



케미렉스 누블롬 메가 홍삼 헬스바

프리미엄 홍삼 시리얼바로 글로벌시장 '노크'

케미렉스는 기초화학 원료를 수입해 국내 화장품 제조업체 등에 공급하는 무역회사다. 연 매출이 약 200억원에 달한다. 중국 인도 베트남 싱가포르 등에 지사도 있다. 박진석 케미렉스 대표는 이 같은 해외 네트워크를 이용해 소비재 사업에 도전하고 싶었다. '가장 한국적인 제품을 해외시장으로 가져가자는' 데 생각이 미쳤다. 답은 '홍삼'이었다. 건강식 바람을 타고 시장 규모가 커지고 있는 시리얼바에 홍삼을 첨가한 제품을 글로벌 최초로 개발했다. '누블롬 메가홍삼 헬스바'다.

박 대표는 "글로벌 최초로 시리얼바에 홍삼을 첨가했다"며 "국내뿐 아니라 인산-홍삼 선호도가 높은 북미, 동남아시아 지역을 중심으로 승부를 보겠다"고 말했다.

◆"프리미엄 시리얼바로 틈새 공략"

박 대표는 제품 개발 초기부터 '프리미엄 시리얼바'라는 틈새시장을 노리겠다는 전략을 세웠다. 원료는 무조건 최상급만 고집했다. 농협에서 국내산 5년근 홍삼을 납품받아 시리얼바에 녹였다. 바한 개당 사포닌이 42mg 포함돼 있다.

일반 시리얼바는 옥수수나 주 원료지만 메가홍삼 헬스바의 주 원료는 국내산 통쌀이다. 그 위에 올려진 곡물과 과일도 아몬드, 캐슈너트, 크랜베리 등 최상품 원료다. 박 대표는 "모든 원료는 'GMO(유전자변형농산물) 프리' '글루텐(불용성 단백질) 프리' 라며 "인공향료도 쓰지 않고 심지어 설탕 대신 조청을 넣었다"고 말했다. 이어 "가격은 개당 1800원 수준으로 시중에 판매되는 시리얼바(약 1000~1200원)보다 비싸지만 경쟁 제품과는 차원이 다른 원료를 쓰고 있기 때



박진석 케미렉스 대표가 홍삼이 함유된 시리얼바 '누블롬 메가홍삼'에 대해 설명하고 있다. 허문찬 기자 sweat@hankyung.com

틈새 공략용 홍삼 시리얼바 개발 최상급 원료로 글로벌 건강식 도전 쿠팡 등 온라인몰 잇따라 입점

온라인 시음행사도 병행 출시 후 40만개 판매 자신감 아시아-미국시장 본격 공략

문에 진짜 건강식"이라고 설명했다.

제품을 개발할 때 가장 어려웠던 건 '은은한 홍삼향'을 구현하는 것이었다. 국내뿐 아니라 해외에도 진출하겠다는 목표가 있었기 때문이다. 박 대표는 "홍콩, 동남아 등을 제외한 해외에선 홍삼

에 대한 호불호가 강하다"며 "진하지도, 옅지도 않은 은은한 홍삼향을 내기 위해 수백 번 홍삼 배합량을 바꿨다"고 강조했다.

◆"글로벌 건강식품으로 키운다"

국내에선 건강에 관심이 많은 2030을 주 타겟으로 삼았다. 쿠팡 지마켓 11번가 등 온라인몰뿐 아니라 2030세대가 많이 찾는 알라블라 같은 헬스앤드뷰티 스토어에도 입점했다. 홍삼에 대한 거부감을 낮추기 위해 전형적인 홍삼 그림을 제품에 그려넣는 대신 개구진 표정을 짓고 있는 캐릭터를 새로 디자인했다.

오프라인 무료 시음회도 자주 열었다. '한 번 먹어본 사람은 재구매율이 높은 제품'이라고 판단했기 때문이다. 북한산

케미렉스

설립	2003년 10월
위치	인천시 남동구
제품	누블롬 메가홍삼헬스바, 메가홍삼 프로틴바 등
특징	글로벌 최초로 시리얼바에 홍삼 성분 적용

말에서, 한강 걷기 행사, 마라톤 행사, 골프장 앞에서 제품을 무료로 나눠줬다. 박 대표는 "지난해 4월 출시한 이후 건강식 바람을 타고 누적 40만 개가 팔렸다"고 말했다.

박 대표가 장기적으로 바라보고 있는 건 해외시장이다. 중국 알리바바의 온-오프라인 통합형 슈퍼마켓인 '허마'에 최근 입점하는 데 성공했다. 올레마켓 등 외국 식료품을 전문으로 파는 유통업체에도 입점했다. 국내 5개 면세점에도 입점할 계획이다. 박 대표는 "중국 시장엔 경쟁 같은 제품이 많이 팔리고 시리얼바는 생소하다"며 "중국인들이 좋아하는 홍삼을 함유한 시리얼바가 승산 있을 것으로 본다"고 말했다.

아시아 지역뿐 아니라 미국 시장도 두드리고 있다. 프로틴바 시장이 특히 강세인 미국에는 새로 개발한 '메가홍삼 프로틴바'를 들고 갈 계획이다. 단백질 함량이 20%에 달한다. 그는 "올해 해외시장을 본격적으로 개척해 100만 개 이상 판매하는 게 목표"라고 말했다.

심שמ기자 smshim@hankyung.com

◆'이달의 으뜸중기 제품'은 이메일 (thebest@hankyung.com)로 신청받습니다. 한국경제신문 홈페이지(www.hankyung.com)를 참조하세요.

코로나에 속타는 제약업계 병원 영업 막혀 매출 뒷걸음질

병의원, 제약 영업사원 출입 막아 온라인 마케팅으로 활로 모색

제약업계가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 직격탄을 맞고 있다. 병원 영업이 어려워진 데다 약국 매출도 급감하고 있어서다.

1일 업계에 따르면 국내 제약사들은 전국 영업사원을 대상으로 재택근무를 시행하고 있다. GC녹십자, CJ헬스케어, 대웅제약, 동아제약, 한미약품 등 대부분 제약사가 병원 대면 영업을 사실상 중단했다.

영업 직원들의 재택근무는 당초 코로나19 환자가 급증한 대구·경북지역에서만 시행됐다가 정부가 감염병 위기 단계를 '심각'으로 격상한 뒤부터 전국으로 확대됐다. 병원에 감염자가 몰리고 있는 데다 영업사원이 여러 곳의 병원을 돌아다니기 때문에 바이러스를 전파할 우려가 크다. 병의원들은 지난달부터 제약사 직원의 출입을 금지해왔다. 의원급 의사들의 모임인 대한내과학회협의회는 지난달 20일 제약사 영업사원 방문 자체를 요청하는 공문을 한국제약바이오협회와 한국글로벌의약산업협회에 보냈다.

최근에는 동아에스티 연구소에 근무하는 파견업체 직원이 코로나19 확진 판정을 받으면서 동아제약 용인 연구소와 인재개발원이 일시 폐쇄됐다. 다국적 제

약사는 영업직뿐만 아니라 본사 직원들로 재택근무를 확대하고 있다. 한국존슨앤드존슨, 한국안센, GSK는 지난달 25일 본사가 입주한 건물인 서울 용산 LS타워에서 확진자가 발생해 전 직원이 재택근무를 하기도 했다.

제약사들은 대면 영업 대신 전화나 온라인, SNS 채널 등을 활용한 마케팅으로 활로를 찾고 있다. 자체적으로 의료전문 포털사이트를 구축해 의약품 관련 학술 정보를 제공하고 제품 카탈로그와 정보를 카카오톡이나 문자로 전달하는 등의 방법을 활용하고 있다.

재택근무 기간 온라인 교육을 시행하기도 한다. 직원들의 업무 역량 강화와 자기계발을 돕는다는 취지에서다. 동아제약 관계자는 "현 상황에서는 영업 활동이 어렵기 때문에 마케팅 전략을 수립하거나 시장 분석 등 화상 회의를 통한 업무에 집중하고 있다"고 말했다.

하지만 대면 영업이 매출의 핵심이라는 점에서 제약사와 영업사원들의 고민이 깊어지고 있다. 병원을 찾는 환자 수가 줄면서 의약품 처방 자체가 감소했고 올 1분기 약국 매출도 타격을 입었다. 제약업계 관계자는 "중소 제약사는 온라인 플랫폼이 제대로 갖춰지지 않아 비대면 영업에 어려움이 많다"며 "코로나 사태로 제네릭 중심의 영업에 의존해온 중소 제약사와 대형 제약사 간 수익성 편차가 더욱 심해질 것"이라고 말했다.

전예진기자 ace@hankyung.com

중기중앙회, 코로나19 추가대책 대출금 만기 연장·납부유예 등

중소기업중앙회는 신종 코로나바이러스(코로나19) 확산에 따라 이달부터 노란우산공제 및 중소기업공제사업기금 가입자의 대출금 만기 연장·납부유예 등 3개월 유예한다고 1일 밝혔다.

소기업·소상공인공제제도인 노란우산은 지난달 13일부터 대출 이자율을 연 3.4%에서 2.9%로 인하한 데 이어 이달부터 고객 신청 시 부금 납부를 3개월 유예하는 추가 지원을 한다. 중소기업공제기금도 만기가 돌아온 대출금에 대해 추가적인 원금 상환 없이 만기를 연장할 계획이다. 코로나19로 인한 피해 업체는 부금 납부를 3개월 유예받을 수 있다.

중소벤처기업부도 대면평가를 온라인으로 대체하는 등 창업지원사업을 탄력적으로 운영키로 했다.

현재 모집 중인 예비창업패키지(일반분야), 창업도약패키지(성장촉진 프로그램) 등은 접수기간을 연장하기로 했다.

문혜정기자 selenmoon@hankyung.com

NEW 새로 나왔어요

다용도 '플렉스 프라이팬' 출시

해피콜은 1일 다용도 프라이팬 '플렉스 프라이팬(사진)'을 내놨다.

플렉스는 최근 '과시하다' '자신의 가치를 보여준다'란 뜻으로 사용되는 단어가. 이 같은 의미와 밀레니얼 세대의 감성을 담아 젊은 층을 겨냥한 제품이라고 회사 측은 설명했다. 프라이팬과 공중팬, 편수 냄비로도 사용 가능해 볶음밥, 라면 등 다양한 요리를 만들 수 있다.

테두리 양쪽에 물코를 갖춰 내용물을 붓기 쉽고 무게가 588g으로 손목에 부담을 주지 않는다. 용량은 1.2L로 2인분까지 조리할 수 있다. 인덕션을 비롯한 모든 열원에서 쓸 수 있으며 매트블랙, 메탈릭실버, 허니멜로 등 감각적인 색상을 입혔다. 대형마트와 주요 온라인몰에서 판매하며 출시를 기념해 디자인 스티커를 증정한다.

김정은기자 likesmile@hankyung.com

코로나19 장기화... 면역 강화 등 건강식품 시장도 '들쭉'

뉴스키페

업계, 면역강화 제품 마케팅 세노비스 판매량 급증

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태가 장기화하면서 면역력 강화 등 건강 관리에 대한 인식이 높아지고 있다. 국내 1위 시장조사업체인 칸타코리아가 1일 "코로나19 영향으로 면역력을 키울 수 있다는 인식이 있는 건강기능식품 시장이 급성장할 것"이라고 전망했다.

칸타 보고서에 따르면 2009년 신종플루와 2015년 메르스 발생 시 홍삼과 비트민 등 면역력 강화를 앞세워 마케팅하는 건강기능식품 판매가 증가한 것으로 나타났다. 이번 분석은 2009년과 2015년 칸타 월드패널 사업부가 운영하는 5000명의 가구패널을 대상으로 소비자 구매 내역을 수집한 데이터를 바탕으로 이뤄졌다.

2009년 7월 신종플루 발생을 전후해 6개월씩 비교했을 때 홍삼 제품 구매액은 57% 증가해 홍삼 시장은 신종플루를 계기로 급성장했다. 이후 2015년 6월 메르스 발병 전후 7개월씩 비교하면 비



판 시장이 성장하는 데 결정적인 영향을 끼친 것으로 조사됐다.

코로나19로 면역력 강화를 전면에 내세운 건강기능식품이 한동안 인기를 이어가며 시장 성장에 기여할 것으로 보인다. 세사노피-아벤티스 코리아의 건강기능식품 브랜드 세노비

스에서 내놓은 프로폴리스(사진) 등 아동용 제품은 최근 3주간 판매량이 780%나 증가했다. 다만 소비자들 사이 점점 뚜렷해지고 제품 종류가 다양해졌으며 유통 채널이 다변화된 것 등은 과거와 다른 양상이라고 보고서는 전했다.

과거 TNS였던 칸타는 제품이나 서비스 출시를 앞둔 기업을 대신해 시장 및 소비자 조사 등 전반적인 마케팅 업무를 해준다. 영국 광고업체 WPP의 자회사로 한국을 포함해 세계 80개국에서 3만여 명이 일한다.

김정은기자 likesmile@hankyung.com

현대백화점그룹 h point

고객과 함께 생활 속 친환경을 실천합니다

- 현대백화점
- 현대홈쇼핑
- 현대아울렛
- 현대백화점 면세점
- 한섬
- 현대리바트
- 현대HCN
- 현대렌탈케어
- 현대그린푸드
- 현대드림투어
- 현대Hmall
- 더현대닷컴
- 더한성닷컴
- H패션몰
- 현대어린이책미술관

Green Friends

이 화분이 아이들을 마음껏 웃게 합니다

현대백화점은 우리 아이들이 깨끗한 공기를 마시며 뛰어놀 수 있도록 서울지역 초등학교에 산소는 더 많이 내뿜고 이산화탄소는 줄여주는 공기정화식물을 기부하고 있습니다