

美·유럽 등 글로벌시장 호조… 에이피알 ‘1조 클럽’ 눈앞

〈연매출〉

3분기 매출 3859억, 영업익 961억
전년비 각각 122%·253% 급성장
누적 매출 9797억, 영업익2352억
3분기 美 매출 1505억 ‘사상최대’

글로벌 뷰티 기업 에이피알이 해외 시장에서의 폭발적인 성장세에 힘입어 연간 매출 1조원 돌파를 눈앞에 뒀다. 창사 이래 최대 분기 실적을 새롭게 쓰면서 글로벌 시장에서 주요 플레이어로 자리매김하는 데 속도를 낼 계획이다.

에이피알은 올해 3분기 잠정 실적으로 연결 기준 매출 3859억원, 영업이익 961억원을 기록했다고 6일 밝혔다. 전년 동기 대비 매출은 122%, 영업이익은 253%가 증가했다. 영업이익률은 25%로 수익성을 입증했다. 당기순이익은 746억원으로 전년 동기 대비 366% 급증했다.

에이피알은 올해 3분기 실적으로 역대 최고 분기 실적을 경신하며 연간 매출 1조원 달성에 대한 기대감도 높인다. 올해 3분기까지 누적 매출은 9797억원, 누적 영업이익은 2352억원으로 매



메디큐브 ‘PDRN’ 제품군.

/에이피알

출과 영업이익 모두에서 세 자릿수 증가세가 나타났다. 전년 동기 대비 누적 매출은 105%, 누적 영업이익은 183% 커졌다.

특히 에이피알은 해외 시장에서의 판매 호조를 이뤘다며 K뷰티 입지를 세계 전역으로 넓혔다. 올해 3분기 실적 기준으로 해외 매출이 전체 매출에서 차지하는 비중은 80%에 달한다. 또 해외 분기 실적으로는 처음 3000억원을 돌파해 3099억원이다.

가장 큰 매출을 올린 지역은 미국으로 올해 3분기에만 1505억원을 올려 사상 최고 분기 매출을 경신했다. 미국판 올리브영으로 불리는 얼타(Ultat)뷰티에 입점해 신성장 기반을 다졌다.

기타 지역에서는 가장 큰 폭의 매출 증가세로 고성장을 이뤘다. 유럽을 비롯한 신흥 지역의 매출은 전년 동기 대비 306% 커진 854억원이다. 영국, 프랑스 등 서유럽을 포함해 북유럽, 동유럽 등지에서 현지 유통사를 중심으로

판매처를 늘렸다.

같은 기간 중화권 지역에서도 전년 동기 대비 12% 늘어난 274억원의 매출을 창출했다. 다만 중화권 매출 비중은 7%로 전년 동기 14%에서 축소됐다.

아울러 올해 3분기 국내 매출은 760억원으로 전년 동기 대비 3% 늘었다.

사업별로는 살펴보면, 화장품 사업이 2723억원으로 전년 동기 대비 220% 성장했다. 스킨케어 브랜드 ‘메디큐브’가 기존 핵심 제품인 제로모공패드 제품군을 다각화하며 글로벌 소비자 접점을 확보해 나갔다. 신소재 성분 ‘PDRN(폴리데옥시리보뉴클레오티드)’를 활용한 신제품도 올해 9월 기준 글로벌 누적 판매량 1500만 개를 넘어섰다.

에이피알 주력 제품인 뷰티 디바이스도 올해 3분기 1031억원의 매출을 내며 전년 동기 대비 39% 성장하는 견조한 모습을 보였다. 뷰티 디바이스 부문에서도 해외 매출이 전체 매출의 절반 이상을 차지하고 있다.

에이피알은 올해 연말까지 미국 등 서구권 시장 공략에 더욱 박차를 가한

다는 방침이다. 에이피알은 오는 4분기 매출은 4000억원에 달할 것으로 전망하고 있다. 실제로 4분기에는 연중 최대 쇼핑 행사인 블랙 프라이데이, 크리스마스, 새해 등이 이어진다. 중장기적으로는 글로벌 오프라인 시장으로 폭넓게 진출할 계획이다.

에이피알 관계자는 “현재 얼타뷰티 내 전체 입점 브랜드 매출 순위에서 상위 10위권에 진입해 있는데 K뷰티 브랜드 중에서는 가장 높은 순위”라며 “얼타뷰티를 시작으로 향후 미국 현지 오프라인 유통망을 다양하게 지속적으로 확장할 계획”이라고 설명했다.

이어 이 관계자는 “이번 실적 기준으로 미국 시장에서의 경우 오프라인 매출 비중은 전체의 10% 미만인데 이를 20~30% 수준으로 끌어올릴 것”이라며 “이를 위해서는 우선 얼타뷰티 내에서 상위 5위권으로 올라가는 것을 목표로 글로벌 뷰티 브랜드들과 공격적으로 경쟁하고 있고 해외 현지 주요 경쟁사들도 이러한 변화를 인식하고 있다”고 강조했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

“재생에너지 확대, 전기요금 인상 불가피”

김동철 한국전력공사 사장
“세계적 추세… 장기적 문제 없어
한전, 해상풍력 발전사업 참여해야”

김동철 한국전력공사 사장은 정부의 재생에너지 확대 정책이 단기적으로는 요금인상 요인이 되겠지만 장기적으로는 불가피하다는 입장을 밝혔다. 또 재생에너지 확대를 위해 한전의 해상풍력 발전 직접 참여가 필요하다고 했다.

김 사장은 지난 5일 광주 김대중컨벤션센터에서 기후에너지환경부 출입기자단과 간담회에서 “재생에너지도 시간이 지나면 발전단가는 계속 떨어지지만, 단기적으로는 원전보다 높은 수준”이라며 “따라서 단기적으로는 전기요금 인상요인이 될 수밖에 없다고 본다”고 말했다.

그러면서도 “재생에너지를 빨리 시작했던 나라의 예를 보면 발전단가가 많이 내려가고, 그런 점에서 (재생에너지 확대는)세계적인 추세”라며 “장기적으로는 문제가 없다”고 강조했다.

김 사장은 특히 재생에너지 확대를



김동철 한국전력공사 사장이 지난 5일 오후 김대중컨벤션센터에서 열린 기자간담회에서 발언하고 있다.

/한전

위해 한전이 해상풍력 발전사업에 직접 참여할 수 있도록 해야한다고 강조했다. 전기사업법상 한전은 발전사업을 할 수 없고, 특수목적법인(SPC) 형태로 해상풍력 프로젝트에 투자만 가능하다.

김 사장은 “해상풍력은 발전사업이라기보다 에너지신사업”이라며 “초기투자 부담이 커 민간이 단독으로 뛰어들기 어려운데, 과거엔 민간 침해 우려가 있었지만 지금은 오히려 한전이 일정 역할을 해주길 바라는 분위기”라고 전했다.

이어 “해상풍력은 한전이 발전비용 최소화를 위해 민간보다 더 깊이 고민할 수밖에 없는 구조”라며 “원론적으로 한전이 해상풍력에 참여하는 게 맞다고 생각한다”고 말했다.

정부가 6일 밝힌 2035년 국가온실가스감축목표(NDC) 조정과 관련해 “정부가 수많은 전문가, 부처와 고민 끝에 내린 결론을 한전은 집행기관으로서 당연히 수용해야 한다”며 “평가할 입장은 아니다”라고 했다. 기후부는 이날 2035년까지 재생에너지 확대 목표를 ▲50%~60% ▲53%~60% 두 가지 안으로 의견을 모았다고 공개했다.

김 사장은 전력망 확충이 국가적 과제가 됐으며, 그간 문제가 됐던 주민수용성을 위한 대응을 강화하겠다고 했다. 김 사장은 “이제 전력망 확충은 한전만의 문제가 아니라 국가적 과제”라며 “전력망특별법 제정으로 총리 산하 전력망위원회가 구성돼 범정부적 해결이 가능해졌다”고 밝혔다.

/세종=한용수 기자 hys@



한화오션 거제사업장 전경.

/한화오션

K-조선업, 잠수함 등 방위산업 외연 확장

HD현대중·한화오션·삼성중
공동 키워드 전략 ‘방산’ 내세워

국내 조선업계가 상선 중심 구조에서 벗어나 방위산업으로 외연을 넓히고 있다. 잠수함, 군수지원함, 보급선 등 특수선 분야를 미래 성장동력으로 삼으면서 조선소가 국가 안보산업의 한 축으로 자리 잡고 있다.

6일 업계에 따르면 조선 3사(HD현대중공업·한화오션·삼성중공업)는 최근 방산을 공동의 전략 키워드로 내세우고 있다. 상선 발주가 고금리와 해운 경기 둔화로 주춤하자 안정적 수요를 지닌 방산 시장을 새로운 성장축으로 선택한 것이다. 특히 러시아-우크라이나 전쟁 이후 각국이 해상전력 증강에 나서면서 글로벌 함정·잠수함 발주가 급증한 점도 영향을 미쳤다.

한화오션은 그룹 내 방산 계열사인 한화에어로스페이스·한화시스템 등과 협업해 잠수함·함정 사업을 확대하고 있다. 도산안창호급(장보고-III급) 잠수함 건조 경험을 바탕으로 차세대 수출형 잠수함 시장 진출을 추진 중으로 오는 2030년까지 해외 군함·함정 매출을 약 4조 원(약 28억 달러) 규모로 달성하겠다는 목표를 제시했다.

한화오션은 미국 필리핀조선소 인수를

통해 미 해군 MRO(유지보수) 사업에 진출했고, 캐나다·폴란드 등 주요국의 잠수함·수상함 프로젝트에도 적극 참여하고 있다.

HD현대중공업은 방산 부문을 그룹의 차세대 성장축으로 명시했다. HD현대중공업은 자회사 HD현대미포조선과의 합병을 통해 방산(특수선·함정 포함) 사업을 강화해 오는 2035년까지 그룹 전체 방산 매출을 약 10조 원 수준으로 확대한다는 목표를 세웠다. 통합법인의 방산 매출 비중은 약 27% 수준으로 확대될 것으로 보인다.

삼성중공업도 LNG 추진 기술을 군수지원선과 보급함에 적용해 해양방산 플랫폼 시장 진출을 모색하고 있다.

또한 한미 조선 협력 프로젝트 ‘마스가(MASGA)’와 글로벌 해양방산수요 확대에 대한 기대감도 높아지고 있다.

한화오션은 미국 자회사 필리핀조선소를 통한 핵추진 잠수함 건조를 승인받았고, HD현대는 미국 방산 조선사 헨팅턴 잉글스와 차세대 군수지원함 공동 건조 협력에 대한 합의 각서를 체결했다. 삼성중공업 역시 선박 설계 및 기자재 조달 전문회사인 디섹(DSEC)과 ‘전략적 파트너십 구축 협약(MOU)’을 체결하면서 미국진출에 속도를 높이고 있다.

/이승용 기자 lsy2665@W

현대차그룹, 美·멕시코 생산량 극대화 추진

》1면 ‘AI·리벨런싱으로…’서 계속

이재용 삼성전자 회장이 사법 리스크를 털어낸 후 처음 열리는 전략 회의라는 점에서 ‘뉴 삼성’의 운영 방향을 확인할 수 있을 것으로 보인다.

이 회장은 지난 3월 임원 세미나에서 “삼성다운 저력을 잃었다. 경영진부터 통렬히 반성해야 한다”며 “‘사즉생(死即生)’의 각오로 과감히 행동해야 한다”고 “독한 삼성”을 주문한 바 있다. 또 미래를 위한

투자를 과감히 실행하라고 강조한 바 있다. 업계에서는 그룹 컨트롤타워 부활에 대한 가능성도 꾸준히 제기 되고 있다.

현대자동차그룹은 주요 경영진 회의에서 향후 미국 시장에서 시장 점유율을 유지하기 위한 전략을 논의할 것으로 전해졌다. 한미 자유무역협정(FTA)으로 일본보다 2.5%포인트 낮은 0% 관세로 차량을 수출하다가 이번에 15%로 동일한 관세율을 적용받으면서 가격 경쟁력에 대한 고민이 커졌다. 이를 위

해 현지 생산량은 물론 멕시코 등에서의 생산량 극대화도 추진할 것으로 보인다. 또 엔비디아와 협력을 통한 자율주행 기술 개발에 대한 전략에 나설 것으로 기대된다. 현대차그룹은 이달 중 사장단 인사를 진행하고 미국발 관세 대응과 주요 계열사들의 시너지 극대화를 위한 전략 수립에 나설 방침이다.

세계 관계자는 “국내 주요 기업들이 AI 전환과 글로벌 공급망 재편에 대응하기 위한 전략 재정비에 속도를 높이고 있다”며 “내년 신성장동력과 미래 먹거리 확보에 대한 내용이 주를 이룰 것”이라고 말했다.

/양성운 기자 ysw@