



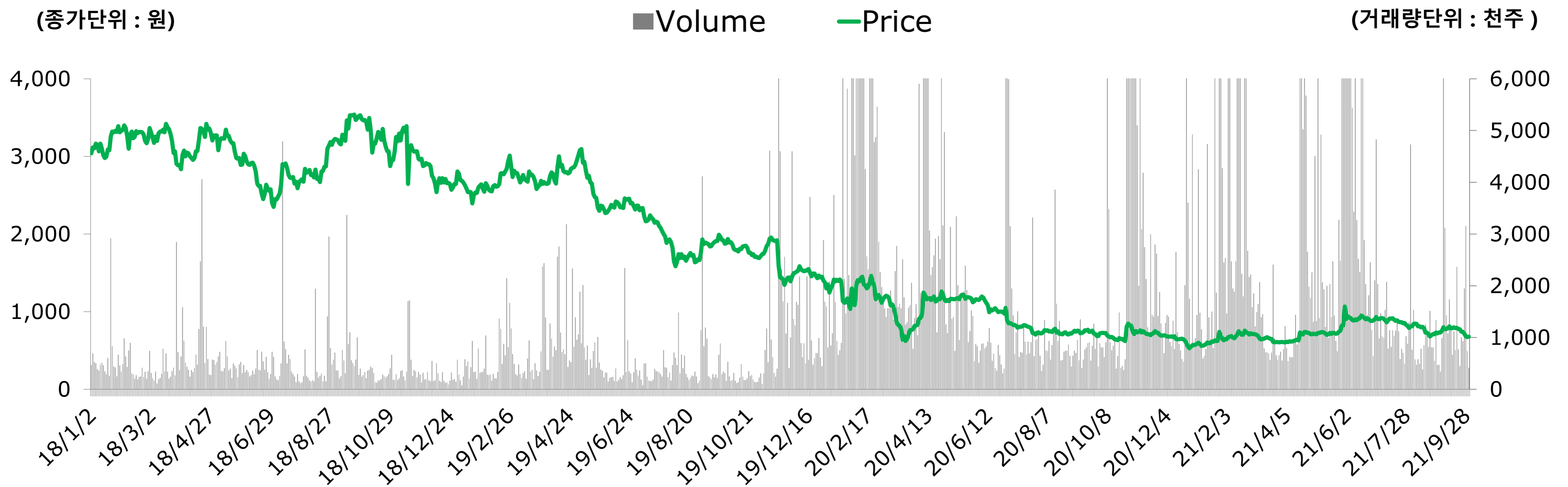
# 오가닉티코스메틱

ORGANIC TEA COSMETICS HOLDINGS COMPANY LIMITED

(900300 KS)

Monthly Report 2021. 08

# STOCK PERFORMANCE

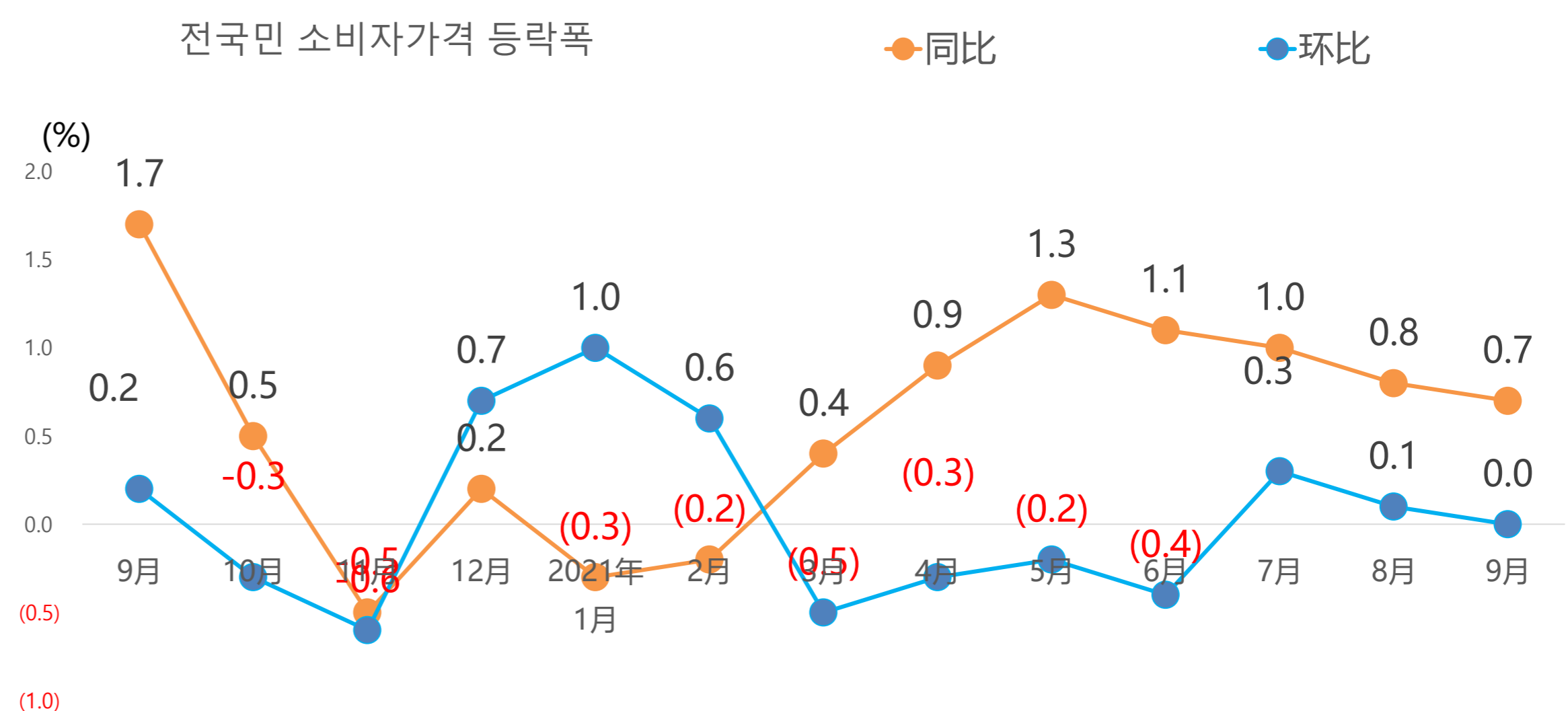


	21.05	21.06	21.07	21.08	21.09	Change
Stock Price / 원	822	931	790	<b>731</b>	<b>678</b>	<b>-7.25%</b>
Market Cap / 억 원	529	600	509	<b>471</b>	<b>437</b>	
KOSPI Index	3,203.92	3,296.68	3,202.32	<b>3,199.27</b>	<b>3,068.82</b>	<b>-4.08%</b>
KOSDAQ Index	981.78	1,029.96	1,031.14	<b>1,038.33</b>	<b>1,003.27</b>	<b>-3.38%</b>

# MARKET NEWS & ISSUES

2021. 10. 14

## 국가통계국: 9월 CPI지수 전년동기대비 0.7% 상승



- 국가통계국에 따르면 2021년 9월 전국민 소비자가격은 전년 동기대비 0.7% 상승. 그 중 도시와 농촌은 각각 0.8%와 0.2% 상승. 식품 가격은 5.2%하락, 비식품 가격은 2.0%상승. 소비품 가격과 서비스가격은 각각 0.2%와 1.4% 상승. 1~9월 평균 국민소비자 가격은 전년동기대비 0.6% 상승.
- 9월 국민 소비자가격은 전월 대비 보합. 그 중 도시 보합, 농촌 0.1% 상승. 식품 가격 0.7% 하락, 비 식품 가격 0.2% 상승. 소비품 가격 보합, 서비스 가격 0.1% 상승.

2021. 10. 21

## 영유아 시장의 규모가 지속 확대 추세

- 최근 몇 년 동안 중국의 출산율 변동, 소비수준 향상, 그리고 모바일 인터넷의 발전 등의 요인으로 중국의 엄마와 아기 시장 규모는 지속 확대 추세. 전자상거래가 각종 오프라인 소비형태로 침투함에 따라 영유아 산업의 전자상거래도 빠르게 발전.
- 최근 iiMediaResearch가 발표한 "2020년11~12월 중국 영유아 산업 월별 운영 및 연말 실사 데이터 모니터링 보고서"에 따르면 2020년 영유아 시장 규모는 4.09만 억 위안에 달하였고, 2021년은 4.776만 억 위안, 2024년은 7.63만 억 위안에 달할 것으로 예상.
- 중국의 시장조사기관인 iiMediaResearch에 따르면 현재 영유아 업계가 세분화 발전 추세. 영유아 식품, 용품, 완구 및 임신부 스킨케어 등 서로 다른 쪽으로 성장하고 있으며, 그 중 영유아 식품 세분화가 두드러지게 발전 추세.
- 2020년 1~11월 영유아 식품인 분유, 영양식품, 간식, 영유아용 조미료 등의 온라인 판매증가 속도가 50% 이상 증가. 그 중 영유아용 조미료가 가장 빠르게 성장하고 있으며, 영유아용 소금, 간장, 참기름, 호두기름 등 조미료 제품들이 끊임없이 시장에 확대 추세.
- 영유아 브랜드들은 엄마들의 소비 욕구를 발굴하기 위하여 제품 종류를 더욱 세분화해 "의" "식" "미" "행"을 커버.
- 95년생 후 엄마들이 주요 신세대 엄마로 자리잡으면서 육아와 소비에 대한 새로운 트렌드로 시장 발전은 가속화 현상. 신세대 엄마들은 아기용품 구매 시 건강, 안전, 품질 등 요인에 관심을 갖고 가격 민감성이 떨어지는 것으로 나타남.
- iiMediaResearch의 애널리스트의 분석자료에 따르면 사람들의 생활수준의 상승에 따라 영유아 제품 및 서비스에 대한 수요가 더욱 높아 질 예정. 최근 2년간 프리미엄 세분화 시장이 지속적으로 성장하고, 소비 상승과 제품 다변화의 시장 환경 그리고 새로운 경쟁 등으로 인한 엄마와 아기 시장의 성장 추세가 뚜렷.

2021. 10. 21

## 영유아 시장의 규모가 지속 확대 추세

- iiMediaResearch 보고서는 또한 영유아 소비가 포화상태에 접어들게 되면 더 이상 차별화가 어려워지고, 가족소비 시대로 접어들면서 영유아가 있는 가정과 없는 가정의 경계가 허물어질 것이며, 가족 영유아 소비가 미래의 트렌드가 될 가능성이 높다고 진단.
- 2020년 1월 ~ 11월, 온라인 시장에서 아동화, 유아화, 가족화 등 운동화 점유율이 40.6%로 전년 동기 대비 25.7% 증가하였고, 그 중 가족화의 온라인 판매 증가속도가 128%로 가장 빠름.
- iiMediaResearch의 애널리스트들은 운동화 전반적 시장은 아동화 시장과 가족화 시장이 성장세이며, 그 중 운동화 시장은 아동화가 주력을 차지하고 있으나, 가족화가 가정 소비의 일부로서 영유아 시장의 새로운 잠재력으로 점차 성장추세에 있다고 진단.

2021. 09. 22

## 2년 연속 영유아 오프라인 시장 점유율 55%, 2022년 영유아 매장 여전히 전도 유망

- 최근 오프라인 매장이 갈수록 어려워지고 있으며 영유아 연구조사에 따르면 2021년 상반기 70%가 넘는 영유아 매장의 실적이 저조하였고, 80%의 업체가 폐업할 정도로 어려운 상황.
- 침체된 시장은 없으나 멈춰선 기업만 있고, 열악한 환경에서도 새로운 트렌드가 자라는 추세. 시장 조사기관 Nielsen이 최근 발표한 “2021영유아 산업 통찰 보고서”에 따르면 중국 영유아 기업 전반의 성장세가 이어지고 있는 가운데 영유아 전체 채널의 매출액이 올해 2분기가 1분기 대비 5.4%증가 하였으며, 그 중 오프라인 영유아 매장이 2년 연속 55%의 점유율 차지.
- 전자상거래 플랫폼이 대세로 급 발전하면서 마이크로커머스(초근접, 초소량, 초단기란 의미), 소셜커머스, 생방송 판매 등 새로운 채널의 신생으로 오프라인 영유아 매장에 영향을 주었고 이로 인해 오프라인 실적이 저조 추세이지만 여전히 높은 시장 점유율 차지.
- Nielsen의 발표에 따르면, 원스톱 편의쇼핑 및 매장 체험은 영유아 오프라인 매장의 경쟁력. 그 동안 수십 만개의 중소형 할인점과 수십 개의 프랜차이즈를 중심으로 오프라인 유통 채널이 국내 영유아 소매시장 구성. 조사결과 브랜드 또는 소비자 모두 오프라인 매장을 쇼핑 1순위로 꼽고 있음.

## Contact Information



### 오가닉티코스메틱

- 진효우 소장
- E-MAIL: [cxy@teababy.cn](mailto:cxy@teababy.cn)

### 밸류씨앤아이

- 김설연 차장
- TEL: 02-3443-5717
- E-MAIL: [sykim@valuecni.co.kr](mailto:sykim@valuecni.co.kr)
- ADD: 서울특별시 영등포구 국제금융로 8길 19, 중앙빌딩 605호

본 월간 매거진은 투자자 및 잠재투자자에게 회사 사내 정보 및 관련 산업 정보를 제공하기 위하여 작성된 자료입니다. 본 자료는 당사에서 수집한 자료 및 정보를 기초로 작성된 것이나, 완전성을 보장할 수 없으므로, 이 점 유의해 주시기 바랍니다. 월간 매거진은 매월 업데이트되오니 지속적인 많은 관심 부탁드립니다.