



Company profile 2025 OA

We introduce about our history & vision





Korea No.1 home appliances OA

CEO Volition

무한 발전 무한 행복

『뫼비우스의 띠』 고객과 직원들에게
무한함을 제공하는 것이 오아의 가치체계입니다.

- 경영철학 : 수신제가치국평천하 (논어)
- 경영이념 : 창의 융합 및 인문학적 기반 성장
- 경영목적 : 삶의 질을 향상 시키는 기업

김상무 대표이사

- 졸 고려대학교 경영대학 무역학과
- 전 Tunewiz.com(USA) 개발팀장
- 전 Web People 대표
- 전 Miracle Progress(CN) 지사장
- 전 K2C International(HK) 대표
- 전 HS Trading 대표
- 현 오아 주식회사 대표



Company
profile 2025 

CONTENTS

01 | Who is OA

기업소개 · 성장연혁 · 제품소개 · 경영성과 · 성과분석

02 | What is OA

성장요인 · 핵심역량 I · 핵심역량 II · 핵심역량 III · 핵심역량 IV

03 | Where is OA

국내시장 · 브랜드인지도 · 경쟁사분석

04 | How to OA

매출전략 · 공급전략 · 비전전략

05 | We are OA

지식재산 · 경영인증 · 조직구조

Company
profile 2025 OA

Who is

기업소개 · 성장연혁 · 제품소개 · 경영성과 · 성과분석





오아 주식회사 생활의 가치를 제공하는 소형가전 No.1 커머스 기업

임직원은 평등을 원칙으로 상호 존중하며 가족친화적인 좋은 근무환경을 제공함은 물론
모두의 만족과 발전을 통해 고객에게 정성스러운 서비스를 제공하는 선순환 구조를 추구합니다.

오아 본사

회사명	오아(주)
대표이사	김상무
설립일	2014.01.29
직원수	111명 (2024.9 기준)
자본금	32.6억 (2024.9 기준)
주식수	4,637,372주 (2022.6 기준)
액면가	500원
업종	전자·전기·무역·전자상거래 외
본사	서울 서초구 효령로 46길 97
자산총계	664억 (2024.9 기준)
주요제품	생활·주방·계절·건강가전·건강푸드 ≈ 615종
홈페이지	www.oa-world.com

중국 법인

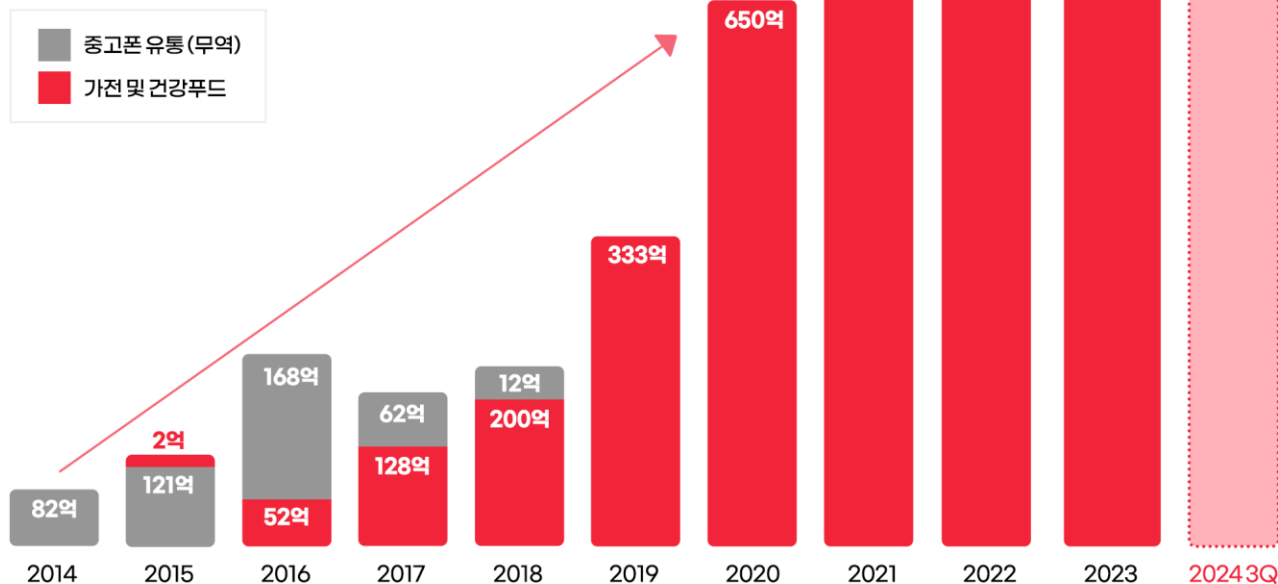
회사명	오아가전
법인장	공상석
초기설립	2017.08.11
법인 설립	2020.8.6 (해외투자법인)
직원수	15명
R&D	5명
QC	5명
관리	5명
항만	심천, 상해 PORT
소재지	광둥성 심천
거래처	광둥성(120)저장성(75)기타(11)

포항 물류 창고

소유주	오아(주)
관리위탁	한국산업
매입금	200억
규모	토지 81,404,40㎡ (24,624평) 건물 25,913.87㎡ (7,839평)
직원수	57명 (2024.9 기준)
적재량	40"HQ / 170CONT
평균운송	≈ 6,000천건
항만	부산 PORT
위치선정	인근지역 대비 저렴 / 지속 확장성 안전관리 및 인력수급 용이 등
물류체계	창고 외 물류 거버넌스

‘종합소형가전’ 브랜드로 연매출 892억을 달성하기까지 8년..

- 韓中 전자제품 제조·유통 사업 10년
- 소형전자기기·생산관리 Know-How
- 중국 제조·유통 Business Infra 확보



2014

K2CI(주) 법인설립

2015

OA Brand 런칭 가습기 판매 시작

2016

휴대용 선풍기 히트 · 가습기 판매량 증가 · 70개 제품 확대

2017

매출 성장기 · 네이처시리즈 개발 · 포항 물류창고 설립

2018

가습기 히트 판매 · 오아(주) 법인명 변경 · VOAR Brand 런칭

2019

인지도▲ · 매출▲ · 오아 스토어 오픈 · TVC등 마케팅 강화

2020

제품 및 채널 확대 · 중국 해외투자법인 설립 · 경영혁신 추진

2021

채널 고도화 · 마케팅 강화 · 경영 고도화
미래비전 확립 · 중장기 사업전략 · IPO 추진
신사업(뉴트리커먼-건강기능식품) 시범사업 · 21.01월 런칭

2022

제품다각화

2023

브랜드 마케팅 · 판매채널 증대 (233여개 → 288여개)
인력구성 효율화

2024

삼대오백 신규 브랜드 런칭
피트니스 브랜드 메시브 (MASSIVE '더 거대해지다')

‘가성비’와 ‘가심비’를 담아내는 트렌디 오아 브랜드



2030 대상

‘트렌디’ 소형가전 브랜드

1인 가구 및 소규모 가구 중심



오아

- 주요 카테고리 지속 인기 판매 중
- 이미용 신규 라인업 비 강화 전략 진행 중
- 제품별 라인업 지속 강화



3040 주부 대상

‘감성기술’ 중소형 가전 브랜드

실용적 디자인 제품 중심



보아르

- 제품별 라인업 지속 강화
- 주방가전 기기 지속 성장
- 청소가 가전 기기 라인업 추가



건강 관심 대상

‘건강파트너’ 건강푸드 브랜드

고함량 제품 중심

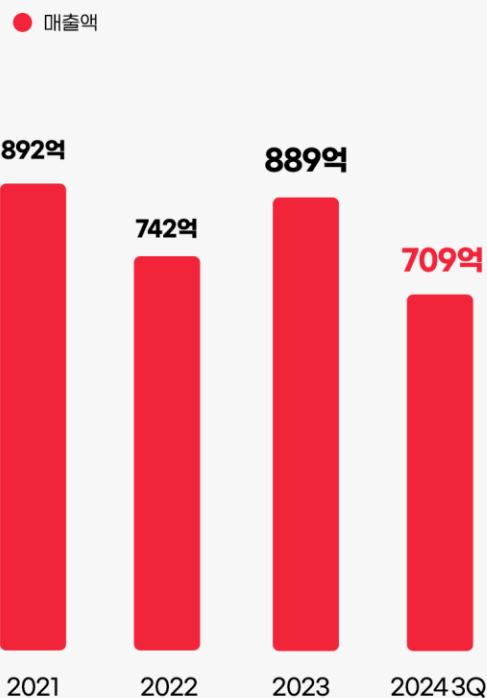


삼대오백

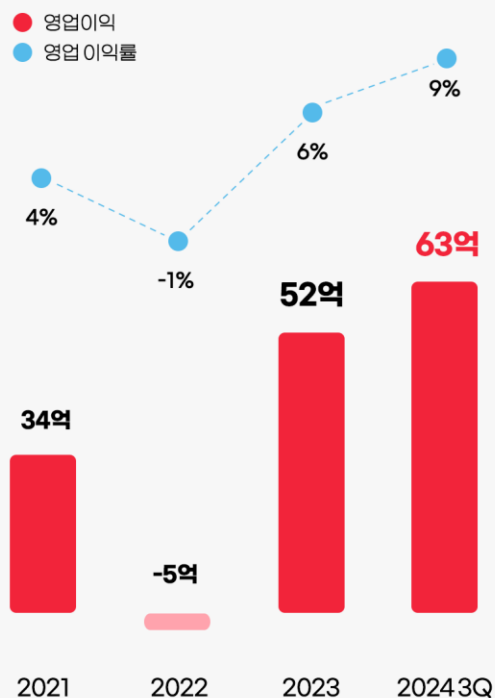
- 건강푸드 시장 자리매김
- 신규 메시브 브랜드 런칭
- 건강관심 타켓 고함량 제품

지속적인 매출 성장과 안정적인 수익 창출 구조

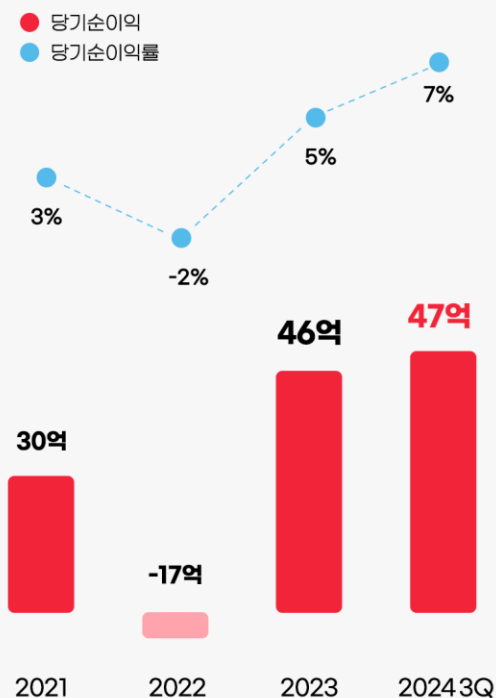
- 매출액 -



- 영업이익 -



- 당기순이익 -



제품 인지도가 입증하는 오아 브랜드의 매출 성장세

생활가전 TOP10

1	47.5억	클린이워터B
2	14.3억	클린이소프트
3	13.9억	포스D14
4	13.2억	스마트건조기
5	13.2억	클린이워터D
6	10.5억	클린이소프트B
7	9.2억	클린스틱
8	7.8억	클린벨
9	5.9억	미니턴테이블
10	5.7억	딤슬림클링

계절가전 TOP10

1	22.3억	듀얼미스트 무선 가습기
2	17.2억	무드 1000
3	11.0억	모아 M1000
4	8.4억	스마트제습기 3L
5	6.7억	모아 M600
6	6.5억	타워가습기
7	6.3억	파워제습기 6L
8	6.1억	스마트제습기 12L
9	5.8억	무드 500
10	5.2억	파워제습기 16L

건강가전 TOP10

1	19.1억	눈편한세상
2	13.1억	바디스팟W
3	8.1억	아이케어
4	7.3억	무선넥앤숄더
5	5.9억	EYE프로
6	5.0억	스트레칭마사지기
7	4.6억	넥앤숄더
8	3.4억	쿠션안마기
9	3.3억	스마트체중계
10	3.2억	슈퍼건

주방가전 TOP10

1	28.9억	이전자기포트M1
2	11.6억	듀얼에어프라이어
3	8.9억	에이블제빙기
4	7.9억	푸드클리너
5	5.9억	미니믹서기
6	5.4억	혼요멀티쿠커
7	3.8억	하티포트
8	3.6억	더온리제로
9	3.0억	전공블렌더
10	2.4억	캡슐커피머신

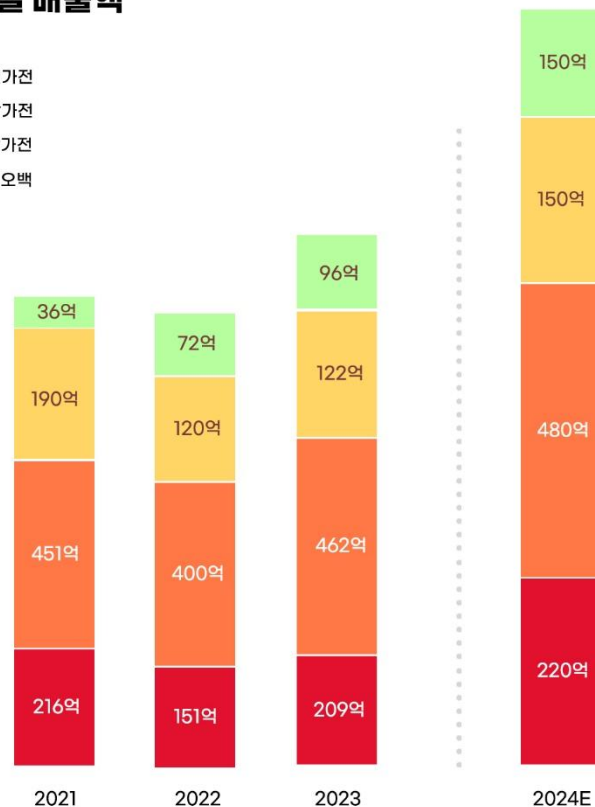
건강푸드 TOP10

1	9억	크레아틴
2	8억	부스터프로
3	7억	아르기닌
4	6억	WPI
5	6억	부스터
6	4억	산양유
7	4억	WPC
8	4억	통곡마늘
9	3억	BCAA포도
10	3억	BCAA망고

제품 인지도가 입증하는 오아의 지속적 매출 성장세

분류별 매출액

- 계절가전
- 생활가전
- 건강가전
- 삼대오백



매출 성장 요인

① 계절가전

- 초~중기 **히트상품 성장 견인** (휴대용 선풍기, 가습기류 등)
- 지속적인 라인업 구축
- 제품 수준 Up** (제품 스펙, 디자인, 작동 기능 등)
- 시장, 고객반응 신속 대응

② 생활가전

- 계절가전 **Branding 시너지**
- 의식주 **트렌드 변화** (배달, 간편조리, 주거환경, 소가구 등)
- 가성비, 기능, 상세설명 등 제품과 서비스 강화

③ 건강가전

- 계절가전 Branding 시너지
- 전 세대 **건강관련 관심 증가** (C19 여파 홈케어 시장 Boom up)
- 가족 대상 선물용** 적합 상품
- 고가 이미용 시장 틈새 전략

④ 삼대오백

- 인플루언서 마케팅 성공으로 매출 성장
- 포스트코로나로 인한 웰스케어 시장 산업 회복

소비의 중심이동 온라인! 시니어를 대비하는 오프라인!

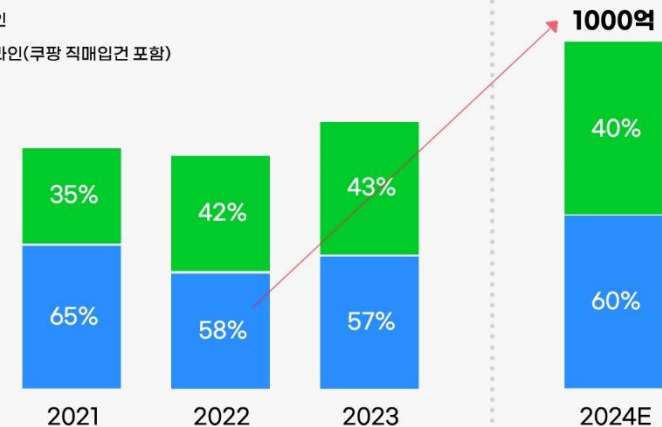
채널 별 매출

■ 온라인
■ 오프라인(쿠팡 직매입건 포함)



채널 별 추이

■ 온라인
■ 오프라인(쿠팡 직매입건 포함)



1 온라인

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| 1. 네이버 : 스마트스토어 | ① 오늘의 집 ② G마켓 ③ 옥션 |
| 2. 쿠팡 : 일반배송 | ④ 11번가 ⑤ 위메프 ⑥ 티몬 |
| 3. 카카오 : 쇼핑하기, 선물하기 | ⑦ 인터파크 외 ⑧ 이지웰 외 42개사 |

전체 매출 대비 60% 차지

2 오프라인

- 리테일** : 이마트 외 주요 13개사
- 특 판** : KT커머스 외 중소업체 다수
- 쿠팡 로켓배송** (직매입건)

전체 매출 대비 40% 차지

Company
profile 2025OA

What is **oa**

성장요인 · 핵심역량 I · 핵심역량 II · 핵심역량 III · 핵심역량 IV



Korea No.1 home appliances OA

타고난 DNA를 성공으로 Boom up시키는 노력과 실행력

내부역량 기반 성장
Internal capabilities



오아 핵심 역량
core competencies



데이터 분석 프로그램 기반 온라인 채널별 판매 전략 수립

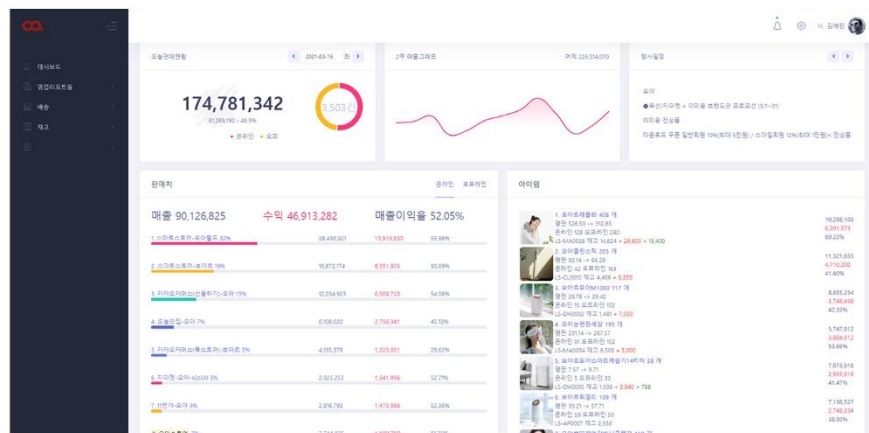
· 실시간 모니터링 가능한 자체 개발 ERP (대표이사)

시간·매출·재무·재고·입출·평판·행사·광고·키워드·등록 등 각종 현황 대시보드
아이템별·카테고리별·기간별·수량별·채널별·수익별·추이별·키워드별 등 각종 통계

· 30개 채널 함수전략¹ 및 수시 대응 체계

· 채널별 운영관리 노하우 축적 ▶ 전문성 지속 강화

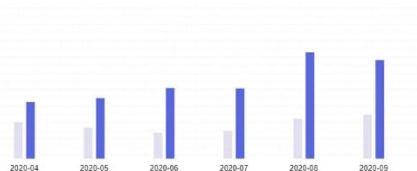
· 사업 가치 및 우위성 지속 확보



1. 오아클린스프레이 986 개
평판 200.57 -> 220.00
온라인 19 오프라인 967
BA-OT001 재고 23,366

쿠팡로켓배송(안성5) 960 스마트스토어-오아클린 12 카카오톡(선물하
오아-k2ci01 1 신세계-오아 1 주식회사 쿠팡이웃 1 제이슨그루(제이슨

ERP_제품별 실시간 판매 현황



ERP_월매출 현황

대면 영업 노하우 기반 오프라인 채널별 관리 능력

· 대면 영업기반 중고 핸드폰 유통(무역)업계 1위 노하우

· 고객사별 정책 · 고객 Needs 반영 제휴전략

· 메이저~라이징 브랜드까지 비즈니스 거버넌스 확보

· On/Off 사업간 운영관리 시너지

구성, 재고, 행사, 서비스 등

· 직장인, 가족단위, 실버시장, 시장변화 대비 역량 축적

오아 법인영업부

폐쇄물	판촉/특판	커머스	리테일	영업관리
-복지물 -포인트물 -종합물 -SNS쇼핑물	-B2B특판 -사은품시책 -금융&보험사 영업용시책	-쿠팡로켓 -카카오선물하기 -카카오쇼핑하기 (판매운영)	-3사대형마트 (대형할인마트) -드럭스토어 -펜시샵	-정산관리 -재고관리 -채권(미수)관리

오늘의집 삼성카드 SAMSUNG Hyundai Card SSG.CO SK m&s service 홈&쇼핑 GS SHOP

SAMSUNG emart COSTCO LOTTE Mart Home plus Deal

SERVEONE ezwel OLIVE YOUNG HOTTRACKS LOHBS

coupang kakao commerce kakaomakers 인터파크 비즈마켓 wadiz

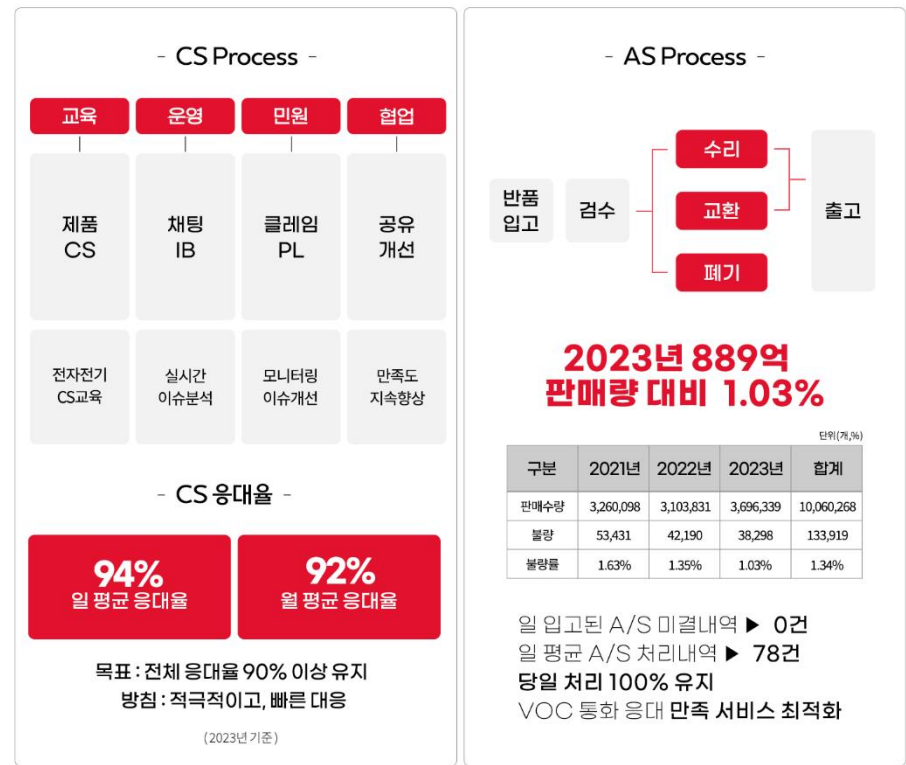
Smile배송 MG새마을금고 LG CNS LG KIRBY kt commerce

현지법인 및 Know-How기반 중국 업체 관리능력



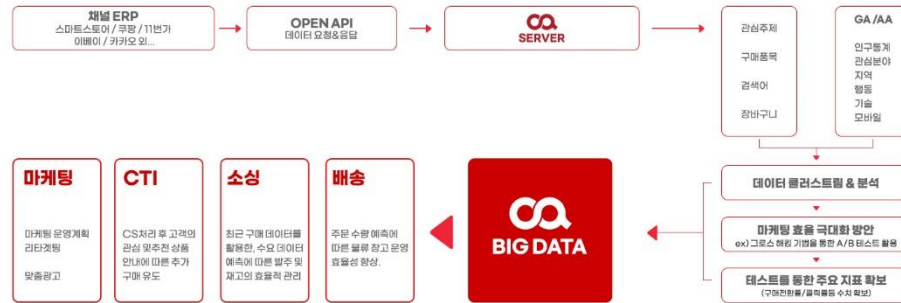
- 대표이사 중국지사장 및 제조·유통사업 10년 노하우
- 중국 법인장 전자·기계부문 20년 노하우 및 경력
- 전자제품 생산 메카인 광둥성에 16년부터 단계별 체계 구축
- 100개의 우수업체 인프라 (광동성 70개·저장성 20개·기타 10개·심천 Port)
- 오아 자체 품질관리기준 구축 (공정평가 및 관리 시스템 구축)
- 제3자 출하검사 100%진행 (국내 품질검사 기관 KOTIT의 의뢰)

CS·AS 직접 운영 운영에 따른 고객만족 분석력



- VOC(고객의소리) DB 정기적 분석 및 이슈 사항 방안 모색
- 최상의 품질·서비스 제공을 위한 사내 부서별 네트워크 활성화
- CS/AS 직원 교육 강화 및 업무 Skill Up → 서비스 품질 향상
- 전문적인 기술 상담 및 AS절차 간소화로 브랜드 충성도 상승
- 고객 서비스 경험 바탕으로 브랜드 만족도 향상 → 재구매율↑

D-CAMS2.2_OA



자사 마케팅 분석 프로그램 기반 독자적 자료 분석 방법

D-CAMS2.2_OA를 이용한 빅데이터 마케팅 분석

*Data Convergence Analysis Marketing System(데이터융합분석마케팅시스템)

*채널별 ERP, 광고, 행사, 키워드, CS, AS, 배송, 소싱, 재고 DB + 소비자 트렌드

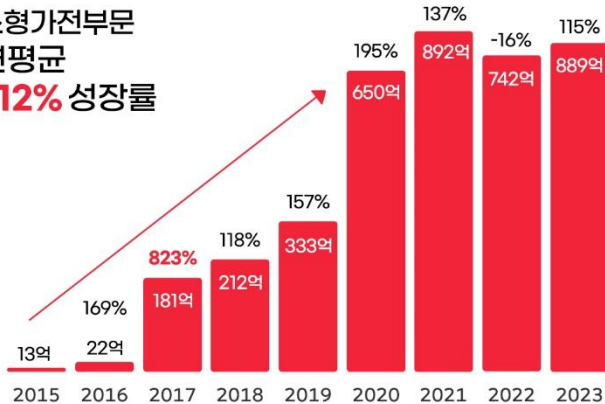
광고 분석에 따른 효율적 마케팅 비용 지출

다면 고객 데이터 분석을 통한 운영 고효율화

2D 및 온라인 한계성 극복을 위한 마케팅퍼널² 고도화

마케팅퍼널² : 제품에 대해 불특정 소비자가 고객이 되기까지의 과정을 단계별로 분석하는 모델(팔대기)

소형가전부문 연평균 212% 성장률



업무과정 간소화

- 사전분석
- ▼
- 전략+R&R
- ▼
- 즉시반영
- ▼
- 결과보고

조직 실행력에 따른 발 빠른 변화관리

대면 사업구조·인력 ▶ 2014 디지털(DT) 사업구조 전환

디지털 사업 A to Z까지 노하우 습득 운영 전개

업무 프로세스 간소화 및 자율적 조직관리

*자율조직 : 형식과 절차 축소 필수 운영관리로 실행력에 집중

영업에 집중 한 결과 빠른 성장과 안정화를 구축

OAWAY 오아만의 기획 크리에이션 및 큐레이션 원칙

오아 마케팅은 새로운 의미(Meaning)를 담아
맥락(Context)을 재구성하고, 재미(Fun)있고
소비자를 배려(Care)하는
기획을 시각화(Visualize) 바탕으로 전개

단순한 제품도 스토리텔링(Storytelling)을
통해 전달력을 높이는 프로세스를
오아웨이(OAWAY)로 정하고 실행하고 있습니다.

- 마케팅 역량을 위한 분기별 자체 직무교육 실시
- 페이스북 및 구글 등 필수 컨퍼런스 참여 및 교육 실시



· 프로모션 및 캠페인 성공 사례

· 라이브커머스 성공 사례

· 인플루언서 활용 성공 사례

· 우수한 콘텐츠 제작 및 기획력

Company
profile 2025 OA

Where is

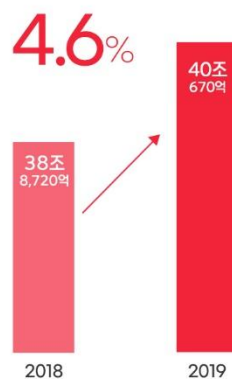
국내시장 · 브랜드인지도 · 경쟁사분석



Korea No. 1 home appliances OA

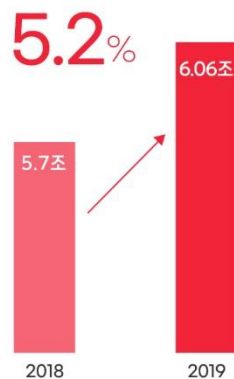
시대와 시장이 증명하는 오아의 성장 가치

국내가전 시장 전체 규모



GfK 국내 프리미엄 소형가전 성장률 발표, 2019.03.26
전자신문, 소형가전이 대세...1분기도 고성장 지속 2019.05.12

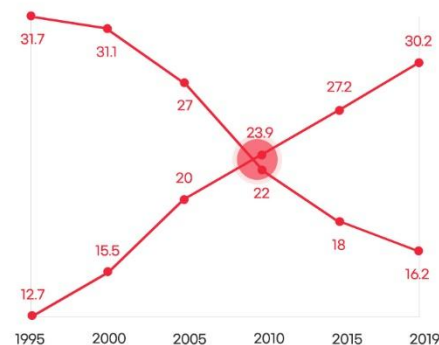
국내소형가전 규모



단위: 원

가구원 수별 비중 변화

2010년, 1인가구의 비율이 4인가구를 역전

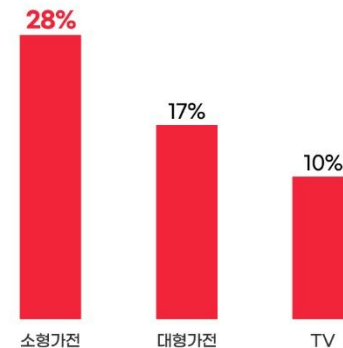


자료: 통계청, 2019 인구주택총조사

단위: %

지난 6개월간 구매한 적이 있나요?

(국내 응답자 1,006명 대상)



자료: GfK Future Buy 2020

- 국내 소형가전 시장은 2014년부터 연평균 9.2% 우상향 시장
- 2019년 소형가전시장 6조원으로 전년대비 5.2% 성장
- 1인 가구 2017년 561만 9천 ▶ 2030년 700만 ▶ 2024년 800만
보건복지부 통계로 보는 사회보장 2018
- 1인 가구 증감률 연평균 3.5% 이상

- 1~2인 가구, 덩크족, 노인부부 등 지속적인 증가 추이
* 덩크족: 자녀를 낳지 않는 맞벌이 부부
- 2019년 1인가구 30.2% 돌파 소규모(2인) 가구는 58.1% 달함
- 주거공간 협소, 생활편리함 추구 등 라이프 스타일 변화
(소비트렌드 변화, 디자인, 고성능, 소형, 프리미엄, 합리적 가격, 비대면 구매 등)
- 트렌드와 일치하는 시장임을 입증하며 지속성장 가능성 높음

오아의 브랜드 가치는 고객이 만들어 준 결과

시장 선점 우위 확인

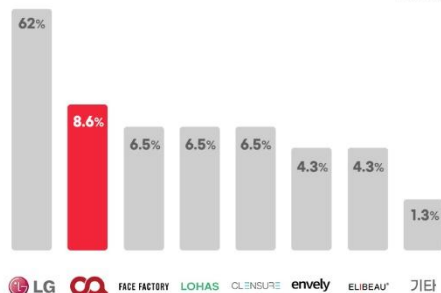
2020 '생활전자' 브랜드 상기도 6위

(* 출처: 19/20 오픈서베이, n=1,000%) / 95% 신뢰수준 표본오차 ±3.10%p

- 1위 SAMSUNG
- 2위 LG전자
- 3위 xiaomi
- 4위 WINIX
- 5위 dyson
- 6위 
- 7위 

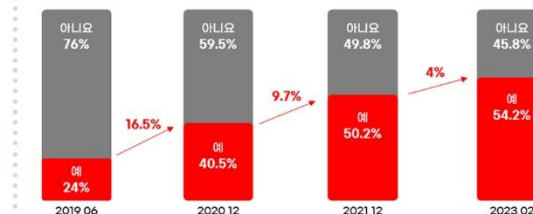
2020 '이미용' 부문 인지도 조사 2위

* 출처: 19/20 오픈서베이

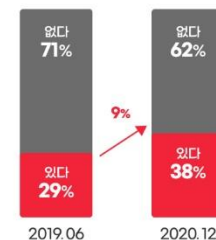


브랜드 인지도 19년 대비 30.2% 상승 효과

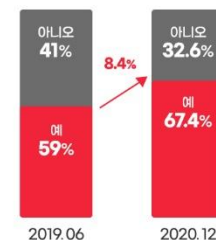
19-23 '오아'라는
브랜드를 아십니까?
브랜드 인지도 **16.5% 성장**



19-20 '오아' 로고를
본 적 있습니까?
로고 인지도 **19% 성장**



19-20 '오아' 제품
구매·사용 해보셨습니까?
(사용만 해봤다, 선물을 위해 구매만 했다 포함)
오아를 아는 사람 중
67% 구매 사용

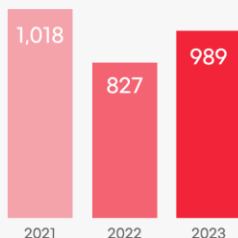


(* 출처: 오픈서베이)

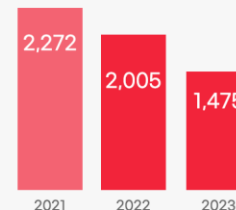
부분적 경쟁 제품은 있어도 종합적인 경쟁사가 부재한 **퍼플오션**



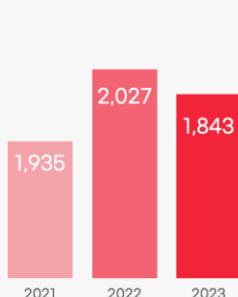
- 소형가전(오엘라) 후발주자로 많은 제품이 중복
- 컴퓨터 주변기기 6개 브랜드 운영
- 벤더를 통한 오프라인 영업 중 (오엘라)



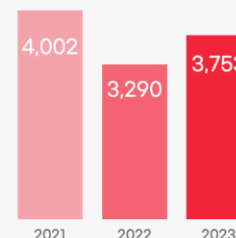
- 소형가전 계절제품 중복
- 캠핑 브랜드 컨셉으로 확장 중
- 써큘레이터 5종 출시



- 선풍기·히터·제습기 등 **부분 제품 중복**
- 오프라인 기반 영업활동 주력 업체
- 고 연령타겟 VS 젊은 층 타겟 차이



- 대형 제습기·공기청정기 제품 판매
- 대형 가전 VS **소형가전 경계 모호**
- 중~대형 가전시장을 겨냥한 움직임



2023년 매출 4,700억 건강기능식품 업체
다양한 제품력으로 소비자 확보
대표상품: 락토피트, 아임비타



콜라겐 라인업 구축을 통한 공격적인 판매
모델 김혜수를 통해 인지도 확보
대표상품: 에버콜라겐, 네츄럴TG오메가

Company
profile 2024 OA

How to

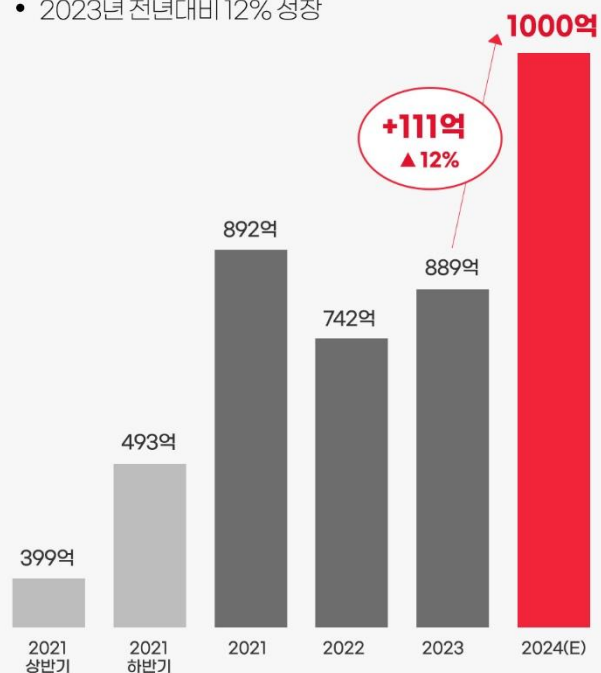
매출전략 · 공급전략 · 비전전략



전년 대비 매출 **12% 성장**은 물론, 마케팅 가속화

매출 추이 분석

- 1~6월 연중 상품 프로모션
- 7~12월 시즌 상품 판매 증가
- 2023년 전년대비 12% 성장



TO DO

- | | |
|-----------------------|---------------|
| + Channel Analytics | + 신제품 전략적 출시 |
| + 상품의 브랜드 전략 | + 자사물 이슈화, 강화 |
| + 포트폴리오 다각화 | + 전방위 운영체계 구축 |
| + 채널 강화, 지속 확장 | + 서비스 최적화 전략 |



제품 경쟁력을 확보한 글로벌 기업 오아로

Asis

온라인 Biz

오아: 소형가전

보아르: 중형가전

오아스토어: 자사몰

프로젝트L: 한정판

오프라인 Biz

리테일: 이마트 외

특판: KT커머스 외



채널 지속 확장

E커머스	종합몰	복지몰
네이버	SSG	이지웰
쿠팡	홈쇼핑	현대리바트
카카오	CJ몰	삼성블루베리
G마켓	NS홈쇼핑	삼성카드
옥션	GS Shop	삼성웰스토리
11번가	현대 H몰	SK베네피아
위메프	현대M포인트	이제너두
티몬	오늘의집	LG CNS
인터파크	집꾸미기	파마웰
:	:	:

To be

해외 Biz

동남아: 쇼피 외

미주: 아마존 외

남미: 월마트 외

유럽: 알레그로 외

아시아: 중국, 인도

국내외 중~소형가전 외
제품 영역 확대
글로벌 채널 입점

해외 채널 입점을 발판
Global Trade Biz
사업 다각화로 글로벌
유통 거버넌스 구축



한·중 합작 생산공장



국내 공장 설립

Made in Korea

자사 주요 제품 / 파트너사 제품 / 공동 R&D

리쇼어링 ▶ 제품 가치·신뢰성 / 관세(FTA)

제품 경쟁력 기반 글로벌 BIZ / K-마케팅

OEM 병행 관리 체계 / 전문성 기반 ODM

자본/운영 ▲ 고효율성

자사 물류창고 지속 확보
(물류 종착지 ▶ 공간확보/자산)

물류 거버넌스 체계 확립
(컨소시엄 ▶ 임대, 시스템 제공)

2025년, 지속가능성장을 위한 오아의 중장기 사업 확장 전략

1 중대형 가전시장 진출 (2025년)

- 택배위주의 소형가전에서 방문설치 가능한 중대형 가전시장 진출
- 비대, 건조기, TV 등 2025년 중대형 가전 360억 매출 예상

- | | |
|---------------------------|----------------------------|
| - 비대 80억 (20만원X40,000대) | - 에어컨 60억 (30만원X20,000대) |
| - 건조기 80억 (40만원X20,000대) | - 정수기 40억 (20만원X20,000대) |
| - 대형TV 60억 (60만원X10,000대) | - 대형안마기 40억 (200만원X2,000대) |

2 해외 가전시장 진출 (2025년~2026년)

- 중국업체와 연계를 통한 중국 및 동남아시아 시장 진출
 - 오아: 마케팅 콘텐츠 제작 및 온라인 배포
 - 중국업체: 중국 내수 판매 및 유통
 - 중국업체: 동남아시아권 오프라인 및 온라인 판매
- 아마존을 통한 미주 및 유럽시장 진출
 - 현재 중국업체 혹은 한국업체 파트너 검토중
- 일본유통에 강한 한국계 일본 업체와의 총판계약을 통한 일본시장 진출

3 국내 제조공장 설립

- 중국 업체와의 합작법인 설립을 통한 국내 제조공장 설립
 - 미주, 유럽의 수입관세로 인한 중국업체측의 한국내 생산니즈 존재
 - 합작법인 설립을 통해 중국제조기술 국내확보 및 수출기반 마련
 - 포항 창고내 공장설립을 위한 가용부지 10,000평 확보중
 - 중국업체 설비투자, 오아는 자사부지 제공 및 인력관리

4 신규사업(창고업) 진출

- 포항 부지내 2,000평 활용하여 스마트창고 건설 (약 60억 소요)
 - 보관가능 팔레트 24,000개 -> 월 3억5천, 연 42억 매출 기대

Company
profile 2025 OA

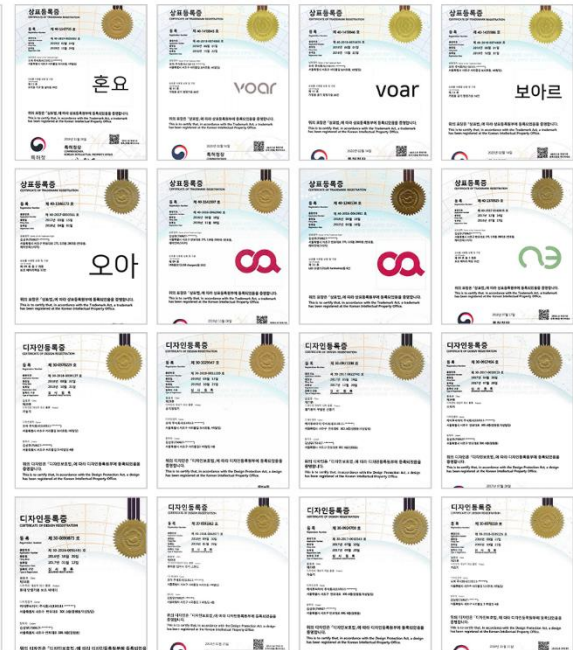
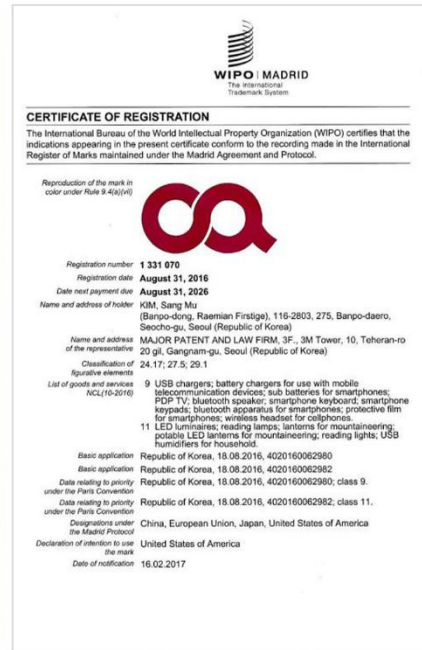
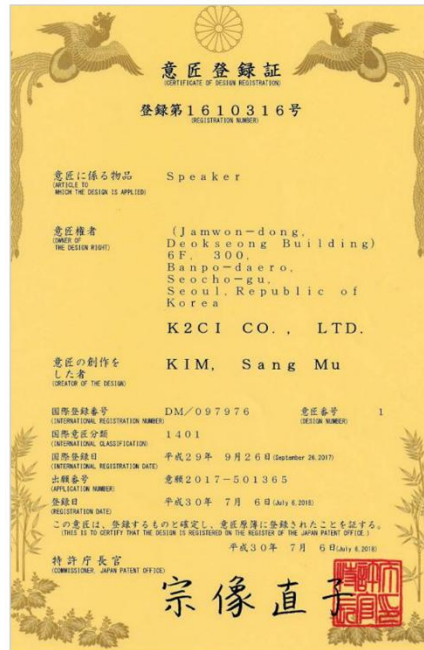
We are

지식재산 · 경영인증 · 조직구조



Korea No. 1 home appliances OA





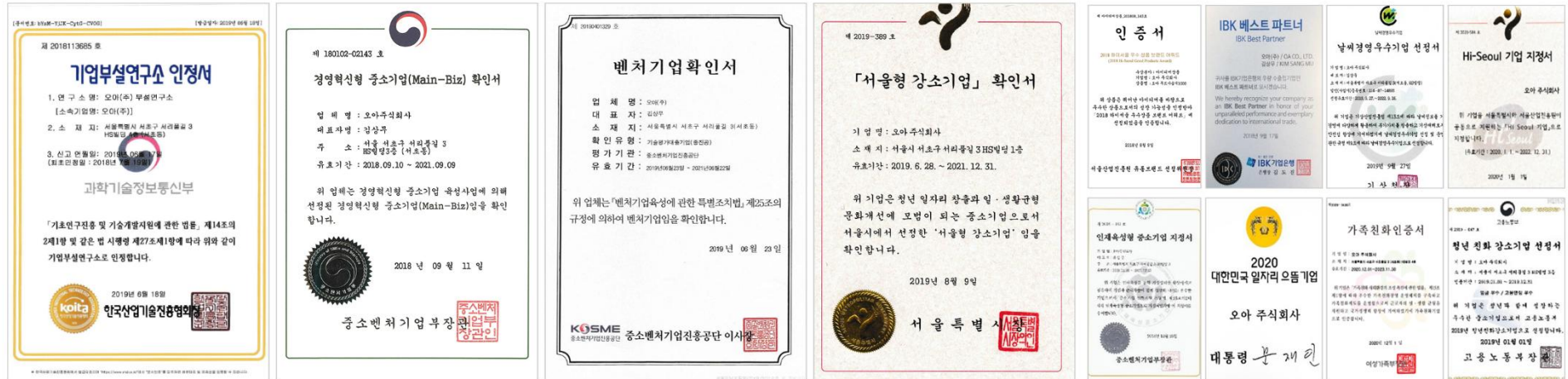
특허권(3) 해외산업재산권(2) 디자인권(21) 상표권(31)

구분	출원일	등록일	발명의 명칭
국내 특허	2018.11.27	2020.12.29	네이처 가습기
	2018.11.27	2019.11.26	학습 기반 음성 인식 단말을 제어하는 서버 및 제어 방법
	2018.11.27	2019.11.26	학습 기반 음성 인식 단말을 제어하는 서버 및 제어 방법
해외 산업 재산	2017.04.17	2017.04.17	마드리드출원 (지정국:중국, 유럽연합, 일본, 미국) 상표권 CA_9쪽, 11쪽
	2017.09.26	2017.09.26	헤이그 출원(지정국:일본), 스피커

구분	출원일	등록일	상표의 명칭
오아(주) 상표권	2022.06.16	2024.07.23	삼대오백 (로고)
	2024.04.01	2024.07.16	바이퍼(문자)
	2021.12.13	2023.12.27	혼요(문자)
	2022.02.10	2023.09.13	오라뷰(문자)
	2021.09.16	2023.04.26	뉴트라커먼(문자)
	2023.01.19	2023.07.27	보아르(문자)
	2021.03.19	2022.12.14	핵타민(문자)
	2022.01.17	2022.07.18	고단백서(문자)
	2022.01.17	2022.07.18	아브아르네(문자)
	2021.12.13	2024.01.17	오아(문자-추가)

구분	출원일	등록일	상표의 명칭
오아(주) 디자인권	2022.08.24	2022.10.11	IOT가습기
	2021.09.28	2022.06.16	헤어 고데기
	2021.09.15	2022.02.04	반려동물용 급수기
	2021.10.20	2021.12.31	음식물쓰레기처리기
	2021.04.21	2021.07.23	한글글자체
	2021.04.21	2021.07.23	한글글자체
	2020.11.12	2021.01.13	헤어 고데기
	2020.09.25	2020.12.15	마사지기
	2020.09.09	2020.11.13	공기청정기
	2019.12.05	2020.07.02	가습기
	2019.03.13	2019.10.23	공기청정기
	2018.09.10	2019.01.25	휴대용 접이식
	2018.09.10	2019.01.25	전기 스탠드

평균연령 31.5세 불가능을 가능케 하는 젊고 혁신적인 기업



기업관련인증(6) 경영관련인증(6) 일자리관련인증(6) 기타(3)

기 관 인 증	수상일	인증 및 수상 분야	수여
	2018.07	기업부설연구소 인정서	과학기술정보통신부
	2018.09	경영혁신형 중소기업 확인서	중소벤처기업부 장관
	2019.06	벤처기업확인서(2차)	중소벤처기업진흥공단
	2019.06	서울형 중소기업 확인서	서울특별시 시장
	2021.09	경영혁신형 중소기업 확인서	중소벤처기업부 장관
	2024.01	서울형 중소기업 확인서	서울특별시 시장

중 소 인 증	수상일	인증 및 수상 분야	수여
	2018.08	우수상품 브랜드 어워드	서울산업진흥원
	2018.09	IBK 우수기업	IBK기업은행장
	2019.09	날씨경영 우수기업 선정	기상청장
	2020.01	Hi-Seoul 우수 기업	서울특별시 시장
	2022.09	날씨경영 우수기업 선정	기상청장
	2023.07	Hi-Seoul 우수 기업	서울특별시 시장

일 자 리 인 증	수상일	인증 및 수상 분야	수여
	2018.12	인재육성형 중소기업 지정서	중소벤처기업부 장관
	2020.07	대한민국 일자리 으뜸 기업	대통령 표창
	2020.12	우수한 가족친화경영 운영체제 구축	여성가족부장관
	2021.01	청년과 함께 성장하는 우수기업	고용노동부
	2022.10	인재육성형 중소기업 지정서	중소벤처기업부 장관
	2023.12	우수한 가족친화경영 운영체제 구축	여성가족부장관

상업경영 ▶ 기업경영

경영 고도화 및 고효율화를 위한 조직강화



CFO
노정환

고려대 일문학
前 외환할부금융 여신 담당
前 KEB하나은행 차장
前 이산로봇 부사장
現 오아(株) 재무이사



CSO
이성민

카이스트 경영자과정
前 케이투씨아이 실장
前 보아르 대표
現 오아(株) 영업전략 이사



CMO
박정민

교육부장관 경영학
前 LG파워콤, LG텔레콤
前 케이피에스모바일 대표
現 오아(株) 운영전략 이사



COO
전득영

송실대학교 경영학
前 케이투씨아이 실장
前 보아르 실장
現 오아(株) 경영이사



법인장
공상석

강남대학교 영어영문학과
前 세원테크 부장
前 화시앙일렉트로닉 법인장
前 길인터네셔널 이사
現 오아(株) 중국지사 법인장

중국지사 / 물류창고

대표이사

영업기획 / 개발팀

오아본부

영업팀
마케팅팀
소성팀

보아르 본부

영업팀
마케팅팀
소성팀

커머스본부

채널영업팀
리테일팀
디자인팀
영상팀

삼대오백 본부

영업팀
마케팅팀
디자인팀

구매 본부

구매팀
인증팀

고객지원 본부

CS운영팀
품질관리팀

운영본부

재무회계팀
인사총무팀
영업관리팀



오아가 가면 길 이 됩니다