

35개국 112개 글로벌 거점 구축 매출 3배·영업익 6배 '퀀텀점프'

CJ대한통운-CJGLS 통합 10주년

물류산업 개념 '노동→기술' 전환
지난해 택배 취급량 17억 상자
"글로벌 메이저 플레이어 목표"

'매출액, 2013년 3조7000억→2022년 12조1000억원...227% 성장.'

2013년 당시 CJ그룹 품에 안긴 후관 판을 바꿔 단 CJ대한통운이 10년이 지난 후 기록한 매출 성적표다.

같은 기간 영업이익은 641억원에서 4118억원으로 무려 6배 성장했다.

글로벌 거점은 10년 전 17개국, 35곳에서 현재 35개국, 112곳으로 크게 늘었다. 글로벌 부문 매출은 1조705억원에서 5조612억원으로 급증했다.

국내 1위 물류기업이 글로벌 시장에서 대동맥 역할을 톡톡히하고 있는 모습이다.

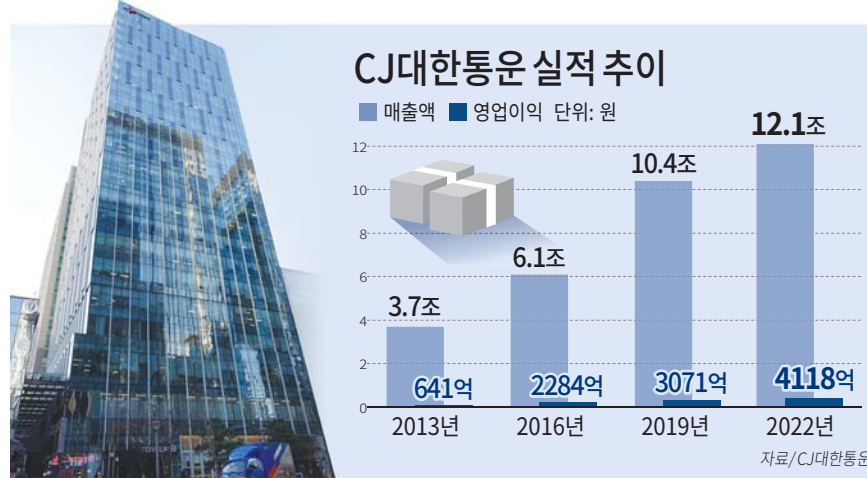
CJ대한통운은 2013년 4월 CJ그룹의 물류계열사인 CJGLS와 합병해 통합법인으로 새롭게 출발한 지 꼭 10년을 맞았다고 1일 밝혔다.

대한통운은 법정관리 중이던 2008년 금호아시아나그룹에 인수됐지만 2011년 말 CJ그룹으로 대주주가 다시한번 바뀌게 됐고 이후 그룹내 물류계열사와 합병을 통해 재탄생했다.

CJ대한통운에 따르면 회사는 지난 10년간 매출, 영업이익을 매년 새롭게 썼다. 2019년엔 처음으로 '매출 10조 원' 벽을 뛰어넘기도 했다.

2013년 당시 5억 상자였던 연간 택배 취급량은 지난해엔 17억 상자로 크게 늘었다. 직원수는 8400명에서 2만명으로 증가했고, 해외 법인에서 채용한 현지인 직원도 2900명에서 1만3700명으로 증가했다.

사업구조도 주력사업이었던 계약물



류(CL) 부문이 2013년 전체 매출의 절반을 차지했지만 지난해 비중은 4분의 1로 줄었다. 대신 28%였던 글로벌부문 매출 비중은 42%로 늘었다.

10년 사이 주력사업은 '하역·육상운송→택배→CBE(초국경무역)·글로벌'로 진화했다.

이같이 도약한 배경에 대한통운인수 당시부터 물류를 그룹의 신성장동력으로 삼겠다는 CJ그룹의 강한 의지가 자리잡고 있었다는 게 자체 분석이다.

대표적인 사례가 2016년 착공한 '곤지암 메가허브터미널'이다. 당시 업계에선 4000억원이 넘는 CJ그룹의 투자를 '무모하다'고 평가했다. 하지만 곤지암 메가허브 투자 이후 택배시장은 급격하게 성장했고, 쏟아지는 물량을 처리할 시설 투자가 늦었던 경쟁사들과의 격차는 더 벌어졌다. 2~3%에 불과했던 택배부문 영업이익률도 지난해 4.8%까지 높아졌다.

CJ그룹은 대한통운 통합 직후부터 '글로벌 공급망(SCM)'에 주목하며 글로벌 인수합병(M&A)을 통해 덩치를 키워 나갔다. 2013년 중국을 시작으로 미국, 인도, 베트남, 말레이시아 등 세계 각지의 우량 물류기업들을 인수했다. 그 결과 10년전 미국 매출은 987억 원에 불과했지만 지난해에는 1조2628

억원으로 13배 가까이 늘었다.

10년의 도약을 통해 CJ대한통운은 노동집약적 산업으로 알려진 물류산업을 기술집약 산업으로 혁신했다. 2020년 확대 개편된 CJ대한통운 TES물류기술연구소는 로봇과 AI, 빅데이터를 중심으로 한 국내 최고 수준의 첨단기술 개발과 상용화의 주역이었다. 2022년 대중에 공개된 '군포 스마트 풀필먼트센터'는 AGV와 디지털트윈, 박스추천 시스템 등 첨단 무인화 기술을 국내 최초로 상용화한 현장이었다.

이런 가운데 CJ대한통운은 월드 클래스 기술을 토대로 세계적인 물류기업과 어깨를 나란히 한다는 각오를 단단히 다지고 있다.

택배 통합브랜드 '오네' 기반 라스트마일 시장 지배력 강화를 비롯해 ▲화주-차주 직접연결 플랫폼 '더운반' 확대 ▲100조원 규모 초국경택배 시장 공략 ▲신성장국가 중심 글로벌 전략 등을 기반으로 초격차 경쟁력 강화와 신성장동력 육성에 속도를 더할 계획이다.

CJ대한통운 관계자는 "통합 이후 10년 동안 국내 1위를 넘어 글로벌 종합물류기업으로의 기반을 구축해왔다"면서 "2030년까지 글로벌 메이저 플레이어로 도약할 것"이라고 강조했다.

/김승호 기자 bada@metroseoul.co.kr

파이 커지는 폴더블폰 시장 삼성 "차별화로 선도 자신감"

美, 中 기업 필두로 신제품 쏟아져
삼성전자, 경쟁구도 환영 분위기
일각선 7월말 갤럭시 언팩 예측도



(왼쪽부터)파인드N2, 파인드N2플립 /오포

글로벌 폴더블 스마트폰 시장이 커지고 있다. 삼성전자가 독보적으로 선도하고 있던 폴더블 스마트폰 시장에 다수의 경쟁자가 등장하고 있는 가운데 삼성전자는 경쟁사의 폴더블 제품군 확대를 환영하는 분위기다.

1일 업계에 따르면 중국 오포에 이어 구글까지 폴더블폰 모델을 출시할 계획으로 전해졌다. 오포는 중국 폴더블폰 시장 점유율 1위에 올라서며 폴더블 시장에서 유의미한 성적을 거두고 있다. 지난 30일 시장조사기관 IDC에 따르면 오포는 '파인드N2플립'을 필두로 올해 1~4분기 중국 폴더블폰 시장 점유율 1위에 올랐다.

여기에 중국 스마트폰 제조사 비보도 '비보 X 플립' '비보 X 플드2'를 최근 출시하며 2~4분기 시장 점유율 높이에 나서고 있으며, 모토로라도 Z플립이 채택한 클램셀 형태의 디자인의 '레이저40울트라'를 출시할 예정으로 알려졌다.

폴더블 시장은 중국 스마트폰 제조사들만 탄탄한 시장이 아니다. 다음 달에는 구글의 첫 폴더블폰 모델인 '픽셀 플드'가 공개될 예정이다. 정식 출시일은 6월로 전망된다. 미국의 CNBC에 따르면 구글은 오는 10일 열리는 연례 개발자 회의 '구글 I/O'에서 첫 폴더블폰을 발표할 것으로 알려졌다.

애플의 경우는 폴더블 기술 관련 특허를 등록하며 폴더블 기기에 관심을 보이고 있음을 방증했다. 아직 애플이 폴더블 스마트폰을 내놓지는 않았지만, 구글까지 폴더블에 도전하면 스마트폰 시장에서 폴더블의 점유율은 더욱 커질 전망이다.

이런 폴더블 스마트폰 시장의 경쟁 구도를 삼성전자는 '환영'하는 분위기

다. 삼성전자 관계자는 "폴더블 시장 자체가 커지는 것은 환영"한다고 말했다. 지난해 8월 '갤럭시 언팩 2022' 이후 기자간담회를 가진 노태문 삼성전자 MX사업부장(사장)도 "폴더블폰이 한번 스쳐 지나가는 '니치마켓'이 아닌 '메인스트림(주류)'이 될 것으로 확신한다"며 "노 사장은 또 "폴더블폰으로 프리미엄 시장에서 수요를 이끌어 내고 점유율을 늘리겠다"고 말할 정도로 삼성전자는 폴더블 시장 선도에 자신감을 내비치고 있다. 결국 폴더블 스마트폰을 사용하는 소비자가 많아져 제품에 대한 '차별화'가 드러나기 때문이다.

실제로 지난해 하반기 국내 폴더블 스마트폰 시장 점유율은 전년 동기 대비 8.8%포인트 증가한 30.1%로, 큰 폭으로 성장해 시장 역시 폴더블에 대한 소비자 선호도가 올라갔음을 알 수 있다.

올해 삼성전자의 폴더블 시장 공략은 한층 더 거세지고 중요해질 전망이다. 특히 이번 1분기 '어닝쇼크' 수준의 실적을 기록했음에도 스마트폰 사업을 이끄는 MX사업부 자체의 실적은 선방했기에 하반기에 나올 폴더블 스마트폰의 성적은 그룹 차원에서도 더욱 중요해졌다. 폴더블 스마트폰 신작을 시장에 조기 등판시켜 실적 부진을 만회할 수 있다는 전망도 나왔다. 8월 초·중순에 열렸던 신제품 공개 행사인 '갤럭시 언팩(Samsung Galaxy Unpacked)'도 7월 말로 앞당길 것이란 소문이 퍼지는 이유다.

/허정윤 기자 zekova@



한국환경공단은 지속가능한 사회와
지구를 위해 ESG경영을 실천합니다



ENVIRONMENT
탄소중립경영
탄소중립 실현에 앞장서는
국민을 위한 환경경영

SOCIAL
사회책임경영
포용적 환경서비스로
함께 성장하는 사회책임경영

GOVERNANCE
준법윤리경영
공정준종의 가치를 구현하는
준법윤리경영