

에이피알 — 반년에 작년의 94%

1H26 영업이익 3,428억원 = FY2025 연간의 93.8%, 매출의 80%가 수출

- 1H26 매출 1조 3,609억원(+129.2%), 영업이익 3,428억원(+150.4%).
- FY2025 성장은 뷰티디바이스(+30.2%)가 아니라 화장품(+218.2%)이 만들었다.
- PBR 32.28배는 비교군 226사 중 최상단이다 — 자기자본 4,458억원, 시총 14.4조 원.

반년에 작년 한 해를 거의 다 했다

8월 5일 공시된 2Q26 잠정실적은 매출 7,675억원(YoY +134.2%, QoQ +29.4%), 영업이익 1,906억원(YoY +134.5%, QoQ +25.1%)이다. 상반기 누계는 매출 1조 3,609억원(+129.2%), 영업이익 3,428억원(+150.4%), 순이익 2,588억원(+122.6%, 전액 지배주주 귀속)이다.

반기 실적이 작년 한 해의 대부분을 이미 채웠다 — 1H26 매출은 FY2025 연간 1조 5,273억원의 89.1%, 영업이익은 연간 3,655억원의 93.8%다.

이익이 매출보다 빠르게 늘었다. 분기 영업이익률은 2024년 15.6~18.7%에서 2025년 이후 23.8~25.8%로 올라섰고 2Q26은 24.83%(표 1). 원가·판관비 내역이 잠정 공시에 없어 마진 상승의 출처는 특정하지 않았다.

성장은 디바이스가 아니라 화장품이 만들었다

회사 이름은 뷰티디바이스로 알려져 있지만 FY2025 증가분의 출처는 다르다. 화장품·뷰티 매출이 3,385억원 → 1조 771억원(+218.2%)인 반면 뷰티디바이스는 3,126억원 → 4,070억원(+30.2%)이었다. 디바이스 비중은 43.3%에서 26.6%로 내려왔다(표 2).

지역에서도 축이 옮겨갔다. 수출은 3,998억원 → 1조 2,258억원(+206.6%)으로 늘어 FY2025 매출의 80.3%가 수출이다. 그중 뷰티 수출이 1조 2,257억원으로 사실상 전부다.

채널은 반대로 움직였다 — 온라인 비중 75.8% → 66.6%, 오프라인 24.2% → 33.4%다. 온라인에서 출발한 회사가 오프라인 유통으로 넓히는 국면이며, 국가·거래처별 매출이 공시되지 않아 어느 시장·채널이 얼마를 기여했는지는 계량하지 않았다.

시가총액 14.4조, 자기자본 4,458억

영업활동현금흐름 3,410억원은 영업이익의 0.93배로 이익이 현금으로 들어왔고 부채비율은 73.1%다. 위험신호는 1건(유상증자 10년 17회)만 켜져 있는데 최근 3년 발행은 0건(마지막 2023-06-14, 상장 전 조달)이고, 상장 후로는 배당 3건·자기주식 소각 2건으로 환원만 있었다(표 3).

한편 시가총액 14조 3,950억원은 자기자본의 32.3배다. PBR 32.28배는 비교군 226사 중 최상단(중앙값 0.74배), PER 49.52배도 상위 96%다. 다만 이 종목은 KSIC상 '화학'으로 분류돼 정유·화학과 묶여 있어 동종성이 낮다 — 배수는 사실이나 순위는 참고로만 읽어야 한다.

재고는 1Q26 말 2,483억원으로 한 분기에 50.0% 늘었으나, FY2025 재고자산회전일수가 223.4 → 169.4일, 현금전환주기가 108.3 → 44.8일로 개선됐으므로 회전 악화가 아니라 매출 확대에 따른 증가로 보인다.

국면 판단

수출 주도
고성장·고배수

현재주가 (26/08/07)

384,500원

목표주가

제시하지 않음

투자자문업이 아니므로 투자 의견·목표주가를 산출하지 않는다.

1순위 점검 지표

분기 영업이익률
(2Q26 24.83%)

Key Data

시가총액 / 자기자본	14.4조 / 0.45조
PER / PBR	49.5배 / 32.3배(226사 최상단)
외국인 / 공매도잔고	36.9% / 1.8%
부채비율	73.1%
수출 비중(FY2025)	80.3%
위험신호 / 표시점수	1건(증자 이력) / 76점 B

영업실적 및 주요 지표

구분	2023	2024	2025	1H26
매출액(억원)	5,238	7,228	15,273	13,609
영업이익(억원)	1,042	1,227	3,655	3,428
영업이익률(%)	19.89	16.97	23.93	25.19
순이익(억원)	815	1,076	2,897	2,588
영업활동 현금흐름	1,078	791	3,410	주p
자기자본 / 부채총계	1,969 / 904	3,235 / 2,416	4,458 / 3,259	주p
재고자산(억원)	565	1,097	1,655	2,483(1Q)
현금전환 주기(일)	66.9	108.3	44.8	주p

1H26은 8/5 연결 잠정치(감사 전). 순이익 전액이 지배주주 귀속이다. 주p 잠정실적 공시에는 재무상 태표·현금흐름표가 없다.

표 1. 이익률이 계단식으로 올라섰다 (단위: 억원, %)

구분	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26
매출액	2,660	3,277	3,859	5,477	5,934	7,675
영업이익	546	846	961	1,302	1,523	1,906
영업이익률(%)	20.53	25.82	24.90	23.77	25.67	24.83
순이익	499	663	746	989	1,173	1,415
2024년 분기 이익률 — 1Q 18.67 · 2Q 18.01 · 3Q 15.62 · 4Q 16.25 → 2025년 이후 23.8~25.8%로 올라섰다						
1H26 누계	매출 13,609(+129.2%) · 영업이익 3,428(+150.4%) · 세전 3,478(+152.9%) · 순이익 2,588(+122.6%)					
연간 대비	1H26 매출은 FY2025 연간의 89.1%, 영업이익은 93.8%, 순이익은 89.3%					

주: 이익 증가율(+150.4%)이 매출 증가율(+129.2%)을 앞선다. 원가·판관비 내역이 잠정 공시에 포함되지 않아 마진 상승의 출처(믹스·단가·고정비 레버리지)는 특정하지 않았다. 하반기 실적은 미공시이므로 연간 환산을 하지 않았다. 자료: 연결재무제표기준 영업(잠정)실적 공정공시(20260805800100)·분기보고서(2026.03, 20260515001577)

표 2. 성장의 출처 — 화장품과 수출 (단위: 억원, %)

구분	2024	2025	증감	2025 비중
화장품·뷰티	3,385	10,771	+218.2%	70.5%
뷰티디바이스	3,126	4,070	+30.2%	26.6%(24년 43.3%)
매출 합계	7,228	15,273	+111.3%	100%
지역 — 수출이 매출의 80%가 됐다				
수출 합계	3,998	12,258	+206.6%	80.3%
그중 뷰티 수출	3,899	12,257	+214.4%	99.99%(수출 내)
채널 — 온라인 75.8% → 66.6% · 오프라인 24.2% → 33.4%				

주: 회사가 뷰티디바이스로 알려져 있으나 FY2025 증가분 8,045억원 중 화장품이 7,386억원(92%)을 차지했다. 국가별·거래처별 매출이 공시되지 않아 어느 시장이 얼마를 기여했는지는 계량하지 않았고, 제품군별 영업이익도 공시되지 않아 수익성 차이는 다루지 않았다. 자료: 사업보고서(2025.12) 제품·지역·채널별 매출

표 3. 자본배분과 배수 (단위: 억원, 배, %)

구분	내용
환원(10년)	배당 3건(최근 2026-07-16) · 자기주식 소각 2건(최근 2025-08-04)
희석(10년)	유상증자 17건 — 다만 최근 3년 0건, 마지막이 2023-06-14(상장 전 조달)
현금 창출	영업활동현금흐름 3,410억 ÷ 영업이익 3,655억 = 0.93배 · CAPEX 179억(전년 478억)
PER / PBR	49.52배(163사 중 96%) / 32.28배(226사 중 100%, 중앙값 0.74배)
재고	1,097 → 1,655억(FY2025) → 2,483억(1Q26, 한 분기 +50.0%)
회전(FY2025)	재고자산회전 223.4 → 169.4일 · 현금전환주기 108.3 → 44.8일

주: 시가총액 14조 3,950억원은 FY2025 말 자기자본 4,458억원의 32.3배다. ▲ 이 종목은 KSIC상 '화학'으로 분류돼 비교군 226사가 정유·화학 위주다 — 배수 값 자체는 사실이나 동종성이 낮아 순위(100%)는 참고로만 봐야 한다. 재고는 한 분기에 50% 늘었지만 FY2025 회전일수가 54일 개선됐으므로 매출 확대에 따른 증가로 보이며, 분기 매출원가가 공시되지 않아 1Q26 회전일수는 산출하지 않았다. 자료: 사업보고서(2025.12), 10년 공시 이력, KRX 시세(2026-08-07)

점점 지표

1순위는 분기 영업이익률이다. 2024년 15.6~18.7%에서 2025년 이후 23.8~25.8%로 올라선 것이 이번 실적의 실체이며, 매출이 두 배 넘게 늘어도 이익률이 유지되는지가 관건이다. 두 번째는 제품 믹스다 — 화장품 +218.2%와 디바이스 +30.2%의 격차가 좁혀지는지, 디바이스 비중(26.6%)이 더 내려가는지를 본다. 세 번째는 수출 비중 80.3%의 지속성이다. 국가별 매출이 공시되지 않으므로 반기·연간 보고서의 지역별 매출로 확인한다. 재고 2,483억원은 다음 분기 매출과 함께 봐야 판단이 되며, 밸류에이션은 자기자본(4,458억원) 대비 32배라는 사실만 기록한다.

고지

본 자료는 투자자문·투자권유가 아니며 투자 의견·목표주가 추정 실적을 산출하지 않는다. 투자 판단의 책임은 이용자 본인에게 있다. 모든 수치는 DART 제출 공시와 한국거래소 시세에서 인용했고 외부 전망치·제3자 추정치는 쓰지 않았다. 분석과 판단은 전부 자체 산출이다. 근거 공시: 사업보고서(2025.12) · 분기보고서(2026.03, 20260515001577) · 연결재무제표기준 영업(잠정)실적 공정공시(20260805800100).

한계: ① 1H26은 감사 전 잠정치다. ② 원가·판관비 내역이 잠정 공시에 없어 이익률 상승의 출처를 특정하지 않았다. ③ 국가별·거래처별 매출이 공시되지 않아 해외 시장별 기여를 산출하지 않았다. ④ 제품군별 영업이익이 공시되지 않아 화장품과 디바이스의 수익성 차이를 다루지 않았다. ⑤ 비교군이 KSIC '화학' 226사라 동종성이 낮으므로 PER·PBR 순위는 참고 지표로만 제시했다. ⑥ 하반기 실적이 미공시이므로 연간 환산·전망을 하지 않았다.