

벤처가 나간다, 기술독립군 열전

우리나라의 기술독립을 이루어낼 주체세력은 바로 벤처다. 거대 자본을 등에 업은 외국기업의 공격에도 동요하지 않고, 오히려 토종의 자존심과 독심을 발휘해 글로벌 경쟁력을 사수할 이 시대의 독립군들. 메이드인 코리아의 저력을 당당히 세계에 전파하고 있는 벤처인의 활약상을 사례별로 모았다.

Case 1. 원천기술 수출 & 로열티 확보

지난 4월 미국의 웹 보안장비 기업 블루코트시스템즈와 V3 엔진 공급계약을 맺은 **안철수연구소**(대표 김철수). 블루코트가 웹 보안장비 프록시AV의 3개 모델에 V3 엔진을 탑재함으로써 안철수연구소는 장비 판매량에 따라 일정 비율을 로열티로 받게 됐다. 본격적으로 장비 판매가 시작되는 하반기부터 블루코트와의 마케팅 프로모션을 통해 아태지역을 비롯한 전 세계 주요 시장에서 적극적인 영업을 전개할 계획. 이로써 안철수연구소는 올해 초 사이버리소프트웨어의 메시징 애플리케이션용 보안 솔루션에 V3 엔진을 공급한 데 이어 또다시 세계시장에 원천기술을 수출하는 쾌거를 이뤘다.

신지소프트(대표 최충엽)는 세계 최초로 상용화한 무선인터넷 다운로드 솔루션 GVM과 GNEX로 달리를 벌어들이고 있다. 휴대폰에서 인터넷을 통해 각종 콘텐츠를 다운받아 이용할 수 있게 한 획기적인 기술로 국내는 물론 해외에서도 실력을 인정받은 것. 콘텐츠 개발자들이 GVM과 GNEX를 이용해 매출을 올릴 경우 신지소프트에 로열티

를 지급해야만 한다. 2002년 6월에는 이스라엘의 2위 통신사인 오렌지사에도 원천기술을 공급해 국내 시장을 넘어서 유럽의 GSM망 시장에서도 경쟁력이 있음을 입증했고 2004년 말을 기준으로 로열티 수입이 전체 수익의 61%를 기록했다.

토종 소프트웨어 브랜드의 대표주자로 손꼽히는 **핸디소프트**(대표 김규동) 역시 외산 글로벌 기업들과 당당히 겨루며 입지를 다지고 있다. 업무프로세스관리(BPM) 분야에서 두각을 나타내고 있는 핸디소프트는 화이자, 시티그룹, GE, 하니웰, 존슨앤존슨 등 포춘 100대 기업을 비롯해 250여 곳에 달하는 고객사를 확보하며 해외에서 눈부신 성과를 거두었다. 특히 2004년 BPM분야 전문업체 가운데 세계시장점유율 5위, 라이선스 판매 성장률 세계 2위를 달성해 해외에서의 성공신화를 써나가고 있다.

무선인터넷 솔루션업체 **네오앰텔**(대표 김운수)은 지난 2001년 2월 모바일 그래픽 솔루션의 원천기술을 켈컴에 수출하고 이듬해부터 로열티를 벌어들이고 있다. 네오앰텔이 보유한 기술은 컬러휴대폰에서 플래시애니메이션, 뮤직비디오, 실시간TV 등 동영상

을 작동하는 데 사용되는 핵심기술. 2002년 3억원의 로열티 수입을 거둔 데 이어 2003년에는 13억원, 2004년에는 25억원으로 매출이 급성장했다.

지난 2003년 2월 중국 웨이하이시의 수배전반 업체인 후아통기업공사와 기술수출 계약을 맺은 수배전반 생산업체 **케이디파워**(대표 박기주) 또한 로열티 수입으로 명성을 떨치고 있다. 인터넷을 이용해 원격제어감시가 가능한 지능형 수배전반 제조기술을 이용하면 공장에 직접 가지 않고도 전령상태나 고장여부를 파악할 수가 있다. 첫 해인 2003년 20만달러, 지난해 25만달러의 로열티를 벌어들였다.

일본에서 특허사용료를 받는 **제이앤제이**(대표 김정훈)는 진동모터 생산기술을 수출한 기업. 게임기나 게임전용 휴대폰에 필수 부품인 초소형 직류모터를 개발하고, 지난해 10월 세계 최대의 모터 생산회사인 시코기연에 기술을 공급하기로 했다. 30억원의 연구개발비를 투입해 거둔 값진 성과라 하겠다. 5년 동안 매년 시코기연 영업이익의 30%를 지급받는 조건이며 올해 10억~15억원의 로열티 수입이 예상된다.

Case 2. 부품 · 장비 수출

3차원 나노측정장비 하나로 세계시장의 75%를 차지한 SNU프리스전(대표 박희재)은 국내 대기업은 물론 일본의 엔이시(NEC)·히타치, 중국과 대만의 대기업을 대상으로 활약을 펼치고 있다. 수출 장비는 머리카락 굵기인 나노(1/10억m)급의 초정밀 기술을 이용해 LCD와 반도체의 미세한 형상을 검사하고 불량품을 잡아낸다. 기술 개발 단계부터 세계시장을 타깃으로 삼았으며 특히 일본에서 시장진출 1년 만에 점유율 100%라는 경이로운 기록을 세웠다. 네트워크 장비업체인 파이오링크(대표 이호성)는 외국기업들이 주도하던 다계층 스위치 시장에 뛰어들어 국산 기술의 저력을 보여주고 있다. 다계층 스위치는 같은 기종의 서버를 연결해 하나의 서버 역할을 하도록 연결하는 장비로, 철저한 기술 개발과 애프터서비스를 전략으로 3년 만에 시장점유율 20%를 확보하며 성장해 왔다. 2003년부터는 일본으로 무대를 넓혀 적극적인 진출을 모색하고 있다. 일본산 일색이던 카메라폰 부품에 국산 바람을 일으킨 해빛정보(대표 박병선)는 당당히 기술독립을 선언했다. 이 업체가 처음으로 개발한 일체형 광학필터 '홀프'가 100년 이상 앞서가던 일본의 부품 기술을 따라잡은 것. 영상왜곡 현상을 최소화한 획기적인 제품으로 카메라폰의 필터만큼은 해빛정보의 부품을 따라올 곳이 없을 정도다.

Case 3. 국산 소프트웨어 활성화

콘텐츠관리시스템(CMS)를 개발하는 솔루션 업체 아이오커뮤니케이션즈(대표 오재철)의 주력제품 ICS4는 국내 최초, 순수 국내 기술로 독자 개발한 솔루션이다. 국내 CMS 시장 점유율 1위를 차지할 만큼 기술력도 증명되었다. 70% 이상을 차지하는 막강한 점유율로 인해 외산 업체가 국내 시장에 진입하지 못할 정도다. 넷피아(대표 이금룡, 이판정)의 자국어인터넷주소 서비스는 해외진출이 활발하다. 지난해 불가리아, 그리스 등 남동유럽 국가와 태국, 베트남, 몽골에 서비스를 보급하기 위해 주요정부기관 및 여러 인터넷기업들과 제휴한 것에 이어 올해는 헝가리, 덴마크, 네덜란드, 룩셈부르크 등 서유럽 국가들과 인도, 중국, 말레이시아와 전략적 제휴를 실시할 계획이다. 4월 12일에는 터키 현지에서 80만불의 투자를 받아 터키어인터넷주소 서비스 계약을 체결하고 시범 서비스를 앞둔 상태다. 세중나모인터랙티브(대표 천신일)도 웹사이트 편집 프로그램 '나모웹에디터'를 전 세계에 수출하며 국산 기술력을 뽐내고 있다. 경쟁제품인 MS사 프론트페이지의 한 달 판매량이 3500개이고 나모웹에디터가 2500개인 것만 봐도 그 위상을 짐작할 수 있다. 최근 '플래시크리에이터'를 선보이며 플래시 및 멀티 애니메이션 제작 프로그램 시장에도 진출해 호응을 얻고 있다.

Case 4. 자랑스런 글로벌 브랜드

디지털가전 전문기업 휴맥스(대표 변대규)는 세계 3대 셋톱박스 메이커로 떠오르며 글로벌 브랜드로 자리매김했다. 유럽·중동지역의 유통시장에서는 이미 점유율 1위를 달성한 상태. 최근에는 브랜드이미지 마케팅을 전략으로 내세워 유럽에 디지털시장과 튜너와 PVR(영상녹화장치)기능이 동시에 지원되는 세계최초 디지털LCD TV를 자체 브랜드로 수출하고 있다. 휴맥스의 해외매출 비중은 무려 90%이며 1~2년 내에 매출 1조원을 달성해 세계적 브랜드로 거듭날 계획이다. 전 세계적으로 고부가제품의 수요가 증가하고 있고 케이블, 지상파 등 유선방송의 디지털화가 가속되고 있어 휴맥스의 시장확보 전망은 매우 밝다. 베인콤(대표 양덕준)의 '아이리버(iriver)'는 국내는 물론 해외에서 대표 MP3플레이어 브랜드로 성장했다. 삼성, 소니, 애플 등 세계적인 대기업들과 치열한 경쟁을 벌이며 브랜드 파워를 과시하고 있는 아이리버는 현재 전 세계 MP3플레이어 시장에서 2~3위의 순위를 유지하고 있다. 또한 MP3전자사전 '딕폴'의 인기에 힘입어 상승곡선을 달리는 데 무리가 없을 듯 하다. 올해는 해외 브랜드 마케팅에 더욱 주력하면서 미주와 유럽 등지에서 대대적인 광고 캠페인을 펼치는 중. 마이크로소프트 등 세계적인 기업들과 공고한 협조체제를 바탕으로 형성된 브랜드 파워를 통해 입지를 굳힐 예정이다.