

하이닉스, 사실상 엔비디아 HBM 독점... 연간 실적 '장밋빛'

생산능력 조정 등 대규모 투자 예정
어드밴스드 MR-MUF 고도화 착수
증권가 "건조한 이익 증가세 예상"

SK하이닉스가 인공지능(AI) 반도체 시장의 폭발적인 성장에 힘입어 분기 최대 실적을 경신했다. 실적 기록에 결정적 역할을 한 고대역폭메모리(HBM)을 필요로 하는 AI 메모리 반도체 시장이 성장가도를 달리면서 향후 실적 또한 장밋빛이다. SK하이닉스는 HBM 매출을 통해 확보한 자금을 CAPA(생산능력) 조정은 물론 초격차 기술 확보에 쓸 예정이다. 이미 SK하이닉스는 다음 세대 HBM인 HBM4 16단을 개발 중이며 향후 16단 이상 수요까지 대응하기 위한 어드밴스드 MR-MUF 고도화에 착수했다.

이강욱 SK하이닉스 PKG(패키징) 개발 담당 부사장은 "HBM의 핵심 기술인 스택(Stack, 반도체 칩에 셀을 복층으로 쌓는 기술)의 다양한 방법을 개발 중"이라며 "AI를 활용한



SK서린사육

기술이 각종 산업에 확산 적용되면서 관련 시장이 지속적으로 성장할 것으로 보이고, 당분간 AI와 연동된 HBM 시장 또한 성장할 것으로 예상된다"고 설명했다.

24일 SK하이닉스가 공시한 3분기 실적이 2018년 반도체 슈퍼사이클 당시 기록까지 뛰어넘은 가운데 기술 초격차로 반도체 1위 기업을 노리고 있다. SK

하이닉스의 호실적은 글로벌 경기 침체로 인한 범용 메모리 가격 하락에도 수요가 폭증하는 AI 메모리 반도체 시장에서 확보한 HBM 주도권에서 가능했다. SK하이닉스에 따르면 3분기 HBM 매출은 전 분기 대비 70% 이상, 전년 동기 대비 330% 이상 증가했다.

SK하이닉스는 현재 엔비디아에 HBM을 사실상 독점공급하고 있다. 생

형 AI로 촉발한 AI 붐 이후 엔비디아의 그래픽처리장치(GPU)는 AI 학습 및 추론을 위한 AI 메모리 반도체 시장을 독식하고 있다. HBM은 GPU에서 핵심 역할을 하는 부품으로 SK하이닉스는 지난 3월 HBM3E 8단을 엔비디아에 업계 최초로 납품했다. 이달에는 12단 제품을 최초 양산하며 오는 4분기부터 엔비디아에 공급할 예정이다.

일각에서는 HBM 과잉공급에 따른 위험을 우려하나 SK하이닉스 측은 "재고에 따른 문제는 없을 것"이라고 일축하고 있다. SK하이닉스 측은 이날 진행된 컨퍼런스콜에서 "HBM 제품군의 2025년까지 CAPA(생산능력)까지 대부분 예약된 상태"라며 "HBM 공급 과잉을 말하기에는 너무 이르다"고 설명했다. HBM은 고객사 수요에 맞춰 생산하는 만큼 재고부담이 상대적으로 낮다.

최근 글로벌 반도체 기업의 실적은 엔비디아의 공급망 합류 여부에 따라 성과가 나뉘고 있다. 엔비디아 GPU를 거의 독점 생산 중인 TSMC는 3분기 순

이익 325억6000만대만달러(약 13조 8000억원)으로 지난해 동기 대비 54.2% 급증했으며, 시장 전망치였던 3000억대만달러도 뛰어넘었다. 반대로 삼성전자는 HBM3E의 엔비디아 납품이 사실상 좌초하면서 3분기 잠정 매출액 79조원, 영업이익 9조1000억원으로 '어닝 쇼크'를 기록했다. 충격적인 실적에 삼성전자는 전영현 삼성전자 부회장의 이름으로 사과문까지 냈다.

SK하이닉스가 HBM 시장을 독식하면서 향후 전망도 밝다. SK하이닉스는 3분기 전체 D램 매출의 30%에 달했던 HBM 매출 비중이 4분기에는 40%에 이를 것으로 내다보고 있다.

신석환 대신증권 연구원은 "최근 IT 수요 개선세 둔화, 중국 창신메모리테크놀로지(CXMT)의 공격적인 캐파(생산능력) 증설로 레거시(범용) 반도체 가격 하락이 나타나고 있으나 SK하이닉스는 고부가 제품 중심의 믹스 개선으로 향후에도 건조한 이익 증가세가 예상된다"고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

현대차, 고부가가치 차량 중심 매출 상승... 영업익 소폭 감소

매출 42.9조... 영업이익 3.6조
지정학적 리스크 등 경기 침체 영향

현대자동차는 고부가가치 차량 중심으로 매출액 상승세를 이어갔으나, 주요 시장의 성장률 둔화로 영업이익은 감소했다.

현대자동차가 경영실적 컨퍼런스콜을 실시하고, 2024년 3분기 실적을 24일 공개했다.

3분기 ▲도매 판매 101만1808대 ▲매출액 42조9283억원 ▲영업이익 3조5809억원 ▲경상이익 4조3697억원 ▲당기순이익 3조2059억원이라고 전했다. 연결기준 3분기 영업이익은 전년 동기보다 6.5% 감소했으며, 매출은 4.7% 증가했다. 순이익은 3% 줄어든 수치다.

2024년 3분기 글로벌 도매판매는 유럽 등 글로벌 시장 성장률 둔화와 지정학적 리스크 확대에 글로벌 산업 수요



현대차그룹 양재동 본사

가 역성장세를 이어가며 전년 동기 대비 3.2% 감소했다.

현대차 관계자는 3분기 경영실적과 관련 "매출액은 하이브리드, 제네시스를 포함한 고부가가치 차종 중심 판매

확대에 따른 평균판매단가 개선 및 우호적인 환율 환경의 영향으로 전년 동기 대비 증가했다"며 "다만 영업이익은 북미 지역에서의 선제적 보증 연장 조치에 따른 충당금이 반영돼 전년 동기

비 소폭 감소했으나 이를 제외하면 시장 예상치에 부합하는 수준"이라고 설명했다.

현대차는 주요 시장의 성장률 둔화와 환율하락, 금리인하 등 매크로 불확실성 증대와 중동·우크라이나를 비롯한 지정학적 리스크 확대 등으로 비우호적 경영환경이 지속될 것으로 예측했다.

현대차는 본질적이고 근원적인 경쟁우위 확보를 목표로 ▲리스크 관리 역량 제고 ▲품질 확보 ▲원가 개선 ▲판매 효율화 ▲글로벌 역량 확대 ▲내부 혁신 ▲대내외 소통 강화 등을 집중적으로 추진한다.

먼저 리스크 관리 역량 제고를 위해, 주요 시장의 자동차산업 관련 정책 및 규제에 급격한 변동을 적기에 알아차리고 대책을 마련할 수 있는 역량과 이를 뒷받침할 신속한 의사결정 체제를 한층 강화한다.

품질 확보를 위해서는 선행기술 분야는 실패를 두려워하지 않는 문화를 장려하고, 양산기술 분야는 품질 완성도의 타협 없는 무결점 개발을 추진한다.

글로벌 경영환경 불확실성이 확대될 것으로 예상됨에 따라 전사 차원의 원가 절감 노력에도 매진한다. 미래 제품 트렌드, 수익성, 효율적인 제조 및 부품 조달을 종합적으로 고려해 제품 전 라이프 사이클에 걸쳐 비효율적이고 낭비적인 요소를 적극적으로 제거할 방침이다.

전기차 분야에서도 핵심 부품 원가 개선에 나서는 한편, 다양한 배터리 타입을 탑재해 가격 경쟁력을 높여 나간다.

판매 부문에서는 주요 시장 침체와 경쟁 격화 등으로 업체별 인센티브 제공이 늘어나고 있는 상황에서 전세계적으로 수요가 급증하고 있는 하이브리드 차량으로 판매 불륨을 견조하게 유지하고, 차세대 모델을 잇달아 투입해 새로운 판매 성장 모멘텀을 창출할 계획이다.

/백대성 기자 iunmids@

LG전자, 전장·공조 등 포트폴리오 고도화... 매출 22조 '신기록'

물류비 급등에 수익성은 하락

LG전자가 3분기 기준 역대 최대 매출에도 불구하고 전체 영업이익이 전년 대비 20% 가량 하락했다. 이는 물류비 상승 등 외부요인이 영향을 미친 것으로 보인다. 다만 가전 실적의 선방으로 4번째로 높은 영업이익을 기록했다.

LG전자가 올 3분기에 연결기준으로 매출 22조 1764억원, 영업이익 7519억원의 확정실적을 기록했다고 24일 공시했다. 전년 동기 대비 매출은 10.74% 증가했고, 영업이익은 20.9% 감소했다.

LG전자는 역대 최대 매출을 기록했음에도 급등한 물류비 등에 영향을 받아

3분기 수익성 악화로 이어졌다고 설명했다.

LG전자는 "올 3분기에는 장기화되고 있는 시장 수요회복 지연 외에도 중동 지역의 지정학적 분쟁이 지속되는 가운데 지난 5월 미국의 대(對)중국 관세인상 발표 이후 국제 수출입을 앞당기려는 수요가 폭증하는 등 불가피한 외부 환경에 기인한 글로벌 해상운임 상승이 비용 증가 요인으로 작용했다"고 설명했다.

그럼에도 불구하고 LG전자는 포트폴리오 고도화를 통해 매출 성장을 이뤄냈다고 밝혔다.

LG전자는 3분기 실적에 대해 "포트폴리오 고도화를 통해 4개 분기 연속으

로 전년 동기대비 매출 성장을 이뤄냈다"며 "불가피한 비용 증가 요인들을 상쇄해 나가며 적정 수준 이상의 영업이익을 기록한 것은 사업의 근원적 경쟁력을 굳건히 유지하는 것이라는 점에서 의미가 있다"고 평가했다.

사업본부별로는 생활가전(H&A) 사업부가 매출액 8조3376억원, 영업이익 5272억원을 기록했다. TV사업을 담당하는 HE 사업부는 올레드 주요 시장인 유럽지역의 출하량 증가로 매출 3조7473억원, 영업이익 494억원을 기록했다.

글로벌 가전 수요 회복 지연에도 B2B 냉난방공조(HVAC) 사업과 가전

구독 사업의 빠른 성장이 매출 확대를 견인했다.

전장(VS)사업부는 매출액 2조6113억원, 영업이익 1119억원을 기록하며 성장세를 유지했고, 비즈니스 솔루션(BS) 사업본부는 물류비와 투자 비용 등으로 매출 1조3989억원, 영업손실 769억원을 기록했다.

BS(비즈니스 솔루션)사업본부는 매출액 1조3989억원, 영업손실 769억원을 기록했다. 게이밍모니터, LED 사이니지 등 전장 제품의 판매가 늘고 PC 제품의 대규모 B2B 물량을 확보하면서 매출이 전년 동기대비 증가했다. 다만, LCD 패널가격 상승, 물류비 부담, 경쟁 심화 등의 요인과 신사업 육성을 위한 투자가 늘어나며 영업손실 규모가 늘었다.

LG전자 관계자는 "앞으로도 가전구

독, 소비자직접판매(D2C), 볼륨준확대 등 다양한 사업방식 변화에 속도를 낼 것"이라며 "특히 경기 영향을 상대적으로 덜 받는 B2B의 꾸준한 성장을 추진하는 동시에 제품판매 위주 사업 대비 수익성이 높은 플랫폼 기반 콘텐츠·서비스 사업도 더욱 확대해 나갈 계획"이라고 말했다.

/구남영 기자 koogija_tea@



여의도 LG트윈타워 전경

/뉴스