



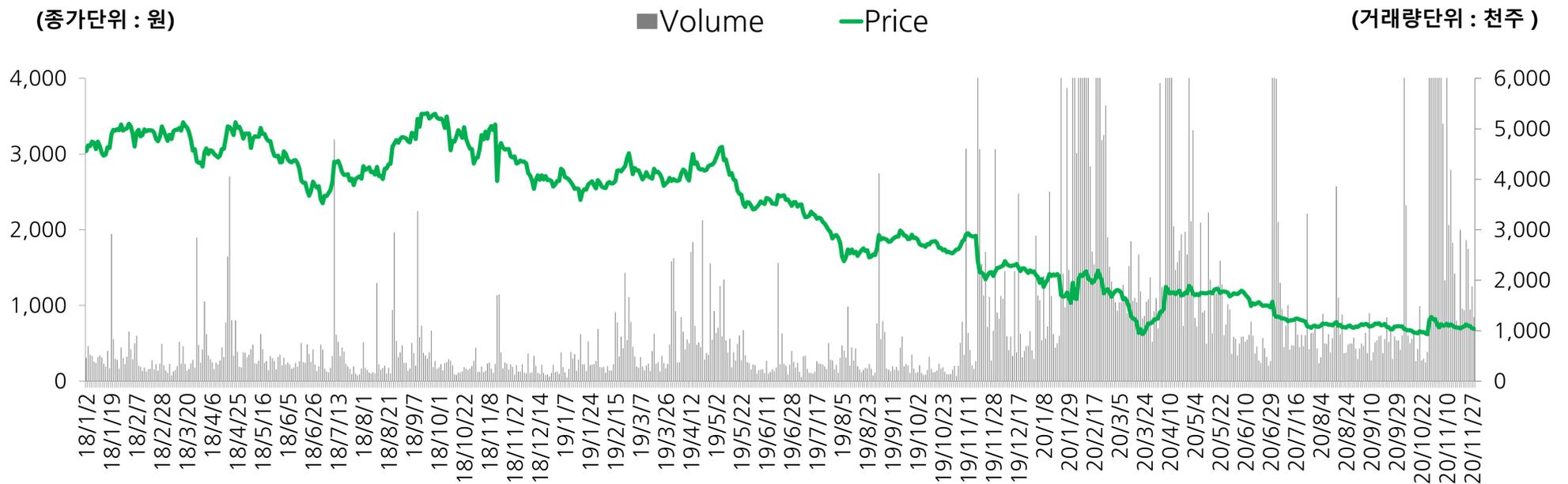
오가닉티코스메틱

ORGANIC TEA COSMETICS HOLDINGS COMPANY LIMITED

(900300 KS)

Monthly Report 2020. 11

STOCK PERFORMANCE

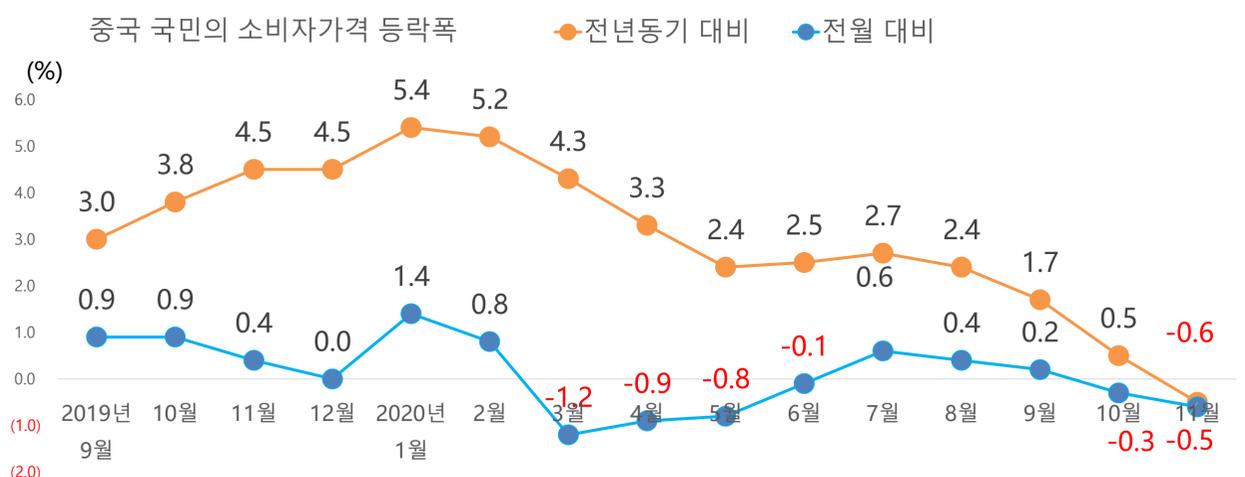


	20.07	20.08	20.09	20.10	20.11	Change
Stock Price / 원	719	722	724	818	691	-15.53%
Market Cap / 억 원	409	411	412	466	445	
KOSPI Index	2,249.37	2,326.17	2,327.89	2,267.15	2,591.34	+14.30%
KOSDAQ Index	815.30	848.24	848.15	792.65	886.11	+11.79%

MARKET NEWS & ISSUES

2020. 12. 09

중국 11월 CPI지수 전년동기대비 0.5% 하락



- 2020년11월 중국 국민의 소비자가격은 전년동기대비 0.5%하락. 그중 도시 0.4%, 농촌 0.8%, 식품가격 2.0%, 비식품가격 0.1%, 소비품가격 1.0% 하락하였고 서비스가격은 0.3% 상승. 식품과 에너지 가격을 제외한 핵심 CPI지수는 전년동기대비 0.5% 상승. 1~11월 중국 국민 소비자가격은 지난해 같은 기간보다 2.7% 상승.
- 11월 중국 국민의 소비자 가격은 전달 대비 0.6% 하락하였고, 그중 도시 0.6%, 농촌 0.6%, 식품가격 2.4%, 비식품가격 0.1%, 소비품가격 0.8%, 서비스가격 0.4% 하락.

COMPANY NEWS



- 2020년 11월 20~21일, 중국 드래곤보트축제와 남평시 제4기 운동회가 연평호 (남평시에 위치한 관광명소)에서 공동으로 개최. 이번 축제에 해천약업은 브랜드 홍보를 위하여 제품 전시 목적으로 참여하였으며 행사기간 회사 제품은 많은 소비자들의 주목을 받아 브랜드의 인지도와 영향력을 과시.

MARKET NEWS & ISSUES

2020. 12. 01

2020년 10월 엄마와 아기 산업의 온라인 관심도 분석 보고서

- 2019년 중국의 엄마와 아기 온라인 가입자는 2.04억 명, 엄마와 아기 시장 규모는 26,790억위안으로 전년동기대비 15.2% 상승.
- 엄마와 아기 시장은 업종과 부문을 뛰어넘은 종합 산업군으로 임산부 및 0세~12세 아동의 의, 식, 주, 게임, 교육 등 수요를 충족시켜 형성된 상업체계로 엄마와 아기 제품과 서비스의 두 종류로 나눔. 온라인 엄마와 아기는 핸드폰, 태블릿PC, 컴퓨터 등 애플리케이션을 통해 임신, 출산 및 0세~12세의 부모에게 고품질의 다양한 제품 및 서비스를 제공하는 수단.
- 중국 온라인 발전 상황 통계보고서에 따르면 중국 네티즌 규모는 9.04억명으로 보급률이 64.5%에 달하며 온라인 엄마와 아기는 전체 온라인과 모바일 이용자 증가에 따라 상승 추세.

2013년-2020년 중국 온라인 네티즌 규모



자료출처: 중국 인터넷 정보 센터

- 와이파이, 5G의 보완으로 온라인 엄마와 아기 시장에 강력한 지원을 제공하고 있으며 AI, 빅데이터, 클라우드, 모바일 결제 등 인터넷 발전은 엄마와 아기 이용자들의 체험을 향상시켜 온라인 엄마와 아기 산업 발전을 위한 큰 공간으로 부상.
- 90~95년생의 잠재적인 엄마와 아기 소비자 시장이 부상하면서 소비방식과 이념에 변화가 생겼고 인터넷, 유통, 다양한 통신자원이 육아 관련 자문과 전문 지식인 엄마와 아기 소비에 도움. 육아 블로그, 엄마와 아기의 전문채널, 교육카페 등 새로운 콘텐츠들이 늘어나는 추세.

2020. 12. 01

2020년10월 엄마와 아기 산업의 온라인 관심도 분석 보고서

- 2020년10월, 엄마와 아기 관련 온라인 정보량이 183.1만개에 달하고, 11월11일 광군절이 다가오면서 온라인 엄마와 아기 정보가 파격적으로 늘어나는 추세.
- 블로그는 온라인 엄마와 아기 관련 정보의 주요 플랫폼으로 점유율이 62.86%. 그 이유는 엄마와 아기 브랜드 상가, 판매채널, 엄마와 아기 전문방송 등 채널이 블로그에 판매활동과 상금 정보를 전달하고 있어 다른 플랫폼과 차별 됨.
- 엄마와 아기 전자상는 온라인 엄마와 아기 산업 발전의 중요한 채널. 2000년 이래 엄마와 아기 전자상 발전은 기본적으로 브랜드 제조업체의 자체 운영 단계, 종합 전자상의 플랫폼 배치 발전 단계, 수직 전자상 부상발전 단계 등 3가지 주요 단계 경험.
- 현재 엄마와 아기 전자상 채널 전반적으로 지속 발전 추세. 그 중 징둥이 23.53%의 인터넷 조회수로 가장 많은 관심을 받는 플랫폼으로 선정되었으며, 타오바오와 티몰이 20.98%과 19.92%로 뒤를 이었으며 TOP10이 차지하는 비중이 전체 엄마와 아기 전자상 플랫폼의 70%이상.
- 20~29岁 여성층이 온라인 엄마와 아기 채널에 관심 갖는 주력군. 90년생과 95년생이 1세대 외동으로 본격적인 육아에 돌입 예정.
- 온라인 엄마와 아기 채널 관련 정보를 보면, 12시~13시와 19~20시가 비교적 활발히 활동. 이 시간대의 관심은 TOP3가 분유, 기저귀, 식품영양품으로 전체 채널에서의 조회수 비중(중복)은 각각 74.53%, 61.85%, 53.85%.
- 중국 국민들의 생활수준 향상과 육아비용 상승, 잠재적 소비자의 소비의식 전환 등으로 엄마와 아기 산업 시장 규모는 매년 성장하고 있으며 성장률은 119% 이상 유지.
- 2015년 중국 엄마와 아기 산업 시장규모는 15,780억위안에서 2019년 26,790억위안으로 증가하여 15.2% 성장. 2020년은 코로나 영향으로 인터넷 전자상거래에 대한 성향이 더욱 강화됨에 따라 2020년 중국 엄마와 아기 산업 시장 규모가 증가할 것으로 예상.

[Baobei360](#)

Contact Information



오가닉티코스메틱

- 진효우 소장
- E-MAIL: cxy@teababy.cn

밸류씨앤아이

- 김설연 과장
- TEL: 02-3443-5717
- E-MAIL: 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.