

신뢰와 안전 우선... 중국 최고 인기브랜드로



보령메디앙스의 글로벌 1위 유아 생활용품 브랜드 '비엔비(B&B·Baby & Basic)'는 유아 생활·건강 전문 브랜드다. 1992년 국내 최초로 유아생활용품 전문 유통업체를 설립하고 1997년에는 유아 전용 구강세제인 '베비오탈크린'을, 2000년에는 '보드레 유아 전용 섬유유연제' 등 다양한 유아 생활 용품을 선보였다.

비엔비의 운영 방침은 신뢰(Trust)와 안전(Safety)이다. 유해의심물질 사용하지 않는다는 윤곽은 유아케어분야를 진행하고 천연 성분과 안전한 원료만을 사용해 아기 위생과 건강을 증

진시킬 수 있는 제품을 만든다. 비엔비는 중국을 포함한 14개국에 수출된다. 중국 최대 쇼핑 행사인 광군제(光棍節·독신자의 날)에서 2018년까지 4년 연속 유아 생활용품 카테고리 판매 1위를 기록했다. 인터넷 쇼핑물 알리바바가 지난해 발표한 자료에 따르면 비엔비의 세탁비누와 유아 세제가 최고 인기 한국상품으로 선정됐다. 중국 최대 육아 매체 육아망이 주관한 브랜드상도 2년 연속 수상했다.

보령메디앙스는 최근 월령별로 올바른 양치질 습관을 형성하도록 돕는 유아용 칫솔도 출시했다. 이밖에 구강청결균격 티슈, 아기 칫솔 및 베이비치약 등 영유아 시기에 사용할 수 있는 구강 관리 제품을 선보였다. 한동희 기자



보령메디앙스 유아용품 브랜드 비엔비.

웰빙라이프 맞춰 건기만 하면 재테크 서비스



하나멤버스(HANA MEMBERS)는 하나금융그룹 6개사의 금융거래 및 제휴사 혜택을 결합한 국내 금융권 최초 통합멤버십 서비스다. 흩어져 있는 각종 포인트를 한곳에 모아 편리하게 주고받을 수 있는 것은 물론 현금처럼 사용할 수 있다. 하나멤버스는 지난 2015년 '포인트는 현금'이라는 발상으로 탄생한 이후 이달 기준 1500만 회원을 보유한 'No.1 생활금융 플랫폼 애플리케이션(앱)'이다.

올해 하나멤버스는 글로벌과 건기 등 두 가지 테마를 중심으로 서비스를 강화했다. 글로벌 분야에서 환전지갑 서비스가 대표적이다. 고객들은 환전 지갑을 통해 앱에서 편리하게 환전할 수 있다. 환전금액은 가까운 하나은행 영업점에서 출국 당일까지 수

령 가능하다. 목표환율 알림 서비스가 있어 원하는 환율에 환전할 수 있고, 환율 변화에 따른 환테크도 가능하다. 이외에도 해외 현지 쿠폰 서비스 등 해외에서 이용 가능한 다양한 서비스를 제공한다.

웰빙라이프 시대에 걸맞게 건기만 하면 재테크가 가능한 서비스도 제공한다. 많이 걸을수록 적금 금리가 오르는 도전 365 적금이 대표적이다. 이 외에 많이 걸으면 보험료를 돌려주는 무배당 하나 1Q 정기보험 SAVE, 걸을 때마다 건강 머니를 지급하는 하나 1Q 글로벌 카드 등도 있다. 이윤정 기자



하나금융그룹 통합멤버십 서비스 하나멤버스.

하반기부터 좌석 간격 늘린 '뉴 클래스' 도입



제주항공은 '안전운항체계 고도화'와 '고객 지향적 혁신'을 올해의 중점 경영목표로 정했다. 이를 위해 제주항공은 안전보안부서와 운항부서, 정비부서 등 각 업무영역에서 외부 전문가의 진단을 받고 시스템 개선을 위한 투자를 확대하고 있다.

안전관리 품질과 절차에 대해서는 해외 전문기관인 '프리즘'의 컨설팅을 통해 안전관리체계 수준을 높였다. 조종사들의 역량 강화를 위해 지금까지 외부에 위탁했던 모의비행훈련도 훈련장치를 직접 구매해 자체 교육을 시작했다. 국적 8개 항공사 가운데 세번째다.

객실 승무원 훈련에서도 가상현실(VR) 등 정보통신기술을 접목한 방식을 도입해 훈련 효과를 높일 계획이다.

고객 지향적 혁신을 위한 다양한 경영전략도 마련해 시행하고 있다. 제주항공은 올해 하반기부터 기존 189석의 좌석 배치를 174석으로 줄여 기존 31인치인 좌석 간격을 41인치까지 늘린 새로운 형태의 좌석 12석과 기존 이코노미 클래스 좌석 162석으로 운영하는 '뉴 클래스' 제도를 도입한다. 제주항공은 이 밖에 여행 형태가 다른 고객군별로 다른 운임을 적용하는 선택적 운임제도를 시행하고, 저비용항공사 최초로 인천공항 전용 라운지를 운영하는 등 다양한 신규 서비스로 고객만족도를 높일 방침이다. 신상훈 기자



제주항공이 운영 중인 보잉 737-800 기종.

온도 정밀제어... 돌솥밥·가마솥밥 등 기능



40년 역사의 프리미엄 생활가전 브랜드 쿠첸의 대표 전기밥솥 제품인 IR미작은 IR센서로 밥솥의 온도를 정밀하게 제어해 돌솥밥, 가마솥밥, 누룽지 등 다양한 밥맛을 구현해준다.

최근 쿠첸이 출시한 'IR미작 클린가드(CJR-PM0610RHW)'는 사용자 편의성을 한층 높인 기능으로 인기를 끌고 있다. 이 제품의 내솥 거치대인 클린가드는 좁고 굵직한 기존 구조와 달리 평평한 유선형으로 설계돼 이물질들 간편하게 닦아낼 수 있다.

IR미작 클린가드의 특징은 냉동보관밥 기능이다. 이 제품은 냉동 상태에서 보관됐던 밥을 조리할 때 해동 후 밥알이 머금고 있던 수분이 빠져나와 밥이 질어지는 현상이 생기지 않도록, 갓 지은 듯 고슬고슬한 밥맛을 구현했다는 점이 특징이다. 쿠첸 관계자는 "최근 소비자들께서 냉동 보관을 많이

한다는 점에 착안해 이 기능을 추가했다"고 설명했다.

쿠첸은 밥솥뿐 아니라 전기레인저 시장에서도 입지를 다져나가고 있다. 쿠첸은 지난 2013년 전기레인저 '하이브리드 레인지'를 출시했다. 하이브리드 레인지는 음성지원 기능을 적용해 사용자 편의성을 높였다. 독일 특수 글라스 제조사 쇼트사에서 지수입한 상판을 적용해 강한 내구성을 자랑한다.



쿠첸 IR미작 클린가드.

44년 만에 새로운 맛동산 '흑당쇼콜라' 출시



대한민국을 대표하는 장수 과자 브랜드 해태제과 맛동산이 1975년 첫 출시 이후 44년 만에 새로운 맛의 맛동산 흑당쇼콜라를 출시했다.

맛동산 2세대 제품인 흑당쇼콜라는 본래 맛동산 맛은 유지하면서 빛깔은 더욱 검어지고, 단맛은 낮춘 대신 씹싸 씹히는 느낌을 살린 것이 특징이다.

이번 신제품은 백당보다 단맛이 덜하고 미네랄이 풍부한 흑당을 재료로 사용했다. 또 반죽 단계에서 카카오를 갈아 넣었기 때문에 과자 속까지 검은색이다. 해태제과가 초콜릿 재료인 카카오를 스낵과자에 사용한 것은 이번이 처음이다.

맛동산은 장수 과자답게 전 세대에 걸쳐 고른 소비층을 가지고 있다. 대다수 과자가 특정 연령층에서 매출이 몰리는 것과 달리 맛동산 구매 비중은

1020세대와 3040세대가 비슷한 수준이다. 시장조사기관 AC닐슨에 따르면 지난해 맛동산 연간 매출은 478억 원으로 전채 스낵 제품 중 6위를 차지했다. 맛동산은 여러 가지 맛을 보유한 상위권 제품들과 비교하면 오리지널 한가지 맛만으로 큰 인기를 끌었다.

해태제과는 이번 2세대 맛동산 신제품 추가로 매출이 늘어날 것으로 기대하고 있다. 해태제과 관계자는 "신제품이 시장에 무난하게 안착하면서 인기를 끌 것으로 기대한다"며 "앞으로도 전통 과자에 가까운 맛을 지켜 나가겠다"고 말했다. 심민관 기자



해태제과 맛동산 흑당쇼콜라.

맛과 향 높은 '카페 아다지오 시그니처' 선보여



파리바게뜨는 지난달 자체 커피 브랜드인 '카페 아다지오'의 맛과 향을 한 단계 높인 '카페 아다지오 시그니처'를 선보였다.

카페 아다지오 시그니처는 파리바게뜨의 커피 연구원들이 싱글 오리진 생두의 장점을 조합해 최적화된 비율로 배합한 커피다. 다크 초콜릿과 당밀, 구운 마시멜로처럼 달콤한 향미와 목직한 질감으로 호평받고 있다. 커피의 온도 변화에 따라 다양한 맛의 변화를 느낄 수 있으며 치즈케이크, 마카롱 등 파리바게뜨의 베이커리 제품과도 조화를 이룬다. 카페 아다지오 시그니처는 생두

의 로스팅 단계부터 기존 커피와 차별화된 제조 과정을 거쳤다. SPCC그룹 로스팅 센터에서 직접 로스팅한 원두를 7일간 숙성시켜 아로마 상태를 최상으로 끌어올렸다. 또 풍미를 유지하기 위해 로스팅 후 7일, 숙성 후 7일 안에 판매한다는 '7데이즈(days) 원두 원칙'을 적용했다. SPCC그룹 로스팅 센터는 이탈리아 정통의 에스프레소 기술이 적용된 스피라리사(社)의 로스팅 설비를 갖추고 온도, 공기 흐름, 열조절 등 로스팅의 전 과정을 섬세하게 조정했다.

파리바게뜨 관계자는 "한 단계 진화한 카페 아다지오 시그니처를 통해 베이커리 뿐 아니라 커피도 가장 맛있는 브랜드로 거듭날 것"이라고 말했다. 신상훈 기자



파리바게뜨 커피 카페 아다지오 시그니처.

CCTV·스마트폰 앱 연계 '24시간 여성 안심망'



서울시는 늦은 밤 귀갓길에 비상 상황이 발생할 경우 버튼을 누르거나 스마트폰을 흔들면 호출이 가능한 '안심이' 애플리케이션(앱)을 지난해 10월 25일부터 25개 전자 치구로 확대 운영하고 있다고 밝혔다.

안심이는 서울시 전역에 설치된 CCTV와 스마트폰 앱을 연계해 위험상황을 실시간 모니터링하고 구조 지원까지 하는 24시간 여성 안심망이다. 서울시에 따르면 지난해 10월부터 올해 2월까지 1만8355건의 다운로드가 이뤄졌고, 1만2046명이 가입해 총 8103회 서비스를 이용했다. 특히 긴급신고의 경우 위험상황이 의심돼 실제 경찰이 출동한 사례도 있었다.

안심이 앱은 크게 위급상황 때 긴급신고(SOS 신고), 나 홀로 귀가할 때 사용하는 안심 귀가 모니터링, 안심 귀가 스카우트 신청용으로 활용할 수 있다. 안심시설물 위치 정보의 경우 안심택배함, CCTV, 지구대, 안심지킴이 위치 정보가 제공된다.

안심이는 누구나 이용 가능하며, 설치할 원하는 시민은 안드로이드 플레이스토어 또는 원스토어, 아이폰 앱스토어 등에서 서울시 안심이로 검색해 내려받으면 된다. 기존에 안심이를 설치한 시민은 삭제 후 새로운 버전을 설치하면 된다. 이진혁 기자



서울시 대표 호신앱 안심이 화면.

특허 받은 기능성 베개... 세계적 선수들 애용



티앤아이 가누다는 특허 받은 기능성 베개다. 가누다는 물리치료의 도수치료 기법을 적용해 대한물리치료사협회에서 공식 인증한 기능성 제품으로, 미국 식품의약국(FDA)과 유럽 CE 인증을 받았다. 가누다란 품의 모든 부분을 편하게 가누다는 뜻의 순 우리말 이름이다. 티앤아이는 목 베개, 다리 베개, 허리 서포트 등 다양한 신체 부위 전용 제품군을 갖추고 있다.

가누다 전 제품은 물리치료의 두개천 골요법(CV4)이 적용돼, 올바른 수면 자세를 만들어준다. 베고 누웠을 때 뒷머리를 편안하게 받치는 동시에 경추를

알파벳 'C'자 모양으로 잡아주고 뇌척수액의 원활한 순환을 유도한다.

흡소폰에서 완관 순화를 기록할 수 있다는 롯데백화점과 신세계백화점에 입점해 더 많은 소비자에게 다가가고 있다. 온라인 매장도 더불어 서울 강남구 청담동, 부산 센텀시티에 자체 플래그십 스토어(전용매장)를 운영하고 고객들에게 무료 체험 기회도 제공한다.

가누다는 세계적인 골프 리디아 고를 비롯해 스포츠선수, 물리치료사 등이 애용하는 베개로도 유명하다. 올해는 세계 시장에서 선두 기업으로 올라서겠다는 목표를 가지고 해외진출을 시도하고 있다. 최근에는 아시아권은 물론 호주와 뉴질랜드에도 진출했다. 안소영 기자



가누다 기능성 베개.

입냄새 원인 곰팡이 99% 제거 '세계1위 브랜드'



GSK컨슈머헬스케어의 '폴리덴트'는 전 세계와 국내에서 가장 많이 팔리는 틀니 세정제 브랜드다. 폴리덴트는 입냄새의 원인이 되는 곰팡이를 99% 살균하고 틀니에 침착된 얼룩을 제거하는 세정제와 틀니를 고정하는 부착제가 있다.

폴리덴트 세정제는 낮에 간편하게 세정하는 '5분 클리닝 정'과 잠자는 동안 확실한 세정을 위한 '나이트 의치 세정제'로 24시간 틀니를 관리한다. 5분 클리닝 정은 바쁜 일상에서 1일 1정으로도 틀니 세정을 가능하게 하는 제품이다.

특히 폴리덴트 나이트 의치 세정제는 밤 사이 틀니 표면에 흠집을 남기지 않고 침착된 얼룩과 플라그를 제거한다. 입냄새를

유발하는 곰팡이를 99.9% 살균해 틀니 사용자가 흔히 겪는 의치성 구내염을 예방한다.

틀니 사용자가 치약으로 틀니를 닦으면 연마제 성분으로 인해 틀니 표면에 상처가 생긴다. 이 틈새로 구내염을 유발하는 균이 서식해 구강 건강이 악화된다. 이에 따라 전문가들은 틀니 관리시 치약보다 틀니 세정제를 사용할 것을 추천한다.

김재영 브랜드 매니저는 "틀니 사용자의 구강 건강은 평소 올바른 관리와 사용에 달렸다"며 "폴리덴트는 전 세계 판매 1위 브랜드로 틀니 사용자가 자신감 있는 삶을 누릴 수 있도록 도움을 준다"고 말했다. 김태환 기자



폴리덴트 의치세정제(왼쪽), 의치부착제(오른쪽).