

종양의 움직임 포착 '메르디안 라이나' 도입



가톨릭대학교 인천성모병원은 종양의 움직임까지 포착해내는 최신형 암 치료 장비 '메르디안 라이나(MRidian LINAC)'를 국내 최초로 도입하며 암 치료의 새 시대를 열고 있다. 치료 중 환자가 움직이거나 호흡하면 종양 위치가 변하지만, 기존 방사선 치료는 종양의 움직임을 포착하지 못했다. 그 탓에 치료 범위를 실제 종양의 크기보다 넓게 잡아야 하는데, 정상 조직까지 방사선에 피폭될 수 있는 문제가 있었다.

메르디안 라이나는 자기공명영상(MRI)과 방사선 치료용 선형가속기가 융합된 장비다. 인체에 무해한 MRI 영

상을 바탕으로 암 위치와 크기, 형태 변화를 실시간으로 정확히 측정하는 방사선 치료를 진행할 수 있다. 종양이 치료 범위에서 벗어나면 방사선이 자동으로 멈추고 범위 안으로 들어오면 치료하는 식이다. 이전에는 치료 계획을 수정하기까지 최소한 2~3일 걸렸는데, 이 장비는 실시간으로 수정할 수 있다.

병원 측은 새로운 장비를 폐암과 간암, 두경부암, 위암, 췌장암 등 다양한 암 치료에 효과적으로 활용할 수 있다고 설명했다. 특히 췌장암의 경우 바로 옆 십이지장이 방사선에 매우 민감해 종양에 방사선을 충분히 조사할 수 없었는데, 이 장비를 통해 치료 효과를 높일 수 있다.

허지훈 기자



메르디안 라이나를 이용한 방사선 치료 모습.

동행자 선택하면 적합한 여행상품 맞춤형 서비스

롯데제이티비

롯데제이티비는 롯데그룹과 전 세계 130여개 글로벌 네트워크를 보유한 여행기업 JT가 합작해서 만든 여행 전문 회사다. 지난 2007년 설립됐다. 항공권과 호텔 예약, 해외·국내 패키지여행, 자유여행, 법인여행 등 다양한 사업을 펼치고 있다. 일본, 중국, 동남아 외국인을 대상으로 한 한류 콘서트와 팬 미팅 사업도 진행 중이다.

롯데제이티비는 '누구와 함께 떠나세요?'라는 문구를 내세우고 있다. 홈페이지에서 동행자를 선택하면 그에 맞는 추천 여행 상품을 보여준다. 여행이 일상이 되면서 목적지보다는 동행자가 중심이 된 최근 여행 트렌드를 반영한 것이다. 롯데제이티비는 동행자에 따라 적합한 여행 상품을 개발하고 맞춤 서비스를 제공하는데 집중



롯데그룹 여행기업 롯데제이티비.

하고 있다. 개별자유여행과 패키지여행의 장점을 합친 합리적인 여행상품도 만들었다. 여행객들은 각자 자유롭고 여유롭게 일정을 구성할 수 있다. 호텔, 공항·호텔 픽업 차량 등은 단체 예약으로 가격을 낮췄다. 가이드도 동행한다. 자유 일정이지만 모바일로 문의할 수 있는 가이드가 항상 대기하고 있기 때문에 안심하고 여행을 즐길 수 있다. 현재 제주도, 일본 도쿄·나고야·도야마·다카마쓰, 태국 방콕을 중심으로 서비스를 시행 중이다. 조지원 기자

저수조가 없는 직수형... 고객이 쉽게 필터 교체



바디프랜드의 W정수기는 자가 필터 교체로 방문 관리의 번거로움을 없애고, 저수조가 없는 직수형 방식을 통해 깨끗한 물을 마실 수 있도록 한 프리미엄 정수기다. W정수기는 '물은 고이면 얽힌다'는 자연의 법칙에 충실해 제품 내부에서 물이 고이는 공간을 없앴다. 대신 직수형 정수 방식과 분리 세척이 가능한 코크를 채택, 위생을 강화했다.

가장 차별화된 특징은 방문 관리 없이 고객 스스로 손쉽게 필터를 교체해 사용할 수 있다는 점이다. 특히 받은 바디프랜드의 '원 터치 탈착식 필터'가 4개월마다 고객들에게 발송되는데, 필터는 별도의 공구가 필요하지 않고 간단하게 갈아 끼우는 방식으로 교체가 가능하다.

필터 교체시 원수는 차단되고, 잔수는 자동으로

배출돼 물이 쏟아질 염려도 없다. 3개의 필터가 9단계를 통해 필터링 해 준다. 퓨어스트림 필터는 미세한 찌꺼기와 불순물을, 프라스퍼 필터는 유해물질과 수중미립자를 제거한다. 나노그립 필터는 중금속과 수퍼박테리아, 노로바이러스까지 걸러내는 기능을 갖췄다.

외관에도 신경 썼다. W정수기는 부드러운 곡선의 기본 디자인에 윤기가 도는 UV 코팅으로 깨끗한 이미지를 연출했다. 초소형 슬림 디자인으로 효율적으로 공간을 활용할 수 있는 점도 장점이다.

유윤정 기자



바디프랜드 W정수기 레트로.

'룩에어 5L' 국내 에어프라이어 시장 선도



보토코리아는 국내 가전제품 시장에서 최근 돋보이는 경쟁력을 보이는 업체다. 지난 2016년 3월 설립 후 불과 3년 만에 현대전화 주변기기에서 주방·생활가전으로 사업 영역을 확장하며 성장했다.

보토코리아는 최근 수요가 빠르게 늘고 있는 에어프라이어 시장에서 점유율을 높여가고 있다. 지난해 7월 국내 최초로 내부가 보이는 에어프라이어인 '룩에어 5L'를 출시했다. 8월에는 오븐과 에어프라이어의 장점을 결합한 최초의 에어오븐인 '룩에어 로티세리 10L'를 출시하며 국내 에어프라이어 시장을 선도하고 있다. 에어프라이어 외에도 'A4BOX 전기 그릴'도 선보였다. 최근에는 크라우드 펀딩 플랫폼인 와

디즈를 통해 목표 금액 대비 2300% 자금 모집에 성공하기도 했다. 보토코리아는 올 들어 수출과 대형마트 입점 등을 통해 본격적인 판매량 확대를 추진하고 있다. 지난 1월 에어프라이어 미국에 수출한 데 이어 롯데하이마트에 오프라인 매장도 만들었다. 보토코리아 관계자는 "3년간 온라인 중심 마케팅을 통해 생활가전 시장에서 확고한 입지를 다질 수 있었다"며 "앞으로 오프라인 매장 입점을 늘려 고객과 가까운 곳에서 제품을 선보일 수 있도록 할 것"이라고 말했다. 전성훈 기자



보토코리아 에어프라이어 보토 룩에어.

차별화된 자산관리 서비스 '금융복합점포'



신한은행은 고자산 고객에게 차별화된 자산관리 서비스를 제공하는 금융복합점포 '신한PWM'을 지난 2011년 국내 최초로 도입했다.

현재 신한PWM은 서울 및 수도권 22개, 부산·대구·광주·대전 등 5개를 포함해 총 27개의 신한PWM과 30개의 신한PWM라운지(준자산가 고객 대상)를 운영하고 있다.

신한PWM은 신한은행의 부동산자산센터를 통해 어떤 부동산을 매입해야 할지, 부동산의 가치는 어떻게 높일 수 있을지 등에 대한 가치분석 서비스를 제공한다.

또 질세·증여·상속 등과 관련해 심층적인 세무 종합서비스는 물론 전담 자문 변호사를 통한 법률 문제 지원 서비스도 시행하고 있다. 은행·증권 전문 그룹으로 시향, 상품, 투자자문, 부동산 및 세무 등 130여명의 전문가로 구성된 IPS조직도 갖추고 있어 고객들은 은행, 증권사 방문 없이 PB에게 최고의 상품 라인업을 제공받을 수 있다.

신한PWM은 개인에서 법인으로 자산관리 영역을 확장 중이다. 신한PWM은 법인자금의 체계적 관리를 위해 법인 자산관리 영업 전담조직 'CPB(Corporate Private Banker)' 제도를 도입했다. 신한PWM은 CPB 관리를 통해 안정적이면서도 수익률을 높일 수 있는 솔루션을 제공한다.

이윤정 기자



신한은행 자산관리 서비스 신한PWM 점포 모습.

'KB착한뱅킹' 모바일 원스톱 은행서비스 제공



KB저축은행의 'KB착한뱅킹'은 2016년도에 출시한 KB저축은행의 모바일 원스톱뱅킹 서비스다. 고객들은 지점 방문 없이 모바일만으로 조회, 이체 등 기본 서비스 외에도 예·적금 상품 가입과 대출 등 대부분 서비스를 이용할 수 있다.

올해 KB저축은행은 KB착한뱅킹을 업그레이드해 여러 가지 서비스를 금융기관 최초로 선보일 계획이다. 우선 비대면 개명서비스를 도입해 고객 접근성과 편의성을 확대할 예정이다.

음성 내비게이션 기능도 새로 선보인다. 이 기능이 도입되면 목소리만으로 로그인, 메뉴 찾기, 소액이체 등이 가능해진다. KB저축은행은 내비게이션 기능을 통해 모바일 금융거래가 익숙치 않은 시니어 고객들이나, 신체 불편한 고객들의 이용 편의성이 대폭 개선될 것으로 기대된다.

모바일증명서 발급, QR코드를 통한 진위확인 서비스도 시행된다. 고객들은 모바일 간편인증을 통해 각종 증명서를

파일 또는 전자팩스로 발급받을 수 있다. 로그인하지 않아도 QR코드를 스캔하면 각종 증명서 내용을 이미지로 볼 수 있고 진위도 확인할 수 있다. 앱 구동 속도도 금융기관 최고 수준으로 끌어올릴 예정이다. 이러한 기능들이 담긴 KB착한뱅킹은 올해 상반기부터 이용할 수 있다. 이윤정 기자



KB저축은행 KB착한뱅킹 앱 화면.

750개 유명브랜드 보유... 복합 도심형 아울렛

MARIO Outlet

마리오아울렛은 2001년 정통 패션 아울렛으로 시작해 올해로 개점 18년을 맞았다. 현재 750개 이상 유명브랜드를 보유한 아시아 최대 규모의 도심형 아울렛으로 성장했다. 유명 브랜드의 고품질 상품을 최대 90% 할인된 가격에 판매해 쇼핑 명소로 주목받고 있다.

마리오아울렛은 고객 만족을 위해 지난해 4월 전관을 개편했다. 마리오몰(3관)은 패션부터 생활용품, 가구, 가전, 집 꾸미기, 신선식품, 식음료 등 고객들의 다양한 수요를 충족시킬 수 있도록 구색을 완비했다. 6층 영풍문고에서는

도심 속 문화 휴식을 즐길 수 있으며, 가상현실(VR) 게임과 락 볼링장 등이 갖춰진 'G2존'에서는 온가족이 함께 오락을 즐길 수 있다.

지역 사회 발전을 위해서도 노력하고 있다. 지역 이웃을 위한 활동으로 '구로구·금천구 농아인 협회 행복나눔 바자회'와 '금천구 저소득층 희망플러스 꿈나래 통장사업'에 참여했다. 저소득 계층과 다문화 가족을 위해 감자를 담그거나, 저소득 가정 120가구에 기능성 내의를 선물하는 등 지역 사회를 위해 다양한 봉사를 실천하고 있다. 마리오아울렛 관계자는 "도심 속에서 모든 것을 함께 즐길 수 있는 '웨일스테이 공간'을 구축해 마리오만의 감성을 더욱 강화할 것"이라고 말했다. 안소영 기자



패션 쇼핑몰 마리오아울렛 전경.

척추 온열기 '마스터 V3' 17년째 세계일류상품



세라젬은 전 세계 70여개국에 2500여개의 현지 대리점을 운영하는 글로벌 홈 헬스케어 전문기업이다. 지난 1998년 설립돼 수동온열기만 존재하던 시장에 자동온열기를 개발해 선보였고, 1999년에는 첫 해외 시장 진출인 미국 진출을 이뤄냈다.

세라젬의 주력 제품인 척추 온열 의료가기 '마스터 V3'는 해외에서도 큰 호응을 얻고 있다. 척추의 부담이 가장 적은 누운 자세로 사용자의 척추 길이와 굴곡도를 측정해 사용자별 맞춤 마사지와 경혈점 압박지극으로 온열 마사지를 제공한다. 내부발열도자가 척추라인을 따라 이동하며 온열과 압박을 준다. 여섯 단계로 강도를 조절할 수 있고 릴렉스모드, 스테디모드, 숙면모드 등 12가지 프로그램이

탑재돼 있다. 이 기기는 미국 식품의약국(FDA), 중국 식품약품감독관리국(SFDA), 유럽연합 등으로부터 국제 공인을 획득해 세계적으로도 제품의 우수성을 인정받았다. 2002년부터 개인용 온열기 부문에서 17년 연속 세계일류상품으로 선정되기도 했다. 세라젬은 세라젬 마스터 V3를 TV홈쇼핑에 선보이며 국내 가정용 의료기기 시장에서 점유율을 확대해 나가고 있다. 세라젬 관계자는 "1998년 설립 이후 20년 동안 자동 척추 온열 의료가기 수출 시장에서 1위 자리를 지켜왔다"고 말했다. 허지훈 기자



세라젬 척추 온열 의료가기 마스터 V3.

얼음을 눈꽃빙수로... '엑슬림S' 강력 블렌딩 기능



해피콜의 '엑슬림S'는 국내 블렌더 시장에서 점유율 1위를 차지하고 있는 기존 엑슬림의 성능을 강화한 제품이다. 기존 제품은 2015년 출시 이후 올해 2월까지 누적 매출 3000억원을 기록했다. 판매 수량은 82만대를 넘어섰다.

최신 제품인 엑슬림S는 기존 엑슬림Z보다 분쇄 기능은 높이고 소음은 줄였다. 엑슬림S는 일반 모터 대비 내구성이 좋은 브러시리스(BLDC) 모터를 탑재해 고속 회전에 지장이 없고 소음과 열 발생이 적다. 1분간 모터 회전 수(RPM)는 기존 제품보다 약 14% 향상된 3만 2000RPM이다.

여기에 고강도 스테인리스 스틸 블레이드를 적용해 입체적으로 상하 좌우 섞고 치대는 강력한 블렌딩 기능을 구현했다. 분쇄 기능은 단단

한 얼음을 갈아 눈꽃빙수를 만들 수 있을 정도로 정교해졌다. 최고 100도까지 내용물을 데우면서 섞는 '셰프 기능'을 사용하면 즉, 이유식 등 따뜻한 음식도 간편하게 조리해 낼 수 있다. 열과 충격에 강하고 환경호르몬 걱정이 없는 소재인 비피에이-프리 트라이탄을 사용했기 때문에 이유식 등을 조리할 때도 안심하고 사용할 수 있다. 세척 기능인 '셀프 클리닝 모드'도 있어 더욱 위생적으로 관리할 수 있다. 이재은 기자



해피콜 블렌더 엑슬림S.