

제약·바이오업계, ‘원료의약품 사업’ 판 키운다

유한양행 화성공장 HC동 증설 추진
에스티팜 글로벌 고객사 수주 박차
동국생명과학 ‘메디레이’ 수출 속도

국내 제약·바이오 기업들이 원료의약품 사업에 박차를 가하며 글로벌 의약품 시장으로 진출하기 위한 성장동력을 확보하고 있다. 국내 대표 전통 제약회사부터 새롭게 성장한 기업까지 원료의약품을 핵심 축으로 세워 글로벌 수요를 정조준하는 모습이다.

16일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 유한양행은 원료의약품 부문에서 고성장세를 기록하며 실적 개선 기반을 다지고 있다. 유한양행의 올해 3분기 매출액은 5511억원, 영업이익은 241억원이다. 전년 동기 대비 매출은 6%, 영업이익은 56% 감소했다.

다만 같은 기간 해외 사업에서 상승세를 유지해 경쟁력을 입증했다. 해외 사업 매출은 1350억원으로 전년 동기 대비 93% 커졌다. 올해 3분기까지 누적한 매출은 3372억원으로 전년 동기 대비 21% 늘었다.

글로벌 빅파마 길리어드 사이언스와 파트너십을 강화하며 수주 계약을 추가한 성과다. 유한양행은 길리어드에 인건면역결핍바이러스(HIV) 치료제 원료



유한양행 화성공장 전경.

/유한양행

의약품, C형간염바이러스(HCV) 치료제 원료의약품 등을 공급하고 있으며 2026년 및 2027년 생산 물량에 관한 계약까지 체결했다.

이러한 성장세에 발맞춰 유한양행은 중장기 계획으로 유한화학 화성공장 H C동 증설을 추진한다. 2027년 하반기 생산 개시를 목표로 착공 시기를 검토하고 있다. HC동 규모는 29만2000리터 수준으로 향후 유한화학 생산 능력은 총 128만7000리터로 확대될 예정이다.

유한양행 측은 “새로운 매출 창출을 위해 선제적으로 생산 능력을 갖춰 나가면서 글로벌 수요 증가에 대비할 계획”이라고 밝혔다.

동아쏘시오그룹의 에스티팜은 차세대 바이오의약품 분야인 올리고핵산치료제 원료의약품 사업에서 두각을 나타

내며 그룹 내 차세대 주력 사업으로 떠올랐다.

에스티팜의 올해 3분기 매출은 819억원, 영업이익은 147억원이다. 전년 동기 대비 매출은 33%, 영업이익은 142% 증가했다. 최근 미국 식품의약품(FDA)의 품목허가를 승인받은 상업화 품목에 대한 원료의약품 공급이 호실적을 견인했다.

실제로 에스티팜은 지난 11~13일(현지 시간) 스위스 바젤에서 열린 ‘EURO TIDES 2025’에서도 글로벌 고객사를 대상으로 수주 활동에 나섰다. 에스티팜은 독자 구축한 올리고뉴클레오타이드 제조를 위한 하이브리드 효소 공정개발, 혁신적 xRNA 전달을 위한 신규 지질 나노입자 시스템 등을 공유했다.

에스티팜 측은 “제2올리고동 본격 가

동을 기반으로 글로벌 파트너들과 협력을 확장하는 데 총력을 기울일 것”이라고 강조했다.

동국제약의 상장 자회사 동국생명과학도 원료의약품 제조부터 완제의약품 생산까지 수직 계열화를 구축하며 고부가가치 사업을 다각화하고 있다.

동국생명과학은 안성 공장을 핵심 거점으로 한 글로벌 공급 전략을 펼친다. 올해 하반기 들어 안성 공장에서 생산한 이오핵술 성분의 조영제 ‘메디레이’ 수출에 속도를 내고 있다. 10월 우즈베키스탄에 이어 11월 우크라이나에서 현지 헬스케어 유통기업과 수출 계약을 맺었다.

동국생명과학은 일찍이 국내 최초로 원료의약품 이오파미돌 합성과 제품 생산에 성공해 원료의약품은 물론, 완제의약품인 CT 조영제 ‘파미레이’, MRI 조영제 ‘유니레이’ 등을 보유하고 있다.

이와 함께 동국생명과학은 올해 2월 상장해 첫 상반기 매출액 699억원, 영업이익 63억원으로 사상 최대 실적을 올렸다. 이후 올해 3분기 매출액은 294억원, 영업이익은 43억원이다.

동국생명과학 측은 “조영제 매출로는 국내 최대 매출을 발생시킴과 동시에 완제의약품과 원료의약품의 해외 수출을 적극 진행하고 있다”고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



롱테이크 오드 퍼퓸 제품.

/아모레퍼시픽

아모레퍼시픽 ‘롱테이크’ 오드퍼퓸 제품군 리뉴얼

아모레퍼시픽은 감성 향라이프스타일 브랜드 롱테이크에서 ‘오드 퍼퓸’ 제품군을 재단장해 출시한다고 16일 밝혔다.

오드 퍼퓸 제품군은 은은하고 편안한 숲 속 우디향과 긴 지속력을 갖췄다. 이번에는 ‘숲 속에서 발견한 작은 조약돌’을 주제로 제품 디자인을 새롭게 선보인다. 브랜드 가치를 극대화하는 데 중점을 두며 비정형 용기와 다채로운 색감을 적용했다.

아모레퍼시픽에 따르면 깊은 숲에서 영감을 얻은 롱테이크만의 세계관을 시각적으로 전달한다. 생명력 넘치는 숲의 모습을 향마다 다른 색으로 표현한 것이 특징이다.

아울러 아모레퍼시픽은 롱테이크 브랜드 정체성을 다지며 국내는 물론 글로벌 시장에서의 성과도 확대한다는 방침이다.

아모레퍼시픽 관계자는 “최근 글로벌 고객들의 더욱 다양한 향 제품 경험에 따라 글로벌 향시장의 규모도 지속적으로 커지고 있다”며 “롱테이크는 헤어, 바디, 향수 등 다양한 라이프스타일 제품 포트폴리오를 기반으로 아시아는 물론 미국, 유럽 고객들의 향 감성을 만족시킬 수 있는 브랜드로 성장해 나가겠다”고 말했다.

/이청하 기자

롯데온, 오프라인 쇼룸 행사

타임빌라스 수원에서 19일까지 진행
온라인 브랜드 소상공인 육성사업 일환

롯데쇼핑의 e커머스 플랫폼 롯데온이 이달 19일까지 타임빌라스 수원에서 이소당컴퍼니(투프루프), 곤지안더웨어(밀라노안더웨어), 더진리(르브레)와 오프라인 쇼룸 행사를 진행한다고 16일 밝혔다.

이번 행사는 중소벤처기업부, 한국중소벤처기업유통원과 함께 진행한 2025 온라인 브랜드 소상공인 육성사업(TOPS)의 일환이다.

쇼룸에는 수영복 브랜드 투프루프를 운영하는 이소당컴퍼니, 언더웨어 전문 밀라노안더웨어의 곤지안더웨어, 유아선스틱 브랜드 르브레를 선보이는 더진리가 참여한다.

롯데온은 올해 초부터 TOPS 사업을 통해 패션·뷰티 분야 소상공인 300개사를 선정해 맞춤형 온라인 판로 개척을 지원해 왔다. 1단계 기초 컨설팅 이후 2



단계에 진출한 30개사에는 기획전, 라이브커머스 등 마케팅을 지원했으며, 그중 우수 성과를 보인 3개사를 최종 선정해 이번 쇼룸을 지원한다.

이번 행사는 현장에 각 브랜드 제품을 전시하고, 구매는 QR코드 스캔을 통해 롯데온 기획전으로 연결되도록 구성했다. 오프라인 기간 롯데온에서 탑스파이널 셀렉션(TOPS FINAL SELECTION) 기획전도 함께 진행한다.

/손종욱 기자 handbell@

CU, ‘CU BAR’ 카톡 선물하기 입점

CU가 자사 커머스앱 포켓CU의 주류 예약·픽업 서비스인 CU BAR를 카오톡 선물하기에 입점하며 온라인 주류 선물 시장 공략에 나선다고 16일 밝혔다.

CU는 이달 17일 선물하기 내에 CU BAR 전용관을 오픈하고 와인 924종, 위스키 470종, 맥주·하이볼 125종, 전통주·사케 300종 등 약 1800여 종의 주류

라인업을 선보인다.

CU는 선물하기 입점을 기념해 이달 17일부터 고객 감사 프로모션을 진행한다. 이달 30일까지 상품 구매 후 픽업을 완료한 고객에게 경품 혜택을, 12월 1일부터 14일까지는 일정 금액 이상 주류 구매 고객 5000명에게 포켓CU 상품권을 증정한다.

/손종욱 기자

LG생건, 프라엘 브랜드 경쟁력 입증

뽀다세일 라이브방송 매출 1위

LG생활건강이 지난 10월 29일~11월 11일 네이버플러스 스토어에서 열린 ‘뽀다세일’에 뷰티 디바이스 브랜드 LG 프라엘이 참가했다고 16일 밝혔다.

‘뽀다세일’은 네이버 최대 온라인 쇼핑 행사로 다양한 기획전을 선보였다. LG생활건강은 지난 6일 뷰티 유튜브 회사원A와 협업해 ‘LG 프라엘 수퍼폼 써마샷 얼티밋’을 소개하는 라이브 방송을 진행했다.

회사원A는 구독자 130만 명을 보유하고 있으며 개인 소장한 뷰티 기기만 50개가 넘는 것으로 알려졌다. 이번 라이브 방송에서 회사원A는 수퍼폼 써마샷 얼티밋을 직접 시연하고 피부 광채, 탄력, 이중 턱, 모공 등을 관리하기 위한

제품 사용법과 후기를 공유했다.

이날 라이브 방송 1시간 만에 해당 제품 준비 물량은 모두 품절돼 5억원 이상의 매출액을 기록했다. 동일 시간대 네이버 라이브 방송 가운데 ‘구매 순’ 기준으로 1위에 올랐다. 또 이날부터 약 이틀에 걸쳐 디지털 가전, 패션의류·잡화, 식품 등을 모두 포함한 뽀다세일 전체 판매에서 매출 1위를 차지했다.

LG생활건강 관계자는 “LG생활건강이 LG 프라엘을 인수한 지난 6월 이후 브랜드 검색량이 이전 대비 2배에 달할 만큼 제품에 대한 관심과 인기가 꾸준히 상승하고 있다”며 “동시다발적으로 나타나는 노화 징후에 대응할 수 있는 ‘올-커버 디바이스’의 제품력을 앞세워 차별적인 고객경험을 선도하겠다”고 말했다.

/이청하 기자

롯데백화점, 잠실점에 ‘더콘란샵’ 오픈

가구, 조명 등 1600종 상품 선보

롯데백화점의 프리미엄 라이프스타일 편집숍 더콘란샵(The Conran Shop)이 지난 14일 잠실점에 새롭게 문을 열었다고 16일 밝혔다.

더콘란샵은 영국 런던을 기반으로 한 글로벌 라이프스타일 브랜드로, 이번 잠실점 오픈으로 2019년 강남점을 시작으로 동탄점·본점에 이어 총 4개 점포로 영역을 확장하게 됐다.

잠실점 매장은 본관 9층 약 50평 규모로, 콤팩트 토탈 라이프스타일 편집숍

컨셉트로 선보인다. 가구부터 조명, 인테리어 소품까지 약 1600여 종의 상품을 선보이며, 놀(Knoll), 자노파(Zanotta), 베르판(Verpan) 등 해외 하이엔드 가구 브랜드도 잠실점에서 처음으로 만나볼 수 있다.

매장 입구에는 선물 큐레이션 공간을 마련했으며, 계산대·포장 공간·기프트존을 통합한 기프트 스테이션(Gift Station)을 새로이 도입했다. 또한 거실과 주방 공간을 재현해 더콘란샵이 제안하는 홈 스타일링을 직접 느낄 수 있도록 했다.

/손종욱 기자

신제품

광동제약 ‘광동 경옥고’ 한정판

광동제약은 오는 2026년 붉은 말의 해를 기념하며 ‘광동 경옥고’ 30포 한정판(사진)을 공개한다고 16일 밝혔다.

이번 한정판은 복용과 휴대가 편리한 막대형 제품을 10포 단위로 포장한 제품 3개를 한 데 담아 총 30포로 구성이다. 고급스러운 말을 표현한 디자인이 그려져 소장 가치까지 갖췄다.

광동 경옥고는 일반의약품으로 병중, 병후, 허약체질, 육체피로, 갱년기 장애 완화 등에 도움을 준다.

/이청하 기자

한국P&G ‘팜퍼스’ 엔젤브리즈 소프트팬티

한국P&G는 기저귀 브랜드 팜퍼스에서 신제품 ‘엔젤브리즈 소프트팬티’를 공식 선보인다고 16일 밝혔다.

이번 신제품은 기존 브랜드 대표 제품 ‘베이비드라이 팬티’의 강점을 한층 강화한 것이 특징이다.

고기능성은 유지하면서 더욱 가볍고 부드러운 착용감을 구현해 아이의 움직임에 자연스럽게 밀착된다. 특히 0.1cm 수준의 하이브리드 신소재로 구성돼 얇지만 강력한 흡수력을 갖췄다. 최대 12시간까지 보송함을 유지한다.

/이청하 기자