

에이피알, 상반기 실적 ‘역대최대’… 5대 1 액면분할 결정

매출 3044억, 영업이익 558억 기록
뷰티 디바이스·화장품 매출 늘어
1주 당 액면가 500원→100원 추진

에이피알이 올해 상반기 역대 최대 실적을 경신하고 있다.

에이피알은 잠정 실적 공시를 통해 올해 상반기 연결기준 매출 3044억원, 영업이익 558억원으로 역대 최대 반기 매출을 기록했다고 31일 밝혔다. 전년 동기 대비 매출액은 21.8%, 영업이익은 16.3% 증가했다.

올해 2분기 연결기준 매출액과 영업이익은 각각 1555억원과 280억원으로 에이피알은 분기 최대 매출을 올렸다.

이러한 호실적에는 에이피알의 화장품 브랜드인 ‘메디큐브’와 뷰티 디바이스의 성장이 주효했다는 것이 에이피알 측의 설명이다.

구체적으로 살펴보면, 화장품의 상반기 매출액은 1349억원, 뷰티 디바이스의 상반기 매출액은 1370억원이다. 화장품과 뷰티 디바이스는 각각 전년 동기 대비 34.7%, 34.8%의 높은 성장세를 나타냈다.

또 화장품과 뷰티 디바이스의 매출이 에이피알 전체 매출에서 차지하는



에이피알은 뷰티 디바이스 브랜드로 ‘에이지알’을 선보이고 화장품 브랜드 ‘메디큐브’를 운영하고 있다. /에이피알

비중은 각각 45%, 44.3%다.

이에 대해 에이피알은 화장품과 뷰티 디바이스의 시너지 효과가 입소문을 타면서 상호 성장이 촉진되고 있다는 분석을 내놨다.

해외 사업의 매출 성장도 괄목할 만하다. 에이피알은 올해 상반기 해외에서 전년 동기 대비 73.4% 늘어난 1432억원의 매출을 기록하며 브랜드 경쟁력을 강화했다.

특히 에이피알은 미국에서 대표 K

뷰티 브랜드로 성장하며 실적 성과를 거뒀다. 에이피알이 미국에서 기록한 상반기 누적 매출은 497억원에 이를 뿐 아니라, 에이피알은 미국 대표 이커머스 아마존에서 인기 제품 순위에 이름을 올렸다.

메디큐브 ‘제로모공패드’가 지난 4월과 6월에 아마존 내 토너&화장수 부문에서 베스트셀링 제품 1위를 차지하는 등 성과를 이어갔다.

이처럼 꾸준한 성장을 증명한 에이

피알은 5대 1 비율로 주식 액면분할을 결정했다고 공시했다.

7월 31일 이사회에서 의결된 해당 사안은 오는 9월 20일 임시 주주총회 안건으로 상정될 예정이다. 보통주 1주 당 액면가는 500원에서 100원으로 분할을 추진하며 액면 분할 시 총 발행 주식 수는 762만178주에서 3810만890주로 늘어난다. 분할을 위해 오는 10월 18일부터 30일까지 거래가 정지되고 10월 31일부터 거래가 재개된다.

이와 관련 에이피알은 유통 주식 수 증대를 통해 여러 투자자를 대상으로 한 거래가 활발해질 것으로 기대하고 있다. 에이피알은 연내 유가증권 시장에서 유통 물량을 늘리고 소액 주주들의 신규 유입, 투자금 확보 등을 꾀한다는 전략이라고 설명한다.

에이피알은 오는 하반기 뷰티 디바이스 신규 모델 출시, 시즌 변화에 따른 수요 증가 대비, 에이피알팩토리 평택 제3팩팩스 준공 등을 앞두고 있는 만큼, 기업 미래 가치와 수익 창출, 주주 가치 제고에 중점을 두고 있다는 것이 에이피알 측의 설명이다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

아모레퍼시픽 설화수

‘자음생 라인’ 재단장

아모레퍼시픽은 글로벌 럭셔리 스킨케어 브랜드 설화수가 ‘자음생 라인’을 재단장해 출시한다고 31일 밝혔다.

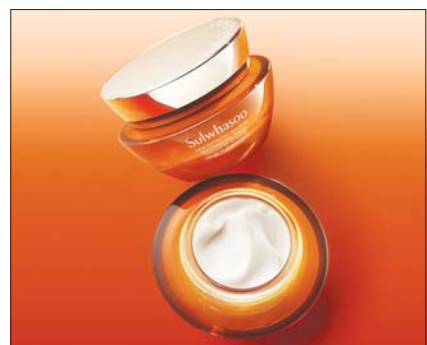
설화수 자음생 라인은 1966년 ‘ABC 인삼크림’에서 시작한 60년 인삼 과학의 정수가 담긴 설화수 대표 제품군이다. 설화수는 특정 인삼 사포닌이 피부를 활성화한다는 실험 결과를 바탕으로 피부 노화 징후 개선에 도움을 주는 인삼 성분을 지속 연구해 왔다.

특히 이번 재단장으로 설화수는 독자 성분인 진세노믹스, 진생펩타이드 등을 함유한 새로운 자음생크림을 선보인다.

새로운 자음생크림은 질감의 차이에 따라 ‘자음생크림’과 ‘자음생크림 리치’로 나뉜다.

설화수에 따르면, 자음생크림은 빠른 흡수력과 피부 보습 막을 채우는 고점성으로 촉촉하고 피부에 산뜻하게 밀착된다. 자음생크림 리치는 목직한 영양감의 고밀도 질감으로 피부 방어력을 높여준다.

이와 함께 새로운 설화수 자음생 라인의 자음생크림, 자음생 크림 리치, 자음생 캡슐세럼, 자음생 아이크림, 자음생수, 자음생유액 등은 8월 1일 롯데백화점에서 사전 출시된다. /이청하 기자



설화수 ‘자음생크림’. /아모레퍼시픽

셀트리온 ‘스테키마’, 21조 규모 북미시장 공략 박차

스텔라라 시밀러 캐나다 허가 승인
글로벌 우스테키누맙 시장 순항

셀트리온이 북미 시장에서 자가면역 질환 치료제 ‘스테키마’의 허가를 획득, 21조 시장 공략에 나선다.

셀트리온은 캐나다 보건부로부터 스텔라라 바이오시밀러 ‘스테키마’에 대한 신약허가신청 승인을 받았다고 31일 밝혔다. 셀트리온은 캐나다에서 판상형 건선, 건선성 관절염, 크론병 등의 적응증으로 스텔라라를 판매할 수

있게 된 것이다.

셀트리온은 캐나다를 시작으로 전 세계 최대 의약품 시장인 북미 공략에 착수해 글로벌 우스테키누맙 시장에 순조롭게 안착할 계획이다.

의약품 시장조사 기관 아이큐비아(IQVIA)에 따르면 지난해 글로벌 우스테키누맙 시장 규모는 약 204억 달러(약 26조5200억원)에 달한다. 이중 캐나다 시장 규모는 약 6억6300만 달러(8619억원) 수준이지만, 미국까지 포함한 전체 북미 시장 규모는 약 163억

7500만 달러(21조 2875억원)로 글로벌 시장의 80%가 넘는다.

셀트리온은 이번 허가 획득으로 북미 시장에서 자가면역질환 치료제 포트폴리오 확대하게 됐다. 셀트리온은 앞서 출시한 램시마, 램시마SC(미국 판매명: 짐펜트라), 유플라이마 등 기존 중앙괴사인자(TNF- α) 억제제 제품군에 인터루킨 억제제 제품까지 더해 치료제 영역을 확장했다.

셀트리온은 캐나다가 바이오시밀러 처방을 적극 장려하는 대표적 친(親)

바이오시밀러 정책 도입국인 만큼, 다양한 제품군을 보유한 셀트리온의 영향력을 강화하는 데 주력하겠다는 방침이다.

셀트리온은 지난 6월 국내에서 스텔라라의 허가를 획득했고 이어 유럽 유럽의약품청(EMA) 산하 약물사용자문위원회(CHMP)로부터 품목 허가 ‘승인 권고’ 의견을 받은 바 있다. 최종 유럽 품목 허가도 획득하면 글로벌 우스테키누맙 시장 선점은 더욱 가속화될 전망이다. /이청하 기자

동국제약 ‘이지스마트’ 필름형 숙취해소제 출시

동국제약이 구강용해 필름 제형의 숙취해소제 ‘이지스마트’를 출시했다.

이지스마트는 식약처 숙취해소인체 적용시험 가이드라인을 충족하는 국내 최초의 원료인 ‘아이스플랜트 복합농축액’을 함유한 숙취해소제이다.

아이스플랜트 복합농축액은 식약처 가이드라인에 따른 인체적용시험 결과 뛰어난 숙취효과를 입증했다. 숙취설문지표 총 9개 문항(▲숙취로 인한 불쾌감 ▲갈증 ▲피로 ▲두통 ▲현기증 ▲식욕부진 ▲위장장애 ▲구역질 ▲심장떨림) 모두 개선효과를 확인할 수 있었다.

제품은 구강 용해 필름 제형으로 출시되어 물 없이도 언제 어디서나 간편하게 섭취가 가능하다.

/이세경 기자 seilee@

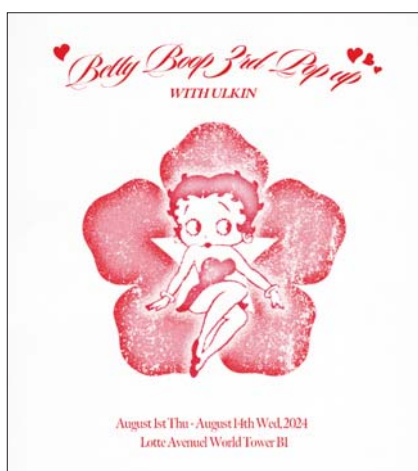
롯데백화점, ‘얼킨·베티북’ 컬래버 팝업스토어

잠실 에비뉴엘서 이달 14일까지

롯데백화점이 K-패션 브랜드 ‘얼킨’과 캐릭터 ‘베티북’ 컬래버 팝업스토어를 선보인다.

롯데백화점에서는 K-패션 브랜드 ‘얼킨’과 만화 캐릭터 ‘베티북’ 컬래버 팝업스토어를 잠실 에비뉴엘 지하1층에서 8월 1일부터 14일까지 진행한다. 31일 밝혔다.

‘얼킨’은 지속가능한 패션을 추구하며 파리패션위크 등 세계 무대를 기반으로 활동하는 K-브랜드다. 지식재산권(IP)을 활용한 다양한 컬래버를 지속 선보이고 있어 1020세대에게 열렬한 지지를 받고 있다. ‘베티북’은 1930년대에 등장한 만화 캐릭터로, 감성적인 외모와 함께 당당한 여성을 표방하고 있어 현재까지도 전 세계적으로 모든 세대에 사랑



얼킨X베티북 롯데월드몰 팝업스토어 키비주얼. /롯데쇼핑

받고 있는 캐릭터로 자리잡고 있다.

먼저, ‘베티북’ 캐릭터를 상징하는 빨간색으로 팝업 공간 전체를 강렬하게 조성하고 다양한 컬래버 상품을 선보인다. 특히, 이번 팝업스토어에서 가

장 먼저 구매할 수 있는 선발매 상품을 공개한다.

잠실 에비뉴엘 팝업스토어를 기념하여 ‘SEOUL(서울)’과 ‘JAMSIL STADIUM(잠실 스타디움)’ 영문을 새긴 베티북 캐릭터 티셔츠(3만6000원)와 캡모자(3만9000원)를 한정 수량으로 2주간 단독 판매한다. 선발매 상품 외에도 키링과 폰케이스 등 액세서리를 비롯한 ‘베티북’ 캐릭터를 활용한 각종 굿즈를 선보인다.

박동준 롯데백화점 맨즈패션1팀 바이어(buyer)는 “얼킨은 해외에서 주목하고 있는 업사이클링 K-브랜드”라며 “떠오르는 K-패션 브랜드와 오랫동안 사랑받는 ‘베티북’ 캐릭터 컬래버 팝업처럼 향후에도 전 연령대를 사로잡을 이색 콘텐츠를 적극 도입하겠다”고 밝혔다. /최빛나 기자 vitna@

조아제약

썸머특가, 최대 37% 할인

조아제약이 여름 휴가철을 맞아 할인력 충전과 피부 관리가 필요한 소비자를 위한 행사를 선보인다.

조아제약은 8월 1일부터 15일까지 네이버 스마트스토어 내 조아제약 공식몰에서 ‘썸머 특가’를 진행한다고 31일 밝혔다.

이번 행사에서는 조아 아르기닌 맥스, 봄치너 뷰티마인 센텔라 등 조아제약 이커머스 주요 제품을 최대 37% 할인된 가격으로 구매할 수 있다.

조아제약에 따르면, 마시는 고품질 아르기닌 ‘조아 아르기닌 맥스’는 1앰플에 L-아르지닌 6200mg을 함유한 제품이고, ‘봄치너 뷰티마인 센텔라’는 이너뷰티 음료다. 두 제품 모두 특허받은 용기 ‘조아 세피지 앰플’을 적용해 휴대와 섭취가 간편한 것이 특징이다.

조아 세피지 앰플은 인체 공학적 설계로 국내 특허를 취득하고, 해외 34개국에서 특허 출원을 마쳤다.

/이청하 기자