

잘 나가는 뷰티 디바이스... 韓, 차세대 신제품 경쟁 치열

에이피알 '하이 포커스 샷' 등 공개
달바 '시그니처 올빼라 더블 샷' 선보
동국제약 더마 센텔리안 24
'마데카 프라임' 신제품 출시 예정

국내 뷰티 브랜드들이 독자적인 뷰티 테크를 발전시켜 국내외 시장에서 경쟁력을 확보하고 K뷰티 산업의 글로벌 성장 가능성을 높이고 있다.

7일 뷰티 업계에 따르면 글로벌 뷰티 테크 기업 에이피알은 '뷰티 디바이스 강자'로서 경쟁에서 앞서 나가고 있다.

에이피알의 뷰티 디바이스는 올해 9월 셋째 주 기준, 국내외 누적 판매량 250만 대를 돌파했다. 특히 해외 시장 누적 판매량이 100만대를 넘겨 전체 판매에서 해외 실적이 차지하는 비중은 40% 이상이다. 또 지난 2023년 같은 시점 대비 1년 만에 해외 누적 판매량은 두 배 이상 증가한 것으로 집계됐다는 것이 에이피알 측의 설명이다.

에이피알은 앞서 올해 상반기에는 누적 매출액 3044억원을 기록해 역대 최대 반기 매출을 올렸다. 같은 기간 영업이익은 558억원이다. 이 가운데 '뷰티 디바이스'의 상반기 매출액은 전년 동기 대비 34.8% 증가한 1370억원으로, 해당 매출이 에이피알 전체 매출에서



메디큐브 '에이지알 뷰티 디바이스' 제품군.

/에이피알

차지하는 비중은 44.3%다.

브랜드 대표 제품 '부스터 프로'의 경우 지난 9월 2일 미국 최대 e커머스 아마존의 '주름&안티에이징 디바이스' 부문에서 인기 품목 1위에 올랐다. 에이피알은 올해 2월부터 미국에서 부스터 프로를 판매하고 있는데, 지난 4월과 7월 각각 아마존의 톱딜, 프라임데이 등을 통해 소비자 인기를 입증해 왔다.

에이피알은 미국 시장에서 강한 성장세를 지속함과 동시에 중화권 국가에서도 매출 성장을 이뤄 뷰티 업계의 주목을 받고 있다. 에이피알은 올해 5월 중

국 현지에서 부스터 프로를 출시했다. 이후 중국 618쇼핑축제에서 라이브 커머스 방송을 마련해 총 3회에 걸쳐 누적 매출액 36억원의 판매고를 올리는 등 새로운 성과를 창출했다.

이와 함께 에이피알은 최근 공개한 신제품 '울트라톤 40.68', 초음파 뷰티 디바이스 '하이 포커스 샷' 등의 해외 판로를 넓히는 데 집중하고 있다.

프리미엄 비건 뷰티 브랜드 '달바'도 뷰티 디바이스 시장에서 신제품을 내놓으며 경쟁 대열에 합류한다. 달바는 지난 9월 말 파크 하얏트 부산에서 열린 국

제 행사 '월드 웰니스 위켄드'에서 '시그니처 올빼라 더블 샷'을 처음 소개했다.

달바에 따르면 이번 신제품은 국내 최초 두 개의 헤드를 하나의 기기에 설치한 올인원 디바이스다. 더블 샷으로 사용 시간은 두 배로 줄고, 관리 효과도 두 배로 늘린 것이 특징이다.

달바는 지난 8월에도 그랜드하얏트 서울에서 하얏트호텔의 주요 파트너인 아시아 태평양 지역 우수 기업인들을 대상으로 뷰티 클래스를 진행하는 등 K뷰티 인기를 이끌어 갈 차세대 브랜드로 자리매김 중이다. 실제로 달바의 올해 상반기 해외 매출은 전년 동기 대비 244% 성장해 536억원을 기록했다. 큰 폭의 증가세에 따라 달바는 올해 하반기까지 총 해외 매출이 1300억원 대에 진입할 것으로 내다보고 있다.

동국제약의 더마 화장품 브랜드 '센텔리안24'는 신개념 제품 '마데카 프라임 리추얼 화이트 펄' 출시를 앞두고 있다. 센텔리안24에 따르면 '마데카 프라임 리추얼 화이트 펄'은 최신 기술력에 전통적인 피부 관리법인 괄사를 접목한 3중 고주파 뷰티 디바이스다. 3중 고주파 모드, 흡수 모드, 탄력 모드, 괄사 테크닉 등을 얼굴과 바디에 활용 가능하다.

센텔리안24는 지난 2023년 1월부터 '마데카 프라임'을 출시하며 뷰티 디바

이스 시장 선점에 속도를 냈다. 마데카 프라임 티글 샷, 탱글 샷, 마데카 프라임 인피니티 등으로 제품군을 잇따라 확장한 것이다. 브랜드 대표 제품 마데카 프라임의 경우 출시 1년 만에 누적 판매액 200억원을 달성하기도 했다.

동국제약은 센텔리안24를 포함한 헬스케어 사업을 기반으로 오는 2025년 매출 1조원을 목표로 하고 있다. 지난 2017년부터 2023년까지 센텔리안24를 중심으로 한 동국제약 헬스케어 사업의 연평균 성장률은 19.3%에 이른다. 2023년 기준 해당 사업 매출액은 200억원 대를 달성하는 등 동국제약 전체 실적을 견인하고 있다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



동국제약의 뷰티 브랜드 센텔리안24가 선보이는 '마데카 프라임 리추얼 화이트 펄'의 이미지컷. /동국제약

삼양홀딩스, '유전자 치료제' 개발역량 강화

진코어 공동연구 계약 체결
항암제 등 파이프라인 확대

삼양홀딩스 바이오팜그룹이 유전자 신약개발 분야에서 전문성을 강화하기 위한 협업에 나선다. 삼양홀딩스 바이오팜그룹은 최근 유전자 가위 전문기업 진코어와 '유전자 치료제 공동연구 계약'을 체결했다고 7일 밝혔다.

이번 계약은 새로운 유전자 치료제를 개발하기 위한 기초 연구에 관한 것으로, 양사는 각사의 유전자 전달 기술과 유전자 편집 기술의 타당성을 검증하고 본격적인 공동개발을 진행한다는 방침이다.

삼양홀딩스 바이오팜그룹이 독자 개발한 '센스(SENS)'는 약물 전달 기술(DDS) 플랫폼이다. 핵산 기반 유전자 치료제, 유전자 교정 약물 등을 간, 폐, 비장 등 다양한 조직의 특정 세포에 선택적으로 전달하는 기능을 갖췄다. 센

스를 활용한 백신, 항암제 등을 개발해 다양한 파이프라인을 구축하겠다는 것이 회사 측의 설명이다.

진코어는 혁신적인 초소형 유전자가위 기술인 '타겟(TaRGET)'을 보유하고 있다. 진코어의 'TaRGET'은 지난 2023년 국가연구개발 최우수 성과에 선정되고, 미국 글로벌 제약사와 약 8000억원 규모의 기술수출 계약을 맺는 등 국내외에서 기술력을 인정받고 있다. 특히 해당 기술은 정밀한 유전자 교정이 가능해 활용도가 높은 것으로 평가되고 있고, 이를 기반으로 진코어는 망막 질환, 신경근육 질환, 뇌신경, 간 유전 등을 적응증으로 하는 희귀질환 유전자 치료제 개발에 집중하고 있다.

삼양홀딩스 바이오팜그룹은 이러한 양사의 강점을 융합해 보다 효과적이고 안정성 높은 유전자 치료제 개발에 속도를 낼 수 있을 것으로 기대하고 있다.

삼양그룹은 지난 1일 개최한 창립 100주년 기념식에서도 유전자 치료제 등 첨단 산업에 도전해 혁신을 이루겠다고 발표하는 등 미래 성장 전략으로 의약 사업의 중요성을 강조했다. 실제로 삼양홀딩스 바이오팜그룹은 일찍이 약물 전달 기술(DDS)에 집중해 왔다. 센스(SENS)에 앞서 폴리머릭 미셀(PM) 기술, 고분자 나노 입자(PNP) 기술, 약물 지속 방출 기술인 SR 등을 개발했고 해당 기술을 적용한 의약품도 출시한 것이다. 난소암, 유방암, 폐암 등의 1차 치료에 쓰이는 제넥솔PM주사제, 나녹셀 M주사제 등이 대표적이다.

삼양홀딩스 바이오팜그룹은 현재 지속적인 제품 포트폴리오 확대를 위해 체내 흡수율 향상, 안정성 개선, 제형 개선 등을 통한 차별화된 고품질 및 혈액암 항암제 개발을 추진 중이다.

/이청하 기자 mlee236@

신제품

LG생건, '에그라이크 크림 블러쉬' 출시

LG생활건강은 비건 메이크업 브랜드 '프레시안'에서 '에그라이크 크림 블러쉬'를 새롭게 출시한다고 7일 밝혔다.

LG생활건강에 따르면 프레시안 '에그라이크 크림 블러쉬'는 크림 제형을 갖춘 비건 블러셔로 적은 양을 얇게 발라 조명을 켜 듯 화사한 얼굴을 완성해 준다. 비건 스킨케어 성분은 68%

함유해 어떤 피부에도 들뜸 없이 사용할 수 있는 것도 특징이다.

특히 이번 신제품은 아이돌 메이크업 장인으로 유명세를 타고 있는 K팝 스타들의 메이크업 아티스트 이나겸씨가 제품 개발에 참여해 출시 전부터 화제를 모았다.

/이청하 기자

아모레퍼시픽, '비글로우 스틱 웨딩' 선보

아모레퍼시픽의 메이크업 브랜드 에스쁘아가 '비글로우 스틱 웨딩'을 새롭게 선보인다고 7일 밝혔다.

에스쁘아에 따르면 '비글로우 스틱 웨딩'은 막대 형태의 음영 메이크업 제품이다. 피부에 부드럽게 녹아드는 제형과 낮은 명도의 발색이 얼굴 윤곽을 보다 확실하고 자연스럽게 완성해 준

다. 피부 톤에 맞춰 사용할 수 있도록 '쿨 그레이'와 '뉴트럴 그레이' 총 2가지로 구성됐다.

또 이번 신제품은 에스쁘아만의 기술력으로 높은 밀착력을 갖췄고 비건 클린 처방으로 피부 부담 없이 사용 가능하다는 것이 회사 측의 설명이다.

/이청하 기자

삼바, 차별화 CDMO 경쟁력 뽐낸다

(위탁개발생산)

2024 세계 제약·바이오 전시회
주요위치 부스 마련... '월 그래픽' 구현

삼성바이오로직스는 오는 8일부터 10일까지(현지 시간) 이탈리아 밀라노에서 열리는 '2024 세계 제약·바이오 전시회(CPHI 2024)'에 참가한다고 7일 밝혔다.

삼성바이오로직스는 지난 2018년부터 단독 부스를 마련해 참가해 왔다. 이

번 행사에서는 전시장 주요 위치에 부스를 설치해 세계 여러 나라의 고객과 비즈니스 교류를 강화하고 잠재 고객을 발굴할 계획이다.

특히 삼성바이오로직스는 부스 벽면에는 '월 그래픽'을 구현해 회사의 경쟁력을 한눈에 볼 수 있도록 강조했다. 오는 2025년 준공 예정인 5공장을 포함해 78만4000리터에 달하는 세계 최대 수준의 바이오의약품 생산능력,



삼성바이오로직스 'CPHI 2024' 단독 부스 조감도. /삼성바이오로직스

고객맞춤형 위탁개발(CDO) 플랫폼, 항체·약물 접합체(ADC) 포트폴리오 등 차별화한 위탁개발생산(CDMO) 경쟁력을 소개한다.

/이청하 기자

GC녹십자, 어린이용 '콜록키즈펜시럽'

GC녹십자는 어린이용 해열진통제 '콜록키즈펜시럽'을 새롭게 출시했다고 7일 밝혔다.

GC녹십자가 이번에 출시한 '콜록키즈펜시럽'은 '콜록' 제품군의 첫 어린이용 제품으로 주성분은 아세트아미노펜이다. 아세트아미노펜은 발열, 감기, 두통, 통증, 신경통, 근육통 등을 완하는

데 도움을 주는 성분이다. 펜 통증을 완화하는 데 도움을 주는 성분이다.

이와 함께 GC녹십자는 체리향을 첨가해 아이들이 거부감 없이 섭취할 수 있도록 복용 편의성을 높였다. '콜록키즈펜시럽'은 5ml 용량으로 소포장됐는데, 막대형으로 구성돼 1회 복용 시 1포씩 그대로 찌서 복용하면 된다. /이청하 기자