

세이프가드 뛰어넘은 삼성세탁기, 美시장 1위 '수성'

(1분기)

2016년부터 8분기 연속 1위 차지 라이프스타일 맞춤형이 인기 비결

삼성전자가 올 1분기 세계 최대 생활가전 격전지인 미국 시장에서 8분기 연속 업계 1위를 달성했다.

특히 트럼프 행정부의 세이프가드(긴급수입제한 조치) 발동에도 불구하고 삼성전자 세탁기는 미국에서 7분기 연속 1위를 기록하며, 점유율 하락 우려를 잠재웠다.

미국 시장조사업체 트랙라인은 삼성전자가 올해 1분기 미국의 주요 생활가전 시장에서 매출액 기준 점유율 19.6%로 업계 1위를 기록했다고 8일 밝혔다.

트랙라인은 매분기 냉장고·세탁기·건조기·식기세척기·레인지 등의 시장 점유율을 조사해 발표한다. 삼성전자는 2016년 2분기부터 8분기째 1위 자리를 차지했다.

강봉구 삼성전자 생활가전사업부 부사

(미국 주요 생활가전 브랜드별 시장 점유율) (트랙라인, 금액 기준 %)

구분	2015	2016	2017		2018
	연간	연간	1분기	연간	1분기
전체	13.8	17.3	19.2	19.5	19.6
냉장고	15.6	19.6	23.0	22.7	22.3
세탁기	15.0	18.7	19.7	20.1	20.5



미국 사우스 캐롤라이나주 뉴베리카운티에 위치한 삼성전자 생활가전 공장에서 직원들이 세탁기를 생산하고 있다. /삼성전자

장은 "삼성전자가 미국 주요 생활가전 시장에서 1위를 유지하고 있는 비결은 소비

자들의 라이프 스타일을 세심히 관찰해 현지 맞춤형 제품을 지속 선보이고 있기

때문"이라고 설명했다.

냉장고의 경우 패밀리허브푸드쇼케이스 등 프리미엄 제품 판매호조로 22.3%의 점유율을 기록하며 1위를 지켰다. 미국 시장 주력 제품인 프렌치도어 냉장고는 점유율 30.4%로 35분기 연속 1위라는 대기록을 세웠다.

상단에 쿠팡, 하단에 오븐을 탑재한 레인지 역시 지속적인 성장세를 보이며 16.9%의 점유율로 2위를 차지했다. 식기세척기는 4위에 이름을 올렸다.

특히 세탁기의 경우 세이프가드 청원을 냈던 미국 월풀 등 경쟁사에게 점유율을 뺏길 것으로 예상됐지만 삼성전자 세탁기는 미국에서 20.5%의 점유율을 기록하며 7분기 연속 1위에 올랐다. LG전자의 경우 16.0%로 2위를 차지했다.

월풀은 지난해 1분기 세탁기 점유율 17.3%로 삼성전자에 이어 2위였지만 올 1분기에는 15.8%의 점유율로 LG전자에 밀려난 모습이다.

이에 대해 삼성전자 관계자는 "올 1월

부터 드럼세탁기를 시작으로 미국 가전 공장이 가동에 들어갔고, 3월부터는 전자동 세탁기 라인을 추가해 조기에 공급 안정화를 이룬 결과"라고 설명했다.

LG전자도 지난달 26일 1분기 실적 발표에 이은 컨퍼런스콜에서 "세이프가드 비대상 모델이 있고, 해외 공장에서도 충분히 생산·공급할 수 있기 때문에 올해 세탁기 사업에는 큰 영향이 없다"고 밝힌 바 있다. 또 2019년 초 가동 목표였던 미국 세탁기 공장을 올해 4분기에 앞당겨 가동할 예정이다.

업계 관계자는 "월풀의 올 1분기 영업이익은 전년동기대비 62.8% 감소했다"며 "월풀은 삼성전자와 LG전자가 미국에 수출하는 세탁기에 대한 트럼프 행정부의 관세 부과를 계기로 올해 실적 개선을 이룰 것으로 예상했지만 삼성전자와 LG전자 제품에 비해 경쟁력이 떨어진 상황에서 소비자의 선택은 월풀이 아닌 삼성과 LG였다"고 지적했다.

/정은미 기자 21cindiun@metroseoul.co.kr

LG전자, 10조원 북미 LED시장 정조준

고효율·고성능 조명 솔루션 선배

LG전자가 고효율·고성능 솔루션으로 연간 10조원 규모에 이르는 북미 LED 조명시장을 공략한다.

LG전자는 8~10일(현지시간)까지 미국 시카고에 위치한 매코믹플레이스에서 열리는 '2018 국제조명박람회(LFI)'에 참가해 고효율·고성능 LED 조명솔루션을 선보인다고 밝혔다.

이 박람회는 북미 최대 규모 조명전시회로 600여 글로벌 조명업체들이 참가하고 관람객은 3만 명에 이른다.

LG전자는 111㎡ 규모 부스를 마련하고 ▲고효율·고성능 ▲편리한 설치·제어 ▲다른 업체의 제품 및 솔루션과 연동되는 개방형 시스템 등 LG 스마트조명의 강점을 집중 소개한다.

LG전자가 선보인 '세이프블루 LED 트로퍼'는 주로 병원, 학교, 사무공간 등에서 사용하는 제품이다. 이 제품은 기존 LED 조명에 비해 눈 건강에 해로운 청색광을 최대 60%까지 줄여주는 것이 특징이다.

'LG 센서 커넥트'는 다양한 센서와 통신모듈을 탑재한 스마트조명 솔루션이다. 고객이 제어시스템을 복잡하게 설치하지 않고 스마트폰의 전용 어플리케이션만으로 스마트조명을 경험할 수 있다. 이 솔루션은 센서가 외부 빛이나 사람의 움직임을 감지하고 자동으로 밝기를 조절하며, 사용자가 스마트폰을 이용해 미



전자가 8일부터 10일까지 미국 시카고에서 열리는 2018 국제조명전시회에 참가해 고효율 고성능 조명솔루션을 대거 선보인다. 관람객들이 스마트 조명 솔루션인 'LG 센서 커넥트'가 전시된 부스를 둘러보고 있다. /LG전자

리 시간을 예약하고 조명을 제어하는 것도 가능하다.

특히 LG 스마트조명은 타사 제품 및 솔루션과 쉽게 연동돼 사용이 편리하다. LG 스마트조명을 제어하는 기기들은 모두 지그비(ZigBee) 방식으로 연결되기 때문에 같은 통신방식을 사용하는 제품 및 솔루션과 연동한다. 또 기존 일반 조명으로 밝기를 조절할 수 있는 제품이면 통신방식을 변환하는 'LG ZAT'를 이용해 LG 센서 커넥트와 연결하면 스마트조명이 된다.

업계는 북미 LED 조명시장의 규모를 연간 약 10조 원으로 추정하고 있다.

LG전자는 북미 LED 조명시장이 기존 제품단위 사업에서 에너지 통합적으로 제어하는 솔루션 사업으로 빠르게 변화하고 있는 상황을 고려해 다양한 협력사와 적극 협력해 나간다는 계획이다. /정은미 기자

메르세데스-벤츠 'AMG 스피드웨이' 오픈

세계 최초 AMG 브랜드 적용 트랙

메르세데스-벤츠 코리아가 세계 최초의 AMG 브랜드를 적용한 'AMG 스피드웨이'를 국내에 오픈했다.

벤츠코리아는 8일 경기도 용인 에버랜드에서 AMG 스피드웨이 개장 행사를 열었다. AMG 스피드웨이는 벤츠 코리아가 삼성물산 리조트 부문과 제휴·협력해 기존 에버랜드 스피드웨이를 탈바꿈한 공간이다.

토비아스 피셔 메르세데스-AMG 회

장은 "한국은 놀라운 성장세로 메르세데스-AMG 성장에 큰 기여를 함과 동시에 고성능 차 시장의 주요 거점으로 부상하고 있다"며 "이에 메르세데스-AMG의 모터스포츠 DNA를 느낄 수 있는 전 세계 최초의 AMG 브랜드 적용 트랙을 한국에서 오픈하기로 결정했다"고 말했다. 이어 "향후 AMG 스피드웨이를 통해 한국 고객들이 스포츠카 및 퍼포먼스 브랜드로서 메르세데스-AMG의 독보적인 브랜드 가치를 보다 완벽하게 경험하게 될 것"이라고 인사말을 전했다. /양성운 기자 ysw@

현대모비스, 첨단제품으로 中 수주 1兆 뚫는다

현대모비스가 사드(THAAD·고고도 미사일 방어체계) 여파 등의 이유로 지난해 어려움을 겪었던 중국 시장에서 올해 헤드업 디스플레이(HUD)와 프리미엄 사운드 시스템, 전동식 조향장치(MDPS), 헤드램프 등 첨단 제품을 중심으로 수주에 잇따라 성공했다.

현대모비스는 이러한 성과를 바탕으로 현재까지 이미 지난해 전체 수주 규모보다 50% 가까이 성장한 4억2300만 달러의 수주를 기록했다고 8일 밝혔다.

현대모비스는 중국 시장에서 2015년 1억4800만 달러, 2016년 1억5100만 달러, 2017년 2억8900만 달러를 수주한 데 이어 올해는 10억7000만 달러(약 1조원)의 수주를 전망하고 있다. 지난해 대비 4배 가량 많은 규모다.

현대모비스가 사드 사태에 따른 부진을 딛고 올해 중국 시장에서 괄목할 만한



현대모비스 천진공장.

수주 성과를 올린 것은 고부가가치 첨단 제품이 발판이 됐다. 프리미엄 사운드 시스템과 HUD가 대표적이다. 최근에는 자율주행 센서 등 미래형 자동차 첨단 부품들까지 수주 대상 제품을 확대하는 등 앞으로 중국 시장에서 수주 활동에 더욱 탄력이 붙을 것으로 기대된다. 현대모비스는 최근 중국 5대 로컬 완성차 메이커 중 한 곳에 2억 달러 규모의 프리미엄 사운드 시스템 공급 계약을 체결했다. 자동차 음향 장비는 글로벌 전문 업체들이

치열하게 경쟁하고 있는 분야다. 현대모비스는 글로벌 경쟁력을 바탕으로 높은 진입장벽을 뚫고 해외 수주에 성공했다는 데 의미를 두고 있다.

현대모비스는 다른 중국 현지 완성차 업체 한 곳과 3500만 달러 규모의 HUD 공급 계약을 체결하기도 했다. 이번 수주한 HUD는 현대모비스가 독자 개발한 미래형 디스플레이로, 앞으로 현대모비스가 집중 육성하기로 한 분야 중 하나다.

현대모비스는 중국 시장에서의 수주 호조를 바탕으로 올해 해외 완성차 메이커 세계 수주 70억 달러 돌파를 기대하고 있다. 또 이러한 추세를 이어가 2022년에는 해외 수주 100억 달러를 달성한다는 목표다. 특히 중장기적으로 부품사업 전체 매출의 40% 이상을 현대·기아차 외의 완성차 업체에서 달성하겠다는 계획이다. /양성운 기자 ysw@

나들이 시즌 추억남기기엔 '카메라'가 제격

체험프로그램·선물 증정 등 카메라업계 고객맞이 한창

어린이날, 어버이날, 부부의 날 등이 있는 5월 가정의 달을 맞아 관광객은 나들이객으로 붐빈다. 카메라는 추억을 남기는데 큰 역할을 하는 나들이 필수품이다. 이에 맞춰 카메라 업계도 다양한 이벤트를 선보인다.

8일 관련업계에 따르면 니콘이미징코리아는 에버랜드 내 포시즌스 가든에서 오는 13일까지 다채로운 체험 프로그램으로 구성된 니콘 브랜드 존을 운영한다.

놀이공원을 찾은 소비자는 제품 전시·체험존, 포토존, 이벤트존을 통해 카메라와 쌍안경 등 각종 니콘 카메라 제품을 자유롭게 사용해볼 수 있다.

포토존에서는 SNS 이벤트도 동시에 진행된다. 포토존에서 촬영한 사진을 응모하면 추첨을 통해 콤팩트 카메라 쿨픽스 A900을 증정한다. 촬영 이벤트



니콘 브랜드 존 등 다양한 볼거리가 넘치는 에버랜드 볼꽃 축제 모습. /니콘이미징코리아

존에서는 간단한 피사체 촬영 미션을 마리면 콤팩트 카메라 쿨픽스 W100, 니콘 양말, 니콘 보틀 등 푸짐한 선물 혜택도 제공할 예정이다.

니콘이미징코리아 영업마케팅 정해환 본부장은 "보다 많은 방문객들이 니콘 브랜드 존을 방문해 카메라에 대해 친숙함을 느끼며 봄날의 풍성한 추억도 만들 수 있기를 기대한다"고 밝혔다.

소니코리아는 내달 7일까지 APS-C

타입 미러리스 카메라 a5100과 a6000에 대한 정품등록 이벤트를 진행한다.

이벤트 기간 동안 a5100 또는 a6000을 구매하고, 6월 10일까지 소니코리아 고객지원 사이트에서 정품 등록 및 사은품 신청을 마치는 모든 고객에게 콤팩트 블루투스 스피커 SRS-XB10, 전용 배터리 NP-FW50 등 소니만의 특별한 봄 선물을 증정한다.

/구서윤 기자 yuni2514@