



LocknLock

# '23년 1분기 경영 실적



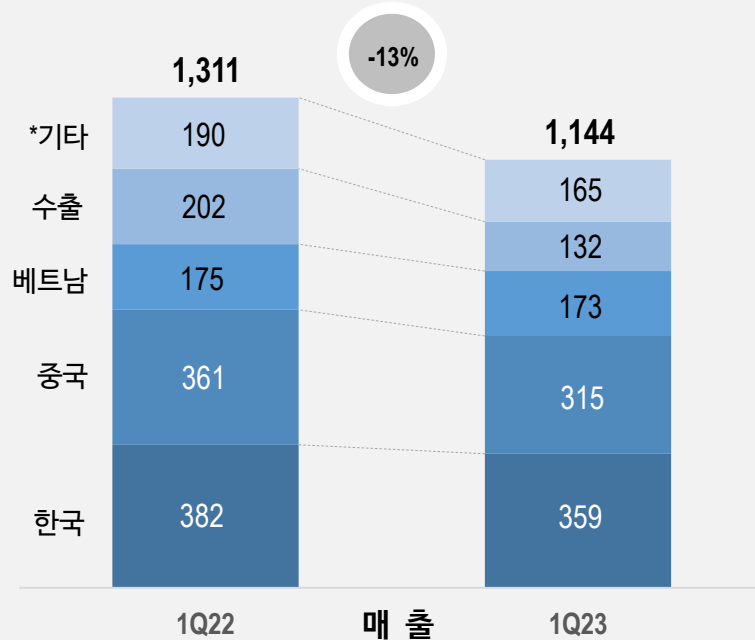
## 투자유의사항

이 자료는 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 주주 및 투자자들에게 당사의 경영현황을 사전에 알리기 위하여 작성된 것으로 최종 재무자료는 회계검토결과 변경될 수 있습니다. 본 자료는 미래에 대한 예측정보를 포함하고 있습니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 것으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’ 등과 같은 단어를 포함합니다. 본 자료는 회사에 대한 정보제공을 위해 작성된 것으로 예고 없이 변경될 수 있습니다.

# 전사 실적 요약

## 1분기 실적

(단위 : 억원)



## 손익(상세)

(단위 : 억원)

구분	1Q22	4Q22	1Q23	YoY	QoQ
매출	1,311	1,382	1,144	-13%	-17%
영업이익	61	-18	11	-82%	흑자전환
당기순이익	55	-219	6	-89%	흑자전환

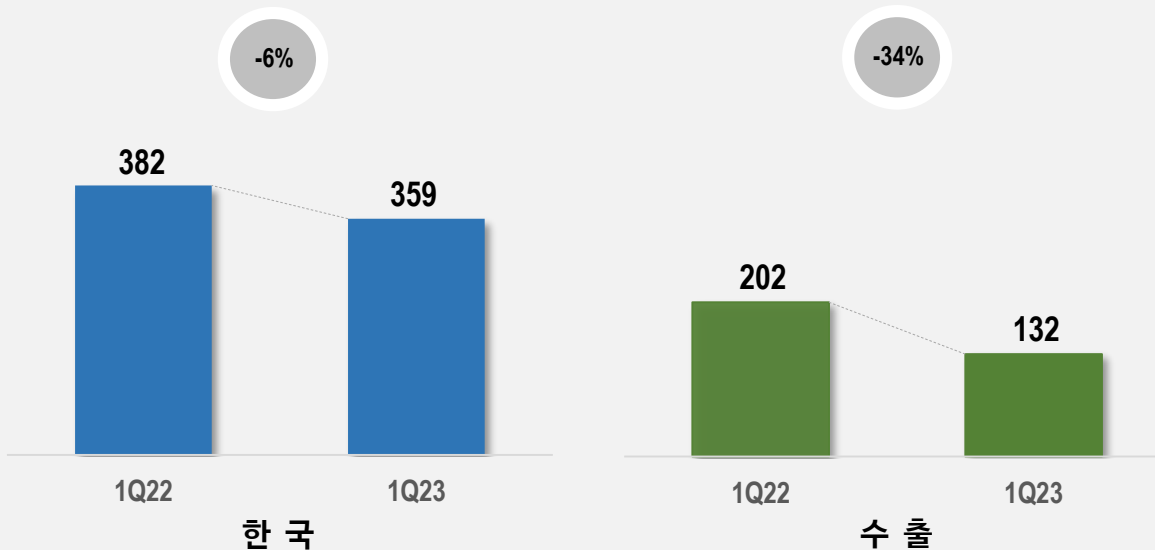
## 주요 요인

- 중국 코로나 영향 및 미주/유럽 수요 회복 지연**  
 2022년 중 증가된 주요 거래선의 보유재고 소진 영향으로 중국 및 수출 중심 매출이 감소하여 1분기 매출은 전년 동기 대비 13% 감소한 1,144억
- 매출 감소에 따른 영업이익 감소**  
 매출 감소에 따른 매출총이익 감소 및 고정비 점유율 증가로 영업이익은 전년 동기 대비 50억 감소하였으나, 2022년 4분기 영업이익 적자 18억에서 11억으로 흑자 전환함
- 베버리지웨어 지속 강화**  
 주력 카테고리인 베버리지웨어의 경우 시장 수요에 맞는 제품을 적시 출시하며 성장세 지속 유지 (중국 제외 전년 동기 대비 12% 성장)
- 온라인 성장 모멘텀 유지**  
 변화하는 시장 환경 및 소비패턴에 적시 대응하며, 온라인 시장에서의 성장 모멘텀을 유지 중 (중국 제외 전년 동기 대비 4% 성장)

# 한국 · 수출

## 1분기 실적

(단위 : 억원)



(단위 : 백만원)

한국	1Q23	
	금액	YoY(%)
컨테이너	14,160	5.1%
베버리지웨어	8,346	9.7%
쿡웨어	8,099	-15.0%
소형가전	2,461	-48.8%
기타상품	2,799	-1.1%
<b>Total</b>	<b>35,864</b>	<b>-6.2%</b>

수출	1Q23	
	금액	YoY(%)
미주	4,516	-32.7%
유럽	2,468	-61.4%
아시아	4,423	-14.9%
기타지역	1,825	-3.4%
<b>Total</b>	<b>13,232</b>	<b>-34.4%</b>

## 한국

- 컨테이너, 베버리지웨어 지속 성장**  
시장환경 변화에 대응한 전략적 채널 운영과 더불어 성장 카테고리인 컨테이너와 베버리지는 전년 동기 대비 지속 성장
- 수익성 중심 전략적 채널 믹스 정비**  
쿡웨어, 소가전이 주 판매 채널인 홈쇼핑을 전략적으로 축소(-25억)하였지만 홈쇼핑 제외 시 한국사업은 전년 동기 대비 소폭 개선

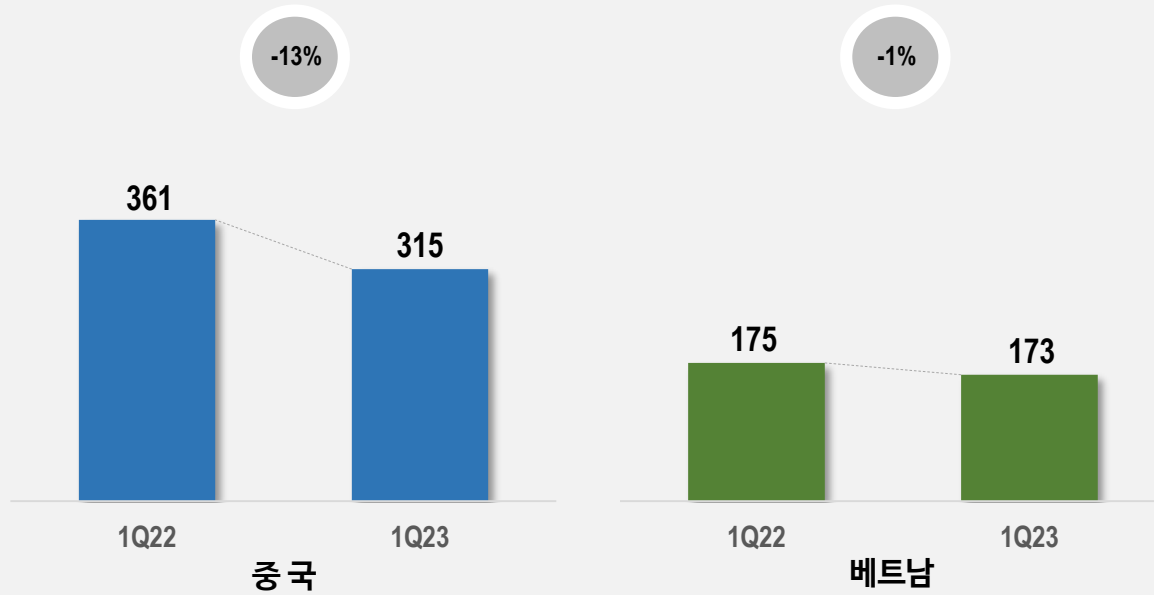
## 수출

- 미주/유럽 대형 거래선 매출 감소**  
미주/유럽 등 선진시장에서의 물가상승 및 소비 심리 위축 회복 지연 영향에 따른 매출 감소
- 수주잔고 증가세**  
'22년말 수주잔고 153억 → '23년 1분기말 222억으로 2분기 이후 매출 회복 예상
- 대만은 전년 동기 대비 성장**  
지역 특화 라인업을 강화하여 대만 시장에서의 지속 성장 (전년비 21%, 전전년비 65%)  
※ 원터치트라이탄 물병, 밀크티 물병, 원터치 클립텀블러 등

# 중국 · 베트남

## 1분기 실적

(단위 : 억원)



(단위 : 백만원)

1Q23	중국		베트남	
	금액	YoY(%)	금액	YoY(%)
컨테이너	7,795	-13.6%	1,739	22.1%
베버리지웨어	15,476	-18.7%	5,000	10.8%
쿡웨어	2,410	3.6%	2,285	-2.5%
소형가전	3,785	-6.1%	5,713	-17.0%
기타상품	2,030	19.6%	2,567	9.3%
<b>Total</b>	<b>31,495</b>	<b>-12.8%</b>	<b>17,304</b>	<b>-1.2%</b>

## 중국

### 코로나 영향 회복 지연

2022년 4분기 이후 주요 거래선 보유 재고 소진에 따라 매출은 YoY 감소하였으나, 2023년 월별 매출은 지속 증가 중  
※ 1월 86억, 2월 96억, 3월 133억

### 시장경쟁력 지속 유지

시장 요인에 따라 매출은 감소하였으나, 주요 온라인(티몰) 채널 내 판매 순위는 유지 중 (※ 티몰 기준 컨테이너는 전년 3월대비 2위→1위, 텀블러 8위→6위, 플라스틱 물병 4위→5위)

## 베트남

### 베버리지웨어 지속 성장

텀블러 트렌드 주도 브랜드로서 시장 선도 제품을 지속적으로 출시하며, 2022년에 이어 2023년 1분기에도 YoY 매출 11% 성장 (2022년 전년비 77% 성장)  
※ 버킷 텀블러, 에너제틱 텀블러, 식탁물병 등

### 소형가전 매출 하락

주력 제품인 에어프라이어의 베트남시장 보급 확대로 매출 감소하였으나 전동칫솔, 치아세정기 등 퍼스널케어 제품과 밥솥 등 주방가전 중심으로 카테고리 경쟁력 강화 중

### 브랜드력/상품경쟁력 기반 오프라인 채널에서의 입지 강화

베트남에서의 프리미엄 브랜드 입지를 지속 강화하여, 오프라인 주력 채널인 매장에서는 2022년에 이어 2023년 1분기도 YoY 매출 6% 성장 (2022년 전년비 33% 성장)

# 요약 재무제표

## 연결 손익계산서

(단위 : 억원)

	2022 1Q		2023 1Q	
	금액	비중(%)	금액	비중(%)
매출액	1,311		1,144	
매출원가	765	58.4%	677	59.2%
매출총이익	545	41.6%	467	40.8%
판매비와관리비	485	37.0%	456	39.8%
영업이익	61	4.6%	11	1.0%
금융손익	9	0.7%	12	1.1%
기타영업외손익	-2	-0.2%	0	0.0%
법인세차감전순이익	67	5.1%	23	2.0%
법인세비용	12	0.9%	17	1.5%
당기순이익	55	4.2%	6	0.5%

## 연결 재무상태표

(단위 : 억원)

	2022.12	2023.03
<b>자산총계</b>	<b>7,085</b>	<b>7,179</b>
유동자산	4,423	4,531
현금자산	1,586	1,732
기타유동자산	1,005	1,075
재고자산	1,831	1,724
비유동자산	2,662	2,648
유형자산	1,799	1,815
무형자산	161	156
사용권자산	551	537
기타비유동자산	152	140
<b>부채총계</b>	<b>1,064</b>	<b>1,142</b>
유동부채	689	781
비유동부채	375	361
<b>자본총계</b>	<b>6,021</b>	<b>6,038</b>
자본금	275	275
자본잉여금	3,148	3,148
기타자본	35	197
이익잉여금	2,561	2,416
비지배지분	2	2
<b>자본과부채총계</b>	<b>7,085</b>	<b>7,179</b>

**E.O.D**

**LocknLock**