

뜸·지압 기능 제공 척추의료기전 '마스터 V4' 출시

CERAGEM 세라젬

휴 헬스케어 전문기업 '세라젬'이 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'에서 3년 연속으로 의료기전 부문 대상을 수상했다.

세라젬은 20년 동안 가정용 의료기전 연구개발 경험을 축적해 전세계 고객들의 삶의 질을 높이는 데 기여하고 우리나라 의료기전 산업의 경쟁력을 높였다. 현재 전세계 70여개국에 진출해 2500여개의 현지 네트워크를 운영하고 있다.

특히 올해는 다양한 기능을 갖춘 척추의료기전 신제품 '마스터 V4'를 출시했다. 마스터 V4는 섭씨 영상 65도의 온열을 통한 뜸 기능과 지압 기능을 제



공해 피로회복부터 근육통과 척추질환 증상 완화에 도움을 주는 제품이다. 마스터 V4는 편의성도 높였다. 사용자가 원하는 척추 부위를 찾아서 관리해주는 마스터 모드를 포함해 명상 모

드, 집중 모드 등 17가지의 다양한 마사지 프로그램으로 구성된 모드를 사용자가 선택할 수 있다. 블루투스 스피커를 통한 음성 안내, 사물인터넷(IoT)을 통한 원격 조절 등의 기능도 탑재했다.

세라젬 관계자는 "세라젬이 3년 연속으로 의료기전 부문 대상을 수상한 것은 고객들이 보내준 꾸준한 관심과 사랑 덕분"이라며 "고객만족을 최우선으로 생각하는 브랜드로서 앞으로 더욱 사랑받을 수 있는 기업이 되도록 노력을 아끼지 않겠다"고 했다. 김윤수 기자

신한금융 각 계열사 금융서비스 100여개 한번에 사용

신한플러스 멤버십

'신한플러스'는 신한금융그룹이 각 계열사 금융 서비스를 한 데 묶어 제공하는 플랫폼이다. 지난해 출시된 이 플랫폼은 5월 말 현재 1310만명이 이용하고 있다.

회원들은 신한플러스를 통해 은행·카드·금융투자·생명 등 100여개가 넘는 금융서비스를 기존 신한 그룹사 애플리케이션(앱)에서 그대로 사용할 수 있다. 신한금융그룹의 주요 중금리 대출 상품을 한번에 조회할 수 있는 '스마트대출마당'이나 한눈에 연금정보를 볼 수 있는 '스마트연금마당', 소득이 있는 누구나 혜택을 받을 수 있는 'MY 급여클럽', 카드를 쓸 때마다 간편하게



투자하는 소액투자 서비스 등도 함께 이용할 수 있다.

지난 4월에는 신한금융그룹 우수고객 제도인 '그룹 탑스 클럽(Tops Club)'을 개편해 멤버십 서비스와 금융 거래가 결합된 '신한플러스 멤버십'을

선보였다. 7단계로 구성된 고객 등급에 따라 수수료를 면제 받도록 했다. 금융서비스뿐 아니라 '이달의 쿠폰'을 통해 고객이 선호하는 혜택을 직접 선택할 수 있도록 하고, 여행자보험 쿠폰 확충 등 비금융 서비스도 확대했다.

신한금융그룹은 신한플러스를 통해 그룹 내 계열사 간 경계를 허물어 고객 만족을 추구했다는 평가를 받는다. 다양한 금융서비스와 상품을 편리하게 이용할 수 있도록 하고, 신한금융그룹 포인트 사용처를 확대해 혜택을 극대화했다. 박소정 기자

모바일에 서툰 고령층 위해 '목소리 서비스' 제공

KB저축은행

KB금융그룹의 계열사인 KB저축은행이 선보인 '목소리서비스'는 모바일 뱅킹이 익숙하지 않은 고령층을 위한 서비스다. 음성인식만으로 모바일뱅킹 로그인과 메뉴찾기, 소액이체까지 가능하다. 금융권 최초로 FIDO(생체인식기술로 개인인증을 수행하는 기술) 인증 기관과의 시스템 연결 없이 인증이 가능하게 해 더 빠른 서비스가 가능하다.

'목소리서비스' 외에도 KB저축은행은 고객 편의를 높이기 위해 다양한 디지털 혁신 서비스를 선보이고 있다. '모바일증명서'는 금융권 최초로 QR코드를 이용한 전자증명서 발급서비스다. 영



업점을 방문하지 않아도 'KB작한뱅킹' 앱만 있으면 각종 증명서를 신청할 수 있다. PDF 전자파일로 증명서를 받을 수 있고, 증명서 발급 수수료도 없었다.

타 기관 대환대출도 모바일을 통해 간편하게 진행할 수 있고 '비대면 신분증 진위확인 서비스'도 저축은행 업계

최초로 추진하고 있다. 이 서비스가 구현되면 신분증 진위확인 절차가 자동화돼 업무 효율성이 빨라진다. 또 영업시간 외에도 언제든지 계좌개설이 가능해져 고객 편의성도 높아진다. KB저축은행이 자랑하는 최저 연 5.9% 금리, 최대 5000만원 한도의 'KB작한대출'도 24시간 모바일로 이용할 수 있게 된다.

신홍섭 KB저축은행 대표는 "하반기에 선보일 예정인 새로운 모바일 플랫폼은 KB금융그룹의 ESG 경영철학이 반영된 차별적인 서비스로 '모바일 온리(only)' 금융의 초석이 될 것"이라고 말했다. 이종현 기자

다기능 'NEW 올인원 유피스 젓병' 선보여

medience

수유 전문 유아용품 브랜드 유피스는 "Baby Science by Global Standard"라는 슬로건에 걸맞게 전 세계 유아용품 개발 전문가와 협력해 세계적인 품질의 제품을 생산하고 있다. SGS, KCL 등 국내외의 다수의 품질 안전 인증기관에서 엄격한 품질 및 안전성 검사도 받았다.

지난해에는 젓병 품목군을 전면적으로 개편하고 'NEW 올인원 유피스 젓병'을 선보였다. 이는 하나의 병에 부품만 별도로 구입해 젓병, 빨대캡, 휴대용 병의 용도로 모두 사용할 수 있게 한 제품으로 경제적이고 혁신적이라는 평을 받았다.



유피스는 한국 최초로 일회용 젓병을 개발한 브랜드다. 일회용 젓병은 어디서 간편하고 위생적인 수유가 가능해 외출이나 장거리 여행 시 활용도가 높아 엄마들에게 특히 인기가 많은 제품이다. 일회용 비닐백은 사용 후 바로 폐기해 외부오염으로부터 안전하고 세척·보관의 번거로움이 없어 간편하다.

유피스는 구슬구개열 전용 젓병까지 무료로 나눠주고, 환아들을 위한 투약용 젓병을 개발하는 등 다양한 사회 활동을 이어오고 있다. 투약용 젓병은 아픈 아이가 약을 쉽게 먹을 수 있도록 젓병에 투약병을 연결해 분유 혹은 물을 먹으면 자연스럽게 약이 투여되는 구조다. 민서연 기자

알블랙 샴푸&헤어 에센스, 탈모뿐 아니라 새치도 관리

LIZK COSMETIC

'알블랙 샴푸&헤어 에센스'는 탈모 관리에만 편중돼 있는 두발 관리 시장에 '데일리 새치 케어'라는 새로운 화두를 던졌다. 매일 새치를 관리한다는 것이다.

리즈케이 R&D 센터는 독자 개발한 천연 발효 물질 '마이크로바이옴' 성분을 이용해 새치 뿐만 아니라 탈모, 두피 관리까지 가능한 알블랙 샴푸를 개발했다. 탈모 증상 완화에 도움을 주는 텍스 판테놀, 나이아신아마이드, 바이오인 등 기능성 성분을 이용해 염모제와 염색제 성분 없이 새치를 관리할 수 있다.

시크한 골드&블랙 패키지에 풍성한



거품, 그리고 은은한 꽃향기로 기존 '탈모 기능성 샴푸' 하면 떠오르던 한방 냄새에서 탈피한 것도 특징이다.

리즈케이는 흰머리를 검게 해주는 효과를 높이기 위해 아짐·지네 샴푸와 함께 '알블랙 헤어 에센스'를 사용하는 것을 권장한다. 리즈케이 관계자는 "샴푸도 효과가 좋지만 씻어내지 않고 두피에 흡수시키는 헤어 에센스를 매일 사용할 때 더 빠른 효과를 기대할 수 있다"고 말했다.

광고계의 블루칩으로 꼽히는 트로트 신사 임영웅도 알블랙 샴푸를 애용한다. 임영웅은 최근 미용실을 운영하는 어머니와 함께 알블랙 샴푸와 헤어 에센스를 '언박싱(제품 개봉)' 하고 직접 사용하는 영상을 찍어 공개하기도 했다. 해당 영상은 유튜브 '임영웅 채널'에서 확인할 수 있으며, 알블랙 샴푸와 헤어 에센스는 CJ오쇼핑에서 구매 가능하다. 윤희훈 기자

아파트서 중고물품까지 다양한 공공자산 온라인 거래

온비드

아파트나 텃밭 등 부동산 산부터 연식 이 오래된 자동차, 고철, 냉난방기 등 중고 물품까지, 공공부문이 보유하고 있는 다양한 공공자산이 한국자산관리공사(캠코)의 '온비드'를 통해 활발하게 거래되고 있다.

2002년 서비스를 개시한 온비드는 현재 1만9000여개 공공기관이 보유한 자산 매각 및 임대 정보를 실시간으로 제공하고 있다. 지난 4월 말 기준으로 누적 거래금액은 78조원, 누적 입찰자 수는 201만명을 돌파했다.

공공기관은 저렴한 비용으로 투명하게 자산을 처분할 수 있고, 일반인은 수수료 부담 없이 공공기관의 부동산과 각



종 물품들을 인터넷과 스마트폰을 통해 매입·임차할 수 있어 인기를 끌고 있다. 물건 확인과 입찰서 제출, 계약체결까지

공매 전체 과정을 비대면으로 처리할 수 있어 재테크에 관심이 있는 일반인의 관심도 높아지고 있다.

캠코는 수년간 축적한 54만건의 온비드 고객 상담 데이터에 인공지능 기술을 접목한 온라인 챗봇 서비스 '온다비'를 개발했다. 회원가입 절차, 입찰 참가 방법 등 다양한 정보를 24시간 실시간으로 제공해 '언택트(비접촉)' 상담을 원하는 고객의 이용 편의성을 높이고 있다.

인터넷 공매에서 나온 수익금은 사회 공헌단체에 기부하고 2018년 평창올림픽, 2019년 광주세계수영선수권대회 대회 개최를 지원하는 등 사회적 책임 또한 다하고 있다. 이상민 기자

패션·레저·라이프스타일... 도심속 복합문화공간

MARIO Outlet

서울 금천구 가산동에 있는 마리오아울렛은 국내에 아울렛 개념이 생소하던 2001년에 패션 정통 아울렛을 선보여 눈부신 성장을 이뤘다. 현재 마리오아울렛은 도심속 아울렛 중 가장 다양한 콘텐츠를 갖춘 라이프스타일 쇼핑몰로 자리매김했다.

마리오아울렛은 가산·구로디지털단지 랜드마크 3개의 쇼핑관으로 구성된 도심 속 복합 문화 공간이다. 1관은 패션, 2관은 레저, 3관(마리오몰)은 라이프스타일몰로 특화돼 있다. 개별 건물인 1, 2관과 마리오몰은 2관을 중심으로 브릿지로 연결돼 있어 고객들이



굳이 외부로 나가지 않고도 편하게 오고 갈 수 있다.

마리오아울렛은 남녀노소 모두가 능동적으로 여가 생활을 즐길 수 있는 복합체험형 콘텐츠와 일상 속 힐링을 가능하게 하는 문화 휴식공간으로, 쇼핑

과 외식, 놀이, 체험 등을 한 번에 즐기려는 몰링족의 욕구를 충족시켰다는 평가를 받는다.

1관은 여성 정장 및 여성 캐주얼, 남성 패션 정장 브랜드와 구두, 핸드백 등 잡화 브랜드를 판매하고, 2관은 스포츠·아웃도어 전문관으로 계절에 따라 다양한 기능성 의류를 선보인다. 3관인 마리오몰은 트렌디한 캐주얼, 스트리트 패션 브랜드부터 화장품 전문숍, 대형서점, 볼링장, 키즈 테마파크 등 여가 문화 시설이 들어서 있다. 박용선 기자

건강한 재료로 만든 맛있는 피자를 누구에게나

PIZZA School

피자스쿨은 2005년 이동식 피자 사업으로 시작해 국내 피자 전문 프랜차이즈 기업으로 성장했다. '가장 맛있는 피자를 누구에게나'라는 슬로건을 내세워 신선하고 건강한 재료로 만든 피자를 합리적인 가격으로 제공하고 있다. 현재 전국에 892여 개의 가맹점을 운영하고 있으며, 지난 4월부터 일부 매장에서는 배달도 가능하다.

피자스쿨은 2006년 매장형 프랜차이즈 사업을 시작한 이후 해마다 빠른 성장률을 보여왔다. 유통구조를 분석해 '피자는 비싼 음식'이라는 고정관념을 깨고 부담 없는 가격을 제시한 게 인기



요인으로 꼽힌다. 이를 통해 어린이부터 가족단위 고객까지 남녀노소에 제한 없이 사랑을 받는 브랜드로 성장했다.

정직한 피자를 만들겠다는 신념 아래

수만 번의 테스트를 거쳐 기름기 없고 담백한 도우, 특제 소스, 다양한 레시피를 만들어냈다. 좋은 식자재를 사용하면 서도 가격을 낮추기 위해 피자의 기본이 되는 도우를 도우전문공장에서 대량생산해 원가를 절감했다. 올해 신메뉴로는 '트리플 버팔로 피자'를 선보였다. 세계 3대 진미로 손꼽히는 트리플(송로버섯)을 활용한 크림소스를 곁들여 고급스러운 풍미가 가득한 게 특징이다.

피자스쿨 관계자는 "앞으로도 지속적인 개발을 통해 차별화된 피자를 선보이고 우수한 품질을 유지하기 위해 끊임없이 노력할 것"이라며 "언제 어디서나 부담 없는 가격으로 즐길 수 있는 친구 같은 브랜드가 되겠다"고 했다. 이선목 기자