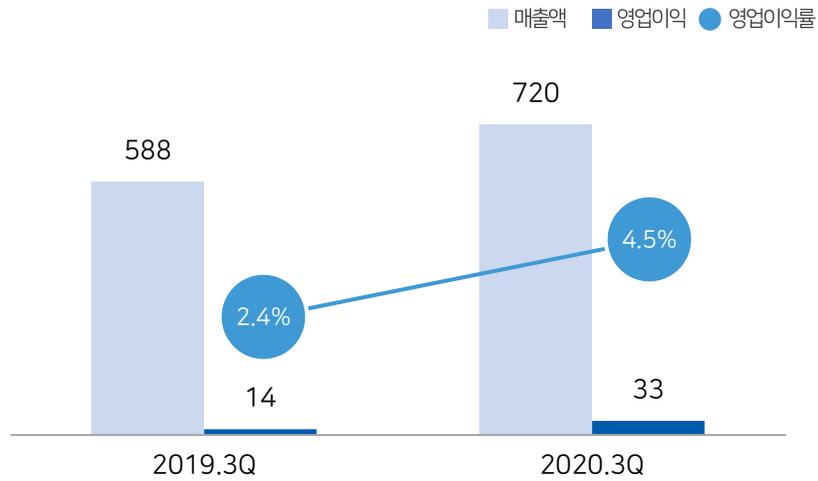
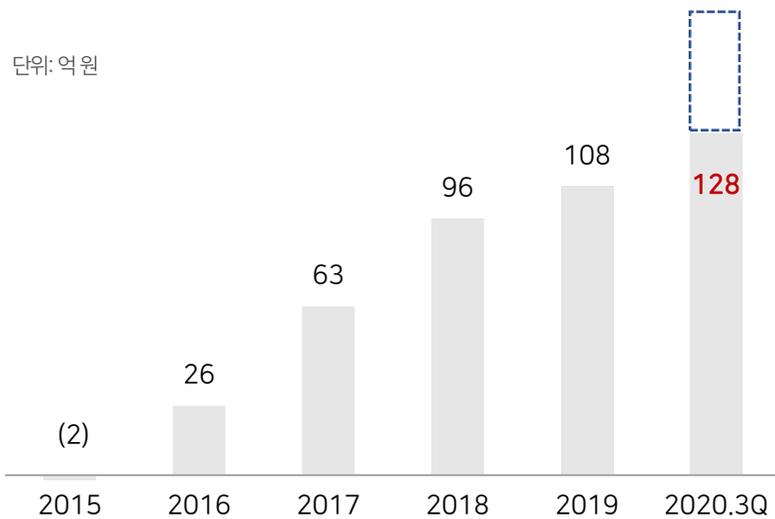


2019.3Q vs 2020.3Q



과거 5개년 영업이익

단위: 억 원



Financial Highlights

- 매출액과 영업이익 각각 YoY +22.4%, +135.7% 증가
- 3분기 누적 영업이익은 이미 전년도 연간 영업이익 추월
- 전통적인 쇼핑 비수기임에도 불구하고 언택트 소비 확산으로
당사 목표치를 초과 달성

사업부문	구성
국내 e-커머스 통합 플랫폼	온라인 쇼핑몰 통합 솔루션
	오프라인 상점 디지털 솔루션
	광고 플랫폼
글로벌 풀필먼트 플랫폼	오픈 풀필먼트 플랫폼(크로스 보더)
	드랍shipping 솔루션
	구매대행/배송대행
	킬러 카테고리 발굴 및 직판마켓 운영
쇼핑 빅데이터 플랫폼	쇼핑몰 가격비교 플랫폼
	e-커머스 데이터 솔루션
	광고 플랫폼

온라인 쇼핑 **최성수기인 4분기**, 역대 최대 매출 기대

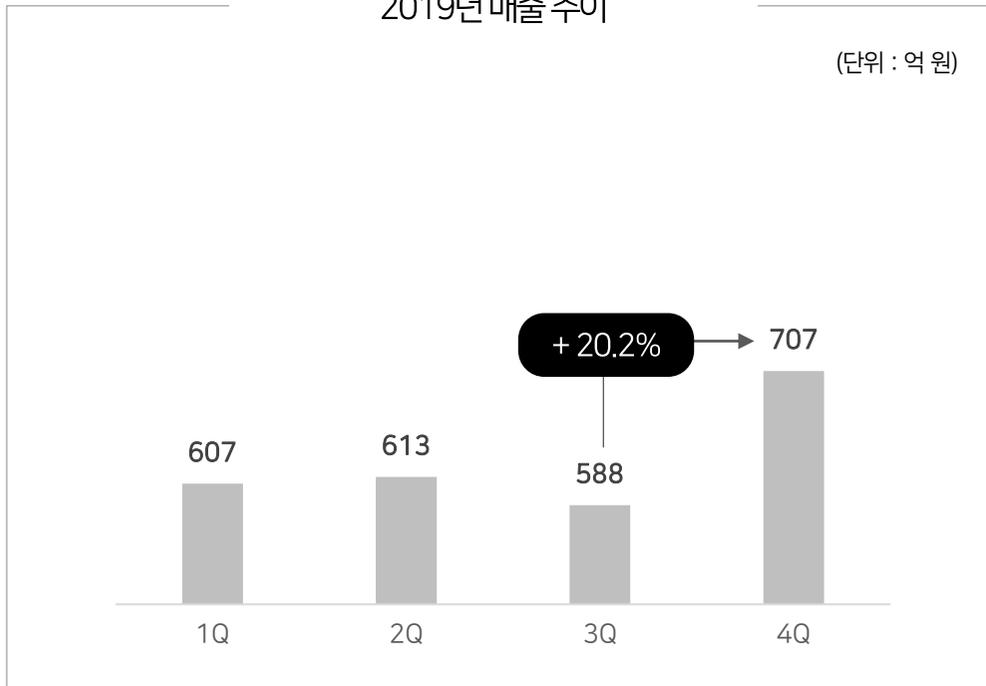
언택트 문화 정착 및 코로나 재확산에 따라 당사 **쏠 사업부문 고성장세 지속할 전망**

11월 진행된 광군제 매출액은 전년 대비 2배에 달하는 741억 달러를 기록했으며,

최대 쇼핑 이벤트로 뽑히는 블랙 프라이데이, 사이버먼데이, 크리스마스 행사 등을 앞두고 있어 4분기는 당사의 역대 최고 매출액을 달성 기대

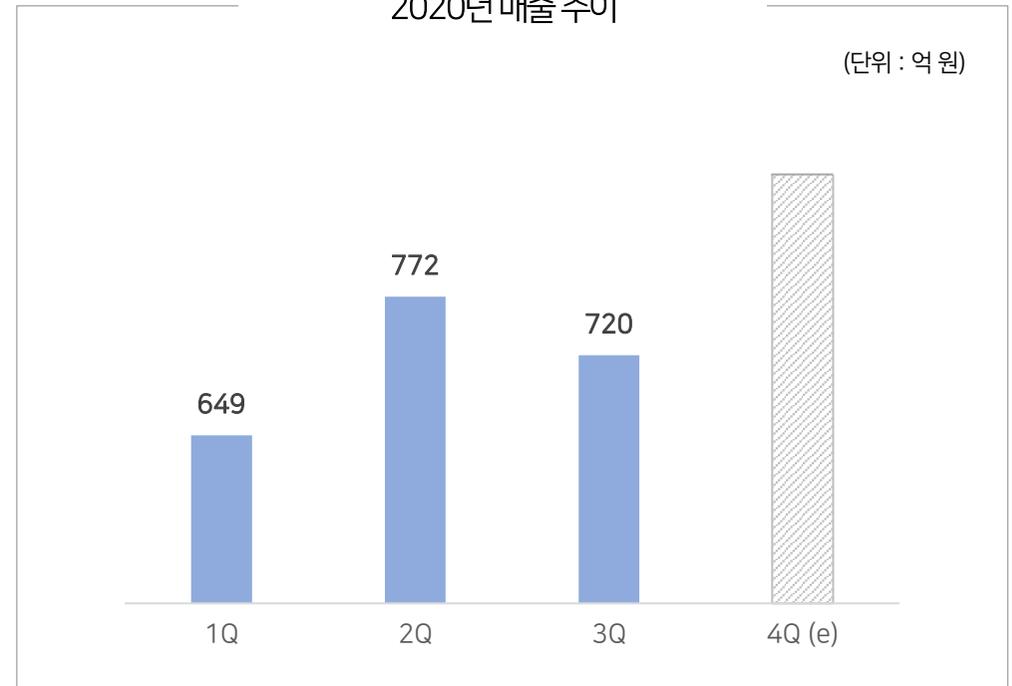
2019년 매출 추이

(단위 : 억 원)



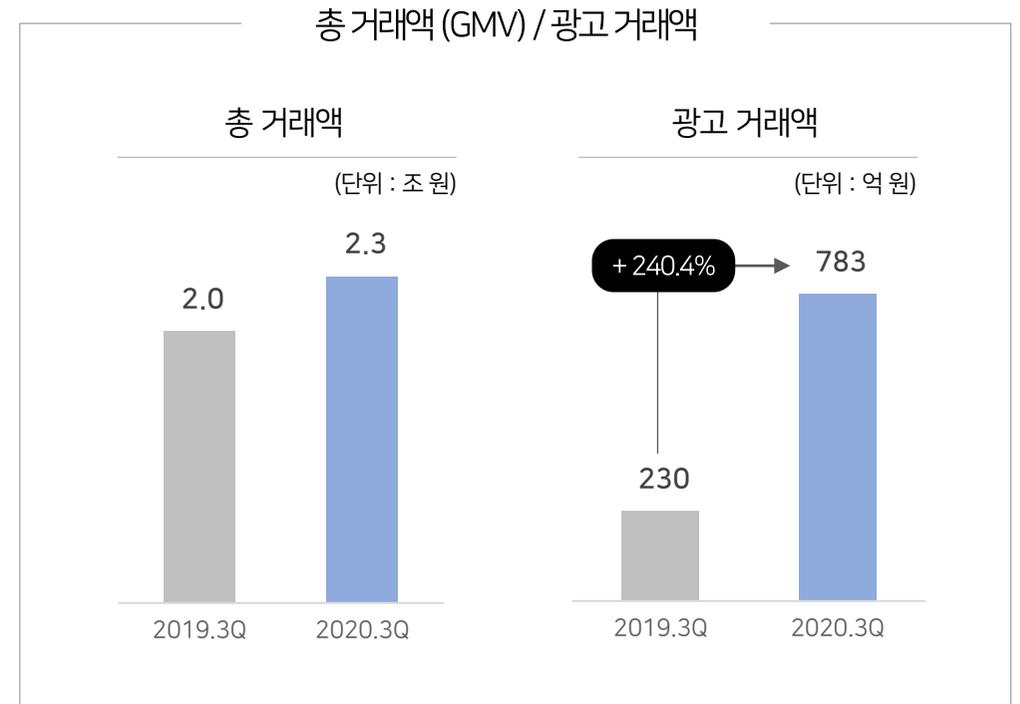
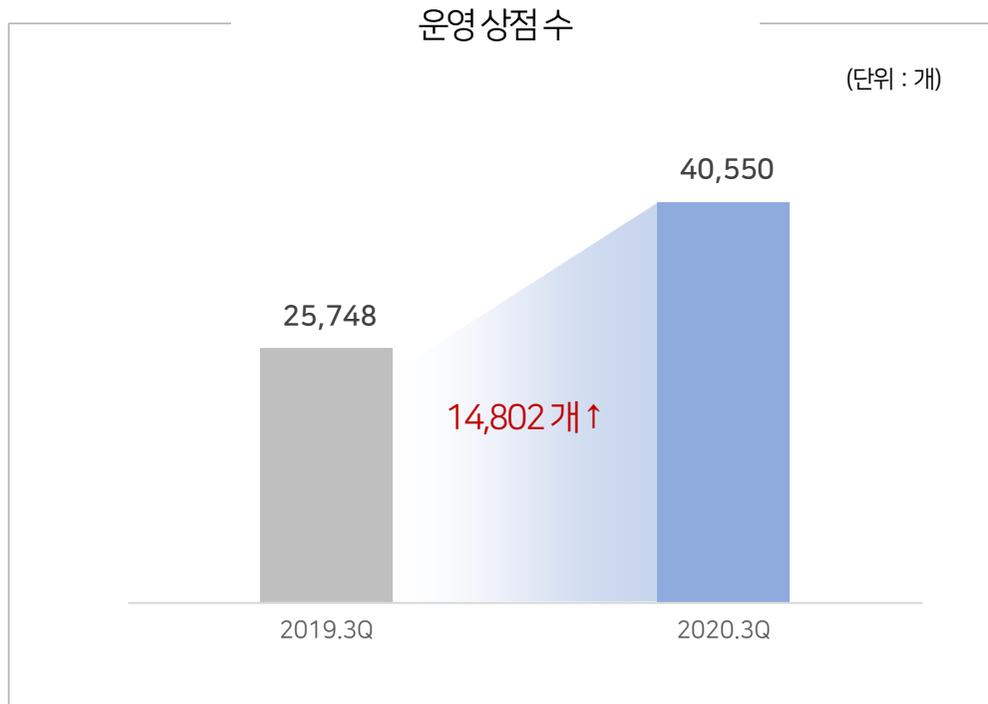
2020년 매출 추이

(단위 : 억 원)



01. 국내(로컬) e-커머스 _ 메이크샵

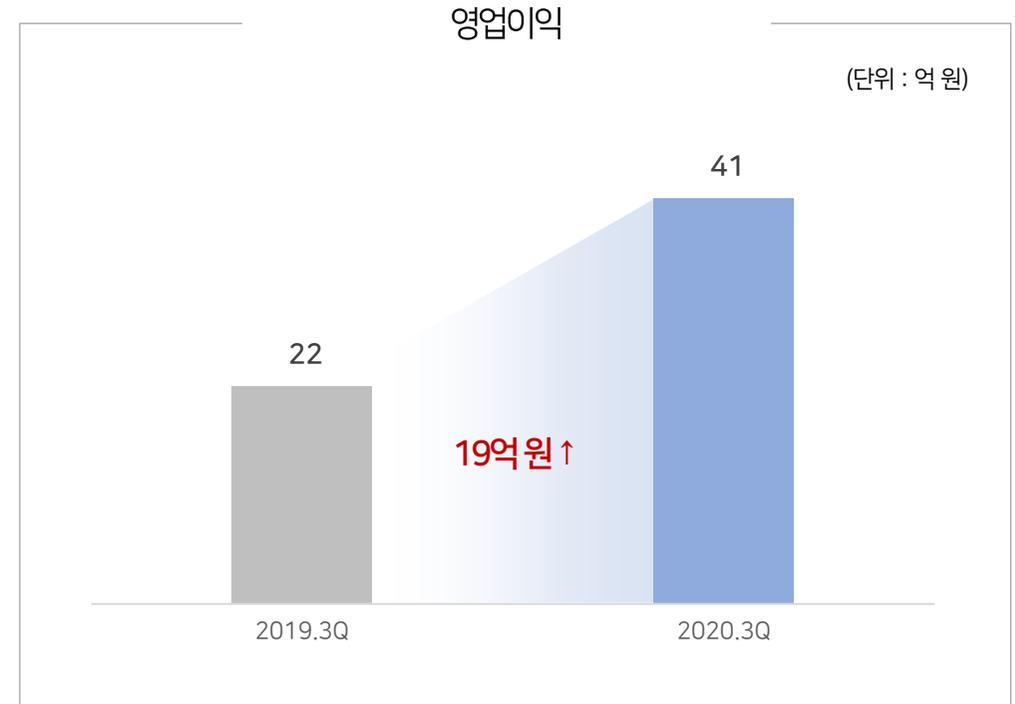
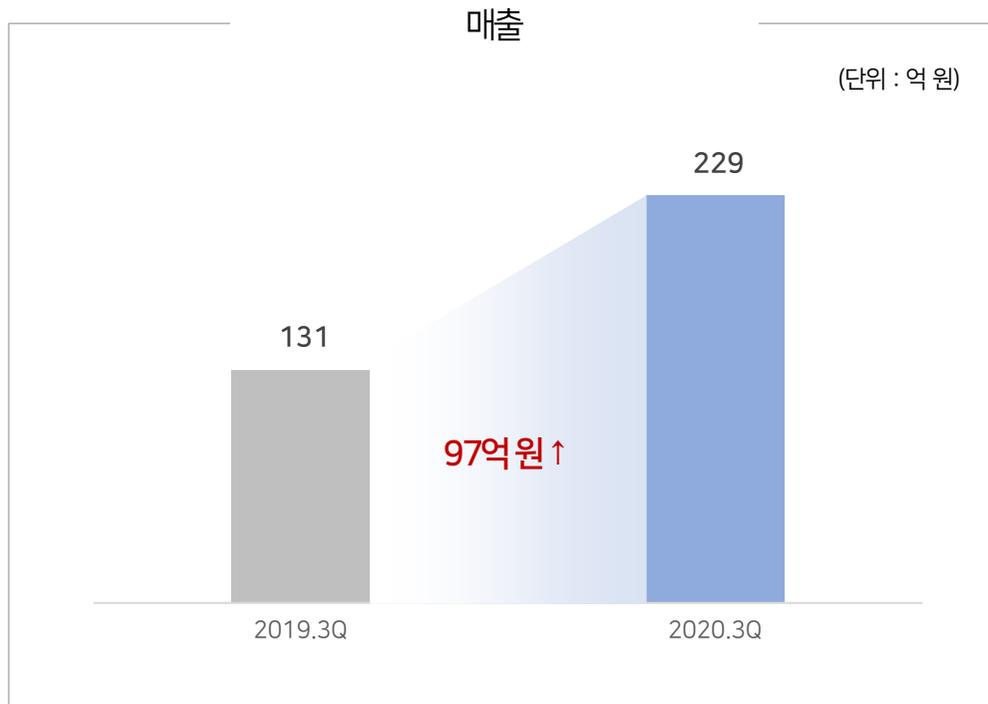
3분기 운영상점수 YoY +57.5%, 총 거래액(GMV) YoY +15%



- 3분기 메이크샵 쇼핑몰 신규 창업률 전년동기대비 48% 증가
- 소상공인 셀러 증가에 따른 치열한 경쟁이 광고 수요 증가로 이어져 당사 광고 거래액 YoY +240.4% 상승
- 당사 언택트 솔루션(메이크샵, 마이소호, 스탬프팡, 공공배달앱 등) 모두 가파른 성장세 지속하며, 포스트 코로나 시대 성장동력 확보

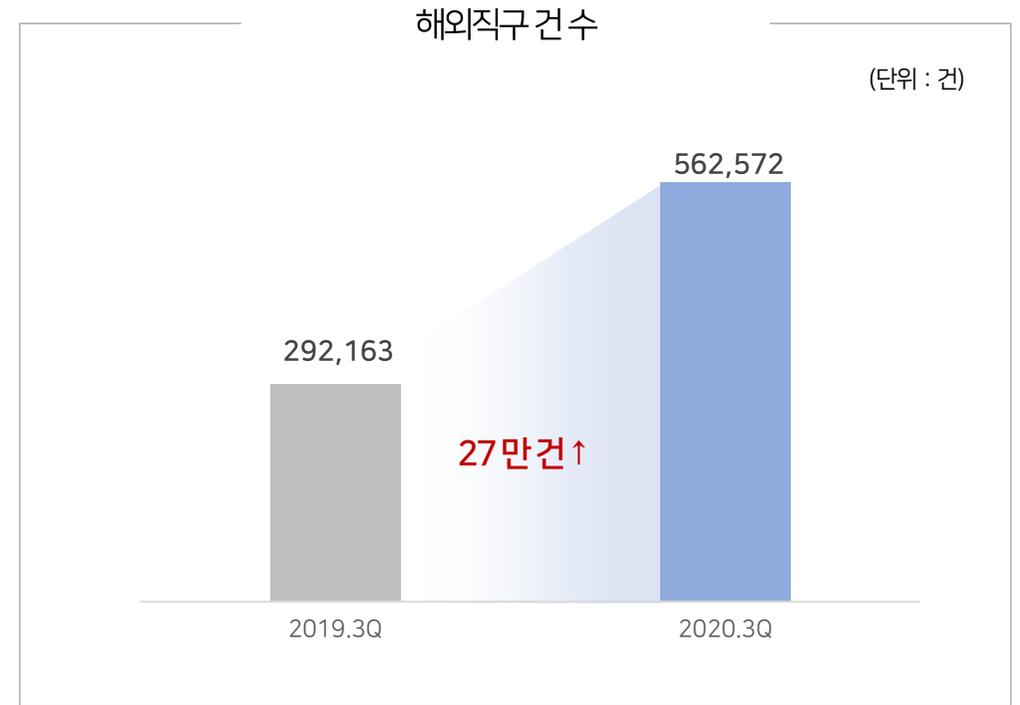
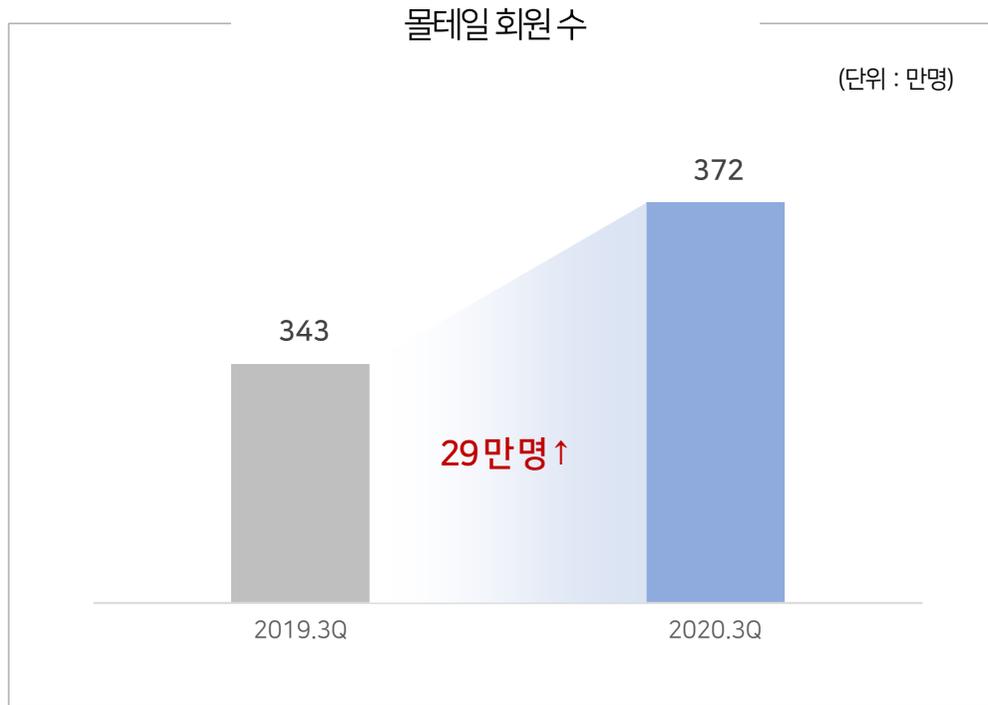
01. 국내(로컬) e-커머스 _ 메이크샵

3분기 사상 최대 매출 및 영업이익 달성 → 매출액 YoY +74.8%, 영업이익 YoY +86.4%



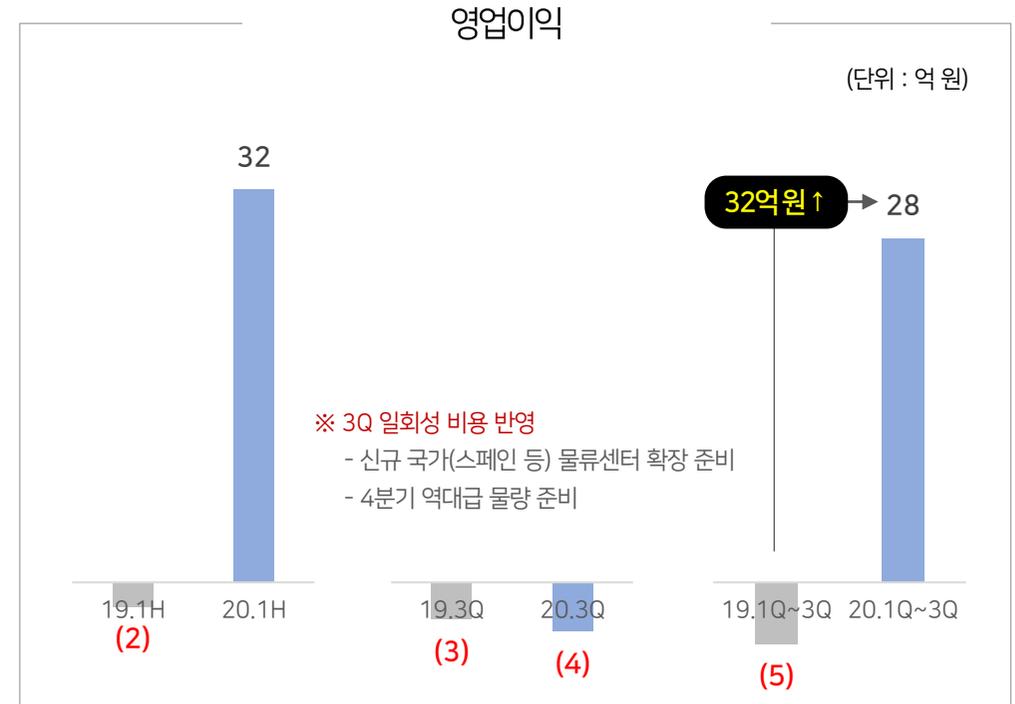
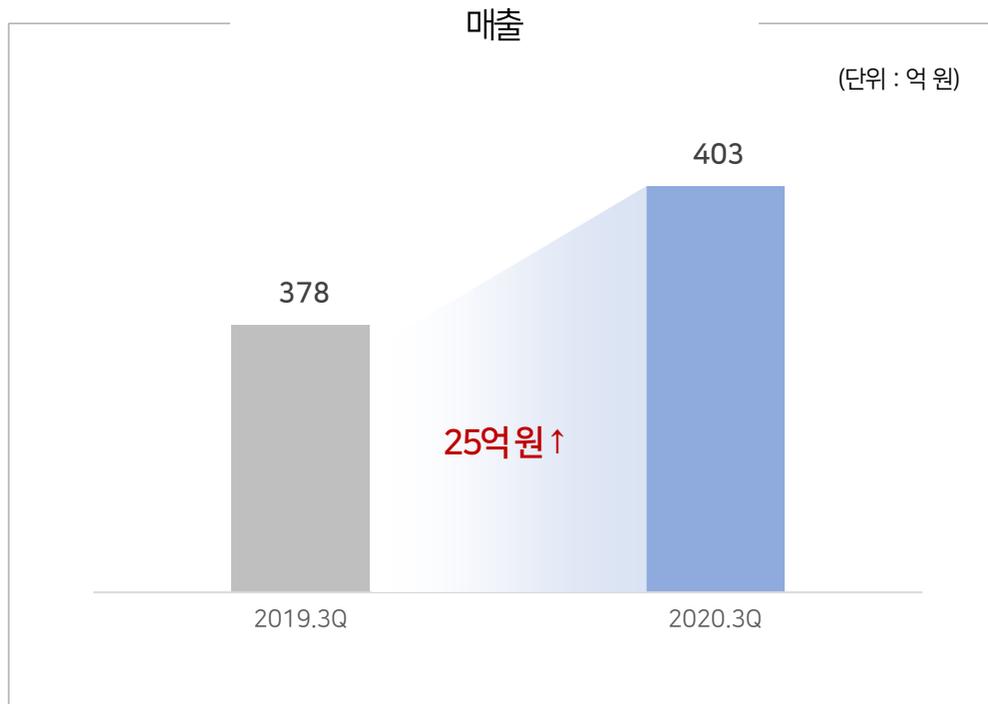
- 온라인 솔루션 성장에 따라 PG 수수료, 쇼핑물 부가서비스, 광고매출 등 동반 상승하여 3분기 사상 최대 매출, 영업이익 달성
- 플랫폼 정착에 따른 영업 레버리지 효과가 본격화 됨으로써 영업이익의 증가폭이 매출액 증가폭을 상회
- **광고주 외 소형 광고주로 다변화**되면서 광고 사업의 이익 안정성 증가 및 매출 편중 리스크 제거

3분기 몰테일 회원 수 YoY +8.5%, 해외직구 건수 YoY +92.5%



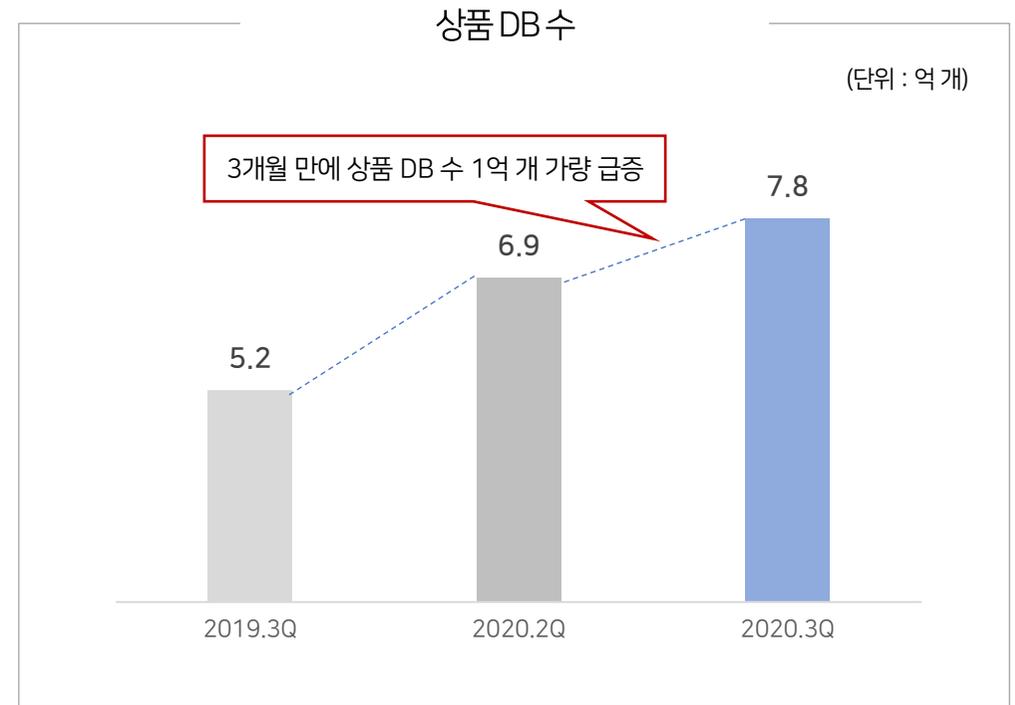
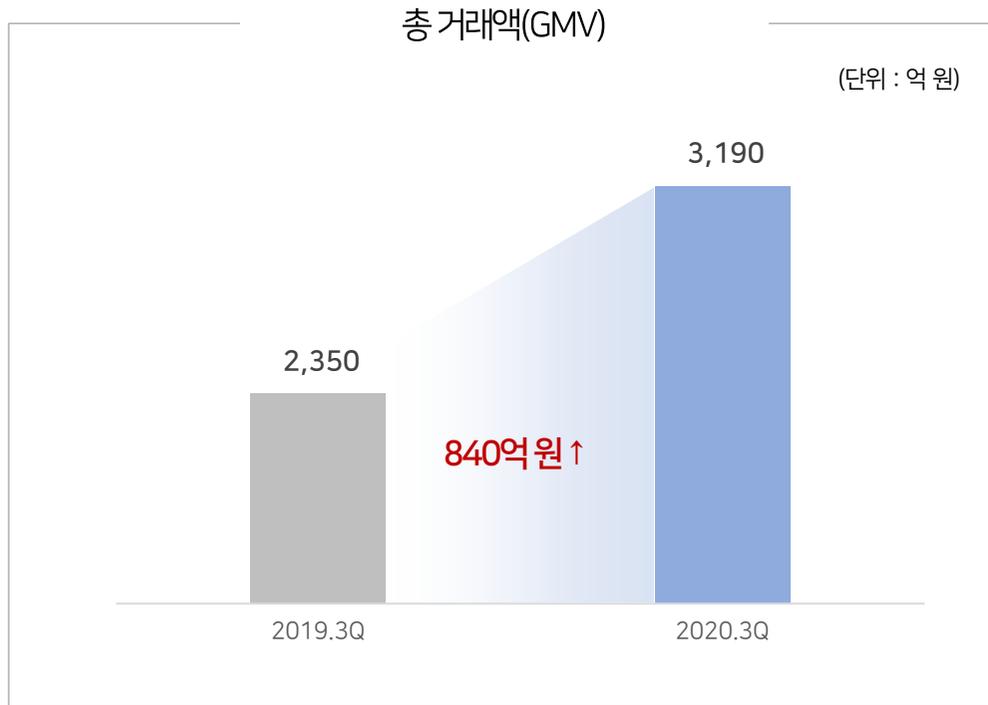
- 코로나로 인한 중소 경쟁사 정리로 인해 해외 직구 부문 내 **독보적 1위로 입지 강화**
- 신규 서비스 안착 및 국내/외 e-커머스 최성수기를 앞두고 있어 4분기는 외형 성장뿐 아니라 수익성 향상 기대

3분기 사상 최대 매출 달성 → 3분기 매출액 YoY +6.6%, 영업이익은 적자 소폭 증가했으나, 이익률 개선



- 전통적인 쇼핑 비수기임에도 매출액 전년동기 대비 6.6% 상승한 403억원 달성
- 3분기 누적 기준 유럽직구 건수는 전년 동기대비 73% 상승하였으며, 해당 수요에 대응하기 위해 스페인 물류센터 신규 오픈
- 유럽국가 물류망 고도화를 통해 유럽 직구 시장을 공략하며, 포스트 코로나 시대에 대응 (내년 상반기 중 프랑스, 핀란드, 스웨덴 등 물류센터 추가 오픈 계획)

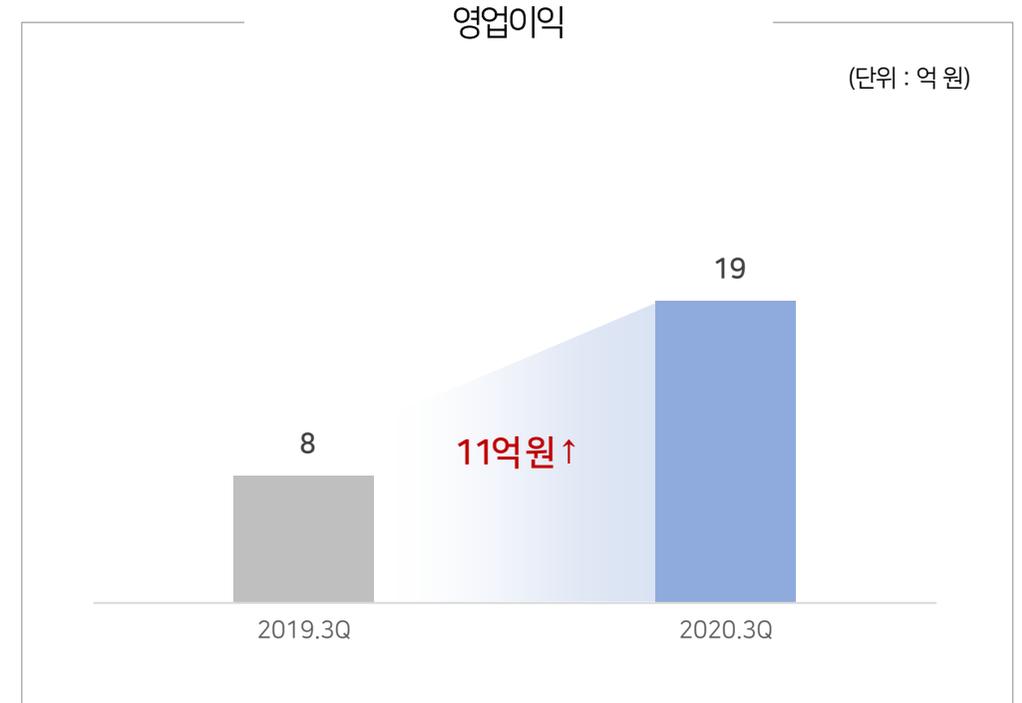
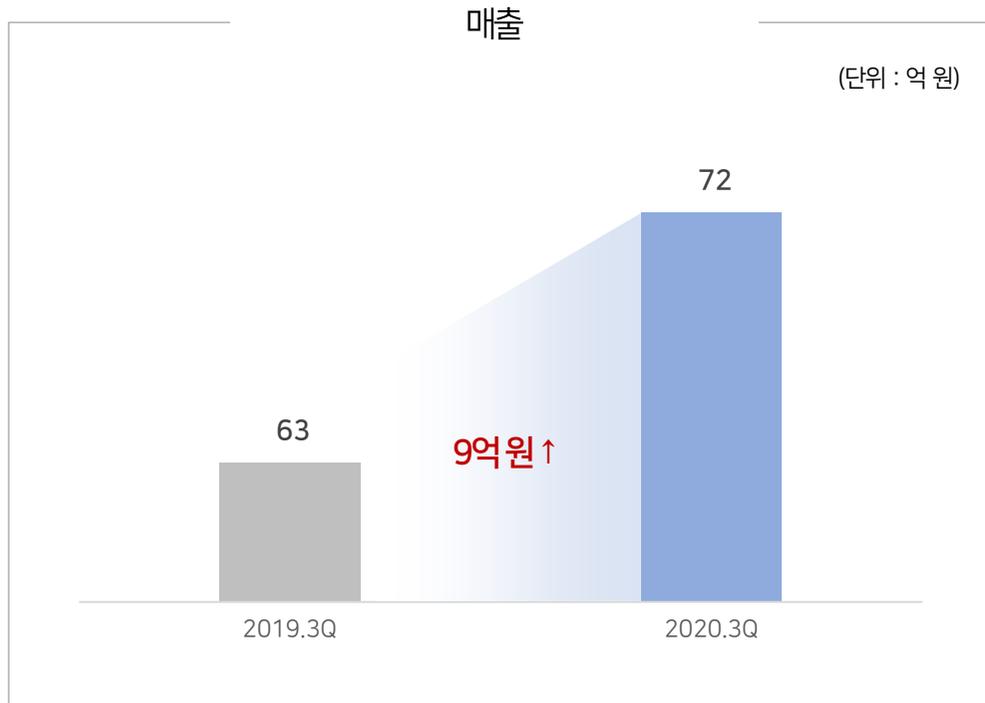
e-커머스 플레이어 증가로 가격비교에 대한 니즈 급증 → 총 거래액(GMV) YoY +35.7% , 상품 DB 수 YoY +50%



- 3분기 GMV는 역대 최대치(3,190억)를 달성했으며, 특히 전년동기 대비 **가전/디지털, 생활/신선제품/간편식**의 카테고리 고성장으로 인해 총 거래액 상승에 기여
- 상품 DB 수 7.8억 개로 급증하여 e-커머스 상품/가격 경쟁이 치열해짐과 동시에 양질의 정제된 상품 데이터베이스 니즈도 강화

03. 빅데이터 e-커머스 _ 에누리

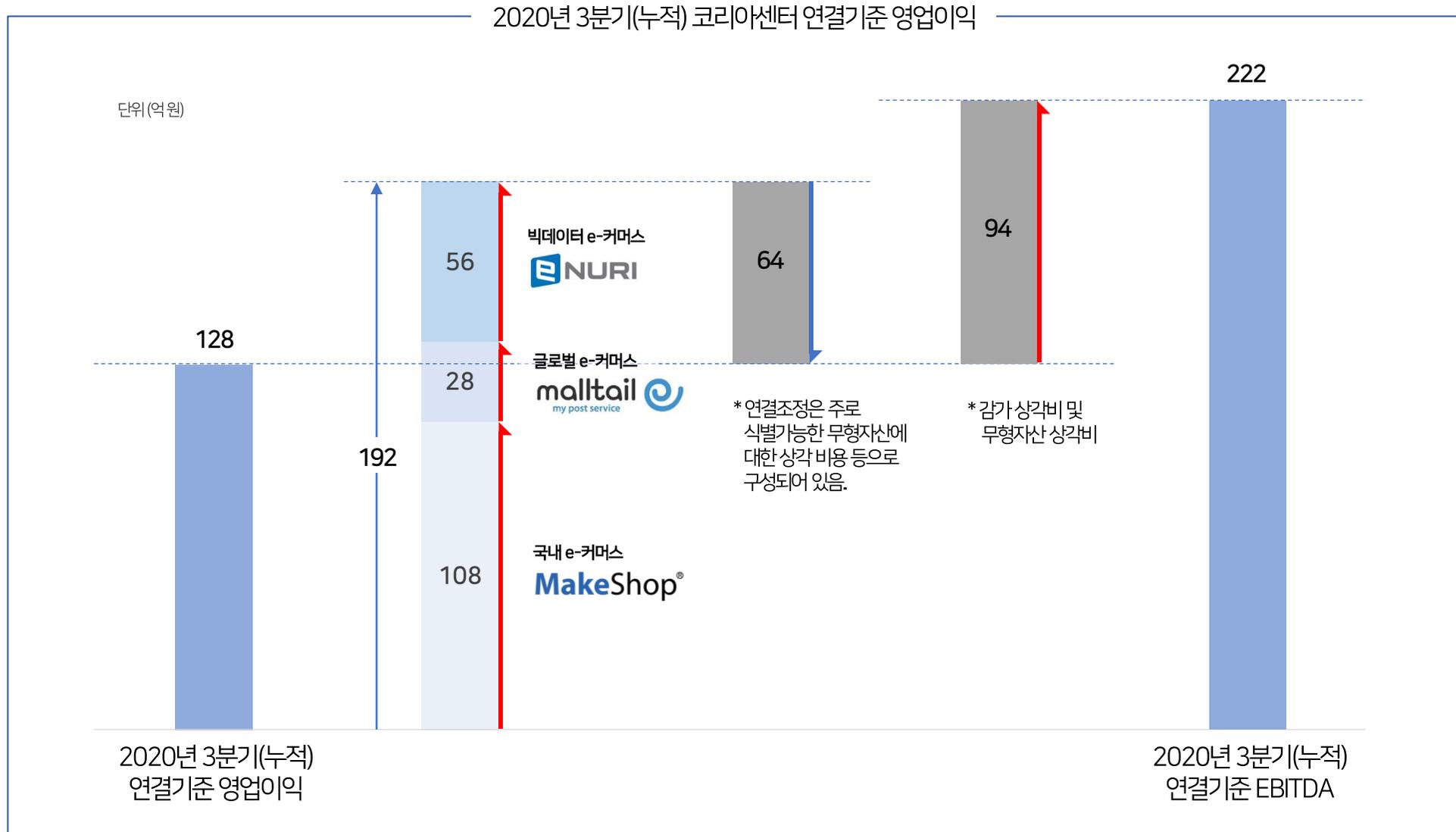
3분기 매출액 YoY +14.3%, 영업이익 YoY +137.5%



- 플랫폼 영향력 증가에 따른 광고 증가, 빅데이터 신규 파트너 확대로 매출, 영업이익 큰 폭 상승
- 에누리의 월평균 트래픽은 20% 가량 증가했으며, 가장 큰 사업 비중을 차지하는 가격비교 수수료 매출 역시 20% 가까이 상승
- 자체 검색엔진 개발 및 시스템 내재화 등을 통해 운영 비용 효율화

Quality of Earnings

2020년 3분기(누적) 연결기준 영업이익은 128억원이나 국내 e-커머스, 글로벌 e-커머스, 빅데이터 e-커머스 등 3개 주요 사업부문의 영업이익 합계는 192억원이며, 비현금성 상각비용을 고려한 EBITDA는 222억원 임.



코리아센터는 언택트 시대에 최적화된 e-커머스 플랫폼으로서,
 다양한 플랫폼과 데이터 자산의 결합을 통해 포스트코로나 시대의 국내/외 e-커머스 산업을 주도할 것입니다.

KOREACENTER Untact E-Commerce Platform

Platform		Database	
 5.1만 보유 셀러 수	 679만 회원 수	 10.7억 개 쇼핑 데이터	 278만 쇼핑 패널 수
 8.1조 원 거래액	 21.3억 트래픽	 1,120만 카탈로그 DB	 월1,000만 건 e-커머스 구매 데이터
 153만 건 풀필먼트 건수	 2,015만 다운로드 APP	 월1.2억 건 배송 데이터	

2020년은 언택트 시대로의 대전환 시작점으로
 E-Commerce 최성수기를 앞둔 4분기에도 큰 폭의 성장 기대

- 국내 e-커머스**
 온/오프라인에 걸친 메이크샵 생태계 확대로
 가파른 성장세 지속
- 글로벌 e-커머스**
 완성형 글로벌 풀필먼트를 통해 해외 이커머스 시장 내
 수요에 대응하여 글로벌 기업으로 도약
- 빅데이터 e-커머스**
 온라인쇼핑몰들의 치열한 경쟁에 따라
 빅데이터에 대한 수요 및 가격 비교 서비스 수요 급증

요약재무제표(연결)

재무상태표

단위: 백만 원

구분	20Y 3Q	2019	2018	2017
유동자산	133,281	123,354	73,048	32,934
비유동자산	277,723	221,513	191,500	70,673
자산총계	411,004	344,867	264,548	103,607
유동부채	136,417	104,223	86,087	38,402
비유동부채	41,378	42,500	43,716	22,034
부채총계	177,795	146,723	129,803	60,436
자본금	2,493	2,450	2,161	400
기타불입자본	146,254	127,854	73,731	-
기타포괄손익누계액	2,749	1,930	856	71
기타자본	3,597	8,466	7,992	-
이익잉여금	59,631	51,270	45,640	42,701
비지배지분	18,485	6,174	4,365	-
자본총계	233,209	198,144	134,745	43,171

주: K-IFRS 기준

손익계산서

단위: 백만 원

구분	20Y 3Q	2019	2018	2017
영업수익	214,146	251,498	189,670	133,160
영업비용	201,351	240,728	180,028	126,868
영업이익	12,795	10,770	9,642	6,292
영업외수익	4,959	5,199	4,411	1,819
영업외비용	5,981	8,114	7,338	2,200
법인세차감전순이익	11,773	7,855	6,714	5,912
법인세비용	2,067	837	1,841	1,259
당기순이익	9,706	7,018	4,874	4,652
총포괄손익	10,366	7,690	5,216	4,652

주: K-IFRS 기준