



아도니스글로벌 힘방지 가능 갖춘 얇은 합판마루

# “마룻바닥재 두께 절반 ... 가격도 15% 저렴”

(4mm)

2009년 겨울, 서울 강일지구 아파트 입주자들이 “집이 춥다”고 단체로 민원을 제기했다. 일부 아파트에 마룻바닥재를 납품한 아도니스글로벌의 우귀동 사장은 건설업체와 함께 원인 찾기에 나섰다.

우 사장은 “나무로 된 바닥재가 너무 두꺼워 열이 제대로 전달되지 않는다”고 판단했다. 마룻바닥은 그때나 지금이나 두께 7~8mm짜리가 주를 이룬다. 우 사장은 그때부터 ‘두께가 얇고 변형이 되지 않는 마룻바닥재’ 개발을 시작했다.

◆ 변형 막기 위한 두 가지 특허

아도니스글로벌이 2년간 연구 끝에 내놓은 제품이 ‘이달의 으뜸 중기제품상’을 받은 ‘힘방지 기능을 갖춘 얇은 합판 마루’다. 우 사장은 “마루는 시간이 지나면 위로 휘는 경우가 많고 본드를 쓰기 때문에 열 전달도 잘 안 된다”며 “이 집에 착안해 마루 두께를 얇게 만들었다”고 말했다. 두께는 기존 제품의 절반 정도인 4mm로 줄었다. 일본에서 공부한 우 사장은 일본 논문을 뒤져 얇고 변형이 덜 되는 방법을 찾아냈다.

우 사장은 “변형을 막기 위해 마룻바닥 밑면에 파는 홈의 최적 각도를 찾아냈다”며 “나노 코팅을 통해 내구성도 강화했다”고 강조했다. 이 두 가지 기술로 특허도 받았다.

그는 “제품이 얇기 때문에 열전도율이 높아 난방비가 덜 들고, 바닥에 붙일 때 본드도 적게 쓰는 친환경 제품”이라고 강조했다. 가격도 기존 제품보다 15% 가량 싸다. 문제가 생겼을 때 수리하기도 편하다.

두꺼운 제품은 본드가 많이 들어가 마루를 들어내면 바닥 밑의 시멘트가 함께

들리는 일이 많지만 이 제품은 본드를 적게 써 분리하기 쉽다는 것이다.

아도니스글로벌이 만든 제품은 중소기업청으로부터 성능인증, 산업통상자원부로부터 신제품 인증을 받았다. 조달청은 우수제품으로 선정했다.

우 사장은 “중소기업 제품이 시장에서 인정받으려면 정부 기관의 공식인증을 꼭 필요하다”고 설명했다.

◆ 공기업 건설 표준 바뀌어  
아도니스글로벌은 이렇게 개발한 제품을 현대엔코와 SH공사 등에 주로 납품했다. 평가는 좋았다.

우 사장은 “SH공사가 입주 후 2개월 내에 마루바닥에 문제가 있다는 민원을

마룻바닥 밑면에 파는

홈의 최적 각도 찾아

바닥에 붙일 때 쓰는

접착제 사용도 줄여

분석한 결과 합판마루, 강합마루 등에 비해 얇은 합판마루의 하자율이 훨씬 낮았다”고 말했다. 4% 수준이었다.

아도니스글로벌은 요즘 SH공사 등 공기업 관련 영업에 집중하고 있다. 현재 조성되고 있는 위례지구 등에도 이 제품을 납품할 계획이다. 우 사장은 “얇은 합판마루 출시 후 SH공사와 LH(한국토지주택공사) 등은 내부적으로 과거 7.5mm였던 마룻바닥재 표준을 4mm로 바꾸기도 했다”고 전했다. 김용준기자 junyk@hankyung.com



우귀동 아도니스글로벌 사장이 서울 논현동 사무실에서 ‘힘방지 기능을 갖춘 얇은 합판마루’ 샘플을 보여주고 있다.

◆ ‘이달의 으뜸중기제품’은 이메일(art@hankyung.com)로 응모를 받고 있습니다. 한국경제신문 홈페이지(event.hankyung.com)를 참조하세요.  
◆ 8월의 으뜸중기제품  
△태양산업조명의 LED 완전방수등(032)683-4501 △아도니스글로벌의 힘방지 기능을 가진 얇은 마루(02)798-3811 △지오나사의 수면유도램프 아이코자플러스(031)455-3140 △라이브어스테의 어슬로 프리미엄(063)465-2506

# 우유 재고 12년만에 최고

낙농진흥회 “축산농가 한계상황”

우유 과잉 공급 사태가 장기화하면서 유업체들이 한계 상황에 직면했다.

21일 낙농진흥회에 따르면 지난 7월 기준 분유 재고는 18만6994t으로 집계됐다. 2002년(16만1037t) 이후 12년만에 가장 많은 양이다.

낙농진흥회 관계자는 “올해 기온이 예년보다 높아 젖소의 원유 생산능력이 높아졌다”며 “우유 소비를 위해 최선을 다하고 있지만 소비가 늘어나는 속도가 생산 증가 속도를 따라오지 못했다”고 말했다.

낙농진흥회와 우유 제조업체들은 우유 재고를 해소하기 위해 소비촉진에 나서거나 우유, 발효유 등의 신제품을 내놨다. 그러나 우유 및 유제품 소비는 위축된 상황이다. 이마트가 올해 들어 8월까지 매출을 집계한 결과 전체 유제품 매출이 작년 같은 기간보다 4.3% 줄었다. 우유 매출은 1.8%, 요구르트 매출은 2.8%, 우유가 들어간 냉장음료 매출은 4.9% 감소했다.

수급 불균형으로 유업체들의 손해는 가중되고 있다. 수백억원의 적자를 떠안고 있는 것은 물론 남은 분유를 혈값에 처분하거나 버려야 하는 상황까지 직면했다.



2010년 1만 2658, 2011년 1만 8467, 2012년 9만 1735, 2013년 9만 2677, 2014년 18만 6993. 자료: 낙농진흥회

6000t의 분유 재고가 있는 한 유업체는 1000t 규모의 분유 저장창고가 가득 차 외부 창고를 임대해 5000t을 추가로 저장하고 있다. 창고 유지 비용 등 보관 비용만 연간 10억원 수준이다. 업체 관계자는 “저장된 분유의 유통기한이 다가오고 있어 걱정”이라며 “추가로 창고를 확보하기도 어려워 앞으로 나오는 재고는 내다 버려야 할 판”이라고 말했다. 이 관계자는 “이로 인해 상반기에 큰 폭의 적자가 발생하면서 전체 직원의 10%에 달하는 300명의 인력을 감축했고, 인금을 동결하는 등 초긴축경영을 하고 있다”고 덧붙였다. 김진규기자 josep@hankyung.com

# 유통업계, 윤달 앞두고 혼수 대전

롯데·현대·신세계 백화점 행사

유통 업계가 윤달(10월 24일~11월 21일)을 피해 결혼을 서두르는 예비 부부를 위한 혼수용품 판촉 행사에 적극 나섰다.

롯데백화점은 내달 1~19일 혼수용품을 할인 판매하는 ‘초특급 품의 혼수’ 행사를 연다. 소파 브랜드 다우닝은 최대 40%, 가구 브랜드 나투치는 15%, 매트리스 브랜드 템퍼는 10% 할인한다.

현대백화점 무역센터점은 22~28일 리바트 가구를 최대 80% 할인하는 ‘리바

트 패밀리 세일’, 26~28일 루첼리 미코 등 보석 브랜드가 참여하는 ‘웨딩 주얼리 페어’ 행사를 마련한다.

신세계백화점은 28일까지 예비 부부를 위한 마일리지 제도인 ‘S웨딩클럽’ 회원들을 대상으로 상품권을 증정한다.

윤달은 대운력에서 낱자 계절과 1개 월 차이가 생길 때 이를 조절하려고 끼워 넣은 달을 말한다. 예부터 윤달에 결혼하면 아이가 생기지 않거나 부부 금슬에 문제가 생긴다는 속설이 있어 이때 결혼을 피하는 관습이 있다.

김진주기자 saki@hankyung.com

“프리드라이프가 상조 1위”

법원, 보람상조 가치분신청 기각

상조업체 1위 자리를 놓고 벌어진 프리드라이프(옛 현대종합상조)와 보람상조 프라임 간 법정 공방에서 법원이 프리드라이프 손을 들어줬다.

프리드라이프는 서울남부지방법원 민사합의51부(부장판사 장재윤)가 보람상조프라임의 보람상조 브랜드를 사용

하는 3개사가 프리드라이프를 상대로 낸 광고금지가처분신청을 최근 기각했다고 21일 전했다. 보람상조프라임 등 4개사는 프리드라이프가 ‘대한민국 1위 상조’, ‘업계 1위’, ‘1위 기업’ 등의 표현을 사용해 광고한 것에 대해 광고금지가처분신청을 냈었다.

재판부는 “2013년 공정거래위원회 발표에 따르면 프리드라이프는 297개 상조업체 중 선수급 및 자산 규모를 기준으로 1위 업체인 것이 인정된다”고 판결했다.

# 중소기업청 R&D 평가 1주일로 단축

중소기업청은 중소기업의 연구개발(R&D) 기술평가 시스템인 ‘클린평가시스템 오아시스(OASYS-online assessment system)’을 내년 4월 시범 시행한다고 21일 발표했다. 중소기업의 R&D 기술을 온라인상에서 검토·평가한다.

중기청 관계자는 “기존 오프라인 평가는 평균 52일이 걸렸으나 오아시스에서는 7일이면 평가 결과가 나온다”며 “평가 과정을 암호화하고 평가 결과도 중소기업에 실시간으로 통보하는 등 투명성도 높인다”고 설명했다.

# 금오산기, 친환경 발전플랜트로 사업 전환

대기업 공장 해외이전에 대응 매출 50% 고용 20% 늘어

2000년 설립된 금오산기는 플랜트 부품 제조업체다. 담수플랜트 부품 70%, 발전 및 기타 산업플랜트 부품 30% 비중으로 생산하던 것을 지난해 100% 발전플랜트 부품 생산으로 사업 구조를 바꿨다. 담수플랜트 세계시장 점유율 40% 이상을 차지하는 두산중공업이 지난해 베트남으로 공장을 이전했기 때문이다.

정경호 금오산기 사장(사진)은 “대기



업이 해외로 공장을 이전하고 글로벌 아웃소싱(외주)을 하면서 국내 중소기업들은 자체 브랜드 개발과 첨단기술 확보, 경쟁체질 개선 등 새로운 도전을 해야 하는 상황”이라며 “친환경 발전플랜트 분야의 장기 발전 가능성을 보고 사업 구조를 바꿨다”고 설명했다. 사업전환 후 임가공 기준으로 매출이 50%가량 늘었고 고용도 20% 정도 증가했다. 원자재 등 핵심 부품을 제외한

발전설비(BOP) 부문에서 지난해 100억원의 매출을 올렸다. 엔지니어 출신인 정 사장은 연구개발(R&D)의 중요성을 강조했다. 매출 대비 연구개발비 비중은 5% 정도다. 연구 전담인력은 전 직원의 10%(6명)다.

금오산기는 지난해 수증기를 물로 바꾸는 장치인 콘덴서튜브(복수관) 내부에 세정용 스프레이 불을 투입해 이물질 제거하는 ‘튜브클리닝시스템’을 국산화했다. 일본 베트남 러시아 등 해외시장을 개척 중이다.

진주=추가영기자 gyochu@hankyung.com

일성여행사 일성항공 (02) 735-3553 www.bravoair.co.kr

일성여행사 유럽여행 “일성여행사 유럽 단독패키지 최초 런칭기념” KLM 이탈리아 패키지 10일 3,390,000

오이타 (벳부) TW 취향특선 골프 4일(72홀) 650,000

태국골프의 서울 본사 (02) 735-1144 | 부산지사 (051) 467-2231 태국골프장 오픈기념 특가