

조선업계 ‘슈퍼사이클’ 훈풍… 빅3사, 동반 흑자 기대감

(HD한국조선해양·한화오션·삼성중공업)

친환경선, MRO 등 경쟁력 강화
글로벌 추가 수주 가능성 커져
“수익성 개선 흐름 이어질 것”

국내 조선업계가 본격적으로 높은 수요와 실적을 기록하는 ‘슈퍼사이클’에 진입했다.

특히 국내 조선 빅3(HD한국조선해양·한화오션·삼성중공업)가 13년만에 동반 흑자 달성에 대한 기대감을 높이고 있는 가운데 올해도 수익성 개선 흐름이 이어질 것으로 전망되고 있다.

7일 업계에 따르면 국내 조선 빅3는 지난해 연간 기준 동반 흑자를 기록할 전망이다. 조선 3사의 동반 흑자는 지난 2011년 이후 13년 만이다. 금융정보업체 에프앤가이드에 따르면 HD한국조선해양·한화오션·삼성중공업 등 3사의 지난해 합산 매출 전망치는 45조6407억원에 달한다. 이는 전년 동기(36조7139억원) 대비 24.3% 늘어난 규모다.

같은 기간 영업이익도 큰 폭으로 늘어났다. HD한국조선해양은 지난해 영업이익이 1조4207억원을 기록할 것이



HD현대중공업 울산 조선소 도크에서 선박이 건조되는 모습.

라고 전망했다. 전년 동기(2823억원) 대비 4배 이상 늘어난 실적이다. 한화오션과 삼성중공업의 연간 영업이익 추정치도 각각 1567억원, 4747억원으로 나타났다.

조선업계 관계자는 “선별 수주 물량을 본격적으로 납품하면서 매출과 영업이익이 큰 폭으로 상승했다”고 말했다.

국내 조선 업계의 실적 상승세는 올해도 이어질 전망이다. 2020년 이전 수주한 저가 선박의 납품이 마무리 되면

서 선별 수주 효과가 극대화되는 시기가 도래한 것이다.

HD한국조선해양은 지난해 205억 6000만 달러(약 30조2396억)를 수주해 연간 수주 목표(135억 달러)의 152.2%를 달성했다. 삼성중공업은 73억 달러(약 10조7368억)로 수주 목표(97억 달러)의 75%를 달성했다. 한화오션 역시 88억6000만 달러(약 13조원)의 수주 실적을 달성했다.

HJ중공업도 지난해 연간 기준으로

창사 이래 최대 수주액을 달성했다. HJ중공업은 지난해 조선부문에서는 1조 7500억원 규모의 수주 실적을 올렸다. 이는 2022년 수주액 대비 150%, 2023년 대비 300% 증가한 수치다.

여기에 올해부터는 미국과 인도 등 추가 수주에 대한 기대감도 확대되고 있다. 미국 트럼프 대통령 당선인은 우방국인 한국과의 조선 동맹을 언급하기도 했다.

이런 가운데 한화오션과 HD현대중공업은 올해 10척 수준으로 발주가 늘어날 것으로 예상되는 미국 함정 보수·수리·정비(MRO) 시장에서 존재감을 드러내고 있다.

한화오션은 지난해 국내 최초로 미국 해군 함정 ‘윌리 쉬라’함과 ‘유콘’함의 MRO 사업을 수주했다. 함정 2척의 MRO 사업을 연이어 수주하며 향후 추가 수주에 대한 기대감을 높이고 있다.

특수선 분야 라이벌인 HD현대중공업도 채비를 마치고 올해부터는 본격적으로 MRO 사업에 뛰어들다. 시장조사 업체 모도인텔리전스에 따르면 글로벌 함정 MRO 시장 규모는 현재

약 85조원인데 미국만 22조 원에 육박한다. 두 회사는 지난해 7월 미국 해군 보급체계사령부와 함정정비협약(MS RA)을 체결하며 미국 MRO 사업 진출 준비를 마쳤다.

여기에 인도 정부 주요 관계자들도 국내 조선3사의 사업장을 방문해 양국의 조선 협력 가능성에 대해 논의했다. 최근 인도 정부는 2047년까지 전 세계 5위권 조선업 국가로 성장한다는 목표 아래 현지에 조선 건조·유지보수 클러스터를 만든다는 계획을 밝힌 바 있다. 이에 따라 현재 1500척가량인 선대를 향후 2500대까지 늘린다는 계획이다.

조선업계 관계자는 “조선업계의 대형 슈퍼사이클이 업턴(상승)을 끝내고 하향곡선에 진입해야 하지만 러-우 사태 장기화로 에너지 물동량이 고착화되면서 여전히 조선사가 협상에서 우위를 점하고 있다”며 “특히 국내 주요 조선사들은 이미 3~4년치 일감을 확보한 상황에서 강달러 기조가 장기화되고 있어 실적 상승세도 지속 될 전망”이라고 말했다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

덩치 커진 中 배터리기업… 韓, LFP 등 차별화 기술력 대응

배터리3사 LFP 시장 본격 진출
경량화 등 기술 경쟁력 앞세워

전 세계에서 전기차용 배터리 사용량이 꾸준히 증가하고 있는 가운데, 중국 기업의 급격한 성장으로 국내 배터리 점유율이 감소하고 있다. 중국은 미국과 유럽의 견제 속에서도 내수 시장을 기반으로 초과 생산 물량을 신흥국에 확대 판매하여 대응 중이다. 이에 국내 배터리 업체들은 저가형 모델과 하이브리드 등 사업 전략의 다각화에 주력할 방침이다.

7일 업계에 따르면 지난 2024년 1~11월 세계 각국에 등록된 전기차에 탑재된 총 배터리 사용량은 약 785.6GWh(기가와트시)로 전년 동기 대비 26.4% 성장했다. 같은 기간 국내 배터리 3사(LG에너지솔루션·삼성SDI·SK온)의 글로벌 전기차용 배터리 사용량은 전년 동기 대비 성장세를 보였으나 시장 점유율은 전년 동기 대비 3.7%포인트 하락한 19.8%를 기록했다.

이러한 상황에서 국내 기업은 중국이 주력으로 생산하는 LFP(리튬·인산·철)



LG에너지솔루션 원통형 배터리. /LG에너지솔루션

배터리 시장에 뛰어들어 실질적 성과를 이룰 것으로 관측된다. 중국 기업들의 수출이 늘면서 국내 배터리사의 주력 제품인 NCM(니켈·코발트·망간) 배터리로 경쟁에 대응하기가 어려워졌기 때문이다. 폭스바겐, GM, 현대자동차 등 완성차 기업들은 중저가 라인업에 LFP 배터리 적용을 확대하고 있는 것으로 전해졌다.

LFP 배터리는 NCM 기반의 삼원계 배터리보다 평균 20~30%가량 저렴하다. 이를 통해 전기차의 가격 경쟁력을 높일 수 있어 시장에서 크게 주목받고 있다.

중국은 LFP 배터리 관련 특허 출원



삼성SDI의 LFP+ 배터리 /삼성SDI

에서 우위를 점하고 있다. 지난 2022년 기준 중국은 LFP 관련 특허 출원에서 전체 63%에 달하는 4695건을 보유하고 있다. 미국(11%), 유럽(9%)과 한국이 약 10% 비중으로 뒤를 잇고 있다.

이에 한국은 특허의 질적 경쟁력과 기술적 도약을 통해 시장 입지를 확보한다는 전략이다. 중국의 값싼 인건비와 원재료 수급에서 오는 가격 경쟁력을 이기기 어려운 상황에서 국내 기업이 경쟁력을 가지기 위해서는 차별화된 기술이 필요할 것이라는 의견이 팽배하다.

LG에너지솔루션은 프랑스에서 르노와 전기차용 파워칩 LFP 배터리 공

급 계약을 체결했다. 2025년 말부터 5년 동안 약 39GWh의 배터리를 납품하는 것으로 순수 전기차 약 59만대를 만들 수 있는 물량이다. 배터리는 LG에너지솔루션 폴란드 공장에서 생산돼 르노의 차세대 전기차 모델에 탑재한다.

삼성SDI도 2026년 양산을 목표로 ESS(대용량저장장치)용 LFP 배터리 개발에 들어갔다. 특히 삼성SDI는 LFP 배터리 경량화에 집중해 기술 경쟁력을 확보할 계획이다.

SK온은 지난 2023년 3월 배터리 3사 중 제일 먼저 전기차용 LFP 배터리 시제품을 공개했다. 2026~2027년 양산을 목표로 한다.

업계 관계자는 “LFP 배터리는 가격 경쟁력이 높아 중저가 전기차 시장을 중심으로 수요가 꾸준히 증가할 것으로 전망된다”며 “전기차 시장이 확대될수록 중저가 시장의 비중도 자연스럽게 커질 수밖에 없는 구조이기 때문에 LFP 배터리의 시장 점유율은 지속적으로 확대될 가능성을 볼 것”이라고 말했다. /차현정 기자 hyeon@

롯데렌터카 ‘퍼스트브랜드 대상’ 수상

렌터카 부문 21년 연속 1위

롯데렌터카가 ‘2025 대한민국 퍼스트브랜드 대상’에서 21년 연속 렌터카 부문 1위를 기록했다.

롯데렌터카는 렌터카 부문에서 올해로 21년 연속 1위로 선정됐다고 7일 밝혔다. 고객 맞춤형 서비스 제공과 서비스 범위 확장이 수상에 주효했다.

롯데렌터카는 베트남을 여행하는 한국인 고객을 대상으로 운전기사가 포함된 기사포함렌터카를 선보였으며 법인·개인사업자를 대상으로 래핑 서비스를 출시했다. 또 기존 장기렌터카 고객에게만 제공되던 차량 정비 서비스가 자사 고객뿐 아니라 모든 고객에게 제공될 수 있도록 범위를 넓혔다.

또 롯데렌터카는 사업자 고객을 위해 차량 래핑 서비스를 시작했다. 이와 함께 같은 해 9월 차량방문정비 서비스인 ‘롯데렌터카 차방정’을 간편하게 이용할 수 있는 앱을 출시했다. /양성운 기자

에어서울 ‘코리아그랜드세일’ 참여

에어서울이 외국인들을 중심으로 하는 한국 대표 쇼핑문화관광축제에 참가한다.

에어서울은 문화체육관광부가 주최하고 한국관광문화위원회가 주관하는 2025년 ‘코리아그랜드세일’에 참여한다고 7일 밝혔다.

에어서울은 외국인 관광객들을 위한 특가 항공권을 제공하기로 하고 일본, 베트남, 필리핀 발 인천 노선 항공권을 정가 대비 최대 94% 할인된 금액에 선보인다.

이번 항공권 할인 프로모션의 판매기간은 내달 4일까지이다. /양성운 기자

휴맥스모빌리티, 중소 렌터카 파트너사 협력 강화

유휴 차량 공유… ‘매출·환경’ 두토끼

휴맥스모빌리티의 카셰어링 브랜드 투루카가 중소 렌터카업체와 협력을 통해 독자적인 경쟁력을 강화하고 있다.

7일 투루카에 따르면 이 회사는 대규모 차량 구매 대신 전국 180여 개 파트너사의 유휴 차량을 공유하는 방식을 도입해 파트너사 매출 약 101% 증가와 탄소 배출 절감이라는 두 가지 성과를

동시에 달성했다.

기존 카셰어링 기업들의 독자 성장 방식을 탈피한 혁신적 비즈니스 모델은 모빌리티 산업의 상생형 표준으로 자리 잡고 있다.

지난해 11월 기준 투루카파트너사들의 운영 차량은 1524대로, 전년 동기 896대 대비 70% 증가했다. 수도권 88개를 비롯해 강원도 13개, 경상도 32개, 전라도 17개, 제주도 2개, 충청도 28개

등 전국 각지의 렌터카 사업자들이 투루카와 함께 성장하고 있다.

이러한 성장의 핵심에는 투루카의 ‘원스톱 비즈니스 솔루션’이 있다. 렌터카 운영에 필요한 모든 기능을 담은 ERP 시스템 ‘카프리카’를 무상으로 제공하고, 24시간 컨택센터 운영과 전담 슈퍼바이저 배정 등 전방위적 지원을 제공한다.

특히 실시간 차량 제어와 관제, 비대

면 모바일 스마트키 등 첨단 기술인 차량관리시스템은 파트너사들의 디지털 경쟁력을 한 단계 높이는 계기가 됐다.

투루카의 상생 모델은 환경적 가치 창출에서도 빛을 발하고 있다. 내연기관 차량 1대 생산 시 약 5.6톤의 이산화탄소가 배출되는데, 기존 차량을 활용하는 투루카의 방식은 불필요한 신차 생산을 줄여 연간 수천 톤의 탄소 배출 절감 효과를 거두고 있다. 특히 파트너사와 함께 전기차 도입도 단계적으로 확대하며 친환경 모빌리티로의 전환을 가속화하고 있다. /양성운 기자