

Best Brand

정형외과 전문의만 14명... 국내 최고 특성화 병원



포항세명기독병원 1950년 포항기독 의원으로 출발한 경북 포항에서 가장 오래된 종합병원이다. 2002년 포항세명기독병원으로 이름을 바꾸고 정형성형센터, 심장센터, 소화기센터 등 3대 센터를 개설하며 전문 특성화 병원으로 변신했다.

세명기독병원 관절센터는 정형외과 전문의만 14명에 달한다. 또 수부외과 분과 전문의 자격증 소지자가 총 6명에 이른다. 이는 국내에서 가장 많은 인원이라고 병원 측은 설명했다.

세명기독병원은 의료 수준을 높이기 위해 전 의료진의 해외 연수교육과 국내외 학회 참석을 적극적으로 지원하고 있다. 이를 통해 다양한 연구 논문을 국내외 학회에 발표하고 있다.

이런 노력으로 작년 외래환자 15만명, 입원환자 11만6281명, 수술건수 9764건에 이르는 실적을 기록, 단일분야 국내 최고수준의 전문특성화 병원으로 발전

했다. 병원 관계자는 "세명기독병원이 눈에 띄는 것은 대도시 대학병원과 견주어도 뒤처지지 않다는 점"이라며 "난이도 높은 진료를 통해 지역 내 정형성형분야 환자들이 대도시 대학병원에 가지 않고도 거의 모든 치료가 가능할 정도의 의료서비스를 제공하고 있다"고 말했다.

세명기독병원의 슬로건은 '깊은 사랑으로 섬깁니다'이다. 병원을 찾는 환자를 섬기고, 직원 간에 서로를 섬기며 하

나눔을 섬긴다는 의미이다. 세명기독병원은 이 슬로건의 실천을 위해 '깊은사랑 실천팀'이라는 친절팀을 조직해 친절교육시스템을 도입, 병원을 찾는 환자에 대한 서비스 업그레이드를 위해 노력하고 있다.

아울러 직원 간의 친목도모와 애사심 형성을 위해 매년 전 직원 여행프로그램을 운영하고 있다. 이를 통해 사회생활로 지친 직원들의 몸과 마음을 치료하고, 직장 동료 간 서로를 알 기회를 가지도록 '모두가 행복한 병원, 사랑과 배려가 넘치는 일터'를 만들고 있다.

이재설 조선비즈 기자 record@chosunbiz.com



포항세명기독병원은 국내 최고 수준의 전문 특성화 병원으로 대도시 대학병원에 가지 않고도 거의 모든 치료가 가능할 정도의 의료 서비스를 제공하고 있다.

합리적 가격·여행정보 제공... 이용자 연간 40만명



호텔도 아니고 여행사도 아니면서 하루 특가호텔 5~6개 규모의 호텔객실을 판매하는 기업이 있다. 바로 '호텔패스(HOTELPASS)'가 바로 그곳이다. 호텔패스는 호텔예약 전문기업 중 지난 수년간 매출, 총 예약건수, 부가가치세 납부 등의 기준으로 국내 업계 1위를 차지하고 있다.

예전에는 일반적으로 호텔예약을 할 때는 여행사에 문의하거나 가고자 하는 호텔을 직접 연락해서 예약하는 경우가 대부분이었다. 하지만 자유여행이 본격화된 7여년 전부터 여행에 관심이 많고 인터넷과 친숙하며 인터넷에서 많은 정보를 활용하는 20대 후반~40대 초반을 위주로 보다 편리하고 합리적인 가격으로 호텔예약이 가능하고 여행지 정보까지 얻을 수 있는 온라인 호텔 예약사이트를 이용하는 사람들이 급격히 늘어나고 있다.

호텔패스의 주요 고객은 대한항공과 삼성카드여행센터, 현대카드 Privia 여

행, 인터파크투어 등 7000여 여행기업 및 항공사, 한국관광공사, 무역협회, 코레일, 금주석유화학, 한국석유화학 등 3500여기업과 25만여명의 개인 회원 등이다. 연간 약 40만명이 호텔패스의 예약서비스를 통해 국내 및 해외호텔을 이용하고 있다.

호텔패스는 전 세계 4만여 호텔의 데이터베이스(DB)를 단일 전산 시스템으로 통합해 소비자가 직접 원하는 호텔을 예약할 수 있도록 했다. 해외 네트워크와의 실시간 전산 연동 시스템을 바탕으로 해당 지역 호텔 혹은 도매업체와 직접 거래해 정상 요금보다 최고 70%까지 할인된 가격으로 실시간 구매가 가능하다는 게 가장 큰 장점이다.

또 60여명에 달하는 호텔 예약 전문 인력이 오프라인상에서 회원 상담 서비스를 제공한다. 투숙하고자 하는 호텔 전반에 관한 내용이나 현지의 교통편 등 자세한 정보들도 온라인 혹은 오프라인상에서 고객 서비스 전담자로부터 받을 수 있다.

우고은 조선비즈 기자 woon@chosunbiz.com



호텔예약전문기업 호텔패스의 모델인 요리연구가 에드워드권씨.

숙취해소 음료 1위... 매년 매출 30%씩 증가



주식회사 그래미가 만드는 '여명808'은 숙취해소 시장에서 가장 많은 마니아층을 형성하고 있는 제품 중 하나다. 애주가들 사이에서 인소문이 나면서 매출액이 매년 30%씩 성장하고 있다.

여명808은 오리나무와 갈근 등 식물성 천연재료를 이용한 숙취해소용 천연차다. 총 808번의 실험 끝에 탄생했다는 이유로 '808'이라는 숫자를 제품명에 붙였다. 대표적인 숙취증상인 두통과 속쓰림, 갈증, 입 냄새 등을 해소해준다. 그 밖에 위 점막을 보호해주고 간 기능을 개선하는 데도 도움을 주는 것으로 알려졌다.

여명808은 음주 전후에 마시는 숙취해소 음료인데 음주 전에 마시느냐, 음주 후에 마시느냐에 따라 효능이 다르다. 음주 후에 음료를 마실 경우 숙취해소에 도움을 주고, 음주 전에 마실 경우에는 주량이 평소보다 1.5~2배가량 늘어난다. 이 때문에 모임이 많은 연말연시에 인기가 특히 높다.

현재 이 음료수는 국내를 비롯해 미국, 일본, 중국, 캐나다, 영국, 독일, 프랑스,



주식회사 그래미가 만드는 숙취해소용 천연차 '여명808'은 숙취증상인 두통과 속쓰림, 갈증, 입 냄새 등을 해소해준다. 1999년 이후로 매년 평균 매출액이 30%씩 증가했다.

스위스, 이탈리아, 스웨덴 등 11개국에 특허 등록이 완료됐다. 무방부제 제품으로 2007년과 2008년 편의점협회 음료판매부에서 2년 연속 1위를 기록했다. 한국표준협회 소비자 웰빙지수에서도 7년 연속 1위를 차지하기도 했다.

여명808을 발명한 남종현 회장은 제43회 발명의날 금탑산업훈장 수훈을 받았고 미국 피츠버그 국제발명전에서 최초로 3관왕을 석권했다. 일본전체회의 최

고 인류공헌상, 러시아 아르카메테스발명전 최고대상 등 세계 10대 발명전을 석권했다.

음료수 용기에는 제품을 만든 남종현 회장의 사진을 넣어 소비자의 신뢰를 높이는 마케팅을 펼치고 있다. 여명808 이외에도 식물성 천연재료를 이용해 출시할 예정인 여명1004는 기존 제품의 효능을 2~3배가량 향상시킨 것으로 알려졌다. 이준현 조선비즈 기자 actress@chosunbiz.com

온라인 증권투자에서 펀드거래까지 원스톱



한국투자증권이 지난 2006년 10월에 선보인 제휴은행 증권계좌 대상의 온라인 서비스 '뱅크스(BanKIS)'가 인기를 끌고 있다. 뱅크스는 국내 최저수준의 온라인 주식거래 수수료(0.015%)가 장점이다. 15개 제휴은행 1만여개의 지점에서 손쉽게 계좌개설이 가능하다.

특히 한국투자증권 뱅크스의 홈트레이딩시스템(HTS)인 'eFriend Plus'에서는 온라인 증권투자에서 펀드거래까지 원스톱 서비스를 제공한다.

HTS뿐 아니라 한국투자증권은 전문 투자자를 위한 HTS 'eFriend Pro'와 파생상품거래 전용 HTS 'eFriend Force' 등 고객의 투자 성향을 반영한 다양한 시스템을 갖추고 있다.

스마트폰 거래 고객을 위한 'eFriend Smart+'에서는 안드로이드폰 및 아이폰에서 주식·ELW 거래와 투자정보, 차트, 이체서비스 등을 이용할 수 있다. 업계 최초로 공모주와 실권주 청약도 할 수 있다. 또 스마트폰 안에서 사용자가 직접 'My홈'을 만들고 종목별 퀵메뉴와



한국투자증권의 뱅크스(BanKIS)는 온라인 주식거래 수수료가 0.015%로 낮은 것이 장점이다. 15개 제휴은행 1만여개의 지점에서 계좌를 개설할 수 있다.

현금·신용·단주 등의 다양한 주문지원이 가능해 손 안의 나만의 HTS를 만들 수 있다는 장점도 있다.

이밖에 뱅크스는 찾아가는 방문계좌 개설 서비스 '뱅크스 다이렉트'와 인터넷 투자방송 'eFriend Air', 실시간 온라인 투자상담, 투자매디컬(PRM), 자가진단 서비스 등을 제공한다.

이와함께 빠르고 안정적인 상담서비스를 위해 지난달에는 '가락 고객센터'

를 이전·오픈했다. 이곳에서는 150여명이 가능한 손 안의 나만의 HTS를 만들 수 있다는 장점도 있다. 이밖에 뱅크스는 찾아가는 방문계좌 개설 서비스 '뱅크스 다이렉트'와 인터넷 투자방송 'eFriend Air', 실시간 온라인 투자상담, 투자매디컬(PRM), 자가진단 서비스 등을 제공한다. 이와함께 빠르고 안정적인 상담서비스를 위해 지난달에는 '가락 고객센터'를 이준현 조선비즈 기자

동백꽃 추출물로 민감성 피부 완화



보령메디앙스의 닥터아토는 2000년 출시된 민감성 피부 전문 스킨케어 제품이다. 민감성·건성 피부에는 '에센셜 모이스처 케어', 가렵고 붉어진 피부에는 '이치케어', 과민감성·트러블성 피부에는 '더마 리페어 케어'로 피부 상태에 따라 단계별로 제품을 구별해 사용할 수 있는 것이 특징이다.

에센셜 모이스처 케어는 민감성, 건성피부용으로 쉽게 건조해지고 각질 동반, 푸석거리는 피부에 꼭 필요한 피부보습제다. 보령메디앙스의 특허성분인 제주산 동백꽃 추출물이 자극받은 피부를 진정시키고 천연 메디컬 허브의 고농축 된 깊은 보습력이 피부 속까지 수분을 공급, 오랫동안 촉촉함을 유지해준다.

이치케어는 건조 및 가려움성 피부 전용으로 각질이 동반된 갈라진 피부, 가렵고 붉어진 피부에 쓰면 적합하다. 보령중양연구소와 모자생물연구소가 공동 개발해 극도로 건조한 피부의 가려움을 진정시켜주는 특별처방 제품이다. 특히 보습력이 기능이 가렵고 건조한 부위에 보습막을 형성하고 오투 추출물과 식물성 펩타이드 성분이 심한 건조로 인해 발생하는 가려움을 완화시켜준다.

더마 리페어 케어는 아토피성 피부의 가려움 완화 및 피부진정효과를 위한 과민감성, 트러블성 피부전용으로 심한 건조증상, 가렵고 울퉁불퉁한 피부결,



보령메디앙스가 개발한 민감성 피부 전문케어 제품 '닥터아토'.

반복적인 트러블로 직박한 피부에 사용이 적합하다. 더마 리페어 케어는 선택 리아시타카의 순도 95% 추출물 마데카사이드가 트러블로 민감해진 피부를 건강하게 치료하고 세라마이드3의 MLME(Multi Multiple Emulsion) 보습시스템이 약건성 피부에 보습막을 형성하며 피부의 가려움을 완화해준다.

보령메디앙스는 최근 전통 육아법인 '단동심훈'의 철학과 지혜를 고스란히 받은 '닥터아토 단동심훈'을 출시했다. 닥터아토 단동심훈은 동양전통방식의 프리미엄 스킨케어로 전통 한의서를 통한 한의 처방을 바탕으로 개발됐다. 건성·민감성 피부로 인해 발생하는 각종 피부 트러블 예방을 위한 제품이다.

안석현 조선비즈 기자 ahngja@chosunbiz.com

업계 최초 3D TV 밀리언셀러 달성



글로벌 TV 시장에서 1위 자리를 6년째 지키고 있는 삼성전자가 스마트 TV를 앞세워 7년 연속 TV 시장 1위에 도전하고 있다. 2010년 LED 3D TV를 100만대 이상 판매하며 TV 업계 최초로 3D TV 밀리언셀러를 달성한 삼성전자는 올해 새로운 스마트 TV 'ES8000'을 출시했다.

삼성전자가 새로 선보인 ES8000은 스마트 인터랙션(Smart Interaction) 기능을 넣어 음성과 동작, 얼굴을 인식할 수 있다. 리모컨 없이 음성과 동작만으로 TV를 작동할 수 있는 것이다. 또 TV 뒷면에 명함 크기의 '에볼루션 키트(Evolution Kit)'를 꽂으면 TV 핵심 프로세서와 메모리 등 모든 기능이 자동으로 최신으로 업데이트된다.

다양한 콘텐츠도 삼성전자 스마트 TV의 강점이다. 가족들이 언제 어디서나 TV를 통해 사진을 공유하고 채팅을 즐

길 수 있는 '패밀리 스토리'와 집안에서 운동하며 스마트 TV에 내장된 카메라로 자제 교정까지 받을 수 있는 '피트니스' 서비스 등은 삼성전자 스마트 TV의 시그니처 서비스다. 경쟁사들보다 1년 앞서 구축한 스마트 TV 앱 스토어도 콘텐츠 경쟁력에 힘을 보태주고 있다. 삼성전자 스마트 TV 앱 스토어에는 150여개의 애플리케이션이 들어가고 있다.

TV의 테두리(베젤) 두께를 5mm로 줄이고, TV와 설치공간 사이의 시각각을 최소화해 3D 영상 몰입도를 높인 점도 삼성전자 스마트 TV의 만족도를 높이고 있다.

손정환 삼성전자 전무는 "삼성전자가 국내에서 판매하고 있는 TV의 절반 이상이 스마트 TV일 정도로 각 가정의 스마트 TV 전환이 급속도로 이뤄지고 있다"며 "삼성전자는 스마트 TV 전환을 돕기 위해 국내외 콘텐츠 업체들과 적극적으로 제휴하겠다"고 말했다.

이준현 조선비즈 기자 vitmaria@chosunbiz.com



삼성전자 제품 삼성전자는 전 세계 TV 시장에서 7년 연속 1위를 지키기 위해 스마트 TV를 앞세우고 있다. 삼성전자는 다양한 콘텐츠와 뛰어난 성능을 앞세워 스마트 TV 시장을 주도한다는 전략이다.

전세계 500만대 이상 판매 돌풍



삼성전자의 갤럭시노트는 지난달 국내 롱텀에볼루션(LTE) 스마트폰 시장 점유율 66%를 기록했다. 국내 LTE 스마트폰 3대 중 2대는 갤럭시노트라는 것이다. 국내에서만 200만대가 팔린 갤럭시노트는 전 세계에서 500만대 이상 팔리며 흥행 돌풍을 이어가고 있다.

갤럭시 열풍을 일으키고 있는 갤럭시노트지만 처음에는 부정적인 시각도 많았다. 5.3인치 크기의 화면과 펜을 사용하는 방식 등은 스마트폰 시장을 이끌어온 아이폰과 전혀 다른 모습이었다. 하지만 갤럭시노트는 5인치대 스마트폰이라는 새로운 시장을 만들어내며 시장의 우려를 불식시켰다.

삼성전자는 S펜을 활용해 손글씨를 자유자재로 쓸 수 있는 갤럭시노트의 장점을 다양한 캠페인 활동을 통해 극대화하고 있다. 대표적인 예가 국내 최고의 영화감독과 배우, 음악가, 웹툰 작가가 모여 제작한 '시네노트'다. 갤럭시노트로 그리고, 촬영하고, 작곡한 시네노트는 갤럭시노트의 다양한 기능을 소비자들에게 생생하게 경험할 수 있도록 했다. 지난달에는 국내 유명 아티스트들이 갤럭시노트를 활용해 만든 작품을 전시하는 '갤럭시노트 아트페어'를 열기도 했다.

스포츠팀장, 대학 캠퍼스, 문화예술 공간 등에 '갤럭시노트 스튜디오'를 설치해 갤럭시노트로 그린 캐리커처를 방



삼성전자 제품 삼성전자의 LTE 스마트폰인 갤럭시노트는 전 세계에서 500만대 이상이 팔리며 돌풍을 이어가고 있다. 삼성전자는 갤럭시노트의 이날로그적 특성을 활용해 다양한 마케팅, 사회공헌활동을 하고 있다.

문객들에게 제공하는 행사도 계속하고 있다. 또 갤럭시노트로 만든 손글씨 서적도 출간하고, 오프라인 아카데미를 열어 갤럭시노트 활용법을 전달하기도 했다.

사회공헌활동에도 갤럭시노트의 장점을 접목시키고 있다. 삼성전자는 갤럭시노트 등에 적용된 HD 슈퍼 아몰레드의 색 재현력을 강조하기 위해 'HD 슈퍼 아몰레드 컬러 프로젝트'를 기획했다.

지난해 12월에는 세계적인 컬러리스트인 장 필립 랑글로와 협업해 동작대교 철교 기둥에 태양의 스펙트럼처럼 밝고 빛나는 색을 입혔다. 올해 4월에는 제주도 애월초등학교 덕덕분교에 주변 경관과 어울리는 색채를 입히기도 했다.

이준현 조선비즈 기자