

1분기 실적 발표

LG전자, 가전·전장 ‘힐힐’... 5년 연속 영업이익 1조 돌파

매출 21조959억... 1분기 신기록
글로벌 경기불황에도 질적 성장
“로봇 등 신사업 조기 전력화 노력”



서울 여의도에 위치한 LG 트윈타워 전경.

LG전자가 1분기 계절적 비수기에 도 불구하고 생활가전과 미래 성장 사업인 전장(차량용 전기·전자장비) 부문에서 역대급 매출을 올리며 실적을 견인했다. 영업이익은 다소 줄었지만 1분기 기준 5년 연속 1조원을 넘겼다. LG전자는 올해 B2B 비중 확대와 온라인·구독 사업 강화 등으로 매출 성장 기회를 확보할 계획이다.

LG전자는 연결 기준 올해 1분기 영업이익이 1조3354억원으로 지난해 동기보다 10.8% 감소한 것으로 잠정 집계됐다고 25일 공시했다. 1분기 매출은 21조959억원으로 작년 동기 대비 3.3% 증가했다. 역대 1분기 가운데 최대치다. 순이익은 5854억원으로 7.1% 늘었다.

LG전자 관계자는 “시장 내 경쟁 심화에 마케팅 등 자원투입이 늘어났음에도, 콘텐츠·서비스 플랫폼 사업이나 온라인브랜드숍을 통한 D2C(소비자직접판매) 확대 등이 수익 기여도를 높이며 질적 성장을 견인했다”고 밝혔다.

◆주력 생활가전 흑자전환

사업부문별로는 올해 1분기 주력인 생활가전(H&A) 사업이 매출 8조6075억원, 영업이익 9403억원을 기록했다. 매출액은 전년 동기 대비 7.2% 올라 전분기 통틀어 역대 최대를 기록했다. 영업이익은 역대 최대 이익을 낸 전년 1분기 1조152억원보다 7.4% 감소했으나, 전분기(1177억원 적자) 대비 흑자 전환했다.

LG전자는 최근 AI 가전을 ‘공감지능(Affectionate Intelligence) 가전’으로 재정의하는 전략을 펼치고 있다. 고객 라이프스타일에 맞춰 원하는

제품과 관리 등의 서비스를 함께 제공하는 구독 사업도 좋은 반응을 얻고 있다. 냉난방공조(HVAC)나 빌트인 등 추가 성장 기회가 큰 B2B 사업 확장에도 속도를 내고 있다.

전장을 담당하는 VS사업본부는 1분기 2조6619억원, 영업이익 520억원을 기록했다. 매출액은 전년 동기 대비 11.5% 올랐다. 그간 확보해 온 수주잔고가 점진적 매출성장으로 이어지고 있다. 신규 수주물량 및 거래선 대응을 위한 해외 생산지 구축 등 지속적인 투자가 이뤄지고 있음에도 매출 확대에 따른 규모의 경제를 달성하며

안정적 수익성을 기록했다.

최근 전기차 수요 성장세가 다소 둔화될 것이라는 전망이 있으나, 고부가 가치 전장부품의 수요는 지속 늘어나는 추세다. LG전자는 전장 사업에서 ‘차량용 인포테인먼트-전기차 파워트레인-램프’ 등으로 이어지는 균형 잡힌 포트폴리오를 구축하고 있는 만큼, 이러한 시장 변화에 적극적으로 대응하며 지속적인 매출 성장과 안정적 수익 기반을 확보해 나간다는 계획이다.

TV 사업을 담당하는 HE사업본부의 매출은 전년 동기 대비 4.2% 증가한 3조4920억원을 기록했고 영업이익은 웹OS 콘텐츠·서비스 사업의 성장에 힘입어 1322억원을 기록하며 흑자 전환했다. 비즈니스솔루션(BS)사업 본부는 1분기 매출액 1조5755억원, 영업이익 128억원을 기록했다. 매출액은 전년 동기 대비 6.5% 늘었다.

◆전사 영업이익 5년 연속 1조...B2B 비중 등 신사업 확대

LG전자는 올해 1분기 전사 영업이익이 2020년 이후 5년 연속 1조원을 넘는 등 성장세를 이어가고 있다고 밝혔다.

LG전자는 생활가전의 경우 물가와 국제 정세 불안 등 상황에서 효율적인

자원 투입과 원가 개선 활동을 통해 전년 동기 대비 영업이익이 개선될 것으로 예상했다. 특히 HVAC 중심의 B2B 비중 확대와 온라인·구독 사업 강화 등으로 매출 성장 기회를 확보할 계획이다.

TV 시장도 하반기부터 점진적인 수요 회복이 기대된다.

전장 사업도 전기차 수요 둔화 우려를 고부가가치 부품 수요 공약으로 극복한다는 전략이다. LG전자는 “전장 사업에서 차량용 인포테인먼트, 전기차 파워트레인, 램프 등으로 이어지는 균형 잡힌 포트폴리오를 구축하고 있는 만큼 지속적인 매출 성장과 안정적 수익 기반을 확보해 갈 것”이라고 전망했다.

BS사업도 고객 니즈에 맞춰 게이밍 특화 기능 등을 탑재해 성장하겠다는 방침이다.

LG전자 측은 “올레드(OLED) 디스플레이를 탑재한 전장 IT제품과 프리미엄발광다이오드(LED) 제품을 내놓을 것”이라며 “미래 성장을 위한 로봇·전기차 충전 등 유망 신사업의 조기 전력화 노력도 지속하겠다”고 말했다.

/구남영 기자 koogija_tea@metroseoul.co.kr

현대차, 매출 40조 돌파... “8% 이상 수익성 유지”

하이브리드 모델 생산 확대 방침
분기 배당 2000원... 전년비 33% ↑

현대자동차가 글로벌 자동차 시장 경쟁력 확대를 위해 하이브리드 모델 생산 확대에 나선다.

현대차는 전 세계 자동차 시장이 전기차 판매량 부진 속에 하이브리드 차량이 인기몰이에 나서면서 현대차도 시장 대응을 위한 전략 변경에 나선 것이다. 실제 현대차는 올해 1분기 스포츠유틸리티차(SUV) 인기와 주요 하이브리드 모델의 판매 증가로 시장 역대 최대 매출을 기록했다.

25일 현대차에 따르면 올해 1분기 연결기준 실적을 잠정 집계한 결과 매출액 40조6585억원, 영업이익 3조



현대차 양재동 본사

5574억원을 기록했다. 1분기 실적은 전년 동기 대비 매출액은 7.6% 증가했고, 영업이익은 2.3% 감소했다. 순이익은 1년 전보다 1.3% 줄어든 3조3760억 원으로 집계됐다.

현대차의 1분기 판매는 아산공산 생산라인의 일시적 섀다운 영향으로 전년 동기 대비 감소했지만, 북미와 인도 등 주요 지역에서 견조한 판매 성장세를 이어갔다.

현대차 관계자는 “고금리 지속과 중동발 지정학적 리스크에 따른 환율 변동성 확대 등 경영 환경의 불확실성이 지속되고 있음에도 주요 해외 시장의 수요 확대에 따른 지속적인 판매 성장세에 8%이상의 안정적인 수익성을 유지하고 있다”고 말했다.

현대차는 글로벌 시장에서 100만 6767대를 판매했다. 이는 전년 동기와 비교해 1.5% 감소한 수치다.

국내 시장에서는 전년 동기 대비 16.3% 감소한 15만 9967대가 판매 됐

다. 하지만 신형 싼타페 하이브리드를 비롯한 하이브리드 모델의 판매 비중은 늘었다. 해외 시장에서는 신형 모델 투입 및 주요 라인업 상품성 개선과 함께 북미, 유럽, 인도 등 주요 시장 판매 호조로 전년 동기보다 1.9% 늘어난 84만 6800대가 팔렸다.

1분기 글로벌 친환경차 판매대수(상용 포함)는 하이브리드 라인업 강화에 따른 판매 견인 효과에도 전기차(EV) 수요 둔화 영향에 전년 동기 대비 4.8% 감소한 15만3519대가 판매됐다. 이중 EV는 4만5649대, 하이브리드는 9만 7734대로 집계됐다.

이에 현대차는 향후 전동화 전략을 추진하는 한편 하이브리드 모델 생산에도 역량을 집중한다는 방침이다.

이승조 현대차 기획재경본부장(부사장)은 1분기 경영실적 컨퍼런스를 통해 “올해 10월 또는 연말 가동될 예정인 미국 조지아주 전기차 전용 공장 현대차그룹 메타플랜트 아메리카(HMGMA)에서 하이브리드차를 생산할 예정”이라고 말했다. 이어 “HMGMA에서 전기차뿐만 아니라 하이브리드차를 생산할 수 있도록 공장 설비를 추가할 예정”이라고 덧붙였다.

현대차 관계자는 “전용 전기차 브랜드 ‘아이오닉’ 라인업 확대, 신규 하이브리드 모델 보강, SUV·고부가 가치 차종 중심의 믹스 개선으로 점유율 확대는 물론 수익성 방어에도 집중할 것”이라고 말했다.

한편 현대차는 주주 환원을 위해 1분기 배당금을 주당 2000원으로 결정했다. 이는 전년 분기 배당 1500원보다 33.3% 증가한 수준이다.

/양성운 기자 ysw@

최재원 “전기차 캐즘, 위기이자 기회... SK온 상장 반드시 성공할 것”

(SK온 수석부회장)

SK온 타운홀 미팅

원가, 기술 등 본원적 경쟁력 강조

“전동화는 거스를 수 없는 대세이자 정해진 미래다. 이를 위해 다양한 사업 역량을 단단히 갖춰야 한다.”

최재원 SK온 수석부회장이 이같이 말했다. 전기차 캐즘(수요 정체기)을 극복하기 위해서는 원가, 기술, 제조 등 여러 분야 본원적 경쟁력을 높여야 한다는 취지다.

25일 SK온에 따르면 최 수석부회장은 지난 24일 서울 종로구 관훈동 SK온

관훈사옥에서 ‘정해진 미래, 앞으로 나아가는 우리(Envisioned future, Together we move forward)’를 주제로 구성원 대상 타운홀 미팅을 가졌다. 최 수석부회장 주재 타운홀 미팅은 지난 2021년 10월 독립 법인 출범 이후 지난해 4월에 이어 두 번째다.

미팅은 최 수석부회장 발표와 질의응답, 경영현황 공유 등이 진행됐다. 구성원 100여명이 현장 참석했으며 국내외에서 2000여 구성원이 온라인으로 참여했다.

최근 ‘전기차 캐즘(Chasm, 일시적 수요정체)’에 따른 배터리 산업 성장 둔

화에 대한 질문에 최 수석부회장은 “수요 관련 여러 우려가 있는 점은 잘 이해하고 있다”며 “중장기적으로 각국 환경 정책 및 연비 규제, 전기차 라인업 및 충전 인프라 확대 등으로 지속적 성장이 나타날 것”이라고 강조했다. 이어 “현재 캐즘은 누구보다 빠르게 성장한 SK온에게 위기이자 좋은 기회”라며 “수요 회복 시 글로벌 배터리 시장을 선도할 수 있도록 경영진과 구성원이 합심해 철저히 준비하자”고 당부했다.

최 수석부회장은 상장(IPO) 시점에 대해 “SK온 상장은 반드시 성공할 것”

이라며 “다만 구체적 시기는 우리가 얼마나 성장할 준비를 갖췄는지, 거시 금융 환경은 어떠한지 등을 종합적으로 고려해 결정할 계획”이라고 말했다.

최 수석부회장은 이어 “캐즘을 극복하기 위해 원가 경쟁력, 연구개발, 생산 능력 등 제조업의 모든 역량이 중요하다”며 “어렵지만 우리는 한 마리 토끼가 아닌 최소 대여섯 마리의 토끼를 동시에 잡아야 한다”고 말했다.

“통상 제조업은 첫 5년은 손해가 나기 마련”이라고 전제한 최 수석부회장은 “SK온은 그 시기를 이겨내고 성공하



최재원 SK온 수석부회장이 지난 24일 오후 서울 종로구 관훈동 SK온 관훈사옥에서 개최된 ‘정해진 미래, 앞으로 나아가는 우리’ 타운홀 미팅을 진행하고 있다.

/SK온

는 극소수 기업이 될 수 있다고 확신한다”며 마무리했다.

/차현정 기자 hyeon@