

GC녹십자랩셀, 美 MSD에 2조 규모 플랫폼 기술 수출 '잭팟'

아티바와 초대형 기술 수출 '패거' 세포치료제 3종 공동개발 계약 직접 유입되는 금액 9억 8175만 달러

GC녹십자랩셀이 아티바와 함께 2조 원대의 초대형 기술수출에 성공했다. 신약 후보물질이 아닌, 플랫폼 기술수출이라는 데서 눈길을 끈다.

GC녹십자랩셀은 지난달 29일 미국에 설립한 NK세포치료제 현지 개발기업인 아티바가 미국 MSD와 총 3가지의 CAR-NK세포치료제 공동개발을 위한 계약 체결했다고 지난 31일 밝혔다. 전체 거래 규모는 18억 6600만 달러로, 이번 계약에 따라 GC녹십자랩셀로 직접 유입되는 금액은 총 9억 8175만 달러다.

이 가운데 반환 의무가 없는 계약금은 1500만 달러, 마일스톤은 9억 6675만 달러로 산정됐다. 상업화 후에는 별도



GC녹십자랩셀

로열티를 받게 된다.

이들 회사는 총 3가지의 고품질 암을 타깃하는 CAR-NK세포치료제를 공동 개발하기로 했다. 미국 MSD는 향후 임상 개발과 상업화에 대한 전세계 독점

권리를 갖게 된다.

회사측 관계자는 "특정 신약 후보물질을 기술이전하는 일반적인 경우와 달리 원천 플랫폼의 기술수출 성격"이라며 "특히 글로벌 제약사가 GC녹십자랩

셀의 CAR-NK 플랫폼 기술을 몇 개 프로젝트에만 활용하는 데 수 조원의 가치로 산정한 것은 매우 이례적인 것"이라고 설명했다.

회사측은 자체적으로 개발하는 고흥

암·혈액암 타깃의 파이프라인까지 합하면 플랫폼 기술 전체 가치는 이보다 훨씬 더 클 것으로 기대하고 있다. 이번 빅딜은 GC녹십자랩셀과 아티바의 글로벌 수준의 역량이 더해진 결과라는 설명이다.

GC녹십자랩셀은 NK세포치료제 상용화를 위한 글로벌 수준의 대량 배양 및 동결보존, 유전자 편집 등의 기술력을 보유하고 있다. 여기에 글로벌 바이오 테크 출신들이 이끄는 아티바의 풍부한 글로벌 약물 개발 경험이 녹아들면 글로벌 선진시장에서 외부와의 협력을 창출할 가능성이 높을 것으로 기대된다.

실제로, 아티바는 GC녹십자랩셀 기술 기반의 차세대 NK세포치료제 개발을 위해 지난해 6월 미국에서 7800만 달러 규모 시리드A를 유치하며 글로벌 투자자들과 협업 체계를 확보한 바 있다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

현대홈쇼핑, 라방서 '전통 공예품' 선보인다

한국문화재단과 협업 판매 현대H몰 모바일앱 라이브 커머스 추천 통해 등 만들기 키트 증정

현대홈쇼핑은 2월 1일 저녁 7시에 한국문화재단과 손잡고 국가 무형문화재들의 전통 공예품을 판매하는 라이브 커머스 방송을 진행한다고 지난달 31일 밝혔다. 방송은 현대H몰 모바일앱 내 라이브 커머스 코너 '쇼핑라이브'를 통해 진행된다.

방송에서는 국가무형문화재 제119호 금박장 보유자 '김기호' 장인과 경상남도 무형문화재 제14호 장장 이수자 '이경동' 장인이 각각 운영하는 브랜드 '금박연'과 '늦이'의 프리미엄 전통 공예품 9종을 선보인다. 금박장은 직물 위에 얇



금박연전통공예품

/현대홈쇼핑

은 금박을 이용해 글씨나 문양을 짚어내는 장인을, 장장은 전통 방짜유기로 징을 만드는 장인을 뜻한다.

주요 상품으로는 '금박연'의 '금박복주머니(11만 6400원)', '금박 넥타이(22만 3100원)', '금박 필함(14만 5500

원)', '늦이'의 '유기 부부 수저 세트(11만 6400원)', '유기 2인 반상기 세트(91만 1800원)' 등이다. 방송을 통해 구매하는 모든 상품은 고급 보자기로 포장돼 배송된다.

이 날 방송에는 김기호 장인이 직접 출연해 공예품 제작 과정에 대한 설명도 진행할 예정이다. 방송 중 구매하는 고객들을 대상으로 '조선왕실 등 만들기 키트'를 추천을 통해 7명에게 증정하는 이벤트도 진행한다.

또한 현대홈쇼핑은 다음 달 중순 현대H몰 내에 한국 전통 공예 전문관 'K-헤리티지'를 오픈하고 금박연, 늦이를 비롯해 '더고은 생활한복', '넌 컬렉션', '미미달' 등 10여 개 전통 관련 브랜드를 추가로 선보일 예정이다.

/신원선 기자 tree6834@



(왼쪽부터)그리팅 '더 부드러운 소갈비찜', '3가지 모듬전'

/현대그린푸드

현대그린푸드, 설맞이 '상차림 기획전'

반찬 13종·특별 패키지 2종 할인

현대백화점그룹 계열 종합식품기업 현대그린푸드는 설을 맞아 2월 9일까지 그리팅몰에서 '설 상차림 기획전'을 진행한다. '그리팅'은 일상생활에 필요한 영양을 섭취할 수 있도록 설계된 현대그린푸드의 맞춤형 프리미엄 케어푸드 브랜드다.

이번 행사에서는 갈비찜·모듬전·나물 등 명절 상차림용 케어푸드 반찬 13종 및 설 한정 특별 패키지 2종을 최대 15% 할인 판매한다.

주요 제품으로는 유아동, 고 연령층

이 쉽게 씹을 수 있도록 부드럽게 만든 '더 부드러운 소갈비찜'과 녹두 부침개, 동태전, 육원전(동그랑땡)으로 구성된 '3가지 모듬전(290g)', 엄선된 국내산 재료로 고유의 향을 살려 조리한 '나물 4종 샘플러(참나물·고사리·시금치·곤드레나물)' 등이 있다.

여기에 설 한정 특별 패키지로 떡국, 동그랑땡, 봉우리 떡갈비로 구성된 '도란도란 상차림(2인분)'과 홍시 버섯 불고기, 연잎오겹수육, 소고기 버섯전골 & 빵잎 중화면, 모듬전으로 구성된 '복적복적 저녁차림(3인분)'을 준비했다.

/조효정 기자 princess@

롯데홈쇼핑 비대면 수출 상담서 684억 성과

5일동안 5개국 연결

롯데홈쇼핑은 지난달 25일부터 29일까지 5일 동안 인도네시아, 말레이시아, 베트남, 대만, 태국 등 5개국을 연결해 비대면으로 진행한 중소기업 수출 상담회에서 상담실적 약 6110만 달러(약 684억원)를 기록했다고 31일 밝혔다.

국내 중소기업에 해외 유통업체와 연결해 주는 '대한민국 브랜드 엑스포'는 지난 2016년 시작한 롯데홈쇼핑의 대표적인 상생 프로그램이다. 코로나19로 오프라인 수출 상담회 개최가 어렵게 되면서 수출 부진으로 어려움을 겪고 있는 중소기업에 지원하는 방안을 모색하다 비대면 방식으로 전환해 개최하게 됐다. 5개국을 온라인으로 동시에 연결해 현지 바이어와 국내 중소기업 담당자가 상담을 진행했다.

패션, 뷰티 등 국내 중소기업 50개사, 현지 바이어 16개 사가 참여해 총

490건의 화상 상담을 진행한 결과 약 6110만 달러(약 684억원)의 수출 상담 실적을 거뒀다. 또한 공식 홈페이지를 개설해 참가 기업의 제품 시연 영상을 담은 'V카탈로그', 소녀시대 유리, 뷔티 인플루언서 포니 등 셀럽 6명이 참여한 한류 콘텐츠 등도 선보였다.

행사 기간 동안 인플루언서 연계 온라인 콘텐츠 조회수 20만 뷰를 달성하며 높은 호응을 얻었다. 가장 인기가 높았던 콘텐츠는 뷔티 인플루언서 포니가 출연해 세럼, 크림 등 참여기업의 제품을 소개하고 시연한 영상으로, 누적 조회수 5만 뷰를 돌파하며 주목을 받았다. 롯데홈쇼핑은 공식 홈페이지를 '대한민국 브랜드 엑스포'를 홍보하고, 중소기업 상품의 해외 수출을 지원하는 통로로 활용하며 지속적으로 운영할 예정이다.

한편, 롯데홈쇼핑은 '대한민국 브랜드 엑스포'를 통해 국내 중소기업이 진



정윤상 롯데홈쇼핑 커뮤니케이션선분부장(오른쪽)이 1월 25일 대만, 인도네시아, 태국 등 현지 바이어들과 국내 중소기업 해외진출 활성화를 위한 비대면 업무 협약식을 진행하고 있다.

/롯데홈쇼핑

출을 희망하는 지역에서 수출 상담회를 개최하고, 1:1 상담, 제품 현지화 컨설팅 등을 지원하고 있다. 지난 2016년 이후 현재까지 대만, 인도네시아, 베트남, 태국, 호주, 러시아 등에서 총 10회 진행했으며, 그 결과 국내 중소기업 600여 개 업체 참가, 수출 상담건수 5400 건 이상, 상담 금액 약 6억 800만 달러(한화 6804억원) 규모의 실적을 거뒀다.

/신원선 기자

김스클럽 전용 소고기 무국·미역국 출시

이연에프엔씨, 국물류 간편식 추가

종합식품기업 이연에프엔씨가 김스클럽 전용 국물류 간편식 '소고기무국'과 '소고기미역국'을 출시했다고 지난 달 31일 밝혔다.

소고기무국은 국내산 무와 호주산 양지를 넣어 깊고 시원한 국물맛을 느낄 수 있다. 소고기미역국은 진한 사골육수에 부드러운 완도산 미역과 담백한 양지를 담아 깔끔하고 깊은 맛을 자랑한다.

이연에프엔씨는 지난 해 6월 이랜드와 손잡고 김스클럽에서 판매되는 PB 브랜드 '오프라이스(O'price)X한촌설

렁탕' 간편식 제품들을 출시한 바 있다.

이번 국물류 간편식 2종이 추가로 출시되면서 김스클럽 전용 상품은 지난 번 출시된 설렁탕 등 간편식 4종 제품과 함께 총 6종으로 늘었다.

이연에프엔씨 관계자는 "지난 번 출시된 HMR 제품이 편리성과 1~2인 가구에 적당한 양으로 고객들의 반응이 좋아 국물류 제품 2종을 추가 출시하게 되었다"며 "이번에 출시된 제품도 이연에프엔씨만의 노하우를 담아 만들어 맛과 편리성을 모두 잡은 제품이다"고 말했다.

/조효정 기자