

Weekly Retail-Cos. Letter



홈플러스 폐업만을 투자 포인트로 삼는 것은 무리 2026.7.10

Analyst 박종대 forsword@hanafn.com

RA 양정석 jsyang@hanafn.com

- ✓ 롯데쇼핑/이마트: 홈플러스 폐업 반사이익 vs. 다른 사업 불확실성하이드로겔 높은 진입장벽
- ✓ 아마존 프라임데이 매출과 마케팅 비용의 기간차
- ✓ 에이피알 2분기 실적 예상보다 더 좋을 듯

I. 추가 분석과 투자전략

1. 롯데쇼핑/이마트: 홈플러스 폐업 반사이익 vs. 다른 사업 불확실성

- 홈플러스 폐업으로 롯데쇼핑과 이마트 등 대형마트 사업을 영위하고 있는 업체들의 반사이익이 기대된다. 2025년 이후 홈플러스 59개점 폐점 영향 인근 이마트/롯데마트 매출은 YoY 10% 증가했고, 전사적으로 2%p 성장률을 제고시킨 바 있다.
- 남은 67개점의 경우 협력사 대금 미지급으로 매대 물품이 많이 줄었지만, 신선식품이나 대기업 가공식품 등 필수 식자재 판매는 지속하고 있었다. 따라서, 반사이익이 적지 않을 것으로 예상되며, 그 효과는 이전 사례(59개점 폐점 영향)와 유사할 것으로 추정한다.
- 기존점 매출이 2% 증가하면 이마트와 롯데마트 각각 연간 약 550억원, 200억원 영업이익을 늘릴 수 있다(추가 매출의 GPM 25% 가정). 전체 영업이익의 18%, 4%(2025년 연결 영업이익 기준) 증가시킬 수 있는 큰 금액이다.
- 다만, 이 이슈만으로 롯데쇼핑과 이마트를 투자 비중을 늘리기에 다른 실적 불확실성이 요인이 작지 않다. 먼저 이마트의 경우 스타벅스/신세계건설/G마켓 사업이 부담이다.
- 스타벅스는 탕크데이 사건으로 6월 성수기 프리퀀시 행사를 전혀 하지 못했다. 6월 매출만 YoY 30% 감소할 것으로 예상됨에 따라 2분기 스타벅스 영업이익은 적자 가능성도 제기되고 있다.
- 신세계건설은 미분양 관련 대손충당금 우려가 상존하고 있고, G마켓 관련 지분법손실도 작지 않을 듯하다(1분기 약 500억원 지분법손실 반영). 롯데쇼핑의 경우 백화점/마트/슈퍼/홈쇼핑/컬처웍스가 모두 실적 개선세에 있으나, 하이마트와 마트 온라인 사업은 부담이다. 특히 대형마트 온라인 사업은 식품 온라인 사업 '제타' 출시 영향 하반기 비용부담이 클 것으로 보인다. 2025년 마트 사업 영업적자 570억원 가운데 540억원이 온라인 사업이었는데, 오카도 물류센터가 8월 오픈하게 되면 올해 대형마트 온라인 영업적자 규모는 약 700억원까지 늘어날 수 있다.

도표 1. 롯데쇼핑 분기 실적 전망

(단위: 십억원)

	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26F	3Q26F	4Q26F	2025	2026F	2027F
매출	3,457	3,350	3,410	3,522	3,582	3,455	3,537	3,547	13,738	14,121	14,332
백화점	806	816	765	953	872	886	823	1,013	3,339	3,594	3,836
국내	775	786	734	917	837	853	789	974	3,213	3,454	3,678
해외	31	30	31	36	36	33	34	39	127	141	158
할인점	1,487	1,295	1,334	1,355	1,526	1,328	1,378	1,391	5,471	5,623	5,775
국내	1,018	946	990	971	1,041	965	1,022	996	3,925	4,023	4,116
해외	469	350	344	383	485	364	356	395	1,546	1,600	1,659
하이마트	529	594	652	524	497	559	633	520	2,300	2,208	2,219
슈퍼	305	309	314	299	306	310	316	300	1,226	1,232	1,238
홈쇼핑	228	231	211	232	232	236	216	237	902	920	939
이커머스	28	27	23	32	27	26	23	32	109	108	108
컬처웍스	86	92	128	128	125	119	160	139	434	543	597
영업이익	148	41	131	228	253	106	160	250	547	769	806
백화점	130	65	83	226	191	111	119	266	504	687	743
국내	128	63	80	220	184	104	113	259	491	660	710
해외	2	2	4	6	8	7	6	6	13	27	33
할인점	28	-39	12	-8	34	-29	8	-16	-7	-3	-18
국내	7	-48	2	-18	9	-41	-3	-29	-57	-64	-82
해외	21	9	9	10	25	12	12	13	50	62	64
하이마트	-11	10	19	-9	-15	7	16	-8	10	0	3
슈퍼	3	3	5	-3	2	2	3	-4	8	4	9
홈쇼핑	12	12	10	10	26	13	10	11	45	60	52
이커머스	-9	-8	-10	-3	-6	-5	-4	-5	-29	-20	-14
컬처웍스	-10	-6	8	-2	8	1	0	-3	-11	7	-6
세전이익	45	-24	-15	78	180	42	57	141	83	421	180
당기순이익	18	-10	-49	115	144	34	44	115	74	337	144
지배주주순이익	16	-20	-57	112	128	30	40	88	52	286	128
매출(YoY %)	-1.6	-2.3	-4.4	1.3	3.6	3.1	3.7	0.7	-1.8	2.8	3.6
백화점	-1.1	-2.4	1.3	4.4	8.2	8.6	7.6	6.3	0.6	7.6	8.2
국내	-1.4	-2.7	0.7	4.2	7.9	8.5	7.5	6.3	0.3	7.5	7.9
해외	6.2	5.0	17.3	9.8	14.5	12.0	10.0	8.0	9.4	11.0	14.5
할인점	0.3	-1.8	-7.5	1.7	2.6	2.5	3.3	2.7	-1.9	2.8	2.6
국내	-3.4	-2.2	-9.6	0.9	2.2	2.0	3.3	2.5	-3.8	2.5	2.2
해외	9.5	-0.6	-0.9	3.6	3.4	4.0	3.5	3.1	3.3	3.5	3.4
영업이익(YoY %)	29.0	-27.5	-15.8	54.7	70.6	161.4	22.5	9.8	15.6	40.6	4.8
순이익(YoY %)	-79.2	-77.6	-354.6	-111.5	691.8	흑전	흑전	-22.1	-105.3	454.9	9.9
영업이익률(%)	4.3	1.2	3.8	6.5	7.1	3.1	4.5	7.1	4.0	5.4	5.6
백화점	16.1	8.0	10.9	23.7	21.9	12.5	14.5	26.2	15.1	19.1	19.4
국내	16.5	8.0	10.8	24.0	21.9	12.2	14.3	26.6	15.3	19.1	19.3
해외	6.8	6.1	11.8	15.7	21.4	20.0	18.0	16.8	10.3	19.0	20.9
할인점	1.9	-3.0	0.9	-0.6	2.2	-2.2	0.6	-1.1	-0.1	0.0	-0.3
국내	0.7	-5.1	0.2	-1.8	0.8	-4.3	-0.3	-2.9	-1.4	-1.6	-2.0
해외	4.6	2.6	2.7	2.6	5.2	3.3	3.2	3.3	3.2	3.8	3.8

자료: 롯데쇼핑, 하나증권

도표 2. 이마트 분기 실적 전망

(단위: 십억원)

	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26F	3Q26F	4Q26F	2025	2026F	2027F
매출액	7,219	7,039	7,401	7,312	7,123	7,180	7,549	7,495	28,970	29,347	29,934
이마트(총매출)	3,042	2,770	2,971	2,870	3,033	3,133	2,881	2,897	11,653	11,945	12,228
트레이더스	967	900	1,000	985	1,060	1,073	999	1,066	3,852	4,199	4,539
SSG.COM(순매출)	357	350	319	321	323	315	287	288	1,347	1,212	1,115
스타벅스코리아	762	796	811	870	818	636	843	937	3,238	3,234	3,369
영업이익	159	22	151	-10	178	61	189	41	323	470	503
이마트	78	-34	55	-12	80	-3	72	18	87	167	180
트레이더스	42	31	40	17	48	48	45	35	130	176	200
SSG.COM	-18	-31	-42	-27	-22	-22	-20	-9	-118	-73	-65
스타벅스코리아	35	40	60	38	29	0	51	40	173	120	168
세전이익	119	-26	344	-61	116	-16	151	-50	376	201	217
지배주주귀속 순익	71	-52	266	-148	60	-17	80	-50	136	73	83
영업이익률(%)	2.2	0.3	2.0	-0.1	2.5	0.9	2.5	0.6	1.1	1.6	1.7
이마트(%)	2.6	-1.2	1.8	-0.4	2.6	-0.1	2.5	0.6	0.7	1.4	1.5
세전이익률(%)	1.7	-0.4	4.7	-0.8	1.6	-0.2	2.0	-0.7	1.3	0.7	0.7
당기순이익률(%)	1.0	-0.7	3.6	-2.0	0.8	-0.2	1.1	-0.7	0.5	0.2	0.3
매출액(% YoY)	0.2	-0.2	-1.4	0.9	-1.3	2.0	2.0	2.5	-0.2	1.3	2.0
이마트	0.3	0.5	-3.4	2.4	-0.3	13.1	-3.0	0.9	-0.1	2.5	2.4
트레이더스	5.6	8.1	3.6	17.8	9.7	19.2	-0.1	8.3	8.5	9.0	8.1
SSG.COM	-13.7	-11.4	-18.3	-14.7	-9.6	-10.0	-10.0	-10.5	-14.5	-10.0	245.8
스타벅스코리아	3.7	4.7	2.9	6.3	7.4	-20.0	4.0	7.7	4.4	-0.1	4.2
영업이익(% YoY)	238.2	흑전	35.6	적지	11.9	182.1	24.6	-520.8	584.8	45.6	7.1
이마트	53.5	적지	-20.9	적지	3.2	적지	31.4	-251.5	흑전	92.9	7.5
트레이더스	36.9	38.6	14.8	223.1	13.0	56.3	13.8	110.0	39.5	36.2	13.5
SSG.COM	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지	적지
스타벅스코리아	7.3	-6.5	-9.6	-22.4	-16.5	-100.0	-15.7	5.5	-9.3	-30.9	40.8
세전이익(% YoY)	262.7	적지	191.9	적지	-3.1	적지	-56.0	흑전	흑전	-46.7	8.1
지배주주귀속 순익	157.3	적지	120.5	적지	-15.5	적지	-70.1	흑전	흑전	-46.6	39.5

자료: 이마트, 하나증권

2. 아마존 프라임데이 매출과 마케팅 비용의 기간차

- 아마존 프라임데이가 6월 말로 당겨지면서 매출 인식의 시점차가 발생하고 있다. 소비자에게 전달되는 시점을 매출로 잡게 되는데, 브랜드 업체마다 차이가 있는 것이다.
- 예를 들어 에이피알/아모레퍼시픽/에이블씨엔씨/클리오/네오팜의 경우 행사 매출 대부분 6월에 발송이 이뤄졌기 때문에 2분기 매출로 계상되는 반면, 달바글로벌/동국제약/브이티 등의 매출은 대부분 3분기에 반영될 것으로 보인다.
- 문제는 마케팅비는 온전히 2분기 판관비로 반영되기 때문에 프라임데이 매출이 3분기로 이연되는 회사들의 경우 영업이익률이 예상보다 낮아질 수 있다. 대신 이런 회사들은 3분기에 수익성이 개선될 수 있기 때문에 연간으로 보면 큰 의미는 없다.

3. 에이피알 2분기 실적 예상보다 더 좋을 듯

- 미국 아마존 프라임데이 매출이 약 400억원 이상으로 전년 같은 기간 대비 30% 이상 증가한 것으로 파악되고 있다. 프라임데이 효과를 제외하고서도 QoQ 증가가 지속되고 있었다는 점을 감안해야 한다. 프라임데이 기간 아마존 전체 검색어에서 메디큐브가 1위에 오를 만큼 인지도가 개선되었다. 기존 대표 아이템에 더해 클렌징/멀티밤/아이세럼 등 신제품들의 판매가 좋다. 아마존 뷰티 톱 100에 11개가 들었을 정도다. 1분기 얼타뷰티에 이어 2분기에는 타겟/월마트 등 오프라인 입점 초도 매출이 추가되었다. 2분기 미국 매출은 3천억원을 훌쩍 넘을 수 있다.
- 미국 사업은 3분기 전망도 긍정적이다. 프라임데이가 2분기로 당겨지면서 QoQ 매출이 감소할 것이라는 전망이 우세적이지만, 그렇지 않을 수도 있다. 아마존 프라임데이 행사는 마케팅 성격도 짙다. 신제품에 대한 소비자들의 접근성을 높이는 것이다. 따라서, 프라임데이 이후 아마존 매출 감소 폭이 예상보다 작을 수 있다. 미국 사업 매출 규모가 커지고 있기 때문에 프라임데이 매출 비중이 상대적으로 줄어들고 있기도 하다. 아울러, 전술한 바와 같이 타겟/코스트코/월마트 등 오프라인 입점 효과가 확대될 것이라는 점도 감안해야 한다.
- 2분기 유럽 매출 역시 예상보다 클 것으로 보인다. 아마존 프라임데이도 성황리에 끝났을 뿐 아니라, 지역별 신규 진출 효과가 크다. 영국 매출은 1분기 약 300억원에서 2분기 600억원까지 늘어난 것으로 파악된다. 영국을 제외한 프랑스/스페인/독일/이태리까지 합하면 거의 900억원에 가까운 숫자인데, 애초 2분기 유럽 매출 예상치를 300억원 이상 넘어서는 것이다. 실리콘투 등 B2B 물량도 늘어나고 있는데, 실리콘투 역시 유럽이 핵심이기 때문에 에이피알의 실제 유럽 매출 규모는 1,200억원에 이를 것으로 추정한다.
- 이에 따라 2분기 에이피알의 매출 규모는 7,300억원에 달할 수 있다. 다만, 영업이익률은 마케팅비 증가 영향으로 작년보다 조금 하락할 수 있다. 그래도, 영업이익 1,800억원은 능히 넘어설 것으로 보인다.

도표 3. 에이피알 분기 실적 전망

(단위: 십억원)

		1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26F	3Q26F	4Q26F	2025	2026F	2027F
매출		266.0	327.7	385.9	547.6	593.4	695.1	689.0	827.2	1,527.3	2,804.6	3,680.2
뷰티디바이스		90.9	90.0	103.1	122.9	132.7	127.5	144.4	170.4	407.0	575.0	734.9
화장품		165.0	227.1	272.3	412.8	452.6	567.7	544.6	664.8	1,077.1	2,229.7	2,945.4
지역별	국내	77.4	73.2	76.0	73.1	65.3	64.4	68.4	71.6	299.7	269.7	248.1
	미국	70.8	96.2	150.5	255.1	248.5	303.0	270.9	351.5	572.6	1,173.8	1,543.6
	일본	29.3	43.9	46.6	69.0	58.9	58.4	60.6	77.0	188.8	254.8	286.1
	중화권	28.4	34.7	27.4	31.8	30.7	38.2	32.9	41.3	122.3	143.1	157.7
	기타	60.1	79.7	85.4	118.8	190.0	231.1	256.2	285.9	344.0	963.2	1,444.8
영업이익		55.6	84.6	96.1	130.3	152.3	176.6	175.7	196.6	362.1	701.2	923.7
세전이익		59.2	78.4	96.0	130.8	157.1	181.3	180.4	201.2	364.3	719.9	944.4
지배주주순이익		49.9	66.3	74.6	98.8	117.3	136.8	136.2	153.2	289.7	543.5	713.1
영업이익률(%)		20.9	25.8	24.9	23.8	25.7	25.4	25.5	23.8	23.7	25.0	25.1
세전이익률(%)		22.2	23.9	24.9	23.9	26.5	26.1	26.2	24.3	23.9	25.7	25.7
순이익률(%)		18.8	20.2	19.3	18.0	19.8	19.7	19.8	18.5	19.0	19.4	19.4
매출(% YoY)		78.6	110.8	121.7	124.2	123.0	112.1	78.5	51.0	111.3	83.6	31.2
뷰티 디바이스		36.2	32.1	38.8	18.8	46.0	41.6	40.0	38.7	30.2	41.3	27.8
화장품		152.3	216.9	219.8	254.8	174.3	150.0	100.0	61.1	218.2	107.0	32.1
지역별	국내	-7.3	-6.5	2.9	-17.0	-15.6	-12.0	-10.0	-2.1	-7.4	-10.0	-8.0
	미국	186.5	285.8	280.1	269.7	250.8	215.0	80.0	37.8	261.8	105.0	31.5
	일본	198.1	366.1	206.5	289.3	100.8	33.0	30.0	11.7	261.9	35.0	12.3
	중화권	39.4	34.4	12.2	10.5	8.1	10.0	20.0	30.0	23.1	17.0	10.2
	기타	441.9	368.5	306.1	191.5	216.1	190.0	200.0	140.7	282.9	180.0	50.0
영업이익(% YoY)		96.5	201.9	252.9	227.8	173.7	108.8	82.8	50.9	197.8	93.7	31.7
세전이익(% YoY)		94.8	171.8	262.9	174.2	165.5	131.2	87.9	53.8	173.2	97.6	31.2
지배주주순이익(% YoY)		107.3	175.1	366.1	129.4	134.8	106.4	82.5	55.2	169.9	87.7	31.2

자료: 에이피알, 하나증권

도표 4. 유통/화장품/생활용품 주요 업체 2분기 및 연간 실적 전망과 컨센서스

기업명	항목	2Q25	2Q26E	%YoY	2025	2026E	%YoY	컨센서스	
								2Q26	2026
에이피알 A278470	매출액	327.7	695.1	112%	1,527.3	2,804.6	84%	662.2	2,726.4
	영업이익	84.6	176.6	109%	362.1	701.2	94%	167.3	686.4
	순이익	66.3	136.8	106%	289.7	543.5	88%	127.0	537.1
	OPM(%)	25.8%	25.4%		23.7%	25.0%		25.3%	25.2%
아모레퍼시픽 A090430	매출액	1,005	1,109	10%	4,252.8	4,688.9	10%	1,091.7	4,602.9
	영업이익	74	107	46%	335.8	503.8	50%	98.4	463.8
	순이익	36	78	119%	235.7	365.5	55%	75.5	370.3
	OPM(%)	7.3%	9.7%		7.9%	10.7%		9.0%	10.1%
LG생활건강 A051900	매출액	1,604.9	1,599.3	0%	6,355.5	6,289.4	-1%	1,562.4	6,269.2
	영업이익	54.8	88.3	61%	170.7	398.8	134%	75.1	342.2
	순이익	35.1	35.3	1%	-100.1	183.0	흑전	42.0	202.2
	OPM(%)	3.4%	5.5%		2.7%	6.3%		4.8%	5.5%
달바글로벌 A483650	매출액	128.4	184.1	43%	519.7	751.4	45%	182.9	746.1
	영업이익	29.2	42.3	45%	101.5	161.6	59%	41.6	160.5
	순이익	19.8	32.2	62%	79.1	126.2	60%	32.2	127.3
	OPM(%)	22.8%	23.0%		19.5%	21.5%		22.8%	21.5%
실리콘투 A257720	매출액	265.3	386.2	46%	1,116.3	1,574.1	41%	371.9	1,547.9
	영업이익	52.2	71.4	37%	205.4	283.3	38%	70.7	272.9
	순이익	35.6	61.8	74%	168.6	245.5	46%	48.2	218.7
	OPM(%)	10.1%	11.4%		8.8%	10.0%		11.6%	10.3%
한국콜마 A161890	매출액	730.9	831.5	14%	2,722.4	3,045.5	12%	824.7	3,067.2
	영업이익	73.5	94.4	28%	239.6	304.1	27%	95.3	314.8
	순이익	41.8	57.0	36%	168.2	169.3	1%	67.6	226.6
	OPM(%)	10.1%	11.4%		8.8%	10.0%		11.6%	10.3%
코스맥스 A192820	매출액	623.6	744.0	19%	2,398.8	2,787.2	16%	737.7	2,764.2
	영업이익	60.8	69.6	14%	195.8	244.1	25%	69.5	232.8
	순이익	20.9	50.2	140%	123.1	174.6	42%	42.3	156.4
	OPM(%)	9.8%	9.4%		8.2%	8.8%		9.4%	8.4%
코스메카코리아 A241710	매출액	161.7	201.0	24%	640.9	766.2	20%	200.6	789.9
	영업이익	23.0	28.5	24%	83.5	104.4	25%	27.4	106.1
	순이익	9.3	19.1	104%	45.5	69.8	54%	20.2	82.0
	OPM(%)	14.2%	14.2%		13.0%	13.6%		13.7%	13.4%
팜텍코리아 A251970	매출액	105.4	111.7	6%	372.0	404.8	9%	110.1	416.3
	영업이익	19.4	19.7	1%	56.5	62.2	10%	19.3	64.7
	순이익	11.4	14.0	22%	34.4	50.1	46%	13.1	53.0
	OPM(%)	18.4%	17.6%		15.2%	15.4%		17.5%	15.5%
네오팜 A092730	매출액	32.0	37.4	17%	132.2	152.8	16%	39.7	154.0
	영업이익	7.0	7.8	11%	28.8	32.1	12%	8.4	32.7
	순이익	7.1	6.6	-6%	27.8	27.3	-2%	0.0	0.0
	OPM(%)	21.9%	20.8%		21.8%	21.0%		21.2%	21.2%
코스맥스엔비티 A222040	매출액	75.7	99.6	6%	287.5	326.8	14%	98.6	385.8
	영업이익	2.5	8.7	87%	4.0	22.2	456%	9.0	35.4
	순이익	-1.2	2.8	흑전	-15	11.4	흑전	4.7	20.5
	OPM(%)	3.3%	5.9%		1.4%	6.8%		9.1%	9.2%
코웨이 A021240	매출액	1,258.9	1,429.2	11%	4,963.6	5,504.2	11%	1,397.2	5,571.1
	영업이익	242.7	273.3	9%	878.7	984.1	12%	265.2	998.7
	순이익	155.6	199.4	24%	617.7	714.4	16%	175.0	697.6
	OPM(%)	19.3%	18.9%		17.7%	17.9%		19.0%	17.9%

기업명	항목	2Q25	2Q26E	%YoY	2025	2026E	%YoY	컨센서스	
								2Q26	2026
이마트 A139480	매출액	7,039.0	7,179.8	2%	28,970.4	29,347.0	1%	7,058.9	29,327.0
	영업이익	21.6	61.0	182%	322.5	469.6	46%	68.4	562.5
	순이익	-52.3	-17.0	적지	136.2	72.7	-47%	-32.0	176.8
	OPM(%)	0.3%	0.9%		1.1%	1.6%		1.0%	1.9%
롯데쇼핑 A023530	매출액	3,349.7	3,454.5	3%	13,738.4	14,120.6	3%	3,561.2	14,271.5
	영업이익	40.6	106.2	161%	547.0	769.1	41%	109.9	802.4
	순이익	-20.4	30.3	-249%	51.6	286.1	455%	32.5	399.9
	OPM(%)	1.2%	3.1%		4.0%	5.4%		3.1%	5.6%
신세계 A004170	매출액	1,693.8	1,754.7	4%	6,929.5	7,295.0	5%	1,796.4	7,295.7
	영업이익	75.3	148.7	97%	480.0	784.4	63%	150.2	761.1
	순이익	-2.3	68.9	흑전	13.9	417.4	2,895%	73.8	465.3
	OPM(%)	4.4%	8.5%		6.9%	10.8%		8.4%	10.4%
현대백화점 A069960	매출액	1,080.3	977.9	-9%	4,230.3	4,249.8	0%	1,049.8	4,274.0
	영업이익	86.9	78.0	-10%	377.9	412.7	9%	85.8	435.9
	순이익	45.1	53.8	19%	207.7	281.7	36%	56.2	273.2
	OPM(%)	8.0%	8.0%		8.9%	9.7%		8.2%	10.2%
GS리테일 A007070	매출액	2,980.6	3,088.4	4%	11,952.7	12,391.1	4%	3,109.7	12,406.7
	영업이익	84.5	100.3	19%	293.5	340.3	16%	101.6	346.8
	순이익	15.3	52.4	243%	48.9	183.3	275%	65.1	206.9
	OPM(%)	2.8%	3.2%		2.5%	2.7%		3.3%	2.8%
BGF리테일 A282330	매출액	2,290.1	2,404.1	5%	9,061.2	9,513.7	5%	2,405.6	9,477.0
	영업이익	69.4	74.1	7%	253.9	293.4	16%	74.4	290.8
	순이익	52.8	57.0	8%	195.3	224.8	15%	57.0	225.3
	OPM(%)	3.0%	3.1%		2.8%	3.1%		3.1%	3.1%
호텔신라 A008770	매출액	1,025.4	1,028.2	0%	4,068.3	4,041.6	-1%	1,012.3	4,101.4
	영업이익	8.7	53.5	518%	13.6	165.2	1,118%	51.0	175.0
	순이익	-0.9	31.5	흑전	-172.8	89.8	흑전	32.2	114.3
	OPM(%)	0.8%	5.2%		0.3%	4.1%		5.0%	4.3%

주: 순이익은 지배주주 순이익
 자료: 각 사, 에프앤가이드, QuantiWise, 하나증권

Compliance Notice

- 당사는 2026년 7월 10일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본 자료를 작성한 애널리스트(박종대)는 자료의 작성과 관련하여 외부의 압력이나 부당한 간섭을 받지 않았으며, 본인의 의견을 정확하게 반영하여 신의성실 하게 작성하였습니다.
- 본 자료는 기관투자자 등 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다
- 본 자료를 작성한 애널리스트(박종대)는 2026년 7월 10일 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	97.27%	2.73%	0.00%	100%

* 기준일: 2026년 07월 07일