

2020년 실적

LG H&H

BEAUTY

HDB

REFRESHMENT

2021년 1월 27일

 LG 생활건강

CONTENTS

- 2020년 전사 실적
- 2020년 4분기 전사 실적
- 2020년 사업별 실적
 - Beauty
 - HDB (Home Care & Daily Beauty)
 - Refreshment
- 요약연결재무제표

본 자료는 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로, 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 검토과정에서 달라질 수 있습니다.

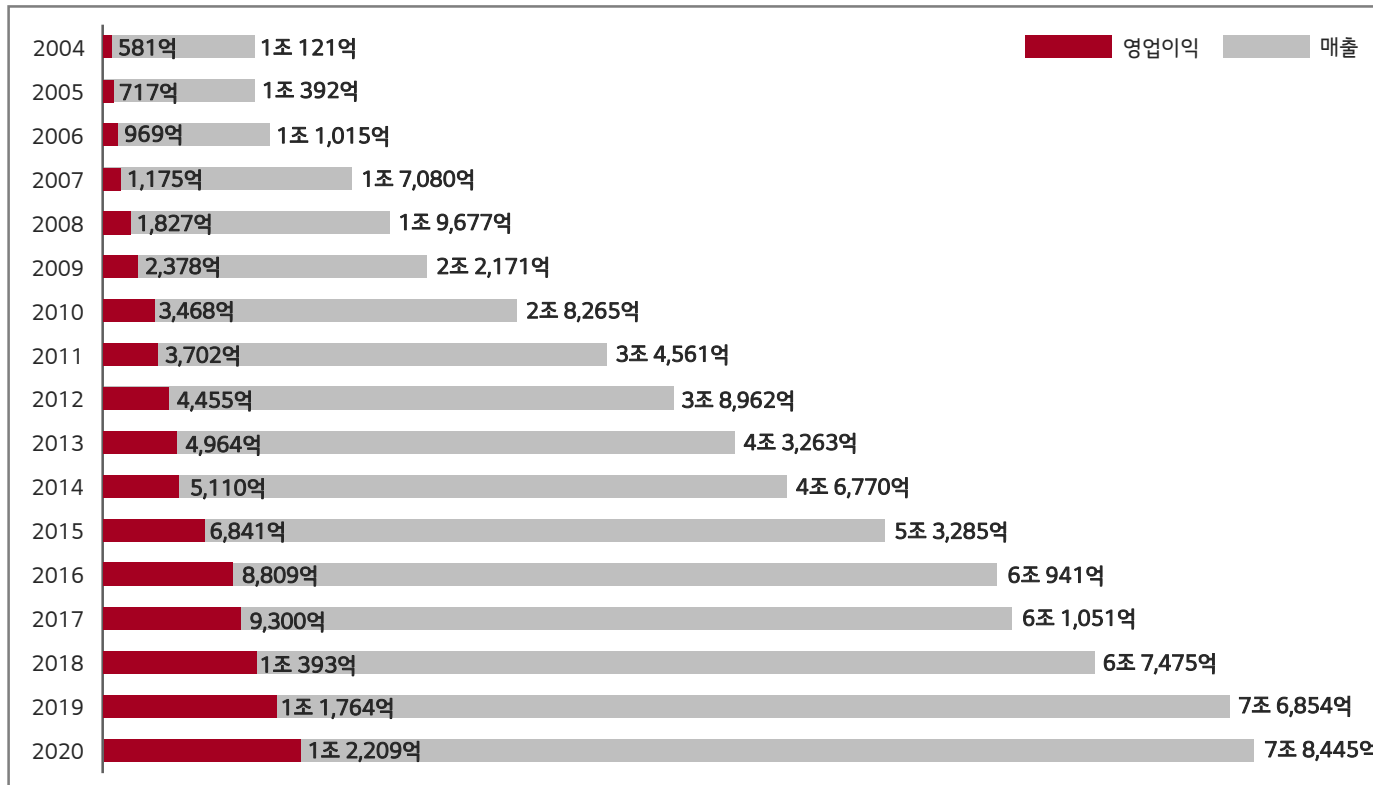
2020년 전사 실적

매출은 전년 대비 2.1% 성장한 7조 8,445억, 영업이익은 3.8% 증가한 1조 2,209억, 당기순이익은 3.2% 증가한 8,131억을 달성하며, 어려운 환경에서도 전사 매출, 영업이익과 당기순이익 모두 사상 최대 실적을 경신하고 16년 연속 성장을 이어갔습니다.

지난 1년은 코로나19로 인한 지속적인 고강도 봉쇄 조치, 그에 따른 극심한 경제활동 위축으로 전 세계적으로 소비심리가 악화되었고, 특히 화장품 시장은 매장 섣다운과 관광객수 급감 등의 영향으로 크게 역성장하였습니다. 이러한 극한의 위기 속에서도 전 사업부가 하나의 목표를 향해 치열하게 경쟁한 결과 사업을 시작한 이래 처음으로 3개 사업 모두 국내 업계 1위를 달성하는 성과를 거두었습니다.

Beauty는 브랜드 포지셔닝 강화를 위해 원칙을 지키면서 브랜드력과 제품력을 기반으로 중국, 미국 등 큰 시장에서 선전하며 위기를 최소화하였고, HDB와 Refreshment는 급변하는 소비자 니즈에 기민하게 대응하여 높은 성장을 이루며 사상 최대 실적을 거두었습니다. Beauty와 Daily Beauty를 합산한 전체 화장품 매출은 5조 5,524억, 영업이익은 9,647억을 기록하였습니다.

연간 매출, 영업이익 추이



연간 실적 요약

(단위: 억원)

	금액	성장률 (전년대비)
❖ 매출	78,445	+2.1%
❖ 영업이익	12,209	+3.8%
Beauty	8,228	-8.3%
HDB	2,053	+63.0%
Refreshment	1,928	+26.2%
❖ 당기순이익	8,131	+3.2%

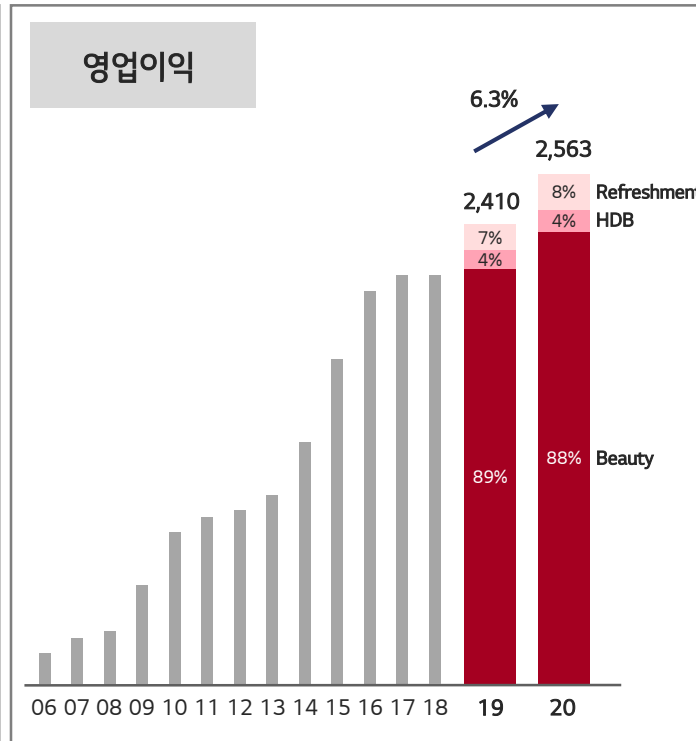
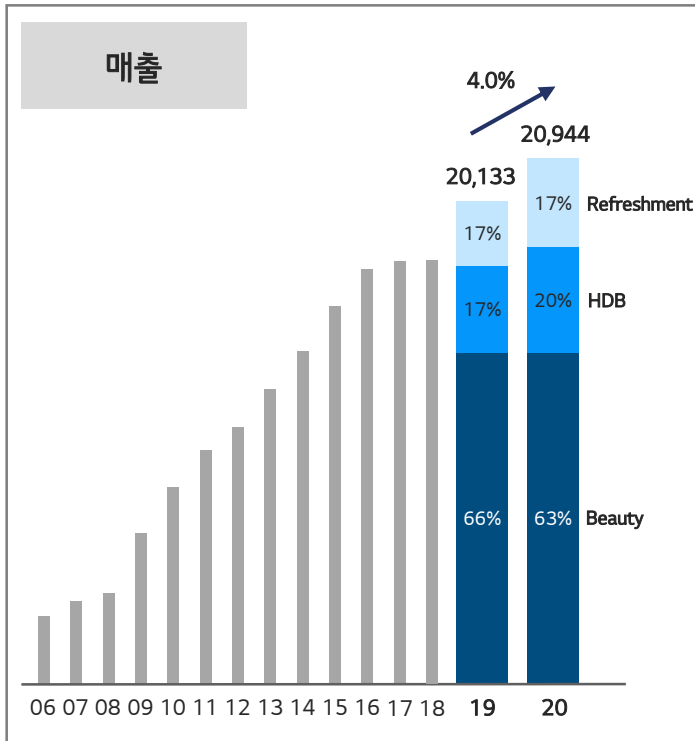
2020년 4분기 전사 실적

4분기 매출은 전년동기 대비 4.0% 성장한 2조 944억, 영업이익은 6.3% 증가한 2,563억, 당기순이익은 6.6% 증가한 1,426억을 기록하였습니다. 코로나19의 3차 대유행이 현실화 되어 소비심리가 더욱 위축된 어려운 경영 환경에서도 매출과 이익 모두 성장하며 사상 최대 4분기 실적을 실현하였습니다.

Beauty는 럭셔리 중심의 차별화된 전략과 해외시장에서의 호조로 외부 환경에 흔들림 없는 우수한 실적을 거두며 한층 강화된 브랜드력을 입증하였습니다. HDB는 프리미엄화와 디지털 채널 강화를 통해 시장 변화에 기민하게 대응하며 높은 성장세를 이어갔고, Refreshment는 탄탄한 브랜드 에쿼티를 보유한 주요 브랜드들이 지속 성장하였습니다. Beauty와 Daily Beauty를 합산한 전체 화장품 4분기 매출은 1조 5,703억, 영업이익은 2,293억을 기록하였습니다.

매출은 2005년 3분기 이후 60분기 성장하였고, 영업이익은 2005년 1분기 이후 63분기 증가세를 이어갔습니다.

4분기 매출, 영업이익 추이

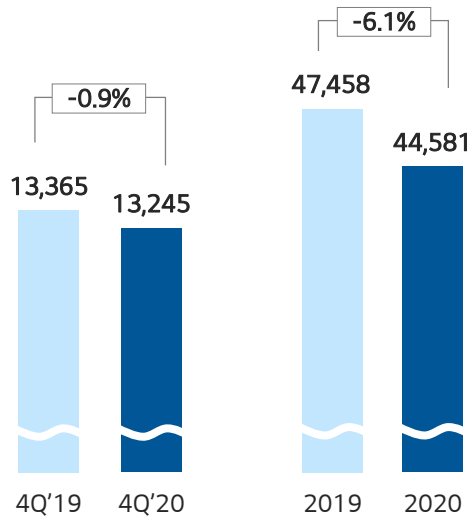


(단위: 억원) 4분기 실적 요약

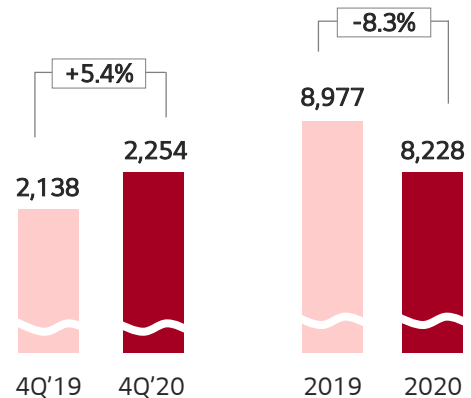
	금액	성장률 (전년대비)
❖ 매출	20,944	+4.0%
❖ 영업이익	2,563	+6.3%
Beauty	2,254	+5.4%
HDB	100	+7.4%
Refreshment	209	+17.1%
❖ 당기순이익	1,426	+6.6%

2020년 사업별 실적 - Beauty

매출 (억원)



영업이익 (억원)



Key Brands

브랜드	4분기	연간
The history of 후 (후)	+19%	+1%
O HUI (오휘)	+37%	+4%
The First (오휘 더 퍼스트)	+64%	+46%
Su:m 37° (숨)	-14%	-27%
losecSumma (로시크숨마)	-9%	-18%
CNP (씨앤피)	-6%	+7%

4분기 매출은 전년동기 대비 0.9% 감소한 1조 3,245억을, 영업이익은 5.4% 증가한 2,254억을 달성하였습니다.

화장품 시장이 코로나19 영향에서 회복하지 못하는 환경에서도 럭셔리 화장품은 지난 분기에 이어 지속적인 성장세로 시장대비 양호한 실적을 실현하였습니다.

해외여행 제한으로 고전하는 면세점 채널에서도 소비자들의 수요에 기반한 럭셔리 브랜드들의 호실적으로 2020년 초 코로나19 확산 이후 처음으로 매출이 전년동기 대비 소폭 성장하는 성과를 이루었습니다.

특히, 중국에서는 지속적으로 투자해 온 디지털 채널에서 당사 럭셔리 브랜드들이 높은 매출 성장을 이루며, 코로나19 상황에서도 글로벌 입지를 다시 한번 확인하였습니다. 이러한 성과에 힘입어 중국 화장품 매출은 전년동기 대비 4분기 41%, 연간 21% 성장하였습니다.

연간 매출은 4조 4,581억, 영업이익은 8,228억을 달성하여 전년 대비 각각 6.1%, 8.3% 감소하였습니다.

'후 천기단 화현'

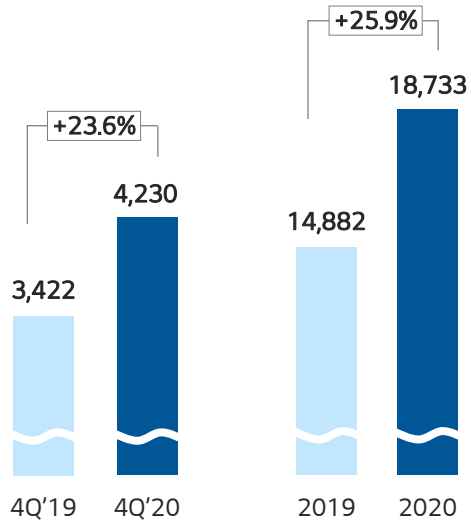


'오휘 더 퍼스트'

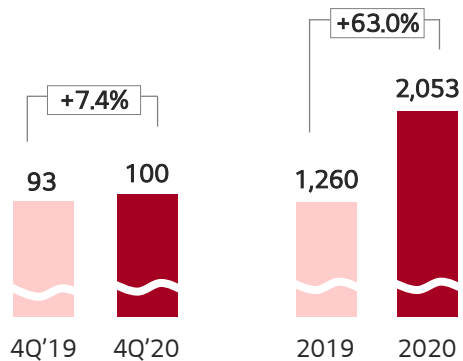


2020년 사업별 실적 – HDB (Home Care & Daily Beauty)

매출 (억원)



영업이익 (억원)



Key Brands

브랜드	4분기	연간
 리엔	+58%	+53%
 VEILMENT (벨먼)	+16%	+24%
 죽염	+18%	+8%
 샤프란	+5%	+14%
 홈스타	+9%	+12%

4분기 매출은 전년동기 대비 23.6% 성장한 4,230억을 달성하고, 영업이익은 7.4% 증가한 100억을 달성하였습니다.

코로나19 영향이 지속되어 소비 회복이 더딘 환경에서 '리엔 닥터그루트', '벨먼'과 같은 차별화된 프리미엄 브랜드에 집중하고, 디지털 채널을 통한 소비자 커뮤니케이션을 강화한 결과, 높은 매출 성장을 이루었습니다. 특히, 빠르게 성장하는 이커머스 시장에서 직영몰 확대, 온라인 마케팅 강화, 라이브 방송의 적극적인 활용으로 다양한 브랜드들이 고성장세를 이어갔습니다.

신규 브랜드인 '피지오겔'은 핸드크림, 미스트, 토너, 립밤 등 신제품을 출시하고, 중국, 일본, 미국 등으로 시장 확대를 위한 준비를 시작하였습니다.

중국에서도 '히말라야 핑크솔트', '윤고', '닥터그루트' 등의 프리미엄 브랜드들이 매출 성장을 견인했으며, 온라인 매출 비중 또한 확대해 나가고 있습니다.

연간 매출은 1조 8,733억, 영업이익은 2,053억을 달성하여 전년 대비 각각 25.9%, 63.0% 성장하였습니다.

'닥터그루트'

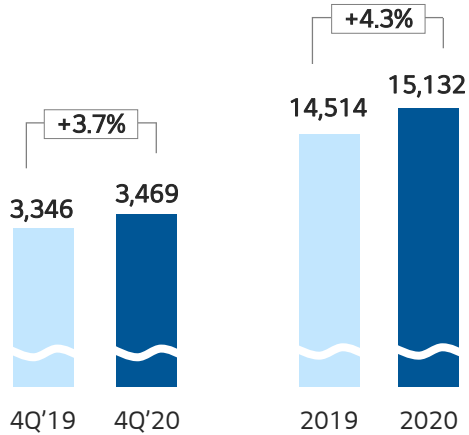


'벨먼'



2020년 사업별 실적 - Refreshment

매출 (억원)



Key Brands

브랜드	4분기	연간
 (코카콜라)	+13%	+12%
 (조지아)	+2%	+4%
 (몬스터에너지)	+55%	+90%
 (씨그램)	+36%	+30%
 (구산브랜드)	+16%	+20%

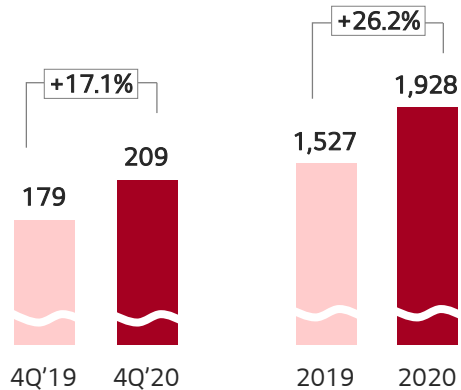
4분기 매출은 전년동기 대비 3.7% 성장한 3,469억을, 영업이익은 17.1% 증가한 209억을 달성하였습니다. 영업이익률은 6.0%로 0.7%p 개선되었습니다.

코로나19 영향으로 연말 외부활동이 제한되는 등 사업 환경은 계속해서 어려웠습니다. 이러한 상황에서도 주요 브랜드들의 견고한 실적으로 비수기임에도 불구하고 매출과 이익 모두 성장을 이어갈 수 있었습니다.

'코카콜라', '몬스터에너지', '조지아' 등 주요 브랜드들이 꾸준히 소비자들의 선택을 받으며 브랜드 에퀴티를 강화해 나갔습니다. 또한, 강한 브랜드력을 바탕으로 온라인 뿐만 아니라 편의점, 식품점 채널에서 선전하며 매출 성장을 견인하였습니다.

연간 매출은 1조 5,132억, 영업이익은 1,928억을 달성하여 전년 대비 각각 4.3%, 26.2% 성장하였습니다.

영업이익 (억원)



'코카콜라 크리스마스 에디션'



'몬스터에너지'



요약연결재무제표

연결손익계산서

(단위: 억원, %)	4분기		
	2019	2020	증감률
매출액	20,133	20,944	4.0%
매출원가	7,494	7,626	1.8%
(매출원가율)	37.2%	36.4%	-0.8%p
매출총이익	12,639	13,318	5.4%
판매관리비	10,229	10,755	5.1%
영업이익	2,410	2,563	6.3%
(영업이익률)	12.0%	12.2%	0.3%p
법인세비용차감전 순이익	1,944	2,058	5.9%
법인세비용	605	632	4.4%
당기순이익	1,338	1,426	6.6%

(단위: 억원, %)	연간		
	2019	2020	증감률
매출액	76,854	78,445	2.1%
매출원가	29,172	29,629	1.6%
(매출원가율)	38.0%	37.8%	-0.2%p
매출총이익	47,682	48,816	2.4%
판매관리비	35,918	36,607	1.9%
영업이익	11,764	12,209	3.8%
(영업이익률)	15.3%	15.6%	0.3%p
법인세비용차감전 순이익	10,921	11,211	2.7%
법인세비용	3,039	3,080	1.3%
당기순이익	7,882	8,131	3.2%

연결재무상태표

(단위: 억원, %)	2019년 12월말		2020년 12월말	
자산	64,937	100%	68,014	100%
유동자산	21,631	33%	19,828	29%
현금성자산	6,471	10%	4,341	6%
매출채권	6,110	9%	5,856	9%
재고자산	7,463	11%	8,090	12%
기타유동자산	1,586	2%	1,541	2%
비유동자산	43,306	67%	48,186	71%
유형자산	23,514	36%	25,744	38%
무형자산	17,873	28%	20,634	30%
투자자산	1,444	2%	1,183	2%
기타비유동자산	474	1%	625	1%
부채	22,566	35%	19,522	29%
유동부채	17,712	27%	14,797	22%
단기/유동성차입금	3,912	6%	1,900	3%
매입채무	2,907	4%	2,512	4%
미지급금	3,490	5%	3,353	5%
기타유동부채	7,403	11%	7,032	10%
비유동부채	4,854	7%	4,725	7%
사채/장기차입금	336	1%	528	1%
기타비유동부채	4,518	7%	4,197	6%
자기자본	42,371	65%	48,492	71%
자본금	886	1%	886	1%
이익잉여금	41,747	64%	48,054	71%
기타자본	-1,166	-2%	-1,380	-2%
비지배주주지분	904	1%	932	1%
부채 비율	53.3%		40.3%	