



# CONTENTS

---

I. 국내 실적 현황	-----	3
II. 해외 실적 현황	-----	5
III. APPENDIX	-----	6

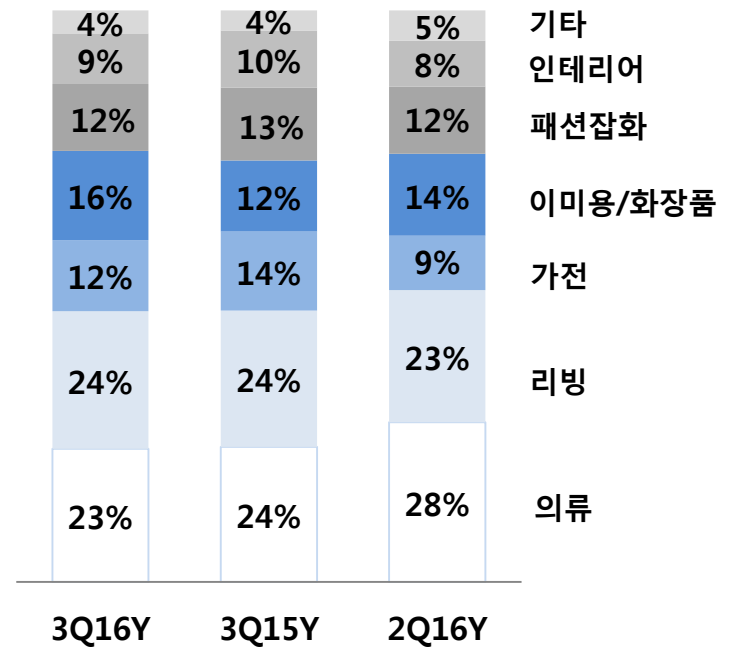
# I. 국내 실적

- ✓ 고객 lifestyle에 부합한 상품 경쟁력 강화로 TV상품 취급고 증가세 지속  
; 소비 트렌드에 맞춰 의류비중을 낮추고 이미용/화장품, 건식 확대 편성
- ✓ CJmall, 추석 상품 선판매 성공적 진행으로 8월부터 본격적 성장 국면 진입

표1. 채널별 취급고 (억원)

	3Q16Y	3Q15Y	2Q16Y	YoY	QoQ
취급고	7,728	7,169	7,596	7.8%	1.7%
TV상품	5,609	5,098	5,591	10.0%	0.3%
非TV상품	2,119	2,071	2,005	2.3%	5.7%
- TV (전화주문)	4,192	4,002	4,131	4.8%	1.5%
- e-Commerce	3,222	2,822	3,154	14.1%	2.1%
(Mobile)	2,035	1,748	2,040	16.4%	-0.2%
- Catalogue	125	135	145	-6.9%	-13.3%
- Others	189	210	166	-10.0%	13.5%

그림1. 상품 포트폴리오(유형상품)



# I. 국내 실적

✓ 포트폴리오 정비로 상품마진 개선 및 효율적 비용 집행으로 영업이익 증가 지속

; 포트폴리오 정비로 제품원가 -65억 감소, 모바일 앱다운로드 마케팅비용 -20억 감소

✓ 일회성 손실 발생으로 세전이익 감소

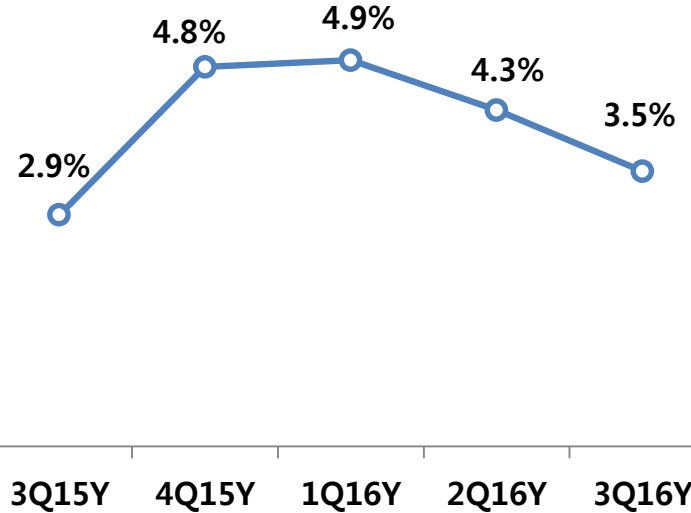
; 지분법적용투자주식 손상차손 183억(터키MCJ116억, 남방CJ 50억, 기타 17억), 외환관련손실 19억

표2. 3분기 손익

(억원)

	3Q16Y	3Q15Y	2Q16Y	YoY	QoQ
매출액	2,579	2,591	2,709	-0.4%	-4.8%
매출총이익	2,323	2,269	2,380	2.3%	-2.4%
판매관리비	2,052	2,058	2,055	-0.3%	-0.2%
영업이익	270	211	325	28.1%	-16.7%
영업외손익	-213	-6	-29	-	-
세전이익	57	204	296	-72.1%	-80.7%
당기순이익	69	142	203	-51.8%	-66.3%

그림2. 영업이익률(취급고비)



## II. 해외 실적

✓ 중장기 전략 下 효율적인 전략적 자원배분 및 실적 가시성 위해 글로벌 구조개편 진행 중

; 동방CJ, 상해外 저수익 지역 구조조정으로 영업이익률 지속 상승 중

; 남방CJ, CJ Mediasa, 터키IMC는 효율적인 구조개편을 위해 비용 先반영

표3. 해외 계열사 실적 현황


(억원)

계열사	지역	지분율 (%)	순이익		지분법손익	
			3Q16Y	3Q15Y	3Q16Y	3Q15Y
Dong Fang CJ	중국(상해)	15.84	183	104	29	16
Tian Tian CJ	중국(톈진)	44.0	(0)	0	(0)	0
Nam Fang CJ	중국(광저우)	23.0	(194)	(1)	(14)	(0)
SHOP CJ	인도	50.0	(58)	(38)	(29)	(19)
CJ Prime Shopping	일본	90.73	(4)	(3)	연결자회사	
SCJ TV	베트남	50.0	4	2	2	1
CJ Mediasa Shopping	터키	50.0	(13)	(12)	0	(6)
CJ Mediasa TV		50.0	(13)	(1)	(6)	(0)
GMM CJ	태국	49.0	(2)	(1)	(1)	(1)
ACJ	필리핀	50.0	1	1	1	1
Televisa CJ Grand	멕시코	50.0	(19)	(36)	(9)	(18)
MEDIA PRIMA CJ	말레이시아	49.0	(9)	-	(4)	0
CJ IMC (합계)	중국, 태국, 멕시코 등	100.0 / 99.0	(14)	(2)	연결자회사	
Oshishang	중국	55.56	0	(1)	연결자회사	
합 계			(136)	14	(32)	(25)


\* NamFangCJ, CJ Mediasa Shopping은 자본잠식으로 지분법손익 적용 중단

# III. APPENDIX1\_단독판매상품(ONLYONE)


## ✓ 3분기 Hit Brands

- 


**베라왕(Vera Wang)**

  - 심플하지만 우아하고 정교한 디테일을 구현하여 절제의 미학을 보여주는 Vera Wang Brand
  - 히트상품: 베라왕홈 White edition 순면 워싱 스프레드, 베라왕 SOHO 이태리 램스킨 재킷
- 

**풋사과다이어트(Green apple diet)**

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

**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: 라이크라에스뷰티 메이크업 셰이핑 7세트
- 

**에이티지(A+G)**

  - 스타일리스트 한혜연이 시즌 it아이템을 소개하고, 쉽게 스타일링 하는 법을 알려주는 패션바이블 브랜드
  - 히트상품: 옛지 FALL16 주얼 야상 트렌치

## 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	10.7%
알리안츠	8.1%
외국인	23.5%

➤ 3Q16Y 기준

## IV. APPENDIX3\_자산현황

### ✓ 현금성 자산

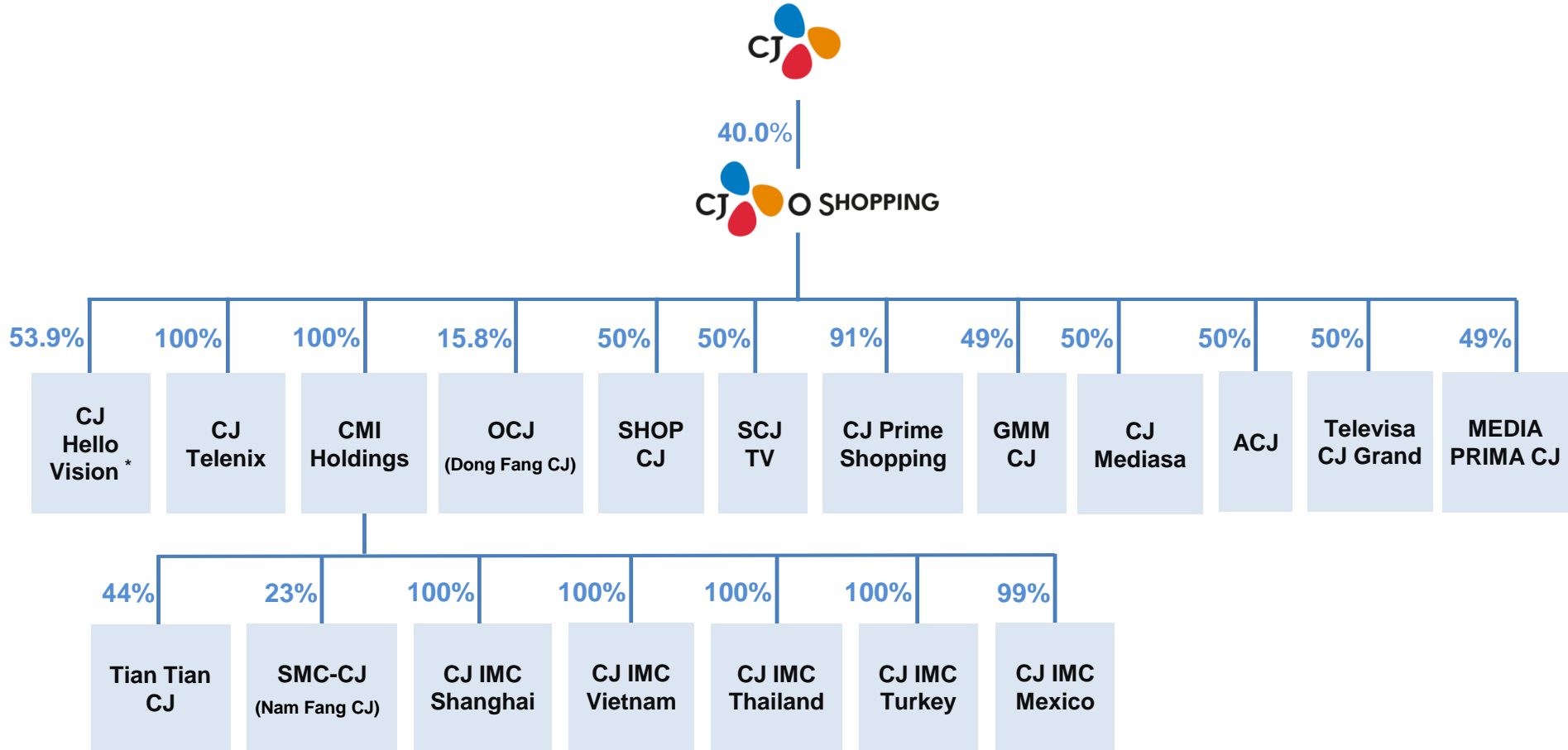
	Number of Shares	Price	Value
	(주)	(원)	(억원)
자사주	186,320	161,000	300
삼성생명	1,000,000	105,500	1,055
KT스카이라이프	120,000	16,000	19
현대HCN	82,500	3,595	3
기타 *	-	-	76
<b>합 산</b>			<b>1,453</b>

➢ 3Q16Y기준

\* 공정가치 또는 순자산가치 기준



# IV. APPENDIX4\_지분도(주요 계열사 기준)



➢ 3Q16Y 기준