

# “화려한 비주얼은 덤”... 호텔업계, 딸기 프로모션 쏟아진다

파라다이스시티, 작년 조기 마감 워커히호텔, 핑크빛 포토존 마련 조선팰리스, 금실 딸기 디저트 선보



워커히 더파빌리온 딸기 프로모션 로비 포토존. /워커히

제철을 맞은 신선한 딸기를 주제로 호텔들이 다양한 디저트를 제안하고 있다. 최근 MZ 세대를 중심으로 딸기 뷔페가 인증샷 명소가 떠오르는 만큼 호텔가 화려한 비주얼과 맛을 강화하는데 집중했다.

6일 업계에 따르면 복합리조트 파라다이스시티는 ‘스트로베리 블라썸 시즌 3’ 딸기 디저트 뷔페 프로모션을 주말 한정으로 선보인다.

작년에 진행한 ‘스트로베리 블라썸 시즌2’ 프로모션은 단 1주일 만에 예약이 조기 마감될 정도로 뜨거운 반응을 얻은 바 있다.

이번 시즌3 딸기 디저트 뷔페에서는

케이크, 마카롱 등 딸기 디저트부터 콜드디쉬, 핫디쉬까지 맛볼 수 있다. 숲속 분위기의 ‘가든 바이 라쿠’에서 진행돼 오는 3월 13일까지 매주 주말 오후 12시부터 3시까지 이용 가능하며 설 연휴 기간인 1월 31일, 2월 1일 추가 운영한다.

워커히 호텔앤리조트(이하 워커히)는 ‘러블리 스트로베리’ 프로모션을 진행하는데, 워커히의 로비라운지 ‘더파빌리온’에서 딸기 빙수 등을 판매한다. 빙수에 따뜻한 커피 두 잔을 추가하거나, 생딸기 한 접시, 스파클링 와인,

마카롱으로 구성된 딸기 빙수 세트도 더욱 풍성하게 즐길 수 있다. 딸기로 만든 음료로는 딸기 밀크셰이크, 딸기 밀크티, 딸기&파인애플 주스, 생 딸기 주스를 함께 선보인다.

프리미엄 티 또는 커피가 함께 제공되는 딸기 디저트 세트(8만9천원, 2인 기준)도 마련되어 친구·연인과 함께 오붓한 오후 티타임을 즐길 수 있다.

또한 워커히는 ‘러블리 스트로베리’를 테마로 한 포토존도 마련했다. 로비에 설치된 포토존은, 딸기 디저트를 가득 실은 핑크빛 마차와 유럽의 작은 카페를 연상시키는 공간으로 구성됐다.

러블리 스트로베리 프로모션은 4월 30일까지 매일 운영된다. 디저트 세트는 오후 12시부터 오후 7시까지 사전 예약제로 운영되며, 예약 시 좌석 지정은 불가하다. 그의 메뉴는 8시까지 예약 없

이도 이용할 수 있다. 조선 팰리스 서울 강남(이하 조선 팰리스)의 조선델리 더 부티크에서는 딸기 생크림 케이크와 딸기 타르트 총 2종의 딸기 디저트를 선보인다.

풍부한 일조량과 비옥한 토양을 지닌 경남 산청의 우수 농가에서 꼼꼼하게 선별해 과즙이 풍부하고 부드러운 식감을 자랑하는 프리미엄 금실 딸기 품종을 사용해 고당도 고품질 케이크를 만들었다. 금실 딸기는 설탕보다 단단한 과육과 상큼한 과즙이 특징이다.

딸기 타르트는 프랑스산 버터와 고소함 가득한 아몬드 크림에 새콤달콤한 라즈베리와 블루베리로 타르트지를 가득 채웠다.

딸기 디저트 2종은 24층에 위치한 조선델리 더 부티크에서 겨울 시즌 한정으로 즐길 수 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

## 면역항암제 2종 개발 ‘성큼’

LG화학, 고품양·혈액암 치료 임상 진입 최종 후보물질 선정



LG화학 생명과학사업본부 연구원들이 신약연구 활동을 진행하고 있다.

LG화학이 각종 고품양 및 혈액암을 치료하는 면역항암제 개발을 본격화한다.

LG화학은 6일 미국 면역항암제 개발 파트너사인 큐바이오파마가 최근 ‘CUE-102’ 전임상을 완료하고 본격적인 임상개발 단계 진입을 위한 최종 후보 물질을 선정했다고 밝혔다.

‘CUE-102’는 각종 고품양 및 혈액암 세포에서 과발현된 윌름스 종양 유전자(WT-1)를 인식, 이를 제거하는 면역세포인 T세포를 활성화시켜 특이적 면역 반응을 유도하는 약물이다. WT-1 발현 암종으로는 대장암, 급성골수성 백혈병, 난소암, 소세포폐암, 삼중음성 유방암 등이 있다.

‘큐바이오파마’는 WT-1 항원에 선택적 반응하는 T세포의 증식 및 활성화를 확인한 전임상 결과를 바탕으로 1분기 내 미국 FDA에 임상 1상 시험계획(IND)을 제출할 예정이다.

아시아 지역 개발 및 상업화 권리를 확보하고 있는 LG화학은 추후 파트너사의 임상 1상 데이터를 바탕으로 아시아

지역에서 임상 2상을 본격화할 계획이다.

큐바이오파마의 체내 면역기능 조절 플랫폼 기술을 바탕으로 공동개발 중인 또 다른 신약 후보물질인 두경부암 치료제 ‘CUE-101’은 현재 미국 임상 1상 단계로 LG화학이 큐바이오파마는 ‘CUE-101’, ‘CUE-102’ 개발 가속화를 통해 플랫폼 기술의 정밀성 및 확장성을 입증해 나갈 계획이다.

LG화학은 현재 8개의 전임상 및 임상개발 단계 항암 파이프라인을 확보하고 있으며, 항암분야 연구개발 역량 강화 및 오픈이노베이션 지속 확대를 통해 글로벌 경쟁력을 갖춘 항암 파이프라인을 지속 확대해 나갈 계획이다.

/이세경 기자 seilee@

## SK바이오팜 신약, 글로벌 임상 3상 돌입

소아 뇌전증 치료... 2025년 출시 목표

SK바이오팜이 개발하는 두번째 신경질환 신약이 글로벌 임상 3상에 돌입한다. 오는 2025년 출시가 목표다.

SK바이오팜은 6일 레녹스-가스토 증후군 치료제 ‘카리스바메이트’가 글로벌 임상 3상에 돌입했다고 밝혔다.

임상 3상은 소아 및 성인 레녹스-가스토 증후군 환자 250여명을 대상으로 미국·유럽 등 60여개 기관에서 진행될 예정이다. 무작위, 이중맹검, 위약대조 방식으로 약물의 유효성, 안전성, 내약성 등을 평가한다.

레녹스-가스토 증후군은 여러 종류의 발작 증상이 나타나는 희귀 난치성

소아 뇌전증으로, 발달 장애 및 행동 장애를 동반하는 것으로 알려졌다. 이 질환은 완치법이 없고 치료 예후도 좋지 않아 환자의 약 85%가 성인이 된 후에도 발작을 지속 경험한다. 미국에서 약 4만8000명 이 이 질환을 앓고 있으며, 전세계적으로 약 100만명의 환자가 있는 것으로 추정된다.

카리스바메이트는 광범위한 발작 조절 효과 및 복용 안전성이 기대되는 약물이다. 뇌전증 치료제 ‘세노바메이트’, 수면장애 치료제 ‘솔리암페톨’ [2]에이온은 차세대 신경질환 신약으로, 2025년 글로벌 시장 출시를 목표로 하고 있다.

/이세경 기자

## 대용제약 엑소좀 치료제로 영역 확대

대용제약이 엑소좀 치료제로 신약개발 영역을 확장한다.

대용제약은 지난 5일 서울 삼성동 본사에서 바이오 벤처 엑소시스템텍과 줄기세포 유래 엑소좀 치료제 공동개발을 위한 협약을 체결했다고 밝혔다.

이번 협약을 바탕으로 대용제약은 엑소시스템텍과 함께 차세대 엑소좀 치료제 개발에 협력할 계획이다. 이번 협약에 따라 양사는 대용제약의 DW-MSD의 줄기세포에서 엑소좀을 추출, 정제하는 기술을 확보하고 엑소좀 치료제 확장 연구 및 신규 적응증에 대한 공동개발을 진행하게 된다. 또한 엑소시스템텍이 보유한 파이프라인의 임상 공동 개발 협력 및 기술이전도 가능하다.

엑소좀 치료제는 기존 세포치료제와 비교하여 효능이 우수하고 부작용이 작으며 안정성과 순도가 높아 주목 받고 있다.

/이세경 기자

## 뷰티업계, 올해 히트상품 발굴에 총력

브랜드 선별해 집중 육성

뷰티업계가 신년 키워드로 대부분 ‘브랜드 가치 극대화’를 꼽았다. 각사의 성장 동력이 될 브랜드를 선별해 엔진 상품을 육성할 계획이다.

6일 업계에 따르면 아모레퍼시픽은 강한 브랜드 중심의 ‘브랜드 컴퍼니’를 선포하고 ‘뉴뷰티(New Beauty)’를 선보이기 위해 전략을 짰다. 새로운 시대 고객이 원하는 아름다움은 ‘라이프 뷰티’에 있다고 보고 이에 맞는 더마(약국 화장품)와 웰니스(건강) 관련 브랜드를 키운다. 아모레퍼시픽의 더마 및 웰니스 브랜드로는 일리온, 바이탈뷰티 등이 있다.

아모레퍼시픽은 2022년 새해 들어 40여 년간 민감 피부를 심층적으로 연구해온 노하우를 담아 일리온에서 가려움을 개선하는 ‘레드이치 케어크림’을 선보였다.

LG생활건강의 경우 북미 시장을 비롯해 해외 사업을 확장하기 위해 후와 알티팩스 브랜드를 선택했다. 후는 중



일리온이 올해 처음 내놓은 ‘레드이치 케어크림’. /아모레퍼시픽

국 등지에서 인기를 얻은 LG생활건강의 대표 뷰티 브랜드다. 후의 콘셉트를 유지하면서도 북미 고객들이 선호하는 향과 용기 디자인을 적용해 신규 라인을 강화한다.

애경산업은 메이크업 브랜드 AGE 20’s(에이지투웨니스)와 LUNA(루나)를 필두로 스킨케어 브랜드를 강화해 나간다. AGE 20’s 브랜드가 중국 6·18 행사 실적 호조에 힘입어 티몰 내 비비크림 카테고리에서 점유율을 확대하며 점유율 1위를 유지하고 있고, LUNA는 아마존에서 마더스 데이(Mother’s Day) 및 프라임 데이(Prime Day) 때 브랜드 인지도가 상승했다.

/원은미 기자

## 롯데리아 ‘롯데잇츠’

### ‘드라이빙 픽업’ 기능 탑재

롯데GRS는 버거 프랜차이즈 롯데리아가 자사 앱 ‘롯데잇츠’의 예약 주문 서비스에 차량에서 직접 수령이 가능한 ‘드라이빙 픽업’ 기능을 도입했다고 6일 밝혔다.

롯데잇츠 ‘드라이빙 픽업’ 서비스는 주문자가 등록된 차량 번호·차종의 정보를 바탕으로 위치기반서비스를 적용해 하차 또는 매장 방문 등 동선 감소로 바로 제품을 수령할 수 있는 주문 서비스 기능이다.

해당 서비스는 주문 시간 기준 최소 40분 이후부터 최소 픽업 시간 설정이 가능하고, 최대 3시간까지 10분 단위 별 예약 시간 설정이 가능하고 앱상 안내되는 픽업 위치 도착 후 도착 알림 체크 시 매장 직원으로 수령할 수 있다.

/신원선 기자 tree6834@

**오늘의 날씨**

1월 7일 (금)  
음력 : 12월 5일

수도권 날씨  
**-6 ~ -4 °C**

운동 지수 ■■■■■■■■■■  
빨래 지수 ■■■■■■■■■■  
세차 지수 ■■■■■■■■■■  
외출 지수 ■■■■■■■■■■

해돋이 / 07:47 | 해질 / 17:29

연천 -11/3, 동두천 -9/4, 가평 -11/4, 파주 -13/3, 서울 -6/4, 양평 -9/4, 인천 -5/2, 수원 -5/3, 용인 -5/3, 평택 -9/4

백령도 0/5

\*자료제공 : Kweather 케이웨더(주) www.kweather.co.kr