

내수기업 꼬리표 뗀 SK그룹의 ‘딥체인지’

매출 140조 중 54% 수출… 최태원의 혁신의지 通했다

(SK그룹 회장)

지난 2014년 50% 넘은 후 3년만
진출 가속화… 수출주도형 성장

SK그룹의 지난해 매출 대비 수출 비중이 역대 최대인 54.2%를 기록했다. 전통적으로 ‘내수기업’이라고 평가됐던 SK가 수출기업으로 성공적으로 변신한 것.

특히 정보통신기술(ICT) 계열사의 수출 증가 속에 에너지·화학, 물류서비스까지 고른 수출 성장세를 보이면서 빠르게 수출 중심의 기업으로 체질을 강화하고 있다.

이는 최태원 회장의 정확한 안목의 인수 합병과 혁신의지 등이 SK를 수출기업으로 이끌었다는 평가다.

SK그룹은 지난해 에너지·화학, ICT, 물류서비스 계열사의 수출 성장에 힘입어 매출 139조원 대비 수출 비중이 75조4000억원을 기록하며, 54.2%를 차지했다고 4일 밝혔다. 지난 2014년 처음으로 수출비중(52.2%)이 50%를 넘은 이후 3년 만에 최고치다.

지난해 우리나라 전체 수출이 578조원 규모인 것을 감안할 때 SK그룹의 지난해 수출 기여도 역대 최고인 13%에 이른다.



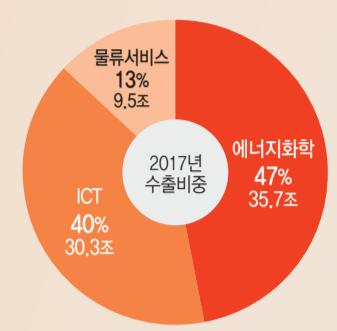
SK그룹은 지난해 초호황기(슈퍼사이클)에 접어든 반도체의 기록적인 성장세에 힘입어 전체 수출 중 ICT에서만 30조 3000억원을 기록했다. 에너지·화학은 35조 7000억원, 물류서비스는 9조 5000억원에 달한다. SK그룹 관계자는 “주력 수출품목이었던 에너지·화학 제품에 반도체 등 ICT 제품이 확고하게 자리를 잡으면서 수출 비중 54.2%라는 역대 최대 기록을 세울 수 있다”고 설명했다.

이는 최태원 회장의 SK하이닉스 인수

연도별 SK그룹 매출 대비 수출비중
단위: %



SK그룹 사업분야별 수출비중



자료/SK그룹

결단으로 강력한 ICT 수출동력을 확보한 것이 주효했다. 여기에 최 회장의 과감한 투자도 한몫했다.

SK그룹 내 ICT 수출 규모 추이는 SK하이닉스가 편입된 지난 2012년 9조 5000억원을 시작으로 2013년 13조 3000억원, 2014년 16조 2000억원, 2015년 18조 6000억원, 2016년 17조 원 2017년 30조 3000억원 등 급증했다. SK하이닉스 편입 이후 지난해까지 ICT 누적 수출액만 100조원을 넘었다.

SK하이닉스는 SK그룹에 편입된 이후

설비확대와 원천기술 개발을 위한 R&D에 집중 투자했다. 기술집약 산업인 메모리반도체 산업의 주도권을 지켜나가기 위한 최회장의 전략이다.

2011년 8340억원 수준이던 연구개발비는 2016년에 2조 967억원으로 늘었다. 이는 매출액 대비 12.2%에 달하는 액수다. 올해도 시설투자에 10조원 이상을 투자하겠다는 계획이다.

에너지·화학 관계사들도 최 회장의 사업 모델부터 일하는 방식까지 모든 과정의 ‘딥

체인지’ 아래 글로벌 파트너링과 적극적인 시장개척으로 지난해 35조 7000억원을 기록했다. 지난 2016년 수출 규모(30조 2000억원)보다 20% 가까이 늘었다.

SK이노베이션의 경우 지난해 46조 8000억원 중 33조 5000억원을 수출, 수출비중이 71.6%에 달했다. SK이노베이션 계열사들은 화학, 유통, 석유개발 등 비(非)정유부문의 지속적인 투자로 견고한 글로벌 포트폴리오를 구축했다.

차세대 머거리인 화학·배터리분야의 글로벌 진출도 가속화됐다. SK종합화학은 지난해 미국 디우케미칼과 두 건의 고부가 포장재 소재사업 M&A를 모두 성사시키며 글로벌 고부가 포장재 소재시장에 진출했다. 배터리사업도 서산 배터리공장 생산설비 증설 추진 등 글로벌 수주경쟁에 적극 나섰다.

SK그룹의 수출 주도형 성장은 지난 2012년 이후 우리나라 전체 수출의 10% 이상을 책임질 만큼 국가경제에 기여하는 바가 크다. 실제 SK그룹의 연도별 수출 기여도는 2013년 11.8%, 2014년 12.3%, 2015년 11.4% 등을 거쳐 지난해에는 최고치인 13%를 기록했다.

/정은미 기자 21cindun@metroseoul.co.kr

삼성전자, 상하이 ‘시네마 LED’ 1호관 개관

“시장 확대 모멘텀 될 것 기대”

삼성전자는 글로벌 최대 극장 체인인 완다그룹과 4일 중국 상하이시 양푸구 우자오창에 위치한 완다시네마에서 ‘삼성 시네마 LED’ 중국 상영관 1호 개관식을 가졌다고 밝혔다.

중국에 본사를 둔 완다그룹은 2017년 포춘 선정 세계 500대 기업 중 380위를 차지한 글로벌 기업으로, 1352개 극장과 1만 4347개 상영관, 박스오피스 관람객 점유율 12%로 세계 1위 극장 체인이다.

완다시네마 상하이관은 삼성전자가 태국·스위스에 이어 해외 시장에서는 세번째 수주 사례다. 상반기 중으로 베이징에도 삼성 시네마 LED를 설치하기로 했다.

중국 1호관에 설치된 삼성 시네마 LED는 가로 10.3m, 세로 5.4m 크기에 4K (4096×2160) 해상도와 HDR(하이 다이나믹 레인지) 영상을 지원한다. 기존 영사기 대비 열 배 이상의 밝기로 선명한 화질을 구현하고 색상 왜곡을 최소화해 영



삼성전자 모델이 ‘삼성 시네마 LED’ 중국 1호 상영관을 소개하고 있다.

/삼성전자

화 제작자의 의도를 그대로 살려 준다고 회사 측은 설명했다.

극장 사운드는 하만의 JBL 오디오 시스템이 적용됐으며, 하만의 사운드 전문가가 튜닝 작업을 진행했다.

삼성전자 영상디스플레이사업부 김석기 부사장은 “중국 시장에 삼성 시네마 LED를 공급함으로써 시장 확대에 모멘텀이 될 것으로 기대한다”며 “전세계 영화 애호가들에게 삼성의 뛰어난 화질과 음향을 제공하고 싶다”고 말했다. /정은미 기자

허창수 “끊임없이 도전하고 혁신하는 리더 돼라”

(GS 회장)

제주리조트서 신임 임원들과 만찬

기회에 대응하여 성과 창출 주문

허창수 GS 회장이 지난 2일 제주도 엘리시안 제주리조트에서 신임 임원들과 만찬을 갖고 성과 창출을 주문했다.

4일 GS그룹에 따르면 허 회장은 ‘GS 신임임원 과정’에 참가해 신임 임원들에게 “어떠한 환경에서도 끊임없이 도전하고 혁신하는 리더가 돼라”며 “높은 목표를 세우고 최고의 경쟁력을 갖추며 기회에 민첩하게 대응하여 성과를 창출하라”고 강조했다.

2005년 GS 출범 이래 한 차례를 제외하고는 매번 신임 임원들과 소통하는 자리를 갖는 허 회장은 이날 임원들에게 “올해도 금융시장 변동성이 확대되고 있으며 보호무역주의 확산과 지정학적 리스크 등으로 경영환경의 불확실성이 커지고 있다”며 “인공지능, 자율주행, 핸드폰 등과 같은 기술 혁신도 빠른 속도로 변화를 불러오고 있다”고 진단했다.

그는 이에 대한 대응책으로 ▲끊임없이 도전하고 혁신하는 리더가 될 것 ▲높은 목표를 세우고 최고의 경쟁력을 갖출 것 ▲기회에 민첩하게 대응하여 성과를 창출할 것 등을 당부했다.

먼저 허 회장은 세계 육상 황제였던 우시안 볼트 선수 사례를 소개하며 어떠한



허창수 GS 회장이 신임 임원들과 대화하고 있다.

/GS

환경에서도 끊임없이 도전하고 혁신하는 리더가 되는 것이 중요하다고 말했다. 그는 “2미터에 달하는 큰 키, 선천적인 척추 측만증으로 그는 달리기애 부적합한 몸을 가지고 있었지만, 척추를 지탱하는 핵심근육을 단련하고 보폭을 넓히는 자신만의 방식을 만들어 역사를 창조했다”고 강조했다.

허 회장은 “끊임없는 도전과 노력이 있다면 타고난 약점도 자신만의 장점으로 승화시켜 위대한 결과를 이룰 수 있다”며 “우리도 끊임없는 도전과 혁신으로 새로운 역사를 쓸 수 있도록 여기 있는 신임임원들이 최선을 다해 주길 바란다”고 당부했다.

이어서 ‘높은 목표를 세우고 최고의 경쟁력을 갖추어 줄 것’도 요구했다. 그는

“신임임원이 현재의 수준에만 머물지 말고 국내 수준을 넘어서 글로벌 기업과 경쟁해도 뒤지지 않을 경쟁력을 갖추어야 한다”며 “실패를 두려워하지 말고 과감하게 시도해 값진 지혜와 지식을 적극적으로 쌓고 지금보다 나은 실력을 갖추도록 꾸준히 노력해 주길 바란다”고 강조했다.

마지막으로, 허 회장은 ‘기회에 민첩하게 대응하여 성과를 창출하는 리더가 되어 줄 것’을 당부하며 “리더란 조직이 나아가야 할 비전을 제시하고 그 비전을 향해 전진할 수 있도록 동기를 부여하는 사람이다. 뛰어난 리더는 본인뿐만 아니라, 함께 일하는 구성원 모두와 최고의 결과를 만들어 낸다”고 말했다.

/오세성 기자 sesung@

‘퓨리케어 360° 공기청정기’로 B2B 공략

LG전자 서울시 등 800여 곳 공급

LG전자가 ‘퓨리케어 360° 공기청정기’를 앞세워 여려 사람이 함께 지내는 공공장소를 대상으로 한 B2B(기업 간 거래) 시장 공략에 나선다.

LG전자는 최근 넉 달간 서울시에 위치한 어린이집, 학원 등 800여 곳에 퓨리케어 360° 공기청정기를 공급했다고 4일 밝혔다.

LG전자는 관계자는 “실내 공기질에 대한 사회적 관심이 높아지면서 집안은 물론 여려 사람들이 이용하는 시설에서도 공기청정기에 대한 수요가 빠르게 늘고 있다”고 말했다.

이에 따라 국내 공기청정기 시장은 지난해보다 30% 이상 성장한 200만대 규모를 넘어설 것으로 예상된다.

LG전자는 퓨리케어 360° 공기청정기로 관련 시장을 공략한다는 계획이다. 이 제품은 제품 상단에 적용된 ‘클린부스터’가 강한 바람을 만들어 깨끗한 공기를 멀



LG전자는 최근 넉 달간 서울시에 위치한 어린이집, 학원 등 800여 곳에 퓨리케어 360° 공기청정기를 공급했다.

/LG전자

리까지 보내주는 방식으로 실내의 공기 순환을 도와 공공장소에서 사용하기에 적합하다고 회사 측은 설명했다.

LG전자는 자체 실험 결과에 따르면 클린부스터를 탑재한 제품은 일반 제품에 비해 같은 시간 동안 제거할 수 있는 미세먼지의 양이 71% 많다. 미세먼지를 제거하는 속도도 24% 빠르다.

/정은미 기자

폭스바겐 평택항 재고물량 소비자 판매 안 해

2016년 8월 정부로부터 판매정지 처분을 받고 평택항 재고 물량 대부분을 본국으로 돌려 보냈다. 현재 100여 대 정도 남았다.

평택항 재고 차량의 경우 대부분 2015~2016년식 구형 모델로, 평택항에 1년 이상 계류되면서 바닷바람과 눈, 비 등에 노출돼 부식 등 품질 상태가 양호하지 않아 판매가 힘들 상황으로 재판매가 아닌 독일 본사 반송으로 방향을 잡은 것으로 분석된다.

폭스바겐코리아는 “현재 남은 물량은 A S 대여용과 임직원용으로 재고 처리를 할 것”이라며 “일반 소비자에게 차량을 판매

하는 건 절대 없을 것”이라고 말했다.

반면 아우디코리아는 평택항 재고 물량을 국내 소비자들에게 할인 판매하며 수입차 시장에서 돌풍을 일으키고 있다.

아우디코리아가 지난달 8일 평택항 에디션으로 불리는 2017년식 A7 143대에 대해 할인 판매를 시작하자 하루만에 완판됐다. 소비자들은 30% 가량 할인해 판매할 것으로 기대했으나, 할인 폭은 기대치보다 작았다. 이번에 판매된 A7는 아우디코리아의 공식 할인 10%와 딜러사 할인 10% 가량이 적용돼 총 20% 할인되는 데 그쳤다. A7 50 TDI 쿠퍼로 프리미엄의 공식 판매가는 9800만원이다. 따라서 A7 판매 가격은 7840만원 수준이었다. /양성문 기자 ysw@