

SK바이오팜, 통증치료제 기술이전 中 합작사와 5800만 弗 규모 계약

통증치료제 후보물질 'SKL22544' 중 이그니스 테라퓨틱스 판권 이전 해당물질 임상 2단계 가속화 전망

SK바이오팜이 글로벌 빅 바이오텍으로 도약하기 위해 내외부 파트너와의 협업에 나선다.

SK바이오팜은 중국 이그니스 테라퓨틱스와 비마약성 통증 치료제 후보물질의 기술이전 계약을 체결했다고 18일 밝혔다.

이에 따라 SK바이오팜은 비마약성 통증 치료제 후보물질인 'SKL22544'와 그 백업 물질들의 글로벌 개발 및 판권을 이그니스 테라퓨틱스에 이전한

다. 계약 규모는 총 5800만 달러로, SK바이오팜은 계약금 300만 달러와 최대 5500만 달러의 개발 및 마일스톤을 받는다. 추후 매출액에 따른 로열티도 수령할 예정이다.

아울러 이번 계약에는 해당 파이프라인의 임상 약효가 어느 정도 확인되는 시점까지 미국 시장에 대한 권리를 SK바이오팜이 되살 수 있는 우선협상권이 포함됐다. 또 한국 시장의 경우 SK바이오팜의 의사에 따라 무상으로 권리를 이전받을 수도 있다.

'SKL22544'는 비마약성 통증 치료제 후보 물질로, 소둔체널 저해제를 작용기전으로 한다.

SK바이오팜은 이번 계약을 통해 해

당 물질의 개발이 임상 2상 단계까지 가속화될 것으로 기대하고 있다. 이그니스 테라퓨틱스 또한 기존 중추신경계 파이프라인에 더해 통증 치료제 분야의 파이프라인까지 확보하겠다는 방침이다.

이그니스 테라퓨틱스는 SK바이오팜과 중국 상해 소재 글로벌 투자사 '6 디멘션 캐피탈'이 지난 2021년 합작 설립한 중추신경계 전문 중국 제약사다.

SK바이오팜은 뇌전증 신약 세노바메이트를 포함해 6개 중추신경계 신약의 중국 판권을 이그니스에 기술수출해 1억5000만 달러 규모의 지분을 획득한 바 있다. 현재 SK바이오팜은 이그니스 1대 주주로 있다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



방경만 KT&G 사장이 취임 약 3주를 맞은 지난 17일 직원들과 '캐주얼 미팅'을 가지며 본격적인 소통경영에 나섰다. 사진은 방경만 사장(왼쪽 세 번째)과 직원들이 다과를 즐기며 기념사진을 촬영하는 모습. /KT&G

방경만 사장, 직원 20여명과 '캐주얼 미팅'

KT&G 서울사옥서 소통의 시간

방경만 KT&G 사장이 '캐주얼 미팅'을 가지며 본격적인 소통경영에 나섰다.

KT&G는 방경만 사장이 지난 17일 서울사옥 20층 라운지에서 다양한 직무와 직급의 직원 20여 명이 참석한 가운데, 형식적인 식순이나 사회자 없이 자유로운 분위기에서 소통하는 시간을 가졌다고 18일 밝혔다. 방 사장과 직원들은 스탠딩 테이블에서 음료와 다과를 즐기며 격식 없는 캐주얼 미팅을 진행했다.

이날 방 사장은 1998년 신입사원으로

입사해 27년 만에 대표이사라는 중책을 맡게 된 본인의 성장 스토리를 직원들과 공유하고 회사 선배로서 업무 경험과 노하우 등 진솔한 이야기를 전했다. 또한 회사의 중장기 비전과 성장 전략에 대해 직원들의 의견을 청취하고, 취미와 관심사 등 업무 외 다양한 주제에 대해서도 격의 없는 대화를 나눴다.

지난달 28일 신입 대표이사로 선임된 방경만 사장은 취임 당일 곧바로 KT&G 충남본부와 서대전지사를 방문하며 영업 현장 소통에 나섰다. 또 이번 캐주얼 미팅을 시작으로 직원들과 적극적인 소통 행보를 이어나갈 계획이다.

/신원선 기자

새로, MZ에 '인기'... 연매출 1000억 기염

살구과즙 넣은 '새로 살구' 선보여
엠베서더 '구미호'로 차별화 성공

롯데칠성음료의 제로 슈거 소주 '새로'가 MZ세대 사이에서 큰 인기를 끌고 있다.

'새로'는 2022년 9월 14일 출시 이후 4개월여 만에 누적 판매량 5000만병을 돌파했으며, 출시 7개월여만에 누적 판매 1억병을 돌파했다. 이러한 상승세는 지난해까지 이어지며 연 매출 1000억 원을 돌파, 제로 슈거 소주의 대표 브랜드로 자리잡았다.

이달 중순부터는 진짜 살구 과즙을 더한 '새로 살구'를 새롭게 선보이며

제품 라인업을 확대한다.

'새로'의 인기요인으로는 차별화한 마케팅을 꼽을 수 있다. '새로'는 한국의 전래동화부터 최근의 영화, 드라마에서 다양한 느낌의 매력적인 존재로 등장하는 구미호에서 따온 '새로구미(새로+구미호)'를 출시 때부터 브랜드 엠베서더 캐릭터로 선정하고, 제품 전면에 배치해 기존 소주 제품들과의 차별되는 이미지를 부여했다.

출시 초에 선보인 '소주 새로 탄생 스토리' 콘텐츠에는 사람의 간을 탐했던 구미호가 '새로'와 함께 '새로구미'로 다시 태어난 이후의 에피소드가 담겼다. 올 4월부터는 새롭게 선보인

'새로 살구'와 기존 '새로'가 조화된 새로운 내용으로 보다 확대된 '새로'의 세계관이 담긴 콘텐츠를 선보일 계획이다.

또한 '새로'는 지난해 4월, '새로'를 생산하는 롯데칠성음료 강릉 공장에 브랜드 체험관을 리뉴얼 오픈하며 '새로'의 탄생 스토리 및 '새로', '처음처럼'에 대한 브랜드 히스토리 등을 적극 홍보하고 있다. 그리고 '새로' 출시 1주년을 기념해 같은해 9월 성수동에서 팝업 행사를 전개했다. 이어 올해 2월 대전에서도 팝업 행사를 열었으며 소비자들에게 높은 관심을 받으며 성료됐다.

/신원선 기자 tree6834@

더후 '비첩 자생 에센스 4.0' 글로벌 공개

LG생건 '비첩 NAD+ 심포지엄'

LG생활건강의 공중 피부과학 럭셔리 코스메틱 '더후'가 글로벌 시장 공략에 나섰다.

LG생활건강은 더후가 지난 17일 서울 마곡 LG사이언스파크에서 '비첩 NAD+ 심포지엄'을 열었다고 18일 밝혔다.

더후는 이번 행사를 통해 '비첩 자생 에센스 4.0'을 글로벌 시장에 처음 공개하고 NAD+ 연구 성과를 공유했다.

LG생활건강에 따르면 NAD+는 살아있는 모든 생명체에서 발견되는 노화완화인자인데, 피부 투과 효율이 낮아 화장품 원료로 활용하는데 한계가 있었다. LG생활건강은 10여년에 걸친 연구 끝에 순도 99%의 NAD+를 캡슐화한 NAD 파워24를 개발하고 화장품에 구현하는 데 성공했다.

더후는 앞서 지난 3월 NAD 파워24를 10% 함유한 '비첩 자생 에센스 4.0'을 국내 출시한 바 있다. 해당 제품은 24시간 밤낮으로 피부를 보호하고 손상받은 피부 장벽을 진정시켜 주는 기능을 갖췄다.



지난 17일 서울 마곡 LG사이언스파크에서 열린 '더후 비첩 NAD+ 심포지엄'에서 손남서 LG생활건강 뷰티연구소장이 'NAD Power 24'에 대해 발표하고 있다. /LG생활건강

아울러 더후는 오는 5월 중국 시장에 '비첩 자생 에센스 4.0'을 출시해 글로벌 고객들에게 차별적 고객 경험을 제공한다는 방침이다.

더후는 이날 심포지엄에도 중국 최대 전자상거래기업 알리바바가 운영하는 온라인 쇼핑몰 티몰과 주요 백화점 인사들이 참석해 '비첩 자생 에센스 4.0'에 대한 기대감을 나타냈다고 설명했다.

이밖에 더후 브랜드 모델인 배우 이영애가 등장했다. 이영애는 비첩 자생 에센스 4.0을 활용한 피부 관리법을 소개하는 등 뷰티 토크를 진행했다. /이청하 기자

동국제약 여드름 치료제 '센스팟크림' 출시

동국제약이 55년 피부과학 기술력을 바탕으로 여드름 개선을 위한 일반의 약품을 선보인다.

동국제약은 여드름치료제 '센스팟크림'을 출시했다고 18일 밝혔다.

'센스팟크림'의 주요 성분은 이부프로펜피코놀30mg과 이소프로필메틸페놀10mg이다. 해당 제품은 여드름 부위의 염증을 완화하고 여드름균을 억제해 효과적인 여드름 치료가 가능하다는 것이 동국제약의 설명이다.

염증성 여드름은 모낭 속에 피지가 고여 딱딱해진 블랙헤드나 화이트헤드 같은 면포가 오래되어 세균에 감염되고 주위에 염증이 생겨 형성되는 증상이다. 이와 관련 동국제약은 여드름 치료도 시기를 놓칠 경우 흉터와 후유증을 남길 수 있어 적극적인 치료가 필요하다고 설명한다.

'센스팟크림'은 20g 대용량으로 구성됐다. 세안 후 적당량을 1일 수회 여드름, 뾰루지 등 환부에 도포하면 된다. /이청하 기자

CJ올리브영, 매장에 휴대용번역기 비치

美·中·日 등 16개 언어 실시간 통역
핵심소비층 외국인 고객 소통강화

CJ올리브영이 K뷰티의 핵심 소비층으로 떠오르고 있는 외국인 고객들과의 소통을 강화하고 있다.

CJ올리브영은 전국 매장에 휴대용번역기를 도입했다고 18일 밝혔다.

휴대용 번역기는 영어, 중국어, 일어, 베트남어, 러시아어, 몽골어 등 16개 언어를 실시간 통역할 수 있다. 번역기에 탑재된 카메라를 활용한 번역 기능도 갖췄다. 사진이나 캡처 화면을 인식해 내용을 번역하기 때문에 고객이 찾는 상품이나 성분을 정확하게 추천하는 것이 특징이다.

올리브영에 따르면 지난 2023년 한 해 동안 올리브영에서 외국인 고객이 사후 면세 혜택을 받는 구매 건수는



올리브영 명동 타운 직원이 휴대용번역기를 활용하여 외국인 고객을 응대하고 있다. /CJ올리브영

370만 건에 달한다. 이에 대해 올리브영은 방한 관광객의 절반가량이 올리브영을 방문해 K뷰티 상품을 구매할 상황이라고 설명했다.

실제로 관광지식정보시스템이 공개한 자료를 살펴보면, 지난 2023년 관광 목적으로 한국을 찾은 외국인 수는 약 880만 명이다.

/이청하 기자

하이트진로, 일본산 사케 첫 출시

'이agara시 준마이긴조 지카구미'

올해 창립 100주년을 맞이하는 국내 대표 종합주류회사 하이트진로가 일본산 사케 '이agara시 준마이긴조 지카구미'를 처음 출시한다고 18일 밝혔다.

'이agara시 준마이긴조 지카구미'를 생산하는 이agara시 주조는 1897년 설립되어 '전국 신주 감평회' 금상, '관동국세국 주류감평회' 금상 수상으로 관동 지역 313양조장 중 1위 양조장임을 증명한 바 있다.

'이agara시 준마이긴조 지카구미'는

720ml 용량에 알코올 도수는 16도이다. '지카구미'란 사케를 만드는 제조 방식의 하나로, 막 완성된 술을 그대로 병에 담아 산뜻한 맛과 향을 내는 것이 특징이다. 특히 '이agara시 준마이긴조 지카구미'는 감귤과 같은 신선한 향과 음용 도중에 느껴지는 탄산감이 맛을 한층 풍부하게 해 생선회와 같은 양념이 진하지 않은 요리와 잘 어울린다.

한국에는 1년에 340박스(12본입) 한정으로 수입이 될 예정이며 일본에서도 극소수의 특약점에만 제공된다.

/신원선 기자