

내비 빈자리 불박·로봇청소기로 채워... 시대별 전략 통했다

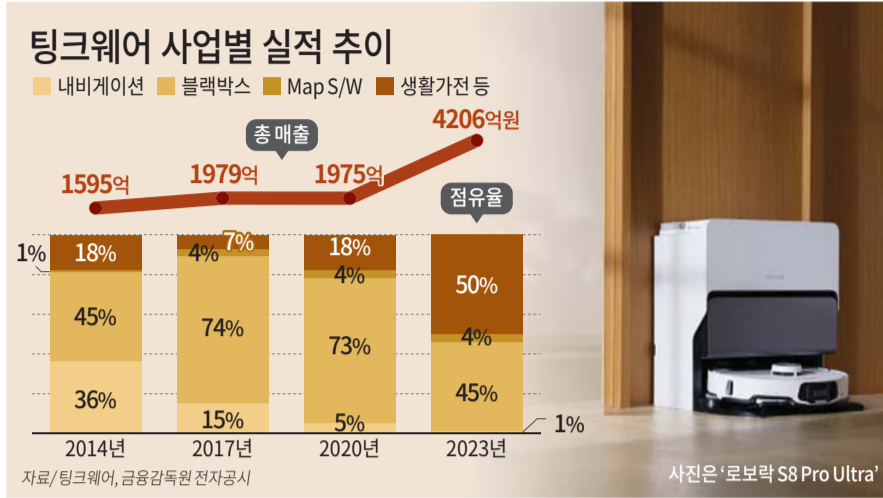
<내비게이션>

<블랙박스>

THINKWARE

링크웨어, 내비게이션 주력 설립
2014년 내비 매출 573억, 36%
작년 전체매출 4206억 중 1%로

블랙박스 매출 1888억 45% 차지
로봇청소기 등 생활가전 2101억



내비게이션 회사에서 '내비'가 사라지고 있다.

대신 블랙박스와 로봇청소기를 중심으로 한 생활가전이 자리를 채우고 있다. 변화를 빠르게 읽고 시류를 잘 타는 등 신사업 전환에 성공하면서다.

내비게이션을 주력 품목으로 1997년 설립된 회사 링크웨어 이야기다.

22일 링크웨어와 금융감독원 전자공시에 따르면 10년 전인 2014년 당시 회사 매출은 1595억원이었다. 이 가운데 내비게이션 부문은 573억원으로 전체 매출 중 36%를 차지했다.

링크웨어를 태동시키고 한때 캐시카우 역할을 했던 내비게이션 매출은 이후 26%(2015년)→19%(2016년)→15%

(2017년)→9%(2018년)→8%(2019년)→5%(2020년)→4%(2021년)→2%(2022년)로 비중이 점점 줄더니 지난해엔 1%까지 축소됐다.

업계 관계자는 "완성차들이 출고 단계에서 장착해 판매하거나, 아예 스마트폰이 대체하는 등 내비게이션 수요가 줄어 관련 회사들의 사업도 크게 축소될 수 밖에 없었다"면서 "아울러 값싼 중국산 내비게이션의 공략도 국산 내비 수요를 위축시킨 요인으로 지목된다"고 설명했다.

링크웨어 매출은 2017년 당시 1979억

원으로 2000억원대에 바짝 다가섰다 이후 2021년 2253억원으로 2000억원을 처음 돌파했다. 그러다 2022년엔 3367억원을 기록했고 지난해엔 4206억원으로 사상 최고 매출을 올렸다.

블랙박스는 2014년에도 전체 매출의 45%(721억원)를 차지하며 주력으로 부상했다.

우리나라의 경우 2011년부터 2016년 사이 신규 차량 뿐만 아니라 기존 차량도 '블랙박스'라고 불리는 디지털운행 기록장치 장착이 의무화돼 시장이 빠르게 성장했기 때문이다. 택시도 블랙박

스 탑재가 의무화됐다. 이후 이같은 추세는 유럽연합(EU), 독일, 일본, 미국, 캐나다 등 선진국에서도 이어졌다.

시장 조사기관에 따르면 2012년 당시 15억 달러 수준이었던 글로벌 블랙박스 시장 규모는 2025년엔 60억 달러까지 늘어날 것으로 추산되는 등 이 기간 평균 13% 가량씩 성장했다.

링크웨어도 블랙박스 시장 성장에 따라 2017년엔 전체 매출의 74%까지 비중이 올라가기도 했다. 전체 매출의 62%를 차지했던 2022년엔 블랙박스만 2000억원 넘게 판매했다.

2021년 당시 차량 출고에 앞서 블랙박스를 탑재하는 비포마켓에 진출한 링크웨어는 BMW를 통해 80여 개 국가에 블랙박스를 공급하는 등 시장 공략을 더욱 강화하고 있다. 사상 최대 매출을 기록한 지난해의 경우 블랙박스 매출은 45%까지 줄었다.

내비게이션이 떠난 자리는 로봇청소기 '로보락'이 든든히 받치고 있다.

링크웨어는 앞서 자회사인 링크웨어 모바일을 통해 로보락의 국내 독점 총판권을 획득하고 온·오프라인을 통해 공격적으로 판매했고 있다.

2020년 당시 300억원에도 그치지 못했던 로보락은 지난해엔 2000억원 넘게 판매되는 등 빠르게 성장하고 있다.

링크웨어는 로보락을 포함한 생활가전 부문 매출이 지난해 전체의 절반 가량인 약 2100억원을 올린 바 있다.

로보락은 한국시장에 발을 들여놓은 후 급성장하며 국내 시장점유율이 40~50% 정도로 삼성전자, LG전자 등을 제치고 1위로 올라섰다.

로보락 '로봇청소기 S8 Pro Ultra' 모델은 169만원에 달한다. 물걸레 자동 세척·건조, 물통 자동 급수, 먼지 자동 비움, 도크 자동 세척 등의 기능을 갖춘 이 제품은 총 42종의 사물을 인식해 장애물을 회피하고 스마트폰을 통해 다양한 청소모드를 원격으로 조정할 수 있는 기능을 갖추고 있다.

올해 5000억원 매출에도 도전하는 링크웨어는 현재 지도(Map) 플랫폼 전문 계열사 아이나비시스템즈의 상장을 준비하고 있다. 주관사는 키움증권이다.

링크웨어는 유비벨록스가 23.76%의 지분으로 대주주다. 이흥복 대표도 1.6%의 지분을 보유하고 있다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

“3高 속 상반기 中企 수출 25억 달러 증가”

오영주 중기부 장관
200일 우문현답 행보·성과 점검
“하반기 현장 뛰며 ‘현문중답’ 집중”

오영주 중소벤처기업부 장관(사진)이 취임후 시작한 '우문현답(우리의 문제는 현장에 답이 있다)' 행보를 107회 이어왔다. 이를 통해 총 287건의 건의사항을 직접 청취했다.

22일 중기부에 따르면 오영주 장관은 이날 오후 서울 여의도에 있는 티오더를 방문해 지난 200일 간의 우문현답 행보 성과와 보완점을 점검했다. 티오더는 오 장관이 우문현답 간담회의 첫 테이프를 끊은 회사이기도 하다.

오 장관은 "기업이 우리의 정책을 체감하기 위해선 종이문서만으로 채워지지 않는 2%가 현장에 있다는 확신을 가

지고 200일간의 우문현답을 이행해왔다"고 소회를 밝히며 "이러한 노력들이 힘을 더해 올해 상반기(1~5월 기준) 중소기업 수출은 '3고'의 지속 및 지정학적 리스크 등에도 불구하고 전년 동기대비 25억 달러 증가한 477억 달러를 기록했고, 벤처투자 실적도 5월말 기준으로 전년 동기 대비 4000억원 증가하는 등 대내외 어려운 여건 속에서도 가시적인 성과를 창출하고 있다"고 설명했다.

오 장관은 이날 자리에서 그동안 참여기업 중 8개사로부터 현장방문 후기, 하반기 중기부에 바라는 점 등 정책제언도 자유롭게 청취했다.

간담회에 참석한 A사 대표는 "2월 간

담회 이후에 지방청장이 직접 재방문하고 건의에 대한 상세한 답변을 해주 중기부의 진심을 느낄 수 있었다"고 전했다.

청년창업기업 B사 대표는 "벤처·스타트업이 성장 한계를 극복하기 위해선 정부의 적극적인 지원을 통한 글로벌화가 필요하다"고 말했다.

오 장관은 "벤처·스타트업의 글로벌화는 성장동력 확보, 경쟁력 강화 관점에서 매우 중요한 요소로, 기존 국경과 수출에 제한된 지원체계를 넘어 글로벌화 애로 해소와 현지 진출 정보를 제공하는 '글로벌화 지원 원팀 협의체' 등을 통해 전폭 지원하겠다"면서 "하반기에 도 더 많은 현장을 직접 뛰고 기업의 애로를 해결하기 위해 '현문중답'에 집중하는 중기부가 되도록 노력하겠다"고 덧붙였다.

/김승호 기자

삼성전자 'C랩 아웃사이드' 스타트업 공모

서울·대구·경북·광주서 동시진행

삼성전자가 공모전을 통해 미래를 선도할 혁신 스타트업 발굴에 나선다.

22일 삼성전자는 이날부터 8월 14일까지 'C랩 아웃사이드'의 스타트업을 공개 모집한다고 밝혔다. 올해로 7회째를 맞는 이번 공모전은 서울, 대구, 경북, 광주 4개 지역에서 동시에 진행해 전국의 유망 스타트업을 발굴할 계획이다.

이번 공모전은 ▲AI ▲로봇 ▲IoT 디바이스 ▲디지털헬스 ▲콘텐츠&서비스 ▲소재·부품 ▲ESG 등 총 8개 분야에서 우수 역량을 보유한 스타트업을 모집한다. 모집 분야는 글로벌 기술 트렌드와 삼성전자와의 협력 가능 분야를 종합적으로 판단해 선정했다.

삼성전자가 2018년부터 운영 중인 'C랩 아웃사이드'는 선발된 스타트업의 성장을 위해 삼성전자와 사업협력

기회, 역량발전 및 비즈니스 경쟁력 향상 컨설팅 등 전방위 지원을 제공한다.

삼성전자는 선발된 스타트업 중 삼성전자와 사업 연계 가능성이 있는 스타트업에 해당 사업부와 비즈니스 미팅, PoC(개념 증명) 등을 통해 적극적으로 사업협력 기회를 제공한다.

삼성전자는 올해부터 삼성전자-상생협력아카데미와 연계해 보다 전문적인 컨설팅을 제공하는 'C랩 아웃사이드 컨설팅' 프로그램을 신설해 운영 중이다. C랩 아웃사이드 컨설팅 프로그램은 상생협력아카데미의 SW·기구·인사·

재무 등 총 6개 분야의 임직원 전문가들이 1:1로 매칭돼 밀착 컨설팅을 제공하는 프로그램이다.

상생협력아카데미의 멘토 전문가들은 3~4개월 기간 동안 코칭을 통해 C랩 아웃사이드 스타트업들이 여러 부분에서 개선포인트를 찾고 경쟁력을 강화할 수 있도록 돕는다. /구남영 기자 koogija_tea@

중견련

회원기업 中 진출 모색

한국중견기업연합회가 회원 중견기업들의 중국 산동성 시장 진출 추가 모색에 나섰다.

중견련은 지난 19일 '중견기업-산동성 상무청 간담회'를 개최하고 중견기업의 산동성 진출 확대와 교류 활성화를 위한 지원 방안을 논의했다고 22일 밝혔다.

간담회에는 중견련 이호준 상근부회장과 산동성 상무청 최홍광 부청장, 산동성 현지 법인을 운영하고 있는 와이즈-윈과 세코닉스 등 중견기업 임직원 10여 명이 참석했다.

산동성 상무청은 대외 무역, 외국인



(왼쪽 5번째부터) 한국중견기업연합회 이호준 상근부회장, 산동성 상무청 최홍광 부청장, 산동성 정부 주한군 경제무역대표부 가계경 수석대표 등 참석자들이 기념촬영을 하고 있다. /중견련

투자와 지역 투자·상업·소비 촉진 관련 정책을 수립·시행한다.

중견기업인들은 "산동성의 노동·환경 규제와 복잡한 세금 체계가 기업들에게 부담으로 작용하고 있다"면서 "다양한 기관의 적용 범위가 상이해 행정 절차 이행에 어려움이 있다"고 애로를

전했다.

산동성은 장쑤성, 광둥성에 이어 한국과 교역 규모가 큰 지역으로 유라코퍼레이션, 이화다이아몬드공업, 패션그룹형지 등 주요 중견기업을 포함해 현재 4500여 개 한국 기업이 진출해 있다.

/김승호 기자

제주항공, 인천~가고시마 노선 재운항

매주 화·목·토 오후 12시40분 출발

제주항공이 일본 노선 확장에 박차를 가하면서 5년 전 중단했던 노선도 복구했다. 제주항공이 오는 9월14일부터 인천~가고시마 노선에 주 3회 일정으로 재운항을 시작한다고 22일 밝혔다.

제주항공은 지난 2019년 3월 가고시마 노선을 중단한 바 있다. 중단한 지 5년 7개월 만에 재운항에 나서게 되었다. 가고시마는 '일본의 니폴리'라고 불리며 연중 내내 온화한 기후와 뛰어난 자연경관으로 가족 여행객에게 인기가 높은 곳이다.

제주항공의 인천~가고시마 노선은 매 주 화·목·토요일 인천국제공항에서 오후 12시40분에 출발해 가고시마 공항에 오후 2시30분에 도착한다. 가고시마 공항에서는 오후 3시30분에 출발해 인천국제공항에 오후 5시40분에 도착하는 일정이다.

제주항공은 도쿄·오사카·나고야·후쿠오카 등 주요 간선 노선뿐만 아니라 ▲마쓰야마 ▲오이타 ▲시즈오카 ▲히로시마 등 지선에도 네트워킹을 확대하며 여행객들의 이동 편의를 높이며 '일본여행=제주항공'이라는 공식을 공고히 하고 있다. /박대성 기자 iunmids@