

2019. 5. 24
Company Analysis

Mid-Small Cap

지티지웰니스(219750)

‘한예슬LED마스크’ 완판, B2C 폭발적 성장

BUY(신규)

목표주가(원)	24,000
현재주가(원,5/23)	16,450
상승여력(%)	45.9
시가총액(십억원)	102.8
KOSPI 지수(p)	2,059.59
KOSDAQ 지수(p)	696.89
자본금(십억원)	3.1
액면가(원)	500
발행주식수(천주)	6,250
52 주 최고가(원)	16,450
52 주 최저가(원)	6,100
60 일 평균거래량(주)	385,246
주요주주 지분율(%)	
김태현 외 3인	48.7

Analyst	홍중모
Sector	스몰캡, 인터넷, 게임
T	02-3770-0045
E	research.jhong@gmail.com

Price Chart



불과 작년 초만 해도 생소했던 LED 마스크는 이제는 필수 미용 아이템으로 자리잡아 가고 있다. 마스크팩이 1 일 1 팩 트렌드로 가듯, LED 미백도 1 일 1 회 하려는 니즈가 있었기 때문이다. 지티지웰니스는 LED 마스크 열풍을 불러온 프라엘 이전부터 제품을 출시했다. 트렌드 읽는 능력도, 개발력도 증명된 셈이다. B2C 로 진출하고, 유통채널이 늘어나며, 해외진출과 신제품도 기다리고 있다. 성장가치를 다시 한 번 살펴 볼 때다.

■ 기획부터 생산까지, 시장을 주도하는 미용기기 전문기업

- 지티지웰니스는 미용기기 B2B 유통에서 시작해 제조부문으로 사업을 확장했고, 현재 55개국에 350여개 파트너를 보유한 회사다. 업계경력 20년 이상의 중견신인이다.
- 원천기술을 보유하고 제품 기획부터 생산까지 일괄 체계를 갖추고 있어, 국내 최초 홈쇼핑에 개인용 LED마스크를 런칭하는 등 신제품 개발능력에 강점을 가지고 있다.

■ B2B에서 B2C까지, 가장 빨리 트렌드에 대응하는 기업

- B2B 부문은 '19년부터 다수의 장비가 식약처나 해외 수출을 위한 CE인증이 순차적으로 완료된다. 앞으로도 지속적인 성장이 예상된다.
- B2C에선 국내 홈쇼핑 최초로 LED마스크를 선보이는 등 기술력을 갖고 있다. 할리웃 배우인 제시카 알바가 SNS에 지티지웰니스의 LED마스크 '오페라'를 인증하는 등, 국내보다 해외에서 먼저 알아 본 기업이다.

■ 홈쇼핑 진출+유통채널 다변화, B2C 실적 Jump-up을 앞두고

- 1분기 실적 성장을 이끈 스노스탑은 유통채널 확대를 앞두고 있으며, 5월부터 LED마스크인 오페라 미룩스와 페이스 리프팅 기기 더블에프를 홈쇼핑에 런칭한다. 이에 따라 하반기까지 QoQ 실적성장이 예상된다.
- 5/23 진행된 LED마스크 홈쇼핑에서 마스크 제품은 완판되고, 풀 세트 역시 완판에 가까운 판매량을 기록한 것으로 추정된다. 방송횟수가 늘어나면서 3분기까지 QoQ 성장이 기대된다.
- 하반기에는 해외계약에 유통채널 확대도 기다린다. 해외계약은 대규모 물량 위주인 만큼 매출과 수익성이 담보된다. 홈쇼핑 채널 역시 확장 준비 중인 것으로 추정되며 가시화되면 실적 성장으로 이어질 것이다.

■ 투자의견 BUY, 목표주가 24,000원으로 커버리지 개시

실적 및 주요 지표 추이

	매출액 (십억원)	영업이익 (십억원)	세전이익 (십억원)	순이익 (십억원)	EPS (원)	EPS 성장률 (%)	P/E (배)	EV/EBITDA (배)
2015A	10.8	1.1	1.0	1.0	256	2,788.3	43.3	32.3
2016A	21.3	1.8	1.4	1.3	333	39.0	35.2	25.7
2017A	24.0	2.0	2.4	2.1	492	53.0	23.3	22.5
2018A	21.5	-3.1	-6.4	-5.9	-	1,015	적전	-
2019F	45.0	7.2	7.1	5.7	918	흑전	17.9	15.7

기획부터 생산까지, 시장을 주도하는 미용기기 전문기업

지티지웰니스는 '99년 설립된 안티에이징 관련 미용, 의료기기 전문 제조기업이다. 미용기기 B2B 유통에서 시작해 제조부문으로 사업을 확장했으며, 현재 55개국에 350여개 파트너를 보유하고 있다. 병원 및 전문가용 미용, 의료기기 제품개발 노하우를 바탕으로 '16년 개인용 미용기기 브랜드 르바디(LEBODY) 시리즈와 LED마스크를 국내 홈쇼핑에 런칭하며 B2C 시장에 진출했다. '19년 1분기 기준 매출비중은 B2C 제품 63.8%, B2B 제품 28.3% 순이다. 원천기술을 보유하고 제품 기획부터 생산까지 일괄 체계를 갖추고 있어, 국내 최초 홈쇼핑에 개인용 LED마스크를 런칭하는 등 신제품 개발능력에 강점을 가지고 있다.

'19년 1분기 실적은 매출액 89억원(+200.9%, YoY), 영업이익 7억원(흑자전환, YoY)을 기록했다. B2B 매출이 성장하는 가운데 '18년 하반기 홈쇼핑에 런칭한 코골이 방지용 의료기기인 스노스탑 실적이 더해지면서 턴어라운드 성공했다.

여기에 더해 2분기부터 하반기까지 QoQ로 성장이 기대된다. 5월 홈쇼핑에 런칭한 LED 마스크와 더블에프(페이스 리프팅 기기)가 방송초기부터 인기를 끌고 있다. 신제품 출시 효과가 온기 반영될 3분기까지 실적 성장이 예상된다. 여기에 더해 하반기는 유통채널 확대, LED마스크를 비롯한 B2C 제품 해외수출과 추가적인 신제품 런칭도 앞두고 있어 추가적인 성장도 기대된다.

투자의견 BUY, 목표주가 24,000원으로 커버리지 개시

지티지웰니스에 대해 투자의견 BUY, 목표주가 24,000원 제시하고 커버리지 개시한다.

'19년 예상실적은 매출 450억원(+109.2%, YoY) 영업이익 72억원(흑자전환, YoY)이다. 하반기까지 매출 성장 모멘텀이 산재되어 있고, 매출성장에 따른 영업 레버리지 효과에 '18년 발생한 일회성비용이 제거된다는 점을 감안하면 수익성도 상승이 예상된다. 이와 같은 추정은 보수적인 수준이라 판단하며, 2분기 추이 확인 후 실적 업데이트 예정이다. 목표주가는 동종기업 '19년 예상 평균 P/E 40.9배를 35% 할인한 수준이다.

[도표01] 실적 테이블

(단위:십억원,%)	2015	2016	2017	2018	2019F
매출액	10.8	21.3	24.0	21.5	45.0
영업이익	1.1	1.8	2.0	-3.1	7.2
OPM(%)	10.0	8.5	8.5	-14.3	16.0

자료: 유화증권

[도표02] 동종그룹 비교

(단위:십억원,배)	매출		영업이익		P/E	
	2018	2019F	2018	2019F	2018	2019F
클래시스	47.5	63.1	17.5	25.7	52.1	37.5
하이로닉	20.3	18.1	-0.3	2.2	적자	44.3

주: 하이로닉의 '19년 실적은 1Q19 실적을 연간화하였으며, P/E는 영업이익 기준

자료: 유화증권

ITEM. K뷰티 트렌드에 가장 빨리 대응하는 라인업

주요 사업은 병원과 에스테틱, 스파샵에 전문가용 기기를 공급하는 B2B 부문과 일반 소비자를 대상으로 미용기와 화장품을 판매하는 B2C 부문으로 구성되어 있다.

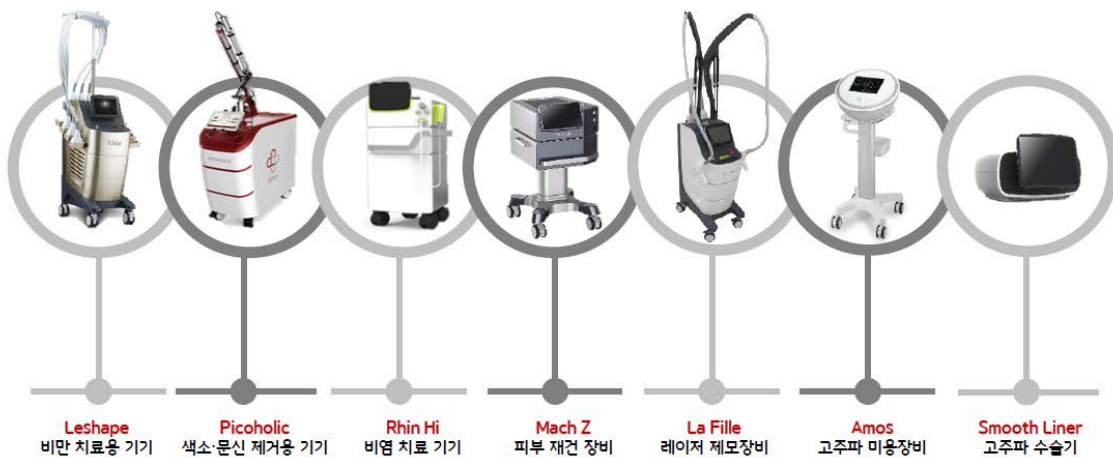
**원천기술+기획생산 일괄체계
시장 트렌드에 대응하여
빠르게 신제품 출시 가능**

B2B 부문은 Picosecond 레이저, HIFU(집속형 초음파 기술)를 비롯해 레이저와 초음파, LED 등의 이용 디바이스를 위한 원천기술을 보유하고 있다. 또한 제품 기획부터 생산, 판매까지 일괄체계를 갖추고 있어 전방시장 트렌드에 맞춰 기술을 적용하여 신규제품을 런칭하는 데 강점을 가지고 있다. 주요 제품으로는 미백은 물론 타투 제거까지 가능한 Picosecond 레이저 기기, HIFU 기술을 적용한 비염치료기, 노 니들(No needle) 방식의 약물주입기와 레이저 기술을 이용한 바디 셰이핑 장비 등이 있다.

**카피제품이 아닌 신규, 특화
제품 위주의 포트폴리오
인증 취득으로 성장 예상**

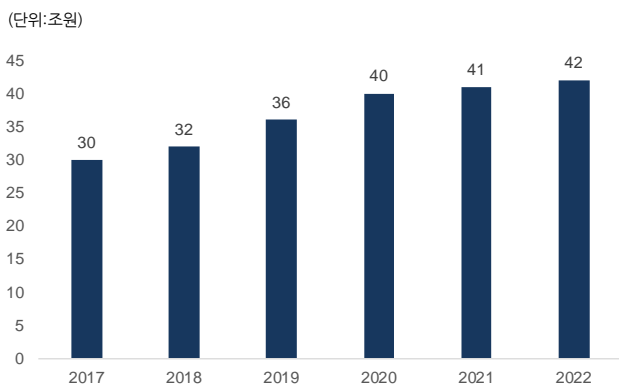
각각 기존에 없었던 방식의 신규장비이거나 경쟁제품이 커버하지 못하는 영역에 특화된 장비로서 제품 경쟁력을 갖고 있으며, '19년부터 다수의 장비가 식약처나 해외 수출을 위한 CE인증이 순차적으로 완료되는 만큼 B2B 부문은 앞으로도 지속적인 성장이 예상된다.

[도표03] 지티지웰니스 B2B 제품 라인업



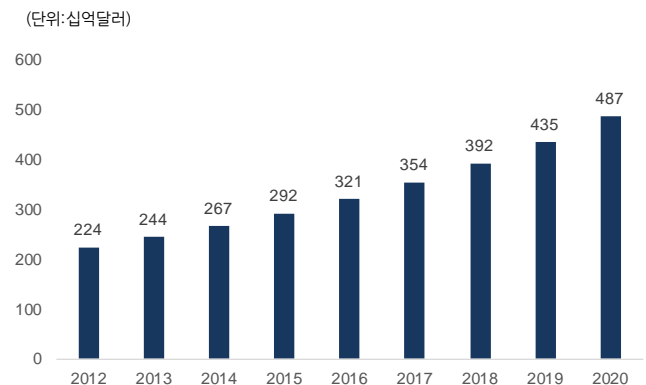
자료: 지티지웰니스, 유화증권

[도표04] 글로벌 미용가전 시장규모 전망



자료: KOTRA, 언론종합, 유화증권

[도표05] 글로벌 안티에이징 시장규모 전망



자료: SERI, KHIDI, 지티지웰니스, 유화증권

[도표06] 지티지웰니스 B2C 제품 라인업 - 신제품 지속 추가



자료: 지티지웰니스, 유화증권

미국에서 먼저 알아 본 제품군, B2C 본격 진출 시작

B2B 기술을 기반으로
B2C 진출 본격화

여기에 더해 '16년부터 B2B에서 검증된 제품을 개인화한 제품을 출시하고 자체 브랜드 '르바디'를 런칭하는 등 B2C 시장 진출이 이뤄지고 있다. 국내 최초로 홈쇼핑에 개인용 LED마스크 제품을 출시한 것처럼 트렌드에 맞춘 신제품 기획능력이 증명됐으며, 향후 B2C 유통채널이 다변화되고 브랜드 인지도를 확보한다면 신제품 출시에 따라 큰 폭의 성장이 기대된다. '19년 2분기 기준 주요 제품은 스노스탑과 LED마스크 오페라 미룩스, 페이스 리프팅 기기인 더블에프가 있다.

코골이, 수면무호흡 방지
의료기기 스노스탑
구강 내 장치 시장에서
브랜드 인지도 확보

1) 스노스탑: 코골이, 수면무호흡증 치료를 위한 제품으로서, 소비자가 직접 제작하여 사용할 수 있는 자가형 맞춤 구강 내 장치다. '18년 하반기 홈쇼핑 출시 이후 큰 인기를 끌면서 '19년 1분기 실적을 견인했다. [도표07]에서 볼 수 있듯이 국내 수면장애 진단 환자는 '10년 29만명에서 '17년 51만명으로 큰 폭의 증가세를 보이고 있으며, 전세계적으로는 1억명 수준으로 추정된다. 수면무호흡의 치료 방법으로는 수술 또는 양압기와 구강 내 장치가 있는데, 구강 내 장치는 양압기와는 달리 시장 내 메이저 업체가 없고, 홈쇼핑 내에서도 유사제품이 없기 때문에 브랜드 가치를 확보했다.

국내 홈쇼핑 최초의
개인용 LED마스크 출시

2) 오페라 미룩스: 일명 '한예슬마스크'로 알려진 지티지웰니스가 국내 최초로 홈쇼핑에 런칭한 개인용 LED마스크이다. '15년 지티지웰니스가 미국 B2B 시장에 출시했던 피부 미용기기 '오페라'를 기반으로 한 제품으로서, 당초 피부과에 판매하기 위해 제작했으나 헐리웃의 유명 여배우인 제시카 알바가 SNS에 오페라를 사용하는 사진을 올린 이후 화제가 되자 '16년 B2C 시장을 타겟으로 개인용 모델을 출시했다.

헐리웃 배우 제시카 알바의
SNS 인증으로 인지도

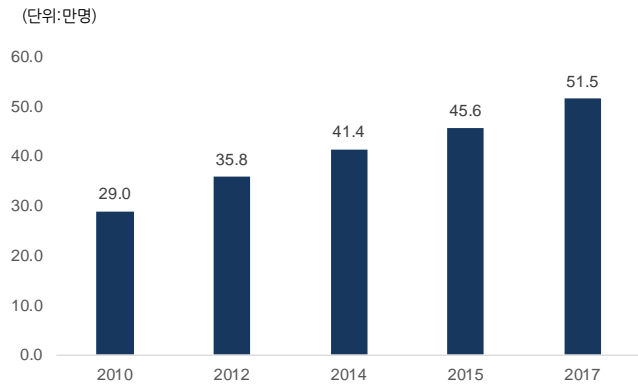
국내 LED마스크 시장
'18년부터 급성장세

출시 당시에는 국내 개인용 LED마스크 시장이 형성되지 않은 상태였으나 [도표09]에서 볼 수 있듯 '17년 LG전자가 출시한 프라엘 LED마스크가 시장에서 인기를 끌 국내에서 LED마스크가 주목받기 시작했고, 지티지웰니스 역시 업그레이드 제품 출시 이후 '19년 5월부터 홈쇼핑 시장에 다시 본격적으로 진출했다. 주요 업체 제품 중 유일하게 얼굴과 목을 모두 커버할 수 있어 차별화가 되며, LED 조사량 등 스펙도 타사 프리미엄 제품과 대비할 때 강점을 가지고 있다.

EMS 기술을 안면부위 적용
지티지웰니스 오리지널기기

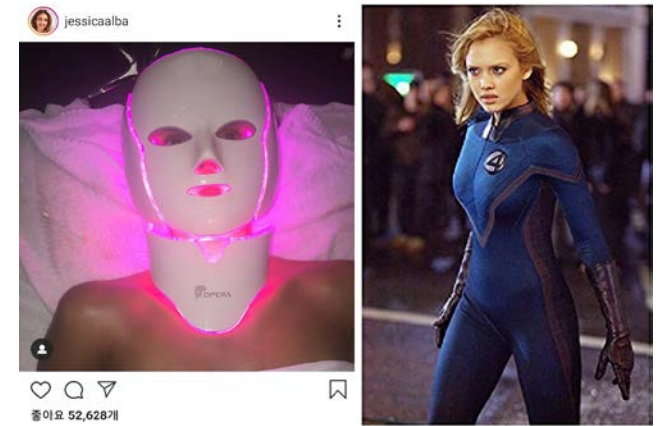
3) 더블에프: 기존에 근력운동에 주로 쓰이던 EMS(전기근육자극) 기술을 안면 부분에 적용한 장비로, 얼굴 근육을 자극하여 페이스 리프팅이 이뤄진다. 기존에 시장에 없던 아이템으로 지티지웰니스가 신규 출시한 제품이며, LED마스크와 함께 5월부터 홈쇼핑 판매에 들어갔다.

[도표07] 국내 수면장애 진단 환자 추이



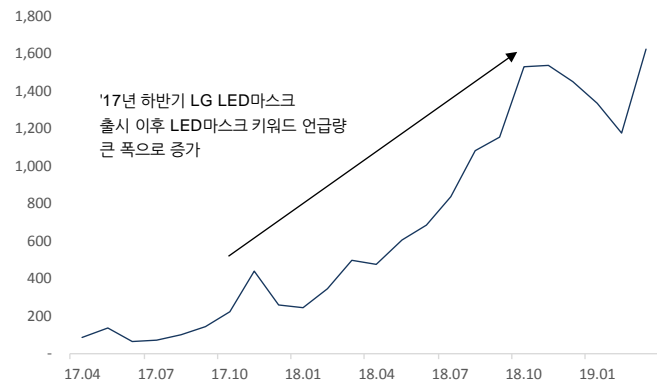
자료: 건강보험심사평가원, 유화증권

[도표08] 배우 제시카 알바가 SNS 인증한 지티지웰니스 '오페라'



자료: 인스타그램, 언론종합, 유화증권

[도표09] LED마스크 키워드 SNS 언급량 추이



자료: 소셜메트릭스, 언론종합, 유화증권

[도표10] 근력운동에 주로 쓰이는 EMS 기술 - 안면부위 적용



자료: 언론종합, 유화증권

POINT. 홈쇼핑 진출+유통채널 다변화, B2C 실적 Jump-up을 앞두고

B2C 실적 폭발적 성장 예상

B2C 부문은 2분기부터 실적 Jump-up이 예상된다. 1분기 실적 성장을 이끈 스노스탑은 유통채널 확대를 앞두고 있으며, 5월부터 LED마스크인 오페라 미룩스와 페이스 리프팅 기기 더블에프를 홈쇼핑에 런칭한다. 이에 따라 하반기까지 QoQ 실적성장이 예상된다.

스노스탑 하반기부터 유통채널 확대

1) 스노스탑: 1분기에만 40억원대 규모의 매출이 발생했으며, 경쟁제품이 사실상 없는 만큼 2분기도 매출은 견조할 것으로 예상된다. 또한 빠르면 2분기말부터 소매점 등으로 유통채널 확장이 진행될 예정이며 이에 따른 추가 매출성장과 수익성 개선이 기대된다.

차별화된 LED마스크

2) LED마스크: 2분기부터 LED마스크가 홈쇼핑에 본격적으로 진출하면서 매출 성장이 기대된다. LED 미백시술은 기존에는 피부과, 에스테틱샵에서 이뤄졌으나 시술 가격이 높고 직접 병원에 찾아가야 한다는 점 때문에 접근성에 제한이 있었다. 이를 개인화한 것이 LED 마스크이며, 장비 자체의 ASP는 고가이나 에스테틱샵보다 저가로 이용할 수 있다는 점 때문에 소비자들의 호응을 얻고 있다. 지티지웰니스의 오페라미룩스는 국내 최초로 홈쇼핑에 진출한 LED 마스크로서 효능 및 고객 피드백에 대해 노하우를 가지고 있다. 또한 광효율 면에서 타사 프리미엄 제품과 동급의 성능을 내는 반면 가격은 50~60% 수준이므로 가격 경쟁력 역시 갖추고 있다.

LED마스크는 이제 시작, 하반기까지 산재된 매출 상승 모멘텀

**5월 GS홈쇼핑 런칭
6월 3회 방송 확정
추가 편성도 가능하며
현재 편성된 방송만으로
실적성장 가능**

5/6 진행한 GS홈쇼핑 런칭 방송에서 호응을 얻어 5/23부터 6월 중순까지 4회 방송이 확정됐으며 스노스탑 사례를 볼 때 향후 월 4회 정도의 편성이 기대된다. 5/23 진행한 2차방송은 마스크는 완판됐고, 풀세트(마스크+목) 역시 완판에 가까운 판매량을 기록한 것으로 추정된다. 아직 런칭 초이고, 2회 방송 모두 시간대가 평일 저녁이었던 점을 감안하면 향후 회당 매출은 상승할 것으로 보인다. 현재 확정된 4회 방송으로 8,000대 이상 판매가 기대되며, 홈쇼핑 효과가 온기 반영될 3분기까지 QoQ 실적성장이 예상된다.

**유통채널 확대 전망
타 홈쇼핑으로 확장 가능**

또한 하반기엔 유통채널 확대도 이뤄진다. 우선 국내 타 홈쇼핑으로 진출이 진행 중인 것으로 추정되며, 가시화된다면 매출 확대는 물론 B2C 시장에서 인지도 확대가 이뤄질 전망이다. 홈쇼핑 채널이 확대될 경우 추가적인 성장도 기대된다. 이미 1분기 업종 내 TOP 제품들 판매량이 15,000대를 넘어섰고, 분기마다 성장하는 시장이라는 점을 감안하면 상방은 열려 있다고 판단한다.

**해외진출 진행 중
물량이 크고, 수익성이 높은
해외수출계약**

여기에 더해 LED마스크 해외진출도 기대된다. 해외시장에서 K뷰티에 대한 관심이 높아지면서 LED마스크 수요 역시 늘어나고 있고, 지티지웰니스 역시 해외 수출계약을 진행 중에 있다. 해외계약의 경우 기본 계약물량이 크고, 수수료가 절감되면서 수익성 역시 높기 때문에 매출과 수익성 모두 늘어날 수 있다.

**더블에프 성장 기대
LED마스크 런칭 때와 달리
브랜드 인지도 확보로
시장 선점 및 확대 기대**

3) 더블에프: 더블에프 역시 홈쇼핑에 출시된다. 5/11 런칭방송 이후 6월에 2회 방송이 확정됐다. LED마스크와 마찬가지로 지티지웰니스가 최초로 출시한 기기이며, 현재 시장에서 동사가 유일하게 공급하고 있다. 오페라 미룩스와 함께 배우 한예슬을 모델로 기용했고, LED마스크 출시 이후 브랜드 인지도도 올라오면서 함께 성장이 기대된다. LED 마스크와 마찬가지로 타 홈쇼핑 채널로 진출도 기대된다.

[도표11] LED마스크와 더블에프 - 배우 한예슬 기용



자료: GS샵, 지티지웰니스, 유화증권

[도표12] 오페라의 해외 유튜브 리뷰 - K뷰티 관심 증가 추세



We Tried A \$339 LED Mask Treatment Loved By Celebrities Like Chrissy Teigen and Kourtney Kardashian

자료: Youtube, 유화증권

재무상태표

(단위: 십억원)	2015A	2016A	2017A	2018A	2019F
자산총계	15	22	26	29	29
유동자산	13	17	18	20	20
현금및현금성자산	4	5	3	2	2
단기금융자산	0	1	0	0	0
매출채권및기타채권	3	4	5	6	6
재고자산	5	7	9	10	10
비유동자산	1	5	8	9	9
장기금융자산	0	0	0	0	0
관계기업등투자자산	0	0	0	0	0
유형자산	1	4	4	5	5
무형자산	0	1	3	2	2
부채총계	5	16	14	9	5
유동부채	5	5	6	8	8
단기차입부채	3	2	4	6	6
기타단기금융부채	0	1	0	0	0
매입채무및기타채무	2	1	1	2	2
비유동부채	0	11	8	1	-3
장기차입부채	0	11	7	0	20
기타장기금융부채	0	0	0	0	0
자본총계	10	6	12	20	24
지배주주지분	10	6	12	20	24
비지배주주지분	0	0	0	0	0

현금흐름표

(단위: 십억원)	2015A	2016A	2017A	2018A	2019F
영업활동현금흐름	-3	-1	-1	-4	-16
당기순이익	1	1	2	-6	6
현금유입없는손익	0	1	1	5	3
자산상각비	0	0	1	1	1
영업자산부채변동	-5	-4	-5	-3	-23
매출채권증감	-2	-1	-3	-2	0
재고자산증감	-1	-3	-2	-1	0
매입채무증감	-0	-0	1	1	-0
투자활동현금흐름	-0	-4	-2	-4	-3
투자활동현금유입액	0	1	1	0	27
유형자산	0	0	0	0	16
무형자산	0	0	0	0	8
투자활동현금유출액	1	5	3	4	30
유형자산	0	3	1	1	17
무형자산	0	1	1	1	9
재무활동현금흐름	7	6	2	7	19
재무활동현금유입액	8	8	2	11	36
단기차입부채	1	4	2	2	16
장기차입부채	0	5	0	0	19
재무활동현금유출액	1	2	0	4	17
단기차입부채	1	2	0	2	16
장기차입부채	0	0	0	0	0
기타현금흐름	0	0	0	0	0
연결범위변동효과	0	0	0	0	0
환율변동효과	0	0	0	-0	-0
현금변동	3	1	-2	-1	0
기초현금	0	4	5	3	2
기말현금	4	5	3	2	2

포괄손익계산서

(단위: 십억원)	2015A	2016A	2017A	2018A	2019F
매출액	11	21	24	22	45
매출원가	7	10	11	12	21
매출총이익	4	11	13	9	24
판매비와관리비	3	10	11	12	17
영업이익	1	2	2	-3	7
EBITDA	1	2	3	-2	8
비영업손익	-0	-0	0	-3	-0
이자수익	0	0	0	0	0
이자비용	0	1	1	0	0
배당수익	0	0	0	0	0
외환손익	0	-0	-0	0	0
관계기업등관련손익	0	0	0	0	0
기타비영업손익	0	1	2	-3	0
세전계속사업이익	1	1	2	-6	7
법인세비용	0	0	0	-1	1
연결실체변동관련손익	0	0	0	0	0
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	1	1	2	-6	6
지배주주순이익	1	1	2	-6	6
비지배주주순이익	0	0	-0	-0	0
기타포괄손익	0	-0	-0	-0	-0
총포괄손익	1	1	2	-6	5

투자지표

(단위: 원,배,%)	2015A	2016A	2017A	2018A	2019F
주당지표 및 주가배수					
EPS	256	333	492	-1,015	918
BPS	2,533	1,407	2,684	3,504	3,822
CFPS	-833	-262	-289	-687	-2,590
SPS	2,847	5,272	5,465	3,829	7,200
EBITDAPS	343	531	588	-390	1,290
DPS (보통, 현금)	0	0	0	0	0
배당수익률 (보통, 현금)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
배당성향 (보통, 현금)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
PER	43.3	35.2	23.3	-	17.9
PBR	4.4	8.3	4.3	2.0	4.3
PCFR	-	-	-	-	-
PSR	3.9	2.2	2.1	1.8	2.3
EV/EBITDA	32.3	25.7	22.5	-	15.7
재무비율					
매출액증가율	62.6	98.1	12.7	-10.6	109.2
영업이익증가율	흑전	69.2	12.3	적전	흑전
지배주주순이익증가율	2,788.3	39.0	53.0	적전	흑전
매출총이익률	36.6	53.2	55.0	42.4	54.3
영업이익률	10.0	8.5	8.5	-14.3	16.0
EBITDA이익률	12.1	10.1	10.8	-10.2	17.9
지배주주순이익률	9.0	6.3	8.6	-27.4	12.8
ROA	10.0	10.0	8.5	-11.3	24.9
ROE	16.7	17.7	24.7	-36.2	26.3
ROIC	17.2	15.0	10.0	-13.1	16.8
부채비율	51.7	285.1	110.2	47.2	21.3
차입금비율	26.8	225.8	89.7	30.3	107.4
순차입금비율	-9.8	137.3	67.1	19.7	98.7

Compliance Notice

- ◇ 당사는 발간일 기준으로 지난 6개월간 위 종목의 유가증권 발행(DR, CB, IPO 등)에 주간사로 참여한 적이 없습니다.
- ◇ 본 자료에는 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 애널리스트의 의견이 정확하게 반영되었습니다. (작성자: 홍종모)
- ◇ 당사는 동 자료에 대한 기관투자자나 제3자에 사전 제공한 사실이 없습니다.
- ◇ 당사는 발간일 현재 동 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않으며, 조사분석 담당자는 발간일 현재 동 종목을 보유하고 있지 않습니다.

<기업분석 투자 의견 구분>

Strong Buy	6개월내 시장 대비 25% 이상의 수익률이 예상될 경우
Buy	6개월내 시장 대비 10%~25%의 수익률이 예상될 경우
Market Perform	6개월내 시장 대비 -10%~10%의 수익률이 예상될 경우
Underperform	6개월내 시장 대비 -10%이하의 수익률이 예상될 경우
Trading Buy	향후 1개월내 시장 대비 주가 상승이 예상되나 기대수익률 수준을 예측하기 어려운 경우

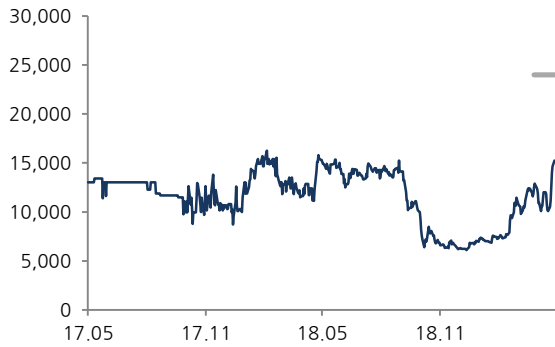
(기준일: 2019.03.31)

투자등급	금융투자상품의 비율
매수	100.0%
중립	0.0%
매도	0.0%
합계	100.0%

<산업분석 투자 의견 구분>

Overweight	자산 포트폴리오상 비중확대를 권유할 산업
Neutral	자산 포트폴리오상 중립을 권유할 산업
Underweight	자산 포트폴리오상 비중축소를 권유할 산업

지티지웰니스 주가추이 및 목표주가



Rating Change

제시일자	목표주가	투자 의견
2019.05.24	24,000	BUY

괴리율 공시(%)

평균주가	최고주가
-	-