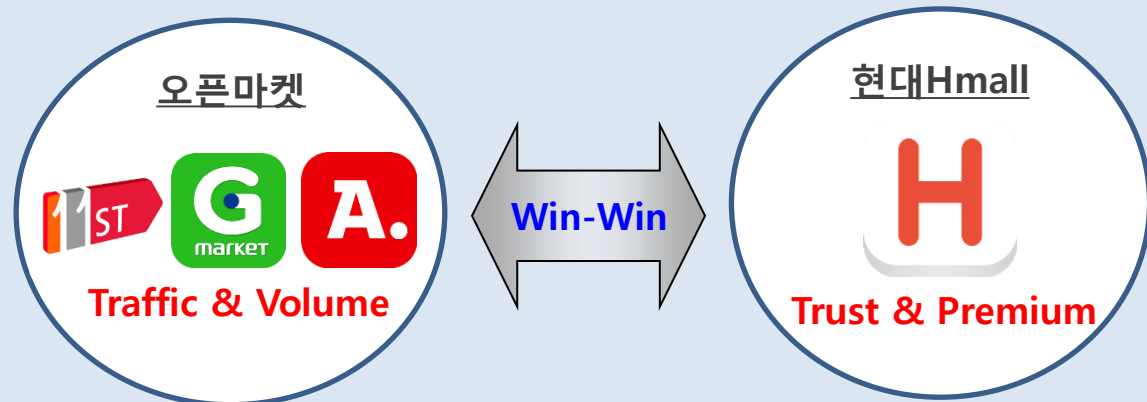
2. 현대백화점 상품 시너지 강화

- 신뢰도 높은 현대백화점 상품 강화를 통해 명품 쇼핑몰로 확장 중

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 1분기
백화점관 취급고	3,103억	3,318억	3,265억	3,139억	760억
입점 점포 수	11개	13개	13개	15개 (아울렛관 포함)	15개 (아울렛관 포함)

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 3,102억을 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"> • 홈쇼핑은 방송을 통해 단기간에 기업을 성장 시킬 수 있는 역량 보유 • 우선 진출 분야 : 생활 · 리빙, 건강식품, 화장품 등 • 인수한 브랜드/제조사를 활용한 상품 차별화 및 자본이득 실현 	• M&A 혹은 JV
2. 렌탈 사업	<ul style="list-style-type: none"> • ‘소유’에서 ‘사용’으로의 고객 소비형태 변화로 렌탈 수요 증가 • 당사 및 그룹 유통망을 통한 사업 확대 가능 • 현대렌탈케어 해외 진출 추진, 중견 렌탈 기업 M&A 등 적극적인 사업 확장 예정 	<ul style="list-style-type: none"> • 현대렌탈케어 설립('15년 4월) • M&A
3. 라이프 케어 & 플랫폼 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 토탈 생활용품 사업 : 1인 가구 증가 및 가성비 위주 소비 변화 대응 • 브랜드 라이선스 사업 : 화장품, 주방, 외식 등 분야의 글로벌 경쟁력을 보유한 브랜드의 한국 독점 유통 및 브랜드 사용권 확보 • 건강기능식품 제조 및 유통 사업 : 고령화 및 건강에 대한 관심 증대로 지속 성장이 예상되는 건강기능 식품 사업 진출 검토 	• M&A 혹은 JV
4. 미래유망 산업	<ul style="list-style-type: none"> • 신소재, 자원재생, 헬스케어 등 미래 유망산업 진출 적극 검토 	• M&A 혹은 JV

※ 렌탈·케어 사업 진출 - (주)현대렌탈케어

당사는 렌탈·케어 사업 진출을 위해 100% 자회사인 『현대렌탈케어』 설립 (총 출자금 2,500억)
향후 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 적극 활용하여 2020년 연 매출 1,000억 이상 달성 목표

● (주)현대렌탈케어 설립 개요

대표이사	• 김 화 응																																																									
설립 일자	• 2015년 4월																																																									
총 출자금	• 2,500억 (100% 지분)																																																									
영업 개시	• 2015년 6월 부 (홈쇼핑 + 온라인몰 + 방문판매 + 그룹 유통망)																																																									
진출 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 렌탈·케어사업 진출을 통한 신규 성장동력 확보 • 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 활용한 시너지 효과도모 																																																									
상품 라인업	<div>      </div> <div>정수기 공기청정기 비데 매트리스 (리바트) 건조기 · 에어드레서 (삼성)</div>																																																									
실적 현황	<table> <tr> <th rowspan="2">구 분</th><th rowspan="2">2016년</th><th rowspan="2">2017년</th><th colspan="5">2018년</th><th rowspan="2">2019년 1분기</th></tr> <tr> <th>1분기</th><th>2분기</th><th>3분기</th><th>4분기</th><th>누계</th></tr> <tr> <td>매 출 액</td><td>100억</td><td>226억</td><td>90억</td><td>106억</td><td>127억</td><td>131억</td><td>454억</td><td>161억</td></tr> <tr> <td>영업이익</td><td>-210억</td><td>-246억</td><td>-49억</td><td>-73억</td><td>-49억</td><td>-59억</td><td>-231억</td><td>-41억</td></tr> <tr> <td>신규 계정수</td><td>4.5만</td><td>8.6만</td><td>2.2만</td><td>2.8만</td><td>2.6만</td><td>2.4만</td><td>10.0만</td><td>2.5만</td></tr> <tr> <td>(누적 계정수)</td><td>(5.7만)</td><td>(14.3만)</td><td>(16.5만)</td><td>(19.4만)</td><td>(21.9만)</td><td>(24.3만)</td><td>(24.3만)</td><td>(26.8만)</td></tr> </table> <p>▷ 내부거래 포함 기준 / '18년 2분기 부 렌탈자산폐기손실 회계 처리 변경 (기존 영업외비용 → 관관비, 기존 기준 적용시 '18년 누계 -214억, '19년 1분기 -34억)</p>								구 분	2016년	2017년	2018년					2019년 1분기	1분기	2분기	3분기	4분기	누계	매 출 액	100억	226억	90억	106억	127억	131억	454억	161억	영업이익	-210억	-246억	-49억	-73억	-49억	-59억	-231억	-41억	신규 계정수	4.5만	8.6만	2.2만	2.8만	2.6만	2.4만	10.0만	2.5만	(누적 계정수)	(5.7만)	(14.3만)	(16.5만)	(19.4만)	(21.9만)	(24.3만)	(24.3만)	(26.8만)
구 분	2016년	2017년	2018년					2019년 1분기																																																		
			1분기	2분기	3분기	4분기	누계																																																			
매 출 액	100억	226억	90억	106억	127억	131억	454억	161억																																																		
영업이익	-210억	-246억	-49억	-73억	-49억	-59억	-231억	-41억																																																		
신규 계정수	4.5만	8.6만	2.2만	2.8만	2.6만	2.4만	10.0만	2.5만																																																		
(누적 계정수)	(5.7만)	(14.3만)	(16.5만)	(19.4만)	(21.9만)	(24.3만)	(24.3만)	(26.8만)																																																		

※ 토탈 인테리어 사업 진출 - (주)현대L&C (한화L&C 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(12/3 부 현대L&C로 사명 변경)

인수 대상	• 한화L&C(주) 보통주 540,000주 (지분율 100%)																																																				
인수 금액	• 총 3,666억																																																				
인수 목적	• 성장 가능성이 높은 우량회사 M&A로 지주회사로서의 홈쇼핑 역할 강화 (홈쇼핑 기업가치 증대) • B2C 중심의 토탈 인테리어 사업 진출 (신성장 동력 확보) • 홈쇼핑 리빙 분야의 독보적 경쟁력 확보																																																				
회사 개요	• 설립 연도 : 1965년 8월 (2014년 7월 분할 설립) • 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)																																																				
실적 현황 (연결기준)	<table><tr><th>구 분</th><th>2015년</th><th>2016년</th><th>신장률</th><th>2017년</th><th>신장률</th><th>2018년</th><th>신장률</th><th>2019년 1분기</th></tr><tr><td>매 출 액</td><td>7,708억</td><td>8,608억</td><td>11.7%</td><td>10,636억</td><td>23.6%</td><td>11,892억</td><td>11.8%</td><td>2,620억</td></tr><tr><td>영업이익</td><td>383억</td><td>329억</td><td>-14.1%</td><td>216억</td><td>-34.3%</td><td>132억</td><td>-38.9%</td><td>-15억</td></tr><tr><td>EBITDA</td><td>523억</td><td>490억</td><td>-6.3%</td><td>406억</td><td>-17.1%</td><td>358억</td><td>-11.4%</td><td>12억</td></tr><tr><td>당기순이익</td><td>164억</td><td>189억</td><td>15.2%</td><td>113억</td><td>-40.2%</td><td>-89억</td><td>-</td><td>-22억</td></tr></table>								구 분	2015년	2016년	신장률	2017년	신장률	2018년	신장률	2019년 1분기	매 출 액	7,708억	8,608억	11.7%	10,636억	23.6%	11,892억	11.8%	2,620억	영업이익	383억	329억	-14.1%	216억	-34.3%	132억	-38.9%	-15억	EBITDA	523억	490억	-6.3%	406억	-17.1%	358억	-11.4%	12억	당기순이익	164억	189억	15.2%	113억	-40.2%	-89억	-	-22억
	구 분	2015년	2016년	신장률	2017년	신장률	2018년	신장률	2019년 1분기																																												
	매 출 액	7,708억	8,608억	11.7%	10,636억	23.6%	11,892억	11.8%	2,620억																																												
	영업이익	383억	329억	-14.1%	216억	-34.3%	132억	-38.9%	-15억																																												
	EBITDA	523억	490억	-6.3%	406억	-17.1%	358억	-11.4%	12억																																												
	당기순이익	164억	189억	15.2%	113억	-40.2%	-89억	-	-22억																																												
▷ '18년 일회성 영업외비용 발생(해외법인 외화환산 손실 및 토지정화 비용)으로 당기순손실 기록																																																					

※ 토탈 인테리어 사업 진출 - (주)현대L&C

● (주)현대L&C 주요 제품 라인업

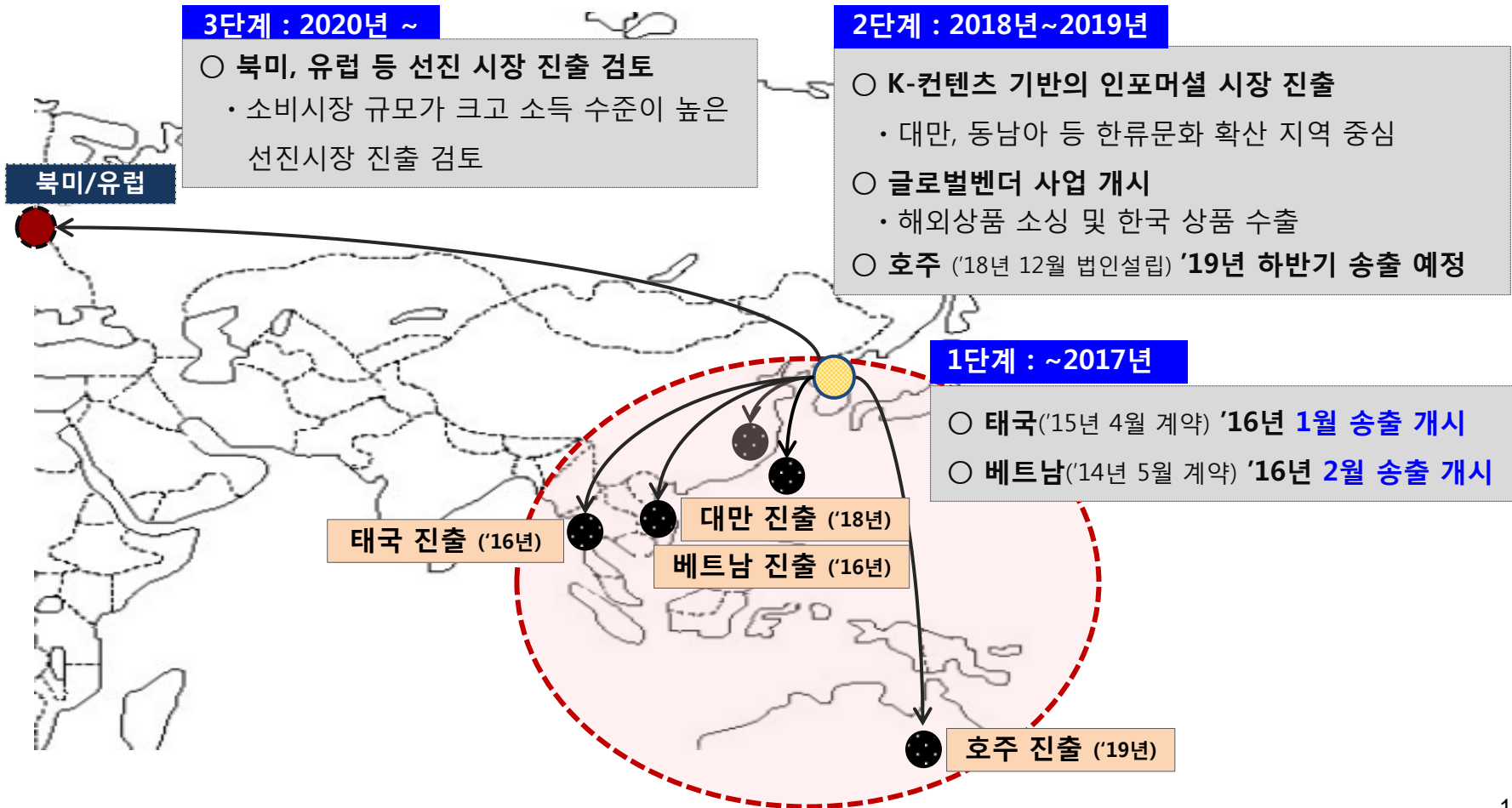
창 호 창호 (M/S 18%, 3위)	인테리어 스톤 (M/S 30%, 2위)	바 닥 재 (M/S 19%, 2위)
		
브랜드: 다윈, 미류	브랜드: 칸스톤, 하넥스	브랜드: 소리지움, 참숯나라
데코 마감재 / 필름 / 시트 (M/S 40%, 1위)	가 구	벽 지
		
인테리어필름, 데코시트, DIY타일 등	브랜드 : 큐링크(일반 가구), 큐치네(주방 가구)	브랜드 : 큐티에, 큐피트

※ 부문별 매출 비중: 창호 37%, 인테리어스톤 23%, 바닥재 15%, 기타 25%

Ⅲ. 중장기 성장 전략 : ③ 적극적인 해외사업 확장

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

단계별 해외 사업 진출 전략



※ 해외 진출 현황

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

구 분	태 국 (하이쇼핑)	베트남 (VTV 현대)	대만 外 (HK E&S)	호주 (ASN)		
자본금	• 165억	• 240억	• 60억	• 360억		
지분구조	• 현대홈쇼핑 49% • Intouch Media 51%	• 현대홈쇼핑 50% • VTVcab 25% • VTVB 25%	• 현대홈쇼핑 50% • KBS Media 50%	• 현대홈쇼핑 100%		
설립일자	• 2015년 4월	• 2014년 5월	• 2018년 1월	• 2018년 12월		
송출일자	• 2016년 1월	• 2016년 2월	• 대만 : 2019년 (예정)	• 2019년 하반기 內 (예정)		
송출가구	• 전국 1,500만	• 640만 (호치민, 하노이)	• 대만 : 505만 (예정)	• 전국 900만 가구 (예정)		
손익 현황	(단위 : 억원)			(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 1분기	구 분	'18년	'19년 1분기
	취급고	293	88	취급고	101	25
	순이익	-30	-3	순이익	-36	-9
	지분법 손익	-14	-2	지분법 손익	-18	-5
향후 계획	(단위 : 억원)			(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 1분기	구 분	'18년	'19년 1분기
	취급고	-	0.5	취급고	-	-
	영업이익	-	-2	영업이익	-	-2
	순이익	-	-2	순이익	-	-2
향후 계획	• 태국 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표	• 베트남 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표	• 대만 등 한류 인기 지역 K-콘텐츠 기반 진출계획	• 호주 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표		

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~2018년 취급고 연평균 성장률 12.1%)
- 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)
한화L&C(주) 인수를 통한 토탈 인테리어 사업 진출 ('18년 12월)
- 해외 진출 가속화 : 베트남, 태국 등 신흥시장 및 호주 선진시장 진출

○ 풍부한 현금 보유 및 건실한 재무구조 확보한 우량한 기업

- 미래 성장을 위한 풍부한 현금성 자산 보유 및 우량한 재무 건전성 확보
- 보유 순현금 3,102억, 부채비율 28.7% (별도 기준)

○ 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

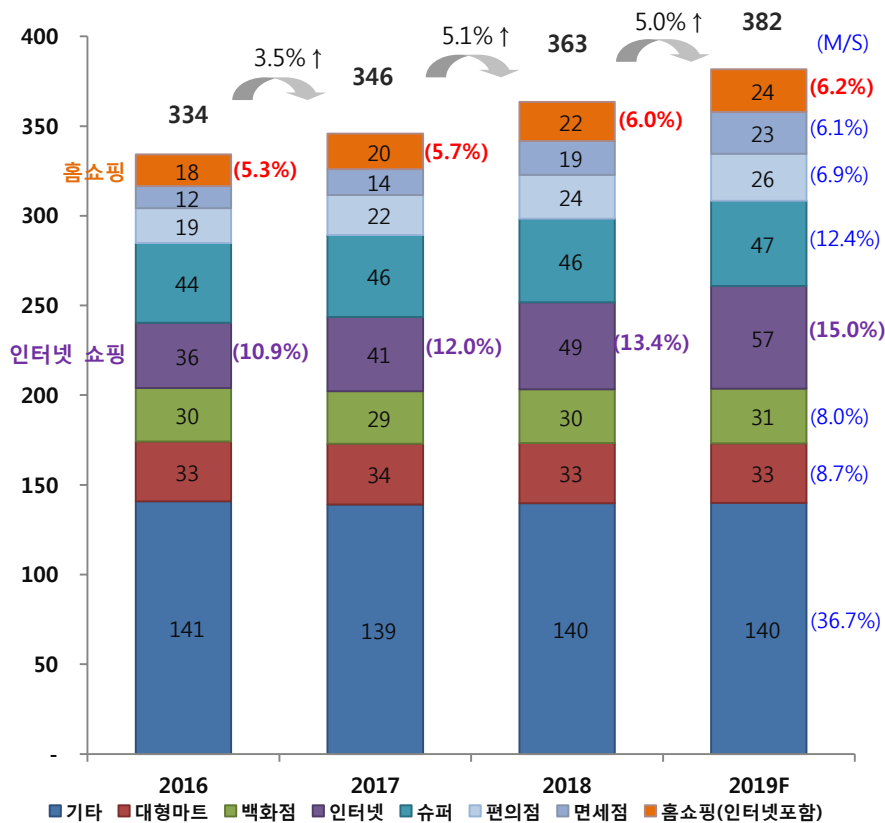
5 Product Mix

V. 별 첨 : 소매유통시장 동향 및 전망

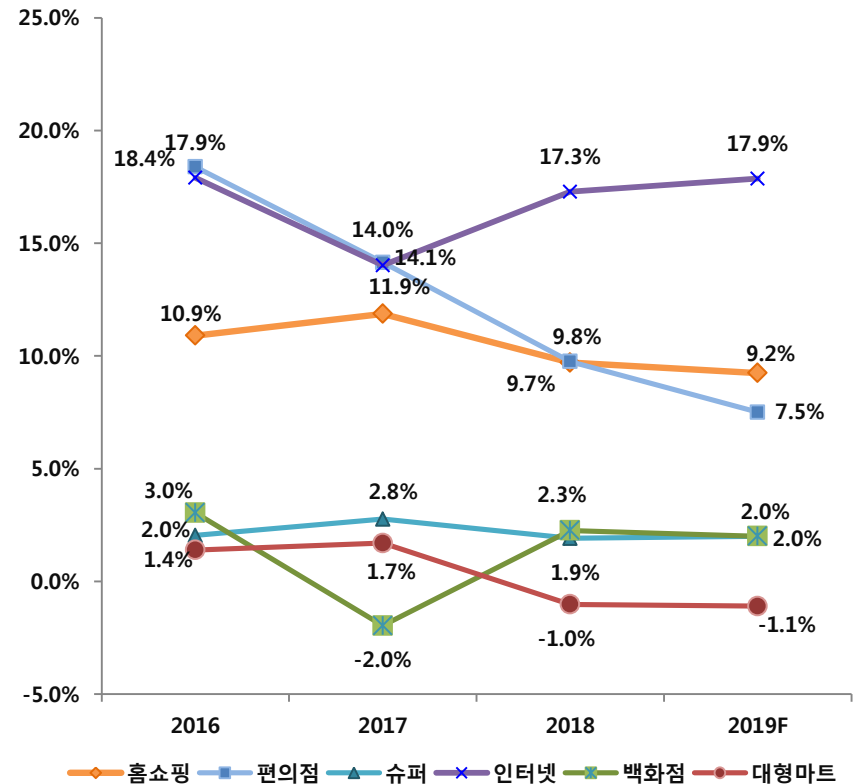
- 2019년 국내소매시장 성장률 예상 : 5.0% (신한금융투자)
- 2019년 홈쇼핑 시장 성장률 예상 : 9.2% (현대홈쇼핑)

국내 소매유통 채널별 매출

(단위 : 조원)



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	2016년	2017년	2018년	2019년 1분기	YoY
1. 취급고	35,061	36,482	37,650	12,544	31.8%
① 현대홈쇼핑	34,980	36,270	37,208	9,764	3.5%
② 현대렌탈케어	100	226	454	161	84.5%
③ 현대L&C	-	-	-	2,620	-
④ 기타(연결 조정 등)	-19	-13	-11	-1	-
매출액	9,694	10,431	10,177	5,326	109.3%
2. 매출총이익	8,773	9,140	7,426	2,374	26.8%
%	25.0%	25.1%	19.7%	18.9%	
3. 판매관리비	7,660	7,887	6,303	2,037	34.2%
%	21.8%	21.6%	16.7%	16.2%	
4. 영업이익	1,113	1,253	1,123	336	-5.0%
%	3.2%	3.4%	3.0%	2.7%	
5. 경상이익	1,741	1,618	1,856	503	-19.2%
%	5.0%	4.4%	4.9%	4.0%	
* 지분법손익	485	317	472	127	
6. 당기순이익	1,295	1,225	1,666	391	-14.2%
%	3.7%	3.4%	4.4%	3.1%	

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

* HCN 지분 추가 취득에 따른 योग매수차익 지분법 이익 인식 : '16년 4분기 251억, '18년 4분기 79억

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년 1분기 말
자산총계	19,030	18,754	25,477	26,517
유동자산	9,722	8,117	10,129	10,848
비유동자산	9,308	10,637	15,348	15,669
부채총계	4,477	3,310	8,632	9,489
유동부채	4,188	3,074	7,633	8,291
비유동부채	289	235	999	1,197
자본총계	14,553	15,444	16,845	17,028
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-267	-386	-386	-386
기타포괄손익누계	56	18	3	28
이익잉여금	11,629	12,677	14,093	14,252
부채와 자본총계	19,030	18,754	25,477	26,517

V. 별 첨 : 연결재무제표(분기)

● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

구 분	2018년					2019년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
1. 취급고	9,517	9,228	8,877	10,028	37,650	12,544				12,544
① 현대홈쇼핑	9,430	9,125	8,755	9,898	37,208	9,764				9,764
② 현대렌탈케어	90	106	127	131	454	161				161
③ 현대L&C	-	-	-	-	-	2,620				2,620
④ 기타(연결 조정 등)	-3	-3	-5	-1	-11	-1				-1
매출액	2,545	2,515	2,433	2,685	10,177	5,326				5,326
2. 매출총이익	1,872	1,881	1,765	1,908	7,426	2,374				2,374
%	19.7%	20.4%	19.9%	19.0%	19.7%	18.9%				18.9%
3. 판매관리비	1,518	1,561	1,565	1,659	6,303	2,037				2,037
%	15.9%	16.9%	17.6%	16.5%	16.7%	16.2%				16.2%
4. 영업이익	354	320	200	249	1,123	336				336
%	3.7%	3.5%	2.3%	2.5%	3.0%	2.7%				2.7%
5. 경상이익	623	433	332	469	1,856	503				503
%	6.5%	4.7%	3.7%	4.7%	4.9%	4.0%				4.0%
* 지분법손익	118	63	94	197	472	127				127
6. 당기순이익	456	318	250	641	1,666	391				391
%	4.8%	3.4%	2.8%	6.4%	4.4%	3.1%				3.1%

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

* 2018년 4분기 HCN 지분 추가 취득에 따른 잉가매수차익 79억 지분법 이익 인식

V. 별첨 : 별도재무제표(연간)

● 손익계산서

구분	2016년	2017년	2018년	2019년 1분기	YoY
1. 취급고	34,980	36,270	37,208	9,764	3.5%
① TV	19,779	20,218	20,470	5,152	-0.9%
※ T-커머스	1,013	1,770	2,396	744	35.5%
② 인터넷	14,285	15,175	16,150	4,425	8.4%
※ 모바일	7,446	8,795	9,590	2,935	29.9%
③ 카탈로그	464	326	4	-	
④ 기타	452	551	583	187	23.8%
매출액	9,613	10,218	9,735	2,545	3.6%
2. 매출총이익	8,743	9,013	7,163	1,921	5.7%
%	25.0%	24.9%	19.3%	19.7%	
3. 판매관리비	7,420	7,514	5,808	1,524	7.8%
%	21.8%	20.7%	15.6%	15.6%	
4. 영업이익	1,323	1,499	1,354	397	-1.5%
%	3.2%	4.1%	3.6%	4.1%	
5. 경상이익	1,401	1,274	1,192	497	-18.1%
%	5.0%	3.5%	3.2%	5.1%	
6. 당기순이익	1,034	878	798	391	-13.1%
%	3.7%	2.4%	2.1%	4.0%	

* 종속기업(현대렌탈케어) 손상차손 : '16년 4분기 101억, '17년 4분기 286억, '18년 4분기 336억 / 관계기업(해외) 손상차손 : '17년 4분기 115억, '18년 4분기 143억

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

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년 1분기 말
자산총계	17,298	16,711	17,429	18,533
유동자산	9,544	7,961	5,793	5,517
비유동자산	7,754	8,750	11,636	13,015
부채총계	4,153	3,005	3,221	4,136
유동부채	4,136	2,993	3,206	4,082
비유동부채	16	12	16	53
자본총계	13,145	13,706	14,207	14,397
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-267	-386	-386	-386
기타포괄손익누계	173	153	121	143
이익잉여금	10,104	10,804	11,337	11,506
부채와 자본총계	17,298	16,711	17,429	18,533

V. 별 첨 : 별도재무제표(분기)

● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

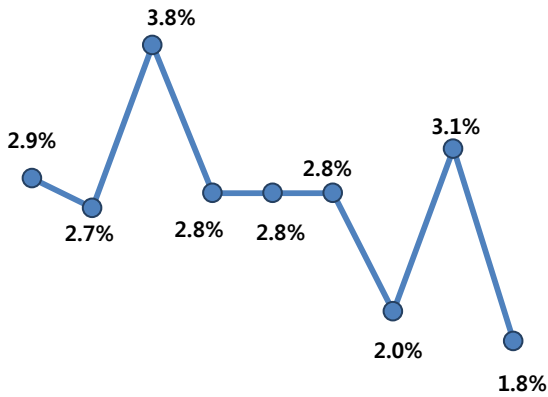
구 분	2018년					2019년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
1. 취급고	9,430	9,125	8,755	9,898	37,208	9,764				9,764
① T V	5,197	5,044	4,887	5,342	20,470	5,152				5,152
※ T-커머스	549	579	597	671	2,396	744				744
② 인터넷	4,082	3,936	3,740	4,392	16,150	4,425				4,425
※ 모바일	2,258	2,277	2,238	2,817	9,590	2,935				2,935
③ 카탈로그	4	0	0	0	4	-				-
④ 기타	147	145	128	164	583	187				187
매출액	2,457	2,412	2,311	2,554	9,735	2,545				2,545
2. 매출총이익	1,817	1,818	1,693	1,835	7,163	1,921				1,921
%	19.3%	19.9%	19.3%	18.5%	19.3%	19.7%				19.7%
3. 판매관리비	1,413	1,425	1,444	1,526	5,808	1,524				1,524
%	15.0%	15.6%	16.5%	15.4%	15.6%	15.6%				15.6%
4. 영업이익	403	393	249	309	1,354	397				397
%	4.3%	4.3%	2.8%	3.1%	3.6%	4.1%				4.1%
5. 경상이익	607	439	286	-140	1,192	497				497
%	6.4%	4.8%	3.3%	-1.4%	3.2%	5.1%				5.1%
6. 당기순이익	450	333	217	-202	798	391				391
%	4.8%	3.7%	2.5%	-2.0%	2.1%	4.0%				4.0%

* 종속기업(현대렌탈케어) 손상차손 : '18년 4분기 336억 / 관계기업(해외) 손상차손 : '18년 4분기 143억

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

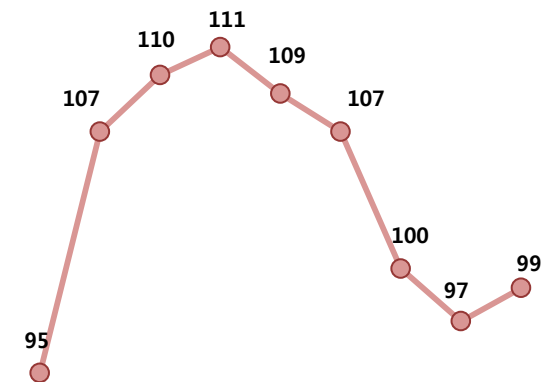
V. 별 첨 : 주요 경제 지표

GDP 성장률 추이



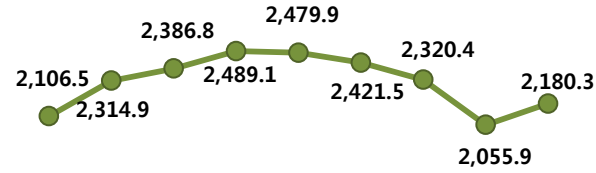
출 처 : 한 국 은 행

소비자 동향지수(CSI)



출 처 : 통 계 청

KOSPI 지수 추이



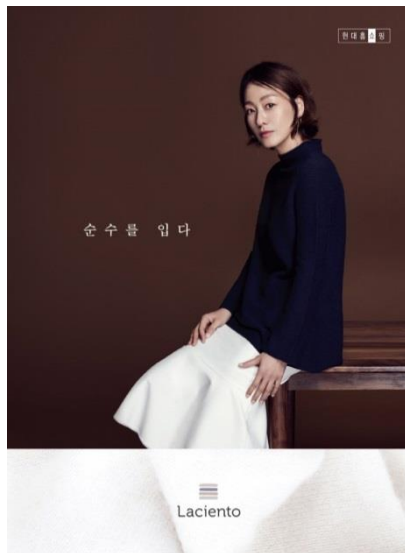
출 처 : KOFIA

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. 라씨엔토 (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

