



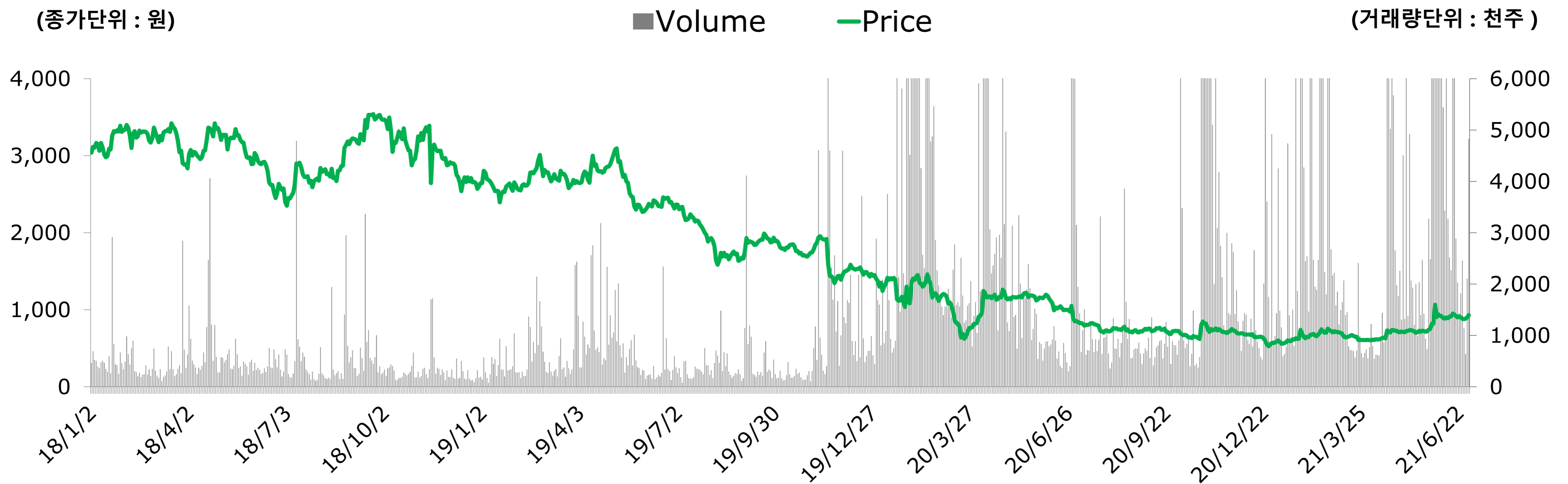
# 오가닉티코스메틱

ORGANIC TEA COSMETICS HOLDINGS COMPANY LIMITED

(900300 KS)

Monthly Report 2021. 06

# STOCK PERFORMANCE

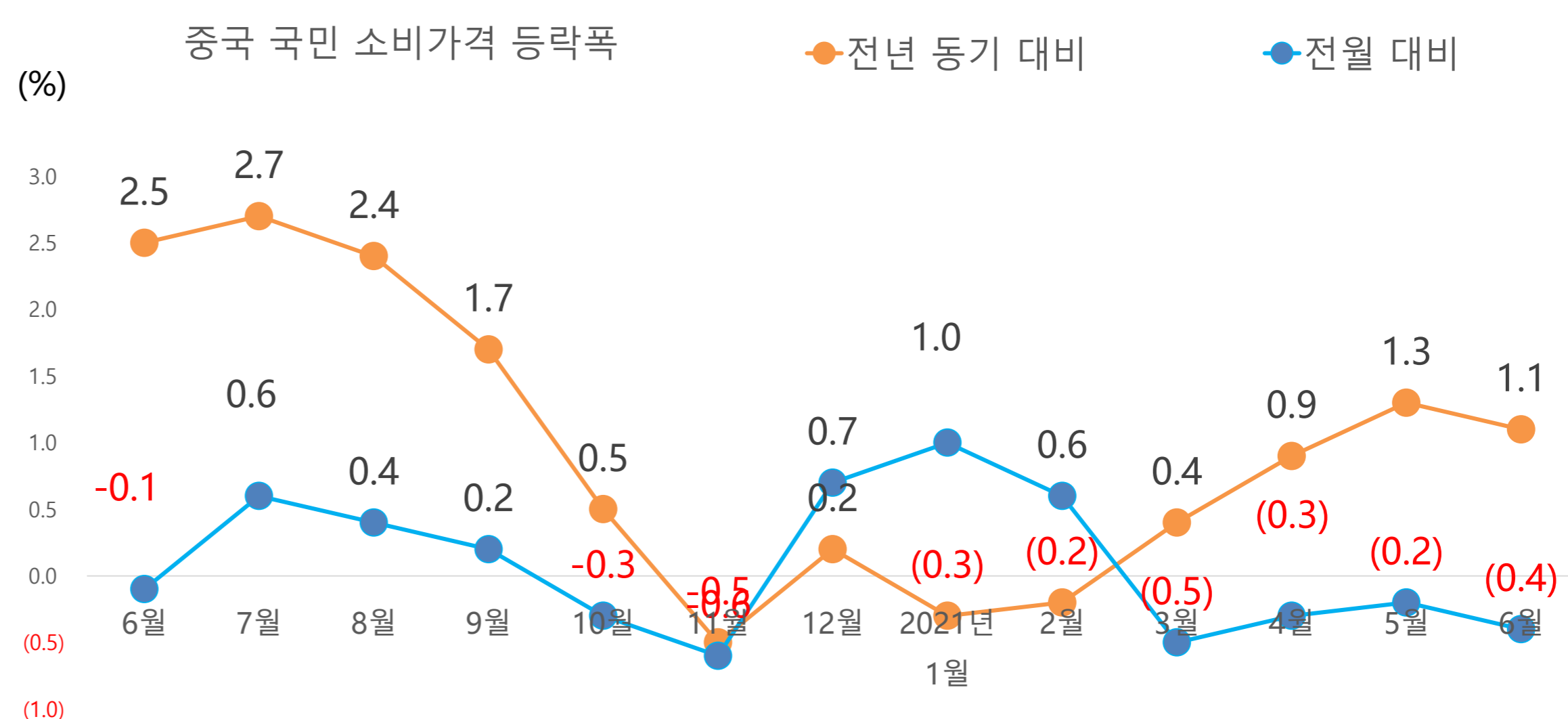


	21.02	21.03	21.04	21.05	21.06	Change
Stock Price / 원	705	609	712	<b>822</b>	<b>931</b>	<b>+13.3%</b>
Market Cap / 억 원	454	392	459	<b>529</b>	<b>600</b>	
KOSPI Index	3,012.95	3,061.42	3,147.86	<b>3,203.92</b>	<b>3,296.68</b>	<b>+2.90%</b>
KOSDAQ Index	913.94	956.17	983.45	<b>981.78</b>	<b>1,029.96</b>	<b>+4.91%</b>

# MARKET NEWS & ISSUES

2021. 07. 09

**국가통계국: 6월 CPI지수 전년 동기 대비 1.1%상승, 전월 대비 0.4%하락**



- 중국 국가통계국이 6월 소비자가격 지수를 발표. 6월 국민 소비자 가격은 전년동기대비 1.1% 상승. 그 중 도시와 농촌은 각각 1.2%와 0.7% 상승, 식품 가격은 1.7% 하락, 비 식품 가격은 1.7% 상승, 소비품 가격과 서비스가격은 각각 1.1%와 1.0% 상승. 상반기 국민 소비가격은 전년 동기대비 0.5% 상승.
- 6월 전국민 소비가격은 전월 대비 0.4%하락. 그 중 도시와 농촌은 각각 0.4%와 0.5% 하락, 식품 가격은 2.2% 하락, 비 식품 가격은 보합. 소비품 가격과 서비스 가격은 각각 0.6%와 0.1% 하락.

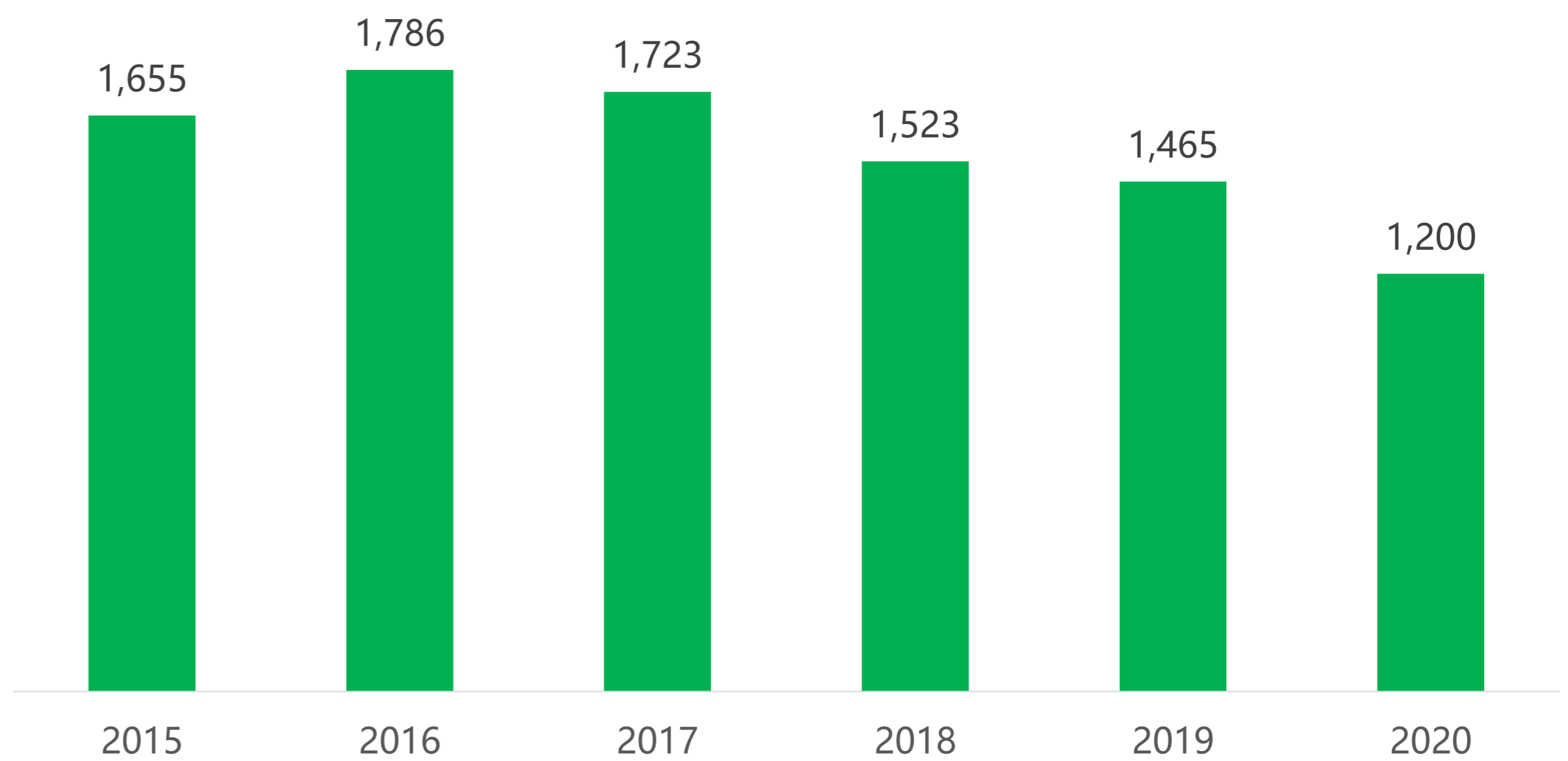
2021. 07. 13

## 엄마와 아기 소비의 새로운 트렌드-2021년 엄마와 아기 백서 발간

- 최근 2년간 중국의 신생아 소비시장이 연평균 4.3%씩 지속 성장하고 있으며, 그 중 온라인 시장의 점유율이 연평균 17%씩 높은 성장 추세.
- 중국은 2015년 둘째 정책 전면 개방 후 2016년 신생아 수가 1,786만 명으로 131만 명 증가하여 출산율 7.9% 기록. 그러나 2020년 신생아 수가 1,200만 명에 그쳐 4년 연속 하락세. 올해 5월 31일 세 자녀 정책이 공식 발표 되면서 셋째의 출산에 대한 이슈가 화제로 "Tik-Tok"에 40만 건의 영상과 누적조회수 60억 건 기록. 향후 신생아 출산율이 크게 늘지는 않겠지만 어느 정도 반영은 될 것으로 예상.

2015-2020년 중국 신생아 수

단위: 만 명



- 셋째 자녀 정책으로 최근 중국 엄마와 아기 소비시장이 지속 성장 추세, 연간 5.6% 성장으로 최근 1년간 전체 엄마와 아기 산업은 156억 위안을 달성 하였으며 전년동기대비 8억 위안 증가.
- 90~ 95년대 신세대 부모들의 소비이념이 더욱 앞서가고 있으며, 엄마와 아기 시장에 다양한 발전 기회를 제공. 혁신적이고 세밀한 세분화된 품목들이 성장될 것으로 기대. 또한 국민생활 소비 향상에 따른 제품의 높은 품질 수요로 엄마와 아기 시장이 지속적으로 성장 전망.

2021. 07. 13

## 엄마와 아기 소비의 새로운 트렌드•2021년 엄마와 아기 백서 발간

- 양육에 대한 긍정적인 인식을 갖고 일상과 경험을 공유하는 현대인들이 점점 늘어나는 추세.
- 양육관련 설문조사에서 46.5%의 부모가 적극적으로 양육 일상을 다른 부모와 공유하고 있는 것으로 응답. 양육 시간 관련 질문에 대해 35.5%의 부모가 삶의 중심이 양육으로 응답. 소비관련 질문에 대하여 41.2%의 부모들이 아이를 어려서부터 좋은 환경에서 자라도록 삶의 품질을 제공하고 싶은 것으로 응답. 또한 30%의 부모가 양육관련 각종 제품을 신제품으로 선호하는 것으로 응답.
- 엄마와 아기 산업 전반적으로 소비가 늘어나는 추세로 품질 좋은 값비싼 아기용품을 선호. 90년대 생 부모가 신세대 소비자 대표로 양육에 대한 신념이 바뀌는 추세. 엄마와 아기 제품에 대해 가격보다는 품질을 중요시하는 신념이 엄마와 아기시장 소비를 촉진시키고 있으며, 최근 1년 중·고가 제품 시장 점유율이 각각 53%·30%로 절대다수의 점유율 차지
- 전체 시장에서 차지하는 비중은 오프라인 시장이 약 80% 점유. 오프라인 시장은 엄마와 아기 제품의 주요 통로.
- 반면 온라인 시장 점유율은 최근 2년간 월평균 1.46%와 연간 17%로 매년 증가 추세. 엄마와 아기 제품의 온라인 매출액은 최근1년간 전년동기대비 13.9% 상승. 같은 기간 오프라인 시장은 전년 동기대비 4.4% 성장.
- 최근 1년, 월평균 증가속도는 전체 온라인 채널이 상승 추세, 설 연휴 동안 소비자들의 쇼핑과 쇼핑비율이 높아지면서 증가 속도가 소폭 하락하는 것을 제외하면 전체 온라인 채널의 증가 속도가 12%이상 유지되고 있으며, 오프라인 채널의 0~5% 증가 속도보다 높음. 즉 엄마와 아기 업계의 전자상거래 채널 성장 잠재력이 매우 높을 것으로 판단.

lyiou

## 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.