

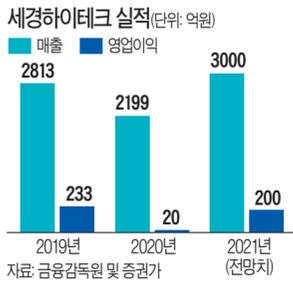
삼성 폴더블폰에 광학필름 공급 세경하이테크 “올 매출 3000억”

성장기업의 비결

삼성전자의 폴더블(접히는) 스마트폰 디스플레이에는 초박형 강화유리(UTG)가 쓰인다. UTG는 두께가 매우 얇아 접을 수 있는 유리 소재다. 세경하이테크는 UTG를 보호하는 광학필름을 국내에서 유일하게 양산하는 기업이다. 이 회사를 2006년 창업한 이영민 대표(사진)는 “작년엔 코로나19라는 뜻밖의 압축을 만나 고생했지만 올해부터 다시 성장가도를 달릴 것”이라고 19일 강조했다.

지난해 이 회사는 매출 2199억원, 영업이익 200억원을 기록했다. 전년 대비 매출은 21.8%, 영업이익은 91.4% 감소했다. 베트남 제2공장이 준공한 지 2개월 만에 코로나19 사태가 터져 정상화가 늦어지고 중국 공급 물량이 급감한 탓이다. 이 대표는 “이런 문제들이 해결돼 올해부터 회사가 다시 성장 궤도에 올라갈 것”이라고 내다봤다.

자신감은 폴더블폰 시장 성장세에서 나온다. 폴더블 스마트폰 시장이 커질수록 광학필름 수요도 늘어나기 때문이다. 올해 폴더블폰 시장은 지난해 약 280만 대에서 560만 대로 두 배로 늘어날 전망이다. 800만 대까지는 무난히 성장할 것이라는 관측도 나오는 등 시장이 달아오를 조짐이다. 애플, 샤오미 등 다른 스마트폰 기업들까지 폴더블폰 시장에 뛰어드는 영향으로 내년



**폴더블폰 시장 2-3배 성장 전망
올해 560만~800만대 판매 관측
국내 유일 광학필름 양산 ‘수혜’**

**스마트폰 테코필름도 생산
“중국 수요 올해 크게 늘 듯”**

폴더블폰 시장은 약 2000만 대 규모를 형성할 것으로 업계는 보고 있다.

전 세계 폴더블폰 시장을 주도하고 있는 삼성전자 제품에는 100% 세경하이테크 광학필름이 채택되고 있다. 이 대표는 “1마이크로미터(μm·1μm는 100만분의 1m) 두께로 아주 얇으면서도 정교하게 필름을 인쇄하는 게 경쟁력”이라고 했다. 그러면서 “20만 회 이상 접고 펴도 품질에 전혀 이상이 없어야 한다”고 덧붙였다. 스마트폰 뒷면에 텍스트나 색상을 입히는 데 쓰

이는 테코필름 수요가 회복되는 것도 올해 실적 개선 요인으로 꼽힌다. 이 회사 테코필름은 중국 스마트폰업체 오포가 주요 고객사인데 지난해 코로나19에 발목잡혀 중단된 개발 작업이 4분기부터 정상화됐다. 이 대표는 “테코필름은 스마트폰 뒷면 케이스의 비산을 방지하면서 동시에 예뻐 보이게 하는 기능을 한다”고 설명했다. 그러면서 “화려한 디자인을 좋아하는 중국 시장 수요를 소화하는 데 제격인 테코필름 시장이 올해 다시 큰 폭으로 성장하고 있다”고 덧붙였다.

세경하이테크 성장은 때마침은 광학필름과 테코필름에는 공통적으로 ‘마이크로 드라이 프로세스 테코레이션(MDD)’ 기술이 녹아있다. 건조된 잉크를 박막으로 필름에 묻힌 잉크라본에 전류로 열을 전사해 인쇄하는 공법이다. 이 대표는 “독보적인 MDD 인쇄 기술에 라미네이션, 패턴 설계, 증착 기술을 조합하면 혁신적인 스마트폰 뒷면 디자인을 나오게 할 수 있다”며 “향후 스마트폰 애플리케이션 시장이 새 먹거리가 될 것”이라고 말했다. 케이스 등 애프터마켓 시장에도 진출하겠다는 뜻이다. 최근 각광받는 자동차 부품 시장 진출도 모색하고 있다.

광학필름이 깔고 테코필름이 밀면서 세경하이테크는 올해 매출 3000억원, 영업이익 200억원을 올릴 것으로 증권가는 예상하고 있다. 내년엔 매출 3600억원, 영업이익은 300억원에 이를 것으로 추정한다. 이 대표는 “5년 후 매출 1조원, 시가총액 1조원 규모 회사로 성장시키는 게 목표”라고 말했다.

수원=김병근 기자 bk11@hankyung.com

교통비 지원하니 산업단지에 청년 몰려

16만명에 월5만원 교통비
도심 선호 청년들도 잇따라 취업
12월 종료 ... “사업 연장돼야”



대상	교통 여건 열악한 산업단지 내 중소기업 재직 중인 만 15~34세 청년
내용	교통비 월 5만원 바우처 지원, 버스-지하철 택시·주유비 사용 가능
시기	2018년 7월부터 2021년 12월까지(일몰제)
실적	연간 924억원(월평균 77억원) 청년 근로자 약 16만 명

“청년동행카드 덕분에 도심지 취업만 선호하는 청년을 산업단지로도 끌어들이 수 있었습니다.”

경기 안산 반월국가산업단지에 있는 정보기술(IT) 부품업체 A사장은 “도심에서 떨어진 산단 내 취업자들은 수익성이 없다며 버스 운영업체도 배차를 늘리지 않아 출퇴근이 가장 큰 걱정거리였다”며 “청년동행카드 덕분에 청년 이직·퇴직률이 낮아졌다”며 이같이 말했다.

청년동행카드는 산단 내 중소기업에 재직 중인 만 15~34세 청년에게 월 5만원의 교통비를 지원하는 ‘청년 교통비 지원 사업’을 통해 발급된다. 산업단지 내 중소기업에 취업한 청년층만 ‘혜택’이다. 버스, 지하철, 택시 등을 이용할 때 활용하거나 차량 주유비로 쓸 수 있다. 산업통상자원부가 추진하고 한국산업단지공단이 집행하고 있다. 신한카드와 비씨카드(기업은행, 농협)를 통해 카드(청년동행카드)를 발급하면 정부가 매월 5만원을 바우처 형태로 지급해 준다. 현재 약 16만 명이 연간 924억원의 지원을 받고 있다.

경기 시화국가산업단의 기계부품업체 B사장은 “청년 직원들이 청년동행카드를 이용해 평소 출퇴근은 버스를 이용하다

가 야근할 땐 택시를 이용한다”며 “과거엔 직원 대다수가 50~60대 연령층이었는데, 이 카드 덕분에 절반가량이 청년층으로 채워졌다”고 말했다.

지하철 버스 등 대중교통 인프라가 잘 갖춰진 국가산단은 수도권 3대 산단(시화·반월·남동)이 거의 유일하다. 대부분 지방 국가산단 내 청년층은 주유비로 이 카드를 활용한다. 지방 국가산단은 버스 정류장이 간헐적으로 설치된 데다 배차 시간이 길고, 택시마저 잘 다니지 않는 등 교통 여건이 열악하기 때문이다.

산업부가 이 사업을 시작하게 된 계기도 청년층이 점차 산업단지 내 중소기업 취업에 꺼려하면서 심각한 인력난이 벌어지고 있기 때문이다. 국내엔 1235개 산단에 10만2939개 기업이 있다. 이들은 우리나라 제조업 생산의 70%, 수출의 75%, 고용의 49%를 담당하는 경제와 일 자리의 핵심축이다. 하지만 교통 인프라와 일터 환경이 열악해 청년들이 떠나고 있다.

청년동행카드를 활용하는 산단의 분위기는 확연히 달라진 상태다. 전북 지

역 국가산단 내 한 중소기업 사장은 “거주지가 비슷한 직원끼리 카풀제도를 운영하면서 청년동행카드를 주유비로 활용하고 있다”며 “출퇴근 교통비 걱정 없이 직원끼리 함께 퇴근하며 진로도 도모해 회사 분위기가 한결 좋아졌다”고 말했다.

한국능률협회컨설팅(KMAC)에 따르면 이 사업을 적용받은 기업은 그렇지 않은 기업에 비해 일자리 창출이 기업당 0.54명 높게 나왔고 고용유지율은 5.3% 포인트, 신규 채용은 월 0.34명 많아진 것으로 조사됐다.

2018년 7월부터 시작된 이 사업은 아쉽게도 시행 3년6개월째 되는 오는 12월 말이면 종료된다. 정책 시작부터 ‘일몰제’로 기획됐기 때문이다. 중소기업에는 교통비 지원 중단 시 청년 16만 명의 반발이 클 것으로 우려됐다. 한 중소기업 사장은 “이런 제도마저 없으면 인력이 부족한 산단 내 중소기업이 청년층 취업을 유인할 만한 요인이 없다”며 “사업이 연장돼야 한다”고 주장했다.

안대규 기자 powerzanic@hankyung.com

볼드전자 “옷 걸고 펼쳐 다림질 ... 다림판보다 편해요”

스탠드형 스티미다리미 인기
옷 잡아주는 행거가 장점



“옷을 수직으로 걸어둔 상태에서 호를 거리지 않게 팽팽하게 펼쳐놓고 다림질 할 수 있는 제품은 없을까..”

12년간 생활가전업계의 개발·생산 분야에 종사해온 이상훈 볼드전자 대표가 2017년 창업에 나선 건 이런 갈증 때문이었다. 일반적인 스티미다리미는 다림질이 시원치 않아 번번이 불만을 느끼던 터였다.

이 대표는 그해 6월 회사를 설립해 본격적인 제품 개발에 나섰다. 그가 눈여겨본 것은 ‘인장력’(맨이 수직이 되도록 끌어당기는 힘)이었다. 실제 많은 소비자가 스티미다리미를 이용하는 과정에서 옷을 벽 등에 걸어두고 하는데, 이때 인장력이 부족해 수평 상태로 다림질하는 효과는 미치지 못한다.

을 유지할 수 있게 하는 행거 제작에 나섰다”고 했다.

윙핏 스탠드형 스티미다리미는 전용 행거와 스티미다리미로 구성된 세트 상품이다. 아이 옷부터 어른 옷까지 크기에 관계없이 모든 옷을 펼쳐주는 행거가 핵심이다. 4mm 단위로 미세조정이 가능하다. ‘수직 다리미질용 행거’라는 명칭으로 특허등록을 완료했다. 기존에 없던 형태의 옷걸이라는 점이 소비자의 이목을 끌며 제품은 첫해부터 대박을 터뜨렸다. 지난해에만 2억5000만원의 매출이 발생했다.

올 들어서는 중소벤처기업부의 연구개발(R&D) 과제로 ‘오도메트 행거’를 개발 중이다. 무선 리모컨을 통해 크기를 조절할 수 있는 행거다. 이 대표는 “제품 자체의 디자인에도 신경써 인터리어 소품으로서의 효과도 노릴 것”이라고 했다. 이 제품은 내년께 출시할 예정이다.

윤희은 기자 soul@hankyung.com

“中企 판로 늘리게 홈쇼핑 수수료 낮춰야”

중소벤처기업정책학회 토론회

중소기업의 판로 확대를 위해 홈쇼핑 송출수수료 체계를 대폭 낮춰야 한다는 주장이 제기됐다. 최근 5년간 유료방송사업자 홈쇼핑업체로부터 거둬들인 송출수수료가 연평균 39%씩 뛰면서 중소기업 부담으로 전가되고 있다는 이유에서다.

한국TV홈쇼핑협회와 한국중소벤처기업정책학회, 국회 과학기술정보방송통신위원회 소속 국회의원들은 19일 서울 여의도 중소기업중앙회에서 ‘홈쇼핑 송출수수료 현황 진단 및 개선 방안’을 주제로 토론회를 열었다. 이날 참석 한 김상희 국회의장은 “홈쇼핑업체의 송출수수료는 2019년 1조8394억원 규모로 집계됐다”며 “2019년 TV홈

쇼핑 매출은 3조7111억원으로, 매출의 절반을 송출수수료로만 지출한 셈”이라고 말했다.

방송통신위원회에 따르면 2019년 유료방송사업자 매출에서 홈쇼핑 송출수수료가 차지하는 비중은 29%로, 매년 1%포인트씩 증가하는 추세다. 김 부의장은 “송출수수료 부담으로 홈쇼핑사가 판매 수수료를 인상하면 중소기업과의 협력 및 소비자 후생에 큰 방해 요인으로 작용한다”고 지적했다.

주제발표를 맡은 이정희 중앙대경제학과 교수는 “유료방송사업자와 홈쇼핑업체, 중소기업으로 이어지는 높은 거래비용 구조와 공급자 중심의 송출수수료 책정방법을 개선하기 위해 적절한 규제와 상생지원방안이 필요하다”고 조언했다.

민경진 기자 min@hankyung.com

“기업승계 미리 준비하세요”
중기중앙회, 차세대CEO스쿨

중소기업중앙회는 기업승계를 준비하고 있는 예비 최고경영자(CEO)를 대상으로 2021년 예비 명문장수기업 차세대 CEO스쿨을 운영한다고 19일 밝혔다.

2009년 시작된 차세대CEO스쿨은 급변하는 경영환경에 대응하고 조직문화 혁신을 선도하는 차세대 CEO를 육성하기 위해 마련된 교육 프로그램이다. 온라인과정, 입문과정, 심화과정, 12세대 기업승계 워크숍 등 차세대CEO 포럼으로 구성된다. 온라인과 입문과정은 무료로 제공된다. 중기중앙회 관계자는 “차세대CEO스쿨은 순차적이고 체계적인 교육과정으로 기업승계 시 겪는 중소기업의 다양한 애로사항 해결과 명문장수기업이 되기 위한 준비과정 등 실용적인 부분에 초점을 맞췄다”고 강조했다.

민경진 기자 min@hankyung.com

KMAC 한국능률협회컨설팅

It's time to ESG

지속가능한 미래를 위한 생각의 힘, 기업의내일을 깨우는 힘,
KMAC에서 그 위대한 혁신이 시작됩니다.

기업가치혁신 | 공공혁신 | 진단평가 | 리서치 | 디지털·데이터 | 에너지·환경 | ESG | 대학사업 | 스마트교육 | 글로벌연수 | 미디어

서울시 영등포구 여의공원로 101, 8층 | TEL 02.3786.0114 | www.kmac.co.kr