

자연 그대로의 색...‘나노 크리스탈’ 기술의 힘

삼성전자 삼성 SUHD TV

10년 연속 세계 TV 시장점유율 1위를 눈앞에 두고 있는 삼성전자는 새로운 소재와 세계 최고 수준의 디스플레이 기술, 독자 개발한 화질 기술을 적용한 ‘SUHD TV’ 출시 이후 TV 라인업을 확대하고 소비자 만족도를 높이기 위한 다양한 마케팅 활동을 전개하며 브랜드 경쟁력을 견고히 구축하고 있다.

삼성 SUHD TV는 삼성이 만든 첫 번째 ‘슈퍼 TV’로 기존 TV보다 최대 2.5배의 밝기, 더 깊은 명암비 표현이 가능해 현존하는 TV 중에서 가장 넓고 정확한 자연 그대로의 색을 보여준다. 미세한 나노 크기 입자가 순도 높은 색을 보여주는 삼성만의 독자 기술인 ‘나노 크리스탈’이 적용돼 세밀한 색상 표현이 가능해지고, 밝은 부분은 더 밝게, 어두운 부분은 더 어둡게 표현하는 HDR(High Dynamic Range) 기술을 통해 한층 더 깊고 풍부한 화면을 전달한다. 이 같은 SUHD TV의 독보적인 기술은 국내외에서 찬사를 받으며 10년 연속 세계판매 1위 신화 달성을 목전에 두고 있다. 삼성전자 SUHD TV는 ‘CES2015’에서 최고 혁신상 수상상을 비롯해 독일, 영국 등 해외 주요 매체로부터 호평을 받았다. 독일 영상 전문매체 ‘비디오’에서 최고 점수를 획득해 ‘레퍼런스 어워드’에 선정됐고, 영국 ‘트러스티드 리뷰’에서는 10점 만점으로 에디터 초이스에 선정됐다.



감칠맛을 살려주는 유산균김치+ 기능

LG전자 LG디오스 김치톡톡

LG전자는 8월 말부터 디오스(DIOS) 김치톡톡 김치냉장고 신제품 39종을 순차 출시했다. 디오스 김치톡톡 신제품 용량은 131리터부터 836리터까지이며, 스탠드형과 뚜껑식이 각각 23종, 16종이다.

LG전자는 김치 유산균 연구의 최고 전문가인 조선대학교 장해춘 교수와의 공동 연구를 통해 개발한 유산균김치+ 기능을 스탠드형 디오스 김치톡톡에 탑재했다. 유산균김치+는 감칠맛을 살려주는 유산균인 류코노스톡(Leuconostoc)이 가장 잘 자라는 온도를 안정적으로 유지해준다. 이 기능은 일반보관 모드 대비 류코노스톡을 12배 더 많이 만들어 김치를 맛있게 만들어준다. 디오스 김치톡톡 전면 외관에 있는 유산균 디스플레이는 김치의 유산균이 늘어나는 것을 보여준다. 이 제품은 6분마다 냉기를 내부 구석구석에 전달해 김치 보관온도를 고르게 해 김치 맛을 지켜주는 쿨링케어, 서랍문을 여닫을 때 냉기가 밖으로 새는 것을 막고 온도 편차를 줄여주는 유산균가드 등을 적용해 김치를 오래도록 맛있게 보관해준다. 김치 외에도 쌀·잡곡, 야채·과일, 육류·생선 등을 보관할 수 있다. 곡면 글라스가 적용된 405리터 이상의 상냉장실 오른쪽 문에 LG만의 독보적인 수납공간인 매직스페이스가 있어 음료수·유제품 등 자주 꺼내는 식품들을 별도로 보관할 수 있다.



11.8mm 초슬림 두께·950g 초경량 무게

삼성전자 | 삼성 노트북9 2015 Edition

삼성전자가 고급스러운 디자인과 950g의 혁신적인 무게로 스마트한 라이프스타일을 완성시킨 명품 노트북 ‘삼성 노트북9 2015 Edition’을 앞세워 국내 PC시장을 선도하고 있다.

삼성 노트북9 2015 Edition은 삼성전자를 대표하는 프리미엄 노트북 라인업 모델로 2015년을 맞아 새롭게 업그레이드된 강력한 성능과 초박형 초경량 디자인을 선보이며 주목을 받았다. 이 제품은 폴알루미늄 메탈 소재로 내구성을 강화하고 제품의 슬림한 특징을 더욱 잘 나타내주는 ‘측면 실버 라인 디자인’이 새롭게 적용됐다. 또한 외부 케이스를 이용세 없이 하나의 덩어리로 깎아 제작하는 ‘싱글 쉘 바디(Single Shell Body)’ 공법으로 보다 견고하게 설계되었을 뿐만 아니라 삼성 노트북만의 세련되고 날렵한 디자인의 맛을 완성시켰다.

특히 11.8mm의 초슬림한 두께와 950g의 초경량 무게는 삼성전자 노트북 중 가장 얇고 가볍다. 이와 더불어 12.2형의 콤팩트한 사이즈와 최대 12.5시간 지속되는 강력한 배터리 성능까지 더해 어디서나 부담 없이 노트북을 사용할 수 있는 최상의 휴대성을 자랑한다.



누적 판매량 50만대...초절전 기능 업그레이드

삼성전자 | 스마트에어컨 Q9000

삼성전자 스마트에어컨 Q9000은 매년 한층 강화된 냉방, 절전 등의 스마트한 기능과 획기적인 디자인을 선보이며 2013년 출시 이래 에어컨 시장의 선두주자로 입지를 공고히 하고 있다. 최근에는 누적 판매량 50만대를 돌파하며 명실공히 에어컨 부문 베스트셀러 제품으로 자리매김했다(2015년 4월 누계 기준). 특히 올해 출시된 2015년형 삼성 스마트에어컨 Q9000은 초절전 강력 냉방 기능으로 공극의 시원함을 제공하는 동시에 전기요금 부담은 덜어줘 소비자들의 사랑을 한 몸에 받고 있다.

삼성전자의 ‘2015년형 스마트에어컨 Q9000’은 개별 제어되는 3개의 바람문에서 뿜어져 나오는 초절전 회오리 바람으로 냉방 기능을 한층 강화하고, 새로 탑재한 디지털 디스플레이로 온도·습도·청정도를 눈으로 확인하며 청정·제습 기능을 한층 강화해 실내 공기를 효과적으로 관리할 수 있도록 한 혁신적인 제품이다. 개별 제어가 가능해 전기 절약을 도와주는 3개의 바람문을 통해 뿜어져 나오는 초절전 회오리 바람, 압축기와 모터의 효율을 높여 전 모델 에너지 소비 효율 1등급의 150% 이상 효율을 갖춘 에너지 프론티어를 달성했다.

삼성스마트에어컨 Q9000

삼성스마트에어컨 Q9000

탈취·살균·구김제거...세상에 없던 의류관리기

LG전자 | LG 트롬 스타일러

LG전자가 2014년 말 출시한 ‘세상에 없던’ 의류관리기인 ‘트롬 스타일러’는 옷장에 오래 보관해 눅눅해진 양복, 블라우스, 교복 등 때론 세탁하기 부담스러운 의류의 생활구김이 나뉘새를 관리해줘 쾌적한 상태로 입을 수 있도록 해준다.

바튼 하나로 스팀과 무빙행어(Moving Hanger)를 이용해 잦은 드라이클리닝으로 인한 의류손상을 방지하고 건조는 물론 살균까지 간편하게 끝낼 수 있다. 트롬 스타일러 하단부에서 물 입자의 1600분의 1만큼 미세한 고온의 증기가 뿜어져 나오면서, 동시에 무빙행어가 분당 220회 좌우로 흔들린다. 마치 습식 사우나처럼 따뜻하고 축축해진 스타일러 내부에서 빠르게 진동하는 행어가 옷에 묻은 먼지와 구김을 제거한다.

스팀은 옷감 깊숙이 뱀 냄새 입자를 포획해 저온(40℃)건조 과정에서 함께 날려버린다. 동시에 세균도 99.9% 없애준다. 항기 처리로 마무리한다(항기는 자스민 블루/트렌치 핑크 2종). 신형 ‘트롬 스타일러’는 가로 445mm 깊이 585mm 높이 1850mm 크기로 기존 제품 대비 30% 이상 부피를 줄였다.



미슬랭 스타 셰프들의 노하우 집목한 냉장고

삼성전자 | 삼성 셰프 컬렉션

‘셰프 컬렉션’은 세계 냉장고 시장 1위의 삼성전자의 슈퍼 프리미엄 냉장고다.

2014년 3월 출시한 삼성 셰프컬렉션은 세계적 권위의 미슬랭 스타 셰프들의 노하우를 제품 기획과 개발과정에 접목했다. ‘요리의 맛과 향, 풍미를 결정하는 것은 신선한 재료’라는 철학을 반영해 혁신적 냉장 및 수납 기술과 함께 가전의 품격을 높이는 프리미엄 디자인을 실전했다.

셰프 컬렉션은 지속적인 제품 라인업 확장으로 소비자 선택의 폭을 넓힌 결과 제품 론칭 이후 1년 6개월 만에 누적판매량 3만대라는 기록적인 성적을 이루었다. 셰프 컬렉션은 냉장실 내부 온도 편차를 ±0.5℃ 이하에서 최소화 한 미세정온기술로 산지에서 느낄 수 있는 재료 본연의 신선함과 풍미를 가정의 식탁에서도 경험할 수 있다. 미세정온기술의 핵심인 ‘셰프 모드’를 통해 식품별, 위치별 최적의 온도를 구현해 재료 본연의 맛과 향, 질감까지 살려줘 매일매일 차원이 다른 신선한 요리를 섭취하게 함으로써 궁극적으로 고객의 건강한 식생활을 위해 도움을 준다.



드럼세탁기 세탁물 추가 ‘애드 윈도우’로 간편

삼성전자 | 삼성 버블샷 애드워시

9월 출시한 삼성 버블샷 애드워시는 세계 최초로 드럼세탁기 도어에 작은 창문인 ‘애드 윈도우’를 적용한 혁신적인 제품이다.

누구나 편리하고 쉽게 깨끗한 세탁을 할 수 있도록 하지는 삼성전자의 기술 철학을 반영한 제품이다. 삼성전자는 글로벌 소비자 조사를 통해 드럼 세탁기 사용자들이 쉽게 세탁물을 추가하기 원한다는 것을 확인했다. 국내 세탁기 사용자 1000명을 대상으로 한 조사에서도 92%가 쉬운 세탁물 추가를 원했다. 드럼세탁기 사용자의 경우 세탁물 추가에 큰 불편함을 느끼고 있었다.

이러한 불편을 말끔하게 개선한 제품이 ‘삼성 버블샷 애드워시’다. 세탁, 행굼, 탈수 등 작동 중에 ‘일시정지 버튼’을 눌러 잠시 작동을 멈춘 후 ‘애드 윈도우’만 열어서 세탁물을 추가하고 다시 동작시키면 된다. 수건과 양말 같은 추가 세탁물, 행굼이나 탈수만 하고 싶은 세탁물도 간편하게 추가할 수 있고, 캡슐형 세제와 시트형 섬유 유연제 등 다양한 세제와 세탁보조제도 편리하게 투입할 수 있다. 캠퍼서 포켓에서 착안한 ‘애드 윈도우’는 원터치로 간단히 개폐가 가능하다. 본체 도어를 열어서 세탁물을 넣어야 한다는 고정관념을 탈피한 혁신적인 아이디어다.



미세먼지·황사 끝...눈으로 실내공기상태 확인

LG전자 | LG 퓨리케어 공기청정기

LG전자가 10월 말 론칭한 공기청정기 브랜드 퓨리케어는 순수하다는 의미의 퓨어(Pure), 정화한다는 뜻의 퓨리파이(Purify)와 돌보다는 뜻을 가진 케어(Care)의 합성어이다. 고객에게 쾌적하고 건강한 공기를 제공해 건강한 삶에 기여한다는 의미를 담고 있다.

LG전자는 퓨리케어 브랜드를 론칭한 직후 한달 판매량이 직전 한 달과 비교해 50%나 증가했다. 최근 한 달간의 판매량은 전년 동기 대비 2.5배 규모로 늘었다. LG전자는 공기청정기에 고객 니즈를 적극 반영한 것이 주효했다고 보고 있다. 최근 미세먼지와 황사가 부쩍 늘면서 공기청정기 고객들이 눈으로 실내 공기 상태를 확인해 보고 싶어 하는 점을 신제품에 반영했다. 우선 국내 최초로 먼지입자의 지름이 1μm(마이크로미터 1μm는 1/1,000,000m) 이하인 극초미세먼지를 감지하는 PM 1.0센서를 탑재했다. 퓨리케어 공기청정기는 PM1.0센서가 측정한 공기 중의 극초미세먼지(1μm 이하), 초미세먼지(2.5μm 이하), 미세먼지(10μm 이하) 등의 농도를 디스플레이에 숫자로 표시한다. 또 먼지, 냄새 등을 종합한 공기 청정도(매우 나쁨/나쁨/보통/ 좋음)도 네 가지 색의 램프로 알려준다.



‘치킨과 버거를 한번에’ 가격대비 구성 월등

(주)푸디노에프앤디 | ICG치킨앤버거

2015년은 여러 악재로 치킨전문점의 매출이 급감했고, 앞으로는 치킨 하나만 판매해서는 지속가능한 경쟁력을 확보하기 어렵다는 것을 여실히 증명한 한 해였다. 반면 신규매장 확장에 회의적이던 패스트푸드 브랜드들은 최근 배달 매출이 급격히 증가하면서 매장 확장에 열을 올렸다. 배달 주문의 패러다임이 배달앱이나 인터넷 주문으로 전환하면서 치킨과 피자 뿐만 아니라 햄버거도 인기 배달 아이템으로 확실히 자리 잡고 있다.

이런 시장상황을 발 빠르게 접목한 외식프랜차이즈 전문회사 (주)푸디노에프앤디는 지난 8월 치킨과 버거를 한 번에 맛 볼 수 있는 새로운 복합아이템 브랜드 ICG치킨앤버거를 론칭해 좋은 반응을 얻고 있다. ICG치킨앤버거(Incredible Chicken & burger)는 차별화한 9가지 치킨앤버거 세트메뉴가 특징. 고객들로부터 ‘가격대비 구성면에서 메이저 패스트푸드 브랜드들을 압도한다’는 평가를 받고 있다. 베스트 메뉴는 치킨에 신선한 양파와 새콤달콤 크림소스를 버무려 먹는 크리미양파세트, 크리미양파닭(M)과 버거 2종(슈퍼통살버거+바삭핫통살버거)+감자튀김+콜라 500ml로 구성했다. 가격은 1만6800원. 문의 1544-3192·홈페이지 www.icg.kr



정통과 대중적 메뉴로 재탄생한 ‘청와대 요리’

청와산대 | 청와산대 족발보쌈칼국수

‘청와산대 족발 보쌈 칼국수’가 세 분의 대통령을 모신 인근에 조리장의 특별한 요리를 앞세워 프랜차이즈 사업을 대대적으로 전개하고 있다. 남녀노소 가리지 않고 선호하는 칼국수, 보쌈, 족발을 메인 메뉴로 올해 12월 현재 전국 30개 이상의 가맹점이 성업 중이다.

‘청와산대 족발 보쌈 칼국수’는 고객지향적이고 고급스러운 인테리어를 콘셉트로 하며, 한국 정통의 맛과 현대의 모던함을 적절히 디자인해 간판 및 내외부 인테리어만으로도 모객을 할 수 있는 점을 바탕으로 정통과 대중의 메뉴를 적절히 세팅했다. 특히 ‘청와대 요리’라는 신뢰를 줄 수 있는 음식과 서비스로 업계의 주목을 받고 있다.

대표메뉴인 ‘청와칼국수’는 누구나 좋아하는 진한 사골칼국수로, 부담 없이 즐길 수 있다. 얼큰한 장터칼국수, 고소한 들깨칼국수 등 다양한 칼국수 요리로 까다로운 고객의 니즈를 만족시키고 있다. 또 율령도 명이나물에 싸서 먹는 마늘보쌈, 전용오븐에 조리해 쫄깃하면서 부드러운 식감이 일품인 한방족발 등 개인 및 단체고객을 유치하기에 알맞은 메뉴로 경쟁력을 강화하고 있다.

문의 1599-1945·www.chungsamdae.co.kr



최소자본·인원으로 창업 가능한 프랜차이즈

디오디시스템 | 황홀한막창&족갈비

많은 애주가들이 즐겨찾는 막창과 족갈비 그리고 닭 한마리에서 10g 정도만 나오는 닭 목살구이 까지 장착한 ‘황홀한막창&족갈비’ (http://황홀한막창.com)가 주목받고 있다. 최근 서울은 물론 부산, 제주, 춘천, 천안, 청주, 아산, 창원 등에서 그 매력을 전파하며 가맹점을 확대해가고 있는 ‘황홀한 막창&족갈비’는 모든 손님이 고기를 드신 후 명품육수로 만든 빙수김치말이 국수를 서비시하며 소비자들의 입맛을 다시게 한다. 또 ‘옛날 도시락’ 같은 식서류 메뉴까지 함께 제공해 특히 여성들의 시선을 모으고 있다.

이에 따라 영업성과가 저조해 폐업을 고려 중인 사업자들에게 인기를 끌고 있다. 적은 초기비용으로 투자해 재오픈이 가능하기 때문이다.

또 지역 및 점포 규모와 여건에 따라 메뉴를 일부만 선택해도 된다. 최소자본과 인원 창업도 가능하며 33㎡부터 매장을 운영할 수 있다. 막창 자체의 맛이 좋기 때문에 반드시 1급 상권이 아니더라도 성공에 대한 가능성이 높고, 30호점 개설까지 가맹비와 보증금, 로열티 등이 면제되는 혜택이 있다.

문의 080-005-7942

