

에이피알, 1분기 영업이익 사상 최대... IPO 기대감 ↑

분기 매출 1222억, 영업이익 232억
화장품·뷰티 디바이스 매출 증가
김병훈 대표 “기업가치 증명할 것”



에이피알이 메디큐브 에이지알의 성공에 힘입어 1분기 기준 역대 최고 실적을 내는 데 성공했다. 3분기 IPO 예비심사 제출을 목표로 하는 중 눈에 띄는 실적상승에 성공해 내년도 기업공개에 청신호가 켜졌다. 사진은 에이피알의 메디큐브 캠페인 화보. 이달 방송인 유재석과 배우 정지소를 모델로 본격적인 캠페인 송출을 시작했다. /에이피알

에이피알(APR)이 이번 1분기에 역대 최대 영업이익과 영업이익률을 갱신했다. 이에 따라 내년으로 예정된 기업공개(IPO)의 성공 가능성이 더 높아졌다.

에이피알은 15일 금융감독원 공시를 통해 2023년도 1분기 매출이 전년 동기 대비 60% 성장한 1222억원, 영업이익은 역대 최고 수준인 232억원을 각각 기록했다고 밝혔다. 이번 분기 영업이익률은 19.0%에 달한다.

이번 1분기 실적의 또 다른 특이점은 광고 모델료 등을 다음 분기 등으로 나눠 계상하지 않고 1분기에 선반영했다는 점이다. 에이피알은 이달부터 방송인 유재석과 배우 정지소를 2023년 화장품 부문 광고 모델로 발탁해 캠페인 송출에 나섰다.

1분기 매출은 뷰티 부문에서 약 80% 가량 발생했다. 전년 동기 대비 92.5%

성장한 992억원을 기록했으며, 화장품과 뷰티 디바이스가 고르게 성장했다. 특히 ‘메디큐브 에이지알(AGE-R)’ 디바이스가 3개월 간 약 25만대 이상 판매됐다. 오는 하반기에는 D2C 시장을 넘어 병의원 등 B2B 시장에 진출할 예정이며 바디케어 디바이스까지 영역을 확대해 포트폴리오를 다변화할 예정이

다. 해외 매출 실적도 전년 대비 37.1% 성장한 381억원을 기록했다. 주요 수출국인 일본과 미국에서 전년 동기 대비 5배 이상 뷰티 디바이스가 판매됐다. 지난해 에이피알은 특히 일본에서 ‘에이지알’ 뷰티 디바이스를 1년 간 약 9만대 판매하면서 400억원의 매출을 올렸다.

미국 시장에서는 블랙프라이데이 당시 프로모션에 성공하며 이름을 알리는데 성공했다.

에이피알은 기업가치 1조원을 목표로 내년도 상장을 준비하고 있다. 오는 3분기 예비심사 제출을 목표로 하고 있으며 지난해 11월 신한투자증권을 IPO 대표 주관사로 선정했다.

지난 3월에는 프리 IPO 투자를 유치해 NH-수인베스트먼트 혁신성장 M&A 투자조합, SJ 파트너스, IBK기업은행으로부터 약 7000억원의 기업가치를 인정 받고 80억원의 투자를 받았다. 성공적인 투자 유치에는 준수한 해외 매출 실적이 주효했다. 지난해 에이피알의 전체 해외 실적은 1437억원으로 전체 실적 대비 36.1%를 차지했다. 특히 뷰티 디바이스 부문 매출의 30%는 해외에서 발생했다.

김병훈 에이피알 대표는 “에이피알은 창립 초기부터 글로벌 시장을 공략해왔으며, 뷰티 디바이스를 비롯한 당사 제품들의 글로벌 경쟁력은 높다고 생각한다”며 “앞으로도 적극적인 해외 실적 개선과 신규 시장 진출 등으로 에

이피알이 가진 높은 기업 가치를 증명할 것”이라고 밝혔다.

에이피알은 메디큐브의 ‘에이지알’ 등 뷰티 디바이스 부문뿐 아니라 패션 부문인 ‘널디(NERDY)’도 동남아시아 지역에 진출한 상태다. 널디는 지난달 현지 유행 패션 유통 업체인 마이손 리테일 매니지먼트 인터내셔널(MRMI)의 협업 계획에 따라 베트남 호찌민시 대형 쇼핑몰 비보시티에 베트남 2호점을 열었다. 이를 기반으로 한국 문화에 대한 호감도가 높고 구매력이 크게 상승 중인 베트남 시장을 공략할 예정이며 신규 출점을 이어갈 예정이다.

기술 개발 역량도 투자사들로부터 인정받았다. 에이피알은 지난 1월, 뷰티 디바이스 전문 연구 시설인 ADC를 개소했다. 현재 30개 이상의 특허를 확보했으며 뷰티 디바이스 관련 기술 외에도 함께 시너지 효과를 내는 화장품 연구 및 임상센터를 운영하고 있다. 프리 IPO 자금은 ADC를 포함해 뷰티 디바이스 사업 역량 강화에 사용될 예정이라고 회사 측은 설명했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

한미약품 바이오플랜트, 해외사절단 관심 집중

글로벌 바이오업체 CEO 평택 방문
“스케일 감탄... 유연한 맞춤 서비스”



지난 9일 한미약품 평택 바이오플랜트를 방문한 캐나다 사절단이 견학을 마친 후 한미 관계자들과 함께 기념촬영을 하고 있다.

한미약품의 글로벌 바이오의약품 생산기지 평택 바이오플랜트를 방문한 해외 사절단이 최첨단 제조 설비에 높은 관심을 보였다. 이들은 글로벌 스탠다드를 충족한 평택 플랜트의 제조 역량과 개발 노하우를 확인하고 본국에서의 적용 가능성을 모색했다.

한미약품은 아투카, 젠비라 바이오사이언스, 아이프로젠 등 10개 제약바이오 업체 최고경영자(CEO)를 비롯한 주요 관계자들로 구성된 캐나다 사절단이 지난 9일 한미약품 평택 바이오플랜트를 방문했다고 16일 밝혔다.

한미약품과 캐나다 사절단은 이날 국내외 바이오산업 현황에 대한 의견을 공유하고, 공동 관심 분야에 대한 오픈 콜라보레이션(개방형 협력) 방안 등을 논

의했다. 캐나다 사절단은 평택 플랜트의 첨단 대형 제조설비(최대 1만2500리터 규모 배양기)와 이를 운영할 수 있는 시스템 등을 둘러본 뒤, 한미약품이 오랜 기간 축적한 R&D 역량을 토대로 원료 및 완제의약품 제조와 품질시험, 허가자료 작성까지 가능한 ‘엔드 투 엔드 서비스’를 제공하는 점에 큰 관심을 보였다.

지아후 왕 젠비라 바이오사이언스 설립자는 “우리 회사는 이제 막 성장 단계에 접어들고 있는 회사인데, 한미 바이오플랜트의 전반적인 공정을 눈으로 보고 설명을 듣는 것이 도움이 됐다”며 “무엇보다 스케일 면에 감탄했고, 공정 전반의 자동화 시스템과 고객사 요구에 따라 맞춤형 서비스를 제공하는 유연함이 돋보였다”고 말했다. /이세경 기자 seike@

유통업계 신제품

신세계푸드 노브랜드 버거
100% 식물성 ‘베리 버거’

신세계푸드의 노브랜드 버거가 전 세계 버거 프랜차이즈 중 최초로 100% 식물성 재료로 만든 ‘베리 버거’를 출시했다.

16일 출시된 노브랜드 버거의 ‘베리 버거’는 신세계푸드가 자체 푸드테크 역량으로 개발한 100% 식물성 버거 빵 ‘베리 번(Better Bun)’과 식물성 대안육 ‘베리미트’ 패티를 비롯해 최근 개발을 마친 식물성 치즈와 소스까지 버거에 쓰이는 4대 식재료를 모두 식물성으로 만든 버거다. 가격은 단품 5200원, 세트 7200원이다. /신원선 기자

종근당산업, ‘헤리티지너싱홈’ 인수

요양 케어 서비스 리딩기업 발돋움

종근당산업이 최고급 노인요양원을 인수하며 요양 케어 서비스 분야에서 업계 리딩 기업으로 발돋움한다.

종근당산업은 15일 더헤리티지너싱홈과 프리미엄 요양원 ‘헤리티지너싱홈’의 지분 100%를 인수하는 계약을 마무리했다고 16일 밝혔다.

헤리티지너싱홈은 성남시 분당구 금곡동에 위치하고 있으며, 연면적 8765㎡(약 2650평)에 지하 2층, 지상 4층 규모를 갖춘 국내 최고 수준의 전문 요양 시설이다. 현재 프라이빗 베드 64개와

장기요양보험의 지원을 받는 퍼블릭 베드 82개 등 146개의 베드를 운영하고 있으며 90여명의 직원이 어르신들의 케어를 담당하고 있다.

응급상황 발생 시 신속히 대응할 수 있도록 대형병원과의 연계시스템을 갖추고 있으며, 입소자들이 가진 질환에 따라 적절한 치료 및 재활이 가능하도록 전문적인 재활치료센터와 간호전문실을 함께 운영한다.

종근당산업은 이번 헤리티지너싱홈 인수로 프리미엄급 요양원 ‘벨포레스트’와 함께 수도권 내에서 총 230개 베드를 운영하게 됐다. /이세경 기자

셀트리온, ‘CT-P53’ 3상 계획 FDA 제출

셀트리온은 지난 15일 다발성경화증 치료제 ‘오크레부스’ 바이오시밀러인 ‘CT-P53’의 임상 3상 임상시험계획(IND)을 미국 식품의약품(FDA)에 제출했다고 밝혔다.

이번 CT-P53의 글로벌 임상 3상에서는 총 512명의 재발 완화형 다발성경화증 환자들을 대상으로 CT-P53과 오크레부스 간의 유효성과 약동학, 안전

성 등의 비교 연구를 진행할 계획이다. 셀트리온은 지난 4월 해당 임상의 IND를 유럽 의약품청이 관리하는 임상시험 정보시스템(CTIS)에도 제출했다.

‘CT-P53’의 오리지널 의약품 오크레부스는 로슈가 개발한 블록버스터 자가면역질환 치료제로 재발형 다발성경화증(RMS), 원발성 진행형 다발성경화증(PPMS) 등의 치료에 사용된다. /이세경 기자

아모레퍼시픽 메이크업 브랜드 ‘톤워크’ 론칭

AI 기반 컬러 측정... 맞춤형 제품 제조

아모레퍼시픽이 맞춤형 메이크업 전문 브랜드 ‘톤워크(TONEWORK)’를 16일 공식 론칭한다. 인공지능 기술을 기반으로 각자의 피부 색상에 최적화된 베이스 메이크업 제품을 총 600가지 옵션으로 만나볼 수 있다.

톤워크에 적용된 맞춤형 기술은 세계적인 소비자 가전·기술 전시회인 ‘CES 2023’에서 로봇공학 부문 혁신상을 수

상한 바 있다. 인공지능(AI) 기반의 컬러 진단 알고리즘으로 정밀하게 얼굴 색상을 측정하고, 그 결과를 바탕으로 로봇이 주문 즉시 제품을 제조해 준다.

전 세계인의 피부 톤을 연구해 정교하게 설계한 150가지 색상에 개인의 기호에 따라 2가지 제형(글로우, 세미 매트)과 2가지 제품 타입(파운데이션, 쿠션) 중 선택할 수 있도록 구성해 총 600가지의 옵션을 제공한다. /이세경 기자

bhc치킨 “스윗킥폭립 구매 인증 하세요”

추첨 통해 시그니엘 숙박권 등 증정

대한민국 대표 치킨 프랜차이즈 bhc치킨이 가정의 달을 맞아 사랑하는 사람들과 함께하는 스윗킥폭립 구매 인증 이벤트를 진행한다고 16일 밝혔다.

방법은 간단하다. 가족 또는 친구들과 함께 bhc치킨의 스윗킥폭립을 즐기는 행복한 순간을 인스타그램 스토리에

공유하면 된다.

bhc치킨의 스윗킥폭립 인스타그램 구매인증 이벤트는 오는 29일까지 진행된다. 추첨을 통해 100만원 상당의 시그니엘 서울 숙박권(1명), 3만5000원 상당의 스윗킥폭립과 치즈볼, 콜라세트(20명), bhc치킨 기프티카드 1만원권(30명)을 증정하며 당첨자는 DM으로 별도 안내된다. /신원선 기자 tree6834@