

맞춤형 로봇 플랫폼으로 코스닥 도전… 피지컬 AI 시장 공략

혁신기업 돋보기

브릴스

프로젝트 1295건 수행·기술력 축적
지식재산권 186건·500건 확보 목표
최근 3년 매출 연평균 23% 성장
지난해 영업이익률 10% 기록
15개국 진출·북미 수주 210억
내달 상장·공모자금 AI 고도화 투입

“전세계 모든 로봇을, 모든 수요기업들에 맞춰 최적화 할 수 있는 것이 우리의 경쟁력이야 차별점이다.”

브릴스가 내달 코스닥 상장을 통해 피지컬 AI 기반 지능형 로봇 플랫폼 기업으로 도약을 시도한다.

전진 브릴스 대표는 18일 “브릴스의 플랫폼 아키텍처는 레고 블록과 같다”면서 “다양한 기술 모듈을 조합해 고객 맞춤형 솔루션을 구현할 수 있으며 피지컬 AI시대 본격화될 수록 기업의 제2전 주기를 지능화하는 핵심 플랫폼으로 성장해 나갈 것”이라고 밝혔다.



브릴스 전진 대표가 회사에 대해 설명하고 있다.

/브릴스

전 대표가 말하는 ‘레고 블록’이란 로봇 하드웨어와 다양한 분야에 적용할 수 있는 소프트웨어의 조합으로 모듈화를 통해 폭넓은 호환 솔루션을 제공하는 것을 의미한다.

협동로봇, 산업용 로봇 등 브릴스 자체 하드웨어에 자동차 전장 통합 검사 로봇, 박스 팔레타이징 로봇 기술, 고정밀 검사 시스템 기술 등 온디바이스·피지컬 AI 기술을 얹어 ▲물류 로봇 솔루션 ▲제조 로

봇 솔루션 ▲식품 가공 로봇 솔루션 ▲고정밀 검사 로봇 솔루션 등 여러 산업 분야에 최적화한 로봇 모듈화 플랫폼 솔루션을 제공하는 것이 브릴스의 핵심 사업 분야다.

전 대표는 “브릴스의 성장 구조는 단순한 프로젝트 수주 모델이 아니다. 로봇 하드웨어와 요소 기술 모듈이 플랫폼 자산으로 축적되고, 이를 기반으로 산업별 솔루션이 확대되면서 매출과 이익이 늘어나

는 선순환 구조를 구축하고 있다”고 설명했다.

대학과 대학원에서 메카트로닉스공학, 제조인공지능학을 접한 전 대표는 2015년에 브릴스를 창업했다. 회사는 자동차, 이차전지, 반도체 등 다양한 현장의 로봇 프로젝트를 수행하며 자체 하드웨어 기술 뿐만 아니라 데이터, 플랫폼 등 수 많은 노하우를 쌓아왔다. 2020년부터 2025년 사이 진행한 프로젝트만 1295건에 이른다. 또 현재 보유하고 있는 지식재산권만 186건이다. 중소기업으로는 드물게 회사에 ‘특허부’까지 별도로 뒀다.

전 대표는 “2030년까지 500건의 지식재산권을 확보하는게 목표”라며 “경쟁사들이 기술을 카피하지 못하도록 우리는 기술장벽을 계속 높여나갈 것”이라고 전했다.

차별화한 사업 전략을 바탕으로 브릴스는 안정적으로 확장하며 지난 2023년부터 2025년 사이 매출은 157억→187억→238억원으로 3개년 평균 23% 성장하는 기업으로 토론했다. 지난해의 경우 영업이익률이 10%를 달성하기도 했다. 그 사이 글로벌 진출국만 15개국으로 늘었다.

해외시장을 더욱 공략하기위해 미국 미시간주에 거점도 마련했다. 이를 통해 미국, 멕시코 등 북미와 유럽 시장 추가 확대를 모색하고 있다. 북미지역 누적 수주액만 현재 210억원 가량에 이른다.

전 대표는 “국내에서 검증된 로봇 모듈화 플랫폼 솔루션을 현지 거점과 파트너십을 통해 전 세계로 확장해 나갈 것”이라고 말했다.

브릴스는 오는 9월 17일 증권시장 상장을 예정하고 있다. 상장에선 120만주를 공모한다. 희망 공모가 범위는 1만6500~1만9500원으로, 공모 예정금액은 약 198억~234억원이다.

전 대표는 “상장을 통해 확보한 공모자금은 피지컬 AI 및 온디바이스 AI 기술 고도화, AX 기반 신규 솔루션 개발, 해외 영업망 확대, 생산·운영 인프라 확충 등에 투입할 계획”이라며 “상장을 계기로 기술 경쟁력을 강화하고 글로벌 사업을 확장해 K-로봇을 대표하는 글로벌 로봇 플랫폼 기업으로 탈바꿈해나갈 것”이라고 강조했다.

/김승호 기자

bada@metroseoul.co.kr



metro

경남 수해 전통시장 복구·금융지원 총력

중기부, 경남 17개 시장 피해 현장 점검
정책자금 최대 1억·복구보증 3억 지원
전기·가스시설 복구 패스트트랙 적용

중소벤처기업부가 집중호우로 피해를 입은 경남지역 전통시장의 복구와 상인들의 일상 회복을 위해 총력 지원에 나섰다. 중기부는 이병권 제2차관이 경남 거제 고현시장, 통영 서호시장을 잇따라 방문해 현장을 점검했다고 18일 밝혔다.

중기부에 따르면 집중호우로 현재까지 경남지역 17개 시장(경남 통영 3개 시장, 거제 14개 시장)에서 침수 및 토사 유출로 점포 피해 등이 발생한 것으로 파악됐다. 인명 피해는 없는 것으로 알려졌다.

중기부는 피해현황과 복구 상황을 신속하게 파악하고 피해 상인에 대한 지원이 차질 없이 이뤄질 수 있도록 지방정부, 지방중소벤처기업청, 소상공인시장진흥공



이병권 중소벤처기업부 제2차관(오른쪽 두번째)이 18일 경상남도 거제 고현시장을 방문해 수해 피해 상황 등을 점검하고 있다. /중기부

단 등 관계기관과 대응체계를 구축 운영하고 있다.

침수로 인한 전기·가스 등의 안전사고를 추가 예방하기 위해 한국전력공사 등에 안전점검을 요청하고, 침수가 발생한 전통시장의 전기·가스시설 복구 지원도 지원할 계획이다.

신속한 피해복구를 위한 원스톱 지원센터 운영(재해확인서 발급 등 지원), 피해 전통시장 소상공인의 신속한 경영 정상화를 위해 정부 정책자금과 보증 등 금융지원도 추진한다.

소상공인시장진흥공단은 재해피해를 입은 소상공인을 대상으로 2% 금리로 최대 1억원까지 정책자금을 지원한다. 지역 신용보증재단에서는 지자체로부터 재해확인서를 발급받은 소상공인을 대상으로 최대 3억원 한도 내에서 재해복구에 필요한 보증을 지원한다. 보증비율은 일반보증의 85% 보다 크게 상향된 100%를 적용하고, 보증료도 0.5%(고정)로 우대한다.

복구 또는 교체가 필요한 전기·가스시설에 대해서는 패스트트랙을 적용해 하루 빨리 영업을 재개할 수 있도록 지원에 나선다.

/김승호 기자

스마트링 원조 오우라 韓 상륙… 갤럭시 링과 정면승부

오는 25일 ‘오우라 링 5’ 국내 선배
가격 63만~78만원·최대 7일 사용
수면·스트레스 등 개인 건강 분석 강점

글로벌 스마트링 시장 선두주자인 핀란드 헬스테크 기업 오우라가 한국 시장에 진출한다. 오우라는 10년 넘게 축적한 센싱 기술과 건강 데이터 분석 역량을 앞세워 국내 시장 공략에 나선다. 특히 삼성전자가 지난 2024년 갤럭시 링을 출시한 데 이어 오우라까지 가세하면서 국내 스마트링 시장의 경쟁도 본격화할 전망이다.

18일 오우라는 서울 롯데월드타워에서 기자회견을 열고 ‘오우라 링 5’를 오는 25일 국내 출시한다고 밝혔다. 가격은 63만~78만원이다.

2013년 설립된 오우라는 스마트링 시

장을 개척한 업체다. 현재 150개국에 회원들을 두고 전 세계 4000여개 매장에서 제품을 판매하며 지난해 매출은 10억달러(약 1조4000억원)를 넘어섰다. 연구기관과의료기관에서도 오우라 데이터를 활용하고 있다.

◆수면·스트레스 분석… 여성 건강까지
오우라의 강점은 장시간 축적한 생체정보를 개인별 건강 분석으로 연결하는 데 있다. 반지 형태로 착용 부담을 낮춘 덕분에 이용자의 하루 평균 착용 시간은 23시간에 달한다. 손가락 동맥에서 손목보다 강한 맥박 신호를 확보할 수 있어 심박수와 심박변이도(HRV·심장 박동 간격의 변화) 등도 안정적으로 측정할 수 있다는 설명이다.

신제품은 너비 6.09mm, 두께 2.27mm로

크기를 줄였다. 고출력 LED와 12개 신호 경로를 적용해 작은 크기에서도 센싱 성능을 유지했으며 한번 충전하면 최대 7일 사용할 수 있다.

◆갤럭시 링과 경쟁… 한국 공략 본격화
오우라는 국내에서 삼성전자의 갤럭시 링과 경쟁한다. 오우라는 센싱 정확도와 개인화된 건강 분석, iOS·안드로이드 지원을 강점으로 내세운다. 반면 갤럭시 링은 삼성 헬스를 기반으로 갤럭시 기기와 연동되는 생태계를 갖췄다.

조지 애벗 오우라 유럽·중동·아프리카 및 아시아태평양 총괄은 “스마트링 카테고리 만들기도 오우라이고 시장을 이끌고 있다고 생각한다”며 “데이터를 행동할 수 있는 인사이트로 바꾸는 데 투자해 왔다”고 말했다. /구남영 기자 koogija_tea@

K-컬렉션 LA 흥행에 中 소 수출성과 확대

대중기협력재단, 中 소 40곳 참가 지원
리센스 부스 방문해 제품 홍보·팬 소통

대·중소기업·농어업협력재단이 지난 14일부터 16일까지 사흘간 미국 로스앤젤레스 LA 컨벤션센터에서 진행한 ‘K-COLLECTION with KCON LA 2026’(K-컬렉션)에 14만2000여 명의 방문객이 다녀가는 등 성황리에 막을 내렸다.

18일 대중기협력재단에 따르면 이번 K-컬렉션에는 뷰티, 라이프스타일, 푸드 분야 중소기업 40개사가 참가해 현장 판촉전과 수출상담회를 진행했다.

행사 기간 참가 기업들은 7만2000달러(한화 약 1억 원) 어치의 현장 판매 실적을 기록했다. 함께 열린 수출상담회에서 미국 현지 유통망·벤더사 77개사가 참여해 193건 이상의 1대1 수출상담이 이뤄졌으며, 총 800만 달러(한화 약 113억원) 규모의 수

출 MOU를 체결하는 성과를 거뒀다.

특히 판촉전에선 K컬렉션 공식 아티스트 ‘리센스(RESCENE)’가 참가기업 부스를 직접 방문해 제품을 소개하고 관람객들과 소통하며 현장에 활기를 더했다. 사전 SNS 콘텐츠와 연계한 홍보 활동 뿐만 아니라 현장에서 참가기업 제품에 대한 관심을 이끌어내며 국내 중소기업 제품의 매력을 글로벌 팬들에게 효과적으로 알렸다.

대중기협력재단은 이번 K컬렉션의 성과가 지속적인 해외 판로 확대로 이어질 수 있도록 온라인 판매 지원도 계속할 예정이다. 지난 7일 문을 연 공식 온라인 기획몰을 중심으로 SNS-K-POP 커뮤니티 마케팅과 인플루언서 리뷰 콘텐츠 등을 추진해 현장에서 확인한 소비자의 관심과 구매 열기를 온라인 판매와 수출 성과로 이어갈 계획이다. /김승호 기자

中 노선 여객 22% ↑… LCC 증편 경쟁 가속

올해 1~7월 中 여객 1149만명

중국 노선 여객이 올해 들어 20% 넘게 늘면서 국내 저비용항공사(LCC)들이 중국 노선 확대에 나섰다. 진에어가 12년 10개월 만에 인천~엔타이 정기편을 다시 띄우는 가운데 이스타항공은 이미 같은 노선을 하루 2회까지 늘렸다.

18일 항공업계에 따르면 진에어는 이날부터 인천~엔타이 노선을 주 7회 운항한다. 해당 노선 정기편 운항은 2013년 10월 이후 약 12년 10개월 만이다.

첫 운항편인 LJ865편에는 189석 규모의 B737-800이 투입된다. 구체적인 예약률은 공개되지 않았지만 좌석 대부분이 예약돼 만석에 가까운 것으로 알려졌다.

항공정보포털에 따르면 올해 1~7월 중국 노선 여객은 1148만 6154명으로 지난

해 같은 기간 939만 6686명보다 22.2% 증가했다. 운항편은 같은 기간 6만 9357편에서 7만 4497편으로 7.4% 늘었다.

중국 노선의 여객 증가율은 일본보다 소폭 높았다. 일본 노선 여객은 같은 기간 1544만 5744명에서 1853만 6492명으로 20.0% 증가했다. 운항편은 8만 5565편에서 10만 1919편으로 19.1% 늘었다. 중국은 일본보다 운항편 증가 폭이 작았지만 여객 증가율은 더 높았다.

늘어난 수요에 맞춰 이스타항공도 중국 노선 운항을 확대했다. 지난해 9월 인천~엔타이에 취항한 이스타항공은 지난 7월부터 운항 횟수를 주 7회에서 주 14회로 늘렸다. 지난 3월 엔타이발 인천행 노선의 월평균 탑승률은 92%를 기록했다. 증편 이후에도 탑승률은 이전과 비슷한 수준을 유지하고 있다. /이승혁 수습기자 sh95@