

# 백신개발·글로벌CDMO 투트랙... SK바사, 성장로드맵 가속

송도 R&PD 가동, 연구·공정 원스톱 mRNA·재조합·벡터 플랫폼 강화 독감·폐렴구균 프리미엄 다변화 사노피와 'GBP410' 공동개발 IDT 연계 CDMO 확장 추진



송도 '글로벌 R&PD 센터' 전경.

/SK바이오사이언스

SK바이오사이언스가 백신 개발과 글로벌 백신 위탁개발생산(CDMO)을 양축으로 하는 중장기 성장 전략에 속도를 낸다. 특히 백신 경쟁력 고도화와 함께 글로벌 생산·개발 파트너로의 사업 확장을 동시에 추진한다.

19일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, SK바이오사이언스는 우선 백신개발 영역을 플랫폼 기반 연구로 확대한다.

SK바이오사이언스는 최근 인천 송도 '글로벌 R&PD 센터'로 본사 및 연구소 이전을 완료하고 공식 업무에 돌입했다. 글로벌 R&PD 센터는 SK바이오사이언스가 토지 매입, 건축, 설비 구축 등에 총 3772억원을 투입해 신규 조성한 국내 최대이자 최고 수준의 백신 전용 시설이다. 연구(R&D)부터 공정개발(PD), 품질

분석까지 '원스톱' 체계를 갖췄다. 무엇보다 mRNA, 단백질 재조합, 바이럴 벡터 등 차세대 백신 플랫폼 연구를 위한 전문 실험실 등을 설치해 다양한 백신 모델링에 대한 연구와 공정 검증을 안정적이고 효율적으로 수행할 수 있다.

글로벌 수준의 파일럿 랩(Pilot Lab)

도 마련했다. 초기 플랫폼 연구부터 공정 설계, 스케일업, 기술 검증 및 이전까지 전체 과정을 단일 공간에서 완성해 개발 속도와 완성도를 높이는 데 중점을 뒀다. 기존 경북 안동 엘 하우스(LHOUSE)에서 일부 병행해야 했던 연구 공정도 통합 가능하다.

SK바이오사이언스는 송도 글로벌 R&PD 센터를 기반으로 독감뿐 아니라 폐렴구균 등 다양한 질환에서 '프리미엄 백신' 포트폴리오를 강화한다는 방침이다.

국내 최초 면역증강제를 활용한 독감 백신 개발에 착수했으며 코로나바이러스 계열에서 광범위하게 예방효과를 보이는 범용 백신을 탐색하고 있다. 또 빅파마 사노피와 21가 폐렴구균 단백질 접합 백신 후보물질 'GBP410'을 공동 개발하는 등 SK바이오사이언스는 글로벌 블록버스터 약물을 확보할 계획이다.

이와 함께 송도 글로벌 R&PD 센터는 향후 자회사 IDT 바이오로지카와도 연계되면서 핵심 백신 위탁개발생산(CDMO) 기지 역할을 할 것으로 전망된다.

SK바이오사이언스는 앞서 독일 의약품 위탁개발생산(CDMO) 기업 IDT 바이오로지카를 인수해 유럽 거점으로 삼으며 양사 사업을 유기적으로 융합해왔다. 그 결과 지난해 3분기 누적 실적에서 IDT 바이오로지카를 통한 CDMO 매출은 전체 매출의 74%를 차지하는 수준으

로 커졌다.

SK바이오사이언스가 CDMO 사업 성과를 가시화하고 있는 가운데, 특히 송도 글로벌 R&PD 센터는 글로벌 클라이언트 전략에도 활용될 예정이다. 글로벌 클라이언트 전략은 SK바이오사이언스가 핵심 과제로, 백신 수요는 높지만 연구·생산 인프라가 충분하지 않은 국가에 백신 연구 및 생산 노하우를 이식하는 프로젝트다. 송도 글로벌 R&PD 센터는 연구, 공정, 사업 기능을 동시 수행하는 만큼, 글로벌 협력 기회를 한층 넓힐 수 있을 것으로 기대된다.

인재용 SK바이오사이언스 사장은 "송도 글로벌 R&PD 센터 입주는 단순한 사옥 이전을 넘어, SK바이오사이언스의 중장기 성장 전략을 실질적으로 구현하는 인프라를 확보했다는 점에서 의미가 크다"라며 "이 공간을 기반으로 연구와 공정, 글로벌 협력이 하나의 성장 구조로 연결되면서 세계 보건 향상에 기여하고 글로벌 기업으로 도약하는 혁신을 지속하겠다"고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## 셀트리온 짐펜트라, 미국 보험 혜택 더 늘었다

시그나 계열 에버노스 ' 선호' 등재 미국 환급 커버리지 90% 확보 월평균 처방 31% 성장, 기관 급증

셀트리온이 판매 중인 세계 유일의 인플릭시맙 피하주사(SC) 제형 치료제 '짐펜트라' (렘시마 SC 미국 제품명)가 미국 대형 헬스케어 기업인 '시그나 그룹' 산하 의료 서비스 전문 기업 '에버노스 헬스 서비스' 처방집에 선호의약품 (preferred)으로 등재됐다.

시그나는 미국 내 대표적 의료 서비스 전문 기업으로 3대 처방약급여관리 업체(PBM) 중 하나인 '익스프레스 스크립츠'(ESI), 보험 업계 상위 10대 기

업에 속하는 '시그나 헬스케어'(Cigna Healthcare) 등을 운영하며 의료 시장 전반에서 영향력이 큰 기업으로 꼽힌다.

셀트리온 미국 법인은 짐펜트라 출시 이후 ESI와 계약을 체결해 선호의약품으로 등재시킨 바 있다. 이번 에버노스 등재는 이러한 성과의 연장선으로, 향후 시그나 계열 보험 가입자는 의약품 처방을 위해 필수적으로 수반되는 복잡한 행정 절차 없이 짐펜트라를 처방받을 수 있게 됐다.

셀트리온은 짐펜트라에 대한 환자 접근성이 현저히 개선됨과 동시에 의사 처방 선호도도 높아지는 만큼, 판매 확대

가 더욱 가속화될 것으로 기대하고 있다.

짐펜트라는 2024년 미국에 처음 출시된 이후 월평균 31%의 처방 성장세를 기록하며 매 분기 가파른 성장세를 이어가고 있다. 특히, 작년 12월 기준 병원 등 기관 처방량이 전년 동기 대비 약 5배 가까이 대폭 늘어난 것으로 확인돼 짐펜트라의 지속 성장에 대한 기대감이 높아지고 있다.

이러한 성장세는 3대 PBM을 비롯해 중소형 PBM, 보험사 등 주요 환급 채널과 등재 계약을 체결한 성과에서 비롯된 것으로 분석된다. 이를 통해 짐펜트라는 미국 환급 시장 커버리지를 90% 이

상 확보하며 안정적으로 처방이 이뤄질 수 있는 기반을 갖추는 데 성공했다.

짐펜트라뿐 아니라 셀트리온의 대표 자가면역질환 치료제인 '인플렉트라' (렘시마 미국 제품명) 역시 미국 대형 보험사인 유나이티드 헬스케어 처방집(사보험)에 등재되며 성과를 이어가고 있다. 특히 주목해야 할 부분은 오리지널 및 경쟁 바이오시밀러와는 다르게 인플렉트라가 선호의약품으로 등재돼 처방에 유리한 조건을 선점했다는 점이다. 인플렉트라의 처방세가 지속될 것으로 기대되는 가운데, 오는 2월 1일부터 환급 적용이 이뤄질 예정이다.

/이세경 기자 seilee@



브리세 '레비팅 틴트 필름' /HLB글로벌

## HLB글로벌 '브리세' 구강뷰티 첫선 허 틴트 필름 2만장 돌파

HLB글로벌은 신규 구강 뷰티 브랜드 '브리세'를 공개한 후 브랜드 첫 번째 제품인 '레비팅 틴트 필름'이 출시 일주일 만에 2만 장 판매를 돌파했다고 19일 밝혔다. 레비팅 틴트 필름은 국내 최초 '허 틴트 필름' 제품으로 구취 관리와 백태 제거 효과를 갖췄다.

브로멜라인S, 녹차추출물, 아스퍼질러스 유래 효소 등을 함유해 백태를 발생시키는 세균을 억제하고 허 위에 남아 있는 잔여물을 분해한다. 또 강력한 민트 에센스를 처방해 7초 만에 입냄새를 없앤다.

/이청하 기자

## 정관장, '기다림 침향' 매출 200억 흥행

출시 1년 8개월 만에 성장세 탄력

정관장의 침향 전문 브랜드 '기다림 침향'이 출시 1년 8개월 만에 누적 매출 200억 원을 돌파했다. 홍삼 중심의 사업 구조에서 벗어나 녹용·침향 등 신소재 포트폴리오를 확대해온 전략이 성과를 내고 있다는 평가다.

정관장에 따르면 '기다림 침향'은 지난해 4월 말 출시 후 1년 3개월 만에 매출 100억 원을 기록한 데 이어 이후 5개월 만에 추가로 100억 원을 더하며 200억 원 고지를 넘어섰다. 주력 제품인 100% 침향 순수 달임액 '기다림 침향액'이 81억 원의 매출을 올렸고, 침향에 지황·맥문동·사인·영지·당귀·백출 등을 배합한 한 제품 '기다림 침향환'은 90억 원을 기록하며 성장세를 견인했다.

명절 수요도 실적 확대에 힘을 보탰다. 지난해 추석 시즌 매출은 전년 대비



정관장 기다림 침향. /KGC인삼공사

3.7배 증가했으며, 재구매율 역시 33% 상승해 충성 고객 기반이 빠르게 확대되고 있는 것으로 나타났다.

침향은 침향나무가 외부 자극에 반응해 생성하는 수지 성분으로 응집까지 약 20년이 소요되는 희소 원료다. 용연향, 사향과 함께 '세계 3대 향'으로 꼽힌다.

/신원선 기자 tree6834@

## 파리바게뜨 파란라벨, 건강빵 인기 '쑥'

11개월 만에 2026만개 판매 돌파

파리바게뜨의 건강 베이커리 브랜드 '파란라벨(PARAN LABEL)'이 출시 11개월 만에 누적 판매량 2026만 개를 돌파했다.

파란라벨은 지난해 2월 출시된 건강빵 브랜드로 파리바게뜨가 독자 개발한 통곡물 발효종을 적용해 풍미와 식감을 동시에 강화한 것이 특징이다. 기존 건강빵 대비 약 5배 빠른 성장세를 보이며 단기간에 대표 건강 베이커리 브랜드로 자리 잡았다.

저당·고단백·통곡물 등 건강 트렌드를 반영하면서도 거친 식감을 개선해 '건강빵은 맛이 없다'는 인식을 바꿨다는 평가를 받는다.

제품별로는 '크래페리 호밀 감빠뉴'가 가장 높은 판매고를 기록했으며, '밀티그레인 호밀빵', '쫄깃담백 루스틱'



파란라벨. /파리바게뜨

등이 뒤를 이었다.

파리바게뜨는 파란라벨을 케이크·선물·음료 카테고리도 확장했다. '저당 그릭요거트 케이크', '명가명품 고단백 서리데 카스테라', '저당 요거트 셰이크' 등은 기능성과 맛을 동시에 내세워 호응을 얻고 있다.

/신원선 기자

## 스타벅스 사이렌오더 7억건 돌파

스타벅스 코리아가 세계 최초로 론칭한 모바일 주문 서비스인 '사이렌 오더'의 누적 주문이 7억 건을 돌파하며 이달 25일까지 별 적립 이벤트를 전개한다.

사이렌 오더는 스타벅스 코리아에서 2014년 5월부터 운영 중인 모바일 주문 서비스로 현재 스타벅스 고객의 10명 중 4명이 이용하는 보편적인 주문 수단으로 자리 잡았다. 현재 스타벅스 코리아의 사이렌 오더 이용 비중은 약 40%로 14곳의 아시아 태평양 국가 중 가장 높은 수치이다.

/신원선 기자