



## 창조적 디자인으로 세계 시장 공략

중국 공장 설립으로 제2의 도약

1971년 유창인쇄사로 설립된 이래 1987년 법인으로 전환한 (주)카드랜드(대표이사 변이창, [www.icardland.co.kr](http://www.icardland.co.kr))는 '품질제일주의와 고객만족'이라는 경영이념을 바탕으로 60여명 전 직원이 합심 단결하여 지속 발전하고 있다.

카드랜드는 디지털시대의 도래에 발맞춰 1997년부터 인터넷을 통한 쇼핑을 할 수 있도록 하는 웹 서비스 사업을 시작하였으며 현재도 인터넷을 통해 다

양한 고객 서비스를 실천하고 있다. 지난 2003년에는 중국 청도에 공장을 설립, 제2의 도약기를 맞아 약진하고 있으며 국내시장은 물론 해외시장 공략에 적극 나서고 있다. 지난해 4월에 완공, 6월부터 영업에 들어간 청도 공장은 최근 폭발적으로 확대되는 중국 시장 진출을 목표로 설립됐는데 카드랜드 본사 직원 1명이 파견돼 있다. 국내의 고액 인건비를 감안할 때, 수작업이 필수 불가결한 카드의 제작비용에 대한 압박도 큰 이유가 됐다. 중국의 훨씬 저렴한 노

동비용은 카드 제작비용에서 커다란 절감효과를 안겨 주었으며 현대화된 시설을 통해 큰 폭의 생산량 증가도 이룰 수 있게 됐다. 현재 카드랜드의 연간 생산 능력은 약 4000만장에 이르며 가동률도 거의 100%에 달한다. 대부분의 해외업무는 변경환 종합기획실장과 무역 총괄담당자인 김숙영 주임에 의해 진행된다. 그러나 이 외에도 수출부자재시장조사 및 출하를 담당하는 3명의 직원도 해외업무에 도움을 주고 있으며 수출용 카드의 개발은 디자인 팀장이 전

담하며 힘을 합하고 있다.

### 미국시장 전체 수출의 약 70%

카드랜드는 서먼 파인드페이퍼 (Schurman Find Paper Inc.)와 호라이즌그룹USA(Horizon Group USA)을 중심으로 하는 미국 시장에 전체 수출매출액의 약 70%를 집중적으로 수출하고 있다. 뿐만 아니라 지난 2003년에는 미국 월마트와 계약을 체결하여 자사 제품 그대로 납품함으로써 카드랜드의 브랜드파워를 널리 알리기로 했다.

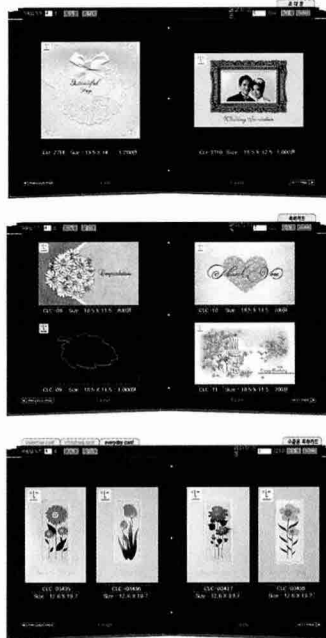
이외에도 프랑스, 독일, 요르단 등 세계 각지에서 거래처를 확보하고 있는 카드랜드는 올해 초에 열린 '페이퍼월드프랑크푸르트2004' 박람회에서 그리스와 프랑스의 신규거래처를 발굴, 지난 2월과 3월초에 각각 계약을 체결하였으며 현재 일본과 독일, 영국의 바이어들과도 긴밀한 접촉을 갖고 있다. 카드랜드는 보다 적극적인 신규시장 개척을 통해 국내 매출액의 약 15%에 불과한 현재의 수출실적을 계속 늘려간다는 복안이다.

### 창업주 방문 세일로 수출 물꼬 터

카드랜드가 수출의 물꼬를 트기까지는 험난한 과정이 많았다. 카드랜드의 창업주 변이창 회장은 1985년 처음으로 판로 개척을 위해 시제품을 들고 해외의 거래처를 직접방문하며 영업활동을 했다. 방문을 통한 시장 발굴이라는 어려움 속에서도 변 회장은 4년만인 1989년에 '200만불 수출 공로' 포상을 받기도 했다. 이 후에도 2000년에 이르기까지 뉴욕의 문구 사무용품 박람회 등에서 샘플-북을 들고 다니며 직접 영업활동을 했으며 미국의 프리덤그리팅카드(Freedom Greeting Card co., Inc.) 등이 이를 통해 신규 거래처로 발굴됐다.

한편, 카드랜드는 '2001 뉴욕 문구 사무용품 박람회' 참가를 시발로 2002년 2003년, 2004년의 프랑크푸르트

▶ 무역업무를 총괄하는 변정환 종합기획실장이 샘플북을 펼쳐보이고 있다(옆) 아래 사진은 업무를 보는 모습.



문구 박람회와 2003년의 홍콩 선물용품 박람회 등에 참가하며 카드랜드 브랜드를 세계에 널리 알리고 있다.

### 동양의 느낌 서양정서에 접목

모든 제품에 흐름과 유행이 있듯이 카드에도 유행이 있다. 카드랜드는 각종 전시회 참가를 통해 신속하게 제품의 유행을 파악함으로써 감각적 디자인을 개발, 해외 바이어들의 관심과 욕구를 충족시키고 있다.

아울러 무역부 직원들은 무엇보다도 바이어 요구에 대한 빠르고 명쾌한 응대를 통해 신뢰를 형성하는 것이 최우선이라고 생각, 이를 철저히 지켜나가고 있다. 카드랜드는 동양 특유의 섬세함과 단아함을 서양의 정서에 접목시켜 담박하면서도 화려한 디자인 개발에 몰두하고 있다. 또한 카드랜드의 수출되는 거의 모든 제품은 수작업을 거치기 때문에 획일적이지 않은 장점이 있다. 특히 카드랜드의 카드는 카드 본래의 목적이 '주는 사람의 마음을 전하는

것'이니 만큼 직접 만든 듯한 정성을 느낄 수 있도록 한 것이 가장 큰 매력이라고 할 수 있다. 뿐만 아니라 고급 종이를 사용함으로써 카드의 고급화를 추진하고 있다.

### 전년대비 20% 매출 성장 목표

카드랜드의 수출실적은 매년 10~15%의 신장률을 보이고 있다. 올해는 전년대비 최소 20%의 수출증대를 목표로 하고 있으며 3개국 이상의 신규 바이어를 개척하기 위한 영업활동에 힘을 쏟고 있다. 또한 지난해 설립한 중국 공장을 더욱 활성화하고 전진기지로 활용함으로써 중국시장을 적극 공략한다는 계획이다.

가장 간단하면서도 가장 중요한 목표인 '다시 거래하고 싶은 기업, 신뢰할 수 있는 기업 만들기'라는 슬로건과 올해의 매출액 성장 목표 20%에 따라 카드랜드 무역부 담당자들을 오늘도 해외 바이어들과의 상담에 시간가는 줄 모른다. <조갑준 기자>