

트럼프發 약값 인플레이 현실로... 릴리, 가격 인상

릴리는 자사의 제2형 당뇨병과 비만 환자를 위한 치료제 마운자로의 영국 약가를 170% 인상했다. 트럼프발 글로벌 약가 인플레이션의 신호탄이다.

트럼프 미국 대통령이 유럽 등 주요 선진국 대비 높은 미국 약가에 대해 제약 업계에 약가를 낮추도록 압력을 행사한 데 대해, 글로벌 제약사 중 릴리가 가장 먼저 미국 이외 지역의 약가를 올려 국가 간 약가 균형을 맞추려는 움직임을 보였다.

릴리는 14일(현지 시간) 성명을 통해 미국 내 약가 인하 압력에 대응하기 위해

유럽 국가들과의 협의를 통해 자사 주요 제품의 가격을 인상하겠다는 방침을 밝혔다.

성명에서 “미국이 바이오약품 혁신의 중심 국가로 남기 위해서는 선진국 간 비용 분담이 공정하게 이뤄져야 한다”며 “유럽을 비롯한 국가에서의 가격 조정이 불가피하다”고 밝혔다.

회사 측은 이번 유럽 시장 약가 조정이 미국 내 약가 인하 정책, 특히 인플레이션 감축법(IRA)과 같은 제도적 변화에 대응하는 조치라고 설명했다.

이어 “9월 1일까지 일부 유럽 국가들과

다음달부터 英서 ‘마운자로’ 비급여 가격 170% 올려
트럼프 약가 인하 압력에 글로벌 균형 맞추기 신호탄
美 인슐린 값도 70%↓... 월 부담 상한 35달러로 묶어

의 가격 조정이 완료될 예정이며, 영국 정부와는 마운자로의 가격 인상에 이미 합의했다”고 명시했다.

이에 따라 마운자로의 월간 표시 약가는 최고 용량(15mg) 기준 기존 122파운드(약 23만 원)에서 330파운드(약 62만 원)로 170%가량 인상됐다. 인상된 약가는 9월 1

일부터 적용하기로 했다.

다만 영국 건강보험(NHS)을 통한 급여 조건은 현행 그대로 유지하며, 비급여로 처방 투약받는 환자에만 적용한다.

릴리는 이어 성명에서 미국 내 약가 인하를 위한 노력을 강조했다. 인슐린 가격을 70% 인하하고 월 부담 상한선을 35달러로

제한하는 등 환자 부담 완화 정책을 확대 중이라고 설명했다.

또 자사의 B2C 플랫폼 릴리 다이렉트(Lilly Direct)를 통해 직접 유통되는 저가 제품군을 늘리고 있다고 했다.

또한 미국 내 제조 역량 강화를 위해 2020년 이후 500억 달러 이상을 생산시설에 투자했고, 추가로 50억 달러를 글로벌 생산시설 확대에 투입 중이라고 밝혔다.

이 같은 회사의 노력을 강조하면서 의약품에 대한 관세 부과에 반대 입장을 분명히 했다. 성명서는 “의약품은 생명을 구하

는 제품으로서 전통적으로 관세 대상에서 제외돼 왔으며, 관세 부과는 환자의 접근성을 해치고 미국 제약산업의 경쟁력을 약화시킬 수 있다”고 주장했다.

글로벌 제약사들은 미국의 약가 인하 압박과 관세 부과 움직임에 대응하는 방법으로 직접적으로 미국 약가를 인하하기보다는 유럽 등 주요 선진국의 약가를 인상해 약가 균형을 맞추는 방식으로 대응할 가능성이 높다는 우려가 제기된 바 있다.

릴리가 가장 먼저 미국의 선진국 약가에 대한 조정에 나섰다.

주경준 기자
jjju@skyedaily.com



드디어 폴더블 붐? 삼성전자 새 무기 되나

최근 삼성전자의 스마트폰 판매량 증가 요소로 폴더블 스마트폰(폴더블폰) 성과가 꾸준히 거론되고 있다. 높은 점유율에도 전체 스마트폰 시장에서의 비중은 적었던 폴더블폰이 유의미한 규모로 성장하고 있다는 신호로 해석된다.

17일(현지 시간) CNBC의 시장조사업체 캐널리스트 자료 인용 보도에 따르면 2분기 삼성전자 스마트폰의 미국 시장 점유율은 전년 동기 대비 8%p 상승한 31%였다.

CNBC는 삼성이 경쟁사인 애플 대비 다양한 가격대의 다양한 제품군을 제공한

것이 성과를 거뒀다고 평가했다.

또한 카운터포인트리서치에 따르면 2025년 1월부터 7월까지 국내 스마트폰 시장 누적 판매량이 점유율 82%를 기록했다. 해당 기간 국내 점유율 80%를 넘긴 것은 이번이 처음이다.

카운터포인트리서치는 “갤럭시 S25 시리즈의 지속적인 수요와 함께 갤럭시 Z 폴드 7의 높은 초기 판매량이 큰 영향을 미쳤다”며 “갤럭시 Z 폴드 7은 전작 대비 가격이 약 10만 원 인상됐으나 높은 지원금 정책을 통해 소비자 부담을 일부 완화한

점이 초기 판매 호조에 긍정적 영향을 미쳤다”고 분석했다.

삼성전자는 폴더블폰 시장에서 높은 점유율을 차지하고 있었으나 전체 스마트폰 판매량에서 폴더블폰이 차지하는 비중이 높지 않아 폴더블폰 점유율이 큰 기여를 하지 못했다.

삼성전자가 갤럭시 Z 폴드7-플립7을 출시하기 전 전체 스마트폰 시장에서 차지하는 비중은 1.5% 정도로 알려졌다. 그러나 갤럭시 Z 폴드7-플립7이 국내 사전 판매 신기록을 기록하고 미국 사전 판매량

CNBC·카운터포인트리서치 등 겐 Z 신제품 효과 주목
한국·미국 이어 유럽에서도 유의미한 판매량 상승 감지

도 50% 급증하는 등 유의미한 성과를 거두며 폴더블폰 수요가 주목 받고 있다.

한국과 미국 외에 유럽 시장에서도 폴더블폰의 상승세가 명확하다. 카운터포인트리서치에 따르면 지난해 유럽 폴더블 스마트폰 시장이 전년 대비 37% 상승했으며 특히 책처럼 펼치는 ‘북 타입’ 제품군은 60% 급증했다.

삼성전자는 북 타입 폴더블폰 점유율이 2023년 73%에서 2024년 50%로 하락했음에도 판매량은 10% 증가했다. 점유율이 하락하더라도 폴더블폰 수요가 늘어나며 시장이

커지는 것은 호재로 볼 수 있다.

CNBC는 7월 출시한 폴더블 스마트폰 갤럭시 Z 폴드7와 플립7 출시한 것이 2014년 삼성과 애플의 패권 경쟁을 재현할 수 있다고 분석했다.

당시 애플이 대화면 스마트폰 출시를 망설일 때 삼성전자는 대화면 스마트폰을 내놓아 수요를 선점했고 애플이 대화면 추세를 따라갔다. 삼성전자가 폴더블 스마트폰에 먼저 진출하고 애플이 따라가는 구도가 2014년과 유사하다는 것이다.

애플은 폴더블 스마트폰 출시를 계속 미

루다가 내년 폴더블 스마트폰을 출시하겠다고 밝힌 바 있다. 애플의 폴더블폰 출시는 강력한 경쟁자가 생기는 것이기도 하지만 폴더블폰 시장이 유의미한 규모로 성장하는 신호탄으로도 해석된다.

양준규 기자 jgyang@skyedaily.com

스카이 만평 김용덕

대기업 계열사 상표권 사용료 2조1500억 원 돌파

대기업들이 상표권을 명목으로 계열사들에 받는 돈이 2조1500억 원을 넘어선 것으로 나타났다.

상표권 사용료 자체로는 문제가 없지만 수수료 산출 방식이 임의로 정해지기 때문에 총수 일가의 사익 편취 대상이 될 수 있다는 지적이 나온다.

18일 이양수 국민의힘 의원이 공정거래 위원회로부터 제출받은 자료에 따르면 공시대상기업집단이 계열사에서 받는 상표권 사용료는 2조1530억 원으로 나타났다. 대기업 계열사 상표권 사용료는 2023년 2조354억 원으로 처음 2조 원을 돌파한 후에도 지속적으로 증가하고 있다.

순위	2023년	2024년
1위	3545	3545
2위	3199	3109
3위	1766	1796
4위	1260	1347
5위	1068	1317
6위	885	1277
7위	1091	1042

지난해 사용료를 가장 많이 받은 그룹은 3545억 원을 받은 LG였으며 △SK(3109억 원) △한화(1796억 원) △CJ(1347억 원) △포스코(1317억 원) △롯데(1277억 원) △GS(1042억 원) 순으로 나타났다.

상표권 사용료는 소유자에게 사용자가 대가를 제공하는 행위이기 때문에 위법은 아니지만 그룹마다 산정 방식이 다르기 때문에 총수 일가의 사익 편취 수단으로 사용될 수 있다는 지적이 끊이지 않았다.

현재 대다수의 대기업들은 매출액에서 광고선전비를 뺀 액수에서 일정 수수료를

을 곱하는 방식으로 사용료를 산출하는데 기업마다 수수료가 다르다.

수수료를 산출에 명확한 기준이 없기 때문에 감사가 소홀할 경우 총수 일가의 지분율이 높은 지주사나 대표사에 과도한 수수료를 주는 방식으로 약용될 우려가 있다. 또한 지분 구조에 따라서 사용료를 지급하지 않는 방식으로 총수 일가에 이익을 주는 방식도 발견됐다.

대표적인 예시인 셀트리온은 서정진 셀트리온 회장이 대주주인 2개 계열사에 무상으로 상표권을 제공하는 방식으로 부당 이익을 봤다는 의혹이 나왔다.

양준규 기자 jgyang@skyedaily.com

맛있는우리말 200

눈으로 읽고 입으로 즐기는 우리말!

일상 속 다양한 표현에 풍미를 더하다

일상에서 무심코 쓰는 말이지만 막상 질문을 받게 되면 대부분은 답변을 내기 전에 잠시 생각을 하게 되는 경우가 많다. 이처럼 다양한 일상의 언어를 주제 삼아 우리말 어법을 넘나들며 두서없이 우리말 산책을 떠나보려고 나섰다.

누구나 쓸 수 있는 게 글이지만 누구나 다 잘 쓸 수는 없는 게 또한 글이다. 잘 쓴 글은 읽는 이에게 재미와 감동을 준다. 그래서 글은 마음으로 쓴다는 말이 나오는 것이다. 마음으로 써서 감동을 주는 글이라 해도 기본 어법에 따라 쓴 글이 아니라면 결코 잘 쓴 글이라고 박수를 보낼 수는 없다. 글에도 품격인 '문격(文格)'이 있기 때문이다. 그런 뜻에서 글을 잘 쓰고 싶다는 이들에게 이 책이 작은 도움이라도 된다면 필자로서 그보다 더한 기쁨은 없을 것이다.

- 프롤로그 중

박재욱 지음 | 272쪽 | 17,000원 | 글로벌콘텐츠