

Samil PwC PE Newsletter



Contents

2025.07

1. PE 동향 및 PwC News	2p
2. Sector Insights	4p
3. Tax Issue	9p
4. Deal Pipeline	11p

1. PE 동향 및 PwC News

최근 한국 M&A 시장은 대기업의 구조조정과 글로벌 확장, 사모펀드의 자산 회수와 재투가 움직임이 맞물리며 활기를 띠고 있습니다.

삼성전자는 미국 디지털 헬스케어 기업 젤스를 인수하며 '커넥티드 케어' 전략을 구체화하였고, 포스코그룹은 중국 장자강포항불수강을 청산그룹에 매각하였으며, SK 실트론, 애경산업, HS 효성첨단소재 스틸코드 사업부문 매각 등 대기업의 사업 리밸런싱/구조조정 매물도 주목받고 있습니다.

PE 시장에서는 드라이파우더 소진과 포트폴리오 회수 시점 도래가 맞물리면서 거래가 활발히 진행 중입니다. DIG 에어가스, 클래시스, 롯데카드, 롯데손해보험, 코엔텍, 테일러메이드 등 PE 포트폴리오 매물이 증가하고 있고, 동시에 사모펀드는 대부분의 주요 거래에 잠재 인수자로서 적극적으로 참여하고 있습니다. 사모펀드의 역할은 단순한 자금 공급을 넘어 산업 구조 변화와 기업 지배구조 개선에까지 영향을 미치며, 시장에서의 영향력을 확대하고 있습니다.

PwC News & Articles

'삼일 PwC, 회계업계 최초 딜 부문 매출 2000 억 돌파

<https://www.hankyung.com/article/202507035704r>

'AI 인프라·바이오 M&A 큰장 선다

<https://www.mk.co.kr/news/stock/11353419>

삼일 PwC-방진회, '미국 군수물자 조달시장 진출 전략' 웨비나 개최

<https://www.fnnews.com/news/202507221617512881>

삼일 PwC "韓 AI 에이전트, 의료·뷰티 등 특화 모델에 주력해야"

https://www.newsis.com/view/NISX20250721_0003260178

삼일 PwC, "상반기 글로벌 IPO 공모금액 17% 늘어"

<https://biz.heraldcorp.com/article/10531568?ref=naver>

삼일 PwC "가치 중시 '열망 소비자' 부상...80% 기후변화 우려"

<https://www.edaily.co.kr/News/Read?newsId=02991366642235176&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y>

"디지털 혁신은 위기 아닌 기회 ... 회계업 미래, AI에 달려 있어"

<https://www.mk.co.kr/news/society/11366684>

삼일 PwC "韓기업 지배구조 미래, '창의적 오너·충실한 전문경영인·강한 이사회'"

<https://view.asiae.co.kr/article/2025070311054884934>

매일 한 건씩 나오는 상법 개정안...모호한 개념에 기업 '우왕좌왕'

<https://www.sedaily.com/NewsView/2GVFQAK5VQ>

삼일 PwC, 금융 자문 올해도 '압도적 1위'

<https://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202506301043197400106940>

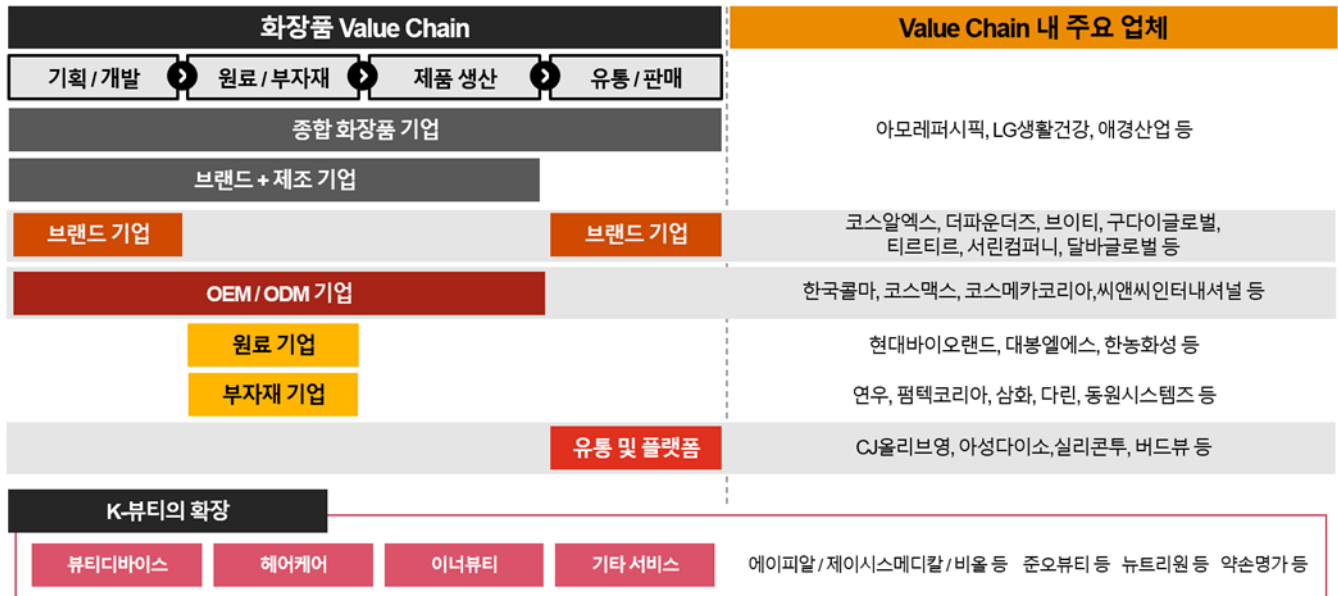
내수 부양 기대감 속 회계업계, 소비자·유통업 리포트 잇따라 발간

<http://viva100.com/article/20250704500187>

2. Sector Insights

Beauty Sector

Cosmetic Value-Chain & K-Beauty

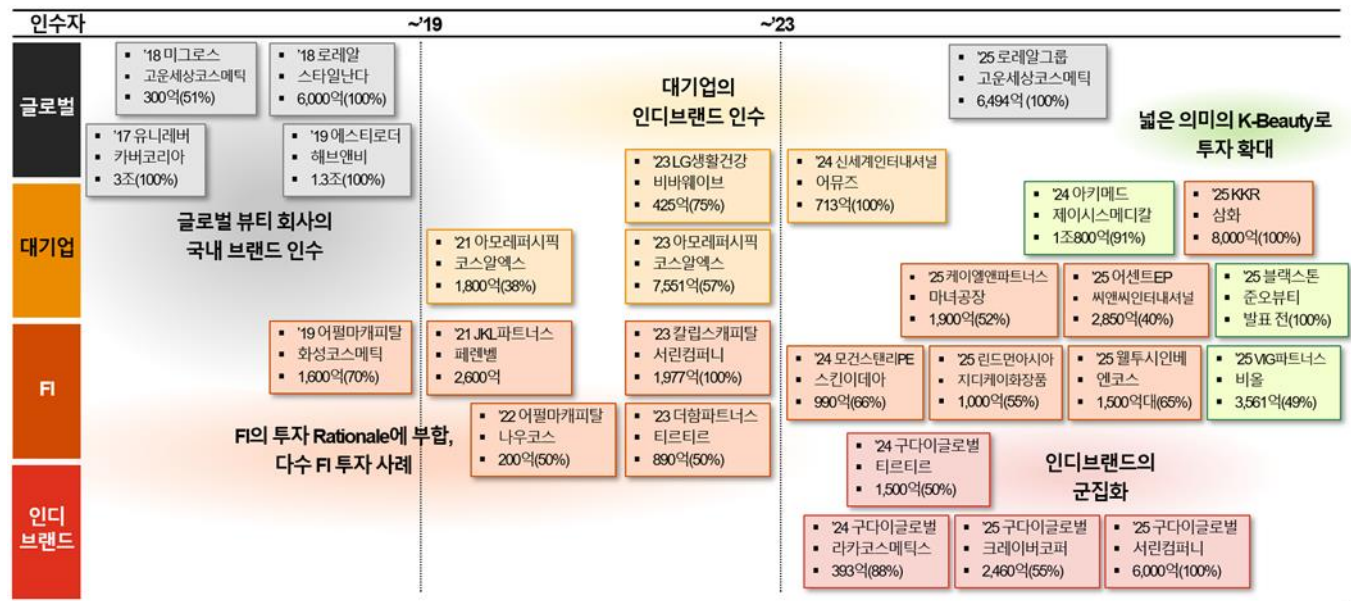


화장품 산업의 밸류체인(Value-Chain)은 크게 **기획/개발**, **원료/부자재**, **제품/생산**, **유통/판매**의 네 가지 단계로 구분됩니다. :

- **종합 화장품 기업**: 기획부터 제조, 생산, 유통까지 모든 과정을 자체적으로 운영하는 기업
- **원료/부자재 기업**: 성분 제조 기업과 용기, 포장재 등을 제조하는 기업
- **화장품 제조(OEM/ODM)기업**: 타사의 제품을 대신 개발/제조하는 기업
- **브랜드 기업**: 브랜드 기획 및 마케팅 중심 운영, 제조는 OEM/ODM 방식으로 진행
- **유통 및 플랫폼 기업**: 국내외 유통 및 판매채널을 운영하는 기업

이처럼 K-뷰티 산업은 화장품을 중심으로, 기획-제조-유통-브랜드로 이어지는 전통적인 밸류체인을 기반으로 성장해왔습니다. 최근에는 K-컬처에 대한 높은 관심도를 바탕으로 K-뷰티가 하나의 라이프스타일 산업으로 진화하고 있으며, 그 범위 또한 빠르게 넓어지고 있습니다.

특히 '한국식 뷰티 관리'가 각광받으며, 스킨케어 제품과 함께 사용하는 홈케어용 디바이스부터 전문 클리닉에서 사용하는 고기능성 기기까지 포함한 뷰티 디바이스 시장 또한 빠르게 성장하고 있습니다. 이와 함께 이너뷰티, 헤어케어, 에스테틱, 맞춤형 뷰티 솔루션 등 다양한 분야가 K-뷰티의 영역으로 흡수되며 산업 전반의 포트폴리오가 다변화될 것으로 기대되고 있습니다.



최근 10 여 년간 K-뷰티 산업에서 이루어진 M&A 거래는 산업 구조의 변화와 함께 그 양상도 뚜렷하게 변화해왔습니다. 글로벌 뷰티 기업들이 한국 시장 진출과 선도 브랜드 확보를 목적으로 국내 브랜드를 인수하는 형태가 주를 이루던 시기('17~'19 년)를 지나, 아모레퍼시픽의 코스알엑스 인수를 기점으로 국내 대기업이 유망 인디브랜드를 편입하는 전략으로 흐름이 전환되었고, 최근에는 인디브랜드의 군집화 현상과 함께 전략적 투자자뿐만 아니라 재무적 투자자까지 다양한 주체들이 산업 전반에 걸쳐 활발히 투자하는 모습을 볼 수 있습니다.

[제조 부문] 재무적 투자자의 ODM/OEM 기업 및 용기, 부자재 등 제조 전반에 대한 경영권 인수가 꾸준히 이루어지고 있습니다. 최근에는 JKL 파트너스·퀀테사인베·헤임달 PE 가 함께 인수했던 제조사 지디케이화장품이 8 년만에 린드먼아시아인베에 매각되었으며, TPG 가 인수한 용기 제조사 삼화는 1 년 8 개월 만에 KKR 에 매각되는 등 기존 투자 건에 대한 엑시트 사례도 점차 나타나고 있습니다. 한편, 전략적 투자자의 경우 사업다각화 목적 (예: 동국제약-리봄화장품, 서영이앤티-비앤비코리아 등)으로 제조사를 인수하는 양상이 나타나고 있습니다. 이러한 흐름에 따라 제조 부문에 대한 M&A 수요는 재무적 투자자와 전략적 투자자 관점 모두에서 지속될 것으로 보입니다.

[브랜드 부문] 빠른 성장성과 글로벌 채널 확장 가능성을 높이 평가한 재무적 투자자의 인디브랜드 투자가 활발히 이루어지며, 전략적 투자자들도 제조 및 유통 인프라를 활용한 브랜드 확장 전략에 적극적으로 나서고 있습니다. 최근에는 로레알-고운세상코스메틱, 구다이글로벌-서린컴퍼니, 크레이비코퍼레이션 및 모건스탠리-스킨이데아 등 기초 스킨케어 브랜드에 대한 투자가 이어져 시장의 주목을 받았으며, 이러한 투자 사례는 K-뷰티 스킨케어의 핵심인 더마 및 클린뷰티 트렌드를 반영하고 있습니다.

색조 브랜드 영역에서도 LG 생활건강-비바웨이브, 신세계인터내셔널-어뮤즈, 구다이글로벌-라카코스메틱스 등의 인수 사례를 통해, 전략적 투자자들이 MZ 세대 타겟 브랜드를 중심으로 포트폴리오 다변화와 글로벌 확장을 도모하는 흐름을 확인할 수 있습니다. 해당 브랜드들은 감각적인 콘셉트와 활발한 SNS 마케팅을 기반으로 일본·동남아 등 해외에서 강한 인지도를 형성하고 있다는 공통점을 갖고 있습니다.

[유통 부문] 올리브영을 중심으로 한 국내 H&B 채널 재편과 더불어 실리콘투 등 글로벌 D2C·B2B 플랫폼 기업들이 K-뷰티 브랜드의 해외 진출을 주도하고 있습니다. 특히 자사몰, 역직구 채널, 글로벌 플랫폼 등을 통한

유통 전략의 중요성이 증가함에 따라 유통사와 브랜드 간의 결합 구조나 전략적 파트너십이 주요 거래 방식으로 부상하고 있습니다.

실제로 올리브영, 실리콘투, 신세계인터내셔널 등의 주요 유통 채널은 K-뷰티 브랜드에 대한 직접 투자 또는 지분 참여를 통해 브랜드 포트폴리오를 확장하고 있으며, 이는 브랜드의 해외 진출을 가속화하는 동시에 유통사의 경쟁력 강화 수단으로 작용하고 있습니다. 이러한 흐름은 유통사 중심의 새로운 K-뷰티 생태계 형성을 이끄는 동력이 되고 있습니다.

[미용기기, 뷰티 서비스 부문] 최근에는 더 넓은 의미에서의 K-뷰티로서 뷰티 디바이스, 헤어케어, 이너뷰티 등으로 포트폴리오 확장이 진행되고 있으며, 특히 재무적 투자자들의 움직임이 돋보이고 있습니다. 고주파 미용기기 제조사 비올은 VIG 파트너스에 인수되었으며, 국내 3대 미용기기 업체 중 하나인 제이시스메디칼은 프랑스계 PE 아키메드에 인수되었습니다. 또한, 블랙스톤 PE가 미용실 체인 ‘준오헤어’를 운영하는 준오뷰티 인수를 추진하며 뷰티 서비스 분야로의 본격적인 투자에 나섰습니다.

Beauty M&A key Takeaways

국내 K-뷰티 시장은 한국콜마, 코스맥스, 코스메카코리아 등으로 대표되는 OEM/ODM 기업들이 지속적인 연구개발과 독자적인 제조 레시피, 글로벌 인증, 고객사 레퍼런스를 바탕으로 품질 경쟁력을 확보하며 성장해왔습니다. 다양한 SKU를 단기간에 공급할 수 있는 생산 유연성과 대규모 생산이 가능한 제조 인프라는 이들이 글로벌 브랜드의 전략적 파트너로서 입지를 강화하는 데 가장 큰 역할을 하고 있습니다.

OEM/ODM 비즈니스의 성장은 인디브랜드의 확장과 밀접하게 연결되어 있습니다. SNS 및 숏폼 콘텐츠 기반의 마케팅을 통해 빠르게 성장한 인디브랜드는 자체 생산 설비 없이도 유연한 제품 출시가 가능한 OEM/ODM 구조를 적극 활용하고 있습니다. 또한 오프라인 채널에서 온라인 채널 중심으로 소비 트렌드가 전환되면서 소비자 접근성이 크게 향상되었고, 이는 인디브랜드의 해외 확장과 맞물려 국내 생산 화장품 수요 증가로 이어지고 있습니다. 이처럼 브랜드의 성장은 곧 제조사의 수요로 이어지며, 산업 내 파급력을 확대해나가고 있습니다.



이처럼 K-뷰티 밸류체인은 화장품 산업을 기반으로 제조·브랜드·유통 각 부문의 경쟁력이 인접 영역과의 시너지를 만들어내며 점진적으로 확장되고 있습니다. 고도화된 제조기술, 브랜드 파워, 플랫폼 중심의 유통 역량이 결합되면서 밸류체인이 보다 유기적인 구조로 진화하고 있으며, 이는 산업 전반의 성장 잠재력을 더욱 높이고

있습니다. 이러한 변화는 향후 투자 판단에 있어 중요한 기준점이 될 것이며, 각 부문의 경쟁력 강화와 더불어 밸류체인 간 전략적 결합을 중심으로 활발한 M&A 가 지속될 것으로 전망됩니다.

Beauty Sector Center 주요 Deal Credentials

Category	Deal Summary	Target/Seller – Deal 배경	Buyer – Deal 배경
브랜드, 제조사 → FI 매각 사례	티르티르 → 더함파트너스 매각 (’23 년, 49%)	TIRTIR (Target) <ul style="list-style-type: none"> 인플루언서 이유빈 대표가 창업하여 SNS 를 중심으로 ‘도자기 크림’, ‘물광 마스크’ 등이 흥행한 브랜드 ‘티르티르’ 일본시장에서 큰 반응을 얻어 ’22 년 매출 1,000 억 돌파하며 급성장 → 기존의 다수 투자자 지분 보유 구조에서 PE 와 소수 Keyman 지분 보유 체제로 전환하며 기존 최대주주가 경영에 참여하여 안정적인 비즈니스 영위 	더함파트너스(Buyer) <ul style="list-style-type: none"> 화장품 업계의 높은 실적 변동성과 과거 동종업종 투자 실패로 인한 금융기관의 우려 존재 업계에 대한 이해도가 높은 SI 대상으로 출자자 확대하여 거래 성공적 종결 티르티르 브랜드의 일본 시장에서의 높은 성장성 및 매출의 지속성 고려하여 인수
	서린컴퍼니 → 칼립스캐피탈 메리츠증권 인수 (’23 년, 100%)	ROUND LAB (Target) <ul style="list-style-type: none"> ‘독도토너’로 알려진 ‘라운드랩’ 브랜드를 운영하는 서린컴퍼니 일본, 북미 시장 중심의 글로벌 유통을 통해 거래 당시 기준 ’22 년 매출 500 억대에서 ’23 년 매출 1,100 억대 기록 → 당시 북미를 중심으로 매출 성장이 가시화된 상황으로, 글로벌 경쟁력을 갖추기 위해 자본력 및 파트너십 필요 	칼립스캐피탈 & meritiz (Buyer) <ul style="list-style-type: none"> 메리츠증권은 기존의 메자닌·스타트업 투자 중심에서 벗어나 본격적인 M&A 투자로 보폭을 넓히는 첫 사례로 서린컴퍼니 선택 칼립스캐피탈은 해외 시장에서의 서린컴퍼니의 성장 가능성 높게 평가 창업자들이 인수 펀드에 일정 금액을 출자하며, 단순한 엑시트가 아닌 지속적인 브랜드 성장 도모
브랜드, 제조사 → SI 매각 사례	서린컴퍼니 → 구다이글로벌 인수 (’25 년, 100%)	ROUND LAB (Target) <ul style="list-style-type: none"> ’23 년 매출 1,100 억대에서 약 33% 성장하여 ’24 년 매출 1,961 억 기록 → 가파른 성장세에 힘입어 높은 기업 가치 평가를 받았으며, 기존 최대주주 칼립스캐피탈은 신생 운용사임에도 인수 약 2 년 만에 3 배에 가까운 회수 실적을 기록하며 첫 엑시트를 성공적으로 마무리 	goodai global (Buyer) <ul style="list-style-type: none"> 구다이글로벌은 서린컴퍼니 인수전에 적극적으로 참여하여 인수 성공 높은 브랜드 가치와 성장성을 가진 브랜드의 선제적 확보를 통해 사업 포트폴리오 확장 및 북미 진출 확대
	리봄화장품 → 동국제약 매각 (’24 년, 90%)	reBom (Target) <ul style="list-style-type: none"> 글로벌 실적을 기반으로 하는 다양한 브랜드를 대상으로 비즈니스를 영위하며 가파르게 성장한 OEM, ODM 업체 거래 당시 ’23 년 매출 225 억에서 ’24 년 매출 348 억으로 약 55% 성장 → 리봄화장품의 우수한 제조 역량에 대한 지속적인 SI, FI 의 투자 관심 확인하여 Private Deal 추진 	Dongkook 동국제약 (Buyer) <ul style="list-style-type: none"> 더마 화장품 브랜드 ‘센텔리안 24’의 흥행으로 제약업계 화장품 사업의 선두 연구, 제조 시설을 모두 갖춘 제조사 인수를 통해 기존 뷰티 브랜드의 해외 진출 및 신성장동력으로서 사업 다각화 도모

브랜드, 제조사 → SI 매각 사례	티르티르 → 구다이글로벌 매각 (’24년, 50%)	TIRTIR (Target) <ul style="list-style-type: none"> 일본을 주축으로 글로벌 시장에서 선전하고 있는 기초화장품 브랜드 ‘티르티르’ 운영 더함파트너스 인수 이후 ’24년 실적은 전년 대비 약 68% 성장한 2,736억 기록 → 기존 최대주주 더함파트너스의 첫 엑시트, ’23년 9월 약 890억 원에 인수한 후 7개월 만에 약 1,500억 원에 매각하며 원금 대비 두 배 이상의 IRR 달성 	goodai global (Buyer) <ul style="list-style-type: none"> 더함파트너스의 경영권 이전 Deal에서 이미 100억 투자 단행하며 티르티르에 대한 지속적 관심 보유 북미권에서 마케팅 노하우를 갖고 있는 조선미녀와 일본 시장에서 강점을 보이고 있는 티르티르 간 시너지 기대
	라카 코스메틱스 → 구다이글로벌 매각 (’24년, 88%)	LAKA (Target) <ul style="list-style-type: none"> 런칭 6개월 만에 전국 올리브영 입점, 일본 내 450개 매장 입점 등 빠르게 성장한 색조브랜드 ‘젠더뉴트럴’ 색조 브랜드로서의 철학으로 신선한 이미지로 MZ세대 중심으로 브랜드 충성도 확보 → 기존 최대주주는 매각 이후에도 브랜드 총괄 디렉터로서 운영 참여하며 전략적 파트너십 관점의 M&A 추진 	goodai global (Buyer) <ul style="list-style-type: none"> 기존 스킨케어 중심의 포트폴리오에 색조 브랜드 추가 니즈 존재 일본 시장에서 MZ세대 중심으로 공고한 인지도 보유한 라카를 통해 브랜드간 시너지 극대화
	COSRX → 아모레퍼시픽 매각 (’21년, 38%) (’23년, 55%)	COSRX (Target) <ul style="list-style-type: none"> 북미 지역 등 52개국에 진출한 글로벌 뷰티 기업으로 더마 스킨케어 브랜드 보유 당시 매출 1,000억원 및 영업이익 200억원 대 달성하며 높은 성장성 나타냄 → 잠재력 있는 고성장 브랜드에 대한 국내외 SI들의 관심 포착하여 회사의 성장을 위한 M&A 추진 	AMORE PACIFIC (Buyer) <ul style="list-style-type: none"> 북미 진출을 위한 내실 있는 브랜드 인수 니즈 존재 역대 최고 규모 M&A라는 평가를 받으며 인수 성공 성과연동 구조로 2차에 걸친 Deal Structure로 Seller와 Buyer 모두에게 만족스러운 Deal 성사

3. Tax Issue - 스톡옵션과 주식보상에 대한 세금

주식기준보상은 기업의 경영 및 인재 전략에 있어 매우 유용한 도구이다. 올바르게 활용하면 우수 인재를 확보하고 기업의 장기적인 성장과 성공을 촉진하는 데 기여할 수 있다.

주식기준보상과 세금

임직원들의 세 부담 또한 주식보상제도의 도입 단계에서부터 고려되어야 할 요소이다. 결과적으로 임직원에게 실질적인 보상으로 인식되는 것은 세후 금액이기 때문이다.

1) 세제 혜택

벤처기업이라면 스톡옵션이 임직원의 세 효과 측면에서는 가장 유리하다.

벤처기업이 부여하는 스톡옵션에 대해서는 조세특례제한법 상 행사이익의 일정한도(연 2억원, 누적 5억원) 내 비과세, 소득세 분할납부, 행사이익을 근로소득이 아닌 양도소득으로 과세할 수 있는 등의 다양한 세제 혜택을 부여하는 반면, 다른 유형의 주식기준보상에는 이러한 세제혜택이 적용되지 않기 때문이다.

특히 비과세 한도를 초과하는 행사이익도 6.6~49.5%의 누진세율이 적용되는 근로소득이 아닌, 11~33%의 세율이 적용되는 양도소득으로 과세될 수 있는 벤처기업 특례가 적용되는 경우 그 절세 효과는 행사이익 규모에 따라 매우 클 수 있다.

2) 세금 납부시기

스톡옵션은 그 행사의 여부가 임직원의 선택에 맡겨져 있으므로, 스톡옵션을 부여하는 시점에는 어떤 소득도 발생했다고 볼 수 없다. 이후 스톡옵션을 행사하여 주식을 취득하는 시점에 소득세가 과세된다. 이때 발생한 행사이익, 즉 주식의 시가와 임직원이 부담한 행사가격의 차액이 과세되며, 행사 당시 근로자의 재직/퇴사여부, 거주자 지위에 따라 근로소득 또는 기타소득으로 과세된다.

스톡옵션은 행사하는 시점을 임직원이 선택하므로, 주식지급일정이 확정되어 있는 다른 주식기준보상에 비해 주식을 지급받고 세금을 납부하는 시기를 어느 정도 조정할 수 있다. 이론적으로는 주가가 낮을 때 스톡옵션을 행사하여 주식으로 보유하고 있다가 주가가 높아졌을 때 파는 것이 세금 측면에서는 가장 유리하다. 다만 향후 주가 변동에 대해서는 누구도 예측하기 어렵기 때문에 주가가 낮을 때 스톡옵션을 행사하겠다는 의사결정을 하는 것은 쉽지 않을 수 있다.

스톡그랜트는 주식을 지급받는 때, RSU 는 주식을 받을 수 있는 모든 조건이 충족되어 주식을 지급받는 때의 주식 시가를 기준으로 소득세가 과세된다. 일반적으로 주식을 받는 일정이 사전에 정해져 있으며, 스톡옵션과 달리 별도 세제혜택은 없다.

미국의 경우에는 RSU 를 부여받는 시점에 소득세가 과세되도록 신청하면 RSU 조건이 충족되어 실제 주식을 지급받는 시점에 RSU 부여시점과의 시가 차액은 근로소득이 아닌 양도소득으로 과세될 수 있게 하는 제도가 있다. 국내에서도 글로벌 인재 영입을 위한 국내기업의 주식기준보상제도를 활성화하기 위해서 세제 상 이와 같은 제도 도입을 고려할 만하다.

스톡옵션을 행사하여 취득한 주식, 스톡그랜트로 받은 주식, RSU 조건이 모두 충족되어 받은 주식 모두 보유하다가 매도하는 경우 양도소득세가 과세된다. 물론 소액주주의 상장주식 양도 등 비과세인 경우는 예외이다. 이 때 각 주식기준보상 별로 시가의 산정 또는 취득가액을 잘못 적용하지 않도록 유의해야 한다.

3) 세금납부 자원

주식기준보상의 특성 상 주식을 지급받고 계속 보유하는 경우에는 세금납부재원이 부족할 수 있다. 세금은 주식을 지급받을 때 납부해야 하는데, 주식을 매도할 경우에만 현금화가 되기 때문이다. 따라서, 주식보상제도를 설계할 때에는 임직원의 세금납부재원을 사전에 함께 고려할 필요가 있다. 주식기준보상은 그 유형별로 세 효과가 다르고 회계 및 세금 처리에서 복잡성을 가질 수 있으므로, 세무전문가를 통해 세금 효율성을 극대화하는 전략이 필요하다. 또한 세제혜택을 충분히 활용하지 못하고 있거나 잘못된 세무처리 등으로 인한 위험에 노출되어 있는 경우가 종종 있으므로 주식기준보상을 도입한 회사라면 전문가의 진단을 받아볼 것을 권장한다.

4. Deal Pipeline

Pipeline 현황

거래 규모	거래구조	Industrial	Infra	Consumer	TMT*	Bio	Capital / VC	합계
1,000 억 이상	Buy out	2 건	3 건	3 건	1 건	-	1 건	10 건
	투자유치	1 건	-	-	-	-	-	1 건
	소계	3 건	3 건	3 건	1 건	-	1 건	11 건
500 억 ~ 1,000 억	Buy out	4 건	3 건	6 건	4 건	-	-	17 건
	투자유치	2 건	-	-	-	1 건	-	3 건
	기업회생	1 건	1 건	-	-	1 건	-	3 건
	소계	7 건	4 건	6 건	4 건	2 건	-	23 건
500 억 미만	Buy out	35 건	25 건	37 건	15 건	2 건	1 건	115 건
	투자유치	11 건	3 건	8 건	7 건	8 건	-	37 건
	기업회생	18 건	3 건	3 건	-	-	-	24 건
	소계	64 건	31 건	48 건	22 건	10 건	1 건	176 건
미정	Buy out	2 건	1 건	1 건	-	1 건	-	5 건
		1 건	-	-	-	-	-	1 건
	소계	3 건	1 건	1 건	-	1 건	-	6 건
합 계		77 건	39 건	58 건	27 건	13 건	2 건	216 건

*TMT: Technology, Media, and Telecommunications

삼일회계법인 뉴스레터는 삼일회계법인의 고객을 위한 일반적인 정보제공 및 지식전달을 위하여 배포되는 것으로, 구체적인 회계문제나 세무이슈에 대한 삼일회계법인의 의견을 포함하고 있는 것은 아닙니다. 삼일회계법인의 뉴스레터에 담긴 내용과 관련하여 보다 깊이 있는 이해나 의사결정이 필요한 경우에는, 반드시 관련 전문가의 자문 또는 조언을 받으시기 바랍니다.



삼일PwC 카카오톡 채널을 추가하세요.



다양한 산업과 경영환경에 대한 인사이트와 글로벌 최신 트렌드를 확인하실 수 있습니다.

Samil PwC

조직도 소개



민 준 선

Deals Leader

joon-seon.min@pwc.com

PE Service Leader



이 정 훈

junghoon.lee@pwc.com

대기업 Service Leader



곽 윤 구

yun-goo.kwak@pwc.com

Middle Market Service Leader



이 도 신

do-shin.lee@pwc.com

금융 및 부동산 Service Leader



한 정 섭

jeong-seob.han@pwc.com

M&A 센터장



정 경 수

kyungsoo.jung@pwc.com

PE Accounting Partner



김 성 호

sung-ho.kim@pwc.com

PE Tax Partner



김 경 호

gyungho1.kim@pwc.com