

# 에이피알, 뷰티 디바이스·해외사업 호조... 11년 연속 성장

작년 매출 7228억, 영업이익 1227억  
전년대비 각각 38%, 18% 증가  
올해 독자 기술력 바탕 외형성장

글로벌 뷰티테크 기업 에이피알은 비상장 스타트업에서 상장 후 1년 만에 증권 기업으로 자리매김하고 있다.

11일 국내 뷰티 업계에 따르면, 에이피알은 지난 2024년 연간 실적으로 연결기준 매출액 7228억원과 영업이익 1227억원을 기록했다. 전년 대비 매출은 38%, 영업이익은 18% 증가했다.

연도별로 살펴보면, 11년 연속으로 매출 성장세가 지속됐다. 앞서 지난 2021년 2591억원, 2022년 3976억원, 2023년 5238억원 등의 연매출을 올린 에이피알은 올해는 연간 매출 1조원 달성에 대한 기대감을 높인다. 영업이익에서도 2023년 1042억원, 2024년 1227억원 등으로 2년 연속 1000억원대의 실적을 냈다.

에이피알은 뷰티 디바이스와 해외 사업 성과를 핵심 성장동력으로 꼽았다.

실제로 지난해 뷰티 디바이스 연매출은 3126억원으로 전체 연매출의 44%를 차지한다. 지난해 4분기에만 1034억원



에이피알은 지난해 미국 현지에서 팝업 행사를 진행하는 등 글로벌 각국에서 시장 진출을 활발히 했다. /에이피알

의 뷰티 디바이스 매출이 발생해 분기 최대 매출 기록을 경신했다. 뷰티 디바이스 분기 매출이 1000억원 대에 진입한 것은 이번이 처음이다.

지난해 말 기준, 대표 제품인 '부스터 프로'는 단독 모델로서 누적 판매량 100만 대를 넘겼고, 뷰티 디바이스 전체 제품군의 누적 판매량은 300만 대에 달했다.

부스터 프로 후속 제품으로 출시된 고출력 고주파 기술인 '홈 뷰티 디바이스'로 구현한 울트라 톤 40.68, 하이 포커스 샷 등은 홈 뷰티 디바이스 시장에서 기업 경쟁력을 높였다. 또 실속형 제품으로 선보여진 부스터 프로 미니는 가성비 중점을 둔 저연령대 소비자층의 수요를 정조준했다.

이처럼 뷰티 영역을 '뷰티테크' 분야

로 확장하고 있는 에이피알은 해외 시장에서도 K뷰티 대표 주자로 우뚝 섰다.

지난해 에이피알의 해외사업 매출은 창립 후 처음 4000억원을 돌파했고 해외 매출 비중은 65%로 커졌다.

분기별로 살펴보면, 에이피알은 지난해 글로벌 뷰티 시장에서 1분기 661억원, 2분기 771억원, 3분기 1741억원, 4분기 1520억원 등 총 4693억원의 판매고를 올리며 가파른 성장세를 이뤘다. 가장 큰 성과가 나타난 곳은 미국으로 매분기마다 전년 동기 대비 세 자릿수의 매출 성장률이 나타났다.

기업 간 거래(B2B) 사업으로 신규 수출 국가 개척을 본격화한 전략도 주요했다. 에이피알은 동유럽, 남미, 중동 등에서 현지 총판 혹은 대리점, 유통사 등을 공략했다. 그 결과, B2B 사업 실적은 지난해 4분기에만 전년 동기 대비 1171% 급증했다. 에이피알은 해당 사업 규모가 올해 최소 3배 이상 커질 것으로 전망하고 있다.

에이피알은 올해도 독자적인 기술력과 자체 생산을 성장 기반으로 외형 성장과 매출 극대화에 집중한다는 방침이다. 에이피알은 최근 새로운 생산 기지 '에이피알팩토리 평택 제3캠퍼스'를 마

련해 신소재 사업을 전개하기 위한 초석을 닦았다. 제3캠퍼스는 폴리테옥시리보뉴클레오타이드(PDRN)와 폴리뉴클레오타이드(PN) 전용 시설로 뷰티 디바이스 중심의 기존 제1, 제2캠퍼스와 차별화했다. PDRN을 자사만의 공법으로 직접 생산해 중간 유통 비용을 낮춘 경쟁력 있는 가격으로 공급할 예정이다.

이밖에 e커머스 채널 시장에서도 에이피알의 자체 기술력이 경쟁력을 입증했다. 에이피알이 자체 구축한 뷰티 통합 플랫폼 '에이지알' 앱이 국내외 소비자 사이에서 빠르게 안착하고 있다. 미국을 비롯해 대만, 마카오, 말레이시아 등 총 36개 국가에서 이용 가능하다.

에이피알은 올해 '에이지알' 앱에 쇼핑물 기능을 추가해 시·공간 제약이 없는 모바일 환경에서 재구매율과 브랜드에 대한 고객 충성도를 향상시킬 계획이다.

에이피알 관계자는 "국내외 불안정한 경제 상황 속에서 역대 최대 실적을 재차 썼다는 점에서 유의미한 성적표를 받았다고 보고 있다"며 "조 단위 매출 뷰티 기업으로 도약하도록 노력하겠다"고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## CJ올리브영, 로고 리뉴얼... 쇼핑환경 개선

'글로벌·오니채널' 방향성 제시  
피부진단 체험 서비스 등 계획

CJ올리브영은 브랜드 로고를 재단장했다고 11일 밝혔다.

올리브영은 새로운 브랜드 로고를 공개해 '글로벌'과 '오니채널'이라는 두 가지 사업 방향성을 제시한다. 올리브영은 현재 해외에서 온·오프라인 사업을 강화하고 국내에선 올리브영 오프라인 매장을 찾는 외국인 관광객 수요를 정조준하는 등 글로벌 경쟁력을 높이는 데 집중하고 있다.

워드마크형 로고인 '올리브영(OLIVE YOUNG)'은 온라인과 오프라인 환경 모두에서 가시성과 가독성을 갖춘 것이 특징이다.

올리브영은 올해 순차적으로 오프라



새로운 올리브영 로고가 적용된 매장 전경 조감도. /CJ올리브영

인 매장에 새로운 브랜드 로고를 적용하고 쇼핑 환경도 개선해 나간다는 방침이다. 대형 매장을 중심으로는 슬로우에이징을 비롯해 올리브영이 제안하는 '심화' 뷰티, 피부 진단 체험서비스 '스킨스캔' 등도 선보일 계획이다.

올리브영은 이번 브랜드 로고 개편이

글로벌 성장세를 뒷받침할 것으로 기대하고 있다.

올리브영 관계자는 "앞으로도 글로벌 K뷰티 팬층을 지속 확대해 전세계인에게 올리브영이 '글로벌 K뷰티 아이콘'으로 자리잡을 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다.

/이청하 기자

## 컬리, '밸런타인데이 컬렉션' 기획전

770여개 상품 최대 72% 할인

리테일 테크 기업 컬리가 '밸런타인데이 컬렉션'을 진행한다고 11일 밝혔다.

컬리에 따르면, 이달 16일까지 다이닝 밀키트, 디저트, 밸런타인데이 선물 등 770여개 상품을 최대 72% 할인가에 선보인다.

기획전에는 다양한 초콜릿과 디저트가 포함됐다. 대표적으로 아이돌 그룹 아이브와 협업해 '엠파시 티라미수' 제품을 선보인다. 바닐라 시트에 딸기시럽을 적신 후, 이탈리아 연성 치즈를 활용한 마스카포네 크림을 층층이 쌓아 올려 딸기 우유맛으로 구성했다는 컬리 측 설명이다.

이색 디저트도 준비했다. 초콜릿에 고민을 해소하는 메시지를 담은 '내 인



'밸런타인데이 기획전' 포스터 이미지 /컬리

생의 해답! 타로카드 초콜릿'과 함께, 오르골이 내장된 케이스에 초콜릿을 넣은 '로맨틱 뮤지컬턴 2종', '두바이 초콜릿 케이크' 상품 등을 함께 선보인다.

기획전을 통해 밀키트도 제공한다. 서래마을 이탈리아 레스토랑 '툼볼라'의 '블로네제 라자냐', 최현석 셰프의 '트리플 크림 스테이크' 등 다양한 메뉴를 준비했다는 컬리 측 설명이다.

/안재선 기자 wotjs4187@

## 대웅제약, 펙수클루 등 혁신신약 성과... 역대 최고실적 경신

지난해 매출 1.2조, 영업이익 1638억

대웅제약이 펙수클루, 엔블로, 나보타 등을 핵심 품목을 앞세워 지난해 역대 최대 실적을 새로 썼다.

대웅제약은 지난 2024년 실적으로 개별 기준 매출액 1조2654억원, 영업이익 1638억원, 영업이익률 13%를 기록했다고 10일 밝혔다. 이번 성과는 대웅제약이 2년 연속으로 매출, 영업이익, 영업이익률이 모두에서 역대 최고 실적을 경신한 결과다.

대웅제약은 전문의약품 사업에서 8605억원의 매출을 올렸다.

제34호 국산 신약 '펙수클루'는 지난해 국내외에서 합산 1000억원 이상의 매출을 냈다. 펙수클루는 차세대 P-CAB 계열 위식도역류질환 치료제로, 출시 3년 차에 연간 매출 1000억원을 넘겼다. 제36호 국산 신약인 '엔블로'도 지난해 처음으로 연매출 100억원을 넘겼다.

고순도·고품질 보툴리눔 독신 '나보타'의 매출은 1864억원으로 전년 대비 27% 증가했다. 나보타 전체 매출에서 수출이 차지하는 비중은 약 84%에 달한다. 특히 나보타는 세계 최대 보툴리눔 독신 시장인 미국에서 미용 독신 시장 점

유율 13%를 기록하며 2위로 올라섰다.

대웅제약 정통 대표 품목인 우루사는 962억원의 매출을 냈다. 대웅제약은 우루사가 올해는 연간 매출 1000억원을 달성할 것으로 내다보고 있다.

대웅제약은 신약 개발을 위한 집중 투자도 이어간다는 방침이다.

이창재 대웅제약 대표는 "빠르게 성장하고 있는 디지털 헬스케어 시장에 대한 투자를 이어가는 한편, 지속적인 혁신 신약 개발을 통해 한국을 넘어 세계를 대표하는 글로벌 헬스케어 기업으로 도약하겠다"고 말했다.

/이청하 기자

## 게임스컴, 21일까지 참가사 모집

8월 20일부터 5일간 개최

독일에서 매년 열리는 세계 최대 게임전시회 '게임스컴' 참가 신청 마감일이 3주 앞으로 다가왔다.

게임스컴은 매년 여름 독일 쾰른에서 개최되는 게임전시회다. B2C·B2B 모두 개최되며, 글로벌 플레이어 호응과 비즈니스를 한 번에 공략할 수 있는 독보적인 플랫폼이다.

게임스컴 2025는 8월 20일부터 24일까지 5일간 개최되며, B2B관은 22일까지 운영된다. 8월 19일 진행되는 전야제 게임스컴 ONL(Opening Night Live), 게임 업계 최대 관심사 게임스컴 어

위즈, 1일 조회수 3억 뷰를 기록한 온라인 생중계 등 온오프라인을 다각도로 활용한 참가 옵션을 제공한다.

게임스컴 방문객 수는 매년 높은 증가 폭을 보이고 있다. 2024년도에 방문객 수는 1만 5000여명 증가해, 120개국 33만 5000명이 방문했고 B2B 방문객만 3만 2000명이었다. 특히 미국의 E3 개최 취소로, 북미 게임사의 관심이 눈에 띄게 증가했다.

한편 매년 구성되는 한국콘텐츠진흥원(KOCCA) 한국관은 올해도 우수 강소기업사의 해외 진출을 지원할 계획이다.

/최빛나 기자 vitna@