



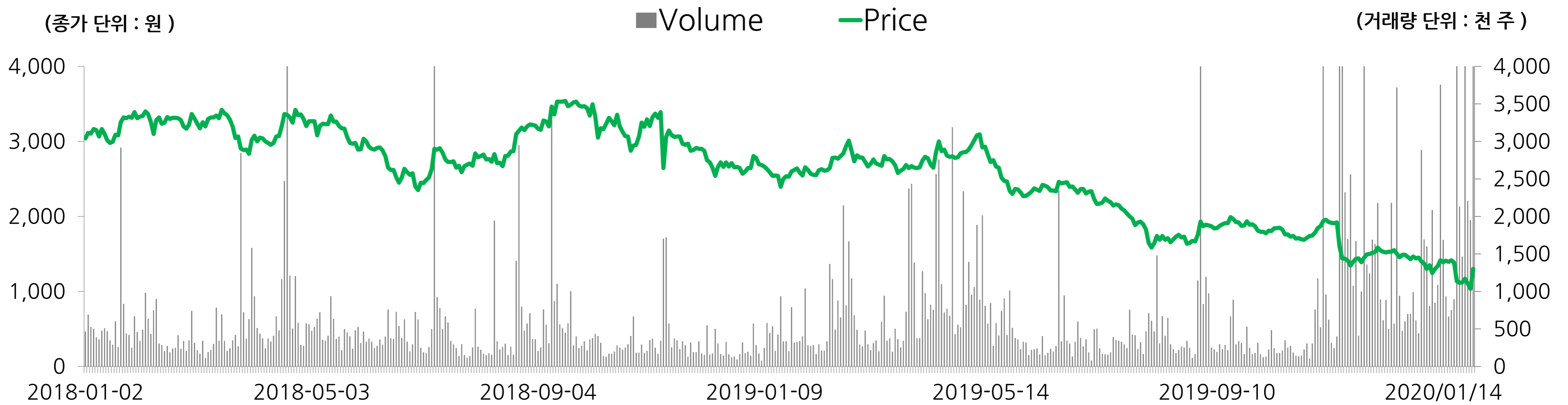
# 오가닉티코스메틱

ORGANIC TEA COSMETICS HOLDINGS COMPANY LIMITED

(900300 KS)

Monthly Report 2020. 01

# STOCK PERFORMANCE



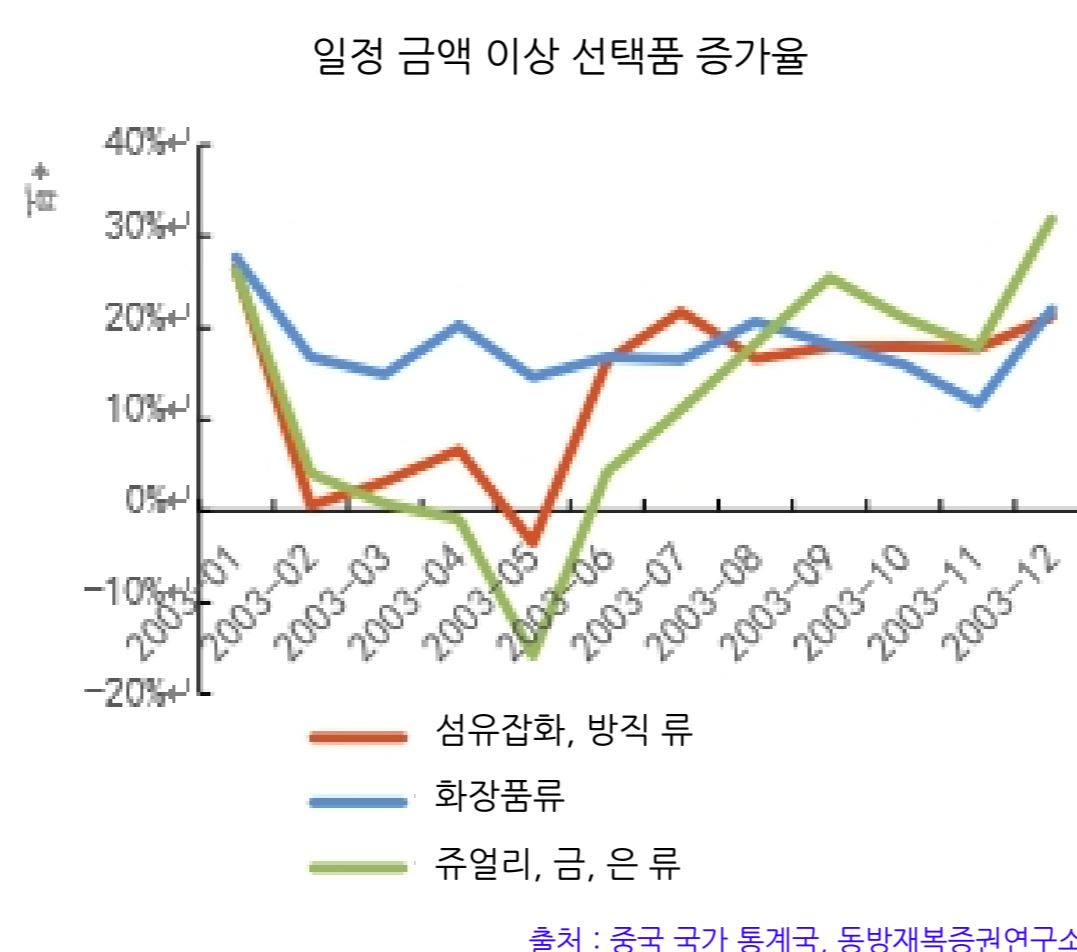
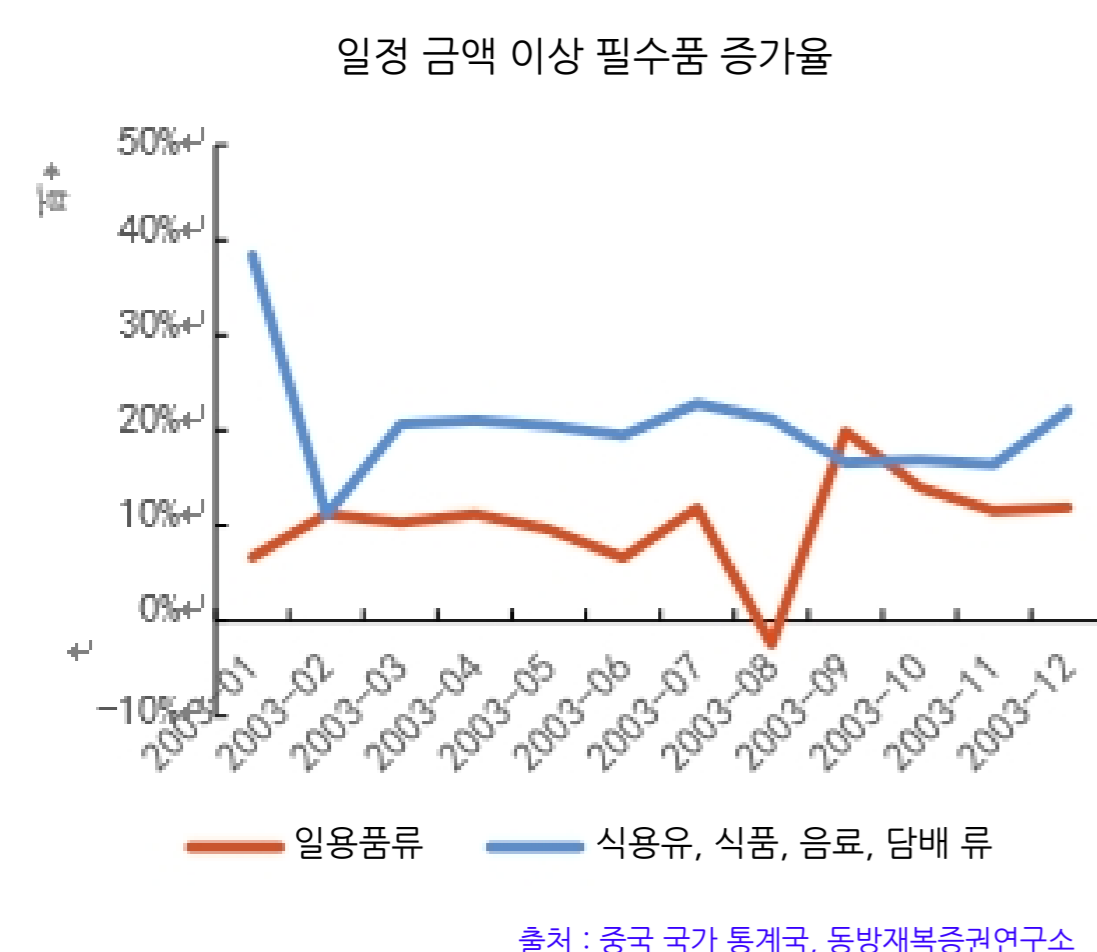
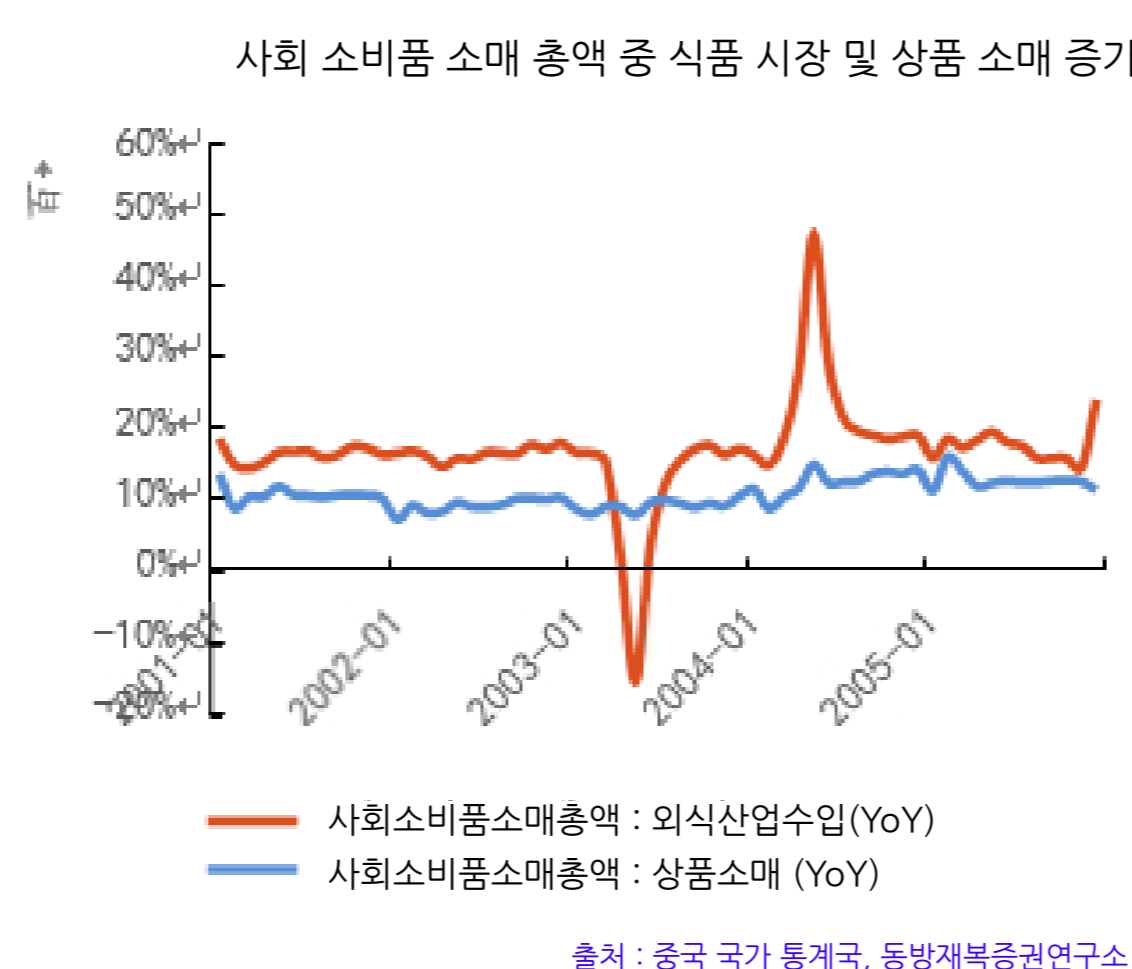
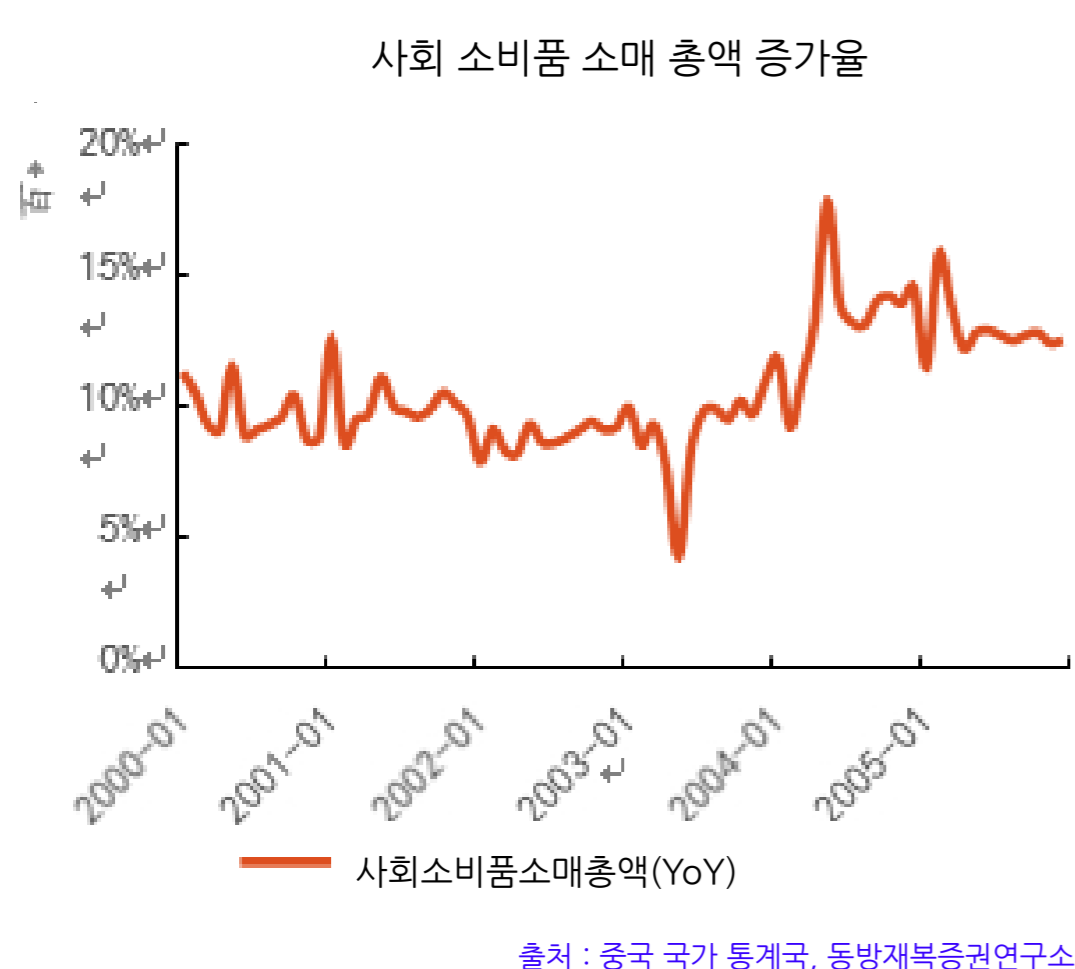
	19.09	19.10	19.11	19.12	20.01	Change
Stock Price / 원	1,890	1,715	1,450	1,450	1,300	-10.3%
Market Cap / 억 원	1,075	976	825	825	700	-10.3%
KOSPI Index	2,063.05	2,083.48	2,087.96	2,197.67	2,119.01	-3.6%
KOSDAQ Index	621.76	658.52	632.99	669.83	642.48	-4.1%

# DISCLOSURE & COMPANY NEWS

- 2020. 01. 21 [주식등의대량보유상황보고서\(일반\)](#)
- 2020. 01. 21 [임원·주요주주특정증권등소유상황보고서](#)

# MARKET & INDUSTRY DATA

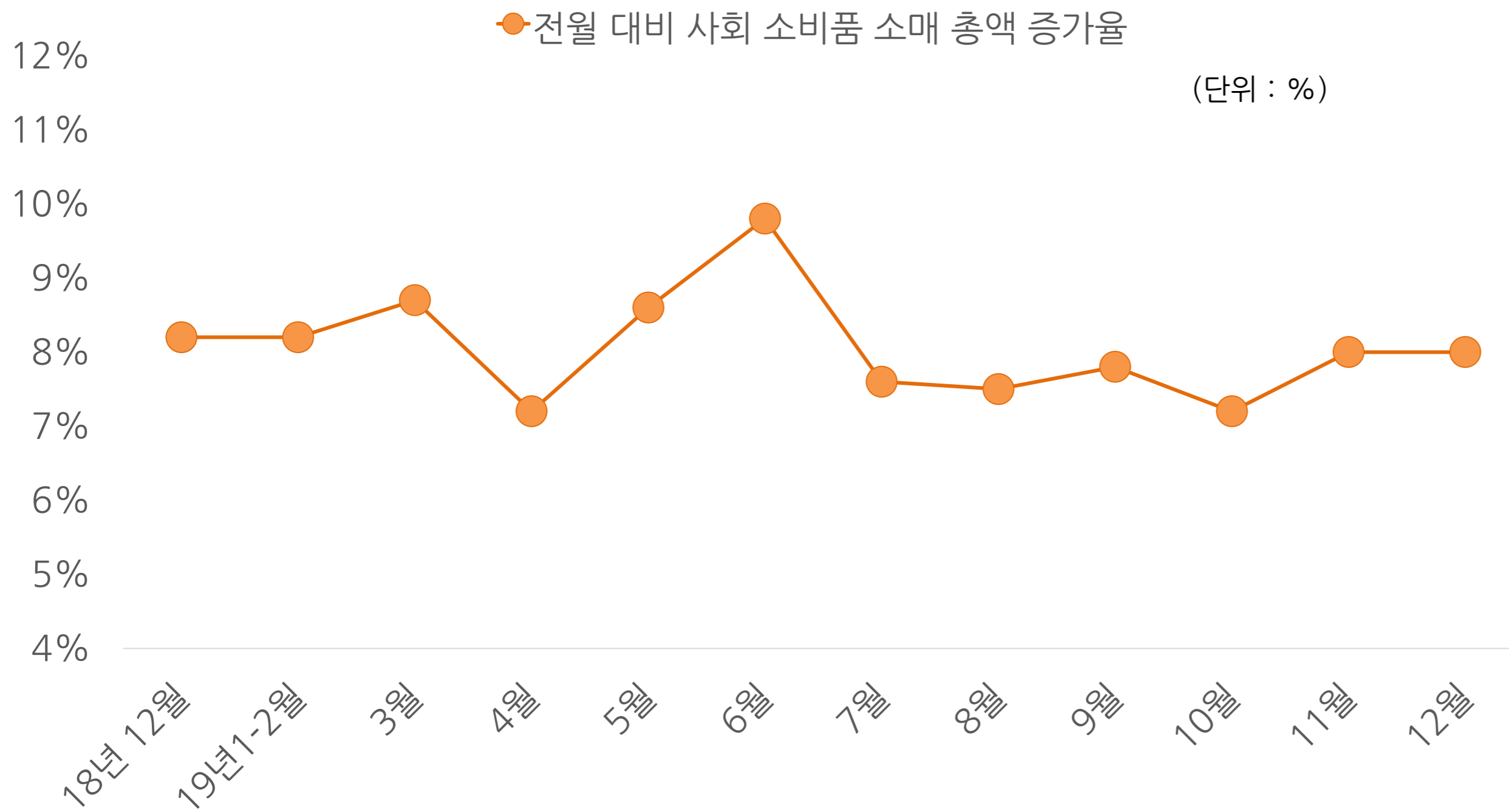
## 우한폐렴 관련 사스가 소매산업에 미친 영향 고찰



- SARS 기간 중 5월 중국 소매 판매 증가는 전년 동기 대비 4.3%로 하락했으며, 7월에 9% 이상의 증가 추세를 보임
- 업종별로 봤을 때, 외식 산업의 타격이 비교적 크고, 상품 소매 판매는 강성적 수요 덕에 비교적 하락폭이 적음
- 일용품, 식용유 등 생활 필수품은 발병 기간 적은 영향을 받았고, 선택 소비재 상품 중 화장품은 영향을 거의 받지 않았으며, 잡화, 의류, 보석은 비교적 큰 하락 폭을 보여 줌

# MARKET & INDUSTRY DATA

## 2019년 사회 소비품 소매 총액 8.0% 증가



출처: 중국 국가 통계국

- 중국 통계국이 발표한 데이터에 의거, 2019년 중국 사회 소비품 소매 총액은 41조 위안으로 전년 동기 대비 8.0% 증가
- 지역 별로는 도시 소비재 소매 판매액은 전년 대비 7.9% 증가한 35 조 위안, 도시 외 지역 소비품 소매액은 전년 대비 9.0% 증가한 6조 위안을 기록

## 90후 세대 엄마의 소비 동향 관찰 : 영유아 소비 신세력의 성장

2019년 월 평균 90후 엄마 소비 지출액



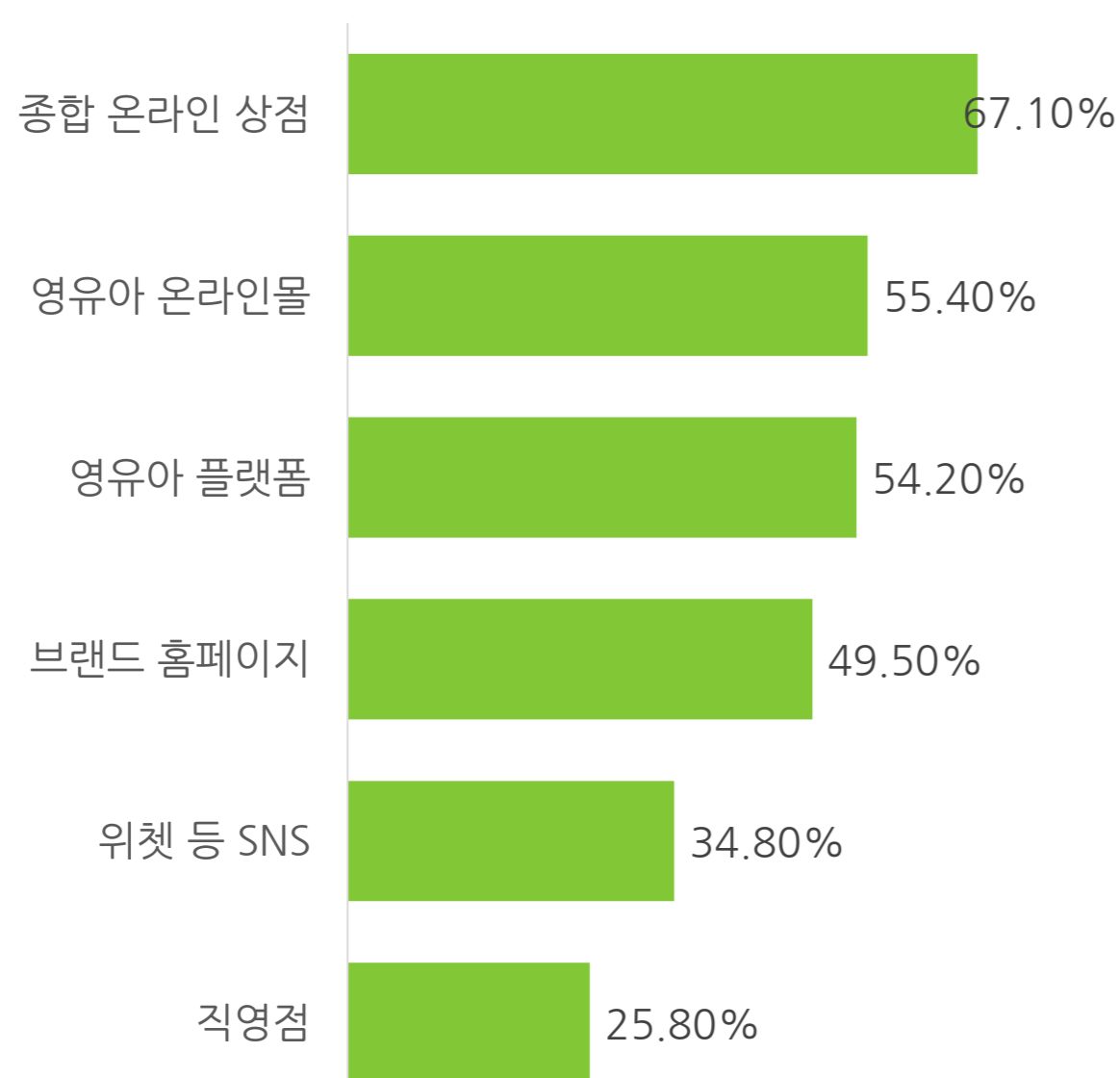
영유아 소비 : 3942元 (비중 57%)  
임산부 소비 : 2935元 (비중 43%)

2019년 중국 90후 엄마 가정 중 영유아소비/가정지출액 비율 분포

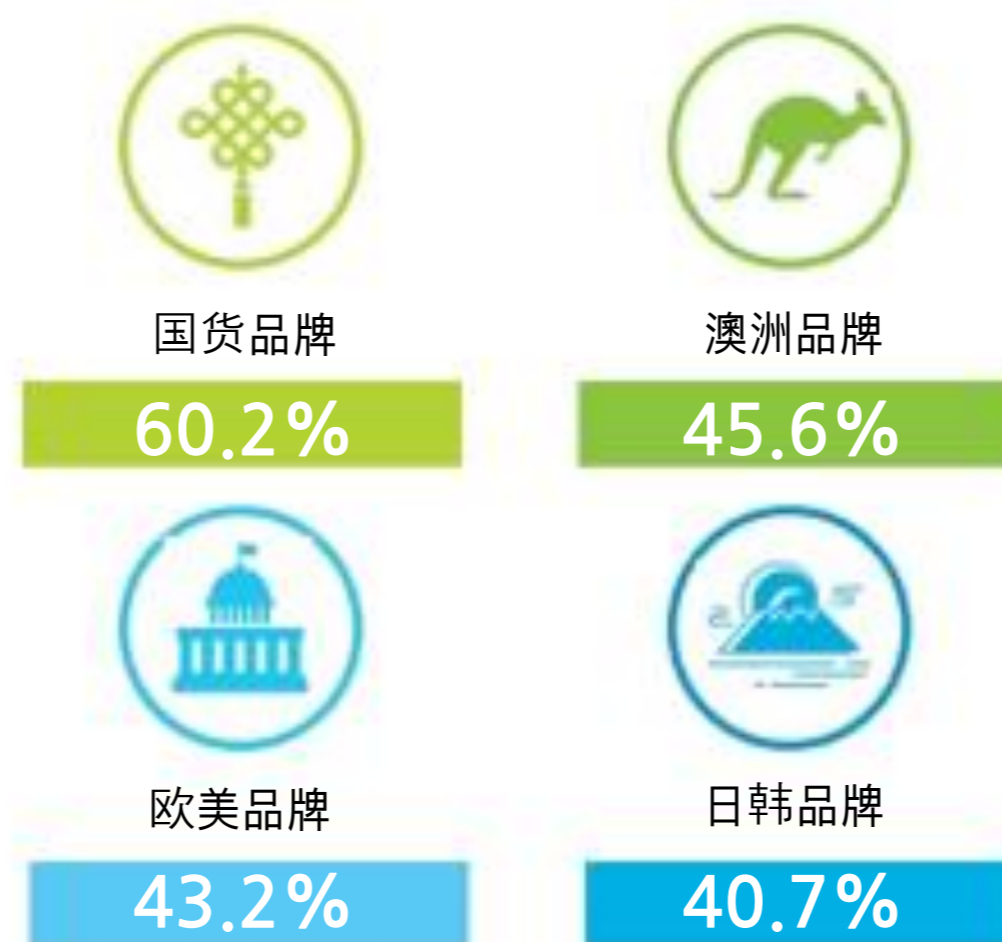


- 90후 엄마의 월평균 본인 및 영유아 전용 지출 금액은 약 6,877위안으로, 이중 영유아 소비는 57%를 차지
- 90후 엄마 가정의 총 가정 지출 중 영유아에 지출하는 비중이 31-50%, 21%-30%를 차지하는 가정의 비율이 가장 높았으며, 전체 인구 비율의 약 72.6%를 차지, 또한 17.7%의 가정은 50% 이상의 높은 지출 경향을 보이고 있음

2019년 90후 엄마 영유아 소비 경로 분포



2019년 중국 90후 엄마 영유아 소비 국가 브랜드 선호 TOP4



- 종합 온라인 상점은 90후 엄마들이 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 전체 비율 중 67.1%를 점유, 영유아 온라인몰, 영유아 플랫폼 및 브랜드 홈페이지도 주요 소비 경로로 볼 수 있음
- 중국 국산 브랜드의 관심을 보이는 엄마들의 비율이 60% 이상으로, 국산품 소비의 비중이 점차 높아지고 있는 것으로 나타남

자료 출처: iresearch

2020. 01. 10

## 2020년 영유아 산업 시장 추세 보고서

신문 출처 : Hang Yun

- 2세 정책의 전면적 실시 및 소비 수준 향상으로 영유아 산업은 빠른 발전 단계에 처해 있으며, 중국은 영유아 상품 소비 세계 2위의 국가로, 2020년 중국 영유아 시장 규모는 4조 위안에 달할 것으로 예상
- 결혼 적령기인 85,90,95후 젊은 세대가 현재 영유아 산업의 주 소비층이 되었고, QeustMobile이 발표한 데이터에 따르면, 2019년 3월 기준, 인터넷 플랫폼 내 0-6세 부모는 2.7억 명으로 추산
- 2017 - 2019년 영유아 시장 규모의 성장은 11%로 다소 둔화된 증가 추세를 보이지만, 온라인 매출 증가는 24%로 현재 영유아 시장의 중요한 경로라고 할수 있음

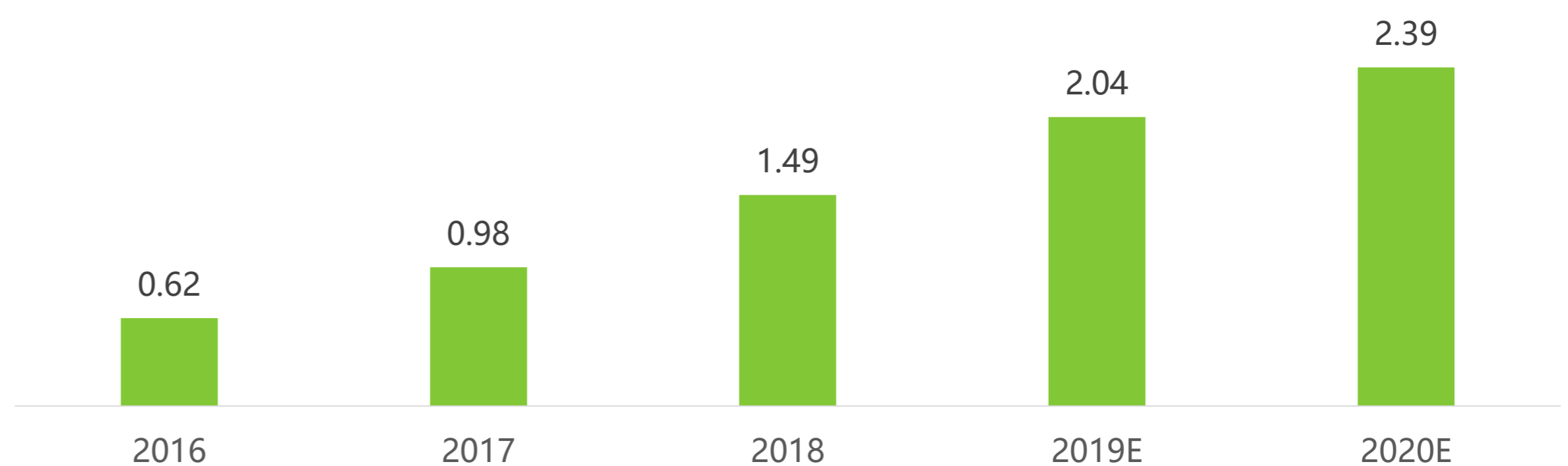
2020. 01. 20

## 2019년 영유아 모바일 플랫폼 사용자 수 2억 인구 초과

출처 : iresearch

- liMedia Research 데이터에 의거, 2019년 중국 영유아 모바일 플랫폼 사용자는 2억 명으로, 2018년 대비 30% 증가, 2020년에는 약 2.4억 명이 될 것으로 예상

2016-2020년 중국 모바일 플랫폼 사용자 변화 추이 (단위 : 억 명)



데이터 출처 : Iresearch 분석 통계 시스템

- 현재 중국 정부가 출산을 장려하고, 생활 환경 및 위생 환경이 끊임없이 발전함에 따라, 모바일 영유아 산업의 발전도 낙관적이며, 지속 가능한 성장을 보여줄 것으로 예상

2020. 01. 23

## 실용성을 중요시하는 95후 세대, 국산품 선호도 증가

신문 출처 : BaoBei360

- 현재 신생아 엄마의 인구 분포는 80후 6%, 85후 22%, 90후 47%, 95후 24%이고, 95후 엄마의 비율이 빠르게 늘어나고 있는 추세
- 앞선 세대와 달리 95후 세대는 실용성을 중요시하고, 가격을 개의치 않으며, 수입품에 대한 선호도가 비교적 낮으며, 95후 엄마는 제품 생산지에 대해 "수입품이 꼭 아기한테 좋다고 생각하지 않으며, 국산 제품도 좋은 제품은 좋다"라고 밝힘

# ● COMPANY ACTIVITY

## 오가닉티코스메틱, 시(市)급 중점 기업으로 선정

- 오가닉티코스메틱이 소재하고 있는 연평구는 구(区) 내 기업 발전 정책의 일환으로 "실체 경제 서비스의 달" 활동을 지속적으로 실시
- 이번 중점 기업 선정에서, 오가닉티코스메틱은, 장복(长富) 유제품, 남평원력과 함께 시(市) 급 중점 기업으로 선별됨

## 코로나바이러스 예방 소독용 물티슈 주문량 폭증



- 2019년 오가닉티코스메틱 “차와 손 세정제”시리즈 상품의 매출액은 3.4천만 위안 (한화 약 58억)이었는데, 신종 코로나바이러스 발생 후 기존 대리상 26곳에서 손 세정제 제품으로만 약 3.6천만 위안의 주문을 받음
- 2월 7일까지 “차와 손 세정제”시리즈 상품 누적 주문 액은 88억 원
- 신종 코로나 바이러스의 확산 방지를 목적으로 금년 2월 4일 출시된 소독용 물티슈는 출시 직후 중국 전역 14곳의 대리상으로부터 약 2,220만 위안 (한화 약 37억)의 주문을 접수
- 신종 코로나 바이러스로 인해 연기되었던 춘절 연휴를 끝내고, 현재 회사는 이미 재가동을 시작, 정상적으로 납품을 준비 중

## Contact Information



### 오가닉티코스메틱

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

### 밸류씨앤아이

- 김남혁 주임
- TEL: 02-3443-5717
- E-MAIL: [nhkim@valuecni.co.kr](mailto:nhkim@valuecni.co.kr)
- ADD: 서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 33, 맨하탄빌딩 831호

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 업데이트되니 지속적인 많은 관심 부탁드립니다.