

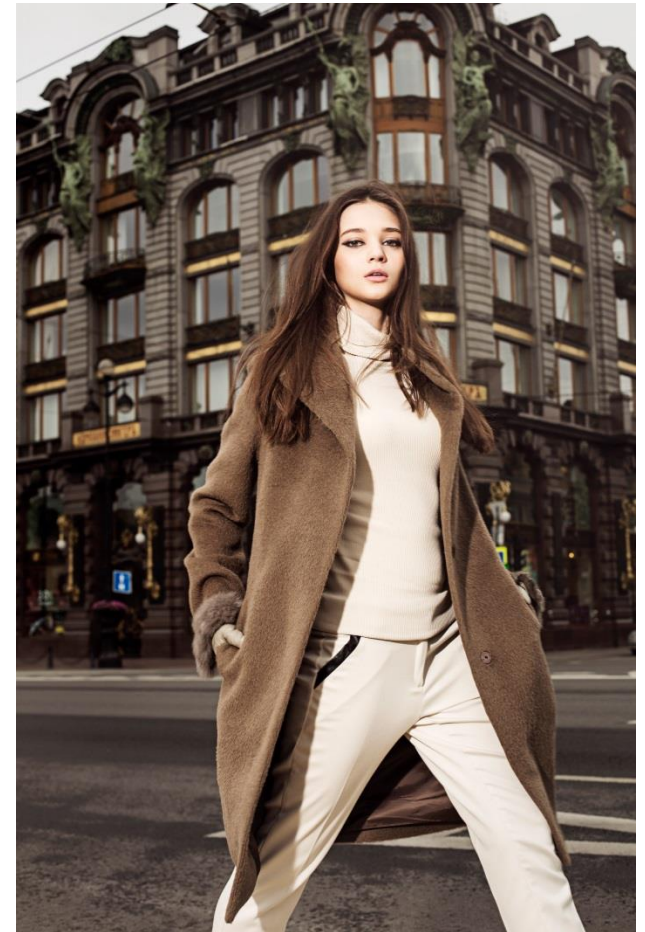
현대홈쇼핑

HYUNDAI HOME SHOPPING

IR PRESENTATION

2020년 2분기

Investor Relations | 2020. 08



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

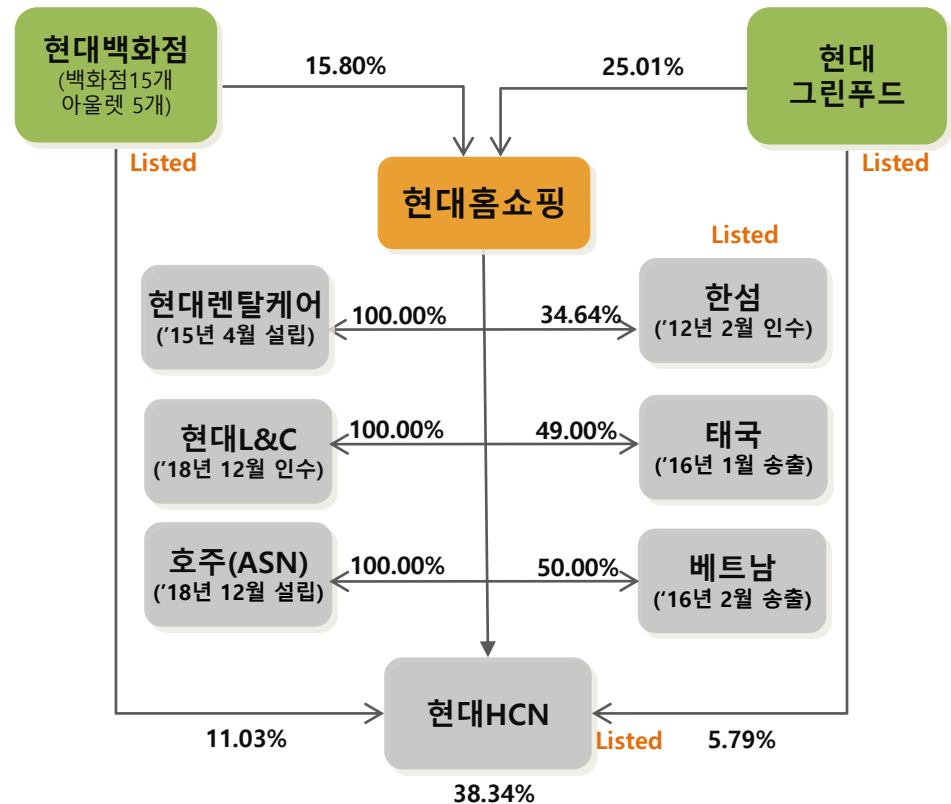
현대홈쇼핑은 재계 기업순위 자산기준 22위(16.0조), 당기순이익 20위(4,770억), 부채비율 10위(38%)의
현대백화점 그룹 주력 계열사로 다양한 플랫폼을 통해 고품질의 상품을 선보이고 있음

● 회사 프로필

설립일	2001년 5월 29일		
상장일	2010년 9월 13일		
사업영역	홈쇼핑 (TV, 인터넷, 모바일, 데이터방송)		
자본금	600억원		
상장주식수	1,200만주		
직원 수	928명 ('20년 6월)		
주주구성 ('19년 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 : 24.63% ('20년 7월 말 기준)
※ 자기 주식 : 4.60% ('20년 7월 말 기준)

● 현대홈쇼핑 지배구조



I. 기업소개 : 재무 성과

현대홈쇼핑은 차별화된 상품력과 고객서비스를 기반으로 2008년 금융위기 이후에도 높은 성장세를 보이며
2019년 취급고 3.9조(별도기준) 규모의 국내 대표 온라인 쇼핑 사업자로 성장하였음

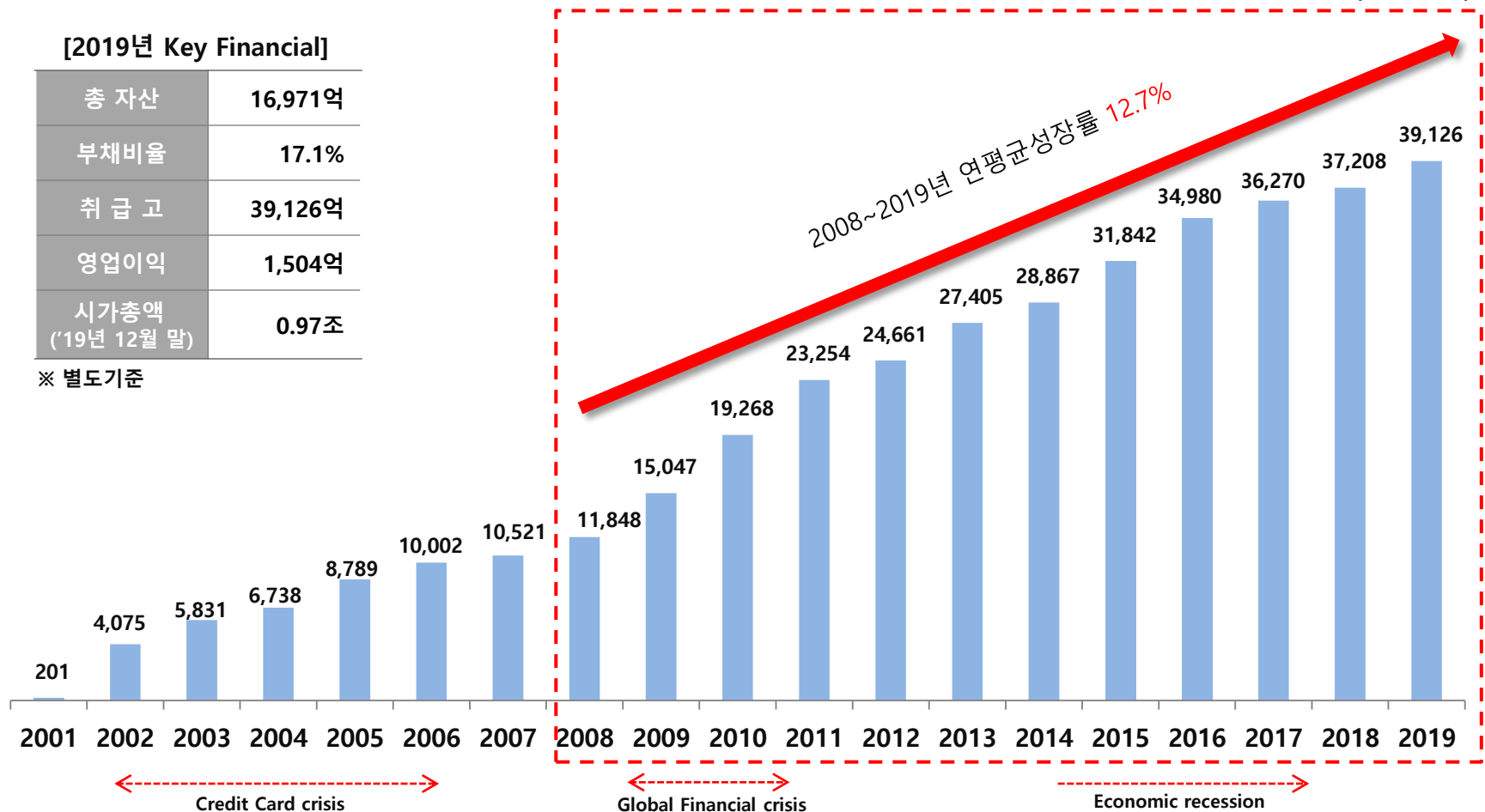
현대홈쇼핑 사업 개시 후 취급고 추이

(단위 : 억원)

[2019년 Key Financial]

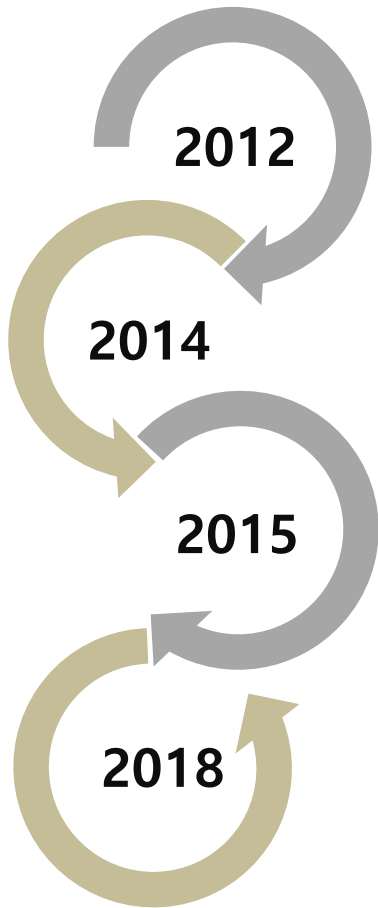
총 자산	16,971억
부채비율	17.1%
취 급 고	39,126억
영업이익	1,504억
시가총액 ('19년 12월 말)	0.97조

※ 별도기준



I. 기업소개 : 신규사업 성과

현대홈쇼핑은 상장 이후 해외시장 진출, 국내 여성의류 1위 기업 한섬 인수, 렌탈 및 토탈 인테리어 시장 진출 등 M&A 및 신규사업 확대를 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%)

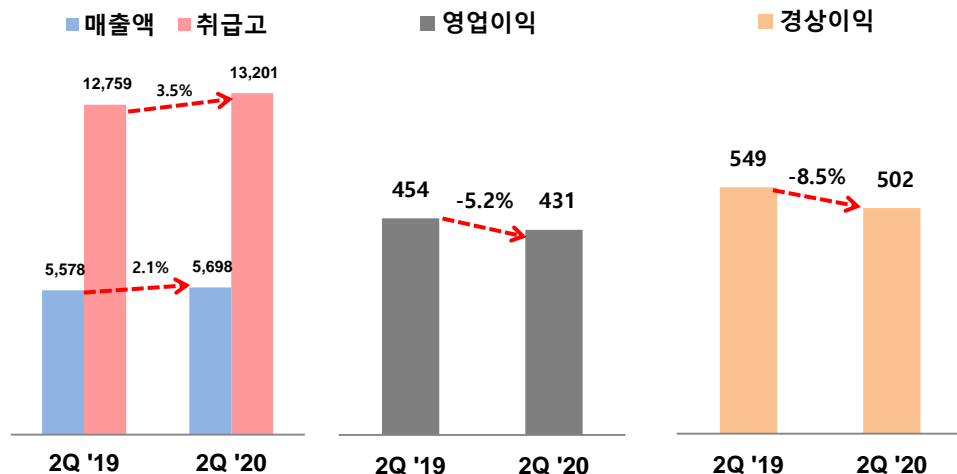
2018.12 한화L&C(주) (現 현대L&C) 인수 - 토탈 인테리어 사업 진출
(인수금액 3,666억, 당사 지분율 100%)

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

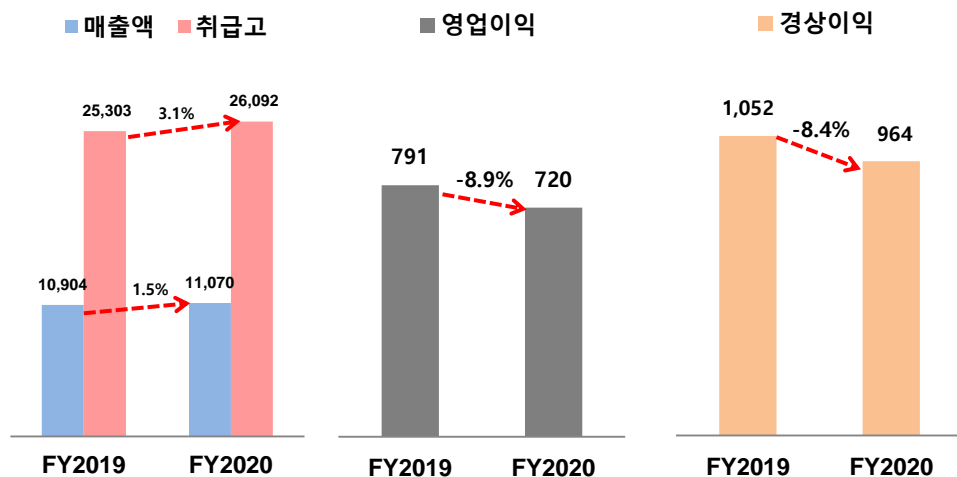
표. 비즈니스 업데이트 : 2020년 2분기 연결 실적 주요 내용

(단위 : 억원, 연결기준)

2Q FY2020



2Q Acc. FY2020



1) 현대홈쇼핑

- T커머스 및 모바일의 견조한 신장으로 전사 취급고 4.7% 신장
- 영업이익은 전년 일회성 이익(위성 송출료 환입) 반영으로 YoY -7.1% 역신장(감안 시 소폭 신장)

2) 현대렌탈케어

- 회계 기준 변경(고객 위약금 손익 인식 변경 : 매출 → 영업외수익, 렌탈자산폐기손실 총당금 판관비 반영 등)에 따른 영업이익 감소 효과 '20년 2분기 -8억(누계 -16억) 감안 시 전년대비 영업적자 개선 (전년 -51억 → 금년 -49억)
- 브랜드 인지도 강화를 위한 지상파 등 미디어 광고 개시 ('20년 5월 ~ '21년 5월, 모델 강화)

3) 현대L&C

- 원재료 가격 하락에 따른 이익률 개선 및 비용 효율화 등으로 영업이익 대폭 개선

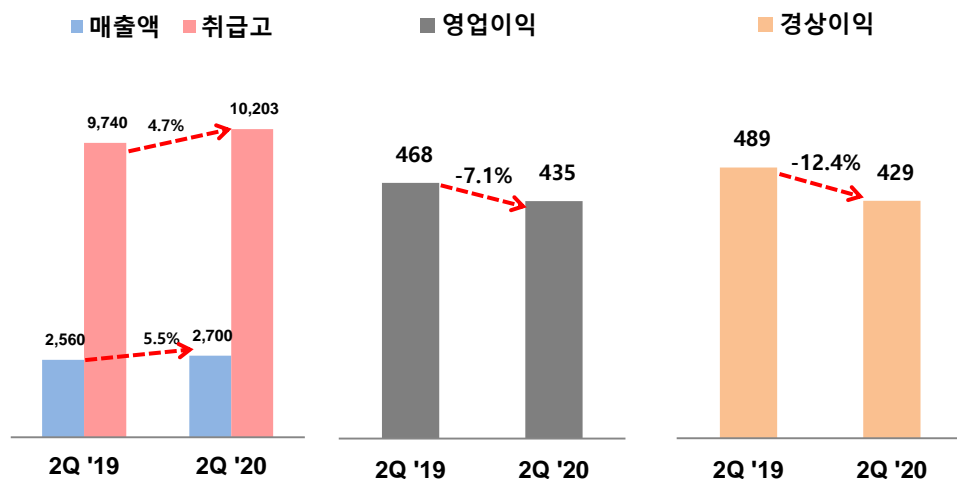
4) 호주(ASN)

- 영업적자 개선세 지속 ('19.4Q -67억 → '20.1Q -46억 → '20.2Q -42억)
- 향후 상품 경쟁력 강화 및 송출 가구 지속 확대 및 등으로 손익 개선 지속 전망

표. 비즈니스 업데이트 : 2020년 2분기 별도 실적 주요 내용

(단위 : 억원, 별도기준)

2Q FY2020



1) 취급고 : 10,203억 (YoY 4.7% 신장)

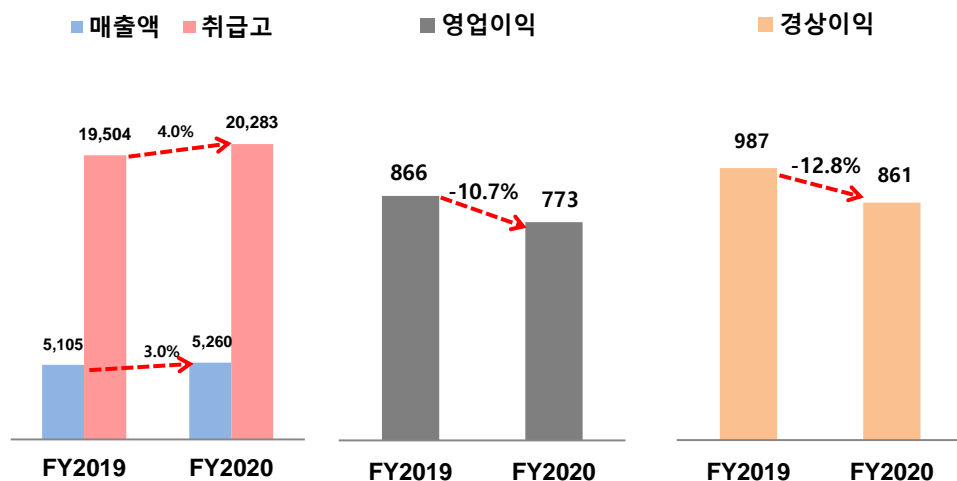
- T커머스 및 모바일의 견조한 신장으로 전사 취급고 4.7% 신장
- 식품, 주방, 생활(인테리어, 마스크 등), 가전(에어컨 등) 판매 호조

(단위 : 억원)

구 분	합 계	TV	T-커머스	인터넷	모바일
'19년 2분기	9,740	5,385	872	4,167	2,838
'20년 2분기	10,203	5,627	1,102	4,369	3,090
YoY	4.7%	4.5%	26.4%	4.9%	8.9%

※ TV : T-커머스 매출 포함, 인터넷 : 모바일 매출 포함

2Q Acc. FY2020



2) 영업이익 : 435억 (YoY -7.1% 신장)

- 영업이익은 전년 일회성 이익('17년~'18년 위성 송출료 환입) 반영으로 YoY -7.1% 역신장 (감안 시 소폭 신장)

3) 경상이익 : 429억 (YoY -12.4% 신장)

표. 비즈니스 업데이트 : 2020년 2분기 종속법인 실적 현황

(내부거래 포함기준, 단위 : 억원)

구 분		2분기			2분기 누계		
		'19년	'20년	YoY	'19년	'20년	YoY
현대 렌탈케어	매 출 액	184	289	57.4%	345	555	61.0%
	영업이익	-51	-57	-12.4%	-92	-79	14.7%
	경상이익	-43	-46	-7.3%	-82	-57	30.4%
	순이익	-43	-46	-7.3%	-82	-57	30.4%
	계정 순증	2.0만	1.6만	-0.4만	4.5만	3.5만	-1.0만
현대 L&C	매 출 액	2,836	2,697	-4.9%	5,456	5,230	-4.2%
	영업이익	75	115	54.4%	59	148	149.8%
	경상이익	55	81	48.2%	36	144	296.3%
	순이익	48	61	27.0%	26	105	301.0%
호주 (ASN)	매 출 액	-	32	-	-	51	-
	영업이익	-17	-42	-138.1%	-20	-88	-330.0%
	경상이익	-16	-43	-167.0%	-18	-91	-396.5%
	순이익	-16	-43	-167.0%	-18	-91	-396.5%

Ⅲ. 중장기 성장 전략

향후에도 현대홈쇼핑은 기존사업 경쟁력을 지속 강화하고, 풍부한 현금 창출 능력을 지속 유지하여
핵심역량 기반 신규사업 진출을 통해 기업가치를 지속 제고하겠음



Ⅲ. 중장기 성장 전략 : ① 기존 사업 경쟁력 강화

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

● 기존 사업 경쟁력 강화 방안

1. 모바일 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none">• 앱 다운로드 및 일평균 순방문자수 확대, 상품력 강화로 2019년 취급고 1조 돌파• 앱 다운로드 : '18년 1,523만 → '19년 1,698만 → '20년 상반기 1,773만• 일평균 순방문자수 : '18년 63만 → '19년 72만 → '20년 상반기 80만 <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>2019년</th><th>'20년 상반기</th></tr><tr><td>취급고</td><td>6,112억</td><td>7,446억</td><td>8,795억</td><td>9,590억</td><td>11,614억</td><td>6,097억</td></tr><tr><td>앱다운로드</td><td>810만</td><td>1,090만</td><td>1,332만</td><td>1,523만</td><td>1,698만</td><td>1,773만</td></tr></table>	구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	'20년 상반기	취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	11,614억	6,097억	앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,698만	1,773만
구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	'20년 상반기																
취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	11,614억	6,097억																
앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,698만	1,773만																
2. 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																					
3. 자산화 브랜드 육성	<ul style="list-style-type: none">• 현대홈쇼핑에서만 구매 가능한 자산화 브랜드(PB, 독점브랜드 등) 집중 육성																					
4. 그룹 시너지 확대	<ul style="list-style-type: none">• 현대백화점 : Hmall 백화점 상품 확대 및 오프라인몰 운영 (동대문, 송도, 가든파이프, 김포, 가산, 대구)• 그린푸드 : 1인 가구 증가에 대응한 간편식(HMR), 일반식품 판매 확대• 리바트 / 현대L&C : 홈쇼핑 특화상품(부엌가구 등) 런칭 등 지속 확대 예정• 그룹 통합 멤버십(H. Point) 오픈 : '17.8.10 Grand Open																					
5. 신규 고객 확장	<ul style="list-style-type: none">• 변화하는 미디어 환경 및 인구 구조에 맞는 신규 플랫폼(V-커머스, 모바일 Live 등) 확대를 통한 20~30대 신규 고객 확장																					

※ Hmall 경쟁력 강화

당사 인터넷 쇼핑몰인 Hmall은 2014년 흑자전환 이후 성장세를 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	2016년	2017년	2018년	2019년	'20년 상반기
ETV 취급고	3,861억	4,953억	6,052억	7,281억	3,836억

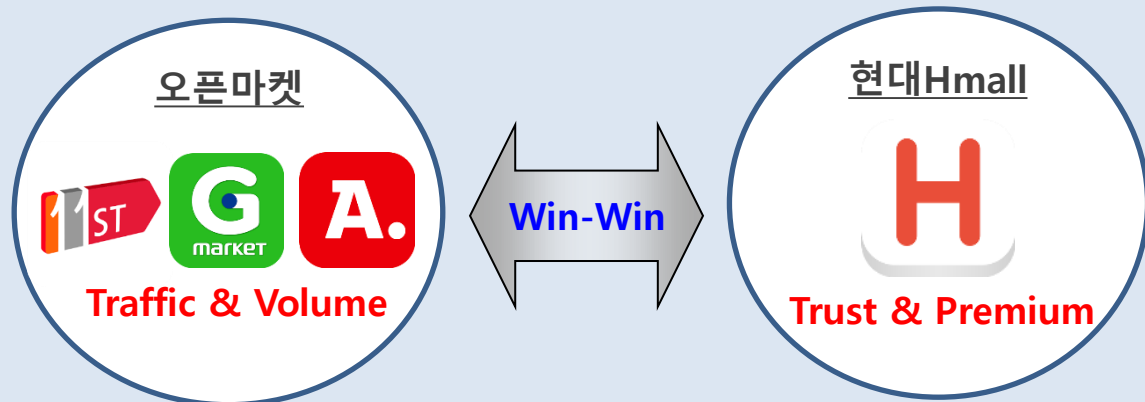
2. 현대백화점 상품 시너지 강화

- 신뢰도 높은 현대백화점 상품 강화를 통해 명품 쇼핑몰로 확장 중

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년	'20년 상반기
백화점관 취급고	3,318억	3,265억	3,139억	3,109억	1,598억
입점 점포 수	13개	13개	15개 (아울렛관 포함)	16개 (아울렛관 포함)	16개 (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 4,015억을 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 : 뷰티, 건강식품, 패션 등 성장성 높은 브랜드 중심 • 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. 미래유망 산업	<ul style="list-style-type: none"> • 비연관 사업이라도 성장성 높은 분야로 진출 적극 검토 <ul style="list-style-type: none"> - 인구구조 변화, 친환경 등 미래 트렌드 기반 유망 사업 진출 	• M&A 혹은 JV

※ 렌탈·케어 사업 진출 – (주)현대렌탈케어

당사는 렌탈·케어 사업 진출을 위해 100% 자회사인 『현대렌탈케어』 설립 ('15년 4월, 총 출자금 2,500억)
향후 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 적극 활용하여 2020년 연 매출 1,000억 이상 달성 목표

● (주)현대렌탈케어 주요 내용

총 출자금	• 2,500억 (100% 지분)										
영업 개시	• 2015년 6월 부 (홈쇼핑 + 온라인몰 + 방문판매 + 그룹 유통망)										
상품 라인업	<div></div> <div>정수기 공기청정기 비데 매트리스 (리바트) 가전 등 가전 등 가전 등</div>										
실적 현황 (내부거래 포함기준)	구 분	2017년	2018년	2019년				2020년			
				1분기	2분기	3분기	4분기	누 계	1분기	2분기	누계
	매 출 액	226억	454억	161억	184억	213억	254억	812억	266억	289억	555억
	영업이익	-246억	-231억	-41억	-51억	-52억	-45억	-190억	-21억	-57억	-79억
	당기순이익	-251억	-229억	-40억	-43억	-33억	-50억	-166억	-11억	-46억	-57억
	순증 계정수	8.6만	10.0만	2.5만	2.1만	1.8만	1.9만	8.3만	1.9만	1.6만	3.5만
	누적 계정수	14.3만	24.3만	26.8만	28.9만	30.7만	32.6만	32.6만	34.5만	36.1만	36.1만

※ 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) 인수함

● (주)현대L&C 주요 내용

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) ※ '20년 1월 세종사업장 內 엔지니어드스톤 제2생산라인 증설 결정 (473억, '22년 상반기 가동예정)																																																				
실적 현황 (연결기준)	<table><tr><th rowspan="2">구 분</th><th rowspan="2">2017년</th><th rowspan="2">2018년</th><th colspan="5">2019년</th><th colspan="3">2020년</th></tr><tr><th>1분기</th><th>2분기</th><th>3분기</th><th>4분기</th><th>누 계</th><th>1분기</th><th>2분기</th><th>누 계</th></tr><tr><td>매 출 액</td><td>10,636억</td><td>11,892억</td><td>2,620억</td><td>2,836억</td><td>2,718억</td><td>2,764억</td><td>10,939억</td><td>2,533억</td><td>2,697억</td><td>5,230억</td></tr><tr><td>영업이익</td><td>216억</td><td>132억</td><td>-15억</td><td>75억</td><td>42억</td><td>53억</td><td>154억</td><td>33억</td><td>115억</td><td>148억</td></tr><tr><td>당기순이익</td><td>113억</td><td>-89억</td><td>-22억</td><td>48억</td><td>25억</td><td>-23억</td><td>28억</td><td>44억</td><td>61억</td><td>105억</td></tr></table> <p>▷ '18년 일회성 영업외비용 발생(해외법인 외화환산 손실 및 토지정화 비용)으로 당기순손실 기록</p>	구 분	2017년	2018년	2019년					2020년			1분기	2분기	3분기	4분기	누 계	1분기	2분기	누 계	매 출 액	10,636억	11,892억	2,620억	2,836억	2,718억	2,764억	10,939억	2,533억	2,697억	5,230억	영업이익	216억	132억	-15억	75억	42억	53억	154억	33억	115억	148억	당기순이익	113억	-89억	-22억	48억	25억	-23억	28억	44억	61억	105억
구 분	2017년				2018년	2019년					2020년																																										
		1분기	2분기	3분기		4분기	누 계	1분기	2분기	누 계																																											
매 출 액	10,636억	11,892억	2,620억	2,836억	2,718억	2,764억	10,939억	2,533억	2,697억	5,230억																																											
영업이익	216억	132억	-15억	75억	42억	53억	154억	33억	115억	148억																																											
당기순이익	113억	-89억	-22억	48억	25억	-23억	28억	44억	61억	105억																																											

※ 토탈 인테리어 사업 진출 - (주)현대L&C (한화L&C 인수)

● (주)현대L&C 주요 제품 라인업

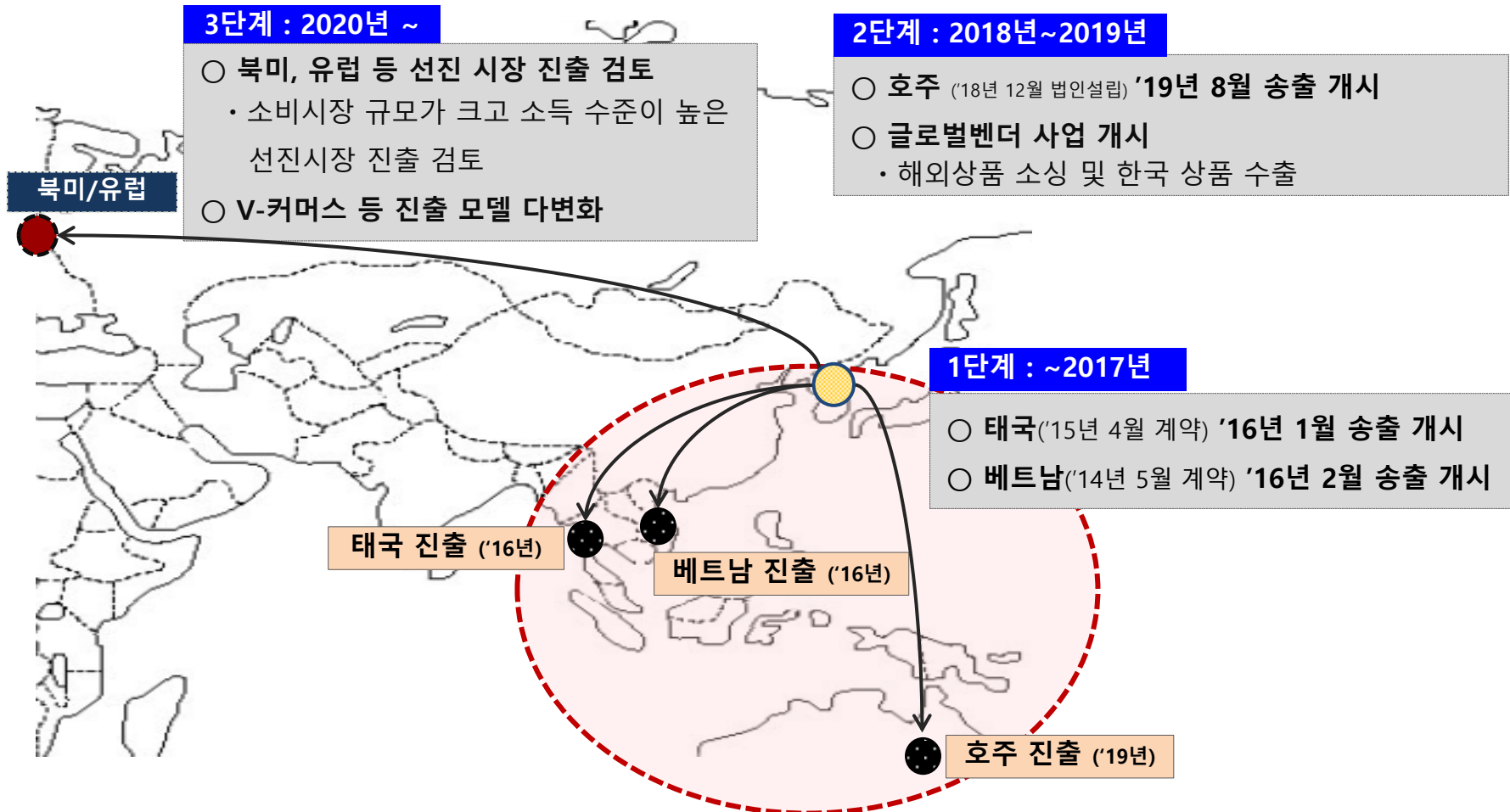
창 호 (M/S 15%, 3위)	인테리어 스톤	
	엔지니어드 스톤(강화천연석) (M/S 67%, 1위)	인조대리석 (M/S 17%, 2위)
		
브랜드: 다윈, 미류	브랜드: 칸스톤	브랜드: 하넥스
데코 마감재 / 필름 / 시트 (M/S 40%, 1위)	바 닥 재 (M/S 18%, 2위)	벽 지
		
인테리어필름, 데코시트, DIY타일 등	브랜드 : 큐링크(일반 가구), 큐치네(주방 가구)	브랜드 : 큐티에, 큐피트

※ 부문별 매출 비중: 장식자재(바닥재, 필름 등) 36%, 창호 31%, 인테리어스톤 29%, 기타(가구 등) 4%

Ⅲ. 중장기 성장 전략 : ③ 해외사업 확장

지속적인 소비시장 성장이 예상되는 국가를 대상으로 안정적 송출구조를 확보하여 진출 예정

단계별 해외 사업 진출 전략



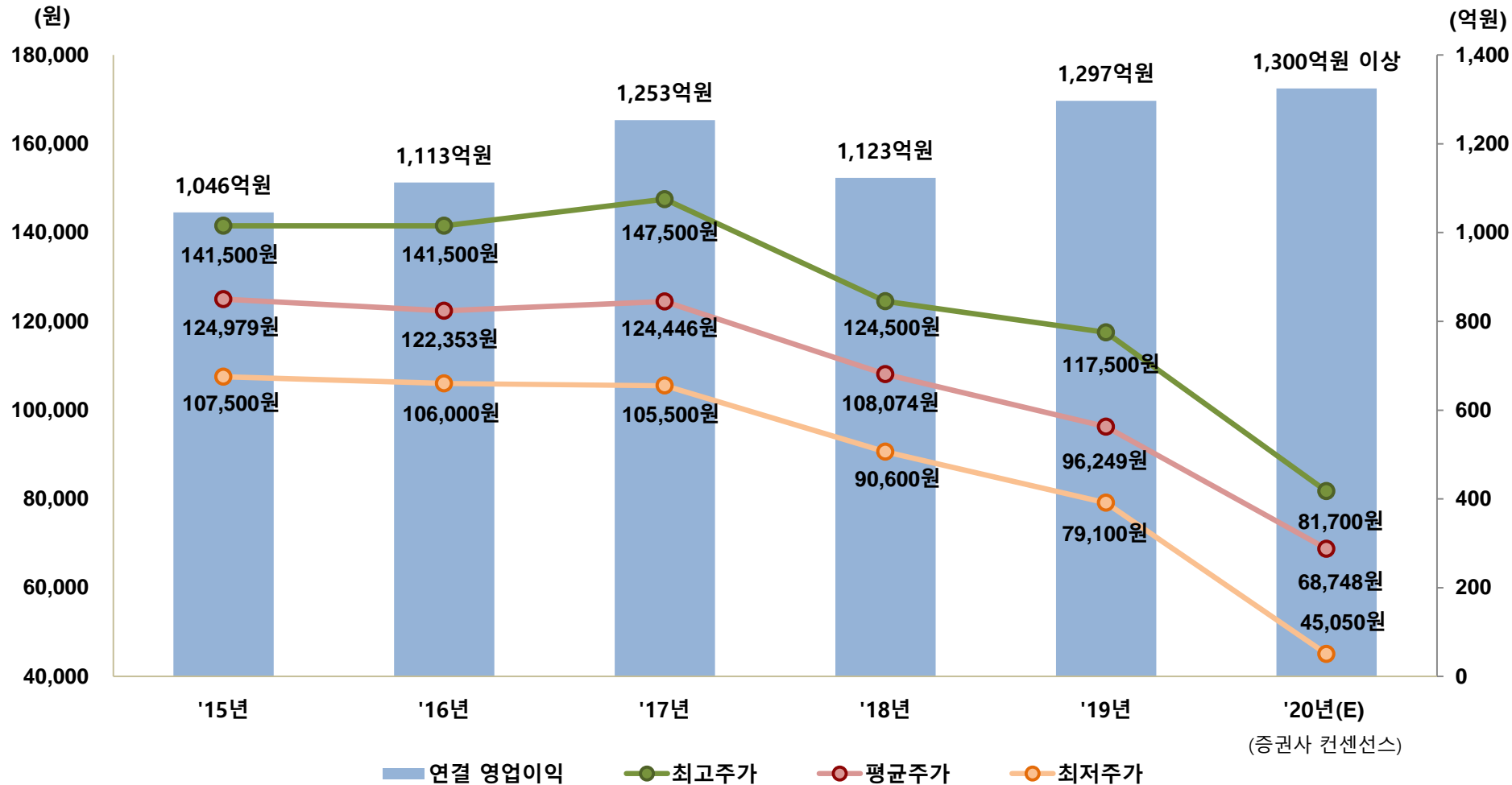
※ 해외 진출 현황

‘16년 부 태국, 베트남 홈쇼핑 방송 송출 중이며, ‘19년 8월 부 호주 송출 개시

구 분	태 국 (하이쇼핑)	베트남 (VTV 현대)	호주 (ASN)
자본금	• 165억	• 240억	• 360억
지분구조	• 현대홈쇼핑 49% • Intouch Media 51%	• 현대홈쇼핑 50% • VTVcab 25% • VTVB 25%	• 현대홈쇼핑 100%
설립일자	• 2015년 4월	• 2014년 5월	• 2018년 12월
송출일자	• 2016년 1월	• 2016년 2월	• 2019년 8월
송출가구	• 전국 1,500만	• 905만 (호치민, 하노이 외)	• 512만 가구 (시드니, 멜버른 외)
손익 현황	(단위 : 억원)		
	구 분	'19년 누계	'20년 상반기
	취급고	249	103
	순이익	-26	-16
	지분법 손익	-13	-2
	(단위 : 억원)		
	구 분	'19년 누계	'20년 상반기
	취급고	98	59
	순이익	-38	-21
	지분법 손익	-19	-11
	(단위 : 억원)		
	구 분	'19년 누계	'20년 상반기
	취급고	27	51
	영업이익	-131	-88
	순이익	-132	-91

IV. 투자 하이라이트 : 최근 6개년('15년~'20년) 영업이익(연결) 대비 주가 추이

당사 주가는 TV홈쇼핑 산업의 성장성에 대한 우려로 지속 하향세였으나,
당사 수익성은 기존 사업 효율화와 신사업 진출의 결실로 지속 개선되고 있음



IV. 투자 하이라이트

중장기 미래성장 전략에 대한 적극적인 실행 및 V-커머스 등 미디어 커머스 강화를 통해
동업계 최고 수준의 사업성과를 지속 유지하고자 함



○ 지속적으로 성장하는 온라인 쇼핑 시장 지배력 강화

- 한섬, 현대그린푸드, 리바트 등 그룹 시너지를 통한 상품 콘텐츠 강화
- 온라인 투자 확대를 통한 고성장 추진
(모바일 LIVE, V커머스 등 신규 온라인 투자 및 포트폴리오 다각화)

○ 핵심역량에 기반한 지속적인 매출 성장 및 업계 최고의 수익성 확보

- 업계 최고 수준의 성장성 유지 (2008년~2019년 취급고 연평균 성장률 12.7%)
- 업계 최고 수준의 영업이익 창출

○ 제2의 도약을 위한 차별화된 미래 성장 전략 보유

- 렌탈·케어 시장 진출 : '15년 4월 (주)현대렌탈케어 설립
- 토탈 인테리어 사업 진출 : '18년 12월 한화L&C(주) 인수

○ 풍부한 현금 보유 및 건실한 재무구조 확보한 우량한 기업

- 미래 성장을 위한 풍부한 현금성 자산 보유 및 우량한 재무 건전성 확보
- 보유 순현금 4,015억, 부채비율 20.2% (별도 기준)

○ 지속적인 배당 상향 및 자기주식 매입 등으로 주주가치 제고 노력

- 1주당 배당금 추이 : '16년 1,500원 → '17년 1,700원 → '18년 1,900원 → '19년 2,000원
- 자기주식 총 552,250주(4.6%) 취득 ('14년 156,250주, '17년 156,000주, '20년 240,000주)

1 소매유통시장 동향 및 전망

2 주요 경제 지표

3 재무제표(연결, 별도)

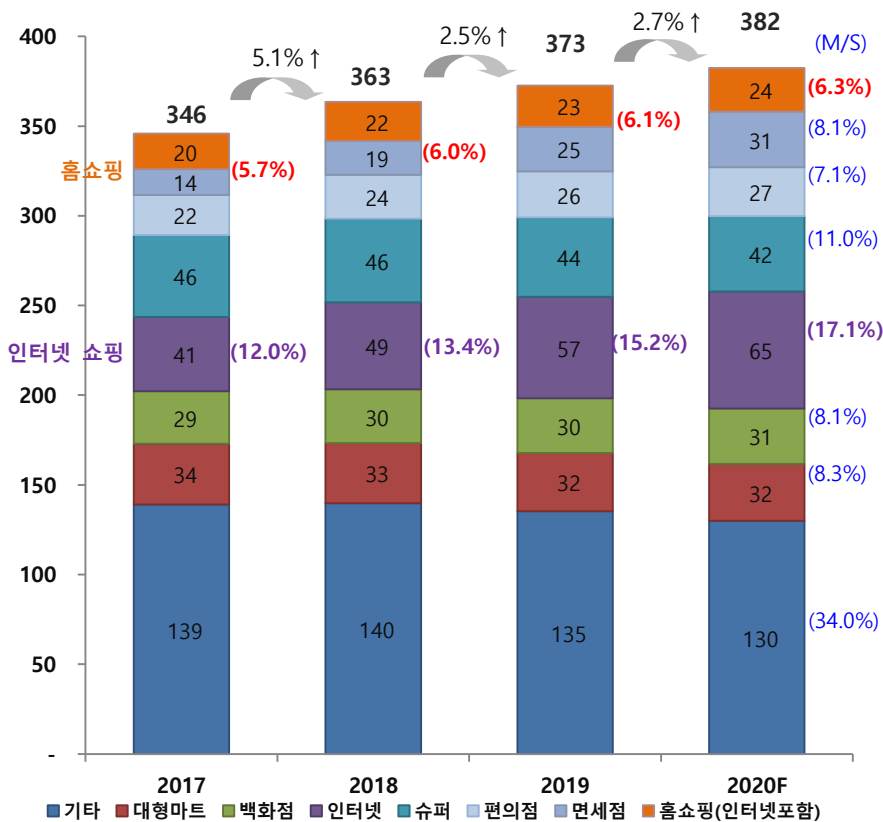
4 Product Mix

V. 별 첨 : 소매유통시장 동향 및 전망

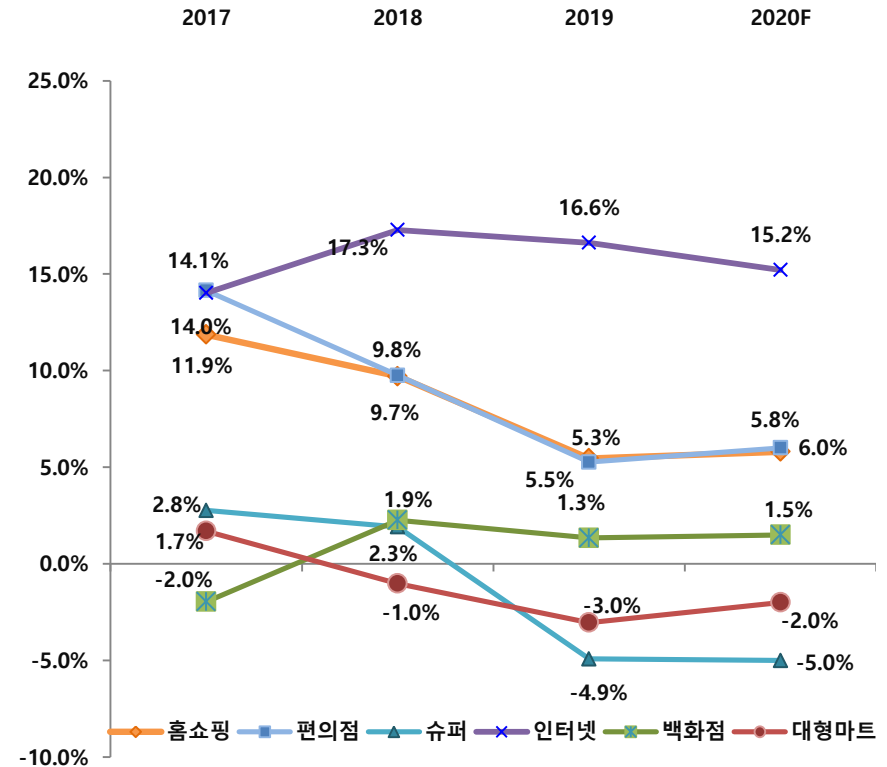
- 2020년 국내소매시장 성장률 예상 : 2.7% (유진투자증권)
- 2020년 홈쇼핑 시장 성장률 예상 : 5.8% (현대홈쇼핑)

국내 소매유통 채널별 매출

(단위 : 조원)



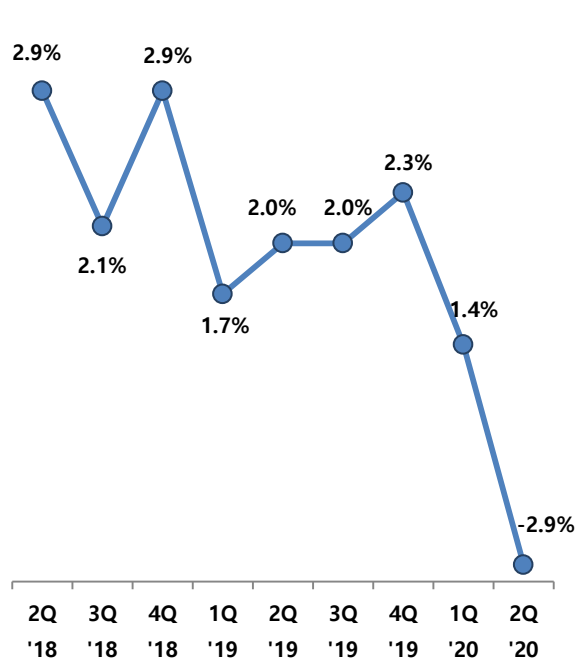
국내 소매유통 채널별 성장률



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

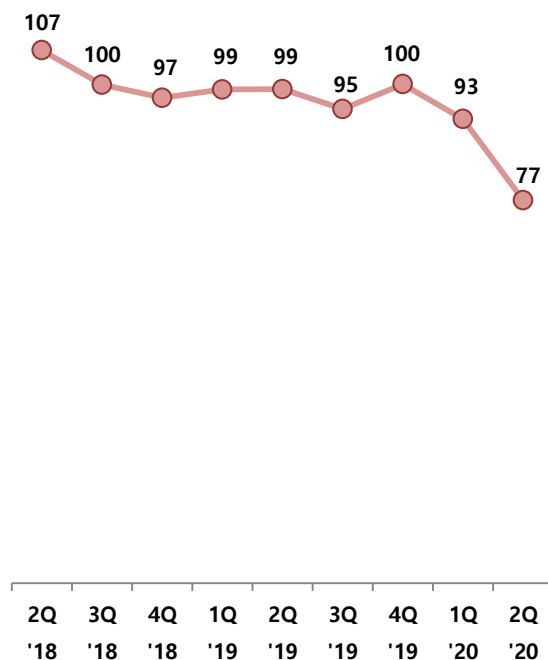
V. 별첨 : 주요 경제 지표

● GDP 성장률 추이



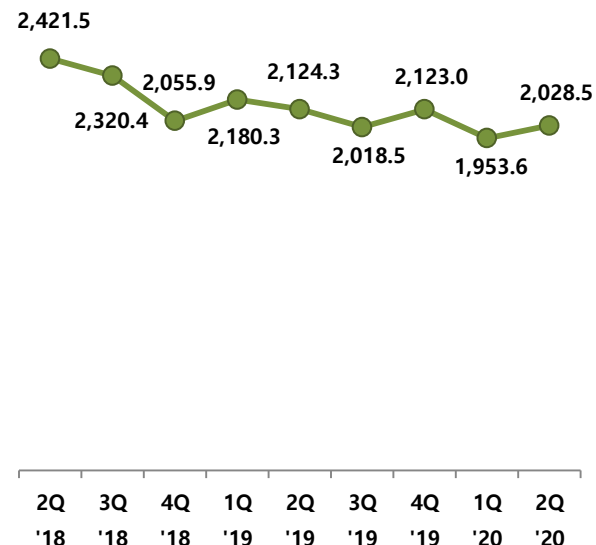
출처 : 한국은행

● 소비자 동향지수(CSI)



출처 : 통계청

● KOSPI 지수 추이



출처 : KOFIA

V. 별첨 : 연결 재무제표(연간)

● 손익계산서

구 분	2017년	2018년	2019년	2020년	YoY
1. 취급고	36,482	37,650	50,892	26,092	3.1%
① 현대홈쇼핑	36,270	37,208	39,126	20,283	4.0%
② 현대렌탈케어	226	454	812	555	61.0%
③ 현대L&C	-	-	10,939	5,230	-4.2%
④ 호 주	-	-	27	51	-
⑤ 기타(연결 조정 등)	-13	-11	-13	-27	-
매출액	10,431	10,177	22,070	11,070	1.5%
2. 매출총이익	9,140	7,426	9,612	4,907	1.3%
%	25.1%	19.7%	18.9%	18.8%	
3. 판매관리비	7,887	6,303	8,315	4,187	3.3%
%	21.6%	16.7%	16.3%	16.0%	
4. 영업이익	1,253	1,123	1,297	720	-8.9%
%	3.4%	3.0%	2.5%	2.8%	
5. 경상이익	1,618	1,856	1,284	964	-8.4%
%	4.4%	4.9%	2.5%	3.7%	
* 지분법손익	317	472	416	193	-4.2%
6. 당기순이익	1,225	1,666	859	735	-10.2%
%	3.4%	4.4%	1.7%	2.8%	

* 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 손해배상금 105억 영업외수익 인식, 4분기 HCN 지분 추가 취득에 따른 योग매수차익 79억 지분법 이익 인식

* 2019년 4분기 현대L&C 영업권 손상차손 448억 인식

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2017년	2018년	2019년	2020년
자산총계	18,754	25,477	24,996	25,795
유동자산	8,117	10,129	9,306	9,878
비유동자산	10,637	15,348	15,690	15,916
부채총계	3,310	8,632	7,678	8,186
유동부채	3,074	7,633	5,308	6,473
비유동부채	235	999	2,370	1,713
자본총계	15,444	16,845	17,318	17,608
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-386	-386	-386	-569
기타포괄손익누계	18	3	-111	-135
이익잉여금	12,677	14,093	14,680	15,178
부채와 자본총계	18,754	25,477	24,996	25,795

V. 별첨 : 연결 재무제표(분기)

● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

구 분	2019년					2020년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
1. 취급고	12,544	12,759	12,150	13,439	50,892	12,892	13,201			26,092
① 현대홈쇼핑	9,764	9,740	9,213	10,409	39,126	10,080	10,203			20,283
② 현대렌탈케어	161	184	213	254	812	266	289			555
③ 현대L&C	2,620	2,836	2,718	2,764	10,939	2,533	2,697			5,230
④ 호 주	-	-	7	20	27	19	32			51
⑤ 기타(연결 조정 등)	-1	-1	-1	-9	-13	-6	-21			-27
매출액	5,326	5,578	5,351	5,814	22,070	5,372	5,698			11,070
2. 매출총이익	2,374	2,470	2,304	2,464	9,612	2,367	2,539			4,907
%	18.9%	19.4%	19.0%	18.3%	18.9%	18.4%	19.2%			18.8%
3. 판매관리비	2,037	2,016	2,101	2,161	8,315	2,078	2,109			4,187
%	16.2%	15.8%	17.3%	16.1%	16.3%	16.1%	16.0%			16.0%
4. 영업이익	336	454	203	303	1,297	289	431			720
%	2.7%	3.6%	1.7%	2.3%	2.5%	2.2%	3.3%			2.8%
5. 경상이익	503	549	336	-104	1,284	462	502			964
%	4.0%	4.3%	2.8%	-0.8%	2.5%	3.6%	3.8%			3.7%
* 지분법손익	127	74	117	97	416	104	89			193
6. 당기순이익	391	427	263	-222	859	355	380			735
%	3.1%	3.3%	2.2%	-1.7%	1.7%	2.8%	2.9%			2.8%

* 2019년 4분기 현대L&C 영업권 손상 448억 인식

V. 별첨 : 별도 재무제표(연간)

● 손익계산서

구 분	2017년	2018년	2019년	2020년	YoY
1. 취급고	36,270	37,208	39,126	20,283	4.0%
① T V	20,218	20,470	21,286	11,109	5.4%
※ T-커머스	1,770	2,396	3,418	2,170	34.3%
② 인터넷	15,175	16,150	17,046	8,762	2.0%
※ 모바일	8,795	9,590	11,614	6,097	5.6%
③ 기타	877	587	794	412	9.7%
매출액	10,218	9,735	10,304	5,260	3.0%
2. 매출총이익	9,013	7,163	7,514	3,766	-1.8%
%	24.9%	19.3%	19.2%	18.6%	
3. 판매관리비	7,514	5,808	6,010	2,994	0.9%
%	20.7%	15.6%	15.4%	14.8%	
4. 영업이익	1,499	1,354	1,504	773	-10.7%
%	4.1%	3.6%	3.8%	3.8%	
5. 경상이익	1,274	1,192	984	861	-12.8%
%	3.5%	3.2%	2.5%	4.2%	
6. 당기순이익	878	798	588	670	-12.2%
%	2.4%	2.1%	1.5%	3.3%	

* 종속기업 손상차손 : 현대렌탈케어 '16년 101억, '17년 286억, '18년 336억, 현대L&C '19년 664억 / 관계기업(해외) 손상차손 : '17년 4분기 115억, '18년 4분기 143억

* 2018년 1분기 중국 홈쇼핑 사업 중단 관련 손해배상금 105억 영업외수익 인식

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2017년	2018년	2019년	2020년
자산총계	16,711	17,429	16,971	17,711
유동자산	7,961	5,793	4,794	5,567
비유동자산	8,750	11,636	12,177	12,143
부채총계	3,005	3,221	2,476	2,982
유동부채	2,993	3,206	2,396	2,860
비유동부채	12	16	80	122
자본총계	13,706	14,207	14,495	14,729
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-386	-386	-386	-569
기타포괄손익누계	153	121	73	54
이익잉여금	10,804	11,337	11,673	12,109
부채와 자본총계	16,711	17,429	16,971	17,711

V. 별첨 : 별도 재무제표(분기)

● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

구 분	2019년					2020년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
1. 취급고	9,764	9,740	9,213	10,409	39,126	10,080	10,203			20,283
① T V	5,152	5,385	5,015	5,734	21,286	5,481	5,627			11,109
※ T-커머스	744	872	855	947	3,418	1,068	1,102			2,170
② 인터넷	4,425	4,167	4,015	4,439	17,046	4,393	4,369			8,762
※ 모바일	2,935	2,838	2,809	3,032	11,614	3,007	3,090			6,097
③ 기타	187	188	183	236	794	206	206			412
매출액	2,545	2,560	2,414	2,785	10,304	2,560	2,700			5,260
2. 매출총이익	1,921	1,913	1,772	1,909	7,514	1,822	1,945			3,766
%	19.7%	19.6%	19.2%	18.3%	19.2%	18.1%	19.1%			18.6%
3. 판매관리비	1,524	1,445	1,504	1,538	6,010	1,484	1,510			2,994
%	15.6%	14.8%	16.3%	14.8%	15.4%	14.7%	14.8%			14.8%
4. 영업이익	397	468	268	371	1,504	337	435			773
%	4.1%	4.8%	2.9%	3.6%	3.8%	3.3%	4.3%			3.8%
5. 경상이익	497	489	277	-280	984	432	429			861
%	5.1%	5.0%	3.0%	-2.7%	2.5%	4.3%	4.2%			4.2%
6. 당기순이익	391	371	212	-386	588	343	327			670
%	4.0%	3.8%	2.3%	-3.7%	1.5%	3.4%	3.2%			3.3%

V. 별첨 : Product mix 추이

