

# ‘K-뷰티 등용문’ 된 CJ올리브영 ‘글로벌 게이트웨이’로 진화한다



CJ올리브영이 인디브랜드 발굴과 매출 성장에 힘입어 국내 뷰티 업계에서 ‘K뷰티 등용문’으로 입지를 다지면서 ‘글로벌 게이트웨이’로 영향력을 강화하고 있다.

CJ올리브영은 지난 2024년 기준, 연매출 100억원 이상을 기록한 입점 브랜드 수가 처음으로 100개를 넘어섰다고 8일 밝혔다. 지난 2013년 올리브영에서 첫 100억원 매출 브랜드가 탄생한지 약 10년 만의 성과다.

특히 올리브영 100억 클럽 가운데, 스킨케어 브랜드 ‘메디힐’, ‘라운드랩’, ‘토리든’ 등 3개 브랜드는 올리브영에서 1000억원 이상의 연매출을 올리고 있다. 토리든의 경우, 2019년부터 올리브영에 입점했는데 이후 100억 클럽 입성 2년 만에 연매출 1000억원을 돌파했다. 또 지난해 올리브영을 찾은 외국인 관광객 대상으로 매출 1위 브랜드로 이름을 올리기도 했다.

스킨케어 브랜드 ‘바이오던스’, 클린뷰티 브랜드 ‘에스네이처’ 등 신진 브랜드들도 지난해 처음 올리브영 100억 클럽에 진입하는 성과를 냈다. 이와 함께 지난해 연매출 상위 10대 브랜드는 국내 중소·중견기업 브랜드로 채워졌다.

이와 관련 올리브영은 빅데이터 기반 소비자 분석과 시장 조사를 바탕으로 급변하는 고객 수요를 파악하고, 빠르게 신규 카테고리를 선보이는 등 K뷰티 브랜드사 및 제조사의 성장기반을 마련했다고 설명했다.

실제로 올리브영은 지난해 2020년부터 국내 뷰티 유통 업계 최초로 클린뷰티 인증을 도입해 왔다. 다양한 국내외 소비자 요구를 공략하기 위해 올리브영은 친환경, 비건, 유해 성분을 배제한



CJ올리브영이 최근 개점한 ‘올리브영N 성수’ 매장 외부 전경. /CJ올리브영

**연매출 100억 입점사 100곳 넘어 메디힐 등 3곳 연매출 1000억 이상**

**K슈퍼루키 위드영 사업 본격화 수출 유망 중소기업 브랜드 지원**

**K뷰티 효과, 글로벌몰 매출 견인 작년 글로벌 회원수 2배이상 증가**

화장품 브랜드 육성에 집중한 것이다. 그 결과, 올리브영의 클린뷰티 인증 브랜드 수는 2024년 기준 2020년 대비 2배 이상으로 늘었다. 해당 브랜드들의 2024년 올리브영 매출 성장률도 전년 동기 대비 51% 증가했다.

올리브영은 지난해 12월에는 중소벤처기업부와 함께 수출 잠재력이 큰 유망 브랜드를 지원하는 ‘K슈퍼루키 위드영’ 시범 사업도 본격화했다.

이처럼 중소 K뷰티 브랜드와 상생 체제를 구축해 온 올리브영은 글로벌 접점을 확보해 나가고 있다.

서울 명동, 강남, 홍대, 성수 등을 비롯해 국내 대표 관광지역에 위치한 올리브영 매장에서 외국인 소비자 중심의 상품을 설치하고 쇼핑 서비스를 제공한다. 외국어 역량을 갖춘 직원을 우선 배치하

고, 상품명을 영문으로 병기하는 등 편의성을 높였다. 부가세 즉시환급 혜택, 해외 여행사 및 카드사와 협업한 할인쿠폰 등도 마케팅에 적용했다.

올리브영은 방한 관광객의 K뷰티 쇼핑이 활성화되면서 올리브영 입점 브랜드들이 글로벌 브랜드 인지도를 제고할 수 있을 것으로 내다보고 있다.

아울러 올리브영은 K뷰티 쇼핑 효과가 글로벌몰 매출 증가까지 견인하고 있다는 분석을 내놨다. 전 세계 150개국에서 접속 가능한 ‘올리브영 글로벌몰’의 지난해 글로벌 회원 수는 전년 대비 2배 이상으로 증가했다.

향후 올리브영은 K뷰티 성장세를 지속하기 위해 국가별 맞춤형 전략도 펼칠 계획이다. 미국, 영국, 일본 등 각국의 입학, 졸업, 연휴 등 시즌 특성을 세분화하고 이를 반영해 각종 프로모션을 현지화하는 데 중점을 둔다.

올리브영 관계자는 “우수한 제품력과 합리적인 가격으로 K뷰티 브랜드가 글로벌 고객에게도 좋은 반응을 얻는 상황”이라며 “앞으로도 중소기업 브랜드 상생과 글로벌 사업 강화를 통해 K뷰티가 전세계로 확산되도록 노력하겠다”고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

# ‘렉라자’ 병용요법, 타그리소 효과 앞섰다

유한양행, 임상3상 결과 발표  
비소세포폐암 생존기간 1년 연장

유한양행의 비소세포폐암 치료제 ‘렉라자(성분명: 레이저티닙)’와 존슨앤드존슨의 ‘리브리반트(성분명: 아미반타맵)’ 병용요법이 약물 경쟁력을 입증하고 있다.

8일 한국바이오협회에 따르면, 존슨앤드존슨은 지난 7일(현지 시간) ‘렉라자와 리브리반트 병용요법’이 진행성 또는 전이성 비소세포폐암 치료에서 경쟁 약물인 ‘타그리소’보다 전체 생존기간(OS)을 1년 더 유지하게 해 우위에 있다는 임상 3상 결과를 발표했다.

전체 생존 기간(OS)은 치료 시작부터 환자가 더 오래 살 수 있는 능력에 약물이 미칠 수 있는 영향을 이해할 수 있는 지표로, 기대 수명 연장은 치료의 영향을 의미한다. 진행성 또는 전이성 비소세포폐암 1차 치료에서 표준치료제로 쓰이고 있는 타그리소의 경우, 전

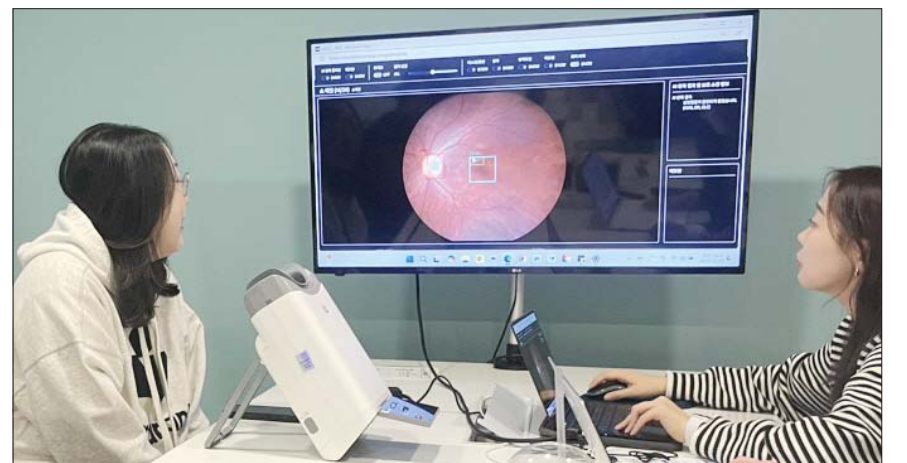
체 생존 기간의 중앙값을 약 3년으로 제공하는 것으로 알려졌다.

이와 관련 구체적인 내용은 공개하지 않았지만, 상피세포 성장인자 수용체(EGFR) 엑손19 결실 또는 엑손21(L858R) 치환 변이가 확인된 국소 진행성 또는 전이성 비소세포폐암 환자 1074명을 대상으로 진행된 임상인 마리포사 3상 연구에서 긍정적인 탐라인 결과가 확인됐다는 것이 존슨앤드존슨 측의 설명이다.

특히 존슨앤드존슨은 해당 결과는 전체 생존율에서 통계적으로 유의하고 임상적으로 의미 있는 개선을 보여준다고 설명했다.

존슨앤드존슨의 종양학 글로벌 의료담당 부사장인 마크 와일드거스트 박사는 “전체 생존 기간(OS)은 임상시험의 2차 평가 변수였지만 일반적으로 환자와 의사는 OS를 ‘황금 표준 평가 변수’로 간주한다”고 덧붙였다.

/이청하 기자



대웅제약 임직원(왼쪽)이 설명질한 진단 보조 솔루션 ‘위스키’와 안저카메라 ‘옵티나’로 3대 설명질환을 검사하고 판독 결과를 기다리고 있다. /대웅제약

# 대웅제약, 디지털 의료기 도입 사내건강검진

건강문제 예방·관리법 맞춤 상담

대웅제약은 디지털의료기기를 활용한 사내 건강검진을 진행했다고 8일 밝혔다. 각종 디지털 헬스케어 기기를 통해 주요 건강 문제를 안내하고 실질적인 예방 및 건강 관리법에 대한 개인별 맞춤 상담을 전개했다.

대웅제약은 당뇨성망막병증·황반변성·녹내장을 한 번에 진단하는 인공지능 기반 설명질환 진단 보조 솔루션 ‘위스키’, 망막·맥락막·시신경 등 안구 내부 구조를 촬영해 다양한 안과 질환 진단 및 관리가 가능한 안

저카메라 ‘옵티나 제네시스’ 등을 활용했다.

또 40대 이상에서 많이 발생하는 근감소증을 검진하기 위해 신경근육계 생체 신호를 분석하는 ‘인공지능 근감소증 진단기기’, 채혈 없이 센서를 팔에 부착해 간단히 혈당을 측정할 수 있는 ‘연속혈당측정기’ 등도 선보였다.

대웅제약은 앞으로도 데이터 기반의 질환 예측, 예방, 진단, 치료 및 사후 관리까지 아우르는 디지털 헬스케어 생태계를 구축해 신성장 동력을 창출해 나가겠다는 방침이다.

/이청하 기자

# 셀트리온, 13일 美 JP모건 헬스케어 출격

# 4개 신약·13개 파이프라인 등 목표 공개

바이오시밀러·신약개발 전략 구체화  
다중항체 등 첨단 모달리티에 역량



셀트리온은 오는 13일부터 미국 샌프란시스코에서 열리는 ‘2025 JP모건 헬스케어 콘퍼런스’를 통해 서정진 셀트리온그룹 회장과 서진석 셀트리온 경영사업부 대표이사 겸 셀트리온 미래비전과 신약 개발 전략을 발표한다고 8일 밝혔다.

셀트리온은 이번 발표에서 현재까지 진행한 신약 파이프라인의 개발 성과를 공유하고 향후 파이프라인별 임상 진입 등 신약개발 계획을 공개할 예정이다. 셀트리온은 오는 2028년까지 9개의 항체·약물접합체(ADC) 신약과 4개의 다중항체 신약 등 총 13개의 신약 파이프

라인을 구축하는 것을 목표로 한다.

아울러 지난해 월드ADC에서 공개된 CT-P70, CT-P71 등 ADC 항암신약을 포함한 신약 파이프라인의 실질적인 개발 성과를 알리고, 차세대 ADC, 다중항체 신약개발 분야에서 회사의 강점을 소개하며 ‘글로벌 신약개발 기업’으로 도약을 선포한다는 계획이다.

최근 셀트리온은 바이오시밀러와 신약개발을 아우르는 ‘투 트랙 전략’을 구체화하며 그룹의 미래 성장동력을 강화하겠다는 비전을 제시해 왔다.

셀트리온은 세계 최초의 항체 바이오시밀러를 개발하고 다수의 바이오시밀러 포트폴리오를 확장해 왔다. 셀트리온은 글로벌 의약품 시장에서 ‘항체 명가’로 자리매김한 기업 입지와 노하우를 바탕으로 신약개발에 집중한다는 방침이다.

특히 항체·약물접합체(ADC), 다중항체 등 첨단 모달리티 분야에서 역량을 쏟고 있다는 것이 셀트리온 측의 설명이다.

이와 관련 서정진 회장은 지난해 말 홍콩에서 열린 기업설명회를 통해 오는 2030년까지 매출의 40%를 신약에서 창출하겠다는 목표를 밝히며, 이를 실현하기 위해 과감한 투자를 이어갈 방침이라고 강조한 바 있다.

/이청하 기자

# 동아제약 ‘비타그란 유기농 레몬즙’ 출시

유기농 레몬 수확 24시간 이내 착즙

동아제약이 레몬 맛을 그대로 담은 ‘비타그란 유기농 레몬즙’을 출시했다고 8일 밝혔다.

동아제약에 따르면 이번 신제품은 유기농 레몬을 수확한 후 24시간 이내 비농축 공법으로 착즙해 레몬 본연의 맛을 그대로 담아낸 것이 특징이다. 또 물이나 설탕, 보존료 등을 일체 첨가하지 않고 통레몬을 그대로 짜낸 100% 레몬즙으로, 유기농인증 인증을 받은 유

기농 레몬을 사용하여 식품안전관리인증(HACCP) 시설에서 제조했다.

이와 함께 비타그란 유기농 레몬즙은 개별 포장된 막대형으로 구성돼 휴대와 보관이 쉽고, 활용도가 높다. 물이나 탄산수에 타서 간편하게 섭취하거나 하이볼 제조, 샐러드 드레싱, 다양한 요리의 재료 등으로 취향에 맞게 응용할 수 있다.

동아제약은 이번 레몬즙을 시작으로 시트러스 계열의 건강 과일즙을 지속 선보일 예정이다.

/이청하 기자