

삼바이오피스, '루센티스 바이오시밀러' 유럽서 판매심사

〈안과질환 치료제〉

EMA, 품목허가 신청서 심사착수
황반변성·황반부종 등 치료
2019년 기준 글로벌 매출 4.6조



삼바이오피스 전경

삼바이오피스가 여섯 번째 바이오시밀러 제품이자 첫 번째 안과질환 치료제인 SB11(루센티스 바이오시밀러)의 본격적인 글로벌 시장 진출 단계에 돌입했다.

삼바이오피스는 유럽 의약품청(EMA)이 10월 1일(현지시간)자로 SB11의 품목허가 신청서(MAA) 심사에 착수했다고 4일 밝혔다.

이는 유럽 의약품청이 삼바이오피스가 9월 제출한 품목허가 신청서의 사전 검토를 완료하고 정식으로 판매허가 심사를 진행한다는 것을 의미하며, 삼바이오피스는 유럽에서 첫 번째로 '루센티스' 바이오시밀러의 판매 허가 절차를 밟게 됐다.

'루센티스'는 스위스 루슈와 노바티스가 판매하고 있는 황반변성, 당뇨병성 황반부종 등의 안과질환 치료제로서, 2019년 기준 연간 글로벌 매출은 약 4조 6000억원에 달한다. 루센티스의 유럽 내 물질특허는 2022년 1월 만료될 예정이다.

삼바이오피스는 현재 유럽에서 자가면역질환 치료제 베네팔리(엔

브렐 바이오시밀러), 플릭사비(레미케이드 바이오시밀러), 임랄디(휴미라 바이오시밀러)와 항암제 온트루잔트(허셉틴 바이오시밀러), 에이빈시오(아바스틴 바이오시밀러) 등 총 5종의 제품을 판매하고 있다.

SB11은 첫 안과질환 치료제로, 삼바이오피스는 제품 포트폴리오 다변화 전략을 바탕으로 안과질환, 희귀질

환 등으로 개발 영역을 확대하고 있다.

삼바이오피스 관계자는 "SB11의 유럽 판매허가 심사 과정에서 연구 개발 역량을 다시 한번 입증하여 환자들에게 당사의 첫 안과질환 치료제를 성공적으로 선보일 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

삼바이오피스는 2018년 3월부터 2019년 12월까지 총 705명의 습성(신생혈관성) 연령유관 황반변성(nAMD) 환자들을 대상으로 한 임상 3상을 통해 SB11과 오리지널 의약품 간 효능, 안전성 등을 비교 연구했다. 이를 바탕으로 지난 5월 공개한 최초 24주간의 중간 분석 결과를 통해 오리지널 의약품과의 임상학적 동등성을 입증한 바 있으며, 연내 SB11의 52주간의 최종 임상 3상 데이터를 발표할 계획이다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr



오불장군 오삼불고기

/늘부

늘부 배달전문 '오불장군' 론칭

종합외식전문기업 늘부가 매운 오징어 불고기 배달전문 브랜드 '오불장군'을 론칭했다고 4일 밝혔다.

배달전문 브랜드 '오불장군'은 한식 전문 셰프가 만든 특제 양념과 국내산 오징어를 사용해 특별한 오징어 요리를 선보인다. 메인 메뉴는 매운 오징어볶음, 오삼불고기로 구성되어 있고, 이외에도 오쭈불고기, 오삼쌈, 통오징어튀김 등 다양한 메뉴로 구성되어 있다.

/조효정 기자 princess@

쿠팡 입점 소상공인, 로켓프레시 타고 매출 '쑥쑥'

경남 소상공인 코로나 쇼크에도 성장
힘내요 대한민국 2차 기획전 연말까지



'2020 힘내요 대한민국' 쿠팡 리포트 /쿠팡

쿠팡과 경상남도의 협력으로 경남 지역 소상공인들이 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 쇼크에도 오히려 성장했다.

4일 쿠팡이 발행한 '힘내요 대한민국'에 따르면, 올 상반기 기준 쿠팡과 거래하는 경남 지역 영세 소상공인 매출이 지난해보다 137% 늘었다. 같은 기간 전국 소상공인 매출성장률이 마이너스를 기록한 것과 대조적이다.

경남 소상공인 성장의 배경에는 쿠팡과 경상남도의 협력이 있었다. 쿠팡은 지난 4월부터 경상남도와 협력해

촉이 힘든 상황에서 중소기업의 든든한 버팀목이 됐다.

각종 해산물, 수산가공식품 등을 산지에서 배송하는 통영의 얀테이블 주상현 대표는 "코로나19 사태 이후 판로 확보에 어려움이 있었지만, 쿠팡의 로켓프레시로 매출이 오히려 성장했다"며 "쿠팡의 물류인프라 덕분에 우리 제품이 전국에 있는 고객을 만나고, 대기업과도 동등하게 경쟁할 수 있었다"고 말했다.

쿠팡과 경상남도는 지난 상반기 성과에 힘입어 '힘내요 대한민국' 2차 기획전을 연말까지 이어간다. 경상남도는 이번 기획전에 예산 1억원을 투입해 고객에게 즉시 할인 혜택을 제공한다. 쿠팡은 추가로 1억2천만원 이상을

투입해 경남 지역 소상공인 매출 증대에 직접 도움을 줄 수 있도록 마케팅, 광고 활동을 지원한다. 행사 기간 동안 경남 지역 115개 소상공인의 1,100여 개 상품이 전국의 고객들에게 소개될 예정이다.

한편 쿠팡은 지난달 25일 '2020 힘내요 대한민국' 리포트를 발행했다. 리포트는 지역 소상공인 지원을 위한 쿠팡과 정부 및 지방자치단체의 상생협력 결과를 조명했다.

지난 4월부터 쿠팡과 지방자치단체는 '힘내요 대한민국 기획전', '대한민국 동행세일' 등을 통해 1천억 원 규모의 자금을 조성, 2000여 지역 판매자를 지원했다.

/신원선 기자 tree6834@

LG생활건강 '피부톤 꽃잎처럼 화사하게'

LG생활건강이 장미 꽃잎처럼 화사하고 생기 있게 자연스러운 피부톤 보정이 가능한 VDL의 루미레이어 로지 퍼펙트 프라이머를 출시했다고 4일 밝혔다.



'루미레이어 로지 퍼펙트 프라이머'는 여러 기능이 담긴 멀티 프라이머로, 피부에 두드러져 보이는 모공 및 요철을 매끈하게 커버해주고 피부 톤과 결 보정, 스킨케어, 자외선 차단 기능까지 갖췄기 때문에 여러 메이크업 단계 없이 간편하게 화사한 톤업 피부를 연출할 수 있다.

/조효정 기자

신라면세점, 프론티어 어워즈 '기술혁신상'

고객 흥미·편의성 증대 성과



신라면세점

신라면세점이 면세유통산업에서 권위있는 DFNI '2020 프론티어 어워즈'에서 '올해의 기술혁신 상'을 수상했다.

신라면세점은 지난 30일 온라인 시상식으로 개최된 '프론티어 어워즈 2020(Frontier Awards 2020)'에서 '올해의 기술혁신' 부문 최고사업자로 선정됐다고 1일 밝혔다.

신라면세점이 수상한 '프론티어 어워즈'는 영국의 글로벌 면세전문지 'DFNI'가 주최하는 면세유통산업에서 영향력이 큰 상 중 하나로 면세점, 브랜드, 공항 등 전세계 여행 관련 유통업 사업자 중에서 가장 혁신적이고 창의적인 기업을 선정하고 있다.

신라면세점이 수상한 '올해의 기술혁신'은 고객 편의성을 강화한 기술 혁신을 이룬 사업자에게 수여하는 상이다. 밀레니얼 세대 유입을 증대시키기 위해, 여행 시에만 면세점을 이용할 수 있는 한계를 뛰어넘어 고객 흥미와 편의성 증대에 초점을 맞춘 신라인터넷 면세점이 선정됐다.

신라인터넷면세점은 온라인 쇼핑 시장 확대에 발맞춰 모바일 상품평 서비스 '신라팁핑', 간편 결제 시스템 '신라페이', 모바일 생방송 서비스 '신라TV', 통합 여행 서비스 '신라트립' 등 혁신적인 서비스를 선보이고 있다.

/신원선 기자

이랜드리테일 신비아파트 컬래버레이션

이랜드리테일의 아동패션 브랜드가 CJ ENM 투니버스의 인기 애니메이션 '신비아파트'와 컬래버레이션 제품을 선보인다고 4일 밝혔다.



이랜드리테일

이랜드리테일의 자체 브랜드(PB) 아동복 브랜드 '펠릭스키즈', '오후', '코코리파'는 '신비아파트'와 협업을 통해 아이들의 눈높이에 맞게 애니메이션의 특징을 살려 디자인한 컬래버레이션 의류를 선보인다.

총 30여 종으로 선보이는 이번 컬래버레이션 의류는 티셔츠를 1만9900원, 맨투맨을 2만9900원의 합리적인 가격으로 만날 수 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@

CU '한컴오피스' 25% 할인 판매

CU가 오는 8일 국내 최초로 오피스 프로그램을 실물 상품으로 출시한다.

CU가 이번에 선보이는 오피스 프로그램은 '한컴오피스 2020'으로 시리즈 넘버라 불리는 제품 번호가 들어간 기프트카드 형태의 제품이다.

해당 제품은 가정 및 학생용으로 1년 사용권이며 한글, 한워드, 한쇼, 한셀, 한PDF 등의 다양한 문서 프로그램을 이용할 수 있다. 가격은 온라인몰 정상가(4만4000원)보다 25% 할인된 가격인 3만2500원에 판매된다.

이용자는 한글과컴퓨터 홈페이지에서 회원가입 후 구매한 기프트카드에 있는 제품 번호를 등록해 지정한 컴퓨터 1대에서 다운로드 및 설치를 통해 바로 사용할 수 있다. 운영체제 Windows 7 이상, 브라우저 인터넷 익스플로러 9 이상, 메모리 2GB RAM 이상, 온라인 기능 사용 인터넷 연결 등의 시스템 환경이 필요하다.

/신원선 기자



로에베가 지난 2일 'Show on the wall'을 주제로 2021 봄·여름 여성 컬렉션을 공개했다.

/코오롱FnC

로에베 2021 S/S 여성 컬렉션 공개

코오롱인더스트리FnC부문이 공식 수입하는 스페인 가죽 브랜드 로에베(LOEWE)가 'Show on the wall'을 컨셉으로 한 2021 봄/여름 여성 컬렉션을 공개했다. 이 컬렉션은 패션 콘텐츠를 벽에 붙일 수 있는 다양한 요소로 구성, 전개했다.

'Show on the Wall'은 1:1 비율의 실제 사이즈로 즐길 수 있는 페이퍼 패션쇼다. 로에베는 전통적인 패션쇼가 아닌 창의적인 방식으로 선보였으며 빠르게 변화하는 상황을 모두가 참여하고 즐길 수 있도록 집중했다.

/원은미 기자