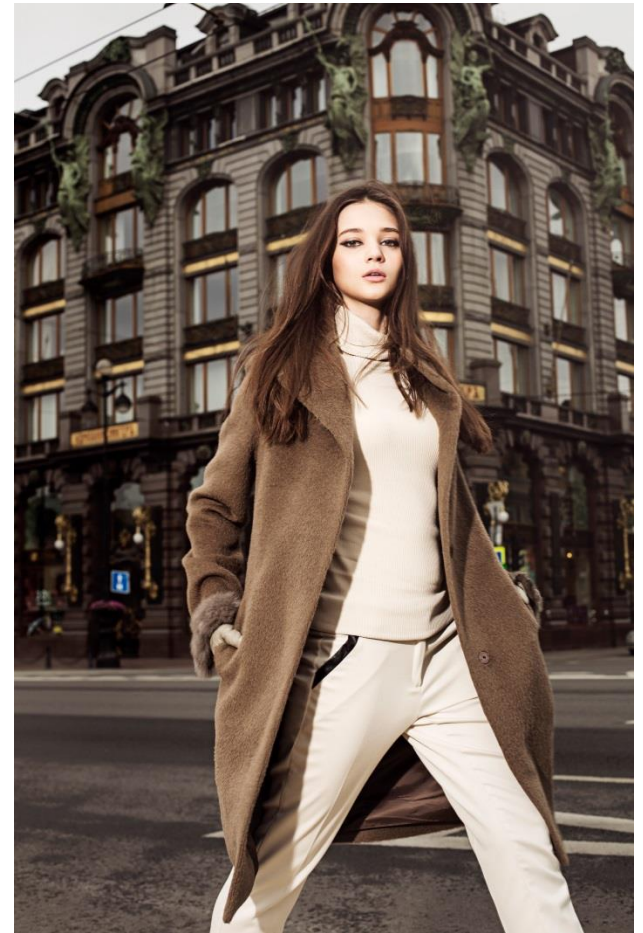


# IR PRESENTATION

2019년 2분기

Investor Relations | 2019. 8



# 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

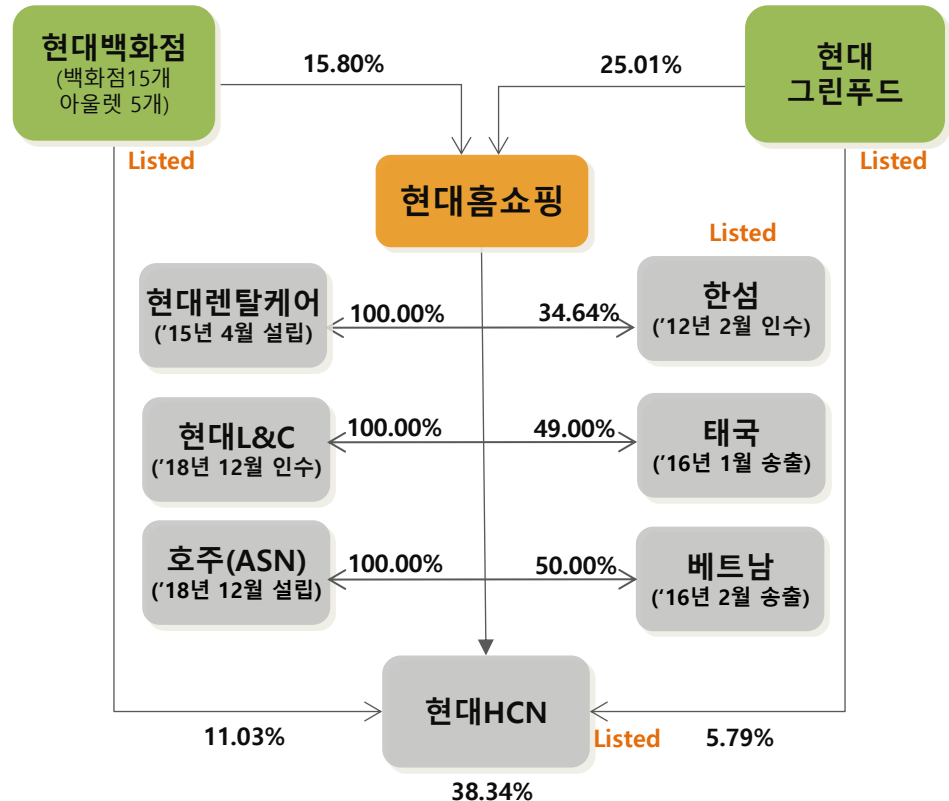
현대홈쇼핑은 재계 기업순위 자산기준 21위(15.3조), 당기순이익 18위(7,390억), 부채비율 8위(33%)의  
현대백화점 그룹 주력 계열사로 다양한 플랫폼을 통해 고품질의 상품을 선보이고 있음

## ● 회사 프로필

설립일	2001년 5월 29일		
상장일	2010년 9월 13일		
사업영역	홈쇼핑 (TV, 인터넷, 모바일, 데이터방송)		
자본금	600억원		
상장주식수	1,200만주		
직원 수	958명 ('19년 7월)		
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 : 25.86% ('19년 7월 말 기준)

## ● 현대홈쇼핑 지배구조



※ 대만(HK E&S), 중국 철수 中

# 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

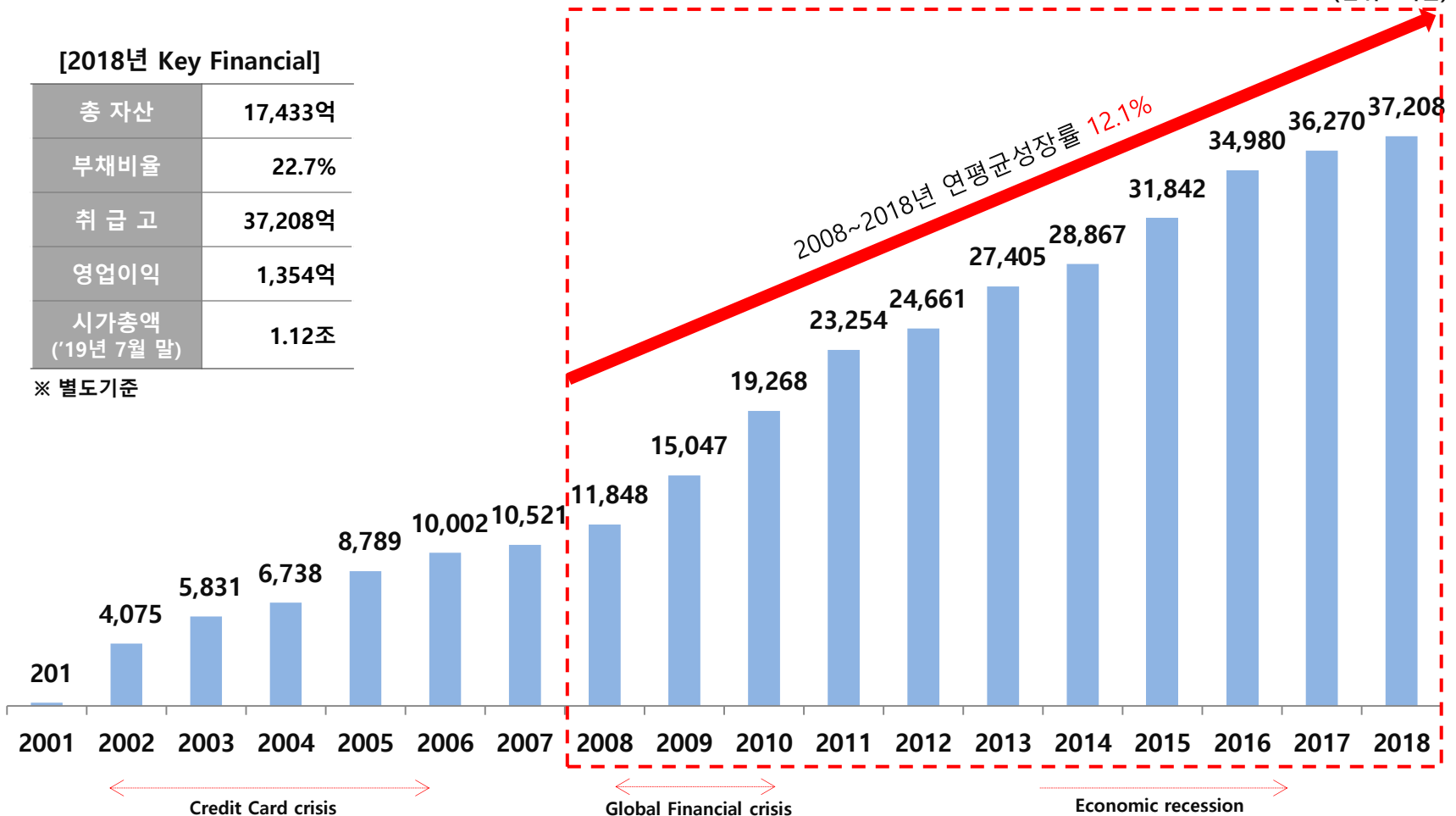
현대홈쇼핑 사업 개시 후 취급고 추이

(단위 : 억원)

[2018년 Key Financial]

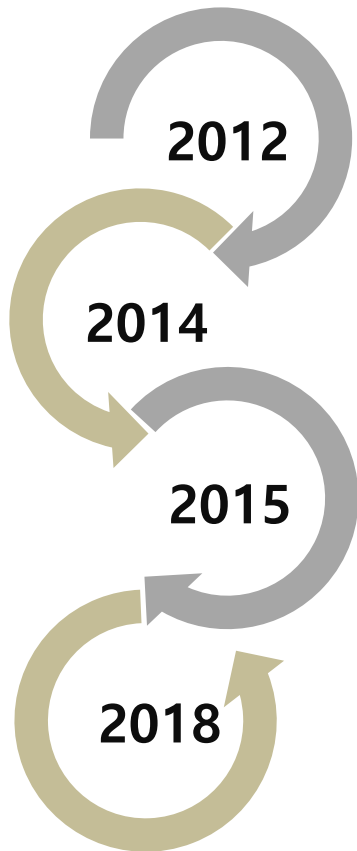
총 자산	17,433억
부채비율	22.7%
취 급 고	37,208억
영업이익	1,354억
시가총액 (’19년 7월 말)	1.12조

※ 별도기준



# I. 기업소개 : 신규사업 성과

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

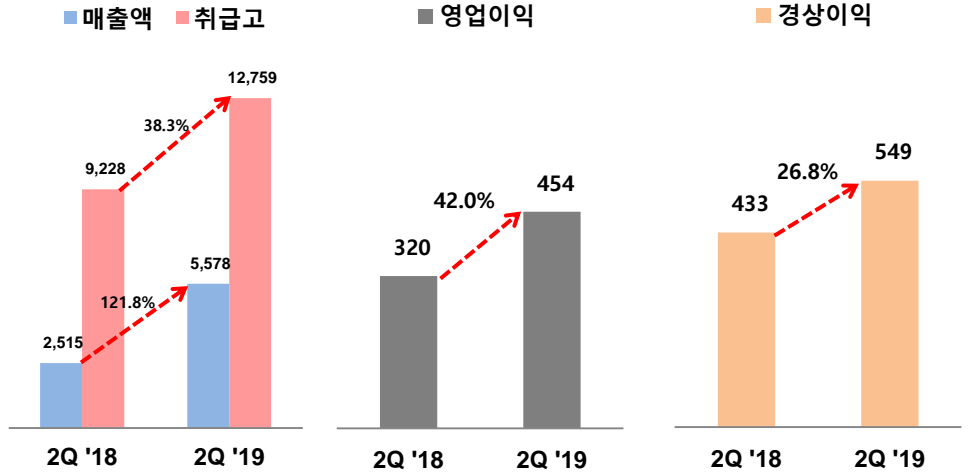
**2018.12 한화L&C(주) 인수 - 토탈 인테리어 사업 진출**  
(인수금액 3,666억, 당사 지분율 100%)

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

## Ⅱ. 비즈니스 업데이트 : 2019년 2분기 연결 실적 주요 내용

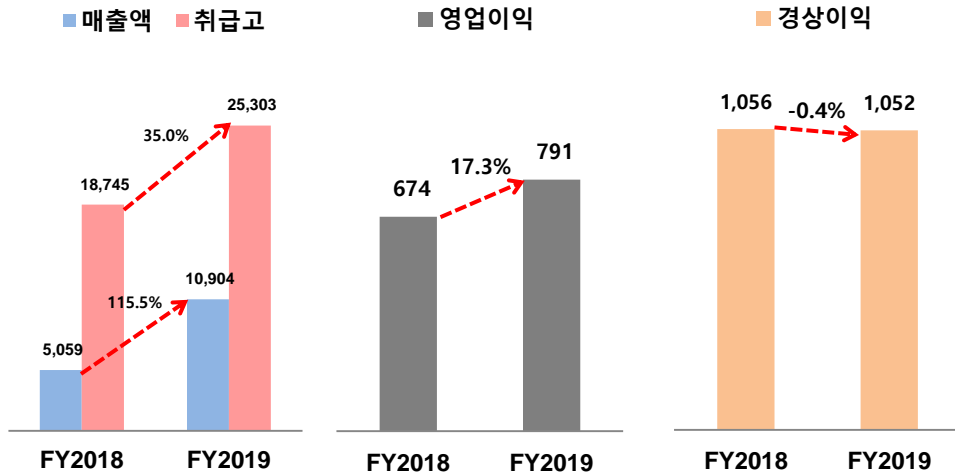
(단위 : 억원, 연결기준)

### 2Q FY2019



(단위 : 억원, 연결기준)

### 2Q Acc. FY2019



#### 1) 현대홈쇼핑

- T-커머스 및 모바일 중심 매출 확대로 전사 취급고 YoY 6.7% 신장 (건강기능식품, 미용, 가전, 렌탈 판매 호조)
- 고마진 방송상품 매출 확대 및 위성 등 일부 SO 송출료 인하 계약으로 영업이익 YoY 19.2% 신장

#### 2) 현대렌탈케어

- 계정 순증 2.1만개에 따른 누적 계정 28.9만개 달성으로 매출 확대 및 영업적자 개선
- 하반기 신제품(공기청정기, 매트리스 외) 런칭 및 방판 조직 확대 등 경쟁력 강화로 손익 개선 지속 전망

#### 3) 현대L&C

- 원재료 가격 하락에 따른 이익률 개선 및 해외법인 매출확대 등으로 영업이익 75억 달성
- 하반기 원자재 가격 하향세 지속 및 해외법인 실적 개선, 인테리어 스톤 매출 확대 전망

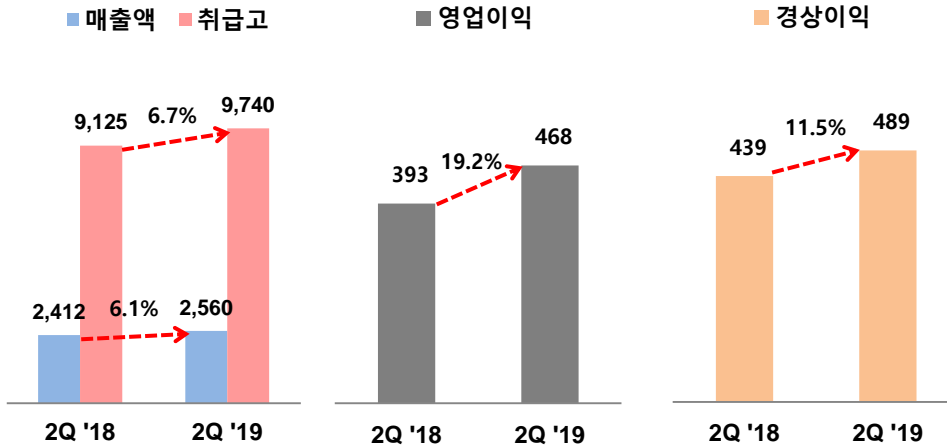
#### 4) 호주(ASN)

- '19년 8월 22일(목) Grand Open 예정

## 표. 비즈니스 업데이트 : 2019년 2분기 별도 실적 주요 내용

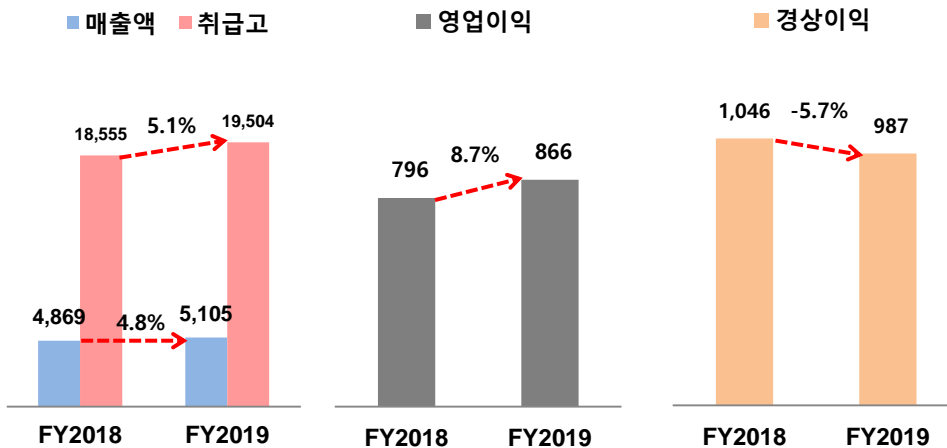
(단위 : 억원, 별도기준)

### 2Q FY2019



(단위 : 억원, 별도기준)

### 2Q Acc. FY2019



### 1) 취급고 : 9,740억 (YoY 6.7% 신장)

- T-커머스 및 모바일 중심 매출 확대로 전사 취급고 YoY 6.7% 신장 (건강기능식품, 미용, 가전, 렌탈 판매 호조)
- 방송상품의 모바일 판매 확대로 모바일 24.6% ↑ 신장

(※ TV : T-커머스 매출 포함, 인터넷 : 모바일 매출 포함)

구 분	합 계	TV	T-커머스	인터넷	모바일
'18년 2분기	9,125	5,044	579	3,936	2,277
'19년 2분기	9,740	5,385	872	4,167	2,838
YoY	6.7%	6.8%	50.5%	5.9%	24.6%

### 2) 영업이익 : 468억 (YoY 19.2% 신장)

- 고마진 방송상품 매출 확대 및 위성 등 일부 SO 송출료 인하 계약 등으로 영업이익 YoY 19.2% 신장

### 3) 경상이익 : 489억 (YoY 11.5% 신장)

※ 2분기 누계 경상이익 특이사항

- '18년 1분기 중국홈쇼핑 사업중단 관련 국제 중재 판결 확정에 따른 손해배상금 105억 영업외수익 인식
- 상기 사항 제외 시 경상이익 :  
'18년 상반기 941억 → '19년 상반기 987억, YoY 4.8% ↑

## 표. 비즈니스 업데이트 : 2019년 2분기 연결대상 종속법인 실적 현황

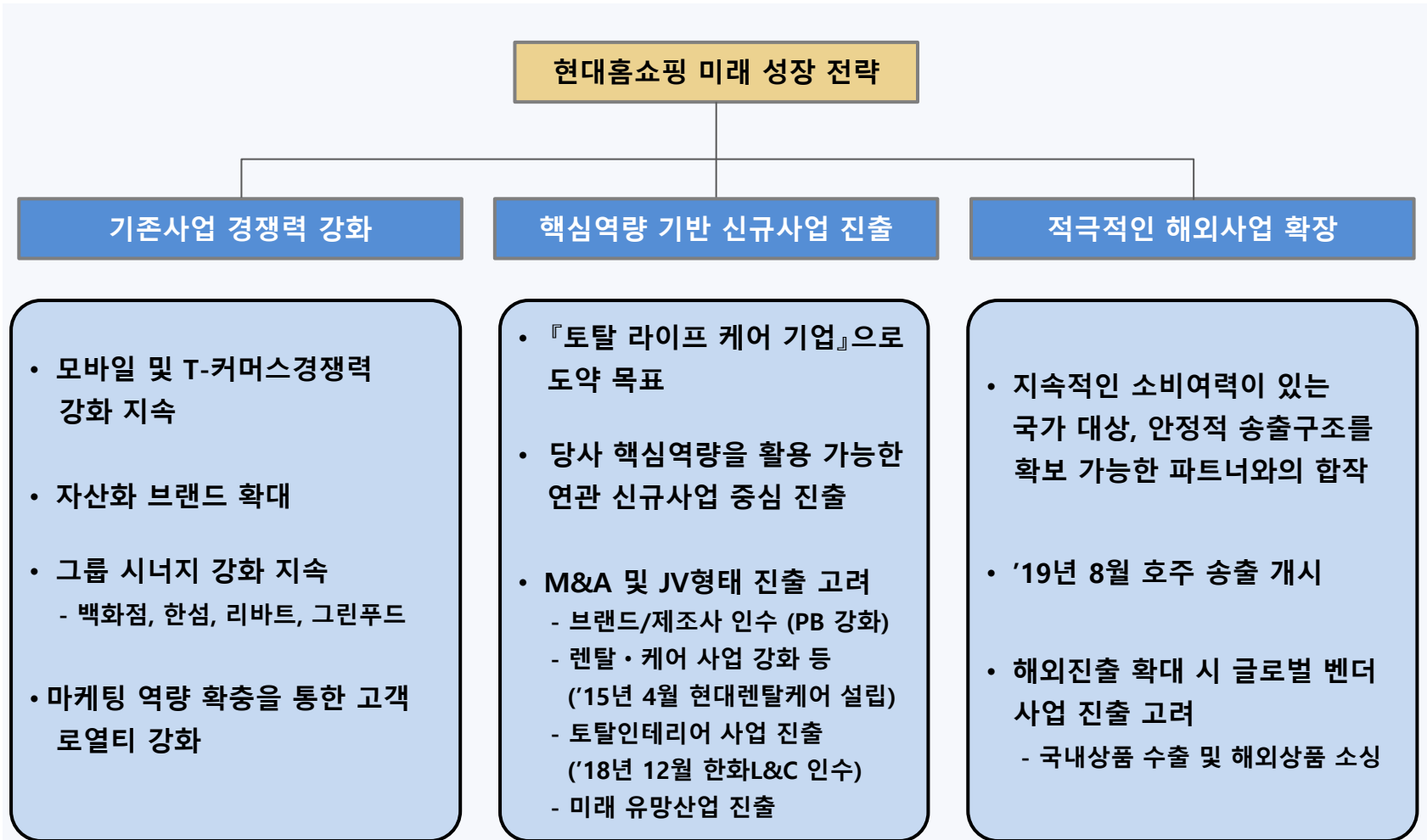
(내부거래 포함기준, 단위 : 억원)

구 분		2분기			2분기 누계		
		'18년	'19년	YoY	'18년	'19년	YoY
현대 렌탈케어	매 출 액	106	184	74.3%	195	345	76.6%
	영업이익	-73	-51	30.1%	-122	-92	24.2%
	경상이익	-69	-43	22.9%	-121	-82	31.9%
	순이익	-69	-43	38.4%	-121	-82	31.9%
	계정 순증	2.8만	2.1만	-0.7만	5.0만	4.6만	-0.4만
현대 L&C	매 출 액	-	2,836	-	-	5,456	-
	영업이익	-	75	-	-	59	-
	경상이익	-	55	-	-	36	-
	순이익	-	48	-	-	26	-
호주 (ASN)	매 출 액	-	-	-	-	-	-
	영업이익	-	-17	-	-	-20	-
	경상이익	-	-16	-	-	-18	-
	순이익	-	-16	-	-	-18	-



### 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

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"><li>• 앱 다운로드 확대, 일평균 순방문자수 확대, 상품력 강화로 2019년 취급고 1조 돌파 목표</li><li>• 앱 다운로드 : '13년 122만 → '18년 1,523만 → '19년 2분기 1,620만</li><li>• 일평균 순방문자수 : '18년 63만 → '19년 2분기 64만 (2020년 70만 목표)</li></ul> <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 상반기</th></tr><tr><td>취급고</td><td>6,112억</td><td>7,446억</td><td>8,795억</td><td>9,590억</td><td>5,773억</td></tr><tr><td>앱다운로드</td><td>810만</td><td>1,090만</td><td>1,332만</td><td>1,523만</td><td>1,620만</td></tr></table>	구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 상반기	취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	5,773억	앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,620만
구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 상반기														
취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	5,773억														
앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,620만														
2. 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>																		
3. 자산화 브랜드 육성	<ul style="list-style-type: none"><li>• 현대홈쇼핑에서만 구매 가능한 자산화 브랜드(PB, 독점브랜드 등) 집중 육성</li></ul>																		
4. 그룹 시너지 확대	<ul style="list-style-type: none"><li>• 현대백화점 : Hmall 백화점 상품 확대, 오프라인 매장 오픈 (동대문, 송도, 가든파이프, 김포, 가산, 대구)</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>• 현대L&amp;C : 리바트와 토탈인테리어 사업 구축 및 현대홈쇼핑 PB 개발 등 예정</li><li>• 그룹 통합 멤버십(H. Point) 오픈 : '17.8.10 Grand Open</li></ul>																		
5. 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>																		

## ※ 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 상반기
ETV 취급고	3,053억	3,861억	4,953억	6,052억	3,795억

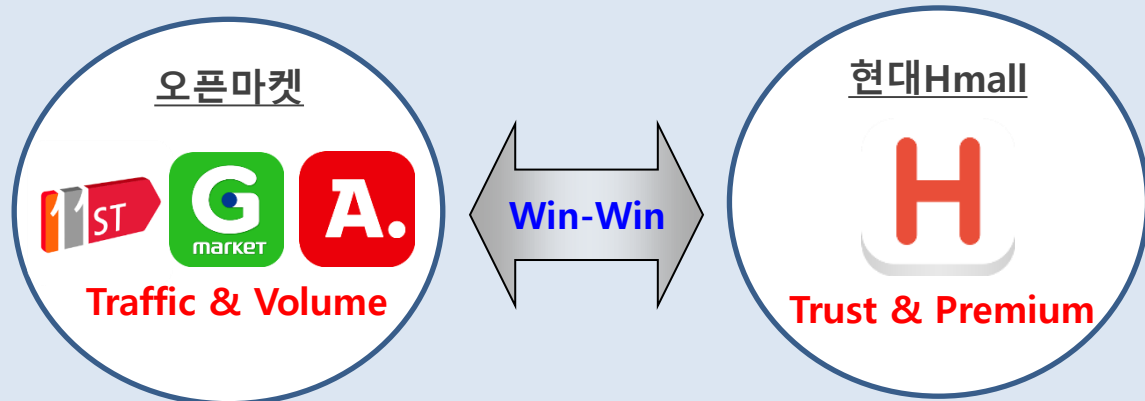
### 2. 현대백화점 상품 시너지 강화

- 신뢰도 높은 현대백화점 상품 강화를 통해 명품 쇼핑몰로 확장 중

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 상반기
백화점관 취급고	3,103억	3,318억	3,265억	3,139억	1,543억
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 2,981억을 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 – (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"> <li>• 렌탈·케어사업 진출을 통한 신규 성장동력 확보</li> <li>• 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 활용한 시너지 효과도모</li> </ul>																																																																								
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 colspan="3">2019년</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>100억</td><td>226억</td><td>90억</td><td>106억</td><td>127억</td><td>131억</td><td>454억</td><td>161억</td><td>184억</td><td>345억</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><td>-51억</td><td>-92억</td></tr> <tr> <td>순증 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><td>2.1만</td><td>4.6만</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><td>(28.9만)</td><td>(28.9만)</td></tr> </table> <p>▷ 내부거래 포함 기준</p>										구 분	2016년	2017년	2018년					2019년			1분기	2분기	3분기	4분기	누계	1분기	2분기	누계	매 출 액	100억	226억	90억	106억	127억	131억	454억	161억	184억	345억	영업이익	-210억	-246억	-49억	-73억	-49억	-59억	-231억	-41억	-51억	-92억	순증 계정수	4.5만	8.6만	2.2만	2.8만	2.6만	2.4만	10.0만	2.5만	2.1만	4.6만	(누적 계정수)	(5.7만)	(14.3만)	(16.5만)	(19.4만)	(21.9만)	(24.3만)	(24.3만)	(26.8만)	(28.9만)	(28.9만)
구 분	2016년	2017년	2018년					2019년																																																																	
			1분기	2분기	3분기	4분기	누계	1분기	2분기	누계																																																															
매 출 액	100억	226억	90억	106억	127억	131억	454억	161억	184억	345억																																																															
영업이익	-210억	-246억	-49억	-73억	-49억	-59억	-231억	-41억	-51억	-92억																																																															
순증 계정수	4.5만	8.6만	2.2만	2.8만	2.6만	2.4만	10.0만	2.5만	2.1만	4.6만																																																															
(누적 계정수)	(5.7만)	(14.3만)	(16.5만)	(19.4만)	(21.9만)	(24.3만)	(24.3만)	(26.8만)	(28.9만)	(28.9만)																																																															

## ※ 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

### ● 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>성장 가능성이 높은 우량회사 M&amp;A로 지주회사로서의 홈쇼핑 역할 강화 (홈쇼핑 기업가치 증대)</li> <li>B2C 중심의 토탈 인테리어 사업 진출 (신성장 동력 확보)</li> <li>홈쇼핑 리빙 분야의 독보적 경쟁력 확보</li> </ul>								
회사 개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>설립 연도 : 1965년 8월 (2014년 7월 분할 설립)</li> <li>주요사업 : 건축자재 제조 및 판매</li> <li>자회사 : 캐나다(HLCA), 중국 상해(HLTS), 미국 아틀란타(HLUL), 독일 애쉬본(HLEU)</li> <li>생산시설 : 세종시 1개 공장, 해외 1개 공장(캐나다)</li> </ul>								
실적 현황 (연결기준)	구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년			
						1분기	2분기	3분기	4분기
	매 출 액	7,708억	8,608억	10,636억	11,892억	2,620억	2,836억		5,456억
	영업이익	383억	329억	216억	132억	-15억	75억		59억
	EBITDA	523억	490억	406억	358억	12억	92억		104억
	당기순이익	164억	189억	113억	-89억	-22억	48억		26억
▷ '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, 참숫나라
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 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

- 호주 ('18년 12월 법인설립) '19년 8월 송출 개시
- 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

태국 진출 ('16년)

베트남 진출 ('16년)

호주 진출 ('19년)



## ※ 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	• 640만 (호치민, 하노이)	• 512만 가구 (시드니, 멜버른 외)
손익 현황	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 상반기
	취급고	293	152
	순이익	-30	-9
향후 계획	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 상반기
	취급고	101	49
	순이익	-36	-19
향후 계획	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 상반기
	취급고	-	-
	영업이익	-	-20
향후 계획	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 상반기
	취급고	-	-
	순이익	-	-18
향후 계획	• 태국 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표	• 베트남 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표	• 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 2,981억, 부채비율 19.1% (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

---

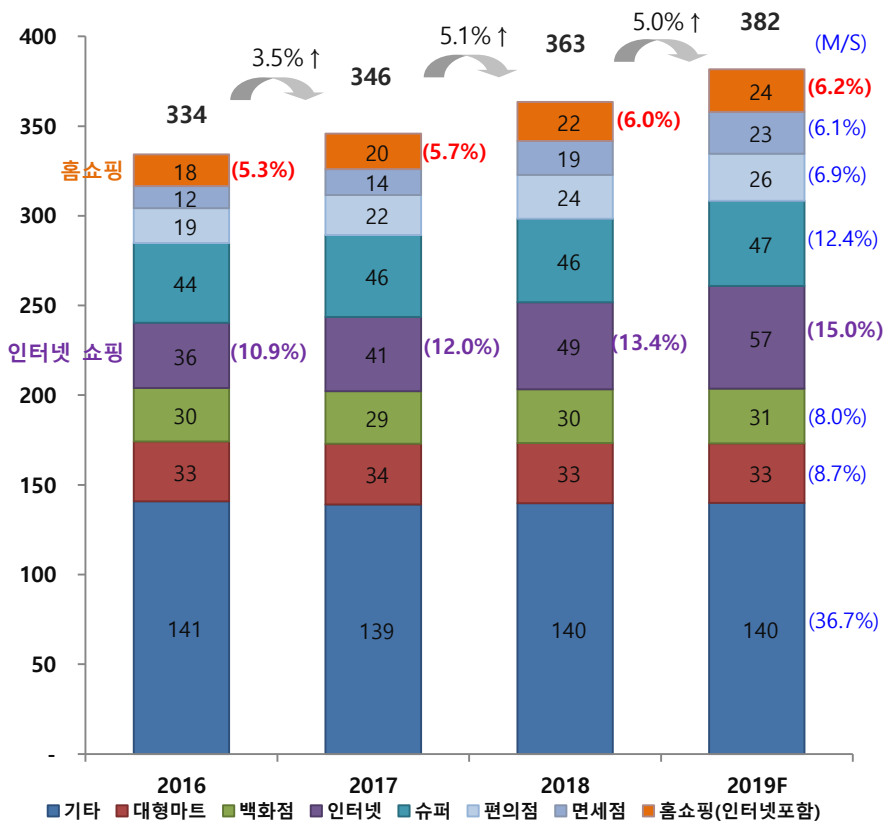
5    Product Mix

## V. 별 첨 : 소매유통시장 동향 및 전망

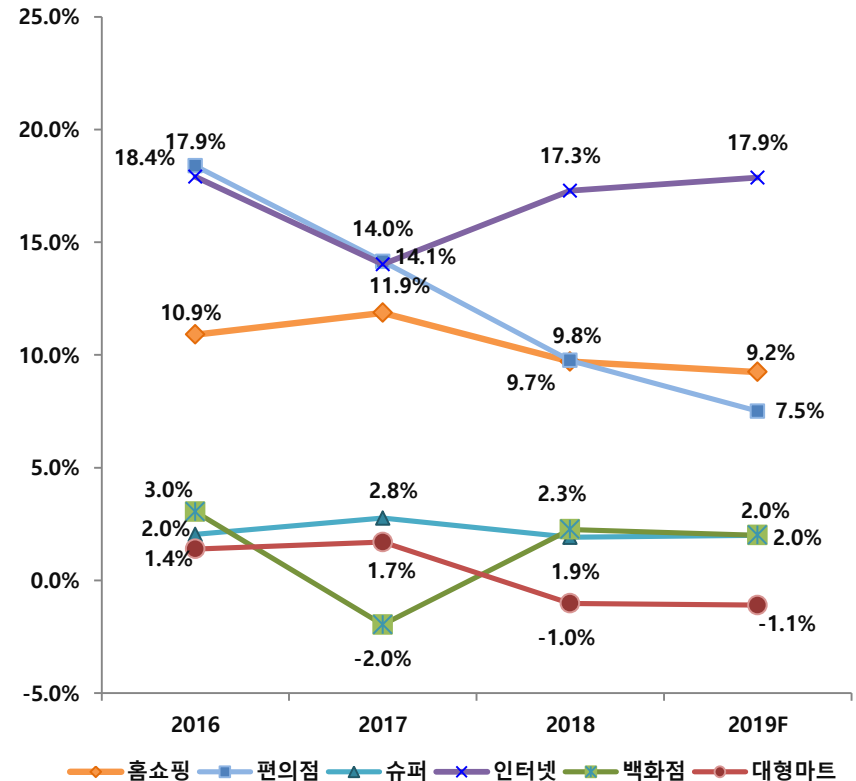
- 2019년 국내소매시장 성장률 예상 : 5.0% (신한금융투자)
- 2019년 홈쇼핑 시장 성장률 예상 : 9.2% (현대홈쇼핑)

국내 소매유통 채널별 매출

(단위 : 조원)



국내 소매유통 채널별 성장률



## V. 별 첨 : 연결재무제표(연간)

### ● 손익계산서

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년 상반기	YoY
<b>1. 취급고</b>	<b>35,061</b>	<b>36,482</b>	<b>37,650</b>	<b>25,303</b>	<b>35.0%</b>
① 현대홈쇼핑	34,980	36,270	37,208	19,504	5.1%
② 현대렌탈케어	100	226	454	345	76.6%
③ 현대L&C	-	-	-	5,456	-
④ 기타(연결 조정 등)	-19	-13	-11	-3	-
매출액	9,694	10,431	10,177	10,904	115.5%
<b>2. 매출총이익</b>	<b>8,773</b>	<b>9,140</b>	<b>7,426</b>	<b>4,844</b>	<b>29.1%</b>
%	25.0%	25.1%	19.7%	19.1%	
<b>3. 판매관리비</b>	<b>7,660</b>	<b>7,887</b>	<b>6,303</b>	<b>4,053</b>	<b>31.7%</b>
%	21.8%	21.6%	16.7%	16.0%	
<b>4. 영업이익</b>	<b>1,113</b>	<b>1,253</b>	<b>1,123</b>	<b>791</b>	<b>17.3%</b>
%	3.2%	3.4%	3.0%	3.1%	
<b>5. 경상이익</b>	<b>1,741</b>	<b>1,618</b>	<b>1,856</b>	<b>1,052</b>	<b>-0.4%</b>
%	5.0%	4.4%	4.9%	4.2%	
* 지분법손익	485	317	472	201	11.3%
<b>6. 당기순이익</b>	<b>1,295</b>	<b>1,225</b>	<b>1,666</b>	<b>818</b>	<b>5.7%</b>
%	3.7%	3.4%	4.4%	3.2%	

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

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

### ● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년 2분기 말
<b>자산총계</b>	<b>19,030</b>	<b>18,754</b>	<b>25,477</b>	<b>25,852</b>
유동자산	9,722	8,117	10,129	10,038
비유동자산	9,308	10,637	15,348	15,814
<b>부채총계</b>	<b>4,477</b>	<b>3,310</b>	<b>8,632</b>	<b>8,401</b>
유동부채	4,188	3,074	7,633	6,327
비유동부채	289	235	999	2,074
<b>자본총계</b>	<b>14,553</b>	<b>15,444</b>	<b>16,845</b>	<b>17,450</b>
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-267	-386	-386	-386
기타포괄손익누계	56	18	3	34
이익잉여금	11,629	12,677	14,093	14,667
<b>부채와 자본총계</b>	<b>19,030</b>	<b>18,754</b>	<b>25,477</b>	<b>25,852</b>

## 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
<b>1. 취급고</b>	<b>9,517</b>	<b>9,228</b>	<b>8,877</b>	<b>10,028</b>	<b>37,650</b>	<b>12,544</b>	<b>12,759</b>			<b>25,303</b>
① 현대홈쇼핑	9,430	9,125	8,755	9,898	37,208	9,764	9,740			19,504
② 현대렌탈케어	90	106	127	131	454	161	184			345
③ 현대L&C	-	-	-	-	-	2,620	2,836			5,456
④ 기타(연결 조정 등)	-3	-3	-5	-1	-11	-1	-1			-3
매출액	2,545	2,515	2,433	2,685	10,177	5,326	5,578			10,904
<b>2. 매출총이익</b>	<b>1,872</b>	<b>1,881</b>	<b>1,765</b>	<b>1,908</b>	<b>7,426</b>	<b>2,374</b>	<b>2,470</b>			<b>4,844</b>
%	19.7%	20.4%	19.9%	19.0%	19.7%	18.9%	19.4%			19.1%
<b>3. 판매관리비</b>	<b>1,518</b>	<b>1,561</b>	<b>1,565</b>	<b>1,659</b>	<b>6,303</b>	<b>2,037</b>	<b>2,016</b>			<b>4,053</b>
%	15.9%	16.9%	17.6%	16.5%	16.7%	16.2%	15.8%			16.0%
<b>4. 영업이익</b>	<b>354</b>	<b>320</b>	<b>200</b>	<b>249</b>	<b>1,123</b>	<b>336</b>	<b>454</b>			<b>791</b>
%	3.7%	3.5%	2.3%	2.5%	3.0%	2.7%	3.6%			3.1%
<b>5. 경상이익</b>	<b>623</b>	<b>433</b>	<b>332</b>	<b>469</b>	<b>1,856</b>	<b>503</b>	<b>549</b>			<b>1,052</b>
%	6.5%	4.7%	3.7%	4.7%	4.9%	4.0%	4.3%			4.2%
* 지분법손익	118	63	94	197	472	127	74			201
<b>6. 당기순이익</b>	<b>456</b>	<b>318</b>	<b>250</b>	<b>641</b>	<b>1,666</b>	<b>391</b>	<b>427</b>			<b>818</b>
%	4.8%	3.4%	2.8%	6.4%	4.4%	3.1%	3.3%			3.2%

\* 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. 별 첨 : 별도재무제표(연간)

### ● 손익계산서

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년 상반기	YoY
<b>1. 취급고</b>	<b>34,980</b>	<b>36,270</b>	<b>37,208</b>	<b>19,504</b>	<b>5.1%</b>
① T V	19,779	20,218	20,470	10,537	2.9%
※ T-커머스	1,013	1,770	2,396	1,616	43.2%
② 인터넷	14,285	15,175	16,150	8,591	7.1%
※ 모바일	7,446	8,795	9,590	5,773	27.3%
③ 기타	916	877	587	375	26.8%
매출액	9,613	10,218	9,735	5,105	4.8%
<b>2. 매출총이익</b>	<b>8,743</b>	<b>9,013</b>	<b>7,163</b>	<b>3,834</b>	<b>5.5%</b>
%	25.0%	24.9%	19.3%	19.7%	
<b>3. 판매관리비</b>	<b>7,420</b>	<b>7,514</b>	<b>5,808</b>	<b>2,968</b>	<b>4.6%</b>
%	21.8%	20.7%	15.6%	15.2%	
<b>4. 영업이익</b>	<b>1,323</b>	<b>1,499</b>	<b>1,354</b>	<b>866</b>	<b>8.7%</b>
%	3.2%	4.1%	3.6%	4.4%	
<b>5. 경상이익</b>	<b>1,401</b>	<b>1,274</b>	<b>1,192</b>	<b>987</b>	<b>-5.7%</b>
%	5.0%	3.5%	3.2%	5.1%	
<b>6. 당기순이익</b>	<b>1,034</b>	<b>878</b>	<b>798</b>	<b>762</b>	<b>-2.7%</b>
%	3.7%	2.4%	2.1%	3.9%	

### ● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년 2분기 말
<b>자산총계</b>	<b>17,298</b>	<b>16,711</b>	<b>17,429</b>	<b>17,589</b>
유동자산	9,544	7,961	5,793	4,654
비유동자산	7,754	8,750	11,636	12,936
<b>부채총계</b>	<b>4,153</b>	<b>3,005</b>	<b>3,221</b>	<b>2,825</b>
유동부채	4,136	2,993	3,206	2,761
비유동부채	16	12	16	64
<b>자본총계</b>	<b>13,145</b>	<b>13,706</b>	<b>14,207</b>	<b>14,764</b>
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-267	-386	-386	-386
기타포괄손익누계	173	153	121	138
이익잉여금	10,104	10,804	11,337	11,877
<b>부채와 자본총계</b>	<b>17,298</b>	<b>16,711</b>	<b>17,429</b>	<b>17,589</b>

\* 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

## V. 별첨 : 별도재무제표(분기)

### ● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

구 분	2018년					2019년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
<b>1. 취급고</b>	<b>9,430</b>	<b>9,125</b>	<b>8,755</b>	<b>9,898</b>	<b>37,208</b>	<b>9,764</b>	<b>9,740</b>			<b>19,504</b>
① T V	5,197	5,044	4,887	5,342	20,470	5,152	5,385			10,537
※ T-커머스	549	579	597	671	2,396	744	872			1,616
② 인터넷	4,082	3,936	3,740	4,392	16,150	4,425	4,167			8,591
※ 모바일	2,258	2,277	2,238	2,817	9,590	2,935	2,838			5,773
③ 기타	151	145	128	164	587	187	188			375
매출액	2,457	2,412	2,311	2,554	9,735	2,545	2,560			5,105
<b>2. 매출총이익</b>	<b>1,817</b>	<b>1,818</b>	<b>1,693</b>	<b>1,835</b>	<b>7,163</b>	<b>1,921</b>	<b>1,913</b>			<b>3,834</b>
%	19.3%	19.9%	19.3%	18.5%	19.3%	19.7%	19.6%			19.7%
<b>3. 판매관리비</b>	<b>1,413</b>	<b>1,425</b>	<b>1,444</b>	<b>1,526</b>	<b>5,808</b>	<b>1,524</b>	<b>1,445</b>			<b>2,968</b>
%	15.0%	15.6%	16.5%	15.4%	15.6%	15.6%	14.8%			15.2%
<b>4. 영업이익</b>	<b>403</b>	<b>393</b>	<b>249</b>	<b>309</b>	<b>1,354</b>	<b>397</b>	<b>468</b>			<b>866</b>
%	4.3%	4.3%	2.8%	3.1%	3.6%	4.1%	4.8%			4.4%
<b>5. 경상이익</b>	<b>607</b>	<b>439</b>	<b>286</b>	<b>-140</b>	<b>1,192</b>	<b>497</b>	<b>489</b>			<b>987</b>
%	6.4%	4.8%	3.3%	-1.4%	3.2%	5.1%	5.0%			5.1%
<b>6. 당기순이익</b>	<b>450</b>	<b>333</b>	<b>217</b>	<b>-202</b>	<b>798</b>	<b>391</b>	<b>371</b>			<b>762</b>
%	4.8%	3.7%	2.5%	-2.0%	2.1%	4.0%	3.8%			3.9%

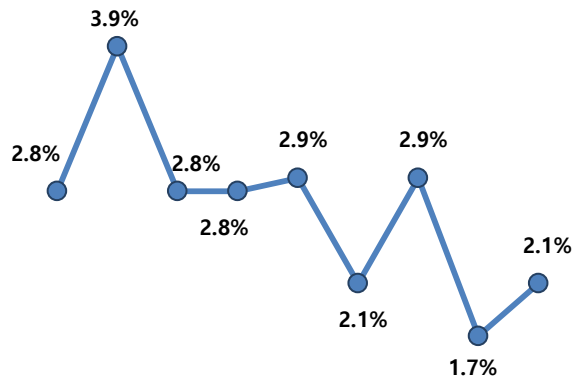
\* 종속기업(현대렌탈케어) 손상차손 : '18년 4분기 336억 / 관계기업(해외) 손상차손 : '18년 4분기 143억

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



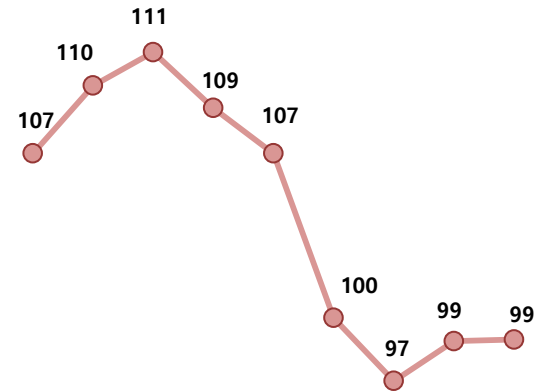
## V. 별 첨 : 주요 경제 지표

● GDP 성장률 추이



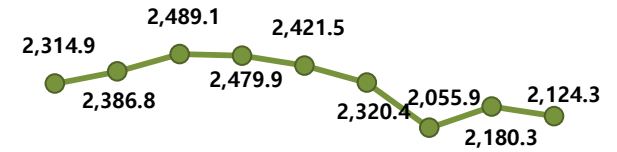
출처 : 한국은행

● 소비자 동향지수(CSI)



출처 : 통계청

● KOSPI 지수 추이



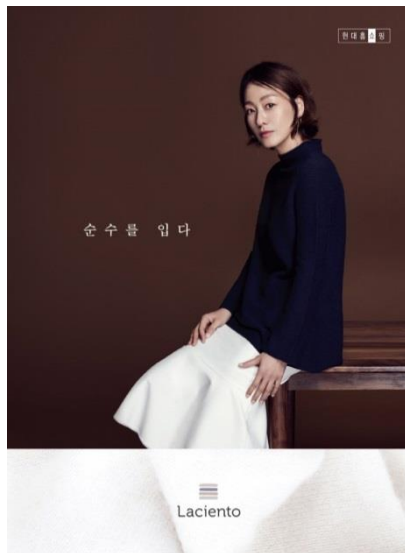
출처 : KOFIA

## 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. 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(갠차ㄴ) 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

