

08

장인정신으로 만든 주얼리는 해외에서도 빛난다



양석진 대표
(주)커플로/주얼리

금속공예학과를 졸업하고 2002년 ‘변하지 않는 가치’라는 철학을 가지고 엔조(ENZO)라는 브랜드로 회사를 설립했다. 장인정신을 바탕으로 직접 제작하는 핸드메이드(Handmade) 방식을 고집하며 디자인부터 제작, 완성, A/S까지 모든 공정을 고객과의 교감을 통해 만족과 신뢰를 줄 수 있도록 해왔다.

주얼리 분야에서 15년 넘는 사업진행으로 국내에서는 어느 기업 못지않는 인지도와 매출을 올렸지만 유독 해외시장 쪽으로는 판로가 열리지 않았다. 마침 무역협회 수출지원을 받아 2017년부터 해외 전시회를 참가하게 되었고 드디어 2018년 9월 홍콩보석전시회에 참가, 1만2천 달러의 창사 이래 첫 수출실적을 달성하게 되었다.

• 장인정신으로 핸드메이드 방식 고수

어려서부터 손재주가 남달랐던 나는 적성에 맞는 금속공예학과를 졸업하고 잠시 직장생활을 하다가 바로 귀금속 유통의 중심지인 종로 귀금속단지에서 2002년 ‘커플로’라는 이름의 회사를 차렸다. 처음에는 이 분야를 잘 몰라서 사업적으로 고전하기도 했지만 플래티늄(Platinum, 백금)으로 특화된 엔조(ENZO) 브랜드를 내세워 시장을 공략하기 시작했다.

전공을 살려 디자인부터 제작, 완성, A/S까지 모든 공정을 직접 손수 진행을 하며 고객과 소통을 하려고 했고 고객이 만족을 할 때까지 최선을 다하려 노력했다. 또한 플래티늄으로 제작한 보석은 대를 이어서 착용해야한다는 명품의 기본 가치와 이념을 항상 상기하며 세공을 함에 있어 디자인과 재질의 특성을 살려 모든 작업을 장인정신을 바탕으로 직접 제작하는 핸드메이드(Handmade) 방식을 고수했다.

직접 가공과 직판 체계로 진행을 하며 플래티늄을 활용한 엔조(ENZO) 브랜드로 국내시장을 공략한 결과 이 분야에 있어서는 독보적인 브랜드 지위를 확보할 수 있었으며 안정적인 매출로 회사는 성장하게 되었다.

• 세공 어려운 플래티늄 주얼리 도전

플래티늄은 은빛이 감도는 화이트 컬러와 반짝이는 광채가 특징이다. 백금으로도 불리는 매우 진귀한 금속으로 전 세계적으로 생산량이 매우 적고, 다이아몬드 반지 등의 주얼리 장신구로써 이상적인 귀금속 재료이다. 하지만 가격이 높고 가공이 어려워 초기에는 이 가공분야에 뛰어드는 사람이 많지 않았다.



세공과 연마에 고도의 기술이 필요한 플래티늄의 가공은 나에게
는 기회의 사업 분야라는 판단이 들었다. 그래서 이 분야를 특화하기
로 하고 다양한 디자인과 섬세한 가공으로 제품의 품질과 상품의 차별
화로 시장을 공략해 나갔다.

2002년 창업 후 주얼리 가공에 노하우가 축적되면서 플래티늄에
대한 디자인과 세공에 자신감을 얻어 2005년부터는 주력 제품으로 생
산을 하였다. 플래티늄은 금보다 35배 희귀하여 세계 어느 나라에 가
더라도 다이아몬드는 주로 플래티늄 소재로 세공되어 왔으며 그 부가
가치는 어느 귀금속보다 높다.

커피로는 엔조(ENZO)라는 브랜드로 국내시장을 공략하며 플래티
늄 소재에만 집중한 결과 귀금속 분야에 독보적인 업체로 부상, 매출
상승과 함께 회사가 성장하는 계기가 되었다.

• 무역협회 수출지원 받아 통한 해외시장 공략

창업 이후 플래티늄 주얼리 제조사로 내수시장 판매에만 주력했
다. 현재는 직원이 12명이나 되며 종로 주얼리 단지에서도 인정받는
중소기업으로 성장하게 되었다.

국내시장에서는 어느 기업에 못지않은 제품의 디자인과 차별화된
세공 기술력을 바탕으로 고객을 넓혔지만 한편으론 해외시장에서 제품
력을 인정받고 싶다는 마음이 늘 자리잡고 있었다. 하지만 수출을 전
혀 경험해 보지 않은 나로서는 해외 판로를 위한 네트워크 부재, 수출
전문인력 운영에 대한 비용적인 어려움 등으로 쉽게 해외시장 개척에
뛰어들 수 없었다.

마침 무역협회가 추진하는 수출지원 사업을 알게 되어 2017년 무
역도우미(Trade-Link) 지원사업에 응모하게 되었으며, 외국인 유학생
무역도우미와 수출전문위원을 소개 받아 해외시장 판로에 대한 눈을 뜨
게 되었다. 특히 2018년 내수기업 수출기업화 지원사업에 참가하게 되
면서부터 본격적인 해외시장 개척에 나서게 되었다.

수출전문위원의 컨설팅 도움을 받아 수출 상품의 외국어 번역, 해
외 바이어 발굴, 통관 등 수출 전반에 대해 이해를 넓혔다. 또한 해외
바이어 발굴 일환으로 중국시장 조사, 중국 유명 쇼핑몰 입점, 미국 아

“
국내시장에서는 어느 기업에 못지않은 제품의 디자인과
차별화된 세공 기술력을 바탕으로 점차 구매고객을 넓혀왔지만
한편으론 해외시장에서 제품력을 인정받고 싶다는 마음이
늘 자리잡고 있었다.

”

마존 등록 등 수출을 위한 다양한 마케팅 전략을 모색할 수 있었다.

• 영국 바이어, 주력상품 ‘체인’ 5만 볼 첫 주문

올해 초 스캠으로 알았던 메일이 영국으로부터 발주 주문으로 확인되면서 커플로의 플래티늄 엔조(ENZO)브랜드의 해외 수출의 길이 열렸다. 엔조의 온라인 쇼핑몰을 통해 영국의 바이어가 회사의 주력상품인 ‘체인’을 보고 찾아와 약 5만 볼어치를 구매해 갔다. 정말 꿈만 같았다. 이제 우리도 수출을 할 수 있다는 가능성을 느낄 수 있었다.

자신감이 생겨 본격적인 해외시장 개척을 위해 금년 9월 홍콩보석 전시회에 참가하게 되었는데, 이곳에서 미화 1만 2천 볼의 오더를 받게 되었다. 창사 이래 첫 수출 오더를 거머쥐는 순간이었다. 정말 기뻐다. 이 모든 것이 무역협회의 도움이 없었으면 불가능한 일이었다.

• 중국 시장 수출로 매출 40% 확보할 것

이제 시작이다. 앞으로는 그간 경험과 사업계획을 기반으로 신규 중국시장 개척을 위하여 중국어가 가능한 인력을 채용하고, 집중적인 마케팅을 통해 중국 시장을 적극 공략할 것이다. 중국 시장에서 매출의 40%를 얻을 수 있도록 매진해 나갈 계획이다. 또, 유럽시장 공략을 위해 커플로의 제품이 해외 명품 주얼리 브랜드와 어깨를 나란히 하기 위해 브랜드의 가치를 높이는데 주력할 것이다.

플래티늄 엔조(ENZO) 브랜드의 이념은 ‘변하지 않는 가치’이다. 고객이 항상 반지를 보면서 한결같은 마음을 가지게 하고 신뢰와 믿음을 줄 수 있는 브랜드가 되고 싶다. 커플로를 창업하면서 20년 가까이 한길만을 걸어왔다. 이제는 이 분야에 장인이라고해도 과언이

아닐 것이다.

현재는 주얼리 엔조(ENZO)가 세계적인 브랜드와 어깨를 나란히 하기 위해 제품을 표준화하고 품질을 일정하게 유지할 수 있도록 시스템을 체계화시키는데 주력하고 있다. 특히 기존에 넓은 반지, 좁은 반지 형태로 제작되던 것을 손가락의 사이즈에 따라 반지의 폭을 표준화하여 소비자들의 선택을 편리하게 했는데, 국내 플래티늄 시장의 표준이 될 정도다.

커플로의 플래티늄 엔조(ENZO) 브랜드는 국내시장에 만족하지 않고 세계시장을 향해 더욱 노력할 것이다. 또한 차별화된 세공 기술과 독특한 디자인으로 국내는 물론 세계에서 인정받는 주얼리 전문회사로 발돋움하기 위하여 무역협회와 손을 잡고 부단히 노력할 것이다.