



비체름 선풍기 보조장치 '팬포머'

# 일반 선풍기에 덧씌우면 바람 2배로 세져

선풍기 앞에 플라스틱 틀을 덧댄다고 바람이 더 강해질까. 비체름이 내놓은 팬포머2를 같은 종류 선풍기 두 대 중 한 대에만 설치한 뒤 2m 떨어진 곳에서 직접 바람을 맞아봤다. 팬포머2를 설치한 쪽 선풍기 바람이 더 강하게 전해져오는 것을 확인할 수 있었다. 김동일 비체름 대표는 "팬포머2를 쓰면 바람이 퍼지지 않고 한 곳으로 집중돼 15m까지도 바람이 전달된다"고 말했다.

◆세계 유일 제품

비체름이 지난 5월 내놓은 팬포머2는 일반 선풍기를 에어서클레이터로 바꿔주는 조립 키트다. 김 대표는 "국내의 어느 기업에서도 내놓은 적이 없는 독창적인 제품"이라고 강조했다. 선풍기 날의 지름에 맞게 35cm와 40cm 두 종류로 출시했다. 그는 "일반 선풍기에 비해 에어서클레이터는 두 배 이상 비싸지만 성능이 좋아 사는 가치가 많다"며 "팬포머는 에어서클레이터 가격의 5분의 1만 투자해 같은 효과를 낼 수 있게 해주는 제품"이라고 설명했다. 팬포머2 소비자가 가격은 1만9800원이다.

◆제트엔진 원리 채용

팬포머2는 지난해 7월부터 8월까지 두 달간 롯데홈쇼핑에서 2만 대 이상이 팔린 팬포머의 후속 모델이다. 홈쇼핑을 통해 팬포머의 인기를 확인한 비체름은 기술정보진흥원에서 1억2000만원을 지원

나선형의 특수망 거치며

바람이 회전하면서 불어 먼지필터 장착제품 곧 출시

발명교실 운영하는 발명가 보유한 특허만 30개 넘어

받아 편의성과 성능을 개선한 팬포머2를 개발했다. 팬포머2는 팬포머보다 설치가 간편해졌다. 쇠로 된 나사를 이용하는 대신 플라스틱 나사를 이용해 공구 없이도 설치할 수 있다. 선풍기 머리 앞쪽에 팬포머를 맞춘 뒤 플라스틱 나사 네 개만 조이면 설치가 끝난다. 바람을 모아주는 특수망 형태도 개선해 풍속 증가율을 30%에서 52~90%로 높였다. 김 대표는



김동일 비체름 대표가 팬포머2의 성능에 대해 설명하고 있다.

"올 4월 한국화학융합시험연구원(KTR)에서 팬포머2가 선풍기 풍속을 최대 90%까지 높여줄 수 있다는 인증을 받았다"고 설명했다.

추가 전력을 쓰지 않고도 팬포머만 붙이면 바람이 강해지는 이유는 제트엔진에 쓰이는 노즐 원리를 이용했기 때문이다. 선풍기 바람이 팬포머의 나선형 특수망을 지나면 회전하게 된다. 김 대표는 "바람이 회전하며 불어나가기 때

문에 더 멀리 강하게 날아간다"며 "회전하는 총알이 더 멀리 직진해서 날아가는 것을 생각하면 이해하기 쉽다"고 말했다.

◆하반기엔 수출도 김 대표는 본인의 직업을 '발명가'라고 소개했다. 그가 보유한 특허만 30개가 넘는다. 전북 전주에서 발명교실을 운영하며 학생을 가르치는 것이 목표였다. 김 대표는 "학생들에게 내가 개발한 발명품

◆'이달의 으뜸중기 제품'은 이매일(art@hankyung.com)로 신청받습니다. 한국경제신문 홈페이지(event.hankyung.com)를 참조하세요.  
◆이달의 으뜸중기 제품 △제이월드-베네프 진공블렌더 (031)431-8988 △고레블코리아-신개념 교육용구 고레블 070-4790-5001 △한성비씨씨-이지119 산소마스크 (055)295-3173 △비체름-팬포머 070-8688-7107

## '홈 인테리어' 맞춤형 서비스 유진, 그룹 신성장동력으로

### '홈데이 원' 1호점 개점

국내 1위 레미콘업체인 유진기업이 가정용 인테리어사업을 새 성장동력으로 삼고 있다. 건자재 유통으로 쌓은 노하우를 활용할 수 있는 데다 경기예 따라 부침이 심한 레미콘과 달리 꾸준히 성장하는 시장이기 때문이다.

유진기업은 지난해 9월 대규모 종합인테리어 매장인 홈데이 원(HomeDay One) 1호점(사진)을 열었다고 26일 밝혔다. 1호점인 서울 당장점은 454㎡ 규모로 인테리어 패키지를 체험하는 스타일존과 자재를 확인할 수 있는 공간으로 꾸몄다. 홈데이 원은 66~99㎡대 주택이 주요 대상이며 지난해 9월 선보인 인테리어 브랜드 홈데이를 통해 검증된 인테리어 요소를 선호도 높은 패키지로 묶은 것이 특징이다. 기존 홈데이와 같은 시공 서비스를 받을 수 있으며 보



증기간(1년)에는 무상으로 관리해 준다.

유진기업은 '1대1 맞춤형 서비스' 등 차별화된 서비스로 LG하우시스 KCC 한샘 등이 장악한 인테리어 리모델링 시장에 뛰어 들었다. 유경선 유진그룹 회장은 홈데이를 직접 챙기며 투자와 지원을 아끼지 않고 있다. 인테리어 시장 후발 주자지만 40여 년간 레미콘 분야에서 축적한 현장 노하우와 기술력이 차별화된 강점이라는 게 유진 측 설명이다.

유진기업은 올해 홈데이 2호점과 3호점을 서울 송파구와 경기도 양주시 일산에 열 예정이다. 김정은 기자 likesmile@hankyung.com

## 임플란트, 해외시장 개척 속도낸다

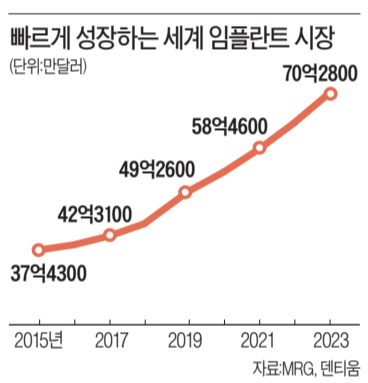
### 정체된 국내시장 '돌파구' 중국·인도·이란 등에 법인

국내 치과 임플란트 업체들이 해외시장 개척에 속도를 내고 있다. 빠르게 커지는 동남아시아 등 신흥시장을 선점하기 위해서다.

26일 업계에 따르면 국내 치과 임플란트 업체들이 지난해에 이어 올 들어서도 해외 현지법인을 빠르게 늘려가고 있다.

국내 1위 치과 임플란트 업체인 오스템임플란트는 지난 3월 중국 톈진에 현지법인을 신설했다. 세 번째 중국 법인이다. 베이징과 선전에도 현지법인이 있는 이 회사는 중국 시장 공략에 적극적이다. 아직은 초기 단계인 중국 치과 임플란트 시장의 잠재력이 크다고 보기 때문이다.

오스템임플란트는 2006년 미국 중국 등 12개국에 현지법인을 동시에 세우는 등 해외 시장 공략에 공을 들이고 있다. 미국 유럽 등 선진시장에서는 스트라우만,



노벨바이오메커 등 현지 업체에 밀려 고전을 면치 못했다. 이 때문에 최근에는 미래 성장성이 큰 중국 동남아 등 신흥국 시장에 집중하고 있다. 현지법인도 23개에 이른다.

국내 3위 치과 임플란트 업체인 디오는 지난해 이란과 일본에 현지법인을 세운 데 이어 올 2월에는 중국 상하이에 14번째 해외법인을 설립했다. 이 회사는 베이징에도 현지법인이었다.

2위 업체 덴티움도 지난해 중국 광저우, 인도네시아, 네팔에 현지법인을 세웠다. 이란에 18번

째 해외법인 설립을 검토 중이다. 덴티움 관계자는 "국내 치과 임플란트 시장은 성숙 단계에 접어들어 연간 2~3% 성장에 그치고 있지만 해외 시장 성장률은 8% 이상"이라며 "동남아 중국 등은 치과 임플란트 시장이 초기 단계여서 성장률이 두 자릿수로 높다"고 말했다.

국내 치과 임플란트 업체들의 해외 실적은 아직 부진하다. 대다수 현지법인이 적자를 내고 있다. 오스템임플란트는 지난해 22개 해외법인 중 여섯 곳만 흑자를 냈다. 덴티움은 17개 법인 중 네 곳, 디오는 13개 법인 중 두 곳만 흑자였다.

오스템임플란트 관계자는 "해외 매출은 늘고 있지만 아직 흑자를 내는 곳은 많지 않다"면서도 "해외시장은 개척하는 단계인 만큼 적자를 내더라도 현지 치과의사 교육 확대, 영업인력 증원 등 시장 선점을 위해 적극 투자하고 있다"고 설명했다.

임락근 기자 rklim@hankyung.com

## 코스맥스, 중국서 첫 화장품 기술설명회

### 글로벌업체 연구소장 등 참석

화장품 제조개발생산(ODM) 전문회사인 코스맥스는 지난 23일 중국 상하이 힐튼호텔에서 '제1회 중국 화장품 기술 콘퍼런스(사진)'를 열었다고 26일 밝혔다. 중국에 진출한 화장품 ODM 업체 중 화장품 연구 성과와 최신 동향을 발표하는 설명회를 연 것은 코스맥스가 처음이다.

'중국 화장품 기술의 미래'라는 주제로 열린 이 행사에서는 코스맥스의 나노 에멀션, 클렌징 과학, 피부와 줄기세포 연구, 화장품 분체와 조성물 연구 등이 소개됐다. 우페이핑 상하이 뷰티밸리 비서장, 진젠 생활화학 협회 회장 등 지방정부 관계자를 비롯해 중국 화장품 관계자 100여 명이 참석했다. 코스맥스 주요 고객사인 로레알, 바이레핀, 자라그룹 등 글로벌 화장품 회사 연구소장들도 자리를 함께했다.



회사 측은 참석자들이 자사 고 유 기술에 큰 관심을 보였다고 전했다. 코스맥스는 쿠션감이 있는 촉촉한 젤리 타입 메이크업 제형기술인 셀텍스와 성형 및 건조과정을 이용한 파우더 성형기술인 아트코타를 비롯해 투명 스프레이 제형화 기술로 백탁현상을 남기지 않고 균일하게 도포되는 섀스프레이 기술인 슬라클리어를 소개했다.

최경 코스맥스차이나 총경리(부회장)는 "앞으로 상·하반기 두 번 정기적으로 행사를 열 예정"이라고 말했다.

전예진 기자 ace@hankyung.com

## 협력사 판매대금 지급 단축 홈엔쇼핑, 업계 최단 4일로

홈엔쇼핑 협력사는 상품 판매대금을 나흘 안에 받게 된다. 홈엔쇼핑은 오는 7월부터 협력사 상품 판매대금 지급 기간을 기존 최단 7일에서 4일로 줄인다고 26일 밝혔다. 업계 평균 대금 지급 기간은 열흘 수준이다. 현금, 카드, 매출채권 등 지급 방식에 따라서는 한 달 이상도 걸린다.

홈엔쇼핑 협력사는 기존에는 7일에서 17일(평균 12일) 사이에 판매대금을 받을 수 있었지만, 정책 변경 후에는 최소 4일에서 14일(평균 9일) 내에 판매대금을 현금으로 정산받는다. 판매대금은 매달 열흘 간격으로 한 달에 세 번 정산해서 지급한다.

홈엔쇼핑은 2012년 개국 이래 상품 판매대금 지급 시기를 꾸준히 앞당겨 왔다. 개국 초 평균 32.5일이던 지급 기일은 평균 9일로 크게 단축했다.

이민하 기자 minari@hankyung.com

**KB금융그룹**

## 단계별 질병보장으로 걱정은 덜어드리고 안심은 더해드릴게요!

단계별로 차곡차곡 챙겨주고 나이가 들어도 든든하게 지켜주니까  
당신의 오늘부터 가족의 내일까지 걱정은 줄어드시고 행복은 커집니다

**KB The드림 365 건강보험**  
2017년 업계최초 배타적사용권 획득

큰 병에도 보장!  
다양한 질병들도 보장!  
후유장애 등 치료 후에도 보장!  
20년 주기갱신을 통해 110세까지 보장!

\*본 보험은 계약 체결 시에 적용되는 보험입니다.

· 손해보험협회 심의필 제2017-0246호(2017.1.16) · 주소: 서울시 강남구 테헤란로 117 KB손해보험빌딩 www.kbinsure.co.kr  
 · 고객센터: 1544-0114 · 보험계약 체결 전 반드시 약관 및 상품설명서를 읽어보시기 바랍니다. · 지급제한조항이 있을 수 있습니다. · 기존에 체결했던 보험 계약을 해지하고 다른 보험 계약을 체결할 경우, 보험 인수 기간 및 보험료 인상, 보장 내용이 달라질 수 있습니다. · 이 보험 계약은 계약자보호법에 따라 영구보험금 지급이 보장되며, 보호 권도는 본 보험회사에 있는 귀하의 모든 영구 보험 대상 금융 상품의 해약원금(또는 만기 시 보험금)이나 사고보험금에 가산지급금을 합하여 1만명 '최고 5천만원'이며, 5천만원을 초과하는 나머지 금액은 보호하지 않습니다.

국민의 평생 희망파트너  
**KB손해보험**