



디지털 멀티미디어 세상의 중심에 선다

가온미디어 임화섭 대표

디지털 셋톱박스 업계가 호황을 맞고 있는 요즘, 관련 업계의 경쟁이 어느 때보다 치열하다. 끊임없는 연구와 투자를 통해 세계 디지털 멀티미디어 기기 시장의 '글로벌 리더 기업'으로 도약을 준비하고 있는 가온미디어의 임화섭 대표를 만나 전략과 비전을 들어보았다.

가온미디어의 주력 제품 'KVR-1000'

KVR-1000은 하이엔드형 PVR (Personal Video Recorder) 모델이다. 이 제품은 디지털 방송을 시청하면서 최대 6개 채널까지 동시에 녹화가 가능한 강점을 가지고 있다. 뿐만 아니라 인터넷 망을 통해 DVR 기능을 제어하고 집안의 안전 유무를 확인할 수 있는 기능까지 갖추고 있어 홈 시큐리티를 구현한다.



셋

토타스 제조업체 가운데 미디어가 승승장구하고 있다. 회사 설립 4년 만인 지난해 매출 1100억원을 달성했고, 올해도 1500억원대 매출을 목표로 다가고 있다. 지난 7월에는 코스닥에 입성했다.

가온미디어의 도약은 지난해 2월 차세대 디지털 컨버전스 셋톱박스 로 각광받고 있는 'KVR-1000'을 출시하면서 본격화됐다. 연이어 'KVR-1000시리즈'를 출시하며 매출이 급성장했기 때문이다. 이 제품들은 해외에서 연이은 호평을 받고 있는데, 지난 5월에는 영국과 독일의 셋톱박스 전문지로부터 우수제품으로 선정되기도 했다. 업계 후발주자로 출발했으나 이제는 당당히 셋톱박스 리딩기업으로 자리매김한 가온미디어. 이런 괄목상대할 성과를 올리는 데에는 '연구개발 정신으로 뚝뚝 뚫은 회사의 분위기가 결정적 역할을 했다. 그리고 그 중심에 임화섭 대표가 있었다.

‘기술이 기업을 좌우한다’는 소신

임대표의 경영소신은 '기술이 기업을 좌우한다'이다. 끊임없는 기술 혁신이 있어야만 벤처로 살아남을 수 있다는 것이다.

“회사가 경쟁력을 가지려면 결국 기술혁신이나 연구개발이 밑바탕이 되어야 합니다. 하지만 기술개발에는 왕도가 없지요. 짧은 기간의 성과에 집착하지 않고 꾸준히 제품개발에 주력할 것입니다.”

창업 당시부터 그는 검증된 연구인력을 확보하는 데 주력했다. 같은 기업에서 디지털 분야를 담당하던 인력 가운데 뜻이 있는 사람을 불러 모았다. 이미 능력이나 기술이 검증된 우수한 인재들로 뛰어난 팀 워크까지 갖고 있어 기술력을 향상시키는 데 크게 기여했다.

기술력에 어느 정도 자신이 있었지만, 그는 기술인력을 지속적으로 충원해 나갔다. 그래서 현재 전체 임직원의 50%를 연구인력이 차지하고 있다. 기술개발에는 끊임없이 투자해야 한다는 의지의 발현이었던 셈이다.

인력과 관련하여 가온미디어의 또 다른 장점이 있다면 회사 설립 이래 연구인력 유출이 거의 없었다는 점이다. 이는 일관성을 갖고 시장의 흐름에 맞는 신제품을 지속적으로 개발해 낼 수 있는 토대가 되었다.

“우리는 컨버전스 셋톱박스의 설계 및 제품 디자인을 직접 할 수 있는 능력을 갖고 있습니다. 전 세계 방송환경에 맞는 고기능 제품을 바로 생산할 수 있는 것이죠. 이는 시장의 신뢰도를 높이는 데 큰 역할을 하고 있습니다.”

임대표가 생각하는 기술력은 단순히 제품의 기능을 개발하는 능력만을 뜻하지 않는다. 소비자가 원하는 것이 무엇이고, 다른 제품과의 차별성이 무엇인가를 생각해야 한다는 것이다. 그래서 그가 중점을 둔 경영방침 가운데 하나가 바로 디자인 개발능력을 키우는 것이었다. 우수한 기술로 만들어진 셋톱박스를 타사 제품과 차별화하기 위해서였다. 그 결과 출시하는 주력 제품들이 2003년부터 내리 3년 동안 한국디자인진흥원과 산업자원부 등 관계기관으로부터 '우수디자인'으로 선정됐다. “우리의 저력은 지금보다는 미래에 더 두드러지게 나타날 것이라고 확신합니다. 멀리 내다보며 일관된 관점에서 투자하고, 기술을 개발하다 보면 어느 순간 그 힘이 회사의 강한 경쟁력으로 나타날 것입니다.”

IP 셋톱박스 분야에 연구 역량 집중

앞으로 가온미디어는 갈수록 활용범위가 다양해지고 있는 IP 셋톱박스 분야에 연구역량을 집중할 계획이다. 단순한 위성이나 지상파 수신 기능의 셋톱박스로는 경쟁력을 가질 수 없다고 판단한 것이다. 인터넷 TV기능이 있는 IP 셋톱박스와 동시녹화용 셋톱박스 등 컨버전스시대를 구현할 제품을 개발해 나간다는 것이 임대표의 복안이다.

“단기적인 실적보다는 시장에서 필요로 하는 것을 앞서 개발하는 데 중점을 둘 것입니다. 그러기 위해 장기적인 관점에서 연구개발 인력을 지속적으로 발굴하고 육성할 계획입니다. 우리의 기술력으로 세계 시장을 선도할 수 있는 열쇠는 여전히 기술을 개발해 내는 인재라고 생각합니다.”

가온미디어는 지난해부터 적극적으로 추진해온 브랜드화 전략에도 회사의 역량을 다할 예정이다. 유럽이나 중동에 국한됐던 수출시장도 다변화하여 올해부터는 동남아, 남미 등지에 대한 영입을 본격화하고 있다.

“해외 시장을 공략하기 위해서 기업과 제품 PR에 더욱 매진할 것입니다. 2003년부터 꾸준히 참가해온 제품 전시회를 적극 활용해 해외 시장에서 공세적인 브랜드화 전략을 펼침으로써 우리의 제품을 알려나갈 생각입니다.”

셋톱박스업계의 기린아로 성장한 가온미디어의 뒤안길에는 거북이처럼 묵묵히 기술개발에 전념해온 임직원의 의지가 있었다. 이들은 '중심'이란 뜻을 지닌 회사명 '가온'처럼 앞으로도 올곧은 의지로 한 길을 걸어갈 것이다. 하여, 마침내 디지털 멀티미디어 세계의 중심 기업이 될 것이다.