

애경산업, '녹색기술·녹색기술제품' 인증 획득



애경산업이 주방세제 관련 '녹색기술'과 '녹색기술제품' 인증을 획득했다. 먼저 '천연 유래 에센셜 오일로 항균 물질을 대체한 주방세제 제조 기술'로 녹색기술 인증을 받았다. 천연 추출물 적용으로 합성 보존제를 대체한 친환경 주방세제 제조 기술이다. 2021년 한국환경산업기술원으로부터 '환경표지 인증'을 획득한 바 있다. 또 '랩신 키친케어 항균 주방세제(사진)'로 '녹색기술제품' 인증을 받았다. '겨자씨 에센셜 오일 항균 특화기술'을 적용해 99.9% 항균 세정을 돕는 주방세제다. 회사 측은 "향후 환경 친화적인 기술 및 제품 출시를 확대해 자원 순환을 위한 녹색가치를 창출할 것"이라고 했다.

일산자생한방병원, '한방척추 전문병원' 지정

자생의료재단 산하 일산자생한방병원이 보건복지부로부터 '제4기 3차년도 한방척추 전문병원'으로 지정됐다. 보건복지부 전문병원 제도는 의료기관의 기능을 재정립하고 병원의 전문화·특성화를 제고하기 위해 도입됐다. 일산자생한방병원은 한방척추 분야에서 유일하게 지정됐다. 지정기간은 2025년 12월 31일까지다. 2008년 개원한 일산자생한방병원은 추나요법을 비롯해 침치료와 약침, 한약처방 등 한방통합치료로 허리 및 목디스크, 척추관협착증, 퇴행성관절염 등 근골격계 질환을 치료하고 있다.

일산자생한방병원, '한방척추 전문병원' 지정

토리버치, '루나 뉴 이어 캡슐컬렉션' 출시

삼성물산 패션부문의 토리버치가 2023 계묘년 토기캐릭터를 맞아 토기 캐릭터 '리바'를 적용한 '루나 뉴 이어 캡슐컬렉션'(사진)을 내놓았다. 행운과 기쁨을 상징하는 빨간색과 함께 모자이크 느낌으로 표현한 토기 캐릭터 리바를 디자인 포인트로 삼았다. 토기의 전체 실루엣뿐 아니라 귀의 형태를 특징 잡아 프린트, 자수, 패치 등으로 아이템에 적용했다. 캐시미어 래빗 카디건, 토트백, 미니 버킷백, 스니커즈, 지갑 등으로 구성했다.



건강 올레길 | 우리동네 주치의의 건강학

추운 겨울철, '치핵' 발병 가능성 높아져 방치 시 악화될 수 있어...수술 시기 중요

겨울 추위가 지속되면서 치질로 고통 받는 이들이 늘며, 관련 치료 문의 사례 역시 덩달아 증가 추세를 보이고 있다. 치질이란 치핵, 치루, 치열 등 항문에 발생하는 질환을 통칭하는 용어다. 그 중에서도 치핵은 전체 치질의 대부분을 차지하는 흔한 질병으로 꼽힌다. 치핵은 겨울 추위로 인해 발병 가능성이 높아진다고 알려져 있다. 체온이 내려가면서 모세혈관이 수축해 혈액순환 장애로 이어지기 때문이다. 치핵은 병기에 따라 1~4도로 나뉜다.

치핵 증상이 악화되면 만성화되어 치료 및 회복 과정 자체가 복잡해질 수 있다. 치핵 증상이 경미한 상태라면 좌욕 등의 보존적 치료법으로 개선을 기대할 수 있다. 환자 개인 별 상태에 따라 배변 습관 조절, 식이요법, 약물치료 등을 병행한다. 고무결찰법, 냉동요법, 적외선 치료법, 레이저 요법, 잠막 하 치핵응고술 등의 비수술 치료를 시행한다.

하지만 3도 또는 4도 내치핵, 일상생활 속에서 수시로 치핵이 튀어나오는 경우, 탈출한 치핵이 팔약근으로 조여 심하게 붓고 아픈 경우, 출혈 및 통증·탈출이 되풀이되는 경우, 항문 둘레의 약 절반 정도가 파리 모양으로 부풀어 있는 혈전성 외치핵, 탈출한 치핵의 색이 까맣게 변해 있으며 통증이 심한 과사상 치핵 등은 수술을 선택해야 한다.

원형자동문합기를 이용한 치핵절제술로 절제를 하고 이후 좌욕 등의 보존적 치료 및 변 완화제 복용 등의 사후관리를 진행해야 치료 효과를 거둘 수 있다.

서울 강서수도병원 김철석 병원장

건강 올레길 | 우리동네 주치의의 건강학

추운 겨울철, '치핵' 발병 가능성 높아져 방치 시 악화될 수 있어...수술 시기 중요

만능소스 '팔도비빔장', 누적 판매량 2000만 개 돌파

야외활동 증가로 판매량 ↑...라인업 꾸준히 확대

중합식품기업 팔도의 '팔도비빔장'(사진)이 누적 판매량 2000만 개를 돌파했다. 2017년 9월 파우치 형태의 만능비빔장을 선보이며 시장에 진출한 지 6년 만의 성과다. 어느 재료와도 잘 어울려 '만능 소스'라 불리던 팔도비빔면의 엑상스프를 별도로 출시해 달리는 고객 요구를 반영한 제품이다.

2022년 판매량은 전년 대비 115% 성장했다. 사회적 거리두기 해제에 따른 해외 여행과 캠핑 등 야외활동이 많아지며 판매량이 늘었다는 평가다. 또 집밥 선호 문화와 자신만의 레시피로 음식을 조리하는 고객 증가도 힘을 보탤 것이다. 다양한 선택의 폭을 제공하기 위해 라인업을 꾸준히 확대한 것도 주요했다. 매



김영민 기자 dionys@donga.com

마리보는 2023 산업계 트렌드...CES 개막



170여 개국, 3100여 개의 기업이 참가하는 CES가 5일(현지시간) 막을 올렸다. 국내에서도 500여 개가 넘는 기업이 참가해 미래 기술을 선보인다. 삼성전자가 전시관의 지속가능성존(왼쪽)과 LG전자 전시관 사인제품인 삼성전자·LG전자



170여 개국, 3100여 개의 기업이 참가하는 CES가 5일(현지시간) 막을 올렸다. 국내에서도 500여 개가 넘는 기업이 참가해 미래 기술을 선보인다. 삼성전자가 전시관의 지속가능성존(왼쪽)과 LG전자 전시관 사인제품인 삼성전자·LG전자

“초연결부터 고객경험·미래 해양 전략까지”

〈삼성전자〉

〈LG전자〉

〈HD현대〉

삼성전자가 “연결을 통해 기술을 현실로 구현” 2023년형 네오 QLED 8K” 등 신제품 선보

LG 초대형 조형물 ‘올레드 지평선’ 이목 집중

7년 만에 ‘LG 시그니처’ 2세대 공개도 눈길

SK는 파트너사와 함께 탄소중립 기술 전시

2023년 산업계 트렌드를 한 눈에 조망할 수 있는 세계 최대 가전·정보기술(IT) 전시회 ‘CES 2023’이 미국 라스베이거스에서 5일(이하 현지시간)부터 8일까지 열린다. 코로나19 사태 이후 3년 만에 완전 정상 개최되는 이번 행사의 슬로건은 ‘Be In IT’(빠져들어서라)다. 170여 개국 3100개가 넘는 기업들이 참가하고, 관람객 규모도 10만 명 이상으로 추산된다. 구글과 아마존, 마이크로소프트 등 빅테크 기업들이 대거 참가한다. 국내에서도 삼성전자와 LG전자, SK, HD현대를 포함해 500개가 넘는 기업이 참가해 미래 기술을 선보인다.

●삼성·LG ‘초연결·친환경’ 전시

국내 양대 가전 기업 삼성전자와 LG전자는 ‘초연결’과 ‘친환경’ 등을 주제로 전시에 나선다. 삼성전자는 ‘맞춤형 경험으로 여는 초연결 시대’를 제시한다. 기기 간 연결을 넘어 사람과 사람, 사람과 환경과의 연결을 체험할 수 있다. 특히, 스마트 플랫폼 ‘스마트싱스’를 더 효과적으로 경험할 수 있도록 전시관 전체를 단순 제품 전시가 아닌 경험 위주로 구성했다. 2023년형 ‘네오 QLED 8K’부터 ‘패밀리허브’ 신제품을 비롯한 여러 비스포크 가전, ‘갤럭시Z폴드4·플

랩4’, ‘갤럭시워치’ 등 모바일 기기 등 삼성 제품과 파트너사 제품을 연결해 다양한 시나리오를 연출했다.

삼성전자는 개막에 앞서 4일 프레스 컨퍼런스를 열고, 새로운 시대를 위한 비전을 공개했다. 현재 시장에 출시된 140여 개에 달하는 다양한 커넥티드 기기들을 원활하게 연결해 사람들의 일상과 지구 환경을 위해 많은 변화를 이루어 낼 수 있는 기술을 소개했다. 한종희 삼성전자 DX부문장(부회장)은 “연결을 통해 모두의 꿈과 바람이 담긴 기술을 현실로 구현하는 것이 우리가 추구하는 궁극적 비전이다”고 말했다.

LG전자는 ‘고객의 삶을 행복하게 만든다’는 의미인 브랜드 슬로건 ‘Life’s Good’(라이프스굿)을 주제로 전시관을 꾸렸다. 특히 전시관 입구에 올레드 플랫폼 사이니지 260장을 이어 붙인 초대형 조형물 ‘올레드 지평선’을 전시해 관람객들의 이목을 집중시킨다. 올레드만의 기술을 활용해 대자연의 웅장함을 연출했다.

전시관 내부에는 스마트홈 플랫폼 ‘싱큐’ 앱에서 도어 색상을 변경할 수 있는 ‘무드업’ 냉장고를 포함해 새로운 기능을 지속 업그레이드할 수 있는 ‘UP가전’, 7년 만에 선보이는 초프리미엄 가전 ‘LG 시그니처’ 2세대, 올레드 TV로 즐기는 웹OS만의 차별화된 콘텐츠, ESG 비전 등을 소개한다.

조주완 LG전자 사장은 4일 현지에서 개최한 ‘LG 월드 프리미어’에서 “모든 혁신의 시작과 끝은 고객이며, 우리는 그 혁신을 통해 세상을 미소 짓게 할 것이다”고 말했다.

●SK와 HD현대 등도 미래기술 선보

SK와 HD현대 등도 전시관을 꾸리고 미래 기술을

선보인다.

SK는 8개 계열사가 ‘행동(함께, 더 멀리, 탄소 없는 미래로 나아가자)’을 주제로 한 그룹 통합전시관을 운영한다. SK 외에 SK이노베이션, SK E&S, SK하이닉스, SK텔레콤, SK에코플랜트, SKC, SK바이오팜 등이 참여했다. SK가 투자하거나 협력관계를 맺고 있는 미국 플러그파워, 테라파워, 영국 플라스틱 에너지 등 10개 파트너도 참여해 ‘글로벌 탄소중립 동맹’의 기술력을 선보인다.

최태원 SK그룹 회장을 비롯해 최재원 수석부회장, 최창원 SK디스커버리 부회장, 조대식 SK수펙스추진협의회 의장 등도 행사에 참석한다. 최태원 회장은 SK그룹관은 물론, 국내외 주요 기업과도 관람하며 친환경 기술 선순환 등 첨단 기술 트렌드를 살피고 글로벌 기업들을 상대로 협력 방안을 모색하는 한편, 부산엑스포 유치 협조도 당부한다.

HD현대도 지속가능한 미래를 향한 해양 비전을 선보인다. 무한 잠재력을 가진 바다에 대한 관점과 활용 방식의 근본적 변화를 이뤄낼 ‘오션 트랜스포메이션’을 제시하고, 미래 해양 전략과 성장 동력을 선보인다. 오션 모빌리티, 오션 와이드, 오션 라이프, 오션 에너지 등 4가지 테마로 구성된 전시관에선 무인화 및 원격 디지털 솔루션 기반으로 한 미래 선박의 모습과 해양 데이터 플랫폼 등을 공개한다.

정기선 HD현대 사장은 4일 열린 프레스 컨퍼런스에서 “HD현대는 퓨처빌더로서 바다의 근본적 대전환, 즉 ‘오션 트랜스포메이션’을 통해 인류 영역의 역사적 확장고 미래 세대를 위한 지속 가능한 성장에 앞장서겠다”고 말했다. 김영민 기자 dionys@donga.com

“TV 연결선이 사라졌다”...LG, ‘시그니처 올레드 M’ 공개

97인치 올레드 TV에 무선 전송 기술 탑재 ‘제로 커넥트 박스’로 다양한 주변기기 연결

LG전자가 올레드 10년 기술과 디자인을 집약한 ‘LG 시그니처 올레드 M’(97M3·사진)을 공개했다. 현존 최대 크기 97인치 올레드TV에 세계 최초로 4K 해상도·120Hz 주사율 규격의 영상 전송을 지원하는 무선 솔루션을 탑재했다.

TV 본체와 약 10m 내에서 고화질 영상의 무선 전송이 가능한 ‘제로 커넥트 박스’로 구성된다. 제로 커넥트 박스는 HDMI 2.1, USB, RF, LAN 포트, 블루투스 등을 지원해 콘솔 기기, 사운드 바 등 다양한 주변 기기를

연결할 수 있다. 주변 기기와 연결된 제로 커넥트 박스를 소파 옆에 두면 스크린 주변은 전원을 제외한 모든 선이 사라져 TV가 설치된 주변 공간을 깔끔하게 정리할 수 있다.

기존에도 주변 기기를 TV에 직접 연결하는 대신 별도의 연결용 박스를 활용하는 경우가 있었다. 하지만 이 경우 다시 TV와 유선으로 연결해야 하기 때문에 TV 주변을 깔끔하게 연출하기 위해선 주변 기기를 보관할 수납장이 추가로 필요하다. 신제품은 거실 공간 인테리어를 고민하는 고객들의 이러한 번거로움을 해결했다.

LG전자 독자 기술로 완성한 무선 AV 전송 솔루션은 기존 와이파이가 6대비 최대 3배 이상 빠른 속도로 대용량 데이터를 전송한다. 특히 무선 환경에서도 영상·음향기



술 전문브랜드 돌비의 영상기술 돌비비전과 음향기술 돌비앤티모스를 모두 지원한다.

한편 LG전자는 4K·120Hz 무선 전송 기술을 탑재한 83·77인치 올레드 TV도 선보일 예정이다. 김영민 기자

만능소스 ‘팔도비빔장’, 누적 판매량 2000만 개 돌파

야외활동 증가로 판매량 ↑...라인업 꾸준히 확대

중합식품기업 팔도의 ‘팔도비빔장’(사진)이 누적 판매량 2000만 개를 돌파했다.

2017년 9월 파우치 형태의 만능비빔장을 선보이며 시장에 진출한 지 6년 만의 성과다. 어느 재료와도 잘 어울려 ‘만능 소스’라 불리던 팔도비빔면의 엑상스프를 별도로 출시해 달리는 고객 요구를 반영한 제품이다.



2022년 판매량은 전년 대비 115% 성장했다. 사회적 거리두기 해제에 따른 해외 여행과 캠핑 등 야외활동이 많아지며 판매량이 늘었다는 평가다. 또 집밥 선호 문화와 자신만의 레시피로 음식을 조리하는 고객 증가도 힘을 보탤 것이다. 다양한 선택의 폭을 제공하기 위해 라인업을 꾸준히 확대한 것도 주요했다. 매

운맛 마니아를 위한 ‘팔도비빔장 매운맛’과 담백한 맛을 선호하는 고객을 타깃으로 한 ‘팔도비빔장 버터간장’ 등이 대표적이다. 후대가 편한 제품을 선호하는 고객을 겨냥해 스틱형 제품도 선보였다. 2월에는 칼로리를 줄인 신제품을 내놓을 예정이다.

민하원 팔도 마케팅 담당은 “팔도비빔장은 면뿐 아니라 다양한 재료를 비벼 먹는 비빔장에서 출발했으나, 지금은 만능 요리 소스로 쓰임새가 확대되고 있다”며 “다양해진 입맛과 간편식을 선호하는 트렌드에 발맞춰 고객이 원하는 제품을 지속 선보일 것”이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com