



IV 리서치

Company Note

2025.11.04

E-Mail: ivresearch@naver.com

Telegram: t.me/IVResearch

투자의견	Not Rated
목표주가	- 원
현재주가	11,720 원
Upside	- %

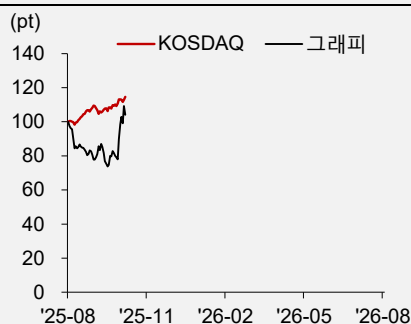
Company Info

주요주주	(%)
심운섭 외 3 인	28.6

Stock Info

기준일	2025년 11월 03일
산업분류	코스닥 화학
KOSDAQ(pt)	914.55
시가총액 (억원)	1,296
발행주식수 (천주)	11,054
외국인 지분율 (%)	6.8
52 주 고가 (원)	12,300
저가 (원)	8,310
60 일 일평균거래대금 (십억원)	14.0

주가 추이



주가상승률 (%)	1M	6M	12M
절대주가	27.4	-	-
상대주가	19.0	-	-

그래피(318060)

투명교정의 혁신

기업개요

동사는 세계 최초 Direct 3D 프린팅 기반 형상기억 투명교정장치(SMA)를 상용화한 기업으로, 고기능성 레진과 자체 제조 기술을 바탕으로 디지털 덴티스트리 혁신을 선도하고 있다. 사업모델은 주문생산, 원내생산, OEM 등 3 가지 구조로 다양화되어 있으며, 투명교정 시장의 확장과 함께 실적이 가파르게 성장 중이다. 2021 년 매출 30 억원에서 2024 년 161 억원으로 증가했으며, 2026년에는 미국·중국 진출을 제외한 기준으로도 400~500 억원 매출이 예상된다. 2027년부터는 유럽 중심의 White Label 매출 확대가 본격화될 전망이다.

기술경쟁력

동사는 자체 설계한 형상기억 3D 프린팅 광경화성 레진을 활용해 세계 최초로 직접 출력 방식의 투명교정장치를 구현, 기술적 차별화를 확보했다. 구강온도에서 활성화되는 형상기억 특성으로 장시간 일정한 교정력을 제공하며, 진공성형 방식 대비 정밀도와 밀착도가 우수해 치료 예측성과 정밀도가 크게 향상된다. 임상 결과, 동사의 SMA 는 Attachment 없이도 복잡한 교정이 가능하며, 치료 기간 단축과 난이도 높은 케이스 대응력을 입증했다.

지역별 성장전략

동사는 글로벌 확장을 가속화하며, 지역별로 맞춤형 성장전략을 전개하며 성장을 이어가고 있다. 각 시장의 규제환경, 경쟁구도, 고객 특성에 따라 최적의 사업모델과 파트너십을 구축하여 매출을 확대해 나가는 전략이다. 미국, 일본, 중남미, 유럽, 중국, 한국 등 6 개 지역으로 구분해, 초기에는 오피니언 리더 네트워크를 활용한 시장 진입하여, 이후에는 현지 파트너사와 협업으로 본격 사업을 확장한다.

미국: 2H25 미국 법인 설립과 플로리다 생산거점 구축을 통해 주문생산 및 원내생산 모델로 미국 시장에 본격 진출하며, DSO·유통사 파트너십과 KOL 네트워크를 활용해 동부지역 중심으로 초기 100 개 치과 확보를 목표

일본: 일본 투명교정학회 회장 등 최고 권위의 KOL 과 협력해 브랜드 신뢰도를 확보하고 있으며, 2026년까지 인하우스 모델 도입 치과 의사 400 명 확보를 목표

중국: B 사·T 사 등 중국 유력 치과기업과의 협업을 통해 인허가 및 현지 생산 기반 준비 중. 2026 년, 중국 시장 진출 원년으로 교육·유통 인프라를 활용한 빠른 확산 기대

유럽: 독일 Medentis, Scheu Dental 과의 OEM 협력을 시작으로 유럽에서 White Label 모델 전개중. 고성능 SMA 솔루션을 기반으로 다수의 현지 브랜드 제품 출시 지원.

중남미: 멕시코·칠레·엘살바도르 등 중남미 거점국을 중심으로 SMA 생산·교육·유통 인프라 구축중. 현지 유통망을 활용한 B2B 공급과 원내생산 모델 병행.

국내: 글로벌 성과를 바탕으로 국내 시장 점유율 확대에 주력. 강북·강남 거점 병원 운영과 함께 압구정 D 병원 등과의 공급 협의를 통해 국내 침투 본격화 예상

구분(억원, %, 배)	2020	2021	2022	2023	2024
매출액	11	30	43	104	161
영업이익	-35	-51	-75	-70	-92
영업이익률	-327.8	-166.2	-175.2	-66.8	-56.9
지배순이익	-35	-72	-177	-54	-327
PER	-	-	-	-	-
PBR	-	-	-	-	-
ROE	-	-	-	-	-

(Source: IV Research)

I. 기업개요

동사는 2017 년 설립된 치과용 3D 프린팅 소재 및 투명교정장치 제조 기업으로, 세계 최초로 Direct 3D 프린팅 방식의 형상기억 투명교정장치(SMA, Shape Memory Aligner)를 개발했다. 동사가 자체 개발한 고성능성 광경화성 3D 프린팅 레진 소재와 이를 활용한 투명교정장치 생산 기술로, 치과 분야 디지털 덴티스트리 혁신을 주도할 것으로 기대한다.

동사의 사업모델은 치과교정 시장의 다양한 고객과 구조에 맞춘 세 가지 수익구조로 이루어져 있다. 첫째, 주문생산 모델은 본사에서 환자 맞춤형 투명교정장치(SMA)를 직접 3D 프린팅하여 치과에 공급해주는 방식이다. 둘째, 원내생산(In-office) 모델은 동사가 치과에 3D 프린팅용 형상기억 레진 소재와 장비를 제공하면 치과에서 직접 환자용 투명교정장치를 제작하는 구조이다. 셋째, OEM(White Label) 모델은 동사의 SMA 토탈 솔루션(소재, 장비, 소프트웨어 등)을 다른 치과기자재 기업이나 투명교정 업체에 제공하여 해당 업체 브랜드로 생산 및 판매하는 방식이다.

치아교정 시장은 기능적인 교합 개선과 심미적인 요구가 결합된 고부가가치 산업이다. 전통적인 금속 브라켓(와이어) 교정은 높은 치료효과에도 불구하고 심미성과 편의성이 낮아 환자 만족도가 제한적이다. 반면 투명교정장치는 탈부착이 가능하고 심미적으로 눈에 띄지 않아 편의성과 미용적 측면에서 환자들의 선호가 높다. 이러한 장점으로 전체 치아교정 시장은 투명교정 시장이 견인하고 있다.

동사는 제품 사용화를 시작한 2020 년을 기점으로 가파른 실적 성장세를 보여주고 있다. 연간 매출액은 2021 년 30 억원에서 2024 년 161 억원까지 증가했으며, 2025 년 매출액은 약 265 억원으로 전망된다. 특히 2026 년 매출액은 400~500 억원 수준으로 추산되며, 이는 미국과 중국의 주요 Upside 요인들을 고려하지 않은 숫자이다. 동사의 2026 년 실적 Upside 는 미국과 중국에서 기대되고 있으며, 2027 년부터는 유럽 등 지역에서의 White Label 사업에서 본격적인 매출 급성장이 예상된다. 그 외 지역에서 탄탄한 실적 성장이 뒷받침해주며 안정적이고 장기적인 실적 성장을 기대해본다.

Figure 1. 그래피 치아교정 제품 라인업



(Source: 그래피, IV Research)

II. 기술경쟁력

동사의 핵심 기술 경쟁력은 세계 최초로 개발된 형상기억 3D 프린팅 광경화성 수지 소재와 이를 활용한 직접 출력 투명교정장치 기술에 있다. 동사는 독자적인 올리고머 설계 및 합성 기술을 확보하여 치과 교정용으로 최적화된 특수 레진 소재를 자체 개발했고, 이 소재는 구강 내 온도에서 원래 설계된 형상을 기억하여 복원하려는 성질(Shape Memory)을 지닌다.

형상기억 레진은 약 30~31°C 의 구강온도에서 활성화되어 점진적으로 원형태로 돌아가려는 힘을 지속적으로 발생시킴으로써, 환자가 장치를 착용하는 동안 지속적이고 일정한 교정력을 가하는 것이 가능하다. 이 형상기억 자기복원력 덕분에 초기 교정력이 장기간 안정적으로 유지되고 치료 예측성이 높다. 이러한 기능은 기존 진공성형 방식의 플라스틱 얼라이너에서는 구현되지 않는 혁신적인 기술이다.

동사의 직접 3D 프린팅 얼라이너 기술을 교정장치의 정밀도와 적합성 측면에서 강점을 보유한다. 기존의 투명교정 장치는 3D 프린터로 출력한 치아 모형을 기반으로 열성형하는 방식이기 때문에, 모형의 굴곡 부위에서 시트가 늘어나 두께가 불균일해지거나 미세한 형태 표현의 한계가 있다. 반면 동사의 SMA 는 디지털 설계된 장치를 레이어 적층으로 직접 출력하기 때문에, 치아 표면 형상에 정확히 들어맞는 완벽한 밀착도를 달성할 수 있다. 두께가 전역에 걸쳐 균일하고 설계대로 제작되어 치아에 가해지는 힘 역시 의도한대로 정확하게 전달된다.

동사는 임상을 통해 동사의 SMA 는 치아 표면에 완벽히 적합하여 별도의 Attachment 없이도 높은 유지력과 복잡한 치아 이동을 구현할 수 있었고, 치아 이동의 정밀도가 개선되어 치료 기간이 획기적으로 단축되었다. 또한 기존 투명교정장치로 처리하기 어려웠던 난이도 높은 부정교합 케이스까지 Attachment 없이 치료가 가능함을 입증했다.

Figure 2. 독자적인 올리고머 설계/합성 기술 기반 형상기억 3D 프린팅 투명교정 소재



(Source: 그래피, IV Research)

Figure 3. SMA 통합 솔루션 구축



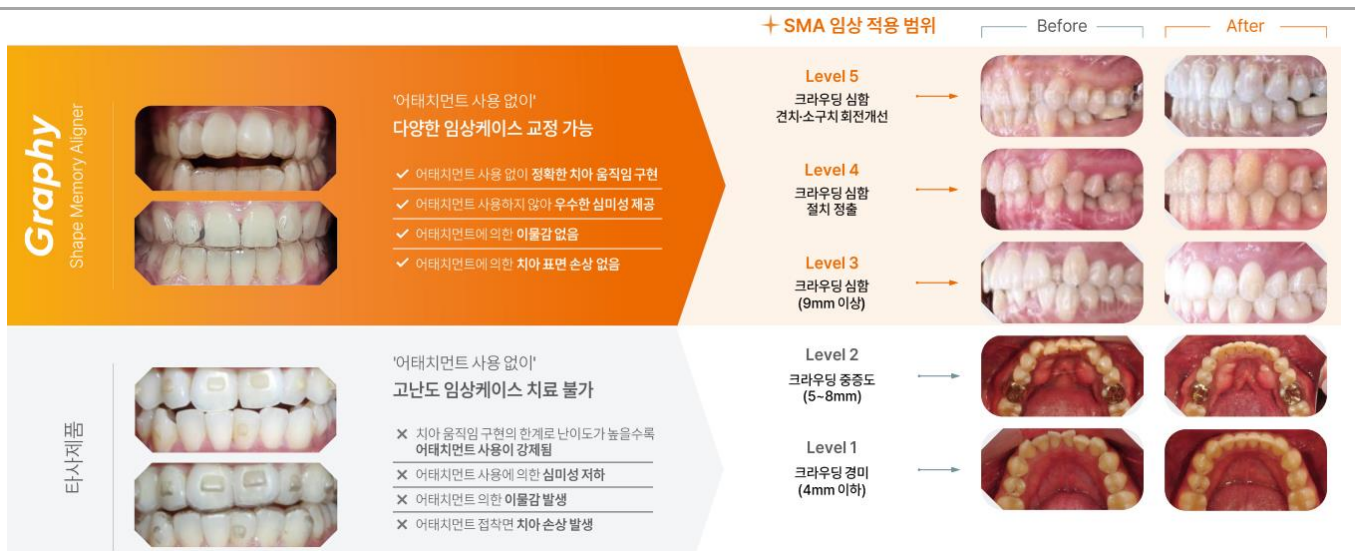
(Source: 그래피, IV Research)

Figure 4. 구강온도에서 형상이 복원되는 세계 최초 형상기억 투명교정 장치 개발



(Source: 그래피, IV Research)

Figure 5. 어태치먼트 없이 다양한 고난이도 교정이 가능한 그래피 솔루션



(Source: 그래피, IV Research)

Figure 6. 타사 제품 대비 치료 기간을 획기적으로 단축 가능



(Source: 그래피, IV Research)

Figure 7. 교정 전문의와 환자 입장 모두에서 비용 효율성 제고

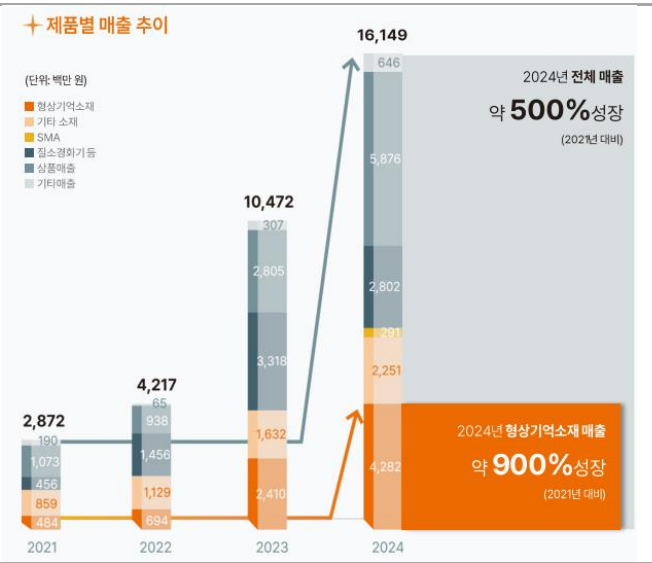


(Source: 그래피, IV Research)

III. 지역별 성장전략

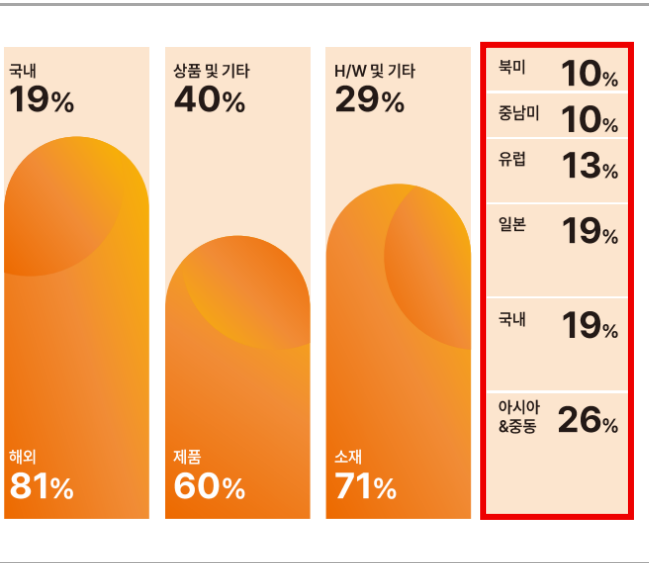
동사는 글로벌 확장을 가속화하며, 지역별로 맞춤형 성장전략을 전개하며 성장을 이어가고 있다. 각 시장의 규제환경, 경쟁구도, 고객 특성에 따라 최적의 사업모델과 파트너십을 구축하여 매출을 확대해 나가는 전략이다. 미국, 일본, 중남미, 유럽, 중국, 한국 등 6 개 지역으로 구분해, 초기에는 오피니언 리더 네트워크를 활용한 시장 진입하여, 이후에는 현지 파트너사와 협업을 본격 사업을 확장한다.

Figure 8. 제품별 매출 추이



(Source: 그래피, IV Research)

Figure 9. 매출 구성 현황 (2024년 기준)



(Source: 그래피, IV Research)

미국 시장

동사는 미국을 주요 성장 시장으로 삼고 2H25 부터 본격적인 현지 사업을 추진하고 있다. 2H25 미국 델라웨어 법인을 설립, 플로리다에 사업장을 마련하여, 미국 내 직접 SMA 장치를 생산 및 공급할 수 있는 거점을 구축하고 있다. 미국에서는 두 가지 사업모델로 진출할 계획이다. 첫번째는 주문생산모델로, 미국 법인이 현지 치과에 완성된 SMA 투명교정장치를 직접 판매한다. 이는 본사에서 축적한 생산 노하우를 미국 현지에서 그대로 구현하여 고품질의 SMA 를 빠르게 공급함으로써 초기 레퍼런스를 확보하는 전략이다.

두번째는 원내생산모델(인하우스생산모델)로, 미국법인이 현지 유통사(딜러)에게 동사의 SMA 솔루션을 공급하고, 유통사가 이를 각 지역 치과, 기공소 등 Ende user 에게 판매하는 방식이다. 이때 미국의 DSO(Dental Service Organization)나 대형 치과용품 유통망과 파트너십을 맺어 폭넓은 고객 기반에 SMA 솔루션을 보급하는 것이 핵심이다.

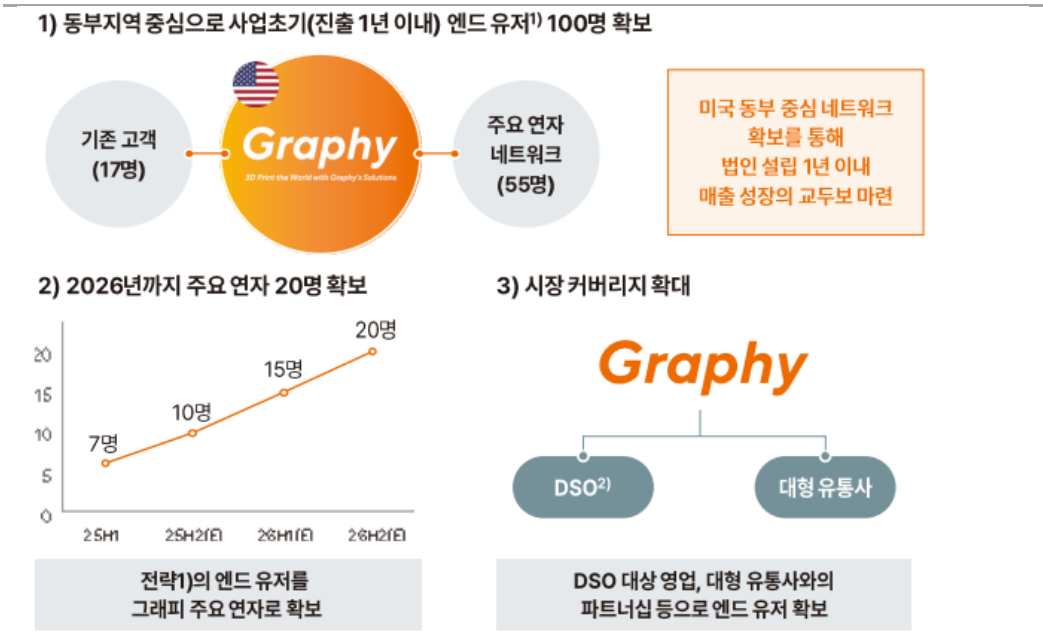
동사는 동부 해안지역을 미국 진출 교두보로 삼아, 진출 1 년 내 End user 100 개 치과를 확보하는 것을 초기 목표로 한다. 이를 위해 미국 동부 지역에서 영향력 있는 Key Opinion Leader 네트워크를 활용하고 있다. Ravindra Nanda 등 미국 내 여러 교정 석학들과 이미 협력관계를 구축하여 제품 신뢰도를 확보하고 있으며, 지난 8 월 시애틀에서 열린 EAS North America Aligner Forum 에 스폰서로 참가해 워크숍을 개최하는 등 영업활동을 전개하고 있다.

Figure 10. 미국 법인 및 사업장



(Source: 그래피, IV Research)

Figure 11. 미국 사업 전략 (엔드유저 및 연자 확보 → 시장 커버리지 확대)



(Source: 그래피, IV Research)

일본 시장

치과교정 시장은 보수적이면서도 권위 있는 임상가들의 영향력이 큰 특성을 갖는다. 따라서 동사는 일본 시장에서는 대표적으로 일본 투명교정학회(JAAO) 회장, 일본임상치과학회(SJCD) 이사장 등 세계 최고 수준의 Key Opinion Leader 와 협력을 통해 시장을 개척하고 있다. 이미 동사는 일본 치과계 최고 석학 두 명을 Key Opinion Leader로 확보함으로써 일본 시장에서 기술 신뢰성과 브랜드 인지도를 동시에 높이며 성장하고 있다.

일본 내 동사의 첫 번째 목표는 JAAO 회원 등을 중심으로 2026년까지 인하우스 모델 도입 치과의사 400 명을 확보하는 것이다. 동사는 1H25 기준 약 95 명이던 일본 내 SMA User 수를 2025 년말 200 명, 1H26 말 300 명, 2026 년말 400 명까지 확대하는 것을 목표로 하고 있다. 주요 Key Opinion Leader 들의 소규모 스터디 모임부터 온라인 강의까지 여러 채널로 교육 프로그램이 운영되며, 동사 역시 정기 글로벌 세미나를 통해 영업활동을 전개하고 있다.

Figure 12. 일본 핵심 연자 Kenji Ojima 박사와 Yamazaki Masao 박사



Dr. Kenji Ojima

일본은 물론 글로벌 시장에서도 영향력을 인정받는
투명교정 분야의 최고 수준 임상가

- 일본 내 투명교정 최고 권위자
- 일본 투명교정학회(JAAO) 회장
- 투명교정 전문 저서 발간 (그래피 SMA 임상 케이스 다수 수록)



Yamazaki Masao

일본을 대표하는 보철·심미 분야의 임상 권위자
일본 보철계의 중심 인물

- 일본임상치과학회(SJCD) 이사장
- 일본 임상 치과 학회 도쿄지부 최고고문
- 집필 논문 및 저서 다수
- 일본 등 보철치과학회/심미치과학회 강연 진행
- 일본인 치과의사의 최고 실적·기술·명성을 갖춘 보철 치과의사
- 도쿄치과대학 졸업

(Source: 그래피, IV Research)

Figure 13. 일본 사업 전략 (주요 연자 주도 강의/세미나 및 보철 시장으로 확장)

1) 주요 연자 주도 엔드 유저 직접 확보

	25H1	25H2(E)	26H1(E)	26H2(E)
유저 수	95명	200명	260명	400명
해당기간 주요 행사	IDS, SDEX	SJCD 여름세미나, Dental Wing	AAO, SDEX SEDO	SJCD 여름세미나, Dental Wing, WIOC

JAAO 회원을 중심으로 2026년까지 엔드 유저 400명 확보 계획

2) 주요 연자 주도 스터디그룹/강의/세미나진



- SMA 임상 케이스를 기반으로 한 글로벌 세미나 정기 개최
- 현지 연자가 직접 발표하며 브랜드 및 제품 신뢰도 제고

소규모 스터디 그룹부터 온라인 강의까지 다양한 채널을 통한 엔드 유저 확보 활동 진행

3) 보철(C&B) 시장으로의 확장



기존 소재 대비 물성, 경화 조건, 생산 효율에서 탁월한 성능을 입증한 기술

매출발생 예상 시가 2026년

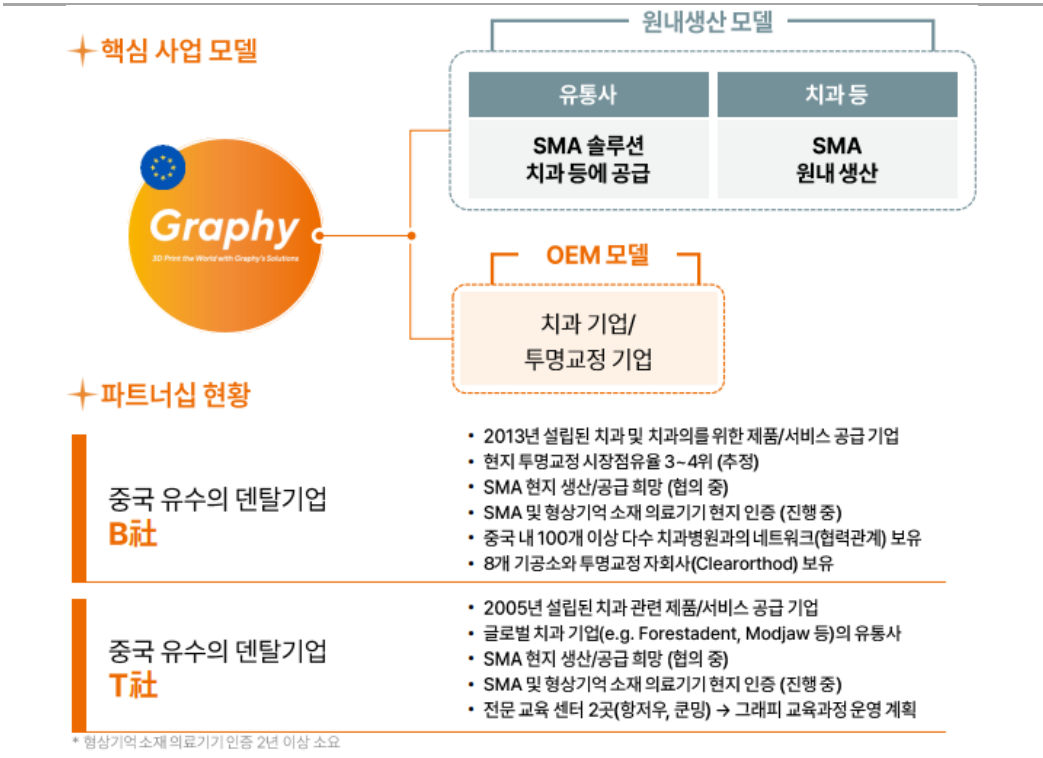
(Source: 그래피, IV Research)

중국 시장

중국 또한 매우 중요한 시장이다. 중국에서는 현재 현지 유력 치과기업과의 전략적 파트너십을 통한 진출을 준비 중이다. 이미 중국 내 Top tier 종합 치과용 제품 및 서비스를 제공하는 B 사 및 T사와 협업을 진행 중이다.

B사와 T사 모두 중국 내 동사의 SMA 현지 생산 및 공급을 희망하고 있으며, 이미 동사의 형상기억소재 및 장치의 중국 인허가 절차를 진행 중이다. 또한 B사는 항저우와 쿤밍에 자체 치과 전문 교육센터를 운영하고 있어, 동 시설에서 동사의 공식 교육과정을 열어 중국 치과의사들에게 SMA 기술을 교육할 계획이다. T사는 100개 이상의 치과병원 네트워크와 8개의 기공소, 그리고 자체 투명교정 자회사를 보유하고 있어 중국 인허가 획득 시 빠른 시장 침투가 가능할 것으로 기대된다. 2026년은 중국 진출의 원년이 될 것으로 예상된다.

Figure 14. 중국 사업 모델(원내생산, OEM 모델)과 파트너십 현황



(Source: 그래피, IV Research)

Figure 15. 중국 사업 전략 (파트너사 계획 및 인증심사 일정)

1) 파트너사 사업 계획 확대 (연간 케이스 수)				
		(단위: 개)		
	구분	2026	2027	2028
B社	케이스	10,000	30,000	50,000
	케이스	5,000	15,000	25,000
합계	케이스	15,000	45,000	75,000

활동	시작	종료	상태
데이터 수집	'25.02	'25.03	완료
소재/장비 조사	'25.03	'25.04	완료
MPA면담	'25.03	'25.04	완료
공정 프로세스 확인	'25.04	'25.04	완료
장비/소모품 구매	'25.05	'25.07(E)	진행 중
내부 검증	'25.07	'25.09(E)	진행 중
샘플 생산	'25.06	'25.08(E)	진행 중
제품 검사	'25.06	'25.12(E)	진행 중
인증서 등록	'25.12(E)	'26.05(E)	예정

(Source: 그래피, IV Research)

유럽 시장

유럽 시장의 핵심은 현지 파트너와의 OEM 협업을 통한 사업 가속화이다. 동사는 유럽에서 현지 기업들의 기존 브랜드 파워와 유통망을 활용하는 White Label 사업모델을 전개할 계획이다. 대표적으로 독일의 주요 파트너를 확보하였는데, 하나는 독일 임플란트 업계 Top tier 기업인 Medentis Medical 이고, 다른 하나는 1926년 설립된 교정용 솔루션 기업 Scheu Dental 이다.

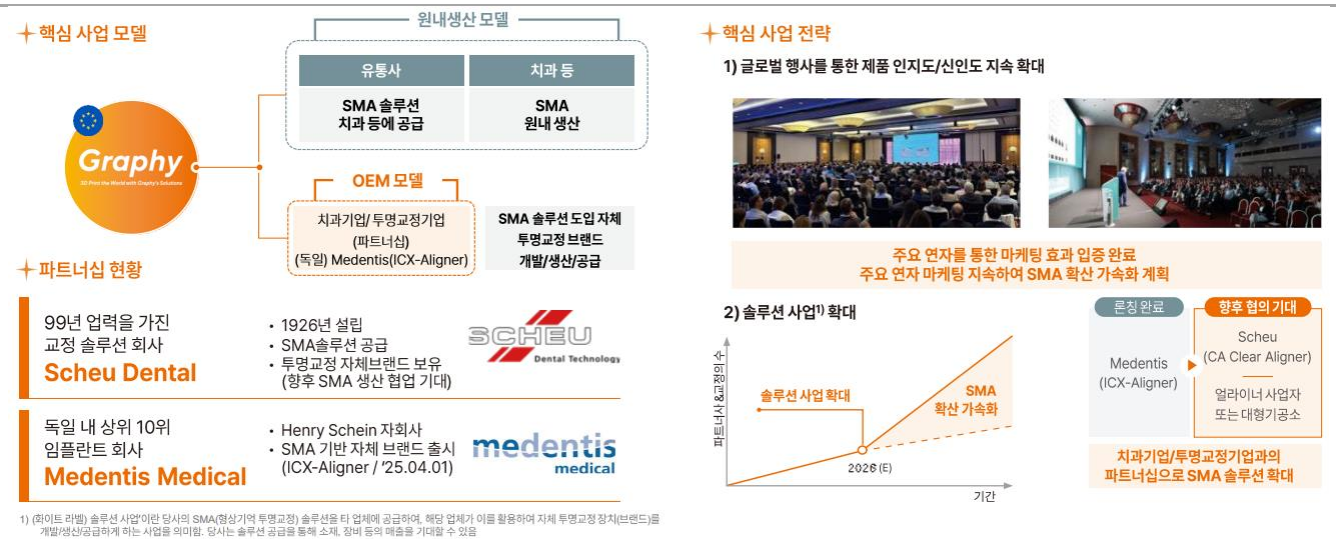
Medentis 는 글로벌 덴탈기업 Henry Schein 의 자회사이자 독일에서 ICX 임플란트 시스템으로 유명한 기업으로, 동사와 협력하여 2025 년 4 월 ICX-Aligner 를 출시하였다. 즉, Medentis 가 동사의 SMA 기술을 기반으로한 자체 투명교정장치 제품라인을 선보인 것으로, 동사는 Medentis 에 SMA 소재와 제조장비 등을 OEM/ODM 형태로 공급한다.

교정 솔루션 분야 99 년의 업력을 보유한 Scheu Dental 은 기존 CA Clear Aligner 라는 투명교정 브랜드를 보유하고 있었지만 동사의 SMA 솔루션을 도입하여 자체 제품의 성능향상을 도모하는 중이다. 동사는 Scheu Dental 에 형상기억 레진 소재, 장비 및 향후 SMA 장치 현지생산까지 협업할 것으로 기대된다.

Medentis 와 Scheu Dental 사례처럼 동사는 유럽의 치과기업 및 투명교정 전문기업들과 파트너십을 지속적으로 확대할 계획이다. 이미 다른 Aligner 업체 또는 기공소와 협의를 진행 중이며, 이를 통해 대규모 B2B 매출을 확보할 전망이다.

동사의 이러한 White Label 전략은 글로벌 교정산업 전반에 큰 변화를 시사한다. 기존 글로벌 교정장치 시장은 Invisalign 과 같은 소수 기업이 독자 브랜드로 주도해왔다. 반면 동사는 플랫폼 제공자로서 여러 2nd 및 3rd tier 기업들이 각자의 브랜드로 고성능 투명교정장치를 출시할 수 있게 도와주는 역할을 한다. 동사의 White Label 전략이 정착하게 되면 동사의 레진 소재 수요가 안정적으로 증가하게 될 것으로 예상된다.

Figure 16. 유럽 핵심 파트너와 OEM 협업을 통해 SMA 사업 가속화



(Source: 그래피, IV Research)

중남미 시장

동사는 중남미 지역에서 거점 국가 전략을 통한 시장 개척을 추진 중이다. 중남미는 국가별로 치과의료 인프라와 시장규모 편차가 크기 때문에, 먼저 영향력이 큰 핵심 거점국에서 성공사례를 만들고 이를 주변국으로 확산시키는 접근이다. 현재 아르헨티나, 우루과이, 페루 등을 포함한 다양한 중남미 국가들과 파트너십을 구축하고 있으며, 특히 멕시코, 칠레, 엘살바도르 3개국에서의 성장이 두드러지고 있다.

멕시코에서 협력 중인 TD&S 는 자체 치과 교육센터와 기공소를 운영하고 있다. 동사 SMA 의 현지 도입 교육과 생산지원을 담당한다. 멕시코는 중남미 최대 교정 시장 중 하나로, TD&S 와 함께 현지 전문의들을 대상으로 한 SMA 임상코스를 개설하고 현지 생산거점을 마련했다. 칠레의 Commercial VAM 은 치과용 교정장치 유통사로, 동사의 솔루션을 도입해 향후 보철시장으로 사업 확대를 계획하고 있는 파트너이다. 칠레는 인접 남미 국가로의 영향력이 있어 주변 남미국가로 확장하는 교두보 역할을 기대한다. 마지막 엘살바도르의 Rinnova 는 과거 Invisalign 제품을 중남미 지역에 유통한 경험을 보유한 기업으로 동사와 새롭게 제휴하여 동사 SMA 의 중미 지역 보급을 추진한다.

동사는 이들 거점 유통사와 협업하여 현지 시장 특성에 맞춘 두 가지 채널 전략을 실행한다. 첫째 현지 유통사의 기존 네트워크를 활용한 B2B 공급과, 둘째 대형 치과병원 등에서의 원내생산 도입을 병행한다. 즉 동사 SMA 의 직접 생산모델과 솔루션 공급모델을 병렬로 전개하는 것이다. 중남미 시장에서 동사는 이러한 거점 국가 기반 현지 마케팅 전략을 기반으로 중남미 전역에 SMA 사업을 확산시키는 것을 목표로 하며, 2026 년부터 본격적인 매출 성장이 기대된다.

Figure 17. 중남미 사업 전략

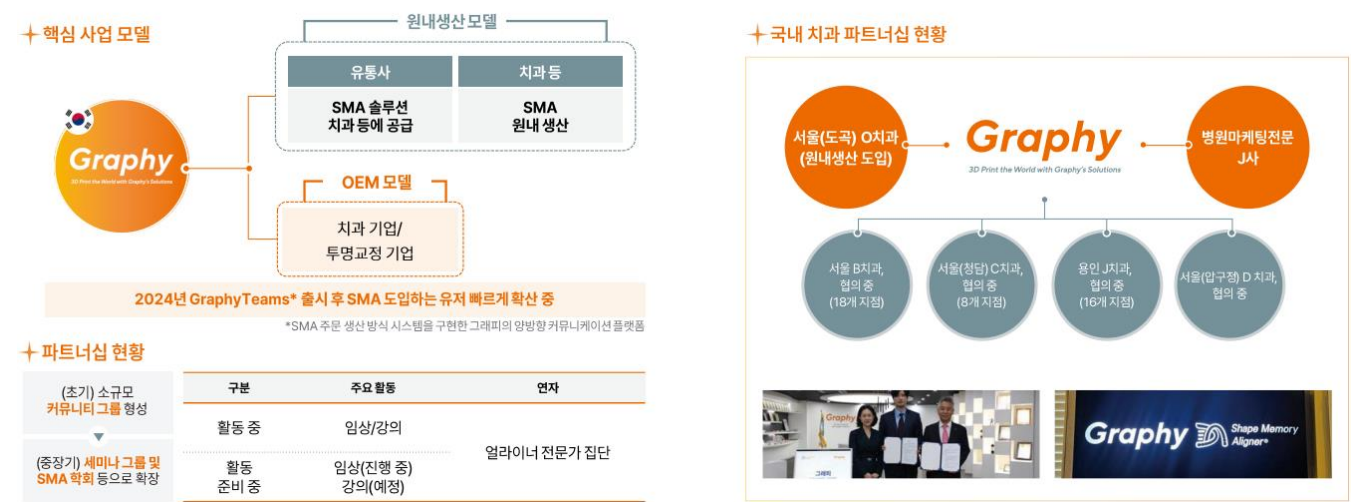


(Source: 그래피, IV Research)

국내 시장

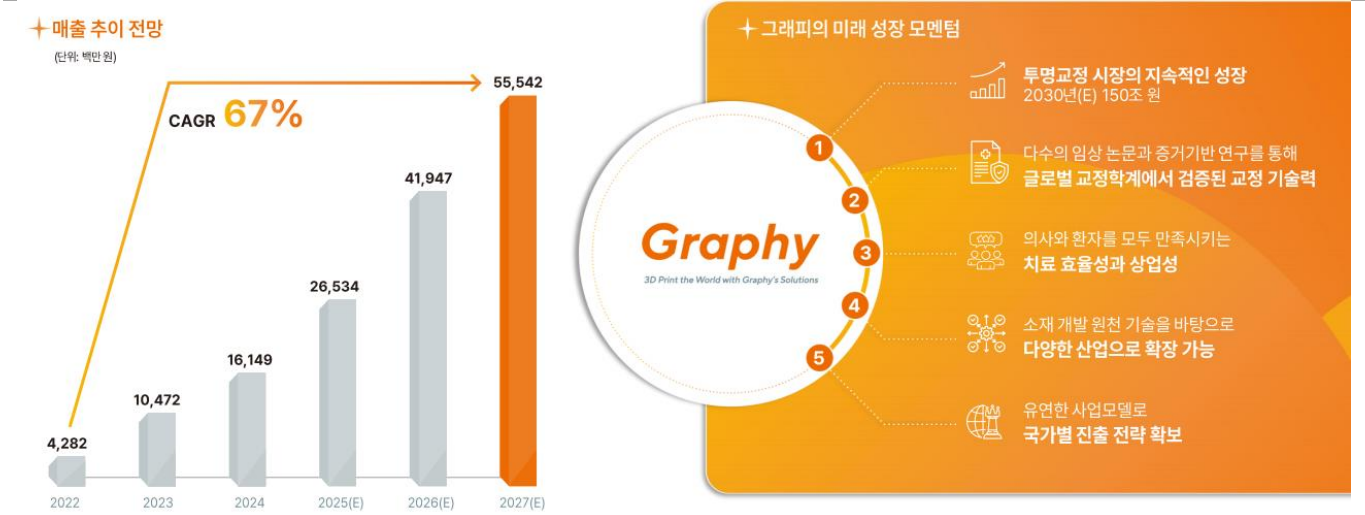
한국시장 전략은 그동안의 글로벌 성과를 바탕으로 국내 점유율을 본격 확대하는데 초점을 맞춘다. 동사는 창업초기부터 해외 시장에 주력하여 기술인지도와 임상 증거를 쌓았고, 이를 통해 확보된 글로벌 인지도를 이제 국내시장 침투에 적극 활용하고 있다. 특히 동사는 강북, 강남에 각각 거점 병원을 운용할 계획이며, 압구정에 인플루언서 전문 치과병원으로 유명한 D 병원과 공급을 논의 중인 것으로 파악된다.

Figure 18. 국내 사업 전략



(Source: 그래피, IV Research)

Figure 19. 매출 가이드선스 및 미래 성장 모멘텀



(Source: 그래피, IV Research)

► Compliance Notice

- 동 자료는 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었으며, 본 작성자는 기재된 내용들이 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있음을 확인합니다.
- 당사는 보고서 작성일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 기관투자가 또는 제 3 자에게 사전에 제공된 사실이 없습니다.
- 당사는 지난 6 개월간 해당회사의 유가증권의 발행업무를 수행한 사실이 없습니다.
- 본 자료는 당사의 투자 의사결정을 위한 정보제공을 목적으로 작성되었으며, 작성된 내용은 당사가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 기반으로 한 것이나 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 그러므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바라며, 어떠한 경우에도 본 자료는 투자결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 자료의 모든 저작권은 당사에 있으며, 무단복제, 변형 및 배포될 수 없습니다.