

전자업계 실적 분석

# 삼성, HBM3E 등 고부가 제품 판매 난항... DS·DX '휘청'

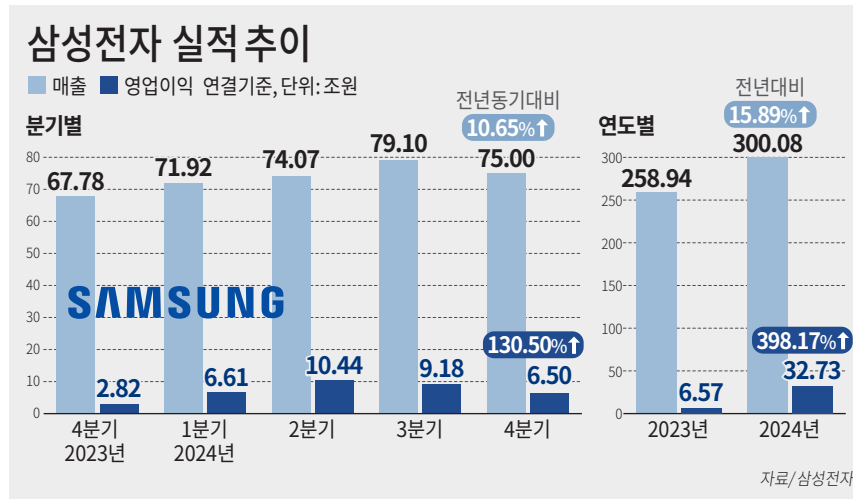
〈반도체·디바이스경험〉

모바일 신제품 효과 감소  
D램 등 글로벌 수요 둔화 겹쳐  
"HBM3E 납품 지연 해결해야"

삼성전자가 3분기 어닝쇼크에 이은 실적부진을 기록했다. 주력제품들의 수요 둔화 속에서 심화된 경쟁으로 인한 비용이 증가했고 고부가가치 상품군의 납품 지연 및 파운드리/시스템LSI 사업부의 적자 심화 등이 원인으로 지목된다.

8일 삼성전자가 지난해 4분기 연결기준 매출 75조원, 영업이익 6조 5000억 원을 기록했다고 잠정실적을 발표했다. 매출은 직전 분기 대비 5.18%, 영업이익은 29.19% 줄었다. 애플케어의 영업이익 컨센서스는 8조5536억 원이었으나 한참 미치지 못했다.

연간실적으로도 심각한 상황이다.



삼성전자는 지난해 연간매출은 300조 800억원, 영업이익은 32조 7300억원을 기록했다고 잠정 발표했다. 이는 전년 동기 대비 각각 15.89%, 398.17% 오른 수치다. 그러나 2023년은 3고(고물가·고금리·고환율) 사태로 전 세계적 불황이 일었던 만큼 성적표가 양호할 수밖에 없다.

구체적인 부문별 실적은 공개되지 않았으나 증권가에서는 DS 부문의 영업이익을 3조원 안팎으로 추정하고 있다. 이 외에도 ▲모바일경험(MX) 2조원 안팎 ▲네트워크사업부 2조원 안팎 ▲디스플레이 1조원 안팎 ▲TV·가전 3000억원 안팎으로 추정하고 있다.

삼성전자 측에서는 이번 실적 부진에 대해 DS부문에서는 IT향(向) 제품 중심의 업황 악화로 인한 매출 및 이익 하락이, DX 부문에서는 모바일 신제품 출시 효과 감소 및 업체간 경쟁 심화가 주요인이었다고 설명했다.

업계 안팎에서는 이번 4분기 실적 또한 반도체를 담당하는 DS부문의 실적 부진이 계속되면서 악화했다고 분석하고 있다. 특히 파운드리 사업부와 시스템LSI 사업부의 적자가 2조원대로 불어난 상황 속에서 HBM과 서버용 DDR5 외 범용 메모리 수요가 부진했을 것으로 본다. D램은 엔비디아를 대상으로 한 HBM3E 양산 납품 지연이, DDR4는 중국의 CXMT의 DDR4 저가 판매, 범용 DRAM 수급 악화 등의 악재가 있었다.

특히 지난해 4분기 D램과 낸드플

래시, 기업용 SSD 가격 하락세도 외부 변수로 크게 작용했을 것으로 보인다. D램 가격은 8월 2.38%, 9월 17.07%, 11월 20.59% 급락했다. 낸드플래시 범용 제품 또한 12월 2.08달러를 기록하며 전월 대비 3.48% 하락했다. 지난해 1월 낸드플래시 가격은 4.72달러다.

업계에서는 실적 회복을 위해서는 고부가가치 상품인 HBM3E의 납품 지연 문제를 해결해야 한다고 입을 모은다. 삼성전자는 지난해 엔비디아에 연내 5세대 고대역폭메모리(HBM3E) 납품을 완료할 계획이었으나 퀄컴(품질검증)의 벽을 아직 넘지 못했다. 미국라스베이거스에서 진행 중인 CES 2025에서 진행된 엔비디아의 기자간담회에서 젠슨 황은 "삼성전자는 설계를 다시 해야 할 것"이라고 설명하기도 했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

# LG, 최대 연간매출에 안정적 수익... 물류비 급등에 발목

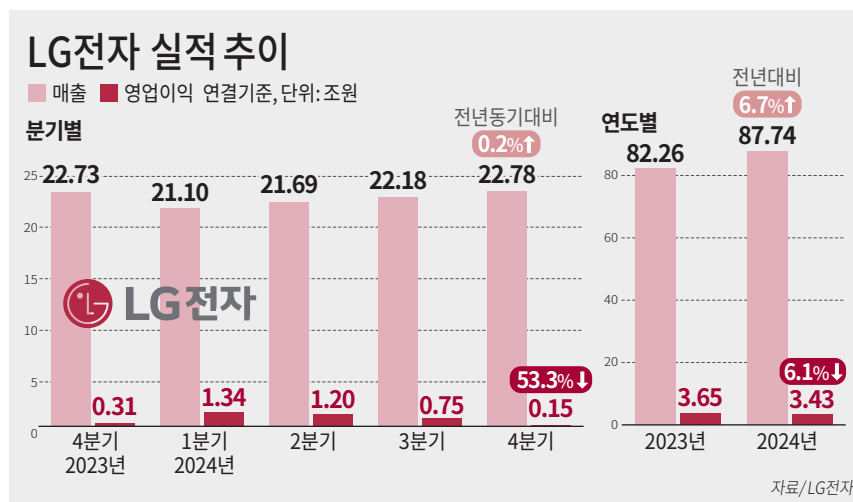
경쟁 심화... 마케팅 등 지출 증가  
"고정비 효율화해 수익구조 개선"

LG전자가 4분기 잠정 영업이익이 직전분기 대비 80.5% 하락한 것은 가전사업에서 결정적인 해상 운임 비용이 크게 오른 상황 속에서 중국 기업들과의 경쟁을 위한 마케팅 비용 지출이 영업이익 악화를 불렀기 때문이라는 분석이다.

다만, LG전자는 사상 최대 연간 매출을 기록했으며, 연간기준으로는 안정적인 수익성을 유지 중이라고 설명했다.

LG전자는 8일 4분기 연결기준 매출 22조 1769억원에 영업이익 7511억원을 기록했다고 잠정실적을 내놓았다.

매출은 직전분기 대비 2% 올랐으나 영업이익이 80.5% 하락했다. 2023년 4분기 대비 매출은 0.2% 증가했고 영업이익은 53.3% 감소했다. 매출 대비



급락한 영업이익은 비용의 증가를 의미한다. 4분기 기준 영업이익률은 3.9%로 2019년 수준으로 돌아갔다.

LG전자는 "하반기 들어 급등한 물류비 및 마케팅비 증가 영향으로 영업이익은 전년 동기 대비 줄었다"고 설명했다.

해상 물류비 상승폭을 나타내는 상

하이컨테이너운임지수(SCFI)는 지난해 11월부터 계속 상승해 지난 3일에는 전주 대비 44.83P 상승한 2505.17P를 기록했다. LG전자는 앞서 2분기 실적발표 콘퍼런스콜에서 "하반기 해상운임 비딩 결과 컨테이너당 평균 해상운임이 전년 동기 대비 약 58% 상승하고, 광고비 등 마케팅 경쟁비용이

증가할 것으로 예상된다"고 밝힌 바 있다.

여기에 더해 주 수익처인 생활가전에 대한 글로벌 수요 회복이 더딘 상황에 발목을 잡았다. 가전 시장은 장기화하는 경제 불황으로 고가상품에 대한 수요가 다소 떨어진 상황에서 전반적인 수요 회복도 지연되고 있다. 여기에 더해 중국 업체들이 저가로 가전 제품 영역에서의 경쟁력 또한 약화했을 것으로 보인다.

다만 LG전자는 B2B 사업의 성장을 토대로 사상 최대 연매출을 경신했다. 4년간 연결 매출액이 꾸준히 증가해 연평균성장률(CAGR) 또한 10%를 넘겼다.

LG전자는 영업이익의 급감 등에 관해서도 연간 기준으로는 안정적인 수익성을 유지하고 있다고 자평했다. 글로벌 해상운임 급등이나 사업 환경

의 불확실성을 고려한 재고 건전화 차원의 일회성 비용 등이 발생하며 수익성에 다소 영향을 줬을 뿐이라는 설명이다.

주력 사업이자 캐시카우 역할을 맡은 생활가전은 "2년 연속으로 매출액 30조원을 넘어섰을 것"이라고 평가했다. 생활가전은 공고한 프리미엄 리더십을 바탕으로 AI 가전 및 볼륨존 라인업을 확대하고 고객 수요 변화에 맞춰 구독, D2C 등으로 사업 방식을 다변화 되고 있다. B2B에 해당하는 HVAC(냉난방공조), 빌트인, 부품솔루션 등의 성장도 꾸준하다고 설명했다.

LG전자는 "연간 전사경영실적으로 보면 사업 포트폴리오 재편에 따른 질적 성장이 이어지고 있어 긍정적"이라며 "올해 LG전자는 사업 포트폴리오 혁신에 기반해 질적 성장에 더욱 속도를 내고 품질, 원가 등 사업의 근원적 경쟁력을 강화해 나가면서 고정비를 효율화해 건전한 수익구조를 확보하는데 총력을 기울일 것"이라고 했다.

/김서현 기자

# 현대차그룹, GM 협력 확대 등 보호무역주의 적극 대응

현대제철 "제철소 투자 규모는 미정"

현대차그룹이 미국에 처음으로 쇠물을 생산하는 제철소를 구축하기로 결정한 것은 오는 20일 취임하는 도널드 트럼프 미국 대통령 당선인의 보호무역에 대응하기 위함이다.

특히 미국 현지 신규 일자리 창출은 물론 현지 제조업 전반의 경쟁력을 끌어올리는데 힘을 보탬 수 있다. 만약 현대차그룹의 제철소 구축이 성사될 경우 경제적인 성장은 물론 외교적으로도 상당한 파급력을 일으킬 것으로 전망된다.



현대차그룹 양재동 본사

◆美 시장 경쟁력 강화 의지 확고

현대차그룹은 그동안 현대차와 기아가 해외에 공장을 건설하면 부품사들이

함께 진출하는 방식으로 사업을 확장했다. 현대제철은 현대차, 기아 공장 인근에 가공센터를 운영하는 방식으로 진행했다. 현대제철이 이번에 미국 현지에 제철소를 구축할 경우 미국 시장에서의 경쟁력을 확고히 하겠다는 의지를 드러낸 것이다.

현대제철은 고로와 전기로로 복합생산 방식을 적용할 것으로 보인다.

특히 탄소 배출이 많고 기존 현지 업체와 갈등으로 제철소 구축에 대한 우려의 목소리도 있지만 미국 최대 완성차 업체인 제네럴모터스(GM)와 승용·상용차 공동 개발·생산을 포함해 포괄

적인 업무협약을 맺었다는 점은 긍정적이다.

현대차그룹은 GM과 협력해 철강 등 자동차 핵심 소재를 공동 구매하는 방안도 검토하고 있다. 만약 현대차그룹이 현지 제철소 생산한 자동차용 강판을 이용할 경우 비용을 획기적으로 줄일 수 있기 때문이다. 미국 제철소 구축을 통한 GM과 협력 범위도 확대될 것으로 기대하고 있다.

◆관세 부담완화 기대

현대제철의 제철소 건설은 미국의 관세 문제에 대한 부담을 줄일 수 있다. 트럼프 당선인은 그동안 멕시코와 캐나다 산 생산품에 25% 관세를 부과하고, 모든 외국산 제품을 대상으로 10~20%의 추가적인 보편관세를 매길 경우 해외

생산은 저렴한 인건비 등에 따른 경쟁력이 상당 부분 사라지게 된다.

현재 현대제철은 현대차·기아의 판매 비중을 낮추고 글로벌 완성차 업체의 비중을 높여는데 집중하고 있다. 현대제철의 비(非)현대차 매출 비중은 2018년 10% 넘은 뒤 지난해에는 최초로 20%를 돌파했다. 향후 40%까지 끌어올리는 것이 궁극적인 목표다.

현대제철 관계자는 "글로벌 보호무역주의에 대응하기 위해 다양한 지역을 후보군에 놓고 검토하고 있다"며 "제철소를 구축한다는 계획은 있지만 투자 규모나 방식 등은 아직 결정된 바 없다"고 말했다.

/양성운 기자 ysw@