

“영양수액제 시장 커진다”... 제약사, 진출 러시

JW중외제약 ‘위너프에이플러스주’ 포도당·아미노산 등 함량 높여 HK이노엔, 오마플러스원주 시리즈 조성물 특허 등재 마쳐

국내 수액제 시장이 커지자 관련 시장을 둘러싼 기업들 간의 경쟁이 치열해질 전망이다.

18일 제약 업계에 따르면 JW중외제약이 국내 수액제 시장에서 초격차를 다지고 있는 가운데 HK이노엔과 자회사인 유한양행 등이 경쟁에 본격 참여하고 있다.

JW중외제약은 국내 수액제 선발업체답게 최근 중증환자의 영양공급에 최적화된 종합영양수액제(TPN) ‘위너프에이플러스주’를 출시했다.

‘위너프에이플러스주’는 기존 종합영양수액제 ‘위너프’의 특징을 유지하고 아미노산 함량을 높인 제품이다. 포도당·아미노산·지질 혼합액 1리터(1) 기준 총 아미노산 함량이 기존 위너프 대비 25% 높다. 또 중증환자들의 고혈당증 발생률이 높은 것을 고려해 포도당 함량은 34% 낮춘 것도 특징이다.

이에 따라 체중 감소가 있는 환자에게 별도 아미노산 제제 없이 단백질을



JW중외제약이 국산 수액 시장에서 기술력, 생산능력 등을 갖춰 경쟁력을 높이고 있다.

/JW중외제약

공급할 수 있다. JW중외제약은 ‘위너프에이플러스주’가 처방 편의성과 경제성을 갖췄다고 설명한다.

JW중외제약은 제품 기술력뿐 아니라 생산능력도 글로벌 수준으로 강화했다. 기존 TPN-1 라인의 경우 시간당 최대 700개로 연간 220만 개, TPN-2 라인은 시간당 최대 2000개로 연간 800만 개를 생산한다. 이는 세계 최대 수준으로 글로벌 수액 생산 회사보다 2배 이상 높다는 것이 JW중외제약측의 설명이다. JW중외제약은 지난 2023년 국내 최초로 모든 용량의 종합영양수액제 생산이 가능한 자동화 생산라인 TPN-3 라인 증설을 완료하기도 했다. TPN-3 라인의 연간 생산량은 330만 개에 이른다. JW중외제약의 TPN

최대 생산량은 기존 1020만개 규모에서 1350만개로 32% 증가하게 됐다.

JW중외제약은 이러한 경쟁력을 바탕으로 지난 2023년 매출과 영업이익 모두에서 사상 최대 실적을 기록했다. JW중외제약의 2023년 영업이익은 별도재무제표 기준 1000억원을 돌파했다.

HK이노엔은 신제품 종합영양수액제 ‘오마플러스원주’ 및 ‘오마플러스원페리주’를 출시하며 고부가가치의 종합영양수액제 시장 공략에 본격 나서고 있다.

HK이노엔의 오마플러스원주는 중심 정맥에, 오마플러스원페리주는 말초 또는 중심 정맥에 투여하는 용도다. 오마플러스원 시리즈는 오메가3 비율을 높이고 오메가6와 오메가3의

비율을 1대1로 맞춘 것이 특징이다.

HK이노엔은 오마플러스원 시리즈의 조성물 특허를 등재해 오는 2039년 1월까지 독점적 권리도 확보했다. 고령화 사회로 접어들면서 수액제 시장의 성장성이 커짐에 따라 종합영양수액제 시장에서 점유율을 확대해 나간다는 전략이다.

유한양행은 자회사 와이즈메디란 수액제 전문 기업을 통해 시장 공략에 나서고 있다. 와이즈메디는 쓰리챔버 영양수액을 주로 생산한다.

지난 8일에는 오상헬스케어와 약 110억원 규모의 신주인수 계약을 체결했다. 오상헬스케어는 앞서 지난 2023년 5월에도 유한양행과 맺은 협력의 일환으로 와이즈메디에 약 100억원을 투자한 바 있다.

연이어 투자금을 조달하게 된 와이즈메디는 신공장 설비 보완에 주력한다는 방침이다. 와이즈메디는 2023년 12월 신공장을 완공했다. 2024년 우수 의약품제조및품질관리 승인, 2025년 허가 이전 완료, 2025년 말 정산 가동 등을 목표로 하고 있다. 와이즈메디는 향후 생산능력이 현재 대비 약 6.5배 수준까지 확대될 것으로 예상하고 있다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

애경산업

‘선 에센스 팩트’ 출시

수분감 더해 피부 진정

생활뷰티기업 애경산업의 화장품 브랜드 ‘에이지투웨니스(AGE20’S)’가 자외선 등으로 자극받은 피부에 수분감을 더해 피부 진정을 돕는 제품을 선보인다.

애경산업은 에이지투웨니스에서 ‘선 에센스 팩트 카밍 롱프로텍션(샤진)’을 출시했다고 18일 밝혔다.

이번 신제품은 시카 펩타이드 성분과 소나무 피크노제놀 성분으로 이뤄진 ‘시카 파인 에센스’를 70% 함유한다. 또 에이지투웨니스가 개발한 ‘에센스 포켓 기술’을 통해 고체 제형 안에 수분 에센스를 담아 피부에 전달하는 기능을 갖췄다.

특히 피부 냉각 성분이 피부에 밀착돼 제품 사용 후에도 시원함을 유지하는 ‘쿨링 트랩 시스템’도 적용됐다.

아울러 ‘선 에센스 팩트 카밍 롱프로텍션’은 징크옥사이드 성분을 포함한 무기자차 자외선 차단제로 민감한 피부에도 사용 가능하다.

제품 색상은 피부의 붉은기를 보정하는 ‘민트 베이스’와 자연스러운 톤업을 연출하는 ‘화이트 베이스’를 기반으로 해 화사한 피부 톤을 표현할 수 있다.

/이청하 기자 mlee236@



셀트리온, ‘짐펜트라’ 美 시장 공략... 연매출 1조 기대

2025년 처방률 10% 이상 달성 목표 글로벌 블록버스터 제품 등극 계획을 미서 열리는 학회 참여 경쟁력 ↑

셀트리온의 자가면역질환 치료제 짐펜트라가 미국 시장 공략을 본격화한다. 셀트리온은 지난 15일(현지시간) 세계 유일의 인플릭시맵 피하주사(SC) 제형인 ‘짐펜트라’를 미국 전역에 출시했다고 18일 밝혔다.

짐펜트라는 셀트리온이 지난 2023년

10월 미국 식품의약국으로부터 신약으로 허가를 획득한 첫 제품이다. 중등도 내지 중증의 성인 활성 궤양성 대장염 및 크론병 환자에게 사용한다. 권장 용량은 2주 간격으로 회당 120mg이다. 짐펜트라 도매 가격은 2회 투여분, 4주 기준 6181달러다. 셀트리온은 출시 2년 차인 오는 2025년 짐펜트라 처방률을 10% 이상 달성해 짐펜트라를 연 매출 1조원 이상의 글로벌 블록버스터 제품으로 등극시킨다는 계획이다.

이에 따라 셀트리온은 짐펜트라를 미국 현지 법인을 통해 직접 판매하며 마케팅 활동을 적극 펼치고 있다.

셀트리온은 복수의 중소형 처방약급여관리업체가 짐펜트라를 자사 처방집에 등재하는 등 출시 초반부터 처방 확대를 위한 기반이 마련되고 있다고 설명했다. 아울러 대형 처방약급여관리업체와도 올해 2분기 내 상호의약품 등재를 목표로 협상을 이어가고 있다.

또 셀트리온은 올해 미국에서 열리는 학회들에 참여해 현지 의료진들에게 짐펜트라 제품의 경쟁력을 직접 알릴 예정이다. 환자들 대상으로도 보험 지원이 충분하지 않은 이들에게 제품 할인 및 공급 등을 지원하는 프로그램도 운영한다는 방침이다.

인플릭시맵은 미국 염증성 장질환 환자들이 가장 많이 사용하는 제제로 알려졌다. 의료 현장에서 20년 이상 사용돼 치료 효능 및 안전성이 검증된 치료제로 평가된다.

/이청하 기자

CJ제일제당, 냉동치킨 시장 공략 본격화

‘고메 소바바치킨’ 양념으로 선보

지난해 출시 8개월 만에 매출 500억원을 돌파하며 냉동치킨 시장 판도를 뒤흔든 CJ제일제당의 ‘고메 소바바치킨’이 이번엔 양념치킨 신제품으로 냉동치킨 시장 공략에 나선다.

CJ제일제당은 ‘고메 소바바치킨 양념’ 2종(순살·봉)을 출시한다고 18일 밝혔다. ‘단짠’의 조화로운 맛이 인상적이었던 소이허니 맛에 이어 ‘한국인의 소울푸드’이자 글로벌 K-푸드의 대세로 사랑받는 양념치킨 맛 신제품을 선보이며 ‘국민 치킨’으로 확실하게 자리매김하겠다는 계획이다.

‘고메 소바바치킨 양념’ 역시 CJ제일제당의 차별화 기술인 ‘소스코팅 공법’을 적용해 소스를 얇고 균일하게 코팅하듯 입혔다. 냉동치킨 특유의 눅눅함을 없애고 갓 튀긴 듯한 바삭함이 유지

돼, 전문점 수준의 식감과 풍미를 집에서 즐길 수 있다. 특히 매콤한 양념장에 꿀과 토마토 페이스트를 넣은 특제 양념소스로 남녀노소 모두 좋아하는 매콤달콤한 양념치킨 맛을 구현했다. 또한 인기 부위인 순살과 봉 등 2종으로 구성해 취향에 따라 즐길 수 있다.

CJ제일제당은 ‘고메 소바바치킨 양념’ 2종 출시를 기념해 ‘CJ더마켓’에서는 오는 30일까지 다양한 소비자 프로모션도 마련했다. 신제품 구매 후 리뷰 작성 시 CJ ONE 포인트를 증정하며, 신제품 구매 고객 중 구매량을 선정해 경품을 증정하는 이벤트 등을 진행한다.

최근 고물가로 외식 부담이 커지면서 냉동치킨을 포함한 가공식품의 소비 트렌드가 외식대체재로 진화하는 가운데, 냉동치킨 시장도 지난해 연간 1558억원 규모로 지속 성장하는 추세다.

/신원선 기자 tree6834@

라네즈 “바르고만 자도 피부 영양·보습”

‘바운시 앤 펌 슬리핑 마스크’

아모레퍼시픽의 뷰티 브랜드 라네즈가 피로, 스트레스 등으로 생기 많은 피부를 관리하는 제품을 선보인다.

라네즈는 ‘바운시 앤 펌 슬리핑 마스크’를 출시한다고 18일 밝혔다.

‘슬리핑 마스크’는 바르고 자면 피부에 영양과 보습 효과를 전달하는 수면팩 제품이다.

라네즈가 이번에 선보이는 ‘바운시 앤 펌 슬리핑 마스크’는 피오니 및 콜라겐 성분과 펩타이드를 포함하고 있다. 또 보습 광채 캡슐을 담아 밤사이 피부를 촉촉하고 윤기 있게 관리해 준다. 피부에 끈적임 없이 스며드는 제형도 특징이다.

라네즈는 신제품 출시를 기념해 브랜드 앰버서더 시드니 스위니와 함께 글로벌 캠페인도 진행한다. 해당 캠페



라네즈 브랜드 앰버서더 시드니 스위니가 ‘바운시 앤 펌 슬리핑 마스크’를 소개하고 있다.

/아모레퍼시픽

인은 어떤 표정에도 주름 걱정 없이 당당하게 있는 그대로의 모습을 완성하는 ‘바운시 앤 펌 슬리핑 마스크’를 제안하는 내용이다. 관련 영상 및 다양한 콘텐츠는 라네즈 공식 소셜 미디어 계정을 통해 확인할 수 있다.

/이청하 기자

LG화학

턱 지방개선 시장 진출

주사제 ‘벨라콜린’ 출시

LG화학이 턱밑 지방 개선 의약품 시장에 진출한다. LG화학은 ‘벨라콜린(성분명: 데옥시콜산)’을 출시한다고 18일 밝혔다.

‘벨라콜린’은 성인 중등증·중증의 돌출되거나 과도한 턱밑 지방을 개선하는 주사제다. 지방 세포막을 선택적으로 파괴해 지방량을 감소시키는 기전을 갖췄다. 또 콜라겐 합성을 통한 피부 탄력 유지 및 개선 등에도 도움을 줄 수 있다.

LG화학은 열처리 과정을 추가하는 등 차별화된 원액 제조 공정법을 통해 침전물 발생 가능성을 낮춘 점이 ‘벨라콜린’의 경쟁력이라고 설명했다. 제품 상용화 과정에서 고객들이 신뢰할 수 있는 품질을 확보하는 데 주력한 것이다.

LG화학은 앞서 국내 최초의 HA 필러 ‘이브아르’, 차별화된 물성의 HA 필러 ‘이브아르와이솔루션’, 주사용 스킨부스터 ‘비타란’, 정밀냉각 통증완화기기 ‘타겟쿨’ 등을 선보여 왔다. 이번 지방분해제 ‘벨라콜린’ 출시를 통해 에스테틱 시장 전반으로 사업 포트폴리오를 확장한다는 방침이다.

/이청하 기자