

# 빅테크 기업도 '혼란'... 트럼프 관세에 GPU 불확실성 '쑥'

GPU, 관세대상 제외 여부 '주목'  
M7 시가총액 1조달러 넘게 증발  
아마존·테슬라 CEO, 불만 표출

글로벌 빅테크 기업들이 도널드 트럼프 미국 대통령의 관세 정책으로 인한 불확실성에 휩싸였다. 인공지능(AI) 산업을 비롯한 첨단 기술 기업들은 관세 적용 여부도 예측하지 못한 채 전례 없는 혼란을 겪으며, 긴급 대응 방안을 모색하는 데 고전하고 있다.

6일 미국 IT 매체 더버지에 따르면 AI 기업들은 트럼프의 관세가 그들을 파멸로 몰고 갈 것인지 갈피를 잡지 못하고 있다. 첨단 산업계 전체가 혼돈에 빠졌고, 대외 통상 변수로 기술 기업의 시가총액이 1조달러(약 1461조원) 이상 증발했다.

핵심 쟁점은 AI 컴퓨팅 등에 필수적인 GPU(그래픽처리장치)가 트럼프의



일론 머스크 테슬라 CEO가 5일(현지 시간) X(옛 트위터)를 통해 트럼프 관세 정책의 핵심 인사로 꼽히는 피터 나바로 백악관 고문을 공개적으로 조롱했다. /머스크 X 캡처

관세 대상에서 제외될지 여부인데, 더버지는 워싱턴 정가에서조차 이 상황을 명확히 아는 사람이 없다고 보도했다. 이와 관련해 더버지는 칩셋(반도체 지원법)을 담당하는 미국 국립표준기술연구소(NIST), 백악관, 미 무역대표부(USTR)에 문의했으나 모두 제대로 된 답변을 내놓지 않았다고 밝혔다.

GPU 공급망 불안은 구글, 아마존, 마이크로소프트(MS) 등에 특히 큰 타격을 입혔다. 글로벌 빅테크 기업들은 데이터센터의 AI 인프라 운영을 위해 수천개의 GPU를 활용하고 있기 때문이다.

시장은 이런 불확실성에 민감하게 반응했다. 관세 발표 후 '매그니피센트 세븐(M7, 애플·MS·알파벳·아마존·엔비디아·메타·테슬라)'의 시가총액은 1조달러 넘게 급감했다.

전문학적인 손실에도 불구하고 미국의 주요 빅테크 기업 CEO들은 트럼프

의 관세 정책에 대한 공식적인 언급을 삼가며 몸을 사리고 있다. 현재까지 M7 기업 대표 중 관세에 대해 직접적으로 비판적인 의견을 낸 인물은 없지만, 제프 베이조스 아마존 대표와 테슬라 CEO 엘론 머스크 등은 우회적인 방식으로 불만을 표출하고 있다.

아마존 창업자 제프 베이조스가 자신이 소유한 '워싱턴 포스트'를 통해 관세가 소비자 물가 상승을 부추길 것이라는 분석 기사를 실을 것을 두고, 간접적으로 관세 정책에 반대 의사를 표명한 것이라는 해석이 나오고 있다.

또 머스크는 5일(현지 시간) 이탈리아 피렌체에서 열린 우파 정당 '동맹당(League Party)'의 회의에 화상으로 참석, 미국과 유럽 간 관세를 전면 철폐해 자유 무역 지대를 만들기를 희망한다는 입장을 밝혔다.

머스크는 "유럽과 미국 모두 '제로 관세'를 향해 나아가야 한다는 데 의견이

모아지길 바란다"면서 "이상적으로는 유럽과 북미 간에 자유 무역 지대가 형성돼야 한다"고 말했다.

머스크가 트럼프 대통령의 관세 정책과 거리를 두는 듯한 발언을 한 데에는, 테슬라가 미중 무역 갈등과 유럽과의 통상 마찰이라는 복합적인 위기에 직면해 있다는 배경이 작용한 것으로 보인다. 트럼프의 관세 정책 발표 이후 중국 수입 부품 의존도가 높고 유럽 시장 점유율 확보가 불투명해진 테슬라의 주가도 급락했다.

같은 날 머스크는 트럼프의 관세 정책 핵심 인사로 꼽히는 피터 나바로 백악관 고문을 겨냥해 조롱 섞인 발언을 하기도 했다. 머스크는 X(옛 트위터)에 게시된 나바로의 관세 논리 설명 영상에 대해 "하버드 경제학 박사학위는 좋은 게 아니다"며 "지능에 비해 비대한 자아라는 문제를 낳는다"고 맹비난했다. /김현정 기자 hjk1@metroseoul.co.kr

## 우아한형제들, 배달·커머스로 매출 증가세

지난해 매출 4.3조, 영업이익 6408억  
높은 수수료로 '이중가격제' 시행 등  
외식업계 불안한 움직임 지속 우려

배달의민족을 운영하는 ㈜우아한형제들이 지난해 6000억원대의 흑자를 기록하며 성장세를 이어갔다. 그러나 배달 수수료 등을 둘러싼 다양한 문제가 여전히 해결되지 않아, 배달업계 1위 기업으로서의 위상에 흠이 가고 있다.

6일 배달의민족은 지난해 연결 기준 매출 4조3226억원, 영업이익 6408억원을 기록했다고 밝혔다. 매출은 전년 대비 26.6% 증가했지만, 외주용역비 등 영업비용 증가로 영업이익은 8.4% 감소했다.

배달의민족 측은 주력 사업인 음식 배달 서비스가 안정적인 성장세를 유지한 가운데, 배민B마트와 장보기·쇼핑 등 커머스 서비스도 빠르게 성장하며 견고한 매출 증가세를 이어갔다고 설명했다.

매출 구분별로는 음식 배달 서비스와

중개형 커머스(장보기·쇼핑) 등 실적을 나타내는 서비스매출이 3조5598억원으로, 전년(2조7187억원) 대비 30.9% 증가했다.

음식 배달 서비스는 구독 프로그램인 배민클럽을 중심으로 무료 배달 혜택 제공과 인기 프랜차이즈 브랜드 할인 등 강력한 고객 유인책을 통해 꾸준한 성장을 이어갔다는 평가다.

배달의민족이 핵심 주력사업으로 육성 중인 장보기·쇼핑 부문은 주문 수가 전년 동기 대비 369%, 거래액은 309% 성장했다. 배민B마트 등 상품매출은 7568억원으로, 전년(6880억원) 대비 10% 증가했다.

고공행진 중인 성장세에도 불안 요소는 올해도 계속될 전망이다. 높은 배달 수수료로 인해 주요 대형 프랜차이즈 업소들이 배달 메뉴 가격을 매장보다 높게 책정하는 '이중가격제'를 시행하는 등 외식업계 전반에 불안한 움직임이 지속되고 있다. 수수료로 인한 어려움을 호소하는 자영업자들의 목소리가

커지면서 정치권과 시민단체의 비판도 계속되고 있다.

이주한 민주사회를 위한 변호사모임(민변) 민생경제위원회 변호사는 "배달 중개 수수료가 사실상 배달업 기업들에 의해 일방적으로 결정되고, 이 과정에서 소수 시장지배적 사업자 간 암묵적 담합 가능성도 있다"며 "최혜대우 요구, 자사 우대, 일방적인 약관 변경 등 불공정 행위가 벌어지는 상황에서, 지난해 공정거래위원회 중심으로 운영된 상생협의체는 이러한 문제를 개선하지 못했다"고 배달 앱 자율규제위원회를 평가했다.

배달의민족 측은 수수료 문제에 대해 정면 돌파하겠다는 입장이다. 우아한형제들의 김용석 대외커뮤니케이션센터장은 "최근 논란이 된 포장 주문 수수료 부과 정책에 대해서는, 포장 서비스를 활성화하기 위해 무료 지원을 중단하는 대신, 포장 서비스 대상 마케팅을 확대하고 지원을 강화하겠다"고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@



박준 SK텔레콤 AI 인텔리전스사업본부장(부사장), 박창석 신한카드 전략사업그룹장(부사장), 고현덕 KCB CB사업부부장, 장성욱 카카오모빌리티 미래사업실장(부사장), 정우진 이마트 마케팅 담당, 이철형 SK브로드밴드 AT/DT개발실장(왼쪽부터)이 지난 3일 그랜데이터 업무 협약식에서 기념 촬영을 하고 있다. /SK텔레콤

## SKT, 민간데이터 결합사업 외연 확장

이마트, '그랜데이터' 신규 참여

SK텔레콤이 주도하는 민간 데이터 결합 사업 '그랜데이터(GranData)'가 유통 대기업 이마트를 신규 참여사로 맞이하며 사업 외연 확장에 나섰다. 또한 글로벌 데이터 플랫폼 기업 스노우플레이크와의 협력을 통해 해외 유통 채널 다변화도 본격화한다.

SK텔레콤은 6일 SK텔레콤·SK브로드밴드·신한카드·KCB·카카오모빌리티 등 기존 참여사에 이어 이마트가 그랜데이터 얼라이언스에 새롭게 합류했다고 밝혔다. 이들은 지난 3일 서울 을지로 SK T타워에서는 이마트와 데이터 협력을 위한 협약식을 체결하고, '그

랜데이터 서밋 2025'를 개최해 데이터 활용 사례를 공유했다.

2021년 출범한 그랜데이터는 통신, 금융, 모빌리티 등 민간 기업이 보유한 데이터를 익명·가명 처리해 공공 및 산업 분야 의사결정을 지원하는 데이터 결합 플랫폼이다. 인공지능(AI) 수요 증가와 함께 공공기관·기업의 활용이 늘고 있으며, 소상공인시장진흥공단 등은 이를 통해 창업자 맞춤형 상권 분석 서비스를 운영 중이다.

신규 참여사인 이마트는 신세계포인트가맹점의 소비 정보와 유통 데이터를 기반으로, 공공부문에선 취약계층 소비 분석, 민간부문에선 유통 전략 고도화에 기여할 것으로 기대된다. /김서현 기자

## 카카오게임즈 '오딘' 글로벌 출시 확정 태국서 쇼케이스 개최

카카오게임즈는 지난 3일 라이온하트 스튜디오가 개발한 다중접속역할수행게임(MMORPG) '오딘: 발할라 라이징'의 글로벌 출시를 앞두고 태국에서 쇼케이스를 개최했다고 6일 밝혔다.

이번 쇼케이스에서는 오는 29일 '오딘'의 글로벌 출시 소식, 사전 등록 및 캐릭터명 선점 이벤트 정보가 공개됐다.

현장에는 카카오게임즈 이시우 최고사업책임자(CBO)와 라이온하트 스튜디오 김남호 크리에이티브 디렉터(CD) 등이 참석해 게임 특징과 글로벌 서비스 전략을 소개했다. /최빛나 기자 vlna@

## LG U+, '글로벌대학 30' 사업 파트너 참여

백석대 AI 인프라 구축 등 지원

LG유플러스가 백석대학교와 협력해 '2025 글로벌대학 30' 사업의 핵심 기술 파트너로 참여한다고 6일 밝혔다. 양측은 AI 인프라와 플랫폼을 기반으로 대학의 디지털 혁신을 추진하며, 교육 행정과 지역 산업 연계를 강화할 계획이다.

백석대는 교육부의 글로벌대학 30사업 예비선정에 도전 중이며, LG유플러스는 ▲AI 인프라 구축 ▲AI 플랫폼 제공 ▲AI 응용 서비스 공동 개발 등 3개 분야에서 기술 지원에 나선다. 전산센터, 통신망, 고성능 GPU 및 MLOps 기

반의 AI 모델 운영 환경 등 폭넓은 기술이 포함된다.

플랫폼 구축에는 LG AI연구원이 개발한 초거대 언어모델 '엑사원(EXAONE)'과 경량화된 검색 기반 생성형 AI '익시-래그(ixi-RAG)', 콘텐츠 생성 플랫폼 '포터튜움(Portertuum)' 등이 활용된다. 이를 통해 학사 운영, 교육 행정, 지역 산업 연계 서비스 등을 통합한 전용 AI 플랫폼을 구축할 예정이다.

또한, 학생 맞춤형 학사관리, 대학 행사 기획, 해협(HACCP) 기반 AI 위생관리 등 실무에 적용 가능한 'AI 워크에이전트' 개발도 병행하고 있다.

/김서현 기자

## KT, 오리지널 콘텐츠 독점 풀고 OTT 개방

'지니 TV 오리지널' 유통전략 개편

KT가 자사 IPTV 콘텐츠 브랜드 '지니 TV 오리지널'의 유통 전략을 전면 개편하며, 기존 독점 방식을 탈피해 다양한 OTT 플랫폼으로 제공 범위를 확대한다고 6일 밝혔다.

KT는 그동안 지니 TV 오리지널 콘텐츠를 통해 플랫폼 경쟁력을 강화해왔다. 대표작 '유어 아너' 공개 당시에는 월정액 가입자가 40% 이상 증가한 바 있다.

개편된 유통 전략은 ▲개방(Open)

▲브랜드 가치 강화(Brand Value) ▲글로벌 확장(Global)의 세 가지 방향으로 추진된다.

먼저 KT는 기존 IPTV 단독 공개 방식을 벗어나, 외부 OTT 플랫폼과의 동시 공개를 확대한다. 지난 3월 '라이딩인생'을 티빙과 지니 TV에서 동시 공개한 데 이어, 오는 4월 7일 공개되는 '신병 3'도 티빙과 동시에 서비스된다.

또한 KT는 콘텐츠 제작 역량을 앞세워 '월메이드 콘텐츠 대표 브랜드'로 자리매김하겠다는 전략이다.

/김서현 기자