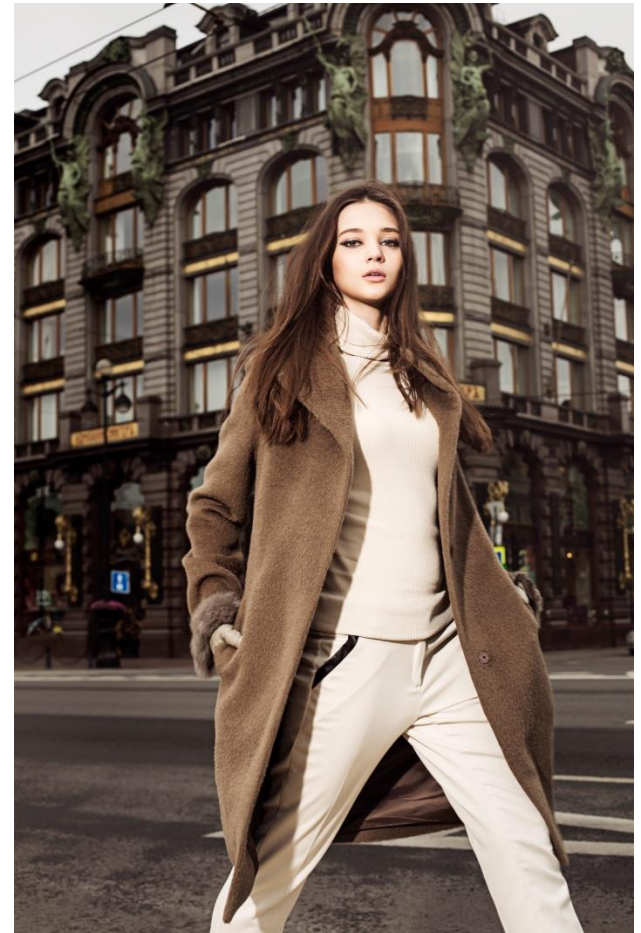


# IR PRESENTATION

2019년 3분기

Investor Relations | 2019. 11



# 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

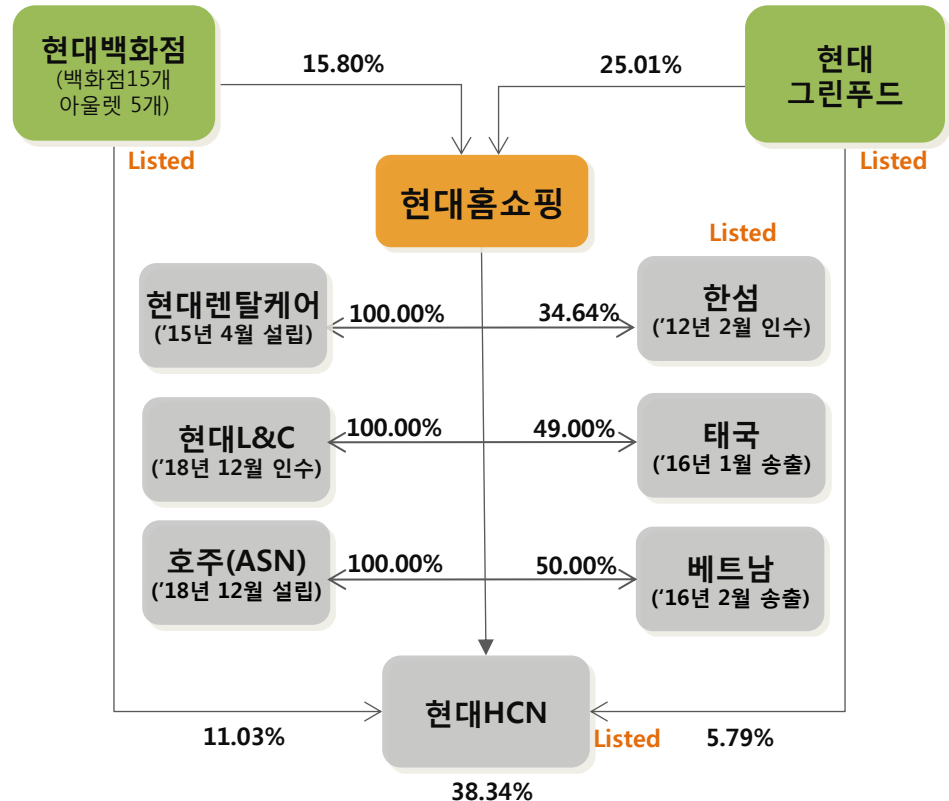
현대홈쇼핑은 재계 기업순위 자산기준 21위(15.3조), 당기순이익 18위(7,390억), 부채비율 8위(33%)의  
현대백화점 그룹 주력 계열사로 다양한 플랫폼을 통해 고품질의 상품을 선보이고 있음

## ● 회사 프로필

설립일	2001년 5월 29일		
상장일	2010년 9월 13일		
사업영역	홈쇼핑 (TV, 인터넷, 모바일, 데이터방송)		
자본금	600억원		
상장주식수	1,200만주		
직원 수	976명 ('19년 9월)		
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 : 24.39% ('19년 10월 말 기준)

## ● 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

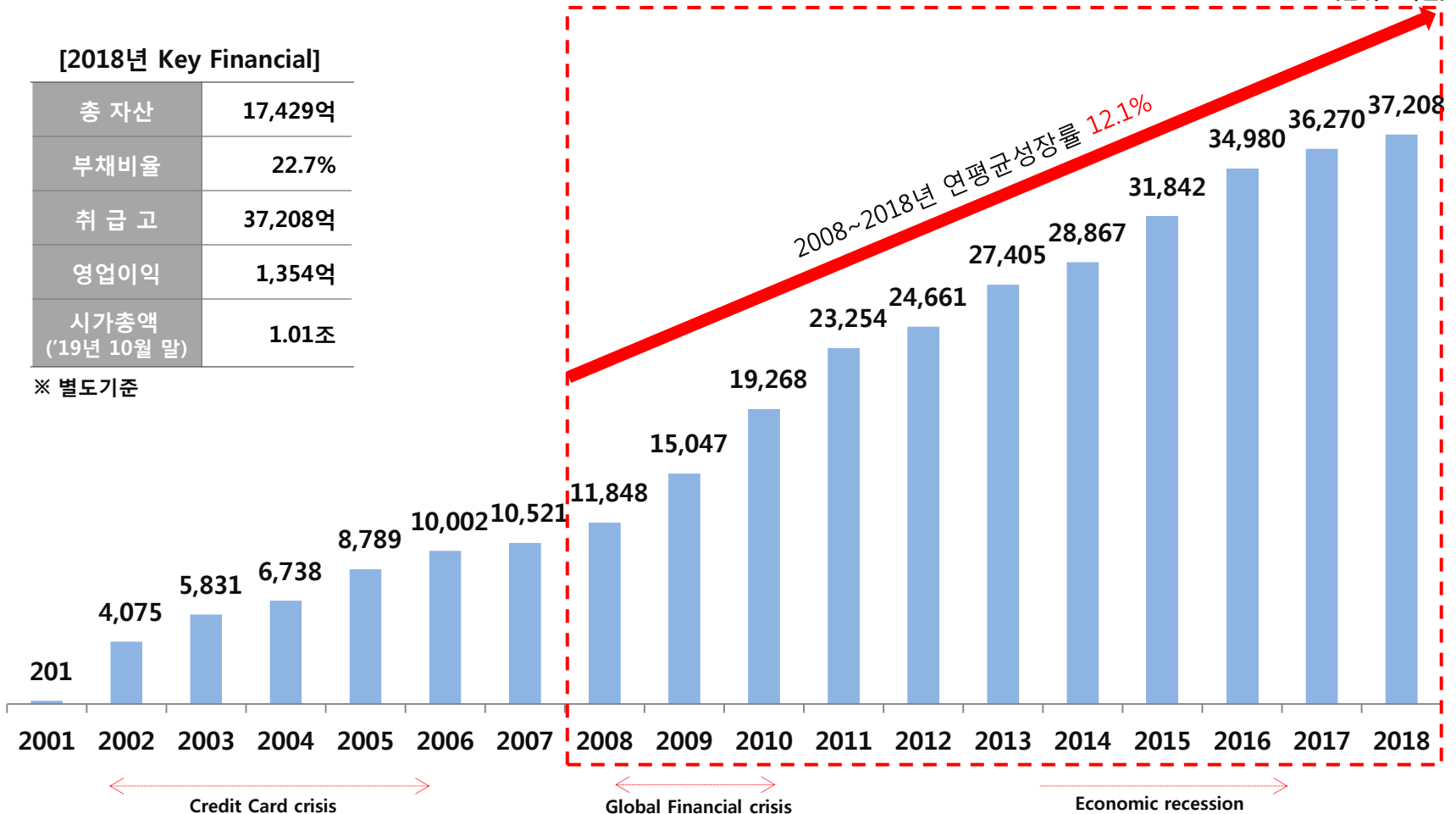
현대홈쇼핑 사업 개시 후 취급고 추이

(단위 : 억원)

[2018년 Key Financial]

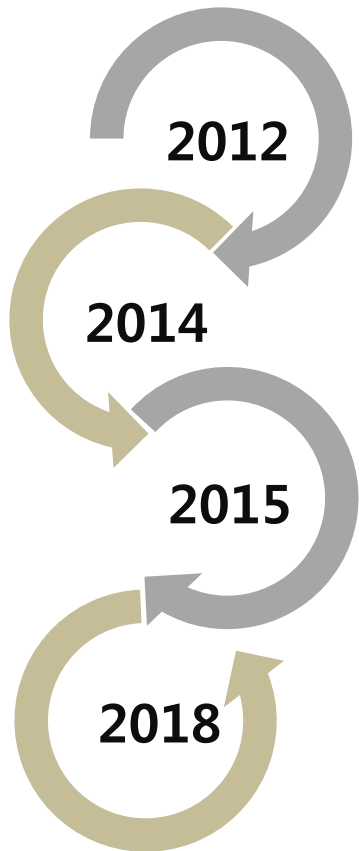
총 자산	17,429억
부채비율	22.7%
취 급 고	37,208억
영업이익	1,354억
시가총액 ('19년 10월 말)	1.01조

※ 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 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%)

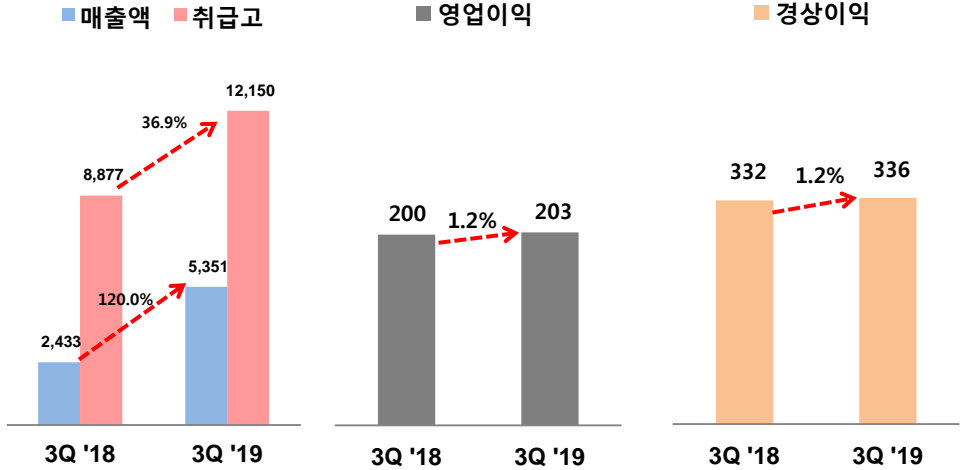
**2018.12 한화L&C(주) 인수 - 토탈 인테리어 사업 진출**  
(인수금액 3,666억, 당사 지분율 100%)

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

## 표. 비즈니스 업데이트 : 2019년 3분기 연결 실적 주요 내용

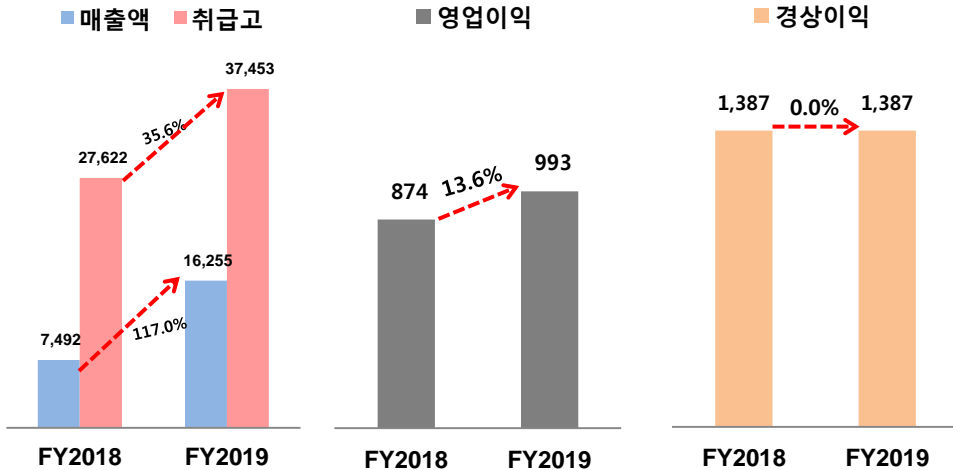
(단위 : 억원, 연결기준)

### 3Q FY2019



(단위 : 억원, 연결기준)

### 3Q Acc. FY2019



#### 1) 현대홈쇼핑

- T-커머스 및 모바일 중심 매출 확대로 전사 취급고 YoY 5.2% 신장 (식품, 명품잡화, 레포츠 등 판매 호조)
- 고마진 방송상품 매출 확대 등으로 영업이익 YoY 7.3% 신장

#### 2) 현대렌탈케어

- '19년 3분기 부 고객 위약금 회계처리 변경  
(기존 매출 인식 → 영업외수익 인식) ※ 관련 손익 11억
- 기존 기준 반영 시 전년대비 +8억 영업적자 개선  
(전년 -49억 → 금년 -41억)

#### 3) 현대L&C

- 국내 건설경기 부진하나 해외 인테리어스톤 판매 지속 확대 중

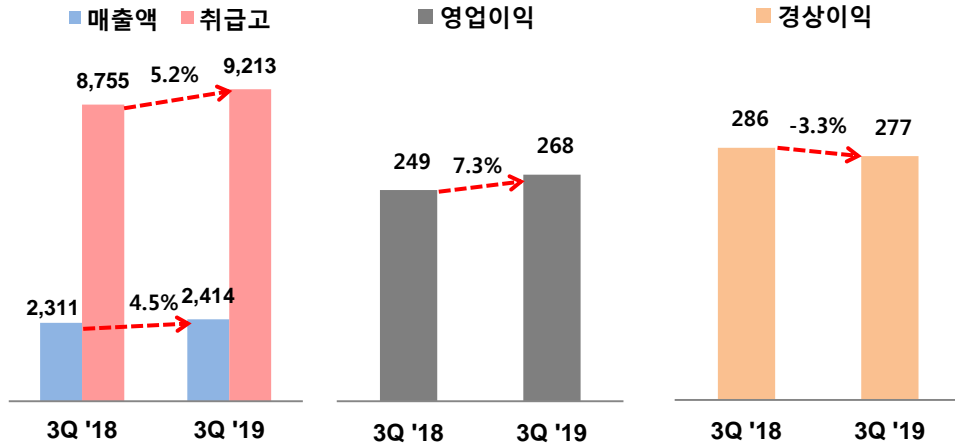
#### 4) 호주(ASN)

- '19년 8월 부 송출 개시
- 향후 상품력 강화 및 라이브 방송 편성 확대 등 본격적인 영업 예정

## 표. 비즈니스 업데이트 : 2019년 3분기 별도 실적 주요 내용

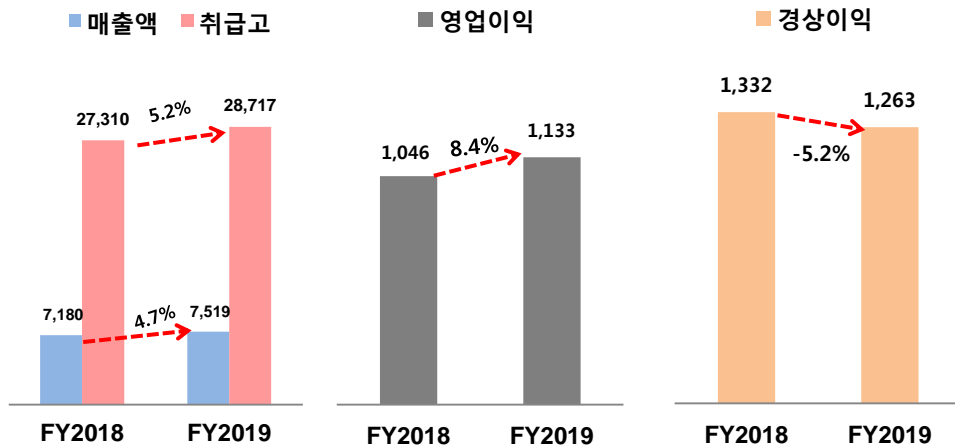
(단위 : 억원, 별도기준)

### 3Q FY2019



(단위 : 억원, 별도기준)

### 3Q Acc. FY2019



### 1) 취급고 : 9,213억 (YoY 5.2% 신장)

- T-커머스 및 모바일 중심 매출 확대로 전사 취급고 YoY 5.2% 신장 (건강기능식품 및 일반식품, 명품잡화, 레포츠 판매 호조)

(※ TV : T-커머스 매출 포함, 인터넷 : 모바일 매출 포함)

구 분	합 계	TV	T-커머스	인터넷	모바일
'18년 3분기	8,755	4,887	597	3,740	2,238
'19년 3분기	9,213	5,015	855	4,015	2,809
YoY	5.2%	2.6%	43.4%	7.4%	25.5%

### 2) 영업이익 : 268억 (YoY 7.3% 신장)

- 고마진 방송상품 매출 확대 등으로 영업이익 YoY 7.3% 신장

### 3) 경상이익 : 277억 (YoY -3.3% 역신장)

- 금융자산 감소에 따른 이자수익 감소로 경상이익 -3.3% 역신장

## 표. 비즈니스 업데이트 : 2019년 3분기 연결대상 종속법인 실적 현황

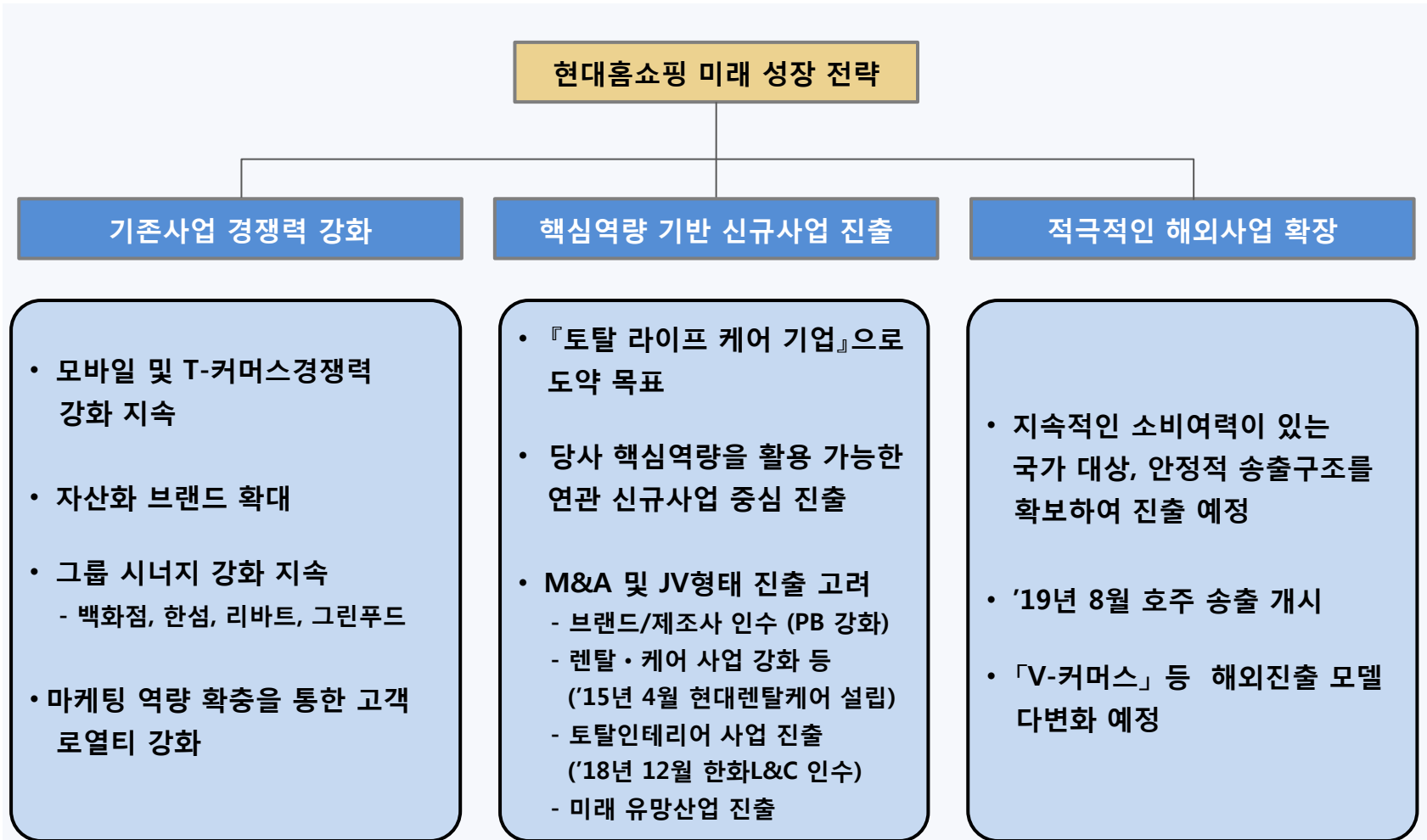
(내부거래 포함기준, 단위 : 억원)

구 분		3분기			3분기 누계		
		'18년	'19년	YoY	'18년	'19년	YoY
현대 렌탈케어	매 출 액	127	213	67.9%	322	558	73.2%
	영업이익	-49	-52	-5.6%	-171	-144	15.6%
	경상이익	-48	-33	31.0%	-169	-115	31.6%
	순이익	-48	-33	31.0%	-169	-115	31.6%
	계정 순증	2.6만	1.8만	-0.7만	7.6만	6.4만	-1.2만
현대 L&C	매 출 액	-	2,718	-	-	8,175	-
	영업이익	-	42	-	-	102	-
	경상이익	-	33	-	-	69	-
	순이익	-	25	-	-	51	-
호주 (ASN)	매 출 액	-	7	-	-	7	-
	영업이익	-	-44	-	-	-64	-
	경상이익	-	-46	-	-	-65	-
	순이익	-	-46	-	-	-65	-



### 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 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"><li>• 앱 다운로드 확대, 일평균 순방문자수 확대, 상품력 강화로 2019년 취급고 1조 돌파 목표</li><li>• 앱 다운로드 : '13년 122만 → '18년 1,523만 → '19년 3분기 1,659만</li><li>• 일평균 순방문자수 : '18년 63만 → '19년 3분기 61만 (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 3분기 누계</th></tr><tr><td>취급고</td><td>6,112억</td><td>7,446억</td><td>8,795억</td><td>9,590억</td><td>8,582억</td></tr><tr><td>앱다운로드</td><td>810만</td><td>1,090만</td><td>1,332만</td><td>1,523만</td><td>1,659만</td></tr></table>	구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 3분기 누계	취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	8,582억	앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,659만
구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 3분기 누계														
취급고	6,112억	7,446억	8,795억	9,590억	8,582억														
앱다운로드	810만	1,090만	1,332만	1,523만	1,659만														
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, 가든파이크, 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 3분기 누계
ETV 취급고	3,053억	3,861억	4,953억	6,052억	5,500억

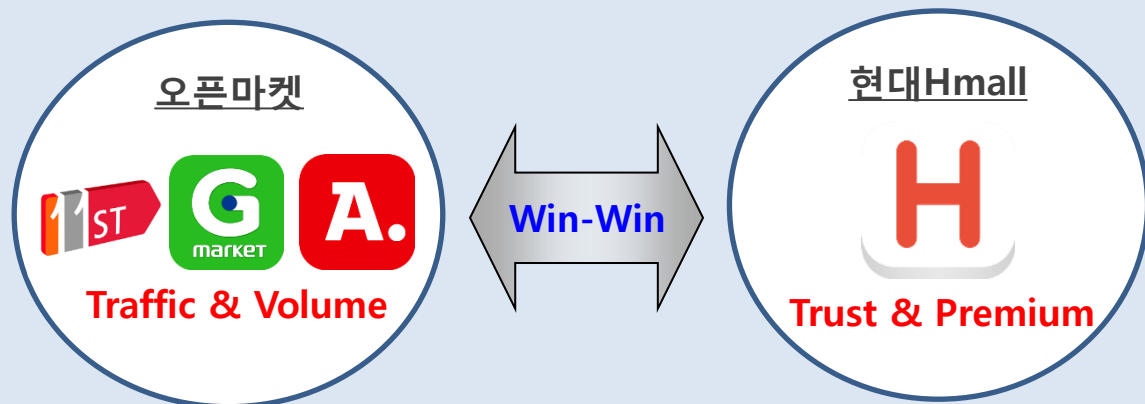
### 2. 현대백화점 상품 시너지 강화

- 신뢰도 높은 현대백화점 상품 강화를 통해 명품 쇼핑몰로 확장 중

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	'19년 3분기 누계
백화점관 취급고	3,103억	3,318억	3,265억	3,139억	2,154억
입점 점포 수	11개	13개	13개	15개 (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 3,114억을 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>• 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>• 비연관 사업이라도 성장성 높은 분야로 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

설립 일자	• 2015년 4월											
총 출자금	• 2,500억 (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> 정수기</div><div> 공기청정기</div><div> 비데</div><div> 매트리스 (리바트)</div><div> 건조기·에어드레서 (삼성)</div></div>											
실적 현황	구 분	2016년	2017년	2018년				2019년				
				1분기	2분기	3분기	4분기	누계	1분기	2분기	3분기	누계
	매 출 액	100억	226억	90억	106억	127억	131억	454억	161억	184억	213억	558억
	영업이익	-210억	-246억	-49억	-73억	-49억	-59억	-231억	-41억	-51억	-52억	-144억
	순증 계정수	4.5만	8.6만	2.2만	2.8만	2.6만	2.4만	10.0만	2.5만	2.1만	1.8만	6.4만
	(누적 계정수)	(5.7만)	(14.3만)	(16.5만)	(19.4만)	(21.9만)	(24.3만)	(24.3만)	(26.8만)	(28.9만)	(30.7만)	(30.7만)

▷ 내부거래 포함 기준

## ※ 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	• 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)										
	구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년				
						1분기	2분기	3분기	4분기	누 계
	매 출 액	7,708억	8,608억	10,636억	11,892억	2,620억	2,836억	2,718억		8,175억
	영업이익	382억	329억	216억	132억	-15억	75억	42억		102억
	당기순이익	164억	189억	113억	-89억	-22억	48억	25억		51억
▷ '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 송출구조를 확보하여 진출 예정

#### 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 外)
손익 현황	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 3분기 누계
	취급고	293	202
	순이익	-30	-18
손익 현황	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 3분기 누계
	취급고	101	71
	순이익	-36	-28
손익 현황	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 3분기 누계
	취급고	-	7
	영업이익	-	-64
향후 계획	(단위 : 억원)		
	구 분	'18년	'19년 3분기 누계
	취급고	-	-
	순이익	-	-65
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 사업 확장 : 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 3,114억, 부채비율 19.2% (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

---

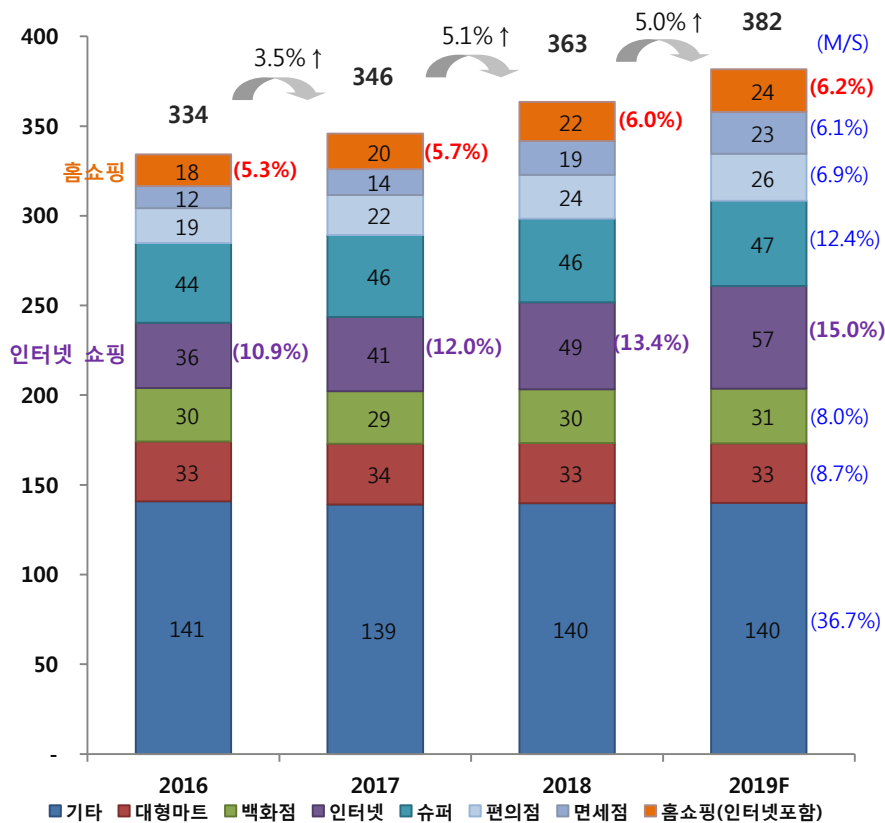
5     Product Mix

## V. 별 첨 : 소매유통시장 동향 및 전망

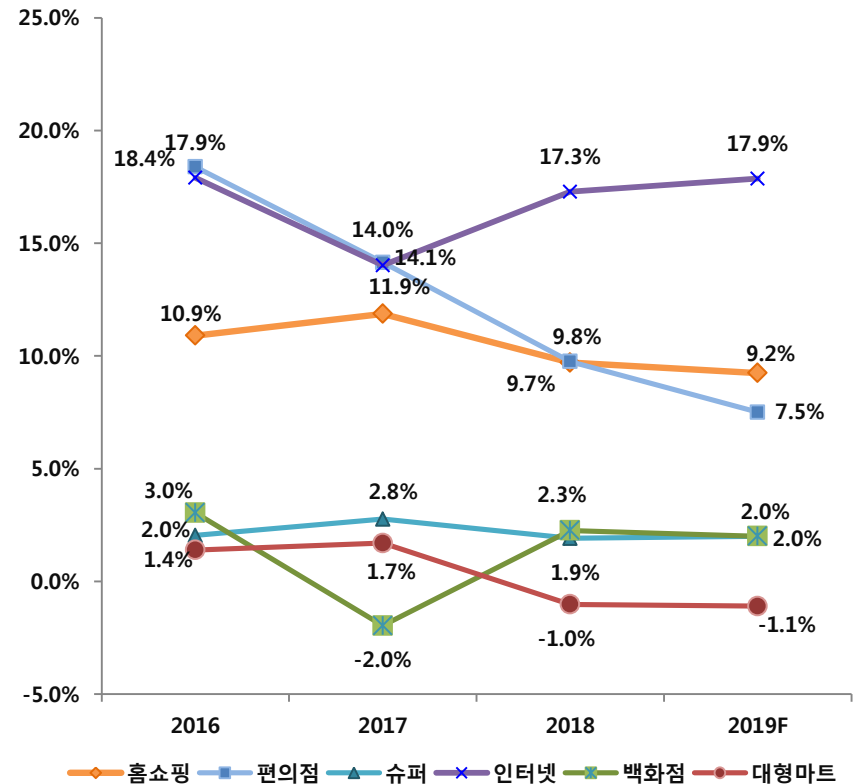
- 2019년 국내소매시장 성장률 예상 : 5.0% (신한금융투자)
- 2019년 홈쇼핑 시장 성장률 예상 : 9.2% (현대홈쇼핑)

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 3분기 누계	YoY
<b>1. 취급고</b>	<b>35,061</b>	<b>36,482</b>	<b>37,650</b>	<b>37,453</b>	<b>35.6%</b>
① 현대홈쇼핑	34,980	36,270	37,208	28,717	5.2%
② 현대렌탈케어	100	226	454	558	73.2%
③ 현대L&C	-	-	-	8,174	-
④ 호 주	-	-	-	7	-
⑤ 기타(연결 조정 등)	-19	-13	-11	-3	-
매출액	9,694	10,431	10,177	16,255	117.0%
<b>2. 매출총이익</b>	<b>8,773</b>	<b>9,140</b>	<b>7,426</b>	<b>7,148</b>	<b>29.5%</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>6,155</b>	<b>32.5%</b>
%	21.8%	21.6%	16.7%	16.4%	
<b>4. 영업이익</b>	<b>1,113</b>	<b>1,253</b>	<b>1,123</b>	<b>993</b>	<b>13.6%</b>
%	3.2%	3.4%	3.0%	2.7%	
<b>5. 경상이익</b>	<b>1,741</b>	<b>1,618</b>	<b>1,856</b>	<b>1,387</b>	<b>0.0%</b>
%	5.0%	4.4%	4.9%	3.7%	
* 지분법손익	485	317	472	319	16.1%
<b>6. 당기순이익</b>	<b>1,295</b>	<b>1,225</b>	<b>1,666</b>	<b>1,082</b>	<b>5.5%</b>
%	3.7%	3.4%	4.4%	2.9%	

\* 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 3분기 말
<b>자산총계</b>	<b>19,030</b>	<b>18,754</b>	<b>25,477</b>	<b>25,878</b>
유동자산	9,722	8,117	10,129	9,774
비유동자산	9,308	10,637	15,348	16,104
<b>부채총계</b>	<b>4,477</b>	<b>3,310</b>	<b>8,632</b>	<b>8,172</b>
유동부채	4,188	3,074	7,633	5,997
비유동부채	289	235	999	2,175
<b>자본총계</b>	<b>14,553</b>	<b>15,444</b>	<b>16,845</b>	<b>17,705</b>
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-267	-386	-386	-386
기타포괄손익누계	56	18	3	26
이익잉여금	11,629	12,677	14,093	14,931
<b>부채와 자본총계</b>	<b>19,030</b>	<b>18,754</b>	<b>25,477</b>	<b>25,878</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>12,150</b>		<b>37,453</b>
① 현대홈쇼핑	9,430	9,125	8,755	9,898	37,208	9,764	9,740	9,213		28,717
② 현대렌탈케어	90	106	127	131	454	161	184	213		558
③ 현대L&C	-	-	-	-	-	2,620	2,836	2,718		8,174
④ 호 주	-	-	-	-	-	-	-	7		7
⑤ 기타(연결 조정 등)	-3	-3	-5	-1	-11	-1	-1	-1		-3
매출액	2,545	2,515	2,433	2,685	10,177	5,326	5,578	5,351		16,255
<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>2,304</b>		<b>7,148</b>
%	19.7%	20.4%	19.9%	19.0%	19.7%	18.9%	19.4%	19.0%		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>2,101</b>		<b>6,155</b>
%	15.9%	16.9%	17.6%	16.5%	16.7%	16.2%	15.8%	17.3%		16.4%
<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>203</b>		<b>993</b>
%	3.7%	3.5%	2.3%	2.5%	3.0%	2.7%	3.6%	1.7%		2.7%
<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>336</b>		<b>1,387</b>
%	6.5%	4.7%	3.7%	4.7%	4.9%	4.0%	4.3%	2.8%		3.7%
* 지분법손익	118	63	94	197	472	127	74	117		319
<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>263</b>		<b>1,082</b>
%	4.8%	3.4%	2.8%	6.4%	4.4%	3.1%	3.3%	2.2%		2.9%

\* 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 3분기 누계	YoY
<b>1. 취급고</b>	<b>34,980</b>	<b>36,270</b>	<b>37,208</b>	<b>28,717</b>	<b>5.2%</b>
① T V	19,779	20,218	20,470	15,552	2.8%
※ T-커머스	1,013	1,770	2,396	2,472	43.3%
② 인터넷	14,285	15,175	16,150	12,606	7.2%
※ 모바일	7,446	8,795	9,590	8,582	26.7%
③ 기타	916	877	587	559	31.8%
매출액	9,613	10,218	9,735	7,519	4.7%
<b>2. 매출총이익</b>	<b>8,743</b>	<b>9,013</b>	<b>7,163</b>	<b>5,606</b>	<b>5.2%</b>
%	25.0%	24.9%	19.3%	19.5%	
<b>3. 판매관리비</b>	<b>7,420</b>	<b>7,514</b>	<b>5,808</b>	<b>4,472</b>	<b>4.4%</b>
%	21.8%	20.7%	15.6%	15.6%	
<b>4. 영업이익</b>	<b>1,323</b>	<b>1,499</b>	<b>1,354</b>	<b>1,133</b>	<b>8.4%</b>
%	3.2%	4.1%	3.6%	3.9%	
<b>5. 경상이익</b>	<b>1,401</b>	<b>1,274</b>	<b>1,192</b>	<b>1,263</b>	<b>-5.2%</b>
%	5.0%	3.5%	3.2%	4.4%	
<b>6. 당기순이익</b>	<b>1,034</b>	<b>878</b>	<b>798</b>	<b>975</b>	<b>-2.6%</b>
%	3.7%	2.4%	2.1%	3.4%	

### ● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2016년	2017년	2018년	2019년 3분기 말
<b>자산총계</b>	<b>17,298</b>	<b>16,711</b>	<b>17,429</b>	<b>17,834</b>
유동자산	9,544	7,961	5,793	4,911
비유동자산	7,754	8,750	11,636	12,923
<b>부채총계</b>	<b>4,153</b>	<b>3,005</b>	<b>3,221</b>	<b>2,877</b>
유동부채	4,136	2,993	3,206	2,860
비유동부채	16	12	16	17
<b>자본총계</b>	<b>13,145</b>	<b>13,706</b>	<b>14,207</b>	<b>14,957</b>
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-267	-386	-386	-386
기타포괄손익누계	173	153	121	119
이익잉여금	10,104	10,804	11,337	12,089
<b>부채와 자본총계</b>	<b>17,298</b>	<b>16,711</b>	<b>17,429</b>	<b>17,834</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. 별 첨 : 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>9,213</b>		<b>28,717</b>
① T V	5,197	5,044	4,887	5,342	20,470	5,152	5,385	5,015		15,552
※ T-커머스	549	579	597	671	2,396	744	872	855		2,472
② 인터넷	4,082	3,936	3,740	4,392	16,150	4,425	4,167	4,015		12,606
※ 모바일	2,258	2,277	2,238	2,817	9,590	2,935	2,838	2,809		8,582
③ 기타	151	145	128	164	587	187	188	183		559
매출액	2,457	2,412	2,311	2,554	9,735	2,545	2,560	2,414		7,519
<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>1,772</b>		<b>5,606</b>
%	19.3%	19.9%	19.3%	18.5%	19.3%	19.7%	19.6%	19.2%		19.5%
<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>1,504</b>		<b>4,472</b>
%	15.0%	15.6%	16.5%	15.4%	15.6%	15.6%	14.8%	16.3%		15.6%
<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>268</b>		<b>1,133</b>
%	4.3%	4.3%	2.8%	3.1%	3.6%	4.1%	4.8%	2.9%		3.9%
<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>277</b>		<b>1,263</b>
%	6.4%	4.8%	3.3%	-1.4%	3.2%	5.1%	5.0%	3.0%		4.4%
<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>212</b>		<b>975</b>
%	4.8%	3.7%	2.5%	-2.0%	2.1%	4.0%	3.8%	2.3%		3.4%

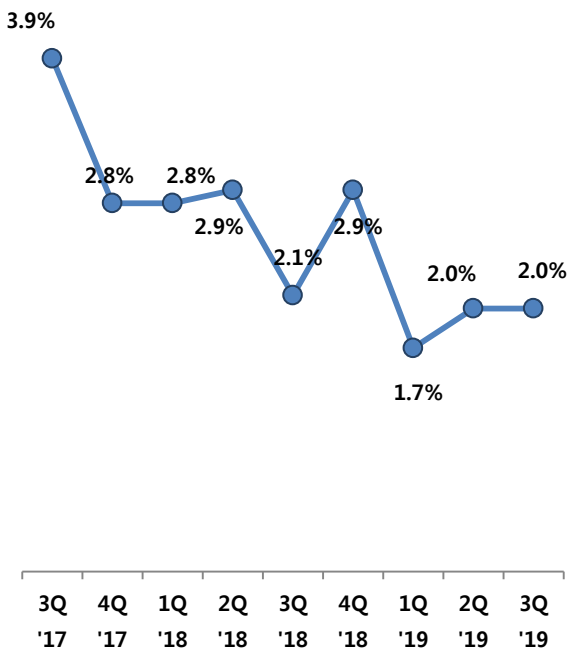
\* 종속기업(현대렌탈케어) 손상차손 : '18년 4분기 336억 / 관계기업(해외) 손상차손 : '18년 4분기 143억

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



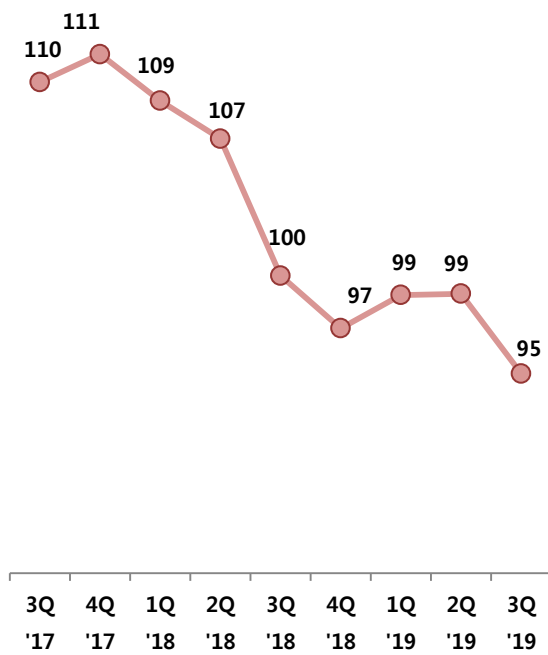
# V. 별 첨 : 주요 경제 지표

GDP 성장률 추이



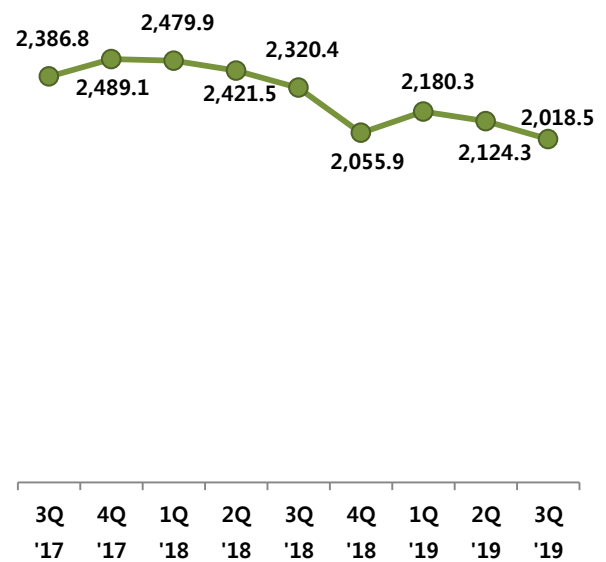
출 처 : 한 국 은 행

소비자 동향지수(CSI)



출 처 : 통 계 청

KOSPI 지수 추이



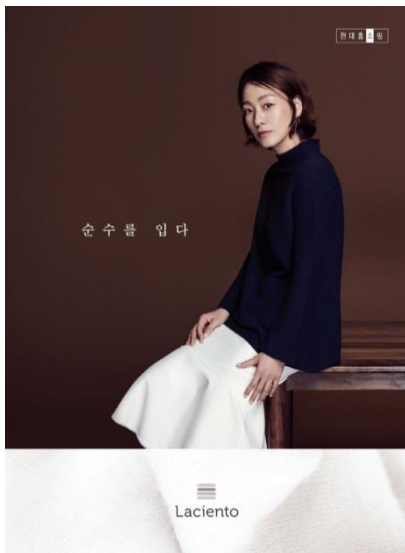
출 처 : KOFIA

## V. 별 첨 : 현대홈쇼핑 PB 상품 소개



### 1. 오로타 (Orota)

구 분	내 용
① 론칭일	2017년 6월 22일
② 브랜드 소개	생활 속 작은 혁신을 통해 고객의 삶을 개선해주는 생활전문 브랜드
③ 제품 라인업	무빙(無氷) 에어컨, 진공물걸레 청소기



### 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 제품 라인업	이태리 캐시미어 100% 핸드메이드 코트 & 케이블 니트, 리버시블 무스탕 코트, 폭스 퍼 니트 코트 등

## V. 별 첨 : 현대홈쇼핑 PB 상품 소개

allevo  
알레보

주방 위의 오브제, allevoIH 스타일팟



### 3. 알레보 (allevo)

구 분	내 용
① 론칭일	2018년 2월 5일
② 브랜드 소개	작은 혁신을 통해 생활의 정점을 찍다, '라이프스타일 생활/주방용품 브랜드'
③ 제품 라인업	인덕션 히팅(IH) 냄비, 팬세트, 보온병 등

### 4. 갠샹네(Γ샹ㄴ)

구 분	내 용
① 론칭일	2018년 10월 04일
② 브랜드 컨셉	갠샹은 상품을 갠샹게 사는 방법, Hmall 토탈 리빙 신규 브랜드
③ 제품 라인업	무선 물걸레 청소기, USB무선 믹서기 등

## V. 별 첨 : Product mix 추이

