

Morning Meeting Brief

산업 및 종목 분석

[Battery Day Review] 테슬라의 소문난 잔치 종료

- Battery Day를 앞두고 시장에서는 장수명(백만마일), 에너지 밀도 개선, 원가 절감 등 외에도 차세대 배터리에 대한 기대감까지도 형성되었던 상황
- 다만 실제로는 제조원가 절감을 통한 배터리 가격 하락과 주행거리 향상이 주된 내용을 이루었으며 대부분 시장에서 이미 예상했던 내용들
- 구체적으로 5가지의 방안을 제시(원가 -56% 예상)했으며, 테슬라는 이를 통해 가격 2.5만달러의 대중적인 전기차 생산이 가능할 것으로 전망

한상원, sangwon.han@daishin.com

[Issue Comment] Tesla 생태계 구축의 트리거

- Tesla 배터리 데이에서 발표된 배터리 제조공정 혁신
- 모델3보다 저가형 BEV 계획으로 향후 완전 자율주행 기반 로보택시 사업 전망
- 자동차 제조사가 아닌 모빌리티/에너지 플랫폼 생태계 구축 전망

소재산업팀

[3Q20 Preview] SK 텔레콤: 본업 턴어라운드와 자회사 가치 부각

- 투자의견 매수, 목표주가 35만원 유지
- 3분기 매출 4.9조원(+7% yoy, +6% qoq), OP 3.6천억원(+21% yoy, +1% qoq) 전망. 별도 OP 2.8천억원(+11% yoy, +4% qoq), 3년 만에 턴어라운드 전망. SKT의 5G ARPU 개선 및 점유율 회복에 따라 시장 안정적인 상황. 마케팅비는 7.7천억원으로 매출 대비 26%, 1~2Q와 유사한 수준 전망
- SKB는 OP 670억원(+83% yoy, +10% qoq)으로 또 다시 분기 기준 최고 이익 전망. IPTV 실적 개선, T-broad 실적 온기 반영 및 IDC/전용회선 등 B2B 수요 증가 영향
- SKB의 역대 최고 실적 달성 외에도, 나녹스, IDQ, 인크로스, 11번가, 원스토어, ADT 캡스 등 다양한 비통신 자회사들의 가치 주목할 시점

김화재, hojae.kim@daishin.com

[1Q21 Review] 나이키: 온라인 매출 급증하며 1Q21 여닝 서프라이즈 기록

- 1Q21 Review: 시장 컨센서스 상회하는 여닝 서프라이즈 기록
- 전세계 오프라인 wholesale 채널 대부분의 매장이 정상 운영되었지만 코로나19 영향으로 traffic이 감소한 반면, 디지털(온라인) 매출액이 yoy 82% 급증하며 실적 개선 견인
- 2021년 1분기 양호한 실적에 크게 기여했던 디지털 채널에 대해 향후 지속적으로 투자할 것임을 언급. 주가는 실적 발표 후 시간 외 거래에 13% 급등

유정현, junghyun.yu@daishin.com

[3Q20 Preview] 한세실업: 고마진 마스크 & 우량 고객사 대형마트 수주 증가

- 투자의견 BUY, 목표주가 20,000원 유지
- 3분기 의류 OEM 수주는 마스크, 방호복(이하 PPE 상품) 수주가 2분기에 이어 3분기에도 추가되며 약 5% 성장 전망. 특히 3분기 PPE 상품 수주의 경우 2분기와 달리 자체 제작이 크게 늘면서 PPE 상품의 OPM이 기존 의류 수주에 비해 높은 것으로 파악. 3분기 OEM 사업부 OPM 8.5% 기록 전망
- 최근 고객사 중에서 Target, Walmart 등 대형마트의 실적이 크게 개선되면서 동사도 이들 고객사내에서 중요 벤더로서 역할이 부각되고 있는 것으로 파악
- 2021년은 시장 정상화, 벤더 consolidation 효과로 안정적인 실적 개선 추세가 이어질 것으로 전망

유정현, junghyun.yu@daishin.com

2차전지

한상원
sangwon.han@daishin.com

투자익견

Overweight

비중확대, 유지

테슬라의 소문난 잔치 종료

Battery Day 요약: Halve the Cost

- Battery Day를 앞두고 시장에서는 장수명(백만마일), 에너지 밀도 개선, 원가 절감 등 외에도 차세대 배터리에 대한 기대감까지도 형성되었던 상황
- 다만 실제로는 제조원가 절감을 통한 배터리 가격 하락과 주행거리 향상이 주된 내용을 이루었으며 대부분 시장에서 이미 예상했던 내용들
- 구체적으로 5가지의 방안을 제시(원가 -56% 예상)했으며, 테슬라는 이를 통해 가격 2.5만달러의 대중적인 전기차 생산이 가능할 것으로 전망

구체적 방안: 1) 디자인, 2) 공정, 3) 음극재, 4) 양극재, 5) 통합

- 1) Cell Design(원가 -14%): 폼팩터 변화(4680 원통형)를 통한 에너지 및 파워를 5~6배 향상하고, 주행거리도 16% 개선. 또한 Tabless 기술을 함께 적용하여 충전시간도 혁신적으로 단축 가능(전자의 이동거리가 축소되기 때문)
- 2) Cell Factory(원가 -18%): 2019년 인수한 Maxwell의 건식 전극 기술을 도입하여 공정 효율성 개선(파우더를 직접 필름화하기 때문에 건조 공정이 불필요) vs. 다만 실제 양산까지는 코팅 기술 등 다양한 한계점이 존재한다고 언급
- 3) Anode Material(원가 -5%): 실리콘 음극재. 부피 팽창과 가격의 단점을 보완하기 위해 원재료(MG-Si)부터 표면 코팅, 전극 디자인 등 활용 자체 생산. 가격 1.2달러/KWh로 Si-NW(나노와이어, 10달러/KWh 이상) 대비 대폭 절감
- 4) Cathode Material(원가 -12%): 니켈 극대화 vs. 코발트 제거(Free). 니켈이 에너지 밀도와 가격 측면에서 유리하기 때문. 다만 하이-니켈 외에도 Iron(철), 니켈-망간 등 3가지 유지 계획(vs. Iron의 경우 ESS나 중거리에 적합 판단)
- 5) Cell Vehicle Integration(원가 -7%): 구조 효율화를 통한 밀도 높은 배터리의 탑재 목표. 차체(Body) 혁신과 배터리 엔지니어링(Engineering) 기술의 조합

결론: 테슬라가 그리는 방향성만 재확인

- Battery Day의 내용은 차세대 혁신 기술보다는 원가 절감과 가격 하락에 초점
- 내재화(자체 생산)의 경우 현재 Pilot 설비를 통해 일부 생산 가능하고 2022년 100GWh, 30년 3TWh의 계획을 발표했으나 불확실한 계획이라고 판단
- 원가 절감 및 내재화 측면에서 가장 관건은 (2)번이나 아직 실제 적용까지는 시간이 필요한 기술이기 때문. 실제로 테슬라도 위와 같은 새로운 소재, 공정, 기술 등의 적용으로 생산된 배터리 양산에는 최소 18개월 이상 필요하다고 언급
- (3)~(4)번의 전극 소재 혁신은 한국 배터리 업체들도 NCMX 양극재, 실리콘 음극재 등을 통해 적극적으로 대응하고 있으며, 특히 테슬라도 주행거리 향상(=에너지 밀도 개선)에는 실리콘 음극재가 가장 크게 기여할 것으로 기대
- 결론적으로 원가 절감을 통한 가격 하락이라는 2차전지 산업의 발전 방향성을 재확인한 수준에 그치는 Event였으며, 우려했던 테슬라의 대규모 내재화 역시도 여전히 불확실성이 큰 상황으로 판단
- 오히려 행사 전일 엘론 머스크가 SNS를 통해 파나소닉, LG화학, CATL 등의 업체들로부터 배터리 구매를 늘리겠다고 밝힌 이유를 다시 생각해볼 필요가 존재. 한국 2차전지 업종에 대한 긍정적인 시각을 유지

자동차업

소재산업팀

투자의견

Overweight

비중확대, 유지

Tesla 생태계 구축의 트리거

Tesla 배터리 데이에서 발표된 배터리 제조공정 혁신

- 배터리 성능상 혁신이라기 보다는 **제조공정 혁신을 통한 원가 절감 계획**
- 주행거리 +54%, kWh당 원가 절감 -56% 계획 공개
 - 1) Cell Design : 14% 절감 (건전지 + 돌출부 줄인 탭리스 배터리 2170→4680)
 - 2) Cell Factory : 18% 절감 (건식 파우더 투입을 통한 건조 공정 축소)
 - 3) Anode Material : 5% 절감 (실리콘 코팅 음극재 활용)
 - 4) Cathode Material : 12% 절감 (소재가격 절감)
 - 5) Cell Vehicle Integration : 7% 절감 (캐스팅 공정 통합)
- 실현 시점은 22년부터 추진되어 25년까지 완성하는 것을 목표
- 자체 배터리셀 생산 계획은 22년 100GWh (대당 75kWh 기준 약 130만대), 30년 3TWh(약 4,000만대)으로 발표함
- 3TWh는 1) B2B 매출 2) 쉐라시티 ESS 공급 3) Space X의 활용 (로켓/위성 등) 될 것으로 유추

모델3보다 저가형 BEV 계획으로 향후 완전 자율주행 기반 로보택시 사업 전망

- 배터리 원가 혁신을 통해 향후 \$25,000 판매가 수준의 BEV 출시 계획
- Tesla의 기존 보급형 모델인 모델3의 엔트리 트림 판매가는 약 5천만원으로 프리미엄 차량에 가까움
- 로보택시의 궁극적인 구현을 위해서는 판매가 인하를 통한 보다 더 많은 사용자 확보 필요
- 원가 경쟁력 개선과 함께 **판매가 인하를 통한 차량 디바이스 판매 확대**는 에코시스템 장악과 더 많은 데이터 확보의 근거
- **모빌리티 데이터 비즈니스의 확대 전개**와 함께 로보택시 사업 운영 전망

자동차 제조사가 아닌 모빌리티/에너지 플랫폼 생태계 구축 전망

- Tesla는 '지속가능한 에너지 사회로의 전환 가속화'라는 비전하에 **모빌리티/에너지 관련 'Tesla 생태계' 구축 계획**
- 이를 위해 **'HW 보급 확대 → SW서비스로 사업 영역 확장 → 모빌리티/에너지 플랫폼 구축'**의 단계적 사업 전략을 추진
 - 1) HW 보급 확대: Tesla는 플랫폼 사업을 본격화하기 위해 경쟁업체와 차별화된 BEV/ESS/태양광 패널을 개발하고 판매 확대 추진
 - 2) SW서비스로 사업 영역 확장 : SW를 차량과 통합하여 판매하는 기존 방식에서 탈피하여 ID 기반 SW 개별 판매 방식(구독 서비스)으로 전환
 - 3) BEV/에너지 플랫폼 구축 : 로보택시/V2G/VPP 등 플랫폼 사업 상용화를 통해 BEV/에너지 생태계 장악 추진
- Tesla의 혁신은 향후 자동차 산업 내 차량 성능/디자인/품질 등 상품성 경쟁을 넘어 SW서비스 역량 확보 및 플랫폼 구축 경쟁을 촉발할 전망
- 미래 자동차는 OTA 기반 성능 개선 및 부가서비스 제공이 가능한 '디지털 디바이스'
- 따라서, SW 서비스 역량 중요성이 더욱 증가하고 있으며, **SW 아키텍처 플랫폼 구축 성공 여부가 미래 BEV 시장 경쟁력 결정의 핵심요인**으로 부상할 전망

SK 텔레콤
(017670)

김화재

hojae.kim@daishin.com

투자 의견

BUY

매수, 유지

6개월 목표주가

350,000

유지

현재주가

(20.09.23)

233,000

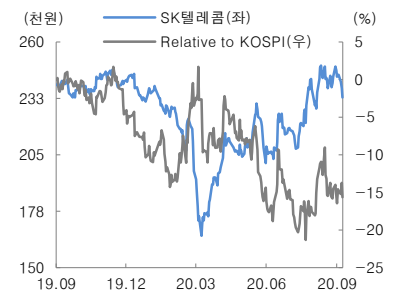
통신서비스업종

4차 산업혁명/안전등급

Neutral Green

KOSPI	2333.24
시가총액	18,814십억원
시가총액비중	1.38%
자본금(보통주)	45십억원
52주 최고/최저	248,500원 / 165,500원
120일 평균거래대금	884억원
외국인지분율	35.92%
주요주주	SK 외 4 인 26.78% 국민연금공단 12.10%

주가수익률(%)	1M	3M	6M	12M
절대수익률	-1.1	13.4	40.8	-3.3
상대수익률	-2.3	3.6	-10.5	-13.3



본업 턴어라운드와
자회사 가치 부각

투자의견 매수, 목표주가 350,000원 유지

- 20E 별도 EBITDA 3.9조원에 EV/EBITDA 4.7배(LTE 도입 초기 3년 ‘12~14 평균’ 적용 후 자회사 가치 합산한 SOTP 기준으로 목표주가 산정

3Q20 Preview: 본업 턴어라운드, 자회사 가치 부각

- 매출 4.9조원(+7% yoy, +6% qoq), OP 3.6천억원(+21% yoy, +1% qoq) 전망
- 별도 OP 2.8천억원(+11% yoy, +4% qoq), 3년 만에 턴어라운드 전망
- 자회사들 실적 개선으로 2Q20에 이미 연결 기준으로는 턴어라운드 달성
- 2Q17 LTE 비중 80% 상회, 3Q17 선택약정할인을 상향으로 ARPU 및 매출 감소하며 OP 역성장 시작. 2Q19부터 선택할인을 상향 영향 소멸 및 5G 상용화로 ARPU qoq 개선, 3Q20 ARPU yoy 개선되며 OP 턴어라운드 전망
- 5G 점유율은 꾸준히 개선되어, 20.7월 기준 45.6%로 전체 점유율 46.7%에 1.1%p차로 근접. SKT의 5G 점유율 회복에 따라 시장 안정적인 상황. 마케팅비는 7.7천억원으로 매출 대비 26%, 1~2Q와 유사한 수준 전망
- SKB는 OP 670억원(+83% yoy, +10% qoq)으로 1Q20 373억원, 2Q20 608억원에 이어서 또 다시 분기 기준 최고 이익 전망. IPTV 실적 개선, Tbroad 실적 온기 반영 및 IDC/전용회선 등 B2B 수요 증가 영향

비통신 가치도 중요하다

- SKB의 역대 최고 실적 달성 외에도, 나녹스, IDQ, 인크로스, 11번가, 원스토어, ADT 캡스 등 다양한 비통신 자회사들의 가치도 주목할 시점(2p에 계속)

(단위: 십억원 %)

구분	3Q19	2Q20	3Q20(F)				4Q20			
			직전추정	당사추정	YoY	QoQ	Consensus	당사추정	YoY	QoQ
매출액	4,561	4,603	4,972	4,896	7.3	6.4	4,707	4,921	11.6	0.5
영업이익	302	359	364	364	20.6	1.3	345	269	65.6	-26.1
순이익	274	427	410	378	37.7	-11.6	413	190	흑전	-49.7

자료: SK텔레콤, FnGuide, 대신증권 Research Center

영업실적 및 주요 투자지표

(단위: 십억원, 원 %)

	2018A	2019A	2020F	2021F	2022F
매출액	16,874	17,744	18,870	20,460	21,080
영업이익	1,202	1,110	1,295	1,546	1,802
세전순이익	3,976	1,163	1,681	2,521	2,987
총당기순이익	3,132	862	1,307	1,941	2,300
자배분순이익	3,128	890	1,304	1,941	2,300
EPS	38,738	11,021	16,154	24,036	28,488
PER	7.0	21.6	14.4	9.7	8.2
BPS	278,291	284,310	291,423	306,442	325,462
PBR	1.0	0.8	0.8	0.8	0.7
ROE	15.5	3.9	5.6	8.0	9.0

주: EPS와 BPS, ROE는 지배분 기준으로 산출
자료: SK텔레콤, 대신증권 Research Center

Nike
(NKE)

온라인 매출 급증하며
1Q21 어닝 서프라이즈 기록

1Q21 Review: 시장 컨센서스 상회하는 어닝 서프라이즈 기록

- 1Q21 매출 \$10.6bn(-1% yoy), 영업이익 \$1.8bn(+15% yoy)으로 집계되며 시장 컨센서스와 추정치 중 가장 상단의 수치를 모두 상회하는 어닝 서프라이즈 기록(나이키는 5월 결산 법인으로 1Q21년은 2020년 6-8월을 의미), 전세계 오프라인 wholesale 채널 대부분의 매장이 정상 운영되었지만 코로나19 영향으로 traffic이 감소한 반면, 디지털(온라인) 매출액이 yoy 82% 급증하며 실적 개선 견인
- **[지역별]** North America -1.6%, EMEA +4.9%, Greater China +6.0, Asia Pacific & Latin America(APLA) -18.3% 매출 성장 **[품목별]** 신발 +3.8%, 의류 -7.9%, 장비 -17.2% 매출 성장 기록 **[브랜드별]** 나이키 -1%, 컨버스 -1% 감소 **[채널별]** 온라인 매출액 1분기 중 +82% 급증, North America와 Greater China 지역은 온라인 매출액 두 자리 수 증가, EMEA, APAL 지역은 세 자리 수 매출 급증
- 매출총이익률은 yoy 90bps 하락하며 44.8%를 기록하였지만 이 역시 시장 추정치인 42.9% 대비 높은 수치. 재고를 줄이기 위해 할인율이 상승한 것이 GPM 하락 요인. 그러나 판매비가 yoy 11% 감소하며 영업이익이 yoy 15% 큰 폭으로 증가. 디지털 채널 관련 투자가 증가했음에도 불구하고, 코로나19로 마케팅 활동을 취소하거나 연기하면서 관련 비용이 감소한 것이 영업이익 증가 요인
- 한편 1분기말 재고는 yoy 15% 증가한 \$6.71bn으로 집계되었음. 전년동기대비 아직 높은 수준이지만 전분기 대비 9% 감소한 수치로 무난한 수준을 기록

디지털 채널 지속적 강화 언급, 주가는 실적 발표 후 시간 외 거래에 13% 급등

- 2021년 1분기 양호한 실적에 크게 기여했던 디지털 채널에 대해 향후 지속적으로 투자할 것임을 언급. 디지털 판매 비중은 역대 최고치를 경신 중인데 지난 회계연도 전체 +47% 급성장하였고 매출 비중은 30%까지 상승한 상황(전년 회계연도 기준 매출 비중 21%). 동사의 주가는 서프라이즈 실적 발표로 장 마감 후 시간외 거래에서 13% 급등. 동사의 호실적 영향으로 언더아머, 풋라커 등 주요 스포츠 브랜드사들의 주가도 3% 가량 상승 마감

영업실적 및 주요 투자지표	(단위: USDmn, USD, %)				
	2019A	2020A	2021F	2022F	2023F
매출액	39,117	37,403	39,725	45,226	49,125
영업이익	4,445	4,772	4,000	4,469	6,062
당기순이익	4,029	2,539	3,717	5,138	5,886
EPS	2.5	1.6	2.4	3.4	3.9
PER	46.9	73.0	48.2	34.5	29.6
BPS	7.2	6.5	5.6	5.6	6.8
PBR	16.2	18.0	21.0	20.8	17.1
ROE	42.7	29.7	44.6	61.4	57.7

주: EPS와 BPS, ROE는 지배부분 기준으로 산출
자료: S&P, 토크스타트, 데일리경제 Research Center

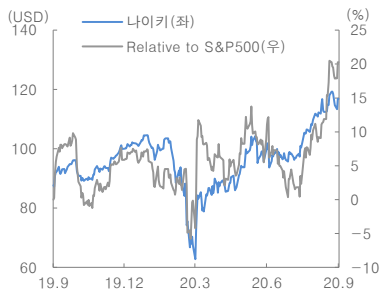
유정현 이나연	junghyun.yu@daishin.com nayeon.lee@daishin.com
투자이전 (토스로이더 평균)	BUY *(1.9)
목표주가(\$) (토스로이더 평균)	124.14
현재주가(\$) (20.09.23)	116.87
	의류 업체

4차 산업혁명/안전등급 ■ Neutral Green



기업명	NIKE
한글명	나이키
홈페이지	https://www.nike.com
결산월	5월
거래소 국가	US
상장 거래소	NYSE
시가총액(십억달러)	182.3
시가총액(조원)	212.4
발행주식수(백만주)	1,557
52주 최고가/최저가	120.48/60.00
주요주주	Vanguard Group 8.45% Blackrock 7.69%

주가수익률(%)	1M	3M	6M	12M
절대수익률	6.5	17.4	73.3	34.8
상대수익률	9.1	10.4	20.5	21.7



한세실업 (105630)

유정현 이나연
jungghyun.yu@daishin.com nayeon.lee@daishin.com

투자 의견 **BUY**
매수, 유지

6개월 목표주가 **20,000**

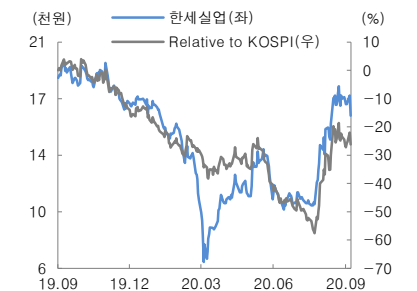
현재주가 **16,250**
(20.09.22) 우지

섬유·의복업종

4차 산업혁명/안전등급 ■ Neutral Green

KOSPI	2332.59
시가총액	650십억원
시가총액비중	0.05%
자본금(보통주)	20십억원
52주 최고/최저	19,700원 / 6,810원
120일 평균거래대금	34억원
외국인지분율	7.58%
주요주주	한세에스24홀딩스 외 11 인 56.66% 국민연금공단 12.35%

주가수익률(%)	1M	3M	6M	12M
절대수익률	5.5	46.4	104.4	-15.8
상대수익률	4.3	33.5	37.2	-24.5



고마진 마스크 & 우량 고객사 대형마트 수주 증가

투자의견 BUY, 목표주가 20,000원 유지

– 투자의견 BUY, 목표주가 20,000원(2021년 P/E 13배)유지. 최근 주가는 지난 한달간 급등한 이후 숨고르기 국면에 진입. 3분기 시장 예상보다 양호한 동사의 수익성과 대형 벤더사 중심의 시장 회복 등을 고려할 때 3분기 실적 발표 시점을 전후로 주가는 다시 상승 흐름을 보일 것으로 전망

3Q20 Preview: 기존 의류 수주와 마스크와 방호복 수주로 실적 회복

– 3분기 의류 OEM 수주는 기존 의류 수주가 한 자리 수 감소할 것으로 전망되나 마스크, 방호복(이하 PPE 상품) 수주가 2분기에 이어 3분기에도 추가되며 OEM 사업부 전체 수주액은 약 5% 성장 전망. 3분기 PPE 상품 수주액 규모는 2분기와 마찬가지로 1억 달러 수준이나, 대부분 상품 매출로 마진이 낮았던 2분기와 달리 3분기는 자체 제작이 크게 늘면서 PPE 상품의 OPM이 기존 의류 수주에 비해 높은 것으로 파악. 3분기는 고객사 파산 등에 따른 비용 요인도 소멸되고 고마진 PPE 상품 이익 기여로 OEM 사업부 OPM은 2분기 0.4%에 비해 크게 개선된 8.5%를 기록할 것으로 전망

중국산 제품의 MS 하락, 대형마트 고객사군에서 핵심 벤더로 격상

– 4분기 수주 성장률은 기존 의류의 경우 낮은 한 자리 수 감소하며 3분기 대비 개선될 것으로 예상. 4분기에는 PPE 상품 매출은 일시적으로 없을 것으로 보임. 최근 고객사 중에서 Target, Walmart 등 대형마트의 실적이 크게 개선되면서 동사도 이들 고객사내에서 중요 벤더로서 역할이 부각되고 있는 것으로 파악. 이는 최근 파산 신청이 급증한 의류 브랜드사에 비해 우량 고객인 대형마트사 바이어군에서 동사의 입지가 격상됨으로써 안정적인 매출처로의 매출 비중이 상승함을 의미하며 동사의 이익 안정성에 긍정적

– 최근 의류/신발 OEM 산업은 중국산 제품의 점유율 하락이 눈에 띄게 나타나고 있음. 미중 무역분쟁과 코로나19 등 연이은 악재로 바이어들이 중국 의존도를 낮추라고 공식적으로 announce 하고 있는 상황임. 이러한 상황들을 종합해 볼 때 2021년은 시장 정상화, 벤더 consolidation 효과로 안정적인 실적 개선 추세가 이어질 것으로 전망

영업실적 및 주요 투자지표

(단위: 십억원 원 %)

	2018A	2019A	2020F	2021F	2022F
매출액	1,713	1,922	1,904	2,027	2,195
영업이익	39	59	49	83	55
세전순이익	-48	-7	48	81	58
총당순이익	-50	-17	35	60	43
지배지분순이익	-51	0	35	60	43
EPS	-1,269	-6	885	1,503	1,079
PER	NA	NA	18.4	10.8	15.1
BPS	10,306	9,945	10,318	11,307	11,869
PBR	1.9	1.7	1.6	1.4	1.4
ROE	-11.4	-0.1	8.7	13.9	9.3

주: EPS와 BPS, ROE는 지배지분 기준으로 산출, 자료: 한세실업, 대신증권 Research Center

▶ Compliance Notice

- ✓ 본 자료에 수록된 내용은 당 Research Center가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로 얻어진 것이나 정확성을 보장할 수 없으므로 어떠한 경우에도 본 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- ✓ 자료 작성일 현재 본 자료에 관련하여 위 애널리스트는 재산적 이해관계가 없습니다.
- ✓ 본 자료에는 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하였습니다.
- ✓ 동 자료는 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.