

실리콘투 (257720/KQ)

내년이 기대되는 이유

SK증권 리서치센터

매수(신규편입)

목표주가: 57,000 원(신규편입)

현재주가: 46,050 원

상승여력: 23.8%



Analyst
형권훈

kh.hyung@sk.com.kr
3773-9997

Company Data

발행주식수	6,117 만주
시가총액	2,817 십억원
주요주주	
김성운(와15)	46.93%
자사주	0.00%

Stock Data

주가(25/09/23)	46,050 원
KOSDAQ	872.21pt
52주 최고가	61,800 원
52주 최저가	23,550 원
60일 평균 거래대금	48 십억원

주가 및 상대수익률



K 뷰티 TAM 확장의 주역

동사는 K 뷰티 도매 유통사로, 규모와 유통 역량 면에서 글로벌 K 뷰티 도매 유통 산업에서 높은 경쟁력을 보유하고 있다. 미국 지역에서는 작년 말 압도적인 물류 경쟁력을 가진 아마존의 영향으로 매출이 감소했지만, 올해 유럽에서 영국의 'Boots'를 비롯해 지역별 메이저 드럭스토어 온라인 몰에 K 뷰티 브랜드를 성공적으로 입점시키면서 유통사로서의 경쟁력을 확인할 수 있었다. 중장기적으로 유럽 오프라인 채널을 비롯해 4월에 법인을 설립한 중동지역 등 채널과 지역 확장을 통한 실적 성장을 기대해볼 만하다.

3Q25 영업이익 시장 컨센서스 소폭 하회 전망

동사의 3 분기 실적은 매출액 2,838 억 원(+52% YoY, 이하 YoY 생략), 영업이익 591억 원(+39%, OPM20.8%) 기록할 것으로 전망한다. K 뷰티의 해외 침투율이 지속적으로 확대되는 가운데, 유럽과 중동 지역이 CA 부문의 매출 성장을 견인했을 것이다. 유럽 지역은 영국 'Boots'를 비롯해 유럽 메이저 리테일 채널에 제품을 공급함으로써 매출이 올해 초 계단식으로 성장한 가운데, 메디큐브, 닥터 엘시아 브랜드가 CA 부문에서 QoQ 로 매출이 크게 증가했을 것이다. 영업이익률은 2 분기 대비 약 1%p 개선되었을 것으로 보는데, 2 분기에 운반비와 광고선전비가 경량적인 수준 대비 일시적으로 높아진 것이 정상화될 것임을 가정했다.

K 뷰티 수요 증가 속, 공급자인 실리콘투의 투자 매력 유효

K 뷰티 수요가 증가하고 있는 가운데, K 뷰티의 공급은 유럽 오프라인 시장과 중동 등 타 지역에서 성장할 수 있는 여력이 아직 많이 남았다고 본다. 그리고 실리콘투는 규모, 유통 역량, 메이저 리테일러 제품 공급 레퍼런스 등 K 뷰티 공급 시장에서 경쟁 우위를 보유하고 있다. 그에 반해 주가는 2 분기 실적이 시장 기대치를 하회하며 크게 하락한 상태다. 단기 실적에 대한 기대보다는 중장기적인 관점에서 매수할 만한 주가 수준이라고 판단한다. 실리콘투 목표주가 57,000 원과 '매수' 투자 의견을 제시한다.

영업실적 및 투자지표

구분	단위	2022	2023	2024	2025E	2026E	2027E
매출액	십억원	165	343	692	1,076	1,449	1,863
영업이익	십억원	14	48	138	207	276	342
순이익(지배주주)	십억원	11	38	121	167	222	276
EPS	원	185	629	1,983	2,552	3,380	4,215
PER	배	13.2	12.2	16.5	18.0	13.6	10.9
PBR	배	1.5	3.5	7.6	7.0	4.6	3.3
EV/EBITDA	배	8.1	9.7	14.4	13.6	9.9	7.8
ROE	%	12.2	32.9	60.9	48.5	41.1	35.0

1. 실적 추정치 및 밸류에이션

실리콘투 실적 추정치									(단위: 십억 원, %)			
	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25E	4Q25E	23	24	25E	26E
매출액	150	181	187	174	246	265	284	281	343	692	1,076	1,449
CA 매출	126	154	166	163	228	245	262	260	272	609	995	1,340
PA 매출	5	6	6	10	10	11	12	12	18	26	44	60
폴필먼트매출	19	21	14	1	8	9	9	10	53	55	36	48
기타	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1
매출총이익	51	62	64	56	78	87	93	92	115	233	350	456
/GPM (%)	34	34	35	32	32	33	33	33	34	34	33	32
영업이익	29	39	43	27	48	52	59	48	48	138	207	276
/OPM (%)	20	21	23	15	19	20	21	17	14	20	19	19
YoY 증감률												
매출액	158	132	85	64	64	46	52	62	107	102	56	35
매출총이익	167	145	96	47	53	42	44	64	118	102	50	30
영업이익	297	275	182	79	62	34	39	81	236	188	51	33

자료: 실리콘투, SK 증권 추정

실리콘투 목표주가 산정 로직

항목	단위	구분	값	산식
12MF 지배주주순이익	십억 원	(A)	208	
유통주식수	주	(B)	65,576,252	
12MF EPS	원	(C)	3,176	(A)/(B)
Target 멀티플	배	(D)	18	화장품 업종 12MF PER
목표주가	원	(E)	57,000	(C)*(D)
현재 주가	원	(F)	46,050	
주가 상승여력	%	(G)	23.8%	(E)/(F) - 1

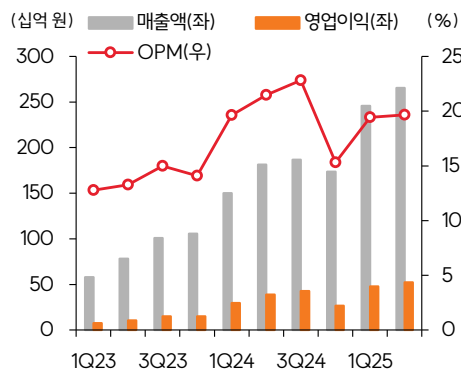
자료: SK 증권

2. 기업 Overview

(1) 사업 구성 및 현황

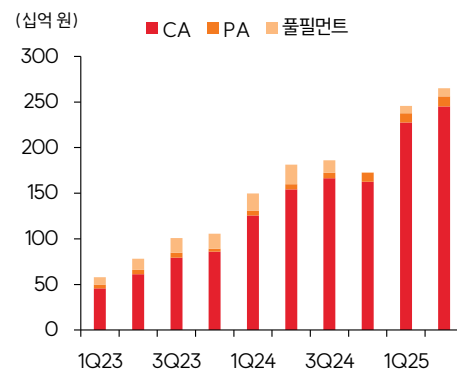
K 뷰티 전문 유통사인 실리콘투의 사업은 CA(Corporate Account, B2B), PA(Personal Account, B2C), 풀필먼트 3개 부문으로 구성되어 있다. 부문별 매출 비중은 '24 년 기준 CA 88%, PA 4%, 풀필먼트 8%로 CA 부문의 실적 비중이 매우 크다. CA 부문은 K 뷰티 브랜드의 제품을 사입해 고객인 해외 현지 리테일러의 주문에 맞춰 발송하는 도매 사업을 영위하고 있다. 이를 위해 동사는 한국, 미국, 폴란드, 아랍에미리트에 현지 법인과 물류창고를 운영 중이다. CA 부문에서는 주문 받은 제품을 보통 현지 물류 창고를 통해 고객에게 발송하며, 현지 물류 창고가 없거나 창고에 재고가 부족한 경우 일반적으로는 해상 운송을 통해, 또는 급하게 재고가 필요한 경우 항공 운송을 통해 제품을 한국에서 현지로 발송한다. CA 부문의 경쟁사는 아마존(FBA 서비스), YesAsia(Asian Beauty Wholesale), 구다이글로벌(UMMA) 등이 있다.

실리콘투 분기 실적 추이



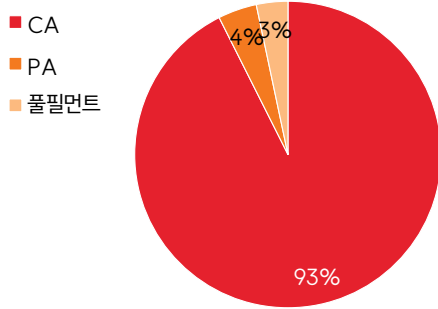
자료: 실리콘투, SK 증권

실리콘투 부문별 분기 매출 추이



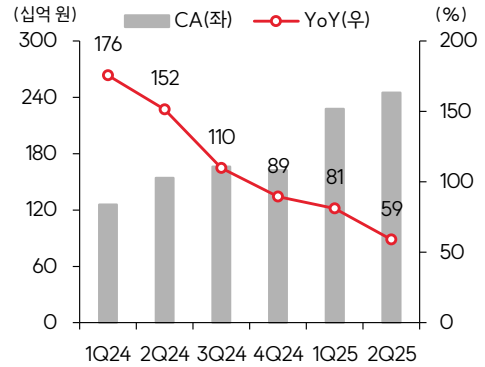
자료: 실리콘투, SK 증권

실리콘투 부문별 매출 비중



자료: 실리콘투, SK 증권

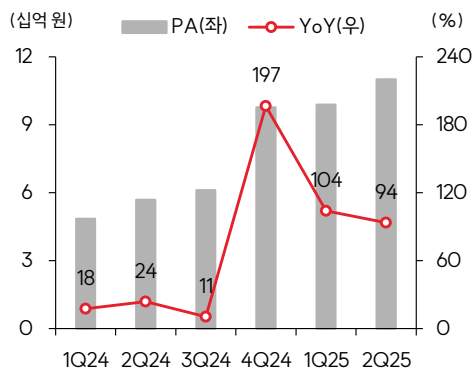
CA 부문 매출 추이



자료: 실리콘투, SK 증권

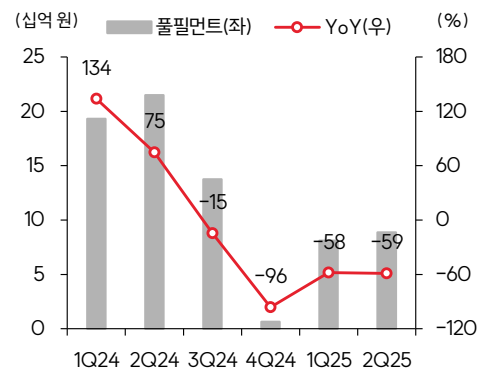
PA 부문은 K 뷰티 역직구 플랫폼인 StyleKorean 웹사이트를 통해 역직구 사업을 운영 중이다. PA 부문의 고객은 K 뷰티 제품을 소비하고 싶어하는 해외 소비자들이며, 동사는 웹사이트를 통해 소비자들의 주문을 받고 물건을 배송한다. PA 부문의 매출은 최근 K 뷰티에 대한 글로벌 수요가 증가함에 따라 높은 성장률로 성장하고 있다. 다만 전사 매출 대비 PA 부문의 비중은 4%로 작는데, 역직구 사업이 가진 TAM의 한계와 CJ 올리브영의 올리브영글로벌몰, YesAsia의 YesStyle과 같은 경쟁사들의 입지 때문으로 분석한다.

PA 부문 매출 추이



자료: 실리콘투, SK 증권

폴필먼트 부문 매출 추이

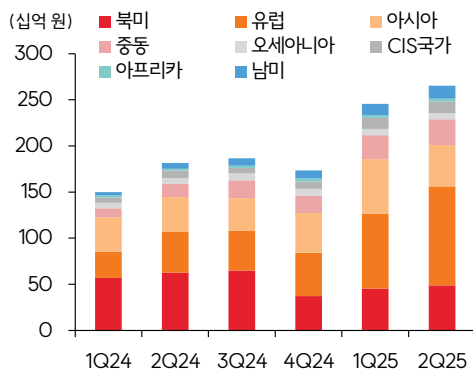


자료: 실리콘투, SK 증권

풀필먼트 부문은 주로 영세한 뷰티 브랜드의 해외 플랫폼 입점 및 운영을 위탁 받는 사업이다. 과거 조선미녀 등 한국 인디 뷰티 브랜드의 미국 아마존 셀러 계정을 위탁받아 운영했으나, 미국 내 K 뷰티 시장 크기가 커졌고, '24 년 하반기부터 아마존이 한국 인디 브랜드에 대해 FBA 서비스를 본격적으로 영업하기 시작하면서 점차 인디 브랜드들이 미국사업을 직접 운영하는 방식이 보편화되었다. 동시에 동사의 풀필먼트 사업 매출은 작년 상반기에 비해 약 절반 가까이 감소한 상태다.

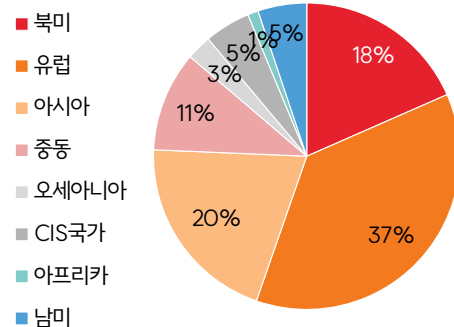
(2) 지역별 매출 현황

실리콘투 지역별 매출 비중



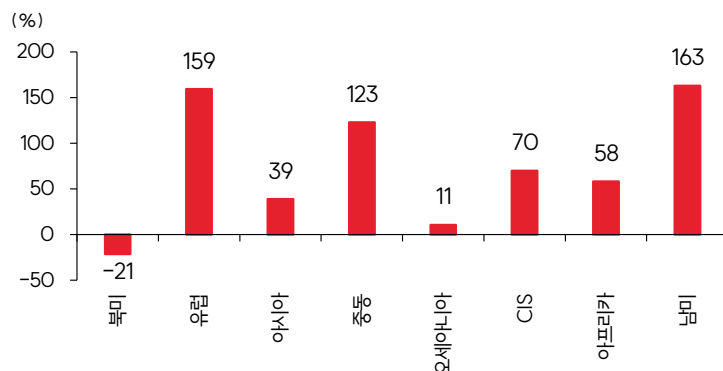
자료: 실리콘투, SK 증권

실리콘투 지역별 매출 추이



자료: 실리콘투, SK 증권

실리콘투 지역별 상반기 누적 매출 성장률



자료: 실리콘투, SK 증권

올해 상반기 누적 기준 동사의 권역별 매출 비중은 유럽 36.9%, 아시아 19.1%, 북미 18.4%, 중동 11.8%, 중남미 5.2%, 기타 8.6%로, 유럽향 매출 비중이 매우 크다. '24 년의 경우 북미 지역 매출 비중이 32%로 가장 컸지만, 앞서 언급했듯이 아마존이 미국 내에서 K 뷰티 유통 산업의 강력한 경쟁자로 부상했고, 선크림에 대한 OTC 규제로 작년 4 분기부터 북미 매출 비중이 감소했다. 북미지역 매출은 올해 상반기 들어 QoQ 로 회복 중이나 상반기 누적 매출 기준 작년 대비 21% 감소했다.

한편 유럽 매출 비중은 '24 년 24%에서 올해 상반기 37%로 크게 증가했다. 동사는 영국의 'Boots', 독일의 'dm' 등 유럽 주요 온오프라인 뷰티 리테일러의 공식적인 벤더사로 선정되어 올해 초부터 K 뷰티 제품을 유럽의 메이저 리테일 채널에 본격적으로 납품하기 시작했다. 미국에서의 성공 레퍼런스와 SNS 를 통한 바이럴로 K 뷰티 제품에 대한 유럽 소비자들의 수요가 증가한 상황에서 유럽 현지의 메이저한 뷰티 리테일러에 K 뷰티 제품들을 공급하면서 동사의 유럽 실적이 빠르게 성장하고 있다.

중동지역의 매출 비중도 작년 9% 대비 올해 상반기 11.8%로 증가했다. 매출 성장률은 상반기에 123% 기록했는데, 2 분기에 이란과 이스라엘의 전쟁 문제로 영업환경이 좋지 않았음에도 매출이 매우 빠르게 증가했다. 동사는 중동에서 증가하는 K 뷰티 수요에 대응하기 위해 4 월에 아랍에미리트의 두바이에 현지 법인 설립을 완료해 현지 유통 경쟁력을 강화했다.

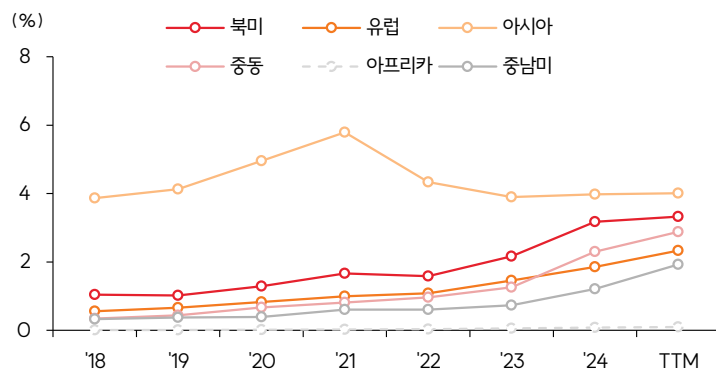
아시아 지역 매출 비중은 올해 상반기에 20% 수준이었으며, 매출액 성장률은 39%였다. 2 분기에 인도네시아 최대 명절인 '크바란'의 영향으로 해당 지역 매출이 QoQ 약 80 억 원 감소했음을 고려하면 아시아 지역의 매출도 빠르게 늘고 있다.

3. 투자포인트

(1) K 뷰티의 글로벌 수요에 맞춰 공급이 증가하는 사이클

한국 화장품에 대한 수요가 증가하고, 이에 맞춰 공급이 함께 증가하는 사이클이 지속될 것이라는 점이 동사의 가장 큰 투자포인트다. 한국 화장품 브랜드들이 작년에 미국 아마존 채널을 중심으로 글로벌 침투율을 높여온 데 이어서 올해에는 유럽 시장 침투율이 눈에 띄게 증가했다. 당사는 아직 한국 화장품이 침투할 국가와 채널 여력이 충분히 남아있다고 본다. 유럽의 경우 지역별로 주요 이커머스 채널에는 주요 브랜드들이 입점을 완료했지만, 시장 규모가 훨씬 큰 오프라인의 경우 영국을 제외하면 아직 대부분의 브랜드가 입점 되지 않았다. 미국의 경우에도 아마존은 이미 침투가 충분히 이루어졌지만, 얼타와 세포라 등 TAM이 큰 오프라인 채널로의 침투가 이제 막 시작되고 있다. 각 지역에서 K 뷰티 소비가 증가함에 따라 발생하는 공급 쇼티지를 해소하는 것이 동사의 주된 사업모델이자 실적 성장의 핵심이라고 보는데, 중장기적으로 이러한 방식에 기반한 실적 성장세가 지속될 것으로 전망한다.

지역별 화장품 산업 규모 대비 K 뷰티 수출액 추이



자료: Euromonitor, Trass, SK 증권

K 뷰티 브랜드의 유럽 및 미국 지역의 주요 H&B 스토어 및 드럭스토어 채널 입점 현황									
채널 브랜드	영국		독일			프랑스		미국	
	Superdrug (800)	Boots (1,800)	Douglas (1,900)	Rossmann (2,300)	dm (2,100)	Nocibe (400)	Sephora (300)	ULTA (1,400)	Sephora (1,700)
메디큐브	온라인	온오프라인	온라인	온오프라인	온라인	온라인	X	온오프라인	X
조선미녀	온오프라인	온오프라인	온라인	온오프라인	온라인	온라인	온오프라인	X	온오프라인
아누아	온오프라인	온오프라인	온라인	온라인	X	온라인	X	온오프라인	X
닥터엘시아	온라인	온오프라인	온라인	온오프라인	온라인	X	X	온라인	X
라운드랩	온오프라인	온오프라인	온라인	온라인	X	온라인	X	온라인	X
바이오던스	온라인	온오프라인	온라인	X	온라인	온라인	온오프라인	X	온오프라인
브이티	온라인	온오프라인	온라인	X	온라인	온라인	X	온오프라인	X
스킨1004	온오프라인	온오프라인	온라인	온오프라인	온라인	온오프라인	X	온오프라인	X
코스알엑스	온오프라인	온오프라인	온라인	온오프라인	온라인	온오프라인	X	온오프라인	X
토코보	온오프라인	온오프라인	온라인	X	X	온라인	X	X	X
티르티르	온라인	온오프라인	온라인	온라인	X	온라인	X	온오프라인	X
라네즈	온라인	온오프라인	X	X	X	X	온오프라인	X	온오프라인
에스트라	X	X	X	X	X	X	X	X	온오프라인
이니스프리	X	온오프라인	X	X	X	X	온오프라인	X	온오프라인

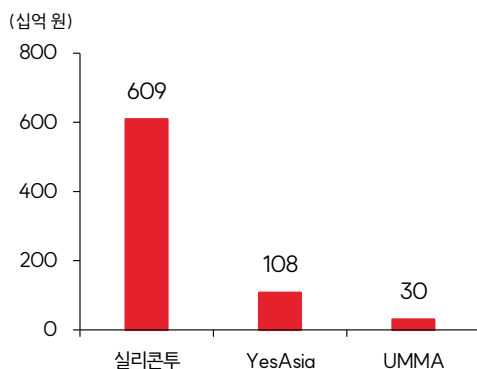
자료: Superdrug, Boots, Douglas, Rossmann, dm, Nocibe, Sephora, ULTA, SK 증권

쇼티지가 해소되었을 때 실리콘투가 누릴 수 있는 매출의 크기는 이미 지난 상반기 실적을 통해 확인된 바 있다. 동사는 올해 초부터 영국 'Boots'의 온오프라인 채널 및 여러 유럽의 온라인 리테일 채널에 K 뷰티 제품들을 입점시키기 시작했는데, 그 결과 동사의 올해 상반기 유럽 매출은 작년의 두 배 이상의 규모가 되었다. 유럽은 미국에 비해 크기가 작은 시장들이 여러 개 모여 있는 구조이기 때문에 단위 시간당 확장 가능한 TAM의 크기는 미국보다 작겠지만, 합쳐보면 미국만큼 큰 유럽 시장에서 K 뷰티 공급이 증가함에 따라 실리콘투가 접근 가능한 TAM 이 커질 것이다. 여기에 중동, 아시아, 남미 등 기회의 땅들도 남아 있다. 특히 올해 4월에 현지 법인을 설립하고 물류 창고를 운영하기 시작한 중동지역에서 추후 공급 확대를 기대해볼 만 하다.

(2) 규모의 경제와 전환 비용

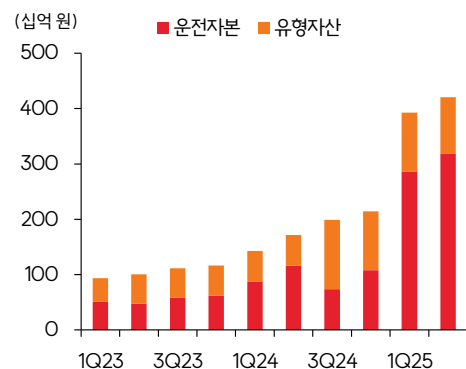
실리콘투는 사업의 규모와 유통 노하우 측면에서 K 뷰티 유통 경쟁사에 비해 경쟁 우위가 있다. 먼저 K 뷰티 글로벌 유통사 중 실리콘투의 매출 규모는 경쟁사 대비 압도적으로 크다. 동사는 '24 년에 CA 매출로만 6,087 억 원을 기록했다. 이는 같은 기간 예스아시아 B2B 매출인 1,076 억과, UMMA 의 매출액인 약 300 억 원에 비해 압도적으로 크다. 매출이 큰 만큼 동사는 경쟁사 대비 더 많은 지역에 더 많은 고객을 선점하고 있다. 여기에는 현지의 영세한 K 뷰티 리테일러를 비롯해 'Boots', 'DM', 'Douglas' 등 대형 메이저 리테일러들도 포함된다. 실리콘투의 다양한 SKU 와 보유 재고 규모, 유통 노하우는 고객 입장에서 레퍼런스로 작용해 다른 유통사로 거래처를 이전할 유인을 줄이는 역할을 할 것이다. 고객사 입장에서는 검증된 벤더를 두고 다른 벤더로 갈아탐으로써 부담해야 할 전환 비용을 피하고 싶어할 가능성이 클 것이기 때문이다.

실리콘투 및 경쟁사 B2B 매출 ('24)



자료: 각 사, SK 증권

실리콘투 운전자본 및 유형자산 추이



자료: 실리콘투, SK 증권

글로벌 K 뷰티 유통사로서 실리콘투와 유사한 경쟁력을 갖추기 위해서는 먼저 대규모 물류 시설과 재고가 확충되어야 한다. 실리콘투는 올해 2 분기 말 기준 1,022 억 원 규모의 유형자산을 운영 중이며 운전자본 규모는 3,184 억 원에 달한다. 경쟁사가 실리콘투의 규모를 따라잡기 위해서는 대규모의 자본 투입이 필요하며, 뿐만 아니라 B2B 유통에 대한 노하우도 필요하다. 이 두 가지가 결합되어 K 뷰티 유통사에서 실리콘투의 경쟁력을 방어하는 역할을 할 것이다.

재무상태표

12월 결산(십억원)	2023	2024	2025E	2026E	2027E
유동자산	136	297	533	752	1,088
현금및현금성자산	17	86	168	239	395
매출채권 및 기타채권	23	50	78	106	136
재고자산	79	146	256	371	514
비유동자산	79	161	186	279	321
장기금융자산	1	4	5	7	9
유형자산	54	107	119	199	226
무형자산	1	2	2	2	2
자산총계	215	458	719	1,031	1,408
유동부채	74	189	283	373	474
단기금융부채	58	149	231	312	401
매입채무 및 기타채무	2	2	4	5	6
단기충당부채	0	0	0	0	0
비유동부채	6	7	7	7	7
장기금융부채	6	6	6	6	6
장기매입채무 및 기타채무	0	0	0	0	0
장기충당부채	0	0	0	0	0
부채총계	80	196	290	381	482
지배주주지분	135	262	429	651	927
자본금	30	31	31	31	31
자본잉여금	30	31	31	31	31
기타자본구성요소	1	0	0	0	0
자기주식	0	0	0	0	0
이익잉여금	71	192	359	581	857
비지배주주지분	0	0	0	0	0
자본총계	135	262	429	651	927
부채와자본총계	215	458	719	1,031	1,408

현금흐름표

12월 결산(십억원)	2023	2024	2025E	2026E	2027E
영업활동현금흐름	-18	60	34	94	117
당기순이익(손실)	38	121	167	222	276
비현금성항목등	15	30	46	72	88
유형자산감가상각비	4	6	6	18	22
무형자산상각비	0	0	0	0	0
기타	11	24	40	54	66
운전자본감소(증가)	-67	-65	-129	-132	-163
매출채권및기타채권의감소(증가)	-18	-14	-28	-27	-30
재고자산의감소(증가)	-50	-60	-110	-114	-143
매입채무및기타채무의증가(감소)	-1	-8	1	1	1
기타	-9	-46	-96	-128	-160
법인세납부	-5	-21	-46	-61	-76
투자활동현금흐름	-18	-72	-21	-98	-46
금융자산의감소(증가)	0	-1	-1	-1	-1
유형자산의감소(증가)	-13	-63	-18	-98	-49
무형자산의감소(증가)	-1	-1	0	0	0
기타	-5	-7	-3	0	4
재무활동현금흐름	33	81	83	80	89
단기금융부채의증가(감소)	35	88	83	80	89
장기금융부채의증가(감소)	-2	-7	0	0	0
자본의증가(감소)	1	1	0	0	0
배당금지급	0	0	0	0	0
기타	-0	-1	0	0	0
현금의 증가(감소)	-4	69	82	71	155
기초현금	21	17	86	168	239
기말현금	17	86	168	239	395
FCF	-31	-3	16	-4	68

자료 : 실리콘투, SK증권 추정

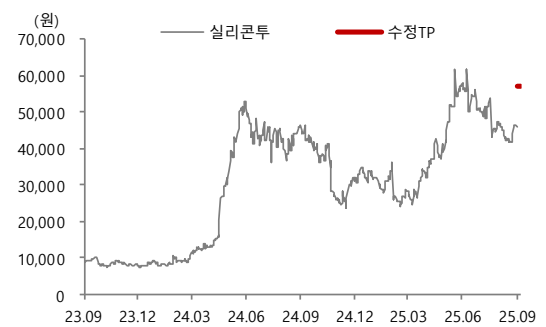
포괄손익계산서

12월 결산(십억원)	2023	2024	2025E	2026E	2027E
매출액	343	692	1,076	1,449	1,863
매출원가	228	459	726	993	1,295
매출총이익	115	233	350	456	568
매출총이익률(%)	33.6	33.7	32.5	31.5	30.5
판매비와 관리비	67	95	143	181	226
영업이익	48	138	207	276	342
영업이익률(%)	13.9	19.9	19.3	19.0	18.4
비영업손익	0	11	6	7	10
순금융손익	0	-4	-5	-7	-9
외환관련손익	-1	10	8	10	13
관계기업등 투자손익	2	1	3	3	5
세전계속사업이익	48	149	213	282	352
세전계속사업이익률(%)	14.0	21.5	19.8	19.5	18.9
계속사업법인세	10	28	46	61	76
계속사업이익	38	121	167	222	276
중단사업이익	0	0	0	0	0
*법인세효과	0	0	0	0	0
당기순이익	38	121	167	222	276
순이익률(%)	11.1	17.5	15.6	15.3	14.8
지배주주	38	121	167	222	276
지배주주귀속 순이익률(%)	11.1	17.5	15.6	15.3	14.8
비지배주주	0	0	0	0	0
총포괄이익	38	126	167	222	276
지배주주	38	126	167	222	276
비지배주주	0	0	0	0	0
EBITDA	52	143	213	293	364

주요투자지표

12월 결산(십억원)	2023	2024	2025E	2026E	2027E
성장성 (%)					
매출액	107.5	101.7	55.6	34.7	28.5
영업이익	235.8	187.8	50.6	33.0	24.2
세전계속사업이익	237.3	209.0	43.4	32.4	24.7
EBITDA	204.0	178.2	48.8	37.6	24.1
EPS	239.6	215.1	28.7	32.4	24.7
수익성 (%)					
ROA	22.1	35.9	28.5	25.3	22.7
ROE	32.9	60.9	48.5	41.1	35.0
EBITDA마진	15.0	20.7	19.8	20.2	19.5
안정성 (%)					
유동비율	183.9	156.9	188.4	201.4	229.5
부채비율	59.5	75.0	67.6	58.5	51.9
순차입금/자기자본	23.3	25.9	15.7	11.7	0.9
EBITDA/이자비용(배)	72.4	25.8	41.8	40.7	38.7
배당성향	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
주당지표 (원)					
EPS(계속사업)	629	1,983	2,552	3,380	4,215
BPS	2,235	4,297	6,541	9,921	14,136
CFPS	691	2,077	2,644	3,651	4,547
주당 현금배당금	0	0	0	0	0
Valuation지표 (배)					
PER	12.2	16.5	18.0	13.6	10.9
PBR	3.5	7.6	7.0	4.6	3.3
PCR	11.2	15.7	17.4	12.6	10.1
EV/EBITDA	9.7	14.4	13.6	9.9	7.8
배당수익률	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

일시	투자의견	목표주가	목표가격	과리율	
			대상시점	평균주가대비	최고(최저) 추가대비
2025.09.24	매수	57,000원	6개월		



Compliance Notice

작성자(형권훈)는 본 조사분석자료에 게재된 내용들이 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 신의성실하게 작성되었음을 확인합니다.

본 보고서에 언급된 종목의 경우 당사 조사분석담당자는 본인의 담당종목을 보유하고 있지 않습니다.

본 보고서는 기관투자자 또는 제 3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다.

당사는 자료공표일 현재 해당기업과 관련하여 특별한 이해 관계가 없습니다.

종목별 투자의견은 다음과 같습니다.

투자판단 3 단계(6개월기준) 15%이상 → 매수 / -15%~15% → 중립 / -15%미만 → 매도

SK 증권 유니버스 투자등급 비율 (2025년 09월 24일 기준)

매수	91.67%	중립	8.33%	매도	0.00%
----	--------	----	-------	----	-------