

“미술관에 온 패션매장”... 패션-예술 경계 허물자 구름인파

신세계인터 요지 야마모토 팝업 미술관 연상 컬렉션 전시공간 마련

MCM 아틀리에 비아기티 협업 매장에 작품전시·브랜드 진열

최근 폐막한 세계적인 아트페어 축제 ‘프리즈 서울’에 작년에 이어 이번에도 7만여명 이상의 방문객이 다녀가면서 아트페어 시장 성장세가 다시 한번 입증됐다. 이에 따라 패션업계는 아트페어를 활용한 마케팅 전략을 강화하고 있다.

9일 업계에 따르면 아트페어 시장이 성장하면서 전시회를 겸한 패션 팝업 매장이 점점 늘어나고 있다. 아트페어는 여러 개의 예술 작품이 한 곳에 모여 전시 및 판매되는 행사를 뜻한다.

실제 문화체육관광부에 따르면 국내 미술시장은 2022년 기준으로 약 1조 377억원 규모에 이르는 것으로 알려져 있다. 2021년에 비해 37.2% 성장한 수치다.

그중에서도 특히 아트페어 시장이 성장세를 보인다. 아트페어 숫자와 함께 아트페어 관련 종사자 수가 늘어



프리즈 서울 입구 사진.

/뉴시스

것. 한국저작권위원회에 따르면 아트페어 수는 2021년 65개에서 2023년 82개로 증가했으며, 2023년 아트페어 관련 종사자 수 역시 전년 대비 5.3% 증가했다.

미술 시장이 점점 커지자, 패션업계는 예술 작품을 활용한 마케팅 전략에 나섰다.

신세계인터내셔널은 지난 6일 서울 압구정 도산공원 인근에 디자이너 브랜드 요지 야마모토의 국내 첫 팝업 매장을 오픈했다. 특히 이번 팝업에 주목할 점은 미술관을 연상케 하는 컬렉션

전시 공간으로 마련됐다는 것이다. 올 가을 겨울 시즌 신규 상품과 사진작가 타카이(Takay)와 협업한 사진 작품이 함께 전시된다.

패션 브랜드 엠씨엠(MCM) 역시 디자이너와 협업한 작품 전시를 팝업 매장에서 함께 진행했다. 엠씨엠은 지난 2일 서울 강남구 청담동의 팝업 매장에서 ‘웨어러블 까사’ 전시회를 진행했다. 매장 1층과 3층, 5층이 디자이너 아틀리에 비아기티(Atelier Biagetti)와 알베르토 비아기티(Alberto Biagetti)와 협업한 예술 작품 전시 공간으로

활용됐다. 2층과 4층은 엠씨엠의 기존 패션 브랜드 제품이 진열됐다.

한편, 패션 자체에 예술을 접목한 마케팅도 있다. CJ온스타일의 패션 브랜드 ‘셀럽샵 에디션’은 허명욱 색채 작가와 함께 협업한 의류 제품을 선보였다. 지난 7일 작품을 입다라는 주제로 11종의 신상품이 공개됐다.

특히 순수예술과 실용미술의 경계를 넘나드는 허명욱 작가의 작품 ‘언타이틀 2023 옷칠 온 캔버스(Untitled 2023 ottchil on canvas)’의 작품을 표현한 ‘드로잉 샤 스커트’ 제품이 대표적이다. 이 외에도 작가의 또 다른 작품인 ‘언타이틀 2023 옷칠 온 패브릭(Untitled 2023 ottchil on fabric)’을 기반으로 한 셔츠 상품도 준비됐다.

CJ 온스타일 관계자는 “앞으로도 셀럽샵 에디션은 업계 경계를 허무는 다양한 협업을 진행하며 고객들에게 특별한 경험을 제공하겠다”고 밝혔다.

다른 업계 관계자 역시 “MZ세대를 중심으로 아트페어 시장이 성장하고 있다”며 “또 가을에 예술 작품 전시회가 많이 생겨나는 만큼 이를 활용하는 마케팅이 늘고 있다”고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

해태htb

구름산 탄산비타액 출시

LG생활건강의 자회사 해태htb가 자양강장 음료 브랜드 ‘영진 구름산’에서 ‘탄산비타액(150ml)’을 출시했다고 9일 밝혔다.

LG생활건강에 따르면 ‘구름산 탄산비타액’은 혼합음료로 판매되는 비타민 음료와 달리 식품의약품안전처 기준으로 ‘의약품’으로 분류된다.

‘구름산 탄산비타액’은 비타민C를 비롯해 비타민B2와 B6까지 함유해 피로 회복, 기미와 주근깨 완화 등에 도움을 주는 효과를 갖는다. 이와 함께 탄산을 넣어 LG생활건강은 이번 신제품이 탄산음료를 마시는 것처럼 짜릿한 상쾌함을 선사할 것으로 기대하고 있다. /이청하 기자

LF 헤지스

메타버스서 신상품 선포

생활문화기업 LF의 캐주얼 브랜드 ‘헤지스’가 메타버스 플랫폼을 활용해 이른 가을 신규 상품을 선보인다.

LF의 헤지스는 메타버스 플랫폼 줌(ZEP)에서 프리폴(Pre-Fall) 컬렉션 ‘잉글리시 가든’ 팝업 스토어를 연다고 9일 밝혔다.

LF에 따르면 잉글리시 가든 팝업 스토어는 이달 동안 메타버스 줌을 통해 운영된다. 방문자는 메타버스 세계에서 나만의 아바타를 만들어 헤지스의 브랜드 역사와 함께 가을·겨울 시즌 상품군을 살펴볼 수 있다. 메타버스 잉글리시 가든 정원에 비치된 마네킹을 클릭하면 관련 화보도 확인할 수 있다.

헤지스는 메타버스 내에서 아이템을 획득해 옷장을 완성한 참여자를 대상으로 마일리지와 할인 쿠폰도 지급한다. /안재선 기자

JW중외제약

하이브리드 보육기 첫 선

JW중외제약이 국내 최초로 보육기 국산화를 성공시킨 독자 기술력으로 글로벌 경쟁력을 높이고 있다. JW중외제약은 지난 4일부터 6일까지 서울 강남구 코엑스에서 열린 ‘제23차 아시아·오세아니아 주산의학학술대회(FA OPS 2024)’에 참가했다고 9일 밝혔다.

‘아시아·오세아니아 주산의학학술대회’는 태아, 신생아, 산모와 관련된 주산의학 분야를 다루는 학술대회 중 하나로 아시아 최대 규모를 갖는다. 지난 1998년 이후 26년 만에 한국에서 개최된 이번 행사에는 전 세계 23개국 600여 명의 전문가가 참석해 최신 연구성과 등을 공유했다.

특히 JW중외제약은 별도 부스를 마련하고 지난 2023년 6월 출시한 ‘하이-마미 하이브리드(JW-Hi7000) 보육기’를 전시했다.

국내 헬스케어 기업 중 최초로 JW중외제약이 자체 개발한 이 제품은 상부 패널이 개방된 상태에서도 가운 장치가 작동해 신생아에게 최적의 온도를 제공한다. /이청하 기자

“ADC신약 2029년 상업화... 내년 매출 5조 기대”

서정진 셀트리온 그룹회장
모건스탠리 헬스케어 콘퍼런스
‘집펜트라’ 올해 매출 2500억 전망

셀트리온이 ‘글로벌 빅파마’로 도약하기 위한 성장전략을 제시했다. 셀트리온은 지난 6일(현지시간) 미국 뉴욕에서 열린 ‘제22회 모건스탠리 글로벌 헬스케어 콘퍼런스’에서 서정진 셀트리온그룹 회장과 서진석 셀트리온 경영사업부 대표이사(오른쪽)가 발표를 진행하고 있다. /셀트리온그룹

서진석 대표가 ‘선구자에서 혁신자로’라는 주제로 발표를 하고 셀트리온의 신약 파이프라인과 후속 바이오시밀러 개발 상황 및 향후 일정을 설명했다.

구체적으로 살펴보면, 먼저 셀트리온은 신약 파이프라인을 ADC(항체약



지난 6일(현지시간) 미국 뉴욕에서 열린 ‘제22회 모건스탠리 글로벌 헬스케어 콘퍼런스’에서 서정진 셀트리온그룹 회장(가운데)과 서진석 셀트리온 경영사업부 대표이사(오른쪽)가 발표를 진행하고 있다. /셀트리온그룹

물 접합체)와 다중항체 영역으로 확장한다. 셀트리온은 오는 2029년 첫 제품 상업화를 목표로 ADC 신약 3종, 다중항체 신약 3종을 선정해 속도를 내고 있으며, 이중 진척도가 가장 빠른 ADC 신약 2종은 올해 공개하고 2025년부터 임상 절차에 본격 돌입할 계획이다.

다음으로 바이오시밀러 사업 부문에서는 시장 지배력을 강화하는 데 역량을 쏟는다. 셀트리온은 2025년까지 11개 제품에 대해 품목허가를 획득하고, 2030년까지 22개 제품 포트폴리오를 확보하겠다고 밝혀 왔다. 이에 따라 현재 셀트리온은 자가면역질환 치료제를

넘어 천식·두드러기, 안과, 대사성골질 환까지 제품군을 확대하는 등 다제품 전략을 펼치고 있다.

서정진 회장은 다니엘 코헨 모건스탠리 미국 헬스케어 투자 부문 마케팅 디렉터와 대담 및 질의응답을 진행했다. 이 자리에서 서정진 회장은 올해 셀트리온 주력 제품의 성장 가능성과 향후 신규 사업에 대한 비전을 밝혔다.

서 회장은 셀트리온이 지난 3월 미국에서 신약으로 첫 선을 보인 ‘집펜트라’가 올해 목표 매출 2500억원을 돌파할 것으로 전망했다. 다른 바이오시밀러 제품들도 올해 전체 목표 3조5000억원을 달성할 것으로 기대되고 있는 가운데, 서 회장은 ‘집펜트라’가 미국 시장에서 점유율을 확대해 나간다면 2025년에는 전체 매출 5조원까지도 가능하다고 설명했다. /이청하 기자 mlee236@

키 크는 주사 ‘유트로핀’ 안전성·효과 확인

LG화학, 관찰연구 중간분석결과 발표

LG화학이 국내 처음 판매를 시작한 일명 키 크는 주사, ‘유트로핀’의 장기 치료 안전성과 효과가 확인됐다. 국내 아이들을 대상으로 한 연구 결과로, 저신장증 환자들의 치료에 나침반이 될 전망이다.

LG화학은 7일, 소아 성장 전문 의료진 대상의 ‘LGS(LG 성장 연구·LG Growth Study)’ 심포지엄을 열고, 국내 저신장증 환자 대상의 장기간 전향적 연구인 유트로핀 제품군 관찰연구의 중간

분석 결과를 발표했다고 9일 밝혔다.

LG화학은 지난 1993년 수입제품 대체를 위해 국내 최초의 저신장증 치료제 유트로핀을 출시했다. 지난해에는 가장 많이 쓰이는 펜 제형 제품의 생산 공정 내재화에 300억원 이상을 투입해 공급 안정성을 한층 높였다.

LG화학은 국내 처음으로 한국 소아 대상의 성장호르몬 장기 투약 데이터 확보를 위해 2012년부터 연구를 진행해오고 있다. 2032년까지 20년간 환아 1만명을 모집해 장기 안전성 및 유효성을 관찰하는 대규모 연구다. /이세경 기자 seilee@

전 세계에 차세대 재생 치료제 기술 알린다

오가노이드사이언스

30일 바이오헬스 네트워크 행사

오가노이드 기반 전문 기업 오가노이드사이언스가 국가첨단전략기술로 선정된 차세대 재생 치료제 기술을 전 세계에 알린다.

오가노이드사이언스는 오는 30일 글로벌 바이오헬스 분야 대규모 네트워킹 행사 ‘아시아를 향해: 글로벌 바이오헬스의 새로운 시대’를 진행한다고 9일 밝혔다.

행사에는 한국은 물론, 베트남, 태

국, 싱가포르, 인도네시아의 산·학·연·병 및 정계 주요 인물들이 참석할 예정이다. 9월 초 기준, 지난해를 뛰어넘는 굴지의 국내외 인사들이 참석 확정하면서 국내 바이오헬스 분야로는 가장 성대한 네트워크 행사가 될 것으로 보인다.

이번 행사는 지난해 11월 오가노이드사이언스가 개최한 ‘한국-베트남 네트워킹 행사’가 올해는 아시아 국가 전역으로 확장했다는 의미가 있다. 행사는 참석을 원하는 국내 관계자를 위해 9월 15일까지 등록 진행한다. /이세경 기자