

LG생활건강 부사장에 이형석 전무 승진

2021년도 정기 임원인사 발표

LG생활건강이 26일 이사회를 열고, 부사장 승진 1명, 전무 승진 1명, 신규임원 선임 5명 등을 포함한 2021년도 정기 임원인사를 발표했다.

급번 인사는 성과주의와 조직 내 성장기회를 감안한 승진인사를 실시했으며, 젊은 사업가 및 전문성과 실행력을 갖춘 인재를 신규임원으로 선임했다.

이에 따라 럭셔리뷰티사업부장으로 서 '후'의 글로벌 명품 브랜드화 및 차세대 럭셔리 브랜드의 육성을 통해 사업을 성장시키고 있는 이형석(사진) 전무가 부사장으로 승진하고, 국내외 사업의 성장 가속화 지원 및 글로벌 인적자원 관리와 인재개발 역할을 수행하고 있는 장기용 상무를 전무로 승진시켰다.

또한 해외까지 포함한 생활건강 전체 물류 시스템의 선진화와 혁신을 주도적으로 이끈 물류 전문가인 공병달 상무와 디테일과 크리에이티브를 겸비



했으며 디자인의 차별화를 통해 '후', '오후' 등 럭셔리 브랜드 성장에 기여한 유영복 상무, 김인철 상무를 첨단 설비를 갖춘 신설된 테크노폴리스 공장 및 기존 청주공장 등 화장품 생산 전체를 맡기기 위해 신규임원으로 선임했다.

한편, 신규임원 선임 5명 중에는 글로벌 감각과 전문성을 갖춘 여성 인재가 2명이 포함됐는데, 한국은 물론 미국에서 색조화장품 경쟁력 향상을 위해 색조 R&D를 총괄하고 있는 색조화장품 연구소장 강연희 상무를 임원으로 선임했다. 또 젊고 역량이 뛰어나며 급격히 진화하는 디지털 사업에 젊은 감성으로 발빠르게 대응해 온 해외 현지 여성 인재 30대의 지혜경 상무를 전격 발탁했다. /원은미 기자

사조대림 '고급맛살' 中 대륙서 통했다

10월 누적 매출 100억 달성

사조대림 고급맛살이 중국소비자들에게 좋은 반응을 얻으며, 중국시장에서 승승장구하고 있다.

종합식품기업 사조대림은 '대림선 고급맛살'이 올해 1월부터 10월까지 10개월 동안 중국시장에서 100억원의 매출을 달성했다고 26일 전했다.

사조대림은 2017년, 중국에서 한국의 계맛살을 프리미엄 간식으로 즐겨 먹는다는 트렌드 조사 결과를 바탕으로 중국시장에 고급맛살을 선보이게 됐다. 2018년까지 시장과 맞물린 유통망 확충 등에 주력했으며, 이후 국내 고급맛살 1위 제품 '대림선 랍스터킹'을 앞세워 2019년부터 공격적인 영업·마케팅 활동을 전개했다.



사조대림의 대림선 고급맛살이 올해 10개월 동안 중국서 100억원 매출을 올렸다. /사조대림

최상급 알래스카 명태 연육과 랍스터의 집게발이 그대로 담긴 듯한 모양을 형상화해 눈길을 사로잡는 '대림선 랍스터 킹'은 2019년 11월 편의점(로손) 입점을 시작으로 계속해서 입점을 확대하고 있으며 올레, 허마세셴 등 중국의 대표적인 대형마트 약 500여 개 점포에도 판매 중이다. /원은미 기자



서울신라호텔이 겨울방학을 맞아 북콘서트가 포함된 '메리 윈터' 패키지를 준비했다. /신라호텔

"즐거움·유익함 동시만족 키캉스 떠나요"

서울신라호텔 '메리윈터' 패키지

서울신라호텔이 '키캉스' 아이템을 객실 안으로 들여와 즐거움과 유익함, 안전을 동시에 만족시킬 수 있는 프로그램을 준비했다고 26일 밝혔다.

서울신라호텔이 겨울방학시즌을 맞아 온 가족이 함께 즐길 수 있는 '메리 윈터' 상품을 선보인다. 공용 공간인 키즈 라운지 대신 객실에서 이용 가능한 프로그램들로 가족 고객들에게 만족감을 선사하는 패키지다.

'메리 윈터' 패키지를 이용하는 가족

들은 아늑한 객실에서 '마들린느의 크리스마스' 북 콘서트를 관람할 수 있다. 음악과 그림책을 활용해 북클럽 수업, 북 콘서트 등을 선보이고 있는 어린이 융합 예술 스튜디오 '클랩(CLAP)'이 신라호텔을 위해 준비한 이 영상은 서울신라호텔의 스위트 객실에서 촬영돼 마치 같은 공간에서 이야기를 듣는 것 같은 느낌을 준다.

몸집은 작지만 당찬 소녀 '마들린느'의 특별한 크리스마스 이야기가 북 큐레이터의 입을 통해 생동감 있게 전달되며, 흥겨운 피아노 선율을 따라 진행돼 몰입도를 높인다. /원은미 기자

대웅제약-시선바이오, 판매 계약 코로나19 진단키트 6종 해외공급

코로나19 감염여부 30분만에 확인 '신속성 특징' 응급·공항 등서 유용 국제 허가신청·수출 적극 추진키로

대웅제약은 시선바이오메디칼과 신종코로나바이러스 감염증(코로나19) 유전자증폭진단(PCR) 진단키트 제품 6종에 대한 글로벌 판매 계약을 맺었다고 26일 밝혔다.

대웅제약이 판매하게 되는 제품들은 신속진단을 위한 '에이큐탐시리즈' 2종과 정밀진단을 위한 3종의 '유탐시리즈', 검체채취 도구인 '탐바이러스컬렉션키트'로 코로나19 진단의 전 과정을 아우르는 '윈스톱 진단 플랫폼'이다.

에이큐탐 시리즈(에이큐탐, 에이큐탐플러스)는 루프매개 증폭방식의 PCR진단기술로 30분 만에 코로나19 감염여부를 확인할 수 있는 신속성이 특징으로, 응급 선별검사나 공항·항만



에서의 출입국자 검사 등에 유용하다. 유탐시리즈 중 '유탐'은 미국 식품의약품(FDA)에서 진행한 긴급사용승인제품에 대한 성능테스트에서 160여개 제품 중 민감도 3위를 차지했으며 '유탐플러스'는 미국 질병통제예방센터와 세계보건기구가 권고한 유전자 4종 모두를 검출할 수 있다. '유탐사스플루'는 코로나19뿐 아니라 인플루엔자 바이러스 또한 검출이 가능하다.

특히 이번 계약으로 판매하는 시선 바이오의 6개 제품 전체가 유럽 제외된 단용의료기기 인증(CE-IVD)을 받았

으며 3개(에이큐탐시리즈, 유탐)가 미국 FDA에서 긴급사용승인 허가를 받아 미국·유럽에서 즉시 판매 가능하다. 대웅제약은 양대 시장을 거점으로 해외지사·법인과 폭넓은 글로벌 파트너 네트워크를 활용해 제품들의 국제허가 신청 및 수출을 적극 추진해간다는 계획이다. 대웅제약은 우선 6개 제품을 공급받아 판매하는 한편, 추후 시선 바이오의 다른 제품들도 계약 범위를 넓혀갈 예정이다.

전승호 대웅제약 대표는 "시선 바이오의 우수한 진단키트를 세계에 공급하는 한편 DWRX2003(성분명 니클로사마이드), 호이스타정(성분명 카모스타트) 등 당사의 코로나19 치료제 후보들을 성공적으로 개발하겠다"며 "코로나19 극복을 위한 토달솔루션을 대웅제약이 세계에 공급할 수 있도록 최선을 다할 것이다"라고 말했다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

빙그레 tft, 남성위한 건강브랜드 '마노플랜'

여성 브랜드 '비바시티' 이어 론칭 밀크씨슬캡슐+비타민 드링크 구조

빙그레 건강 브랜드 '빙그레 건강 브랜드 tft'가 건강기능식품 사업을 확장한다.'가 건강기능식품 사업을 확장한다.

tft는 지난해 여성 건강 브랜드 '비바시티'에 이어 최근 남성 건강 브랜드 '마노플랜'을 론칭했다고 26일 밝혔다.

빙그레의 건강통합브랜드 tft는 맛(taste), 기능(function), 신뢰(trust)의 영문 머리글자를 따서 만든 브랜드다. tft 마노플랜은 '남성을 위한 건강 플랜'이라는 뜻으로 남성 건강 고민의 마침표라는 컨셉을 내세운 남성 건강 브랜드다. 원료의 함량부터 부원료의 선정까지 남성을 고려해 설계한 마노



TFT의 남성 건강 브랜드 마노플랜에서 나온 '마노플랜 간건강&활력'. /빙그레

플랜은 직관적이고 간편한 취식 방식이 특징이다.

마노플랜 브랜드의 첫번째 제품 '마노플랜 간건강&활력' 제품은 업무, 음주, 스트레스로 건강을 챙기기 힘든 남성들을 위한 제품으로 상단부에는 밀크씨슬캡슐, 하단부 활력 비타민 드링크

구 구조로 하루 한 병으로 언제 어디서든 섭취가 가능하다. 특히 하단부의 드링크에는 비타민 B군을 기본으로 홍삼농축액, L-아르지닌을 포함한 8종의 부원료에 정상적인 면역기능을 위한 아연의 1일 영양성분기준치인 8.5mg도 함께 함유돼 있다.

인체에서 간은 해독 작용, 혈액량 조절, 항체 생산 등 다양한 기능을 통해 면역력을 증진하는 매우 중요한 장기다. 하지만 간 내부에는 신경세포가 없기 때문에 70~80%가 손상이 되더라도 특별한 증상이 나타나지 않는 경우가 많아 흔히 '침묵의 장기'라고 불린다. 따라서 간 건강을 위해 지속적인 검진과 관리가 필요한데 이는 다양한 간 건강을 위한 의약품과 건강기능식품이 판매되고 있는 중요한 이유다.

/원은미 기자 silverbeauty@

전자랜드, 홈카페 가전 판매 23% ↑

커피메이커 13% 믹서기 12% 등

올해 '홈카페족'이 늘어나면서 관련 가전 판매가 증가하고 있다.

26일 전자랜드에 따르면, 올해 1월 1일부터 11월 22일까지 관련 가전 판매량을 분석한 결과 전년동기대비 커피메이커는 13%, 믹서기는 12%, 토스터기는 17%, 정수기는 8%, 에어프라이어는 27%, 전자레인지 6% 판매 성장을 기록했다. 같은 기간 전기오븐은 1% 판매 성장에 그쳤으나, 지난 9월부터 판매량이 증가하며 3개월간(9월 1일부터 11월 22일까지) 판매량이 전년동기대비 23% 성장했다.

전자랜드는 온라인 강의와 재택 근무 등 비대면 활동이 증가하고, 카페 대

신 집에 머무르며 음료와 디저트를 즐기는 소비자들이 많아진 것이 관련 가전 판매량에 영향을 미친 것으로 분석했다. 특히 실내에서 할 수 있는 '홈베이킹'을 취미로 삼는 고객들이 많아지며 에어프라이어, 토스터기, 전자레인지, 전기오븐 등의 가전이 호조를 보였다.

대부분의 홈카페 관련 가전은 9월까지 판매 증가세를 기록했으나 사회적 거리두기가 완화된 10월 초부터는 판매량이 주춤했다. 하지만 전자랜드는 코로나의 재확산으로 많은 소비자들이 카페 이용을 자제할 것으로 예상되면서 홈카페 관련 가전 판매량이 다시 증가세로 돌아설 것으로 보고있다.

/신원선 기자

에이블씨엔씨 '미샤'

비폴렌리뉴 앰플러 판매 200만개 돌파

에이블씨엔씨는 자사 화장품 브랜드 미샤의 '비폴렌리뉴 앰플러(사진)'가 200만개 판매를 돌파했다고



26일 밝혔다. '비폴렌리뉴 앰플러'는 슈퍼푸드인 알러진 '벌 꽃가루(비폴렌)' 추출물을 42% 이상 함유한 제품이다. 뛰어난 보습력이 장점으로 2018년 4월 출시 직후부터 뷰티 크리에이터들 사이에서 '공명템(제품의 바다이 드러날 때까지 사용했다는 의미)'으로 화제를 모았다. 꾸준한 인기로 지난해 10월에는 100ml 대용량 제품도 출시됐다. /원은미 기자