

SK바이오팜, 中서 뇌전증·수면장애 혁신신약 동시 승인

세노바메이트·솔리암페톨 승인
제출 약 1년 만에 심의 절차 종결
이그니스 협업, 심사전략 고도화
CNS 분야 확장 성장 동력 강화

SK바이오팜이 자체 개발한 혁신 신약이 중국으로 진출한다. 중국의 뇌전증 시장은 지난해 기준 약 11억 달러(1조6179억원) 규모로 세계 최대 시장 중 하나다.

SK바이오팜은 뇌전증 혁신 신약 ‘세노바메이트(중국어명:이푸루이)’와 수면장애 치료제 ‘솔리암페톨(중국어명: 이랑칭)’이 중국 국가의약품감독관리국(NMPA)으로부터 신속하게 신약허가(NDA) 승인을 받았다고 9일 밝혔다.

이번 승인은 SK바이오팜과 글로벌 투자사 6디멘션 캐피탈이 설립한 합작법인 ‘이그니스 테라퓨틱스(이하 이그니스)’가 지난 해 12월 제출한 것으로, 약 1년 만에 모든 심사가 마무리됐다. 통상 중국 제약 분야에서의 신약허가 과정에서 여러 형태의 보완이 요구되는 것을 감안



SK바이오팜 뇌전증 혁신 신약 ‘세노바메이트(미국명:엑스코프리)’

하면 세노바메이트와 솔리암페톨의 심사 과정은 원활하고 신속하게 진행됐다.

중국 NMPA는 임상 근거, 품질 관리, 제조시설 검증 등 여러 평가 항목을 통합해 검토를 진행하는 기관이다. SK바이오팜과 이그니스는 허가 과정 전반에서 긴밀히 협력하며, NMPA 산하 기관인 의약품심사위원회(CDE)와의 빈번한 소통을 통한 중국 현지 가이드라인 준수와 글로벌 임상 설계 전략을 동시에 고려한 제출 전략을 적용해 왔다.

세노바메이트와 솔리암페톨은 SK바이오팜이 자체 개발한 혁신 신약으로, 중국 내 개발 및 상업화는 이그니스가 진행한다. SK바이오팜은 이그니스와 2021년 세노바메이트, 솔리암페톨 등 주요 파이프라인의 중국 내 관리와 허가 절차 전반에 대한 파트너십을 체결했으며, 양사는 임상과 허가 단계 전반에서 긴밀히 협력해왔다.

또한 이그니스는 승인 확정 이전부터 마케팅 및 영업 전략을 철저히 준비해 왔으며, 이를 기반으로 중국 현지 시장에 신속하게 안착할 계획이다. 두 신약의 승인으로 이그니스 기업 가치가 본격 상승할 것으로 전망되며, SK바이오팜은 약 41%의 지분을 보유하고 있어 중국 사업 추가 확장의 기반이 될 것으로 기대된다.

중국 내 뇌전증 환자는 약 1100만 명 이상으로 추정되며 2024년 기준, 11억 달러의 규모의 시장으로 추산된다. 폐쇄성 수면무호흡증(OSA) 환자 수도 1억 7000만 명 이상으로, 솔리암페톨이 이로 인한 주간과다졸림증 환자 치료 대

안이 될 것이란 기대를 모은다.

이그니스는 두 건의 신약 승인으로 중화권 내 중추신경계 질환 치료 접근성을 높이고, 현지 환자들에게 새로운 치료 옵션을 제공하기 위한 노력을 이어갈 계획이라고 밝혔다.

에일린 롱 이그니스 테라퓨틱스 대표는 “세노바메이트와 솔리암페톨은 중국에서 중추신경계 질환을 앓고 있는 환자들에게 의미 있는 변화를 가져올 혁신 치료제”라며 “SK바이오팜과의 파트너십을 기반으로 제품 출시 준비를 신속히 진행해, 환자들이 하루빨리 치료 혜택을 받을 수 있도록 최선을 다하겠다”고 말했다.

이동훈 SK바이오팜 사장은 “이번 중국 승인은 SK바이오팜과 이그니스 테라퓨틱스가 장기간 협력해온 결실로, 세노바메이트와 솔리암페톨의 글로벌 확장을 위한 중요한 이정표가 되었다”며 “중국 환자들에게 새로운 치료 기회를 보다 신속하게 경험할 수 있도록 양사가 긴밀히 협력해 나가겠다”고 말했다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

광동제약

‘옥수수수염차 라이트’

부드러운 목 넘김 구현

광동제약은 ‘광동 옥수수수염차 라이트’를 새롭게 선보이며 회사의 대표 제품인 옥수수수염차의 라인업을 확대한다고 9일 밝혔다.

광동 옥수수수염차 라이트는 기존 제품의 구수한 풍미를 그대로 살리면서 깔끔하고 부드러운 목넘김을 구현한 것이 특징이다. 이번 라인업 확대를 통해 기존 옥수수수염차의 진한 맛을 선호하는 소비자들은 물론, 가벼운 바디감을 원하는 고객들까지 아우르며 취향에 따른 선택의 폭을 넓혔다.

이번 신제품은 ‘V로 일상을 가볍게’라는 컨셉 아래 소비자들이 일상 속에서 간편하게 수분을 섭취하며 건강을 관리할 수 있도록 돕는 데 중점을 뒀다. 천연적으로 카페인 없이 공복이나 잠들기 전에도 부담 없이 즐길 수 있다.

광동제약 관계자는 “일상 속에서 칼로리 부담 없이 맛과 건강을 챙기려는 소비자들의 다양한 니즈에 부응하기 위해 제품 라인업을 확대하게 되었다”고 말했다.

/이세경 기자

셀트리온, 송도 DP공장 절반 완공... 2027년 생산 돌입

기초공사 완료 후 내부 공정 속도
완공 시 연 800만개 바이알 생산
예산·오창 공장으로 국내기반 강화
美 생산시설 인수로 글로벌 대응

셀트리온이 국내외 생산시설 확대를 통해 현재 3배 수준의 생산역량 강화에 박차를 가한다. 전 세계에서 증가하고 있는 수요에 선제적으로 대응하기 위한 전략이다.

셀트리온은 9일 미국 생산시설 인수에 이어 국내에서도 인천 송도에 짓고 있는 신규 완제의약품(DP) 생산시설의 공정률이 약 55%를 넘어섰다고 밝혔다. 내년 상반기 완공 예정으로 오는

2027년부터 본격적인 상업 생산에 돌입할 계획이다.

셀트리온이 기존 제1공장 인근 부지 내 증설하고 있는 신규 DP 공장은 올해 2월 착공 허가 승인 이후 약 반년 만인 지난 8월 기초 공사를 완료하고, 현재 외관과 내부 정비 작업을 진행하고 있다.

해당 공장은 DP 단독 생산 시설로, 완공되면 기존 2공장 DP 생산 라인의 연간 최대 생산량(약 400만개 바이알) 대비 두 배 규모인 약 800만개 바이알 생산이 가능할 전망이다. 송도에만 총 25만 리터 규모의 원료의약품(DS) 제조역량에 더해 현재의 세 배 수준인 연간 1200만개 바이알에 달하는 DP 제조 역

량을 갖추는 셈이다.

셀트리온은 인천 송도 내 신규 DS 공장을 추가하고, 충남 예산 신규 DP 공장과 충북 오창 신규 PFS(사전 충전형 주사기) 생산공장 건설도 추진할 계획이다. 이를 통해 미국 생산시설 인수와 더불어 국내외 투자 균형을 확보하고, 국내 투자 확대를 기반으로 지역 균형 발전에도 기여할 전망이다.

미국 뉴저지주 브랜치버그(Branzburg) 소재 일라이 릴리 바이오의약품 생산시설 인수는 연내 마무리하고, 원료 즉시 캐파(최대 생산량) 확장을 추진해 글로벌 생산 거점을 마련할 방침이다.

이 같은 셀트리온의 국내외 전방위적 생산역량 강화는 빠르게 늘어나는 제품의 글로벌 시장 점유율과 허가·생산 품목 확장 등 증가하는 수요에 선제적으로 대응하기 위해 추진되고 있다.

셀트리온 관계자는 “기존 제품의 안정적인 성장과 신규 제품의 시장 안착, 신규 파이프라인 확대에 수요가 꾸준히 늘어나는 가운데 신규 공장 증설과 해외 생산 거점 확보가 순조롭게 진행 중”이라며 “고품질 바이오의약품을 세계 각국에 원활히 공급할 수 있도록 생산 역량을 대폭 강화하고 글로벌 빅파마로 도약에 박차를 가하겠다”고 말했다.

/이세경 기자



미장센 뉴욕 옥외광고 이미지.

미장센 ‘퍼펙트세럼’

美 블프 매출 65% 성장

헤어 스타일링 오일 1위

미장센 ‘퍼펙트세럼’이 11월 20일~12월 1일 진행된 ‘2025 미국 아마존 블랙프라이데이’에서 헤어 스타일링 오일 부문 1위를 차지했다. 9일 아모레퍼시픽에 따르면 블랙프라이데이 행사 기간 동안 미장센 매출은 전년 대비 65% 성장했다. 최근 K팝 아이돌의 유키 나는 ‘글라스 헤어’로 관심이 확산되는 가운데 K헤어 제품 판매가 급증하는 것으로 풀이된다. 특히 퍼펙트세럼은 부스스하고 손상된 머릿결이 즉각적으로 개선되는 효과와 탁월한 제품력으로 많은 사랑을 받았다.

미장센은 지난달 글로벌 브랜드 인지 확대를 위해 #샤인유어신(#SHINEY OURSCENE) 캠페인을 전개했다. 틱톡 플랫폼을 중심으로 제품의 핵심 효과인 반짝이고 매끄러운 머릿결을 춤으로 표현하는 챌린지 콘텐츠를 제작해 퍼펙트세럼을 알렸다.

아마존 블랙프라이데이 시즌과 맞물려 뉴욕 브로드웨이와 LA K타운에서는 대형 디지털 사이니지를 통해 캠페인 영상을 송출했다.

/이세경 기자

이디야커피, 한파에 전통차 매출 30% 급증

쌍화차·유자차·생강차 판매 증가

이디야커피는 12월 1일부터 8일까지의 가맹점 매출을 분석한 결과, 쌍화차, 유자차, 생강차 등 전통차류 판매가 전년 동기 대비 약 30% 증가했다고 9일 밝혔다. 예년보다 갑작스럽게 찾아온 초겨울 한파로 체온을 따뜻하게 높여주는 차류 메뉴를 찾는 고객이 크게 늘어난 것으로 분석된다.

이디야커피의 전통차류는 겨울철에 꾸준한 인기를 보이는 메뉴지만, 올해는 기온 하락 시점이 예년보다 약 1~2주 앞당겨지며 12월 첫째 주부터 매출 상승세가 확연하게 나타났다. 쌍화차·생강차처럼 보온감을 주는 음료는 물론, 유자차처럼 상큼한 과일 풍미를 즐길 수 있는 메뉴까지 고르게 인기를 얻으며 카테고리 전반이 성장했다.

또한 지난달 선보인 지역특화 액상



이디야커피의 전통차 판매가 지난해에 비해 약 30%가 증가했다. /이디야커피

차 2종(제주 레몬차, 제주 생강차)도 소비자들 사이에서 긍정적인 반응을 얻고 있다. 제주산 원물을 활용해 풍미를 높였으며, 액상 스틱 타입으로 휴대성·편의성을 강화해 따뜻한 물만 있으면 언제 어디서나 간편하게 즐길 수 있는 점이 특징이다.

/신원선 기자 tree6834@

올리브영, ‘프로 셀프케어’ 트렌드 급부상

속눈썹 관리 제품 검색 최대 967% ↑

겨울철, 집에서 전문가처럼 관리하는 ‘프로 셀프케어’ 트렌드가 확산되고 있다. CJ올리브영은 올영세일 기간(11월 30일~12월 6일) 구매 데이터를 분석한 결과 ‘셀프뷰티’ 트렌드가 강화되고, 스킨케어에서 주목받던 성분을 식품으로 소비하는 ‘액티브 이너뷰티’ 흐름이 본격화한 것으로 나타났다 9일 밝혔다.

‘셀프뷰티’ 상품군에서는 속눈썹 관리 상품군의 수요가 크게 확대됐다. 이번 올영세일 기간 온라인몰의 키워드 검색량 추이를 지난해와 비교한 결과 ‘노글루 속눈썹’ 검색량이 265%, ‘속눈썹 펌’ 검색량이 967% 치솟았다. ▲‘코링코’ 톡톡하라 노글루 속눈썹 ▲‘필리밀리’ 노글루 포인트 가닥 속눈썹 등 별도 접착제 없이 간편하게 붙일 수 있는 상품이 큰 인기를 끌었다. 속눈썹을 강화

해 주는 ‘속눈썹 영양제’ 매출도 105% 증가했다.

올리브영은 지난해 11월부터 전국 주요 매장에서 속눈썹 관리 용품을 체험해볼 수 있는 ‘아이래쉬 바(Eyelash Bar)’를 도입하여 운영하고 있다.

마스크팩 카테고리에서는 거품 제형의 팩을 바르고 흡수시키는 ‘버블팩’이 급부상하며, 올영세일 기간 동안 관련 검색량이 지난해 동기 대비 1448% 치솟았다.

웰니스 영역에서는 ▲레티놀 ▲글루타치온 ▲뮤신 등의 성분을 섭취 가능한 식품 형태에 담긴 ‘액티브 이너뷰티’ 상품군 매출이 전년 대비 140배 이상 늘었다. 이외에도 항산화에 도움을 준다고 알려진 ‘글루타치온’과 피부 세포 재생에 효과적이라고 알려진 ‘레티놀’과 같은 성분이 주목받았다.

/이세경 기자