

중국에 쏟아진 트럼프 관세폭탄

삼성·LG, 글로벌 인프라 대응

美·中 등 관세전쟁 본격화
韓 기업들 글로벌 전략 변화
생산물량 일부 이전 검토

트럼프발 관세 전쟁이 막을 올린 가운데 중국이 1차 목표 대상이 됐다. 이에 따라 중국에서 대부분을 생산하는 애플이 직격탄을 받을 것으로 우려되면서 삼성전자 스마트폰이 단기적으로 수혜를 받을 전망이다. 하지만 이는 '숨고르기'에 불과하다는 우려가 나온다. 중국이 미국의 추가 관세 부과 대상이 됨에 따라 당장 반도체 등 한국의 대중국 중간재 수출이 타격을 받을 가능성도 커졌기 때문이다.

특히 트럼프 대통령이 모든 국가에 관세를 부과하겠다는 선거 공약을 내걸었던 만큼 멕시코에 생산 기지를 두고 있는 가전 기업 등은 전략 수정이 불가피할 것으로 보인다.

지난 4일 0시 1분 (미국 동부시각 기준) 트럼프 대통령이 예고해온 중국에 대한 관세 인상이 발효됐다. 반면 트럼프 대통령은 지난 3일 멕시코와 캐나다에 대한 25% 관세 부과 시행을 하루 앞두고 이를 한 달간 전격 유예키로 했다.

이에 따라 중국에 대부분의 생산기지를 두고 있는 애플이 직격탄을 받을

것으로 전망되면서 삼성전자의 스마트폰이 단기간 이익을 볼 것이라는 분석이 나온다. 애플의 아이폰 물량 85% 이상이 중국에서 제조하고 있다. 이번 관세 조치가 아이폰의 가격 인상이 불가피해졌다. 아이폰 가격이 오를 경우, 삼성전자의 가격 경쟁력 상승할 수 있다.

문제는 한국이 이번 관세 부과에서 1차 표적은 피했지만 이는 숨고르기에 불과하다는 점이다. 미국 시장 내 중국산 스마트폰, 노트북, 태블릿 등 IT 제품 가격이 인상되면 한국의 대중국 중간재 수출 감소로 이어질 수 있다.

트럼프 대통령이 모든 국가에 10% 이상의 보편 관세 적용을 선거 공약으로 주장해왔던 만큼, 조만간 다른 국가로도 추가 관세가 확대될 가능성이 있다. 또 미 정부가 한 달 사이 멕시코와 국경 문제에서 추가적인 조치를 내놓지 않을 경우 언제든지 관세 부과 위협을 다시 꺼낼 수 있다.

삼성전자와 LG전자는 대부분 멕시코에 생산기지를 두고 있다. 삼성전자는 미국과의 접경 도시인 멕시코 티후아나와 케레타로에서 TV와 가전제품을 생산하고 있다. LG전자도 멕시코 레이노사, 몬테레이, 라모스에서 가전과 전장을 생산하고 있다. 결국 멕시코를 비롯해 캐나다 등에도 공장을 둔 가

전, 배터리 기업 등은 전략 수정이 불가피할 것으로 보인다.

업계에서는 가전업체가 지난 트럼프 1기 정부 당시 세탁기에 20~50% 관세 폭탄을 맞는 경험을 하며 미국 내 공장을 건설한 만큼, 이번 2기에서는 대응력을 높였다는 분석이 나온다.

삼성전자는 케레타로 공장에서 생산하는 건조기 등 일부 물량을 미국 사우스캐롤라이나주 뉴베리 공장에서 만드는 방안을 검토 중인 것으로 알려졌다.

한중희 삼성전자 대표이사 부회장은 지난달 미국에서 열린 CES 2025 기간간담회에서 "삼성엔 아시아시피(전 세계) 공장을 꽤 많이 갖고 있다"며 "어느 한 곳에 집중하지 않고 있는데 이를 잘 활용할 것"이라고 말했다.

LG전자도 냉장고 등 일부 물량을 미국 테네시주 공장으로 옮기는 방안을 검토하는 것으로 알려졌다.

김창태 LG전자 최고재무책임자는 지난달 23일 컨퍼런스콜에서 "관세인상 수준이 본질적인 공급망 구조의 변화를 필요로 할 경우에는 미국 내 생산 시설의 운영 노하우 등을 활용해서 보다 적극적인 생산지 전략의 변화까지도 고려의 범위에 포함될 수 있을 것으로 생각하고 있다"고 밝혔다.

/구남영 기자 koogija_tea@metroseoul.co.kr

LG전자, '버추얼 프로덕션' 시장 본격 진출

북미 사옥에 스튜디오 개소

LG전자가 초고화질 마이크로LED 사이니지 'LG 매그니트(LG MAGNIT)'를 통해 버추얼 프로덕션 시장 선점에 나선다.

LG전자는 6일 미국 뉴저지에 위치한 북미 사옥에 '버추얼 프로덕션(Virtual Production)' 스튜디오를 열었다고 밝혔다.

LG전자 버추얼 프로덕션 스튜디오에는 가로 7.2m, 세로 2.7m 규모의 마이크로 LED 'LG 매그니트'(LBAG 015-G3)가 설치됐다. 차세대 디스플레이로 통하는 마이크로 LED는 머리 카락 두께보다 얇은 100μm(마이크로미터) 이하의 LED가 스스로 빛과 색을 내는 자발광(自發光) 디스플레이이다. 이를 통해 선명한 화질과 높은 수준의 색재현, 정밀한 영상 처리 기술 등 차별화된 시청경험을 제공한다. 또 초록색 배경 앞에서 촬영한 영상에 컴퓨터그래픽(CG)으로 배경을 입히는 크로마키(Chroma-key) 기법보다 콘텐츠 제작 시간과 비용을 줄일 수 있다.



LG전자 버추얼 프로덕션 스튜디오에서 무선 이어폰 신제품 '엑스튬 버즈' 홍보영상을 촬영하고 있는 모습. /LG전자

버추얼 프로덕션은 LG전자 북미법인과 LG그룹 광고 계열사 HSAD가 공동으로 운영하며 다양한 사내외 콘텐츠 제작뿐 아니라 HSAD를 통해 외부 클라이언트의 단편 콘텐츠, TV 프로그램, 광고, 기업 커뮤니케이션 콘텐츠 촬영 등에 활용할 계획이다.

정규환 LG전자 북미지역대표는 "LG 매그니트의 차별화된 디스플레이 기술을 앞세워 글로벌 버추얼 프로덕션 시장의 새로운 패러다임을 제시해 나갈 것"이라고 말했다. /구남영 기자

HD현대, 지난해 연간 영업이익 3兆 육박

조선·전력기기 계열사 중심 好실적

HD현대(회장 권오갑·사진)가 지난해 조선과 전력기기 계열사들의 실적 개선으로 호실적을 기록했다.

HD현대는 6일 연결기준으로 연간 매출 67조 7656억원, 영업이익 2조 9832억원을 기록했다고 밝혔다. 전년 대비 매출은 10.5%, 영업이익은 46.8% 증가한 수치다.

이는 조선·해양 부문에서 실적 개선이 큰 폭으로 이뤄진 가운데 전력기기 부문의 호조세가 지속된 영향이다.

주요 사업별로 살펴보면 조선·해양 부문의 HD한국조선해양은 고부가가치 친환경 선박의 수주량 확대와 생산 효율화를 통한 건조물량 증가에 힘입어 전년 대비 19.9% 증가한 25조 5386억원의 매출을 기록하며 실적 개선을 이끌었다. 영업이익 또한 수익성 위주의 선별 수주 전략으로 전년보다 408% 증가한 1조 4341억원을 거뒀다.

건설기계 부문의 HD현대사이트솔루션은 2023년 주요국들의 인프라 투자



로 발생한 이례적인 호황의 역 기여효과 및 글로벌 경기 침체의 영향으로 매출과 영업이익이 각각

11.1%, 40.3% 감소한

7조 7731억원과 4324억원을 기록했다. 에너지 부문의 HD현대오일뱅크는 친환경 연료 공급 확대, 공장 가동 효율화 등을 통해 매출은 전년 대비 8.4% 증가한 30조 4686억원을 달성했다. 영업이익은 58.2% 감소한 2580억원을 기록했다.

전력기기 부문의 HD현대일렉트릭은 글로벌 데이터센터 확충과 인공지능(AI) 기술의 확산으로 전력기기 수요가 증가한 가운데 선별 수주를 통한 수익 개선 효과가 더해져 매출 3조 3223억원, 영업이익 6690억원을 거뒀다.

HD현대 관계자는 "조선 및 전력기기 부문의 양호한 실적 흐름이 지속되고 있는 만큼 친환경 기술 개발과 생산 효율성 극대화를 통해 성장세를 이어 나갈 것"이라고 밝혔다. /양성운 기자

이윤모 "EX30 등 韓 시장 전동화 모델 확대"

(볼보자동차코리아 대표)

볼보자동차코리아 간담회

이 대표 'EX30' 소개... 경쟁력 자신
"볼보의 10년을 새롭게 이끌어 갈 것"

"EX30은 볼보자동차코리아의 10년을 새롭게 이끌어 갈 것입니다."

이윤모 볼보자동차코리아 대표는 지난 4일 김해 롯데호텔앤리조트에서 진행된 기자간담회에서 볼보의 전기 스포츠유틸리티차(SUV) EX30을 소개하고 회사의 미래 방향성에 대해 발표했다.

볼보자동차코리아는 전기 SUV EX30의 출시를 시작으로 국내 수입 전기차 시장 공략에 고삐를 죄다. 특히 지난해 국내에서 총 1만 5051대를 판매하며 수입차 4위 자리를 수성한 볼보코리아 자동차는 전동화 모델을 추가하며 상승세를 이어간다는 전략이다. 2016년 올 뉴 XC90을 시작으로 뉴 XC60, 올해에는 뉴 XC40을 출시하며 XC라인지를 완성했다. 이를 바탕으로 2013년 3000여대 미만의 판매량에서 지난해 5배 이상 늘리며 국내 수입차에서 가장 빠른 성장을 이뤄냈다.

이 대표는 "2016년 XC라인업을 출시하면서 판매량은 물론 질적 성장을 이어가는 의미 있는 성과를 기록했다"며 "지속적인 투자를 통한 서비스 인프라 확대와 진정한 스웨디시 프리미엄의 가치를 더 많은 고객에게 제공할 수 있도록 노력해온 결과라고 생각한다"고 말했다.



이윤모 볼보자동차코리아 대표가 4일 김해 롯데호텔앤리조트에서 EX30과 함께 미래 방향성에 대해 발표하고 있다. /볼보자동차코리아

볼보자동차코리아는 지난 10년간 한국에 3700억원을 투자하며 서비스센터 구축에 집중했다. 그 결과 2014년 14개에 불과했던 서비스센터는 2024년 39개로 늘었다. 워크베이도 2014년 50개에서 2024년 233개로 확대하며 고객 서비스 만족도 1위를 기록했다. 메르세데스-벤츠와 BMW 등 경쟁 브랜드 대비 적은 수치지만 차량 판매 대수 등을 비교하면 부족함이 없다.

볼보자동차코리아는 서비스 경쟁력을 바탕으로 첨단 안전 시스템을 갖춘 신형 전기차 EX30을 앞세워 올해 수입 프리미엄 브랜드 톱4의 입지를 공고히 다진다는 계획이다.

EX30의 품질과 제품 경쟁력은 이미 유럽 시장에서 검증받은 상태다. EX30은 지난해 글로벌 시장에서 10만

대 판매된 인기 차종이다. 특히 유럽에서는 7만 8032대가 판매돼 테슬라와 같은 전기차 전용 브랜드를 제외하고 가장 많이 팔렸다.

EX30은 후륜 기반 모델로 66kWh(킬로와트시) 배터리와 200kW(킬로와트) 모터를 장착해 출력 272마력, 최대토크 35kg·m의 힘을 제공한다. 정지상태에서 시속 100km까지 5.3초가 걸리며 1회 충전으로 갈 수 있는 거리는 복합 기준으로 351km다. EX30의 차세대 안전 공간 기술은 유럽의 신차 안전성을 평가하는 프로그램인 유로엔캡에서 최고 등급을 받았다는 설명이다.

이 대표는 "첨단 안전 시스템은 볼보 자동차만 있는 것은 아니다"라면서도 "소형 SUV 세그먼트에서 안전 시스템을 기본으로 적용한 모델은 EX30이 유일하며 유럽에서도 최고 안전 등급을 획득했다"고 설명했다. 이어 "(EX30이) 볼보자동차코리아의 앞으로 10년을 새롭게 이끌어갈 것"이라고 덧붙였다.

볼보자동차코리아는 2월 중 EX30 코어 트림을 4755만 원, 울트라 트림을 5183만 원에 판매한다고 밝혔다. 기존 공개했던 가격에서 최대 333만 원 할인했다.

이 대표는 "더 많은 소비자가 EX30의 가치를 경험할 수 있도록 가격을 조정했다"며 "한국 시장의 중요성이 반영된 것으로 전 세계 어떤 시장과 비교해도 파격적인 가격"이라고 말했다.

/양성운 기자 ysw@

현대모비스, 데이터포털 확대 운영

빅데이터 활용 업무시스템 강화

현대모비스가 빅데이터를 활용한 업무 시스템 강화로 직원들의 업무 방식을 전환한다.

현대모비스는 전사적으로 생산과 구매, 연구개발 등 경영 전반에서 총 100여개에 이르는 다양한 업무 시스템을 쉽게 검색하고 공유할 수 있는 데이터 포털을 확대 운영한다고 6일 밝혔다.

이를 위해 현대모비스는 100여개 업무시스템과 연계된 1만 6000여개의 카테고리 데이터를 데이터맵 형식으로

해당 포털에 구축했다. 각 카테고리 데이터와 연계된 세부 데이터들을 포함하면 이 포털을 통해 수십만개에 이르는 방대한 업무데이터를 활용할 수 있게 된 것이다.

현대모비스의 데이터맵은 분산된 100여개 시스템의 데이터들을 유기적으로 연결해 구조화한 것이 특징이다.

현대모비스는 이번 데이터맵을 구축하면서 기존에 30만여개에 이르는 용어를 표준 용어 3만여개로 재정비하는 작업도 함께 진행했다.

/양성운 기자