

## 바이오벤처, 中에 1조 깜짝 기술 수출

**지아이이노베이션** 면역항암제  
독점적 개발, 상업화 권리 획득

바이오벤처 지아이이노베이션이 지난 달 28일 중국 제약사인 심시어와 면역항암제 GI-101에 대한 중국 지역의 기술이전 계약을 체결했다고 1일 밝혔다. 이번 계약을 통해 GI-101에 대한 중국 지역(홍콩, 마카오, 대만 포함)에서의 독점적 개발 및 상업화 권리를 획득하게 됐다.

지아이이노베이션은 심시어로부터 반납의무가 없는 계약금 600만달러(약 70억원)와 이후 임상개발, 허가, 상업화, 판매 등 단계별 마일스톤으로 최대 7억9000만달러(약 9000억원)를 순차적으로 받게 된다. 이와 별도로 제품 출시 이후 심시어의 순 매출액에 따라 두 자릿수비율까지의 경상 기술료(로열티)도 받게 된다.

이번 기술이전된 GI-101은 지아이이노베이션 보유한 이중융합단백질개발 기반기술인 '지아이-스마트(GI-S

MART)' 플랫폼을 이용해 만든 면역항암제다. 면역 관문억제 뿐 아니라 면역세포 증식과 활성화하는 두가지 기전이 동시에 작용해 시너지를 나타내는 혁신적인 면역 항암제로 내년 6월 미국과 한국에서 동시에 임상 진입을 앞두고 있다.

올해 9월에 열리는 유럽 암학회(ESMO 2019)에서 발표한 GI-101은 전임상 종양모델에서 항암 면역세포의 증식과 활성화, 암조직으로의 항암면역세포의 침윤 증가를 보여주었으며, GI-101 단독 투여 시, 면역관문 억제제 단독 투여시와 유사한 항암효과가 관찰됐다.

특히, 이번 기술이전은 삼성바이로직스와의 시너지가 큰 역할을 했다. 삼성바이로가 새로 시작한 바이오의약품 위탁생산과 위탁개발(CDMO) 사업을 통해 세계 최고 수준의 바이오의약품 생산 기술을 적용, 생산수율을 획기적으로 향상시킨 것이 심시어의 높은 평가를 받았다. /이세경 기자

## 동국제약 '마데카솔' 소비자 추천 브랜드 선정

동국제약 상처치료제 마데카솔이 28일 서울 여의도 전경련플라자에서 개최된 '제2회 국가경쟁력대상 시상식'에서 일반의약품 부문, '소비자가 가장 추천하는 브랜드'에 선정됐다.

마데카솔은 1970년에 출시되어 약 50년 동안 국민들로부터 사랑 받아 온 식물성분의 상처치료제로서, 높은 인지도와 신뢰도, 뛰어난 효능을 인정받

아 '소비자가 가장 추천하는 브랜드'에 선정되는 영예를 안았다.

이날 시상식에 참가한 동국제약 서호영 상무는 "소비자들이 직접 평가하고 투표해 뽑아주셨다는 점이 의미하는 바가 크다"며 대한민국 1위 상처치료제로서 국민들의 안전과 건강을 위해 앞장서 나가겠다고 말했다. /이세경 기자



롯데월드 어드벤처가 신규 가든스테이지 공연 '로티의 모험2'를 오픈했다. /롯데월드

## 롯데월드 30년 책임질 '로티의 모험2' 오픈

롯데월드 어드벤처는 지난달 30일 신규 공연 '로티의 모험2: 사이버 어드벤처'를 오픈했다고 1일 밝혔다.

이번 공연은 지난 30년간의 공연 노하우를 심본 녹여낸 것으로 향후 롯데월드의 30년을 책임질 신규 공연이다.

1일 2회(오후 3시 30분 / 오후 6시 30분) 만날 수 있는 이번 공연은 스마트폰에서 갑작스레 나타난 '사이버 대마왕 다이노'에 의해 가상세계로 납치된 사론캣을 다시 롯데월드 어드벤처로 구출하기 위해 모험을 떠나는 로티, 로리와 캐릭터 친구들의 이야기로 구성됐다.

요즘 스마트폰 등 디지털 세상에 빠져 있는 어린이들에게 그 문제성을 알리고 가족, 친구와 함께 하는 시간의

소중함과 즐거움을 전달한다는 기획 의도를 담고 있다.

관객 참여 요소를 강화하여 더욱 흥미로운 공연이 완성됐다. '사이버 대마왕 다이노'를 무찌르기 위한 하트볼 안무를 배우고 캐릭터들과 함께 다이노를 쓰러뜨려 공연의 몰입감을 높인다. 신규 캐릭터 '사이버 대마왕 다이노'는 높이 약 2.2m, 길이 약 3m의 대형 퍼펫 애니메이션(로봇 요소가 가미된 사람)이 조종하는 대형 모형) 공룡으로 실감나는 움직임을 선보이며 아이들의 이목을 집중시킬 것이다. 하늘을 떠다니는 플라잉을 타고 노래하는 '플로라'와 한층 더 화려해진 의상 또한 아이의 호기심을 자극하는 연출 요소가 가득하다. /박민우 기자 parkiu7854@

# 몸내서 혈관재생... 치료제 박차

(줄기세포)

**유스바이오글로벌**

허혈성 질환 근본 치료 기대  
세포 기능강화제 특허 확보

국내 바이오벤처가 세계 최초로 인간의 몸 안에서 혈관을 재생할 수 있는 줄기세포치료제를 개발한다. 마땅한 치료제가 없었던 당뇨병 족부궤양과 안질환, 심혈관 질환과 같은 허혈성 질환의 근본적인 치료가 가능할 것으로 기대된다.

유스바이오글로벌(이하 유스바이오)은 지난 달 28일 특허권 확보를 기념하는 기술설명회를 갖고, 현재 개발 중인 기능강화혈관줄기세포 치료제를 공개했다고 1일 밝혔다.

연구팀은 심근경색, 뇌졸중, 당뇨병성 족부궤양 등 혈관이 손상돼 생긴 중증 허혈성 심혈관질환의 근본적인 치료를 목표로 최근 4종류의 기능강화인자를 발굴하고, 이 천연물 유래의 무독성 기능강화 인자를 기반으로 무이종(다른 생물체에서 취한 물질을 사용하지 않음) 기능강화 혈관줄기세포 치료제 개발에 성공해 특허를 받았다.

유스바이오는 지난 10월 부산대학교 의과대학 권상모 교수와 공동 연구에 대한 협약을 체결 후 혈관줄기세포 치료제에 대한 기술을 이전을 받은 바 있다.

이들이 보유한 기술은 혈관 재생에 특화된 혈관 줄기세포를 배양할 수 있



부산대학교 의과대학 권상모 교수가 지난 달 28일 열린 유스바이오글로벌의 혈관 줄기세포치료제 특허권 확보기념 기술설명회에서 설명하고 있다.

는 기술이다.

그동안 다양한 질환에 사용된 세포 치료제는 대부분 중간엽 줄기세포를 활용해 왔다. 중간엽 줄기세포는 혈관은 물론, 지방, 연골, 뼈, 신경 등 신체 다양한 조직으로 분화한다. 반면 유스바이오 연구팀이 개발하는 혈관 줄기세포는 혈관 재생치료가 가능한 특화된 줄기세포다. 이미 오래 전 일본 연구진에 의해 발견됐지만 배양 기술이 부족해 치료제 개발까지 이어지지 못했다. 유스바이오는 이 혈관 줄기세포의 안전한 배양법을 세계 처음으로 발견해 치료제 개발의 길을 활짝 열었다.

권상모 교수는 "3주, 약 21일 정도면 체외에서 훌륭한 혈관줄기세포를 배양할 수 있다"며 "특히 안전성과 효능이 보장된 세포 기능강화제 특허를 확보했고, 이를 활용해 세포의 기능을 획기

적으로 높였다"고 설명했다.

또 무이종 배양법을 써서 '인보사케이주' 사태와 같은 사고를 막는 점도 차별화 된다. 권 교수는 "동물 성분을 배제한 배양법을 사용해 동물성 병원체 감염 위험을 원천 차단했다"며 "또 기업과 병원, 학교가 유기적으로 협업해 임상과 개발을 윈스톱으로 진행하는 세포치료제 상용화 플랫폼을 구축했다"고 설명했다.

유스바이오는 우선 당뇨병성 족부궤양 치료제 개발에 나선다. 족부궤양은 당뇨병 환자들의 15%가 앓고 있는 질환으로 말초혈관질환 등으로 발에 괴사가 일어나 심각하면 절단에 이를 수 있는 병이다. 이후엔 안과질환과 뇌졸중, 심근경색과 같은 심혈관질환 치료에도 이 기술을 적용할 계획이다. /이세경 기자 seille@metroseoul.co.kr

## 패션과 만난 이색브랜드... 협업 마케팅 '활발'

빠른 이슈화로 브랜드 주목도 ↑  
'참이슬 백팩' 발매 5분 만에 완판  
캐릭터 제품으로 마니아 관심

최근 패션업계에는 생각지 못했던 브랜드 간의 협업 마케팅이 뜨고 있다. 소비자들의 눈길을 끌고 SNS상에서 빠르게 이슈화 되기 때문에 브랜드 주목도를 높일 수 있기 때문이다. 또 단기간 한정 수량으로 판매해 희소 가치가 높은 상품에 열광하는 젊은 층을 집중 공략할 수 있다.

온라인 패션 플랫폼 무신사는 소주 팩 모양 백팩, 도넛이 그려진 맨투맨, 감자칩 스웨트 셔츠, 게임 유투버 제휴, 스타워즈 컬렉션까지 다채로운 컬래버레이션 상품을 선보여 이색적인 콘텐츠와 차별화된 쇼핑 경험을 제공하고 있다.

◆참이슬·감자칩이 패션과 만나면?

평소 즐겨 먹고 마시던 식품, 음료 브랜드가 패션을 만난 사례가 늘고 있다. 식음료업계는 다소 정체되어 있는 브랜드 이미지를 탈피하고 주 소비층인 1020세대의 마음을 사로잡기 위해 패션 브랜드와 협업 마케팅을 활발히 실시하고 있다.

대표적인 예로는 무신사와 하이트진로가 만나 탄생한 '참이슬 백팩'이 있다. 발매한 지 5분 만에 400개 수량이 완판되며 품귀 현상이 일어났을 정도. 이 가방은 네모난 가방 형태, 바코



무신사 x 하이트진로 '참이슬 백팩' /무신사



스파오 x 겨울왕국2 /이랜드

드, 미성년자 경고 문구를 삽입하는 등 실제 '참이슬 오리지널' 팩 소주 모양을 그대로 재현해 열광적인 반응을 이끌어냈다.

SPC 대표 브랜드(베스킨라빈스, 던킨도너츠, 파리바게뜨)와 캐주얼 브랜드 커버넌이 협업한 맨투맨 티셔츠는 출시 1일 만에 일부 상품 품절, 2주 만에 전 상품이 완판되며 뜨거운 관심을 모았다. 각 브랜드 인기 메뉴와 상징적 이미지를 커버넌 로고와 결합한 귀여운 프린팅 디자인이 특징이다. 감자칩 브랜드 프링글스와 컨템포러리 브랜드 이터가 함께한 스웨트 셔츠도 주목 받고 있다. 프링글스 특유의 컬러를 입혀 총 9종으로 출시해 골라 입는 재미를 선사한다.

◆애정하는 캐릭터를 입다!

전 세계적으로 탄탄한 마니아 층을 보유한 SF영화 시리즈 '스타워즈'는 개성 있는 캐릭터와 독보적인 비주얼로 패션업계 컬래버 단골 손님으로 꼽

힌다. 이러한 스타워즈의 마지막 시리즈가 내년 초 개봉을 앞두고 있어 다양한 협업 상품이 잇따라 출시되고 있다.

에스.티.듀폰은 아이템 곳곳에 스타워즈 마니아의 감성을 자극할 만한 요소를 담았다. 인기 캐릭터 '다스베이더' 얼굴을 자수로 표현한 스니커즈, 요다 캐릭터가 그려진 셔츠 등 세련된 상품으로 주목 받고 있다. 아디다스는 스타워즈의 대표 전투기 '엑스윙'을 디자인에 녹인 스니커즈를 선보여 전세계 스타워즈 팬들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

흥행 돌풍을 일으키고 있는 영화 '겨울왕국 2'와 패션 브랜드 간 협업 에디션도 인기 고공행진을 이어가고 있다. SPA 브랜드 스파오는 인기 캐릭터 '올라프'를 담은 다양한 홈웨어를 선보였다. 이달 중에 EBS 인기 캐릭터 '자이언트펍TV'의 '헝수' 라인업도 새롭게 론칭한다. /신원선 기자 tree6834@