

제약사들, '뷰티 시장' 경쟁 본격화 차별화·소비자 취향 저격으로 승부수

동국제약 '센텔리안24' 브랜드 확장
종근당 '클리덤' 소비자 맞춤형
대응전략 고기능성 피부 치료 강화

국내 제약 업계가 각사의 뷰티 사업을 차별화하면서 브랜드 경쟁력을 높이기 위한 경쟁을 이어가고 있다.

16일 관련 업계에 따르면 동국제약은 더마 화장품 브랜드 센텔리안24에서 '마데카' 후속 제품을 내놓으며 브랜드 성장세를 지속하고 있다.

센텔리안24의 흉터 관리 제품 '프로슈티컬스카겔'은 올해 7월부터 12월까지 6개월 간 총 3억원의 매출을 올렸다. 이 제품은 생활 흉터부터 화상이나 수술 후 흉터, 오래된 켈로이드성 흉터, 건조하고 가려운 흉터 등에 다양하게 활용 가능하다. 동국제약이 독자 개발한 '센텔리아시타가 추출물'을 핵심 성분으로 함유하고 있고, 투명한 실리콘 겔 제형을 갖췄다.

동국제약이 앞서 지난 2015년부터 판매하고 있는 센텔리안24 대표 제품 '마데카 크림'은 올해 3분기 누적 판매량 6300만개를 기록했다. 이와 함께 동국제약이 센텔리안24를 포함한 헬스케어 사업으로 올린 올해 3분기 누적 매출 규모는 2020억원에 이른다. 이는 동국제약의 올해 3분기 전체 누적 매출의 33%를 차지하는 수준이다.

동국제약은 올해 3분기 누적 실적으로 매출 6012억원, 영업이익 628억원, 순이익 540억원 등을 달성했다. 누적 매출은 전년 동기 대비 10.7%, 같은 기간 누적 영업이익과 순이익은 각각 35.2%, 39% 증가했다.

이와 관련, 동국제약은 센텔리안24 제품군을 지속 확대함으로써 브랜드 파워를 강화하는 데 성공했다는 분석을 내놨다.

동국제약이 국내 제약 기업 가운데 성공적인 화장품 사업 모델을 구축하고 있는 가운데 종근당, 대응제약 등의 쟁점



종근당의 다이소 전용 더마 브랜드 '클리덤'

/종근당건강

음도 관련 업계의 이목을 집중시킨다.

종근당건강은 최근 균일가 생활용품점 다이소 전용으로 피부고민 맞춤형 더마 브랜드 '클리덤'을 공개했다.

종근당건강은 다이소 입점점으로 클리덤을 합리적인 가격으로 제공해 가성비 중심의 소비 유행을 적극 공략한다는 방침이다. 종근당건강은 클리덤의 '저분자 콜라겐' 기반 스킨케어 제품과 입술 메이크업 제품이 피부 고민을 가진 10대~20대 소비자들을 정조준할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

종근당건강은 기존에는 피부건강기능화장품 브랜드 '씨케이디 개런티드'를 선보여 왔다. 종근당건강은 씨케이디 개런티드를 통해 화장품에 팔사를 접목해 증가하는 홈케어 수요에 적극 대응했다. 이후 눈가용, 목 주름 관리 등 실용성을 높인 팔사 뷰티 제품군을 세분화하며 소비자층을 넓혔다.

대응제약은 더마 코스메틱 브랜드 '이지듀', 스킨케어 브랜드 '이지덤' 등을 전개하며 고기능성 제품으로 소비자를 공략한다.

대응제약과 디엔코스메틱스가 만든 이지듀는 대응제약 30년 노하우와 기술을 집약해 특허 성분을 개발했다. 초고활성 피부 성장인자인 'DW-EGF'는 손상된 피부부터 피부 본연의 재생 기능까지 개선해 준다는 것이 이지

듀 측의 설명이다.

이지듀는 해당 성분을 활용해 앰플, 메이크업 쿠션 등으로 제품군을 확장하고 있다. 이지듀가 지난 10월 자사 공식몰에서 출시한 신제품 '멜라비 토닝 기미 앰플 쿠션'의 경우, 출시 두 달만에 1, 2차 물량 10만 개가 전량 소진되기도 했다.

이와 함께 대응제약의 '이지덤'은 'K뷰티' 대열에 합류해 제품 효능·효과를 인정받으며 K뷰티 위상을 높이고 있다.

대응제약에 따르면 이지덤은 국소부위에 사용하는 습윤 밴드 제품으로 하이드로콜로이드 성분을 함유하고 있어 피부 조직 재생을 촉진한다. 지난 2016년부터 8년 연속으로 약국 스팟케어 제품 판매 순위에서 1위를 유지하는 등 제품력을 입증해 왔다. 또 지난 2023년 8월 일본 대형 온라인 쇼핑몰 '큐텐'에 처음 진출한 이지덤은 4개월 만에 실시간 스팟케어 분야 1위에 이름을 올리고, 올해 상반기에는 큐텐 메가와리 행사에서 완판을 기록하기도 했다.

업계의 한 관계자는 "화장품 소비 범위가 소비 연령, 소비 목적 등에 따라 다양해지면서 이미 국내 화장품 시장은 포화 상태라고 해도 경쟁은 끊이지 않으며 그 양상도 다양해질 수밖에 없다고 보면 된다"고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

피부 타입별 맞춤형 '비건 클렌징 폼' 선택

애경 '알피스트', 99.5% 노폐물 제거

생활뷰티기업 애경산업이 비건 화장품 브랜드 '알피스트'에서 모공 속 노폐물 세정과 피부 보습 기능을 갖춘 '비건 클렌징 폼'을 출시했다고 16일 밝혔다.

애경산업에 따르면 알피스트 비건 클렌징 폼은 피부 보습에 도움을 주는 세라마이드 성분을 미세 캡슐에 담고 있다. 또 쫀쫀하고 풍성한 미세 거품을 구현해 피부 마찰을 줄이면서 모공 속 노폐물을 세정해 준다.

이와 함께 알피스트 비건 클렌징 폼은 스위스 고산지대에서 자라 강인한 생명력을 품은 에델바이스꽃과 알파인 워우드 등 8가지 허브의 추출물을 함유해 자극받은 피부를 관리할 수 있다는 것이 애경산업 측의 설명이다.

특히 이번 신제품은 피지 등으로 인해 번들거림이 고민인 지성 피부에 적합한 '비건 마이크로 버블 딥클린 클렌징 폼', 민감하고 건조한 건성 피부를 위한 '비건 약산성 모이스춰 클렌징 폼' 등 2종류로 구성돼 피부에 따라 선택 가능하다.

실제로 애경산업은 인체적용시험에서 '비건 마이크로 버블 딥클린 클렌징 폼' 1회 사용 후 모공 속 노폐물이 99.481% 세정됐고, '비건 약산성 모이스춰 클렌징 폼'의 경우, 피부 보습량이 75% 개선됐다고 설명했다.

아울러 애경산업은 이들 제품 포장에 플라스틱을 재활용한 PCR 소재를 50% 활용해 피부뿐 아니라 환경까지 생각하는 클린 뷰티를 적극 실천했다.

/이청하 기자

혈액암 치료제 '벨케이드주' 독점 판매

SK플라즈마 포트폴리오 확대

혈액제제 전문 기업 SK플라즈마가 한국얀센과 다발성골수종 및 외투세포 림프종 치료제인 '벨케이드주(성분명: 보르테오맙삼합체)'에 대한 국내 독점 판매 계약을 체결했다고 16일 밝혔다.

이번 협약에 따라 한국얀센은 벨케이드주 제품을 생산·공급하고, SK

플라즈마는 국내 유통과 마케팅을 맡는다.

특히 SK플라즈마는 희귀질환 치료제 포트폴리오를 확장하게 됐다. SK플라즈마는 앞서 지난 2023년 한국얀센과 골수형성이상증후군 및 급성 골수성 백혈병 치료제인 다코젠주(성분명: 데시타빈)에 대한 독점계약을 체결해 해당 제품을 판매하고 있다. /이청하 기자

W컨셉, 연말 선물하기 매출 30% 증가

'퍼펙트 홀리데이' 기획전 진행

패션 플랫폼 W컨셉이 연말을 앞두고 '선물하기 서비스' 매출이 증가했다고 16일 밝혔다. W컨셉에 따르면 지난 12월 1일부터 10일까지 선물하기 서비스 매출은 직전 열흘 대비 30% 증가했다. 제품군별로는 럭셔리 72%, 뷰티 70%, 홈 60%, 여행 54%, 가방 51%, 의류 24% 매출 신장세를 기록했다.

이에 따라 W컨셉은 이달 22일까지 연말 선물을 제안하는 '퍼펙트 홀리데이' 기획전

를 진행한다.

이번 기획전에서는 머플러, 장갑, 양말, 뷰티 상품부터 라운지웨어, 키친용품, 크리스마스용품까지 총 3만 개의 상품을 선보인다. 이 중 머플러, 장갑, 양말, 뷰티, 홈 제품군은 선물 포장 서비스도 제공한다.

또한, 선물하기 좋은 가격대별 상품도 마련했다. 3만원 미만의 귀걸이와 장갑부터 소니 헤드폰, 아더에러 머플러 등 10만원 이상 고가 상품까지 준비됐다. /안재선 기자 wotjs4187@

셀트리온, 바이오시밀러 11종 목표 조기달성

바이오시밀러 4종 유럽 허가권고
24조 규모 해외 시장 공략 본격 시동

셀트리온이 11종 바이오시밀러 구축 목표를 조기 달성할 전망이다. 유럽에서 4종 바이오시밀러가 한꺼번에 허가권고를 획득하면서 135조원 글로벌 시장 본격 공략에 나설 준비를 시작했다.

셀트리온은 16일 유럽의약품청(EMA) 산하 약품사용자문위원회(CHMP)로부터 약템라 바이오시밀러 '엡토즈마', 아일리아 바이오시밀러 '아이덴젤트', 프롤리아-엑스지바 바이오시밀러 '스토보클로' '오센벨트'에 대한 유럽 품목허가 승인 권고 의견을 받았다고 밝혔다.

엡토즈마는 류마티스 관절염(RA), 거대세포동맥염(GCA) 등 자가면역질환

치료에 사용되는 오리지널 의약품 약템라의 바이오시밀러로, 앞서 진행된 글로벌 임상 3상을 통해 오리지널 의약품 대비 동등성 및 유사성을 입증했다.

셀트리온은 엡토즈마의 품목허가를 획득하면 기존 TNF-α (중양표사인자) 억제제 제품군에 더해 인터루킨(IL) 억제제까지 포트폴리오가 확장돼, 글로벌 자가면역질환 치료제 시장에서 입지가 한층 강화될 것으로 기대하고 있다. 오리지널 의약품 약템라는 지난해 글로벌 매출 약 4조원을 기록했다.

이날 함께 승인권고를 받은 아이덴젤트는 습성 황반변성(wAMD), 망막 정맥 폐쇄성(CRVO·BRVO) 황반부종, 당뇨병성 황반부종(DME) 등 주요 안과 질환 치료에 사용되는 오리지널 의약품 아일리아의 바이오시밀러로,

지난해 약 12조원의 글로벌 매출을 기록한 블록버스터 제품이다. 이미 국내에서는 허가출시를 완료해 점유율을 확대 중이다.

스토보클로와 오센벨트는 골다공증 및 암 환자의 골 전이 합병증 예방 치료에 사용되는 오리지널 의약품 프롤리아-엑스지바의 바이오시밀러로, 지난해 두 제품의 연간 합산 글로벌 매출 규모는 약 8조원에 달한다. 아이덴젤트와 마찬가지로 CHMP 승인 권고에 앞서 지난 11월 국내에서 허가를 획득해 시장 진출을 앞두고 있다.

셀트리온은 승인 권고를 획득한 바이오시밀러 4종의 최종 허가를 획득하면 2025년까지 목표한 11종 제품 포트폴리오 구축을 조기에 완성하게 된다.

/이세경 기자 seilee@

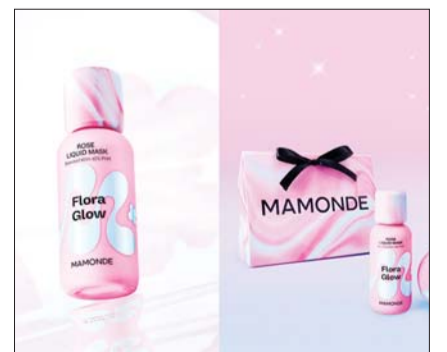
마몽드, 새 디자인 '마블'로 재탄생

아모레퍼시픽, 리뉴얼로 소비자 공략

아모레퍼시픽이 뷰티 브랜드 마몽드에서 '플로라 글로우 로즈 리퀴드 마스크'를 재단장해 선보인다고 16일 밝혔다.

아모레퍼시픽에 따르면 이번에 새롭게 적용되는 디자인 '마블'은 브랜드 독자 기술력인 '하이퍼플로라'를 향상시킨 것이 특징이다. 두 가지 유효 성분이 강력한 효능을 나타내는 순간을 세련되게 표현했다는 것이 아모레퍼시픽 측의 설명이다. 실제로 '하이퍼플로라'는 꽃에서 발견한 성분과 부스팅 성분을 배합하는 마몽드만의 스킨케어 기술이다.

또 로즈 리퀴드 마스크는 마몽드 대표 제품으로, 올해 2월 리브랜딩 캠페인을 거쳐 매출액이 전년 대비 154%



마몽드 '플로라 글로우 로즈 리퀴드 마스크' /아모레퍼시픽

고성장을 이루는 등 소비자 인기를 지속하고 있다.

아모레퍼시픽은 이번 로즈 리퀴드 마스크를 비롯해 마몽드 주요 제품에 마블 디자인을 순차적으로 적용할 계획이다. /이청하 기자