



01

coway
IR Webzine
2014. January

CEO in Media
Coway News

Hot Issue
IR Activities

Market Review

본 자료는 매일 주식시장 현황, 코웨이의 주가 및 관련 데이터, 재무현황 및 영업실적, 기타 IR관련 주요 이슈 등을 포함하고 있으며, 주주 및 투자자들에게 참고가 될 수 있는 각종 정보제공을 목적으로 제작되었습니다.
따라서 이 자료는 어떠한 경우에도 주주 및 투자자 여러분들의 투자 결과에 대한 법적 책임소계의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

CEO in Media



IR WEBZINE
2014. January

01

이데일리	주인 바뀐 지 1년..승승장구하는 코웨이	2014-01-31
조선일보	'MBK의' 코웨이, 1년만에 체질 어떻게 바뀌었나	2014-01-16
머니투데이	[신년사]김동현 코웨이 대표 "착한믿음 실천할 것"	2014-01-02

삼성전자 디지털 프라자와 공동마케팅 추진

- 삼성전자 스마트에어컨 Q9000 예약판매' 기간 중 제품 구매한 고객 대상
코웨이 '에어컨 필터 살균 크리닝' 제공





위생 강화한 대용량 자연가습공기청정기 출시

- 가습성능 'HH인증' · 공기청정성능 'CA인증' 모두 획득
- 가습필터 · 맞춤형 필터 교체 서비스 제공 통한 위생성 강화



사용자 중심 설계로 편의성 · 위생성 높인 '코웨이 롤루비데 BA20-A' 출시

- 소비자 의견 반영하여 여성세정 수압 세분화 및 소프트 세정기능 탑재
- 스테인레스 노즐과 항균 노즐팁 적용으로 위생성 강화



올빛, 피부 수분 채워주는 '물.빛.수분 선크림' 출시

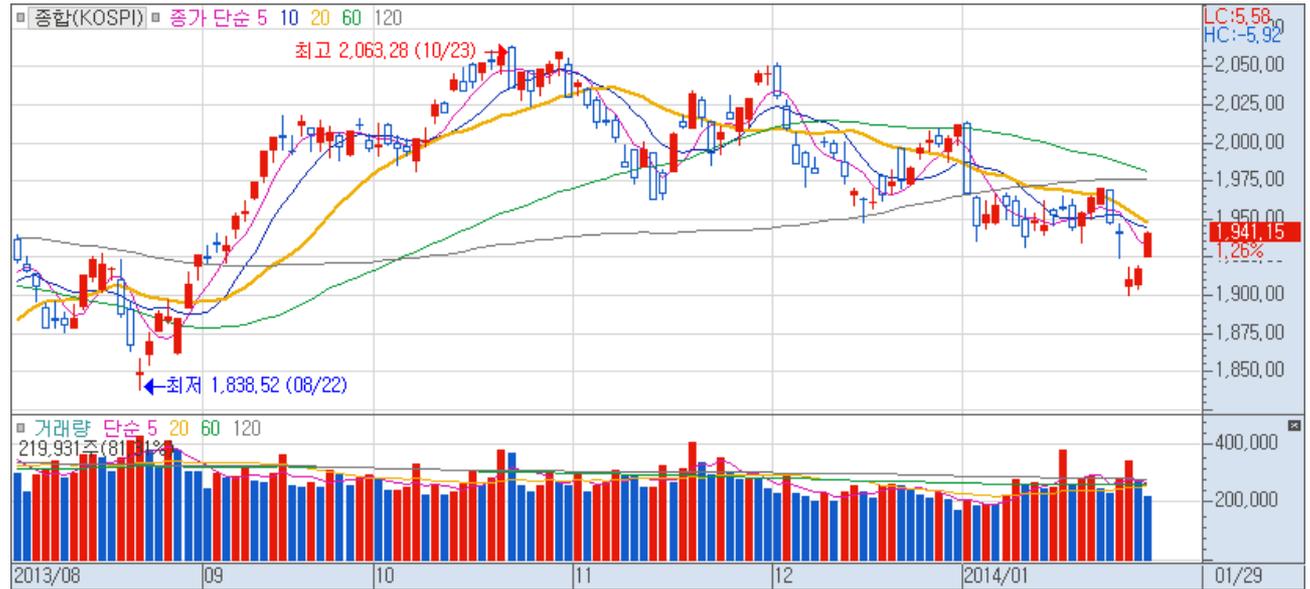
- 한방수분에센스 70% 함유로 피부 내 수분 집중 공급
- 올빛 독자성분 '오리엔탈 수분 복합체' 함유해 열로 인한 피부 노화 예방

Market Review

Stock Market

IR WEBZINE
2014. January

01



1월 주식시장이 투자자들의 기대에 크게 못 미치며 전월 대비 5.07% 하락한 1,941.15포인트로 마감됨. 글로벌 경기회복에 대한 기대가 높았으나 연초부터 하락세를 보이며 월간 주가하락률이 지난해 6월에 이어 가장 큰 낙폭을 기록.

연초 엔저, 원고로 인한 환율 부담과 삼성전자의 실적 공개 이후 4분기 기업실적에 대한 우려가 급증한 점, 그리고 중국 경기지표 둔화에 따른 글로벌 경기회복 지연 우려와 아르헨티나 등 일부 신흥국 외환시장의 혼란 등이 차례로 부정적인 영향을 끼친 데 따른 결과임.

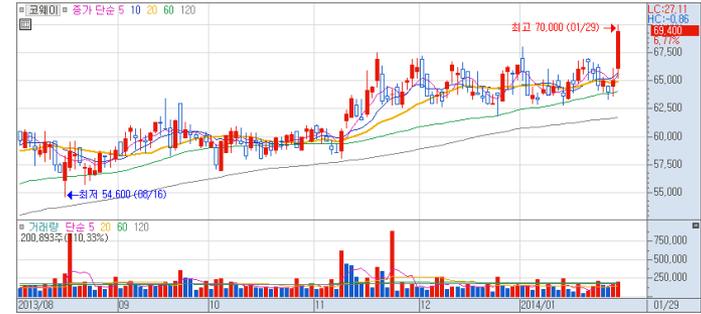
글로벌 경기회복에 대한 기대가 여전히 유효하지만, 1월의 주가 하락 원인들이 2월에도 영향이 지속될 가능성이 높아 보이기 때문에 당분간 보수적인 관점의 접근이 필요할 것으로 판단됨.

Market Review

Stock Price

IR WEBZINE
2014. January

01



구분	코웨이상승율			종합지수 상승율	KOSPI200 상승율
	주가	종합지수대비	KOSPI200대비		
5일	5.63	7.12	7.26	-1.49	-1.63
20일	4.52	8.01	8.81	-3.49	-4.30
60일	15.09	19.91	20.95	-4.82	-5.86

2014년 1월 코웨이의 주가는 약 2개월 반 가량 진행된 63,000~65,000원 박스권 등락을 마지막 거래일에 강하게 상향 돌파하며 전월 대비 4.83% 상승한 69,400원으로 마감, 향후 추가 상승에 대한 기대를 높임.

코웨이의 4분기 실적이 매출과 영업이익 모두 양호한 성장이 기대되는 가운데 애널리스트들의 목표주가 또한 상향 조정되고 있고, 기관투자자와 외국인투자자 모두 꾸준한 매수행진을 벌이며 주가 상승을 견인하는 양상. 연간 경영실적 또한 시장의 기대를 상회하며 투자자들의 기대에 부응.

1월 한 달간 당사의 외국인 보유 주식수는 전월 대비 79,349 주(0.2%) 증가하며 1월말 현재 53.51%의 지분율을 기록하고 있고, 기관투자자들은 동 기간 동안 48,780주의 순매수를 기록하였음.

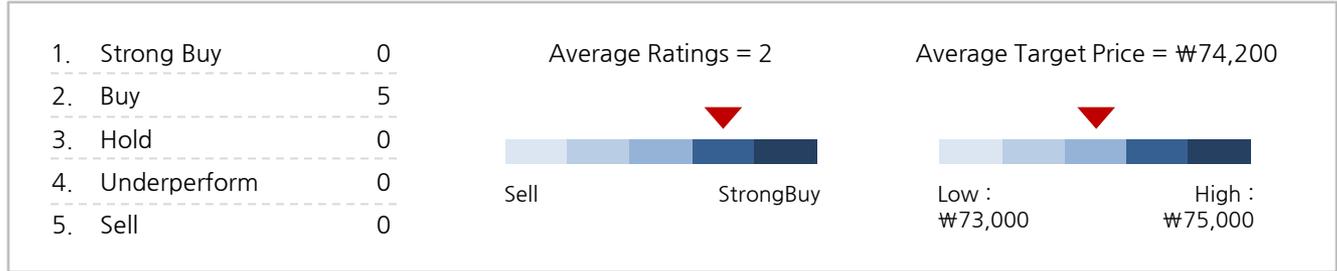
01/31 현재 41,270,489 주 보유	1월 주가상승율	1월 외국인 비중	1월 기관 순매수
	4.83%	79,349주 (0.2%)	48,780주

Market Review

Analyst Ratings

IR WEBZINE
2014. January

01



2014-01-28 | KDB대우증권 | 함승희 | 목표주가 : 75,000 | BUY [FULL REPORT VIEW](#)

기대를 상회하는 성과로 마무리하는 2013년
 코웨이의 4Q13 실적은 매출액 4,807억원(+4.5% YoY, -1.7% QoQ)과 영업이익 808억원(+126.7% YoY, -16.7% QoQ)으로 추정되어 컨센서스 영업이익 809억원과 유사한 수준의 실적을 기록할 전망이다. ...

2014-01-28 | KDB대우증권 | 함승희 | 목표주가 : 75,000 | BUY [FULL REPORT VIEW](#)

기대를 상회하는 성과로 마무리하는 2013년 (요약)
 코웨이의 4Q13 실적은 매출액 4,807억원(+4.5% YoY, -1.7% QoQ)과 영업이익 808억원(+126.7% YoY, -16.7% QoQ)으로 추정되어 컨센서스 영업이익 809억원과 유사한 수준의 실적을 기록할 전망이다. ...

2014-01-22 | IBK투자증권 | 안지영, 박찬은 | 목표주가 : 75,000 | BUY [FULL REPORT VIEW](#)

코웨이 2년 차로 순항
 2013년 4분기 개별기준 매출액은 4,894억원(+6.4% yoy), 영업이익 725억원(+103.7% yoy) 및 영업이익률 14.8%의 변경 추정치를 제시한다. 이를 반영한 2013년 매출액은 19,407억원(+7.4%), 영업이익 3,201억원(+40.5%) 영업이익률 ...

2014-01-15 | 한국투자증권 | 나은채 | 목표주가 : 73,000 | BUY [FULL REPORT VIEW](#)

4Q13 Preview: 실적 호조 지속, 2014년 청정기와 제습기에 주목
 4분기 별도 매출액은 전년대비 5% 증가한 4,829억원, 영업이익은 124% 급증한 796억원이 예상된다. 지난 4분기 일회성 비용을 감안하면 별도 영업이익은 26% 증가, 영업이익률은 16.5%으로 우리 예상과 시장 Consensus에 부합할...

2014-01-15 | 한국투자증권 | 나은채, 나진아 | 목표주가 : 73,000 | BUY [FULL REPORT VIEW](#)

4Q13 Preview: 실적 호조 지속, 2014년 청정기와 제습기에 주목
 4분기 별도 매출액은 전년대비 5% 증가한 4,829억원, 영업이익은 124% 급증한 796억원이 예상된다. 지난 4분기 일회성 비용을 감안하면 별도 영업이익은 26% 증가, 영업이익률은 16.5%으로 우리 예상과 시장 Consensus에 부합할...

코웨이 올빛, 피부 수분 채워주는 '물.빛.수분 선크림' 출시

- 한방수분에센스 70% 함유로 피부 내 수분 집중 공급
- 올빛 독자성분 '오리엔탈 수분 복합체' 함유해 열로 인한 피부 노화 예방



코웨이 (대표 김동현, www.coway.co.kr)의 한방화장품 브랜드 올빛 (www.allvit.co.kr)은 자외선에 의한 피부 손실 및 노화를 방지해주고 피부 내 수분을 채워주는 올빛 '물.빛.수분 선크림'을 출시했다.

피부 노화의 주 원인이 되는 햇빛은 피부에 열을 쌓아 피부 온도를 높이고 피부 속 수분을 빼앗아 건조한 피부를 만드는 과정을 통해 피부 손실을 유발시킨다.

올빛 '물.빛.수분 선크림'은 UVA와 UVB를 동시에 차단시켜 자외선으로부터 피부를 보호하고 한방수분에센스를 70% 함유하여 피부 내 집중적인 수분 공급을 통한 촉촉하고 산뜻한 피부를 만들어 주는 것이 가장 큰 특징이다. 뿐만 아니라 수분 순환 시스템을 적용해 피부 깊숙이 수분을 공급하고 피부 증발을 억제시켜 보습효과를 유지시켜준다.

또한 외부환경에 의해 피부온도가 올라가면 피부 노화가 촉진되기 때문에 올빛 '물.빛.수분 선크림'은 열로 인한 노화 및 안색을 탁하게 만드는 '화기(火氣)'를 다스려주는 올빛만의 독자성분 '오리엔탈 수분 복합체'(황귀·맥문동·당귀·지황)를 함유하여 피부 열은 낮추고 피부 노화도 방지해준다.

이 제품은 피부 진정에 탁월한 금은화수·감국꽃수 추출물 함유로 자외선으로부터 예민해진 피부를 진정시켜주며 행인·주엽나무열매가 피부 보호막을 만들어 햇빛으로 인한 노화를 억제해준다.

방해진 코웨이 올빛 브랜드 담당자는 "물.빛.수분 선크림은 자외선 차단 뿐만 아니라 수분 공급을 통해 피부 노화로부터 피부 건강을 지켜주는 제품"이라며 "자외선은 맑은 날 뿐만 아니라 흐린 날, 실외 뿐 아니라 실내에도 존재하기 때문에 항상 발라주는 습관 형성이 중요하다"라고 말했다.

코웨이, 대학생 글로벌 캠프 진행

- 캄보디아 'U.S.E.A' 학생들과 문화 교류 활동 통한 글로벌 인재 성장 지원
- 소외 계층 위한 '밥퍼나눔' 및 어린이 위생 위한 목욕 봉사활동 진행



생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)는 지난 18일부터 22일까지 3박 5일 동안 캄보디아에서 대학생 마케터 프로그램인 '그린메이커(Green Maker)' 6기 학생들을 대상으로 글로벌 캠프를 진행하며 현지 대학생들과의 문화 교류 및 봉사활동시간을 가졌다.

코웨이 '그린메이커(Green Maker)'는 자연을 상징하는 '그린(Green)'과 세상을 만들어가는 주체를 뜻하는 '메이커(Maker)'의 합성어로 국내 대표적인 대학생 마케터 프로그램이다. 현재는 그린메이커 6기가 마케팅 실무활동과 친환경 캠페인 기획·해외 탐방 프로그램 등을 통해 예비 마케터로서 실무역량을 쌓는 활동을 진행하고 있다.

이번에 진행된 캄보디아 문화 탐방에는 총 35명의 그린메이커가 참여하였으며 현지 대학교인 'U.S.E.A(University of South East Asia)' 학생들과 사회·경제·예술 등 다양한 분야의 문화교류를 통해 글로벌 리더의 자질을 키우는 시간을 가졌다. 또한 캄보디아에서 '밥퍼나눔' 운동으로 소외된 이웃에게 사랑을 실천하고 있는 사회복지단체 '다일공동체'와 함께 급식 봉사활동을 비롯한 오염된 환경으로 인해 질병에 노출되어 있는 아이들을 위한 목욕봉사활동도 함께 진행했다.

이번 해외 탐방에 참여한 이현경(명지대학교, 24) 코웨이 그린메이커는 "캄보디아 대학생들과 소통하고 나눔을 실천하는 과정으로 인해 한층 더 성장하는 계기가 되었다"며 "그린메이커로 활동하는 동안 다양한 마케팅 실무 프로그램을 체험하면서 마케터라는 꿈에 좀 더 다가선 느낌이다"라고 말했다.

윤현정 코웨이 마케팅본부장은 "대학생 마케터의 비전을 적극 지원하기 위해 국내 활동뿐만 아니라 해외 탐방 프로그램을 기획하게 되었다"며 "앞으로도 그린메이커 활동을 활성화하여 대학생들의 창의적 역량 개발과 실무능력 향상을 위해 힘쓰겠다"고 말했다.

‘코웨이 룰루비데 BA20-A’ 출시

- 소비자 의견 반영하여 여성세정 수압 세분화 및 소프트 세정기능 탑재
- 스테인레스 노즐과 항균 노즐팁 적용으로 위생성 강화



생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)가 사용자 중심 설계로 편의성과 위생성을 높인 ‘코웨이 룰루비데(제품명: BA20-A)’를 출시한다고 22일 밝혔다.

BA20-A는 코웨이가 자체적으로 실시한 ‘비데관련 소비자조사’ 결과를 바탕으로 사용자의 불편사항을 찾아내고, 이를 보완한 제품이다.

특히 기존 제품에서 여성세정 수압이 다소 강하다고 인식하는 고객들의 의견을 반영하여 수압 조절 단계를 3단계에서 5단계로 세분화하였다. 또한 민감한 여성 사용자를 위해 자연기포 공기방울로 부드럽게 세정해주는 ‘소프트 세정기능’을 탑재하였다.

BA20-A는 건강에 관심이 많은 소비자들을 위해 위생성도 강화하였다.

본 제품은 쉽게 오염되지 않는 스테인레스 노즐과 오염에 강한 항균 노즐팁을 적용하였으며 노즐덕트와 건조덕트를 분리 가능하도록 설계하여 위생성을 높였다.

또한 제품 렌탈 및 멤버십 고객에게는 코디가 2개월에 한 번씩 스팀으로 비데를 세척해주는 하트서비스와 노즐팁 교체 서비스를 제공하며, 4개월에 한 번씩 노즐덕트와 건조덕트도 교체해준다.

이 밖에도 어린이, 마사지, 절전 등의 다양한 기능을 추가하여 실용성을 높인 점도 특징이다.

윤현정 코웨이 마케팅본부장은 “BA20-A는 고객들이 비데를 사용하면서 조금이라도 불편하게 생각하는 점을 찾아 적극적으로 제품설계에 반영한 제품이다”며 “앞으로도 고객 중심에서 제품을 제작하여 고객만족도 증진에 힘쓸 계획이다”고 말했다.

BA20-A의 일시불 판매가는 65만 원이며 렌탈 서비스 가입 시 월 렌탈료는 2만 9백 원(등록비 10만원 기준)이다. 제품 문의는 1588-5100으로 하면 된다.

코웨이, 삼성전자 디지털 프라자와 공동마케팅 추진

- 삼성전자 스마트에어컨 Q9000 예약판매 기간 중 제품 구매한 고객 대상 코웨이 '에어컨 필터 살균 크리닝' 제공



생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)가 삼성전자 디지털 프라자와 에어컨 관리에 대한 공동마케팅을 추진한다고 20일 밝혔다.

이번 공동마케팅은 1월 17일부터 3월 말까지 진행되는 '삼성전자 스마트에어컨 Q9000 예약판매' 기간 중 디지털 프라자에서 에어컨을 구매한 고객에게 코웨이의 '에어컨 필터 살균 크리닝'을 제공하는 내용이다. 디지털 프라자는 삼성전자 제품 판매 전속점으로 전국 약 590여 개의 매장이 분포되어 있다.

'에어컨 필터 살균 크리닝'은 코웨이 위생전문가 '홈케어닥터'가 고객집을 직접 방문하여 에어컨의 오염된 필터를 포함한 다양한 부분을 관리해 주는 서비스로 에어컨을 깨끗하고, 건강하게 사용할 수 있도록 도움을 준다. 본 서비스는 전국 디지털 프라자에서 14년형 Q9000 에어컨을 구매하고, 삼성전자 멤버십에 가입한 고객을 대상으로 하며 온라인 신청을 통해 받아볼 수 있다.

코웨이는 서비스 신청을 한 고객에게 총 2차에 걸쳐 '에어컨 필터 살균 크리닝'을 제공한다. 에어컨 사용 전인 올 6~7월에 제품 설명 및 피톤치드 시공으로 구성된 안심케어를 제공하고, 내년 6~7월에는 필터 및 외관 크리닝, 피톤치드 시공 등의 클린케어를 2차로 제공한다.

나지혜 코웨이 홈케어기획팀장은 "에어컨은 관리하지 않고 오랫동안 그대로 두면 살모넬라균(salmonella) 등의 세균이 번식하여 호흡기질환 및 식중독 등의 질병을 일으킬 수 있기 때문에 주기적인 관리가 꼭 필요한 제품이다."며 "이번 공동마케팅을 통해 삼성전자 에어컨을 구입한 고객들이 안심하고 제품을 사용할 수 있을 것"이라고 말했다.

코웨이, 베이비페어 참가해 육아필수품 선보여

- 자연가습공기청정기·정수기 등 영·유아 건강 관련 총 32개 제품 전시
- 체험존 및 현장 이벤트 운영으로 방문객 만족도 향상



생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)는 1월 16일부터 19일까지 서울 삼성동 코엑스에서 열리는 서울국제임신출산육아용품 전시회인 '2014 코엑스 베이비페어'에 참가한다.

'베이비페어'는 지난 2000년 처음 개최되었으며 임신·출산·육아용품과 관련정보를 제공하는 국내 최대 규모의 육아박람회로 금년에는 국·내외 360여 개의 업체가 전시 참여한다.

코웨이는 이번 베이비페어에서 자녀들의 건강을 위협하는 미세먼지·황사 등으로부터 실내공기질을 쾌적하게 지켜주는 자연가습공기청정기를 비롯해 정수기·연수기·매트리스 등 총 32개 유아 건강 관련 제품을 선보인다. 특히 코웨이 자연가습공기청정기는 가습기 살균제가 필요 없는 위생적인 습도조절은 물론 4단계 항바이러스 필터시스템으로 공기 중 유해바이러스를 99.9% 제거해줘 아이가 있는 가정의 육아 필수품으로 자리매김했다.

코웨이는 전시된 전 제품을 현장에서 직접 체험해 볼 수 있도록 체험존을 운영할 뿐만 아니라 아이들을 위해 백설공주 캐릭터가 들어간 전시회 전용 카탈로그를 제작해 방문객들의 만족도를 높인다. 또한 부스를 방문하는 방문객들을 위해 퍼즐쇼·한뼀 찾기·스마트 용량 맞추기 등 제품과 관련된 다양한 이벤트를 통해 경품을 제공한다.

또한 코웨이는 방문객의 편리한 상담을 위해 별도의 상담 공간을 마련하였으며 현장에서 구매까지 가능하도록 각종 편의를 제공한다. 현장 구매 고객 전원에게는 아로마비타민 샤워헤드·프롬 바디케어세트(환경가전제품 구매 시) 및 프로젝트 어베드 향균 방수 커버(매트리스 구매 시)를 증정할 예정이다.

코웨이, 고객 소통 강화 위한 '톡톡기자단' 운영



생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)는 지난 13일 서울시 중구 순화동에 위치한 코웨이 본사에서 고객과의 소통강화를 위해 고객으로 구성된 '코웨이 톡톡기자단' 발대식을 가졌다.

'코웨이 톡톡기자단'은 '톡톡 튀는 아이디어를 세상에 이야기하다'라는 의미로 고객과의 커뮤니케이션 활성화를 위해 기획되었다. 기자단은 코웨이 대표 제품을 직접 사용해본 후 제품 개발 및 마케팅활동에 필요한 의견을 전달하고 회사의 다양한 정보들을 전달하는 기자 역할을 하게 된다.

이번 '코웨이 톡톡기자단'은 총 50명으로 코웨이 고객사이트 (www.payfree.co.kr)를 통해 선발되었으며 금년 상반기 동안 활동할 계획이다. 이들에게는 정수기 · 공기청정기 · 비데 등 코웨이 신제품과 제품 별 맞춤 관리인 하트서비스를 직접 체험해보는 기회가 제공된다.

김준현 코웨이 마케팅커뮤니케이션팀장은 "고객기자단의 활성화를 통해 기업과 고객이 좀 더 가까워지고 소통할 수 있는 계기를 마련할 예정"이라며 "앞으로도 코웨이만의 차별화된 고객 커뮤니케이션 전략으로 고객과의 접점을 더욱 확대해 나갈 계획이다"라고 말했다.

한편 코웨이는 고객과의 소통 강화를 위해 지난 2009년 8월부터 W_class 프로그램을 운영하고 있으며 가족갯벌체험 · 연극관람 · 뷰티클래스 등 다양한 주제로 체험프로그램을 진행하여 고객들로부터 큰 호응을 얻고 있다.

코웨이, 위생 강화한 대용량 자연가습공기청정기 출시

- 가습성능 'HH인증' · 공기청정성능 'CA인증' 모두 획득
- 가습필터 · 맞춤형 필터 교체 서비스 제공 통한 위생성 강화



생활환경기업 코웨이(대표 김동현, www.coway.co.kr)는 위생적인 가습필터 자연가습기술과 4단계 항바이러스 공기청정시스템을 적용해 가습과 공기청정을 동시에 해결해주는 코웨이 대용량 자연가습 공기청정기 APM-1514A(50m²)를 출시했다.

자연가습공기청정기 APM-1514A는 거실 · 사무실 등 15평형대에 사용 적합한 대용량 제품으로 공인인증기관에서 가습 및 공기청정기능에 대한 엄격한 품질인증시험을 통과한 제품에만 부여하는 'HH인증'과 'CA인증'을 모두 획득한 제품이다.

이 제품은 위생성 강화를 위해 가습기 살균제가 필요 없는 자연기화방식을 적용해 세균 걱정 없이 습도조절이 가능하며 세척 시 불편이 따르는 디스크 방식이 아닌 시기에 따라 교체해 사용하는 가습필터를 적용했다. 이 가습필터는 코디(서비스 전문가)가 4개월에 한번씩 가정에 방문해 교체해준다.

또한 APM-1514는 최근 이슈인 초 미세먼지도 걸러주는 4단계 항바이러스 공기청정필터를 탑재해 위생적인 실내환경을 마련해준다. 특히 코웨이만의 차별화된 '항바이러스 헤파필터'는 실내 공기 내 호흡기 질환의 원인이 되는 미세먼지를 걸러줄 뿐만 아니라 유해 바이러스를 99.9%이상 제거해 쾌적한 실내공기를 제공해준다.

코웨이 APM-1514A는 사용편의성을 강화하기 위해 황사전용필터 · 헌집전용필터 · 새집전용필터 등 3개의 맞춤형 필터를 사용자 생활 환경과 필요에 따라 선택해 사용할 수 있게 했다. 맞춤형 필터는 코디가 2개월에 한번씩 교체해주기 때문에 위생적으로 사용가능하다.

이 제품은 고급스러운 화이트 색상으로 디자인되어 세련된 집안 분위기 연출이 가능하다. 이 제품의 월 렌탈 가격은 39,400원(등록비 10만원 기준)이며 일시불 가격은 94만원이다.

박선정 코웨이 공기청정기 상품기획팀장은 “최근 미세먼지 이슈와 건조한 날씨가 계속됨에 따라 가족 건강을 위한 실내공기질 관리가 시급하다”며 “코웨이 자연가습공기청정기는 자동습도조절 및 공기청정기능이 한 제품에 탑재되어 있어 소비자의 니즈를 한번에 해결해 줄 수 있는 제품”이라고 말했다.

IR Activities

IR WEBZINE
2014. January

01

EVENT	국내 Conference
DATE	2014-01-28
LOCATION	페럼타워
NOTE	Barclays 증권