

“기축시장
개척 통한
틈새 공략”

최근 경동네트웍 대표이사로 부임한 이봉호 사장은 현대자동차, 현대전자, 현대모비스를 거친 현대맨이다. 이봉호 사장이 쌓은 그동안의 경력이 '통합네트웍 세상의 중심기업'을 표방하고 있는 경동네트웍에서 어떤 역할을 할지 기대된다. 일단 경동네트웍이 홈네트웍 사업 강화를 위한 사업설명회를 성공적으로 개최해 순조로운 출발을 하고 있다. 사업설명회장에서 이봉호 대표이사를 만나 국내 홈네트웍 시장 전망과 경동네트웍 사업계획을 들어봤다.

#최근 부임한 것으로 알고 있다. 부임 소감은.

경동네트웍은 이미 2003년도에 네트워크사업을 확장하면서 보일러 업계의 사업다각화 바람을 일으켰다.

이번 설명회 역시 경동네트웍이 유비쿼터스 시대의 경쟁력 있는 기업으로 도약하기 위한 발걸음을 떤 것이다.

새로운 시작의 책임을 맡게 돼 무겁지만 전사적 역량을 집중해 주거문화의 네트워크화에 앞장서겠다.

#어떤 회사인가.

기존의 경동보일러는 '기술경동'으로 불릴 만큼 최고의 기술력과 보일러 시장을 확보하고 있었다.

하지만 침체된 보일러 시장과 과열경쟁으로 단순

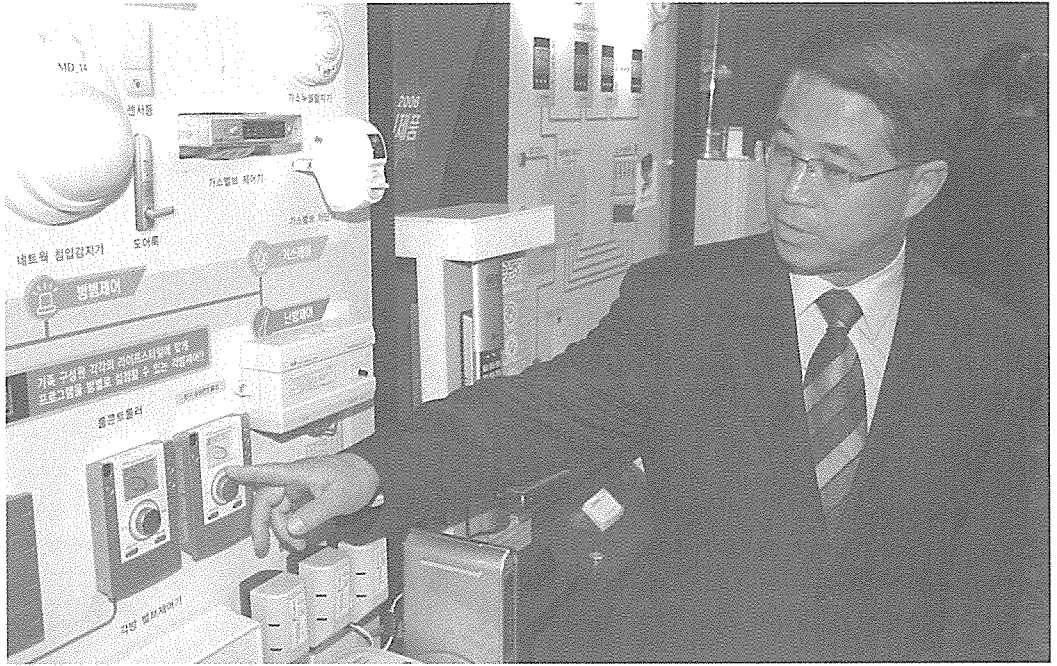
한 보일러 사업만으로는 기업을 이어갈 수 없는 것이 사실이다.

이런 환경의 극복을 위해 노력한 결과, 앞으로 전자분야의 시장이 비약적으로 발전할 것으로 예상하고 전자분야에 대한 전문적인 기술개발 및 시장 개척을 담당할 사업체가 요구됐다.

이런 이유로 경동보일러의 관계사 4곳의 전자분야를 총괄 담당할 기업으로서 경동네트웍을 탄생시켰으며 보일러의 전자컨트롤러, 나아가 홈네트웍 시스템을 기획, 개발, 생산, 판매하는 기업으로 발전해 왔다.

앞으로 제품군 다양화와 주거문화 전문 네트워크 기업으로 거듭나기 위해 대기업과 차별화된 전략과 기술개발로 시장진입을 진행 중에 있다.

참고로 현재 경동보일러 주식의 40%를 소유한 지



직접 제품 설명을 하고 있는 이봉호 경동네트웍 사장

'통합네트워크 세상의 중심기업' 될 것

주회사로 탄탄한 재무구조를 가지고 있다는 점도 전문점 개설을 원하는 분들에게 신뢰를 주고 있다.

#홈네트워크시장에서 경동네트웍만의 강점은.

기존 홈네트워크 회사들의 대부분은 '비디오폰'이라는 홈오트메이션에서 시작한 기업들이다. 홈오트메이션은 도어카메라, 공동현관 로비폰 등 배선작업이 필요한 장비들이 많으며 이런 이유로 기축시장으로 접근이 대단히 어렵다.

또한 기능들이 대동소이하기에 흔히 얘기하는 'Killer Application'의 등장 역시 찾아볼 수 없다.

그러나 경동네트웍은 많은 홈네트워크 기업들이 신축시장에 집중하고 있다는 점에 착안해 신축뿐만 아니라 기존 주택에도 쉽게 설치가 가능한 홈네트워크 시스템을 개발했다.

또한 우리나라 전통 온돌난방과 연동해 실생활에 유

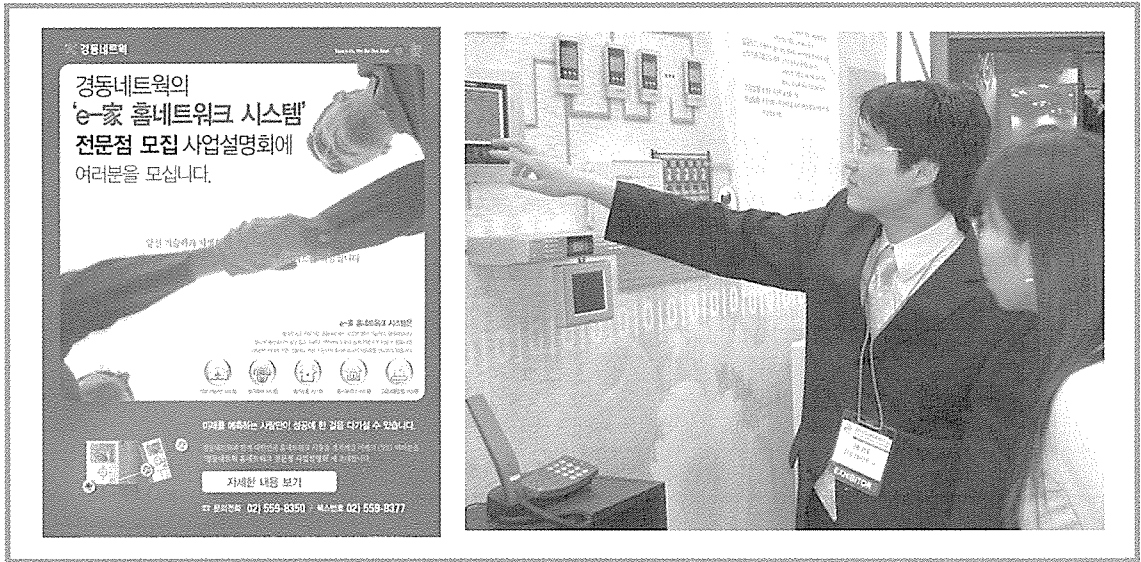
용한 기능을 부각시켰다. 이는 경동네트웍의 제품이 시장에 진입하는데 가장 크게 작용한 요인이다.

#국내 홈네트워크 시장을 전망한다면.

2003년도 정보통신부가 2007년까지 1,000만 세대에 홈네트워크 시스템을 설치하겠다는 비전을 제시할 당시만 해도 그 숫자는 허구적으로 받아들여졌다.

그러나 현재 신규로 분양하는 거의 모든 공동주택에 홈네트워크 시스템이 설치되고 있으며 수요가 폭발하고 있다.

신규시장의 수요폭발은 자연스럽게 기축시장으로 이어지게 된다. 이는 모델하우스를 통해 편리한 홈네트워크를 경험한 소비자들이 자신의 집에도 그러한 편리한 시스템을 설치하기 바라는 자연적인 현상이기 때문이며 과거 초고속 인터넷의 확산과 매우 유사하다 할 것이다.



결국 제공되는 시스템의 기능에는 조금씩 차이가 있겠지만 대부분의 가정에서 홈네트워크 시스템을 사용하게 될 것이며 그에 따른 파생 시장까지 내다본다면 수요가 대단할 것이라 생각한다.

#사업설명회 개최 배경은.

기존 경동보일러의 350여개 대리점은 기계 설비분야에 상당한 강점을 가진 조직이다.

이들은 기존의 소비자 접점 판매 채널을 확보한 상태에서 홈네트워크 시스템을 판매하고 있었으나 홈네트워크 제품을 100% 이해해 소비자에게 판매하는 구도보다 기존 채널을 이용하는 방식이었다.

물론 전자분야의 전문기술 부족으로 수주 후 설치하는데도 상당한 어려움이 따랐던 것도 사실이다.

이런 이유로 전기 및 통신분야에 기술적 강점을 가진 홈네트워크 전문점을 추가로 모집해 기존의 경동보일러 대리점과 연합체제를 구축, 양측의 단점을 보완하고 장점을 극대화하는 시너지효과 발휘를 위한 설명회였다.

#향후 사업계획은.

단기적으로는 현재의 제품군을 가지고 새롭게 모집하는 전문점과 기존의 경동보일러 대리점의 협업

관계를 극대화해 기업 규모를 키우는 전략으로 시장을 꾸준히 두드릴 것이다.

시장진입에 성공한 후 국내외 소비자가 요구하는 기능을 가진 기업들과의 전략적 제휴를 통한 'e-家' 제품군의 다양화를 꾀해 시장 점유율을 높인다는 계획이다.

R&D부에서는 경동네트웍의 핵심기술인 주거문화와 관련된 기술을 집중 개발해 소비자가 원하는 시스템은 무엇이든 공급이 가능한 '소비자 맞춤형' 홈네트워크 시스템을 구축할 것이다.

경동네트웍은 꾸준한 연구개발의 결과인 최고의 품질과 기술력으로 '통합네트워크 세상의 중심기업'으로 거듭날 것이다.

#관련업계에 바라는 것이 있다면.

신축용 홈네트워크 시장은 레드오션이 되었으나 기축용 홈네트워크 시장은 아직 블루오션 시장이다.

물론 많은 기업들이 뛰어들다보면 레드오션 시장이 되어 버리겠지만 기축용 홈네트워크를 하고자 하는 기업들은 기업들간 과열경쟁보다 소비자가 진정으로 원하는 특화된 시스템으로 공정하게 경쟁하고 소비자 만족을 최우선으로 생각해야 한다.