

패션업계, 대만 시장 주목... 팝업·파트너십 등 본격 진출

글로벌 시장 통해 성장동력 확보
기업 간 협업 활발... 현지화 속도
팝업존 운영 등 소비자 직접 확대

내수 부진을 겪고 있는 패션업계가 글로벌 시장 공략의 일환으로 대만에 주목하고 있다. 국내 시장을 넘어 동남아 시장까지 저변을 확대하고, 입지를 굳혀 매출 부진을 타개하겠다는 전략으로 풀이된다.

4일 업계에 따르면 글로벌 시장 진출에 나서고 있는 패션업체들이 대만 시장 입지 굳히기에 나서고 있다. 대만 국민 사이에서 한국에 대한 관심이 지속적으로 높아지는 추세를 감안할 때, 대만은 매출을 견인할 동력을 찾기 적합한 시장이라는 분석이다.

실제 한국관광데이터랩의 대만 해외 시장동향 발표 자료에 따르면, 2024년 1월부터 9월 기준 한국을 방문한 대만 관광객 수는 110만2274명으로 지난 2023년 같은 기간(66만5235명) 대비



대만 무신사존 팝업스토어 현장



대만 미츠코시 백화점 내 가스텔바작 매장 전경

18일 김본 대표를 방문해 디젤 형 김본 대표를 만나 한국과 대만 사이의 유통망 확보 및 시장 확대를 위한 논의를 이어갔다는 게 가스텔바작 측 설명이다.

가스텔바작 관계자는 "가스텔바작의 경우, 화려한 색상과 유니크한 아트웍이 범중화권 소비자의 요구에 잘 맞을 것이라는 판단에 따라 대만 진출을 결정하게 됐다"며 "실제로 현지 소비자들의 반응이 좋아 점차 시장을 확대하고 있다"고 말했다.

소비자들과의 접점을 넓혀 현지화 공략에 나선 곳도 있다.

무신사는 지난 9월 대만에서 진행된 '2024 K-관광 로드쇼'에 참가해 무신사존 팝업을 3일간 선보여 호평을 받았다.

무신사 관계자는 "무신사가 자체적으로 목표한 방문자 수보다 30% 이상 많은 대만 고객들이 다녀갔다"며 "팝업 운영 기간 무신사 글로벌의 대만 거래액은 일평균 대비 68% 증가했다"고 전했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

65.7% 늘어났다.

이에 국내 패션업체들은 대만 고객들을 잡기 위해 현지화 전략에 본격 시동을 걸고 있다. 특히 패션업체들은 대만 시장 공략의 주요 방법 중 하나로 현지 기업과의 전략적 파트너십을 체결하고 있다.

라이프스타일 아웃도어기업 감성코퍼레이션은 지난 9월 일본 아웃도어 브랜드 스노우피크의 대만 지사인 스노우

피크대만 및 대만 유통사 스타라이크와의 협업을 발표하며, 대만 시장에 본격적으로 진출할 계획을 밝혔다.

협업은 감성코퍼레이션이 의류 및 잡화 제품들을 공급하고 스노우피크대만과 스타라이크가 매장을 직접 운영하는 형태로 진행된다.

감성코퍼레이션 관계자는 "대만 시장에 이어 일본 시장에서도 유사한 전략을 계획하고 있다"며 "대만, 일본, 중

국 등 해외 시장에서의 성장을 목표로 최선을 다할 것"이라고 말했다.

라이프스타일 브랜드 '가스텔바작' 역시 대만 시장 공략책으로 현지 파트너사인 김본과의 협력을 강화하고 나섰다. 김본은 대만 패션 유통 전문 기업으로 현재 가스텔바작의 현지 유통을 담당하고 있다.

가스텔바작 대표를 겸임하고 있는 최준호 패션그룹형지 부회장은 지난 10월

“즐거운 여행길, 홍삼으로 에너지 더하세요”

KGC인삼공사 정관장

‘에브리타임 필름 맥스&컴피’ 출시
낮과 밤에 어울리는 원료로 맞춤 케어

정관장이 여행객을 대상으로 낮과 밤에 에너지 충전을 할 수 있는 ‘에브리타임 필름 맥스&컴피’ 신제품 2종을 출시했다.

‘에브리타임 필름 맥스&컴피’는 홍삼을 주원료로 하는 필름형 제품으로 각각 낮과 밤에 어울리는 원료들이 함유되어 있어 여행과 일상 등 TPO(시간·장소·상황)에 맞춰 건강을 케어할 수 있다.

‘에브리타임 필름 맥스’는 ‘브라질의 홍삼’이라고 불리며 천연 카페인 성분을 함유한 과라나추추출물과, 비타민 B군(비타민 B1, B2, B6)을 담은 제품으로 여행 등 낮에 활력이 필요할 때 간편하



에브리타임 필름 맥스&컴피 /KGC인삼공사

게 부스트업(Boost-Up) 할 수 있다.

락티움과 타트체리주스분말을 담은 ‘에브리타임 필름 컴피’는 체력을 회복

하고 편안한 밤을 보낼 수 있도록 만들어진 제품이다. 락티움은 수면에 도움을 주는 것으로 알려져 있으며, 타트체리주스분말은 식물성 멜라토닌이 함유되어 있어 ‘신의 선물’로 불리기도 한다.

‘에브리타임 필름 맥스&컴피’는 구강용해필름(ODF)에 정관장의 기술로 홍삼농축액을 압축시킨 제품으로 초경량 개별포장이 되어 있어 언제든 간편하게 섭취할 수 있는 것이 큰 장점이다.

한편, 정관장은 ‘건강관리는 정관장으로’ 행사를 진행한다. 다음달 17일까지 ‘기다림 침향’, ‘아이페이스’, ‘천녹부스팅’, ‘달임액’ 구매 시 다양한 혜택을 증정한다. 또한 12월13일까지 알파프로젝트 포커스라인 6종을 구매하시는 분에게도 추가 할인 혜택을 제공한다.

/신원선 기자 tree6834@

아모레퍼시픽 ‘에스트라’ 홀리데이 한정판 출시

아모레퍼시픽은 대표 더마 브랜드 ‘에스트라’에서 2024년 연말을 맞이해 홀리데이 한정판 기획세트를 출시한다고 4일 밝혔다.

한정수량으로 선보이는 이번 기획세트는 ‘아토티어365 크림 더블’과 ‘아토티어365 크림&미스트 듀오’로 구성됐다. 이들 제품 모두 일러스트레이터 이슬아 작가와 협업해 ‘더마 연구원들이 사는 마을’이라는 주제로 꾸며졌다. 각 세트에는 이슬아 작가의 일러스트를 담은 엽서 2매가 포함된다.

에스트라 ‘2024 홀리데이 한정판 기획세트’는 이달부터 아모레몰, 카카오 선물하기, 네이버 브랜드 스토어 등 국내 주요 온라인몰에서 순차적으로 공개된다.

/이청하 기자

종근당, ‘CKD-508’ 美 FDA 1상 승인

(이상지질혈증 치료 신약)

“스타틴 불응 환자, 새로운 옵션 기대”

종근당은 미국 식품의약국(FDA)으로부터 자체개발한 이상지질혈증 치료 신약 ‘CKD-508’의 개발을 위한 미국 임상 1상을 승인받았다고 4일 밝혔다.

이번 임상에서 종근당은 CKD-508의 안전성 및 지질개선 효과를 확인하는 한편 임상 2상을 위한 최적 용량을 탐색할 예정이다. CKD-508은 혈액 내 지방단백질 사이 콜레스테롤에스테르(CE)와 중성지방(TG)의 운반을 촉진하는 콜레스테롤에스테르 전이단백질(CETP)의 활성을 억제하여 저밀도 콜레스테롤(LDL-C) 수치를 낮추고, 고밀도 콜레스테롤(HDL-C) 수치를 높여 주는 기전의 이상지질혈증 치료제다.

종근당은 효종연구소에서 진행한 비임상 효력실험에서 CKD-508의 LDL-C 감소 및 HDL-C 증가 효과를 명확히 확인했으며, 이상지질혈증의 주요 지표인 아포단백질(Apo-B)이 현저하게 감소하는 것을 입증한 바 있다.

종근당 관계자는 “CKD-508은 CETP와 강한 결합력을 바탕으로 약물학적 및 혈압상승 등의 문제로 개발을 중단한 이전 CETP 저해제들의 문제점을 해결하여 저용량에서도 약효가 기대되는 혁신적인 약물”이라며 “개발에 성공할 경우 스타틴(콜레스테롤 합성저해제) 계열의 약물로도 조절되지 않는 스타틴 불응 이상지질혈증 환자들에게 새로운 치료 옵션이 될 것으로 기대한다”고 말했다.

/이세경 기자

셀트리온, 유럽 주요국 ‘스테키마’ 출시

독일·네덜란드 출시... 시장 선점 집중

셀트리온이 자가면역질환 치료용 바이오시밀러 ‘스테키마’를 유럽에 출시하며 제품 포트폴리오를 확장했다. 시장별 맞춤형 전략을 통해 점유율을 빠르게 높인다는 계획이다.

셀트리온은 이달 1일(현지시간) 유럽 주요 5개국 중 하나인 독일에서 스테키마를 출시했다고 4일 밝혔다. 셀트리온 독일 법인은 제품 출시 일정을 고려해 사전에 약가 등제 및 처방 시스템 등록 절차를 마치는 등 시장 맞춤형 전략을 통해 제품 출시를 빠르게 진행했다.

셀트리온은 같은 날 네덜란드에서도 스테키마를 출시했다. 특히 출시와 동시에 셀트리온 네덜란드 법인은 현지 주요 의약품 구매 조합인 IZAAZ 입찰까지 따냈다. IZAAZ는 네덜란드에서 가장 큰 규모의 대학병원그룹으로, 의료 현장 전반에서 영향력을 지닌 주요 공급 채널로 손꼽힌다. 해당 입찰은 네



자가면역질환 바이오시밀러 ‘스테키마’ /셀트리온

덜란드 우스테키누맙 시장의 약 27%에 해당하는 규모로 이달부터 약 2년간 스테키마 공급이 이뤄질 예정이다.

북유럽 주요국인 핀란드에서는 이달 중순경 출시 예정이다. 핀란드에서는 론칭 전부터 현지 주요 의료관계자들과 소통을 지속하면서 시장 선점을 빠르게 이끌 계획이다. 아일랜드에서도 이달 중 출시를 목표로 삼고 현지 법인이 21일부터(현지 시간) 더블린에서 개최되는 ‘아일랜드 소화기학회 동계 회의’에 참석해 제품 홍보 활동에 나설 예정이다.

/이세경 기자 seilee@

JW중외제약, 보육기 3종 ‘CE MDR’ 인증

(유럽 의료기기)

‘하이-마미’ 국내 최초 인증

JW중외제약은 ‘하이-마미(HI-MAMI)’ 보육기 3종이 국산 브랜드 중 최초로 유럽 의료기기 인증(CE MDR)을 획득했다고 4일 밝혔다.

CE MDR은 환자와 사용자의 안전을 위해 품질, 안전성, 성능 규제를 강화한 유럽연합(EU)의 새로운 의료기기 규정이다. 기존 규정인 의료기기 지침(MDD)을 대체해 지난 2021년 5월부터 시행됐으며, EU 지역으로 수출되는 모든 의료기기는 기존 MDD 만료 전 반드시 CE MDR 인증을 받아야 한다.

국산 보육기 중 CE MDR 인증은 받

은 것은 JW중외제약의 하이-마미가 처음이다.

하이-마미는 하이브리드 보육기를 포함해 고급형과 보급형 등 3종으로 구성됐다. 특히 하이-마미 하이브리드(JW-Hi7000), 고급형(JW-i7000) 보육기는 글로벌 메이커 3사(미국 GE헬스케어·일본 아토티메디칼·독일 드러거) 제품이 탑재한 매트리스리라이닝 기능에 더해 조절 각도까지 확인할 수 있는 것이 특징이다.

JW중외제약은 CE MDR 인증을 계기로 글로벌 시장 진출을 비롯해 국내 시장 점유율 확대에 적극 나선다는 방침이다.

/이세경 기자