



올해 5월에 마련한 양재동 전시장

철저한 A/S와 고객관리가 기본전략

청산무역은 올해로 설립 3년째를 맞는다. 기업의 나이로는 유년기를 보내고 있는 셈이다. 현재의 경기도 안양시 비산동에 본사가 자리를 잡은 것은 지난해 10월, 올 5월에는 서울 양재동에 서울사무소를 오픈하면서 건실하게 기반을 다지고 있다. 제과기계 및 식품관련기기 수입전문업체를 표방하며 규모면에서는 선발업체에 비해 다소 작다고는 할 수 있으나 적극적인 영업전략과 확실한 제품으로 식품업계 요소요소에 참신한 이미지를 심어 가고 있는 것이다. 특히 청산무역은 최근 제과업계가 필요로 하는 첨단 기자재의 공급에 박차를 가하여 점차 고급화로 나아가고 있는 베이커리 분야의 선진화에 일익을 담당하고 있는 업체이기도 하다.

길게 거슬러 올라가기에는 짧은 역사를 가지고 있기는 하지만 청산무역은 92년 설립 이래로 차분히 취급 품목을 늘려오면서 점차 제과업계의 일부분이 되었다. 최초로 수직형 쇼케이스의 보급에서 출발, 현재는 40여종이 넘는 관련기기를 공급하고 있다. 믹서기, 주스기, 슬러쉬기, 빙수기, 커피기, 오븐 등 주로 선진국의 첨단제품 위주로 수입 판매전략

● ● ● ● 업체 탐방

수입기기 전문업체

청산무역

설립 3년째, 내실있는 기업으로 차분히 성장을 거듭하고 있는 청산무역은 첨단 기자재의 공급으로 제과업계의 발전에 일익을 담당한다는 자부심으로 넘쳐있다. 특히 영업이 중심인 만큼 판매에만 그치지 않고 철저한 A/S와 고객관리를 통하여 신뢰를 구축하고 변화하는 시대를 앞서가겠다는 자세를 견지하고 있다.

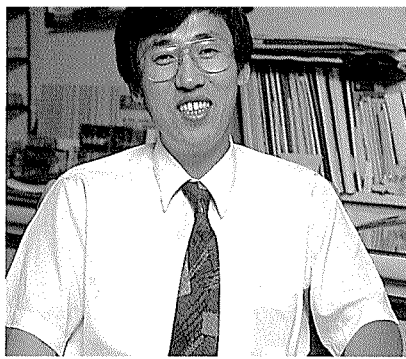
을 펼쳐왔다.

청산무역의 뿌리는 유제품관련업으로 시작한 '청산혜밀리'에서 찾을 수 있다. 물론 이것은 청산의 양순범사장의 이력과 동떨어질 수 없는 연관을 맺는다.

청산의 양사장은 건국대학교 축산대학원에서 유가공학을 전공한 학과파. 유가공 전문가인 그가 오늘의 청산무역 처럼 제과업계와 인연을 맺게 된 것은 81년 뉴욕제과에 입사, 아이스크림 개발을 담당하면서이다. 뉴욕제과에서 몬테비앙코 아이스크림을 개발하고 다년간을 제과업에 몸 담았던 일이 현재 청산무역이 자리를 잡는 데 큰 힘이 된다고 그는 말한다. 아이스크림 개발을 계기로 제과업계에 대한 안목을 넓혔고 이후 한 때 (주)비타종합 근무 시절 쇼케이스 부문을 담당하여 기계와 영업의 노하우를 쌓았다.

청산무역의 전신 청산혜밀리는 91년에 시작한 양사장의 첫번째 사업인 셈이다. 전공 분야인 유가공제품, 도구 등이 주 취급 품목이었으나 1년만에 이 사업은 청산무역이라는 더 폭 넓은 분야로 방향을 선회하게 된다.

유가공제품이 우유의 2차산업이라면 이 유제품을 활용하는 것이 제과 및 식품업이며 특히 기계에 관련하여 양사장 개인의 관심과 노하우가 청산무역 설립의 바탕을 이루게 된 것이다.



양순범 사장

아이스크림 개발과 함께 인연 맺어

청산무역의 쇼케이스는 이태리의 국제적 모델 아프(IARP)를 주력으로 한다. 그 종류만 해도 10여종에 이르는 이 쇼케이스는 제과점용으로 널리 쓰이는 수평쇼케이스와는 달리 편의점까지 포함해서 각종 외식분야의 필수품으로 수직형이며, 현재 청산의 아프모델은 동원이나 해태와 같은 대기업의 수입제품과 어깨를 견줄 만큼 우수한 기종이라고 한다. 연간 청산무역이 공급하는 물량은 1천내지 1천5백대선. 대기업의 판매량을 웃돈다. 그 이유는 제품력에서도 이유가 있겠지만 무엇보다도 제품 판매에만 주력하는 대기업과는 달리 사후관리면에서 적극적으로 될 수 있는 중소 수입업체의 장점을 청산이 십분 살려냈기 때문이라는 설명이다. 국내의 기계관련 기술력이 발전을 거듭하고 있으나 유독 냉동설비에서만 외국에 비해 다소 뒤떨어져 있어 특히 문짝만 하더라도 수입에 의존해야한다는 냉동쇼케이스, 에어커튼 방식의 다단식쇼케이스, 냉동, 냉장겸용 쇼케이스 등은 청산이 우수기종임을 자랑하는 첨단제품이다. 또 이 쇼케이스는 주로 아이스크림, 음료의 보관, 생크림케이크의 전시용으로 필수품으로 알려져 최근에는 개점하는 제과점마다 반드시 현대 이상을 비치하게 된다고 한다.

그 밖에 청산의 수입기종들은 어떤 의미에서 없어서는 안될 것들로만 이루어져 있다고 할 수 있는 전략적 품목들이다. 더러 국내 생

산기종과 동일품목도 있지만 국내시장규모로 봐서나 기술력으로 인해 국내에서 제작되기가 힘든 제품들을 가급적 받아들여 제과, 식품분야뿐 아니라 기계에서도 선진화를 기하겠다는 것이 양순범사장의 소신이기 때문이다.

그러나 청산무역은 아직 알려지지 않은 기업이기도 하다. 그동안 중간도매업체를 통해



제품이 공급되기도 하고 특히 지방시장에는 영업력이 미치지 못한 때문이었다. 청산무역으로서는 주력으로 취급하는 캔우드생크림믹서를 모르고 있는 사람이 많다는 것도 한 예가 될 것이다.

청산무역은 아직 알려지지 않은 기업

설립 이후 쇼케이스 영업을 위해 1년 반 가까이 전국을 돌았다는 양사장. 이제는 청산의 이름이 다소 인지도를 갖게 되었으므로 차분히 기업홍보에 주력하며 청산을 아

는 고객들을 간추려 볼 때가 되었다. 제조업체와는 다른 수입공급 업체이므로 영업과 사후관리를 최우선적 경영방침으로 설정하고 이제 전국을 무대로 활약할 때가 온 것이다. 현재 협력관계를 유지하고 있는 몇몇 관련업체와 함께 서울의 중곡동, 대구, 부산 등지에 전시장을 마련하고 A/S 및 고객관리에 만전을 기하고 있으나 더욱 확대될 지방 시장 관리를 위해 기술진을 상주시키겠다는 계획이다. 쇼케이스 한 품목만 하더라도 대기업과 경쟁하여 이겨낼 수 있었던 원인이 철저한 사후관리에 있다는 것을 강조하는 양사장의 경영방침이 한시라도 빨리 고객에게 더 가깝게 다가설 수 있는 방법을 모색하게 하고 있다. 전 직원이 기술영업을 담당하여 기술서비스에서는 어느 업체보다도 신속하다는 것이다.

최근 제과업체가 전반적으로 어려움을 겪고 있다고는 하지만 변화를 지향하는 자세를 가지고 새로운 방법을 찾기 위해 연구를 게을리 하지 말아야 한다는 양사장은 한편에서는 그 변화를 이끌어 가는 사람이기도 하다. 고부가가치를 창출할 수 있는 제품을 위해 새로운 기계를 공부하고 이를 공급하기 위해 애쓰겠다는 것이 그의 생각이다. 최근에 주춤했다는 커피제조기를 그는 제과점의 신아이템이라는 측면에서 지속적으로 판매를 추진할 것이라고도 한다.

불과 3년 가까운 시간내에 내실 있는 기업으로 자리 잡은 청산무역은 비록 그 역사가 아직은 무게를 갖지는 못했지만 끊임 없이 변화를 추구하는 업체로 평가 받기를 원한다. 모든 것이 변한다는 당연 논리 때문이 아니라 보다 앞서가는 자세에서부터 진정한 발전이 있기 때문이다. (글 김희득)

캔우드 생크림믹서기와 유라 커피제조기

청산무역의 주력 상품인 아프쇼케이스는 연간 1천에서 1천5백대가 공급되고 있다.

