

# 월드컵 열기 타고 매출 띄운다... 유통가 프로모션 경쟁

도미노피자, 경기 당일 피자 할인  
코카콜라, 출전국 한정판 패키지  
하이트진로, '테라XSON7' 출시



리얼 응원 포스터 /하이트진로

'2026 FIFA 북중미 월드컵' 개막이 다가오면서 식품·유통업체가 본격적인 월드컵 특수 잡기에 나섰다. 이번 대회는 한국 대표팀의 조별선언 경기가 평일 오전에 편성됨에 따라 과거 야간 시간대에 집중되던 전통적인 '차맥 특수' 공식은 다소 약화된 상태다. 그러나 업체는 시차 장벽을 정면 돌파하기 위해 인기 제품 프로모션, 스타 마케팅, 한정판 굿즈 등을 전면에 내세우며 마케팅 효율성을 극대화하고 있다.

### ◆경기 일정 맞춰 실속 마케팅

식품업계는 대표팀의 경기 일정에 맞춰 실속형 할인과 SNS 참여형 이벤트를 강화했다.

먼저 도미노피자는 대한민국 축구팀의 승리를 기원하는 사전 예약 프로모션을 진행한다. 경기 전날인 11일, 18일, 24일에 자사 앱을 통해 사전 예약을 완료하면, 경기 당일(12일·19일·25일)에 모든 피자(L) 배달 30% 할인 혜택을 제공한다. 특히 대표팀이 승리할 경우 경기 당일 즉시 사용할 수 있는 방문 포장 40% 할인 쿠폰을

추가로 지급한다. 교촌치킨은 '축구 보는 맛, 교촌'을 테마로 요거트월드, 농심, 문베어 등 협업 파트너사와 함께 '맛 조합 응원 시리즈' SNS 이벤트를 순차적으로 진행한다. 경기 전 기대되는 장면이나 응원 메시지를 남긴 고객을 추첨해 제품 교환권과 수제 맥주·막걸리 금액권 등을 증정한다.

제너시스BBQ도 별도의 대형 캠페인보다는 기존 인기 상품인 '버라이어티팩'의 판매와 할인 행사를 강화하며 차별하게 내일 마케팅을 이어가고 있다.



서울시 중구 소공동에 위치한 롯데백화점 본점 7층 스포츠 매장서 모델들이 2026 FIFA 북중미 월드컵 공식 굿즈를 홍보하고 있다. /롯데백화점

### ◆'공식 후원' 타이틀·손흥민 마케팅

월드컵 공식 스폰서 기업들은 대규모 한정판 굿즈와 오프라인 체험 공간으로 승부수를 던졌다.

한국코카콜라는 1978년부터 이어온 공식 후원사로서 'FIFA 월드컵의 모든 순간, 코카-콜라와 함께' 캠페인을 전개한다. 한국을 포함한 8개 출전국을 테마로 한 '출전국 한정판 패키지'를 출시했으며, 구매 고객을 대상으로 '폴라베어 응원단 키링', '스트라백' 등 소장 가치가 높은 굿즈 증정 이벤트를 열었다. 아울러 70여 명 규모의 '원정 응원단'을 꾸려 현지 응원도

지원한다.

오비맥주는 11일부터 25일까지 서울 강남역 일대에서 체험형 팝업스토어를 운영한다. 이와 함께 수도권 주요 스포츠 펍과 식당 5곳을 카스뷰 펍으로 지정해 평일 오전 시간대에도 축구 팬들이 모여 단체 관람과 응원을 즐길 수 있는 공간을 마련했다.

대표팀 주장 손흥민을 모델로 기용한 기업들의 마케팅 경쟁도 뜨겁다.

하이트진로는 테라 출시 7주년과 국가 대표 등번호 7번을 연계해 테라 X SON 7 스페셜 에디션을 선보이고 온·오프라인

프로모션을 집중 가동 중이며, 롯데웰푸드는 '월드콘 먹고 손흥민 친필 사인 유니폼 받자!' 이벤트를 진행한다. 제품 뚜껑 안쪽의 행운번호를 입력하면 추첨을 통해 친필 사인 유니폼을 증정한다.

### ◆편의점·백화점도 '굿즈·할인' 지원

유통업체도 식품 및 주류 소비를 진작하기 위한 연계 마케팅에 적극 동참하고 있다.

편의점 CU는 10일부터 매일 오후 6~10시 인기 맥주 번들 상품을 할인하며, 한국팀 경기 전날과 당일에는 칭따오, 하이네켄 등 인기 맥주 9종을 최대 60% 할인된 가격에 제공한다. 대용량 즉석조리 치킨 3종 3000원 할인 및 포켓CU 앱을 통한 10% 픽업 할인 등 안주류 프로모션도 함께 선보인다. 또한 고객이 직접 문구를 넣을 수 있는 커스텀 맥주도 한정 판매한다.

롯데백화점은 월드컵 공식 후원사인 비자(Visa)와 손잡고 본점, 잠실점 등 주요 점포에서 일정 금액 이상 구매 고객에게 공식 비치티셔츠, 토트백, 축구공 등을 선착순 증정한다. 잠실 롯데월드몰에는 '축구 포토존'을 설치하고 주매 한정 스트레스 볼 증정 이벤트를 진행해 집객 효과를 노린다.

/신원선 기자

tree6834@metroseoul.co.kr



metro

# 수출 효자 된 미용의료기기... 글로벌 정조준 동아에스티, '세노바메이트' 호주 공급

수술용 의료기기까지 포폴 확대  
美·중 등 대형 시장 진출 '속도'



'출원원 프로' /원텍

국내 대표 미용의료기기 기업들이 글로벌 확장에 속도를 내고 있다. 기존 피부미용 중심의 포트폴리오를 수술용 장비로 다각화하는가 하면 미국, 중국 등 거대 시장을 동시다발적으로 공략해 'K뷰티' 영토를 넓힌다.

10일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, 레이저·에너지 기반 메디컬 솔루션 기업 원텍은 올해 1분기 연결기준 매출 402억원을 기록해 전년 동기 대비 8% 늘었다. 이 중 78%에 달하는 312억원을 아시아, 유럽, 중동, 남미 등에서 벌면서 수출 기업으로 자리매김하고 있다. 같은 기간, 영업이익은 112억원으로 전년 동기 대비 23% 줄었다.

원텍의 외형 성장에는 원천 기술에 기반한 포트폴리오 확장이 주효했다. 1분기 피부미용 부문 매출 392억원 중 고주파(RF) 장비인 '올리시오' 제품군이 198억원, 피코케어·라비앙 등 레이저 장비가 120억원을 기록했다. 또 장비 누적 판매에 따라

동반 성장하는 소모품 매출 74억원 등이 뒷받침됐다.

이와 함께 원텍은 수술용(서지컬) 장비를 수출해 신 성장동력을 마련한다는 방침이다. 최근 인도네시아 보건부로부터 홀몸 레이저 수술장치 '출원원 프로'의 의료기기 인증을 획득한 것이다. 최소침습 수술이 가능한 이 장비는 인증 전부터 현지 파트너와 공급 계약을 체결할 만큼 기술력을 인정받았다.

원텍 관계자는 "에스테틱에 이어 서지

컬 장비도 핵심 사업축으로 키울 것"이라며 "이달 말 인도네시아 주요 대학병원 4곳에서 데모를 진행해 동남아 서지컬 시장 진출의 교두보를 마련하겠다"고 덧붙였다.

국내 미용의료기기 1위 기업인 클래스스 역시 글로벌 진출에 박차를 가한다.

클래스스의 1분기 매출은 전년 동기 대비 13% 증가한 872억원으로 20개 분기 연속 증가세를 이어갔다. 영업이익은 372억원으로 전년 동기 대비 4% 감소했다.

우선 클래스스는 오는 2030년까지 전체 매출에서 북미 매출이 차지하는 비중을 15%까지 끌어올린다는 목표다. 실제로 지난해 기준 클래스스의 모노폴라 고주파(MRF) 장비 '에버레스(국내명: 불뉴머)' 누적 설치 규모는 300대를 돌파했다. 또 올해 신규 출시한 마이크로니들 고주파(MNRF) 장비 '퀴드세이'는 1분기 만에 합산 100대 이상의 판매고를 올렸다.

중국에서도 진출 개시 단계에 돌입했다. 현지 대리점 계약 등을 완료한 상태로 올해 안에 불뉴머 안하기를 획득해 본격 출시한다는 계획이다. /이청하 기자 mlee236@

아로텍스 파마슈티컬과 계약 체결

동아에스티는 호주 아로텍스 파마슈티컬과 뇌전증 치료제 '세노바메이트'에 대한 라이선스 아웃 계약을 체결했다고 10일 밝혔다.

이번 계약에 따라 호주, 뉴질랜드 지역 내 '세노바메이트' 개발 및 판매 권리는 아로텍스에 이전된다. 아로텍스는 현지 허가 및 상업화를 담당하며 동아에스티는 완제품을 생산해 공급할 예정이다.

아로텍스는 호주 처방의약품 시장 내 상위 제약사 중 하나로, 호주와 뉴질랜드 전역에서 유통 및 영업 네트워크를 보유하고 있다. 또 중추신경계(CNS) 분야 전담 조직을 운영하는 등 뇌전증 치료제 관련 시장에서 경쟁력을 갖췄다.

세노바메이트는 SK바이오팜이 독자

개발한 국산 신약이다. 흥분성 신호 전달에 관여하는 나트륨 채널을 억제하고 GA BAA 수용체 기능을 강화함으로써 신경세포의 과흥분 상태를 조절하고 흥분·억제 신호의 균형을 정상화한다.

품목허가를 위한 성인 부분발작 환자 대상 다국가 임상 결과, 세노바메이트를 투여한 환자에서 유의미한 발작 빈도 감소율과 완전발작소실율이 나타나 유의미한 효과가 입증됐다.

아울러 동아에스티는 SK바이오팜과 2024년 1월 한국을 포함한 동·서남아시아, 러시아, 호주, 뉴질랜드, 튀르키예 등 30개 국가에 대한 세노바메이트 라이선스 인 계약을 체결했다. 2025년 11월에는 국내 식품의약품안전처에서 세노바메이트 품목허가를 획득해 현재 급여 등재 절차를 밟고 있다. /이청하 기자

# 알테오젠, ADC 피하주사 개발 가능성 제시

ALT-B4 전임상 성과 공개

바이오플랫폼 기업 알테오젠이 글로벌 항체·약물접합체(ADC)시장에서 피하주사(SC) 제형 개발 가능성을 제시하고 있다.

알테오젠은 지난 9일 서울에서 막을 올린 '월드 ADC 서밋 사우스 코리아'에서 제조업 인간 히알루로니다제 ALT-B4를

활용한 항체·약물접합체(ADC) 피하 투여에 대한 전임상 실험 결과를 공개했다고 10일 밝혔다.

알테오젠은 ALT-B4 병용이 ADC 피하 투여의 내약성과 안전성을 개선할 수 있음을 입증하고 있다. ALT-B4는 알테오젠 보유하고 있는 정맥주사 제형을 피하주사 제형으로 전환하는 원천 기술인 하이브리드자입 기술을 구현한 물질이다.

이번 전임상은 미니피그에서 진행했다. 알테오젠은 자체 개발한 ADC인 ALT-P7(항HER2 ADC)을 정맥투여(IV), 피하투여(SC), 또는 ALT-B4 병용 피하투여(SC) 방식으로 투약하고 그 결과를 비교했다.

특히 ALT-B4 병용 SC 투여군에서는 투약 후 빠른 흡수 속도를 보이며 ALT-B4 미사용군과 비교해 전신 약물 노출, 생체이용률 등의 지표에서 향상된 데이터가 도출됐다.

/이청하 기자

# JW중외제약, '트루패스' 임상 유용성 공유

'J STAR 심포지엄' 개최

JW중외제약과 JW신약이 실제 의료 현장에서 요구되는 전립선비대증 치료제 처방 전략을 바탕으로 '트루패스' 안전성과 약력 신뢰도를 높이고 있다.

JW중외제약과 JW신약은 지난달 30일부터 2일간 그랜드 워커히 서울에서 비뇨의학과 전문의와 '트루패스(성분명: 실로도신)'의 임상적 유용성과 안전성을 공유하는 'J STAR 심포지엄'을 개최했다고 10일 밝혔다.

트루패스는 전립선을 둘러싼 근육을 이완시키는 기전을 갖췄다. 전립선 및 방광 경부에 밀집된 α1A 수용체를 선택적으로 차단해, 요도의 긴장을 완화하고 전립



JW중외제약인 지난달 30~31일 그랜드 워커히 서울에서 '트루패스'를 주제로 한 학술 행사를 가졌다. /JW중외제약

선비대증에 동반되는 동반되는 배뇨장애를 개선한다.

심포지엄 첫날 서울대 보라매병원 유상준 비뇨의학과 교수는 전립선비대증 치료 시 다뤄져야 할 초기 증상 완화와 지속적인 배뇨 기능 관리의 중요성에 대해 발표했다. /이청하 기자