

무농약은 기본... 동물복지기준도 지킨 친환경 식품



올가홀푸드는 1981년 서울 압구정동 '풀무원 농장 무공해 농산물 직판장'으로 출발한 풀무원의 모태 기업이다. 올가홀푸드(ORGA WHOLE FOODS) 이름은 식품의 가장 순수하고도 안전한 상태를 의미하는 유기농(ORGANIC)과 안전식품(WHOLE FOOD)을 결합한 말이다.

올가는 유기농·무농약 등 친환경 농법으로 재배한 채소, 과일, 양곡에서부터 동물복지기준을 지켜 안전하게 키운 한우, L-글루타민산나트륨·합성 착색료·합성 보존료를 쓰지 않는 '3무(無)'



올가는 유전자 변형식품을 사용하지 않는다는 원칙 아래 친환경 식품을 제공한다.

첨가 원질을 지킨 유기가공식품, 건강 기능식품, 베이커리, 홈밀(Home-meal), 친환경소재 생활용품까지 건강과 환경을 생각한 5000여 가지 상품을

갖고 있다. 올가는 전국에 총 62개의 매장과 친환경식품 전문 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있다. 정선미 조선비즈 기자

북미·캐나다 '올해의 차' 선정... 전 세계 800만대 판매



현대자동차 아반떼는 1990년 '엘란트라'라는 이름으로 탄생한 이래 진화를 거듭하며 국민차 반열에 오른 한국의 대표 베스트셀러다.

아반떼는 또 북미 지역과 남아프리카 공화국, 캐나다 등에서 '올해의 차'로 선정됐다. 전 세계 누적판매량도 800만대를 넘어섰다. 2013년에 판매되고 있는 5세대 아반떼MD는 현대차의 디자인 철학 '유연한 역동성'을 바탕으로 스포티한 이미지가 한층 강조된 것이 특징이다. 아반떼는 지난해 1월 '북미 국제모토



현대자동차 아반떼는 지난 20년 동안 진화를 거듭하며 '국민차' 반열에 올랐다.

쇼(NAIAS)에서 '2012 북미 올해의 차'로 선정되며 제네시스에 이어 한국 차로는 두 번째로 '북미 올해의 차'에 이름을 올렸다.

현대차는 최근 다양한 제품에 대한 소비자의 수요에 부응해 아반떼를 기본으로 꾸며주는 '아반떼 쿠페'도 선보였다. 연선숙 조선비즈 기자

투박한 안마의자? '아이로보'는 기능에 고급스러움 겸비



바디프랜드는 지난해 700억원 매출을 올리며 홈쇼핑 내 렌탈 매출 1위를 달성한 안마의자 업계 1위 기업이다.

바디프랜드는 안마의자의 경우 마사지 기능만큼 디자인도 중요하다는 철학을 갖고 자체 디자인 및 특허기술로 만든 2013년 신제품 '아이로보(i-ROVO)'를 출시했다. 아이로보 전체 디자인은 곡선으로 구성되어 있으며 흰색, 은색, 블랙 등 세 가지 색깔을 조화시켜 고급스러운 느낌을 살렸다. 잦은 사용으로 안마 의자



의 내피가 닳거나 닳았을 때 교체하기 쉽도록 지퍼 내피 시트를 장착했다. 핸드폰이나 MP3를 쉽게 충전할 수 있도록 한 USB포트, 안마를 받으면서

차를 마실 수 있도록 하는 컵 홀더도 있다. 또 한글 액정 리모컨을 통해 사용자가 쉽게 안마 방식을 조절할 수 있도록 했다. 정선미 조선비즈 기자

10가지 콘셉트의 객실... 남다른 특1급 비즈니스 호텔



경남 창원에 있는 더시티세븐 풀만 엠베서더는 글로벌 호텔 그룹 아코르가 국내에 문을 연 특1급 비즈니스 호텔이다.

풀만 엠베서더는 투숙객에게 '내 집' 같은 편안한 서비스를 제공하는 것을 원칙으로 한다. 거위털로 만든 침구, 초고속 유선 인터넷과 와이드 평면 TV가 전 객실에 구비돼 있다. 특히 스위트 객실과 이그제큐티브 객실에는 노트북, 넥스트프로스 커피머신과 전용 라운지 이용 혜택이 주어진다. 국내·외 유명 디자



이너들이 직접 디자인한 10가지 콘셉트의 321개 객실은 풀만 엠베서더의 자랑거리다.

드 볼룸'과 소연회장 '로터스 룸'을 갖춰 국제회의 등 대규모 행사와 결혼식에 적합한 장소를 제공한다. 노자은 조선비즈 기자

모든 제품 합성보존료 '0'... 최고급 미국산 알로에만 사용



알로에 건강기능식품 전문기업 그린알로에는 최고급으로 알려진 미국산 알로에만으로 만들어진다. 중국산 원료가 1%도 첨가되지 않았다는 게 그린알로에 자부심의 원천이다.

그린알로에의 또다른 자랑거리는 '3무(無) 제품'이라는 것. 전 제품군을 통틀어 합성보존료, 합성착료, 합성착향료가 첨가되지 않았다. 그린알로에의 주력 상품인 액상 타입의 알로에 베라겔 즙액 '그린프리미



엄베라골드'는 합성 보존료 대신 자몽 씨앗에서 추출한 천연 보존료를 함유했다. 그린알로에는 건강기능식품뿐 아니

라 화장품 분야에서도 주목받고 있다. 올해는 천연 식물성 방부 시스템을 적용한 '알로에스테'를 선보이며 화장품 전문 브랜드로 도약했다.

그린알로에는 이같은 품질을 바탕으로 국내는 물론 해외에서도 판매망을 늘리고 있다. 회사 창립 당시 3000명이었던 방문 판매 사원 '그린플레너'는 3년 만에 6000명으로 두 배나 늘었다. 노자은 조선비즈 기자

타이어 바닥 마모되면 보증거리 차이만큼 보상



금호타이어는 해외 8개 판매법인과 17개 지사·사무소를 바탕으로 180여개국에 연간 18억달러 규모의 제품을 수출하는 국내 대표 타이어 브랜드다. 고급 세단용 모델인 '솔루스' 시리즈와 고성능 타이어 '엑스타' 등이 대표적인 모델이다.

타이어 생산은 광주를 중심으로 전남 곡성, 경기 평택과 용인 등 4개 지역의 공장 및 연구소에서 이뤄진다. 해외 생산 및 연구도 병행한다. 미국과 중국의 4개 도시에는 생산 공장이 있으며 독일과 중국, 미국 등 3개 국가에서는 기술



금호타이어는 품질과 서비스를 바탕으로 180여개국에 연간 18억달러의 제품을 판매하고 있다.

(테크니컬) 센터를 운영하고 있다. 금호타이어는 생산뿐 아니라 품질 보증에도 힘쓰고 있다. 올 4월부터 시행하고 있는 '타이어 마모 수명 보증제도'는

구매 후 타이어 바닥면이 마모 한계(1.6mm)까지 마모될 경우 실제 주행 거리와 보증 거리 간의 차이만큼 보상해주는 제도다. 노자은 조선비즈 기자

감각적인 디자인... 경차 최초 1등급 안전성 공인까지



한국GM의 웨보레 스파크는 감각적인 디자인과 뛰어난 주행 성능, 중형차급의 탁월한 안전성을 갖춘 것으로 평가받아 전 세계 120여개국에 수출되는 우리나라의 대표적인 경차 모델이다.

2013년형 스파크는 이전 모델에 비해 한층 고급스럽고 세련된 디자인과 외장 색상을 선보이며 특히 젊은층에서 높은 인기를 누리고 있다.

스파크는 경차 최초로 신차안전도평가(KNCAP)에서 1등급 안전성을 공인 받았고, 보험개발원, 유로NCAP 등 국



웨보레 스파크는 감각적인 디자인과 뛰어난 주행성능이 강점으로 꼽힌다.

내외 다양한 평가기관에서도 우수한 안전성을 인정받았다. 높은 경제성도 스파크가 가진 강점이 다. 웨보레는 스파크를 구매한 고객들에

게 3년 무상점검과 무상 소모품 교환, 5년 10만km의 보증기간, 7년 24시간 긴급 출동 서비스를 적용해 유지비 부담을 줄이도록 했다. 진상훈 조선비즈 기자

과일 아이스바·이유식도 척척 만드는 주방 필수품



과일과 채소의 원액을 짜내는 원액기 휴롬이 한국에서 가장 사랑받는 브랜드에 꼽혔다.

휴롬은 과일과 채소의 영양을 그대로 살리면서 원액(주스)을 짜내는 기술(저속착즙방식)을 개발해 특허를 뒀다. 저속착즙방식은 내구성도 좋고 가벼운 신소재 울템으로 만든 스크류로 재료를 살짝 눌러 멧돌처럼 원액을 짜내는 방식이다. 착즙방식은 과일과 채소 속 영양소 파

괴를 최소화하고 색깔이 변하는 갈변 현상을 지연시켜 주스의 신선함을 오랫동안 유지해준다. 휴롬은 특히 주스뿐 아니라 식사대용의 한끼 주스, 성장단계별 이유식, 천연 과일 아이스바 등 다양한 조리법을 개발했다.

독특한 기술력과 레시피 등 사후 관리로 휴롬은 미국, 중국, 영국 등 세계 50개국에 수출돼 한국무역협회로부터 '7000만불탑'을 수상하기도 했다. 또 세련된 제품 디자인으로 세계 3대 디자인상 중 하나인 '레드닷 디자인어워드'로 받았다. 박정현 조선비즈 기자



휴롬 원액기는 과일과 채소 속 영양소 파괴를 최소화하면서 원액을 짜내는 저속착즙방식으로 신선하고 건강한 원액을 짜낸다.

세계적인 박람회서 아시아 최고 제품 인정받아



블랙야크는 해외 유명 아웃도어 업체들의 공세 속에서도 토종 아웃도어 기업인 한에서 열린 세계 최대 스포츠용품 및 패션박람회(ISPO)에서는 아시아 최고 제품으로 선정되는 영광을 안았다.

창립 40주년을 맞는 올해 '2020년 매출 4조원, 글로벌 No.1 달성'이란 비전을 세운 블랙야크는 외형적인 성장뿐 아니라, 기업의 사회적 책임을 위해 업계 최초로 '블랙야크 나눔재단'도 설립한다. 강태선 블랙야크 회장은 "등반가들의 집을 운반하는 동행자의 마음으로 소외된 이웃들과 희망·꿈을 함께 나눌 것"이라고 말했다. 이성이 조선비즈 기자

육관광부가 지정하는 '우수체육용구생산업체'로 선정됐고, 올해 2월 독일 뮌헨에서 열린 세계 최대 스포츠용품 및 패션박람회(ISPO)에서는 아시아 최고 제품으로 선정되는 영광을 안았다.

창립 40주년을 맞는 올해 '2020년 매출 4조원, 글로벌 No.1 달성'이란 비전을 세운 블랙야크는 외형적인 성장뿐 아니라, 기업의 사회적 책임을 위해 업계 최초로 '블랙야크 나눔재단'도 설립한다. 강태선 블랙야크 회장은 "등반가들의 집을 운반하는 동행자의 마음으로 소외된 이웃들과 희망·꿈을 함께 나눌 것"이라고 말했다. 이성이 조선비즈 기자



블랙야크 제품 강태선(왼쪽) 블랙야크 회장이 지난 3월 5일 서울 흥문동 그랜드 힐튼호텔에서 열린 창립 40주년 기념식에서 전속모델 조인성, 한효주 씨와 기념사진을 찍고 있다.

우수프랜차이즈 브랜드 발굴 등 다양한 마케팅 분야 활약



임영균 광운대 교수

'2013 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 학술공헌상을 수상한 임영균(사진) 광운대 교수는 국내 마케팅 분야의 대표적인 학자이다.

한국유통학회 회장과 한국마케팅관리학회 회장, 한국프랜차이즈학회 회장, 한국소비자학회 부회장 등을 역임했고 현재는 한국경영학회 학술지 코리아비즈니스리뷰의 편집위원장으로 있다. 최근에는 우수프랜차이즈 브랜드 발굴 및 육성, 대기업의 불공정거래행위 규제, 대·중소기업 간 상생협력 촉진,

중소유통업의 경쟁력 제고 등의 분야에서 활발한 연구활동을 수행하고 있다.

아울러 공정거래위원회 정책자문위원과 가맹사업 분쟁조정위원, 국토해양부의 항공교통 심의위원 등으로 활동하면서 정부 정책과 기업 경영에 관한 조언을 하고 있다. 임 교수는 경영학연구, 마케팅연구 등의 학술지에 다수의 논문을 발표했으며, 저서로는 '유통관리', '프랜차이즈관계론' 등이 있다. 연세대 경영학과·대학원을 졸업하고, 미국 네브래스카 주립대 마케팅학과에서 전속모델 박사학위를 받았다. 정선미 조선비즈 기자