신규 바이오시밀러 성과… 매출 1조1450억 기록

셀트리온 1분기 실적

전년比 매출 36%, 영업익 115.5%↑
고수익 신규 제품군 매출 67% 급증
유럽·美 성장세… 수익성 개선도
올해 목표 실적 초과 달성 기대감

셀트리온이 지난 1분기 신규 출시된 바이오시밀러 제품들의 매출 성장으로 역대 최대 분기 실적을 새로 썼다.

셀트리온은 2026년 1분기 연결기준 매출액 1조1450억원, 영업이익 3219억원의 잠정실적을 기록했다고 6일 공시했다.

공시에 따르면 셀트리온은 전년 동기 대비 매출액 36%, 영업이익은 115.5% 증가하며 역대 1분기 최대 매출 및 영업이익을 기록했다. 영업이익률 역시 약 28.1%로 대폭 개선됐다. 회사측은 1분기 중 진행된 미국 생산시설 정기 보수에 따른 일시적 영향을 제외할 경우 실질적인 영업이익률은 30%대에 달한다고 설명했다.

고수익 신규 제품군의 매출이 전년 동기 대비 67% 대폭 증가하며 실적 성장을 견인했다. 특히, 이들 신규 제품군은 유럽 주요국 입찰 수주와 미국 환급 커버리지 확보를 동시에 달성하며 올 1분기에만 5812억원의 합산 매출을 기록했다. 이를 통해 신규 제품 매출 비중은 처음으로 전체 제품 매출의 60%까지 확대됐다.

셀트리온 '옴리클로'.

셀트리온 짐펜트라.

실제 작년 9월 유럽에 출시된 '옴리클로'는 4개월여 만에 덴마크 98%, 스페인 80%, 네덜란드 70% 등의 점유율을 기록했다.

미국 시장의 성장세도 가파르다. 세계 유일의 인플릭시맙 피하주사(SC) 제형 치료제 '짐펜트라'가 전년 대비 3배 이상 증가한 역대 최대 월간 처방량을 기록 중이다. '스테키마' 역시 올해 3월 기준 10%가 넘는 점유율(IQVIA)을 기록하는 등 고수익 신규 제품군을 중심으로 대형 처방약급여관리업체(PBM) 등재를 통한 환급 커버리지 확보가 처방 확대로 이어지고 있다.

수익성도 개선됐다. 합병 이후 발생했던 일회성 비용 영향이 완전히 해소됐으며 ▲고원가 재고 소진 완료 ▲개발비 상각 종료 ▲생산 수율 개선(Titer Improvement) 등이 진행되며 영업이익률 개선이 본격화되고 있다.

이번 1분기 실적 개선으로 올해 목표인 연매출 5조3000억원, 영업이익 1조8000억원을 뛰어 넘는 초과 실적 달성도 가능할 것으로 기대하고 있다.

회사측에 따르면 바이오시밀러 산업이 통상 ▲유럽 주요국 입찰이 2~3분기에 집중되고 ▲입찰 결과에 따른 초도 물량 공급이 하반기에이뤄지며 ▲의료기관의 재고 확보 수요가 연말에 증가하는 특성상 하반기로 갈수록 매출이 확대되는 구조를 보인다.

이와 함께, 지난해 출시된 고수익 신규 제품들이 특허 합의에 따라 판매 국가를 넓힐 예정인 점도 하반기 실적 성장에 대한 기대감을 높이고 있다. 특히 앱토즈마 피하주사(SC) 제형, 옴리클로 등이 올해 미국 시장에 새로 출시되면서 매출 성장을 이끌 추가 동력으로 작용할 전망이다.

셀트리온은 현재 판매 중인 11개 바이오시밀러 포트폴리오를 2030년 18개로, 2038에는 총 41개까지 확대한다는 계획이다. 신약 분야에서도 CT-P70을 포함해 현재 임상 단계에 접어든 4종의 후보물질을 비롯해 이중항체, 다중항체, 비만치료제 등 경쟁력 있는 플랫폼 개발을 바탕으로 2027년까지 총 20종 규모로 확대할 방침이다.

셀트리온 관계자는 "셀트리온은 바이오시밀러 사업과 더불어 신약 개발을 병행하는 구조로, 이번 실적에는 약 1000억원 수준의 경상 연구개발비가 반영돼 있는데, 이는 미래 성장 동력 확보를 위한 선제적 투자 기조를 지속적으로 유지하면서도 견조한 수익성을 동시에 달성하고 있음을 의미한다"면서 "올해 들어 역대 최대 월간 처방량을 갱신 중인 짐펜트라를 비롯해 신규 제품들의 처방 확대와 입찰 수주 성과가 꾸준히 확대되고 있는 만큼, 향후 실적 성장세는 더욱 가팔라질 것"이라고 말했다.

한편, 셀트리온은 이 날 이사회를 통해 최근 매입한 약 1000억원 규모의 자사주를 전량 소각하기로 결정했다. /이세경 기자 seilee@metroseoul.co.kr

아모레퍼시픽 '설화수'

수면 중 눌림·주름 여윤팩으로 집중관리

아모레퍼시픽은 글로벌 럭셔리 뷰티 브랜드 설화수에서 '여윤팩' 오버나이트 마스크를 새롭게 출시한다고 6일 밝혔다.

이번 신제품은 밤 사이 피부를 집중 관리해 피부 밀도와 생기를 가꿔준다. 특히 수면 중 발생하는 반복적인 눌림 자국, 수면 주름 등을 완화하는 기능을 갖췄다.

설화수는 밤 사이 수면 자세에 따른 흔적이 피부에 장기적인 손상으로 남을 수 있다는 점에 주목했다. 이를 위해 '나이트 리차지 컴플렉스'를 적용해 피부 장벽을 강화하고 에너지 활성을 돕도록 했다.

주름 개선 성분인 아데노신, 설화수 독자 성분 자음단 등은 피부 기초 체력을 높인다. 스쿠알란, 판테놀 등 보습 성분과 비타민C 유도체, 비타민E 등 항산화 성분도 더해졌다.

이와 함께 부드러운 크림 제형을 처방했다. 밤 사이 끈적임 없이 사용할 수 있으며 베개에 묻어나지 않아 편리하다.

아울러 해당 제품 4주 사용 후 진행된 고객 만족도 조사 결과, '아침에 피부가 생기 있고 피부 컨디션이 회복된 듯한 느낌이다'라는 항목에서 100% 만족도를 기록했다.

수면 중 반복적으로 생기는 눌림 자국과 잔주름 완화에 대해서도 96% 이상의 높은 만족도를 보였다. /이청하 기자

HK이노엔 '케이캡', 美 임상 3상서 우월성 입증

'美소화기학회'서 전체결과 발표
기존 PPI 계열 약물 대비 우수

제30호 국산 신약 '케이캡'이 세계 최대 의약품 시장인 미국에서 기존 표준 치료제를 넘어서는 임상 데이터를 확보하며 글로벌 블록버스터 등극에 속도를 낸다. 미국 임상 3상으로 약물 경쟁력을 입증하는 동시에, 앞서 진출한 중국 등 주요 국가에서도 수익을 창출해 'K신약'의 지속가능한 모델을 고도화하고 있다.

6일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 지난 4~5일(현지 시간) 미국에서 열린 '2026 미국소화기학회(DDW)'에서 HK이노엔은 케이캡 미국 임상 3상(TRIUMpH 프로그램) 전체 결과를 발표했다. 이번 발표는 케이캡이 위식도역류질환 치료제 시장에서, 표준 치료제로 쓰이고 있는 기존 양성자 펌프 억제제(PPI) 계열 약물 대비 우월성을 입증한 최초 사례다.

위식도역류질환 국산 신약 '케이캡' 제품군. /HK이노엔

케이캡은 칼륨경쟁적 위산분비 억제제(P-CAB) 계열 차세대 약물이다. 복용 30분 내에 약효가 빠르게 발현되고 지속성이 우수하다. 식사시간에 관계없이 복용 가능하고 6개월 장기 복용 시에도 안전성과 유효성이 확인됐다.

이번 미국 임상 3상은 미란성 식도염 환자 1250명에서 이뤄졌다. 케이캡 성분 '테고프라잔' 100mg 또는 PPI 계열 약물 '란소프라졸' 30mg을 투여해 두 약물의 유효성과 안전성을 비교한 것이다. 그 결과, 투약 8주 시점 완치율에서 테고프라잔은 84.6%를 기록, 란소프라졸 78.0% 대비 비열등성 및 우월성을 확보했다.

중증 미란성 식도염 환자군에서 나타난 결과는 더욱 차별적이다. 중증 환자의 2주 시점 치유율은 테고프라잔이 74.1%로 란소프라졸 54.5%보다 20%p 가까이 높았다. 8주 시점 치유율은 테고프라잔 83.2%, 란소프라졸 68.0%로 차이를 보였다.

김현수 대한소화기학회 이사장(연세대 원주의대 소화기내과 교수)는 "케이캡이 P-CAB 약물로서 새로운 근거를 바탕으로 향후 위식도 역류질환 치료 현장에서 혁신적인 변화를 이끌 것으로 기대된다"고 덧붙였다. /이청하 기자 mlee236@

동국제약 '센텔리안24'

美 얼타뷰티 진출 1400개 매장 입점

동국제약은 더마 코스메틱 브랜드 '센텔리안24'가 미국 전역의 얼타뷰티 1400개 매장에 입점했다고 6일 밝혔다.

얼타 뷰티는 미국 최대 뷰티 전문 채널로, 센텔리안24는 5월 '마데카 크림 타임 리버스'(사진)를 시작으로 오는 8월에는 PDRN 제품, 마데카 말차 제품 등 브랜드 주력 제품을 선보인다.

특히 마데카 크림 타임 리버스는 동국제약이 50년 이상 축적한 피부 과학 기술력을 집약한 제품이다. 독자 구축한 '센텔라아시아티카 정량추출물 성분'에 5가지 특허, 병풀 연구 등을 더해 종합적인 항산화 기능을 완성했다. 피부 주름, 탄력, 톤 등 10가지 복합적인 고민을 개선하는 데 중점을 뒀다.

이와 함께 동국제약은 차세대 소재를 활용한 PDRN 제품, 미국 시장 대표 품목인 자외선 차단제 등으로 포트폴리오를 확대 구축해 현지 소비자와 접점을 늘린다는 방침이다.

동국제약 관계자는 "얼타 뷰티를 통해 미국 전역 소비자들에게 센텔리안24의 'K-더마코스메틱' 기술력을 선보일 수 있게 됐다"며 "앞으로도 글로벌 유통 채널을 지속적으로 확대해 신뢰받는 더마코스메틱 브랜드로 자리매김할 것"이라고 말했다. /이청하 기자

"반얀트리서 '더후' 웰니스 경험하세요"

LG생활건강, 내달까지 프로그램 운영

LG생활건강은 5~6월 두 달간 반얀트리 클럽 앤 스파 서울에서 궁중 피부과학 럭셔리 코스메틱 '더후'의 웰니스 프로그램을 선보인다고 6일 밝혔다.

더후 브랜드 대표 제품군인 '환유'를 객실, 스파, 다이닝 등 호텔 공간에서 입체적으로 경험할 수 있다. 몸과 마음의 여유와 균형을 더하고 브랜드 가치를 알리는 데 중점을 둔다.

우선 브랜드 정체성을 담은 객실을 운영한다. 서울 남산 전경이 보이는 프리미엄 풀 남산뷰 스위트 1개실을 환유 헤리티지 컨셉트룸으로 연출했다. 객실 소품에 동양적 미감을 담아 절제미와 우아함을 전달한다. 또 객실에 환유 7종 선물세트 등을 비치해 스킨 롱제비티(피부 장수) 루틴을 체험할 수 있다.

스파에서는 환유 제품을 활용한 관리 서비스를 구성했다. LG생활건강이 환유 연구를 집약해 완성한 '산삼' 성분을 응용해 젊음의 활력과 에너지를 고객에게 선사한다. 아울러 그라넘 다이닝 라운지에서는 조식과 함께 더후 스페셜 티를 제공한다. /이청하 기자

BBQ, 관광객 늘자 홍대·명동 매출 '껑충'

전년比 34.4%↑… 홍대 60% 급증

서울 핵심 관광 상권에서 대형 매장을 앞세운 전략이 외국인 소비와 맞물리며 BBQ 매출을 끌어올리고 있다. 홍대와 명동을 중심으로 한 매장 매출이 큰 폭으로 뛰면서, 'K-치킨'에 대한 해외 관광객들의 선호가 실제 상권 실적으로 연결되는 모습이다.

국내 치킨 프랜차이즈 제너시스BBQ 그룹은 올해 1분기 홍대·명동 상권 매출이 전년 동기 대비 34.4% 증가했다고 밝혔다. 특히 홍대 상권 매출이 60% 이상 급증했고, 명동 역시 두 자릿수 성장률을 기록하며 외국인 관광객 유입 효과를 입증했다. 성수, 강남, 잠실 등 관광 수요가 높은 지역에서도 비슷한 상승 흐름이 이어지고 있다.

BBQ는 최근 몇 년간 외국인 유동이 많은 상권에 30~40평 이상의 대형 매장을 잇달아 선보이며 '홀 중심 매장' 전략을 강화해왔다. 배달 위주였던 치킨 소비를 매장 체험형 소비로 전환시키는 동시에, 치킨과 K-푸드를 함께 즐길 수 있는 공간으로 포지셔닝한 점이 주효했다는 평가다. /신원선 기자 tree6834@