Weekly Cosmetics Letter

ODM에서 들려오는 1분기 굿뉴스 2026. 1. 26 (월)

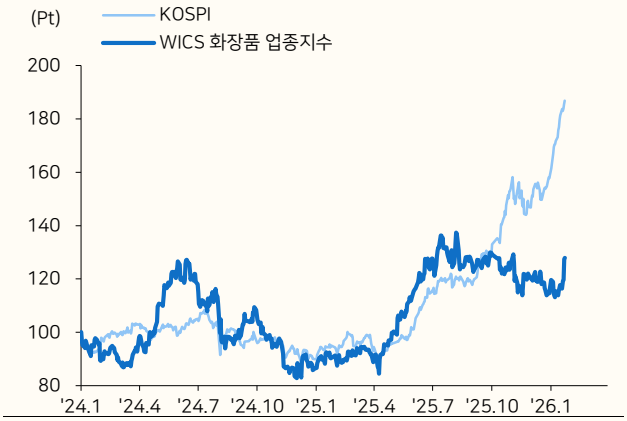
meritz 메리츠증권

생활소비재
Analyst 박종대 jdpark@meritz.co.kr
RA 김건우 gunwoo.kim@meritz.co.kr

I. 주가 분석과 투자전략

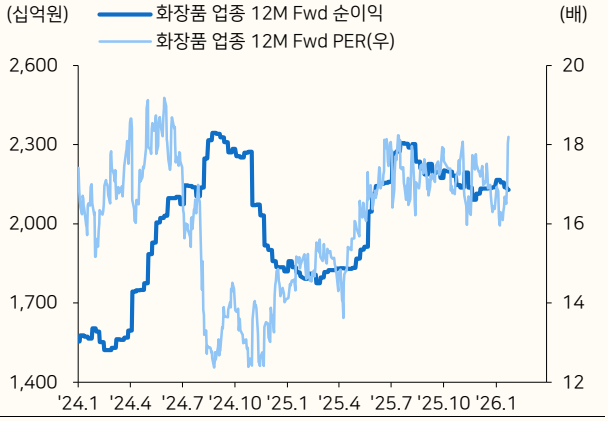
- ✓ 1분기 긍정적 시그널 세가지
- ✓ 화장품 기업 업데이트: 셀바이오휴먼텍/바람인터내셔날

그림1 코스피 및 화장품 업종 주가지수 추이



주: WICS 화장품 기준, 2024년 1월 2일=100
자료: QuantiWise, 메리츠증권 리서치센터

그림2 화장품 업종 12M Fwd 순이익, PER 추이



자료: QuantiWise, 메리츠증권 리서치센터

Investment Focus

1. 1분기 긍정적 시그널 세가지

첫째, 하이드로겔 마스크의 선전은 지속될 듯 하다. 2025년 바이오던스의 폭발적 성장은 계속되었고 이에 따라 하이드로겔 마스크 생산 수요도 크게 증가하고 있다. 주요 인디/레거시 브랜드들이 잇따라 하이드로겔 마스크 신제품을 내놓고 있다. 3대 하이드로겔 마스크 생산 업체 엔코스/제닉/아이큐어가 2025년~26년에 걸쳐 모두 캐파 증설을 두배 이상 했다. 코스맥스와 메가코스도 관계사를 통해서 생산 공급하고 있다. 다만, 하이드로겔 마스크는 원가율이 높은 만큼 ODM 업체들의 수익성 측면에서는 부담이 크다. 물론, 브랜드 업체 입장에서는 관계 없는 일이다. 바이오던스 브랜드를 보유한 뷰티셀렉션의 2024년 영업이익률은 20%에 달했다(매출 1,357억원, 영업이익 268억원).

둘째, 메디큐브의 제로모공패드 매출은 예상을 계속 뛰어넘고 있다. 2025년 초 월 20만개에서 80만개, 최근 170만개로 납품이 증가했는데, 200만개까지 주문이 올라가고 있다. 에이피알이 미국에 이어 유럽 아마존 온라인 마케팅과 판매를 직접 전개하면서 생산량을 늘렸는데, 미국과 유럽이 예상보다 반응이 굉장히 좋아서 부족한 량을 에어로 보내고 있다고 한다. 주지하다시피 제로모공패드는 미국 시장 메디큐브의 매출 1위 제품이다. 에이피알의 1분기 실적이 예상보다 클 수 있다.

셋째, 코스알엑스의 실적 턴어라운드 가능성이다. 재고 부담은 2025년 하반기 크게 완화되었고, 최근 펩타이드 아이패치가 히트하면서 펩타이드 다른 본품들은 물론 PDRN/히알루론산 등 기초 제품 생산이 크게 증가하고 있다. 코스알엑스의 브랜드 아이덴티티, 효능/효과에 대한 재구성이 자리를 잡았다는 평가다. 아모레퍼시픽 실적과 주가 턴어라운드에 있어 마지막 족쇄가 코스알엑스이다. 코스알엑스 매출이 YoY (+)로 전환하는 시점이 중요한데, 1분기가 될 가능성이 커지고 있다. 4분기 코스알엑스 매출은 회사의 가이던스(YoY -7%)를 무난히 달성할 것으로 예상한다.

2. 화장품 기업 업데이트: 셀바이오휴먼텍/바람인터내셔날

1) 셀바이오휴먼텍: ODM 사업 본격화

4분기 연결 매출과 영업이익은 전년 동기대비 각각 18%, 163% 증가한 144억원과 34억원 수준이 가능할 것으로 본다. 3분기부터 본격화한 ODM/OEM 사업은 BEP 이상 성과를 내고 있다. 월 10억원 내외 매출로 이미 전체 매출의 20% 수준을 차지하고 있다. 고객사를 어느정도 확보해놓고 시작했기 때문에 리오더 물량도 안정적으로 나오고 있다. 업황은 좋다. PT셀 매출이 외형 및 이익 개선을 견인하고 있다. 메디힐과 토리든 등 국내 올리브영 1~2위 시트마스크는 모두 셀바이오휴먼텍의 PT셀을 부직포 소재를 사용하고 있다.

2026년 연결 매출은 611억원(YoY 19%), 영업이익은 128억원(YoY 11%, OPM 21%) 수준으로 추정한다. PT셀 매출이 견조한 수요 증가와 증설 효과(3월 예정)로 YoY 30% 증가하고, ODM 매출 96억원까지 증가하면서 외형 성장을 견인할 전망이다. 다만, ODM 사업은 아직 큰 수익을 기대하기 힘들기 때문에 영업이익률은 전년 대비 하락할 가능성이 크다. 2026년부터 계열사 신세대(화장솜 제조업체, 지분율 51% 예상) 실적이 연결로 계상될 수 있다.

표1 **셀바이오휴먼택 분기 및 연간 실적 전망**

(억원)	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25E	2024	2025E	2026E
매출	**59.6**	**71.3**	**70.8**	**82.5**	**82.9**	**139.9**	**145.4**	**143.7**	**284.2**	**511.8**	**611.2**
PT CELL	19.9	22.6	22.5	64.9	32.8	50.2	76.8	76.6	129.9	236.5	307.4
SEMI GEL	24.4	28.1	23.6	31.3	30.9	25.9	17.9	17.8	107.5	92.5	97.1
기타	10.3	15.0	18.5	-21.2	12.5	53.1	13.8	13.2	22.6	92.5	55.5
하이드로콜로이드	5.0	5.5	6.2	7.5	6.7	10.7	12.8	12.1	24.2	42.3	55.0
화장품사업(ODM/브랜드)	-	-	-	-	-	-	24.1	24.0	-	48.1	96.1
영업이익	**6.9**	**8.7**	**11.8**	**13.0**	**14.7**	**30.2**	**36.1**	**34.2**	**40.4**	**115.2**	**128.3**
세전이익	10.0	9.5	9.6	22.8	14.8	18.3	38.9	30.4	51.9	102.4	119.2
지배주주순이익	**6.5**	**8.2**	**9.6**	**19.6**	**13.8**	**16.2**	**35.2**	**27.4**	**43.8**	**92.6**	**113.1**
영업이익률(%)	11.6	12.1	16.7	15.7	17.7	21.6	24.9	23.8	14.2	22.5	21.0
세전이익률(%)	16.8	13.4	13.5	27.6	17.8	13.1	26.8	21.1	18.3	20.0	19.5
순이익률(%)	10.9	11.5	13.5	23.7	16.6	11.6	24.2	19.1	15.4	18.1	18.5
매출(% YoY)	12.1	-1.8	-0.3	7.9	39.2	96.2	105.3	74.2	4.0	80.1	19.4
PT CELL	48.0	103.5	12.7	198.6	64.7	121.9	242.0	18.0	96.1	82.0	30.0
SENI GEL	-21.0	-43.2	-27.9	-17.7	26.6	-8.1	-24.2	20.0	-29.0	-14.0	5.0
기타	72.0	63.5	14.2	적전	22.1	253.9	-25.7	-7.0	-50.6	310.0	-40.0
하이드로콜로이드	76.7	102.3	201.9	214.8	34.0	94.4	106.6	25.0	142.4	75.0	30.0
화장품사업(ODM/브랜드)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
영업이익(% YoY)	23.8	-3.2	-14.3	305.9	112.0	249.1	206.2	163.0	28.1	185.3	11.4
세전이익(% YoY)	43.1	흑전	58.1	흑전	47.7	92.5	306.2	33.1	흑전	97.2	16.4
지배주주순이익(% YoY)	29.7	흑전	120.6	흑전	113.0	97.6	269.0	40.2	흑전	111.6	22.0

자료: 셀바이오휴먼텍, 메리츠증권 리서치센터

2) 바람인터내셔날: 사업구조 변화로 급성장 중

2014년 화장품 유통부터 시작했다. 인디 브랜드 해외 수출 많이 했는데, 스타일난다를 중국에 1,000억원 이상 무역하기도 했다. 2016년에는 브랜드 마케팅까지 함께 했으며, 2017년 국내 최초의 100% 비건 뷰티 브랜드 디어달리아를 만들었다. 메이크업 카테고리에 비건 개념이 희소할 때였다. 항산화 특성이 강한 달리아 꽃에서 네이밍을 했고, 팔각형의 디자인 아이덴티티도 마찬가지다. 현재 유통은 많이 줄이고, 오프라코스메틱 아시아 판권을 가져와서 국내는 물론 동남아/일본 등지에 전개하고 있다.

처음에는 럭셔리 가격대로 유럽에서 시작했다. 각국의 톱 하이엔드 채널에 입점하고 한꺼번에 스케일업 해나가는 전략이었는데, 코로나19 때문에 어려웠다. 직접 영업을 통한 하이엔드 채널은 입점에도 너무 시간이 많이 소요되고 인원도 많이 필요했기 때문에 고정비 부담도 컸다. 2024년 사업구조를 변경하고 매출 규모를 크게 키웠다. 국내 올리브영 입점을 본격화하고, 글로벌 유통 벤더를 적극적으로 활용하기 시작했다. 카테고리 전략도 바뀌었다. 그동안은 다양한 지역 오프라인 럭셔리 채널 중심으로 여러 카테고리를 판매해왔으나, 최근 마케팅 트렌드에 발맞춰 히어로 카테고리에 대한 온오프라인 집중 마케팅과 유통 전개를 도모하고 있다.

유럽은 벤더 정책을 도입하면서 더글라스 입점 국가가 19개로 늘었다. 전세계 매장수가 300개 정도밖에 되지 않아 매출 규모에도 한계가 있었는데, 2024년 한국/중국/일본 1,000여개 매장(올리브영 500개, 중국 세포라 150개, 일본 버라이어티숍 300개)에 입점하면서 본격적인 사업 규모 확대 국면으로 접어들었다.

이에따라 2024년 연결 매출이 335억원(YoY 76%)으로 크게 증가했으며, 2025년 연결 매출은 500억원을 넘어서면서 BEP 이상 흑자전환할 것으로 보인다. 특히, 국내와 중국 지역 실적 기여도가 컸다. 국내는 2024년 올리브영에 입점하면서 매출 규모를 빠르게 키우고 있다. 2025년에도 올리브영 채널 매출만 70% 증가했다. 전체 매출에서 국내 매출 비중은 40%, 국내 매출에서 올리브영 매출 비중은 60% 수준이다. 리퀴드 블러쉬가 큰 성공을 거두었고, 오프라 하이라이터는 올리브영 카테고리 내 부동의 1등이다. 최근 BB크림과 미스트 매출이 증가하면서 기초 비중도 높아지고 있다. 2026년 국내 매출은 300억원까지 증가가 예상된다. 입점 SKU가 두배 이상 늘어날 것으로 보이며, 신규 립 카테고리에 대한 기대가 크다.

그림3 **디어달리아 히트 제품 리퀴드 블러쉬**

자료: 디어달리아

그림4 **오프라 히트 제품 하이라이터**

자료: 오프라코스메틱

중화권 매출 비중은 30% 정도 되는데, 2025년 매출 규모는 150억원으로 2024년 대비 10배 증가했다. 세포라 유통 독점이 2025년 말로 종료되면서 중국 매출은 더 탄력이 붙을 것으로 예상한다. 온라인은 역직구로만 판매하다가 중국 국내몰에서도 가능해졌고, 와우컬러, KKV 등 중국 주요 MBS 1,900개 점포에 입점을 목표하고 있다. 대만에서는 현지 법인을 두고 코스메드/포야 등 주요 MBS 채널을 통해 매년 2배 이상 성장하고 있다.

일본은 경쟁이 심화되면서 2025년 매출이 오히려 감소했다. 2026년에는 큐텐에 집중하고 PPL 등 다양한 온오프라인 마케팅을 확대하면서 2026년 50억원 이상 매출을 목표하고 있다. 미국은 틱톡/아마존 계정 문제 때문에 제대로 사업을 진행하지 못했는데, 틱톡 계정이 4분기에 풀렸다. 2026년 BB크림과 미스트를 중심으로 본격적인 매출 확대에 나설 계획이다. 러시아는 골드애플에만 집중하고 있는데, 2026년 BB크림 신규 론칭 효과 등으로 100억원 이상 매출을 기대하고 있다. 유럽은 더글라스(200개 점포)를 중심으로 꾸준한 매출 증대가 예상된다.

2026년 매출은 750억원(YoY 50%), 영업이익률 15% 수준을 목표하고 있다. 본사는 마케팅에 집중하고, 유통 전개는 무역벤더들에게 맡기는 비중이 증가할 것으로 보인다. 2026년에는 실리콘투/예스아시아/우마 등과도 적극 논의할 예정이다. 이미 마케팅 역량이 내재화 돼 있기 때문에 마케팅 효율을 빠르게 제고시킬 수 있다는 점도 강점이다. 해외영업 관련 고정비 부담 완화로 판관비 비중은 하락하고 있다. 마케팅비 비중은 2024년 매출의 20%에서 최근 15%까지 떨어졌다. 브랜드별 매출을 보면 디어달리아와 오프라가 3:1 정도 비중을 보이고 있다. 최근 기초 카테고리 비중이 20%까지 상승했는데, 2026년에는 40%까지 올릴 계획이다. 이러한 기초 카테고리 비중 상승 역시 수익성 제고에 긍정적이다. 별도 기초 브랜드를 만들지 않고, 디어달리아를 통해 색조와 기초 카테고리를 동시에 전개하고 있는 것도 특이점이다. 중국 시장내 인지도 확대는 최근 한한령 해제와 컨텐츠 문화 교류 확대와 맞물려 더욱 긍정적이다.

표2 **바람인터내셔날 연간 실적 추이와 전망**

(억원)	2022	2023	2024	2025E	2026E	2027E
매출	**197.7**	**191.0**	**335.6**	**502.5**	**750.0**	**924.9**
한국	70.0	72.0	124.0	204.6	296.7	341.2
중화권	2.0	3.0	15.0	150.0	225.0	292.5
일본	0.0	0.0	27.0	20.3	50.6	75.9
미주	0.0	0.0	13.0	9.8	19.5	29.3
유럽 및 CIS	72.0	75.0	92.0	85.6	119.8	143.7
기타	53.7	41.0	64.6	32.3	38.4	42.3
영업이익	**-108.1**	**-43.9**	**-24.9**	**`10.0**	**112.5**	**157.2**
세전이익	-112.8	-49.6	-31.7	0.0	97.5	138.7
당기순이익	**-112.9**	**-49.6**	**-31.8**	**0.0**	**82.5**	**120.2**
영업이익률(%)	-54.7	-23.0	-7.4	2.0	15.0	17.0
세전이익률(%)	-57.1	-25.9	-9.5	0.0	13.0	15.0
순이익률(%)	-57.1	-26.0	-9.5	0.0	11.0	13.0
매출(% YoY)	-	-3.4	75.7	49.7	49.3	23.3
한국	-	2.9	72.2	65.0	45.0	15.0
중화권	-	50.0	400.0	900.0	50.0	30.0
일본	-	-	-	-25.0	150.0	50.0
미주	-	-	-	-25.0	100.0	50.0
유럽 및 CIS	-	4.2	22.7	-7.0	40.0	20.0
기타		-23.6	57.6	-50.0	19.0	10.0
영업이익(% YoY)	-	적지	적지	흑전	1,019.5	39.8
세전이익(% YoY)	-	적지	적지	흑전	-	42.3
당기순이익(% YoY)	-	적지	적지	흑전	-	45.7

자료: 바람인터내셔날, 메리츠증권 리서치센터

표3 주요 화장품 업체별 4분기 실적 및 컨센서스 비교

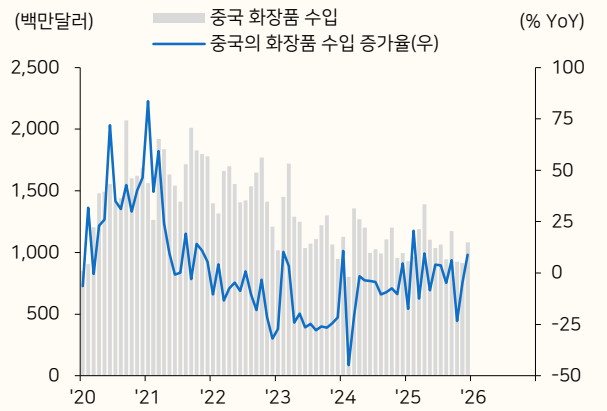
(십억원)	항목	4Q24	4Q25E	YoY(%)	2024	2025E	YoY(%)	컨센서스	
								4Q25	2025
아모레퍼시픽 (090430)	매출	1,091.7	1,128.3	3.4	3,885.1	4,217.8	8.6	1,132.3	4,222.7
	영업이익	78.5	42.4	-46.0	220.5	378.9	71.8	79.3	362.1
	순이익	-54.5	40.0	흑전	601.0	292.5	-51.3	59.8	274.0
	OPM(%)	7.2	3.8	-	5.7	9.0	-	7.0	8.6
LG생활건강 (051900)	매출	1,609.9	1,439.5	-10.6	6,811.9	6,322.3	-7.2	1,517.0	6,410.4
	영업이익	43.4	5.4	-87.6	459.0	248.8	-45.8	4.2	249.8
	순이익	-85.6	-5.7	적지	189.1	145.9	-22.9	-23.7	127.1
	OPM(%)	2.7	0.4	-	6.7	3.9	-	0.3	3.9
코스맥스 (192820)	매출	558.0	592.0	6.1	2,166.1	2,389.8	10.3	600.5	2,401.6
	영업이익	39.8	41.8	4.9	175.4	196.7	12.1	42.5	200.0
	순이익	11.9	23.7	99.9	85.8	61.7	-28.1	27.7	69.6
	OPM(%)	7.1	7.1	-	8.1	8.2	-	7.1	8.3
한국콜마 (161890)	매출	590.5	644.7	9.2	2,452.1	2,711.6	10.6	645.9	2,713.3
	영업이익	35.1	49.0	39.5	193.9	240.8	24.2	49.2	241.3
	순이익	33.5	11.6	-65.4	90.1	91.6	1.7	23.6	105.0
	OPM(%)	6.0	7.6	-	7.9	8.9	-	7.6	8.9
펌텍코리아 (251970)	매출	89.9	75.9	-15.5	337.5	370.8	9.9	91.7	389.3
	영업이익	13.0	8.1	-37.8	48.4	56.3	16.3	12.9	61.2
	순이익	10.8	5.6	-48.3	32.7	38.7	18.2	10.0	43.0
	OPM(%)	14.5	10.7	-	14.3	15.2	-	14.1	15.7
실리콘투 (257720)	매출	173.6	283.6	63.4	691.5	1,093.9	58.2	288.8	1,100.2
	영업이익	26.6	52.3	96.9	137.6	215.3	56.5	49.3	213.5
	순이익	32.0	49.0	53.0	120.7	181.8	50.5	49.9	181.7
	OPM(%)	15.3	18.5	-	19.9	19.7	-	17.1	19.4
브이티 (018290)	매출	112.4	115.0	2.3	431.7	437.1	1.3	119.0	446.4
	영업이익	29.1	11.4	-60.8	110.9	81.6	-26.4	16.0	90.8
	순이익	35.4	9.4	-73.4	98.0	60.2	-38.6	12.3	66.8
	OPM(%)	25.9	9.9	-	25.7	18.7	-	13.4	20.3
아이패밀리에스씨 (114840)	매출	48.4	61.5	27.1	204.9	227.0	10.8	58.1	223.7
	영업이익	5.8	8.1	38.1	33.6	28.6	-15.1	8.1	28.9
	순이익	4.4	6.6	52.3	28.3	23.7	-16.4	6.7	24.1
	OPM(%)	12.1	13.1	-	16.4	12.6	-	13.9	12.9
코스메카코리아 (241710)	매출	128.3	170.1	32.5	524.3	632.6	20.6	163.3	627.9
	영업이익	13.3	21.7	62.6	60.4	84.2	39.4	22.1	84.4
	순이익	11.8	16.3	37.9	42.8	50.0	16.7	15.2	48.7
	OPM(%)	10.4	12.7	-	11.5	13.3	-	13.5	13.4
씨앤씨인터내셔널 (352480)	매출	56.3	71.7	27.4	282.9	286.9	1.4	66.7	282.2
	영업이익	0.0	4.1	13,628.4	29.0	25.2	-12.8	7.1	28.2
	순이익	3.2	3.6	14.9	32.4	16.4	-49.6	4.9	17.8
	OPM(%)	0.1	5.7	-	10.2	8.8	-	10.6	10.0
에이피알 (278470)	매출	244.2	458.9	87.9	722.8	1,438.6	99.0	471.1	1,449.3
	영업이익	39.7	110.0	177.2	122.7	345.3	181.4	112.4	347.3
	순이익	43.4	85.0	95.9	107.6	275.9	156.4	91.3	281.8
	OPM(%)	16.3	24.0	-	17.0	24.0	-	23.9	24.0
달바글로벌 (483650)	매출	95.3	141.0	47.9	309.1	500.5	61.9	146.6	505.6
	영업이익	13.5	24.2	79.3	59.8	100.1	67.3	24.7	101.7
	순이익	13.0	16.2	24.9	15.5	74.8	381.4	19.0	78.8
	OPM(%)	14.1	17.1	-	19.4	20.0	-	16.8	20.1
클리오 (237880)	매출	78.3	80.3	2.6	351.4	328.6	-6.5	81.4	382.8
	영업이익	0.1	2.1	1,819.6	24.6	11.5	-53.3	2.2	29.4
	순이익	2.4	1.5	-38.5	27.9	11.8	-57.8	3.5	13.8
	OPM(%)	0.1	2.6	-	7.0	3.5	-	2.7	7.7
네오팜 (092730)	매출	34.0	34.3	0.7	119.0	130.0	9.3	37.1	132.6
	영업이익	6.7	6.0	-9.9	24.7	27.6	11.8	7.0	28.3
	순이익	6.7	5.3	-21.1	23.1	26.4	14.4	5.7	26.5
	OPM(%)	19.6	17.5	-	20.7	21.2	-	18.9	21.3
애경산업 (018250)	매출	171.1	168.3	-1.6	679.1	660.0	-2.8	166.9	658.6
	영업이익	3.3	2.6	-21.1	46.8	27.1	-42.1	3.9	28.4
	순이익	10.3	0.9	-90.8	42.6	21.5	-49.5	0.5	21.7
	OPM(%)	2.0	1.6	-	6.9	4.1	-	2.3	4.3

주: 4Q25E, 2025E 수치는 당사 추정치
자료: 각 사, FnGuide, 메리츠증권 리서치센터

II. 산업동향과 매크로 분석

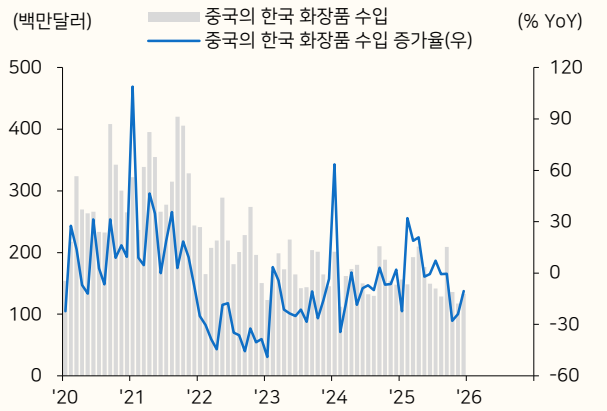
- 12월 중국 화장품 수입 데이터
  - 전체 수입액: 10.8억달러(YoY 8.9%)
  - 한국으로부터 수입액: 1.3억달러(YoY -10.5%)
  - 한국 점유율: 12.3%(YoY -2.6%p)
- 12월 중국 소매판매액
  - 전체 소매판매액: 4.5조위안(YoY 0.9%)
  - 화장품 소매판매액: 380억위안(YoY 8.8%)

그림5 중국의 화장품 수입



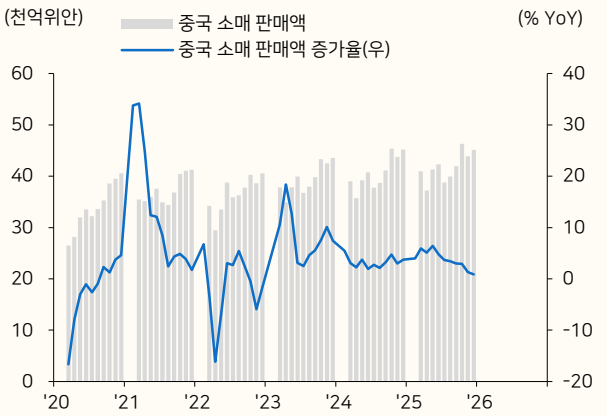
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림6 중국의 한국 화장품 수입



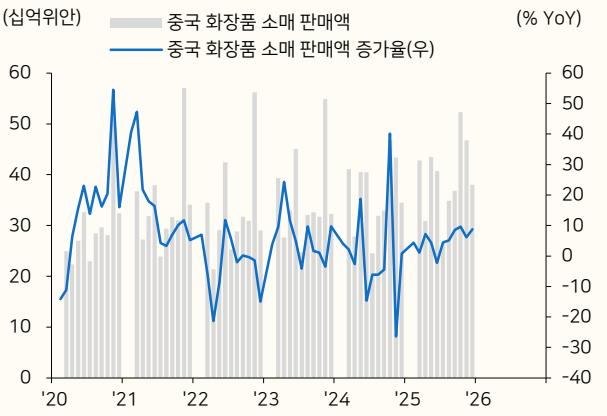
자료: 관세청, 메리츠증권 리서치센터

그림7 중국 소매판매액



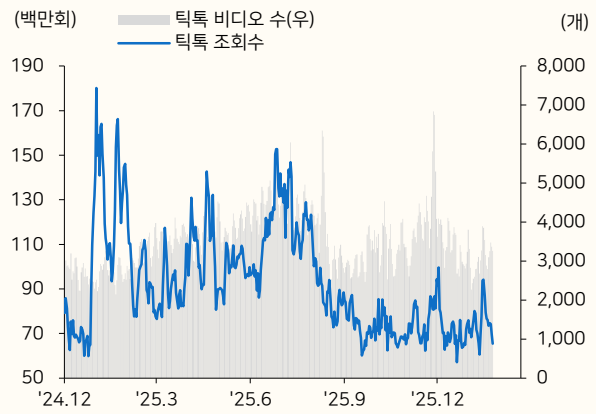
자료: 중국 국가통계국, 메리츠증권 리서치센터

그림8 중국 화장품 소매판매액



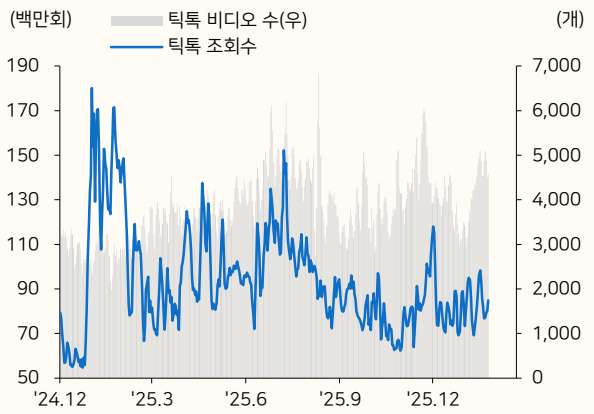
자료: 중국 국가통계국, 메리츠증권 리서치센터

그림9 #kbeauty 틱톡 트렌드



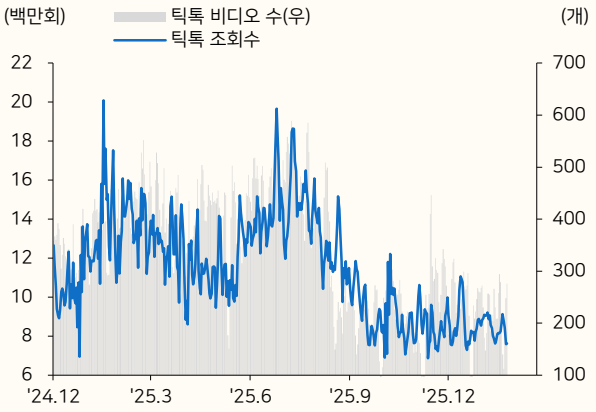
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림10 #koreanskincare 틱톡 트렌드



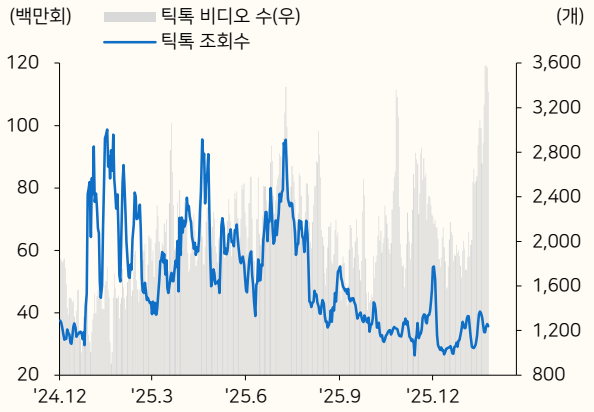
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림11 #koreanmakeup 틱톡 트렌드



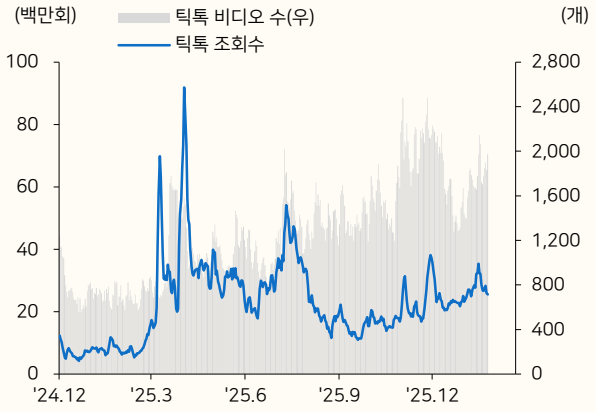
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림12 #glassskin 틱톡 트렌드



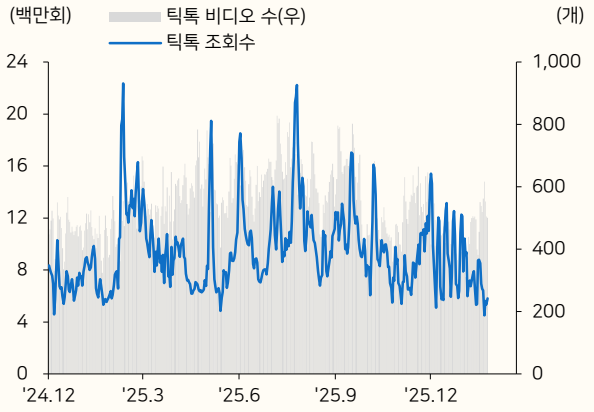
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림13 #medicube 틱톡 트렌드



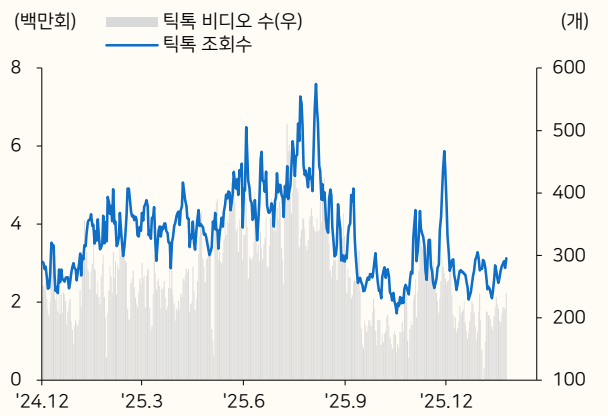
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림14 #anua 틱톡 트렌드



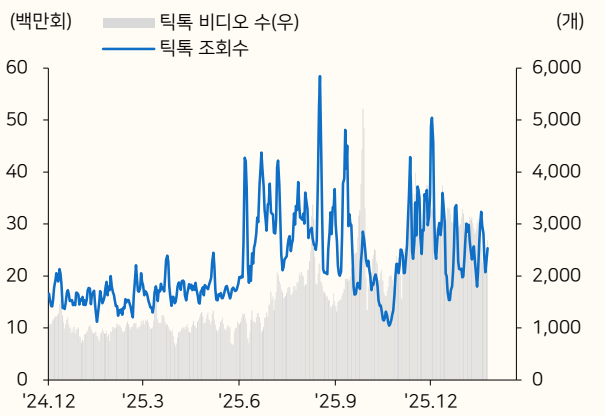
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림15 #beautyofjoseon 틱톡 트렌드



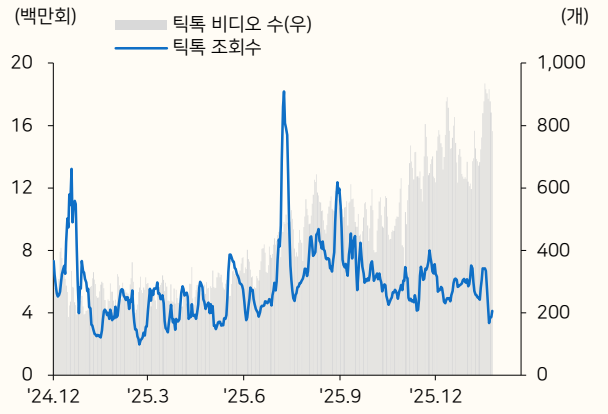
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림16 #skin1004 틱톡 트렌드



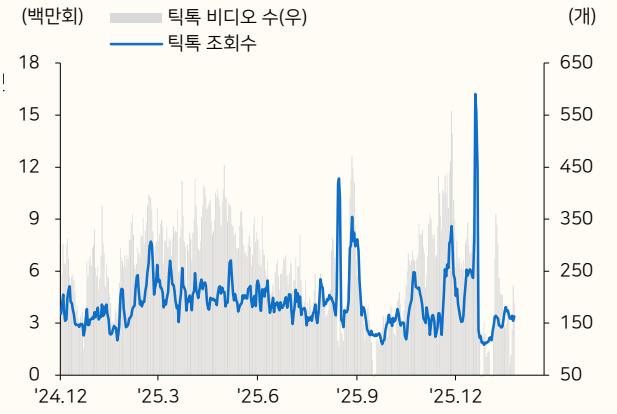
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림17 #cosrx 틱톡 트렌드



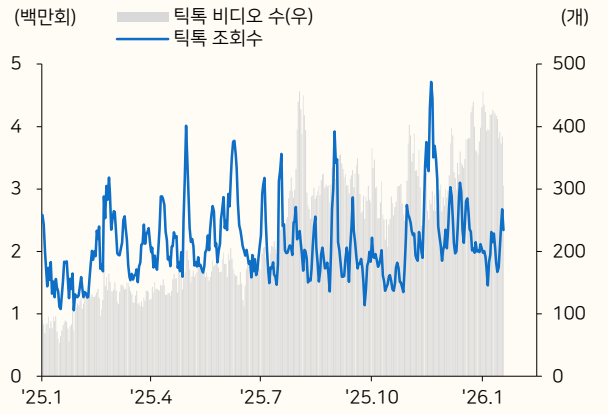
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림18 #laneige 틱톡 트렌드



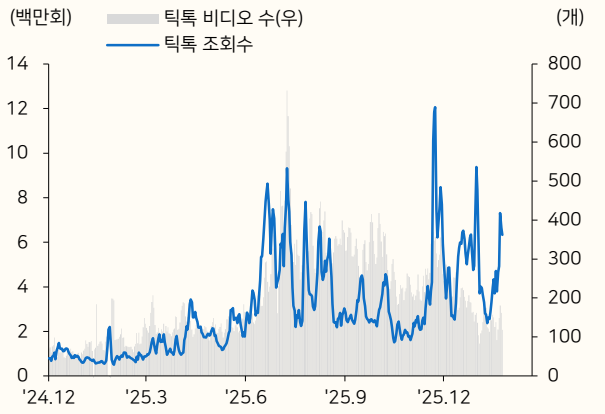
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림19 #dalba 틱톡 트렌드



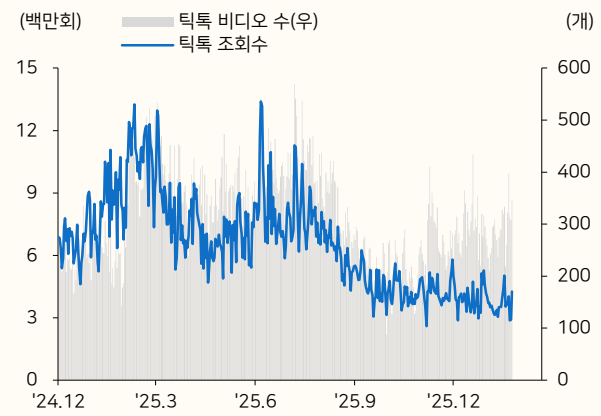
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림20 #vtcosmetics 틱톡 트렌드



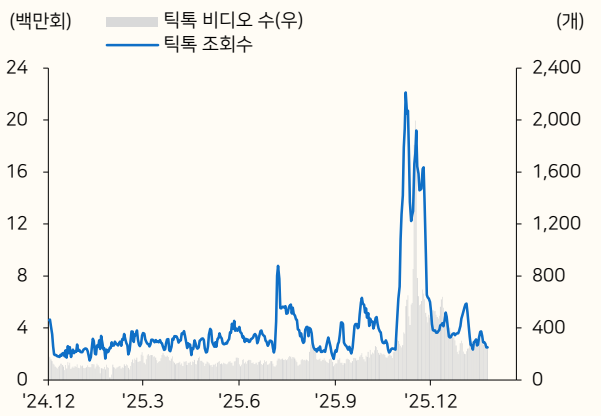
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림21 #romand 틱톡 트렌드



자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림22 #tirtir 틱톡 트렌드

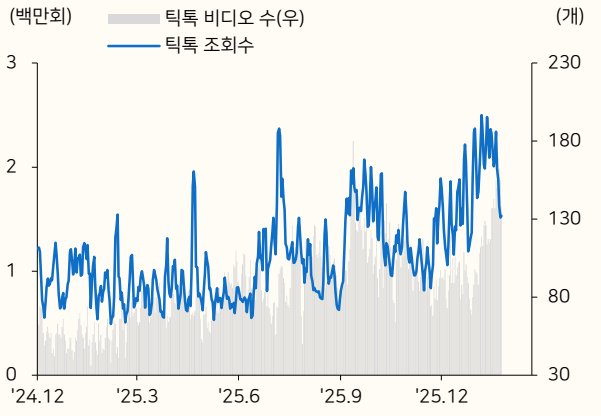


자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림23 #numbuzin 틱톡 트렌드

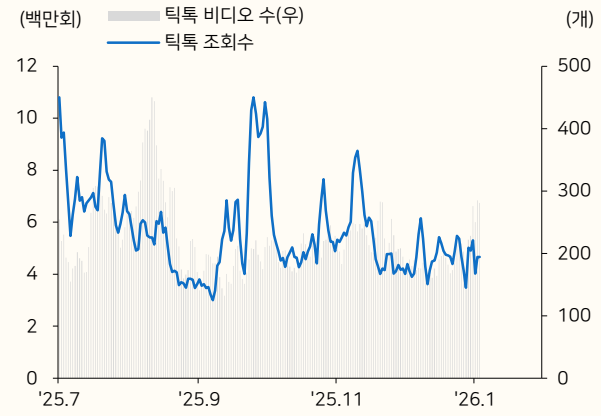
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림24 #biodance 틱톡 트렌드



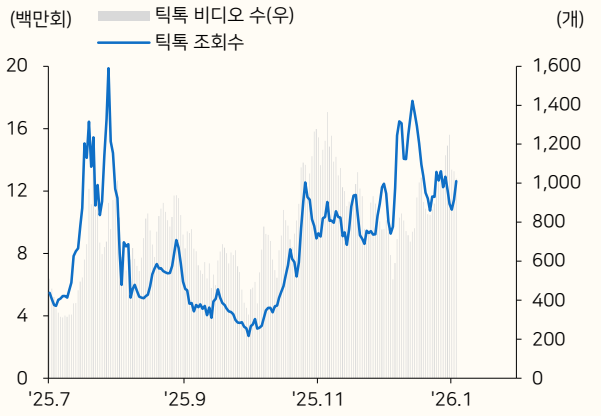
자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림25 #dralthea 틱톡 트렌드



자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

그림26 #drmelaxin 틱톡 트렌드



자료: exolyt, 메리츠증권 리서치센터

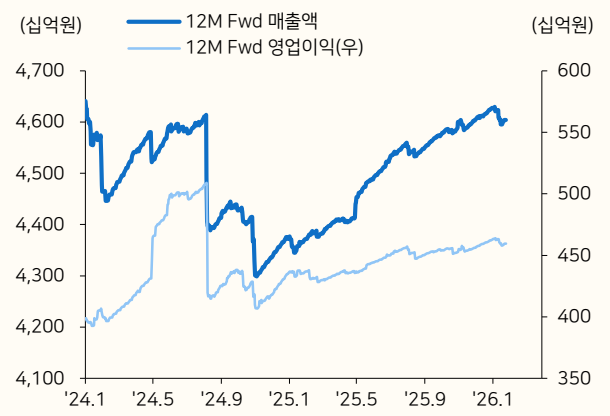
III. 주요 화장품 기업 주가 수익률 및 컨센서스 추이

표4 주요 화장품 기업 기간별 주가수익률 추이

회사명	종목코드	기간별 주가 수익률(%)					지수 대비 초과수익률(%)				
		1주일	1개월	3개월	6개월	1년	1주일	1개월	3개월	6개월	1년
KOSPI	KOSPI	3.1	21.5	26.6	56.1	96.7	-	-	-	-	-
KOSDAQ	KOSDAQ	4.1	8.6	12.6	23.2	36.4	-	-	-	-	-
업종지수	WICS 화장품	8.6	8.7	4.1	-3.6	43.4	5.5	-12.8	-22.5	-59.7	-53.3
아모레퍼시픽	090430	9.7	10.2	11.5	-0.7	5.5	6.6	-11.3	-15.1	-56.9	-91.2
LG생활건강	051900	3.8	4.2	-3.3	-16.1	-7.7	0.7	-17.3	-29.9	-72.2	-104.4
코스맥스	192820	3.5	15.9	-5.3	-18.1	18.5	0.4	-5.6	-31.9	-74.2	-78.2
한국콜마	161890	4.1	7.6	-11.5	-29.1	11.2	1.0	-13.9	-38.1	-85.3	-85.5
코스메카코리아	241710	21.2	20.6	19.6	21.9	56.3	18.1	-0.8	-7.0	-34.2	-40.4
씨앤씨인터내셔널	352480	6.2	1.3	-17.3	-19.8	-7.2	3.1	-20.2	-43.9	-75.9	-103.9
펌텍코리아	251970	8.2	11.4	7.6	-5.9	24.0	5.1	-10.0	-19.0	-62.0	-72.7
실리콘투	257720	17.0	26.6	10.9	-0.8	55.7	14.0	5.2	-15.7	-56.9	-41.0
에이피알	278470	14.7	18.7	15.2	61.0	492.1	11.6	-2.8	-11.4	4.9	395.4
달바글로벌	483650	4.4	2.1	-2.9	-27.6	#N/A	1.4	-19.3	-29.5	-83.8	#N/A
브이티	18290	9.4	-0.4	-8.6	-50.3	-46.4	6.3	-21.8	-35.2	-106.4	-143.1
아이패밀리에스씨	114840	1.7	9.6	-18.2	-9.1	-36.1	-1.4	-11.8	-44.8	-65.2	-132.8
클리오	237880	1.5	-0.7	-10.7	-14.9	-29.3	-1.5	-22.1	-37.3	-71.0	-126.0
네오팜	092730	9.0	-2.6	6.3	-0.1	73.7	5.9	-24.1	-20.3	-56.2	-23.0
애경산업	018250	1.0	-4.4	-13.6	-22.3	4.8	-2.1	-25.9	-40.2	-78.4	-91.9
에스티로더	EL US	2.3	9.5	15.2	30.2	42.7	1.1	9.5	16.6	21.9	25.8
로레알	OR FP	0.4	6.2	3.1	3.1	7.8	1.0	5.4	4.0	-0.9	3.4
시세이도	4911 JT	2.9	16.3	0.8	15.3	7.1	3.7	10.1	-10.0	-7.6	-27.6
얼타뷰티	ULTA US	3.4	12.8	32.5	33.2	64.2	-0.2	13.1	30.6	25.0	50.3
엘프뷰티	ELF US	4.6	18.1	-23.3	-22.1	-14.8	4.0	17.3	-26.0	-30.3	-24.8

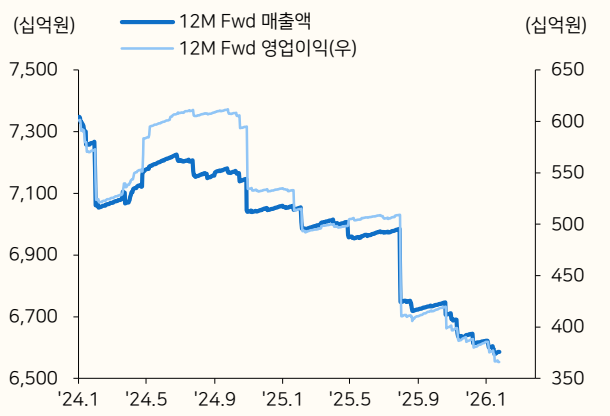
자료: Bloomberg, QuantiWise, 메리츠증권 리서치센터

그림27 아모레퍼시픽 12M Fwd 컨센서스 추이



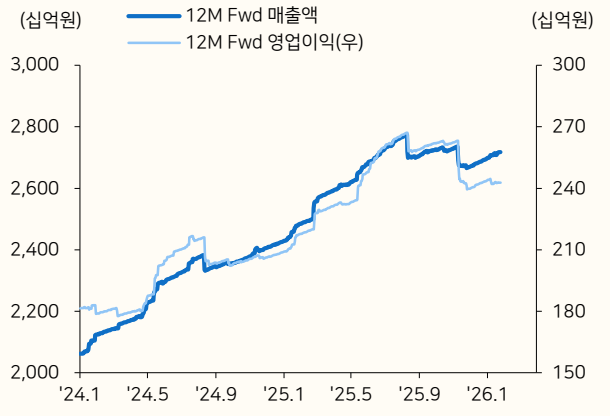
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림28 LG생활건강 12M Fwd 컨센서스 추이



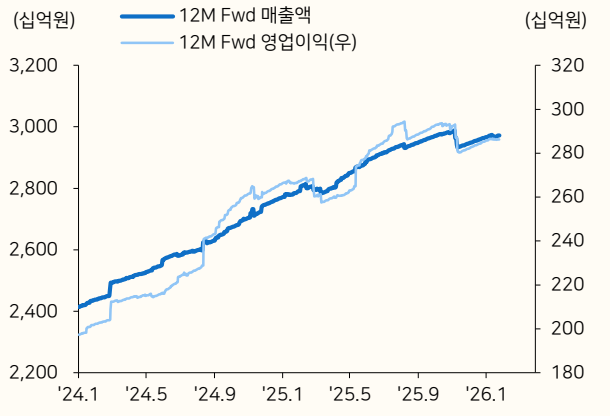
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림29 코스맥스 12M Fwd 컨센서스 추이



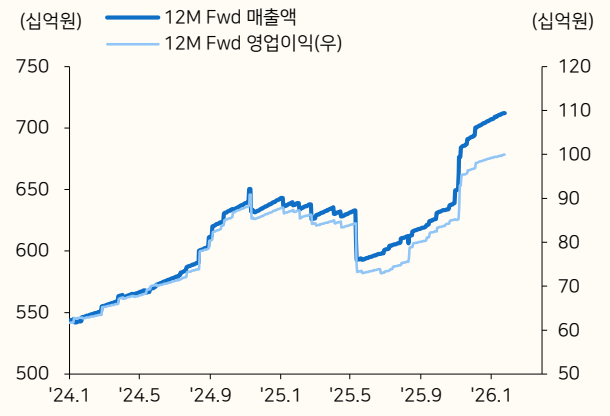
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림30 한국콜마 12M Fwd 컨센서스 추이



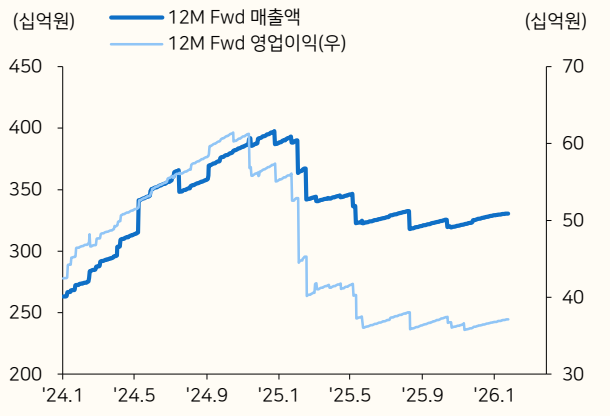
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림31 코스메카코리아 12M Fwd 컨센서스 추이



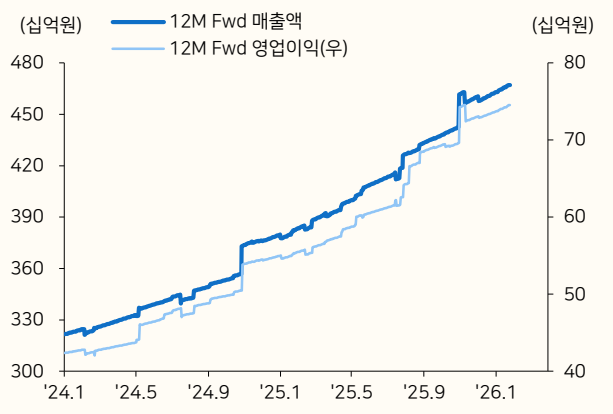
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림32 씨앤씨인터내셔널 12M Fwd 컨센서스 추이



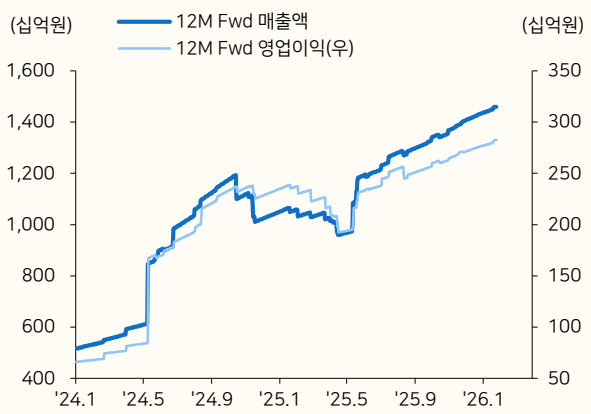
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림33 펌텍코리아 12M Fwd 컨센서스 추이



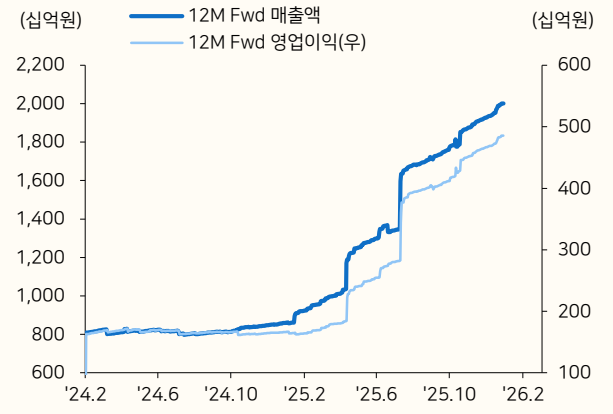
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림34 실리콘투 12M Fwd 컨센서스 추이



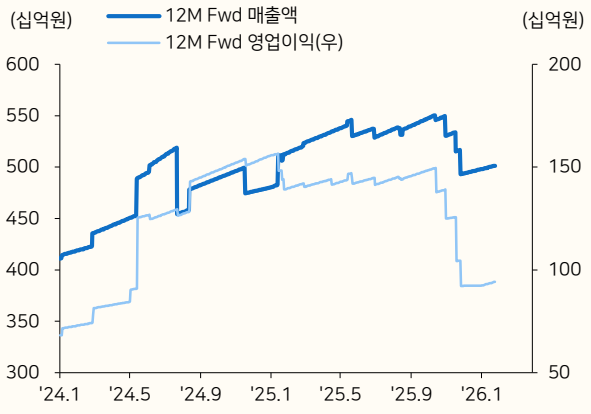
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림35 에이피알 12M Fwd 컨센서스 추이



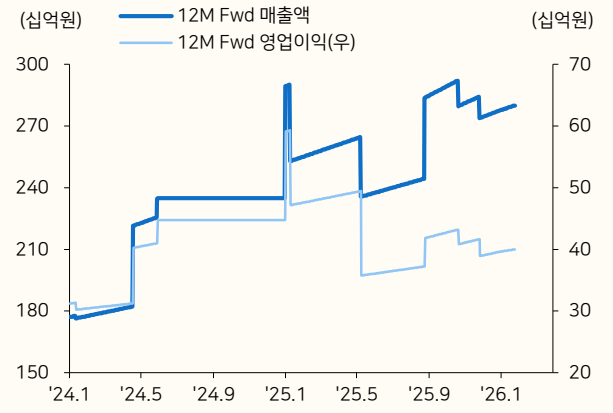
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림36 브이티 12M Fwd 컨센서스 추이



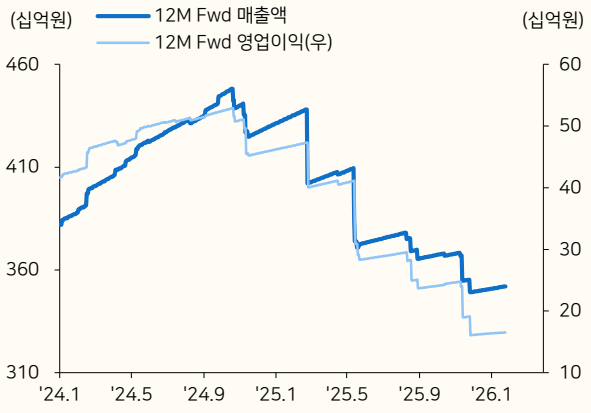
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림37 아이패밀리에스씨 12M Fwd 컨센서스 추이



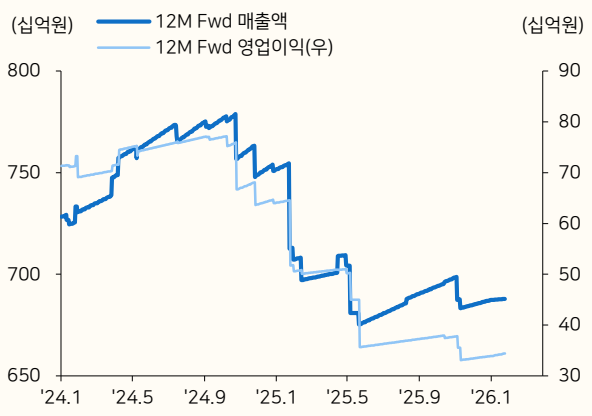
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림38 클리오 12M Fwd 컨센서스 추이



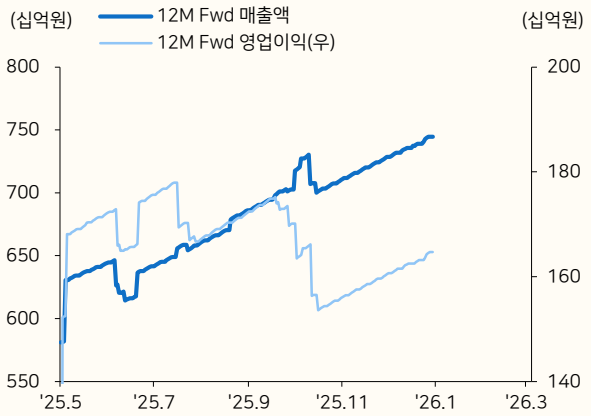
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림39 애경산업 12M Fwd 컨센서스 추이



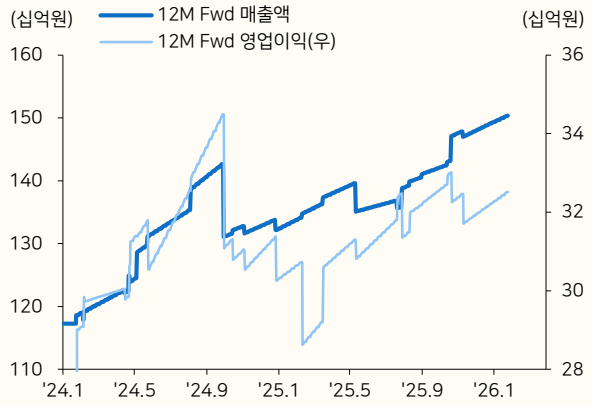
자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림40 달바글로벌 12M Fwd 컨센서스 추이



자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

그림41 네오팜 12M Fwd 컨센서스 추이



자료: Bloomberg, 메리츠증권 리서치센터

IV. 주간 주요 뉴스 Clipping

K뷰티 대박이라지만…외국인 고객들 “브랜드 이름은 몰라요”(매일경제)

- K뷰티 특정 제품 · 매장의 인기는 높지만, 정작 뷰티 브랜드 영향력은 약하다는 점 지적
- 소비자들이 K팝 · 드라마 등 영향으로 K뷰티를 구매하지만 개별 브랜드 인지도는 낮은 수준
- 브랜드 파워가 약해 유행이 지나면 매출이 떨어지는 ‘반짝 흥행’에 그칠 위험이 크다는 우려

URL: https://buly.kr/1RFlo5E

폰드그룹, 자체 뷰티 브랜드 셀레베 수출 '드라이브'(딜사이트)

- 폰드그룹 셀레베, 내달부터 아마존 특별 프로모션 전개, 제품 출시 이후 10만개 이상 판매 성과
- 8월 아마존 공식 입점 이후 베트남 마일리, 홍콩 카일리, 중국 레이블코퍼레이션 등 협업 시작
- 자회사 '모스트'와 '올그레이스'를 통해 2026년 뷰티 부문 수출액 1,000억원 이상 달성 목표

URL: https://buly.kr/6tdGDPJ

C커머스 타고 美시장 공략 나선 K뷰티(한국경제)

- 에이블씨엔씨 미샤, 테무 입점해 미국 시장 공략, C커머스 통해 미국 시장 공략하는 이례적 행보
- 장기 브랜드 가치 하락 우려에도 미국 시장 내 실질적인 수요 변화와 유통 효율성을 고려한 결정
- 테무도 인지도 있는 K뷰티 브랜드 입점 절실, 유명 브랜드 유치하며 플랫폼 신뢰도 높일 계획

URL: https://buly.kr/3NK6b7M

틱톡에 인형 메이크업 유행하더니…기세 떨치는 C뷰티(한국경제)

- 중국 화장품이 강력한 내수 시장 기반으로 글로벌 시장에서 조용히 영향력 펼쳐나가는 중
- 최근 5년간 중국의 화장품 수출 연평균 18% 증가, 수입은 감소하며 로컬 브랜드 점유율 확대
- 브랜드들은 백화점 매장/온라인 채널 통해 적극적으로 해외 진출, 과감한 마케팅/화려한 패키지로 승부

URL: https://buly.kr/8emq1bo

K뷰티가 50만원?… 아모레 설화수, 뷰티 종주국서 '초고가' 승부(머니S)

- 아모레퍼시픽 설화수 영국 뷰티 플랫폼 '컬트 뷰티'에 입점하며 유럽 시장 내 'K뷰티' 위상 재정립
- 시슬리, 라메르 등 글로벌 브랜드와 경쟁하는 '초고가' 포지셔닝, 자음생 크림 가격 50만원 육박
- 브랜드 가치 제고 및 수익성 중심 체질 개선, 가격 저항 낮은 유럽 고소득층 공략해 높은 마진 확보

URL: https://buly.kr/A46uEd

닥터자르트·AHC…인디 브랜드 사놓고도 못키우는 글로벌 뷰티 공룡들(한국경제)

- 에스티로더, 10년전 1조원대에 인수한 한국 뷰티 브랜드 '닥터자르트' 재매각 추진
- 지난해 글로벌 화장품 기업 M&A 거래 건수 56건으로 전년 동기 대비 6.7% 감소
- 대기업 특유의 복잡한 시스템/경직된 의사결정 과정으로 인해 경쟁력 및 브랜드 가치 하락

URL: https://buly.kr/Ezk7hUA

LG생건, 쪼그라든 화장품사업 위상…1조 실탄 투입 촉각(딜사이트)

- LG생활건강 화장품 사업부 중장기 성장 동력 확보 방안 눈길, 브랜드 인수합병 등 가능성
- 지난해 3분기 말 기준 화장품 매출 비중 36.5%까지 하락, 중국 시장 부진으로 매출 반토막
- 인디 브랜드 타깃 M&A 나설 가능성, 현금성자산 1조원 및 사실상 무차입 상태로 재무여력 충분

URL: https://buly.kr/2ff52Rb

올리브영, 세포라에 'K뷰티 존'… 해외판로 확대(동아일보)

- 올리브영, 세계 최대 뷰티 유통 채널 세포라와 협업해 K뷰티 브랜드 해외 시장 판로 확대
- 공식 파트너십 체결해 세포라 온 · 오프라인 채널 내 'K뷰티 존' 마련, 올해 하반기부터 순차 운영
- 국가별 트렌드 반영 중소 · 인디 브랜드 중심 큐레이션, 최대 18개 브랜드, 80여 개 제품 입점 예정,

URL: https://buly.kr/E7AL9rS

월마트도 눈독 들인 K-뷰티…고위급 구매단 12명 대거 방한(연합뉴스)

- 21일 월마트 부사장급 6명과 구매책임자 등으로 구성된 12명의 구매단이 코트라 본사 방문
- 미국 시장 K뷰티 고성장에 따라 차기 성장동력으로 주목하여 핵심 의사결정권자 대거 파견
- 국내 57개사 월마트 구매단과 1대1 비즈니스 상담, 온라인 검증 후 오프라인 매장 입점 추진

URL: https://buly.kr/Gkths6p

K뷰티 브랜드의 '영국 러시'…다 이유가 있었다(비즈워치)

- K뷰티 브랜드들 최근 1~2년 사이 영국 주요 유통 채널에 잇따라 입점하며 판매망 빠르게 확대 중
- 높은 구매력과 유럽 진출 거점으로서 지리적 이점, 설화수 · 어뮤즈 · 메디큐브 · 아누아 등 영국 시장 공략
- 대 영국 화장품 수출 2021년 5,626만달러에서 2025년 1억 8,822만달러로 4년 만에 3배 이상 증가

URL: https://buly.kr/3u4OGcW

뷰티기기 시장 판 커지자…매력 발산하는 K브랜드(서울경제)

- K뷰티 열풍 뷰티 디바이스로 확산, 화장품 제조업체들도 관련 기술 개발에 나서는 등 영역 확장 중
- 에이피알 '메디큐브 에이지알(AGE-R)' 글로벌 누적 판매량 600만 대 돌파, 9월 500만대 돌파 이후 4개월만
- 코스맥스 공동 연구 통해 뷰티 디바이스와 연동되는 신규 고분자 나노 입자 개발, 다양한 포맷으로 확장 계획

URL: https://buly.kr/GvoTDQo

'약국 쇼핑' 뜬다…외국인 관광객이 만든 새 K뷰티 성지(데일리안)

- 외국인 관광객 사이에서 '한국 약국 투어'가 새로운 쇼핑 코스로 인기, 약국 화장품 입소문 확산
- 외국인 의료 관광 지출액 2020년 562.5억원에서 2025년 5,618.3억원으로 10배가량 증가
- 약국 소비 비중 2021년 38.2%에서 2025년 59.1%까지 증가, K뷰티 인기에 따라 관련 약국 증가 추세

URL: https://buly.kr/3u4Od4E

어노브, 미국 세포라 입점… K-헤어케어 브랜드 최초(약업신문)

- 헤어케어 브랜드 어노브, 오는 2월 한국 헤어 브랜드 최초로 미국 세포라 입점 예정
- 미국 전역 세포라 오프라인 매장과 공식 온라인몰 동시 진출, 글로벌 시장 확장 속도
- 베스트셀러 '딥 데미지 리페어' 라인 및 세포라 단독 신제품 '데미지 리페어&샤인 리브인 컨디셔너' 론칭

URL: https://buly.kr/15QGwcA

Compliance Notice

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 추천 종목과 재산적 이해관계가 없습니다. 본 자료에 게재된 내용은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.