

브랜드엑스코퍼레이션
2023년 2분기 잠정실적 발표

Disclaimer

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

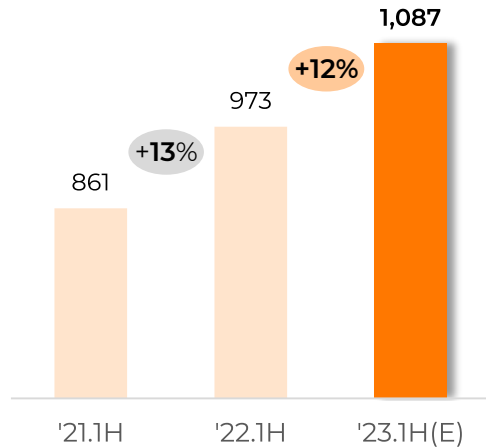
BrandX Corporation 상반기 연결 경영 실적 요약

·'23년 상반기 역대 최대 실적 달성

- 상반기 누적 매출 1,087억으로 역대 최대 매출 달성
- 상반기 누적 영업이익 103억으로 반기 영업이익 100억 돌파

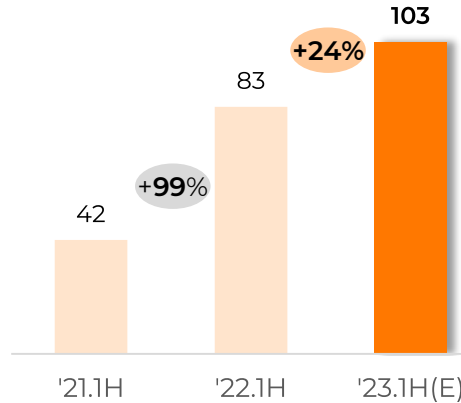
1H 연결매출

단위: 억 원



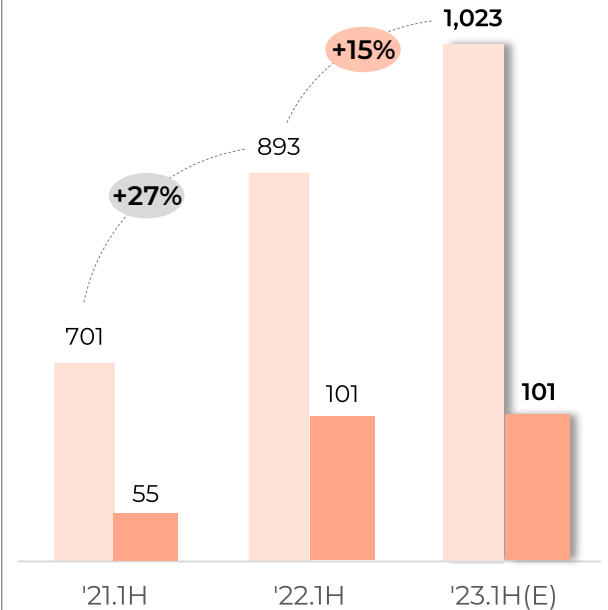
1H 연결 영업이익

단위: 억 원



XEXYMIX 실적

단위: 억 원



구분 (단위: 억 원)	연결			별도			XEXYMIX*		
	'23.1H(E)	'22.1H*	YoY	'23.1H(E)	'22.1H	YoY	'23.1H(E)	'22.1H	YoY
매출	1,087	973	12%	1,006	900	12%	1,023	893	15%
영업이익	103	83	24%	91	92	-1%	101	101	0%
영업이익률	9.5%	8.5%	+0.9%p	9.0%	10.2%	-1.2%p	9.9%	11.3%	-1.4%p

* '22.1H 연결 실적: 전기 중 중단사업(젤라토폴, BRX.피트니스) 발생에 따라 비교표시 목적으로 재작성

* XEXYMIX 실적: 일본법인 실적 포함 글로벌 기준 (연결조정 반영)

BrandX Corporation 2분기 연결 경영 실적 요약

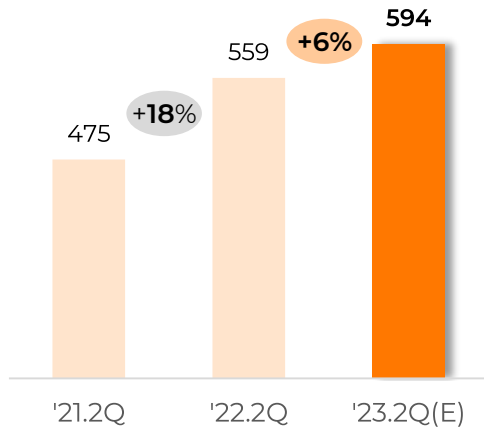
• '23.2Q 연결 매출 594억으로 역대 2분기 최대 매출 경신

• '23.2Q 영업이익 67억으로 역대 최대 영업이익 경신, OPM 11.4%로 Double Digit 달성

- 경기 침체 영향 및 대규모 TV CF 집행에도 역대 최대 성과 달성하며 경영관리 능력과 종합마케팅 역량 증명

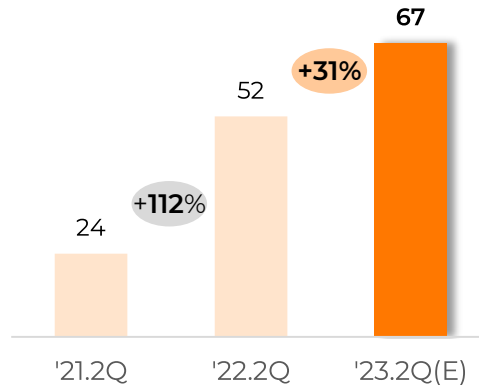
2Q 연결 매출

단위: 억 원



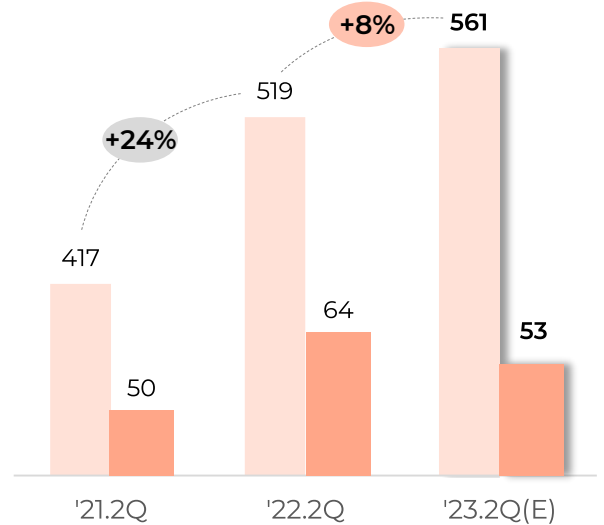
2Q 연결 영업이익

단위: 억 원



XEXYMIX 실적

단위: 억 원



구분 (단위: 억 원)	연결			별도			XEXYMIX*		
	'23.2Q(E)	'22.2Q*	YoY	'23.2Q(E)	'22.2Q	YoY	'23.2Q(E)	'22.2Q	YoY
매출	594	559	6%	553	522	6%	561	519	8%
영업이익	67	52	31%	49	59	-16%	53	64	-17%
영업이익률	11.4%	9.2%	+2.1%p	8.9%	11.2%	-2.3%p	9.4%	12.2%	-2.8%p

* '22.2Q 연결 실적: 전기 중 중단사업(젤라도랩, BRX.피트니스) 발생에 따라 비교표시 목적으로 재작성

* XEXYMIX 실적: 일본법인 실적 포함 글로벌 기준 (연결조정 반영)

XEXYMIX 2분기 주요 성과 _ 국민 애슬레저 브랜드로의 도약

• XEXYMIX '23.2Q 매출 561억, 영업이익 53억 (OPM 9.4%)

- 윤성빈 신규 모델 기용 및 TV CF 온에어 통해 브랜드 인지도 강화
- 브랜드 타겟 고객군 확장 전략 통한 신규 고객 지속 유입

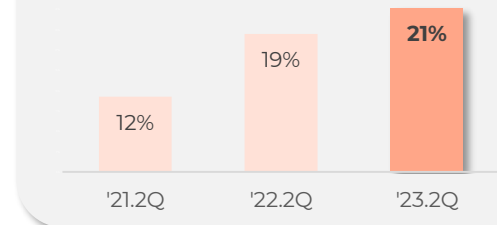
TV CF On-Air



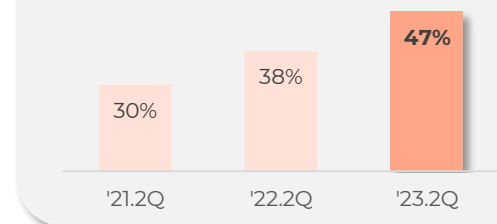
- 확장된 브랜드 아이덴티티 기반으로 적합한 모델 선정하여 다양한 제품 라인업 및 해외 진출을 알리는 대대적 광고 진행
- TV CF 이후 남성 가입자 비중 월 최대 23%까지 증가 (6월)

브랜드 고객군 다변화

남성 신규가입자비중*



4050 신규가입자비중*



- 자사몰 누적 가입자 수 330만 명 돌파
- 윤성빈 모델 기용 및 골프/키즈 라인 안착 통해 4050 및 남성 신규 가입 비중 대폭 증가

* XEXYMIX 실적 : 일본법인 실적 포함 글로벌 기준 (연결조정 반영)

* 자사몰 Source: 켄시믹스 자사몰(PC/Mobile) 내부 Data

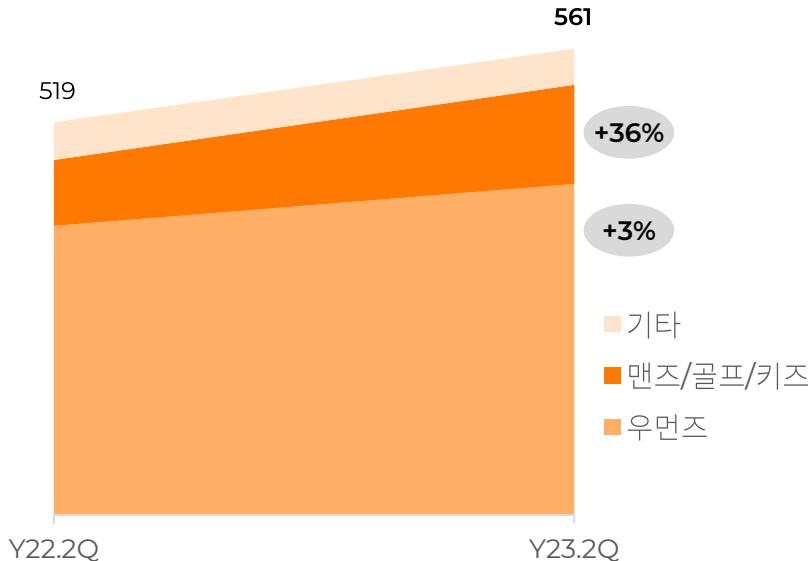
XEXYMIX 2분기 주요 성과 _ 신규 카테고리의 성장

• XEXYMIX '23.2Q 매출 561억, 영업이익 53억 (OPM 9.4%)

- 기존 우먼즈 매출 중심 → 신규 확장한 카테고리의 성장세 시작되며 브랜드 성장 견인
- 골프, 스웜웨어 등 2분기 주력 라인 매출 대폭 성장

라인업 확장 효과 가시화

- 우먼즈 라인 안정적인 매출 및 성장세 유지, 전년 신규 출시 카테고리 본격적인 매출 견인을 시작



카테고리별 주요 성과



XEXYMIX 골프
매출 전년 대비 169% 성장
 → 고객 적중도 높은 S/S 컬렉션으로 완판 이어가며 성공적 판매



XEXYMIX 스웜웨어
매출 전년 대비 56% 성장
 → 여름 성수기 전 사전 출시 및 스타일 수 확장 통한 시장 선점

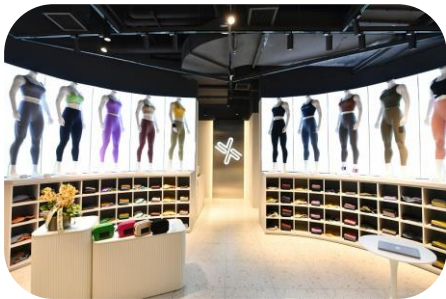
XEXYMIX 2분기 주요 성과 _ 해외 진출 본격화

• 시장 잠재 기회 높은 국가 중심으로 해외사업 적극 확대

- 중국: 플래그십 스토어 기반으로 중국 내 영업 본격화, 중국 공급 확대 위한 현지생산 준비
- 대만: 수출 매출 지속 성장, 현지 브랜드 경쟁력 강화 위한 자회사 편입 준비 → '23.3Q 목표

중국: 플래그십 스토어 오픈

- 2Q 중국 수출 실적 전년 대비 200% 성장
- 4월 중국 상해 플래그십 스토어 성공적 오픈
- 온/오프라인 판매 채널 확대 및 홍보 강화하며 현지 영업 본격화
 - 틱톡, 샤오홍슈 등 주요 채널 라이브커머스 진행 중
 - 3Q 팝업스토어 진행 계획, 신규 매장 추가 오픈 고려
- 중국 내 원활한 물량 공급 위한 현지생산 준비 단계



상해 글로벌 하버 매장 오픈



왕홍 라이브 커머스 진행

대만: 자회사 편입 준비

- 젝시믹스 수출 국가 중 매출 1위 (일본 법인 제외)
- 주요 도시 내 팝업 스토어 및 요가클래스 진행하며 고객 접점 확대 및 브랜드 인지도 제고
 - 타이베이/타이중 등 대도시 백화점 중심 매장 오픈
- WNBF, 가민런 등 글로벌 대회 공식 협찬사 참여
- 현지 적극 영업 위한 대만 법인 설립 (자회사 편입) 준비



대만 가민런 공식 협찬



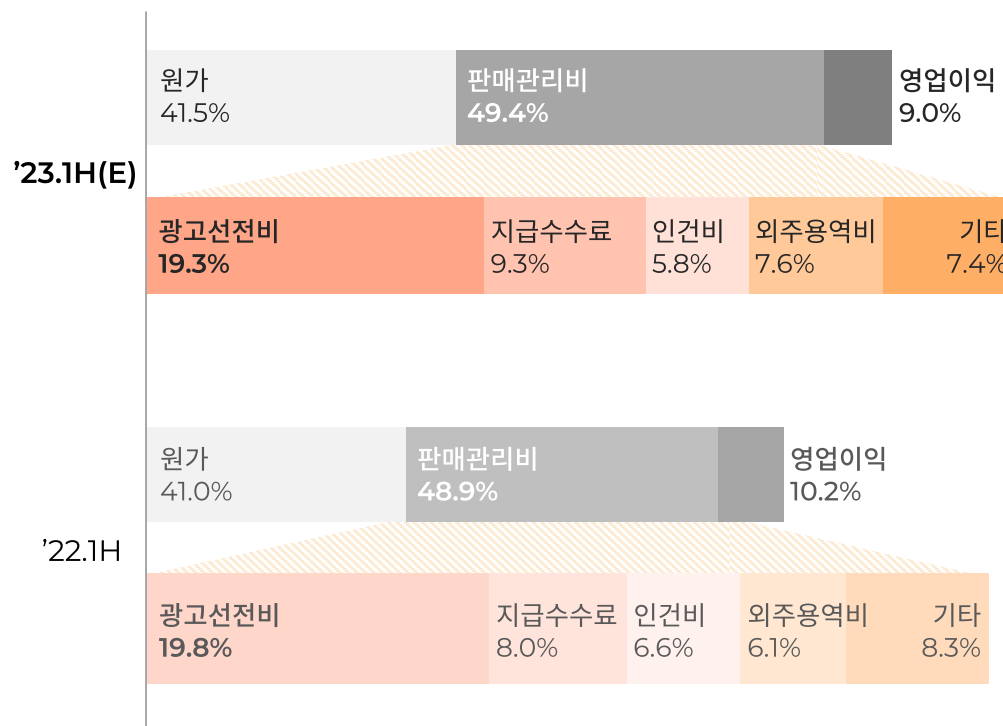
타이베이 브리즈 난산 팝업

BRX 별도 상반기 비용 및 손익 분석

- '23년 상반기 TV CF 송출에도 효율적 광고비 관리를 통해 전년 대비 광고선전비율 -0.5%p 감소
- 전년 동기 대비 매장 추가 출점하며 오프라인 매출 28% 성장함에 따라 지급수수료 및 외주용역비 일부 증가
- 고단가 카테고리(골프/키즈)의 본격적인 외형 성장에 따라 원가율 소폭 증가 (+0.6%p)

매출구성및비용계정별비중

단위: %



구분 (단위: 억원)	'23.1H(E)	'22.1H	YoY
판매관리비	497	440	13%
% of sales	49.4%	48.9%	+0.6%p
광고선전비	194	178	9%
% of sales	19.3%	19.8%	-0.5%p
지급수수료	93	72	29%
인건비	59	59	-2%
외주용역비	77	55	39%
기타	75	74	0%
영업이익	91	92	-1%
% of sales	9.0%	10.2%	-1.2%p

* 별도 실적 및 내부 관리회계 기준 (일본법인 실적 미포함)

BRX 별도 2분기 B/S 분석

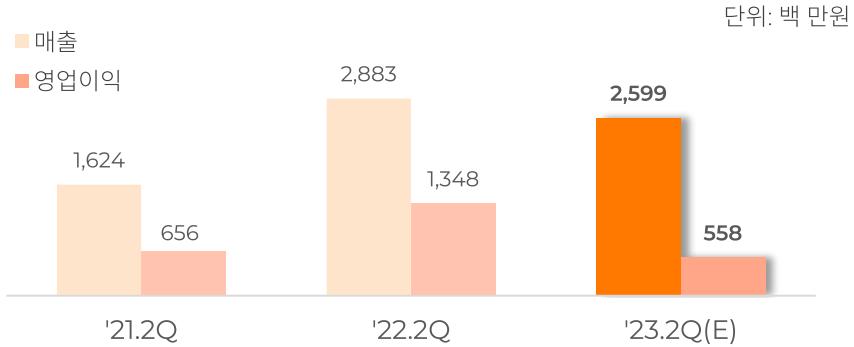
- 전기말 대비 재고자산 87억 감소하며, 재고자산 비중 49%에서 38%로 11%p 감소
- 현금및현금성자산과 단기금융상품 85억에서 263억으로 +178억 증가하며 현금 유동성 확보

구분 (단위: 백 만)	'23.2Q(E)	'22.4Q	증감
자산	110,587	103,465	7,122
유동자산	82,280	73,420	8,859
- 현금및현금성자산/단기금융상품*	26,296	8,539	17,758
- 재고자산	42,026	50,708	(8,682)
비유동자산	28,307	30,045	(1,737)
부채	28,180	27,152	1,027
유동부채	26,917	26,318	599
비유동부채	1,262	834	428
자본	82,407	76,313	6,095

* 7월 특정일 기준 300억 이상으로 지속 상승 추세

BRX 자회사 2분기 주요 실적

이루다마케팅

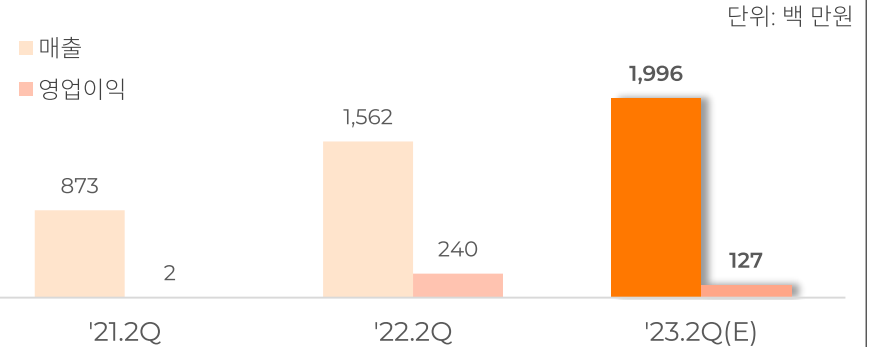


- '23.2Q 매출 26억, 영업이익 5.6억, OPM 21.5%
 - 경기 침체로 인한 주요 고객사 예산 축소로 매출 소폭 감소
 - 사업 다각화 준비에 따른 판관비 일부 증가
- CRM 마케팅 역량 강화 통한 하반기 정식 서비스 런칭 계획
- 콘텐츠 큐레이션 플랫폼 “애드유어” 수익화 준비

* 애드유어 : 3월 런칭 후 단기간 내 구독자, 클라이언트 대거 유입



BRX. Japan



- '23.2Q 매출 20억, YoY +28% 성장
 - 온/오프라인 동시 공략으로 일본 내 M/S 확대하며 매출 규모 지속 성장 중
 - 도쿄 치요다, 시부야 등 주요 지역 내 팝업 스토어 확장
- 영업이익 1.3억(OPM 6.3%) 실현
 - 일본 내 적극 확장 위한 일시적 브랜드 마케팅 비용 집행



23.04.12~04.23
도쿄 유락초 마루이 백화점



23.04.28~
시부야 미야시타파크

Appendix. 주주 친화 정책 및 배당 현황

•매년 배당, 자사주 취득 등 주주친화 정책을 통해 주주가치 제고

- 1) 배당성향 : 별도 당기순이익 대비 3개년 평균 32.7%
- 2) 대표이사 장내매수 : 20년 8월 상장 이후 총 15회에 걸쳐 약 20억원 규모의 장내매수 실시
- 3) 자사주 취득 : 매년 1회 신탁 계약을 통해 총 70억원 규모의 자사주 취득
- 4) 자사주 소각 : 22년 11월 약 34억원 규모의 자사주 소각
- 5) 무상증자 : 21년 9월 무상증자(1:0.5주) 실시

구분		2020년	2021년	2022년	2023년
배당	배당금 총액	2,070백만 원	2,933백만 원	3,511백만 원	1,171백만 원
	배당성향*	37.7%	27.3%	45.6%	25.2%
	시가배당률	1.0%	1.1%	2.4%	0.7%
대표이사 장내매수		1.2억 원(1회)	15.9억 원(11회)	3.3억 원(3회)	-
자사주 취득		30억 원	25억 원	15억 원	-
그 외		-	무상증자 (1:0.5)	자사주 소각 (34억 원)	-

* 별도 손익 기준 배당성향

Appendix. 연결 재무제표 요약

B/S* (연결)

(단위: 백만 원)

	FY21	FY22	2Q23(E)
자산	110,650	114,223	121,542
유동자산	68,539	80,787	89,951
비유동자산	42,111	33,436	31,591
부채	42,401	32,892	33,920
유동부채	34,399	30,919	31,242
비유동부채	8,002	1,973	2,678
자본	68,249	81,331	87,621
지배지분	68,053	78,288	84,226
자본금	14,786	14,786	14,786
자본잉여금	33,975	35,419	35,868
자본조정	(2,990)	2,593	1,491
기타포괄손익누계액	(62)	(4)	(56)
이익잉여금	22,343	25,494	32,137
비지배지분	196	3,043	3,395

I/S* (연결)

(단위: 백만 원)

	FY21	FY22	2Q23(E)
매출액	165,935	212,740	108,719
매출원가	66,134	84,810	43,038
매출총이익	99,801	127,930	65,681
판관비	85,990	110,038	55,395
영업이익	13,811	17,892	10,286
영업외수익	544	783	409
영업외비용	1,870	1,704	1,077
법인세차감전 계속영업순이익	12,484	16,971	9,618
계속영업이익법인세	(298)	4,140	1,079
계속영업순이익	12,783	12,831	8,539
중단영업이익	(5,021)	(2,702)	-
당기순이익	7,762	10,129	8,539

* '21, '22 재무수치: 전기 중 중단사업(젤라도랩, BRX.피트니스) 발생에 따라 비교표시 목적으로 재작성
* 외부감사인의 회계검토 전

Appendix. 별도 재무제표 요약

B/S* (별도)

(단위: 백만 원)

	FY21	FY22	2Q23(E)
자산	87,882	103,465	110,587
유동자산	56,236	73,420	82,280
비유동자산	31,646	30,045	28,307
부채	17,914	27,152	28,180
유동부채	15,947	26,318	26,917
비유동부채	1,967	834	1,262
자본	69,968	76,313	82,407
자본금	14,786	14,786	14,786
자본잉여금	33,975	33,998	34,446
자본조정	(2,930)	2,569	1,597
이익잉여금	24,137	24,960	31,578

I/S* (별도)

(단위: 백만 원)

	FY21	FY22	2Q23(E)
매출액	147,770	195,308	100,611
매출원가	62,209	81,874	41,783
매출총이익	85,562	113,434	58,828
판관비	73,345	95,873	49,745
영업이익	12,217	17,561	9,083
영업외수익	432	2,647	323
영업외비용	2,117	8,807	763
법인세차감전 계속영업순이익	10,531	11,401	8,643
계속영업이익법인세	(412)	3,704	854
계속영업순이익	10,943	7,698	7,789
중단영업이익	(185)	-	-
당기순이익	10,757	7,698	7,789

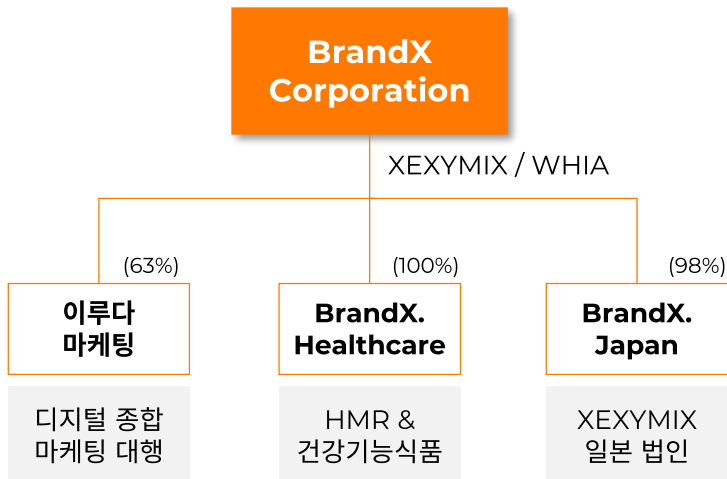
Appendix. 회사 개요

Company Profile

- 설립 일 2017.08.23
- 상장 일 2020.08.13
- 대표이사 강민준, 이수연 각자대표
- 주주구성 강민준 41.9%, 이수연 2.6%, 한국투자파트너스(주) 10.3%

BrandX Corporation 지배구조

- 보통주 기준 지분율



BrandX. History

- 2012** 브랜드엑스그룹(온라인 마케팅), 쓰리케어* (1세대 다이어트 쇼핑몰) 런칭
- 2015 잭시믹스 브랜드 런칭
- 2017** (現) 브랜드엑스코퍼레이션 설립
- 2018 벤처기업 인증
기업부설 'R&D 연구소' 설립
- 2019 이루다마케팅*, 쓰리케어코리아* (5월) 자회사 편입
BRAND X. Japan* (12월) 설립
- 2020. 08** KOSDAQ 시장 상장
- 2021. 06 잭시믹스 온라인 상품 판매 누적 1,000만 개 달성
12 중소벤처기업부 2021 벤처천역기업 선정
- 2022. 07 잭시믹스 홈페이지 누적 방문자 수 3억명 달성
ESG 인증 취득 : ISO14001(경영), ISO45001(안전보건)
- 09 2022 올해의 브랜드 대상 - 韓·中 애슬레저룩 부문 1위
- 10 잭시믹스 오프라인 매장 50호점 출점
- 12 이루다마케팅 35억 원 외부 투자 유치
(주)글루가 지분 투자 (총 2.6% 취득)

* 당사의 자회사로 각 별도의 사업 영위 (쓰리케어코리아: 現. 브랜드엑스헬스케어)

End Of Documents