

금호전기(주) 베이커리 전용 조명 '델리룩스'

'눈'으로 먹는 빵 맛은 우리가 최고

빵에 가장 빵다운 색깔을 입히는 조명은 그 자체로서 좋은 마케팅 수단이 된다. 잘 익은 빵의 노릇노릇한 색깔을 마주할 때 고객은 자기도 모르는 새 지갑을 열게 되기 때문. 금호전기(주)의 베이커리 전용 조명 '델리룩스(Deli-lux)'는 '맛있다'는 뜻의 '딜리셔스(Delicious)'와 '빛'을 뜻하는 '룩스(Lux)'가 더해 만들어진 한 마디로 '맛있는 빛'이다.

글_김미선 기자 · 사진_전문식

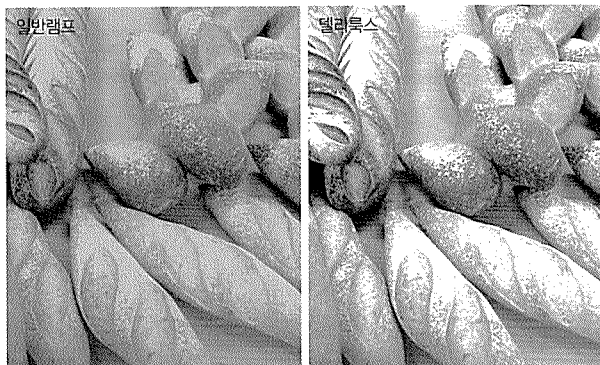


“인간의 몸은 거짓말을 하지 않는다.”

고객 마케팅의 달인으로 손꼽히는 미국의 덴 힐은 자신의 대표 저서 <감각마케팅>에서 눈, 코, 입, 귀, 피부 등 사람의 오감(五感)을 통해 뇌로 전달된 정보는 무의식적으로 받아들였을 지라도 결코 쉽게 잊히지 않는다는 사실을 과학적으로 증명했다. 요즘 한창 주가를 올리고 있는 커피전문점 ‘스타벅스’ 또한 최고라 자부하는 커피 맛을 직접 보여주기 위해 앞서 아늑한 실내조명과 은은한 커피향기로 지나가던 고객의 발길을 붙잡는 것으로 유명하다. 이처럼 감각 마케팅은 나날이 치열해지는 시장경쟁 속에서 21세기형 마케팅을 이끌어가는 주요한 흐름으로 자리잡았다.

사실 제과점은 감각 마케팅의 조건에 꼭 들어맞는 업종 가운데 가장 으뜸으로 꼽힌다. 굳이 직접 맛을 보지 않더라도 막 구워 나온 빵의 고소한 냄새를 맡거나 잘 익은 빵의 노릇노릇한 색깔을 마주할 때 고객은 자기도 모르는 새 지갑을 열게 되기 때문이다. 빵에 가장 빵다운 색깔을 입히는 조명이야말로 그 자체로서 좋은 마케팅 수단이 된다. 금호전기(주)의 베이커리 전용 조명 ‘델리룩스(Deli-lux)’는 ‘맛있다’는 뜻의 ‘달리셔스(Delicious)’와 ‘빛’을 뜻하는 ‘룩스(Lux)’가 더해 만들어진 이름으로 한 마디로 ‘맛있는 빛’이란 의미를 지닌다.

델리룩스는 지난 2002년 10월 오로지 제과점 조명만을 위해 특별히 탄생했다. 빵의 색깔을 제대로 ‘맛있게’ 살리기에 푸른 빛이 도는 형광등은 두말할 필요도 없고 노란빛이 강한 백열등도 제품이 능하게 떠 보여서 역부족이다. 델리룩스는 태양빛에 가까운 5파장 빛이어서 일반적인 단파장 혹은 삼파장 램프에 비해 훨씬 자연스러운 빛을 발한다. 델리룩스 아래서 빵이 자연스럽게 따뜻한 느낌의 황금색으로 뚜렷하게 빛나는 것도 그런 연유에서다.



델리룩스는 베이커리만을 위해 특별히 개발된 형광등이다. 푸른 빛이 도는 일반 형광등(왼쪽)과 달리 델리룩스는 자연빛에 가까운 황금갈색이 감돌아 빵을 훨씬 더 맛깔스럽게 나타내준다. 금호전기(주)는 지난 2002년 베이커리 전용조명의 국산화에 성공했다.

조명에서 발산되는 뜨거운 열을 최대한 줄였기 때문에 신선함을 최고의 가치로 여기는 제과점에서 그냥 지나칠 수도 있는 작은 부주의 탓에 정성스럽게 만든 빵의 품질이 떨어질 일도 전혀 없는 것이다.

빵, 온화하고 고급스러운 황금 옷 입다

델리룩스는 ‘번개표 전구’로 유명한 금호전기(주)가 국내 조명기술의 선두주자로서 사명감을 갖고 개발한 특수램프 가운데 하나다. 특수램프란 식료품점, 정육점, 사진관, 수족관 등 조명이 필요한 곳마다 제각각의 특성을 최대한 살릴 수 있는 전문조명을 말한다. 조명의 역할이 어느 곳보다 중요한 제과점이 ‘조명의 전문화’를 주창하고 나선 금호전기의 레이더망을 피해갈 리 없었다.

사실 개발 초기에는 회사 내부에서조차 델리룩스의 사업성에 대한 회의적인 시각이 많았다. 여러 차례 시행착오를 거듭한 끝에 빵과 과자의 고유한 색상이 고스란히 살아나는 조명 개발에 성공할 수 있었다.

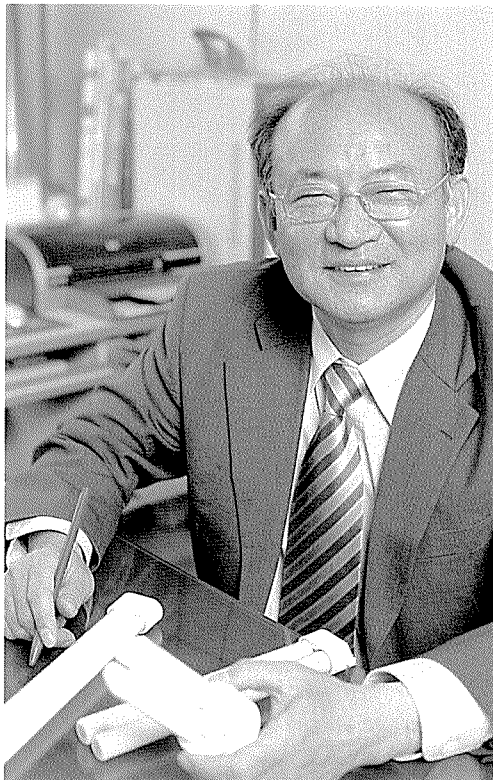
다행히 노릇노릇 맛있어 ‘보이는’ 빵을 위해 그 동안 값비싼 수입조명에 의존할 수밖에 없었던 제과업체의 러브콜이 잇달았다. 제과점 성공을 위한 중요한 마케팅 수단이 되는 조명의 역할에 한 발 앞서 눈 뜬 프랜차이즈 제과점들은 매장 조명을 일찌감치 서둘러 델리룩스로 바꾸고 있다고.

금호전기(주)는 그들의 오랜 연구와 땀의 결과인 델리룩스가 좀 더 많은 제과점에서 유용하게 쓰이기를 바라는 마음에서 전국 200여 개 번개표 대리점에서 손쉽게 구입할 수 있도록 접근성을 높였다. 현재 점포에서 쓰고 있는 일반 형광등을 당장이라도 빵집 특유의 온화한 분위기를 연출해주는 델리룩스로 바꿀 수 있도록 한 것이다.

뿐만 아니라 델리룩스의 출시와 더불어 소위 대기업 제과점에 비해 정보력이 뒤쳐질 수밖에 없는 자영제과점을 위해 70년 역사를 거름으로 쌓인 앞선 기술력과 정보력을 바탕으로 제과점 조명 인테리어에 관한 자문을 자처하고 나섰다.

세련된 인테리어가 돋보이는 제과점은 조명에서 시작하고 조명에서 끝난다. 많은 돈을 들여 고급스럽게 꾸민 매장이라도 잘못 선택한 조명 하나가 그 가치를 떨어뜨릴 수도 있고 반대로 아주 흔하게 꾸민 매장이라도 화사한 조명 덕분에 확 살아날 수도 있는 일. 금호전기(주)의 델리룩스는 감성 마케팅, 그 중심에서 있다. 🍞

interview



금호전기(주) 차용호 상무이사

금호전기(주)는 국내 KS마크 1호로 역사에 기록돼 있는 '번개표 전구'로 유명한 회사다. 올해 창립 70주년을 맞는 대한민국 조명 역사의 대표주자. IMF 이후 '새롭게' '젊게' 변신하면서 조명의 전문화 및 고급화를 꾀하고 있는 금호전기(주)는 휴대폰 및 LCD 모니터를 위한 첨단 IT조명은 물론 식료품점, 정육점, 사진관, 수족관 등 세분화되고 전문화된 일반 조명으로 사랑받고 있다.

델리룩스는 금호전기(주)에게 어떤 의미를 갖는 제품입니까?

대한민국 조명산업의 대표주자로 그동안 금호전기는 조명의 밝기와 내구성만을 따졌던 고전적인 틀을 벗어나 좀 더 자연에 가까운 빛을 재현하고 기능성을 더하는 고급조명의 방향으로 나아가고 있습니다. 델리룩스는 조명에 대한 우리 회사의 경영이념을 바탕으로 오랜 기간의 시장조사와 기술연구를 바탕으로 만들어진 제과·제빵 전용 조명입니다. 금호전기(주)의 전체 매출에서 델리룩스가 차지하는 비중은 아직 작지만 틈새시장으로서의 매력은 충분하며 우리 회사의 전문성을 발휘하는 좋은 예로 기록되고 있습니다.

앞으로 델리룩스와 같은 제과점 전용조명의 시장전망은 어떨까요?

제과점 인테리어에서 조명에 들어가는 비용은 아주 적습니다. 그렇지만 조명은 많은 돈을 투자한 인테리어를 볼품없이 만들 수도 있고 반대로 돈을 조금 들이고서도 인테리어 효과를 극대화시킬 수 있는 중요한 역할을 해냅니다. 델리룩스는 제과점만을 위해 특별하게 만들어진 제품이므로 시각효과는 물론 빵과 과자의 보존효과도 뛰어납니다. 제과점을 위한 전문조명의 효과가 충분히 알려지면 델리룩스의 시장 전망은 아주 밝다고 생각합니다.

Information

상 호 금호전기(주)

대표이사 박명구

설립년도 1935년 5월 25일 용산구에 청업체작소 설립

올해 창립 70주년

홈페이지 www.khe.co.kr

주 소 서울특별시 마포구 마포동 418번지

연 락 처 본사 Tel. 02)707-4000

영업소 서울 Tel. 02)707-4135

부산 Tel. 051)817-6415

대구 Tel. 053)382-5700

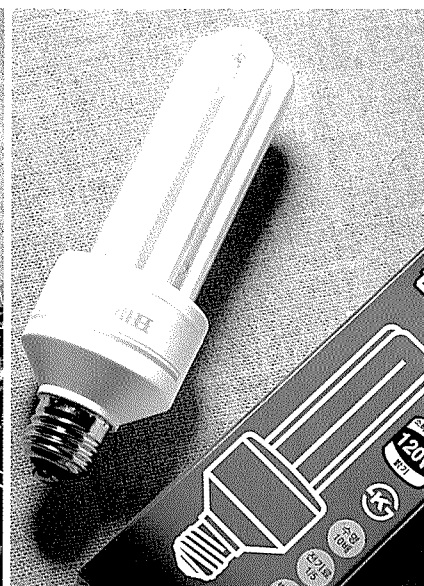
호남 Tel. 062)953-2331

소비자 보호과 Tel. 02)707-4031



CCFL 램프

세계에서 가장 작은 램프로 부착이 까다로운 매대나 냉동냉장고, 쇼케이스용으로 많이 쓰인다. 수명이 5만 시간이나 되고 매우 밝아서 전시효과가 크다. 온도가 낮아 형광등 사용이 어려운 아이스크림이나 케이크 쇼케이스에 사용하면 좋다.



참라이트

백열등 소켓에 꽂아 바로 사용할 수 있는 삼파장 램프. 수명이 백열등의 10배나 되고 빛 효율이 뛰어나다. 여러 가지 색깔이 있어 필요에 따라 알맞은 색상을 선택해 사용할 수 있으므로 다양한 분위기의 인테리어 연출에 많이 쓰인다.

대표 제품

금호전기(주)는 조명의 '전문화' '기능화' '첨단화'를 기업이념으로 삼고 있다. 휴대폰이나 LCD를 위한 IT 조명은 물론이고 절전형 일반 조명, 식물재배·광고·퇴색방지·식품전용 조명 등 다양한 특수조명을 생산하고 있다.