

“일터를 넘어 배움터·놀이터” 中企 이미지 바꾸는 산단공

‘담 없는 소통’ 행사
年 6회 → 12회 확대

한국산업단지공단(이사장 황규연·사진)이 중소기업 인식 개선을 통해 인력 mismatch 해소에 발벗고 나선다.

산단공은 연 6~7회 개최하던 ‘담 없는 소통’ 행사를 내년부터 연 12회로 확대하기로 했다. 이 행사는 중소기업 경영자와 고교·대학생 간 대화 프로그램이다. 2012년부터 시작했으며 시행 첫해엔 5회, 2013~2014년 각 6회, 작년·올해 각 7회 열렸다. 올해엔 경상공공 경기자동차과학교 순천전자고 거제여상 등 7개교 학생 1578명이 중소기업인과 대화의 시간을 가졌다.

이달 초 한국복지대에서 열린 ‘담없는 소통’ 행사에 참석했다. 이현수 산단공 상무, 김태원 구글 코리아 상무 등이 학생들에게 진로와 인생살이 등을 조언했다. 지난달 말 춘천 강원에너지에선 ‘별로야 아빠’로 불리는 최종일 아이코닉스 대표와 웹툰서비스 플랫폼 전문기업인 바로코믹스의 장병영 대표, 김이준 성공회대 희망가득



이달 초 한국복지대에서 열린 ‘담없는 소통’ 행사에 참석했다.

황규연 산단공 이사장은 “2015 통계청 사회조사에 따르면 청년층이 가장 근무하고 싶어 하는 직장은 국가기관(23.7%), 공기업(19.5%), 대기업(18.7%) 순이었고 중소기업은 3.0%로 최하위로 나타나 대책 마련이 시급하다”며 담소 확대 배경을 설명했다.

산단공은 산업단지의 근무여건 개선을 위해 낡은 산업단지 개조하는 ‘구조고도화사업’을 확대하기로 했다. 남동산업단지 등 15개 산업단지 대상 지역으로 선정했고 다음 달 추가로 2개 단지를 뽑는 등 모두 17개 단지의 구조고도화를 추진할 예정이다. 산업단지 내 각종 문화 프로그램과 교육프로그램을 확대해 산업단지를 ‘일터’ ‘즐거터’ ‘배움터’로 탈바꿈시킬 계획이다.

김부훈 중소기업전문기자
nhk@hankyung.com

진로상담센터 교수, 토종작물을 이용해 화장품을 제조하는 래디안의 최신욱 대표 등이 멘토로 참가했다.

이달의 으뜸중기제품 제오메이드 안전사고 막는 ‘아이도어’

“문틈이 아예 없어요” ... 손 끼일 걱정 없는 안전문

문틈에 ‘C’자 홈 특허
日 이어 中에도 수출 추진

정태영 제오메이드 대표는 2012년 집에서 옷을 갈아입다 아찔한 일을 겪었다. 세 살짜리 아들이 장풍문에 손을 갇힐 뻔했기 때문이다. 손가락이 들어갈 정도로 문과 경첩 사이에 틈이 벌어져 안전사고 위험이 늘었다는 게 이해가 안 됐다. 틈 없는 안전 문을 만들면 사업이 되겠다는 생각이 들었다. 조경 설계 일을 하던 그는 곧바로 제품 개발에 들어갔다. 설계를 마치고 그해 12월 관련 특허를 등록했다. 이듬해인 2013년 초 제오메이드를 설립했다.

◆틈새 없어 소음 차단도 효과적
‘이달의 으뜸중기 제품’으로 선정된 아이도어는 문이 열리고 닫힐 때 문틀 경첩 부위에 틈이 일체 없게 만든 제품이다.

일반문은 열리면 경첩 부분에 틈이 벌어진다. 공간이 조금 있어야 문을 닫을 때 문을 감싸고 있는 틀과 딱 맞기 때문이다. 틈이 없으면 문이 닫히지 않는다. 아이도어



정태영 제오메이드 대표가 문틈이 벌어지지 않는 아이도어의 작동 원리를 설명하고 있다.

안재광 기자

는 이 틈을 없애면서도 잘 닫히게 하기 위해 문틀에 ‘C’자 모양의 홈이 파여 있다. 문을 닫으면 고정된 모서리 부분이 이 홈에 쏙 들어간다. 문틀과 맞닿는 모서리 부분은 등글레 처리했다. 문이 열렸을 때 이 홈이 문틀 틈을 막아준다. 아이도어는 손가락이 끼는 사고만 방지하는 게 아니다. 틈이 없으니 모양도 좋다. 문을 열어놓아도

틈새가 벌어지지 않아 깔끔하다. 문틈 사이로 방 안쪽이 보이지 않아 사생활을 보호하는 역할도 한다. 일반 문에 비해 방음성도 좋다.

손잡이(제품명 아이핸들)에도 안전모드 기능이 있다. 손잡이를 여는 방향과 반대로 돌리면 길쭉한 손잡이가 문을 완전히 닫을 수 없게 막는다. 문이 닫히지 않게 끼워 쓰는 도어패드 역할을 한다. 손가락이 끼는 사고를 방지할 수 있다. 바람이 불어 문이 ‘뿡’ 하고 닫힐 일도 없다.

아이가 있는 집이나 반려동물을 키우는 집에서 유용하게 쓸 수 있다. 스테인리스와 알루미늄 소재여서 충격에 강하다.

◆대형빌딩 안전문 의무화 수혜
제오메이드는 제주 호텔과 단독주택 신축 단지에 아이도어를 납품했다. 대구 어린이집 등에도 공급했다.

요즘은 여러 대형 건설사들과 납품을 논의 중이다. 작년 10월부터 대형 건축물 신축 시 출입문 고정부 모서리에 손끼임 방지장치를 반드시 설치해야 하는 규정이 생긴 영향이 크다. 16층 이상 고층빌딩과 30실 이상 오피스텔 등이 대상이다. 일부 건설사 모델하우스에는 이미 제품을 공급했다. 정 대표는 “일찍 특허를 받아 놓은 덕분에 국내 주요 도어업체에서 협력하자는 제안이 많다”고 말했다.

중국 등으로 수출도 추진 중이다. 이를 위해 문틀은 그대로 두고 경첩 부분만 바꿀 수 있게 개량형 제품을 개발 중이다. 해외는 한국과 시공 방식이 달라 문틀을 바꾸는 게 어려워서다.

◆‘이달의 으뜸중기 제품’은 이메일(art@hankyung.com)로 신청받고 있습니다. 한국경제신문 홈페이지(event.hankyung.com)를 참조하세요.

◆이달의 으뜸중기 제품 △알엠지-웹인증 보안 홀로그래프 시스템(스웹스) 070-4077-0769 △고려도로-깨끗한독배기 (055)355-1679 △제오메이드-안전도어시스템 (032)245-4712 △한성비씨씨-스프레이형 간이소화기 EASY119 (055)295-3173

아이핸들은 지난 9월 일본에 수출하기 시작했다. 지진이 잦은 일본에선 문을 완전히 닫지 않는 게 생활화됐다. 지진이 발생했을 때 건물이 뒤그러 문이 안 열릴 우려가 있어서다. 정 대표는 “건설사 납품이 본격화되면 내년에 400억원 이상의 매출을 거둘 것으로 기대한다”며 “건설사 특판뿐 아니라 인테리어, 리모델링 등 시판시장에도 진출할 예정”이라고 말했다.

인천=안재광 기자 ahnj@hankyung.com

2016년 블루리본 현대해상 수상자

블루리본은 손해보험협회 선정 최고의 보험모집인에게 수여하는 상입니다.

제6회 '블루리본 수여식' 현대해상 영광의 얼굴들

현대해상 블루리본 수상자는 대한민국 상위 0.1%의 하이플래너입니다.

() : 현대해상에서의 영업경력

구리사업부 박경희(28년)	강서사업부 박은애(21년)	강서사업부 장신순(20년)	성남사업부 최두환(22년)	성남사업부 김정희(20년)	영등포사업부 선남순(21년)	부평사업부 최오복(16년)
안양사업부 김순옥(16년)	평택사업부 남철희(19년)	대전사업부 이상현(20년)	대전사업부 김중석(16년)	대전사업부 김재인(19년)	대전사업부 김철배(24년)	서산사업부 임성자(16년)
서산사업부 이환희(19년)	청주사업부 반상병(12년)	동광주사업부 김승미(24년)	동광주사업부 정영희(16년)	순천사업부 장남희(18년)	전주사업부 박은숙(21년)	대구사업부 박임조(21년)
대구사업부 이용재(20년)	대구사업부 최안집(15년)	안동사업부 조순일(11년)	포항사업부 박영국(19년)	동울산사업부 전상배(21년)	동울산사업부 박수정(21년)	동울산사업부 김영순(15년)
북부산사업부 정의숙(24년)	울산사업부 박해순(20년)	울산사업부 서말순(17년)	울산사업부 박인숙(19년)	울산사업부 장봉숙(21년)	울산사업부 조범식(14년)	울산사업부 김영희(21년)
울산사업부 박미연(27년)	울산사업부 최석주(16년)	제주사업부 임송환(12년)	진주사업부 이덕자(18년)	진주사업부 송민규(15년)	진주사업부 강영록(18년)	

현대해상

휴롬, 2년 연속 '광군제 대박' 하루 만에 매출 220억 비결은...

‘프리미엄 전략’ 고수
작품에 강경 대응도 한몫

휴롬은 지난 11일 단 하루 만에 220억원의 매출을 올렸다. 중국판 블랙 프라이데이로 불리는 광군제 할인 판매 행사 때였다. 원예기 단일 품목으로 거둔 성과였다. 작년 행사 때 180억원의 매출을 기록한 휴롬은 2년 연속 ‘광군제 대박’을 냈다. 세계 가진 업체들의 각축장이 알려지자 온라인 쇼핑몰 티몰에선 주방 가전 부문 5위에 이름을 올렸다. 두각을 나타낸 이유가 있었다. 휴롬은 중국 진출 초기부터 프리미엄 전략을 고수했다. 할인마트 등 값싸게 파는 곳엔 들어가지 않았다. 고급 백화점 위주로 매장을 열었다. ‘갓고 싶은 브랜드’란 이미지를 얻기 위해서였다.

처음엔 기대만큼 잘되지 않았다. 2011년 중국에서 판 원예기는 3000여대에 불과했다. 마트 등에서 ‘제품을 싸게 주면 많이 팔아 주겠다’는 제안이 왔다. 하지만 ‘유혹’에 넘어가지 않았다.

김영기 휴롬 회장은(사진)은 “프리미엄 정책을 더 강화하라”고 지시했다. 인지도 높이기 위해 중국 내 주요 TV 홈쇼를 공략했다. 한국보다 20~30% 비싸게 가격을 책정했다. ‘휴롬 원예기는 이 정도 가격을 받아야 한다’는 메시지를 심어줬다. 백화점에도 단일 매장만 열었다. 현재 백화점 매장 수는 400곳이 넘는다.

“메이드 인 코리아” 정책도 지켰다. ‘한국 제품은 품질이 좋다’는 이미지를 적극 활용했다. 중국에도 공장이 있었지만 여기서 만든 제품은 대부분 유럽과 중동 등으로 수출했다. 배송 물류 관세 등 비용을 모두 가격에 넣어 ‘제값’을 받았다. 짝퉁엔 강하게 대응했다. 특허 소송을 제기하고 짝퉁 판매를 원천 차단하려고 노력했다. 이를 통해 휴롬이 ‘원예기 원조’란 것을 알리는 기회로 삼았다.

알라바바 측에서 작년 광군제

광군제 휴롬 원예기 판매액 (단위:억원)

2014년	2015년	2016년
70	180	220

자료:휴롬

행사 때 주요 브랜드로 참여해 보겠느냐는 제안이 왔다. 티몰 메인 화면에 다이스필립스 등 글로벌 가전사들과 함께 휴롬이 올라갔다. 행사 당일, 2초에 한 대씩 팔려나갔다. 총 판매 대수가 1만5000여대에 달했다. 올해는 이보다 많은 6만여대를 팔았다.

중국이 최근 한류 스타의 방송 광고 등을 금지하는 ‘한한령(限韓令·한류 금지령)’을 내렸지만 휴롬은 큰 타격이 없을 전망이다. 이달 초 대만 배우 자오요우링과 광고모델 계약을 한 부분이다. 알라바바의 “광고에 한국 색채를 빼는 게 좋겠다”는 말 빠른 조언에 따른 것이었다.

인천=안재광 기자 ahnj@hankyung.com

중기중앙회, 상하이에 사무소

중소기업중앙회는 중소기업의 수출과 판로 개척을 지원하기 위해 23일 중국 상하이에 사무소를 열었다. 상하이 사무소는 미크로스앤젤레스(MLA)와 베트남 호찌민에 이은 중기중앙회의 세 번째 해외 사무소다.

중기중앙회는 현지 사무소를 기반으로 중소기업의 중국 시장 진출을 적극적으로 도울 계획이다. 내년부터 해외 바이어 수출 상담회와 투자설명회 등을 열 예정이다. 이미 중국 시장에 진출한 한인 기업인 간 정보 교류도 확대할 방침이다.

박성택 중소기업중앙회 회장은 “중국은 여전히 한국 수출의 4분의 1 이상을 차지하는 최대 시장”이라며 “상하이 사무소는 한국 중소기업의 신규 진출은 물론 이미 진출한 한인 중소기업을 지원하는 거점 역할을 할 수 있도록 하겠다”고 말했다.

이민하 기자 minari@hankyung.com

기보, 청년기술창업교실

기술보조기금은 다음달 6일 광주광역시 조천대에서 ‘제6회 청년·기술창업교실’을 연다. 교육 대상자는 광주·전남지역에서 제조, 정보통신기술(ICT), 신재생에너지, 지식문화 등 기술기반 업종의 창업을 준비하는 만 19~39세 예비 또는 초기 창업자다. 강의는 1박2일 총 14시간에 걸쳐 열린다. 프로그램은 △정부지원사업 설명 △마케팅 전략 및 사례 △비즈니스 모델 생성 등이다.