



CF | 씨에프

미래지향적인 사고가 혁신을 만든다
친환경 · 니트 · 리넨 등 내일을 위한 소재를 선택



(주)씨에프(대표 박수관)가 우븐 화섬의 산지인 대구에서 니트 소재에 새롭게 도전하고 있다.

1991년 설립, 올해 33년차를 맞는 씨에프(CF Corporation)는 지난해 한편 니트 직물을 개발하면서 매출 외형을 늘리는 것은 물론 새로운 판로 개척에도 성공했다. 코로나19로 인해 해외 바이어들과 거래 물량이 감소하면서 이를 극복하기 위한 해결책은 니트 소재 개발이었다.

박수관 대표는 “국내에서는 대구는 제직(우븐), 경기 지역은 편직(니트) 소재로 이원화되어 있는데 그것이 확장의 한계를 구분짓는 것 같았다. 최근 1년 동안 경기 포천 지역을 수십번 오가면서 니트 생산을 할 수 있는 소싱처를 발굴했다. 그 결과 우리만의 ITY 싱글 스판, 베네티아 소재를 개발했는데 지난해 이 시장에 대한 수요가 증가하면서 매출이 67% 증가했다”고 말했다.

박 대표는 해외 바이어들은 우리의 사정과 상관없이 우븐, 니트 소재를 모두 원하는 데 공급자가 한쪽만 제안하는 것은 한계가 있다고 판단해 작년년부터 기존 제직물 외에도 니트 소재를 개발하고 있다.

씨에프는 지난 30여년 동안 지속적인 변화를 이뤄왔다. 1990년대 초반에는 여성 엘레강스 브랜드가 주 거래처였고, IMF 이후 브랜드 수가 감소하면서 여성 영캐주얼 브랜드의 대량 물량으로 눈을 돌렸다. 2000년대 중후반 이후엔 해외 시장 개척에 나서며 거래선을 100%로 해외로 전환했다.

또한 2018년에는 리사이클 폴리에스터 소재를 개발해 매출의 60%를 차지할 만큼 효과 아이템으로 발전시켰다. 이태리, 미국 시장을 겨냥해 리사이클 폴리에스터 400여종 소재 아이템을 제안하고 있다. 최근에는 폴리에스터 니트 리사이클, 텐셀/모달/코튼 등 친환경 소재 경쟁력을 높이고 있다.



코로나19, 국제 교역의 단절 디지털 소재 룩북으로 극복

도전적이고 진취적인 씨에프에게도 코로나19로 인한 국제 교역 단절은 불가피한 상황이었다. 씨에프는 바이어와 직접 대면이 어려워지자 소재의 디지털화, 3D 디지털 룩북, 온라인 전시, 이커머스 플랫폼 거래 등 새로운 방법을 모색했다. 현재 베투얼 패브릭 비즈니스 플랫폼 ‘패브릭 다이브’의 메인 화면에는 씨에프의 디지털 룩북이 노출되어 있다.

그 중 패션 소재의 3D 디지털화는 3년째 지속적으로 연구하고 있고, 글로벌 바이어들과 원활한 소통을 위한 중요한 매개체로 활용하고 있다. 또 국내외 온라인 전시회에도 참여하고 소재 글로벌 이커머스 플랫폼인 스와치온에도 입점하는 등 회사를 적극 알리고 있다.

박수관 씨에프 대표는 “회사명 ‘CF’는 미래의 중심에 있겠다는 ‘Center of Future’라는 의미를 담고 있다. 소재기업들도 미래지향적인 사고를 가지고 지속적인 변화와 혁신을 함으로써 소비자 중심의 글로벌 마인드를 정착할 수 있다고 생각한다”고 말했다.



SPECIALTY

- 주요 제품 폴리에스터, GRS 리사이클 폴리, 폴리에스터 니트, 텐셀/모달
- 주요 거래선 망고, 자라, 안나 폰테인, 앤트로폴리자, 치코스, WHBM 등
- 적용 제품 여성복 (드레스, 블라우스, 팬츠, 재킷 등)
- 2024 SS 대표 소재 GRS-0120H, GRS-0356, CF-021210
- 거래 지역 유럽, 미국, 중남미, 아시아 등 31개국
- 홈페이지 www.cfcorp.co.kr
- 연락처 cfcorp@daum.net 김지나