

농심, 러시아 법인으로 '유라시아 라면로드' 선점

오는 6월 모스크바에 설립 계획
 年 10% 성장, 10억弗 규모 예상
 프리미엄 라면시장 집중 공략
 CIS 국가까지 판매망 구축 전략

농심이 유럽에 이어 러시아에 현지 법인을 세우며 유라시아 시장 공략에 나선다. 한류 확산과 함께 빠르게 성장하는 러시아 라면 시장을 거점으로 카자흐스탄·우즈베키스탄 등 CIS(독립국가연합) 국가까지 아우르는 판매망을 구축하겠다는 전략이다. 유럽과 아시아를 잇는 지정학적 요충지에 거점을 확보해 '유라시아 라면 로드'를 선점하겠다는 의미도 담겼다.

농심은 오는 6월 러시아 모스크바에 판매법인 '농심 러시아(Nongshim Rus LLC)'를 설립한다고 8일 밝혔다. 지난해 3월 네덜란드에 유럽 법인을 세운 데 이어 1년여 만에 추가 거점을 확보한 것이다.

시장 성장성도 배경이다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터에 따르면 러시아 라면 시장은 2021년부터 2030년까지



연평균 10%대 성장이 예상되며, 시장 규모는 약 10억 달러를 넘어설 것으로 전망된다. 실제로 2025년 러시아의 한국 라면 수입액은 5200만 달러로 전년 대비 58% 증가했다.

농심은 현지 시장에서 주류를 이루는 중저가 제품과 달리 200루블 이상 프리미엄 라면 시장을 집중 공략할 계획이다. 신라면을 중심으로 너구리, 김치라면 등 수요가 검증된 제품과 함께 신라면

트레 선보일 방침이다. 프리미엄 제품군을 앞세워 가격 경쟁이 아닌 브랜드 가치 중심의 시장을 형성하겠다는 전략이다.

러시아 법인은 모스크바를 거점으로 경제력이 집중된 서부 지역을 우선 공략하고, 현지 유통 파트너를 통해 중부와 극동 지역까지 판매망을 넓힌다. 이를 위해 러시아 대형 유통 체인 X5, 마그니트 등 오프라인 채널 입점을 확대하고, 오존(Ozon), 와일드베리스 등 현지 이커머스 플랫폼에 공식 브랜드관을 구축

할 예정이다. 광활한 영토로 인해 발생하는 물류·접근성 한계를 온라인 채널로 보완하겠다는 구상이다.

제품 공급은 올 하반기 완공 예정인 부산 녹산 수출전용공장에서 담당한다. 농심은 이 공장을 통해 글로벌 수요에 대응하는 수출 전용 생산체계를 강화하고 있다.

마케팅도 병행한다. 러시아 주요 축제와 연계한 팝업스토어 운영, 현지 SNS '브콘탁테(Vkontakte)' 활용 등 온오프라인 접점을 확대해 브랜드 인지도를 높인다는 계획이다. 향후 러시아 법인을 카자흐스탄, 우즈베키스탄 등 중앙아시아 시장 공략의 허브로 활용하겠다는 구상도 내놨다.

농심 관계자는 "러시아는 유럽과 아시아를 연결하는 전략적 요충지이자 라면 소비가 빠르게 늘고 있는 시장"이라며 "러시아 법인을 교두보로 CIS 지역까지 영업망을 확대해 2030년까지 법인 매출 3000만 달러를 달성하겠다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

동국제약 '멜라셋 3종'으로 단계별 기미 관리

동국제약이 봄철 기미 관리를 고민하는 소비자를 위해 단계별 맞춤 솔루션 '멜라셋 3종'을 CJ올리브영 센트럴 명동 타운점과 온라인몰에서 출시했다.

이번 신제품은 옅은 기미부터 짙은 기미까지 단계별 맞춤 케어가 가능한 것이 특징이다. 멜라셋 기미 토닝 크림, 멜라셋 기미 토닝 스팟 패치 등 3종으로 구성됐다.

특히 이번 '멜라셋 3종'은 동국제약의 핵심 성분인 셀렐라아시아티카 정량 추출물을 바탕으로, 듀얼 멜라퀴논을 비롯해 트라넥사믹애씨드, 글루타티온 등을 함유해 고민 부위 및 피부톤을 복합적으로 관리할 수 있도록 설계됐다.

'멜라셋 기미 토닝 크림 에센스'는 기미와 칙칙한 피부 톤을 균일하고 맑은 피부 톤으로 가꿔 주는 제품이다. '멜라셋 기미 토닝 크림'은 옅은 기미부터 장기간 누적된 짙은 기미까지 관리하는 제품이다.

미백·주름 개선 기능성 패치인 '멜라셋 기미 토닝 스팟 패치'는 피부 표면에 드러난 기미 관리용이다. 부착력이 우수한 하이드로콜로이드 원단과 가장자리를 얇게 처리한 베벨링 공법이 적용돼 굴곡진 피부에도 들뜸 없이 자연스럽게 사용할 수 있다. 와이드 패치와 스팟 패치로 구성돼 볼, 광대, 국소 부위 등 부위별 맞춤형 케어가 가능하다.

/이청하 기자 mlee236@



삼성바이오에피스, 바이오 제약 특화 AI 전문가 양성

전 임직원 대상 AI 역량강화 교육
 전용 교육장 'AI 아카데미' 구축
 팀별 맞춤형 'AI 에이전트' 개발도

삼성바이오에피스가 인공지능(AI) 시대 글로벌 경쟁력 제고를 위해, 전 임직원을 대상으로 AI 역량 강화 교육을 실시하여 바이오 제약업종에 특화된 AI 전문가 양성에 나선다.

이는 AI를 단순한 업무 보조 도구가 아닌 업무 효율성을 극대화할 수 있는 핵심 기술로 내재화하기 위해 실시하는 것으로, 삼성바이오에피스가 전자 차원의 AI 교육을 시행하는 것은 이번이 처음이다.

이를 위해 삼성바이오에피스는 인천



삼성바이오에피스가 인공지능(AI) 시대 글로벌 경쟁력 제고를 위해, 전 임직원을 대상으로 AI 역량 강화 교육을 실시하고 있다.

송도 사옥 내 AI전용 교육장 'AI 아카데미'를 구축하여 급변하는 기술 트렌드에 발맞춰 임직원들이 상시 관련 교육을 받고 학습할 수 있는 환경을 조성했다.

교육 과정에 따라, 약 1000여 명의 삼성바이오에피스 임직원은 4월부터 7월까지 사내 AI 전용 교육장에서 인당 최소 7시간의 AI 이론 및 실습 교육을 이

수하고 최신 생성형 AI 활용, 직무별 AI 모델 설계, 업무 자동화 추진 등을 수행한다.

또한 삼성바이오에피스는 AI 역량 강화 노력을 일회성 교육에 그치지 않고 지속가능한 모델로 확대하기 위해, AI 전담 부서(AITP) 주관 태스크포스(TF)를 구축해 각 본부 및 팀별 맞춤형 'AI 에이전트' 개발도 추진할 계획이다.

삼성바이오에피스 피플팀장 강대성 상무는 "바이오 산업에서 AI가 글로벌 경쟁력을 결정짓는 핵심 동력이 되고 있는 가운데, 관련 기술을 통한 임직원들의 역량 향상이 회사의 근원적 경쟁력 강화로 이어질 수 있도록 지속 노력하겠다"고 전했다. /이세경 기자 seilee@

파마리서치 美 로스앤젤레스 '리쥘란코스메틱' 성료

재생의학 전문기업 파마리서치는 지난달 27~29일(현지 시간) 미국 로스앤젤레스에서 진행된 '리쥘란코스메틱' 행사를 성황리에 마쳤다고 8일 밝혔다.

이번 행사는 파마리서치의 프리미엄 더마 코스메틱 브랜드 '리쥘란코스메틱'의 미국 세포라 입점을 기념한 것이다. 행사 기간 동안 약 5000여 명의 현지인이 방문했다. 리쥘란 턴오버 앰플 등 주요 제품이 조기 품절되는 등 세포라 내 브랜드 팝업 중에서도 높은 구매 전환율을 기록했다.

팝업 전날인 26일에는 인플루언서 및 관계자 약 130명이 참석한 사전 행사도 진행됐다. 이 자리에는 평창·베이징 동계 올림픽 금메달리스트인 미국 스노보드 선수 클로이 김 등이 참석했다. /이청하 기자

美 메디케어 개편... 셀트리온, 직관·구조적 성장 기회

MA 플랜, 보험사 부담금 2.48%↑ 환자 본인부담 상한 2400弗로 향상 바이오시밀러 선호도 높아질 전망

셀트리온은 지난 6일(현지시간) 미국 '메디케어·메디케이드 서비스 센터'(CMS)에서 발표한 '2027년도 메디케어 어드밴티지(MA) 정액 수가 및 Part C, Part D 지급 정책 발표'에 따라 회사의 현지 직관 전략 및 핵심 제품군에 대한 구조적 성장 기회가 마련돼 처방 확대에 유리한 시장 환경이 조성됐다고 밝혔다.

이번 발표에는 ▲MA 플랜에 대한 보험사 부담금 증가 ▲환자 본인부담금 상향 ▲환자 의료 이용에 대한 정부 관리 강화 등 바이오시밀러 및 셀트리온의 핵심 치료제인 '집펄트라'(렙시마SC 미국 제품명) 처방 확대에 유리한 정책 변화 내용이 다수 포함돼 있다.

먼저, 미국 고령층 대상의 공보험(메디케어)을 사보험사에서 대신 운영하는 MA의 경우, 플랜(메디케어-사보험사 결합 상품 등)에 대한 보험사 부담금이 2027년부터 2.48% 증가하게 될 예정이다.

이에 따라 약가가 낮은 의약품 사용 시 보험사 부담금 규모가 낮아져 바이오시밀러에 대한 선호도가 더욱 높아질 전망이다.

환자 본인부담금 상한 역시 2026년 2100달러에서 2027년 2400달러로 높아진다. 환자가 체감할 수 있는 비용 부담이 커지게 되는 만큼, 가격이 저렴한 의약품에 대한 환자 선호도가 높아질 것으로 예상된다.

셀트리온은 주력 제품군인 바이오시밀러 처방이 한층 가속화될 것으로 기대하고 있다.

또한, 미국 정부 및 규제 당국의 환자 의료 이용에 대한 관리가 강화된다. 정부 의료 재정의 지속가능성을 확보하기 위한 조치로, 이전까지 환자 급여 기준을 단순 질병 코드 위주로 판단했다면, 앞으로는 근거를 기반으로 전환할 예정이다.

부담금 지급에 대한 보다 엄격한 기준이 적용되는 가운데, 정맥주사(IV) 제형 투약에 대한 추가 비용 부담까지 더해질 경우 자가투여가 가능한 피하주사(SC) 제형의 선호도가 높아질 것으로 셀트리온은 예상하고 있다.

셀트리온은 현재 미국 현지에서 제품 생산 및 공급, 법인을 통한 직관 유통망을 운영하고 있다. 이를 토대로 가격 경쟁력 및 보험사, 처방약급여관리업체(PBM) 대상 리베이트 협상력을 동시에 확보하고 있다고 평가했다. /이세경 기자

GC메디아이 AI 챗봇 '바로바로' 병·의원 운영 안정화

인공지능(AI) 기반 Medical OS 기업 GC메디아이의 자사 전자의무기록(EMR)인 '의사랑' 이용 고객을 위한 AI 기반 서비스 챗봇 '바로바로'를 출시했다고 8일 밝혔다.

'바로바로'는 접근성, 즉시성, 지속성을 중심으로 설계됐다. 병·의원 현장에서 진료 중 제품 문의나 장애 발생 시 상담 대기로 인해 업무 흐름이 끊기거나 야간·주말 등 고객센터 운영 공백 시간에 즉각적인 대응이 어려운 점을 개선하는 데 중점을 뒀다.

'의사랑' 화면 내 버튼을 통해 별도의 설치 없이 즉시 실행되며, AI가 질문의도를 분석해 관련 매뉴얼과 해결 방법을 바로 제시한다. 상담 대기 없이 문제를 해결할 수 있다. 또 24시간 365일 운영해 진료 외 시간이나 공휴일에도 안정적인 대응이 가능하다.

GC메디아이는 '바로바로'를 단순 상담 도구가 아닌 서비스 고도화를 위한 Medical OS 기반으로 보고 있다. 챗봇을 통해 축적되는 질문 데이터는 제품 개선과 AI 모델 정교화에 활용되며, 반복 문의는 AI가 처리하고 상담 인력은 고난도 지원에 집중할 수 있어 전반적인 서비스 품질 향상이 기대된다.

이번 서비스는 예약, 접수, 진료, 청구, 경영 등 복잡한 의료 솔루션 전반에서 발생하는 문의와 장애 대응에 AI를 적용한 첫 사례로, GC메디아이 AI 로드맵의 첫 단계에 해당한다. /이청하 기자