

BTS 연계·퍼포먼스 강화... 4兆 스포츠 브랜드 혁신

힐라코리아 창립 30주년

브랜드·기업 경쟁력 강화 새걸음
골프 카테고리 포트폴리오 확대
2분기 매출 9200억 이상 전망

올해 브랜드 탄생 110주년, 회사 창립 30주년을 맞은 힐라코리아(힐라)가 스포츠 퍼포먼스, 골프, 방탄소년단을 등에 업고 한 단계 더 도약을 꿈꾼다.

1911년 이탈리아 비엘라에서 출발한 힐라는 회사 창립 30주년이라는 뜻 깊은 해도 맞이해 브랜드 가치 강화와 기업 경쟁력 제고를 위한 새 걸음을 뗀다. 1991년 7월 이탈리아 본사의 한국 지사로 출발한 힐라코리아는 2007년 글로벌 사업권 및 상표권을 인수하며 힐라의 주인이 됐다.

새로운 30년을 맞이하는 필수 과제로 힐라는 우선 스포츠 DNA, 퍼포먼스를 강화하기로 했다. 코로나가 촉발한 뉴노멀 시대, 언택트와 디지털 라이프에



힐라가 후원하는 테니스 선수 카롤리나 플리스코바(왼쪽)와 애슐리 바티의 모습. /힐라

대응해 많은 이들이 건강한 삶에 가치를 두는 만큼, 스포츠 업계에서도 퍼포먼스의 중요성이 커져가기 때문이다. 이에 따라 힐라는 다양한 스포츠 종목을 후원하며 경험을 바탕으로 퍼포먼스 분야 기술력과 노하우를 축적 중이다.

힐라는 현재 테니스 종목에서 애슐리 바티(1위) 외 소피아 케닌(4위), 카롤리나 플리스코바(7위) 등 여자단식 톱 랭커와 디에고 슈와르츠만(12위),

두산 라요비치(43위) 등 남자단식 선수들을 공식 후원하고 있다. 1970년대 워블던 5회 연속 우승 신화의 주인공인 비외른 보리에게 다채로운 힐라 의류를 후원하며 스포츠 마케팅의 효시를 열었다고 평가받은 이래, 지속적으로 전설급의 선수들을 지원하며 이들이 대회 중 착용한 힐라 제품에 대한 관심과 문의를 이어가고 있다.

또한, 힐라 글로벌 모델로 활동 중인

방탄소년단(BTS)의 모습을 유튜브 채널 등에 공개하며 브랜드 인지도를 해외로 확장시키고 있다.

BTS가 착용하는 힐라의 제품들은 화제를 불러일으키거나 대부분 품절로 이어져왔다. BTS 지민이 미국 라디오 닷컴 인터뷰에서 입은 힐라 의류가 품절되고, 힐라 재팬 공식 웹사이트에서는 뷔의 화보 티셔츠가 판매 시작과 동시에 매진되는 등 BTS와 연계한 브랜드 파워를 보여주고 있다.

한편, 젊은층의 유입과 더불어 전세계적으로 골프 산업이 호황을 보이고 있어 골프 카테고리에 대한 포트폴리오도 성실히 구축하고 있다.

힐라홀딩스는 힐라의 스포츠 퍼포먼스 강화 및 BTS 홍보 효과, 골프 매출에 힘입어 이번 2분기 큰 폭의 실적 개선을 이뤘다. 2분기 전체 매출액은 9200억원을 웃돌며 전년 동기 대비 48% 가량 성장할 것으로 예상된다. 지난해 매출은 3조 1288억원, 영업이익 3410억원을 올렸다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

내셔널지오그래픽 키즈

매출목표 20% 상향 조정

네이처홀딩스는 내셔널지오그래픽 어패럴 키즈의 실적 호조에 따라 올해 키즈 매출 목표를 약 20% 상향 조정했다고 지난 16일 밝혔다. 키즈 부문 매출은 6월 마감 기준 연초 사업목표 대비 124%를 기록했다.

내셔널지오그래픽 어패럴 키즈는 코로나19 팬데믹으로 인한 패션 업계 전반의 실적 저조에도 올해 1분기 매출액이 전년 동기 대비 658% 상승하는 등 국내 키즈 시장에서 빠르게 성장하고 있다.

실적을 이끈 제품은 신학기 용품으로, 백팩 제품은 90% 이상 판매율을 기록했다. 점퍼, 티셔츠 상품도 85%의 판매율을 보이며 봄 시즌 제품 판매율을 73%로 끌어올렸다.

여름 상품의 판매율도 기대 이상의 순항 중이다. 바람막이류의 경우 6월 마감 기준으로 86%의 높은 판매율을 나타내며 상승세를 유지하고 있다.

내셔널지오그래픽 어패럴 키즈 라인의 빠른 성장과 인기는 MZ 세대를 사로잡은 성인 브랜드의 영향이 컸다. 패션에 관심이 많은 젊은 부모들을 중심으로 자녀와 함께 입을 수 있는 패밀리룩에 대한 수요가 증가한 것도 한몫했다.

/원은미 기자

강스템, CMO사업 탄력... 클립스 줄기세포치료제 생산

CDMO 사업 진출 이후 세번째 수주 윤부줄기세포 치료제 품질시험 진행

강스템바이오텍은 클립스와 윤부줄기세포 치료제 위탁생산(CMO) 계약을 체결했다고 18일 밝혔다. 지난해 말 위탁개발생산(CDMO) 사업에 진출한 이후 세번째 수주로, 신규 사업이 본격 성장궤도에 올라섰다는 평가를 받는다.

클립스는 임상시험수탁기관(CRO)을 기반으로 한 신약개발기업이다. 현재 임상 2상을 진행 중인 윤부줄기세포치료제(2021년 6월 임상 2상 승인)와 백신, 면역항암제를 포함한 6개의 개발 파이프라인을 보유하고 있다.

윤부줄기세포치료제는 국내에선 처음으로 개발 중인 안과용 줄기세포치료제로, 현재 국내 유수의 제약사와 라이선스아웃을 위한 협의 중이며, 연내



강스템바이오텍 나종천 대표(오른쪽 다섯번째)와 클립스 지준환 대표(왼쪽 네번째)가 지난 15일 CMO 계약을 체결한 후 기념촬영을 하고 있다.

기업공개를 목표로 하고 있다.

이번 계약을 통해 강스템바이오텍은 클립스로부터 윤부줄기세포 치료제 제조를 수탁 받아 윤부줄기세포 치료제 생산 및 시험법 밸리데이션을 포함한 품질 시험을 진행할 예정이다.

강스템바이오텍은 이번 계약으로

위탁개발(CMO) 사업이 안정적인 궤도에 올라섰다고 평가했다.

강스템바이오텍은 지난해 12월 첨단 바이오의약품 제조업 허가과 함께 세포치료제를 기반으로 한 CDMO 사업을 개시했다. 이어 지난 3월 프리모리스와 10억원 규모의 첫번째 CMO 계약

을 체결하고, 기능 강화 엑소솜 제조를 위탁 받았다. 이어 7월에는 세포유전자 치료제 전문회사인 큐라미스와 20억원 규모의 CDMO 계약을 체결한 바 있다.

강스템바이오텍은 2019년 5월 준공된 글로벌수준의 줄기세포 GMP센터를 보유하고 있으며 임상 3상을 비롯한 다양한 임상 단계의 의약품 생산 경험을 갖고 있다.

회사는 이러한 경험을 통해 '셀럽(S-ELAP)'이라는 독자 생산 체계를 구축하고 줄기세포 선별 단계에서부터, 품질 표준화를 통한 양산 시스템 및 세포 활성을 강화하는 동결저형 기술까지 전 공정의 경쟁력을 바탕으로 단순 위탁생산뿐만 아니라 의약품 생산 기획, 개발 및 상용화를 지원하는 CDMO 회사로서의 능력을 발휘할 것으로 기대한다고 밝혔다.

/이세경 기자 seilee@

핸드앤몰트

'라운위트에일' 신제품 출시

한국 수제맥주 브랜드 '핸드앤몰트'가 핸드앤몰트 브루랩 용산에서 신제품 '라운 위트 에일'을 선보였다고 18일 밝혔다.

라운 위트 에일은 풍부하고 부드러운 거품과 기분 좋은 바나나향이 특징이다. 알코올 도수는 5.2%이다.

라운 위트 에일은 산뜻한 노란색 컬러의 패키지에 상상과 즐거움을 뜻하는 구름, 열기구, 뚝단배 아이콘의 감각적인 일러스트를 담았다. 여기에 맥주의 주원료인 밀과 양조시스템을 표현하였다.

'라운'은 '즐거움'을 뜻하는 순우리말 단어로 일상 속 진정한 '나'만의 즐거움을 되찾기를 바라는 의미를 담았다. 라운 위트 에일은 전국 대형마트와 일부 편의점에서 만나볼 수 있다.

/조효정 기자 princess@

롯데백-보령시 “집에서 보령머드축제 즐기세요” 블랙야크, 투명 페트병 자원순환 앞장

집콕 머드 체험 키트 온라인 판매

롯데백화점 평촌점이 보령시와 손잡고 19일부터 집에서 즐기는 '보령머드축제' 행사를 진행한다.

롯데백화점은 보령시와 함께 집에서 머드 축제를 즐길 수 있는 행사를 기획하여, 고객들에게 '보령머드축제'를 알리고 지역 경제 살리기도 앞장선다.

우선 롯데백화점은 보령축제관광재단과 협업해 만든 '집콕 머드 체험 키트'를 19일부터 8월 1일까지 롯데ON에서 온라인으로 선착순 판매한다. 이 키트는 보령시에서 추출한 천연 머드로 만든 머드 파우더, 머드 클레이팩, 원형 놀이 매트, 그리고 쫄물락 비누로



모델들이 롯데백화점 평촌점 내 전시된 보령머드축제 키트를 홍보하고 있다. /롯데백화점

구성되어 있다.

집에서도 양질의 머드를 즐길 수 있는 것이 특징으로, KG안전인증을 받은 '촉감 놀이 매트'가 함께 구성되어 실내에서도 깨끗하고 안전한 체험이 가능하다.

/신현선 기자 tree6834@

비와이엔블랙야크가 국내 투명 페트병 고부가가치 자원순환 체계 구축을 위해 티케이케미칼, 산수음료와 다자간 업무협약을 맺었다.

이번 업무 협약은 국내 투명 페트병을 재활용하는 지속 가능한 자원순환 사회 구축 및 환경 보호를 위해 체결됐다. 산수음료는 자사의 투명 페트병을 확보하고, 티케이케미칼은 이 페트병으로 K-rPET(케이-알피이티) 재생 섬유를 뽑아낸다. 블랙야크는 이 재생 섬유에 아웃도어의 기술력을 더한 '플러스티크(PLUSTIC)' 친환경 소재를 확대하고 제품에 적용할 예정이다.

특히 산수음료는 재활용에 적합한 고품질 페트병을 공급할 수 있도록 고객과 연계한 회수 프로그램을 운영하



비와이엔블랙야크가 국내 투명 페트병 고부가가치 자원순환 체계 구축을 위해 티케이케미칼, 산수음료와 다자간 업무협약을 맺었다. /블랙야크

고 있으며, 이번 협약으로 블랙야크와 티케이케미칼은 산수음료의 고품질 페트병으로 자원순환 체계를 더욱 활성화하겠다는 의지를 다졌다.

/원은미 기자

파스퇴르

아이생각 이유식 체험단 모집

롯데푸드 파스퇴르는 베이비푸드 브랜드 '아이생각'의 보양 이유식 신제품 10종을 대상으로 체험단을 모집한다고 18일 밝혔다.

체험단 신청은 롯데푸드 공식 온라인몰인 롯데푸드몰에서 하면 된다. 롯데푸드몰 이벤트 공지 게시판의 '나는 누구일까요?' 프로모션에서 아이생각 보양 이유식과 관련된 간단한 퀴즈의 정답과 함께 댓글을 달면 참여할 수 있다. 모집 인원은 후기와 완료기 단계별로 각 30명씩 총 60명이며 기간은 오는 23일까지다.

/조효정 기자