

삼바에피스, 연매출 1조6720억 달성… 바이오시밀러 효과

마일스톤 제외 전년비 매출 28% ↑
美 사보험사 PBM 공급 채널 확보
유럽서 판매 제품 수 10개로 늘려

삼성바이오에피스가 지난해 매출 1조6000억원을 넘기며 연간 최대 실적을 달성했다.

삼성바이오에피스홀딩스는 2025년 연간 매출 1조6720억원을 기록 전년 대비 9% 늘어났다고 26일 밝혔다. 영업이익은 3759억원으로 전년 대비 14% 감소했다. 다만 회사측은 일회성 수익인 '마일스톤(연구개발 성과에 대한 대가)'을 제외한 제품 판매 성과는 전년대비 매출이 28%, 영업이익이 101% 각각 늘었다고 설명했다.

마일스톤을 제외한 연간 영업이익이 전년 대비 두배 이상 늘어난 것은 신규 제품의 판매 실적이 뒷받침 됐다. 삼성바이오에피스는 현재 미국, 유럽 등 주요 글로벌 시장에서 바이오시밀러 판매를 확대하고 있다.



삼성바이오에피스 사옥.

회사측은 세계 최대 의약품 시장 미국에서는 현지 마케팅 파트너사와의 협업과 사보험사 PBM(처방약급여관리업체) 공급 채널 확보의 '투 트랙(two-track)' 전략을 활용해 시장을 점유해 나가고 있다고 설명했다.

삼성바이오에피스는 지난해 글로벌 제약사와의 파트너십을 통해 미국 시장에 제품 2개를 새롭게 출시(스텔라라·

솔리리스 바이오시밀러)했다. 특히 스텔라라 바이오시밀러는 파트너십과 더불어 대형 PBM이 자사 브랜드로 의약품 공급하는 '자체 상표(PL)' 계약 체결을 통해, 안정적인 판로를 확보하며 조기에 시장을 점유해 나가고 있다.

특히 전체 매출의 60% 이상을 차지하는 유럽에서는 파트너사 협업을 통해 직접 판매에 나서고 있다.

삼성바이오에피스는 유럽에서 2016년 첫 제품을 출시(SB4, 엔브렐 바이오시밀러)한 이후 10년만에 판매 제품 수를 총 10개로 늘렸으며, 그 중 4개의 제품(솔리리스·프롤리아·엑스지바·루센티스 바이오시밀러)을 현지 영업망을 통해 직접 판매하고 있다.

삼성바이오에피스는 현재 특허 만료를 앞둔 블록버스터 바이오시밀러 파이프라인 7종을 추가로 개발하고 있으며, 2030년까지 바이오시밀러 제품 및 파이프라인을 20종으로 확대하여 중장기 성장 동력을 확보해 나갈 계획이라고 밝혔다.

또한 바이오시밀러 사업으로 축적한 기술 노하우를 통해 차세대 항암제로 각광받는 ADC(항체-약물 접합체) 분야의 신약 개발도 적극 추진하고 있다.

회사측 관계자는 “올해 첫 번째 신약 후보물질(SBE303)의 글로벌 임상 1상 개시에 이어, 매년 1개 이상의 IND(임상시험계획 승인 신청) 단계 진입을 목표로 하고 있다”며 “앞으로 신약 개발

사업을 적극 확대해 나갈 방침”이라고 설명했다.

한편, 지난해 11월 출범한 바이오 지주회사 삼성에피스홀딩스는 26일 첫 번째 실적발표를 통해 2개월 간의 연결 실적으로 매출 2517억원, 영업손실 636억원을 공시했다.

회사측은 기업 분할 과정에서 발생한 회계조정 및 연구개발비 증가 등의 영향으로 2개월분 실적에 영업손실을 기록했으나 실제 현금 흐름과는 무관한 사항으로, 현재 삼성바이오에피스의 견고한 실적을 바탕으로 지주회사 체제의 사업 구조가 점차 안정화되고 있다고 설명했다.

삼성에피스홀딩스 관계자는 “올해 자회사들의 주력 사업을 적극 지원하며 지주회사 체제에서 사업 경쟁력을 강화하고, 지난해 대비 글로벌 시장에서 바이오시밀러 제품 매출을 10% 이상 확대하는 것을 목표로 성장세를 지속해 나갈 계획”이라고 밝혔다.

/이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

HLB, 간암신약 허가 재신청

심사과정 보완 요구사항 반영해 진행
‘간암 1차 치료제’ 중 생존기간 최장

HLB는 미국 자회사 엘레바 테라퓨틱스와 파트너사 항서제약이 지난 23일(현지 시간) 미국 식품의약국(FDA)에 간암 신약 허가 재신청을 완료했다고 26일 밝혔다.

엘레바는 전분자 화합물 혈관내피세포성장인자수용체(VEGFR) 티로신 키나제 억제제(TKI)인 ‘리보세라닙’에 대한 신약허가신청(NDA)을, 항서제약은 항 PD-1 항체인 ‘캄렐리주맵’에 대한 생물의약품허가신청(BLA)을 각각 제출했다. 두 약물은 병용요법으로 임상 진행돼 FDA는 이를 하나의 치료제로 간주해 통합 심사한다.

이번 재신청은 이전 심사 과정에서 제시된 보완 요구사항을 충분히 반영해 진행됐다.

리보세라닙·캄렐리주맵 병용요법은 글로벌 임상 3상에서 절대 불가능한 간세포암 환자를 대상으로 전체생존기간 중앙값(mOS) 23.8개월을 기록하며, 현재 ‘간암 1차 치료제’ 가운데 가장 긴 생존기간을 입증했다.

특히 다양한 환자군별 분석에서도 일관된 효능과 관리 가능한 안전성을 보였다. 최종 임상 데이터는 지난해 권위 있는 국제 학술지인 ‘랜셋 온콜로지’에 게재됐다.

HLB 측은 “이전 심사 과정에서 제시된 지적사항을 충실히 보완하는 한편 제출 자료 전반을 다시 점검하고 정비해 재신청을 진행했다”며 “향후 심사 절차 전반에 대해 면밀히 검토해 대응하고 FDA와의 소통에도 성실히 임해 회사가 기대하는 성과로 이어질 수 있도록 최선을 다하겠다”고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@

일동제약, 약사회와 만든 ‘생유산균’ 선택

경기도약사회와 협업

일동제약이 경기도약사회와 공동 개발한 건강기능식품 ‘하루한포 장건강 생유산균(사진)’을 출시했다고 26일 밝혔다.

하루한포 장건강 생유산균은 분말 제형의 막대형 제품이다. 하루 한 포로 장건강, 정상적인 면역 기능, 뼈 건강을 함께 관리할 수 있다.

특히 유산균 증식 및 유해균 억제, 원활한 배변 활동 등에 도움을 줄 수 있는 유익균 원료 19종을 함유한다. 일동제약이 자체 개발한 프로바이오틱스 원료에 특허받은 4종 코팅 기술을 적용했다. 유산균이 장까지 잘 도달하도록 설



계한 것이다.

또 투입 균 수 및 보장 균 수를 각각 500억 CFU와 100억 CFU로 높였다. 이와 함께 정상적인 면역 기능 및 세포 분열에 필요한 아연, 뼈의 형성과 유지에 필요하며 골다공증 발생 위험 감소에 도움을 주는 비타민 D 등을 더했다.

/이청하 기자

“프라이머로 24시간 밀착 메이크업 완성”

에스쁘아 ‘메이크업 본딩 프라이머’

아모레퍼시픽은 메이크업 전문 브랜드 에스쁘아에서 신제품 ‘메이크업 본딩 프라이머(사진)’를 선보인다고 26일 밝혔다.

메이크업 본딩 프라이머는 피부 결 사이 미세한 각질과 요철로 인해 생기는 빈 공간을 자연스럽게 메워 파운데이션이나 쿠션이 피부 위에서 겹들지 않고 균일하게 밀착되도록 돕는다.

촉촉한 제형이 피부결을 정돈한 뒤 쫄쫄한 부착감을 형성하는 것이 특징이다. 또 메이크업 지속력을 높여주는 필름포머 3%, 베이스 메이크업 밀착을 돕는 피토-본딩 콤플렉스 등이 메이크업 지속력을 강화해 준다.



에스쁘아 브랜드 관계자는 “오랜 시간 처음 바른 컬러 그대로 유지할 수 있는 메이크업 제품”이라고 말했다.

한편, 에스쁘아 ‘메이크업 본딩 프라이머’는 무신사에서 단독 선공개된다.

/이청하 기자

동화약품 ‘큐립연고’ 은은한 마일드허브향

동화약품은 입술염 치료제 ‘큐립연고’ 마일드허브향을 출시했다고 26일 밝혔다.

큐립연고는 국내 유일 입술 갈라짐과 입술염 치료 목적의 일반의약품이다.

에녹솔론, 알란토인, 피리독신염산염, 토코페놀아세테이트, 염화세틸피리디늄수화물 등을 한 데 처방한 복합제로 입술 갈라짐, 짓무름, 구순염, 구각염 등 입술 트러블에 효과를 갖췄다. 특히 항생제와 스테로이드 성분은 들어 있지 않다.

이번 신제품 마일드허브향은 기존 프레쉬로즈향 대비 더 은은하고 편안한 느낌을 주는 것이 특징이다. 향에 민감한 사람도 부담 없이 사용할 수 있다.

/이청하 기자

“‘아이디얼 포 맨’ PX에서도 만나요”

CJ올리브영, 기획세트 선봬

CJ올리브영은 자체 브랜드 ‘아이디얼 포 맨’이 국군복지단 군부대마트(PX)에 입점했다고 26일 밝혔다.

아이디얼 포 맨은 남성용 브랜드로, 대표 제품인 ‘퍼펙트 올인원(사진)’ 150ml 본품에 30ml를 추가 증정하는 기획세트를 선보인다.

해당 제품은 피부 보습과 탄력을 한번에 관리할 수 있는 것이 특징이다. 지난 2017년 출시 후 누적 판매량 230만 병 이상을 기록하고 있다. 올해 1월 PX에 입점해 2주 만에 초도물량이 전량 판매되기도 했다.

특히 지난해 10월에는 경주에서 열린 아시아태평양경제협력체(APEC) 정상 회담에서 각 회원국 정상들에게 제공한 공식 선물에 포함되며 K뷰티를 대표하는 브랜드로 주목받은 바 있다.



사용법과 남성 피부에 최적화된 성분 설계를 갖췄다.

CJ올리브영 브랜드 관계자는 “이번 입점은 속도가 생명인 군 생활 중에도 스킨케어를 통해 자기 관리를 지속하고자 하는 장병 소비자들의 요구에 적합한 제품으로 거둔 성과”라며 “퍼펙트 올인원은 간편함은 물론 제품력을 바탕으로 군 장병들의 자기 관리 파트너로 자리 잡길 기대한다”고 말했다. /이청하 기자

광동제약 ‘비타500 이온킵 제로’ 비타민과 수분 한번에

광동제약은 수분과 활력을 동시에 채울 수 있는 제로 이온음료 ‘비타500 이온킵 제로’를 출시했다고 26일 밝혔다.

비타500 이온킵 제로는 비타민C 500mg과 전해질 5종(나트륨, 칼륨, 칼슘, 마그네슘, 염소)을 함유해 비타민C 일일 권장량과 수분을 섭취할 수 있다. 당류와 칼로리를 ‘제로(0)’로 설계했고 보존료를 함유하지 않은 것이 특징이다.

또 이온음료 특유의 텁텁함은 줄이고 비타민C의 상큼함과 부드러운 목넘김을 구현했다.

이번 신제품은 캔과 페트 형태의 바로 마실 수 있는 음료(RTD) 제품이다. 240mL 캔, 500mL 페트, 1.5L 페트 등 3가지 용량으로 출시돼 소비자 선택 폭을 넓혔다.

/이청하 기자