



# “아이들이 쉽고 안전하게 즐기는 드론 개발”

김인수 대표는 몇 년 전 아이들 장난감 드론(무인 항공기)을 구입했다. 하지만 집에 와서 작동해 보니 어른이 조종하기에도 어려웠다. 빠른 속도로 회전하는 프로펠러가 피부에 닿아 다칠 우려도 있었다. “내 아이가 쉽게 갖고 놀 수 있는 안전한 드론 장난감을 만들어야겠다”고 생각했다.

다니던 회사를 그만둔 뒤 본격적으로 사업에 뛰어들었다. 3년간의 개발을 거쳐 지난 6월 보급형 소형 드론 ‘엑스트론’을 내놓았다. 엑스트론의 특징은 작동이 쉽고 안전하다는 것이다.

### ◆거리와 높이 쉽게 조정

김인수 주니랩 대표는 기획 단계부터 “작지만 안전하면서도 쉬운 드론”에 초점을 맞췄다. 당시만 해도 드론이 미국과 중국 등 해외에서 큰 인기를 얻었지만 국내에선 일부 마니아들만 찾았다. 미국 등 해외 제품은 너무 비싸고, 중국산은 싸지만 조립해 몇 번 쓰고 급방망 가진다는 것을 염두에 뒀다.

엑스트론은 스마트폰 블루투스 통신으로 원격 제어한다. 전용 앱(응용프로그램)을 내려받아 조종하면 된다. 양손으로 스마트폰을 기울이면 통제 방향을 제어할

수 있다. 거리 측정 센서가 달린 것도 특징이다. 초음파 센서가 자동으로 인식해 높이를 고정할 수도 있다.

아이들이 안전하게 사용할 수 있도록 프로펠러 네 개를 안전 가드로 둘러쌌다. 비행 중 충격이 감지되면 프로펠러가 자동으로 멈춘다. 응급상황 시 비행을 중단하는 기능도 갖췄다.

그는 “여덟 살 아이에게 작동 방법을 한두 번 가르쳤더니 급세익히 드론을 혼자 갖고 놀더라”고 말했다.

### 스마트폰으로 원격 제어 비상시 비행 자동으로 멈춰 매달 2000여대 판매

### ◆“사용자 안전이 최우선”

김 대표는 신호처리 및 제어 분야 석사 학위를 받은 뒤 네트워크 보안업체에서 연구원으로 근무했다. 그는 “드론은 제어와 신호처리, 하드웨어를 결합한 제품인데 세 가지 모두 내가 잘할 수 있는 분야”라고 밝혔다.

사업을 구상하면서 경기중소기



김인수 주니랩 대표가 보급형 소형 드론 ‘엑스트론’의 작동 방법을 설명하고 있다. 김정은 기자

업지원센터와 창업진흥원의 창업 프로그램에 참여했고 지난해 초 회사를 세웠다. 사명인 주니랩은 ‘아이들을 위한 안전한 놀이’란 의미를 담고 있다.

엑스트론은 네 개의 프로펠러가 엑스자 모양이어서 불인 이름이다. 센서 색상은 블루 레드 그린 세 가지다. 가격은 6만8000원

이다. 기획 단계부터 안전에 가장 신경쓰다 보니 개발 중 우여곡절이 많았다. 김 대표는 “안전 가드를 씌워 프로펠러를 가리는 형태로 드론을 디자인했더니 너무 무거워 정작 날지 못했다”며 “설계도를 처음부터 다시 구상해야 했다”고 말했다.

◆‘이달의 으뜸중기 제품’은 이매일(art@hankyung.com)로 신청 받고 있습니다. 한국경제신문 홈페이지(event.hankyung.com)를 참조하세요.  
◆이달의 으뜸중기 제품 △아가 프라-매직벨대립 (031)234-9753 △주니랩-미니드론 1599-4729 △해음-LED 스마트지팡이 (063)851-8652 △성창산업-황토세라믹 볼판 (055)298-0574

### ◆“업그레이드 제품 출시할 것”

엑스트론은 매달 2000여대 팔리고 있다. 크기가 작고 갖고 놀기 편하다는 입소문이 돌면서 판매량이 늘고 있다는 게 회사 측의 설명이다. 드론 전문 쇼핑몰을 비롯해 오픈마켓 등에서 판매한다.

내년엔 ‘마니아용 드론’을 내놓을 예정이다. 영상신호처리를 통한 정교한 제어가 가능하고 카메라를 내장한 업그레이드 버전이다. 주니랩은 기술력을 바탕으로 참신한 아이디어 제품을 개발하는 ‘하이테크 장난감 전문회사’가 목표다.  
수원=김정은기자 likesmile@hankyung.com

# “건조기 다음 목표는 블렌더 원액기 밀어내고 열풍 불 것”

### 해외구 리랩 대표

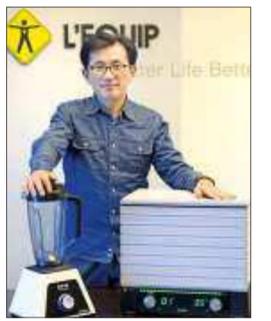
리랩이 체소나 과일을 말릴 때 쓰는 식품건조기를 처음 선보인 것은 2004년이다. 미국의 한 가전업체에서 금형을 구해와 조금 바꿔서 내놓은 게 시작이었다. 첫 달 판매량은 30대 정도에 불과했다. 그 다음달에는 약 50대가 팔렸다.

해외구 리랩 대표(사진)는 조바심을 내지 않았다. 고추나 나물을 말리는 게 일상인 한국인에게 꼭 필요한 제품이란 생각이 들어서다. 공기순환 장치, 공기정화용 에어필터 등 기존에 없던 기능을 추가했다. 리랩은 이후 10여년간 170만여대의 식품건조기를 판매해 ‘대박’을 터뜨렸다.

하 대표는 22일 “다음 목표는 블렌더”라고 말했다. 블렌더는 믹서기와 기능과 생김새가 비슷하지만 힘은 훨씬 좋다. 사과를 통째로 갈 수 있고 열음도 급세로 부순다. 북미와 유럽에선 과일과 채소를 함께 갈아맛과 영양이 좋은 ‘그린스무디’를 만들 때 주로 쓴다.

식품건조기 때와 비슷하게 블렌더도 초기 판매량은 많지 않다. 2013년 처음 제품을 내렸는데 3년째인 올해 판매량이 1만대를 밑돈다. 하 대표는 “7년 정도는 고생할 각오를 하고 있다”고 했다. 식품건조기처럼 블렌더도 제품이 알려지기만 하면 팔리는 건 시간문제란 얘기다.

그가 이 같은 확신을 갖는 데는 두 가지 이유가 있다. 첫 번째는 기능의 우월성이다. 하 대표는 “한국에선 저속작동 방식의 원액기로 주스를 많이 만드는 데 사람 몸에 꼭 필요한 섬유질을 너무 많이 버린다는 단점이 있다”며 “블렌더를 이용



하면 섬유질을 함께 섭취할 수 있고 맛도 더 좋다”고 설명했다.

가격을 확 낮춘 게 두 번째 이유다. 바이타믹스 등 외국 제품은 대부분 100만원을 웃돈다. 보급화하기엔 비싼 가격대다. 리랩은 꼭 필요한 기능만 넣고 가격을 4분의 1 수준으로 떨어뜨렸다.

하 대표는 “주방가전에 머물지 않고 주방용품으로 사업을 확장할 계획”이라고 밝혔다. “좋은 성능과 디자인, 합리적인 가격으로 휘슬러 같은 고급 주방용품 브랜드를 밀어내고 시장을 빼앗아 오겠다”고 강조했다. 그는 이를 위해 CI(counter intelligence)란 새 브랜드를 내놓을 계획이다. 주방가전은 기존 리랩 브랜드를 쓰고, 주방용품은 CI 브랜드를 달겠다는 것이다.

미국 시장 재진출도 꾀한다. 리랩은 1998년 설립 초기부터 함께 했던 미국 측 사업 파트너의 주인이 최근 바뀌면서 이권이 생기자 지난해 미국 시장에서 철수했다. 내년부터 미국에서 리랩 대신 CI 브랜드를 달고 다시 제품 판매에 나선 예정이다.

안재경기자 ahnj@hankyung.com

# 중국 매장 400여곳에 국내 유아용품 파는 테바글로벌

### “120개 브랜드 한데 모아 360조원 중국 시장 공략”

“한국 유아·아동용품은 품질이 우수하고 안전성이 높아 중국에서 선호도가 높습니다. 국내 업체에 좋은 기회입니다.”

박영만 테바글로벌 대표(사진)는 “중국 유아·아동용품시장 규모가 2조위안(약 360조원)에 달하고 매년 15% 이상 성장하고 있다”며 이같이 말했다. 이 회사는 국내 유아·아동용품을 매입해 배배송료 등 중국 프랜차이즈 매장 400여곳에 공급한다. 국내 120개 브랜드에서 1만 600여개 상품을 확보했다.

테바글로벌은 지난해 말 설립됐다. 테바는 히브리어로 ‘노아의 방주’란 뜻이다. 국내 유아용품을 싣고 중국이란 거대한 바다를 건너겠다는 각오를 담았다. 박 대표는 이랜드 롯데쇼핑을 거쳐 중국 상하이 롯데마트에서 일했다. 중국 관영업체 화인문화그룹에서 20억원을 투자받아 상하이에 고객센터 업무를 담당하는 현지법인을 설립했다. 모든 직원이 중국어에 능통해 회의도 중국어로 한다.

박 대표는 “중국은 우리나라와 유통구조가 다르기 때문

에 중소기업이 개별적으로 진출해 성공하기는 쉽지 않다”며 “개별 브랜드가 하나의 플랫폼에 모여 시너지 효과를 내는 사업 모델을 오래전부터 연구하고 준비해 왔다”고 설명했다.

올해 말에는 유아용품 쇼핑몰 스마트 앱(응용프로그램) ‘맘스베베’를 선보인다. 한국 업체에서 제품을 산 뒤 중국에 바로 팔기 때문에 유통 단계가 줄어 가격 경쟁력이 있다. 맘스베베에는 프라젠트라 유니프랜드 등 200여개 브랜드가 임점을 확정했다. 그는 “중국

소비자는 까다롭고 꼼꼼하게 따지기 때문에 질 좋고 예쁜 한국 제품을 선호한다”고 설명했다. 한국 유아용품은 기저귀를 비롯해 물티슈, 식기, 세제, 화장품 등 다양한 분야에서 중국 신세대 엄마들에게 인기가 높다. 중국은 최근 1자녀 정책을 폐지해 매년 약 1800만명의 신생아가 태어날 것으로 예상된다.

중국 사업에 대한 조인도 결들었다. 박 대표는 “중국인은 속을 잘 드러내지 않기 때문에 거래를 하려면 긴 호흡으로 접근해야 한다”며 “책상물림 접근보다는 직접 들어가서 부딪히며 신용을 쌓는 것이 중요하다”고 말했다. 김정은기자 likesmile@hankyung.com



### 현대리마트, 오늘부터 전국 매장서 할인 행사

현대리마트가 23일부터 전국 매장에서 할인 행사를 연다.

현대리마트는 유통산업연합회에서 주관하는 ‘K세일데이’에 참여해 다음달까지 할인 행사를 벌이기로 했다.

이 행사에선 전체 상품의 절반을 할인 판매한다. ‘프렌치 침실 시리즈 옷장·침대’ 세트를 구매하면 3만 원 상당의 등락자를 증정한다.

신혼부부 등을 위해 매트리스도 할인 판매한다. ‘엘슬림 매트리스’는 15% 할인 가격에 살 수 있다. 현대리마트 측은 “신규 아파트로 이사하거나 결혼을 준비하는 고객에게 합리적인 구매 기회가 될 것”이라고 말했다.  
김희경기자 hkkim@hankyung.com

### 무림, 형광물질 없는 노트 용지 개발

무림그룹은 형광물질이 들어있지 않은 100% 천연펄프를 사용한 노트 용지를 개발했다.

네오스타미색(무형광)이라고 이름 붙인 이 제품은 프리미엄 종이로 환경표지 인증 획득을 추진 중이다. 은은한 색감으로 눈이 편하고 필기감이 우수해 아이들과 청소년용 학습지나 노트용지로 쓰기에 적합하다고 회사 측은 설

명했다. 무림은 또 종이 도화지를 무형광 제품으로 만든 네오도화용지도 판매하고 있다.

무형광 제품은 그동안 기능성 특수지에 주로 썼다. 이를 일반 생활용지에 확대 적용해 시장을 넓혀나간다는 것이 무림의 전략이다.  
김용준기자 junyk@hankyung.com

## 옥상 방수 단열 한번시공으로 끝!

### 강철로 만든 스틸단열방수가 정답

하루종일 직사광선에 노출되는 옥상단열과 방수는 중요한 건물 관리입니다. 동파, 누수, 균열방지에는 스틸단열방수판넬이 가장 적합합니다.

칠하고 붙이고 씌우고 다해봐도 오래가지 않는 물새는 옥상 여름에는 덥고, 겨울에는 춥고 이렇고민 단열방수판넬 시공 한번으로 끝!

부식, 미끄러짐, 물새틈 없습니다. 페인트식 바닥 부착형이 아닙니다. 본사에서 개발한 스틸단열 방수판넬은 불소수지에 근접하는 내후성과 내식성이 우수한 강철판넬이며 옥상바닥이 패이고, 균열 되어 있어도 시공에 전혀 문제가 없습니다.

**반영구적 신공법 특허방수입니다.**

SHYH연합건설 1577-1371 NAVER 연합건설@ 검색

## 지점 모집

초보자도 2~3일 배우면 누구나 월수입 1,000만원 가능합니다!

**견적파일 계약파일 광고지원 합니다!**

◆ 자격 ◆  
자재구입 2천만원 가능한 분!

모집문의  
010-4993-2773

SHYH연합건설  
\* 왼쪽광고 참고하세요

## 낡은건물을 새건물로!

### 확실한 단열효과 물새틈없는 방수효과 보장

타일건물, 벽돌건물 및 더러워진 건물을 리모델링하면 재건축하지 않고도 새건물이 되며 미관상 새로건축한 건물과 똑같다. 확실한 단열효과, 물새틈없는 방수효과 한번시공으로 끝!

포스코에서 개발한 신소재 불소수지 아연판넬을 본사에서 제작하여 건물구조안전에 무리가 없도록 가볍게 생산하였으며 가격이 저렴하고 고급스러우면서 수명이 영구적이고 항상 깨끗하다. 시공 또한 아시바를 설치하지 않고 축소장비로 시공하므로 입주자 및 상인에게 불편함을 줄였고

외관상 보기 흉하거나 통행에 불편함이 없다. 여러 장점이 많아 공사기간 단축 및 공사비를 절약할 수 있다. 건물의 성능개선을 통해 임대 가치와 자산가치 향상의 두 가지 목적이 수행되며 주변건물을 대표하는 상징적인 건물이 될 것이다.

**확실한 단열! 방수는 기본!**

연합건설은 건물외장 시공업체이며 옥상단열방수판넬 유리판넬, 창문 및 강화도어, 주차장 바닥공사 전문업체이며 전국 어디든 무료상담, 무료견적 가능합니다.

SHYH연합건설 1577-1371 NAVER 연합건설@ 검색