

관광객 많이 오면 뭐하나... 화장품업, 1분기 영업익 '반토막'

국내 기업들 수익성 전년比 악화
중 소비 회복 약재 등 작용으로
아시아 실적 둔화 매출 하락해
영업익 원가·고정비 증가로 감소

마스크 해제와 외국인 관광객 증가 호재에도 화장품 업계는 웃지 못했다. 전반적인 경기 위축과 중국의 소비 회복이 약재로 작용해 올해 1분기에도 영업이익이 반토막 나는 수모를 겪은 것이다. 실적 회복도 더딜 전망이다. 중국 리오프닝(경제활동 재개)으로 인한 기대도 하반기로 미뤄진 상태다.

◆1분기 수익성 악화 지속

3월 업계에 따르면 지난 1분기 국내 주요 화장품 기업들의 수익성은 전년 대비 악화되면서 실적 부진을 이어갔다.

아모레퍼시픽그룹은 1분기 영업이익이 816억원을 기록해 전년 대비 52.3% 줄어들었다고 이날 밝혔다. 매출액은 1조91억원으로 전년 대비 20.1% 감소했다. 특히 해외 부문의 매출 감소가 컸



화장품 기업들의 수익성은 전년 대비 악화되면서 실적 부진을 이어갔다.

다. 아모레퍼시픽의 해외 사업은 중국 매출 하락에 따른 아시아 실적 둔화로 전년 대비 16.8% 하락한 3494억원의 매출을 기록했다. 아시아 매출 하락의 여파로 전체 영업이익도 전년 대비 36.9% 감소했다.

주력 계열사 아모레퍼시픽의 국내 사업은 면세 채널의 매출 감소로 전년 대비 24.6% 하락한 5522억원의 매출을 기록했다. 면세 매출 하락 및 제품 포트폴리오 재정비 등으로 인해 영업이익도 60.8% 감소했다.

LG생활건강 역시 지난 1분기 매출 1조6837억원에 1459억원의 영업이익을 기록했다. 매출은 전년 동기대비 2.4% 늘었지만 영업이익은 지난해 같은 기간보다 16.9% 줄어들었다.

특히 뷰티 사업 부문의 1분기 영업이익은 11.3% 감소한 612억원을 기록했다. 매출은 전년 동기 대비 0.3% 증가한 7015억원으로 집계됐다.

회사 측 관계자는 "기저 효과로 면세 매출이 두 자릿수 성장을 했으나, 중국 소비 회복 지연으로 중국 매출은 두 자릿수 감소했다"며 "영업이익은 원가 및 고정비 증가로 인해 감소했다"고 설명했다.

◆2분기도 실적 회복 어렵다

앞날도 밝지 않다. 2분기부터 중국 화장품 시장의 업황 회복이 예상되긴 하지만, 그 효과가 한국 기업에까지 이어지지는 않을 것이라 우려가 높다. 영업환경 개선에 대한 불확실성이 여전히 큰 탓이다.

키움증권 조소정 연구원은 "2분기부

터 중국 내 주요 경쟁사들의 마케팅 강도가 확대될 것으로 예상되고, 최근 현지 브랜드사에 대한 소비자 선호가 커지고 있다"며 "중국의 소비 정상화 이후 브랜드사간 마케팅 경쟁, 소비자 선호의 불확실성, 정치 리스크 등 영향으로 시장 내 불확실성은 당분간 지속될 것"이라고 내다봤다.

2분기로 쏠렸던 중국 리오프닝에 대한 기대감은 하반기로 미뤄질 전망이다.

NH투자증권의 정지윤 연구원은 "중국의 소비 지표가 반등했지만, 화장품 수요는 아직 시장 기대치에 미치지 못하고 있다"며 "기저 효과로 인해 LG생활건강의 2분기 실적에 대한 눈높이도 낮출 필요가 있다"고 설명했다.

한국투자증권 김명주 연구원은 "아모레퍼시픽의 중국 내 본격적인 마케팅과 예상보다 더딘 면세 매출 회복으로 2분기까지 실적 부진은 이어질 것으로 보인다"며 "실적은 하반기부터 본격적으로 개선될 전망"이라고 내다봤다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

메드팩토, '백토서팁' 골육종 임상 첫 투약

청소년·성인환자 54명 대상 진행
치료목적 단독 투여 후 효과 확인

메드팩토가 미국과 한국에서 진행 중인 골육종 대상 백토서팁 단독요법 임상 1·2상의 첫 환자 투약을 완료했다고 3일 밝혔다.

메드팩토는 지난해 8월 미국 식품의약국(FDA)로부터 골육종 환자 대상 백토서팁 단독요법에 대한 임상 1·2상 임상시험계획(IND)을 승인받았다. 올해 2월에는 식품의약품안전처로부터도 IND 승인 받은 바 있다.

임상은 재발 난치성 혹은 진행성 골육종을 앓고 있는 14세 이상 청소년 및 성인환자 54명을 대상으로 미국과 한국

에서 진행된다. 메드팩토는 임상에서 백토서팁 단독요법의 안전성, 내약성, 약동학 평가와 항암 효과 등을 확인할 예정이다.

골육종 대상 백토서팁 단독요법은 이미 FDA로부터 치료목적 사용(동정적 사용) 승인을 받아 백토서팁을 투여한 환자에서 치료 효과가 확인된 상태다. 미국에서 호스피스 치료를 받던 골육종 환자는 치료목적 사용으로 지난해 2월 백토서팁을 단독 투여한 후 13개월째 폐와 뇌 전이 없이 건강한 일상생활을 하고 있다.

이 골육종 환자 대상 백토서팁 단독요법은 미 FDA로부터 희귀소아질환의약품(RPDD), 신속 심사제도(패스트

트랙) 개발 품목으로도 지정 받은 상태다.

회사측에 따르면 백토서팁 단독요법이 골육종 환자들에게 효과가 있는 것으로 알려지면서 국내외에서 병원에서 치료목적 사용 요청이 이어지고 있다.

골육종은 한 번의 수술로 종양을 완전히 제거할 수 없기 때문에 꾸준한 항암치료로 뼈에 생긴 암을 모두 제거해야 한다. 특히 항암치료 중에도 폐와 뇌 등으로 전이되는 것이 일반적이고, 전이 환자의 경우 5년 생존율이 20~30% 수준에 불과하다. 폐와 뇌로 전이되면 사망까지 이르기 때문에 전이 차단만으로 생존율을 높일 수 있다.

/이세경 기자

동원F&B, 가정의달 맞아 건강식품 할인전

올리닉·천지인 등 내달 31일까지

동원F&B는 5월 가정의 달을 맞아 다음달 31일까지 각종 건강기능식품에 대한 할인 행사를 진행한다. 이번 행사는 프리미엄 건강기능식품 브랜드 '올리닉'을 비롯해 홍삼 전문 브랜드 '천지인', 종합 건강기능식품 브랜드 'GN C', 이너뷰티 전문 브랜드 '뷰티' 등 다양한 브랜드의 건강기능식품으로 구성됐다.

동원F&B의 '올리닉 울트라 비타 액션'은 하루 한 병으로 간편하게 섭취하는 고농축 멀티비타민 제품이다. 액상, 캡슐, 정제가 한 병에 담겨 있는 올인원 형태로 물 없이도 언제 어디서나 섭취할 수 있다.

면역력 증진에 도움을 줄 수 있는 대표 영양소인 아연을 비롯해 비타민B, C, D와 각종 미네랄 등 21가지 필수 영양소가 들어 있다. 여기에 11종의 채소 혼합농축액 분말과 15종의 발효효소분말 등 현대인에게 필요한 유효 성분이 골고루 담겨 있어 면역 기능은 물론 균형 잡힌 영양 관리에 도움을 줄 수 있다.



동원F&B의 건강기능식품 라인업. /동원F&B

홍삼 브랜드 '천지인'은 '흑삼정 데일리원', '홍삼녹용 침향환' 등 프리미엄 제품에 주력한다. '흑삼정 데일리원'은 9번 찌고 9번 말리는 구증구포(九蒸九曝)공법으로 추출한 흑삼 농축액을 함유한 제품으로 체내 흡수율을 높이고 면역력 증진에 도움을 줄 수 있다.

고급스러운 선물로는 '홍삼녹용 침향환'이 안성맞춤이다. 세계 3대 향 중 하나인 침향을 비롯해 6년근 홍삼, 녹용 등 주요 성분을 50% 이상 함유하고 있으며, 11가지 국내산 약재가 들어 있다.

종합 건강기능식품 브랜드 'GN C'는 프리미엄 오메가3 제품인 '아쿠아셀 알티지 오메가3 플러스 디' 등을 선보인다. /신원선 기자 tree6834@

애경, 투명·보송한 피부 '루나 컴피 클리어 파우더'

애경산업의 메이크업 전문 브랜드 '루나'(LUNA)에서 하루 종일 투명하고 보송한 피부로 가꿔주는 '컴피 클리어 파우더'를 출시했다.

루나 컴피 클리어 파우더는 팟과 피지 분비가 활성화되기 쉬운 계절을 대비해 모공은 답답함 없이 메꾸주고 피부의 번들거리는 유분기를 잡아 보송한 피부 결을 유지해주는 파우더이다.

베이스 메이크업이 뭉치거나 밀림없이 오랜 시간 유지될 수 있도록 메이크업의 밀착력을 높여주며, 투명하고 가벼운 작은 입자의 파우더를 적용해 피부 답답함 없이 보얗고 매끈한 피부를 완성해준다. 민감한 피부도 편안하게 사용할 수 있도록 '민감성 피부 자극 테스트'를 완료했다.

/이세경 기자

광동제약, '비타500 제로 르세라핌 에디션'

오는 9월까지 한정 판매

광동제약은 소비자들의 요청에 따라 '비타500 제로 르세라핌 팝아트 에디션'을 오는 9월까지 한정 판매한다고 3일 밝혔다. 광동제약은 지난 3월 신제품 '비타500 제로'의 광고 모델로 르세라핌을 발탁한 바 있다. 이후 르세라핌의 이미지가 담긴 에디션 출시 요청이 잇따르자, 광동제약은 소비자 의견을 반영해 한정판 제품을 선보였다.

에디션은 광동제약 F&B 전용몰 '광동상회'에서 5월 3일부터 선판매되며, 1병당 멤버 1인의 모습이 새겨진 형태로 제작됐다. 인물을 컬러풀한 팝아트로 표현해 세련된 감성을 완성한 것이 특징이다. 10입·20입 박스 포장에는 팀 전원이 함께한 이미지가 인쇄됐다.

뿐만 아니라 광동제약은 팬덤과의 적극적인 소통을 바탕으로 섬세한 디자인



을 적용했다. 멤버별 이미지에 어울리는 컬러를 라벨에 담았으며, 총 5개의 날병 에디션을 수집하면 르세라핌 영문 그룹명이 완성되는 재미 요소도 부여했다.

광동제약은 에디션 구매자를 대상으로 오는 7월까지 '행운가득 이벤트'를 진행한다. 비타500 제로 10입 상단면에 인쇄된 8자리 번호를 이벤트 페이지에 입력하면 추첨을 통해 안마의자, 로봇청소기 등 푸짐한 상품과 스페셜 경품인 르세라핌 정구 1집 'UNFORGIVEN' 친필사인 CD를 증정한다. /이세경 기자

동아제약, '노스카나겔' 패키지 리뉴얼

라미네이트 튜브로 용기 변경도

동아제약은 여드름 흉터 치료제 '노스카나겔'의 발매 10년만을 맞아 패키지 리뉴얼을 진행했다고 3일 밝혔다.

제품 패키지에는 점점 열리는 피부 흉터를 연상시키는 그래픽 디자인을 적용했다.

또 제품 용기는 라미네이트 튜브로 변경해 용기의 변형없이 내용물을 적당량 도포하여 소비자들이 더욱 편하게 사용할 수 있도록 했다. 기존 첨가제에

서 착색개선 효능이 있는 비타민B3, 비타민E를 추가해 성분을 보강했다.

노스카나겔은 2013년 출시 이후 국내 여드름 흉터 치료제(알란토인, 텍스판테놀, 해파린 동일 성분) 카테고리에서 현재까지 판매 1위를 차지하고 있다. 노스카나겔은 피부를 습윤하게 하여 흉터를 재생시키는 해파린나트륨, 알란토인, 텍스판테놀 3중 복합성분을 함유한 흉터치료제로 1일 수회, 수시로 도포해 그냥 두면 질어질 수 있는 흉터를 치료해주는 제품이다. /이세경 기자