



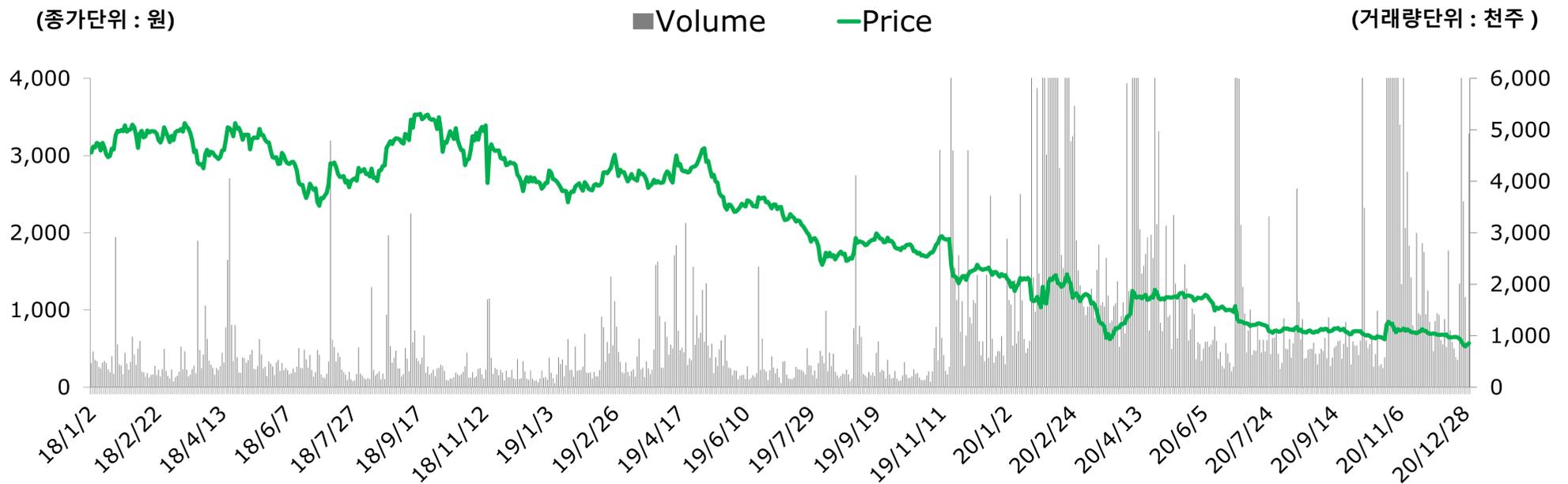
오가닉티코스메틱

ORGANIC TEA COSMETICS HOLDINGS COMPANY LIMITED

(900300 KS)

Monthly Report 2020. 12

STOCK PERFORMANCE

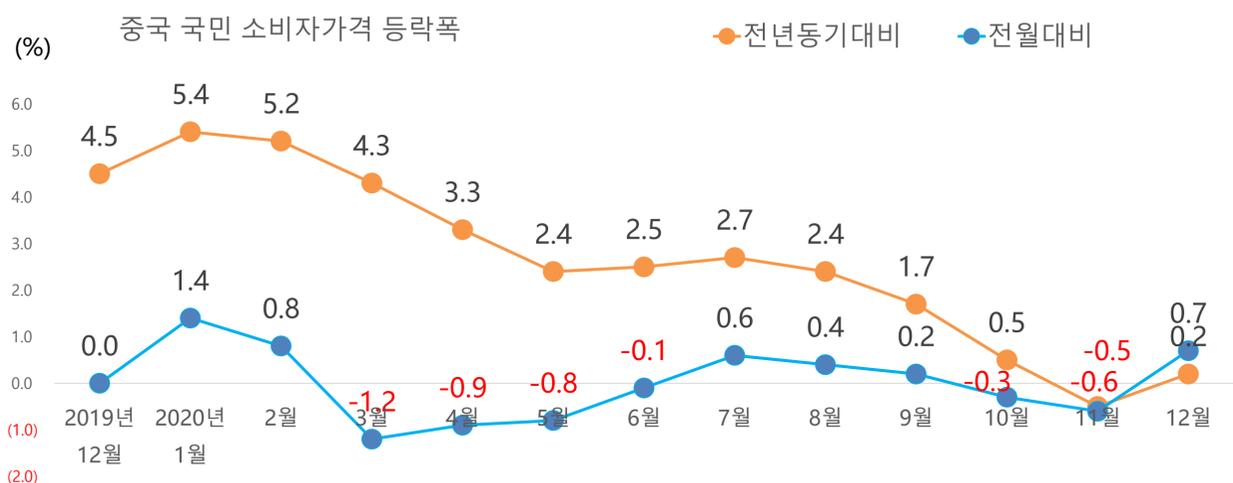


	20.08	20.09	20.10	20.11	20.12	Change
Stock Price / 원	722	724	818	691	568	-15.53%
Market Cap / 억 원	411	412	466	445	336	
KOSPI Index	2,326.17	2,327.89	2,267.15	2,591.34	2,873.47	+10.89%
KOSDAQ Index	848.24	848.15	792.65	886.11	968.42	+9.29%

MARKET NEWS & ISSUES

2021. 01. 11

2020년 12월 중국 CPI지수 전년 동기대비 0.2% 상승, 연간 2.5% 상승



- 2020년 12월 전국의 소비자 가격은 전년동기대비 0.2% 상승. 2020년 연간 중국 국민의 소비자 가격은 전년대비 2.5% 상승. 12월 중국 도시 CPI지수 0.2%, 농촌 0.2%, 식품가격 1.2%, 소비재 가격 0.2%, 서비스가격 0.3%로 상승하였고 비 식품 가격은 보합.
- 12월 각 지역의 부문이 코로나 통제 확대와 경제 사회발전의 성과를 견고히 하여, 주민들의 소비 수요가 지속적으로 증가함과 동시에, 특수 날씨 및 원가 상승의 영향으로 CPI지수가 상승 추세.

2020. 12. 18

2020년 영유아 클렌징 용품 업계의 시장현황 및 발전 전망 에 대한 연구보고

- 영유아 클렌징 제품은 영유아 화장품 시장에서 가장 두드러지게 성장 중. 영유아 클렌징 제품의 소비량 및 수요 증가세는 비교할 수 있는 품목이 거의 없음. 그 이유는 제품 특성상 일회 소모량이 크고 사용 빈도가 잦아 소비 속도가 빠른 것이 주 요인이며 타 제품 대비 보급률도 높기 때문임. 영유아 클렌징 시장 내에서는 영유아 피부케어 제품과 목욕 관련 제품의 상장세가 높으며 매출 비중도 높은 편으로 일부 브랜드는 50%까지 점유.
- 영유아 클렌징 제품은 샤워액, 바디로션, 땀띠 분말, 로션 등 아기들의 데일리케어에 꼭 필요한 품목. 베이비 클렌징 제품은 목욕 용품, 세척 용품, 스킨케어 용품 및 기저귀 용품 등으로 분류. 시장은 점점 사용 연령대, 제품 효능 등에 따라 세분화되어 많은 소분류 그룹으로 분화되고 있는 추세. 예를 들면 스킨케어 제품은 기존의 어린이용 크림, 로션, 에센스 제품 외에 유아용 립밤, 립스틱, 자외선 차단제 등 신제품이 파생되고, 구강 케어 제품은 치약과 칫솔을 주종으로 신생아용, 영아용, 유아용, 학생용 등 연령에 따른 제품으로 분화.
- 중국은 0~3세 영유아가 5천만 명을 넘어섰음. 보수적인 통계 기준으로 인당 연간 클렌징 제품 소비 금액을 300위안으로 가정하면 총 150억 위안의 영유아 클렌징 시장 형성. 영유아 클렌징 소비액은 매년 인당 15% 이상씩 증가하는 것으로 나타나고 있어서 10년 후 중국 영유아용 클렌징 시장 규모는 300억 위안을 넘어 설 것으로 전망.
- 최근 3년간 중국의 영유아 클렌징 제품 업계의 연평균 매출 성장률은 연간 11% 이상으로 성인용 클렌징 제품보다 월등히 높아서 성인용 클렌징 브랜드도 앞다투어 영유아용 제품을 출시하고 있는 추세. 현재 중국은 1천개가 넘는 영유아 클렌징 브랜드 제품을 보유하고 있어 규모도 크지만 경쟁 또한 치열한 것으로 판단.

2020. 12. 18

2020년 영유아 클렌징 용품 업계의 시장현황 및 발전 전망 에 대한 연구보고

- “어린이 전용” 제품의 가격은 일반상품 대비 최대 열 배 이상 높은 가격으로 거래 되고 있으며, 유아용 클렌징 제품 또한 같은 상황. 소비자의 구매력과 현대적 육아 개념이 높아지면서 부모들은 영유아 피부의 특성, 즉, 연약함과 민감성을 점차 의식하게 됨. 이에 따라 대다수 가정이 아이를 위해 안전하고 안심할 수 있는 품질의 어린이 전용 제품을 구매. 이런 가운데 브랜드 파워가 높은 프리미엄 제품과 고급 브랜드의 제품 판매가 두드러짐.
- 소비자들은 유아용 제품 선택에 신중한 편이고 품질에 대한 욕구가 높은 편. 현재 중국 시장에서 공인된 고급 유아용 클렌징 제품은 착색제, 펄제 및 다량의 에센스 첨가 등을 피하고, 피부 테스트를 통해 자극이 없고 알레르기가 없는 것으로 입증된 제품. 로컬브랜드나 수입브랜드는 이런 포지셔닝과 판매처를 제대로 파악해야 치열한 시장 경쟁에서 성공할 수 있음.
- 현재 영유아 클렌징 시장은 세분화되면서 발전하는 추세. 최초 목욕 용품, 세척 용품, 스킨케어 용품 및 기저귀용품에서 기술 품질과 수요 증가에 따라 사용 연령층과 제품의 효능 등에 따라 분류되고 있는 추세.
- 영유아 화장품 업계 관련 법규는 현재 비약적으로 발전하고 있는 추세를 따라가지 못하는 상황. 사용자 계층의 특수성을 고려하여 영유아 업계 발전 과정에서 발생하는 문제는 사회 전반의 높은 관심을 불러일으키고 있지만 관련 입법은 더디게 진행되고 있음.
- 중국의 출산율은 유럽과 미국보다 크지만 영유아 시장 규모는 오히려 작은 편으로 정책 및 경제 상황의 지지와 협조에 따라 중국 영유아 클렌징 시장은 여전히 각 브랜드가 진입할 수 있는 공간 충분.

[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.