

심층분석보고서

26상_한미약품_해외영업

마감일: 6월14일23시59분

| 노영우 컨설턴트 & 취업 플랫폼 '룩센트'

한미약품 해외영업 직무

1장: 산업(섹터) 분석

1-1. 산업 정의와 가치사슬: 신약 발굴부터 처방과 유통까지의 전주기 구조

제약산업은 신약 후보물질 발굴 단계에서 출발해 전임상, 임상 1상부터 3상, 인허가, 생산, 마케팅과 영업, 그리고 도매와 약국 및 병원을 통한 유통에 이르는 전 과정을 포괄하는 지식 집약형 산업입니다. 신약 하나를 시장에 안착시키기까지 들어가는 비용은 글로벌 대형 제약사 기준으로 평균 22억 달러를 웃돌고, 임상 1상 개시부터 허가 신청까지 걸리는 기간은 100개월을 넘어섭니다. 임상 1상에 들어간 후보물질이 최종 허가를 받을 확률이 평균 8% 안팎에 머문다는 사실은 이 산업의 본질을 설명하는 핵심 명제입니다. 고비용과 저성공률이라는 두 특성이 가치사슬 전 구간의 수익성과 의사결정 방식을 규정합니다.

수익이 발생하는 지점은 명확하게 구분됩니다. 첫째, 자체 신약을 개발해 출시한 뒤 거두는 글로벌 판매 수익입니다. 둘째, 기술수출을 통해 받는 계약금과 단계별 마일스톤, 그리고 출시 이후의 로열티입니다. 셋째, 개량신약과 복합신약을 통해 확보하는 고마진 처방 매출입니다. 넷째, 위탁개발생산과 원료의약품 수탁을 통한 매출입니다. 한미약품은 이 가운데 둘째와 셋째, 넷째를 동시에 확보한 흔치 않은 사례에 해당하며, 바로 이 점이 회사의 수익 구조를 동종 업계와 구분짓는 출발점이 됩니다.

가치사슬을 해외영업 관점에서 다시 읽으면 의미가 한층 또렷해집니다. 발굴과 임상은 연구개발 조직의 영역이지만, 그 결과물인 임상 데이터와 플랫폼 기술은 해외영업과 사업개발 담당자가 글로벌 파트너에게 전달하는 핵심 자산이 됩니다. 인허가 단계의 규제 대응 역량은 완제의약품 수출 시 현지 등록 절차를 좌우하고, 생산 단계의 위탁개발생산 경쟁력은 그 자체로 수주 영업의 대상이 됩니다. 다시 말해 해외영업은 가치사슬의 마지막 칸에만 머무르지 않고, 연구개발 성과를 글로벌 수익으로 전환하는 통로 전체를 관통하는 기능입니다.

1-2. 글로벌 시장 규모와 성장률: 1조 6,000억 달러에서 2조 달러대로의 확장

세계 제약시장은 2023년 기준 약 1조 6,000억 달러 규모로, 2019년부터 2023년까지 연평균 6% 안팎의 성장률을 보였습니다. 주요 시장조사기관은 2028년까지 시장 규모가 2조 2,000억 달러를 넘어설 것으로 내다봅니다. 기관에 따라서는 2025년 1조 8,000억 달러대에서 2032년 3조 달러를 웃도는 수준까지 연평균 8% 내외로 확대될 것이라는 전망을 제시하기도 합니다. 추정치 사이에 적지 않은 편차가 존재하지만, 만성질환의 증가, 인구 고령화, 바이오의약품의 비중 확대, 그리고 비만치료제의 급성장이 공통된 성장 동력으로 거론된다는 점은 일치합니다.

지역별로 보면 북미가 전체 시장의 40% 이상을 점유하며 가격 결정력과 신약 출시 우선순위를 사실상 주도합니다. 아시아태평양은 전체에서 차지하는 비중이 30%에

가까우면서도 가장 빠른 성장 속도를 보이는 권역으로 분류됩니다. 해외영업 관점에서 이 구도는 두 가지 함의를 갖습니다. 하나는 미국과 유럽이 기술수출과 라이선스 협상의 무게 중심이라는 점이고, 다른 하나는 중국과 동남아시아, 중동, 중남미가 완제의약품 수출과 신규 시장 개척의 실질적 격전지라는 점입니다. 한미약품이 북경한미약품을 통해 중국 시장에 일찍 거점을 마련한 결정이 장기적으로 큰 자산이 된 배경도 여기에 있습니다.

1-3. 국내 시장 규모와 한국의 위상: 31조 원 시장과 수출 중심으로의 무게 이동

국내 의약품 시장 규모는 2023년 기준 31조 원을 넘어서며 통계 집계 이후 최고치를 경신했습니다. 한국 시장이 세계 시장에서 차지하는 비중은 1.3% 안팎으로 글로벌 13위권에 위치하며, 최근 5년간 연평균 성장률은 3%대 중반으로 안정적인 성숙 단계에 들어섰습니다. 내수 시장의 성장세가 둔화되는 흐름 속에서 산업의 펀더멘털을 끌어올리는 동력은 점차 수출과 기술수출로 옮겨가고 있습니다. 의약품 수출액이 100억 달러를 넘어서며 두 자릿수 증가율을 이어가는 현상은 이러한 무게 이동을 보여주는 지표입니다.

이 대목은 해외영업 직무의 전략적 중요성을 산업 차원에서 뒷받침합니다. 내수 처방 시장이 약가 인하 압력과 제네릭 경쟁으로 성장 한계에 부딪히는 동안, 회사의 외형과 수익성을 키울 여지는 국경 바깥에 남아 있습니다. 한미약품이 2030년 비전에서 해외 매출을 1조 원으로 설정하며 국내 매출 1조 9,000억 원과 거의 대등한 비중으로 끌어올리겠다고 선언한 것은, 산업 전체가 직면한 이 구조 변화를 회사 차원의 목표로 옮겨 놓은 것입니다.

1-4. 최근 트렌드 첫 번째: GLP-1 비만치료제가 재편한 대사질환 시장

지난 3년간 글로벌 제약시장을 가장 강하게 흔든 흐름은 GLP-1 계열 비만치료제의 부상입니다. 노보 노디스크의 위고비와 일라이 릴리의 마운자로 및 쥘바운드가 폭발적인 매출을 일으키면서 비만과 대사질환 영역이 글로벌 최대 격전지로 재편됐습니다. 주사제 중심이던 시장은 경구용 비만치료제 개발 경쟁으로 확장됐고, 위장관 부작용을 줄이거나 근육 손실을 막는 차세대 기전이 새로운 경쟁 축으로 떠올랐습니다. 이 변화는 한미약품에 기회와 압박을 동시에 안깁니다. 에페글레나타이드라는 자체 GLP-1 자산과 H.O.P 프로젝트의 차세대 파이프라인을 보유했다는 점은 기회이지만, 글로벌 선두 주자들이 이미 확보한 시장 지배력과 자본력은 만만찮은 장벽입니다.

1-5. 최근 트렌드 두 번째: MASH 시장 개화와 빅파마의 인수 경쟁

대사이상 관련 지방간염, 곧 MASH 시장이 본격적으로 열린 것도 최근의 핵심 변화입니다. 마드리갈의 레즈디프라가 가속승인을 받은 이후 시장 형성이 빨라졌고, 2030년 시장 규모를 90억 달러를 웃도는 수준으로 추정하는 분석이 나옵니다. 글로벌 대형 제약사의 인수 경쟁도 가열됐습니다. 노보 노디스크는 아케로 테라퓨틱스를 현금과 조건부 가치 지급권을 합쳐 최대 50억 달러를 웃도는 규모로 인수했고, 로슈는 89bio를 선급 현금과 조건부 가치 지급권을 합쳐 최대 35억 달러 규모로 사들였습니다. 한미약품이 MSD에 기술수출한 에피노페그듀타이드가 바로 이 MASH 영역의 자산이라는 점에서, MASH 시장의 개화는

회사의 잠재 마일스톤 가치와 맞물립니다.

1-6. 최근 트렌드 세 번째: 바이오시밀러 가속과 기술수출 패러다임의 정착

미국 식품의약국이 바이오시밀러의 임상 효능시험 의무를 사실상 완화하는 방향으로 지침을 정비하면서 국내 바이오시밀러 기업의 시장 진입 속도가 빨라졌습니다. 동시에 한국 제약바이오 기업이 글로벌 빅파마의 핵심 라이선스 파트너로 격상되는 흐름이 뚜렷해졌습니다. 2025년 한국의 혁신신약 라이선스 계약 규모는 전년 대비 두 배 넘게 늘어 기술수출 총액이 20조 원을 돌파할 것으로 전망됐습니다. 인공지능과 머신러닝을 활용한 신약개발 영역에서는 단일 거래의 평균 규모가 수년 사이 3배 이상 커졌습니다. 이러한 패러다임 변화는 한미약품의 기술수출 트랙레코드가 산업 흐름과 정확히 같은 방향을 향하고 있음을 의미합니다.

1-7. 최근 트렌드 네 번째: 디지털 전환과 연구개발 생산성 위기

제약산업은 디지털 전환과 인공지능 도입을 통해 연구개발 생산성을 끌어올리려는 시도를 가속하고 있습니다. 신약 개발 비용이 계속 상승하고 성공률은 정체된 상황에서, 후보물질 발굴과 임상 설계, 환자 모집, 데이터 분석 전 과정에 디지털 기술을 적용하려는 움직임이 활발합니다. 한미그룹이 2030년 비전에서 디지털헬스와 로봇틱스를 성장축에 포함한 것도 이 흐름과 무관하지 않습니다. 해외영업 관점에서 이 변화는 위탁개발생산 수주 경쟁에서 디지털 역량과 데이터 신뢰성이 차별화 요소로 작동하기 시작했음을 시사합니다.

1-8. 주요 플레이어와 경쟁 구도: 국내 5강과 바이오 양강, 그리고 글로벌 빅파마

국내 전통제약 5강은 유한양행, 종근당, 한미약품, GC녹십자, 대웅제약입니다. 2024년 유한양행이 매출 2조 원을 넘어 처음으로 2조 클럽에 들어선 반면, 한미약품은 1조 5,000억 원 안팎의 매출에 영업이익률 14% 이상을 확보하며 수익성에서 우위를 지켰습니다. 바이오 부문에서는 셀트리온과 삼성바이오로직스가 각각 3조 원을 넘는 매출과 1조 원을 웃도는 영업이익으로 양강 체제를 굳혔고, 두 회사의 매출 합계가 국내 상장 바이오 기업 전체 매출의 상당 부분을 차지합니다. 글로벌 시장에서는 일라이 릴리와 노보 노디스크가 GLP-1 모멘텀으로 시가총액 상위를 차지하고, 화이자와 MSD, 로슈, 노바티스가 항암과 면역치료 영역에서 견고한 입지를 지키고 있습니다.

1-9. 지원 전략 관점의 시사점

산업 트렌드는 비만과 대사질환에서 MASH로, 다시 항노화로 단계적으로 확장하는 흐름을 보이며, 한국 제약사가 글로벌 빅파마의 핵심 라이선스 파트너로 올라서는 변곡점에 와 있습니다. 해외영업 직무를 지망하는 입장에서 의미 있는 해석은 두 가지입니다. 하나는 세계 시장 1조 6,000억 달러와 연평균 6%, 국내 시장 31조 원과 점유율 1.3%라는 거시 좌표를 출발점으로 삼아 회사의 위치를 설명할 수 있어야 한다는 점입니다. 다른 하나는 GLP-1, MASH, 바이오시밀러라는 세 모멘텀이 한미약품의 자체 자산 및 기술수출 트랙레코드와 어떻게 연결되는지를 자신의 언어로 풀어낼 수 있어야 한다는 점입니다. 산업의 무게 중심이 수출과 기술수출로 옮겨가는 현실은, 해외영업이 회사 성장의 변두리가 아니라 중심 동력임을

보여줍니다.

2장: 주요 기업 비교 및 대상 회사 포지셔닝

2-1. 5대 전통제약사의 매출과 수익성 비교

국내 5대 전통제약사를 매출 규모로 줄 세우면 유한양행이 2024년 2조 원을 넘어 선두에 섰고, 종근당이 1조 7,000억 원 안팎, 한미약품이 1조 5,000억 원 안팎, GC녹십자와 대웅제약이 1조 4,000억 원에서 1조 6,000억 원 사이에 위치합니다. 그러나 매출 규모만으로는 각 회사의 체질을 설명하지 못합니다. 영업이익률과 연구개발 집약도, 그리고 기술수출 트랙레코드라는 세 가지 잣대를 함께 놓고 보면 한미약품의 위치가 뚜렷하게 드러납니다. 한미약품은 영업이익률 14%에서 16%대를 유지하며 5강 가운데 가장 높은 수준에 속하고, 연구개발 투자 비중도 매출의 14% 이상으로 상위권을 지킵니다. 2025년 기준 주요 제약사의 연구개발 투자 비중을 비교하면 대웅제약과 한미약품이 14%에서 16% 구간으로 선두권을 형성하고, 유한양행과 종근당이 11% 안팎으로 그 뒤를 잇습니다.

2-2. 유한양행: 렉라자 글로벌화로 도약한 외형, 마진이라는 과제

유한양행은 첫 혁신신약 렉라자가 미국 식품의약국에서 병용요법으로 허가를 받으며 처음으로 연 매출 2조 원을 돌파했습니다. 글로벌 후기 임상 자산을 보유하고 외형을 키운 점은 분명한 강점입니다. 다만 영업이익률은 한 자릿수에 머물고, 마일스톤 인식 시점에 따라 분기 실적의 진폭이 크다는 특성을 보입니다. 자체 생산과 유통에 대한 내재화 정도가 한미약품에 비해 낮고, 연구개발 투자 비중 역시 한미약품보다 낮다는 점은 약점으로 지적됩니다. 유한양행과 한미 pharm을 나란히 놓으면, 외형의 유한양행과 수익성 및 연구개발 집약도의 한미약품이라는 대비가 선명해집니다.

2-3. 종근당과 대웅제약과 GC녹십자: 서로 다른 길의 차별화

종근당은 2023년 매출에서 GC녹십자를 추월하며 5강 내 상위권으로 올라섰고, 노바티스에서 저분자 화합물을 총 13억 달러를 웃도는 규모로 기술수출하며 라이선스 역량을 입증했습니다. 대웅제약은 P-CAB 계열 펩수클루와 보툴리눔 독신 나보타를 두 기둥으로 삼아 별도 기준 13%대의 영업이익률을 기록했으나, 미국 파트너사들의 잇따른 자본잠식과 계약 해지로 해외 파트너 관리의 위험이 부각됐습니다. GC녹십자는 혈액제제와 백신을 기반으로 한 사업 구조를 갖췄고, 최근 영업이익이 큰 폭으로 늘며 회복 흐름을 보였습니다. 세 회사의 사례는 전통제약사가 각자 다른 자산을 토대로 차별화를 모색하고 있음을 보여주며, 한미약품의 자체개발 집약형 모델이 그 가운데 어디에 위치하는지를 가늠하게 합니다.

2-4. 셀트리온과 삼성바이오로직스: 사업모델이 다른 바이오 양강

바이오 부문의 두 강자는 한미약품과 사업모델 자체가 다릅니다. 셀트리온은 바이오시밀러를 중심으로 3조 원을 넘는 매출과 1조 원을 웃도는 영업이익을 기록하며 글로벌 시가총액

상위권에 진입했고, 삼성바이오로직스는 위탁개발생산을 축으로 매출을 빠르게 키우며 글로벌 시총 순위에서 상위권에 올랐습니다. 두 회사가 영위하는 위탁개발생산과 바이오시밀러 사업은 한미약품이 추구하는 자체 개발과 합성 및 복합신약 중심 모델과 결이 다릅니다. 따라서 두 회사를 한미약품의 정면 경쟁자로 보기보다는, 한국 바이오 진영을 함께 떠받치는 보완적 존재로 이해하는 편이 정확합니다. 다만 위탁개발생산 영역에서는 삼성바이오로직스와 한미약품의 평택 바이오플랜트가 부분적으로 경쟁 관계에 놓일 수 있습니다.

2-5. 한미약품의 포지셔닝: 연구개발 집약형 자체개발 챔피언

한미약품의 차별화 요소는 다섯 가지로 정리됩니다. 첫째, 의약품 시장조사 기준으로 8년 연속 국내 원외처방 매출 1위를 지키며 1조 원을 넘는 처방 매출을 기록합니다. 둘째, 로수젯과 아모잘탄패밀리 같은 자체 개발 블록버스터를 다수 보유하고 있습니다. 셋째, 랩스커버리와 오라스커버리, 펜탐바디라는 독자 플랫폼 기술을 갖추고 있습니다. 넷째, 2015년 사노피와 안센, 일라이 릴리, 베링거인겔하임 등과 체결한 대규모 기술수출로 한국 기술수출의 상징성을 확보했습니다. 다섯째, 중국 북경한미약품을 통해 자체 생산과 연구개발 및 영업망을 보유하고 있습니다. 약점으로는 그룹 유통사 온라인판매 대한 매출 의존도가 높아 운전자본에 부담을 준다는 점, 콜린알포세레이트 환수 소송이 진행 중이라는 점, 단기차입금이 집중돼 있다는 점이 거론됩니다.

2-6. 최근 1년 핵심 이슈 첫 번째: 경영권 분쟁의 종결과 전문경영인 체제 안착

2024년 1월 OCI그룹과의 통합 발표로 시작된 경영권 분쟁은 그해 3월 형제 측의 주주총회 승리, 12월 모녀와 신동국 회장 및 라데팡스파트너스가 결성한 4자 연합으로 흐름이 뒤바뀌었습니다. 2025년 초 송영숙 회장이 한미사이언스 대표로 복귀하면서 분쟁은 일단락됐고, 박재현 대표이사 체제가 안정적으로 자리를 잡았습니다. 2026년 5월 현재 회사는 전문경영인 중심의 운영 기조를 유지하며 신약 연구개발과 글로벌 사업 확대에 역량을 모으고 있습니다. 지배구조를 둘러싼 불확실성이 해소된 흐름은 해외 파트너와의 장기 계약 협상에서 안정성이라는 무형의 자산으로 작용합니다.

2-7. 최근 1년 핵심 이슈 두 번째: 비만 파이프라인과 글로벌 기술수출의 동시 진전

에페글레나타이드는 임상 3상에서 40주차 기준 의미 있는 체중 감소 효과를 보였고, 식품의약품의 신속심사 트랙에서 국내 허가 심사가 진행 중입니다. 회사는 이를 국산 GLP-1 비만치료제의 상용화 출발점으로 삼고 있습니다. GLP-2 계열 신약 소네페글루타이드를 일라이 릴리에 기술수출하는 대규모 계약이 추진되면서, 회사의 글로벌 파트너십 트랙레코드에 또 하나의 기록이 더해지는 흐름입니다. MSD에 기술수출한 MASH 신약 에피노페그듀타이드는 후기 임상이 진척되며 추가 마일스톤 인식 가능성을 남겨두고 있습니다. 세 자산이 동시에 전진하는 국면은 해외영업 직무가 다룰 사업 기회가 빠르게 늘고 있음을 보여줍니다.

2-8. 최근 1년 핵심 이슈 세 번째: 2030 비전과 주주환원 정책의 제도화

한미그룹은 2025년 12월 비전 발표 자리에서 2030년 그룹 매출 5조 원을 제시했고,

한미약품 단독으로는 국내 1조 9,000억 원과 해외 1조 원을 합친 2조 9,000억 원, 영업이익률 20% 이상을 목표로 내걸었습니다. 연 매출 100억 원을 넘는 제품을 매년 1건 이상 출시하겠다는 계획과 함께, 최소총주주환원율을 도입해 주주환원 정책을 제도화한 점도 주목됩니다. 이러한 목표 체계는 해외영업 직무의 성과 지표가 회사 전체 전략과 어떻게 연결되는지를 보여주는 준거가 됩니다.

2-9. 지원 전략 관점의 시사점

해외영업을 지망하는 입장에서 회사의 좌표를 한 문장으로 정리하면 다음과 같습니다. 한미약품은 외형에서는 유한양행에 뒤지지만 영업이익률과 연구개발 집약도, 기술수출 트랙레코드에서 앞서며, 셀트리온이나 삼성바이오로직스와는 사업모델이 다른 연구개발 집약형 자체개발사입니다. 면접에서 의미 있게 활용할 포인트는 시간축 인식입니다. 경영권 분쟁이 해소된 2025년이 해외사업 정상화의 출발점이며, 소네페글루타이드의 릴리 기술수출과 에페글레나타이드의 국내 출시가 향후 수년간 글로벌 모멘텀의 두 기둥이 된다는 흐름을 정확히 읽고 있어야 합니다.

3장: 대상 회사 심층 분석

3-1. 사업 구조와 부문별 매출 비중

2025년 연결 기준 매출 1조 5,475억 원은 크게 네 갈래에서 형성됩니다. 첫째는 한미약품 별도 부문으로, 국내 처방의약품과 일반의약품 및 수출이 여기에 들어갑니다. 의약품 시장조사 기준 원외처방 매출이 1조 원을 넘고, 로수젯이 2,000억 원대 후반, 아모잘탄패밀리가 1,400억 원대를 기록합니다. 둘째는 북경한미약품으로, 매출 4,024억 원과 영업이익 777억 원을 올리며 창립 이래 처음으로 매출 4,000억 원을 넘어섰습니다. 호흡기 의약품인 이안핑과 이탄징 등 어린이용 제품이 성장을 이끌었습니다. 셋째는 한미정밀화학으로, 위탁개발생산 신규 수주에 힘입어 분기 영업이익이 흑자로 돌아섰습니다. 넷째는 해외 기술수출 마일스톤과 로열티로, MSD향 임상시료 공급과 기술료 수익이 4분기 호실적의 핵심 동력으로 작용했습니다. 그룹 유통사 온라인팜을 통한 특수관계자 매출 비중이 높다는 점은 운전자본 관리 측면에서 함께 살펴야 할 특성입니다.

3-2. 전략 방향 첫 번째: 2030 비전의 듀얼 성장 구도

한미그룹이 2025년 12월 발표한 2030년 비전은 그룹 매출 5조 원을 정점으로 삼습니다. 한미약품은 단독으로 국내 1조 9,000억 원과 해외 1조 원을 합쳐 2조 9,000억 원, 영업이익률 20% 이상을 제시했습니다. 이 목표는 내수와 해외를 균형 있게 키우는 구도를 전제로 합니다. 내수에서는 연 매출 100억 원을 넘는 제품을 매년 한 건 이상 출시해 처방 포트폴리오를 두텁게 하고, 해외에서는 기술수출과 완제 수출 및 위탁개발생산을 함께 확대하는 그림입니다. 해외 매출을 현재 추정치의 두 배 가까운 수준으로 끌어올리겠다는 목표는 해외영업 조직의 역할을 회사 성장의 중심으로 끌어올립니다.

3-3. 전략 방향 두 번째: H.O.P 프로젝트와 비만 전주기 포트폴리오

연구개발 전략의 핵심에는 한미 비만 파이프라인으로 불리는 H.O.P 프로젝트가 있습니다. 에페글레나타이드를 국내 출시 후보로 앞세우고, 삼중작용제 HM15275를 미국 임상 단계로 전진시키며, 근육보존형 HM17321을 새로운 기전의 후보로 개발하는 등 비만 치료의 전 주기를 아우르는 포트폴리오를 구성하고 있습니다. 글로벌 선두 주자들이 체중 감소 효과 경쟁을 벌이는 동안, 한미약품은 근육 손실을 막거나 부작용을 줄이는 차별화 기전으로 후발 주자의 한계를 넘어서려 합니다. 이러한 파이프라인 전략은 해외영업과 사업개발 담당자에게 글로벌 파트너를 설득할 새로운 이야기거리를 끊임없이 공급합니다.

3-4. 차별화 포인트 첫 번째: 랩스커버리 플랫폼과 첫 상업화 성과

랩스커버리는 항체의 일부 절편을 단백질이나 펩타이드에 화학적으로 결합시켜 약물의 반감기를 크게 늘리는 한미약품의 독자 기술입니다. 다수의 연구진이 10년이 넘는 기간 동안 개발했고, 호중구감소증 치료제 롤론티스가 미국에서 허가를 받으며 이 플랫폼의 첫 상업화 성과로 기록됐습니다. 에페글레나타이드와 에피노페그듀타이드, 소네페글루타이드가 모두 이 플랫폼을 토대로 만들어진 자산이라는 점에서, 랩스커버리는 회사의 글로벌 사업을 떠받치는 기반 기술에 해당합니다. 해외영업 관점에서 이 플랫폼은 개별 제품을 넘어 기술 자체를 라이선싱 대상으로 삼을 수 있는 자산이라는 의미를 갖습니다.

3-5. 차별화 포인트 두 번째: 오라스커버리와 펜탐바디 플랫폼

오라스커버리는 주사제 형태의 항암제를 먹는 약으로 바꾸는 플랫폼으로, 미국 파트너사에 라이선스를 제공해 전이성 유방암 치료제 등을 개발하는 데 활용됐습니다. 펜탐바디는 북경한미약품이 개발한 이중항체 플랫폼으로, 면역항암제와의 병용 임상에 적용되며 글로벌 파트너와의 협업 가능성을 넓혔습니다. 세 가지 독자 플랫폼을 동시에 보유한 구조는 한미약품이 특정 제품의 성패에만 의존하지 않고, 플랫폼 기반의 지속적인 후보물질 창출 능력을 갖춰 있음을 보여줍니다. 이 점은 해외 파트너에게 회사를 일회성 거래 상대가 아니라 장기 협력 대상으로 인식하게 만드는 근거가 됩니다.

3-6. 차별화 포인트 세 번째: 자체 생산 인프라와 위탁개발생산 경쟁력

한미약품은 평택 바이오플랜트와 팔탄 스마트플랜트, 그리고 한미정밀화학의 시화 공장을 보유하고 있습니다. 평택 바이오플랜트는 미생물 기반의 대규모 생산 시설로 미국 식품의약국과 국내 식약처의 우수약품 제조 기준 인증을 갖췄고, 식약국 승인 바이오신약의 상업 생산을 담당합니다. 팔탄 스마트플랜트는 합성 의약품을 대규모로 생산하며, 한미정밀화학은 원료약품과 펩타이드 및 관련 소재의 위탁개발생산을 맡습니다. 자체 생산 인프라는 두 가지 의미를 동시에 갖습니다. 하나는 자사 제품의 안정적 공급을 뒷받침한다는 점이고, 다른 하나는 그 자체로 위탁개발생산 수주 영업의 대상이 된다는 점입니다. 해외영업 담당자에게 생산 인프라는 협상 테이블에서 신뢰를 끌어올리는 실질적 무기가 됩니다.

3-7. 리스크 요인 첫 번째: 운전자본과 현금흐름의 부담

증권가가 가장 자주 지적하는 위험은 운전자본 부담입니다. 매출 성장에도 영업현금흐름이 둔화되고, 매출채권 회수기간이 길어지며, 재고자산이 늘어나는 흐름이 관찰됩니다. 그룹 유통사를 통한 캡티브 유통 구조가 매출 인식과 현금 회수 사이의 간극을 키우는 요인으로 작용합니다. 단기차입금이 일정 시점에 집중돼 있다는 점도 재무 안정성 측면에서 함께 살펴야 할 대목입니다. 해외영업 관점에서 이 위험은 외화 수금의 적시성과 결제조건 관리가 회사 전체 현금흐름에 미치는 영향이 작지 않음을 시사합니다.

3-8. 리스크 요인 두 번째: 소송과 기술수출 반환의 그림자

콜린알포세레이트 환수 소송의 최종 결과는 회사가 통제하기 어려운 외부 변수로 남아 있습니다. 또한 2015년 대규모 기술수출 가운데 일부가 반환된 경험은 기술수출 자산의 가치가 임상 결과에 따라 크게 흔들릴 수 있음을 보여줍니다. 반환된 자산 가운데 일부는 적응증을 다시 설정하거나 기전을 재해석해 재기에 성공했지만, 기술수출 계약이 마일스톤 인식 시점과 임상 성패에 따라 변동성을 갖는다는 본질은 변하지 않습니다. MSD에 기술수출한 자산의 후기 임상 데이터 발표 결과에 따라 추가 마일스톤 인식 시점이 좌우된다는 점도 함께 고려해야 합니다.

3-9. 최근 재무 실적: 2025년 역대 최대와 4분기 어닝 서프라이즈

한미약품의 연결 손익은 최근 수년간 꾸준한 상승 흐름을 보였습니다. 2022년 매출 1조 3,000억 원대와 영업이익 1,500억 원대에서 출발해, 2023년과 2024년을 거치며 매출 1조 4,000억 원대와 영업이익 2,000억 원대로 올라섰고, 2025년에는 매출 1조 5,475억 원과 영업이익 2,578억 원으로 정점을 찍었습니다. 2025년 매출은 전년 대비 3.5% 늘었고, 영업이익은 19% 이상 증가했으며, 순이익은 1,881억 원으로 33% 넘게 뛰었습니다. 영업이익률은 16.7%, 연구개발 투자 비중은 14.8%였습니다. 특히 4분기만 떼어 보면 매출 4,330억 원과 영업이익 833억 원으로, 영업이익이 전년 동기 대비 170% 넘게 급증하며 어닝 서프라이즈를 기록했습니다. 이 급증의 핵심 동력은 MSD향 임상시료 공급과 북경한미약품의 실적 정상화였습니다.

3-10. 해외 사업 현황: 북경한미와 기술수출과 위탁개발생산

해외 사업은 세 갈래로 전개됩니다. 첫째, 북경한미약품은 1996년 설립 이후 자체 연구개발과 생산 및 영업 조직을 갖추고 중국 시장에 안착했으며, 호흡기 의약품을 중심으로 매출 4,000억 원대를 기록합니다. 일반의약품 여러 품목을 중국 국영기업과의 수출 계약으로 공급하며 전문약과 일반약을 함께 키우는 전략을 가동했습니다. 둘째, 글로벌 파트너십은 MSD와 일라이 릴리, 그리고 항암제 분야의 미국 파트너사로 이어집니다. 셋째, 위탁개발생산과 완제 수출은 한미정밀화학이 전 세계 여러 국가에 원료의약품을 공급하고, 평택 바이오플랜트가 글로벌 기준에 부합하는 바이오신약을 생산하는 형태로 이뤄집니다. 유럽과 일본에 운영 거점을 두고 현지 시장을 개척하는 활동도 병행합니다.

3-11. 지원 전략 관점의 시사점

해외영업을 지망하는 입장에서 가장 중요하게 인식할 지표는 2030년 해외 매출 1조 원이라는 목표입니다. 이는 현재 추정 수준의 두 배에 가까운 성장을 의미하며, 북경한미약품 중심의 중국 시장, 기술수출 마일스톤, 위탁개발생산, 신흥국 완제 수출이라는 갈래 가운데 자신이 어디에서 기여할 수 있는지를 구체화하는 일이 핵심입니다. 면접에서 활용할 포인트로는 2025년 4분기 영업이익 급증의 원인이 MSD형 임상시료 공급과 북경한미약품의 정상화에 있었다는 사실을 정확히 짚어내는 것이 회사 펀더멘털에 대한 이해도를 보여주는 효과적인 방법입니다.

4장: 인재상/조직문화

4-1. 공식 인재상: 창조와 도전 정신을 갖춘 글로벌 인재

한미약품이 내거는 공식 인재상은 더 나은 미래를 이끌어가는 창조와 도전 정신을 갖춘 글로벌 인재입니다. 2026년 채용 기준에서도 창조와 도전을 가치로 삼아 신약개발에 매진하는 연구개발 중심 제약기업이라는 정체성을 동일하게 강조합니다. 교차검증 결과, 이 인재상은 과거의 표현이 아니라 2026년 채용 시점에서도 유효한 최신 기준임을 확인했습니다. 회사가 정리하는 핵심 인재 키워드는 창조, 도전, 혁신, 윤리의식, 실행력의 다섯 가지로 압축됩니다. 이 키워드들은 회사가 자체 신약 연구개발과 글로벌 사업 확장을 동시에 추구하는 정체성과 정확히 맞물립니다.

4-2. 엘리트 한미인상의 열 가지 덕목

한미그룹은 엘리트 한미인상이라는 열 가지 행동 덕목을 인재 평가의 기본 잣대로 운영해 왔습니다. 기본을 지키고 원칙을 중요시하는 사람, 적극적이고 창의적인 사람, 과거의 틀과 고정관념을 깨는 사람, 인내심과 집념 및 성취욕이 강한 사람, 성실과 책임감으로 신뢰받는 사람, 자기중심보다 조직을 중요시하는 사람, 매사에 용의주도하고 면밀한 사람, 모든 일을 깊이 생각하면서 일하는 사람, 일에 열정을 가지고 몰두하는 사람, 최선을 다해 땀 흘리는 사람이 그 열 가지입니다. 이 덕목 체계는 채용과 평가 전반에 스며들어 있으며, 회사가 어떤 태도와 사고방식을 가진 구성원을 키우려 하는지를 보여줍니다. 교차검증 과정에서 이 열 가지 덕목 체계 역시 현재까지 회사의 인재 운영 기조로 유지되고 있음을 확인했습니다.

4-3. 조직 문화: 전문경영인 체제와 성과 중심 운영

박재현 대표는 약학을 전공한 뒤 한미약품에서 30년 넘게 근무한 내부 출신 경영인으로, 생산 현장과 연구소를 거쳐 대표이사에 오른 현장형 리더입니다. 경영권 분쟁 과정에서 직책이 강등되는 어려움을 겪고도 성과로 입지를 회복해 신임을 확정받은 이력은 회사의 성과 중심 운영 기조를 상징합니다. 그룹이 주식 기반 성과 보상제를 도입한 것도 같은 맥락에서 읽힙니다. 평가 체계는 임직원 평가와 관리자에 대한 다면 평가, 부서별 분기 창의 목표, 월별 인센티브 등 여러 갈래로 구성됩니다. 일정 기간 근무 후 자기 지원이 가능한 직무순환 제도, 본인과 자녀를 위한 학자금 지원, 통근 편의와 경조사 지원 등 폭넓은 복리후생도 함께 운영됩니다.

4-4. 신입사원 적응과 인재 육성 프로그램

회사는 신입사원의 조직 적응을 돕기 위해 태도와 지식 및 에너지를 키우는 적응 프로그램을 일정 기간 운영하며, 입사 교육을 사내 교육과 연수원 과정, 멘토링, 온라인 학습으로 확장하고 분기별 면담을 병행합니다. 한미약품은 여러 정부 부처가 공동으로 인증하는 인적자원개발 우수기관에 선정된 이력을 보유하고 있습니다. 이러한 육성 체계는 회사가 구성원의 장기 성장을 제도적으로 뒷받침하려 한다는 점을 보여주며, 신약개발이라는 장기 호흡의 사업에 어울리는 인재 운영 방식입니다.

4-5. 제약 해외영업이 선호하는 인재 특성 첫 번째: 속도와 분석력

제약 해외영업 영역에서 성과를 내는 사람은 몇 가지 공통점을 보입니다. 첫째는 속도입니다. 여러 국가와 여러 거래처를 동시에 관리하기 때문에 의사결정과 응답이 빠를수록 기회를 잡을 가능성이 커집니다. 시차를 넘나드는 소통 환경에서 즉각적인 대응 능력은 그 자체로 경쟁력입니다. 둘째는 분석력입니다. 국가별 시장 데이터와 현지 약가, 경쟁사 점유율을 읽어 우선순위를 정하는 능력이 자원 배분의 효율을 좌우합니다. 한정된 시간과 인력으로 수많은 시장을 다루려면, 어디에 집중하고 어디를 미룰지 판단하는 분석 역량이 필수입니다.

4-6. 제약 해외영업이 선호하는 인재 특성 두 번째: 문화 감수성과 협상력

셋째는 문화 감수성과 협상력입니다. 중국과 중동, 중남미, 동남아시아처럼 비즈니스 관습이 서로 다른 시장을 상대하려면 각 지역의 상거래 문화를 이해하고, 결제조건과 라이선스 조항을 영어로 협상하는 능력이 요구됩니다. 넷째는 의약품과 인허가 지식입니다. 우수 의약품 제조 기준 실사와 원료 의약품 등록, 현지 규제 절차, 임상 데이터 해석 같은 도메인 지식이 협상의 신뢰를 떠받칩니다. 다섯째는 끈기와 신뢰 구축 능력입니다. 수많은 제안 가운데 실제 계약으로 이어지는 비율이 낮은 직무 특성상, 거절을 견디며 장기 관계를 쌓아가는 태도가 본질적인 성과 요인이 됩니다. 파트너십이 5년에서 10년 단위로 형성되는 만큼, 관계를 자산으로 키우는 능력이 진짜 실력입니다.

4-7. 한미약품이 해외영업 직무에 기대하는 인재상의 결합

앞서 정리한 도메인 공통점에 한미약품의 엘리트 한미인상 덕목을 결합하면, 해외영업 채용에서 높은 평가를 받는 인재상의 윤곽이 드러납니다. 남들이 가지 않는 길을 걷는 도전 성향, 한 거래에 매달리지 않는 글로벌 시장 관점, 연구개발과 생산 및 규제 대응과 법무 조직과의 협업을 즐기는 조직 친화성, 영어 외에 제2외국어를 구사하는 언어 역량, 그리고 근거 중심으로 사고하고 문서화하는 분석 역량을 갖춘 인재가 그 모습입니다. 회사의 채용 공고는 전문자격증 소지자와 영어 및 제2외국어 능통자를 우대한다고 밝히며, 해외 출장에 결격사유가 없을 것을 함께 요구합니다. 중국어는 북경한미약품과의 협업에서 결정적인 가치를 갖고, 스페인어나 러시아어, 아랍어는 신흥국 사업개발에서 가산점으로 작용합니다.

4-8. 지원 전략 관점의 시사점

면접에서 활용할 포인트는 회사의 정체성에 맞는 프레임을 고르는 일입니다. 한미약품은 자체 개발 연구개발 정체성이 강한 회사이므로, 제품을 잘 파는 영업 인력이라는 이미지보다 플랫폼 기술과 임상 데이터를 글로벌 파트너에게 설득력 있게 전달하는 사업개발형 영업이라는 이미지가 더 잘 맞습니다. 창조와 도전, 혁신, 윤리의식, 실행력이라는 다섯 키워드 가운데 자신을 가장 잘 설명하는 가치를 골라 구체적인 경험과 연결하고, 엘리트 한미인상 덕목 가운데 고정관념을 깨는 태도나 집념, 책임감과 같은 항목에 자신의 경험을 대응시키는 접근이 회사의 평가 기준과 맞물립니다.

5장: 직무 분석

5-1. 직무의 핵심 역할: 일과 월과 연 단위의 활동

한미약품의 해외영업은 회사가 생산하는 원료의약품과 완제의약품을 해외에 판매하는 업무를 중심으로 합니다. 회사의 공식 직무 소개에 따르면 해외사업 조직의 가장 중요한 역할은 판매 증진이며, 이를 위해 해외 파트너사 관리, 국가별 제약시장 동향 파악, 사업개발과 계약, 생산 사이트와의 공급 일정 조율, 수익률 분석, 매출 관리 등의 업무를 수행합니다. 신입 단계에서 가장 먼저 맡는 일은 시장조사로, 판매 증진의 근간이 되는 활동이기 때문입니다. 하루 단위로는 시차를 고려한 파트너사 소통과 화상회의가 이어지고, 한 달 단위로는 발주와 선적 및 통관 서류 관리와 수익률 점검이 반복되며, 분기와 연 단위로는 신규 시장 개척을 위한 사업개발 활동과 라이선스 협상, 연간 매출 예산 운영이 큰 줄기를 이룹니다.

5-2. 내부 이해관계자 맵: 연구개발부터 재경까지

해외영업 담당자가 사내에서 협업하는 조직은 넓게 퍼져 있습니다. 연구개발센터는 파이프라인과 임상 데이터를 제공하고, 신제품개발 조직은 수출용 제품 구성을 함께 설계합니다. 규제 대응과 우수의약품 제조 기준 관련 조직은 허가 서류와 현지 등록을 뒷받침하고, 제조 조직은 팔탄과 평택 및 한미정밀화학의 생산 일정을 조율합니다. 법무 조직은 라이선스 계약 조항을 검토하고, 재경 조직은 외화 수금과 환위험 관리를 담당하며, 공급망 조직은 선적과 재고를 관리합니다. 해외영업기획 조직은 국가별 전략과 매출 예산을 총괄합니다. 이처럼 해외영업은 사내 거의 모든 핵심 기능과 연결되는 교차점에 위치하며, 부서 사이를 잇는 조율 능력이 성과를 좌우합니다.

5-3. 외부 이해관계자 맵: 파트너사부터 글로벌 학회까지

회사 바깥에서 해외영업이 상대하는 대상도 다양합니다. 해외 파트너사의 임원과 사업개발 담당자, 현지 유통업체, MSD와 일라이 릴리를 비롯한 글로벌 제약사, 각국 보건당국과 규제기관, 해외 도매상과 약국 체인이 그 범위에 들어갑니다. 글로벌 학회와 전시회도 중요한 무대입니다. 세계 최대 규모의 원료의약품 전시회와 바이오 산업 박람회, 비만 분야 국제 학회 같은 행사는 신규 파트너를 발굴하고 회사의 자산을 알리는 장으로 활용됩니다. 한미약품은 대형 국제 전시회에서 단독 부스를 운영하며 주력 제품과 평택 바이오플랜트의

위탁개발생산 역량을 알리는 활동을 이어 왔습니다. 이러한 대외 활동은 후속 계약으로 이어지는 출발점이 됩니다.

5-4. 필요 역량 첫 번째: 기술과 지식 영역

해외영업에 요구되는 기술과 지식은 구체적입니다. 의약품 일반 지식 측면에서는 개량신약과 복합신약, 바이오의약품의 차이를 이해해야 합니다. 인허가 지식 측면에서는 우수 의약품 제조 기준 실사와 원료의약품 등록, 해외 규제 절차에 대한 이해가 필요합니다. 무역 실무 측면에서는 인코텀즈와 결제조건, 선하증권과 포장 명세서 및 상업송장, 원산지증명서, 환차손익 관리에 대한 지식이 요구됩니다. 라이선스 계약의 기본 구조, 곧 계약금과 마일스톤 및 로열티가 어떻게 짜이는지에 대한 이해도 사업개발 업무의 토대가 됩니다. 국가공인 무역 관련 자격이 채용과 업무 수행에 도움이 됐다는 현직자의 사례도 전해집니다.

5-5. 필요 역량 두 번째: 소프트스킬 영역

소프트스킬 측면에서 가장 먼저 꼽히는 것은 영어입니다. 업무 대부분이 영어로 이뤄지기 때문에 비즈니스 협상이 가능한 수준의 영어 구사력은 기본 전제입니다. 제2외국어는 시장에 따라 결정적인 무기가 됩니다. 중국어는 북경한미약품과의 협업에서 큰 가치를 갖고, 스페인어와 러시아어, 아랍어는 신흥국 사업개발에서 강점으로 작용합니다. 이와 함께 협상력과 명료한 의사소통 능력, 서로 다른 문화를 이해하는 감수성, 장기 관계를 구축하는 능력, 잦은 출장을 감당하는 체력이 요구됩니다. 회사의 직무 소개에서도 해외사업 직무가 의사소통 능력을 핵심으로 삼는다는 점이 강조됩니다.

5-6. 성과 지표와 평가 포인트

해외영업의 성과 지표는 여러 갈래로 구성됩니다. 신규 시장 개척 건수, 곧 새로 진입한 국가와 새로 확보한 파트너사의 수가 첫 번째 지표입니다. 수출 매출액과 그 신장률, 신규 라이선스와 유통 계약의 체결 건수, 기존 파트너사의 매출 유지율과 확장률이 그 뒤를 잇습니다. 수익률 관리와 매출채권 회수기간 및 외화 수금의 적시성도 중요한 평가 항목입니다. 글로벌 학회와 전시회에서의 사업개발 미팅 수와 그 후속 계약 전환율 역시 성과를 가늠하는 잣대가 됩니다. 한미약품의 경우 2030년 해외 매출 1조 원이라는 목표가 조직 전체의 방향을 이끄는 상위 지표로 작동하므로, 현재 추정 수준의 해외 매출을 어떤 지역과 어떤 제품으로 두 배 가까이 키울 것인가가 직무 평가의 본질적 기준이 됩니다.

5-7. 대표 업무 시나리오: 신규 국가 진출 워크플로우

가상의 동남아시아 시장에 주력 복합신약을 진출시키는 시나리오를 따라가면 직무의 흐름이 또렷해집니다. 먼저 시장조사 단계에서 현지 이상지질혈증 시장의 규모와 성장률, 경쟁 제품의 점유율을 파악합니다. 다음으로 파트너 후보를 추려내는 단계에서 현지 상위 유통업체와 제약사의 사업개발 책임자 명단을 만들고 사업 제안서를 발송합니다. 이어 비밀유지 계약을 체결하고 화상회의를 통해 제품 상세 자료를 공유합니다. 가격 협상과 라이선스 또는 유통 계약 단계에서는 인코텀즈와 결제조건을 합의합니다. 규제 등록 지원 단계에서는 규제 대응

조직과 협업해 현지 당국 제출 서류를 준비하고 등록 기간을 관리합니다. 출시 프로젝트 관리 단계에서는 마케팅 자료를 현지화하고 학술 행사를 후원하며 출시 후 발주와 재고를 점검합니다. 마지막으로 후속 확대 단계에서 추가 제품 라인을 협의합니다. 한 사이클이 평균 18개월에서 36개월에 이르고, 한 명의 담당자가 통상 여러 국가를 동시에 관리합니다. 회사의 직무 소개에서도 계약 체결 이후 제품 출시까지의 프로젝트 관리가 매우 중요하며, 관련 부서와 파트너사의 협업을 통해 이를 수행한다는 점이 강조됩니다.

5-8. 직무의 본질과 변화 방향

한미약품의 해외영업은 제품을 수출하는 활동에 머물지 않습니다. 플랫폼 기술을 라이선싱하고, 임상 데이터 패키지를 구성해 전달하며, 현지 규제 대응을 지원하고, 글로벌 학회에서 사업개발 미팅을 이어가는 사업개발형 영업의 성격을 강하게 띵니다. 회사가 자체 신약과 기술수출, 위탁개발생산을 함께 추구하는 만큼, 해외영업 담당자에게 요구되는 역량의 폭도 넓어지고 있습니다. 완제의약품 수출 실무에서 출발하더라도, 경력이 쌓이면서 기술수출 협상과 글로벌 파트너십 관리로 역할이 확장되는 경로가 열려 있습니다. 이러한 변화 방향은 해외영업이 회사의 글로벌 성장을 떠받치는 핵심 직무로 자리잡고 있음을 보여줍니다.

5-9. 지원 전략 관점의 시사점

해외영업 직무를 지망하는 입장에서 의미 있는 해석은 세 가지로 정리됩니다. 첫째, 한미약품의 글로벌 자산인 랩스커버리 플랫폼과 룰론티스, 에페글레나타이드, 소네페글루타이드를 자신의 언어로 짧게 설명할 수 있어야 합니다. 둘째, 2030년 해외 매출 1조 원이라는 목표를 자신의 직무 성과 지표로 환산해, 어떤 지역과 어떤 제품 라인에서 얼마만큼 기여하겠다는 가설을 세울 수 있어야 합니다. 셋째, 회사가 강조하는 의사소통 능력을 다국적 팀 프로젝트나 해외 경험, 무역 관련 자격 같은 자신의 이력으로 뒷받침할 수 있어야 합니다. 무엇보다 한미약품의 해외영업이 제품 수출을 넘어선 사업개발형 영업이라는 직무의 본질을 정확히 이해하고 있다는 신호를 분명하게 보내는 것이 핵심입니다.

참고 레퍼런스 (References)

IQVIA - 글로벌 의약품 시장 전망(2024~2028) — <https://www.khidi.or.kr/menu?menuId=MENU03555>

코히어런트 마켓 인사이트 - 글로벌 제약시장 2032년 전망(엠프레스) —

<https://www.mpress.kr/%EB%B3%B4%EA%B1%B4%EC%9D%98%EB%A3%8C/%EA%B8%80%EB%A1%9C%EB%B2%8C-%EC%A0%9C%EC%95%BD-%EC%8B%9C%EC%9E%A5-2032%EB%85%84-3%EC%A1%B0-1200%EC%96%B5-%EB%8B%AC%EB%9F%AC-%EA%B7%9C%EB%AA%A8%EB%A1%9C-%EC%84%B1%EC%9E%A5-%EC%A0%84%EB%A7%9D/81/>

KDI 경제정보센터 - 2023년 국내 의약품 시장규모 31조 원 —

<https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=253407>

메디게이트뉴스 - 국내 제약시장 성장률 및 바이오 비중 —

<https://medigatenews.com/news/3568467901>

비즈니스포스트 - 2025 결산 제약·바이오 기술수출 역대 최대 —

https://www.businesspost.co.kr/BP?command=article_view&num=424974

한국보건산업진흥원 - 글로벌 제약시장 산업현황 — [https://www.khidi.or.kr/menu?](https://www.khidi.or.kr/menu?menuId=MENU03555)

[menuId=MENU03555](https://www.khidi.or.kr/menu?menuId=MENU03555)

메디게이트뉴스 - 5대 전통제약사 2024년 실적 비교 —

<https://medigatenews.com/news/2904449916>

더바이오뉴스 - 유한양행 렉라자 글로벌 성장 —

<https://www.thebionews.net/news/articleView.html?idxno=21221>

히트뉴스 - 유한양행 종근당 글로벌 라이선스아웃 실적 —

<http://www.hitnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=52169>

의학신문 - 주요 제약사 연구개발 1,000억 이상 투입 —

<https://www.bosa.co.kr/news/articleView.html?idxno=3002412>

한미약품 공식 보도자료 - 2025년 매출 1조5475억 역대 최대 —

<https://hanmi.co.kr/about/news-media/press/detail-3602.hm>

한미약품 공식 보도자료 - 에페글레나타이드 국내 허가 신청 완료 —

<https://hanmi.co.kr/about/news-media/press/detail-3342.hm>

한미약품 공식 보도자료 - 국민 비만약 연내 허가신청 — [https://hanmi.co.kr/about/news-](https://hanmi.co.kr/about/news-media/press/detail-2782.hm)

[media/press/detail-2782.hm](https://hanmi.co.kr/about/news-media/press/detail-2782.hm)

히트뉴스 - 한미약품 2025년 실적 역대 최대치 상세 —

<https://www.hitnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=73640>

약사공론 - 한미약품 2024년 매출 1조4955억 역대 최대 —

<https://www.kpanews.co.kr/news/articleView.html?idxno=256950>

파이낸셜뉴스 계열(EF뉴스) - 한미약품 2025년 연간 실적 —

<https://www.efnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=127339>

팜뉴스 - 한미약품 2025년 매출 전년 대비 3.5% 증가 —

<https://www.pharmnews.com/news/articleView.html?idxno=301337>

FETV - 한미약품 매출 1조5475억 영업이익 2578억 —

<https://www.fetv.co.kr/news/article.html?no=212027>

메디팜헬스뉴스 - 한미약품 창사 이래 최대 실적 —

<https://www.medipharmhealth.co.kr/news/article.html?no=113966>

보숲 - 한미약품 2025 사업보고서 재무 분석 — [https://www.bosoop.com/45fb9ef7-](https://www.bosoop.com/45fb9ef7-ad1e-4813-87aa-a2ab85e3047d/)

[ad1e-4813-87aa-a2ab85e3047d/](https://www.bosoop.com/45fb9ef7-ad1e-4813-87aa-a2ab85e3047d/)

라포르시안 - 한미그룹 2030 중장기 비전 매출 5조 목표 —

<https://www.rapportian.com/news/articleView.html?idxno=229807>

약사공론 - 한미약품 미래가치 증권가 긍정 평가 —

<https://www.kpanews.co.kr/news/articleView.html?idxno=536110>

약사공론 - 랩스커버리 릴리 기술수출 1.9조 규모 —

<https://www.kpanews.co.kr/news/articleView.html?idxno=535965>

약사공론 - 에페글레나타이드 당뇨 치료 영역 확장 —

<https://www.kpanews.co.kr/news/articleView.html?idxno=527797>

더바이오뉴스 - MSD 에피노페그듀타이드 임상 2상 순항 —

<https://www.thebionews.net/news/articleView.html?idxno=22017>

더벨 - 한미약품 기술수출 트랙레코드 —

<https://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?>

[key=202008051104472680102139&lcode=00](https://www.thebell.co.kr/free/content/ArticleView.asp?key=202008051104472680102139&lcode=00)

약사공론 - 한미약품 R&D 검증의 시간 —

<https://www.kpanews.co.kr/news/articleView.html?idxno=266993>

블로터 - 한미약품 경영권 분쟁 변곡점 정리 —

<https://www.bloter.net/news/articleView.html?idxno=628740>

이코노믹데일리 - 한미그룹 경영권 분쟁 종결과 경영 정상화 —

<https://www.economidaily.com/view/20250215023117901>

머니S - 2025 한미그룹 경영권 분쟁 마무리 —

<https://www.moneys.co.kr/article/2025122209202783018>

한미사이언스 - 그룹사 소개(북경한미·한미정밀화학) —

<https://hanmisciencce.co.kr/science/handler/Company-Family>

한미약품 공식 채용 사이트 — <https://hanmi.recruiter.co.kr/career/home>

링커리어 - 한미그룹 2026 상반기 공개채용 인재상 안내 —

<https://linkareer.com/activity/313166>