



실리콘투 (257720)

수요를 만드는 공급자

▶ Analyst 한유정 yujung.han@hanwha.com 02-3772-7693

Buy (신규)

목표주가(신규): 55,000원

현재 주가(7/15)	36,500원
상승여력	▲50.7%
시가총액	23,935억원
발행주식수	65,576천주
52 주 최고가 / 최저가	56,100 / 30,400원
90 일 일평균 거래대금	274.85억원
외국인 지분율	6.5%

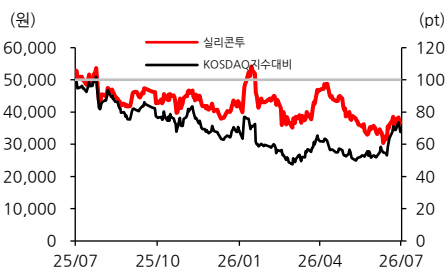
주주 구성	
김성운 (외 14 인)	43.4%
유한회사실크투자목적회사 (외)	6.7%
자사주	0.2%

주가수익률(%)	1개월	3개월	6개월	12개월
절대수익률	2.0	-22.0	-15.1	-34.9
상대수익률(KOSDAQ)	21.7	6.0	-2.3	-37.0

(단위: 십억 원, 원, %, 배)

재무정보	2024	2025	2026E	2027E
매출액	692	1,116	1,566	1,997
영업이익	138	205	281	360
EBITDA	143	214	292	370
지배주주순이익	121	169	236	293
EPS	1,983	2,734	3,680	4,476
순차입금	68	60	-218	-362
PER	18.4	13.4	9.9	8.2
PBR	8.5	5.2	3.0	2.3
EV/EBITDA	17.2	11.5	7.5	5.5
배당수익률	n/a	0.8	1.1	1.4
ROE	60.9	46.9	37.8	31.7

주가 추이



K-Beauty 시장이 확대되면서 더 많은 브랜드와 제품에 해외 성장 기회가 열리고 있습니다. 이에 성과는 여러 SKU로 분산되고, 주력 브랜드의 교체도 빨라지고 있습니다. 실리콘투는 특정 브랜드의 흥행이 아니라 과편화된 시장을 연결하는 물류망과 운전자본에 경쟁 우위가 있기 때문에 이러한 시장 변화는 기회입니다.

파편화될수록 커지는 통합 유통사의 가치

K-Beauty 수요 확대와 국내 제조 공급망의 발달로 새로운 브랜드와 SKU가 지속적으로 등장하고 있다. 시장 성과가 다수 브랜드로 분산될수록 특정 브랜드의 흥행보다 포트폴리오의 폭이 중요해진다. 실리콘투는 약 600개 브랜드와 1만 7,000개 SKU를 취급하며 브랜드 교체를 포트폴리오 안에서 흡수한다. 브랜드사로부터 상품을 직접 매입해 현지에서 재고를 배치하고 약 7,000개 해외 거래선에 통합 공급한다. 해외 물류 거점, 이를 채울 수 있는 운전자본과 주문 데이터, 월 60~100개의 컨테이너 운송량이 후발업체와의 격차를 형성한다.

유럽에서 확인한 사업모델, 남아 있는 지역 확장 여력

2026년 유럽 매출액은 7,041억원(+73.5% YoY)으로 전사 매출 증가분의 약 66%를 기여할 전망이다. 2026년 5월, 폴란드 물류센터를 약 6,000평으로 확장한 데 이어 영국 등 중간 거점을 연결하며 공급 지역을 넓히고 있다. 일본 진출은 추정치에 반영하지 않았으며, 중남미에서는 멕시코를 거점으로 브라질 법인 설립을 준비하고 있다. 해외 창고 대부분을 임차 방식으로 운영해 고정자산 부담은 크지 않다. 신규 지역 진출에는 선제적인 재고 배치가 필요하지만, 2026년 재고자산은 3,737억원(+24.5% YoY)으로 매출 증가율(+40.3%)을 하회할 전망이며, 평균 재고 기준 DIO도 100~120일로 유지될 것으로 추정한다. 매입 및 운송 물량 증가에 따른 협상력과 지역-SKU별 판매 데이터 축적이 신규 지역 확장에 수반되는 운전자본 부담을 완충할 전망이다.

투자의견 BUY, 목표주가 55,000원으로 커버리지 개시

2026년 연결 매출액은 1조 5,663억원(+40.3% YoY), 영업이익은 2,814억원(+37.0% YoY)으로 추정한다. 2026~2028년 매출액과 영업이익은 각각 연평균 24.1%, 25.3% 증가할 전망이다. 목표주가는 12개월 선행 EPS 4,105원에 Target PER 13.4배를 적용해 산출했다.

투자포인트

1. 성장하지만 파편화되는 K-Beauty 시장

낮아진 K-Beauty 구매 진입장벽

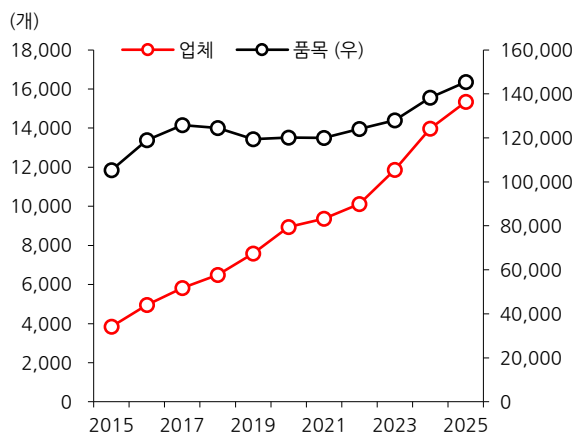
K-Pop, 드라마, 영화 등 한국 문화에 대한 관심과 전망이 높아지면서 한국이라는 원산지 자체가 소비자의 탐색비용을 낮추는 역할을 하고 있다. 과거에는 글로벌 시장에서 인지도를 확보한 소수의 브랜드와 대표 제품을 중심으로 K-Beauty 소비가 형성됐다. 최근에는 소비자가 새로운 한국 브랜드와 제품을 시도하는 데 느끼는 진입장벽이 낮아졌다.

글로벌 유통사도 기존 대형 브랜드만 취급하기보다 소비자 반응이 빠르게 나타나는 신규 브랜드와 SKU를 발굴하고 있다. 이에 따라 K-Beauty의 성장은 소수 브랜드의 해외 진출이 아니라 하나의 산업군이 확대되는 과정으로 전환되고 있다. 개별 브랜드의 흥행 기간은 짧아질 수 있지만 글로벌 소비자의 선택을 받는 한국 브랜드와 SKU의 수는 늘어날 것으로 기대한다.

우수한 제조 공급망이 늘리는 신규 브랜드 공급

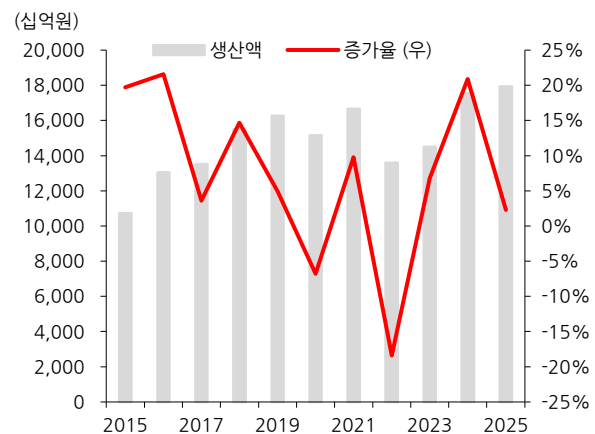
한국 화장품 산업은 ODM·OEM, 원료, 용기 및 부자재 업체로 구성된 안정적인 제조 공급망을 갖추고 있다. 브랜드사는 자체 생산설비 없이도 제품을 출시하고 소비자 반응에 따라 생산량을 확대할 수 있다. 제품 기획부터 생산까지 필요한 초기 투자와 시간이 줄어들면서 신규 브랜드의 시장 진입도 쉬워졌다. 투자자금 유입도 브랜드 공급을 늘리고 있다. 사모펀드와 벤처캐피탈, 전략적 투자자는 성장 가능성이 확인된 브랜드에 마케팅과 유통 확대를 위한 자금을 공급한다. 식약처가 발표한 2025년 화장품 생산실적 보고 업체는 1만 5,342개였으며, 생산 품목 수는 14.5만개에 달했다.

[그림1] 연도별 화장품 생산 실적 (1)



주: 업체 수는 생산실적을 보고한 책임판매업체 수
자료: 식약처, 한화투자증권 리서치센터

[그림2] 연도별 화장품 생산 실적 (2)



주: 업체 수는 생산실적을 보고한 책임판매업체 수
자료: 식약처, 한화투자증권 리서치센터

K-Beauty 시장에서는 주력 브랜드가 계속 교체되고 있다. 조선클러와 COSRX에 이어 메디큐브, 닥터엘시아와 바이오던스가 성장했고 셀리맥스와 동국제약의 화장품 브랜드가 뒤를 잇고 있다. 개별 브랜드의 성장 주기는 약 2~3년으로 짧을 수 있지만 새로운 브랜드가 기존 브랜드의 자리를 채우는 구조가 형성되고 있다.

시장 성장의 과실이 다수 브랜드로 분산될수록 개별 브랜드의 흥행 여부보다 포트폴리오의 폭이 중요해진다. 실리콘투는 약 600개 브랜드와 1만 7,000개 SKU를 취급한다. 특정 브랜드의 성장이 둔화되더라도 새롭게 성장하는 브랜드를 포트폴리오에 편입해 K-Beauty 시장 전체의 성장을 흡수할 수 있다.

실리콘투의 경쟁력은 차기 흥행 브랜드를 사전에 예측하는 데 있지 않다. 소비자 반응이 확인된 브랜드를 신속하게 매입해 기존 글로벌 유통망에 공급하는 능력에 있다. 브랜드 교체가 빨라지고 SKU가 늘어날수록 다수 브랜드를 취급하는 유통사의 사업 안정성이 높아질 전망이다.

[표 1] 생산액 1,000 억원 이상의 책임판매업체 생산실적

(단위: 억 원, %)

순위	책임판매업자	2024년		책임판매업자	2025년	
		생산금액	점유율		생산금액	점유율
	총계	175,426	100.0	총계	179,382	100.0
1	(주)엘지생활건강	48,794	27.8	(주)엘지생활건강	39,185	21.8
2	(주)아모레퍼시픽	29,092	16.6	(주)아모레퍼시픽	30,256	16.9
3	주식회사달바글로벌	3,328	1.9	애경산업(주)	2,966	1.7
4	애경산업(주)	3,292	1.9	주식회사에이피알	2,850	1.6
5	(주)아이패밀리에스씨	1,955	1.1	주식회사더파운더즈	2,285	1.3
6	(주)코스알엑스	1,903	1.1	씨제이올리브영(주)	2,052	1.1
7	(주)카보코리아	1,764	1.0	코스맥스(주)	1,966	1.1
8	애틀미(주)	1,742	1.0	주식회사크레이비코퍼레이션	1,939	1.1
9	씨제이올리브영(주)	1,714	1.0	주식회사구다이글로벌	1,841	1.0
10	(주)클리오	1,684	1.0	(주)클리오	1,728	1.0
11	주식회사더파운더즈	1,525	0.9	주식회사비나우	1,662	0.9
12	(주)브이티코스메틱	1,505	0.9	주식회사달바글로벌	1,661	0.9
13	(주)스킨천사	1,202	0.7	애틀미(주)	1,592	0.9
14	코스맥스(주)	1,187	0.7	(주)토리든	1,273	0.7
15	한국존슨앤드존슨판매(유)	1,185	0.7	(주)아이패밀리에스씨	1,272	0.7
16	주식회사티르티르	1,151	0.7	엘앤피코스메틱(주)	1,251	0.7
17	엘앤피코스메틱(주)	1,131	0.6	(주)카보코리아	1,155	0.6
18	주식회사구다이글로벌	1,092	0.6	한솔생명과학(주)	1,123	0.6
19	주식회사비나우	1,087	0.6	주식회사티르티르	1,088	0.6
20	(주)고운세상코스메틱	1,075	0.6	(주)코스알엑스	1,088	0.6
21	주식회사에이피알	1,026	0.6	(주)고운세상코스메틱	1,054	0.6

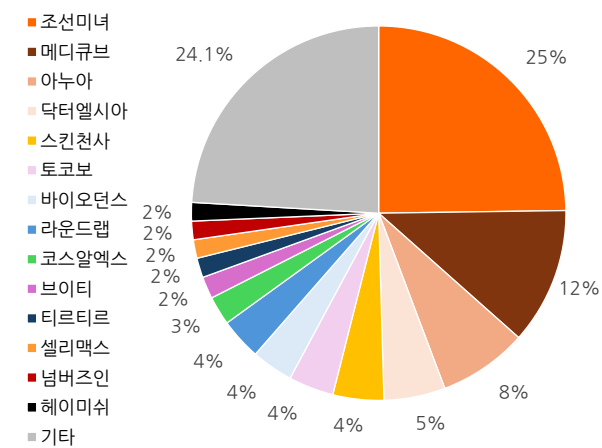
자료: 식약처, 한화투자증권

[그림3] 실리콘투의 연도별 브랜드 Top10 순위

No.	Change in ranking					Top 10 New Entry Brands
	2022	2023	2024	2025	1Q2026	
1	COSRX	BEAUTY JOSEON	BEAUTY JOSEON	BEAUTY JOSEON	medicube	medicube
2	SOME BY MI	COSRX	Anua	medicube	BEAUTY JOSEON	BEAUTY JOSEON
3	Pyunkang Yul	Pyunkang Yul	COSRX	Anua	Dr. Althea	Dr. Althea
4	BEAUTY JOSEON	heimish	R2UND LAB	Dr. Althea	Biodance	Biodance
5	heimish	SOME BY MI	TOCOBO	Biodance	Anua	Anua
6	B	Anua	TIRTIR	SKIN1004	celimax	celimax
7	ETUDE	rom&nd	SKIN1004	R2UND LAB	R2UND LAB	R2UND LAB
8	rom&nd	TOCOBO	Pyunkang Yul	TOCOBO	COSRX	COSRX
9	innisfree	R2UND LAB	heimish	COSRX	TOCOBO	TOCOBO
10	MIGUHARA	SKIN1004	numbuz:n	d'Alba	SKIN1004	SKIN1004

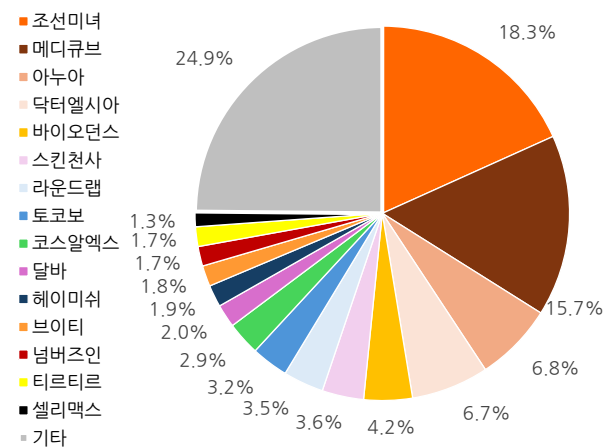
자료: 실리콘투, 한화투자증권 리서치센터

[그림4] 실리콘투의 2Q25 브랜드 매출 비중



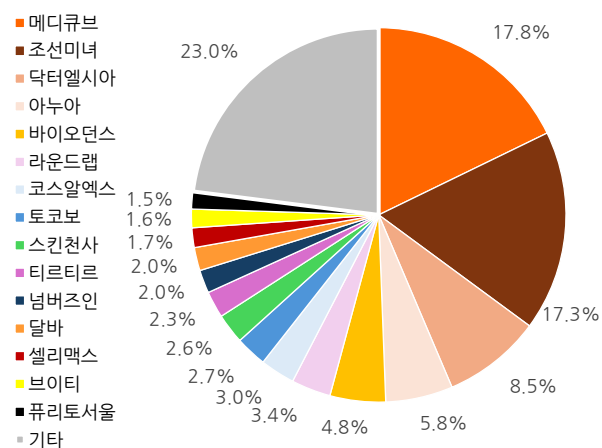
자료: 실리콘투, 한화투자증권 리서치센터

[그림5] 실리콘투의 3Q25 브랜드 매출 비중



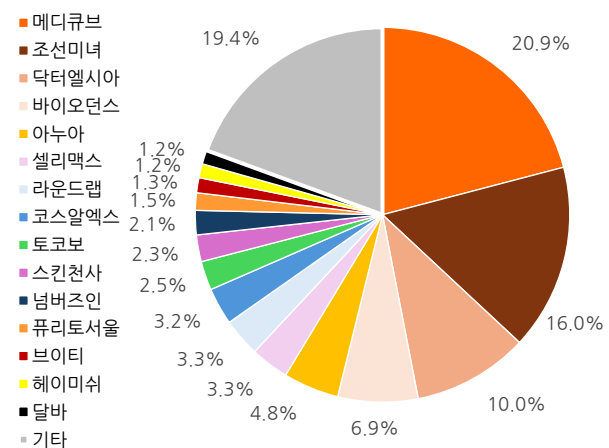
자료: 실리콘투, 한화투자증권 리서치센터

[그림6] 실리콘투의 4Q25 브랜드 매출 비중



자료: 실리콘투, 한화투자증권 리서치센터

[그림7] 실리콘투의 1Q26 브랜드 매출 비중



자료: 실리콘투, 한화투자증권 리서치센터

2. 브랜드사의 직진출 한계를 해결하는 글로벌 유통 인프라

현지 재고와
긴 현금 회수 기간이
형성하는 진입장벽

K-Beauty 수요가 증가하더라도 모든 브랜드가 직접 해외에 진출할 수 있는 것은 아니다. 여러 국가에 직접 진출하려면 국가별로 안전재고를 보유하고 물류와 거래선을 관리해야 한다. 유럽으로 상품을 해상 운송할 경우 2~3개월이 소요된다. 현지 재고가 부족하면 수요가 발생하더라도 판매로 연결하기 어렵다. 긴급 물량을 항공으로 운송하면 기간을 단축할 수 있지만 운임은 해상 운송의 약 7배에 달한다. 국가별로 재고를 선제적으로 배치하려면 매출이 발생하기 전부터 운전자본을 투입해야 한다.

대금회수 기간도 길다. 대형 유통사는 상품을 공급받은 후 수개월 뒤 대금을 지급하는 경우가 많다. 생산과 해상 운송기간까지 고려하면 브랜드사가 상품을 생산한 시점부터 현금을 회수하기까지 약 6개월이 걸릴 수 있다. 성장하는 브랜드일수록 매출보다 재고와 매출채권이 먼저 늘어날 수밖에 없다. 시장별 제품 등록과 통관 절차도 다르다. 미국 MoCRA와 같이 시장마다 요구되는 등록과 서류가 다르고 성분 및 표시사항도 확인해야 한다. 제품 등록에 대한 최종 책임은 브랜드사에 있지만, 진출 국가가 늘어날수록 개별 브랜드가 부담해야 하는 관리 비용도 증가한다.

브랜드사와 유통사의
필요를 연결

실리콘투는 브랜드사로부터 상품을 직접 매입해 재고 부담을 먼저 부담한다. 브랜드사는 해외 유통사의 결제일까지 기다리지 않고 실리콘투에 상품을 판매해 현금을 확보할 수 있다. 회수한 자금은 후속 생산과 마케팅에 다시 투입할 수 있다.

해외 유통사 입장에서조차 조달 과정이 단순해진다. K-Beauty 브랜드 수가 늘어날수록 유통사가 개별 브랜드를 발굴하고 계약조건, 통관 및 결제를 각각 관리하기 어렵다. 실리콘투를 이용하면 여러 브랜드와 SKU를 한 번에 주문하고 현지 창고에서 공급받을 수 있다. 안정적인 현지 재고는 유통사의 신규 입점과 반복 주문을 위한 전제다. 실리콘투는 브랜드사의 상품을 매입하는 동시에 해외 거래선의 신용위험과 매출채권도 관리한다. 브랜드사와 해외 유통사 사이에서 재고 보유기간과 대금회수 기간을 부담하는 것이 실리콘투의 역할이다.

[그림8] 실리콘투의 역할



자료: 실리콘투, 한화투자증권 리서치센터

실리콘투는 한국, 미국, 유럽, 중동 및 멕시코 등에 물류거점을 운영하고 있다. 월 60~100개의 컨테이너를 해외로 발송하며 약 7,000개의 거래선에 상품을 공급한다. 물류센터 자체를 확보하는 것은 어렵지 않다. 해외 창고 대부분은 임차 방식으로 운영되고 대규모 자동화 설비보다 랙과 재고관리 시스템이 주로 필요하기 때문이다. 진입장벽은 창고를 채울 수 있는 운전자본과 1만 7,000개 SKU의 수요를 예측하는 운영 능력에서 형성된다.

상품별 판매 데이터가 부족하면 과잉재고와 품절이 동시에 발생할 수 있다. 실리콘투는 거래선과 주문 데이터가 축적될수록 국가·채널·SKU별 수요 예측의 정확도를 높일 수 있다. 이는 재고회전율과 주문 충족률을 개선하고 더 많은 브랜드와 거래선을 확보하는 기반이 된다.

사업 규모가 커질수록 운송사 및 브랜드사와의 협상력도 높아진다. 컨테이너 운송량이 늘어나면 운임 조건이 개선되고 상품 매입량이 증가하면 브랜드사와의 거래조건도 유리해질 수 있다. 소규모 후발업체가 물류거점을 마련하더라도 동일한 재고 규모와 주문 데이터, 운송량을 확보하기까지는 시간이 필요하다.

3. 아직 진출하지 않은 시장이 더 많다

유럽에서 확인한
현지 물류망 효과

실리콘투는 미국과 유럽 일부 국가를 중심으로 글로벌 사업을 확대해 왔다. 2026년 유럽 매출액은 7,041억원으로 전년 대비 73.5% 증가하며 전사 매출의 45.0%를 차지할 전망이다. 2026년 전사 매출 증가분 가운데 약 66%가 유럽에서 발생할 것으로 추정한다.

유럽 매출 성장은 현지 재고와 물류거점의 효과를 보여준다. 실리콘투는 2023년 폴란드 물류센터를 가동한 이후 이전과 증설을 진행했다. 2026년 5월에는 약 2,000평을 추가해 전체 면적을 약 6,000평으로 확대했다. 폴란드 대형 물류센터에 재고를 배치하고 영국 등 중간 거점을 연결하는 방식으로 유럽 내 공급 지역을 확대하고 있다.

유럽 매출의 국가별 순위는 영국, 독일, 폴란드, 네덜란드와 스페인 순이다. 다만 유럽에서는 도매 매출 비중이 높아 해당 국가에서 발생한 매출이 인접 국가의 최종 소비로 연결될 수 있다. 국가별 매출보다 유럽 전체 거래선과 물류망의 확장 여부를 함께 확인해야 한다.

성장의 뒤를 이을
일본과 중남미

실리콘투는 현재 일본과 중국에서 사업을 전개하지 않고 있다. 일본은 시장 규모가 상당하고, K-Beauty 수요가 이미 형성되어 있으며, 한국과 지리적으로도 가깝다. 현재 추정치에는 일본 진출에 따른 매출 기여를 반영하지 않았다. 따라서 현지 파트너 선정과 사업 개시가 확정될 경우 중장기 추정치의 추가 상향 요인이 될 수 있다.

중남미에서는 멕시코를 우선 거점으로 활용하고 있으며 2026년 말 브라질 법인 설립을 준비하고 있다. 중남미 매출액은 2026년 877억원에서 2027년 1,228억원, 2028년 1,596억원으로 증가할 전망이다. 브라질 법인 설립 이후 현지 재고와 거래선이 확보되면 2027년부터 매출 증가가 본격화될 것으로 예상된다.

고정자산 부담이
크지 않은 확장 방식

지역 확장에 대규모 고정자산 투자가 필요하지 않다는 점도 장점이다. 한국 물류센터와 달리 해외 창고 대부분은 임차 방식으로 운영한다. 신규 국가에서도 현지 창고를 임차하고 재고를 배치하는 방식으로 사업을 시작할 수 있다. 이에 따라 공장 증설과 같은 대규모 선행 CAPEX 없이 매출 규모에 맞춰 물류망을 확대할 수 있다.

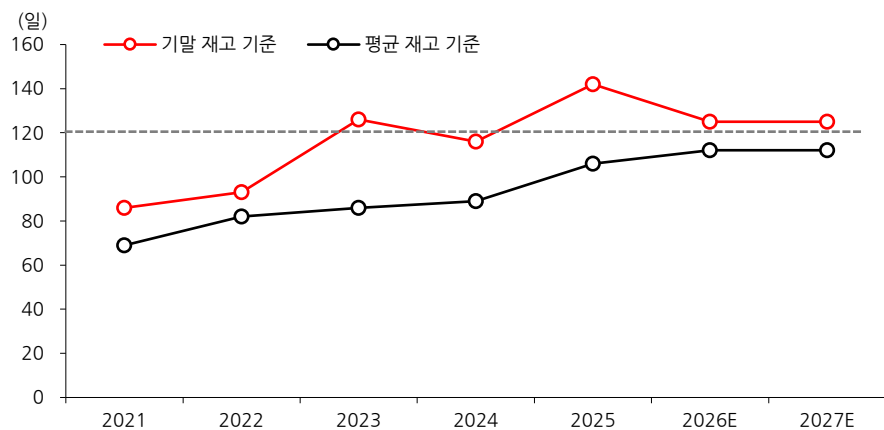
리스크 요인

성장 둔화 시
재고가 부담으로
전환될 가능성

실리콘투는 해외 유통사의 주문에 앞서 현지 창고에 재고를 배치하기 때문에 매출 전망이 빛나갈 경우 재고 조정에 시간이 필요하다. 브랜드의 성장 주기가 약 2~3년으로 짧고 취급 SKU가 많다는 점도 재고 관리의 난도를 높인다. 브랜드 교체 속도가 빨라질수록 기존 상품의 판매 속도가 낮아지고 할인판매 및 폐기 가능성이 커질 수 있다.

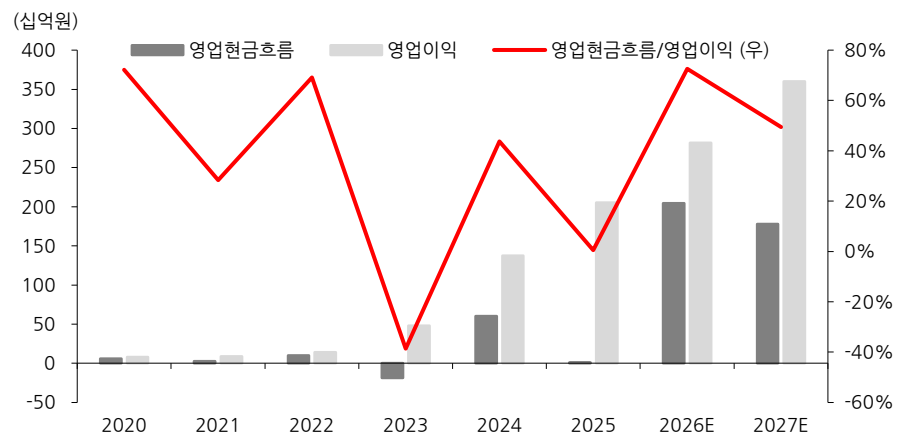
현재까지 재고 건전성은 안정적으로 관리되고 있으나 외형 성장률이 둔화되면 재고회전을 하락이 영업현금흐름 부담으로 이어질 수 있다. 1Q26 말 재고자산은 3,393억원이며 재고자산회전일수는 약 118일이다. 회사는 재고일수를 120일 이하로 관리하고 있다. 참고로 재고자산평가충당금은 약 17억원으로 재고자산의 1% 미만이다. 2025년 영업현금흐름은 11억원으로 영업이익 2,054억원의 0.5%에 그쳤다. 재고자산과 매출채권 증가로 각각 1,480억원과 505억원의 현금이 유출된 영향이다. 2026년 영업현금흐름은 2,042억원으로 회복될 것으로 추정한다.

[그림9] 실리콘투의 기말 및 평균 기준 재고회전일수 추정



자료: 한화투자증권 리서치센터

[그림10] 실리콘투의 현금흐름 추정



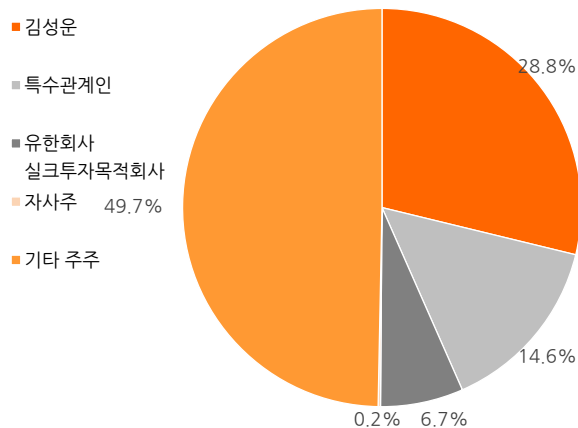
자료: 한화투자증권 리서치센터

기업개요

실리콘투는 2002년 설립돼 2021년 코스닥시장에 상장한 K-Beauty 전문 유통사다. 국내 화장품 브랜드의 상품을 직접 매입한 뒤 해외 도매상, 온라인 플랫폼 및 내셔널 리테일러에 공급한다. 핵심 사업은 해외 유통사를 대상으로 하는 Corporate Account, 즉 B2B 유통이다. 실리콘투는 한국, 미국, 유럽, 중동과 중남미에 현지 법인 및 물류거점을 운영하고 있다. 2025년 기준 약 600개 브랜드와 1만 7,000개 SKU를 약 7,000개 해외 거래선에 공급한다.

2026년 7월 기준 김성운 대표의 지분율은 28.8%이며, 특수관계인을 포함한 최대주주 측 지분율은 43.4%다. 글렌우드크레딧이 설립한 유한회사 실크투자목적회사는 보통주 440만주, 지분율 6.72%를 보유한 주요 주주다. 실크투자목적회사가 보유했던 상환전환 우선주는 2026년 4월 전량 보통주로 전환돼 추가 희석 가능성은 없다. 다만 전환 주식은 2026년 5월 14일 상장됐으며, 향후 매각 여부에 따라 수급 부담으로 작용할 수 있다.

[그림11] 실리콘투 주주구성



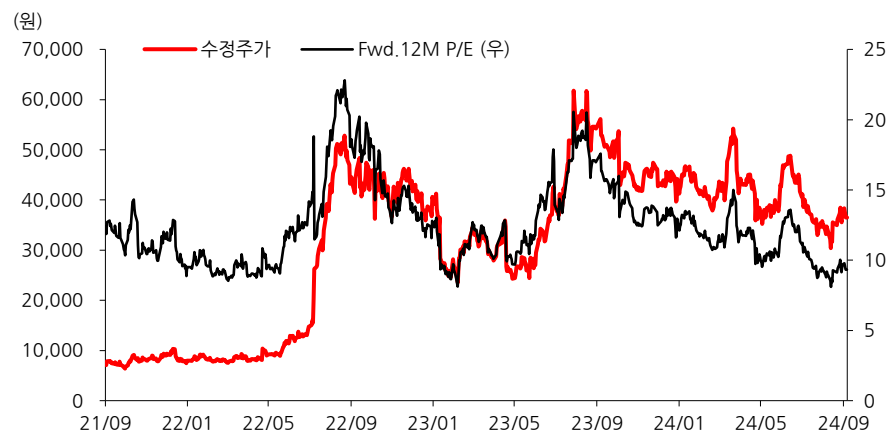
자료: 실리콘투, 한화투자증권 리서치센터

[그림12] 글렌우드의 실리콘투 투자 내용

항목	내용
설립	2025년 1월
실질 투자자	글렌우드크레딧(실크투자목적회사)
투자 시점	2025년 3월
투자금액	1,440 억원
최초 인수 증권	상환전환우선주 4,404,344 주
발행-전환가격	주당 32,695 원
최초 투자 지분율	보통주 전환 후 기준 6.72%
자금 사용 목적	해외 물류망 확충 940 억원, 차입금 상환 500 억원
보통주 전환	2026년 4월 24일 전량 전환청구
보통주 상장	2026년 5월 14일
현재 기준 보유 지분	보통주 4,404,344 주, 6.72%

자료: 실리콘투, 한화투자증권 리서치센터

[그림13] 실리콘투의 주가 및 12M Fwd P/E 변동 추이



자료: Quantwise, 한화투자증권 리서치센터

실적 추정 및 Valuation

실리콘투에 대해 투자의견 BUY와 목표주가 55,000원으로 커버리지를 개시한다. 2026년 매출액은 1조 5,663억원으로 전년 대비 40.3%, 영업이익은 2,814억원으로 37.0% 증가할 것으로 추정한다. 2026~2028년 매출액과 영업이익은 각각 연평균 24.1%, 25.3% 증가할 전망이다. 브랜드 파편화와 신규 지역 진출이 중장기 외형 성장을 뒷받침할 것으로 판단한다. 목표주가는 12개월 선행 EPS 4,105원에 Target PER 13.4배를 적용해 산출했다. 13.4배는 국내 화장품 업종의 12개월 선행 P/E 평균 16.8배에 유통업의 재고 및 운전자본 부담을 고려해 20% 할인한 수치다.

[그림14] 실리콘투 목표주가 산정

구분	산식	적용값
12개월 선행 EPS	2026년 잔여기간 기준 46.6%	4,105 원
Target PER	국내 화장품 업종 평균에 20% 할인	13.4 배
목표주가	천원 단위 반올림	55,000 원
현재주가	2026년 7월 15일 종가	36,500 원
상승여력	-	50.7%

자료: 한화투자증권 리서치센터

[표1] 실리콘투 분기 및 연간 실적 추정

(단위: 십억원)

	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26E	3Q26E	4Q26E	2024	2025	2026E
매출액	246	265	299	306	347	386	429	405	692	1,116	1,566
유럽	81	107	102	115	162	176	188	178	163	406	704
아시아	53	45	53	52	44	51	56	56	151	202	207
북미	45	49	73	66	64	73	87	74	222	233	298
중동	32	28	31	27	25	34	39	37	64	118	135
중남미	12	14	15	16	18	20	24	26	27	58	88
CIS/러시아	12	13	15	17	22	21	23	23	29	57	88
기타	10	10	12	12	11	11	12	13	36	43	48
YoY %	63.9%	46.3%	60.4%	76.2%	41.1%	45.5%	43.1%	32.4%	102%	61.4%	40.3%
유럽	187%	142%	138%	145%	99.0%	63.9%	84.8%	54.4%	205%	149%	73.5%
아시아	42.6%	19.5%	50.0%	23.5%	-16%	14.0%	6.3%	8.2%	49.2%	33.4%	2.6%
북미	-21%	-22%	11.7%	77.7%	42.3%	48.5%	19.4%	11.7%	69.2%	5.2%	27.7%
중동	226%	93.1%	54.8%	32.8%	-23%	22.9%	26.6%	37.2%	511%	83.0%	14.6%
중남미	235%	121%	86.6%	90.7%	44.4%	46.0%	56.9%	55.5%	239%	117%	50.9%
CIS/러시아	96.7%	50.6%	151%	119%	82.5%	61.7%	52.0%	30.1%	90.0%	99.6%	54.0%
매출액 비중											
유럽	33.1%	40.4%	34.0%	37.7%	46.7%	45.5%	43.9%	44.0%	23.5%	36.4%	45.0%
아시아	21.5%	16.8%	17.6%	16.8%	12.8%	13.2%	13.1%	13.7%	21.9%	18.1%	13.2%
북미	18.4%	18.4%	24.2%	21.7%	18.6%	18.8%	20.2%	18.3%	32.0%	20.9%	19.0%
중동	13.1%	10.6%	10.2%	8.7%	7.2%	8.9%	9.0%	9.0%	9.3%	10.5%	8.6%
중남미	5.0%	5.2%	5.1%	5.4%	5.2%	5.3%	5.6%	6.3%	3.9%	5.2%	5.6%
CIS/러시아	4.9%	4.8%	4.9%	5.7%	6.3%	5.4%	5.3%	5.6%	4.1%	5.1%	5.6%
영업이익	48	52	63	42	65	72	86	59	138	205	281
YoY %	62.2%	34.2%	48.1%	59.4%	35.2%	38.7%	35.7%	38.9%	188%	49.3%	37.0%
영업이익률	19.4%	19.7%	21.1%	13.9%	18.6%	18.8%	20.0%	14.5%	19.9%	18.4%	18.0%

자료: 한화투자증권 리서치센터

[재무제표]

손익계산서

(단위: 십억 원)

12 월 결산	2023	2024	2025	2026E	2027E
매출액	343	692	1,116	1,566	1,997
매출총이익	115	233	347	472	604
영업이익	48	138	205	281	360
EBITDA	52	143	214	292	370
순이자손익	0	-4	-6	0	3
외화관련손익	-1	10	12	19	12
지분법손익	1	-1	-3	1	0
세전계속사업손익	48	149	217	307	381
당기순이익	38	121	169	236	293
지배주주순이익	38	121	169	236	293
증가율(%)					
매출액	107.5	101.7	61.4	40.3	27.5
영업이익	235.8	187.8	49.3	37.0	27.9
EBITDA	204.0	178.2	49.5	36.2	26.7
순이익	240.8	217.6	39.6	40.2	24.1
이익률(%)					
매출총이익률	33.6	33.7	31.1	30.1	30.3
영업이익률	13.9	19.9	18.4	18.0	18.0
EBITDA 이익률	15.0	20.7	19.2	18.6	18.5
세전이익률	14.0	21.5	19.4	19.6	19.1
순이익률	11.1	17.5	15.1	15.1	14.7

현금흐름표

(단위: 십억 원)

12 월 결산	2023	2024	2025	2026E	2027E
영업현금흐름	-18	60	1	207	182
당기순이익	38	121	169	236	293
자산상각비	4	6	9	10	10
운전자본증감	-67	-65	-191	-33	-121
매출채권 감소(증가)	-18	-14	-50	-5	-41
재고자산 감소(증가)	-50	-60	-148	-67	-103
매입채무 증가(감소)	-1	-8	-4	24	22
투자현금흐름	-18	-72	-43	-42	-15
유형자산처분(취득)	-13	-63	-7	-10	-10
무형자산 감소(증가)	-1	-1	0	0	-1
투자자산 감소(증가)	0	-1	-48	-27	-3
재무현금흐름	33	81	34	-48	-31
차입금의 증가(감소)	33	80	-111	-23	-5
자본의 증가(감소)	1	0	0	97	-26
배당금의 지급	0	0	0	-20	-26
총현금흐름	53	150	229	259	303
(-)운전자본증감(감소)	58	81	192	40	121
(-)설비투자	18	76	7	10	10
(+)자산매각	5	12	0	0	-1
Free Cash Flow	-19	5	30	208	172
(-)기타투자	14	-9	-13	-3	2
잉여현금	-33	14	43	211	170
NOPLAT	38	112	160	217	277
(+) Dep	4	6	9	10	10
(-)운전자본투자	58	81	192	40	121
(-)Capex	18	76	7	10	10
OpFCF	-35	-40	-30	178	156

주: IFRS 연결 기준

재무상태표

(단위: 십억 원)

12 월 결산	2023	2024	2025	2026E	2027E
유동자산	136	297	553	807	1,091
현금성자산	32	87	119	265	404
매출채권	23	50	119	150	192
재고자산	79	146	300	374	477
비유동자산	79	161	157	174	177
투자자산	24	53	47	57	59
유형자산	54	107	108	115	116
무형자산	1	2	2	2	3
자산총계	215	458	709	981	1,268
유동부채	74	189	122	173	195
매입채무	3	8	18	78	100
유동성이자부채	58	149	49	31	29
비유동부채	6	7	130	16	14
비유동이자부채	6	6	130	16	13
부채총계	80	196	252	190	209
자본금	30	31	31	33	33
자본잉여금	30	31	58	178	178
이익잉여금	71	192	360	576	843
자본조정	4	9	9	5	5
자기주식	0	0	0	-5	-5
자본총계	135	262	457	792	1,059

주요지표

(단위: 원, 배)

12 월 결산	2023	2024	2025	2026E	2027E
주당지표					
EPS	629	1,983	2,734	3,680	4,476
BPS	2,235	4,297	6,976	12,074	16,150
DPS	0	0	306	400	500
CFPS	872	2,470	3,493	3,946	4,624
ROA(%)	22.1	35.9	28.9	28.0	26.1
ROE(%)	32.9	60.9	46.9	37.8	31.7
ROIC(%)	33.6	48.8	39.6	41.1	44.8
Multiples(x, %)					
PER	12.2	18.4	13.4	9.9	8.2
PBR	3.5	8.5	5.2	3.0	2.3
PSR	1.4	3.2	2.1	1.5	1.2
PCR	8.8	14.8	10.4	9.3	7.9
EV/EBITDA	9.7	17.2	11.5	7.5	5.5
배당수익률	n/a	n/a	0.8	1.1	1.4
안정성(%)					
부채비율	59.5	75.0	55.1	23.9	19.7
Net debt/Equity	23.3	25.9	13.1	-27.5	-34.1
Net debt/EBITDA	61.1	47.3	27.9	-74.6	-97.8
유동비율	183.9	156.9	454.5	465.3	559.2
이자보상배율(배)	67.2	24.7	24.5	61.1	159.7
자산구조(%)					
투하자본	72.7	68.7	75.1	63.4	59.5
현금+투자자산	27.3	31.3	24.9	36.6	40.5
자본구조(%)					
차입금	32.1	37.2	28.1	5.6	3.8
자기자본	67.9	62.8	71.9	94.4	96.2

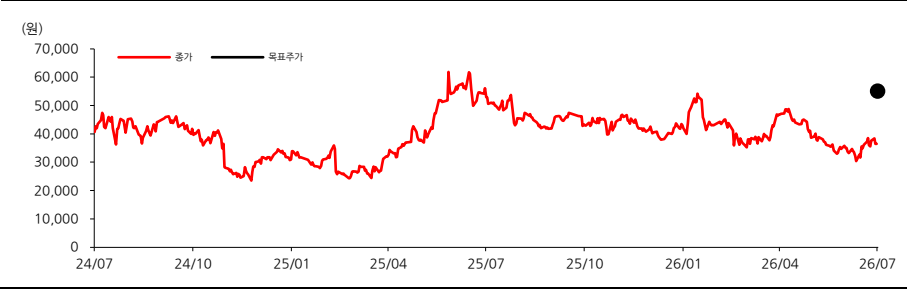
[Compliance Notice]

(공표일: 2026년 07월 16일)

이 자료는 조사분석 담당자가 객관적 사실에 근거해 작성하였으며, 타인의 부당한 압력이나 간섭없이 본인의 의견을 정확하게 반영했습니다. 본인은 이 자료에서 다룬 종목과 관련해 공표일 현재 관련 법규상 알려야 할 재산적 이해관계가 없습니다. 본인은 이 자료를 기관투자자 또는 제 3자에게 사전에 제공한 사실이 없습니다. (한유정)
저희 회사는 공표일 현재 이 자료에서 다룬 종목의 발행주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.

이 자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위해 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로서 저작권이 당사에 있으며 불법 복제 및 배포를 금합니다. 이 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료나 정보출처로부터 얻은 것이지만, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 이 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과와 관련된 법적 책임소제에 대한 증빙으로 사용될 수 없습니다.

[실리콘투 주가와 목표주가 추이]



[투자의견 변동 내역]

일시	2026.07.16	2026.07.16				
투자의견	담당자변경	Buy				
목표가격	한유정	55,000				

[목표주가 변동 내역별 괴리율]

일자	투자의견	목표주가(원)	괴리율(%)	
			평균주가 대비	최고(최저)주가 대비
2026.07.16	Buy	55,000		

[종목 투자등급]

당사는 개별 종목에 대해 향후 1년간 +15% 이상의 절대수익률이 기대되는 종목에 대해 Buy(매수) 의견을 제시합니다. 또한 절대수익률 -15~+15%가 예상되는 종목에 대해 Hold(보유) 의견을, -15% 이하가 예상되는 종목에 대해 Sell(매도) 의견을 제시합니다. 밸류에이션 방법 등 절대수익률 산정은 개별 종목을 커버하는 애널리스트의 추정치에 따르며, 목표주가 산정이나 투자의견 변경 주기는 종목별로 다릅니다.

[산업 투자의견]

당사는 산업에 대해 향후 1년간 해당 업종의 수익률이 과거 수익률에 비해 양호한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Positive(긍정적) 의견을 제시하고 있습니다. 또한 향후 1년간 수익률이 과거 수익률과 유사한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Neutral(중립적) 의견을, 과거 수익률보다 부진한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Negative(부정적) 의견을 제시하고 있습니다. 산업별 수익률 전망은 해당 산업 내 분석대상 종목들에 대한 담당 애널리스트의 분석과 판단에 따릅니다.

[당사 조사분석자료의 투자등급 부여 비중]

(기준일: 2026년 06월 30일)

투자등급	매수	중립	매도	합계
금융투자상품의 비중	96.3%	3.7%	0.0%	100.0%