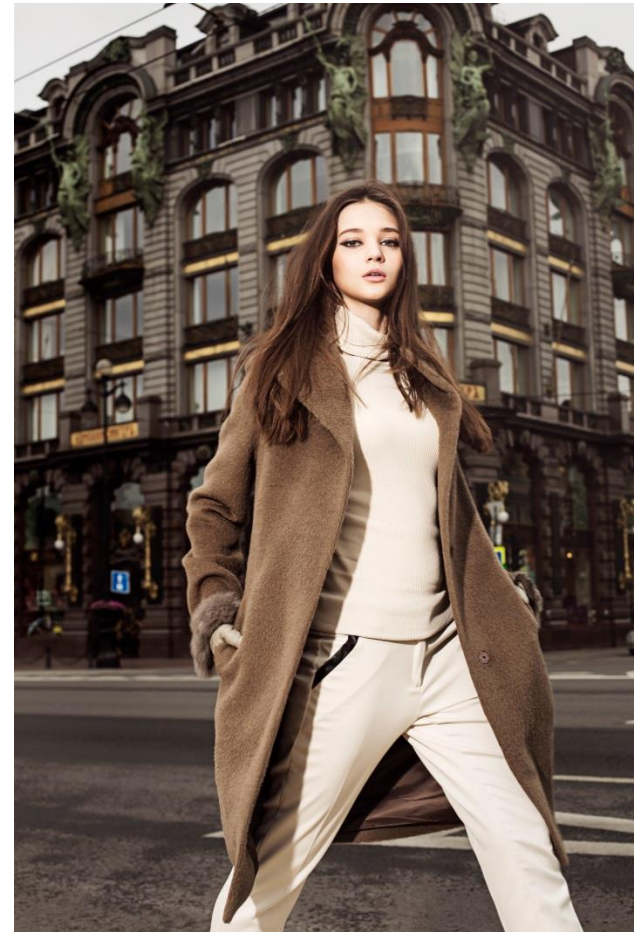


IR PRESENTATION

2018년 3분기

Investor Relations | 2018. 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

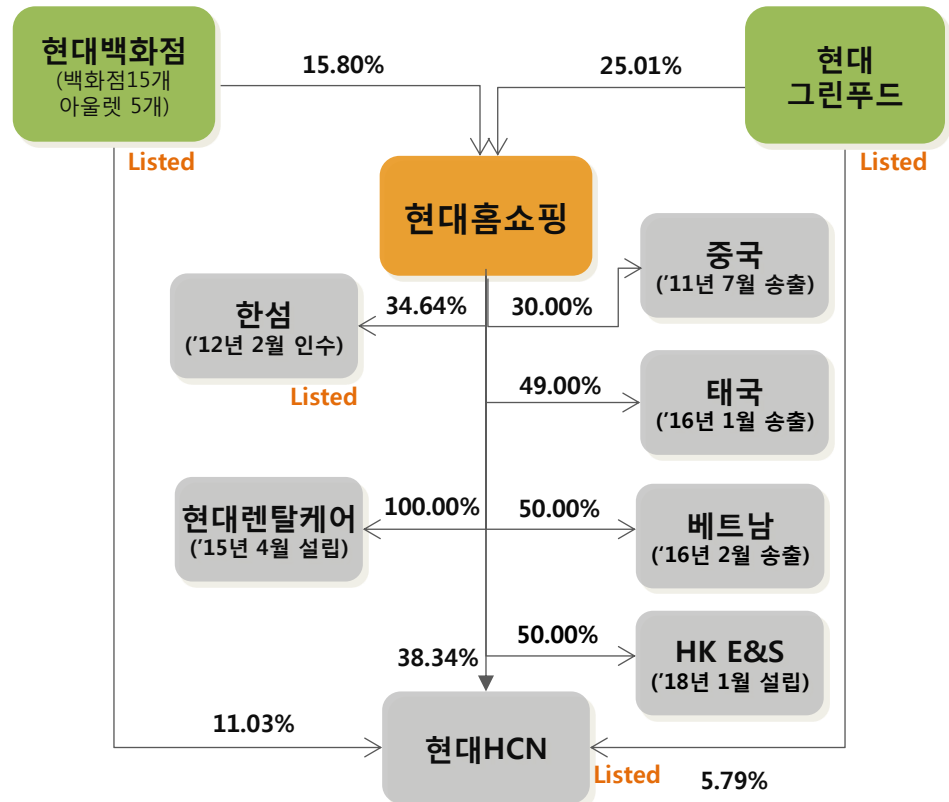
현대홈쇼핑은 재계 기업순위 자산기준 21위(14.3조), 당기순이익 28위(6,740억), 부채비율 7위(32%)의
현대백화점 그룹 주력 계열사로 다양한 플랫폼을 통해 고품질의 상품을 선보이고 있음

● 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

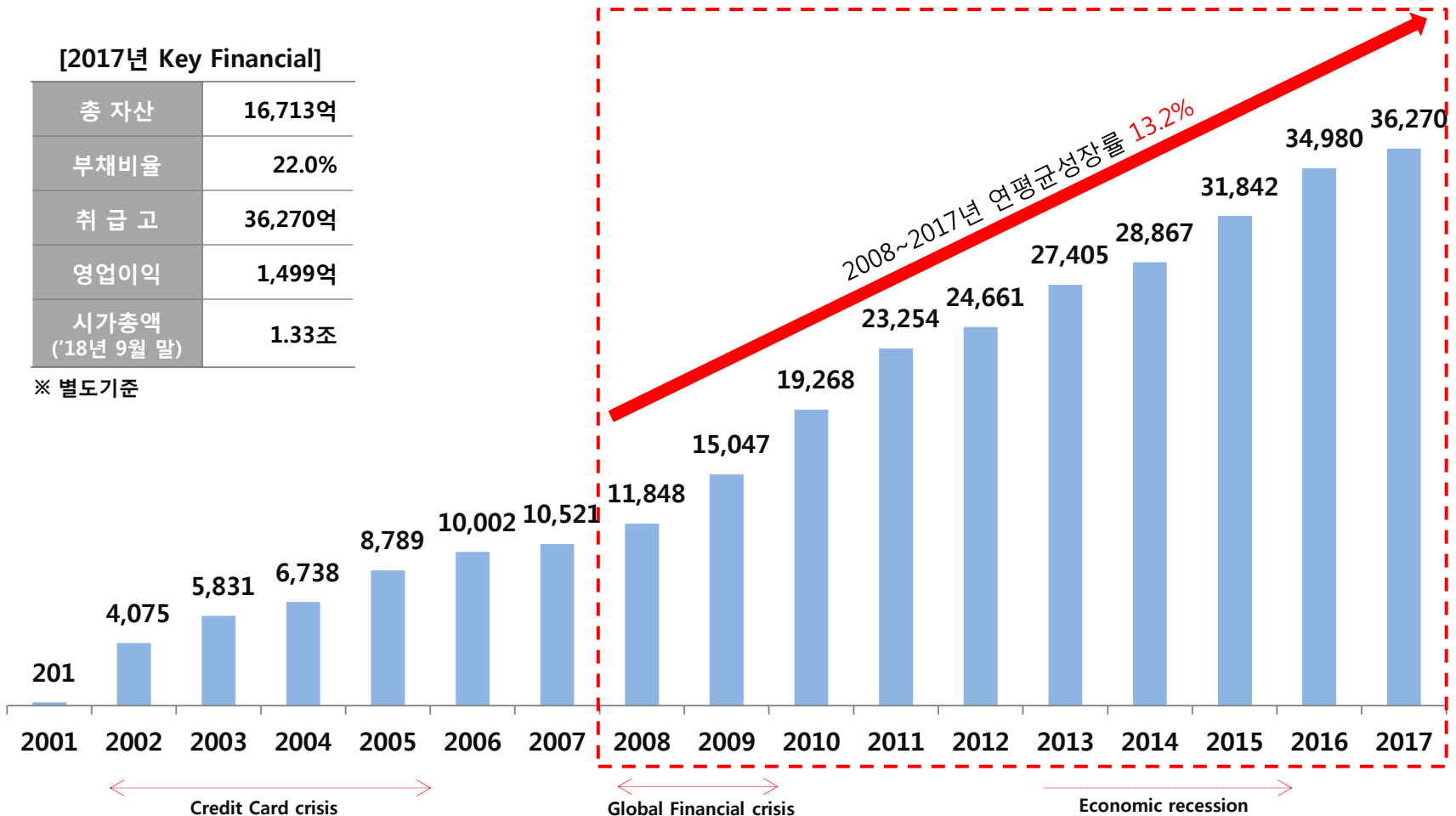
현대홈쇼핑 사업 개시 후 취급고 추이

(단위 : 억원)

[2017년 Key Financial]

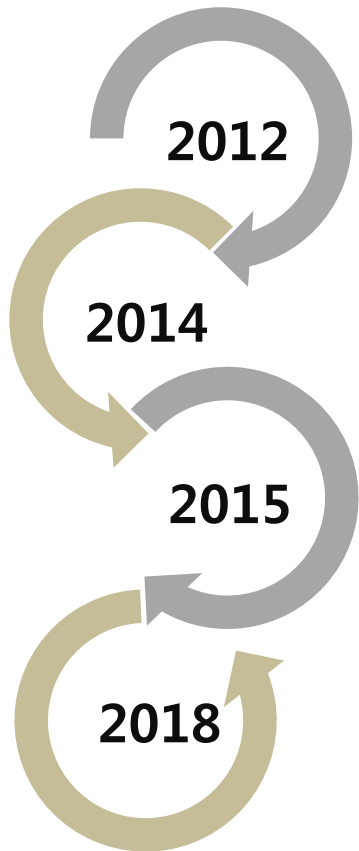
총 자산	16,713억
부채비율	22.0%
취급고	36,270억
영업이익	1,499억
시가총액 ('18년 9월 말)	1.33조

※ 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

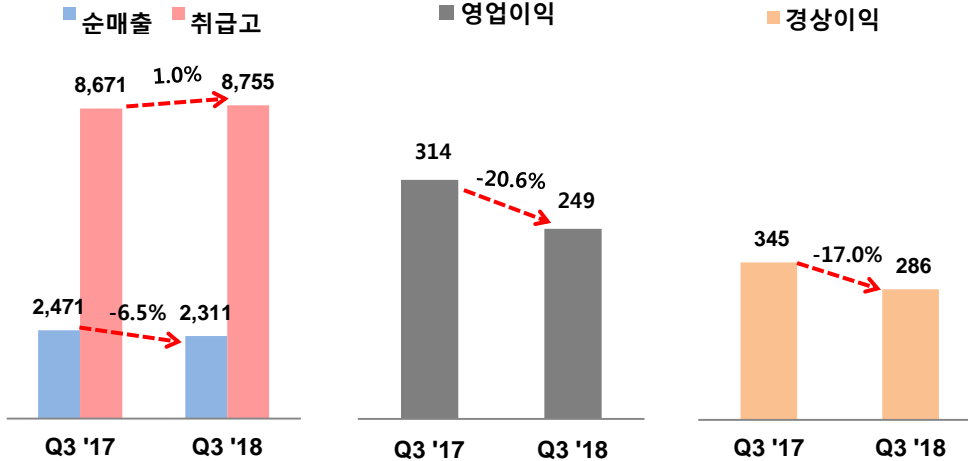
- 사은품비용, 보험수수료, 배송비 外 : 기존 판관비 등 → 매출원가 반영

구 분	'18년 1분기	'18년 2분기	'18년 3분기	'18년 누계	비 고
매출차감	182억원	129억원	119억원	429억원	카드할인, 무이자 할부수수료 外
매출원가 반영	330억원	354억원	306억원	990억원	사은품비용, 보험수수료, 배송비 外

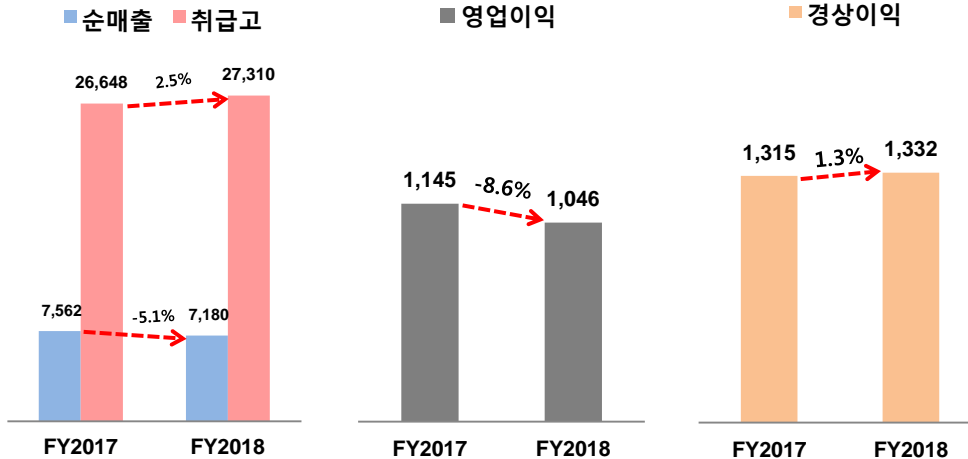
표. 비즈니스 업데이트 : 2018년 3분기

(단위 : 억원, 별도기준)

Q3 FY2018



Q3 Acc. FY2018



3분기 실적 주요 내용

1) 취급고 : 8,755억 (YoY 1.0% 신장)

- TV 부문은 T-커머스 매출 확대 하였으나 9월말 추석 연휴 미배송 영향(매출 4분기 이월) 등으로 YoY 0.3% 신장
- 인터넷(Hmall)은 방송상품(eTV) 및 제휴채널(11번가, G마켓 등) 매출 확대 등으로 YoY 4.9% 신장

(※ TV : T-커머스 매출 포함, 인터넷 : 모바일 매출 포함)

구 분	합 계	TV	T-커머스	인터넷	모바일	카탈로그
'17년 3분기	8,671	4,870	440	3,564	2,173	85
'18년 3분기	8,755	4,887	597	3,740	2,238	0
YoY	1.0%	0.3%	35.5%	4.9%	3.0%	-99.9%

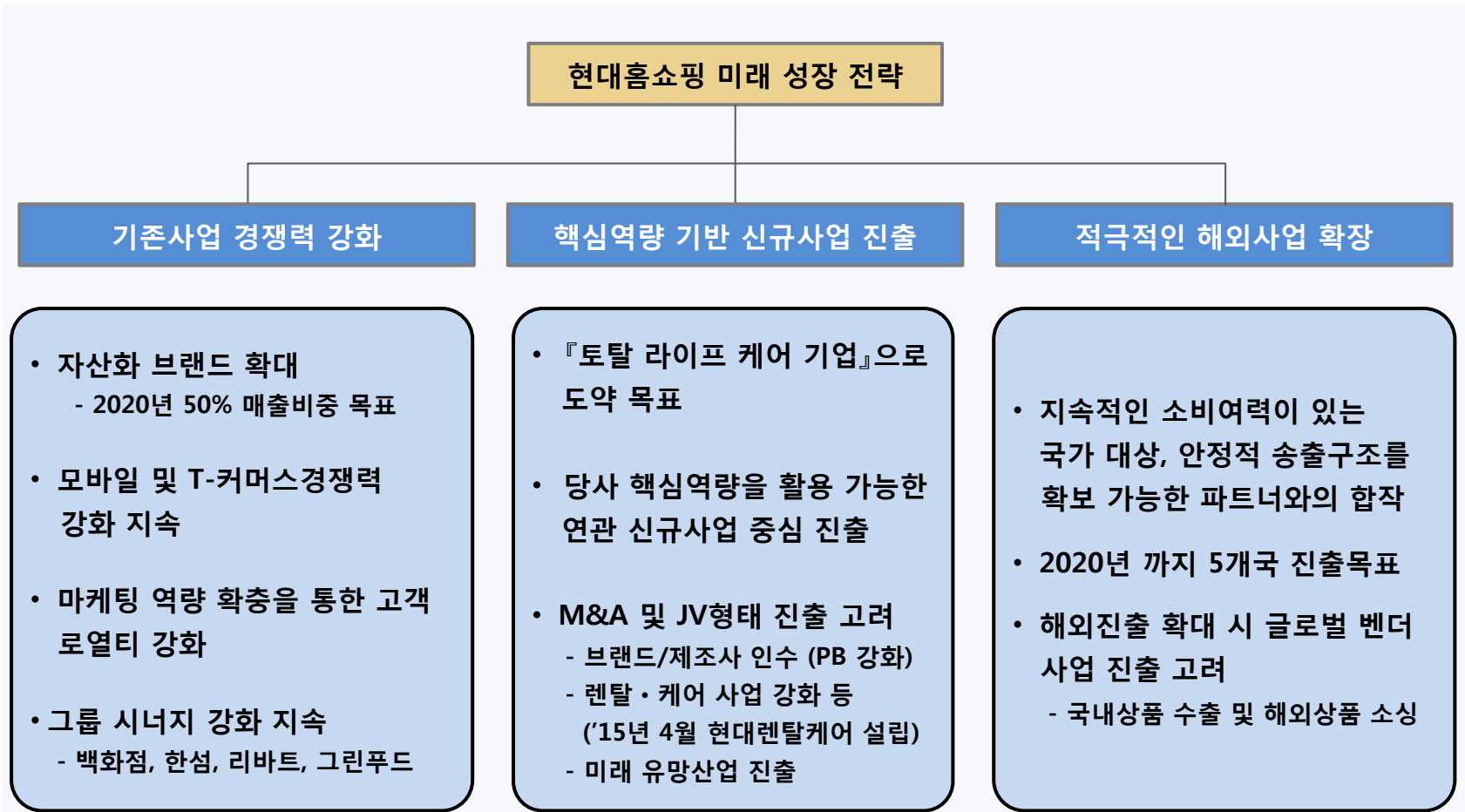
2) 영업이익 : 249억 (YoY -20.6%)

- 전년 MSO 송출료 인하 계약에 따른 비용 환입 및 금년 송출수수료 증가 영향으로 영업이익 감소

※ 3분기 누계 영업이익 YoY -8.6% 역신장 사유
 - '17년 1분기 적립금 부가세 환급금 79억 및 '17년 3분기 MSO 송출료 인하에 따른 비용 환입 外

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 : 2015년 33.5% → 2017년 36.7% → 2018년 상반기 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 → '17년 1,332만 → '18년 3분기 누계 1,487만• 일평균 순방문자수 : '17년 56만 → '18년 3분기 62만 (2020년 70만 목표) [당사 연도별 모바일 매출 및 앱 다운로드 현황] <table><tr><th>구 분</th><th>2014년</th><th>2015년</th><th>2016년</th><th>2017년</th><th>'18년 3분기 누계</th></tr><tr><td>취급고</td><td>2,922억</td><td>6,112억</td><td>7,446억</td><td>8,795억</td><td>6,773억</td></tr><tr><td>앱다운로드</td><td>330만</td><td>810만</td><td>1,090만</td><td>1,332만</td><td>1,487만</td></tr></table>	구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	'18년 3분기 누계	취급고	2,922억	6,112억	7,446억	8,795억	6,773억	앱다운로드	330만	810만	1,090만	1,332만	1,487만
구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	'18년 3분기 누계														
취급고	2,922억	6,112억	7,446억	8,795억	6,773억														
앱다운로드	330만	810만	1,090만	1,332만	1,487만														
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• 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	2014년	2015년	2016년	2017년	'18년 3분기누계
ETV 취급고	1,972억	3,053억	3,861억	4,953억	4,360억

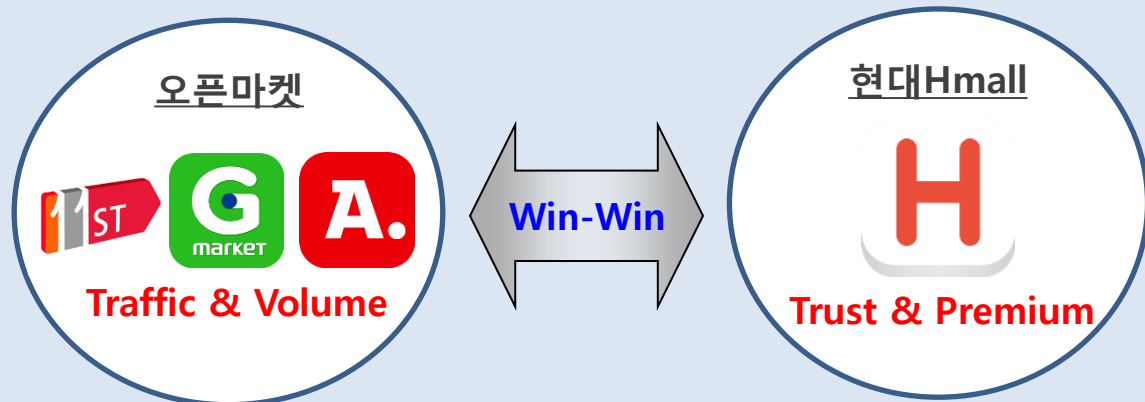
2. 현대백화점 상품 시너지 강화

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

구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	'18년 3분기 누계
백화점관 취급고	2,781억	3,103억	3,318억	3,265억	2,280억
입점 점포 수	7개	11개	13개	13개	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 7,629억을 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 (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	<ul style="list-style-type: none"> • 렌탈 · 케어사업 진출을 통한 신규 성장동력 확보 • 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 활용한 시너지 효과도모 																																																																															
상품 라인업	     <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">2017년</th><th colspan="4">2018년</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>3분기</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>127억</td><td>322억</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>-49억</td><td>-171억</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>2.6만</td><td>7.6만</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>(21.9만)</td><td>(21.9만)</td></tr> </table> <p>▷ 내부거래 포함 기준 / '18년 2분기 부 렌탈자산폐기손실 회계 처리 변경 (기존 영업외비용 → 관관비, 기존 기준 적용시 '18년 2분기 영업이익 -64억, 3분기 -46억)</p>											구 분	2015년	2016년	2017년					2018년				1분기	2분기	3분기	4분기	누계	1분기	2분기	3분기	누계	매 출 액	64억	100억	36억	49억	64억	77억	226억	90억	106억	127억	322억	영업이익	-62억	-210억	-49억	-86억	-66억	-45억	-246억	-49억	-73억	-49억	-171억	신규 계정수	1.2만	4.5만	1.6만	2.4만	2.6만	1.9만	8.6만	2.2만	2.8만	2.6만	7.6만	(누적 계정수)	(1.2만)	(5.7만)	(7.3만)	(9.7만)	(12.4만)	(14.3만)	(14.3만)	(16.5만)	(19.4만)	(21.9만)	(21.9만)
구 분	2015년	2016년	2017년					2018년																																																																								
			1분기	2분기	3분기	4분기	누계	1분기	2분기	3분기	누계																																																																					
매 출 액	64억	100억	36억	49억	64억	77억	226억	90억	106억	127억	322억																																																																					
영업이익	-62억	-210억	-49억	-86억	-66억	-45억	-246억	-49억	-73억	-49억	-171억																																																																					
신규 계정수	1.2만	4.5만	1.6만	2.4만	2.6만	1.9만	8.6만	2.2만	2.8만	2.6만	7.6만																																																																					
(누적 계정수)	(1.2만)	(5.7만)	(7.3만)	(9.7만)	(12.4만)	(14.3만)	(14.3만)	(16.5만)	(19.4만)	(21.9만)	(21.9만)																																																																					

※ '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"> 13평형(HA-830) 12평형(HA-831) 	
• 특징	<ul style="list-style-type: none"> 360도 원형 필터 좌우/상 방향 공간 케어 극초미세먼지 단위까지 측정 0.3 마이크로미터 입자 케어하는 헤파 필터 	 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"> 직수 냉온 정수기(HP-813) 직수 정수기(HP-815) 	
• 특징	<p>1) 직수 냉온 정수기(HP-813)</p> <ul style="list-style-type: none"> 3단계 온도 조절 기능 (40°C, 70°C, 80°C) 코크 자동살균 기능 우수한 냉각성능 <p>2) 직수 정수기(HP-815)</p> <ul style="list-style-type: none"> 가로 11.5cm 초슬림 정수기 간편한 다이얼 조작 무전원 방식 분리형 코크로 세척 용이 	 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

인수 대상	• 한화L&C(주) 보통주 540,000주 (지분율 100%)																																																	
인수 금액	• 총 3,680억																																																	
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) • 임직원수 : 1,247명(기준일 : '18년 3월 말 / 국내 903명, 해외 344명)																																																	
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%																																											

※ 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 / 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

- 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 (진출 예정)

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 3분기 누계
	취급고	119	214	189
	순이익	-59	-36	-23
	지분법 손익	-29	-18	-11
향후 계획	(단위 : 억원)			
	구 분	'16년	'17년	'18년 3분기 누계
	취급고	51	87	76
	순이익	-48	-35	-26
	지분법 손익	-25	-17	-13
향후 계획	(단위 : 억원)			
	구 분	'16년	'17년	'18년 3분기 누계
	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 7,629억, 부채비율 19.6%

○ 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

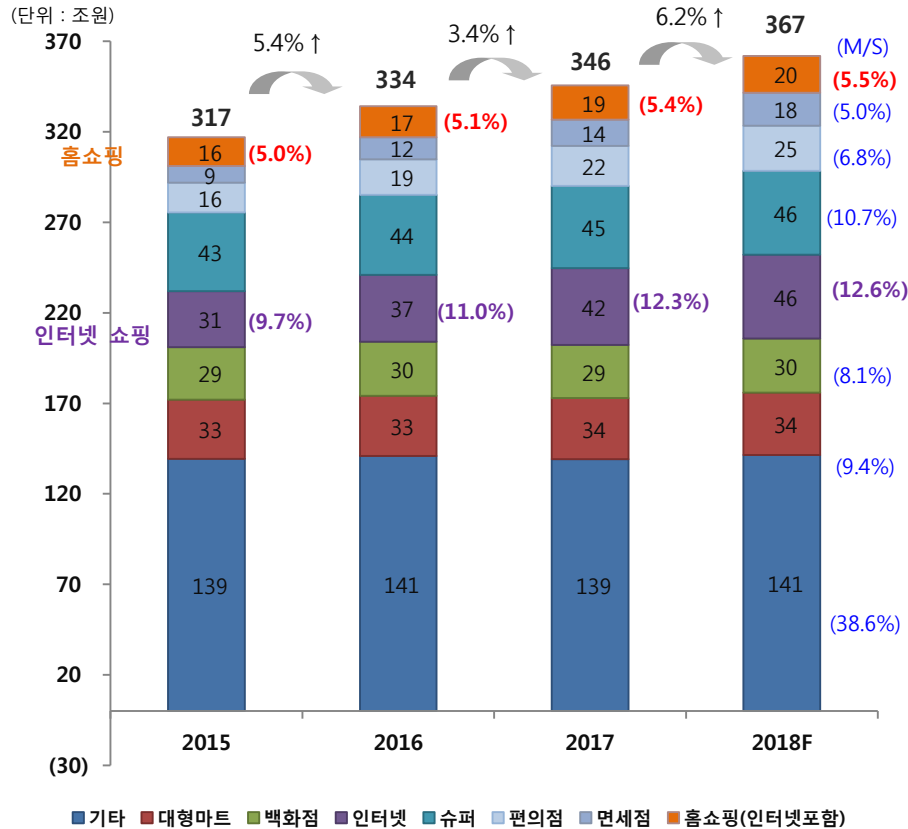
4 현대홈쇼핑 PB 상품 소개

5 Product Mix

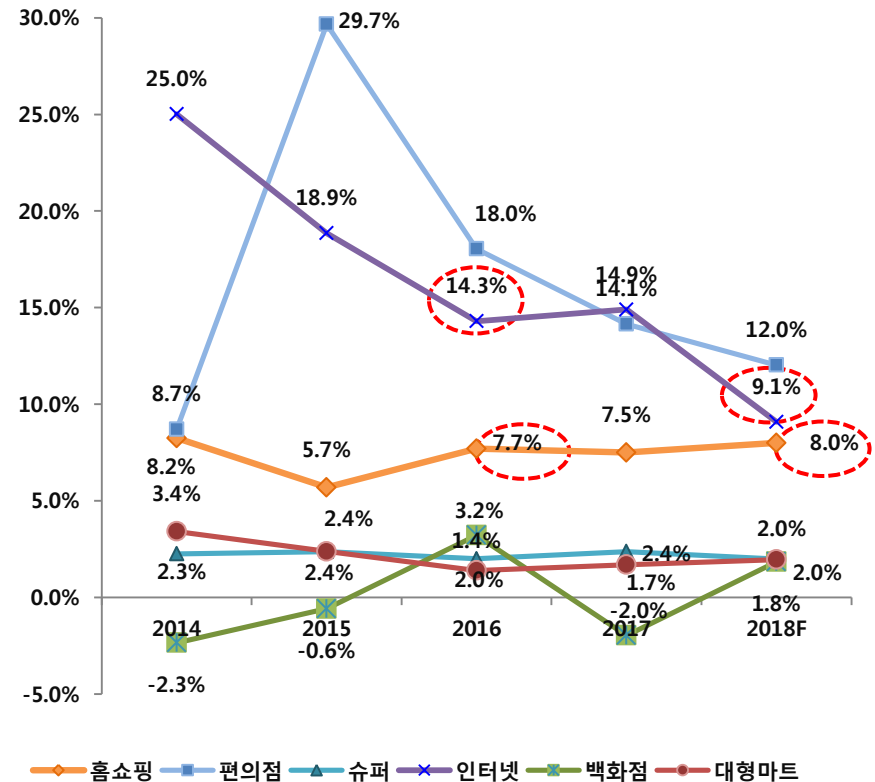
V. 별 첨 : 소매유통시장 동향 및 전망

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

국내 소매유통 채널별 매출



국내 소매유통 채널별 성장률



V. 별 첨 : 연결재무제표(연간)

● 손익계산서

구 분	2015년	2016년	2017년	'18년 3분기 누계	YoY
1. 취급고	31,894	35,061	36,482	27,622	3.1%
① T V	18,294	19,779	20,218	15,128	1.8%
※ T-커머스	208	1,013	1,770	1,725	35.5%
② 인터넷	12,361	14,285	15,175	11,758	5.8%
※ 모바일	6,112	7,446	8,795	6,773	5.7%
③ 카탈로그	738	464	326	4	-98.5%
④ 기타	449	452	551	420	2.8%
⑤ 현대렌탈케어	52	81	213	312	123.8%
순매출	8,960	9,694	10,431	7,492	-2.7%
2. 매출총이익	8,203	8,773	9,140	5,518	-19.5%
(%)	(25.7%)	(25.0%)	(25.1%)	(20.0%)	
3. 판매관리비	7,157	7,660	7,887	4,644	-21.4%
(%)	(22.4%)	(21.8%)	(21.6%)	(16.8%)	
4. 영업이익	1,046	1,113	1,253	874	-7.4%
(%)	(3.3%)	(3.2%)	(3.4%)	(3.2%)	
5. 경상이익	1,462	1,741	1,618	1,387	4.0%
(%)	(4.6%)	(5.0%)	(4.4%)	(5.0%)	
* 지분법손익	257	485	317	275	
6. 당기순이익	1,111	1,295	1,225	1,025	3.3%
(%)	(3.5%)	(3.7%)	(3.4%)	(3.7%)	

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2015년	2016년	2017년	'18년 3분기
자산총계	16,664	19,030	18,754	19,519
유동자산	8,641	9,722	8,117	9,273
비유동자산	8,023	9,308	10,637	10,246
부채총계	3,095	4,477	3,310	3,196
유동부채	2,863	4,188	3,074	2,950
비유동부채	232	289	235	246
자본총계	13,569	14,553	15,444	16,323
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-211	-267	-386	-386
기타포괄손익누계	127	56	18	40
이익잉여금	10,518	11,629	12,677	13,535
부채와 자본총계	16,664	19,030	18,754	19,519

* 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
1. 취급고	9,117	8,941	8,729	9,695	36,482	9,517	9,228	8,877		27,622
① T V	5,022	4,967	4,870	5,358	20,218	5,197	5,044	4,887		15,128
※ T-커머스	413	420	440	497	1,770	549	579	597		1,725
② 인터넷	3,845	3,702	3,564	4,063	15,175	4,082	3,936	3,740		11,758
※ 모바일	2,099	2,136	2,173	2,387	8,795	2,258	2,277	2,238		6,773
③ 카탈로그	94	89	85	58	326	4	0	0		4
④ 기타	120	137	152	143	551	147	145	128		420
⑤ 현대렌탈케어	35	46	58	73	213	87	102	122		312
순매출	2,610	2,563	2,529	2,730	10,431	2,545	2,515	2,433		7,492
2. 매출총이익	2,368	2,326	2,160	2,286	9,140	1,872	1,881	1,765		5,518
(%)	(26.0%)	(26.0%)	(24.7%)	(23.6%)	(25.1%)	(19.7%)	(20.4%)	(19.9%)		(20.0%)
3. 판매관리비	1,945	2,053	1,912	1,977	7,887	1,518	1,561	1,565		4,644
(%)	(21.3%)	(23.0%)	(21.9%)	(20.4%)	(21.6%)	(15.9%)	(16.9%)	(17.6%)		(16.8%)
4. 영업이익	423	273	248	310	1,253	354	320	200		874
(%)	(4.6%)	(3.1%)	(2.8%)	(3.2%)	(3.4%)	(3.7%)	(3.5%)	(2.3%)		(3.2%)
5. 경상이익	610	385	339	284	1,618	623	433	332		1,387
(%)	(6.7%)	(4.3%)	(3.9%)	(2.9%)	(4.4%)	(6.5%)	(4.7%)	(3.7%)		(5.0%)
* 지분법손익	127	67	59	20	317	118	63	94		275
6. 당기순이익	466	279	248	232	1,225	456	318	250		1,025
(%)	(5.1%)	(3.1%)	(2.8%)	(2.4%)	(3.4%)	(4.8%)	(3.4%)	(2.8%)		(3.7%)

* 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 3분기 누계	YoY
1. 취급고	31,842	34,980	36,270	27,310	2.5%
① T V	18,294	19,779	20,218	15,128	1.8%
※ T-커머스	208	1,013	1,770	1,725	35.5%
② 인터넷	12,361	14,285	15,175	11,758	5.8%
※ 모바일	6,112	7,446	8,795	6,773	5.7%
③ 카탈로그	738	464	326	4	-98.5%
④ 기타	449	452	551	420	2.8%
순매출	8,908	9,613	10,218	7,180	-5.1%
2. 매출총이익	8,205	8,743	9,013	5,328	-21.3%
(%)	(25.7%)	(25.0%)	(24.9%)	(19.5%)	
3. 판매관리비	7,097	7,420	7,514	4,282	-23.9%
(%)	(22.4%)	(21.8%)	(20.7%)	(15.7%)	
4. 영업이익	1,107	1,323	1,499	1,046	-8.6%
(%)	(3.3%)	(3.2%)	(4.1%)	(3.8%)	
5. 경상이익	1,294	1,401	1,274	1,332	1.3%
(%)	(4.6%)	(5.0%)	(3.5%)	(4.9%)	
6. 당기순이익	974	1,034	878	1,000	-0.3%
(%)	(3.5%)	(3.7%)	(2.4%)	(3.7%)	

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2015년	2016년	2017년	'18년 3분기
자산총계	15,277	17,298	16,711	17,347
유동 자산	8,110	9,544	7,961	8,944
비유동 자산	7,167	7,754	8,750	8,403
부채총계	2,862	4,153	3,005	2,844
유동 부채	2,822	4,136	2,993	2,834
비유동 부채	39	16	12	10
자본총계	12,415	13,145	13,706	14,503
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-211	-267	-386	-386
기타포괄손익누계	238	173	153	171
이익잉여금	9,254	10,104	10,804	11,583
부채와 자본총계	15,277	17,298	16,711	17,347

* 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)

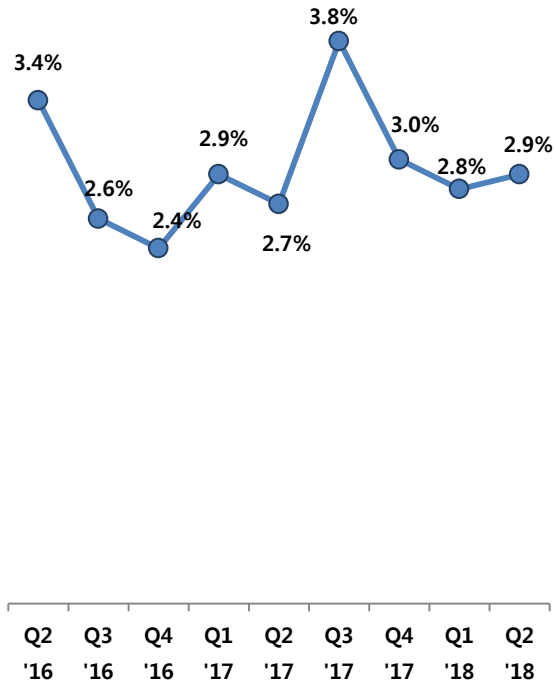
구 분	2017년					2018년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
1. 취급고	9,082	8,896	8,671	9,622	36,270	9,430	9,125	8,755		27,310
① T V	5,022	4,967	4,870	5,358	20,218	5,197	5,044	4,887		15,128
※ T-커머스	413	420	440	497	1,770	549	579	597		1,725
② 인터넷	3,845	3,702	3,564	4,063	15,175	4,082	3,936	3,740		11,758
※ 모바일	2,099	2,136	2,173	2,387	8,795	2,258	2,277	2,238		6,773
③ 카탈로그	94	89	85	58	326	4	0	0		4
④ 기타	120	137	152	143	551	147	145	128		420
순매출	2,575	2,517	2,471	2,656	10,218	2,457	2,412	2,311		7,180
2. 매출총이익	2,346	2,298	2,125	2,244	9,013	1,817	1,818	1,693		5,328
(%)	(25.8%)	(25.8%)	(24.5%)	(23.3%)	(24.9%)	(19.3%)	(19.9%)	(19.3%)		(19.5%)
3. 판매관리비	1,874	1,939	1,811	1,890	7,514	1,413	1,425	1,444		4,282
(%)	(20.6%)	(21.8%)	(20.9%)	(19.6%)	(20.7%)	(15.0%)	(15.6%)	(16.5%)		(15.7%)
4. 영업이익	472	359	314	355	1,499	403	393	249		1,046
(%)	(5.2%)	(4.0%)	(3.6%)	(3.7%)	(4.1%)	(4.3%)	(4.3%)	(2.8%)		(3.8%)
5. 경상이익	568	403	345	-37	1,274	607	439	286		1,332
(%)	(6.3%)	(4.5%)	(4.0%)	-(0.4%)	(3.5%)	(6.4%)	(4.8%)	(3.3%)		(4.9%)
6. 당기순이익	436	306	262	-128	878	450	333	217		1,000
(%)	(4.8%)	(3.4%)	(3.0%)	-(1.3%)	(2.4%)	(4.8%)	(3.7%)	(2.5%)		(3.7%)

* 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

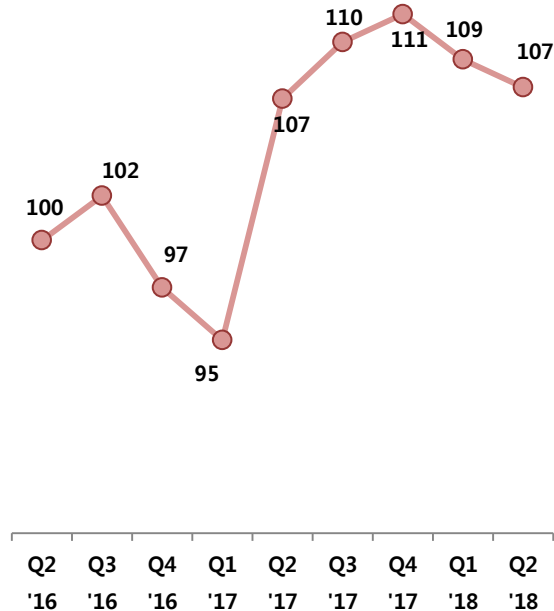
V. 별 첨 : 주요 경제 지표

● GDP 성장률 추이



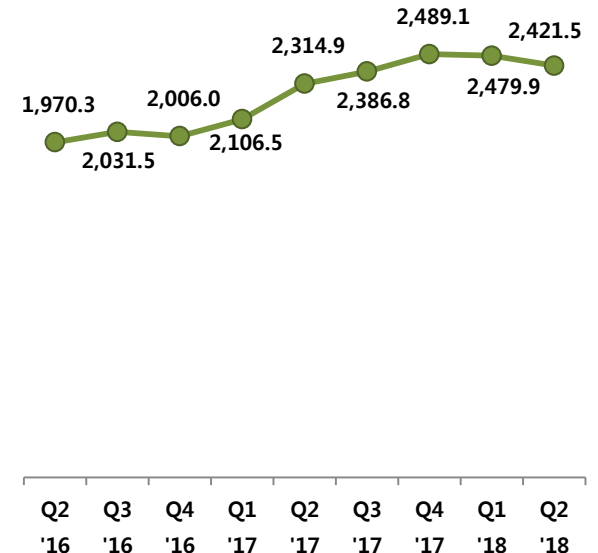
출처 : 한국은행

● 소비자 동향지수(CSI)



출처 : 통계청

● KOSPI 지수 추이



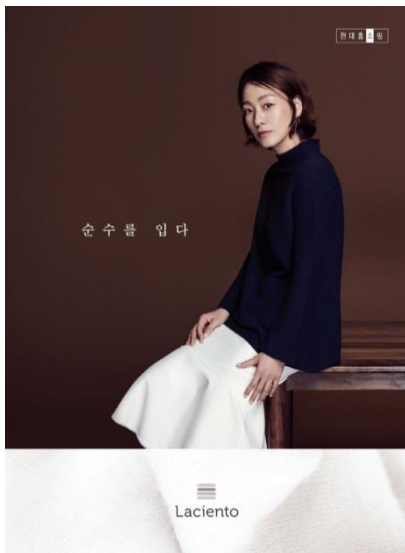
출처 : KOFIA

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

