에이유브랜즈 (481070)

Young China, 너로 정했어

Not Rated

현재주가(12.02) **18,900원**

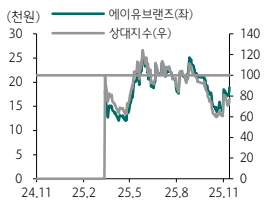
Key Data

KOSDAQ 지수 (pt)	928.42
52주 최고/최저(원)	25,500/12,040
시가총액(억원)	2,676.2
시가총액비중(%)	0.05
발행주식수(천주)	14,160.0
60일 평균 거래량(천주)	46.8
60일 평균 거래대금(억원)	8.9
외국인지분율(%)	2.10
주요주주 지분율(%)	
에이유커머스 외 1 인	61.04
무신사파트너스 외 3 인	21.19

Consensus Data

	2025	2026
매출액(억원)	N/A	N/A
영업이익(억원)	N/A	N/A
순이익(억원)	N/A	N/A
EPS(원)	N/A	N/A
BPS(원)	N/A	N/A

Stock Price



Financial Data (십억원, %, 배, 원)

투자지표	2021	2022	2023	2024
매출액	0	189	419	446
영업이익	0	64	162	124
세전이익	0	60	163	123
순이익	0	48	132	101
EPS	0	460	1,034	807
증감율	N/A	N/A	124.8	-22.0
PER	0.0	0.0	0.0	0.0
PBR	0.0	0.0	0.0	0.0
EV/EBITDA	0.0	0.0	0.0	0.0
ROE	0.0	64.0	63.4	31.5
BPS	0	595	1,632	2,565
DPS	0	0	0	0

Analyst 박찬솔 chansolpark@hanafn.com
RA 신민건 mingun.shin@hanafn.com

하나증권 리서치센터

레인부츠로 유명해진 브랜드, 다른 패션 아이템도 잘한다

25년 4월 코스닥에 신규 상장한 '락피쉬웨더웨어' 브랜드 보유 패션/유통 업체다. 영국 젠나의 '락피쉬'라는 상표권과 사업권을 인수하면서 초기 레인부츠 위주의 실적 성장을 보였지만, 최근에는 사계절 패션 수요에 대응하기 위해 '락피쉬웨더웨어'로 리브랜딩하며 메리제인 슈즈/스니커즈/겨울화/패션 잡화 등 카테고리 확장을 진행 중이다. 주로 10-40대 여성 소비층을 타겟하는 락피쉬웨더웨어의 3Q25 누적 매출액 비중은 레인부츠 19.4%, 메리제인 15.7%, 잡화 8.8%, 겨울화 7.8%, 기타 34.4%다.

실적 턴어라운드가 코앞

3Q25 실적은 시장의 기대치를 크게 하회했다. 플래그십 매장 확장으로 인한 인건비 증가와, 짧은 장마철로 저조했던 레인부츠 판매량 영향이었다. 그러나 4Q25부터는 실적이 반전하는 모습을 기대할 수 있다. 먼저 겨울철에 대비해서 겨울화/겨울웨어 카테고리 확장을 착실히 준비해왔고, 10월 기준으로만 보면 작년 동기 대비 매출액이 2배 가량 늘어 났을 것으로 추정된다. 11월/12월 월평균 매출액 100억원 이상을 기록해 올해 연간 매출액 600억원대를 목표하고 있다. 오프라인 매장이 24년 11월 기준 3개에서 25년 12월 22개~24개로 확장되기 때문에 무리한 목표치는 아니라고 판단된다. 따라서 올해 연간 영업이익은 100~120억원 수준 달성을 예상한다. 세부적으로 보면 현재 2025년 국내 플래그십의 월평균 매출액은 3-7억원, 백화점 매장은 1-2억원 수준을 기록 중이다. 패션업종 업황을 감안하면 매우 높은 수준의 매장당 매출액이다. 중국 제외 해외 마켓에는 홍콩 2개, 태국 2개, 대만 3개, 일본 1개, 마카오/말레이시아/기타 등 4개 매장 등 총 13개 오프라인 매장 구축을 완료한 것으로 추정한다. 해외 중 핵심 시장인 중국은 베이징(2개), 상해(2개), 항저우(2개), 충칭(1개), 심천(1개), 청두(1개) 매장을 오픈했다. 2025년 12월 중국에 3개 매장(상해 APM, 베이징 Chaoyang Hopson One, 소주 Bicester Village)을 추가로 확장할 계획이다. 2025년 중국 매장의 월평균 매출액은 3-4억원 수준이다. 소비력이 높은 사이트에서 긍정적인 실적 흐름을 만들어 내고 있다.

투자의견 및 밸류에이션

대부분 국내 의류/브랜드 업체들의 PER은 10배 미만이다. 업황의 부진, 재고 상태, 치열한 경쟁 환경 때문이다. 하지만 2024년 에이유브랜즈가 주장한 해외 확장에 성공한다면 2024년처럼 PER 20배 이상의 멀티플을 부여가 가능하다고 본다. 25년 11월/12월 합산 매출액이 200억원을 초과하고 영업이익률도 20-30% 가까이 달성이 가능하다고 보는데, 실적이 현실화되는 시점에 주가가 긍정적으로 반응할 것으로 예상한다.

1. 사계절 패션웨어로 진화 중

1) 락피쉬웨더웨어(Rockfish Weatherwear) 브랜드

25년 4월 코스닥에 신규 상장한 '락피쉬웨더웨어' 브랜드 보유 패션 브랜딩/유통 업체다. 패션 브랜드 인수 전략으로 사업을 확장 시키고 있으며, 최근에는 여러 스트릿 패션 디자이너들과 협력하면서 고유 브랜드의 네임밸류를 키우고 있다. 영국 젠나의 '락피쉬'라는 상표권과 사업권을 인수하면서 초기 레인부츠 위주의 실적 성장을 보였지만, 최근에는 사계절 패션 수요에 대응하기 위해 '락피쉬 웨더웨어'로 리브랜딩하며 메리제인 슈즈/스니커즈/겨울화/패션 잡화 등 카테고리 확장을 진행 중이다. 락피쉬웨더웨어의 3Q25 누적 매출액 비중은 레인부츠 19.4%, 메리제인 15.7%, 잡화 8.8%, 겨울화 7.8%, 기타 34.4%다. 또 상장 전에는 무신사/29CM와의 전략적 제휴를 기반으로 자사몰 포함 온라인 위주 사업을 진행했다면, 상장 후에는 국내외 오프라인 채널 확장에 주력하고 있다.

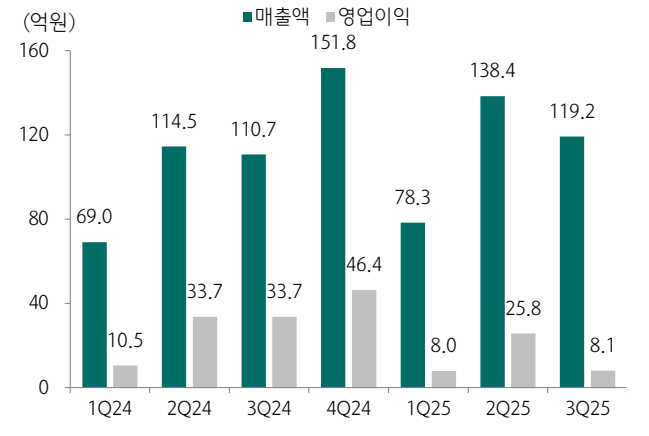
연결 종속 기업으로 고요웨어(한국), Zennar(영국 젠나), AU Brands Japan(일본), AU Industrial Shanghai(중국), AU Brands Hangzhou Trading(중국)을 보유 중이다.

2) 2025년 실적 흐름

2025년 실적 흐름을 살펴보면 2024년 대비 매출액은 증가했지만(YoY 1Q25 +13.4%, 2Q25 +20.8%, 3Q25 +7.7%), 영업이익률의 경우 1Q25 이후 해외 확장 비용, 디자이너 콜라보 마케팅비, 플래그십 직원 인건비(고용인원이 작년 동기 대비 2배 가량 증가) 등 높아진 판관비 영향으로 작년 대비 전체적으로 레벨 다운된 상태이다. 올해 장마 기간 또한 짧아 3Q25 레인부츠 매출액이 작년 대비 저조하면서 3Q25 실적은 시장의 기대치를 크게 하회했다.

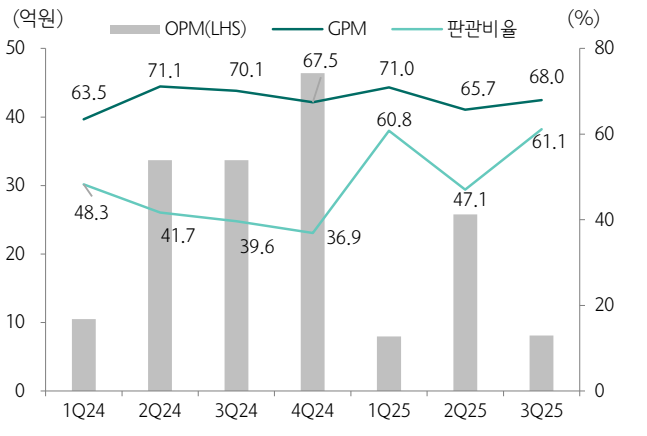
그러나 4Q25부터는 실적이 반전되는 모습을 기대할 수 있다. 먼저 겨울철에 대비해서 겨울화/겨울웨어 카테고리 확장을 착실히 준비해왔고, 10월 기준으로만 보면 작년 동기 대비 매출액이 2배 가량 늘어 났을 것으로 추정된다. 11월/12월 월평균 100억원 이상을 기록해 올해 매출액 600억원대를 목표하고 있다. 오프라인 매장이 24년 11월 기준 3개에서 25년 12월 22개~24개로 확장될 것이기 때문에 무리한 목표치는 아니라고 판단된다. 올해 연간 영업이익은 100~120억원 수준 달성을 예상한다.

도표 1. 에이유브랜즈 연결 매출액 및 영업이익 추이



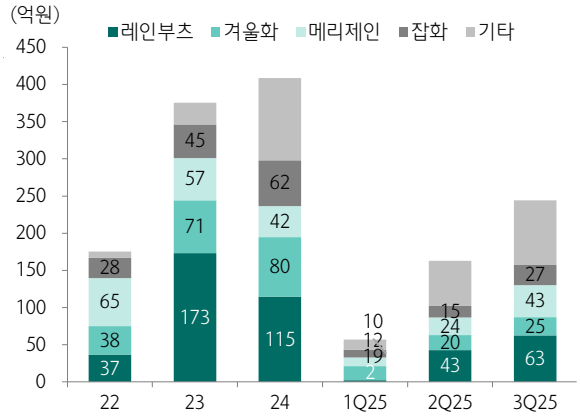
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 2. 에이유브랜즈 매출총이익률 및 판관비율 추이



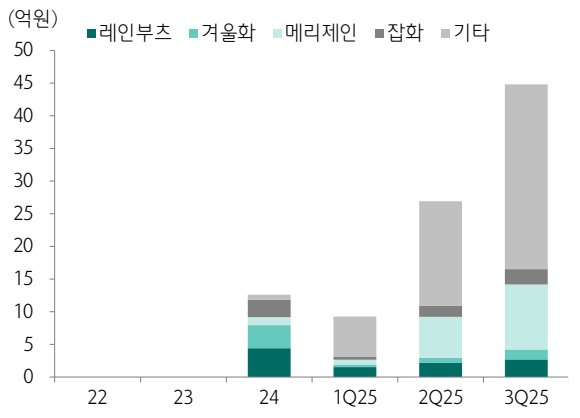
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 3. 에이유브랜즈 국내 매출액 추이



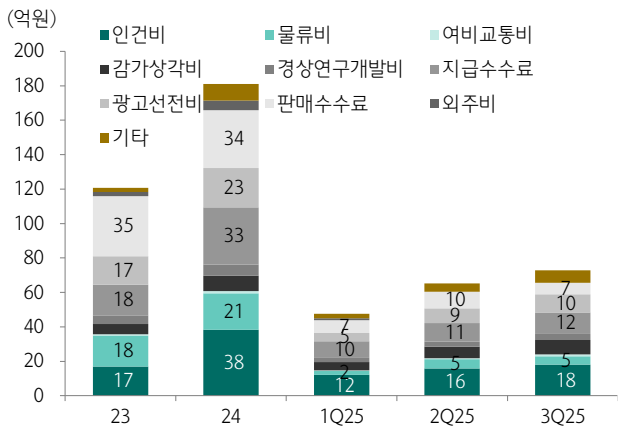
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 4. 에이유브랜즈 해외 매출액 추이



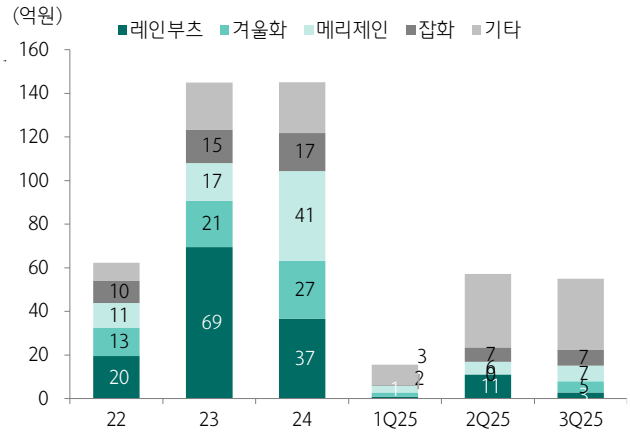
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 5. 판매관리비(인건비, 지급수수료, 광고비, 판매수수료 비중 높음)



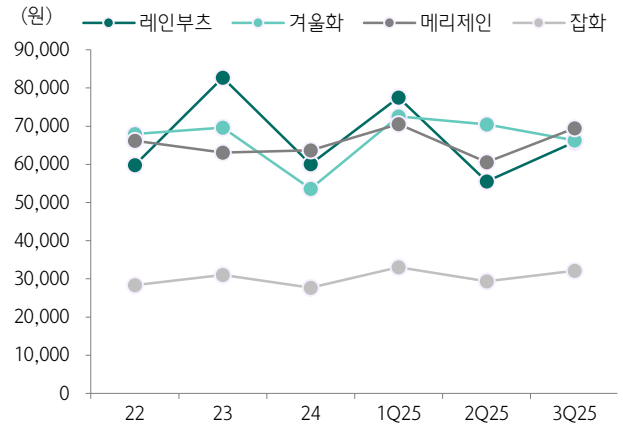
주1: 인건비는 급여, 복리후생비, 주식보상비용의 합산 금액
주2: 물류비용은 운반비와 포장비의 합산 금액
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 6. 매입원가(주요제품: 레인부츠, 겨울화, 메리제인)



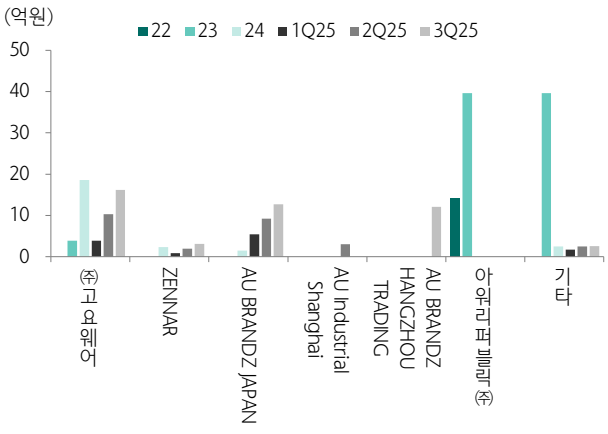
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 7. 에이유브랜즈 주요 제품 가격 추이



자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 8. 에이유브랜즈 종속회사 매출액 추이



자료: 에이유브랜즈, 하나증권

2. 사업은 사이즈 있는 핵심 업체랑 빠르게

1) 브랜드를 만들어 현지화하는 기업

에이유브랜즈는 브랜드를 만들어 현지에 유통하는데 강점이 있는 기업이다. 2010년 영국 젠나와 파트너 계약을 맺었고, 2013년 젠나의 락피쉬 브랜드의 한국 상표권과 사업권을 인수했다. 그리고 2024년 젠나의 지분 100%를 확보해 글로벌 확장에 나서고 있다. 전세계적으로 해당 지역 Celebrity Gifting 포함 바이럴 이벤트들을 주기적으로 진행하고, 아시아 마켓에 적합한 브랜드를 구축하는데 힘을 쏟았다. 국내에서는 무신사/29CM와 독점 파트너십을 맺으면서 무신사의 신규 디자이너 브랜드 육성 정책에 힘입어 동반 성장했다. 무신사 라이브 방송에서 소비자들과 브랜드의 친밀감을 쌓는 형태의 마케팅을 진행하기도 했다. 주로 10-40대 여성을 타겟으로 여러 SNS 프로모션 등 참여유도형 이벤트들을 주도하면서 Z세대에 인지도가 있는 브랜드로 성장하게 되었다.

브랜드 콜라보 제품도 꾸준히 출시하고 있다. 국내 스트릿 패션 브랜드 999Humanity, Mardi Mercredi, Goyowear, The Barnnet 등과 협업해 신발/의류 제품을 출시했다. 그뿐 아니라 Netflix: Next in Fashion 시즌 1 우승 디자이너 민주킴, 세계적인 중국계 디자이너 Susan Fang과 락피쉬웨더웨어 디자이너 제품을 별도로 런칭했다.

현재 가장 많은 자원을 투입하고 있는 해외 진출을 본격적으로 하기 전 미리 팝업 스토어를 열어 락피쉬의 브랜드를 확장하는 계기를 만들어 왔다. 일본/중국/대만/마카오/홍콩/태국 등에서 7-10일간 팝업스토어를 열면서 짧은 기간에 평균적으로 1-2억원을 달성해 높은 수준의 수요를 먼저 확인했다.

이제 수요 레벨이 확인된 만큼, 주요 지역별로 현지 파트너와 함께 빠르게 오프라인 매장을 늘릴 계획이다. 중국 사업은 에이유브랜즈가 지분 51%, 현지 컨소시엄(Shanghai Sheng Hong Jing Sheng Brand Management)이 49%를 보유한 JV가 담당한다. 컨소시엄 내에서 우진(Hangzhou Yeazone)이 판매망을 제공/확보하는 역할을 하는데, 이 업체는 HOKA, MLB, New Balance 등의 중국 유통을 맡아온 검증된 업체다. 에이유브랜즈가 내부적으로 중국 내에서 제2의 MLB가 될 수 있다고 기대하는 것은 이 대형 유통사의 트랙 레코드 영향도 크다.

2) 해외는 오프라인에 집중/해외 온라인은 자사몰 위주

에이유브랜즈는 25년 11월 서울에서 제 1회 락피쉬 글로벌 얼라이선스 미팅을 개최했다. 주요 오프라인 파트너사 일본 토요다트레이딩, 대만 인빈서블, 태국 퍼시피카 포함 여러 파트너사들이 모였다. 신세계인터내셔날에서 BAPE, Chrome Hearts와 계약을 진행했던 해외사업부장 이력의 에이브랜즈 최대혁 이사 등과 락피쉬웨더웨어의 미래 사업 가치에 대해서 논의했을 것이다. 기존 목표대로 3년 이내 해외 매장 50개 매장을 구축하는데 한번 더 점검하고 빠르게 확장할 수 있도록 확인/검토한 것으로 파악된다.

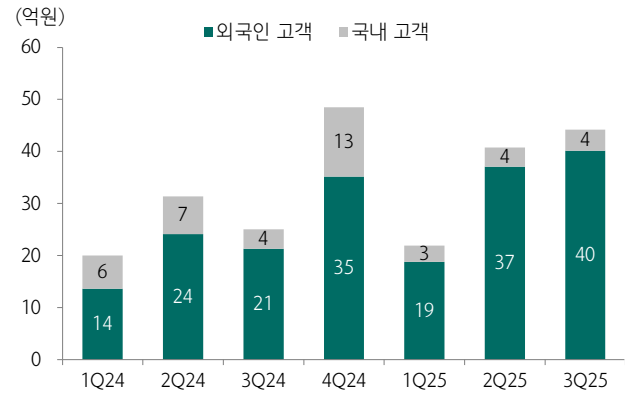
글로벌 온라인 사업의 경우 최근 자사몰을 통해 주요 25개국에서 바로 주문할 수 있는 시스템을 구축했다. 일본의 조조타운/라쿠텐(진출 예정), 중국 티몰/샤오홍슈 등 현지몰과 더불어 자사몰 또한 글로벌 플랫폼으로 성장시킬 계획을 가지고 있다.

도표 9. 에이유브랜즈 판매 채널

매출 유형	품 목	구 분	판매경로		
제품 매출	전제품	수출	당사 → 해외 파트너 → 소비자		
		국내	온라인	자사몰	자사몰
				패션플랫폼	패션플랫폼
				타채널	타채널
			오프라인	직영매장	직영매장
				위탁	위탁
				홀세일	홀세일

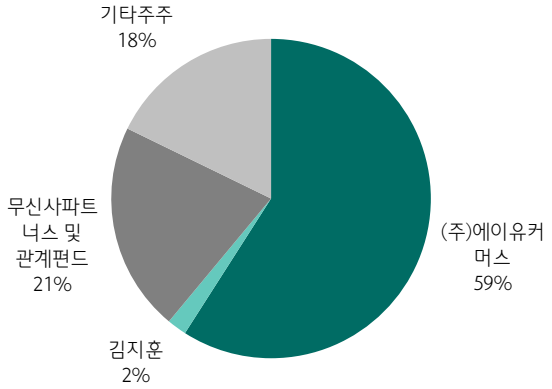
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 10. 에이유브랜즈 직영매장 매출액 추이(대부분 외국인 고객)



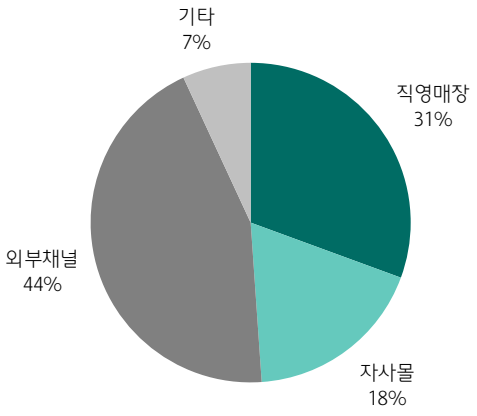
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 11. 에이유브랜즈 주요 주주 구성



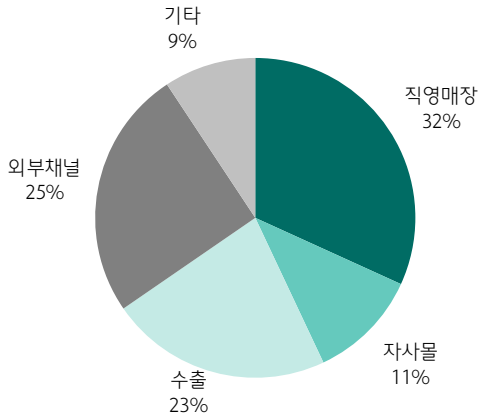
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 12. 2024년 채널별 매출액 비중(매출액 규모 446억원)



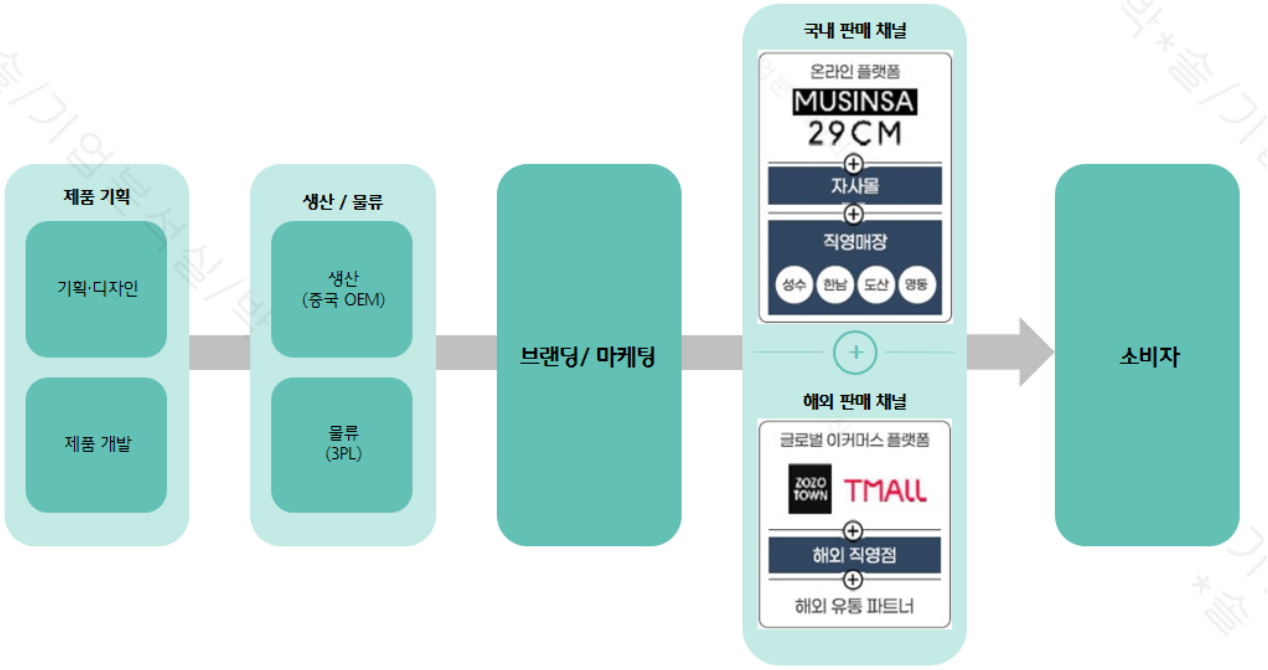
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 13. 3Q25 누적 채널별 매출액 비중(매출액 규모 336억원)



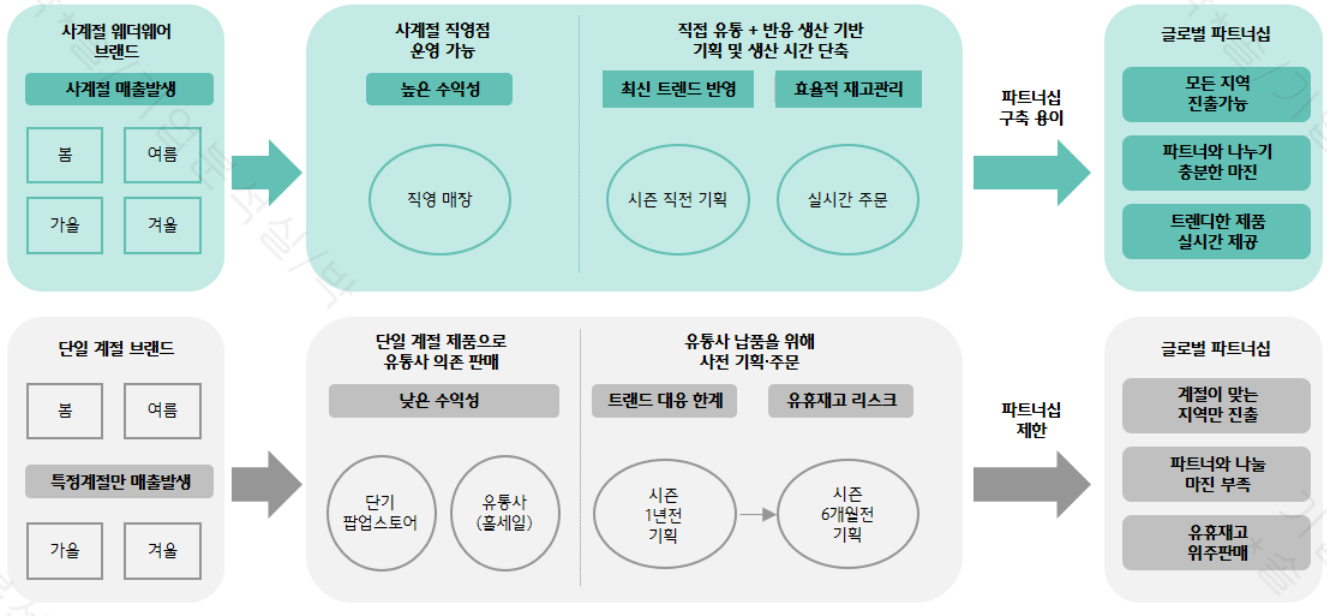
자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 14. 에이유브랜즈 Business Model(성장시킬 서양권 브랜드를 찾아 중국에서 생산해 가격 경쟁력 확보)



자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 15. 사계절 사업이 가능하도록 사업구조 변화 중(제품 다변화 + 채널 고도화 + 현지 디자인/소싱/생산 가속화)



자료: 에이유브랜즈, 하나증권

3. 공급(유통망+제품 카테고리) 확대

1) 고객이 모이는 곳에서 사업한다

에이유브랜즈는 핵심 상권에서 사업을 하는 것을 목표한다. 핫플레이스에서 핫브랜드가 되는 것이 중요하다. 스포트라이트를 받기 위해서 사전 준비를 많이 하는 편이다. 국내에서는 한남(22.06)/성수(23.05)/명동(25.04)/도산(24.12)에 플래그십 매장으로 구축했다. 백화점은 2025년 8월 부산 신세계 센텀시티와 더현대서울 매장, 9월에는 신세계 강남 매장을 오픈했다. 트렌드와 트래픽을 모두 보유한 핵심 상권이다. 이런 노력으로 2025년 국내 플래그십의 월평균 매출액은 3-7억원, 백화점 매장은 1-2억원 수준을 기록 중이다. 패션업종 업황을 감안하면 매우 높은 수준의 매장당 매출액으로 판단한다.

중국 제외 해외 마켓에는 홍콩 2개, 태국 2개, 대만 3개, 일본 1개, 마카오/말레이시아/기타 등 4개 매장 등 총 13개 오프라인 매장을 구축했다. 해외 중 핵심 시장인 중국은 베이징(2개), 상해(2개), 항저우(2개), 충칭(1개), 심천(1개), 청두(1개) 매장을 오픈했다. 2025년 12월 중국에 3개 매장(상해 APM, 베이징 Chaoyang Hopson One, 소주 Bicester Village)을 추가로 확장할 계획이다. 2025년 월평균 매출액은 3-4억원 수준이다. 소비력이 높은 사이트에서 실적을 만들고 있다.

2) 이제 일상화, 일반 의류를 한다

현재 레인부츠 위주의 실적에서 메리제인과 스니커즈로 다변화되고 있다. 메리제인 카테고리의 경우 24년 42억원을 기록했는데, 3Q25 누적 이미 78억을 기록했다. 해외에서도 메리제인에 대한 반응이 좋다. 메리제인과 함께 사계절 모두 착용하는 스니커즈 카테고리도 빠르게 성장시킬 계획을 갖고 있다. 현재 메리제인/스니커즈/목도리/장갑/겨울화 등이 육성 카테고리인데, 향후 젤리슈즈와 같은 여름 샌들, 브랜드 의류 라인, 고요웨어 등 러닝, 잡화까지 확대할 계획이 있다. 또 다양한 브랜드간 콜라보와 디자이너 협업을 통해서 제품 가능성을 테스트하고 K-Fashion의 바운더리를 확장하려고 노력하고 있다.

도표 16. 에이유브랜즈 국내/해외 주요 매장별 (추정 포함)월평균 매출액 규모

국가명	매장명	추정 월평균 매출액(억원)
중국	베이징 산리툰	4.0
	상해 안푸루	6.0
	심천 Mixc	4.0
	청두 Mixc	3.0
	베이징 시단(Joy City)	4.0
	상해 난징시루	4.0
	항저우 Hubin Yintai In77	3.0
	항저우 Mixc (11~12월 개장)	3.0(추정)
	충칭 Paradise Walk (11~12월 개장)	3.0(추정)
중국 외 해외	홍콩(2개 매장) 합산	2.5~5.0
	태국(2개 매장) 합산	2.0~6.0
	대만(3개 매장) 합산	2.5~7.5
	일본(1개 매장)	3.0~4.0
	마카오/말레이시아/기타 (4개 매장) 합산	3.0~5.0
국내	도산	2.5
	한남(25년 7월 매장 증축)	4.0
	명동	5.0
	성수	6.5
	더현대서울	1.5
	센텀시티 신세계 부산	1.0(추정)
	신세계 강남	1.0(추정)

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 17. 국가별 계약 및 진행 현황

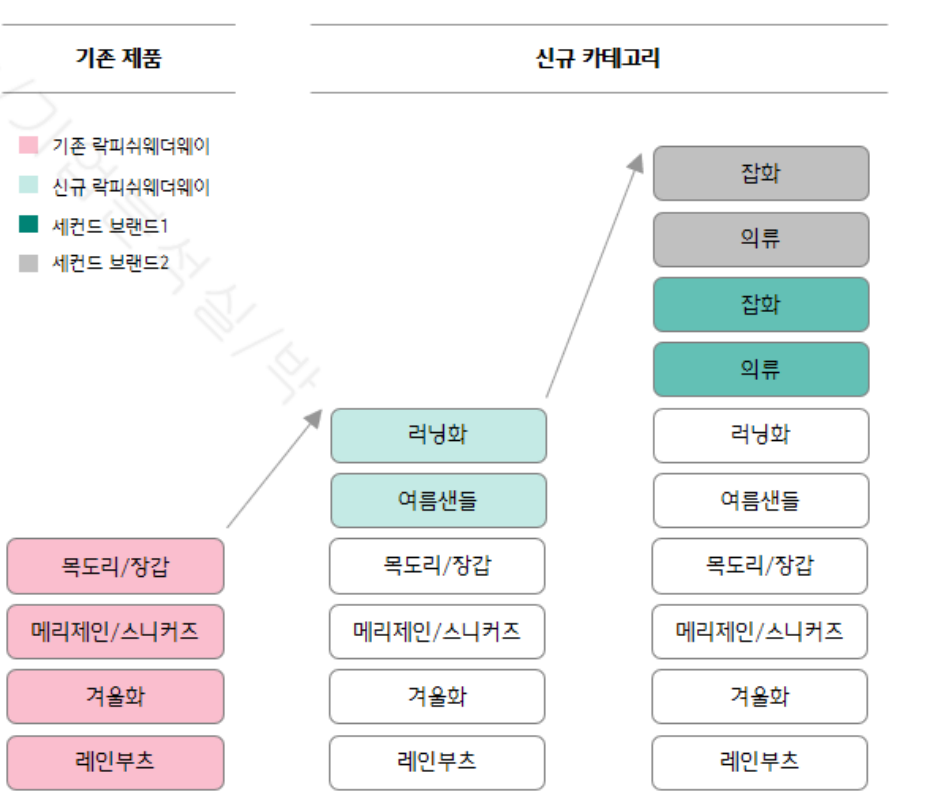
국가	매장 리스트	계약 진행 예상
한국	플래그십: 서울 한남(22.06), 성수(23.05), 도산(24.12), 명동(25.04), 백화점: 더현대 서울(25.08), 부산 센텀시티(25.08), 신세계 강남(25.09),	-
중국	심천 Mixc World(25.08), 베이징 Taikoo Li Sanlitun(25.08), 상해 Anfu Road(25.09), 베이징 Joy City(25.09), 청두 Mixc(25.09), 상해 Nanjing-Xi Road(25.10), 항저우 Hubin In77(25.10), 항저우 Mixc(25.11), 충칭 Paradise Walk(25.11) Tmall Online, Xiaohongshu Online	• 25년 7월 합작법인(JV) 설립 예정 – '에이유브랜즈 차이나' - 지분 구조: 에이유브랜즈 51%, SJHJ 49% • SJHJ = Hangzhou Yeazone + Clot 컨소시엄 **- Yeazone: 뉴발란스·MLB·HOKA·crocs 등 스포츠/트렌디 브랜드 중심 유통사로 약 600개 매장 운영, 연매출 약 3,800억 원** **- Clot: 중국 대표 하이엔드 스트릿 브랜드 기업, Juice store 운영** • 향후 3년간 매장 50개 출점 + 현지 매출 1,500억 원 사업 계획 • 12월 신규 오픈 예정 **- 상해 APM Mall** **- 베이징 Chaoyang Hopson One** **- 소주 Bicester Village**
일본	도쿄 Laforet Harajuku(25.09) 오사카 HEP5(25.11)	• 프리미엄 패션 유통기업과 홀세일 계약(25.02) • 25년 3Q 정규 매장 오픈 • 26년 플래그십 직영 예정
대만	타이페이 East Street Flagship(25.07), 타이페이 신이 Mitsukoshi(25.07), 신주 BIGCITY(25.07) 타이페이 중산(25.11)	• 편집숍 운영사와 홀세일 계약(24.12) • 타이페이·중산 포함 매장 4개 오픈 예정 • 타이중 난시 신광미츠코시 백화점 예정
홍콩	K-11(24.12), Causeway Bay Flagship(25.10)	• 패션 유통·리테일 전문기업과 홀세일 계약(24.12)
태국	방콕 EmSphere Mall(25.07), Siam Square Ikon(25.07)	-
기타(싱가포르, 말레이시아 마카오 등)	-	• 패션 유통 브랜드 전문기업과 홀세일 계약(25.02) • 2~3분기 정규 매장 2개 오픈

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

기존 봄웨어: 메리제인
여름웨어: 레인부츠
가을웨어: 스니커즈
겨울웨어: 겨울화/목도리/장갑

신규: 러닝화/1, 2 의류/잡화

도표 18. 확장 중인 신규 카테고리



자료: 에이유브랜즈, 하나증권

4. 투자의견 및 밸류에이션

1) 해외/중국 확장이 가장 주요

2025년 수출 실적이 크게 늘고 있다. 올해 실적 성장 기여분은 모두 해외 수출이라고 해도 과언이 아니다. 수출 중에서도 중국 수출이 가장 중요해 보인다. 일각에서 중국 내 신규 브랜드 안착 실패라는 우려도 있지만, 일단 신규 브랜드의 실패할 위험도 사전 팝업 스토어 수요 확인을 통해서 최대한 차단한 상황이다. 또 지금은 기업의 성장 사이클상 카테고리/유통망 확장기다. 다행인 점은 무분별하고 재고상태 파악이 어려운 온라인 위주의 중국 전략이 아니라 사용자 경험을 중시하는 오프라인 스토어 중심의 성장을 목표하고 있다는 것이다. 따라서 향후 3년간 중국 50개 매장 구축을 목표하면서 카테고리 확장 효과까지 추가되어 실적이 우상향할 가능성이 매우 높다. 확장된 중국 채널에 본격적인 마케팅도 진행하지 않았고, 심지어 중국 온라인 스토어에도 큰 드라이브를 걸고 있지도 않다. 매출액을 성장시킬 레버들이 아직 많이 남아 있는 업체다. 따라서 이제 막 시작된 공급망 확장에 기반한 실적 성장을 즐길 시점이라는 판단이다.

2) 투자의견 및 Peer 밸류에이션

의류/브랜드 업종 유사 Peer는 대부분 10배 아래의 PER 밸류에이션을 부여 받고 있다. 업황의 부진, 재고 상태, 치열한 경쟁 환경 때문이다. 2024년 에이유브랜즈가 주장한 해외 확장에 성공한다면 2024년처럼 PER 20배 이상의 멀티플 부여가 가능하다고 본다. 4Q25 유통망과 카테고리 확장으로 25년 11월/12월 합산 매출액이 200억원을 초과하고 영업이익률도 20-30% 수준으로 회복할 가능성이 높다고 본다. 실적 가시화 시점에 해외, 특히 중국 내 성공 가능성이 확인되며 주가도 긍정적으로 반응할 것으로 예상한다.

5. Peer Valuation

도표 19. Peer Valuation Table

(단위: 백만달러, 배, %)

구분		에이유브랜즈	신세계인터내셔날	에스제이그룹	젝시믹스	에코마케팅	폰드그룹	노브랜드	F&F홀딩스
Code		481070 KS	031430 KP	306040 KS	337930 KS	230360 KS	472850 KS	145170 KS	007700 KS
시가총액		167.7	251.0	22.1	94.4	234.3	183.3	47.9	537.0
매출액	24	32.7	133.3	199.2	262.0	270.4	400.6	1,392.2	
	25F	-	-	-	308.0	376.5	-	-	
	26F	-	-	-	337.7	440.5	-	-	
영업이익	24	9.1	(2.4)	18.3	34.4	30.3	12.9	305.4	
	25F	-	-	-	36.9	44.6	-	-	
	26F	-	-	-	41.5	56.1	-	-	
순이익	24	7.5	(2.3)	15.2	22.5	19.8	(12.8)	78.4	
	25F	-	-	-	28.1	29.3	-	-	
	26F	-	-	-	31.2	36.3	-	-	
영업이익률 (%)	24	27.9	(1.8)	9.2	13.1	11.2	3.2	21.9	
	25F	-	-	-	12.0	11.9	-	-	
	26F	-	-	-	12.3	12.7	-	-	
순이익률 (%)	24	22.9	(1.7)	7.6	8.6	7.3	(3.2)	5.6	
	25F	-	-	-	9.1	7.8	-	-	
	26F	-	-	-	9.2	8.2	-	-	
P/E (배)	24	21.6	-	9.9	12.4	7.8	-	7.1	
	25F	-	-	-	8.7	6.6	-	-	
	26F	-	-	-	7.7	5.4	-	-	
P/B (배)	24	6.8	0.2	1.2	1.4	1.2	0.4	0.4	
	25F	-	-	-	1.3	-	-	-	
	26F	-	-	-	1.2	-	-	-	
EV/EBITDA (배)	24	-	-	4.6	-	7.0	9.7	3.7	
	25F	-	-	-	4.8	-	-	-	
	26F	-	-	-	4.4	-	-	-	
ROE (%)	24	39.0	(8.6)	12.6	11.4	17.3	(14.0)	4.7	
	25F	15.7	-	-	15.7	18.4	-	-	
	26F	14.2	-	-	15.9	18.8	-	-	

자료: Bloomberg, 하나증권

6. 주요 제품 예시

도표 20. Rockfish Weatherwear x Mardi Mercredi 콜라보

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 21. Rockfish Weatherwear x Goyowear 콜라보

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 22. Rockfish Weatherwear x The Barnnet 콜라보

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 23. Rockfish Weatherwear x 999휴머니티 콜라보

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 24. Rockfish Weatherwear x 민주킴 콜라보

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 25. Rockfish Weatherwear x Susan Fang 콜라보

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 26. Rockfish Weatherwear Maryjane Flats

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 27. Rockfish Weatherwear Earmuff

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 28. Rockfish Weatherwear Cable Scarf

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 29. Rockfish Weatherwear Padded Boots

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 30. Rockfish Weatherwear Folded Boots

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

도표 31. Rockfish Weatherwear Fur Coat

자료: 에이유브랜즈, 하나증권

추정 재무제표

손익계산서 (단위:억원)

	2020	2021	2022	2023	2024
매출액	**0**	**0**	**189**	**419**	**446**
매출원가	0	0	59	136	141
매출총이익	0	0	130	283	305
판관비	0	0	67	121	181
영업이익	**0**	**0**	**64**	**162**	**124**
금융손익	0	0	(1)	1	(1)
종속/관계기업손익	0	0	0	(0)	0
기타영업외손익	0	0	(3)	0	(0)
세전이익	**0**	**0**	**60**	**163**	**123**
법인세	0	0	12	30	22
계속사업이익	0	0	48	132	101
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	**0**	**0**	**48**	**132**	**101**
비지배주주지분 순이익	0	0	1	3	0
지배주주순이익	**0**	**0**	**48**	**129**	**101**
지배주주지분포괄이익	0	0	48	129	108
NOPAT	0	0	51	132	102
EBITDA	0	0	66	168	137
성장성(%)					
매출액증가율	N/A	N/A	N/A	121.7	6.4
NOPAT증가율	N/A	N/A	N/A	158.8	(22.7)
EBITDA증가율	N/A	N/A	N/A	154.5	(18.5)
영업이익증가율	N/A	N/A	N/A	153.1	(23.5)
(지배주주)순익증가율	N/A	N/A	N/A	168.8	(21.7)
EPS증가율	N/A	N/A	N/A	124.8	(22.0)
수익성(%)					
매출총이익률	N/A	N/A	68.8	67.5	68.4
EBITDA이익률	N/A	N/A	34.9	40.1	30.7
영업이익률	N/A	N/A	33.9	38.7	27.8
계속사업이익률	N/A	N/A	25.4	31.5	22.6

대차대조표 (단위:억원)

	2020	2021	2022	2023	2024
유동자산	**0**	**0**	**98**	**244**	**222**
금융자산	0	0	8	152	98
현금성자산	0	0	3	148	98
매출채권	0	0	63	37	56
재고자산	0	0	23	44	62
기타유동자산	0	0	4	11	6
비유동자산	**0**	**0**	**12**	**16**	**226**
투자자산	0	0	2	3	16
금융자산	0	0	2	3	16
유형자산	0	0	9	7	53
무형자산	**0**	**0**	**0**	**2**	**94**
기타비유동자산	**0**	**0**	**1**	**4**	**63**
자산총계	**0**	**0**	**110**	**260**	**448**
유동부채	**0**	**0**	**32**	**50**	**59**
금융부채	0	0	4	3	14
매입채무	0	0	3	7	10
기타유동부채	0	0	25	40	35
비유동부채	**0**	**0**	**2**	**1**	**63**
금융부채	**0**	**0**	**2**	**1**	**49**
기타비유동부채	0	0	0	0	14
부채총계	**0**	**0**	**34**	**51**	**122**
지배주주지분	**0**	**0**	**74**	**204**	**321**
자본금	**0**	**0**	**1**	**1**	**13**
자본잉여금	0	0	26	26	14
자본조정	0	0	0	0	9
기타포괄이익누계액	0	0	0	0	7
이익잉여금	0	0	48	177	278
비지배주주지분	**0**	**0**	**2**	**5**	**5**
자본총계	**0**	**0**	**76**	**209**	**326**
순금융부채	0	0	(2)	(149)	(35)

투자지표

	2020	2021	2022	2023	2024
주당지표(원)					
EPS	0	0	460	1,034	807
BPS	0	0	595	1,632	2,565
CFPS	0	0	668	1,387	1,160
EBITDAPS	0	0	643	1,345	1,097
SPS	0	0	1,831	3,351	3,568
DPS	0	0	0	0	0
주가지표(배)					
PER	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
PBR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
PCFR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EV/EBITDA	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
PSR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
재무비율(%)					
ROE	0.0	0.0	64.0	63.4	31.5
ROA	0.0	0.0	43.2	49.8	22.5
ROIC	0.0	0.0	220.5	252.9	40.3
부채비율	0.0	0.0	45.1	24.4	37.3
순부채비율	0.0	0.0	(2.0)	(71.2)	(10.9)
이자보상배율(배)	0.0	0.0	69.8	360.5	74.5

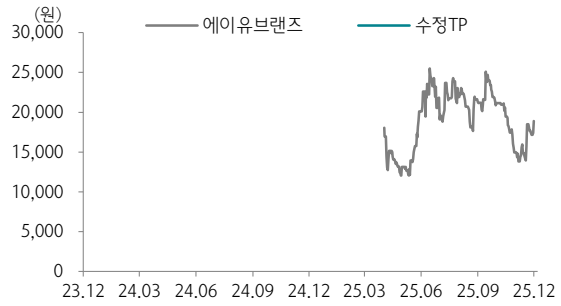
현금흐름표 (단위:억원)

	2020	2021	2022	2023	2024
영업활동 현금흐름	**0**	**0**	**7**	**159**	**82**
당기순이익	0	0	48	132	101
조정	0	0	18	26	6
감가상각비	0	0	3	6	13
외환거래손익	0	0	0	0	1
지분법손익	0	0	0	0	0
기타	0	0	15	20	(8)
영업활동 자산부채 변동	0	0	(59)	1	(25)
투자활동 현금흐름	**0**	**0**	**(11)**	**(10)**	**(129)**
투자자산감소(증가)	0	0	(2)	(1)	(13)
자본증가(감소)	0	0	(3)	(6)	(50)
기타	0	0	(6)	(3)	(66)
재무활동 현금흐름	**0**	**0**	**7**	**(4)**	**(3)**
금융부채증가(감소)	0	0	(1)	(8)	37
자본증가(감소)	0	0	27	0	(0)
기타재무활동	0	0	(19)	4	(40)
배당지급	0	0	0	0	0
현금의 증감	**0**	**0**	**3**	**145**	**(50)**
Unlevered CFO	0	0	69	173	145
Free Cash Flow	0	0	5	153	32

자료: 하나증권

투자의견 변동 내역 및 목표주가 괴리율

에이유브랜즈



날짜	투자의견	목표주가	괴리율	
			평균	최고/최저
25.11.14	Not Rated	-		

Compliance Notice

- 당사는 2025년 12월 2일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본 자료를 작성한 애널리스트(박찬솔)는 자료의 작성과 관련하여 외부의 압력이나 부당한 간섭을 받지 않았으며, 본인의 의견을 정확하게 반영하여 신의성실 하게 작성하였습니다.
- 본 자료는 기관투자가 등 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다
- 본자료를 작성한 애널리스트(박찬솔)는 2025년 12월 2일 현재 해당회사의 유가증권을 보유하고 있지 않습니다

본 조사자료는 고객의 투자에 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 어떠한 경우에도 무단 복제 및 배포 될 수 없습니다. 또한 본 자료에 수록된 내용은 당사가 신뢰할 만한 자료 및 정보로 얻어진 것이나, 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

투자등급 관련사항 및 투자의견 비율공시

- **투자의견의 유효기간은 추천일 이후 12개월을 기준으로 적용**
- **기업의 분류**
  BUY(매수)_목표주가가 현주가 대비 15% 이상 상승 여력
  Neutral(중립)_목표주가가 현주가 대비 -15%~15% 등락
  Reduce(비중축소)_목표주가가 현주가 대비 15% 이상 하락 가능
- **산업의 분류**
  Overweight(비중확대)_업종지수가 현재지수 대비 15% 이상 상승 여력
  Neutral(중립)_업종지수가 현재지수 대비 -15%~15% 등락
  Underweight(비중축소)_업종지수가 현재지수 대비 -15%~15% 등락

투자등급	BUY(매수)	Neutral(중립)	Reduce(매도)	합계
금융투자상품의 비율	95.73%	4.27%	0.00%	100%

* 기준일: 2025년 11월 29일