

No.1 Worldwide  
K-Beauty  
Platform  
**SILICON2**



*SILICON* 

## Disclaimer

---

본 자료는 기관투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보 제공을 목적으로 주식회사 실리콘투(이하 “회사”)에 의해 작성되었습니다. 본 자료에 포함된 “예측정보”는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’, ‘(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다.

위 “예측정보”는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며, 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로, 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용과 관련하여 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임직원들은 과실 및 기타의 경우를 포함하여 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

본 문서는 주식의 모집 또는 매출, 매매 및 청약을 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고(단, 출처표시 필수), 회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

# K

## TABLE OF CONTENTS

### Prologue

Chapter 01\_ K-Beauty & E-Commerce

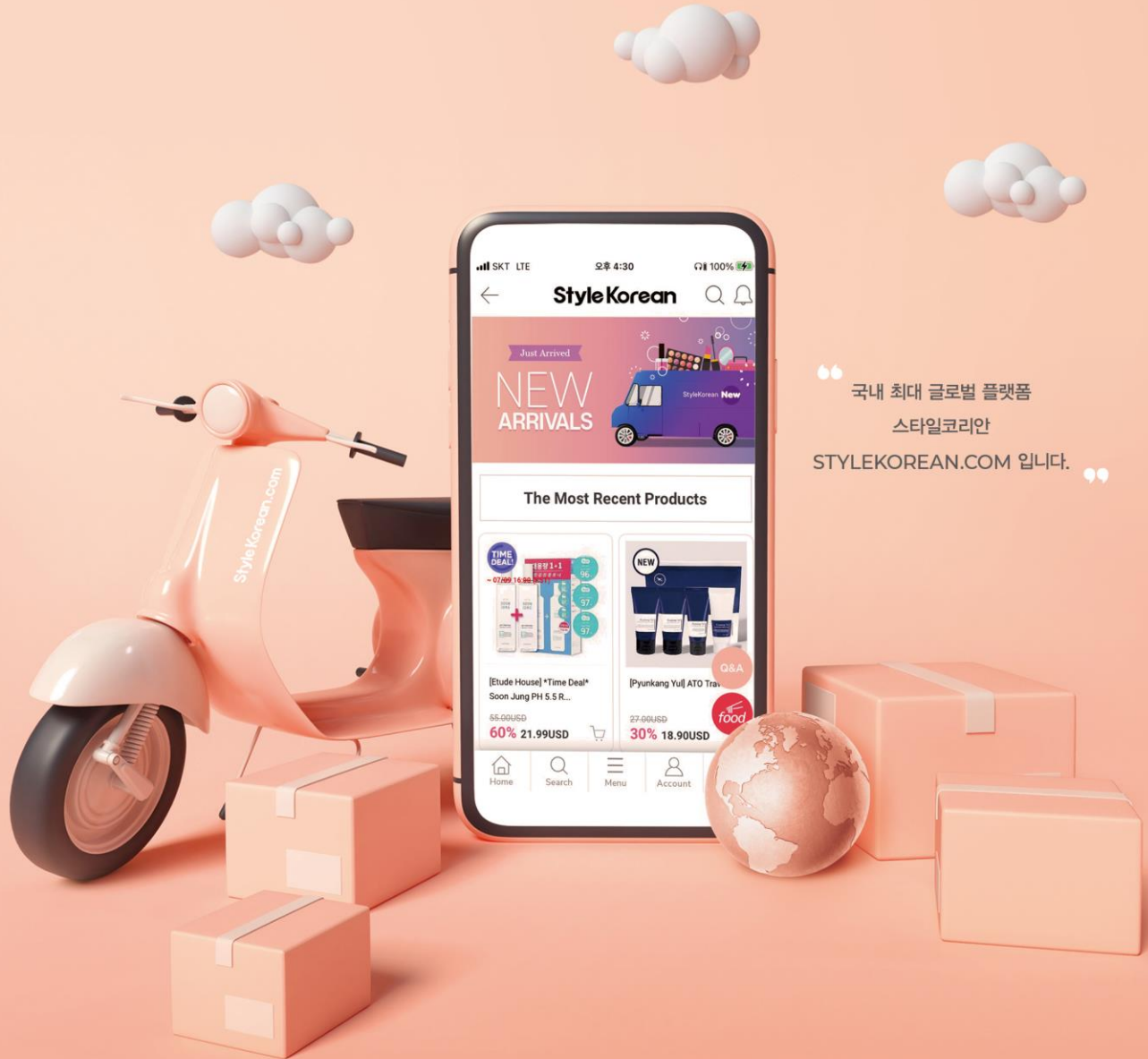
Chapter 02\_ K-Beauty를 전 세계로 연결한 플랫폼 기업, '실리콘투'

Chapter 03\_ 실리콘투만의 이유 있는 자신감

Chapter 04\_ 세계 속의 K-브랜드, 실리콘투가 선도한다

### Appendix

SILICON 



“ 국내 최대 글로벌 플랫폼  
스타일코리안  
STYLEKOREAN.COM 입니다. ”

# K-Culture 성공과 실리콘투

## K-Game



글로벌 연간 매출 1위 달성  
인도시장 진출

## K-Movie



'헤어질 결심'  
칸 국제영화제 감독상 수상

## K-Drama



'몸값'  
칸 시리즈 각본상 수상

## K-Pop



BTS,슈퍼엠.스트레이키즈,  
빌보드 뮤직 어워드

## K-Beauty



K-Beauty의  
숨은 주역

### 퍼블리셔



### 배급사



### 기획사



### 실리콘투



K-Beauty의 기획, 배급, 퍼블리셔 역할 **SILICON**

K-Beauty E-Commerce 글로벌 플랫폼 기업, 실리콘투

# Beyond E-Commerce 새로운 가치 창출 기업, 실리콘투

지속적으로 탄생하는 K-Beauty의 수많은 브랜드와 제품의 해외 진출을 만들어갑니다.



## PUBLISHER

K-Beauty 공급 (570+개 브랜드)



## LOCALIZATION

지역별 전문화된 지식과 현지 마케팅  
및 인허가 노하우 공유



## INCUBATION

신생 브랜드와 동반성장 (9개 브랜드 지분투자)





Chapter 01

## K-Beauty & E-Commerce

01\_ K-Beauty의 성장 요인

02\_ K-Beauty의 위기

## 온라인 채널 확대와 K-Beauty의 압도적 인프라로 다양한 트렌드 및 글로벌 수요 충족

## 뷰티 산업 성장의 최적화된 생산 인프라

화장품 산업의 강력한 Up-Stream 생태계



중국발 수출 증가



화장품 · OEM · ODM 기업 수 증가



용기 · 부자재 기업 수 증가



2만 여개 이상의 화장품 브랜드

생산 인프라 확장 → 1인브랜드 생성 용이

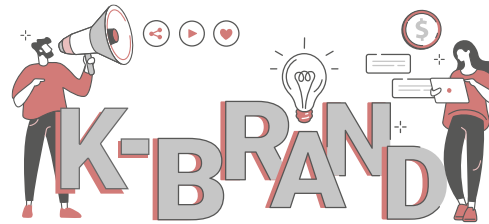
## K-Brand 의 성장

문화 강국

BTS, BLACKPINK  
슈퍼M, 스트레이키즈

기술 강국

삼성전자, 현대자동차

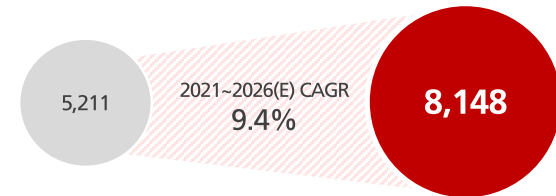


K-Brand의 기술과 문화 경쟁력 증가

## E-Commerce의 성장

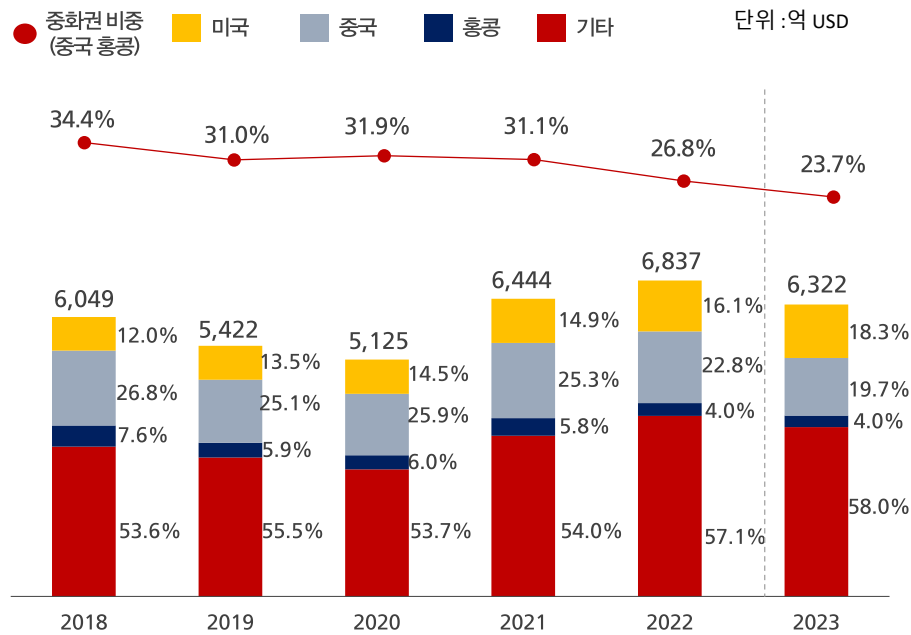
글로벌 소매 전자상거래 시장 규모

단위: 조 달러

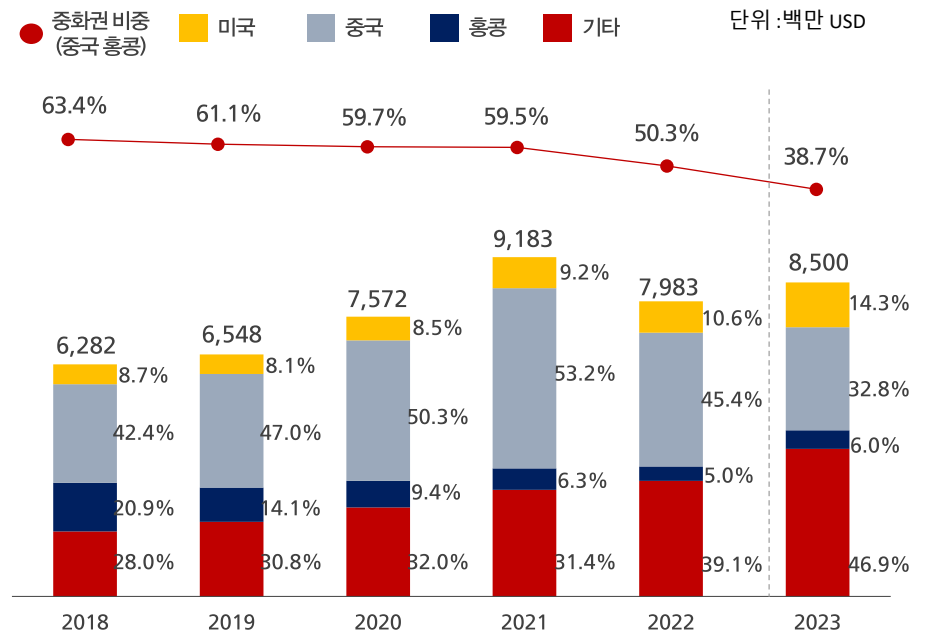
온라인 채널 성장  
→ 소자본 브랜드 온라인 채널을 통한 고접근성K-콘텐츠와 기술력을 갖춘 'Made in Korea'  
→ K-Beauty, K-Pop, K-Food, K-Fashion 동반 성장

## 한국 전체 수출 비중 과 화장품 수출 비중

전체 수출 매출 대비 미국, 중화권(중국, 홍콩) 매출



전체 화장품 매출 대비 미국, 중화권(중국, 홍콩) 매출



물류 절벽 및 귀차오 절벽에 따른 중국 시장 수출의 감소에 의한 화장품 수출 감소

주: Unipass 수출입 무역 통계, 대한 화장품 산업 연구원

주: 귀차오 절벽 : 소득증가와 애국주의의 교육으로 무장한 중국의 MZ 세대로 인해 중국 기업의 제품을 사용하지는 주의





Chapter 02

## K-Beauty를 전 세계로 연결한 플랫폼 기업, 실리콘투

- 01\_ No.1 K-Beauty E-Commerce 플랫폼 기업
- 02\_ 변화와 혁신 중심의 성장 스토리
- 03\_ 차별화된 사업 모델
- 04\_ 지속적이고 안정적인 경영 성과 달성 (1), (2)

## 국내 최대 규모의 K-Beauty E-Commerce 플랫폼 제공 사업자, 실리콘투

## 기업 개요

회사명	(주)실리콘투
대표이사	김성운
설립일	2002년 1월 19일
자본금	303억 원
임직원수	214명 (미국, 인도네시아 등 현지 법인 인력 제외 기준)
주요 사업	K-Beauty Wholesale, Retail, V-Commerce
본사주소	경기도 성남시 분당구 판교역로 231, 에스동 907호
홈페이지	www.siliconii.com

## 주요 경영진 현황

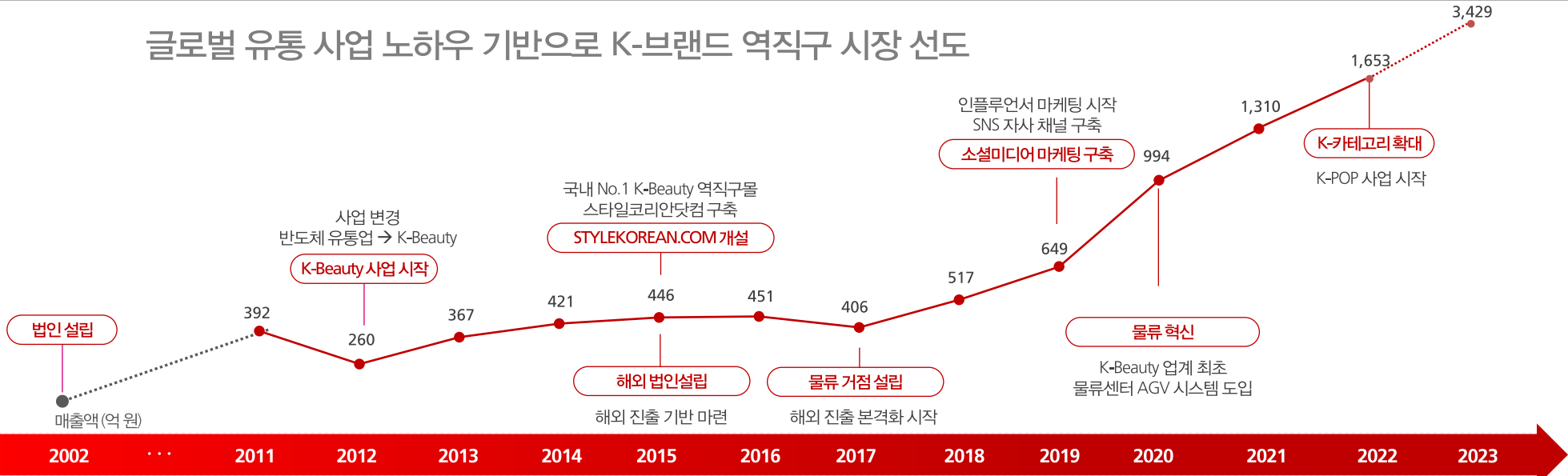


## 김성운 대표이사

- 2002년 ~ 현재  
(주)실리콘투 대표이사
- 2018년  
- 무역의 날 대표이사 전자상거래 수출시장 산업부 장관 표창  
- 고용노동부 장관 표창장 수상  
- 2018 미래창조 경영 우수기업 대상
- 2019년  
- 2018 대한민국 우수 브랜드상 수상

성명	직위	담당 업무	주요 경력
손인호	부사장	CFO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016 ~ 현재 : (주)실리콘투</li> <li>• 2009 ~ 2014 : Stonebridge Capital Inc.(CFO)</li> <li>• 2007 ~ 2009 : Goldman Sachs Asset Management Korea (CMO)</li> <li>• 2000 ~ 2007 : 맥쿼리 IMM 자산운용 (CFO)</li> <li>• 1998 ~ 2000 : IMM 인베스트먼트 (공동창업자)</li> </ul>
최진호	부사장	COO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2012 ~ 현재 : (주)실리콘투</li> <li>• 1998 ~ 2011 : 동운인터내셔널</li> <li>• 1996 ~ 1998 : 영풍정밀</li> </ul>

### 글로벌 유통 사업 노하우 기반으로 K-브랜드 역직구 시장 선도



사업 기반 구축	성장기	NEW
<b>2002</b> (주)실리콘투 설립 → 반도체 유통업 영위 → 유통 및 재고관리 노하우 기반 구축	<b>2012</b> 유통 및 재고 관리 노하우 기반 → K-Beauty 사업 시작  <b>2017</b> 물류 거점 설립 미국 New Jersey Warehouse 설립 미국 동부 Office 설립	<b>2020</b> 물류 혁신 AGV 시스템 도입  <b>2022</b> K-카테고리 확대 말레이시아 법인 설립  <b>2023</b> 폴란드 법인 설립 네덜란드 법인 설립 러시아 법인 설립

#### 주요 수상 내역

- 2018 대통령 산업 포장 포장중 수상
- 2018 미래창조 경영우수기업수상
- 2018 고용노동부 장관 표창장 수상
- 2018 올해의 히트 브랜드 대상 수상
- 2022 7천만불 수출의 탑 수상


고객의 니즈에 맞춘 E-Commerce 플랫폼 비즈니스를 통해 가치 창출

사업 부문  
(매출 비중)

Customer


**PA (5%)**

해외 개인 소비자  
글로벌 개인고객에 제품 판매




**CA (79%)**

해외 K-Beauty 사업자  
각 지역에서 K-Beauty를 판매하는 사업자




**풀필먼트 (16%)**

K-Beauty 브랜드  
마케팅 및 수출  
노하우 부족한 브랜드




실리콘투 비즈니스 구조


- Retail 플랫폼 운영  
→ Global / Japan / Russia 등
- V-Commerce를 통한 K-Beauty 마케팅 진행  
→ 소셜미디어 채널 활용



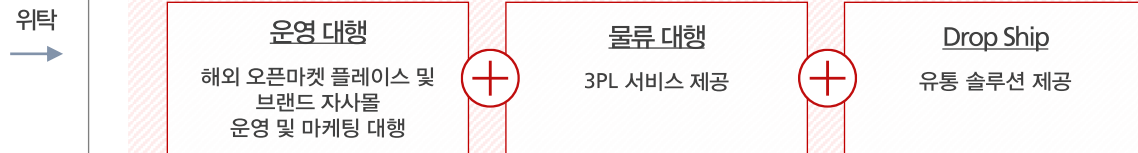
- Wholesale 플랫폼 운영  
→ 실시간 주문 및 다품종 소량재고 운영
- 디지털화된 오더 프로세스 시스템
- 해외바이어와 연계된 K-Beauty 마케팅 진행  
→ 글로벌 네트워크 활용 (CA 고객)



**K-Beauty 브랜드 (100% 사업)**

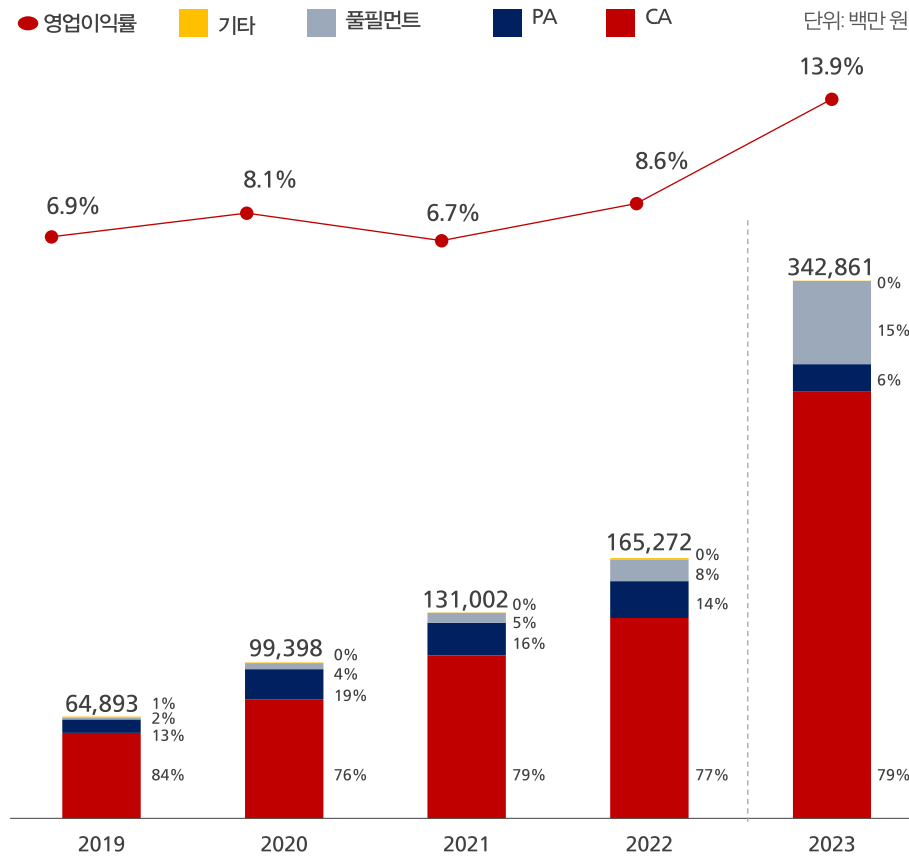


확장성

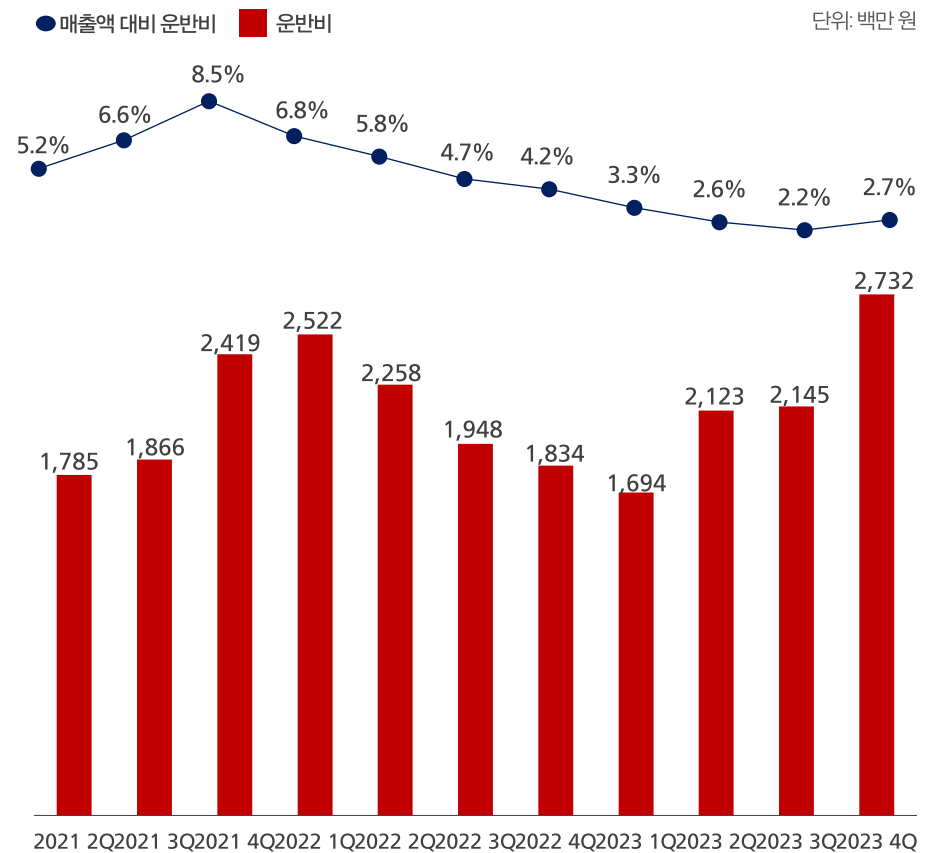


## 전 사업간 시너지 효과를 통해 견조한 경영 성과 실현

### 사업부문별 매출액 추이



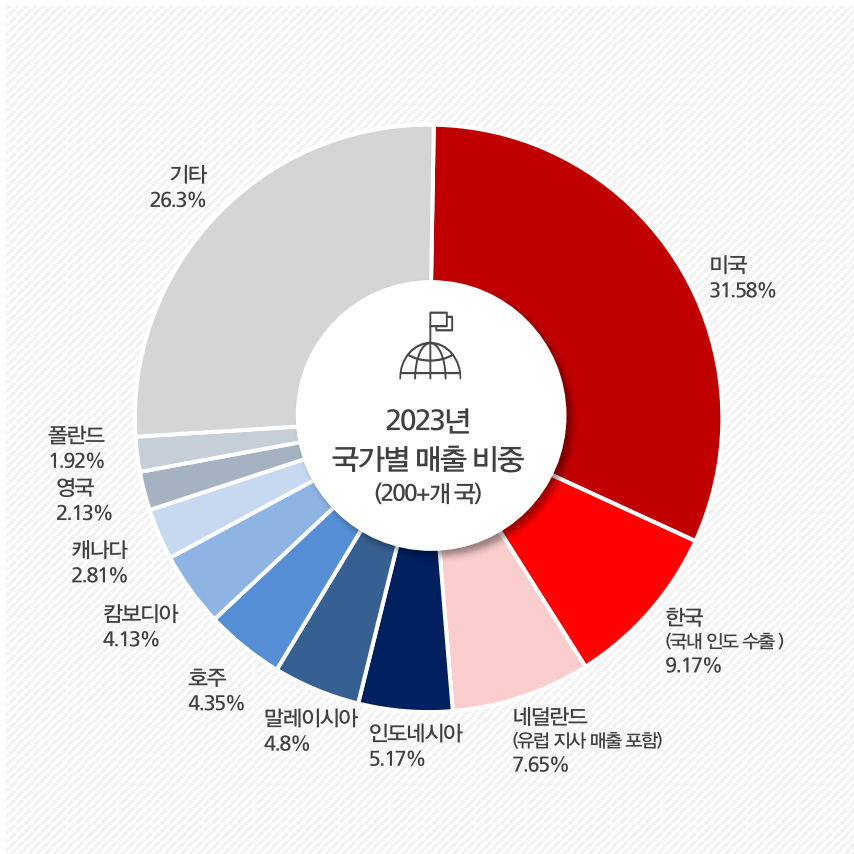
### 운반비 추이



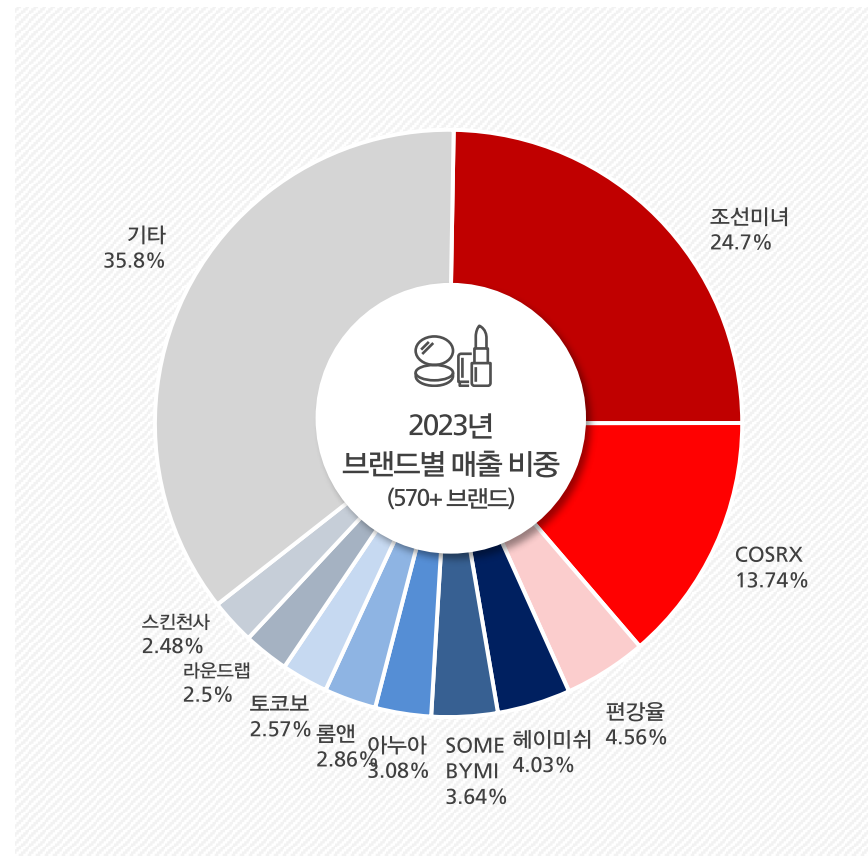
주: 2019년도는 감사받지 않은 K-FRS 연결 기준, 2020년~2023년은 감사받은 K-FRS 연결 기준  
 주: 운반비 추이에 적용된 매출액 대비 운반비의 매출액은 별도기준

수출 국가의 다양화(중국 向 수출 0%)로 리스크 최소화 → 견조한 경영성과 실현

국가별 매출 비중



Top 10 브랜드별 매출 비중

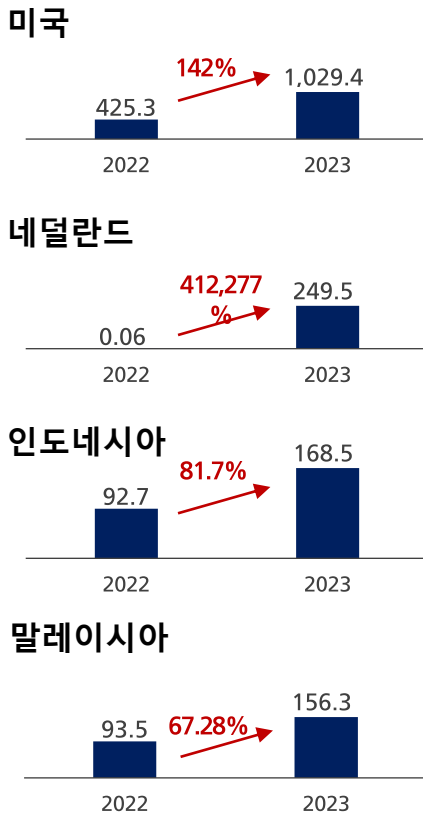


주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 기준(별도)

## 국가, 브랜드 매출의 견고한 성장

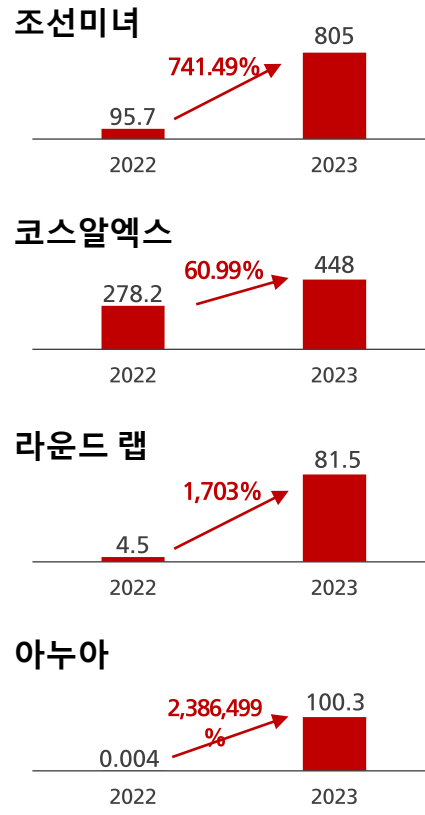
주요 국가별 매출 성장률

단위: 억원



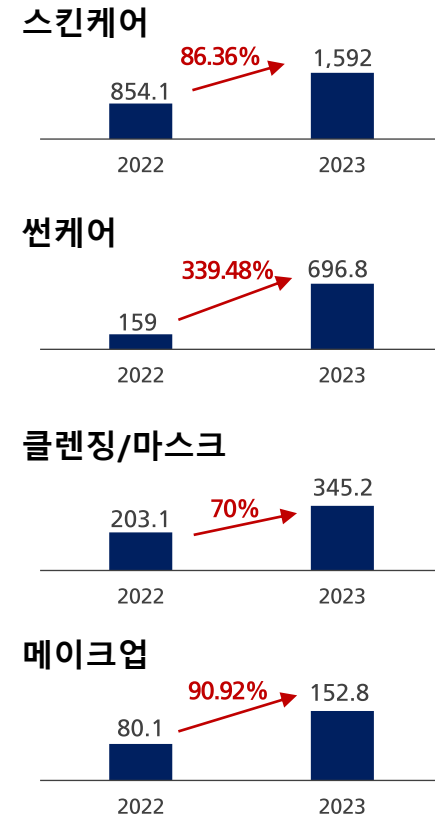
주요 브랜드별 매출 성장률

단위: 억원



주요 기능 구분별 매출 성장률

단위: 억원

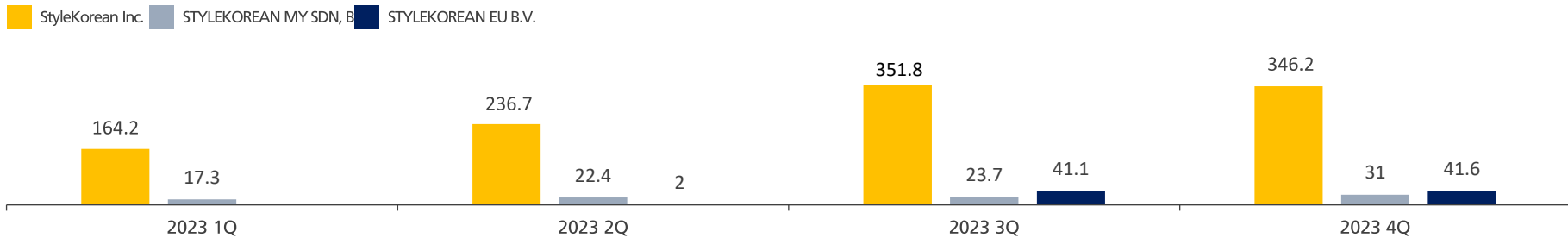


주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 기준 연간 누적 수치

## 해외 지사의 지속적인 성장

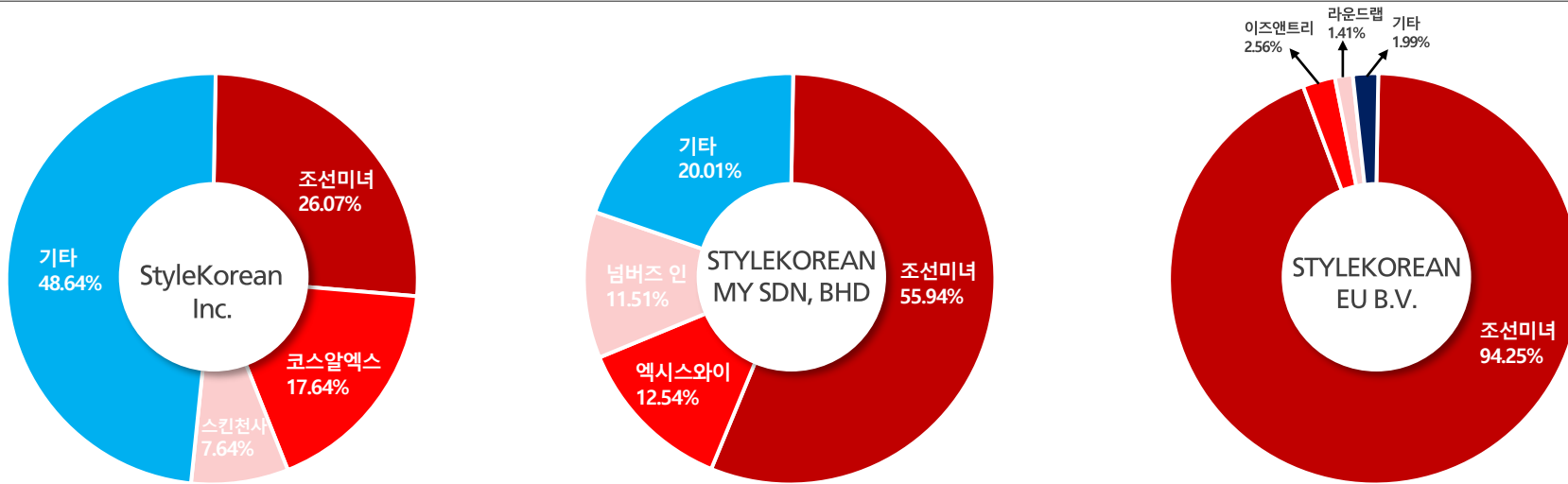
### 지사별 매출액 추이

단위: 억 원



### 지사별 브랜드 매출 순위 TOP 3

기준: 2023년



주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 자사 전산 매출액 출고 기준 연간 누적 수치





Chapter 03

실리콘투만의  
이유 있는 자신감

- 01\_ 미디어를 통한 브랜딩 능력,  
Global Marketing
- 02\_ Global Fulfillment &  
Crossborder Logistics
- 03\_ Localization

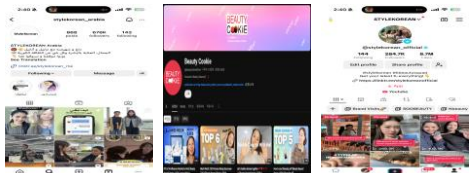


## 글로벌 마케팅에 최적화된 콘텐츠 기획으로 다양한 중소 브랜드의 인지도 제고 및 성장 기여

단위: 십억 원

### 자체 보유 채널

다양한 SNS 채널을 통한 팔로워 400+만 명



Instagram 채널 stylekorean\_arabia, stylekorean\_global, Tiktok 채널 stylekorean\_official

다양한 유통채널로 효율적 마케팅 '원소스 멀티유즈'

- Youtube, Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter 등 다양한 SNS 채널 확보
- 자체 스튜디오 2곳을 통해 콘텐츠 제작 및 배포

### 인플루언서 Pool

전세계 68개국 인플루언서 25,000+ 명



K-컬처 & K-문화 & K-Beauty 트렌드 선도

- 국가별 유명 뷰티 인플루언서와 K-Beauty & 문화 콘텐츠 기획 및 제작
- 인플루언서 현지 팬미팅 행사 진행
- 영향력있는 인플루언서를 통한 노출효과 기대

### V-Commerce

인플루언서와 협업하여 마케팅 진행



인플루언서 프로모션 (LUCKY BOX)



인플루언서 라이브 스트림

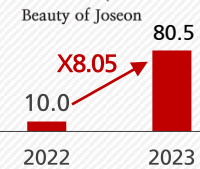
다양한 프로모션을 통한 브랜드 노출

- 브랜드 / 제품 Seeding 진행
  - Try Me Review Me, Giveaway 등 전세계 제품 무료 증정 프로모션을 통한 자사몰 유입 유도
  - 해외 인플루언서들의 영상 콘텐츠를 통한 바이럴 마케팅 진행 (GURUS)

### 실리콘투 매출액 Top 3 브랜드

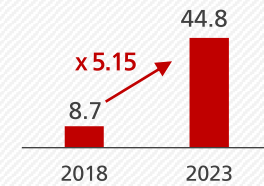
1위

조선 미디어



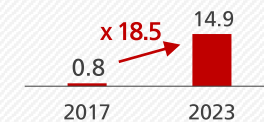
2위

COSRX



3위

Pyunkang Yul



주: CA, PA, 풀필먼트 전체 사업 부문 별도 매출액 기준

## End-to-End 서비스 제공 능력 확대로 LaaS(Logistics-as-a Service) 업체 초석 마련

### 풀필먼트란?

상품의 입고부터 재고관리, 분류, 배송은 물론 사후처리까지 모든 업무를 일괄적으로 처리하는 서비스



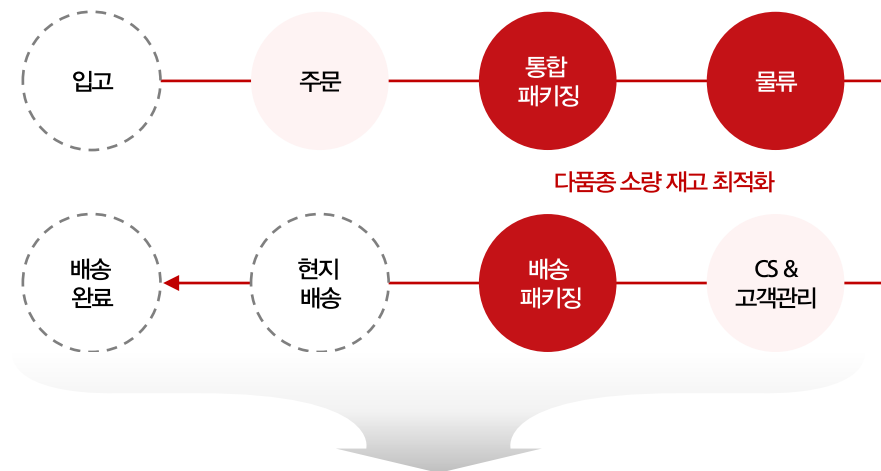
한국 + 6개 글로벌 네트워크 구축



무인자동화 로봇 시스템 (AGV) 도입

### 실리콘투 자동화 물류 시스템

최적화 솔루션 자체 개발 → 물류 자동화 시스템 구축 → 풀필먼트 확장 가능



### 기대효과

- 01\_ 체계적 재고 관리 및 배송 속도
- 02\_ Digitalized 주문 결제 배송 플랫폼
- 03\_ AGV 도입을 통한 인건비 절감 및 작업 효율화 달성



## 현지화 전략을 통해 글로벌 시장을 주도하는 실리콘투

### 물류의 현지화



로케이션 별  
물류 현지화



### 영업의 현지화



현지 사이트,  
현지 영업 진행



### 현지 역량 강화



언어, 결제,  
각종 인증의 현지화



현지화를 통해 고객들에게 보다 나은 서비스를 제공합니다.

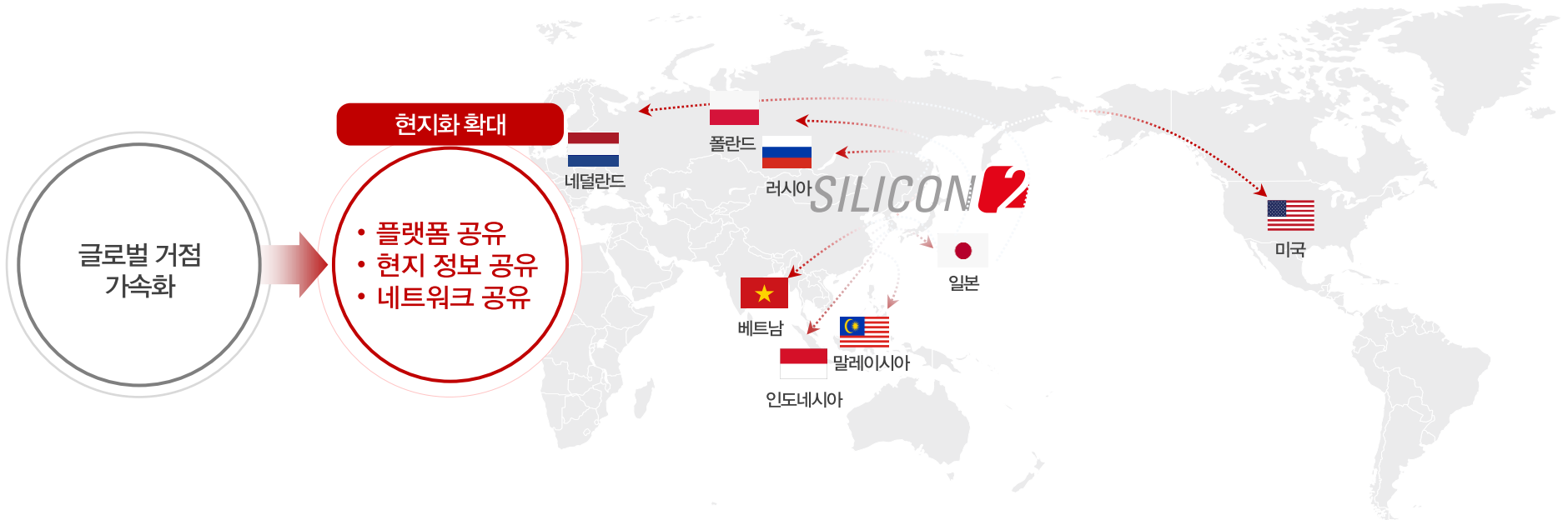


Chapter 04

세계 속의 K-브랜드,  
실리콘투가 선도한다.

- 01\_ 해외 거점 가속화를 통한 현지화 확대
- 02\_ K-Beauty에서 K-Food, K-Fashion,  
K-Style까지 카테고리 확장
- 03\_ K-브랜드 지분투자를 통한 동반 성장 Vision

글로벌 전역에 End-to-End 서비스 공유 → 현지화를 통한 고속 성장



국내 No.1 역량, 글로벌 확대		신규 국가 및 국가간 서비스 확대		글로벌 최적화 물류 시스템 및 현지화 구축			
2015년	2017년	2018년	2019년	2021년	2022년	2023년	To - Be
미국 (캘리포니아)	미국 (뉴저지)	인도네시아	한국 (광주시)	미국 (산타페)	말레이시아 일본	네덜란드, 폴란드 러시아	인도, 남미 지사 설립 등 글로벌 유통망 확대
글로벌 물류 인프라 네트워크 강화							

전략적 제휴 및 축적된 노하우를 통해  
글로벌 오픈 플랫폼 플랫폰 제공

K-Beauty의 성공을 발판삼아 다양한 종류의 K-브랜드 소싱을 통한 제품 라인업 다변화

K-브랜드 라인업 확대

- K-브랜드에 관심이 높은 글로벌 지역별 고객 및 구매 Data 보유
- 기 축적된 글로벌 마케팅 능력 및 수출 노하우 활용
- 경쟁력 있는 국내 중소형 브랜드 육성



플랫폼 기반의 높은 확장성 보유

**Style Korean.com**

K-브랜드 카테고리 확대로 제품 라인업 다변화



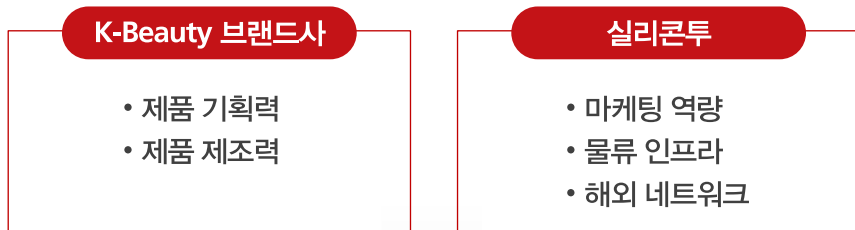
2023년 K-Brand 다양한 라인업 런칭

<p><b>K-Food</b></p>	<p><b>건강기능식품</b></p>
<p><b>K-POP</b></p>	
<p><b>K-Fashion</b></p>	<p><b>K-Style</b></p>

주: 회사 내부 자료

### 대한민국 대표 K-브랜드 지분투자 및 협업을 통해 글로벌 시장 내 동반 성장

#### K-Beauty 브랜드사와 실리콘투 협업을 통한 시너지 창출

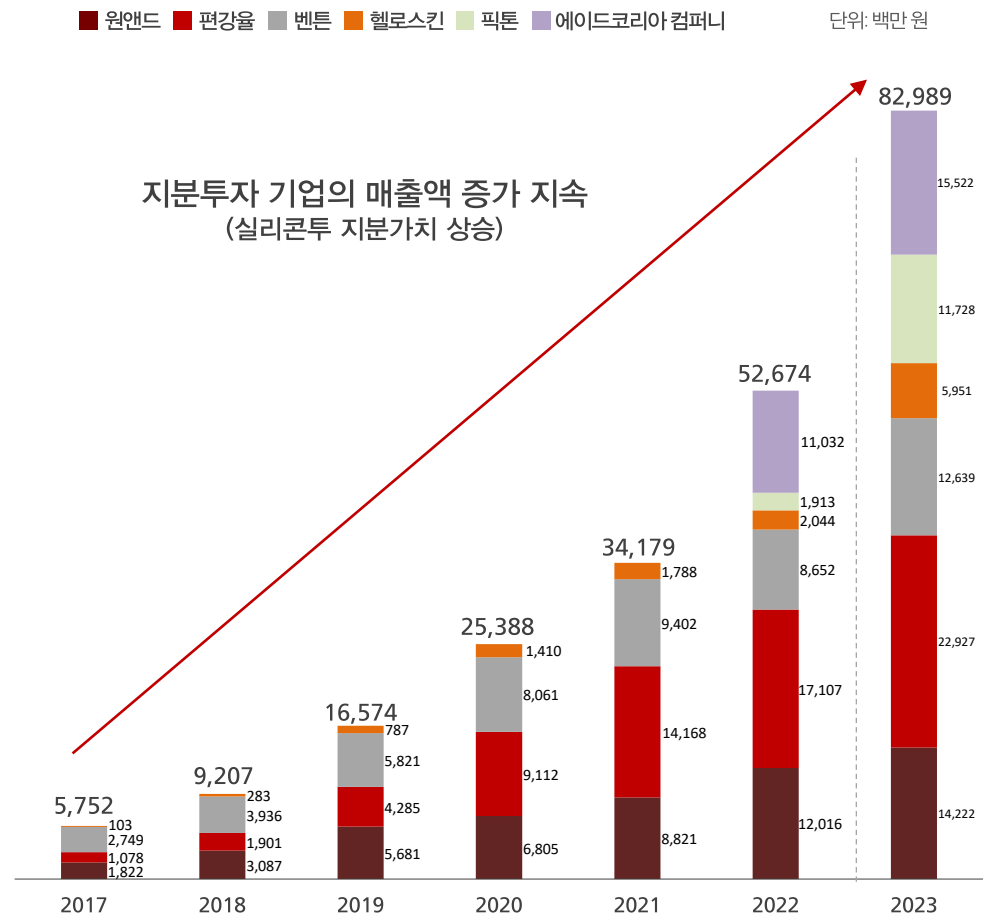


해외 진출에 성공 가능성 높은 브랜드 육성

구분	원앤드	벤튼	편강한방 피부과학 연구소	헬로스킨	픽톤	에이드 코리아 컴퍼니
			Pyunkang Yul		TOCOBO	MARY & MAY
투자시기	2016.03	2016.11	2017.12	2018.02	2021.05	2021.10
투자금액 (지분율)	400 백만원 (23.4%)	300 백만원 (25%)	300 백만원 (10%)	50 백만원 (25%)	300 백만원 (30%)	1,200 백만원 (31.25%)
매출액 CAGR (17년~20년)	53%	102%	43%	144%	-	-

브랜드 추가 투자 진행 완료  
(비더스킨, 제이씨앤컴퍼니, 더플랜트베이스)

#### 지분투자 브랜드사 매출액 추이





# VISION



- 체계화된 해외 유통 시스템
- 맞춤형 해외 고객사 연결
- 현지 오피스 네트워크
- 해외 마케팅 전략 제시



- 빠른 유통 밸류체인
- 다양한 네트워크를 통한 K-브랜드 접근성 용이
- 고도화된 편리한 주문 / 결제 / 배송 / 물류 시스템
- 최신 K-트렌드 정보 전달

Supplier 와 Customer의 니즈를  
충족시킬 수 있는 공유 플랫폼

국가 / 지역별 현지화를 통한 Scale-up 실현



# APPENDIX

## 연결 손익 계산서

단위: 억 원

구 분	제22기	제21기	제20기
	2023년 1월 1일 ~	2022년 1월 1일 ~	2021년 1월 1일 ~
	2023년 12월 31일	2022년 12월 31일	2021년 12월 31일
매출액	3,429	1,652.7	1,310.0
% 성장률	107.5	26.2	31.8
매출총이익	1,151	527.6	386.9
% 이익률	33.6	31.9	29.5
영업이익	478	142.4	87.6
% 이익률	13.9	8.6	6.7
법인세비용차감전 순이익	481	142.7	102.6
% 이익률	14.0	8.6	7.8
당기순이익	380	111.6	82.5
% 이익률	11.1	6.8	6.3

## 연결 재무상태표

단위: 억 원

사업연도	제22기	제21기	제20기
구분	2023년 12월 31일	2022년 12월 31일	2021년 12월 31일
[유동자산]	1,363.9	732.3	688.5
· 당좌자산	578.6	446.3	470.7
· 재고자산	785.4	286.0	217.8
[비유동자산]	788.8	559.9	285.4
· 투자자산	162.3	103.5	48.0
· 유형자산	592.1	441.1	229.8
· 무형자산	0.7	0.9	1.7
· 기타비유동자산	27.8	14.3	6.2
자산총계	2,152.7	1,292.2	973.9
[유동부채]	741.8	286.1	64.6
[비유동부채]	61.4	42.2	46.4
부채총계	803.2	328.3	111.0
[자본금]	303.0	301.9	50.1
[자본잉여금]	301.8	296.3	527.7
[기타포괄손익누계액]	28.4	27.1	22.3
[기타자본항목]	8.4	10.7	8.9
[이익잉여금]	708.1	327.9	254.0
자본총계	1,349.5	963.9	862.9