CJ O SHOPPING

IR MATERIAL

Your Trendy Lifestyle Shopper with Value

2Q16Y Earnings release

CONTENTS

Ⅰ. 국내 실적 현황 ---------- 3

Ⅱ. 해외 실적 현황 ---------- 5

Ⅲ. APPENDIX ---------- 6

CJ O SHOPPING

Ⅰ. 국내 실적

✓ **고객 lifestyle에 부합한 상품력 강화로 TV상품 취급고 증가**

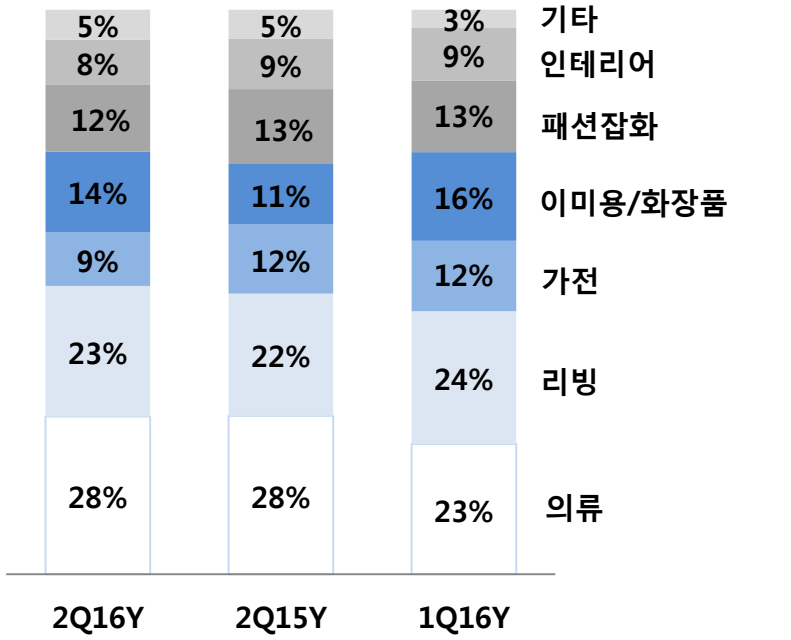
✓ **CJmall의 무의미한 외형 경쟁 자제 및 TV상품 중심의 실질적 차별성 확보**

; 저마진 인터넷 상품 취급고 YoY -359억 감소

표1. 채널별 취급고 (억원)

	2Q16Y	2Q15Y	1Q16Y	YoY	QoQ
취급고	7,596	7,850	7,375	-3.2%	3.0%
TV상품	5,591	5,424	5,357	3.1%	4.4%
非TV상품	2,005	2,426	2,018	-17.3%	-0.6%
- TV (TM)	4,131	4,314	3,918	-4.2%	5.5%
- e-Commerce	3,154	3,200	3,137	-1.4%	0.5%
(Mobile)	*2,040*	*1,926*	*1,987*	*5.9%*	*2.6%*
- Catalogue	145	160	129	-9.4%	11.8%
- Others	166	176	191	-5.4%	-12.7%

그림1. 상품 포트폴리오(유형상품)



Ⅰ. 국내 실적

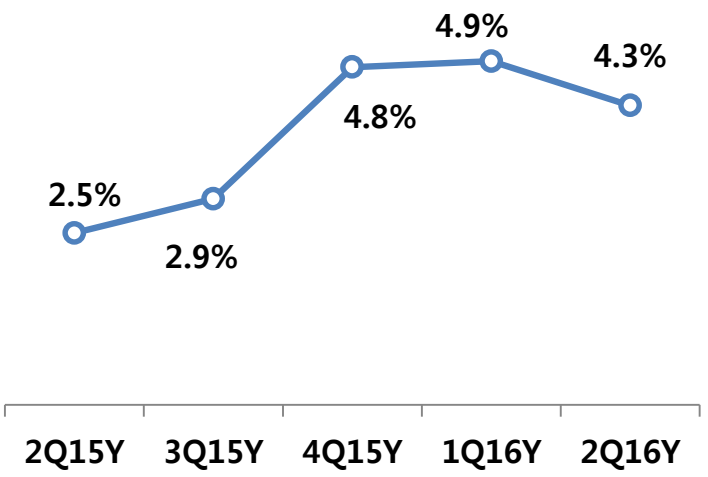
✓ **포트폴리오 정비로 상품마진 개선 및 효율적 비용 집행으로 영업이익 큰 폭 증가**

; 2Q15Y 일회성손실(백수오 -41억) 제외하고도, 영업이익 YoY+39% 증가
; TV상품 GPM +0.1%p 개선, 인터넷 상품 GPM +1.2%p 개선
; 모바일 마케팅비용 YoY -61억 감소(앱다운로드 41억, 모바일단독 판촉행사 20억)

표2. 1분기 손익 (억원)

	2Q16Y	2Q15Y	1Q16Y	YoY	QoQ
매출액	2,709	2,862	2,642	-5.3%	2.5%
매출총이익	2,380	2,464	2,350	-3.4%	1.3%
판매관리비	2,055	2,271	1,988	-9.5%	3.4%
영업이익	325	193	362	68.5%	-10.3%
영업외손익	-29	-26	35	-	-
세전이익	296	166	397	77.9%	-25.4%
당기순이익	203	132	300	54.7%	-32.1%

그림2. 영업이익률(취급고比)



CJ O SHOPPING

II. 해외 실적

✓ **중국, 동남아 실적 개선 불구 인도 적자 확대, 신규 사이트 추가로 지분법손익 적자 전환**

; 동방CJ, 상해外 저수익 지역 구조조정으로 영업이익률 상승
; 인도, 시장지배력 확대를 위한 고정비(송출료, 인건비) 및 광고비 증가로 적자 확대
; 신규사이트(멕시코, 말레이시아) 추가로 지분법 손실 -19억 추가 발생

표3. 해외 계열사 실적 현황 (억원)

계열사	지역	지분율 (%)	순이익		지분법손익	
			2Q16Y	2Q15Y	2Q16Y	2Q15Y
Dong Fang CJ	중국(상해)	15.84	381	296	60	47
Tian Tian CJ	중국(텐진)	44.0	3	7	2	3
Nam Fang CJ	중국(광저우)	23.0	(6)	(5)	(1)	(1)
SHOP CJ	인도	50.0	(81)	(66)	(37)	(33)
CJ Prime Shopping	일본	90.73	(2)	(1)	연결자회사	
SCJ TV	베트남	50.0	4	1	2	0
CJ Mediasa Shopping	터키	50.0	(12)	(11)	(6)	0
CJ Mediasa TV		50.0	(1)	(1)	(1)	(0)
GMM CJ	태국	49.0	(3)	(4)	(1)	(2)
ACJ	필리핀	50.0	2	2	1	1
Televisa CJ Grand	멕시코	50.0	(18)	0	(9)	0
MEDIA PRIMA CJ	말레이시아	50.0	(21)	0	(10)	0
CJ IMC (합계)	중국, 태국, 멕시코 등	100.0 / 99.0	(16)	(9)	연결자회사	
Oshishang	중국	55.56	(2)	0	연결자회사	
합 계			229	210	(0)	15

CJ O SHOPPING

Ⅲ. APPENDIX1_단독판매상품(ONLYONE)

✓ 2분기 Hit Brands

1.

베라왕(Vera Wang)

- 심플하지만 우아하고 정교한 디테일을 구현하여 절제의 미학을 보여주는 Vera Wang Brand
- 히트상품: 베라왕Cool & Light Collection 란제리 5세트, 베라왕홈 White edition 순면 워싱 스프레드

2.

풋사과다이어트(Green apple diet)

- 식물성 자연원료 다이어트 신소재인 폴리페놀을 활용한 다이어트 신상품
- 히트상품: 독하게하자 풋사과 다이어트 시크릿 12주

3.

라이크라 에스뷰티(Lycra S beauty)

- 글로벌 소재기업인 '인비스타'에서 처음 선보인 신소재 '라이크라뷰티'를 독점적으로 사용하여 여성의 몸매에 대한 과학적인 이해를 바탕으로 탄생한 기능성 언더웨어 브랜드
- 히트상품: Coolmax X Nude&Nude 7세트

4.

스누피(SNOOPY)

- 미국 피너츠사와 라이센스 계약 체결하여 미국 오리지널 아트워크를 적용한 독점 패션 라이센스 브랜드
- 히트상품: 스누피 스프링 스웨터 4종 세트

Ⅳ. APPENDIX2_ 주식현황

✓ 주식 개요 및 주주 현황

구 분	내 용
발행주식수(보통주)	6,215,518
시가총액(억원)	11,859
배당금(원)	2,500
배당수익률	1.3%
배당성향	17.8%
신용등급	AA-

➢ Source: 사업보고서(2015)

주 주 명	지분율
CJ(주)	40.0%
이재현	0.3%
(주)CJ 오쇼핑	3.0%
국민연금공단	13.3%
알리안츠	9.4%
외국인	22.0%

➢ 2Q16Y 기준

CJ O SHOPPING

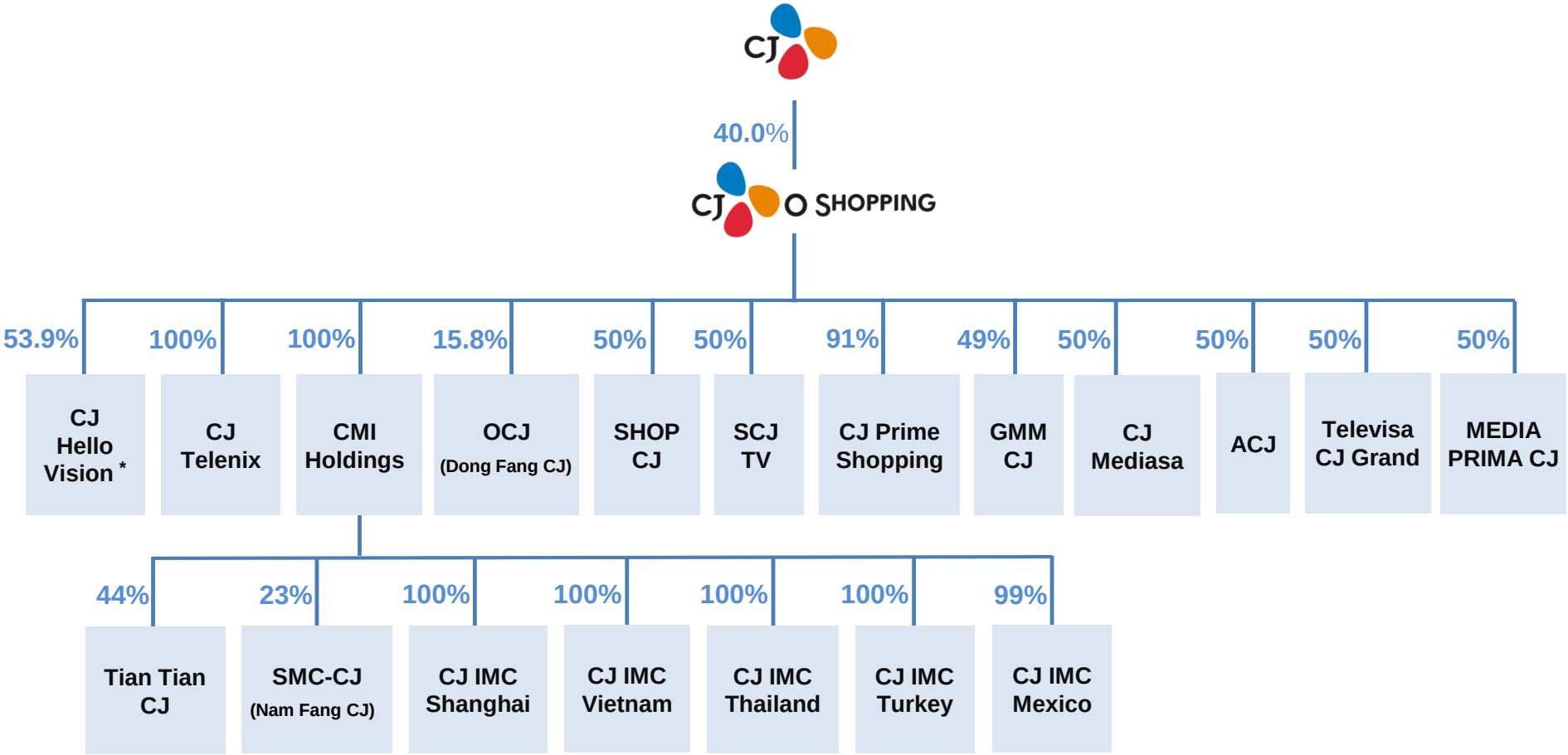
Ⅳ. APPENDIX3_자산현황

✓ 현금성 자산

	Number of Shares	Price	Value
	(주)	(원)	(억원)
자사주	186,320	175,400	327
삼성생명	1,000,000	100,500	1,005
KT스카이라이프	120,000	16,200	19
현대HCN	82,500	3,730	3
기타 *	-	-	64
합 산			1,618

➢ 2Q16Y기준
* 공정가치 또는 순자산가치 기준

Ⅳ. APPENDIX4_지분도(주요 계열사 기준)



➢ 2Q16Y 기준

CJ O SHOPPING