

이달의 으뜸중기제품 위드닉스 피부미용기기 '오로라 플러스'

5000억 뷰티기기 시장 도전 "휴대성·가성비 강점"

주방용 가전업체인 위드닉스가 미용기기 시장에 도전장을 던졌다. 3년여간의 연구개발(R&D)을 거쳐 지난 5월 피부 미용기기인 오로라 플러스를 선보였다. 얼굴에 문지르면 플라즈마와 미세 전류를 발생시켜 피부 재생과 탄력 회복에 도움을 주는 제품이다.

노만용 위드닉스 대표는 "기존 식기세척기 등 주방용 가전제품과 미용기기 부문을 두 축으로 삼아 성장할 것"이라며 "미용기기 부문에서 올해 25억원, 내년에는 70억원가량 신규 매출이 나올 것"으로 내다봤다.

◆미용기기로 제품군 확장

위드닉스는 삼성전자 연구원 출신인 노 대표가 2003년 세웠다. 처음엔 연구원 경력을 살려 정보기술(IT) 기기를 생산했다. 기존 벤처기업이 R&D에 비해 제조 역량이 부족하다는 점에 착안해 신용카드로 단말기 부품, 블루투스 모듈 생산을 대행했다.

자체 제품을 생산하기 시작한 건 2014년부터다. 자동 세척 기능이 있는 완역기, 국내에서 유일하게 열풍건조 방식을 채택한 식기살균건조기 등 독자적인 기술로 개발한 가전제품이 주부들 사이에서 입소문을 탔다. 노 대표는 "기존 제품에 소비자들이 원하는 기능을 추가한 게 좋은 반응을 얻었다"며 "하임세프라는 브랜드를 앞세워 홈쇼핑에서 인기를 끌었다"고 설명했다. 위드닉스의 지난해 가전제품 매출은 158억원을 기록했다.

올해 미용기기 분야에 승부수를 띄웠다. 기존 제품의 타깃인 여성 고객을 공략하는 시장에 뛰어들어 승산이 있을 것이라 판단에서다. 노 대표는 3년 전인 2016년부터 집에서 쓸 수 있는 미용기기를



노만용 위드닉스 대표가 피부 미용기기인 오로라 플러스를 보여주고 있다.

손잡이 잡고 얼굴 문지르면 플라즈마·미세전류 함께 발생 피부 재생 돕고 탄력 회복

"가격 35만원대 비교적 저렴" 백화점 입점 이어 수출 타진

고안했다. 오로라 플러스가 첫 제품이다. 그는 "최근 LED(발광다이오드) 마스크가 인기를 끌면서 미용기기 시장이 2013년 800억원 수준에서 지난해 5000억원으로 성장했다"며 "미용기기 부문을 회사 미래 먹거리로 키울 것"이라고 말했다.

◆"가격·휴대성 앞세워 일본 공략" 오로라 플러스는 두 개의 구슬이 손잡이에 달린 모양의 미용기기다. 손잡이를 잡

고 구슬을 얼굴에 문지르면서 사용한다. 얼굴에 닿는 구슬은 지르코니아 소재로 제조했다. 지아색을 내는 보철 치료에 주로 쓰이는 소재다. 다이아몬드 합성석이어서 부식되거나 마모될 가능성이 낮은 게 특징이다.

노 대표는 "미국 기업 등이 생산하는 경쟁 제품은 얼굴에 닿는 부분을 도금 처리해 오래 사용하면 색이 변하거나 도금이 벗겨진다"며 "오로라 플러스는 이런 단점을 개선하기 위해 여러 번 피부에 닿아도 무해한 소재를 채택했다"고 강조했다.

구슬은 플라즈마와 미세 전류를 발생시킨다. 피부 재생을 돕고 탄력을 개선하기 위해서다. 오로라라는 기기 이름도 극지방에서 나타나는 오로라가 플라즈마 현상이라는 데서 착안했다. 세안 후 기초 화장품을 바른 뒤 문지르면 화장품이 피

Table with 2 columns: 위드닉스 (Widnick) and details including 설립 (2013), 위치 (경기 광주시), 주요 제품 (플라즈마, 미세 전류 활용한 피부미용기기 오로라 플러스), 특징 (주름 개선, 피부 탄력유지에 도움), 매출 (158억원(2018년 기준)).

부에 더 잘 흡수된다.

그는 "임상시험 결과 기기를 사용하지 않았을 때보다 화장품의 침투 효과가 85% 향상된다는 결과를 얻었다"며 "플라즈마나 미세 전류 기능을 하나씩 가지고 있는 제품은 기존에도 있지만 두 개를 합친 건 오로라 플러스가 처음"이라고 설명했다.

저렴한 가격과 휴대성을 앞세워 미용기기 소비자를 공략하겠다는 게 위드닉스의 전략이다. 노 대표는 "인기를 끌고 있는 LED 마스크는 100만원 이상인 데다 부피가 커 휴대하기 쉽지 않다"며 "오로라 플러스는 손바닥만 한 크기여서 휴대하기 편리하고 가격은 35만원 선이어서 비교적 저렴하다"고 설명했다.

올 초 국내 주요 백화점에 입점한 데 이어 수출도 타진하고 있다. 그는 "일본도 한국처럼 집에서 사용하는 미용기기 시장이 빠르게 커지는 추세"라며 "최근 일본 대형 전자제품 유통사와 입점계약을 맺은 것을 시작으로 수출 규모를 늘려나갈 것"이라고 말했다.

나수지 기자 suji@hankyung.com

◆'이달의 으뜸중기 제품'은 이메일 (silee@hankyung.com)로 신청받습니다. 한국경제신문 홈페이지(www.hankyung.com)를 참조하세요.

해외시장 주력·비용절감 효과 중견·중소기업 2분기 실적 '쑥'

삼강엠엔터, 10분기 만에 흑자 유진기업, 매출 5.6% 증가 텅크웨어, 영업이익 78% 늘어

업의 2분기 매출은 전년 동기보다 5.6% 늘어난 3892억원을 기록했다. 영업이익과 순이익은 각각 382억원, 263억원에 달했다.

글로벌 경기 위축과 불황 장기화에도 국내 주요 중견·중소기업이 지난 2분기에 시장 기대를 웃도는 실적을 올렸다. 해외시장에 주력하고 비용 절감에 나선 결과다. 주력 분야에서 꾸준히 투자하며 경쟁력을 키운 것도 성과로 이어지고 있다.

조선·해양 중견기업인 삼강엠엔터는 14일 10분기 만에 흑자 전환에 성공했다고 밝혔다. 매출은 지난해 같은 기간보다 9.4% 증가한 514억원을 기록했다. 16억 6000만원의 영업이익(개별 기준)도 달성했다. 반기 누적 매출(1445억원)은 작년 전체 매출(1440억원)을 넘어섰다. 삼강엠엔터는 지난 1월 벨기에 헤저 준설-매립 전문기업 JDN과 600억원 규모의 공급계약을, 6월엔 세계 1위 해상풍력 개발업체인 덴마크 외르스테드와 1126억원 규모의 대만 해상풍력 발전기 하부 구조물 공급계약을 체결했다.

건설경기 침체와 원자재 및 운송비 상승 등의 악조건에도 레미콘 1위 유진기

업의 2분기 매출은 전년 동기보다 5.6% 늘어난 3892억원을 기록했다. 영업이익과 순이익은 각각 382억원, 263억원에 달했다. 의류 제조업체인 태평양물산은 2분기 매출이 2296억원, 영업이익은 96억원으로 집계됐다. 지난해 같은 기간보다 각각 7.3%, 180% 늘었다. 상반기 매출이 4238억원으로 전년 동기보다 4.1% 증가했고 영업이익은 119억원으로 376% 급증했다. 회사 관계자는 "의류 주문자상표부착생산(OEM) 시장 협력이 좋아지면서 실적이 개선됐다"며 "최근 원·달러 환율이 급등한 것도 실적 향상에 기여했다"고 설명했다.

블랙박스업체 텅크웨어는 수출 증가에 힘입어 실적이 크게 개선됐다. 2분기 매출이 459억원으로 지난해 같은 기간보다 1.8%, 영업이익은 17억원으로 78.1% 증가했다. 상반기 블랙박스 국내 매출은 522억원으로 지난해 같은 기간보다 9.4% 줄어든 반면 해외 매출은 125억원으로 34.7% 증가했다. 텅크웨어는 "포드, GM, 폭스바겐 등 주요 기업 간 거래(B2B) 채널 공급을 통해 해외 시장을 공략한 결과"라고 설명했다.

김정은/나수지 기자 likesmile@hankyung.com

경영 화두된 '가족 친화형 일터'

뉴스카페

ADT캡스, 초중학생 '힐링캠프' 응진썩크빅, 사옥투어·시장 체험

대기업에 이어 중소기업들도 가족친화형 일터 조성에 열을 올리고 있다. 행복한 일터가 궁극적으로 생산성을 높일 것이라는 판단에서다.

ADT캡스와 응진썩크빅은 최근 가족친화 프로그램을 잇달아 선보였다. ADT캡스는 지난 7월부터 사옥간 충남 덕산 스포츠클럽리조트에서 초·중·고등학생 직원 자녀 30여 명을 대상으로 'ADT코리아 청소년힐링캠프'를 열었다. 2016년부터 4년째 해온 행사로 올해는 사회성, 공동체 의식, 리더십을 기를 수 있는 다양한 프로그램이 진행됐다.

지난 5월에는 직원 가족 100여 명을 초청해 ADT캡스 종합상황실을 비롯한 본사 곳곳을 둘러보고 주요 업무를 체험하는 '아이리브 ADT' 행사도 열었다. ADT캡스는 영화 관람, 딸기 농장 체험, 임실치즈 체험 등 가족 및

연인과 함께 다양한 문화체험을 할 수 있는 문화데이트도 운영 중이다.

ADT캡스 관계자는 "직원 가족도 ADT캡스 구성원이라고 생각하고 가족까지 만족하는 행복한 일터로 조성하기 위해 가족 친화 프로그램을 지속적으로 발전시켜 운영할 계획"이라고 말했다.

에듀테크기업 응진썩크빅도 14일 임직원 자녀 70여 명을 초청, 2019 패밀리데이를 열었다. 이날 행사에 참여한 자녀들은 이틀과 사진이 함께 들어간 사원증을 받고 일일 임직원으로서 임명받았다. 오전에는 회사를 둘러보는 경기 파주 사옥투어, 1일 시장 체험 등이 진행됐다. 오후엔 부천에 있는 응진플레이드 시로 이동, 키즈빌리지와 볼베어파크에서 소규모 체육대회에 참가해 다채로운 아이 프로그램도 즐겼다.

응진썩크빅은 회의, 회식, 야근 없이 업무 몰입도를 높여 조기 퇴근하는 '3무(無)데이', 임직원 자녀 생일에 의무적으로 연차를 사용하는 '자녀 생일 연차' 등 다양한 가족친화 프로그램을 운영하고 있다.

서기열 기자 philos@hankyung.com

NEW 새로 나왔어요

유모차업체 리안은 14일 프리미엄 유모차 베가를 내놨다. 25cm의 넓은 대형 바퀴가 달려 있고, 쿠션 두께 조절도 가능해 아기에게 전해지는 충격을 효과적으로 흡수한다. 좌석을 분리하지 않아도 유모차를 접거나 펼 수 있다. 최고급 사양임에도 9.9kg으로 가볍다.

리안 프리미엄 유모차 '베가'

상황에 맞게 유모차 모드와 요람(캐리콧) 모드 중 선택해 사용할 수 있다. 마린네이비(남색)와 스톤그레이(회색) 등 두 가지 색상으로 출시됐다. 4단계 등받이 조절 기능과 5단계 발받침 조절 기능을 적용했다. 아이의 성장 단계에 따라 자세를 편안하게 조절할 수 있다.



현대렌탈케어, 음식물처리기 렌탈 현대렌탈케어가 음식물 처리업체 메스의 가정용 음식물처리기 렌탈 상품을 14일 출시했다. 인체에 무해한 미생물을 음식물 쓰레기 분해에 활용하는 친환경 제품으로 싱크대 일체형이다. 월 렌탈료는 2만원대로 6개월에 한 번씩 미생물을 보충해 준다. 현대렌탈케어 제공

28·30일 여수서 '벤처썬머포럼' 벤처기업협, 18일까지 참가 접수

벤처기업협회(회장 안건준)는 오는 28일부터 30일까지 전남 여수 엠블호텔에서 벤처썬머포럼을 연다. 벤처기업인들이 한자리에 모여 경험과 정보, 미래 비전을

공유하는 연례행사다. 벤처기업 및 스타트업(신생 벤처기업)의 혁신 스토리 전파와 사업화 전략 수립을 돕기 위해 기조강연, 최고경영자(CEO) 초청 특강, 지역 유망 업체 소개, 인문학 특강 등으로 프로그램을 구성했다. 참가를 희망하는 기업은 18일까지 관련 홈페이지와 벤처협회 사무국으로 신청하면 된다.

Large advertisement for 'GEBORIN' (게보린) medicine. It features a man in a suit looking thoughtful, with text in Korean: '오랜 시간이 흐를수록 믿음은 커진다', '40년의 믿음, 맞다! 게보린', '불면 초조, 불안, 두근거림, 숨참? 신경쇠약, 두근거림, 숨참?'. It also includes a BCLII award logo and contact information for SAMJIN PHARM.