2025. 11. 3

소비재/플랫폼 Weekly

프로야 3Q25 실적 쇼크: 급변하는 중국 화장품 시장

Analyst 오린아 _ 유통/화장품 lina.oh@ls-sec.co.kr

꼭 체크해야 할 업종 이슈

✓ 3Q25 프로야 실적: 충격적 부진

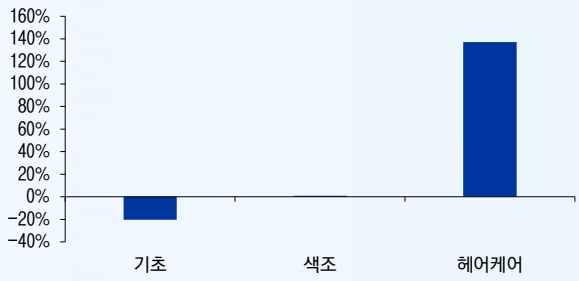
프로야의 3Q25 매출액은 YoY 11.6% 감소한 17억 3,600만위안, 순이익은 YoY 23.6% 감소한 2억2,700만위안을 기록. 주력인 스킨케어 매출이 YoY -20.4% 감소하며 ASP도 -22.2% 하락, 저가 자외선 차단 제품 비중 확대 영향. 색조 부문은 +0.9% 성장했으나 중저가 브랜드 확대로 수익성이 약화. 반면 헤어케어는 '스키니피케이션(护肤式护发)' 트렌드 확산에 따라 +137.7% 성장하며 유일한 고성장 카테고리로 부상

✓ 소비 회복 신호 감지되지만 광군제 경쟁 심화 전망

광군제 본행사를 앞두고 중국 뷰티 업계의 경쟁 강도가 한층 심화될 전망. 9월 중국 화장품 소매판매액은 YoY +8.6% 증가한 368억위안으로 올해 최고 성장률을 기록하며 소비 회복 조짐을 보였음. 다만 대형 브랜드들의 공격적 프로모션으로 ASP 하락 압력이 커지고 있어, 단기적으로 개별 브랜드들의 수익성 방어는 어려울 것으로 예상

이번주 업종 코멘트/전망

그림1 **프로야 3Q25 부문별 매출액 성장률**



자료: 프로야, LS증권 리서치센터

그림2 **프로야 헤어케어 브랜드 '오프앤릴랙스'**

자료: 프로야, LS증권 리서치센터

3Q25 프로야 실적: 충격적 부진

프로야의 3Q25 매출액은 17억 3,600만위안(YoY -11.6%), 지배주주순이익 2억 2,700만위안(YoY -23.6%)으로 부진한 실적을 기록. 주력 카테고리인 스킨케어 부문 매출액이 13억 1,600만위안(YoY -20.4%)으로 급감하며 전사 매출 비중이 75.8%로 8.4%p 축소. 광군제 프로모션 경쟁 심화로 스킨케어 ASP가 62.4위안(YoY -22.2%)까지 하락했고, 저단가 자외선 차단 제품 비중 확대가 영향을 미친 것으로 파악. 색조 부문 매출액은 2억 3,600만위안(YoY +0.9%)으로 소폭 성장했으나, 인스바하 등 중저가 브랜드 비중 확대로 ASP는 YoY 11% 하락. 반면 헤어케어는 스키니피케이션(护肤式护发) 트렌드 확산에 힘입어 1억 7,900만위안(YoY +137.7%)으로 고성장, ASP 또한 95.9위안으로 전 품목 중 최고 수준 기록

소비 회복 신호 감지되지만 광군제 경쟁 심화 전망

광군제 본행사를 앞두고 중국 뷰티 업계 내 경쟁 강도가 한층 높아질 전망. 다만 9월 중국 화장품 소매판매액은 368억위안(YoY +8.6%)으로 올해 들어 가장 높은 성장률을 기록하며 소비 회복 신호를 보여줌. 전월(+5.1%) 대비 상승폭이 확대된 가운데, 전체 소매판매액(41조 971억위안, YoY +3.0%)을 상회하는 성장세를 시현. 품목별로는 의류(+4.7%), 금·은·보석(+9.7%) 등 선택적 소비재의 회복세가 뚜렷. 다만 광군제를 앞둔 대형 브랜드들의 공격적 프로모션이 이어지며 ASP 하락 압력이 가중될 가능성이 높고, 이에 따라 브랜드들의 수익성 방어는 제한적일 것으로 전망

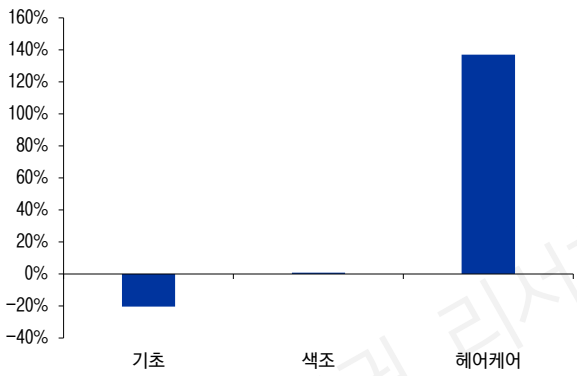
프로야 3Q25 실적 쇼크: 급변하는 중국 화장품 시장

3Q25 프로야 실적: 충격적 부진

올해 3분기 프로야의 매출액은 전년동기대비 11.6% 감소한 17억 3,600만위안, 지배주주순이익은 전년동기대비 23.6% 감소한 2억 2,700만위안으로 부진한 실적을 기록했다. 품목별로는 스킨케어 매출액이 YoY 20.4% 감소한 13억 1,600만위안을 기록해 가장 부진했고, 전사 실적에서 차지하는 매출 비중 또한 75.8%로 YoY 8.4%p 축소됐다. 스킨케어 ASP 또한 전년동기대비 22.2% 하락한 62.4위안을 기록했는데, 이는 자외선 차단 제품 등 저단가 제품의 비중 확대에 따른 영향으로 풀이된다. 전반적으로 주요 브랜드의 프로모션 경쟁이 심화되며 ASP 하락 압력이 지속된 가운데, 프리미엄 스킨케어 카테고리의 회복이 지연되었다. 더불어 여러 브랜드들의 새로운 앰배서더 투자 증가 영향도 있었다.

3Q25 색조 부문 매출액은 YoY 0.9% 증가한 2억 3,600만위안을 기록했으며, ASP는 YoY 11% 하락한 84.2위안이었다. 이는 인스바하(중저가)의 판매 비중 상승이 영향을 미쳤다. 의외로 선전한 부문은 헤어케어 카테고리인데, YoY 137.7% 성장하면서 매출액 1억 7,900만위안을 기록했다. 매출 비중 또한 YoY 6.5%p 상승한 10.3%를 기록했고, ASP도 95.9위안으로 품목 중 가장 높은 수준을 보였다. 최근 중국에서 스키니피케이션(护肤式护发)이 새로운 헤어케어 트렌드로 자리 잡으면서 두피 또한 관리해야 할 피부라는 인식이 확대되고 있는데, 이러한 트렌드가 반영된 실적이다.

그림1 **프로야 3Q25 부문별 매출액 성장률**



자료: 프로야, LS증권 리서치센터

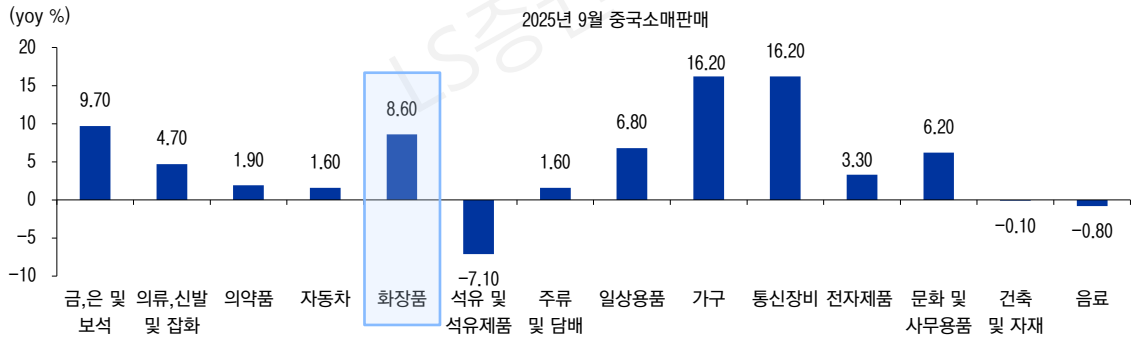
그림2 **프로야 헤어케어 브랜드 '오프앤릴랙스'**

자료: 프로야, LS증권 리서치센터

소비 회복 신호 감지되지만 광군제 경쟁 심화 전망

광군제 본행사를 앞두고 뷰티 업계의 경쟁은 한층 더 치열해질 전망이다. 다만 9월 중국 화장품 소매판매액은 전년동기대비 +8.6% 증가한 368억위안으로, 올해 들어 가장 높은 성장률을 기록했다. 8월(+5.1%) 대비 상승폭이 확대되며 소비 회복 조짐을 보여준 점은 긍정적이다. 같은 달 전체 소매판매액은 전년동기대비 +3.0% 증가한 41조 971억위안으로, 전체 소비 대비 화장품 판매가 빠른 회복세를 보였다. 품목별로는 의류(+4.7%), 금·은·보석(+9.7%) 등 선택적 소비재 중심의 수요가 개선되는 흐름이다. 다만 본격적인 할인 경쟁이 시작되는 광군제 시즌을 앞두고 주요 브랜드들의 판촉 강도가 높아지고 있어, ASP 하락 압력이 지속되는 프로야 등 로컬 뷰티 기업에게는 부담이 될 가능성이 높다.

그림3 **2025년 9월 중국 품목별 소매판매액 성장률**



자료: 중국국가통계국, LS증권 리서치센터 터

LS증권 리서치센터

표1 국내 소비재/플랫폼 주간 수익률?

	현재가 (pt, 원)	시가총액 (억원)	수익률 (%)						P/E			P/B		
			1W	1M	3M	6M	12M	YTD	2024	2025E	2026E	2024	2025E	2026E
코스피	4,108	33,834,686	4.2	19.9	26.6	60.7	60.7	71.2	-	-	-	-	-	-
코스피 대형주	4,260	29,561,063	4.9	22.6	30.8	67.5	67.6	78.3	-	-	-	-	-	-
코스닥	900	4,747,183	2.0	6.9	11.8	25.5	21.2	32.8	-	-	-	-	-	-
코스피 중형주	3,751	3,245,312	0.6	6.1	6.0	31.3	30.1	41.1	-	-	-	-	-	-
코스피 소형주	2,454	969,151	-1.2	0.3	-1.4	10.9	12.5	17.2	-	-	-	-	-	-
유통														
코웨이	89,200	64,143	-3.8	-9.4	-18.1	1.7	41.6	33.3	11.0	10.4	8.8	2.0	1.7	1.5
호텔신라	48,700	19,114	-0.9	-5.3	3.8	10.8	9.2	32.0	-334.5	-54.1	21.4	3.1	1.5	1.4
BGF 리테일	103,600	17,906	0.4	-4.1	-8.4	-3.9	-10.5	1.1	9.4	9.8	9.0	1.5	1.4	1.3
GS 리테일	17,730	14,824	1.9	6.5	8.7	19.8	-17.9	7.5	31.0	13.0	8.8	0.4	0.5	0.4
롯데쇼핑	65,100	18,416	-3.0	-8.1	-9.3	-4.0	-1.4	20.3	32.0	11.6	7.1	0.2	0.1	0.1
신세계	173,700	16,754	-2.5	-7.2	1.1	9.9	12.9	30.6	8.2	10.0	7.4	0.4	0.4	0.3
이마트	72,200	19,924	-2.4	-4.4	-19.2	-21.3	10.6	13.9	-210.3	13.9	7.5	0.2	0.2	0.2
현대백화점	80,800	18,284	-1.6	-8.7	14.3	35.1	71.6	71.0	196.3	8.0	7.2	0.4	0.4	0.4
SK 네트웍스	4,540	10,046	-1.7	2.3	-0.7	7.3	-13.7	9.4	8.8	22.3	17.6	0.4	0.4	0.4
인터넷														
NAVER	267,500	419,581	8.3	-0.4	13.8	33.4	57.4	34.5	24.3	21.7	19.0	1.6	1.5	1.4
카카오	65,100	287,949	10.0	9.2	12.2	70.2	76.2	70.4	91.2	54.0	46.8	2.8	2.7	2.5
게임														
크래프톤	276,000	130,807	-3.8	-5.6	-16.0	-25.7	-16.6	-11.7	13.1	13.4	10.5	1.9	1.6	1.4
넷마블	54,100	46,501	-0.9	-12.3	-9.2	21.0	-6.7	4.6	27.9	14.1	14.0	0.9	0.8	0.7
엔씨소프트	220,500	47,505	8.4	2.1	13.8	50.7	1.4	20.4	145.0	44.9	16.3	1.4	1.4	1.3
펄어비스	34,600	22,230	-1.1	-2.4	-11.4	-2.4	-10.6	24.9	376.8	-56.4	14.9	2.9	2.8	2.3
카카오게임즈	16,110	14,465	2.9	3.2	-6.2	13.5	-9.3	-1.7	-71.0	-23.9	46.1	0.9	1.1	1.1
더블유게임즈	50,200	10,791	-0.2	-3.5	-10.4	-11.0	-5.6	-6.9	6.4	7.8	6.5	1.0	0.8	0.7
NHN	28,950	9,775	4.0	7.2	0.9	30.4	72.1	64.0	-11.8	22.5	11.7	0.6	0.6	0.6
웹젠	12,070	4,176	-1.2	-7.6	-17.6	-12.6	-28.9	-12.0	7.3	12.2	7.5	0.5	0.5	0.5
컴투스	34,100	4,344	-2.9	-6.7	-11.9	-13.3	-21.5	-26.7	42.1	30.9	16.9	0.4	0.4	0.4
화장품														
아모레퍼시픽	120,900	70,718	1.9	-1.1	-10.2	-2.8	3.7	15.4	12.1	27.0	21.1	1.5	1.5	1.5
LG 생활건강	284,500	43,536	0.2	-0.5	-10.0	-15.7	-14.2	-6.7	17.8	32.4	21.7	0.8	0.8	0.8
실리콘투	45,000	27,527	1.1	-1.8	-13.0	25.9	17.8	37.6	22.6	17.6	13.1	10.7	6.8	4.4
아모레퍼시픽홀딩스	25,400	20,182	0.8	-4.7	-18.2	10.7	13.7	22.1	8.6	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0
한국콜마	77,000	18,176	2.4	-1.0	-21.0	1.5	8.6	39.8	24.6	16.5	12.3	2.5	2.1	1.8
코스맥스	204,500	23,210	0.2	-4.7	-18.7	18.6	35.5	37.2	25.1	22.5	14.4	5.1	4.3	3.4
브이티	25,000	8,735	-2.0	-17.6	-30.8	-34.7	-26.5	-37.5	10.6	10.5	9.0	4.4	2.9	2.2
코스메카코리아	66,100	7,059	-2.7	-9.7	-2.1	52.8	-17.0	19.5	17.0	15.8	12.4	3.3	2.7	2.2
씨앤씨인터내셔널	37,600	5,125	-3.6	-7.7	-15.1	16.8	-43.9	-17.7	12.0	18.2	15.4	1.8	1.9	1.8
클리오	14,300	2,584	-2.3	0.7	-5.0	-21.0	-35.6	-16.9	0.0	17.6	12.6	0.0	1.1	1.0
한국화장품제조	54,000	2,447	0.9	-6.7	-15.6	-2.9	-27.0	4.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
아이패밀리에스씨	17,770	3,078	-2.7	-18.7	10.3	-14.8	-5.7	-4.9	9.8	11.5	9.0	3.0	2.6	2.1
마녀공장	16,370	2,681	2.6	-1.0	-8.5	-11.0	-10.7	12.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: Quantiwise, LS증권 리서치센터

주: 2025.10.31 종가 기준

LS증권 리서치센터

Compliance Notice

본 자료에 기재된 내용들은 작성자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다(작성자: 오린아).

본 자료는 고객의 증권투자를 돕기 위한 정보제공을 목적으로 제작되었습니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치본부가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 참고자료로만 활용하시기 바라며 유가증권 투자 시 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다.
따라서 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

본 자료는 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있으며 어떠한 경우에도 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형될 수 없습니다.

_ 동 자료는 제공시점 현재 기관투자가 또는 제 3 자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재당사에서 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재 당사의 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자가 보유하고 있지 않습니다.

_ 동 자료의 추천종목에 해당하는 회사는 당사와 계열회사 관계에 있지 않습니다.

투자등급 및 적용 기준

구분	투자등급 guide line (투자기간 6~12개월)	투자등급	적용기준 (향후12개월)	투자의견 비율	비고
Sector (업종)	시가총액 대비 업종 비중 기준 투자등급 3단계	Overweight (비중확대) Neutral (중립) Underweight (비중축소)			
Company (기업)	절대수익률 기준 투자등급 3단계	Buy (매수)	+15% 이상 기대	89.4%	2018년 10월 25일부터 당사 투자등급 적용기준이 기존 ±15%로 변경
		Hold (보유)	-15% ~ +15% 기대	10.6%	
		Sell (매도)	-15% 이하 기대		
		합계		100.0%	투자의견 비율은 2024. 10. 1 ~ 2025. 9. 30 당사 리서치센터의 의견공표 종목들의 맨마지막 공표의견을 기준으로 한 투자등급별 비중임 (최근 1년간 누적 기준. 분기별 갱신)