

“Olaplex Holdings, Inc. (OLPX: NSQ)”

독보적 헤어케어 뷰티 기업

Summary

헤어케어 브랜드
나스닥 상장
시총 18조원

럭셔리 헤어케어 뷰티 기업 **Olaplex(올라플렉스)**가 9월 30일 미국 나스닥 시장에 상장되었습니다. 헤어케어 이외의 새로운 뷰티 브랜드를 개발하여 사업을 확장하기 위해 1.5조원의 공모금을 조달했습니다. 상장 후 시가총액이 18조원 이상입니다. 공모가 밴드가 \$17-19였는데 \$21에 공모가가 결정되었고, 현재 \$23.8로 주가가 13.3% 상승했습니다. 뷰티 기업으로서는 공모 규모가 상당한 것으로 평가됩니다.

럭셔리 헤어케어
시장 선두
전체 시장 대비
성장률 36배

전세계 헤어 케어 시장 규모는 2020년 111조원 이상이었습니다. 매년 2.5%씩 꾸준히 성장할 것으로 예상되며, 2026년에는 130조원 이상이 될 것으로 기대됩니다. 그 중 올라플렉스가 타겟으로 하는 **럭셔리 헤어케어 시장**은 2020년 18조원 규모였고, 2027년에는 37조원 이상이 될 것으로 예상되는데 매년 약 6%씩 성장할 것으로 기대됩니다. 시장 대비 성장세는 놀랍습니다. 올라플렉스의 매출은 2020년 90%(YoY) 성장했습니다. 전체 헤어케어 시장 성장률의 36배, 럭셔리 시장 성장률의 15배에 달합니다. 급격한 매출 성장에 더해 새로운 브랜드 출시까지 예정되어 있어 상장 후 성장세도 기대됩니다.



출처: Olaplex 투자설명서

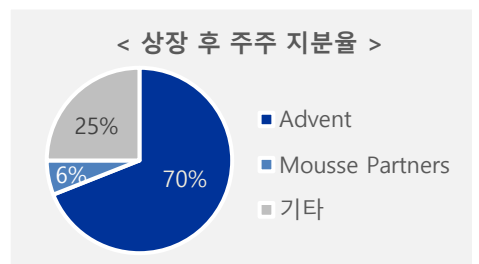
History

헤어 스타일리스트
관계 마케팅
Brand 관리

올라플렉스는 2014년 뷰티 산업 전문가 Christal 형제에 의해 설립되었습니다. 모발 보호와 손상 회복 기능 'bond-building'에 대한 특허 기술을 상용화했습니다. 케어, 샴푸, 염색, 펌 등 토탈 헤어케어 솔루션 제품 라인을 자랑하는 올라플렉스는 미용실의 **헤어 스타일리스트**들을 통해 긍정적인 입소문을 탔습니다. 올라플렉스는 웹사이트에 자사 제품을 사용하는 헤어 스타일리스트들을 지역 기반으로 추천하는 방식으로 프로모션해줄 만큼 스타일리스트 고객들과의 관계를 전략적으로 관리해왔습니다. 충성 고객이 된 스타일리스트들을 기반으로 일반 소비자들에게도 브랜드를 알리게 되었습니다. 2019년에 이미 독립적인 헤어케어 브랜드로서 가장 큰 규모를 가진 기업 중 하나로 성장하게 됩니다.

글로벌 사모펀드
Advent의
투자자와 사업 육성
의지

사모펀드 회사 **Advent International(어드벤처 인터내셔널)**은 2020년 1월에 올라플렉스 인수를 완료하였습니다. 상장 후 현재, 지분의 70%를 소유하고 있습니다. 인수 직후 어드벤처는 JuE Wong(주이웡)을 CEO로 임명했습니다. 그녀는 헤어와 바디 제품 분야의 글로벌 리더 기업인 Moroccanoil의 CEO로 재직한 이력이 있습니다. 그녀는 시장 점유율 상승, 소비자 관계 전략에 있어 뛰어난 리더십을 가지고 있습니다. 올라플렉스를 적극적으로 육성하고자 하는 어드벤처의 의지를 짐작할 수 있습니다.



출처: Olaplex 투자설명서

Business

코로나 위기
- 유통혁신 DTC
(Direct-to-Consumer)로 극복

매출은 2020년에 3천4백억원으로, 전년도의 1천8백억원 대비 90% 증가했습니다. 2021년 상반기 매출은 3천2백억원으로, 전년 동기 대비 170% 상승했습니다. 2021년 상반기에는 1천1백억원의 순이익을 기록했는데, 전년 동기 3백억원의 손실실을 기록했던 것을 고려하면 급반전이라고 할 수 있습니다. 영업이익률 또한 2021년 상반기에 55%를 기록하며 전년동기 -8.1%에 비해 극적인 반전추세를 보였습니다. 이같은 극적 반전은 코로나로 인한 위기를 채널 혁신으로 극복했기 때문이었습니다. 올라플렉스는 **DTC(Direct-to-Consumer)** 채널을 메인 채널로 개발해냈습니다. 락다운으로 미용실 방문이 크게 감소한 상황에서 각종 SNS를 통한 전자 상거래로 직접 일반 소비자에게 제품을 판매한 것이 주효했다고 분석됩니다

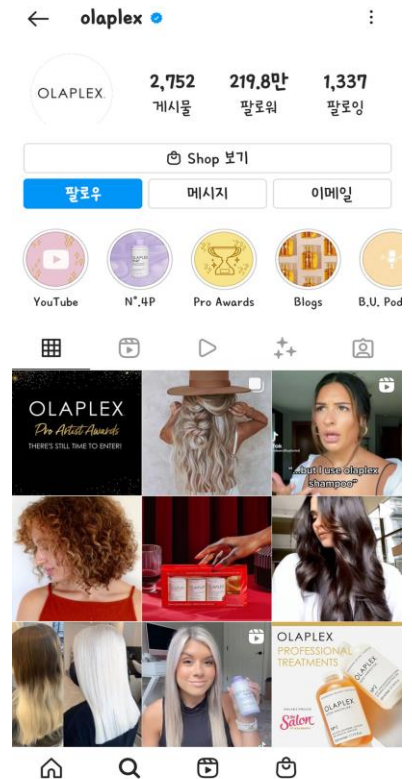
USD(백만)	2019	2020	1H20	1H21
매출액	148	282	100	270
영업이익	60	86	(8)	149
순이익	60	39	(22)	95

출처: Olaplex 투자설명서

옴니채널로 성장
- 스타일리스트
- 소매점(세포라)
- DTC: SNS 채널
적극적 활용

올라플렉스는 다양한 유통 채널을 구축하고 있습니다. 전문 헤어 스타일리스트를 통한 채널이 기존 채널이고, 뷰티 전문 소매점 채널을 통한 판매도 확장 중입니다. 2020년 기준 세포라에서 헤어 케어 제품 중 가장 큰 매출을 올렸는데 소매점 채널을 통해 유럽과 아시아로의 진출을 더욱 확대할 예정입니다.

최근 가장 적극적으로 활용하는 채널은 **DTC(Direct-to-Consumer)**입니다. 인스타그램과 틱톡 등 SNS를 통해 직접 소비자에게 판매합니다. 현재 Olaplex 공식 인스타그램 계정이 확보한 팔로워 수는 220만명 정도로, 헤어 케어 브랜드 중 가장 많습니다. 코로나로 인해 SNS 채널을 집중적으로 관리하면서 스타일리스트들을 인플루언서로 활용하고 있습니다. 일반 소비자들을 새로운 고객으로 끌어들이면서 브랜드 인지도를 올렸고, 스타일리스트 고객들의 충성도를 확고히 하는 효과를 거둘 수 있었습니다.



출처: Olaplex 공식 인스타그램 계정
2021.10.5 캡처

Key Insight

SNS와 인플루언서
- 대세를 파악한
급성장

SNS 채널을 적극 활용하며 브랜드 인지도와 고객 충성도를 높인 전략이 주효했습니다. 라이브 커머스처럼 인플루언서를 활용해 제품에 대해 상세하게 설명해 고객들의 접근성을 높였고, 코로나로 인한 위기를 기회로 만들었습니다. 비대면 시장의 활성화와 함께 활발해진 전자상거래 시장이 올라플렉스의 매출 성장을 가속시켰습니다. 헤어와 뷰티 제품에 관심이 많은 젊은 층의 소비 패턴을 빠르고 정확하게 파악하는 것에 경쟁력을 가지고 있는 것입니다. 글로벌 사업을 더욱 확장해 나갈 때, 그리고 새로운 브랜드를 출시할 때에도 이와 같은 기민하고 적극적인 채널 전략은 유효할 것으로 보입니다. 향후 성장세가 주목됩니다.