

“호캉스로 로맨틱한 ‘화이트데이’ 보내세요”

서울드래곤시티 ‘스윗커플’ 케이크, 모엣상동 샴페인 등 제공
롯데호텔리조트 ‘블루밍 러브’ 11개 호텔·리조트 특색 담은 특전
JW메리어트호텔 ‘시크릿 로맨스’ 때깡저 녹턴 샴페인 등 룸서비스



JW 메리어트 호텔 서울 ‘시크릿 로맨스(Secret Romance)’ 패키지.

호텔업계가 화이트데이를 앞두고 관련 프로모션과 패키지를 출시하며 손님맞이에 나섰다. 객실에서 케이크와 샴페인을 즐길 수 있는 패키지를 선보일 뿐만 아니라, 클럽 라운지 이용 및 향수 증정 등 다양한 혜택도 제공한다. 호텔에서만 누릴 수 있는 특별한 경험과 서비스를 제공해 연인과 낭만적인 하루를 보내고 싶은 고객을 공략한다는 복안이다.

11일 호텔업계에 따르면 신개념 라이프스타일 호텔 서울드래곤시티는 화이트데이를 기념해 객실 패키지와 스페셜 디너 프로모션 등 다양한 콘텐츠를 선보인다.

우선, 연인을 위한 객실 패키지 ‘스윗커플(Sweet Couple)’을 오는 31일까지 운영한다. 해당 패키지는 객실 1박, 패션 화이트 미니 케이크, 모엣상동

샴페인 1병, 부대 시설 이용 혜택으로 구성된다. 이용객이 로맨틱한 분위기를 누릴 수 있도록 케이크와 샴페인은 체크인에 앞서 객실에 세팅된다. 서울드래곤시티 4개 호텔(그랜드 머큐어·노보텔 스위트·노보텔·이비스 스타일)에서 진행된다.

‘화이트데이 스페셜 디너’는 2개 식음업장에서 운영한다. 모던 프렌치 비스트로 ‘알라메종 와인 앤 다인’에서는 블랙트리플 리소토와 한우 새우살 스테이크 등 7코스로 펼쳐지는 디너를 와인 페어링해 즐길 수 있다. 브라세리 ‘THE 26’은 모엣&상동의 시그니처 샴페인 ‘임페리얼 브뤼’ 1병을 포함한 디

너 코스를 운영한다. 이용객은 통창 너머로 펼쳐진 야경을 감상하며 6가지 코스 요리를 맛볼 수 있다.

롯데호텔리조트는 로맨틱한 이벤트를 고민하는 고객을 위해 오는 30일까지 스위트룸 결합 프로모션 ‘블루밍 러브(Blooming Love)’를 운영한다. 국내 11개 호텔과 리조트(시그니엘·롯데호텔·L7호텔·롯데리조트)가 참여하며, 스위트룸 1박과 각 호텔의 특색을 담은 추가 특전을 제공한다.

시그니엘 서울에서는 생화로 꾸며진 객실에서 인룸다이닝 스페셜 디너와 조식을 편하게 즐길 수 있다. 샴페인 1병과 하트 케이크, 마카롱 등도 증정하

다. 시그니엘 부산은 프랑스 니치 향수 브랜드 ‘딤디크(Diptyque)’ 250ml 4종과 칵테일 2잔, 초콜릿과 마카롱을 포함한 웰컴 어메니티 등으로 패키지를 구성했다.

롯데호텔 서울은 이그제큐티브타워의 스위트룸과 프리미엄 클럽 라운지 라심 2인(조식·애프터는 티·해피아워 포함) 이용 혜택을 포함한 패키지를 운영한다. 롯데호텔 월드와 제주, 울산, 부산에서도 다이닝을 결합한 프로모션을 선보이며, L7호텔 명동, 강남, 홍대에서는 파스쿠아 로제 와인 1병을 제공한다.

JW 메리어트 호텔 서울은 프라이빗한 데이트를 즐길 수 있는 ‘시크릿 로맨스(Secret Romance)’ 패키지를 선보인다. 체크인 당일 저녁에 호텔 세프가 준비한 사키테리 플래터와 때깡저 녹턴 샴페인 1병을 룸서비스로 제공해 연인끼리 오붓한 시간을 보낼 수 있다. 조식 역시 인룸다이닝으로 제공된다. 이용객은 마르퀴스 피트니스 클럽 내 실내 수영장과 따뜻한 테라피풀을 자유롭게 이용할 수 있다. 시크릿 로맨스 패키지는 디럭스 객실부터 그리핀 스위트까지 모두 이용 가능하며, 12월 31일까지 운영한다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

애경산업

보습·광채 기능 결합한 ‘에센스 팩트 아우라’ 출시

생활뷰티기업 애경산업의 대표 화장품 브랜드 에이지투웨니스(AGE20'S)가 보습과 광채 기능을 결합한 제품을 선보인다.

에이지투웨니스는 ‘에센스 팩트 아우라’를 출시했다고 11일 밝혔다.

‘에센스 팩트 아우라’는 ‘프렌치 아우라 에센스’를 75% 함유하고 있어 피부에 수분을 공급해 준다. 프랑스산 콜라겐·히알루론산·브라이트닝 성분이 포함되어 있는 것이 특징이다.

또 ‘에센스 팩트 아우라’는 4가지 색상이 어우러져 자연스러운 피부 표현을 돕는다. ▲피부 결점을 가리는 ‘스킨 베이지’ ▲에너지를 주는 ‘래디언스 핑크’ ▲화사한 피부톤을 위한 ‘톤업 화이트’ ▲붉은기를 커버하는 ‘아이스 블루민트’ 등이다. /이정하 기자



롯데칠성음료가 선보인 4세대 맥주 크러시 /롯데칠성음료

롯데칠성음료

크러시, ‘FC서울’와 공식 스폰서십 체결

롯데칠성음료는 맥주 ‘크러시’가 프로축구의 최고 흥행 구단인 ‘FC서울’과 공식 스폰서십을 체결했다고 11일 밝혔다.

크러시는 FC서울의 2024시즌 공식 맥주로서 일상 외 스포츠 현장 접점에서 다양한 음용 경험을 제공하고 이와 연계한 마케팅을 전개할 계획이다.

이번 스폰서십을 통해 서울월드컵경기장 내 마련된 스카이립, 스카이박스, 상설 팬카페 등에서 크러시를 만나볼 수 있으며, 특히 스카이립에서는 경기 중 크러시 생맥주를 무제한으로 즐길 수 있다. /신원선 기자

셀트리온, 美 두드러기 치료제 허가신청

美 FDA에 ‘CT-P39’ 신청 완료
 “퍼스트 무버 될 가능성 높은 상태”

바이오 기업 셀트리온이 미국 천식·두드러기 치료 시장을 공략한다.

셀트리온은 미국 식품의약국(FDA)에 천식·만성 특발성 두드러기 치료제 ‘졸레어’(성분명 오말리주맵)의 바이오시밀러 ‘CT-P39’에 대한 품목허가 신청을 완료했다고 11일 밝혔다.

셀트리온은 만성 특발성 두드러기 환자 619명을 대상으로 진행한 CT-P

39의 글로벌 임상 3상 결과를 바탕으로, 천식, 만성 비부비동염, 식품 알레르기, 만성 특발성 두드러기 등 주요 적응증에 대해 품목허가를 신청했다.

임상에서는 CT-P39 투여군과 졸레어 투여군 두 그룹으로 나눠 각 300mg, 150mg 용량별 투약 임상을 진행했다. 300mg 투여군의 투여 시작 시점 대비 12주차의 주간 간지림 점수 값(ISS7) 변화를 1차 평가지표로 측정했다. 측정 결과 CT-P39는 사전에 정의한 동등성 기준을 충족했다. 2차 평가지표인 안전

성, 면역원성 평가 등에서도 오리지널 의약품과 유사한 결과가 나타났다.

이번 미국 품목허가 신청에 앞서 셀트리온은 지난해 유럽, 캐나다 및 국내에서도 허가 신청을 완료했다. 미국 품목허가 신청의 경우 인터체인저블(상호교환성) 바이오시밀러로 허가 절차를 진행함에 따라 승인 시 오리지널 제품과 대체 처방으로 빠른 시장 확대가 가능할 전망이다.

CT-P39의 오리지널 의약품인 졸레어는 작년 기준 글로벌 매출 약 5조원

을 기록한 블록버스터 제품이다. 이미 물질 특허는 만료됐다. 제형 특허는 유럽에서 2024년 3월, 미국에서 2025년 11월 각 만료될 예정이다.

셀트리온 관계자는 “CT-P39는 글로벌 임상 3상에서 오리지널 의약품 대비 유효성과 동등성 입증은 물론 안전성도 경쟁사 대비 빠르게 확인하면서 퍼스트 무버가 될 가능성이 높은 상태”라고 말했다.

한편, 셀트리온은 이미 상업화된 6개 제품에 더해 오는 2025년까지 바이오시밀러 제품군을 총 11개로 확대할 예정이다. 이에 2030년까지는 총 22개 제품을 확보해 연매출 12조원 목표를 달성한다는 방침이다. /이정하 기자 mlee236@

에스티팜, 레고켐바이오와 ADC 분야 협력

(항체·약물 접합체)

제조공정 공동연구·제조위탁 계약 핵심 구성품 공급망 구축으로 상생

에스티팜이 레고켐바이오와 협업해 항체·약물 접합체(ADC) 핵심 구성품에 대한 국내 공급망 구축에 나선다.

에스티팜은 레고켐바이오와 ‘ADC 링커 제조 공정 공동연구 및 제조위탁 계약’을 체결했다고 11일 밝혔다.

이번 계약을 통해 에스티팜은 레고켐의 ADC 콘쥬를 플랫폼에 필수적인 링커의 일부분에 대한 공정 최적화 연구부터 미국 우수 의약품 제조관리 기준(cGMP) 기반의 생산 전반에 걸친 위탁개발생산(CDMO) 서비스를 제공한다.

에스티팜은 미국 식품의약국(FDA)으로부터 cGMP 인증을 받은 원료

의약품 전문 기업이다. 소량의 임상용 시료부터 톤 규모의 상업화 물량까지 대량 생산할 수 있는 기술력을 지니고 있다. 특히 저분자 원료의약품 및 올리고 원료의약품 모두 미국 FDA로부터 cGMP 인증을 받은 글로벌 유일의 CDMO 기업이다.

레고켐바이오 ADC기술과 합성신약 분야에서 차별적인 연구개발 역량을 보유한 기업이다. 현재까지 레고켐바이오가 글로벌 제약사들과 맺은 기술이전 계약은 총 13건으로 최대 8조 7000억원 규모다.

양사는 국내 기업이 갖춘 연구개발 노하우, 기술력, 제조역량 등을 바탕으로 항체, 링커, 페이로드 등 ADC의 모든 요소에 대해 국내 공급망을 구축해 상생할 방침이다. /이정하 기자

대상 오피드, ‘코리안 스트리트 푸드’ 론칭

간편식사·디저트 2가지 카테고리

식품기업 대상의 글로벌 식품 브랜드 오피드(O’food)가 한국 인기 길거리 음식 및 대표 분식 메뉴를 총망라한 ‘코리안 스트리트 푸드’ 라인을 론칭하고, K-푸드 외연 확장에 나선다.

전 세계적인 한류 열풍에 힘입어 K-푸드에 대한 관심이 높아지는 가운데, 최근에는 김밥, 떡볶이, 핫도그 등 한국의 길거리 음식이 화제를 모으며 글로벌 수요 역시 급증하는 추세다.

실제로 지난해 대상의 오피드 떡볶이 매출은 전년 대비 약 4.7배 증가하며 가파르게 성장 중이다. 미국의 대형 슈퍼마켓 체인 크로거와 아마존에 입점하는 등 판로 또한 빠르게 넓혀가고 있다. ‘코리안 스트리트 푸드’는 크게 간편



대상 오피드가 ‘코리안 스트리트 푸드’를 론칭하고 K-푸드 외연 확장에 나선다. /대상

식사류와 디저트류의 두 가지 카테고리 선본이다. 식사류는 기존에 판매 중인 만두, 떡볶이, 김말이, 어묵바에 더해 김밥, 핫도그, 전 등 신규 3개 품목을 늘린 7개 품목(총 20종)으로, 디저트류는 기존 판매되는 호떡, 봉어빵, 호두과자에 이어 신제품 곡물스낵까지 4개 품목(총 8종)으로 운영한다.

/신원선 기자

조아제약

美 자연건강식품박람회 참관

조아제약이 해외 박람회 참관을 통해 신성장동력 창출과 수익 다각화에 나선다.

조아제약은 오는 14일 미국 애너하임에서 열리는 ‘애너하임 자연건강식품박람회 2024’에 참관한다고 11일 밝혔다.

자연건강식품박람회는 세계 최대 규모의 건강기능식품 박람회로 지난 2023년에는 120여 개국 3000여 업체가 참가했다.

조아제약은 이번 행사를 통해 해외 건강기능식품 시장의 동향을 파악하고 신규 거래처를 발굴할 계획이다. 특히 조아 세피지 앰플의 해외 진출 가능성을 모색하는 데 주력한다는 전략이다.

/이정하 기자