

투자 의견

Not Rated

현재 주가

5,050 원

탐방일자

2026.08.04

발간일자

2026.08.26

Company Data

시가총액	236억원
발행주식수	4,679,308주
유동주식수	2,361,700주
자본금	9.4억원
액면가	200원

Stock Data

52주 최고가	14,900원
52주 최저가	4,000원
3개월 일평균 거래대금	1.2억원
외국인지분율	3.29%
유동주식 비율	50.47%
주주현황	

- 김성구 32.76%

- 자사주 5.83%

- 바이오포트코리아 우리사주 2.08%



Analyst

이충현

value@valuefinder.co.kr

現 독립리서치법인 밸류파인더 대표 & 연구원
금융투자분석사 자격보유(금융투자협회)

前 유안타증권 / IBK투자증권



독립리서치법인 밸류파인더

공식 텔레그램 채널 QR코드

홈페이지 : <https://valuefinder.co.kr>

바이오포트 (188040, KQ)

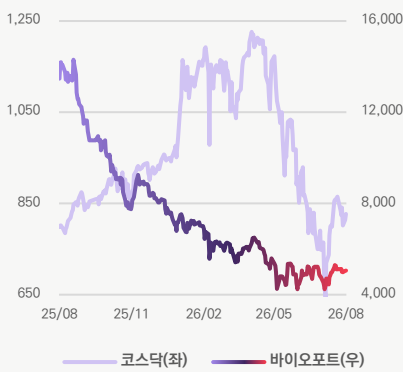
‘K-라면’ 수출성장률 넘어선 ‘K-유자’,
글로벌 대형 회원제 창고형 할인점 ‘C사’ 레퍼런스에 주목

투자 SUMMARY

- 2004년 설립, 2025년 코스닥 시장에 상장한 스낵류 및 음료 제조 전문기업
- 글로벌 대형 회원제 창고형 할인점 ‘C사’ 장기간 납품 레퍼런스 보유가 높은 진입장벽
- 극단적 SKU 압축 압박 속에서도 스테디셀러 기반 매출 성장을 유지하며 경쟁력 입증
- 미국, 필리핀 내 매출 호조를 바탕으로 수출 지역 다변화 및 성장 모멘텀 확보
- 국내 선도 음식료 기업의 해외 진출 로드맵 추종 및 지속적인 호실적 전망
- 실적 성장에 따른 주주환원정책 발표 및 시행은 기업가치 제고로 이어질 가능성 有

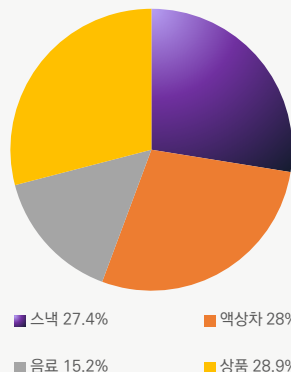
바이오포트 주가 추이

(단위 : pt, 원)



바이오포트 매출비중

(1H26 기준)



바이오포트

연도별 실적 및 주요 지표 추이

(단위 : 억원, 원, 배, %)

	2022	2023	2024	2025	1H26
매출액	605	687	733	709	432
영업이익	32	49	52	8	23
지배주주순이익	23	34	41	-14	24
영업이익률	5.3%	7.2%	7.1%	1.2%	5.3%
ROE	19.4%	23.5%	19.1%	-4.1%	7.4%
EPS	45,067	67,388	1,439	-336	520
BPS	225,559	287,017	7,879	8,648	9,044
PER	N/A	N/A	N/A	N/A	6.4
PBR	N/A	N/A	N/A	0.9	0.6

*: 2022년은 별도 재무제표 기준

자료: 전자공시 DART, 밸류파인더

2004년 설립, 2025년 코스닥 시장 상장한 식품 및 음료 제조, 판매업체

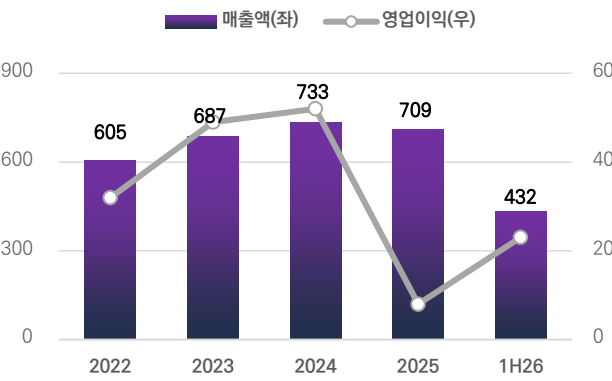
2004년 설립, 2025년 코스닥
상장한스낵류 및 음료
제조 전문기업

동사는 2004년 설립, 2025년 코스닥 시장에 상장한 음식료 제조 전문기업이다. 주요 사업은 스낵류, 액상차, 파우치 음료 제조 및 판매로, 자체 생산설비를 기반으로 OEM/ODM 사업도 영위하고 있다. 주력 수출 품목은 유자생강차(액상차)로, 2014년부터 글로벌 대형 회원제 창고형 할인점 C사(이하 C사)에 지속 납품 중이다. 1H26 기준 매출비중은 액상차 28.0%, 스낵 27.4%, 상품 28.9%, 음료 15.2%로 구성돼 있다.

외부 변수로 인한 매출 정체 발생
정체 해소 이후 수출 확장 국면에 진입

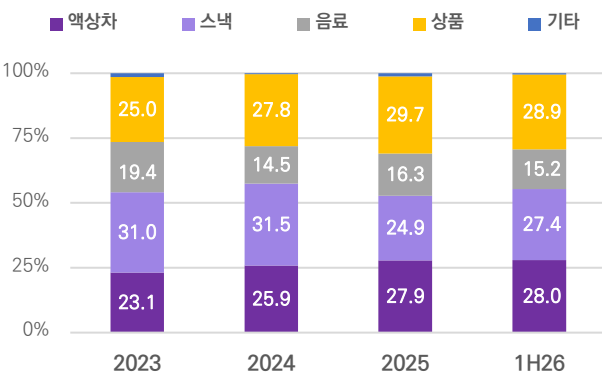
2025년 영업이익은 8억원으로 역성장(-84%, YoY)을 기록했으나, 해외 시장 중심(2Q26 기준 수출비중 43.8%)의 성장에 힘입어 즉시 1H26에 턴어라운드 성공했다. 주요 수출국인 美 관세 정책 시행에 따른 판가 산정 난항으로 일시적 매출 정체 및 당기순손실이 발생, 현재는 관세가 확정됨에 따라 악재가 해소된 상태다. 이에 따라 C사향 납품 레퍼런스에 기반한 수출 모멘텀에 주목할 필요가 있다. 향후 필리핀 시장의 매출 성장세 지속과 더불어 중국 판로 개척, 새우칩, 두부칩, 카사바칩 출시 예정으로 유당 스낵류 성장축 다변화가 전망된다. 또한 기존 유통망을 활용하여 K-뷰티 사업 진출, 카테고리를 늘려나가며 중장기적 성장 동력을 확보해가고 있다. 이러한 행보는 국내 선도 음식료 기업들의 글로벌 확장 로드맵과 궤를 같이하며, 현 시점은 동사의 주가 리레이팅(Re-rating)이 본격화되는 구간으로 판단된다.

그림1 바이오포트 매출액 및 영업이익 추이 (단위: 억원)



자료: 전자공시 DART, 밸류파인더

그림2 바이오포트 사업부문별 매출비중 (단위: %)



자료: 전자공시 DART, 밸류파인더

그림3 바이오포트 주요 연혁

도입기		성장기	
2004	(주) 바이오포트코리아 설립	2014	필리핀 수출 (S&R Shopping) C사 USA 입점
2005	C사 한국 입점	2016	C사 캐나다 입점
2009	기업부설연구소 설립	2017	미국 식료품 체인점 T사 입점
2011	자가 공장 이전 (부산 기장 소재) GS25 편의점 입점	2019	이마트 24 입점, C사 호주 입점
2012	발효홍삼(건강기능식품) 미국 수출 세븐일레븐 입점	2020	C사 중국, 대만 입점 생산 2호동 증설
2013	자가 공장 이전 (경남 양산 소재)	2025	코스닥 시장 상장 서울 영업본부 및 연구소 개소

자료: 바이오포트, 밸류파인더

그림4 주력 수출 액상차 유자생강차



자료: 바이오포트, 밸류파인더

그림5 주력 수출 스낵 갈라마리 스낵



자료: 바이오포트, 밸류파인더

극단적 SKU 압축 압박을 이겨낸 장기 납품 레퍼런스가 갖는 의미

동사 주요 고객사인 C사의 재고 관리 시스템은 타 참고형 할인점 대비 엄격하게 운영된다. 특히 SKU(Stock Keeping Unit, 품목 관리 단위) 수를 극단적으로 압축하는 전략을 취하고 있다. SKU란 유통업에서 재고를 식별·관리하는 최소 단위로, 용량/패키지 형태/맛 등의 차이에 따라 개별 품목으로 구분된다. 동일한 제품이라도 용량이 다르면 별도 SKU로 관리되는 방식이다.

극단적인 C사 SKU 관리 정책은
경쟁사와 차별화된 매출 전략의 결과

C사는 대형 매장임에도 전체 SKU를 4천개 이하로 유지하며, 회전율이 저조한 제품은 입점을 중단하고 공급업체에 반품하는 정책을 유지하고 있다. 경쟁 참고형 할인매장인 W사의 SKU가 매장 규모 및 시기에 따라 8~12만개 수준인 점을 감안할 때, C사의 품목 관리의 극단적인 수준이다. W사가 다품종 소량 공급과 매일 최저가 전략을 추진하는 반면, C사는 품목별 최우수 상품만을 선별하는 대신 마진을 낮춰 판매한다. 이는 단순 상품 판매 마진보다 회원제 수익을 기반으로 높은 고객 충성도를 유지하려는 매출 전략의 차이에서 비롯된다. 이러한 구조적 특성으로 인해 제조사 및 브랜드사 입장에서 C사향 납품 진입 장벽이 더 높다.

C사는 회원제 수입을 기반으로 운영되는 만큼 고객 만족 중심의 정책을 유지한다. 품질 미달을 포함한 단순 변심, 사용/섭취한 제품 및 장기 경과 제품에 대해서도 고객 의사에 따라 100% 환불을 진행하며, 이로 인한 비용 패널티를 공급업체에 전가하는 환불 정책을 시행하고 있다. 이러한 환경 속에서 10년 이상 납품을 유지하고 있다는 점은 동사 제품의 납품 역량과 현지 구매자의 꾸준한 관심과 소비를 증명해준다.

그림6 C사의 Vendor Standard Terms & Conditions

"Supplier shall grant a full refund to 'C' or, if 'C' so elects, issue a credit or replacement with respect to any shipment, Product or portion thereof that 'C' rejects, returns or revokes acceptance of. 'C' may also offset costs associated with defective packaging, monies owed for regulatory fines or penalties..."

- 'C'가 거부, 반품, 승인 철회한 선적물이나 제품에 대해 공급자는 전액 환불, 교환을 보장해야 한다 -

자료: SEC Filings, 밸류파인더

그림7 필리핀 S&R Shopping



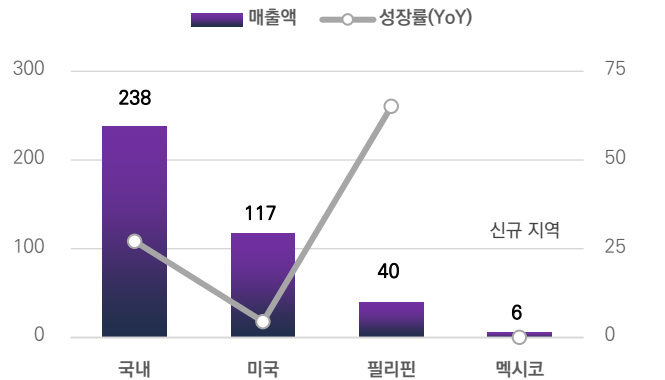
자료: S&R Membership Shopping SNS, 밸류파인더

스테디셀러 레퍼런스가
해외 수출에 수월함 제공

동사가 액상차 납품하는
S&R의 공격적 확장을 수혜로 판단

그림8 1H26 지역별 매출액 및 성장률

(단위: 억원, %)



자료: 바이오포트, 밸류파인더

■ 납품 레퍼런스 통한 필리핀 지역에서의 고성장세 주목

일반적으로 유통 채널에서 대형 유통 체인 납품 이력을 보유한 기업이나 전문성을 인정받은 제품은 더 신뢰도를 확보하게 된다. C사에 스테디셀러 제품을 확보한 동사 역시 해당 수혜를 받고 있다. 동사는 ‘C사 납품 레퍼런스’라는 후광 효과에 힘입어 신규 판로 개척 시, 효과적인 영업 활동을 전개할 수 있다. 보편적인 음식료 기업의 해외 진출 방식인 ‘현지 중소형 식료품 매장 순차 입점’ 절차를 거치지 않고, C사의 해외 점포망 확장에 맞춰 본사 주력 제품 정보를 해외 매장 바이어에게 바로 전달할 수 있는 덕분이다.

C사의 비즈니스 모델을 벤치마킹한 필리핀 유통 체인 S&R Shopping(이하 S&R)도 동일하다. S&R도 전체 SKU를 4천개 수준으로 엄격히 관리하며, 개별 상품의 판매 마진을 높이기보다 회원제 수입과 대량 판매를 지향하는 창고형 할인점 형태다. 동사는 유사 매장인 S&R을 중심으로 납품 레퍼런스에 기반해 필리핀에 액상차 제품, 화장품을 수출 중이다. 필리핀에서 S&R은 타 유통 채널 대비 높은 점포당 매출 성장에 힘입어 중장기 ‘공격적 점포 확장’ 전략을 추진 중이다. 현재 필리핀 전역의 S&R 매장은 33개로 연평균 4개 점포씩 확대돼 왔으며, 2028년까지 50개 점포로 확대될 전망이다. 이러한 S&R의 점포망 확장과 맞물려 동사는 필리핀 시장에서 1H26 기준 전년대비 +65.1% 매출 성장을 달성, 향후 북미 외 지역으로의 수출 다변화 및 해외 실적 성장이 지속될 것으로 기대된다.

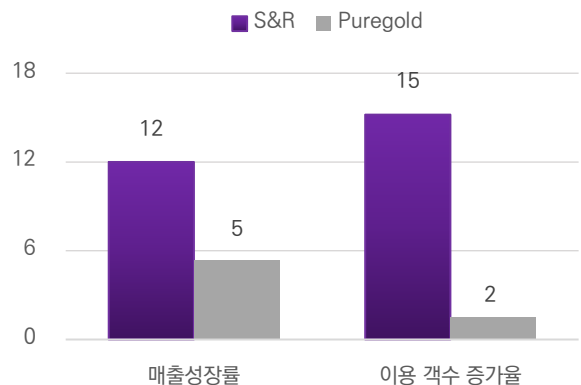
그림9 필리핀 S&R 지배기업 Cosco capital의 확장 코멘트

“Fast forward to today, there are now 22 Warehouses Clubs across the Philippines, and S&R plans to go on aggressive expansion in the next 5 years.”

- 2022년 게시한 운영 방침, 5년간 공격적 출점을 명시 -

그림10 PureGold 대비 S&R의 동일점 성과

(단위: %)



* PureGold: Cosco capital이 소유한 필리핀 지역의 서민층 대상의 소매형 슈퍼마켓

자료: Cosco Capital 홈페이지, 밸류파인더

자료: Cosco Capital IR, 밸류파인더

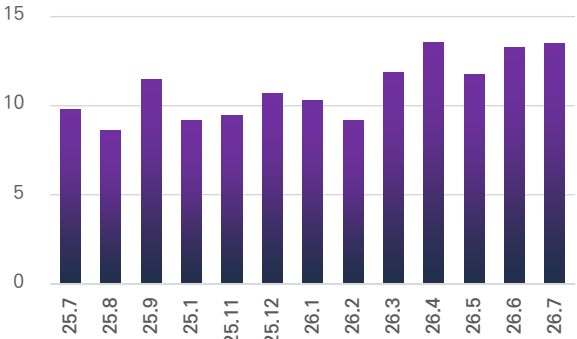
그림11 화장품 유통사업 주요 제품



자료: 바이오포트, 밸류파인더

그림12 K-뷰티 수출 데이터 추이

(단위: 억 달러)



우수한 제품력, 브랜드 인지도 확산에 미국, EU의 주요시장 외에도 중동, 중남미 등 신흥시장 수출이 전년대비 증가

자료: 산업통상자원부, 밸류파인더

장기간수출성공로
화장품유통사업진출

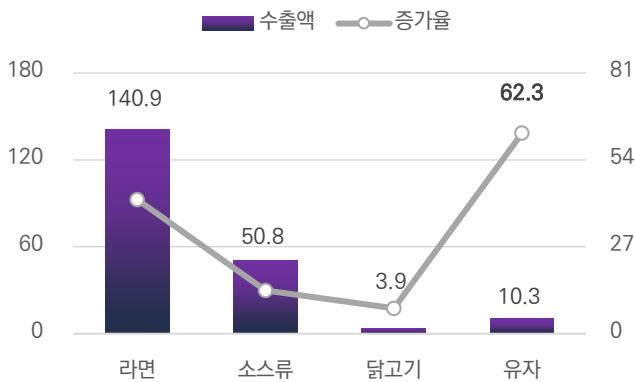
해외 판로 확보 역량 기반 화장품 유통 사업 진출

동사는 지난 4일 언론보도를 통해 K-뷰티 관련 해외 판로 확대 계획을 알렸으며 필리핀 지역에서 뷰티 제품 관련 매출이 발생하고 있다. 구체적인 내용은 필리핀 주요 거래처인 S&R 에서 뷰티 카테고리 강화를 위해 동사에 관련 제품의 현지 유통을 의뢰한 것이다. K-뷰티 제품군의 글로벌 수요 증가 속에서 유통 파트너를 모색하던 S&R이 동사에 공급을 요청함에 따라, 동사는 이를 신규 사업 기회로 포착하여 화장품 유통 시장에 진출하였다.

따라서 K-뷰티 사업에 진출하는 것은 맞으나 이에 수반하는 대규모 제조설비 투자나 제품 관련 연구개발비용 집행 등은 없을 것으로 전망된다. 국내에서 제조된 스킨케어, 헤어케어 제품을 매입해 납품하는 유통사 역할만을 수행할 예정이기 때문이다. 유통 사업의 수익성 확보 및 신사업 리스크 축소를 위해 해외 현지에서 실제 수요와 수익성이 검증된 제품만을 선별해 납품할 계획이다. 산업통상자원부의 수출입동향 자료에 따르면, 최근 K-뷰티는 뛰어난 제품력과 브랜드 인지도를 바탕으로 북미·EU 등 선진 시장을 넘어 신흥국 시장으로 수출 저변을 가파르게 넓혀가고 있다.

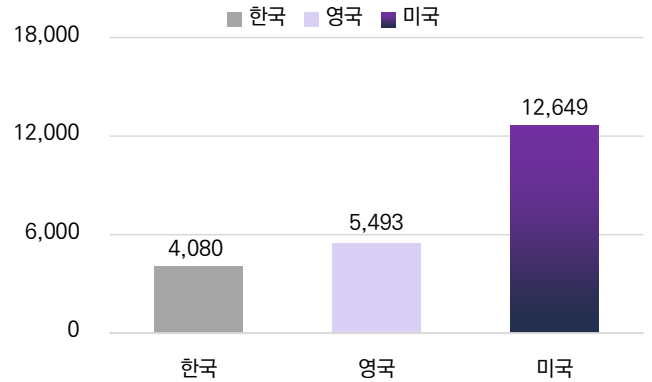
납품처 특성상 SKU 압축정책으로 인해 동일 카테고리 내에서는 SKU 확대가 제한되는 한계 점이 존재한다. 동사는 화장품 유통 라인업이 신설됨에 따라 납품처별 추가 카테고리를 확보 할 수 있게 됐고, SKU 다변화 전략이 가시화될 전망이다. 필리핀향 뷰티 제품 납품을 토대로 일본 및 미국 등 타 지역 유통 채널로의 공급 확대를 협의 중이며, 이를 통해 중장기적 성장 동력을 확보한 것으로 평가된다

그림13 2025년 상반기 대비 수출 성장 품목 (단위: 백만USD, %)



자료: 농림축산식품부, 밸류파인더

그림14 한국, 영국, 미국 1인당 진료비 (단위: USD)



자료: The Commonwealth Fund, 밸류파인더

라면의 수출 성장률을 이긴 유자 제품

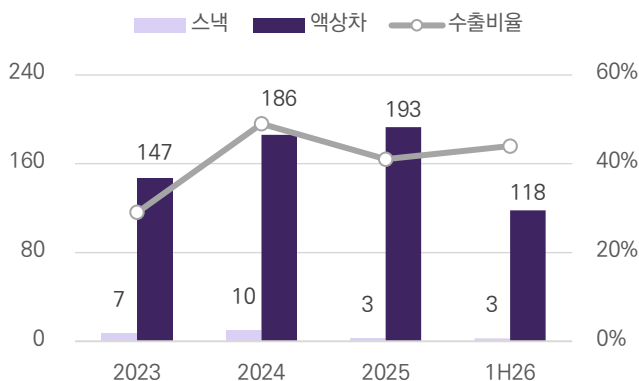
농림축산식품부는 1H26 K-Food 주요 수출 품목 중 유자 제품군 수출액이 중남미에서 전년 대비 +387% 상승한 41.5만달러를 기록(라면: 34.6백만달러, +151%, YoY)했다고 발표했다. 1H25 통계에서도 미국에서 유자 제품군 수출액이 전년대비 +62.3%의 성장률을 기록하며 한때 K-Food 주력 제품군인 라면보다 높은 성장세(라면: +41.7%, YoY)를 시현했었다. 농림축산식품부는 유자 제품군의 고성장 기록에 '건강에 좋다는 인식이 확산함에 따라 한국산 유자차에 대한 수요가 확대되었다.'고 분석했다.

미국 내 유자 인기는
의료 접근성 차원에서 이해

한국 대비 높은 진료비 부담으로 의료 접근성이 낮아, 자가 면역 관리 및 초기 증상 완화가 중요한 미국시장 특성이 현지 소비를 견인하는 주요 요인으로 작용하고 있다. 미국 질병통제 예방센터, 최고 권위의 종합병원 Mayo Clinic의 감기 증상 관리 가이드라인은 항생제 오남용을 경고하는 한편, 1세 이상 소아 및 성인의 기침과 목 통증 완화에 꿀이 1세대 항히스타민제 수준의 효과를 발휘한다고 밝히며 이를 권장한다.

또한 현지 시장에 동사의 액상차 제품과 유사한 오렌지, 귤 등 시트러스 과일 기반의 마멀레이드 문화가 보편화돼 있다는 점 역시 동사에 우호적인 환경이다. 국내에서는 주로 물에 타 마시는 '차'로 한정 소비되는 반면, 현지에서는 스프레드 겸용 잼, 요리 재료, 음료 베이스 등 소비 용도가 다양한 다목적 식품으로 인식되기 때문이다. 확장된 활용처와 현지 친숙도를 바탕으로 동사의 액상차 수출액은 전년반기대비 10.2% 증가세를 기록하고 있다.

그림15 스낵, 액상차 수출 금액 및 전체 매출 중 수출비율 (단위: 억원)



자료: 바이오포트, 밸류파인더

그림16 마멀레이드의 다양한 활용: Marmalade glazed ham



자료: Food Network

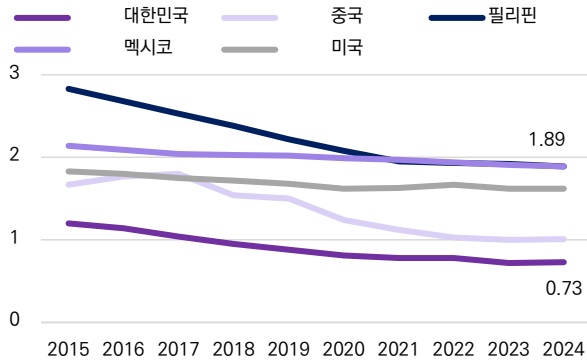
수출 기업의 프리미엄은 내수 기업보단 커야한다

내수시장부진

수출비중에 대한프리미엄 필요

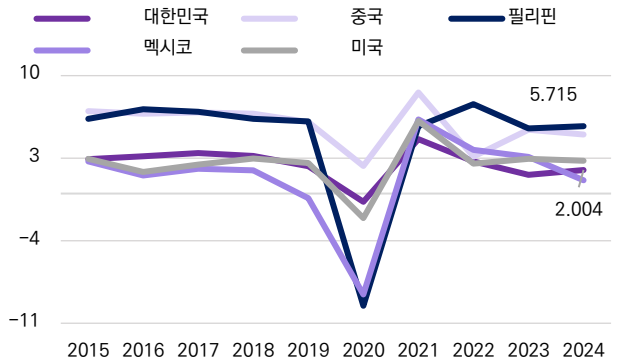
삼양식품, 오리온, CJ제일제당 등 국내 선도 음식료 기업들이 해외 수출 시장 개척에 집중하는 주된 이유는 내수 시장에서의 가파른 성장을 기대하기 어렵기 때문이다. 저출산·고령화라는 구조적 인구 변화 속에서 실질 소비 인구가 감소하고 있으며, 내수 경기 부진까지 겹치며 국내 음식료 수요가 정체되는 양상이다. 반면 동남아 및 아메리카 지역은 견조한 GDP 성장률과 함께 한국 대비 높은 합계출산율을 유지하고 있다. 한편 중국의 경우 고령화가 급격히 진행 중이나, 약 14억 명의 인구 규모를 감안할 때 일정 수준의 점유율 확보만으로도 유의미한 매출 창출이 가능한 시장으로 평가된다.

그림 17 한국, 중국, 미국, 필리핀, 멕시코 합계출산율 추이 (단위: 명)



자료: 국가통계포털, 밸류파인더

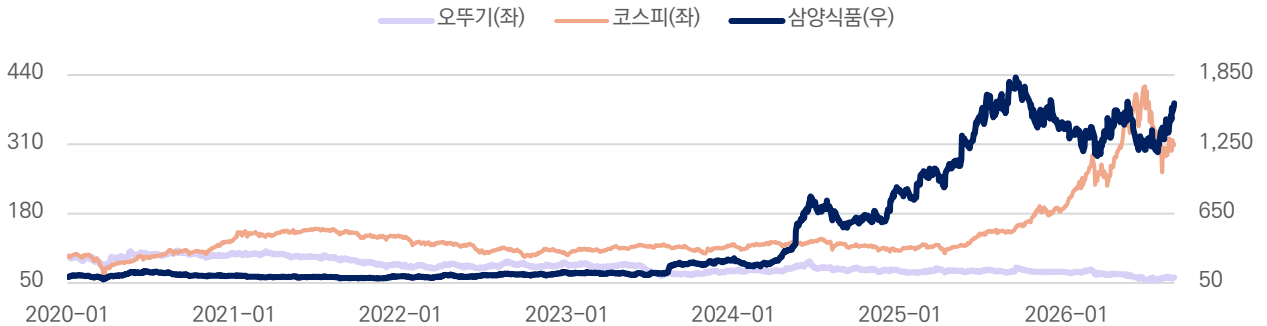
그림 18 한국, 중국, 미국, 필리핀, 멕시코 실질 GDP 성장률 추이 (단위: %)



자료: IMF, 국가통계포털, 밸류파인더

그림 19 수출 음식료(삼양식품), 내수 음식료(오뚜기) 주가 추이

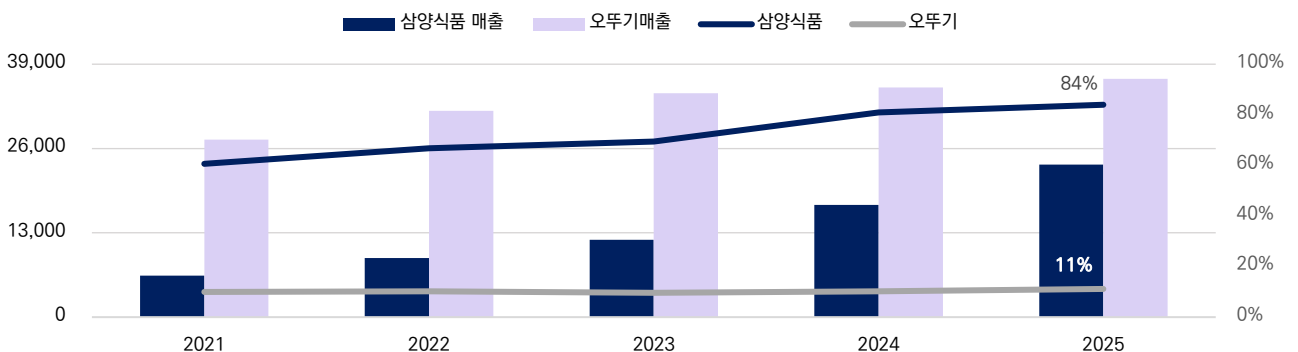
(20200102 = 100)



자료: 각 사, 밸류파인더

그림 20 수출 음식료(삼양식품), 내수 음식료(오뚜기) 매출, 수출 비중 추이

(단위: 억원)



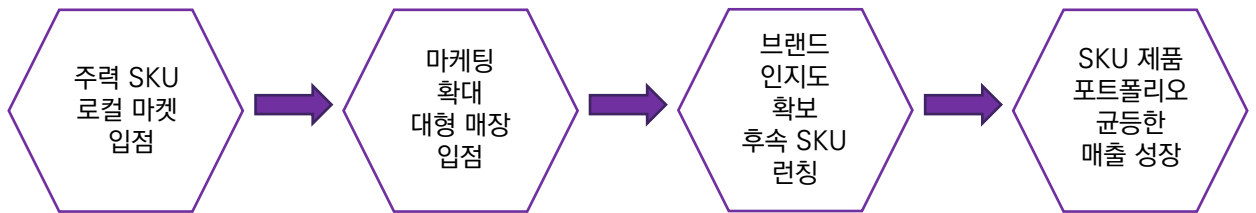
자료: 각 사, 밸류파인더

음식료기업 주가는
수출과 연동

실적 회복에 따른 리레이팅 필요

음식료 업종은 단순 외형 매출 성장보다 수출액 증가율 및 수출 비중과 주가 간의 상관관계가 높게 나타난다. 대표적인 수출 중심 기업인 삼양식품의 경우, 전체 매출 및 수출비중 확대가 주가의 가파른 상승으로 이어진 반면, 내수 중심인 오뚜기는 외형 성장에도 불구하고 수출 비중 정체로 인해 주가가 우하향 추세를 보였다. 동사 역시 2025년 상장 직후 美 관세 이슈가 불거지며 매출 역성장과 수출 비중 하락이 동시에 발생하여 주가 하락세를 경험한 바 있다. 그러나 관세 악재가 해소됨에 따라 1H26 매출액이 가파른 회복세(+19.7%, YoY)를 기록한 만큼, 향후 수출 실적의 견조함을 재확인하며 주가 리레이팅이 필요한 시점으로 판단된다.

그림21 국내 음식료 기업의 해외 수출 로드맵



자료: 밸류파인더

국내음식료 선도기업은
단일SKU 마케팅으로 브랜드 각인
이후 SKU 확대 전략

국내 주요 선도 기업들의 해외 진출 성공 방정식을 살펴보면 주력 제품 정착 후 후속 라인업 확장이 공통적으로 관찰된다. 삼양식품은 ‘불닭볶음면’이라는 핵심 SKU를 필두로 해외 시장에 진출한 뒤, 맛을 다변화한 후속 SKU를 연달아 출범시키며 수출 성장세를 유지했다. 오리온 역시 ‘초코파이’를 러시아 및 중국 시장에 성공적으로 안착시킨 후 비스킷, 생감자칩, 젤리 등 후속 라인업을 확장하는 전략을 취했다. CJ제일제당 또한 ‘비비고 만두’의 해외 판매 호조를 바탕으로 K-Food 브랜드 마케팅을 전개, 이후 핫도그, 냉동김밥 등 후속 SKU를 지속해서 선보이고 있다.

동사는 주요 대형 유통 채널 입점을 지속하는 가운데, 후속 SKU 출시를 준비하는 단계에 있다. 이는 포트폴리오 다변화를 통해 지역, SKU별 균등한 매출 성장을 도모하는 과정으로 판단된다. 동사는 유자생강차를 통해 안정적인 매출 기반을 구축한 후 후속 제품인 오징어 스낵의 흥행을 이끌어냈다. 이후 해외 수요를 확인한 동사는 자체 생산 능력 강화 및 중국 시장 공략을 위해 유탕 스낵 라인인 제4공장 증설을 완료하였으며, 이를 통해 연간 350억원 규모의 추가 CAPA를 확보했다. 새로운 수출 모멘텀을 창출할 수 있는 기반 조성을 완료한 것이다.

다만 당초 기대 대비 중국 시장 매출 가시화가 지연되고 있는데, 이는 현지 시장 특유의 판시 문화 및 진입 장벽에 기인한 것으로 풀이된다. 그러나 글로벌 유통 체인의 매대에서 이미 스테디셀러 지위를 확보한 레퍼런스가 있고, 미국 및 동남아 시장에서 성과를 입증한 동사의 경쟁력을 감안할 때, 이러한 중국시장 內 단기적 진입 난항이 장기화될 가능성은 낮을 것으로 전망된다.

지나간 외부 변수, 실적과 동반 성장하는 주주환원정책

동사 2025년 영업실적은 매출액 역성장(-3.3%, YoY) 및 당기순손실(-14억원)을 기록했다. 이는 美 행정부의 관세 정책 시행 등 외부 악재에 따른 수출 차질에 주로 기인한다. 미 행정부는 2025년 4월 보편관세 도입을 발표 후 8월부터 본격 시행, 이에 따른 제품 평가 산정 및 전가 난항으로 현지 바이어 발주가 지연되며 매출 차질이 발생했다. 아울러 미국 무역대표부가 주요 교역국을 대상으로 무역법 301조에 의거한 노동 실태 감사를 대대적으로 실시했다. 동사 자체 생산 공정상의 위반 사항은 없었으나, 공급망 내 후방 기업의 위반 사항 발생으로 인해 원재료 조달 및 생산 차질이 야기됐으며, 이 역시 매출에 부정적 영향을 미쳤다. 다만 이러한 실적 부진은 기업 내부의 구조적 결함이 아닌 불가항력적 외부 변수에 의한 것으로 파악된다. 관련 악재 해소 직후 1H26 매출액은 성장세(+19.7%, YoY)를 기록, 영업이익 역시 즉각적인 흑자전환에 성공함으로써 본업의 견조한 펀더멘털과 가파른 실적 회복력을 입증했다.

배당성장 20%,
2026 당기순이익 48억원 가정시
주당 200원, 현주가 5,050원 기준
시가배당률 3.96%

일반적으로 음식료 기업은 내수 중심의 산업 특성상 높은 성장성을 기대하기 어려워, 안정적인 주주환원이 핵심 투자 포인트로 작용한다. 동사는 외부 악재 해소에 힘입어 1H26 당기순이익 약 24억원을 기록하며 흑자전환에 성공, 잠정실적 공시와 동시에 배당 정책을 공시했다. 2026년 당기순이익의 20~30% 수준에서 주당 배당금 100~200원 규모의 연말 현금 배당이 예상된다. 본업의 실적 회복세에 힘입어 2H26 영업이익 추가 개선이 전망되는 가운데, 매출 성장과 배당 확대가 동시에 이뤄짐에 따라 동사의 투자 매력도가 본격적으로 제고되는 시점으로 판단된다.

손익계산서

(단위 : 억원)

12월 결산	2021	2022	2023	2024	2025
매출액	479	605	687	733	709
매출원가	343	436	496	524	535
매출원가율(%)	71.7	72.1	72.2	71.4	75.5
매출총이익	135	169	191	210	174
매출총이익률(%)	28.3	27.9	27.8	28.6	24.5
판매비와 관리비	112	137	142	157	165
영업이익	24	32	49	52	8
영업이익률(%)	4.9	5.3	7.2	7.1	1.2
EBITDA	32	40	63	71	32
EBITDA 마진율(%)	6.6	6.7	9.2	9.7	4.5
영업외손익	-6	-6	-13	1	-27
관계기업손익	0	0	0	0	0
금융수익	6	10	12	13	9
금융비용	13	28	26	17	8
기타	1	11	1	5	-28
법인세차감전순손익	18	26	36	54	-18
세전이익률(%)	3.8	4.3	5.2	7.3	-2.6
법인세비용	4	3	2	12	-4
법인세율(%)	24.4	12.9	6.3	23.2	24.1
계속사업손익	14	23	34	41	-14
중단사업손익	0	0	0	0	0
당기순이익	14	23	34	41	-14
당기순이익률(%)	2.9	3.7	4.9	5.6	-2.0
지배지분순이익	14	23	34	41	-14
지배순이익률(%)	2.9	3.7	4.9	5.6	-2.0
비지배지분순이익	0	0	0	0	0
기타포괄이익	1	-1	-3	1	1
포괄순이익	15	22	31	42	-13

현금흐름표

(단위 : 억원)

12월 결산	2021	2022	2023	2024	2025
영업활동 현금흐름	-3	17	20	121	47
당기순이익	14	23	34	41	-14
비현금항목의 가감	28	34	45	76	62
감가상각비	8	8	14	19	23
외환손익	0	-1	-1	-1	-1
지분법평가손익	0	0	0	0	0
기타	20	27	32	59	40
영업활동 자산부채변동	-34	-22	-45	14	12
기타 현금흐름	-8	-2	-6	-3	-11
투자활동 현금흐름	-68	-41	-6	-14	18
투자자산 감소(증가)	0	-17	15	-3	-1
유형자산 처분(취득)	-8	-56	-33	-20	-21
기타	-60	32	11	9	39
재무활동 현금흐름	46	17	23	-64	-37
단기차입금의 증가(감소)	31	2	49	-34	-10
단기사채	0	0	0	0	0
장기차입금의 증가(감소)	26	20	0	21	-21
장기사채	0	0	0	0	0
배당금의 지급	0	0	0	0	0
기타	-11	-5	-26	-51	-6
현금의 증감	-25	-8	37	43	27
NOPLAT	18	27	44	45	3
FCF	-16	-44	-20	58	17

재무상태표

(단위 : 억원)

12월 결산	2021	2022	2023	2024	2025
유동자산	219	196	282	291	357
현금 및 현금성자산	22	14	51	95	122
매출채권 및 기타채권	60	39	85	68	40
재고자산	37	67	65	57	59
기타유동자산	100	76	81	71	136
비유동자산	116	195	208	189	216
유형자산	109	167	188	177	188
관계기업투자금	0	0	0	0	0
기타금융자산	0	17	2	5	6
기타비유동자산	8	11	19	7	22
자산총계	335	391	490	480	573
유동부채	134	196	312	143	138
매입채무 및 기타채무	16	21	37	39	43
단기차입금	40	76	125	91	81
유동성채무	73	24	52	0	3
기타유동부채	5	75	98	13	12
비유동부채	109	82	34	50	30
사채	31	0	0	0	0
장기차입금	50	81	28	47	23
부채총계	243	278	347	193	168
지배지분	92	113	144	287	405
자본금	5	5	5	7	9
자본잉여금	0	0	0	99	239
이익잉여금	87	108	139	180	167
기타자본변동	0	0	0	0	-10
비지배지분	0	0	0	0	0
자본총계	92	113	144	287	405
총차입금	196	226	243	144	118

주요지표

12월 결산	2021	2022	2023	2024	2025
EPS	27,446	45,067	67,388	1,487	-313
PER(배)	0.0	0.0	0.0	0.0	-25.7
BPS	183,663	225,559	287,017	7,879	8,648
PBR(배)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9
EBITDA/Share	63,385	80,537	126,559	2,568	717
EV/EBITDA(배)					9.4
SPS	15,735	19,897	22,578	21,795	15,832
PSR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
CFPS	1,327	1,389	2,398	3,257	828
DPS	0	0	0	0	0
성장성(% YOY)					
매출액 증가율	11.3	26.5	13.5	6.8	-3.4
영업이익 증가율	-32.1	36.2	52.4	6.5	-84.2
순이익 증가율	-46.2	64.2	49.5	22.0	적전
EPS 증가율	-46.2	64.2	49.5	-97.8	적전
수익성(%)					
ROIC	8.8	10.9	15.3	14.7	0.9
ROA	4.6	6.2	7.6	8.5	-2.7
ROE	16.2	22.0	26.3	19.1	-4.1
안정성(%)					
유동비율	163.0	99.7	90.2	203.4	258.1
부채비율	264.7	246.5	241.6	67.4	41.6
이자보상배율	2.1	2.0	2.3	3.5	2.7

Compliance Notice

- 본 자료는 투자를 유도할 목적이 아니라 개인투자자의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 작성되었습니다.
- 본 자료의 작성자인 금융투자분석사 이충현은 본 자료 제공일 현재 위 자료에 언급된 종목의 지분을 보유하고 있지 않습니다.
- 작성자는 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」이 금지하는 선행매매를 하고 있지 않습니다.
- 작성자는 금융투자업자가 아닌 유사투자자문업자로서 개별적인 투자 상담과 자금운용이 불가능합니다.
- 본 자료에 언급된 종목의 경우, 투자결과에 따라 투자원금의 손실이 발생할 수 있으며, 그 손실은 투자자에게 귀속됩니다.
- 당사는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 작성자는 본 자료에 게재된 내용들이 본인 의견을 정확하게 반영하고 있으며 외부 부당한 압력이나 간섭없이 신의성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 참고 자료로만 활용하시기 바라며 유가증권 투자시 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 자료는 어떠한 경우에도 투자자의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 자료는 당사 저작물로서 모든 지식재산권은 당사에 귀속되며 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형, 대여할 수 없습니다. 본 자료를 당사 임직원 외의 자로부터 입수하였을 경우, 자료 무단 제공 및 이용에 대한 책임은 전적으로 해당 제공자 및 이용자에게 있습니다.

[투자 의견 (변동)내역]

일시	2026.08.26	
투자 의견	Not rated	
목표가격	-	

[종목 투자등급]

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

[증권사별 보고서 발간 횟수]

기준일: 2026년 08월 25일

바이오포트	증권사 커버리지				
연도	2022	2023	2024	2025	2026
발간 횟수				6	-
발간 증권사				상상인, 한화투자증권 등	-