

바로팜, 코스닥 상장 승부수... 자체 생산으로 수익성 강화

(약국 플랫폼)

약국 90% 확보·상반기 흑자 전환
가입 포화에 수익 다각화 과제 부상

바로팜, 데이터 구독·K뷰티 확대
한미 온라인팜, 주문·반품 고도화
GC메디아이, AI 맞춤 주문 강화

전국 약국의 90%를 우군으로 확보하며 의약품 유통 시장의 판도를 바꾼 바로팜이 코스닥 상장을 위한 본격적인 공모 절차에 돌입했다. 가입 약국 수 2만 4000곳 돌파와 상반기 흑자 전환이라는 성과를 거뒀으나, 전통 제약사 계열 플랫폼들의 매서운 반격과 피어그룹(비교기업) 선정 과정에서의 한계를 극복해야 하는 과제를 안게 됐다.

27일 국내 제약 업계에 따르면, 바로팜은 이날 서울 여의도 63빌딩에서 기자간담회를 열고 의약품 주문 통합 솔루션을 제시했다.

특히 바로팜은 전국 1만 6000여 곳의 월간 활성 약국(MAU) 트래픽을 발판 삼아 차별화된 수익 구조를 강화하겠다는 구상이다. 글로벌 제약사 대상과 기업과



27일 서울 여의도 63빌딩에서 열린 기자간담회에서 김슬기 바로팜 대표가 발표하고 있다. /바로팜

기업 간 거래(B2) 기반의 '서비스형 소프트웨어' 데이터 구독 사업, 20여 개 K뷰티 브랜드의 약국 입점을 돕는 직매입 유통 등을 추진한다. 또 자회사CHD제약을 통해서 일반의약품부터 전문의약품까지 생산을 내재화해 원가율을 50% 미만까지

떨어뜨려 '질적 성장을 이루겠다는 전략'이다.

공모 자금으로는 수급 예측을 위한 인공지능 엔진 고도화, 의사까지 연결하는 디지털 헬스케어 생태계 구축, 더마 코스메틱 '레비컬'의 국내외 시장 진출 등에도 속도를 낸다.

김슬기 바로팜 대표는 "약사 출신으로 약 10년간 약국을 운영하면서 매일 출근 50여 개 제품을 30분 넘게 주문하던 불편함을 겪었던 만큼 바로팜을 전국 약국 업무의 필수 인프라로 성장시키겠다"며 "나아가 플랫폼, 파트너십, 자사 브랜드 사업이 서로를 키우는 선순환 구조를 구축해 매출뿐 아니라 수익성을 함께 실현시키겠다"고 포부를 밝혔다.

다만 올해 상반기 말 기준 전국 약국의 약 90%인 2만 4787곳이 이미 바로팜에 가입함에 따라, 신규 회원 유입을 통한 외형 성장은 사실상 정점에 도달했다는 지적이 나온다. 이에 따라 바로팜의 향후 주가는 신규 가입자 확대가 아닌 약국당 주문 빈도와 결제액, 그리고 플랫폼 내 수익화 모델의 지속 가능성에 좌우될 전망이다.

상황을 더욱 달구는 것은 기존 전통 제

약사 계열 플랫폼들의 대대적인 고도화 움직임이다.

한미사이언스 계열 온라인팜의 'HMP MALL'은 최근 '온커넥트' 부가서비스를 통해 주문 정보 자동 연동과 일련번호 조회, 반품 일괄 관리 기능을 강화하며 이용 건수를 6배나 끌어올렸다. GC녹십자 계열 GC메디아이 역시 25주년을 맞아 '미소 물닷컴'을 인공지능 기반 맞춤형 주문·재구매 시스템 및 브랜드관 타깃 광고 플랫폼으로 전면 리뉴얼하며 병·의원과 약국 가 트래픽 사수에 총력을 기울이고 있다.

이처럼 B2B 유통 플랫폼 간 기술 경쟁이 치열해진 가운데, 이번 상장 과정에서 적절한 비교기업(피어그룹)을 찾는 것은 주 관심사와 회사 측의 가장 큰 고민거리였다.

이번 바로팜 기자간담회 현장 Q&A에서 피어그룹 선정 배경을 묻는 질문에 한철호 바로팜 최고재무경영자(CFO)는 "동종 업계에 완벽한 피어가 없고 혁신적인 서비스를 지속해온 더마 주관사와 피어 선정을 두고 많은 논의를 거쳤다"고 설명했다.

실제로 경쟁 관계인 한미 '온라인팜'과 대웅 '대웅더샵', 대형 도매상 '지오영' 등

은 비상장 상태여서 비교군에서 제외됐다. 재무적 유사성 검토 대상이었던 'GC메디아이' 역시 2026년 상반기 당기순손실 약 1억 3600만원이 발생해 최종 피어그룹에서 탈락했다. 이에 바로팜은 M3, 독스미티 등 글로벌 플랫폼 기업과 더불어 아테나, 한미사이언스 등을 최종 비교군으로 조합해 밸류에이션을 산정했다.

아울러 향후 비대면 진료 법제화 및 약 배송 이슈가 약국가와 플랫폼에 미칠 영향에 대한 질의도 이어졌다. 이에 대해 김대표는 "비대면 진료 법제화를 앞두고 있으나 현재 약 배송 등은 시행되지 않는 단계"라며 "환자들이 원격 진료를 받더라도 처방전 조제는 결국 약국에서 이뤄져야 하므로 약국의 역할은 더욱 중요해질 것"이라고 내다봤다.

이어 김대표는 "이미 환자가 원격 진료 후 조제 가능한 가장 빠른 약국을 안내받을 수 있는 서비스를 제공 중이며 제도 변화 속에서도 약국들이 원활히 대응할 수 있도록 지원을 아끼지 않을 것"이라고 덧붙였다.

/이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



metro

셀트리온, 고수익 제품 앞세워 역대 최대 실적

3분기 매출 1.58조·영업익 5253억
신규 제품군 매출 74% 급증 9058억
영업이익률 33.3%로 수익성 개선

셀트리온이 고수익 신규 제품군의 판매 확대로 3분기 역대 최대 분기 실적을 기록했다.

셀트리온은 27일 공시를 통해 3분기 연결 기준 매출액 1조 5755억원, 영업이익 5253억원을 기록했다고 밝혔다. 지난 12일 발표한 잠정실적보다 매출액이 755억원, 영업이익은 153억원 늘었다. 전년 동기 대비 매출은 53.1%, 영업이익은 74.3% 증가했고, 영업이익률은 33.3%로 4.0%p 상승했다.

고수익 신규 제품군의 판매 확대와 제품 구성 개선 효과가 예상보다 크게 반영된 결과다.

회사측은 이번 실적은 신약과 차세대 제품 개발을 위한 연구개발비를 손익에 반영

한 가운데 달성한 성과라고 설명했다.

올해 3분기에는 신규 제품군 매출만으로도 전년 동기 대비 약 74% 증가한 9058억원을 기록해 1조원에 근접했다. 바이오 제품 매출에서 신규 제품군이 차지하는 비중은 67%로 전년 동기 대비 13%p, 전분기 대비 2%p 높아졌다.

매출 증가에 따른 고정비 효율도 개선되면서 영업이익 증가율은 매출 증가율을 21.2%p 웃돌았다. 합병 첫해인 2024년 3분기 23.6%였던 영업이익률은 이번 분기 33.3%를 기록하며 약 10%p 높아졌다.

'렘시마SC'와 이 제품의 미국 브랜드 '짐펜트라'는 3분기 합산 매출 2542억원을 기록해 전년 동기 대비 19% 성장했다. 올해 3분기까지 누적 매출은 7104억원으로, 연간 매출 1조원 달성이 가능할 전망이다. '유폴라이마'도 전년 동기 대비 27% 증가한 1832억원의 매출을 기록했다.

알레르기 질환 치료제 '옵리클로'의 올

해 3분기 누적 매출은 3205억원으로 전년 동기 대비 542.3% 대폭 증가했다. 유럽에서 '퍼스트무브' 출시 효과를 활용해 주요국 입찰을 확보하고, 국가별 직접판매 전략을 효과적으로 실행한 결과다.

셀트리온은 바이오시밀러 제품군의 판매 지역을 넓히는 동시에, 항체약물결합체 등 신약 개발을 지속하고 있다. 기존 사업에서 창출되는 안정적인 현금을 기반으로 연구개발 투자를 지속하면서도 분기 최대 영업이익을 달성한 만큼, 앞으로도 탄탄한 현금 창출력을 바탕으로 신약 개발 투자를 확대해 새로운 성장동력을 확보한다는 전략이다.

셀트리온 관계자는 "고수익 신규 제품의 매출 비중 확대와 옵리클로 미국 출시 등 신규 제품군의 판매 지역 확대를 바탕으로 4분기에도 성장세를 이어갈 것"이라고 덧붙였다.

/이세경 기자 seilee@

삼성바이오에피스, 키트루다 시밀러 임상 1상 성과

유럽종양학회서 SB27 결과 발표
오리지널과 약동학적 동등성 입증

삼성바이오에피스는 23~27일 스페인 마드리드에서 열리는 유럽종양학회(ESMO) 2026년 학술대회에서 키트루다 바이오시밀러 후보물질 'SB27' (성분명 펙트볼리주맙)의 임상 1상 결과를 발표했다고 27일 밝혔다.

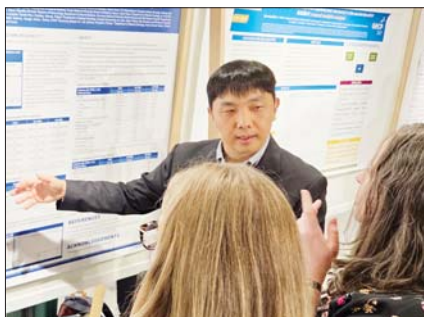
ESMO는 유럽 최대 규모의 종양학 학회로, 올해는 스페인 마드리드 현지 및 온라인을 통해 세션이 동시 진행됐으며, 삼성바이오에피스는 지난 26일 SB27의 임상 1상 연구 결과를 포스터를 통해 발표했다.

SB27의 오리지널 의약품인 키트루다는 미국의 다국적 제약사 MSD가 개발한

면역항암제로, 지난해 글로벌 매출 약 46조원(317억 달러)에 달하는 전 세계 1위 블록버스터 의약품이다.

키트루다는 면역관문수용체인 PD-1(Programmed cell Death Protein-1)에 결합해 암세포의 면역 회피를 억제함으로써, 인체 면역체계가 암세포를 공격하도록 도와 다양한 암종에서 폭넓은 적응증을 보유하고 있다. 삼성바이오에피스는 지난 2024년부터 한국을 포함한 글로벌 4개국 163명의 비소세포폐암 환자를 대상으로 SB27 임상 1상을 진행해 왔으며, 환자들은 SB27 혹은 미국·유럽 허가 키트루다를 투여받는 군으로 나뉘어 치료를 받으며 그 결과를 분석했다.

삼성바이오에피스는 SB27 임상 1상의 1



삼성바이오에피스는 지난 26일 스페인 마드리드에서 열리는 유럽종양학회(ESMO) 2026년 학술대회에서 SB27의 임상 1상 연구 결과를 포스터를 통해 발표했다.

차 평가 변수인 '사전 설정한 시점의 투여 후 혈중 농도-시간 곡선 아래 면적(AUC)' 분석 결과 SB27의 오리지널 의약품과의 동등성 입증했다. /이세경 기자



신아정 아이디나인 공동대표 내정자(앞 줄 왼쪽부터), 윤웅섭 일동제약 공동대표, 이기운 나인엔컴퍼니 대표 등 주요 관계자들이 기념사진을 촬영하고 있다. /일동제약그룹

일동제약그룹, 더마뷰티 시장 공략 본격화

나인엔컴퍼니와 '아이디나인' 설립
마이크로바이옴·브랜드 역량 결합

일동제약그룹이 패션·소비재 기업 나인엔컴퍼니와 협력해 합작법인을 설립하고 더마 뷰티 및 헬스케어 시장 공략에 나선다. 제약사가 보유한 원천 기술과 소비재 기업의 브랜드 기반 역량을 결합해 새로운 성장 동력을 확보하겠다는 구상이다.

일동제약그룹은 지난 26일 서울 성동 소재 나인엔컴퍼니에서 새 합작법인 '아이디나인' 출범식을 가졌다고 27일 밝혔다. 이번 합작법인 출범은 이종 산업 간 핵심 역량을 유기적으로 결합한 전략적 제휴에 중점을 둔다. 양사는 일동제약그룹이 보유한

프로바이오틱스 및 마이크로바이옴 연구 개발(R&D)과 나인엔컴퍼니의 패션·소비재 브랜드 운영법을 접목한다는 방침이다.

실제로 일동제약그룹이 독자 개발한 마이크로바이옴 기반 프로바이오틱스 화장품 원료인 '세라글로우'를 중심으로 경쟁력을 높이고 있다. 세라글로우는 피부 장벽의 핵심 지질 성분인 세라마이드 생성을 돕는 물질로, 일동제약그룹은 관련 특허 2건과 SCI급 연구논문 2건을 확보해 상용화 준비를 마쳤다.

세라글로우를 처방해 피부 장벽 관리에 특화된 고기능성 스킨케어 제품군은 오는 2027년부터 순차적으로 공개될 예정이다. /이청하 기자

보령, 우주 헬스케어 사업화 본격 시동

독일우주청과 연구 협력 MOU 체결

보령이 우주 생명과학 연구 인프라를 활용할 첫 번째 글로벌 기관을 확보하며 '우주 헬스케어' 사업을 본격 전개하기 위한 기반을 공고히 다졌다. 그동안 진행해 온 전략적 투자와 파트너십을 바탕으로 한 첫 결실이다.

보령은 독일우주청(DLR)과 '우주 생명과학 분야 연구 협력 및 인프라 활용을 위한 양해각서'를 체결했다고 27일 밝혔

다. 2023년 보령의 우주 헬스케어 글로벌 이니셔티브인 '휴먼스 인 스페이스(HIS)'를 통해 시작된 양측의 협력이 1호 잠재 고객 관계를 이뤄냈다. 독일우주청은 미국항공우주국(NASA), 유럽우주국(ESA) 등과 함께 세계 우주의학 연구를 선도하는 최고 권위 기관이다. 양측은 공동 연구과제 발굴은 물론, 독일우주청이 자체 추진하는 우주의학 연구를 보령의 우주 연구 인프라에서 실험·검증하는 방안을 협의한다. /이청하 기자