

“올 최고 인기상품은?”... 막 오른 유통가 ‘총결산 어워즈’

SSG닷컴·롯데온·올리브영 등 연말결산 어워즈 동시다발 개최 1년간 트렌드도 소개하고 혜택도 어워즈 맞춤 기획세트·상품 선배

5일 유통가가 12월을 맞아 한 해를 마무리하는 ‘어워즈(Awards)’를 열고 막바지 고객몰이에 나섰다.

유통업계서 여는 어워즈는 한 해 동안 가장 높은 판매고 등을 올린 상품을 소개하고 선보이는 행사로, 어느 때보다 큰 폭의 할인 혜택을 제공한다. 상품 제조사에서도 어워즈를 맞아 새로운 기획세트 등을 선보이며 홍보에 힘을 주는 만큼 연말쇼핑에 즐거움을 준다.

CJ올리브영은 오는 14일부터 18일까지 5일간 서울 동대문디자인플라자(DDP) 아트홀에서 ‘2022 올리브영 어워즈&페스타’를 연다. 올리브영 어워즈는 약 1억 건에 달하는 고객 구매 데이터를 기반으로 매년 부문별로 가장 큰 인기를 끈 상품을 선정해 발표한다. 뷰티 업계에서는 한 해 트렌드를 결산하는 행사로 통한다. 올해는 60여 개 부스가 선다.

어워즈를 앞두고 올리브영은 오는 7



지난해 12월 열린 ‘2021 올리브영 어워즈&페스타’ 행사장에 ‘2021 올리브영 어워즈’ 수상 상품들이 전시돼 있는 모습. 유통업계는 매년 12월 1년 간 가장 큰 인기를 끈 상품을 소개하는 ‘어워즈’를 열고 있다. /CJ올리브영

일까지 ‘2022 올리브영 어워즈’ 수상 상품을 중심으로 히트 상품을 최대 70% 할인 하는 ‘올영세일’을 진행한다. 연말 결산의 의미도 더해 다양한 구성의 기획세트를 마련했다.

올리브영 어워즈에 선정된 다양한 기업들도 수상을 기념해 다양한 상품 행사를 진행 중이다. 스킨푸드는 ‘패드 부문’ 1위를 기록한 ‘캐터 카로틴 카밍 워터 패드(당근패드)’를 패드10매와 패드 케이스를 추가 증정하는 한정 기획 세트를 33% 할인 판매 중이다. ‘W케어

부문’을 수상한 라엘 또한 올리브영 단독 기획팩을 출시하고 올영 세일 기간 동안 최대 28% 할인 판매한다.

SSG닷컴은 11일까지 2022 ‘펫케어 어워즈’ 기획전을 열고 올 한 해 가장 많이 판매된 반려동물 상품을 소개한다.

SSG닷컴에 따르면 2022년은 고물가의 영향으로 다목적 반려견 패드, 대용량 사료와 같은 저단가, 대용량 상품이 꾸준히 판매된 한편, ‘VIP(Very Important Pet)’를 위한 최고급 유모차, 드라이룸, 보양 간식, 영양제 등이 불티나

게 팔리는 등 반려동물 상품 소비에서도 양극화 현상이 두드러졌다.

올해 1월부터 11월까지 쓱닷컴이 집계한 자료(누계 주문량 기준)에 따르면 반려동물 상품 카테고리 내 베스트셀러는 ‘몰리스 화이트 스틱칩 소프트치킨(400g)’이었다. 스틱칩은 반복 구매가 잦은 반려견들의 대표 간식 아이템인데 다 쓴배송, 새벽배송 등 빠른 배송이 가능하다는 점이 높은 판매량에 긍정적인 영향을 미쳤다.

SSG닷컴은 이번 어워즈 기획전을 열고 매일 오전 9시 반려동물 카테고리 상품 구매 시 사용할 수 있는 20% 장바구니 할인 쿠폰을 발급한다. 또 ‘몰리스 펫샵’, ‘로얄캐닌’, ‘오리젠’, ‘러프웨어’ 등 국내·외 대표 반려동물 브랜드의 사료 및 간식, 용품을 최대 40% 추가할인 판매하며, ‘아침에’ 반려견 사료 등 구매 빈도가 높은 인기 반려동물 식품을 중심으로 1+1 혜택도 제공한다.

롯데온도 5일 ‘2022 롯데온 브랜드 어워즈’를 발표하고 18일까지 선정 브랜드 상품 구매시 행사카드 결제시 최대 10% 즉시할인 혜택을 제공한다. 롯데온은 2022년 브랜드들의 활동 및 성

과와 고객 구매 데이터 등을 기반으로 각 매장에서 가장 사랑받은 브랜드 및 상품을 선정했다. 패션 브랜드 1위는 앙코르 행사까지 진행할 만큼 인기를 끌었던 ‘빈폴 패밀리’가, 뷰티 브랜드로는 ‘설화수’가 차지했다.

‘백화점 브랜드 어워즈’에서는 4000여 개 백화점 입점 브랜드 중 패션 부문에서 가장 사랑받은 브랜드로 ‘빈폴 레이디스’와 ‘라코스테’가 이름을 올렸으며, 패션 잡화 브랜드로 ‘헬렌카민스키’ 등이 뽑혔다. 더불어 판매 실적 기준의 브랜드 순위를 넘어 각 브랜드의 특징과 1년의 성과도 함께 소개한다.

롯데온은 어워즈에 선정된 상품 구매시 엘포인트 최대 3000점 적립 등 다양한 혜택을 제공한다.

GS샵은 9일까지 올해 인기 상품이 총출동하는 ‘2022 베스트 어워즈’ 특집을 실시한다. 이번 베스트 어워즈 특집에 편성된 상품은 ▲패션 ▲뷰티 ▲건강식품 ▲일반식품 ▲가전 등 5대 상품군 가운데 구매 고객이 10만 명이상이거나 매출액이 100억이 넘는 37개 브랜드 60여 개 품목이다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

이대목동병원, ER 바이오코어 사업단 개소

바이오 성장기업 맞춤형 컨설팅 산·학·연·병 인프라 구축 선도

이대목동병원이 지난 1일 ‘ER 바이오 코어 사업단’ 개소식을 가졌다고 5일 밝혔다.

이대목동병원은 지난 1월 국내 바이오 기업의 성장을 촉진하고자 추진된 한국연구재단의 ‘바이오 코어 시설 구축사업’ 주관기관으로 선정된 데 따른 것이다. ‘ER 바이오 코어 사업단’에는 ▲뉴로소나 ▲엑셀런스 ▲스키아 ▲티에스바이오 ▲시너지에이아이 등 총 5개 기업이 입주했다.

이대목동병원은 선정된 공동연구 개발 기업들에게 임상 및 실험 인프라, 맞춤형 컨설팅을 제공하고 이를 통해 기



이대목동병원 관계자들이 지난 1일 MCC B관(별관) 대회의실에서 ‘ER 바이오 코어 사업단’ 개소식을 갖고 테이프 커팅을 하고 있다.

업 스케일업 가속화와 글로벌 시장 진출을 지원할 예정이다.

유경하 ER 바이오 코어 구축사업 단장(이화의료원장)은 “이대목동병원은 바

이오 분야의 산·학·연·병 혁신 창업 성장을 촉진할 수 있는 연구중심 병원으로서 인프라와 산학협력 인프라 구축을 선도해 나가겠다”고 말했다. /이세경 기자 seilee@

동아에스티 ‘스티렌정’ 20년간 총 45억정 처방

동아에스티는 천연물 의약품 위염치료제 ‘스티렌정’이 출시 20주년을 맞이했다고 5일 밝혔다.

지난 2002년 12월 출시된 스티렌정은 동아에스티 자체 기술로 개발한 천연물 의약품 위염치료제다. 급·만성 위염으로 인한 위점막 병변 개선, 비스테로이드성 소염진통제(NSAIDs) 투여로 인한 위염 예방에 효능·효과가 있으며, 대한민국 기술로 자체 개발된 유일한 오리지널 위점막보호제다.

스티렌정은 우수한 효능·효과와 활발한 학술 활동을 바탕으로 지난 20년간 약 45억1355만 정이 처방되고, 약 8533억 원의 누적 매출(스티렌 2X정 포함)을 기록했다. /이세경 기자

SK케미칼 급성요통약 ‘아세리손’ 독점 판매

마더스제약과 유통계약 체결

SK케미칼은 마더스제약과 ‘아세리손’ 독점 판매 및 유통 계약을 체결했다고 5일 밝혔다.

아세리손정은 비스테로이드성 소염진통제(NSAIDs) 아세클로페낙 성분과 근이완제 에페리손 성분 복합제로 근골격계 근육연축 증상을 동반한 급성요통 환자의 통증완화로 허가받은 제품이다.

의약품 시장 조사 기관인 유비스트(UBIST)에 따르면 지난 해 기준 소염진통제인 아세클로페낙은 935억원, 근이완제인 에페리손은 690억원의 시장규모를 형성하고 있고 꾸준한 성장을 이어가고 있다. 근육 통증 및 연축 증상이 있는

환자들에게 함께 쓰여온 두 성분은 유비스트 기준 병용 비율 1위이기도 하다.

마더스제약을 포함한 6개사가 복합제 공동개발을 준비해 왔고, 지난 9월 아세리손을 포함한 6개 제품이 허가를 받아 이번 달 1일 약가 등재와 함께 발매됐다. SK케미칼은 향후 자체 개발한 천연물 제품 ‘조인스’와 함께 시장을 적극 공략할 방침이다. /이세경 기자



셀트리온 “램시마 안전성·유효성 재확인”

아태 학회서 램시마 시판 후 연구 발표

셀트리온은 아시아태평양 류마티스학회(APLAR)에서 램시마의 장기 투여 후 안전성과 유효성을 확인한 결과를 공개한다.

APLAR은 아태지역 류마티즘 질환 전문가들이 모여 진단 및 치료, 임상에 대한 최신 지견을 공유하는 국제학술대회로, 올해는 이달 6~9일 홍콩에서 진행된다.

셀트리온은 태국에서 강직성척추염

(AS), 류마티스관절염(RA), 건선성관절염(PsA) 환자 30명을 대상으로 46주간 램시마를 투약 관찰하는 시판 후 연구(이하 PMS)를 진행했다.

이번 PMS에서는 램시마 투여에 따른 감염, 결핵, 주입관련 반응(아나필락시스 등), 간 질환, 암 발생률을 포함한 안전성이 중점적으로 평가됐으며 투약 전후 환자의 상태를 비교하는 유효성 지표 평가도 함께 진행됐다. 연구 결과 램시마 투여에 따른 안전성 확인은 물론 유효성 지표 개선도 확인했다. /이세경 기자

올리브영, 3년 연속 ‘수출의 탑’ 수상 쾌거

글로벌물 통한 수출 호조 견인

올리브영이 5일 제59회 무역의 날 기념식에서 ‘5000만 불 수출의 탑’을 수상했다. 지난 2020년 700만 불, 2021년 3000만 불에 이은 3연속 수상이다.

수출의 탑은 수출 증대에 기여한 기업에 주어지는 상으로, 지난해 7월 1일부터 올해 6월 30일까지 1년간의 수출 실적을 기준으로 한다.

이번 수상은 글로벌물 통한 수출에서 비롯됐다. 글로벌물은 올리브영이 지난 2019년 론칭한 역직구 플랫폼이다. 취급 품목의 70% 이상이 중소기업 상품으로, 유망 중소 브랜드의 해외 판로를 지원한다. 론칭 이듬해인 2020년부터 연평균 매출이 100% 가량 성장했으며 첫해 회원 수는 3만 명 수준이었으나 올해 10월 말 기준 60만 명까지 늘었다.

최근에는 역직구 비중이 큰 품목이 화장품과 음반이라는 점에 착안, K팝 카테고리를 신설해 새로운 성장 동력을

마련했다. 음반 도입과 함께 취급 품목도 늘어나면서 론칭 초기 2000여 개에 그쳤던 품목 수는 최근 1만 5000개까지 증가했다.

지난해부터는 민관협력 사업에도 팔을 걷어붙였다. KOTRA와 협력해 시작한 K뷰티 구축 서비스 ‘케이박스(K-BOX)’는 론칭 1년도 채 안 돼 68개 국내 중소기업 브랜드의 160개 화장품품을 31개국 해외 바이어사(社)에 선보였다. 또 지난 3월 중소벤처기업진흥공단과 K뷰티 수출을 위한 ‘온라인수출 공동물류사업’ 업무 약정을 체결, 이 사업에 참여한 유망 중소 브랜드에 물류비 할인 및 마케팅 지원 등의 혜택을 부여하고 있다.

올리브영은 내년에도 각종 해외 마케팅과 물류 서비스 등을 적극 지원해 K뷰티 중소기업들의 글로벌 진출을 돕고, 이들 브랜드의 인지도 확대 및 매출 활성화에 주력할 방침이다. /김서현 기자