

# 삼성바이오에피스, ‘키트루다’ 바이오시밀러 시장선점 분주

(흑색종 등에 쓰이는 면역항암제)

지난해 글로벌 의약품 매출 1위 오는 2028년 물질특허 만료 예정 삼성바이오에피스, ‘SB27’ 임상 종근당, 셀트리온도 진출 주력

면역항암제 ‘키트루다(성분명: 펌브롤리주맙)’의 물질특허 만료를 앞두고 국내 제약 기업들도 키트루다의 바이오시밀러 개발에 속도를 내고 있다.

미국 다국적 제약회사 머크가 개발한 ‘키트루다’는 흑색종, 비소세포폐암, 두경부암 등을 치료하는 데 쓰인다. 면역세포 표면의 PD-1 단백질을 억제해 PD-1과 PD-1 수용체의 결합을 막음으로써 면역반응을 활성화시켜 암을 치료하는 기전을 갖췄다.

24일 한국바이오협회에 따르면 키트루다의 2023년 연간 글로벌 매출 규모는 약 32조5000억원으로, 키트루다는 지난해 전 세계 의약품 시장에서 매출 1위를 차지했다.

또 키트루다는 2023년 매분기 두 자릿수의 성장세를 기록했다. 1분기 57억9500만 달러로 전년 동기 대비 20% 증가했으며, 2분기에는 62억7100만 달러로 19%, 3분기에는 63억3800만 달러로 17%, 4분기에는 66억800만 달러로 21% 증가하는 등 키트루다는 글로벌 블록버스터 의약품으로 자리매김했다.



‘키트루다’의 바이오시밀러로 개발되고 있는 SB27은 삼성바이오에피스의 11번째 파이프라인이다. /삼성바이오에피스

키트루다는 앞서 지난 2018년, 출시 4년 만에 72억 달러의 판매고를 올려 글로벌 연간 매출 순위 5위에 진입한 바 있다. 이후 키트루다는 2019년 100억 달러, 2022년 200억 달러를 돌파하는 등 매출 성장세를 지속해 왔다.

이런 가운데 ‘키트루다’는 오는 2028년 물질특허 만료를 앞두고 있다. 이에 따라 해당 시장을 선점하기 위한 경쟁에서 삼성바이오에피스가 적극적인 움직임을 보이고 있다.

삼성바이오에피스는 최근 ‘SB27’의 글로벌 임상 3상에 착수했다. ‘SB27’은 삼성바이오에피스가 키트루다의 바이오시밀러로 개발 중인 파이프라인이다. 삼성바이오에피스는 14개 국가에서 전이성 비소세포폐암 환자 616명을

모집해 ‘SB27’과 오리지널 의약품의 유효성, 안전성, 약동학 등을 비교할 계획이다.

뿐만 아니라 삼성바이오에피스는 올해 1월부터 한국을 포함한 글로벌 4개 국가에서 SB27 임상 1상을 진행 중이다. 임상 1상과 3상을 동시 진행하는 ‘오버랩’ 전략을 전개해 속도를 내고 있는 것이다. 바이오시밀러의 경우 오리지널 의약품을 통해 투약 용량이 정해져 있어 임상 2상을 건너뛸 수 있다.

이와 관련, 국내 제약 업계는 오리지널 의약품의 물질특허 만료 시기를 정조준하기 위한 방안이라는 분석을 내놨다.

종근당도 키트루다의 바이오시밀러 시장 진출에 주력하고 있다. 종근당은 지난 2022년 9월 싱가포르 제약회사 파

보렉스로부터 키트루다의 바이오시밀러 국내 독점 공급 및 판매권을 도입해 연구개발을 추진 중이다.

또 국내 제약 업계에 따르면 셀트리온은 제형 개발에 도전할 것으로 전망된다. 셀트리온은 자가면역질환 치료제 램시마와 램시마SC를 통해 제형 변경 기술을 입증하고 있는 만큼 제약 업계의 기대감을 높이고 있다.

다만 2023년 기준, 키트루다의 매출이 머크 전체 매출의 41.6%를 차지하고 있어 머크도 키트루다의 특허 방어 전략을 적극 구축할 것으로 전망되는 상황이다. 머크는 키트루다 적응증을 계속 확대해 현재 미국에서 18개 암종, 38개 적응증을 보유하고 있다.

특히 머크는 키트루다의 기존 정맥 주사 제형을 피하주사 제형으로 바꾸기 위한 연구개발에 집중하고 있는 것으로 알려졌다. 이와 관련 올해 2월 국내 바이오 기업 알테오젠이 미국 머크에 자체 보유 기술 및 제품 사용 독점권을 부여하는 방식으로 기존 라이선스 계약을 변경했다고 공시했다.

알테오젠은 2020년 머크와 인간 히알루로다니제 원천 기술(ALT-B4) 비독점 라이선스 계약을 체결한 바 있다. 해당 기술은 정맥주사를 피하주사로 바꾸는 기술이다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## 광동제약 미국산 과일 농축액 담은 썬키스트 오렌지·자몽소다

광동제약이 탄산 음료 시장에 도전한다.

광동제약은 ‘썬키스트 오렌지 소다’와 ‘썬키스트 자몽 소다’를 출시했다고 24일 밝혔다.

썬키스트 오렌지와 자몽 소다는 각각 미국산 오렌지 농축액과 자몽 농축액을 함유한다. 이에 따라 광동제약은 이번 신제품을 통해 시트러스 과일 특유의 상큼함과 탄산의 청량감을 느낄 수 있을 것이라고 설명한다.

이번 신제품은 355ml 캔, 600ml 페트, 1.5L 페트 등 3종으로 구성됐다. 오프라인 및 온라인 채널에서 판매되고 오렌지 소다 600ml 제품은 전국 주요 편의점에 진열된다.

/이청하 기자

## 유한양행 비건 선키어 브랜드 ‘딘시’ 앰버서더에 배우 안선영 선정

유한양행이 출시한 고급 비건 선키어 브랜드 ‘딘시’가 브랜드 이미지 제고에 나섰다.

딘시는 브랜드 앰버서더로 배우 겸 방송인 안선영을 선정했다고 24일 밝혔다.

딘시에 따르면 안선영은 TV홈쇼핑에서 1조 매출 신화를 달성한 것으로 유명하다. 딘시는 소비자들로부터 높은 신뢰도를 구축한 안선영과 함께 다양한 연령대의 소비자들과 소통할 계획이다.

특히 딘시는 젊은 세대뿐 아니라 3050세대까지 폭넓은 소비자층을 확보할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

/이청하 기자

## 동아제약 어린이용 장 건강식품 출시

동아제약은 어린이 장 건강기능식품 브랜드 ‘미니막스 랩 장 솔루션’에서 ‘베리맛’과 ‘요구르트맛’을 새롭게 출시했다고 24일 밝혔다.

동아제약은 이번 신제품에서 설탕과 아스타탐, 수크랄로스 등 단맛을 내는 감미료를 배제하고 과일농축분말과 천연향을 부원료로 활용해 베리맛과 요구르트맛을 구현했다.

해당 제품은 입에서 녹는 분말 제형이다. 분말 섭취가 어려운 아이들은 물이나 요거트에 섞어 섭취할 수 있다.

아울러 미니막스 랩 장 솔루션은 장속 미생물 생태계와 공생하는 동아제약의 EPS 특허 유산균을 함유한다. 동아제약에 따르면 뛰어난 장부착능, 내산성, 내담즙성, 내체장액성 등을 갖춘 EPS 균주는 유익균이 아이의 장까지 안전하게 정착해 증식하도록 돕고 유해균은 억제한다.

/이청하 기자

## NS홈쇼핑 스튜디오에 미디어월 도입 무대제작 폐기물 줄인다

NS홈쇼핑은 자사의 스튜디오 S150에 길이24m, 높이3.4m 크기의 미디어월을 도입했다고 24일 밝혔다. 이 미디어월은 리얼커브드 1.56mm LED 화면에 스튜디오를 가상의 이미지로 확장해 사용하는 확장현실(XR)을 구현할 수 있다.

NS홈쇼핑 측은 무대 제작의 폐기물을 줄여 친환경적인 스튜디오 운영이 가능하고, XR기술로 효과적인 상품 소개와 더불어 비용 절감 및 생산성 극대화 가능성이 높다고 설명했다.

미디어월 컨트롤을 위한 미디어서버는 실시간 데이터 연동 및 원격제어 기능이 탑재되어 홈쇼핑 방송에 효과적인 대응이 가능한 성능 개량된 버전으로, 업계와 국내 스튜디오에 미디어월이 적용된 이후 혁신적으로 진보된 사양의 미디어월 운영시스템이다.

미디어월과 원격제어 시스템 활용은 소수의 운영인력으로 무대 세팅 소요 시간을 줄일 수 있다. 특히 NS홈쇼핑의 경우 식품 편성이 높기 때문에 방송 중 조리 시 발생하는 열과 습기, 염분, 기름 등에 취약한 미디어월의 특성에 따라 스튜디오 운영 효율을 위한 도입과 반영 적기 시점 등의 고려 사항이 많았다. 이번 미디어월 도입으로 NS홈쇼핑은 도입 이전 발생했던 스튜디오(S150) 무대 폐기물을 비용 기준으로 연간 83.33% 절감할 수 있게 됐으며, 세트 제작 및 철거 소요 시간을 획기적으로 줄일 수 있게 됐다.

/최빛나 기자 vitna@

## 애경산업, 美 유통채널·신규고객 확보 ‘박차’

유통 플랫폼 실리콘투와 업무협약 美에 ‘에이지투웨니스’ 본격 선배 아마존서 시작… 모이다에도 입점

생활뷰티기업 애경산업이 미국 시장에서 브랜드 영향력 확장에 나섰다.

애경산업은 지난 23일 서울 애경산업 본사에서 글로벌 K뷰티 유통 플랫폼 실리콘투와 ‘미국 화장품 사업을 위한 업무협약’을 체결했다고 24일 밝혔다.

애경산업은 K뷰티의 세계화를 위한 해법을 제공하는 실리콘투와 협업해 미국 시장 내 유통 채널 확대, 신규 고객 확보 등에 주력한다는 방침이다.

특히 애경산업은 미국 시장에서 ‘에이지투웨니스(AGE20’s)’를 본격 선보



지난 23일 서울 애경산업 본사에서 열린 ‘미국 화장품 사업을 위한 업무협약 체결식’에서 김상준 애경산업 대표이사(왼쪽)와 김성운 실리콘투 대표이사가 기념사진을 촬영하고 있다. /애경산업

인다. 애경산업에 따르면 에이지투웨니스는 애경산업 대표 화장품 브랜드

로 앞서 중국, 베트남, 일본 등에서 K뷰티의 글로벌 입지를 구축해 왔다.

이번 업무협약을 통해 애경산업은 미국 최대 온라인 채널 아마존에서 운영을 시작한다. 에이지투웨니스는 오는 5월 실리콘투 미국 1호 오프라인 채널 ‘모이다’에도 입점한다.

이와 함께 애경산업은 제품 현지화 전략을 적극 펼친다. 미국 시장에서 에이지투웨니스 대표 제품인 ‘시그니처 에센스 팩트 인텐스 커버’ 6종을 출시하는 가운데, 이 중 3가지 호수는 미국 소비자 피부색에 맞게 개발한 것이다.

애경산업은 올해 하반기에는 선키어 제품군에서 미국 전용 상품을 공개할 계획이다.

/이청하 기자

## 나라셀라, ‘와인픽스 센텀점’ 이전 오픈

선착순 사은품 증정 행사 진행

와인 수입사 나라셀라가 부산 해운대역 앞에 있던 와인픽스 부산점을 센텀시티에 위치한 트럼프월드센텀으로 이전해 ‘와인픽스 센텀점’을 새롭게 오픈한다고 24일 밝혔다.

‘와인픽스 센텀점’은 나라셀라가 직접 운영하는 매장으로, 부산 해운대 센텀시티역과 벡스코역에서 모두 도보로 10분내에 위치하고 있어 고객의 접근성을 한층 높였다. 또 매장 내에는 온도가 중요한 화이트 와인을 구매 직후 시

원하게 즐길 수 있는 ‘질링존’과 부담 없이 즐길 수 있는 다양한 용량의 미니 어저 섹션을 마련해 타 매장과 차별화를 꾀했다.

‘와인픽스 센텀점’은 위스키, 사케, 맥주, 글라스, 치즈 등 1300여종의 주류 관련 상품을 한 자리에서 만나볼 수 있다. 또한 오픈 행사로 특별한 가격으로 만나 볼 수 있는 ▲위스키 발레니 21년 포트 우드 ▲산토리 야마자키 12년 ▲샤또 무풍 로칠드 2019 ▲샤또 팔보 2019를 선착순 한정 판매하고, 매주 산토리 가쿠빈, 맥캘란 12년 웨리 오크 등



부산 센텀시티에 오픈한 ‘와인픽스 센텀점’ /나라셀라

한정 특가 상품도 선보일 예정이다.

나라셀라는 ‘센텀점’ 오픈을 기념해 선착순 사은품 증정 이벤트도 진행한다. 먼저 상품 구매 고객에게는 선착순 100명에게 와인픽스 리유저블컵을 선물로 증정한다.

/신원선 기자 tree6834@