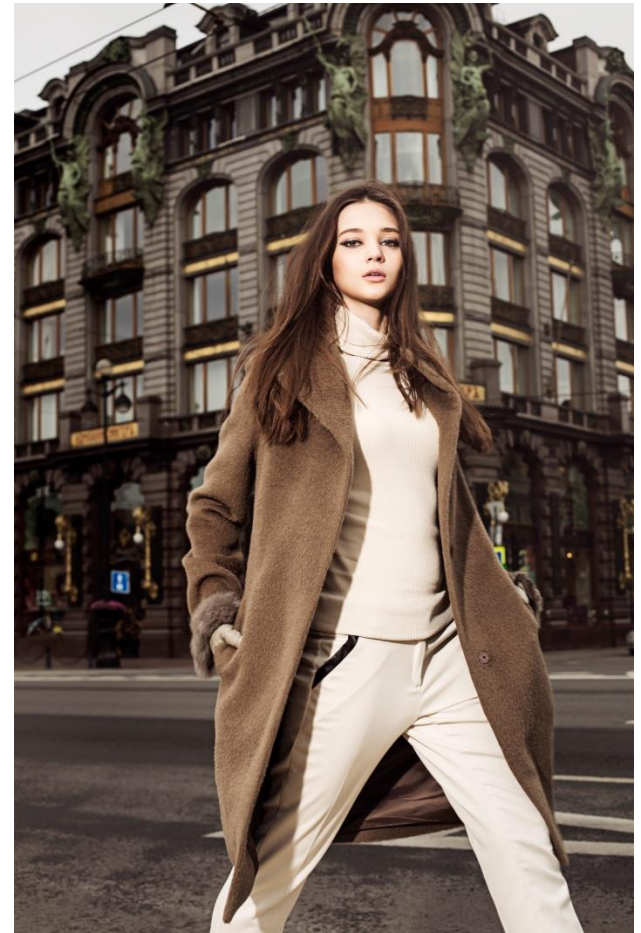


IR PRESENTATION

2017년 4분기

Investor Relations | 2018. 02



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

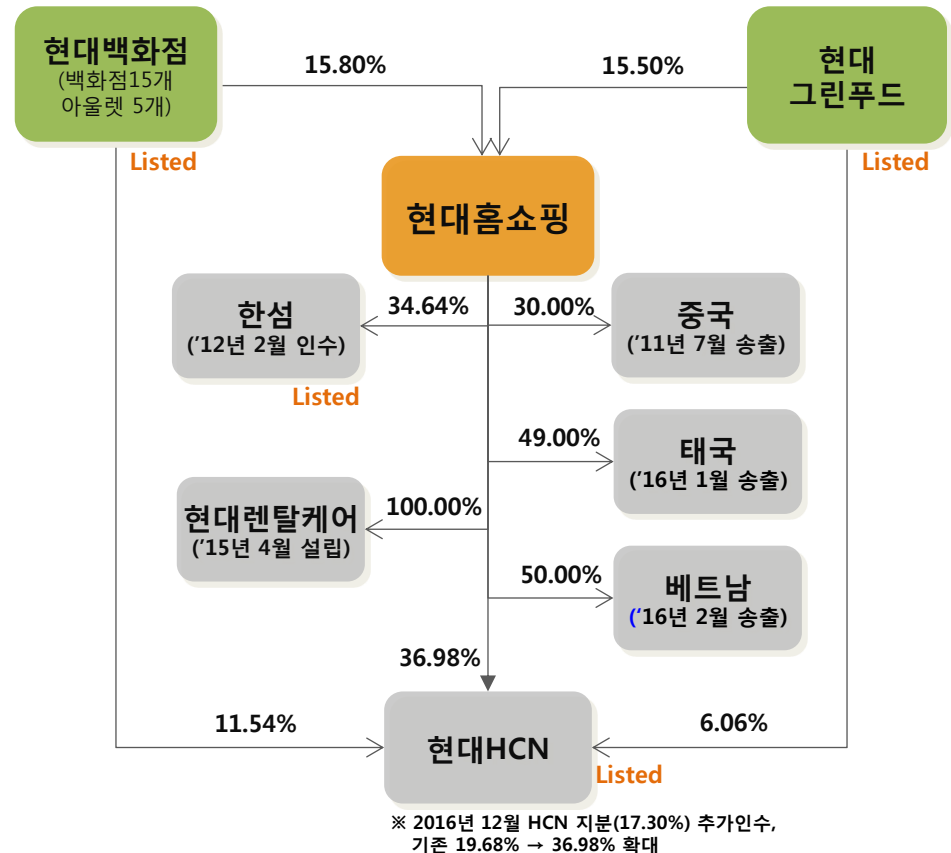
현대홈쇼핑은 재계 기업순위 자산기준 23위(13.4조), 당기순이익 16위(5,990억), 부채비율 3위(36%)의 현대백화점 그룹 주력 계열사로 다양한 플랫폼을 통해 고품질의 상품을 선보이고 있음

● 회사 프로필

설립일	2001년 3월 29일		
상장일	2010년 9월 13일		
사업영역	홈쇼핑 (TV, 인터넷, 모바일, 데이터방송)		
자본금	600억원		
상장주식수	1,200만주		
직원 수	793명 ('18년 1월)		
주주구성 ('18년 1월 말)	구 분	주식 수	비중
	현대백화점	1,896,500	15.80%
	현대그린푸드	1,859,900	15.50%
	특수관계인 등	1,145,490	9.55%
	계	4,901,890	40.85%

※ 외국인 비중 : 24.9%

● 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

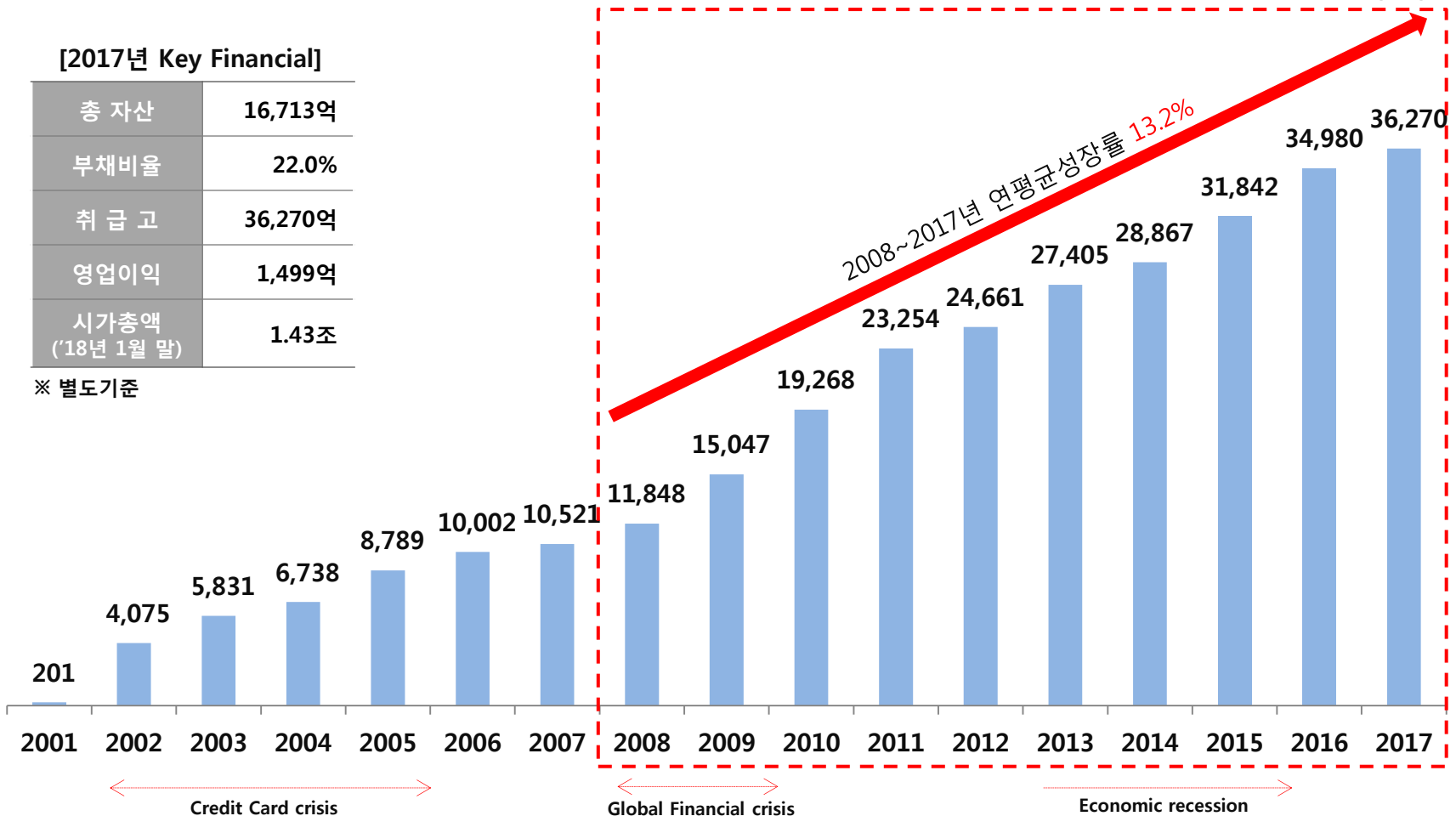
현대홈쇼핑 사업 개시 후 취급고 추이

(단위 : 억원)

[2017년 Key Financial]

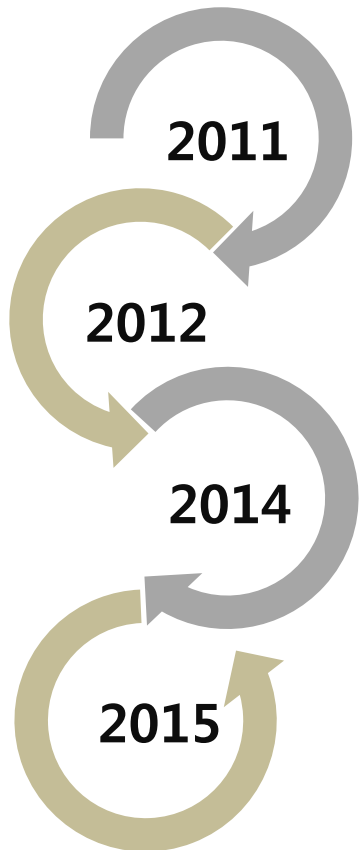
총 자산	16,713억
부채비율	22.0%
취급고	36,270억
영업이익	1,499억
시가총액 ('18년 1월 말)	1.43조

※ 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



2011.07 중국 상해 홈쇼핑 방송 개시
(자본금 180억, 당사 지분율 30%)

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%)

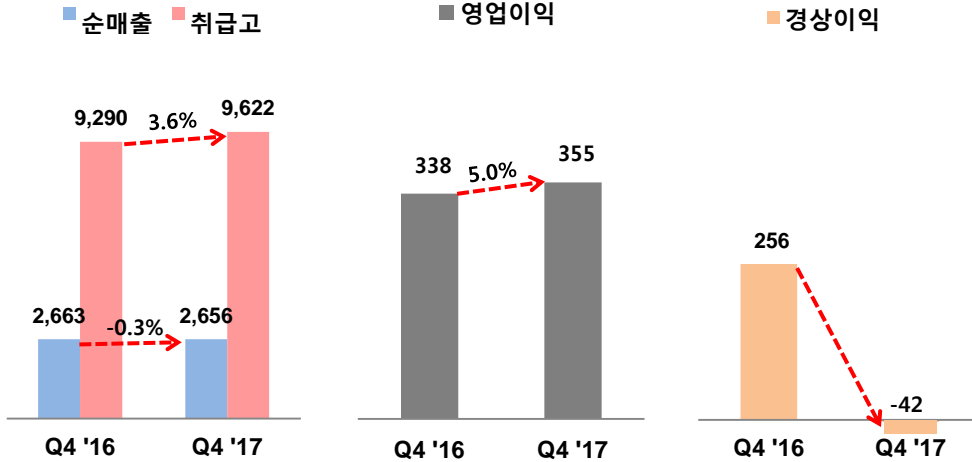
2015.04 (주)현대렌탈케어 설립을 통한 렌탈·케어시장 진출
(자본금 1,500억, 당사 지분율 100%)



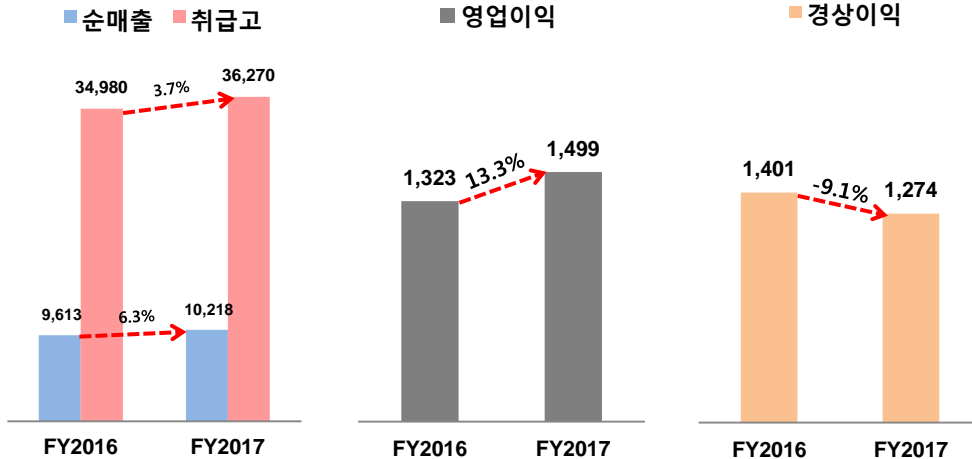
Ⅱ. 비즈니스 업데이트 : 2017년 4분기

(단위 : 억원, 별도기준)

Q4 FY2017



FY2017



4분기 실적 주요 내용

1) 취급고 : 9,622억 (YoY 3.6% 신장)

- TV부문은 미용, 건강식품 매출 호조 및 T-커머스 매출 확대로 전년비 4.2% 신장
- Hmall은 방송상품(eTV) 중심 매출 확대로 전년비 3.5% 신장

(※ TV : T-커머스 매출 포함, 인터넷 : 모바일 매출 포함)

구 분	합 계	TV	T-커머스	인터넷	모바일	카탈로그
'16년 4분기	9,290	5,144	363	3,924	2,241	96
'17년 4분기	9,622	5,358	497	4,063	2,387	58
YoY	3.6%	4.2%	36.9%	3.5%	6.5%	-39.2%

2) 영업이익 : 355억 (YoY 5.0% 신장)

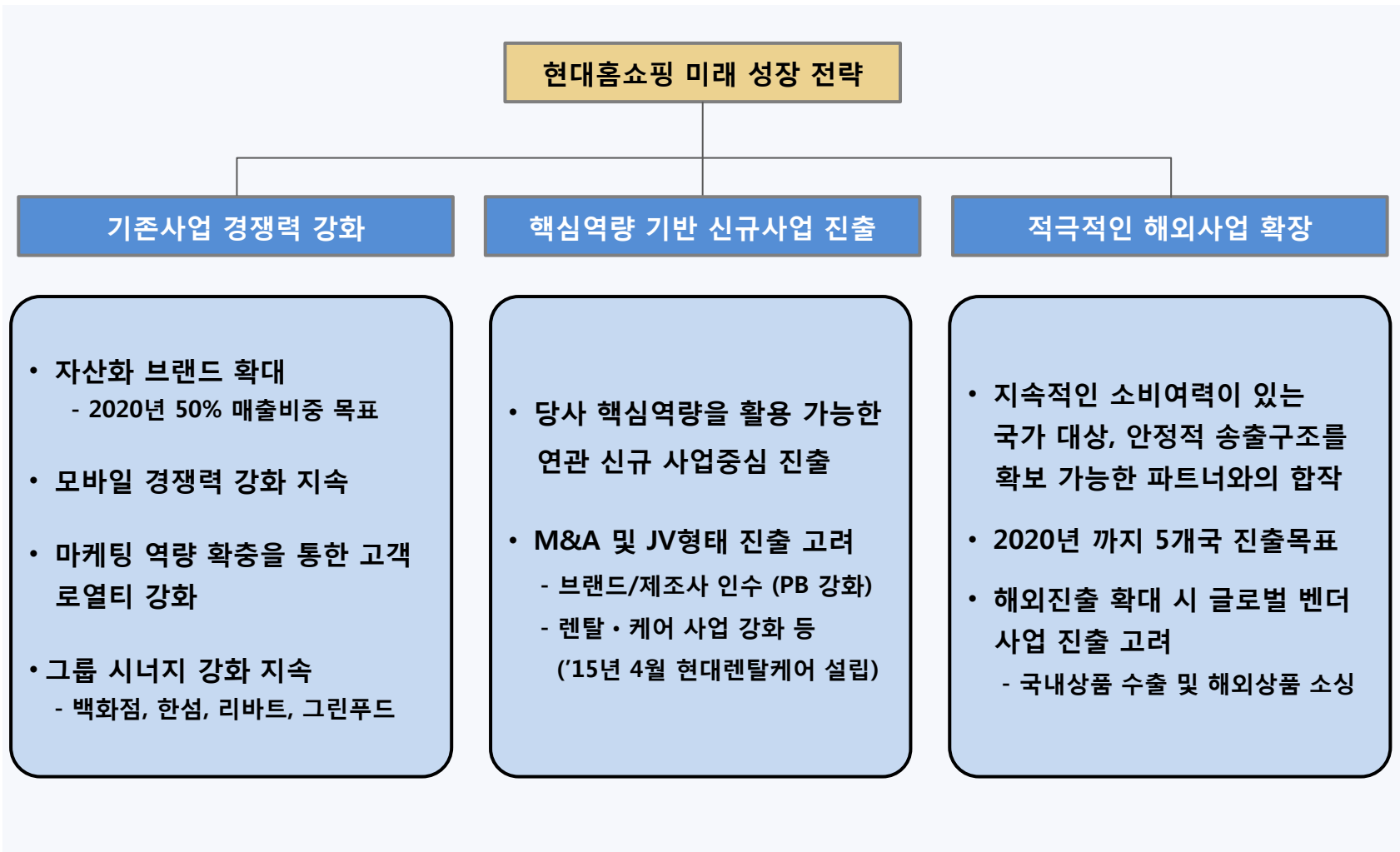
- 고마진 방송상품(미용, 건강식품 등) 매출 호조 및 효율적 판관비 집행으로 전년비 5.0% 신장한 355억 기록

3) 경상이익 : -42억

- 종속/관계기업 손상차손 : '16년 101억 → '17년 401억
 - 종속기업(현대렌탈케어) 손상차손 : '16년 101억 → '17년 286억
 - 관계기업(중국 상해) 손상차손 : '16년 0억 → '17년 115억

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)를 집중 육성하고 성장성 높은 모바일 경쟁력 강화, 고객 로열티 강화 등을 통해 기존사업의 안정적 성장을 지속 추진하겠음

● 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% → 2016년 35.9% → 2017년 상반기 36.0% (2020년 50% 확대 목표)																		
2. 모바일 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none">• 앱 편의성 개선, 앱 다운로드 확대, 상품력 강화로 2018년 취급고 1조 돌파 목표• 앱 다운로드 확대 : '13년 122만 → '17년 1,332만 <p>[당사 연도별 모바일 매출 및 앱 다운로드 현황]</p> <table><tr><th>구 분</th><th>2013년</th><th>2014년</th><th>2015년</th><th>2016년</th><th>2017년</th></tr><tr><td>취급고</td><td>1,035억</td><td>2,922억</td><td>6,112억</td><td>7,446억</td><td>8,795억</td></tr><tr><td>앱다운로드</td><td>122만</td><td>330만</td><td>810만</td><td>1,090만</td><td>1,332만</td></tr></table>	구 분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	취급고	1,035억	2,922억	6,112억	7,446억	8,795억	앱다운로드	122만	330만	810만	1,090만	1,332만
구 분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년														
취급고	1,035억	2,922억	6,112억	7,446억	8,795억														
앱다운로드	122만	330만	810만	1,090만	1,332만														
3. 그룹 시너지 확대	<ul style="list-style-type: none">• 현대백화점 : Hmall 백화점 상품 확대, 오프라인 매장 오픈 (동대문, 송도, 가든파이브)• 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. 채널 경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none">• TV홈쇼핑 채널 개선 : KT IPTV 460만 B급 → S급 채널 개선 ('16.4.27 부)• 데이터방송 플랫폼 확장 : '17년 12월 말 CJ헬로비전, 티브로드 등 송출 확대 (총 2,472만 가구 송출중)																		

※ 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	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
ETV 취급고	1,116억	1,972억	3,053억	3,861억	4,953억

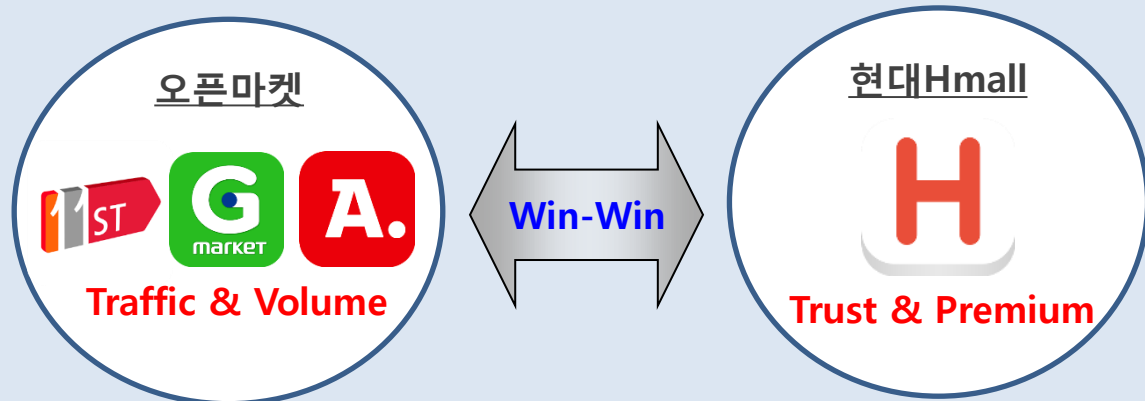
2. 현대백화점 상품 시너지 강화

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

구 분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년
백화점관 취급고	2,638억	2,781억	3,103억	3,318억	3,265억
입점 점포 수	7개	7개	11개	13개	13개

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 8,071억을 바탕으로 적극적인 M&A 및 신규 사업을 추진할 예정임
 당사의 핵심역량(온라인 유통, 방송, 고객DB)을 적극 활용할 수 있는 연관 사업 분야를 우선 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 : 홈쇼핑에 적합한 주방용품, 화장품, 레포츠 등 • 인수한 브랜드/제조사를 활용한 상품 차별화 및 자본이득 실현 	• M&A 혹은 JV
2. 렌탈 · 케어사업	<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 설립 ('15년 4월)
3. 카테고리 킬러	<ul style="list-style-type: none"> • 화장품, 유아동 등 카테고리 킬러 사업을 통해 인터넷 쇼핑몰 상품 차별화와 옴니채널(온/오프라인 통합) 운영 가능 	• JV 혹은 직접 진출 - 미국 등 진출도 고려
4. 미래 유망산업	<ul style="list-style-type: none"> • 레저, 실버, 헬스케어 등 미래 유망사업도 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	• 렌탈 · 케어사업 진출을 통한 신규 성장동력 확보 • 홈쇼핑 및 그룹 유통망을 활용한 시너지 효과도모											
상품 라인업	<div></div> <div>정수기 공기청정기 비데</div>											
실적 현황	구 분	2015년	2016년					2017				
			1분기	2분기	3분기	4분기	누계	1분기	2분기	3분기	4분기	누계
	매 출 액	64억	25억	22억	25억	28억	100억	36억	49억	64억	77억	226억
	영업이익	-62억	-32억	-72억	-51억	-55억	-210억	-49억	-86억	-66억	-45억	-246억
	신규 계정수	1.2만	1.0만	1.0만	1.2만	1.3만	4.5만	1.6만	2.4만	2.6만	1.9만	8.6만
	(누적 계정수)	(1.2만)	(2.2만)	(3.2만)	(4.4만)	(5.7만)	(5.7만)	(7.3만)	(9.7만)	(12.4만)	(14.3만)	(14.3만)
▷ 내부거래 포함 기준												

▷ 내부거래 포함 기준

※ '18년 현대렌탈케어 신제품 소개

현대렌탈케어는 생활·환경가전 브랜드 '현대큐밍'을 론칭하여 정수기 12종, 공기청정기 4종, 비데 3종 총 19종의 상품군을 보유 중이며 지속적으로 신제품을 출시할 예정임

● Qming Air Purifier - THE CARE

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	

● Qming Water Purifier - THE SLIM

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	

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 (검토중)

베트남 진출 ('16년)

오세아니아 (검토중)

※ 해외 홈쇼핑 진출 현황

현대홈쇼핑은 2011년 7월 중국 상해 홈쇼핑 방송을 시작하여, 2014년 손익분기점(BEP) 달성
2016년 1월 태국, 2016년 2월 베트남 홈쇼핑 방송 송출을 시작하였음

구 분	중국(상해)	태 국	베트남																																												
자본금	• 180억	• 165억	• 240억																																												
지분구조	<ul style="list-style-type: none"> • 현대홈쇼핑 30%, • 현대그린푸드 5% • 가유홈쇼핑 65% 	<ul style="list-style-type: none"> • 현대홈쇼핑 49% • Intouch Media 51% 	<ul style="list-style-type: none"> • 현대홈쇼핑 50% • VTVcab 25% • VTVB 25% 																																												
설립일자	• 2011년 6월	• 2015년 4월	• 2014년 5월																																												
송출일자	• 2011년 7월	• 2016년 1월	• 2016년 2월																																												
송출가구	• 500만 (상해)	• 1,500만 (전국)	• 600만 (호치민, 하노이)																																												
손익 현황	<div>(단위 : 억원)</div> <table> <tr> <th>구 분</th> <th>'15년</th> <th>'16년</th> <th>'17년</th> </tr> <tr> <td>취급고</td> <td>556</td> <td>161</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>순이익</td> <td>28</td> <td>-47</td> <td>-34</td> </tr> <tr> <td>지분법 손익</td> <td>8</td> <td>-14</td> <td>-10</td> </tr> </table>	구 분	'15년	'16년	'17년	취급고	556	161	-	순이익	28	-47	-34	지분법 손익	8	-14	-10	<div>(단위 : 억원)</div> <table> <tr> <th>구 분</th> <th>'15년</th> <th>'16년</th> <th>'17년</th> </tr> <tr> <td>취급고</td> <td>-</td> <td>119</td> <td>214</td> </tr> <tr> <td>순이익</td> <td>-16</td> <td>-59</td> <td>-36</td> </tr> <tr> <td>지분법 손익</td> <td>-8</td> <td>-29</td> <td>-18</td> </tr> </table>	구 분	'15년	'16년	'17년	취급고	-	119	214	순이익	-16	-59	-36	지분법 손익	-8	-29	-18	<div>(단위 : 억원)</div> <table> <tr> <th>구 분</th> <th>'16년</th> <th>'17년</th> </tr> <tr> <td>취급고</td> <td>51</td> <td>87</td> </tr> <tr> <td>순이익</td> <td>-49</td> <td>-35</td> </tr> <tr> <td>지분법 손익</td> <td>-25</td> <td>-17</td> </tr> </table>	구 분	'16년	'17년	취급고	51	87	순이익	-49	-35	지분법 손익	-25	-17
구 분	'15년	'16년	'17년																																												
취급고	556	161	-																																												
순이익	28	-47	-34																																												
지분법 손익	8	-14	-10																																												
구 분	'15년	'16년	'17년																																												
취급고	-	119	214																																												
순이익	-16	-59	-36																																												
지분법 손익	-8	-29	-18																																												
구 분	'16년	'17년																																													
취급고	51	87																																													
순이익	-49	-35																																													
지분법 손익	-25	-17																																													
향후 계획	• 사업철수 예정	• 태국 홈쇼핑 시장 내 매출 1위 달성 목표	• 베트남 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~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 8,071억, 부채비율 21.9%

○ 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

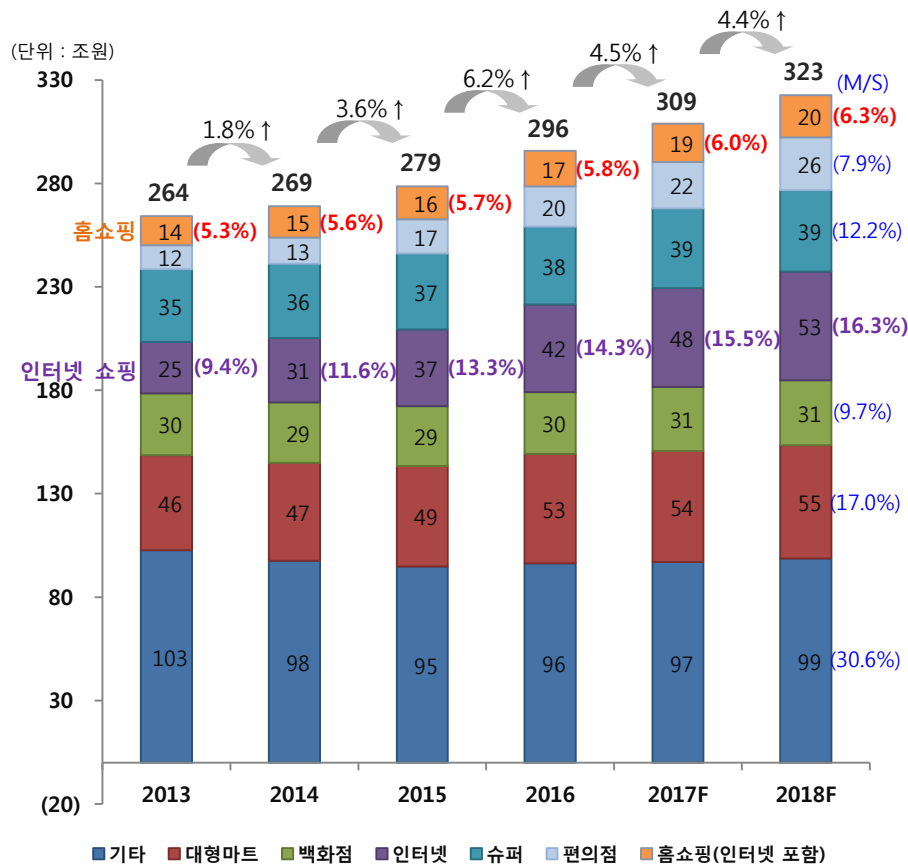
4 현대홈쇼핑 PB 상품 소개

5 Product Mix

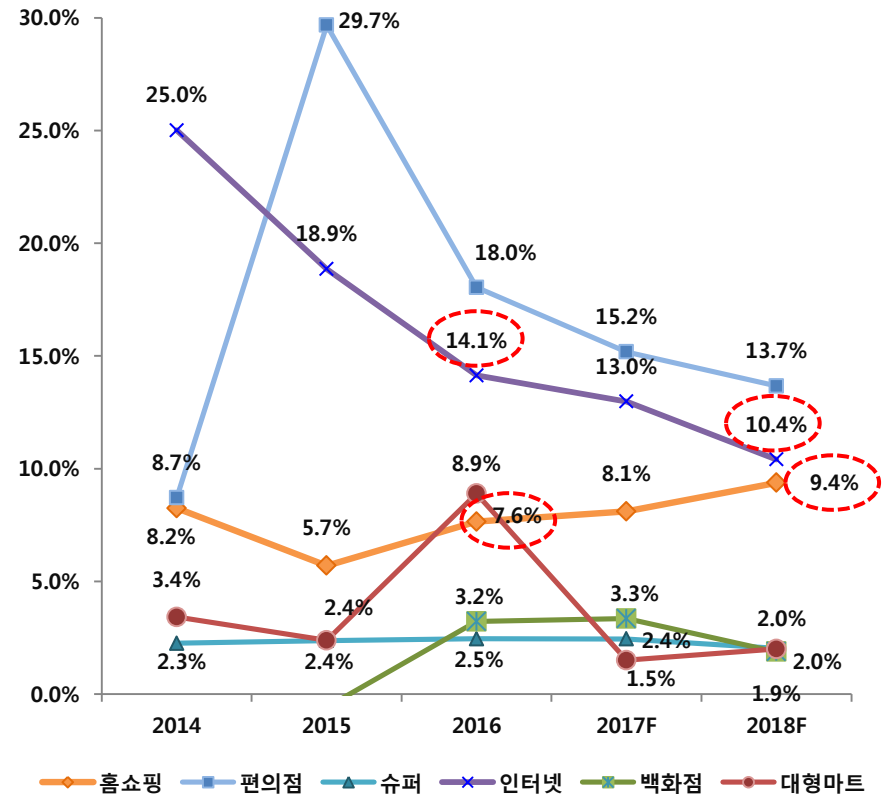
V. 별 첨 : 소매유통시장 동향 및 전망

- 2017년 국내소매시장 성장률 예상 : 4.5% (신한금융투자)
- 2017년 홈쇼핑 시장 성장률 예상 : 약 8% (현대홈쇼핑)

국내 소매유통 채널별 매출



국내 소매유통 채널별 성장률



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

V. 별 첨 : 연결재무제표(연간)

● 손익계산서

구 분	2014년	2015년	2016년	2017년	YoY
1. 취급고	28,867	31,894	35,061	36,482	4.1%
① T V	17,670	18,294	19,779	20,218	2.2%
※ T-커머스	-	208	1,013	1,770	74.7%
② 인터넷	9,751	12,361	14,285	15,175	6.2%
※ 모바일	2,922	6,112	7,446	8,795	18.1%
③ 카탈로그	976	738	464	326	-29.9%
④ 기타	470	449	452	551	22.0%
⑤ 현대렌탈케어	-	52	81	213	163.0%
순매출	8,679	8,960	9,694	10,431	7.6%
2. 매출총이익	8,189	8,203	8,773	9,140	4.2%
(%)	(28.4%)	(25.7%)	(25.0%)	(25.1%)	
3. 판매관리비	6,738	7,157	7,660	7,887	3.0%
(%)	(23.3%)	(22.4%)	(21.8%)	(21.6%)	
4. 영업이익	1,451	1,046	1,113	1,253	12.6%
(%)	(5.0%)	(3.3%)	(3.2%)	(3.4%)	
5. 경상이익	1,902	1,462	1,741	1,618	-7.1%
(%)	(6.6%)	(4.6%)	(5.0%)	(4.4%)	
* 지분법손익	289	257	485	317	
6. 당기순이익	1,478	1,111	1,295	1,225	-5.4%
(%)	(5.1%)	(3.5%)	(3.7%)	(3.4%)	

* 2015년 백수오 환불비용 88억 반영

* 현대렌탈케어 : 내부거래 제외 기준

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구 분	2014년	2015년	2016년	2017년
자산총계	15,503	16,664	19,030	18,754
유동자산	7,916	8,641	9,722	8,117
비유동자산	7,586	8,023	9,308	10,637
부채총계	2,847	3,095	4,477	3,310
유동부채	2,603	2,863	4,188	3,074
비유동부채	244	232	289	235
자본총계	12,655	13,569	14,553	15,444
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-211	-211	-267	-386
기타포괄손익누계	158	127	56	18
이익잉여금	9,574	10,518	11,629	12,677
부채와 자본총계	15,503	16,664	19,030	18,754

V. 별 첨 : 연결재무제표(분기)

● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

구 분	2016년					2017년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
1. 취급고	8,811	8,406	8,530	9,314	35,061	9,117	8,941	8,729	9,695	36,482
① T V	4,959	4,880	4,795	5,144	19,779	5,022	4,967	4,870	5,358	20,218
※ T-커머스	176	201	274	363	1,013	413	420	440	497	1,770
② 인터넷	3,609	3,273	3,479	3,924	14,285	3,845	3,702	3,564	4,063	15,175
※ 모바일	1,727	1,533	1,945	2,241	7,446	2,099	2,136	2,173	2,387	8,795
③ 카탈로그	119	122	127	96	464	94	89	85	58	326
④ 기타	102	115	110	126	452	120	137	152	143	551
⑤ 현대렌탈케어	22	17	19	24	81	35	46	58	73	213
순매출	2,349	2,369	2,290	2,686	9,694	2,610	2,563	2,529	2,730	10,431
2. 매출총이익	2,167	2,199	2,069	2,339	8,773	2,368	2,326	2,160	2,286	9,140
(%)	(24.6%)	(26.2%)	(24.3%)	(25.1%)	(25.0%)	(26.0%)	(26.0%)	(24.7%)	(23.6%)	(25.1%)
3. 판매관리비	1,786	1,933	1,886	2,056	7,660	1,945	2,053	1,912	1,977	7,887
(%)	(20.3%)	(23.0%)	(22.1%)	(22.1%)	(21.8%)	(21.3%)	(23.0%)	(21.9%)	(20.4%)	(21.6%)
4. 영업이익	382	266	183	283	1,113	423	273	248	310	1,253
(%)	(4.3%)	(3.2%)	(2.1%)	(3.0%)	(3.2%)	(4.6%)	(3.1%)	(2.8%)	(3.2%)	(3.4%)
5. 경상이익	520	340	272	608	1,741	610	385	339	284	1,618
(%)	(5.9%)	(4.0%)	(3.2%)	(6.5%)	(5.0%)	(6.7%)	(4.3%)	(3.9%)	(2.9%)	(4.4%)
* 지분법손익	81	46	43	314	485	127	67	59	64	317
6. 당기순이익	399	240	197	458	1,295	466	279	248	232	1,225
(%)	(4.5%)	(2.9%)	(2.3%)	(4.9%)	(3.7%)	(5.1%)	(3.1%)	(2.8%)	(2.4%)	(3.4%)

* 2016년 4분기 지분법 손익 : '16년 12월 HCN 지분 17.30% (매입금 784억) 추가 취득 염가매수차익 251억 반영

* 관계기업(중국 상해) 손상차손 : '17년 4분기 81억

V. 별첨 : 별도재무제표(연간)

● 손익계산서

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	YoY
1. 취급고	28,867	31,842	34,980	36,270	3.7%
① TV	17,670	18,294	19,779	20,218	2.2%
※ T-커머스	-	208	1,013	1,770	74.7%
② 인터넷	9,751	12,361	14,285	15,175	6.2%
※ 모바일	2,922	6,112	7,446	8,795	18.1%
③ 카탈로그	976	738	464	326	-29.9%
④ 기타	470	449	452	551	22.0%
순매출	8,679	8,908	9,613	10,218	6.3%
2. 매출총이익	8,189	8,205	8,743	9,013	3.1%
(%)	(28.4%)	(25.8%)	(25.0%)	(24.9%)	
3. 판매관리비	6,738	7,097	7,420	7,514	1.3%
(%)	(23.3%)	(22.3%)	(21.2%)	(20.7%)	
4. 영업이익	1,451	1,107	1,323	1,499	13.3%
(%)	(5.0%)	(3.5%)	(3.8%)	(4.1%)	
5. 경상이익	1,647	1,294	1,401	1,274	-9.1%
(%)	(5.7%)	(4.1%)	(4.0%)	(3.5%)	
6. 당기순이익	1,255	974	1,034	878	-15.0%
(%)	(4.3%)	(3.1%)	(3.0%)	(2.4%)	

● 대차대조표

(단위 : 억원)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년
자산총계	14,325	15,277	17,298	16,711
유동자산	7,916	8,110	9,544	7,961
비유동자산	6,409	7,167	7,754	8,750
부채총계	2,687	2,862	4,153	3,005
유동부채	2,603	2,822	4,136	2,993
비유동부채	84	39	16	12
자본총계	11,638	12,415	13,145	13,706
자본금	600	600	600	600
자본잉여금	2,535	2,535	2,535	2,535
자본조정	-211	-211	-267	-386
기타포괄손익누계	269	238	173	153
이익잉여금	8,446	9,254	10,104	10,804
부채와 자본총계	14,325	15,277	17,298	16,711

V. 별첨 : 별도재무제표(분기)

● 손익계산서 (분기)

(단위 : 억원)

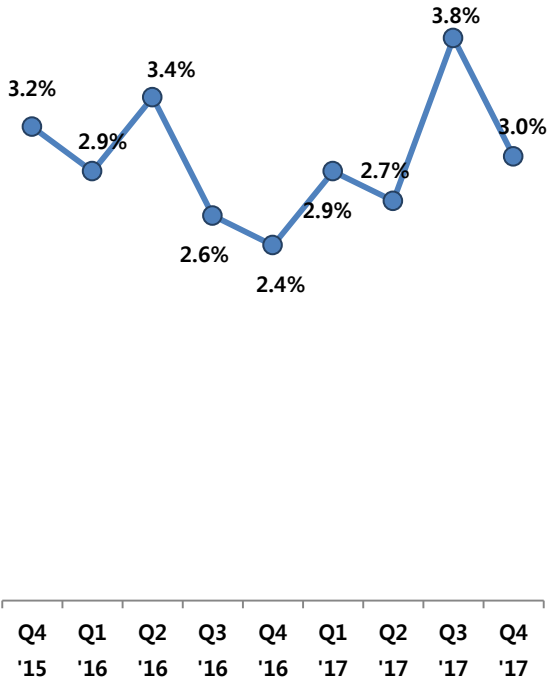
구 분	2016년					2017년				
	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간	1분기	2분기	3분기	4분기	연 간
1. 취급고	8,789	8,390	8,511	9,290	34,980	9,082	8,896	8,671	9,622	36,270
① T V	4,959	4,880	4,795	5,144	19,779	5,022	4,967	4,870	5,358	20,218
※ T-커머스	176	201	274	363	1,013	413	420	440	497	1,770
② 인터넷	3,609	3,273	3,479	3,924	14,285	3,845	3,702	3,564	4,063	15,175
※ 모바일	1,727	1,533	1,945	2,241	7,446	2,099	2,136	2,173	2,387	8,795
③ 카탈로그	119	122	127	96	464	94	89	85	58	326
④ 기타	102	115	110	126	452	120	137	152	143	551
순매출	2,327	2,353	2,271	2,663	9,613	2,575	2,517	2,471	2,656	10,218
2. 매출총이익	2,162	2,193	2,062	2,326	8,743	2,346	2,298	2,125	2,244	9,013
(%)	(24.6%)	(26.1%)	(24.2%)	(25.0%)	(25.0%)	(25.8%)	(25.8%)	(24.5%)	(23.3%)	(24.9%)
3. 판매관리비	1,749	1,855	1,828	1,988	7,420	1,874	1,939	1,811	1,890	7,514
(%)	(19.9%)	(22.1%)	(21.5%)	(21.4%)	(21.2%)	(20.6%)	(21.8%)	(20.9%)	(19.6%)	(20.7%)
4. 영업이익	413	338	234	338	1,323	472	359	314	355	1,499
(%)	(4.7%)	(4.0%)	(2.7%)	(3.6%)	(3.8%)	(5.2%)	(4.0%)	(3.6%)	(3.7%)	(4.1%)
5. 경상이익	502	365	279	256	1,401	568	403	345	-42	1,274
(%)	(5.7%)	(4.4%)	(3.3%)	(2.8%)	(4.0%)	(6.3%)	(4.5%)	(4.0%)	(-0.4%)	(3.5%)
6. 당기순이익	389	273	212	159	1,034	436	306	262	-125	878
(%)	(4.4%)	(3.3%)	(2.5%)	(1.7%)	(3.0%)	(4.8%)	(3.4%)	(3.0%)	(-1.3%)	(2.4%)

* 종속기업(현대렌탈케어) 손상차손 : '16년 4분기 101억 → '17년 4분기 286억

* 관계기업(중국 상해) 손상차손 : '17년 4분기 115억

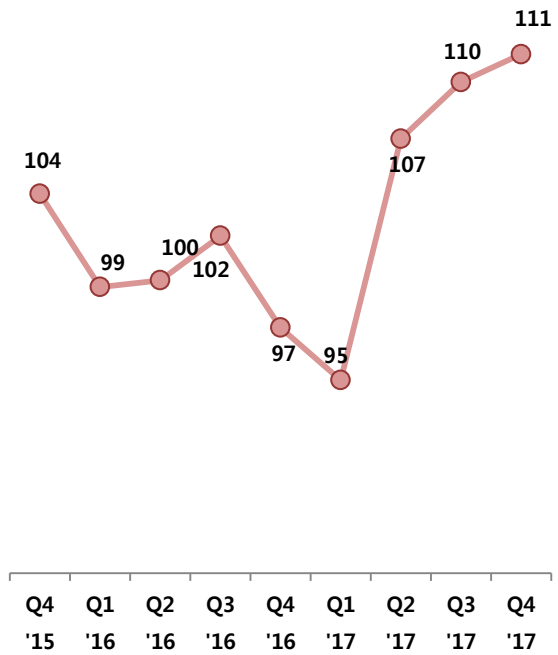
V. 별 첨 : 주요 경제 지표

GDP 성장률 추이



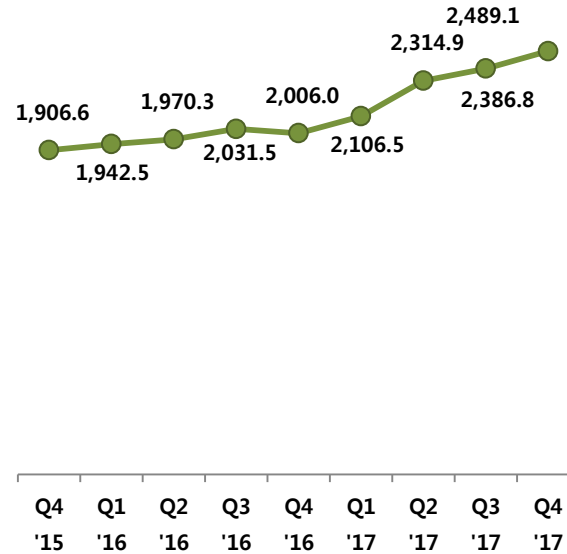
출 처 : 한 국 은 행

소비자 동향지수(CSI)



출 처 : 통 계 청

KOSPI 지수 추이



출 처 : KOFIA

V. 별 첨 : 현대홈쇼핑 PB 상품 소개



1. 오로타(OROTA) 무빙(無氷) 에어컨

구 분	내 용
① 론칭일	2017년 6월 22일
② 브랜드 컨셉	일상의 불편함을 개선해 오롯한 삶을 제안하는 '생활/주방가전 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 컨셉	100% 완벽한 품질, 스타일의 신념에서 출발한 프리미엄 패션전문 브랜드
③ 주요 상품 카테고리	이태리 캐시미어 100% 핸드메이드 코트 & 케이블 니트, 리버시블 무스탕 코트, 폭스 퍼 니트 코트 등



3. 알레보 (allevo) 인덕션 히팅(IH) 냄비 'Style Pot'

구 분	내 용
① 론칭일	2018년 2월 5일
② 브랜드 컨셉	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

V. 별 첨 : Product mix 추이

