

브랜드엑스코퍼레이션

2022년 1Q 리뷰 및 향후 계획

2022. 05

Disclaimer

본 자료는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)을 기초로 작성된 연결 및 별도 기준의 잠정 영업실적입니다.

본 자료에 포함된 재무실적 및 영업성과는 (주)브랜드엑스코퍼레이션 및 종속회사들에 대한

외부감사인의 회계검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 및 잠재사업파트너 여러분의 편의를 위하여 작성된 것으로 그 내용 중 일부는 향후 회계검토 결과에 따라 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 안되며,

당사는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자결과에 대해 어떠한 책임을 지지 않음을 알려 드립니다.

본 자료는 자료 작성일 현재의 사실에 기초하여 작성된 것이며,

당사는 향후 변경되는 새로운 정보나 미래의 사건에 대해 업데이트 책임을 지지 않습니다. (과실 및 기타의 경우 포함)

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고(단, 출처 표시 필수), 회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.



CONTENTS

I. 22년 1Q 성과 리뷰

II. 주요 경영/사업 추진 경과

III. About BRAND X.

IV. 향후 중점 사업 전략

Summary > 주요 사업성과 및 계획

'22년 1Q 주요 성과

<주요 실적>

- 22.1Q 매출 423억원 (YoY 10%), 영업이익 23억원 (YoY 36%) 달성
 - 영업이익률 : 잭시믹스 10.1%, 별도 8.8%, 연결 5.4%
- 잭시믹스 매출 374억원 (YoY 23%), 영업이익 38억원 (YoY 39%) 달성, 온라인/오프라인/해외 매출 YoY 20%+ 성장 실현

<주요 사업/경영 성과>

- 잭시믹스 국내 사업 모든 채널 매출 YoY 성장
 - 온라인 22%, 오프라인 28%, 수출 17%
 - 오프라인 매장 4개 신규 출점 완료
 - 수출 국가 3개 신규 계약 완료 (호주, 독일, 카자흐스탄)
- BRX. Japan 매출 43% 신장, OPM 1.6억원 (YoY 흑자전환)
- 이루다 마케팅 매출 50% 신장, OPM 5.8억원 기록 (YoY 1,478%)
 - 매체력 지속 확보, 농심 · 매일유업 · LF몰 등 대형 클라이언트 유지 지속
- 골프 시장 공략 준비 완료
 - 골프 패션 브랜드 '마이컬러리즈' 브랜드 인수 및 골프 아카데미 브랜드 'QED'와 업무 협약 완료
- "디지털 패션" 사업 초기 Test 완료
 - 메타갤럭시아, 클립드롭스 통해 NFT 작품 / 캐릭터 공개 및 판매 완료

'22년 2Q 주요 사업 계획

<실적 목표>

- 분기 사상 첫 550억원+ 매출 달성 목표
 - 골프 카테고리 출시, 최근 '맨즈' 카테고리 매출 급성장세 확인
 - 자회사 젤라또랩 / 헬스케어 / 이루다마케팅 본격 성수기 돌입
 - '실외 마스크 프리' 등 Post-COVID19 에 따른 실적 호조 기대

<주요 사업/경영 계획>

- 잭시믹스
 - 구매자 수 (Q) * 객단가 (P) 동반 상승에 의한 지속 매출 확대 추진
 - 오프라인 매장 지속 출점 주력 (~4월 총 6개점 신규 출점 완료)
 - 최소 3개국 이상 신규 계약 예정 + 중국 상해 오프라인 매장 오픈 추진
 - 하반기 슈즈 / 키즈 라인업 확장 위한 인프라/리소스 set-up 추진
- 자회사
 - 국민피티 런칭 (5월 현재 강사 1,500여명, 센터 1,000개 이상 data 확보)
 - 젤라또랩, 성수기 대비 신제품 지속 출시/대응 및 해외 채널 적극 확장
 - 헬스케어, 2030 target 건기식 '히얼스' 출시 및 신규 입점 채널 확대
- 디지털 패션
 - 네이버z-제페토 입점 예정 (6월 ~)
 - 국내 No.1, 글로벌 Top-tier 메타버스 크리에이터 '렌지'와 협업

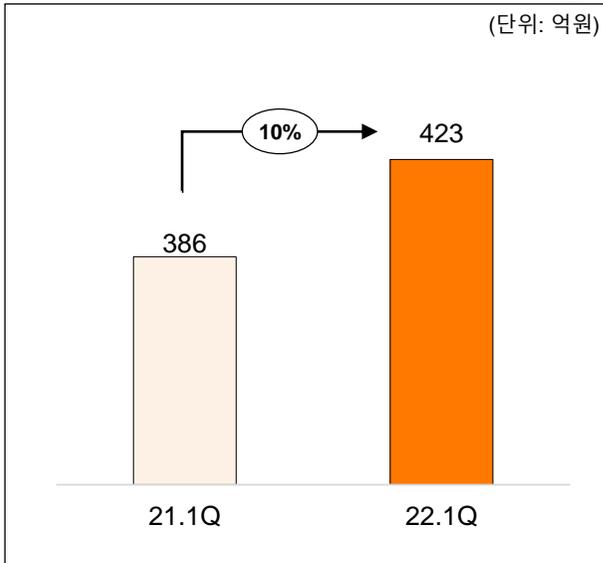
Summary > 주요 수익성* 지표 (연결)

<Comments> : 매출 / 영업이익 YoY double-digit 달성

- 매출 : 사업 개시 이후 지속적으로 분기 YoY 성장 실현, 22.1Q YoY 10%
- 영업이익 : 체질개선에 따라 21.3Q 이후 3분기 연속 분기 YoY 성장 달성, 22.1Q YoY 36%
- 당기순이익 : 21.1Q 부터 5분기 연속 분기 흑자 경영 유지, 22.1Q YoY 9%

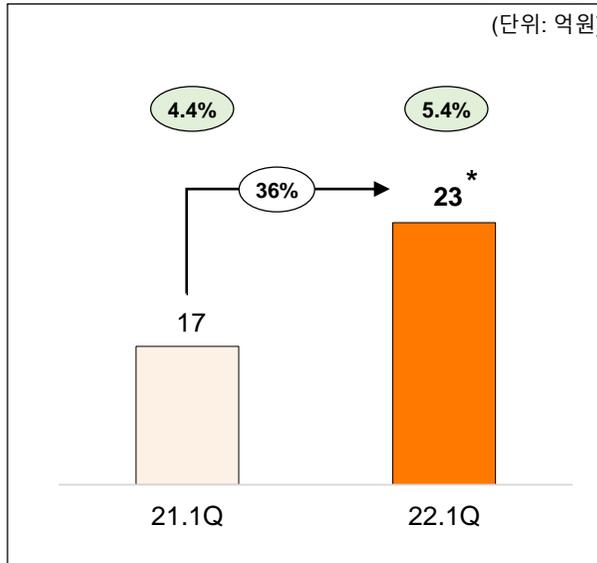
매출 추이

YoY



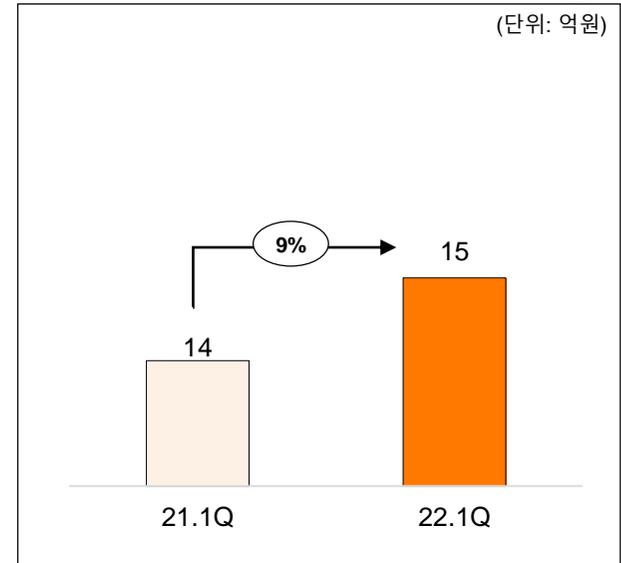
영업이익 추이

% of Sales YoY



당기순이익 추이

YoY



* 레이크우드 제2호 조합 (하이브CB투자 목적)
 공정가치평가 따른 평가손실 반영
 : 매출 -3.9억원(금융수익) 및 영업이익 -4.2억원

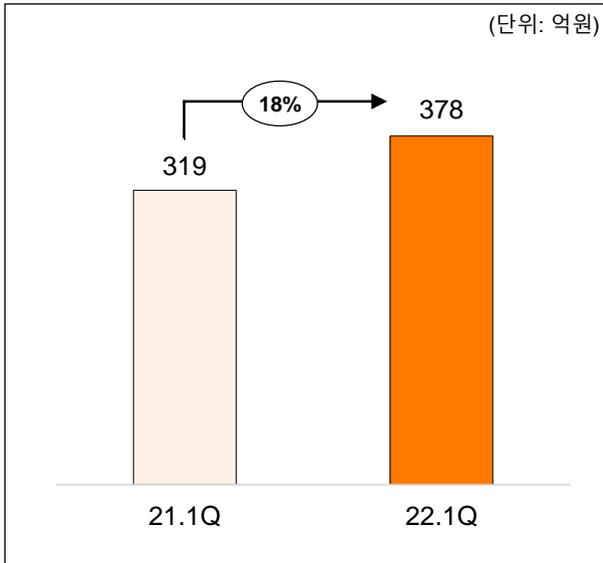
Summary > 주요 수익성* 지표 (별도)

<Comments> : 매출 / 영업이익 / 당기순이익 모두 YoY double-digit 달성

- 매출 : 역대 1분기 중 최대 매출 실현, 22.1Q YoY 18%
- 영업이익 : 매출 증대 및 비용 효율화 구조 유지에 따라 YoY 대폭 개선, 22.1Q YoY 99%
- 당기순이익 : 21.1Q 부터 5분기 연속 분기 흑자 경영 유지, 22.1Q YoY 78%

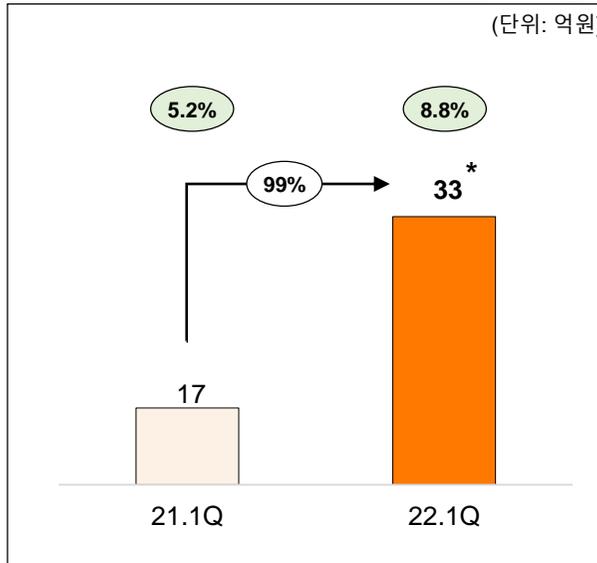
매출 추이

YoY



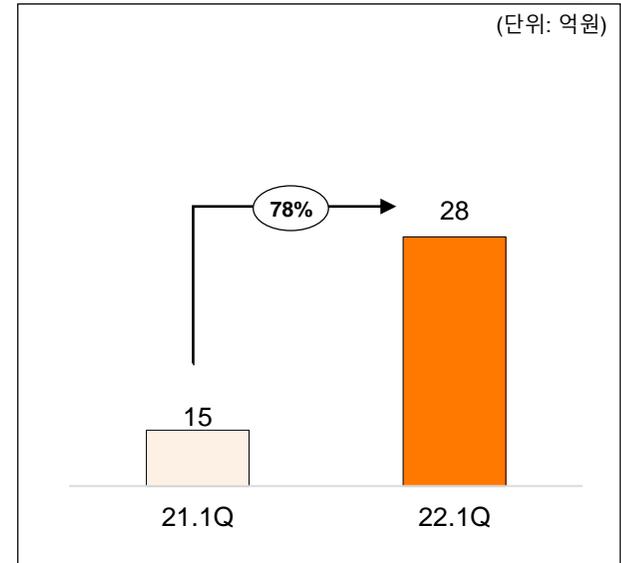
영업이익 추이

% of Sales YoY



당기순이익 추이

YoY



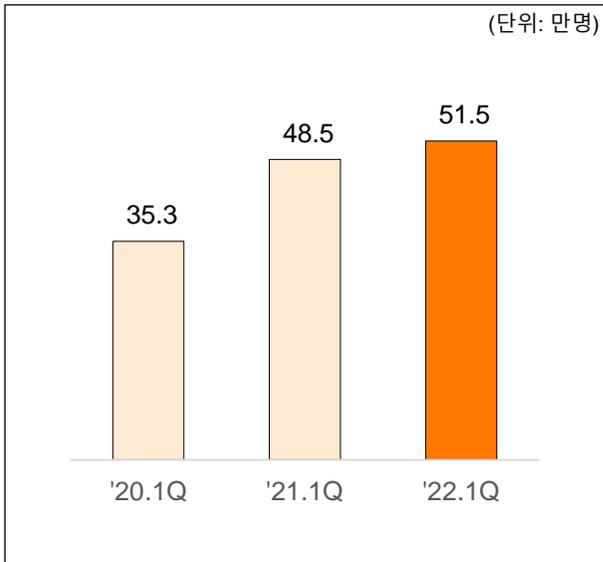
* 임직원 동기부여 위한 인센티브 약 7억원(자사주 증여 및 현금 일부 지급) + 코스메틱 TV CF 약 9억원 반영

Summary > 주요 사업성 지표 (젝시믹스)

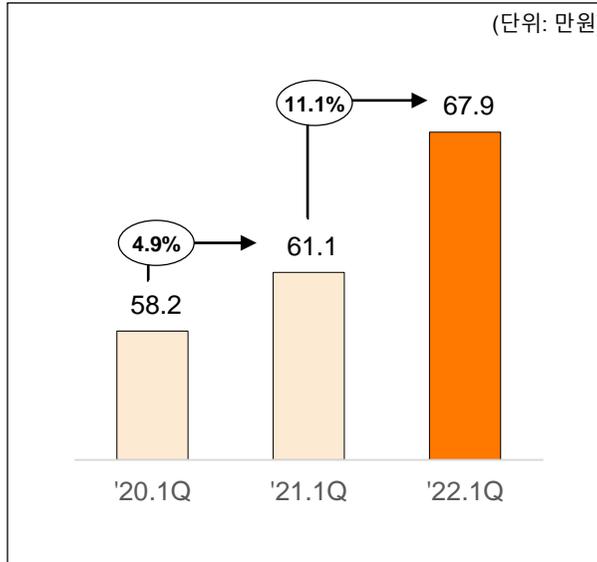
<Comments> : D2C 최강자, 자사몰 다양한 KPI 양적/질적 성장 기반 건강한 성장 지속

- 구매자수 : 사상 첫 1/4분기 자사몰 구매자 수 50만명 돌파, 22.1Q 51.5만명 기록
- 객단가 : 경쟁 강도 완화 및 고객 니즈에 부합하는 상대적 고가 카테고리 지속 확장에 따른 객단가 상승
- 남성 가입자 비중 : 남성 고객의 유입 가속화로 22.1Q 기준 남성 회원 비중 누적 10% 달성 (1분기 국내사업 기준, 맨즈 매출 35.3억원)

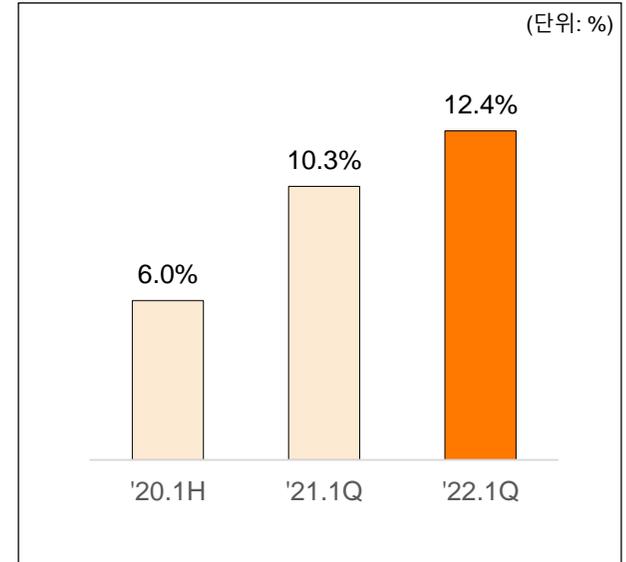
구매자(자사몰) 수*



객단가(자사몰)*



신규가입자 중 남성비중**



* 젝시믹스 자사몰 (PC/Mobile) 기준

** 젝시믹스 자사몰 (PC/Mobile) 전체 가입자수에서 '성별 정보 없음' 제외

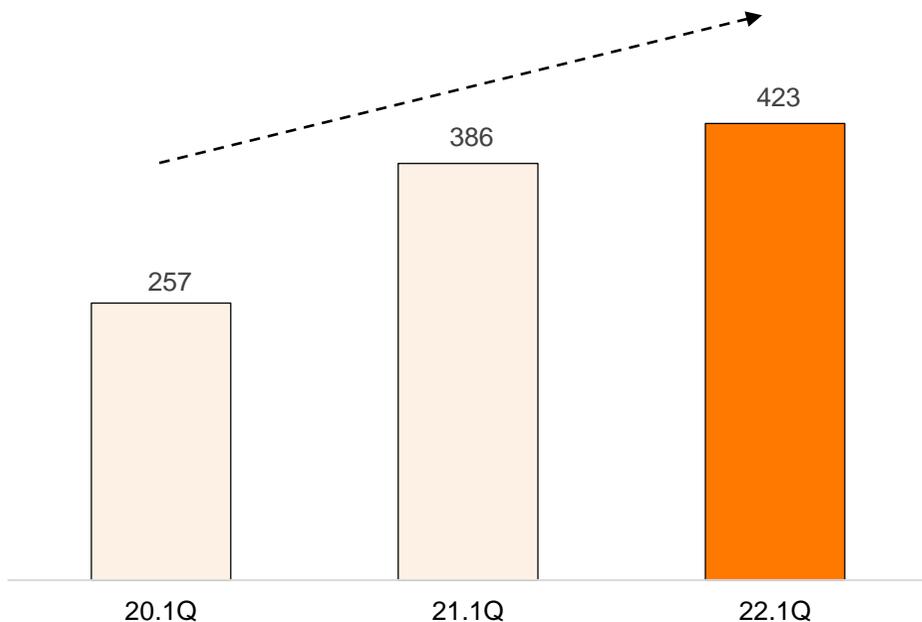
'22년 1Q 실적 리뷰 > 매출

<Comments> : 잭시믹스 뿐만 아니라 온라인 광고 대행 사업부문 동반 성장에 따라 성장세 지속 유지

- 역대 1분기 사상 첫 400억원 이상 매출 달성
- 잭시믹스, 연결 매출 트렌드 상회하는 분기 매출 YoY 24% 달성
- 이루다마케팅, 상대적 비수기임에도 불구하고 분기 매출 YoY 50% 달성

매출 트렌드 : 분기 YoY 성장세 유지

(단위: 억원)



(단위: 억원)

사업부문별	2022년		2021년		성장률	
	1Q	4Q	1Q	QoQ	YoY	
연결 매출액	423	435	386	-3%	10%	
잭시믹스*	379	382	307	-1%	24%	
광고대행업	18	20	12	-11%	50%	
신규사업 및 기타	32	28	70	17%	-54%	
연결조정(-)	6	(5)	3			

* 글로벌 매출 기준

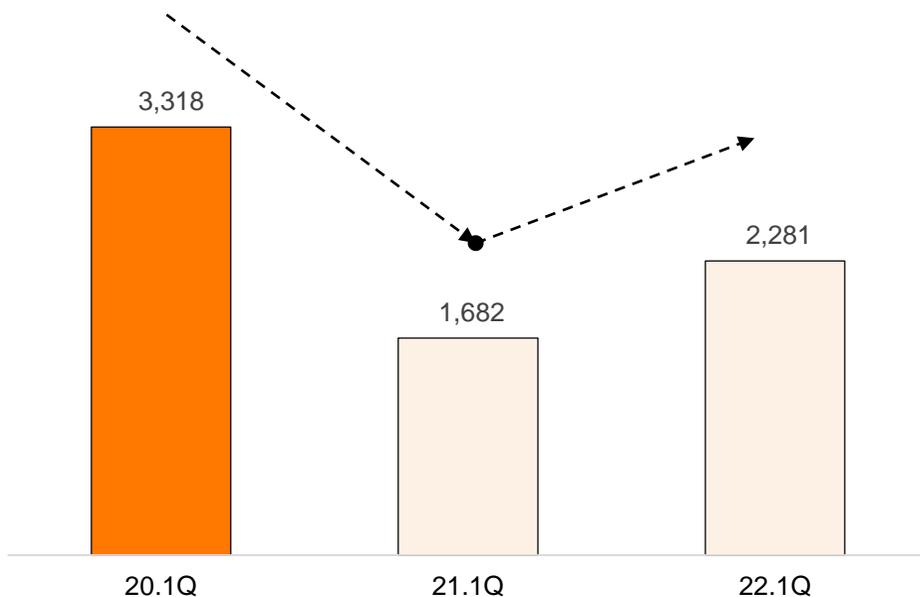
'22년 1Q 실적 리뷰 > 영업이익

<Comments> : '21.1Q 부터 5분기 연속 영업이익 흑자 기록

- YoY / QoQ 모두 성장 (QoQ 96%, YoY 36% 달성)
- BRAND X. 별도(본사), 수익성 대폭 개선 (YoY 99% 달성)
- 연결 자회사, 플랫폼 개발 비용 및 투자부문 평가 손실 영향

영업이익 추이 : 상장('20.08) 시기 집행한 선행 투자 종료에 따른 영업이익 개선증

(단위: 백만원)



(단위: 백만원)

사업부문별	2022년		2021년		성장률	
	1Q	4Q	1Q	QoQ	YoY	
연결 영업이익	2,281	1,161	1,682	96%	36%	
BRAND X. (별도)	3,313	1,929	1,664	72%	99%	
연결 자회사*	(1,014)	(705)	28	적자지속	적자전환	
연결조정(-)	18	62	11			

* 레이크우드 제2호 조합(하이브CB) 공정가치평가에 따른 손실액 약 4억원 반영

'22년 1Q 실적 리뷰 > 판매관리비

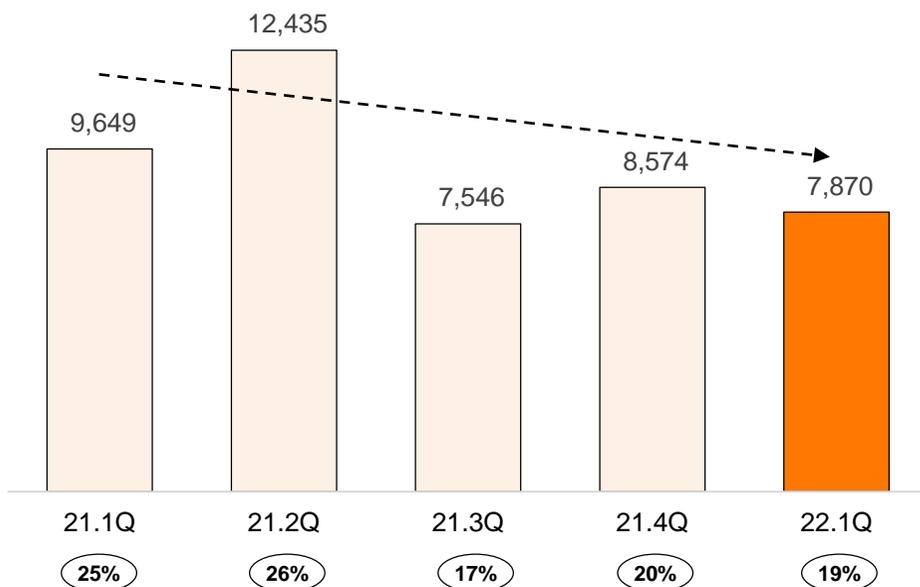
<Comments> : 경쟁우위 선점, 브랜드 인지도 상승 및 마케팅 효율화에 따른 광고선전비용 대폭 절감 실현

- 광고선전비: 코스메틱 TV CF 송출에도 매출액 대비 19% 수준 유지
- 인건비: 임직원 동기부여 위한 인센티브 비용 일부 인식
- 외주용역비: 일시적 이슈('21년 4Q: 물류 인프라 확대) 종결 따른 정상화

광고선전비 및 매출 대비 비중: '21.2Q 이후 효율화 scheme 유지

(단위: 백만원)

% of sales



(단위: 백만원)

비용 상세	2022년		2021년		증감률	
	1Q	4Q	1Q	QoQ	YoY	
판매관리비	23,384	24,147	21,833	-3%	7%	
광고선전비	7,870	8,574	9,649	-8%	-18%	
지급수수료	3,560	3,421	2,957	4%	20%	
인건비	5,648	5,009	4,763	13%	19%	
외주용역비	2,506	2,866	1,591	-13%	57%	
기타	3,799	4,277	2,872	-11%	32%	

[Back-up] 요약재무제표 (연결)

B/S (연결)

(단위: 백만원)

	2020	2021	1Q.22
자산	78,322	110,650	116,293
유동자산	61,059	68,539	75,294
비유동자산	17,263	42,111	40,999
부채	15,439	42,401	47,097
유동부채	12,309	34,399	39,605
비유동부채	3,130	8,002	7,492
자본	62,883	68,249	69,196
지배지분	62,877	68,053	68,981
자본금	9,531	14,786	14,786
자본잉여금	34,981	33,975	33,975
자본조정	(14)	(2,990)	(2,399)
기타포괄손익누계액	(77)	(62)	(72)
이익잉여금	18,455	22,343	22,690
비지배지분	7	196	215

I/S* (연결)

(단위: 백만원)

	2020	2021	1Q.22
매출액	139,727	172,740	42,325
매출원가	54,113	68,210	16,660
매출총이익	85,615	104,530	25,665
판관비	77,467	93,724	23,384
영업이익	8,147	10,806	2,281
영업외수익	493	768	156
영업외비용	1,104	4,159	301
법인세차감전순이익	7,536	7,415	2,136
법인세	544	(347)	607
당기순이익	6,992	7,762	1,529

* 중단영업손익 미반영 (상세 사항은 제 05기 「사업보고서」의 「재무제표 주석」 중 「중단영업」 참조.

[Back-up] 요약재무제표 (별도)

B/S (별도)

(단위: 백만원)

	2020	2021	1Q.22
자산	73,615	87,882	94,415
유동자산	56,624	56,236	63,464
비유동자산	16,991	31,646	30,951
부채	11,905	17,914	22,293
유동부채	10,175	15,947	20,094
비유동부채	1,730	1,967	2,198
자본	61,711	69,968	72,122
자본금	9,531	14,786	14,786
자본잉여금	34,981	33,975	33,975
자본조정	(14)	(2,930)	(2,361)
이익잉여금	17,212	24,137	25,721

I/S* (별도)

(단위: 백만원)

	2020	2021	1Q.22
매출액	120,908	147,856	37,760
매출원가	48,404	62,243	15,455
매출총이익	72,504	85,614	22,304
판관비	65,823	73,429	18,991
영업이익	6,682	12,185	3,313
영업외수익	370	432	102
영업외비용	1,018	2,292	78
법인세차감전순이익	6,033	10,324	3,337
법인세	543	(433)	582
당기순이익	5,490	10,757	2,755

* 중단영업손익 미반영 (상세 사항은 제 05기 「사업보고서」의 「재무제표 주석」 중 「중단영업」 참조.

CONTENTS

I. 22년 1Q 성과 리뷰

II. 주요 경영/사업 추진 경과

III. About BRAND X.

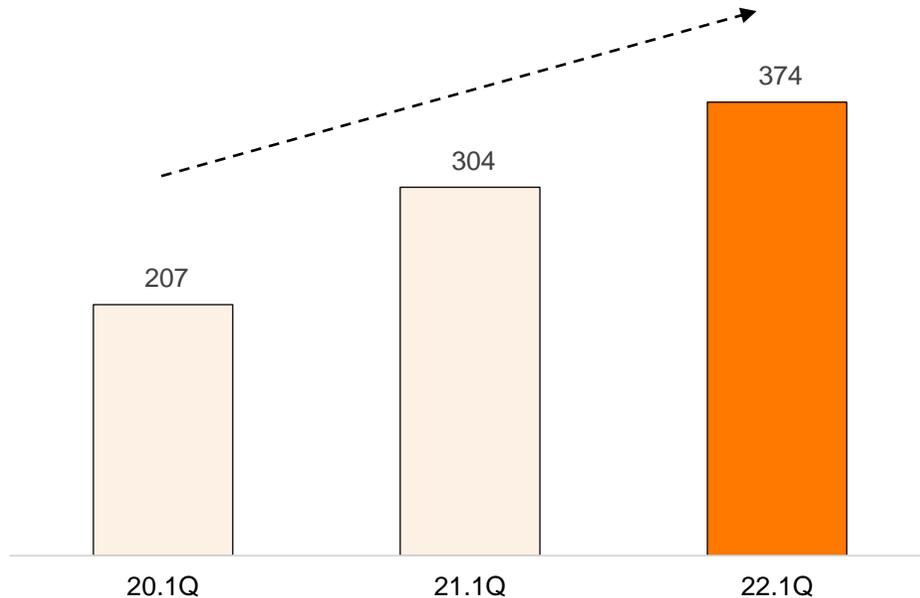
IV. 향후 중점 사업 전략

No.1 애슬레저 브랜드 “젝시믹스”



젝시믹스는 국내 No.1 애슬레저 브랜드로써 Gross Market Share 확대 뿐만 아니라, 브랜드 인지도 확대에 따른 수익성 지속 개선세를 확인하였습니다.

글로벌* 기준 매출 지속 성장 : 22.1Q YoY 23% 달성



양적/질적 성장 실현 : 영업이익 YoY 39% 달성

(단위: 백만원)

젝시믹스 (글로벌 기준)	2022년		2021년		성장률	
	1Q	4Q	1Q	QoQ	YoY	
매출	37,375	37,763	30,355	-1.0%	23%	
매출원가	14,424	16,370	12,124			
매출총이익	22,951	21,394	18,230			
판관비	19,186	18,910	15,513			
영업이익	3,765	2,484	2,717	51.6%	39%	
% of Sales	10.1%	6.6%	9.0%			

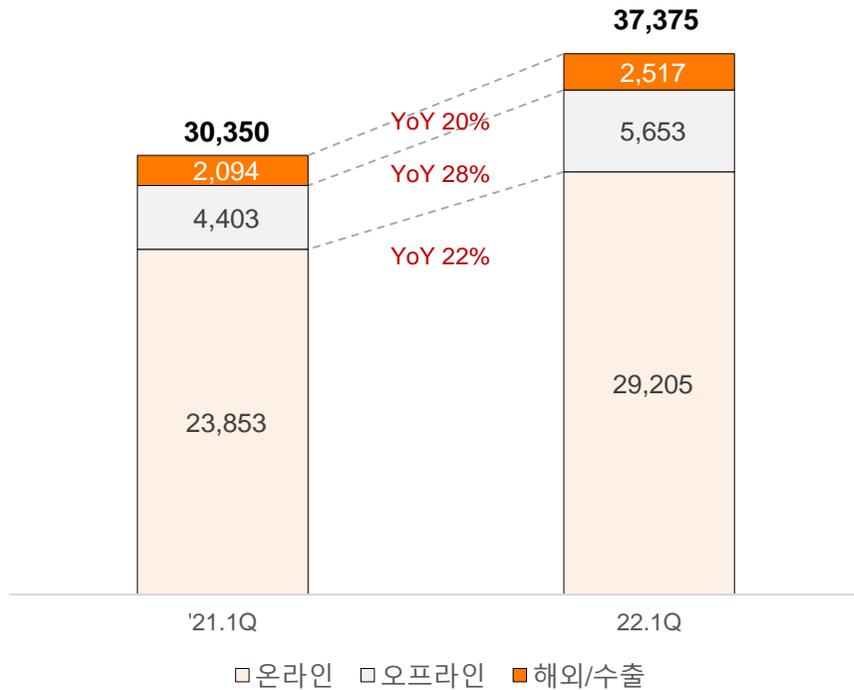
* 일본법인 실적 포함 (연결조정 반영)

애슬레저 브랜드로 포지셔닝 강화

젝시믹스는 세계로 나아가는 동시에 ‘레깅스’로 대표되던 과거와는 달리, 애슬레저 및 맨즈 카테고리의 성장을 확인하며, Athleisure Brand로의 Positioning 을 확실하게 구축해 나아가고 있습니다.

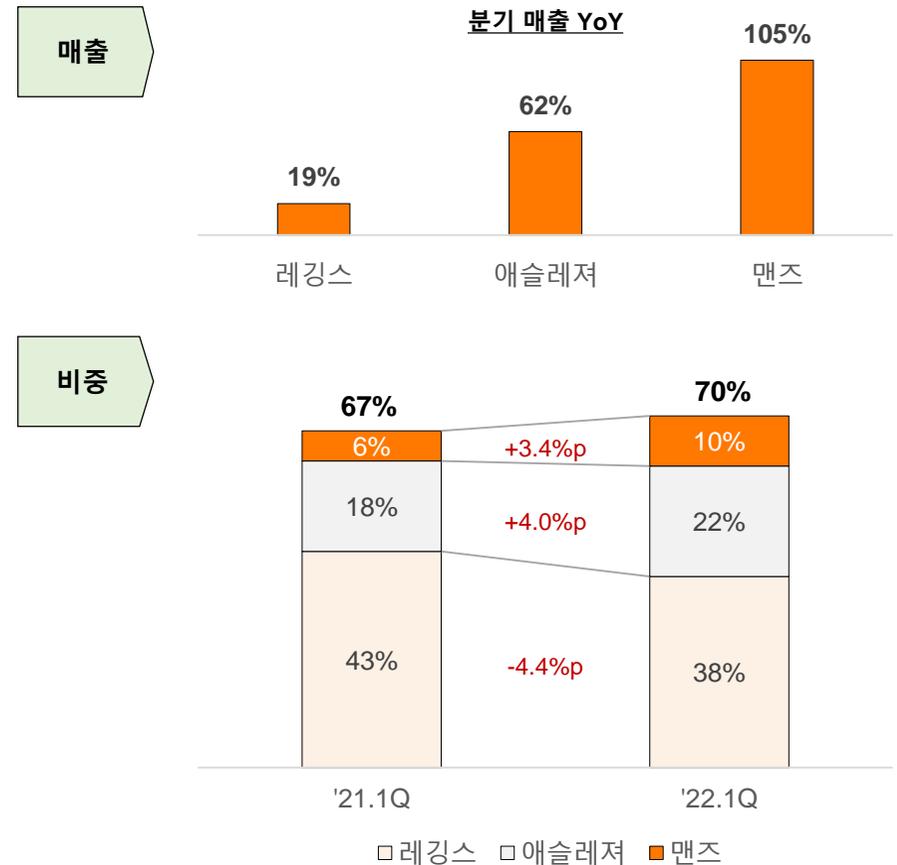
젝시믹스 온/오프 및 해외 매출 동반 상승(글로벌 기준)

(단위: 백만원, %)



애슬레저, 맨즈 매출 및 비중 대폭 확대*

(단위: %)

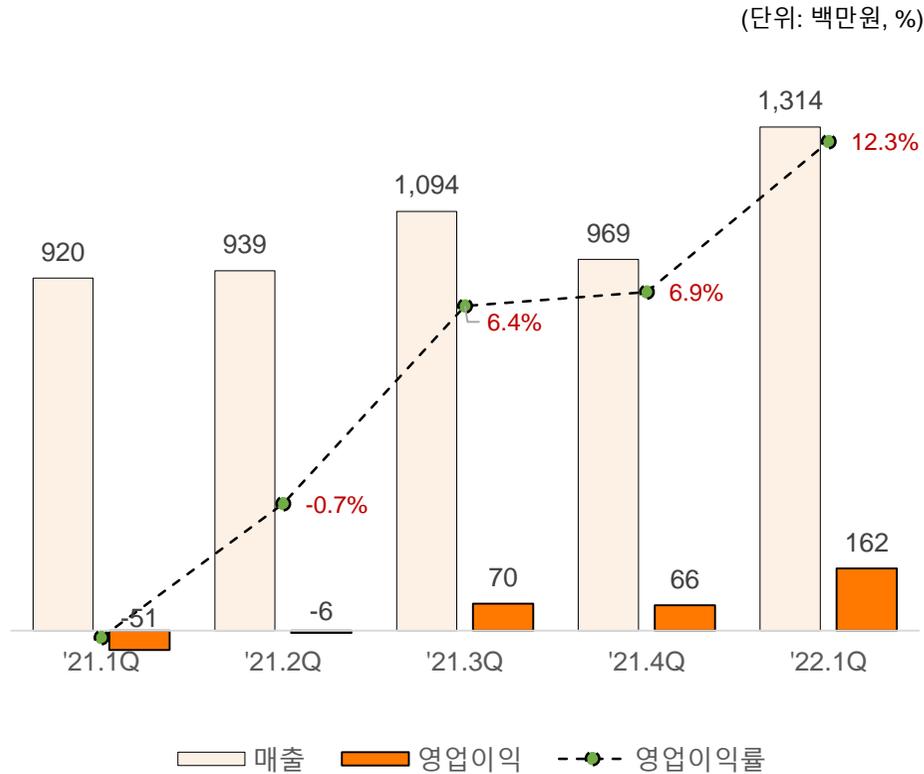


* 국내 매출 기준, 레깅스 - 우먼즈 액티브 하의 / 애슬레저 - 우먼즈 애슬레저 카테고리 반영

BRAND X. Japan

BRAND X.는 일본 현지 법인을 통해 일본 고객들에게 젝시믹스 브랜드 인지도를 쌓아가고 있으며, 최근 일본의 젊은 여성들에게 사랑받으며 점진적으로 실적 상승이 이루어지고 있습니다.

BRAND X. Japan 5분기 실적 트렌드 : 점진적 우상향 실현



온/오프라인 채널 동시 마케팅 통해 일본 내 인지도 상승 노력



22.03.04 Cafe & Restaurant BESIDE SEASIDE Event(도쿄)
-요가/피트니스 클래스 이벤트



<시부야 오프라인 팝업 광고>



<라이브 방송 : 신제품 홍보>

[Back-up] 오프라인 채널 확대 & Global 시장 공략

오프라인 채널 확대

주요 방향성

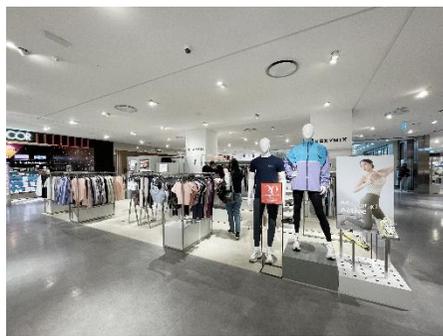
- (기존) 소극적 출점 → ('22년 이후) 적극적 출점
 - 객단가 상승 및 골프/키즈/슈즈 등 오프라인 접점이 중요한 카테고리 확장에 따른 전략 방향성 수립

주요 성과 & 계획

- 상대적 비수기임에도 불구하고, 분기 매출 YoY 28% 신장
 - Full year 운영 매장 27개점 분기 매출 YoY 25% 신장
- '22년 1Q 신규 4개 점포 출점, 4월 2개점 오픈 완료
 - 신세계 광주, 왕십리 엔터식스, 평택 프리미엄 아울렛 등
- 전략적 유통 채널 확대 및 미입점 팝업 행사 병행 예정
- 실내 골프 연습장 QED와 제휴 통해, 연습장 내 엑시믹스 골프웨어 입점 추진 예정



<스타필드 코엑스 (3/25 오픈)>



<신세계 광주 (4/1 오픈)>

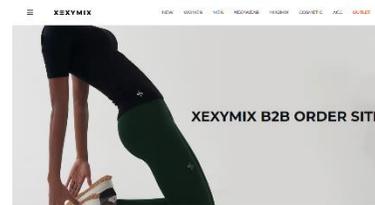
Global 시장 공략

주요 방향성

- (기존) 소극적 대응 → ('22년 이후) 적극적 대응/지원
 - 생산 & 물류 Capa. 지속 확대 및 해외 주요 국가 소비자 니즈 파악에 따라 적극 대응 체계 확립중

주요 성과 & 계획

- 지속적으로 거래처 확대중, 분기 매출 YoY 20% 신장
- '22년 1Q 신규 3개국 계약, 2Q 3개국 이상 계약 예정
 - 호주, 독일, 카자흐스탄 계약 완료, 불가리아, 파라과이, 칠레 등 계약 추진중
- 글로벌 파트너 사이트 구축, B2B 파트너 편의성 제고
- 글로벌 콘텐츠 제작 및 지원
- 중국 현지 마케팅(웨이보, 샤오홍수, 라이브방송 등) 강화



<B2B MALL 구축>



<웨이보 노출>



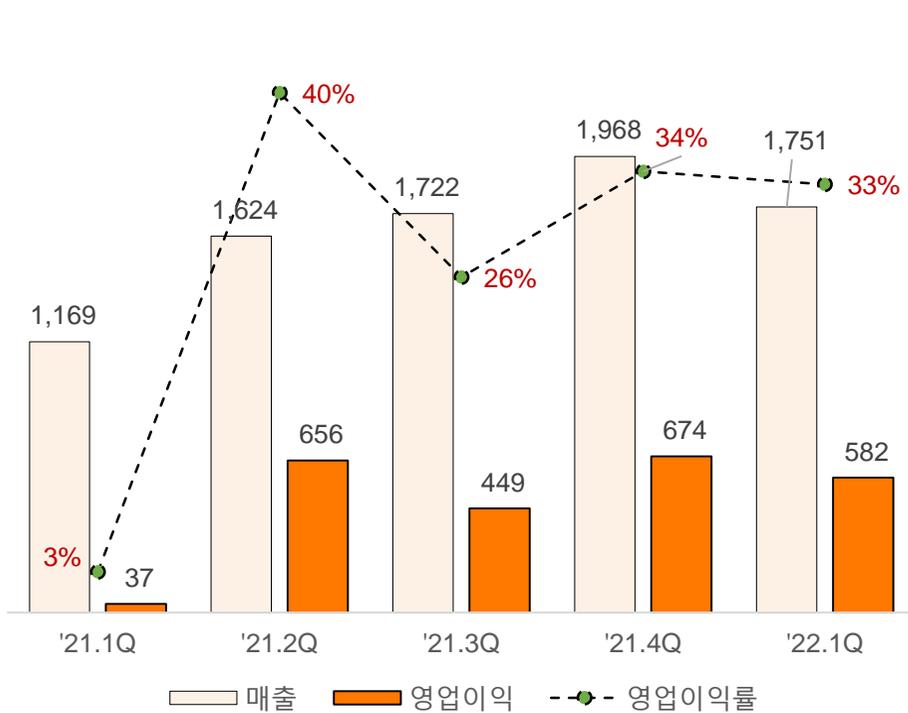
<더우인(틱톡)>

이루다 마케팅

이루다마케팅은 상대적 비수기임에도 불구하고 매출 / 영업이익 모두 확대 및 성장세를 보이며 안정적으로 성장하고 있습니다.

이루다마케팅 5분기 실적 트렌드 : 단단한 기업으로 성장중

(단위: 백만원, %)



매체력 지속 강화 기반 대형 클라이언트 확보

<'22.1Q 신규 매체>



<'22.1Q 신규 클라이언트/브랜드>



농심 라이필, 매일유업, LF몰, 청호나이스, 직방, 에몬스몰, 헤이딜러 등 소호 쇼핑몰 대상 비즈니스에서 중대형 브랜드 대상 비즈니스로 고객군 확장

CONTENTS

I. 22년 1Q 성과 리뷰

II. 주요 경영/사업 추진 경과

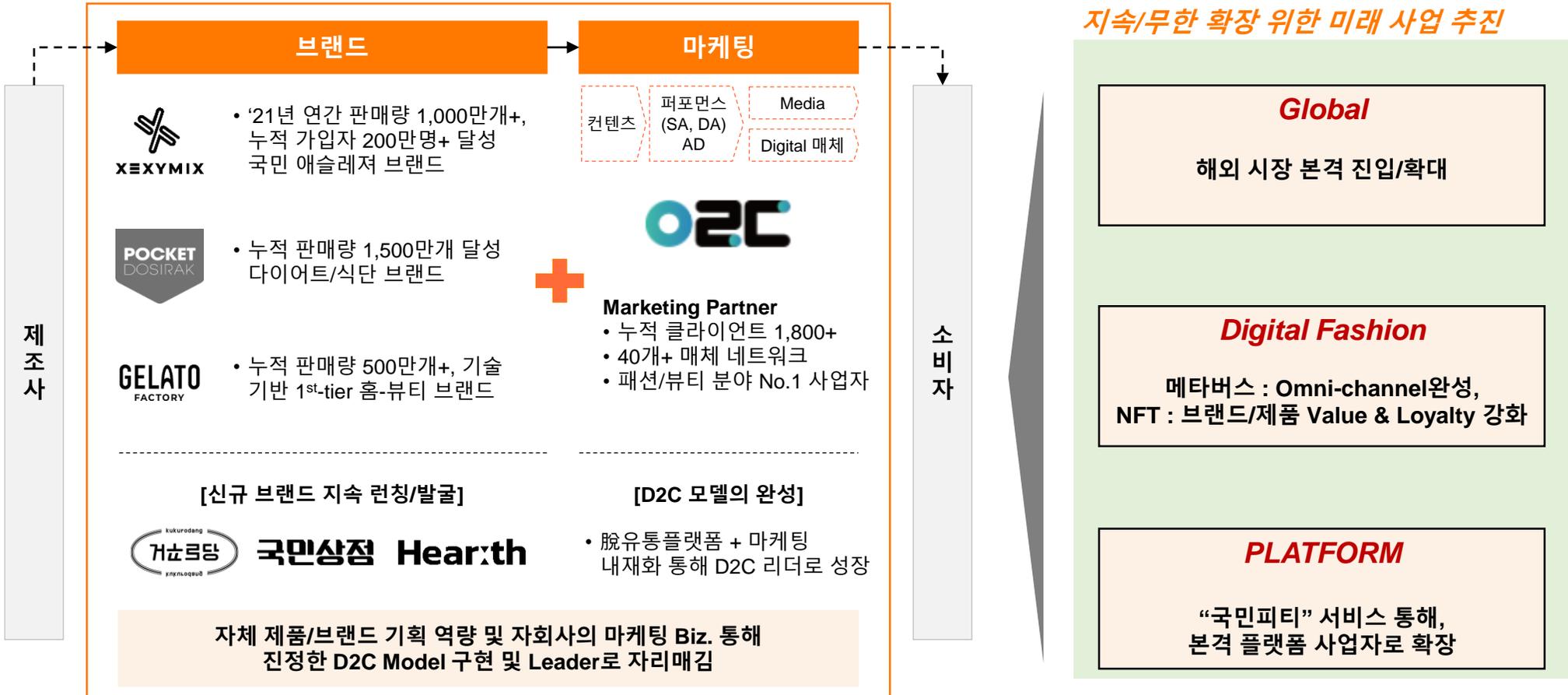
III. About BRAND X.

IV. 향후 중점 사업 전략

About BRAND X.

BRAND X. 는 Health & Beauty(H&B) 영역에서 진정한 Direct to Consumer(D2C) 리더로 성장하고 있으며, 고객들의 Healthy Pleasure 트렌드를 주도하며 지속적으로 무한 확장을 하고자 합니다.

D2C Value Chain Integrators : Market Leader

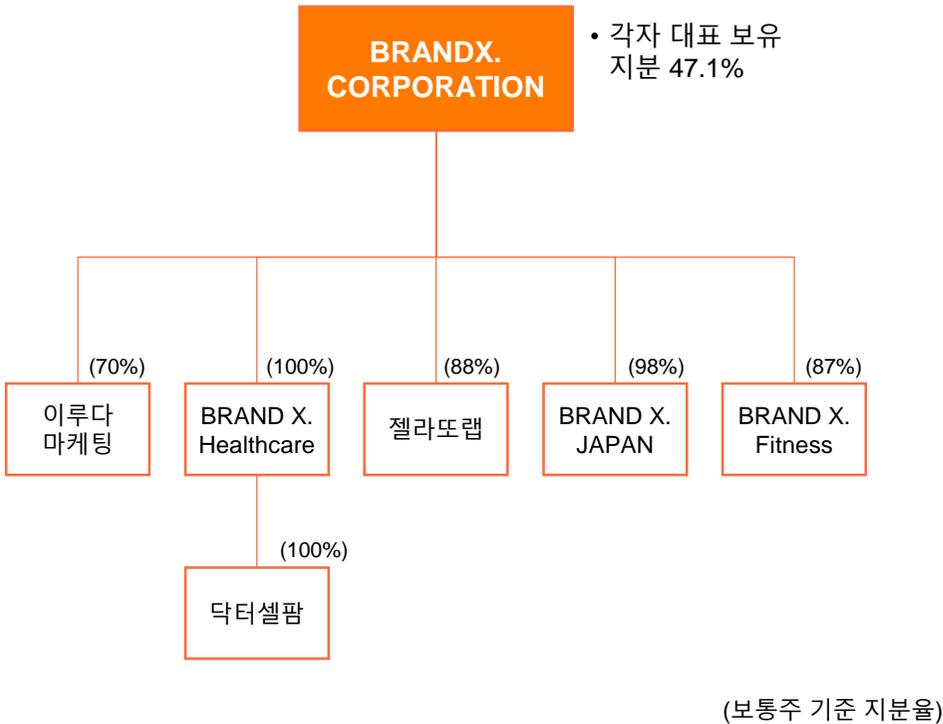


계열사 및 보유 브랜드

BRAND X. 는 총 6개 법인으로 구성되어 있으며, 각 법인간 Biz. & Operation 협업 및 시너지 창출 체계를 구축하고 다양한 영역에서 사업을 전개하고 있습니다.

BRAND X. Corporation 지배구조

(22.05 현재 기준)



법인별 주력 사업

법인	사업 부문	주력 브랜드 / 사업	
BRANDX. CORP.	패션 - 애슬레저	젝시믹스(XEXYMIX)	Health & Beauty
	코스메틱 - 색조/기초	젝시믹스 코스메틱	
	위생/소형 생활가전	휘아(WHIA)	
BRX. Healthcare	F&B - HMR, 건기식	포켓도시락, 거꾸로당, 히얼스	Health
	운동 O2O 플랫폼	국민피티	
젤라또랩	Total Home-beauty	젤라또팩토리(GELATO)	Beauty
닥터셀팜	코스메틱 - 더마코스메틱	닥터셀팜(더마코스메틱)	
이루다 마케팅	온라인 마케팅 대행	-	

CONTENTS

- I. 22년 1Q 성과 리뷰
- II. 주요 경영/사업 추진 경과
- III. About BRAND X.
- IV. 향후 중점 사업 전략

해외 시장 본격 확대

BRAND X. 는 해외 시장 및 소비자 반응을 통해 가능성을 확인하였으며, 2022년을 해외 시장 적극 공략 원년의 해로 삼고 사업을 추진하고자 합니다.

Global Athleisure 브랜드로 도약

3대 중점 사업

Global

해외 시장 본격
진입/확대

Digital Fashion

NFT / 메타버스
적극 도입 및 진출

PLATFORM

국민피티 서비스
본격 개시

적극적 해외 진출(B2B) 추진

- 온/오프라인
- 온라인
- 오프라인



자사몰을 통한 역직구 및 아마존/쇼피
플랫폼 통해 B2C 약 55개국 수출중



홍콩-타임스퀘어



뉴질랜드-오클랜드



베트남-하노이



몽골-울란바토르

- 수출 2년 누적 100억원 돌파
- 글로벌 Coverage 빠르게 확대
- 시장&소비자 반응 Captured



- 일본 거점 도시 위주 오프라인 공략
- 중국 포함 Major 국가 적극 진출/확대
- 대만 / 홍콩 등 전략 국가 마케팅 지원



해외 파트너
적극 마케팅 지원,
핵심 국가 위주
적극 투자 통해
Global Brand로 도약

Digital Fashion > 신기술 적극 도입

젝시믹스 브랜드 경쟁력을 필두로, D2C 대표기업에서 D2A* 선도 기업으로 확장을 준비하고 있습니다.

Global Athleisure 브랜드 최초 Digital Fashion 도입

3대 중점 사업

Global

해외 시장 본격
진입/확대

Digital Fashion

NFT / 메타버스
적극 도입 및 진출

PLATFORM

국민피티 서비스
본격 개시



No.1 브랜드



1st tier Tech.기업

진출 배경/목적

- 일시적 유행이 아닌 **Mega potential market** 으로 판단
- 글로벌 마케팅 채널로 활용, 젝시믹스 고객층 확대 및 추가 수익 창출

주요 추진 계획/현황

- 1 **메타버스 진출 통해 진정한 Omni-channel 구축 및 수익 창출**
 - 온라인 + 오프라인 + 가상세계 경험 동시 제공
 - 일상복으로 인식되고 있는 “애슬레저 패션” No.1 브랜드이자, “대량 SKU 보유+ 빠른 신제품 출시 주기 + 충성도 높은 브랜드”라는 점에 착안, 디지털 아이템화에 최적의 브랜드로 판단
- 2 **브랜드/제품 Value 및 Loyalty 강화 위한 NFT 발행**
 - “디지털 패션“ 구축, 고객에게 디지털+현물 자산 동시 제공
 - NFT발행 및 플랫폼 서비스 기업과 MOU 체결 완료
- 3 **젝시믹스 대표 캐릭터 제작/활용**
 - Marketing 활용 통해 광고 효과/효율 극대화
 - 브랜드 이미지를 대표한 3D 캐릭터 제작중

메타버스, NFT 등
신기술 도입,
새로운 고객 경험 제공 및
미래 성장 동력 확보

* D2A(Direct to Avatar): 아바타에게 디지털 의류/아이템을 판매하는 시장, 500억 달러 규모 추정('22, 포브스)

국민피티는 BRAND X. 의 자산/역량을 활용하여 대한민국 대표 운동 플랫폼으로 성장하고자 합니다.

대한민국 No.1 운동 플랫폼으로 성장

3대 중점 사업

Global

해외 시장 본격
진입/확대

Digital Fashion

NFT / 메타버스
적극 도입 및 진출

PLATFORM

국민피티 서비스
본격 개시

국민피티(App/Web)
& 국민피티 Biz.(Web)
출시 예정



전국민 운동 020
플랫폼 국민피티

Phase. 1

체험권 & 예약/결제 시스템

- 편리한 예약/결제 솔루션 제공(B2C)
- 소비자/점주 결제 부담 완화 지원

Phase. 2

온라인 클래스

- 고비용/스타 강사 위주 시장에서 탈피,
자발적 영상 업로드 유도 & 전문 강사 발굴

Phase. 3

센터 관리 통합시스템

- 기본 기능(무료) 고도화/유료 모델 구축
- B2B 사업 확장 및 Data 확보

Phase. 4

플래그십 스토어

- 운동 체험공간, 공유 스튜디오 등
복합 운동/문화 선도

속도감 있는 전개 목표



대규모 Traffic 확보,
BRAND X. 광고 효율화

배가 예상

[Back-up] Company Profile

온라인 마케팅 전문회사로 출발한 BRAND X. 는 다양한 소비재 산업군에서 소비자의 니즈를 충족시키는 종합 브랜드사로 성장하고 있습니다.

BRAND X. History.

2012	브랜드엑스그룹(온라인 마케팅), 쓰리케어* (1세대 다이어트 쇼핑물) 런칭
2015	젝시믹스 런칭
2017	(現) 브랜드엑스코퍼레이션 설립
2019	이루다마케팅*, 쓰리케어코리아 (5월) 자회사 편입 BRAND X. Japan* (12월) 설립
2020. 8	코스닥 시장 상장
2021. 1	젤라또랩* 인수
2021. 8	BRAND X. Fitness* 설립
2022. 1	쓰리케어코리아, 'BRAND X. 헬스케어' 로 사명 변경

Company Profile

• 설립 일	2017.08.23
• 상장 일	2020.08.13
• 대표이사	강민준, 이수연 각자대표
• 주주구성	강민준 44.7%, 이수연 2.5%, 한투파 11.5%, KTBN 6.5% (2022.05 현재 기준)

Financial Indicator (2022.1Q 연결)

• 자산총계	1,163억	• 매출액	423억
• 부채총계	471억	• 영업이익	23억
• 자본총계	692억	• 당기순익	15억

* 당사의 자회사로 각 별도의 사업 영위

End Of Documents