

중국 남산 방직이 이루어 낸 약진의 비결 <2/2>

◎ 과학 기술 발전에 공헌하여, 섬유 강국의 목표에 공헌

주원료(主原料)인 울(wool)을 중요시하면서 다른 원료 개발과 짜 맞추어 많은 부가 가치 텍스타일을 시장에 내놓고 있다. 2009년 봄에 베이징 전시회(北京 展示會)에서는 350수의 실을 사용한 형태 기억 생지를 출품하였다. 천이 구겨지지 않고 손질이 쉽다는 특징으로 바이어의 주문을 받았다. 미국 회사와 계약을 맺고 중국에서의 나노 파이버 독점 대리 판매권(nano fiber 獨占 代理 販賣權)을 따냈다. 염색에서의 생 에너지 기술(省 energy 技術)도 내외의 주목을 받아 많은 기업과 기술을 제휴하고 있다.

우수한 기술 시스템 개발에서의 성공은 다른 잠재 능력을 끌어낸 경우도 있었다. 남산 방직의 경우도 예외는 아니고, 이 회사의 제품 개발 측면에서 성공하였다는 독자적인 기술 개발 시스템과 크게 관계하고 있다.

이 회사와 제휴 관계가 있는 이탈리아(Italy)의 어패럴 브랜드의 연구 개발 시스템을 본보기로, 먼저 이탈리아 디자인 팀(Italian design team)에서 ‘제품 연구 개발 센터’를 조직하였다. 초빙한 저명 이탈리아 디자이너와 4명의 엔지니어에 의한 기술 서포트 팀(技術 support team)으로 되어 있다. 다음으로 미국과 일본 시장을 충분히 검토하여 연구 개발 영업 센터를 설립하였다. 미국인이나 일본인 디자이너를 활용하면서, 북미 시장이나 일본 시장에 참가하였다. 그리고 중국 국내 디자인 팀은 유니폼을 별개의 부문으로 다루면서 개발을 시작하여 온라인(on line) 품질 관리 부문도 개설하고, 전문 스태프(專門 staff)를 이 부문에 배치하였다.

이제까지의 연구 개발 센터는, 제품 하나의 디자인 연구 개발뿐이었는데 남산 방직은 다르다. “이탈리안 디자인 팀을 만든 다음 그들은 염색 가공 공정을 배웠다. 생산의 흐름을 이해함으로써 비로소 품질의 특징을 알 수 있게 되기 때문이다. 염색 가공 엔지니어도 역시 디자인이나 마켓 상황을 이해할 필요가 있다. 왜냐하면 제품과 시장을 이해함으로써 시장이 무엇을 원하고 있는지 이해할 수 있게 되기 때문이다. 부문 사이에서 정보 교

환을 추진하기 위하여 온라인 연구 개발 시스템을 도입할 수 있게 되었다.”고 이 회사에서 말하고 있다.

연구 개발 센터의 스태프 육성(staff 育成)도 팀 단위로 추진하고 있다. 경험이 풍부한 외부 디자이너를 초청할 뿐만 아니라, 설립 시부터 일해 온 베테랑(veteran) 외에도 4년제 대학을 졸업하거나 젊은 인재를 적극 채용하고 있다. 현재의 구성원은 50명인데, 그 중에 6명은 석사 이상의 학위를 갖고 있다.

이 회사의 간부는 취재의 끝을 다음과 같이 맺었다. “우리 회사는 오늘날까지 변함없이 현대화(現代化)와 글로벌(global) 기업화라는 목표를 내걸고 계속 전진해 왔다. 해외 기업이나 외국인 스태프와 협력을 통하여 세계 레벨의 첨단 기술과 생산력이 서로 접촉함으로써 기업이 크게 성장할 수 있었다. 장기적인 시야를 갖고 스태프(staff)를 양성하고 있다. 국가급 프로젝트(國家級 project)에 참여함으로써 기업이 저야 하는 책무를 다하고 있다. 과학 기술을 발전시키는 데에 공헌하는 것은 우리 회사의 이념이며 하루하루의 노력을 쌓아 올림으로써, 섬유 대국을 섬유 강국으로 완전히 바꾸겠다는 중국의 목표에 공헌하려 하고 있다.”♣