

中 전기차, 글로벌 시장 공습… 獨 등 전통 완성차 강국 ‘흔들’

신항국 등 시장 점유율 빠르게 확대
폭스바겐, 88년만에 獨 공장 폐쇄
“中 경쟁 위해 정부 정책지원 필요”

중국 완성차 업계가 글로벌 자동차 시장에서 가파른 상승세를 기록하며 유럽과 미국 시장을 흔들고 있다. 국내에서도 전기차 라인업을 확대하며 점유율 확대에 나서는 모습이다.

22일 업계에 따르면 중국 전기차 업계는 유럽을 비롯해 신항국에서의 점유율을 빠르게 확대하며 현지 업체의 숨통을 조이고 있다. 글로벌 자동차 판매 2위이며 유럽 자동차 시장 점유율 1위인 폭스바겐은 올해 최악의 실적을 기록하며 88년 만에 처음으로 독일 내 공장의 폐쇄를 결정했다.

폭스바겐그룹은 전동화 전략 차질로 영업이익도 급감했다. 폭스바겐은 올해 3분기 10억 7000만 유로(약 1조9000억원)의 세후 순손실을 기록했다. 영업이익률은 지난해 3분기 3.6%에서 올해 3분기 -1.6%로 줄어들었다. 이에 대해 폭스바겐은 마진율이 낮은 전기차 생산 확대와 계열사 포르쉐의 전기차 전략 수정에 따른 비용에 따른 것으로 분석



순수전기차 ‘돌핀 미니’

/BYD

했다.

메르세데스-벤츠도 전기차 시장에서 중국 업체에 밀리며 고전하고 있다. 지난해 벤츠의 글로벌 매출은 전년 동기 대비 4.5% 감소한 1456억 유로(220조 원)에 그쳤고 이자비용 및 법인세 차감 전 순이익은 31% 급감한 136억 유로(20조 5300억원), 순이익도 104억 유로(15조 7000억원)으로 줄었다.

이는 벤츠 최대 단일 시장인 중국 시장의 점유율 하락에 따른 것으로 보인다. 같은 기간 중국 지역 판매량은 전년 대비 6.7% 감소한 71만 4000대를 기록했다. 매출도 8.5% 감소한 231억 3900만 유로(34조 9400억원)로 축소됐다.

이에 따라 벤츠도 올해 대규모 구조 조정을 예고하고 있다. 이미 어려움을 겪고 있는 중국 시장에서는 자동차 판매, 금융 등 핵심 사업 직원의 약 15%를 감원하는 등 인력 감축을 진행중이다. 벤츠의 구조조정 계획에 따르면 세계에서 최대 3만3000명을 해고한다는 방침이다.

이는 미국 완성차 업계로 확산되는 분위기다. 미국 완성차 업체 포드는 전기차 사업 축소를 선언했다. ‘전기화 혁명’을 강조해온 포드는 최근 간판 차종인 전기 픽업트럭 ‘F-150 라이트닝’ 생산을 중단하고, 수익성이 좋은 하이브리드차와 내연기관차에 집중하는 쪽으

로 사업을 재편하겠다고 밝혔다. 중국 전기차 브랜드에 밀려 수요 감소와 전기차 시장의 재정 건전성에 대한 투자자들의 우려가 커졌기 때문으로 풀이된다.

유럽과 신항국을 중심으로 성장해온 중국 전기차의 ‘공습’이 한국으로 방향을 틀고 있다. 한국 시장은 전기충전 인프라가 갖춰진 만큼 중국 업체에 매력적인 국가다. BYD가 가성비 모델 ‘아토3’ 등으로 한국 시장 점유율 확대에 나서고 있는 가운데 지커와 샤오펑 등도 출시 초읽기에 들어갔다.

업계에서는 중국의 전기차 업체들이 저가부터 프리미엄 제품까지 다양한 제품을 출시하며 글로벌 시장 점유율을 확대하면서 자동차 강국인 독일을 비롯해 미국과 한국 등의 자동차 산업을 잠식해 나갈 것이라고 전망하고 있다.

완성차 업계 관계자는 “중국 업체들은 정부의 막대한 지원으로 경쟁력을 확보하고 유럽과 신항시장을 공략했지만 최근 관세 장벽에 막히면서 한국으로 방향을 틀고 있다”며 “중국 기업과의 경쟁 대응을 위한 정책적 지원이 필요하다”고 말했다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

삼성전자 美 CES 기술포럼 개최

AI·가전 등 4개 세션 구성

삼성전자가 새해 미국 라스베이거스에서 열리는 CES 2026에서 업계 리더십을 강화하기 위한 ‘삼성 기술 포럼’을 갖고 최신 산업 트렌드와 기술을 조명한다.

삼성전자는 오는 1월 5일부터 6일(현지시간) 양일간 윈 호텔에서 마련된 삼성 전자 단독 전시관에서 삼성 기술 포럼이 진행된다고 22일 밝혔다.

삼성 기술 포럼은 AI, 가전, 디자인 등을 주제로 총 4개 세션으로 구성되며 전문가 패널 토론 형식으로 진행된다. 각 세션에는 삼성전자 내부 전문가와 파트너사, 학계, 미디어, 애널리스트 등이 토론자로 참여한다.

/차현정 기자

LG전자 ‘엘라쇼’ 개최

LG전자가 연중 최대 규모의 온·오프라인 통합 프로모션을 진행한다.

LG전자는 오는 1월 31일까지 ‘2026 엘라쇼(엘지전자 라이프 쇼핑 대축제)’를 개최한다고 22일 밝혔다.

먼저 베스트샵 홈페이지 및 모바일 애플리케이션 가입 회원 모두에게 17개 제품 대상 최대 117만원 상당의 할인 또는 적립 혜택을 받을 수 있는 쿠폰팩을 제공한다.

다품목 구매구독 혜택도 마련했다. 행사 기간 동안 베스트샵(백화점 포함)에서 LG 가전 2개 품목 이상 구매·구독 시 캐시백, 멤버십 포인트 등 최대 750만원 상당의 혜택을 받을 수 있다.

LG전자 공식 온라인브랜드숍에서는 가입 회원 대상 총 50만원 상당 혜택의 엘라쇼 쿠폰팩을 준비했다. 내달 15일까지 총 50만원 상당 혜택의 랜덤 쿠폰팩을 공식 온라인브랜드숍 엘라쇼 페이지에서 발급받을 수 있다.

/차현정 기자

디스플레이·완성차, 협업 활발… OLED 등 ‘프리미엄 시너지’

삼성D 페라리 신모델 패널 채택
제네시스 GV80에 OLED 공급

LGD OLED 신제품 국제표준 획득
벤츠 GLC전기차 LCD 개발 완료

자동차 디스플레이 시장이 성장세를 보이는 가운데 삼성디스플레이와 LG 디스플레이 등 국내 디스플레이 업체들이 완성차 기업과의 협업에 속도를 내고 있다. 디지털화와 사용자경험(UX), 프리미엄 브랜드가 자동차 경쟁력의 핵심 요소로 부상하면서 차량용 유기발광다이오드(OLED)패널 수요도 고급차 라인을 중심으로 확대되는 모습이다.

22일 업계에 따르면 글로벌 자동차용 OLED 디스플레이 출하량은 지난 2024년 250만대에서 올 3분기 누적 출하량을 270만대를 기록한 것으로 나타났다. 패널 제조업체별로는 삼성디스

플레이가 171만대로 64%의 선두를 유지하고 있다. 중국 BOE는 21%의 점유율로 뒤를 이었으며 LG디스플레이는 8% 기록해 프리미엄 차량용 OLED 부문에서 꾸준한 성장세를 보이고 있는 것으로 나타났다.

주요 디스플레이 기업들은 완성차 업계와의 협업도 활발히 확대하고 있다. 슈퍼카 브랜드 페라리는 차세대 모델에 삼성디스플레이의 차량용 OLED 패널이 향후 모델에 최종 채택했다. 삼성디스플레이의 차량용 OLED 패널은 초슬림 베젤과 완전한 블랙 표현에 가까운 명암비, 깊이감 있는 화질 구현이 가능하다는 점에서 디자인 자유도와 몰입형 주행 환경 구현에 적합하다는 평가를 받았다.

또 삼성디스플레이는 2027년 이후 출시 예정인 제네시스 GV80 완전변경 모델에 처음으로 OLED 디스플레이를 공급할 예정이다. 앞서 2021년에는 현대

차의 전기차 아이오닉5의 사이드미러에 삼성디스플레이의 OLED 디스플레이가 적용되며 양사 간 협력을 본격화한 바 있다.

LG디스플레이는 최근 차량용 OLED 신제품에 대해 UL 솔루션으로부터 ‘자동차 사이버보안 엔지니어링 국제 표준’을 획득했다. 소프트웨어 중심 차량(SDV) 개화를 앞두고 차량 보안 관련 인증이 유럽을 중심으로 의무화되는 흐름을 보여 이를 선제적으로 반영한 행보로 풀이된다.

향후 LG디스플레이는 사이버 보안 인증을 충족하는 차량용 OLED 신제품 개발 및 생산 체계를 선제적으로 활용해 자동차 시장에서 차별화된 고객가치를 창출하고, 글로벌 제품 수주 경쟁력을 높여나간다는 방침이다.

프리미엄 액정표시장치(LCD) 제품도 병행하며 수익성 확대에 주력하는 모

습이다. LG디스플레이는 최근 2026년형 메르세데스-벤츠 GLC전기차에 공급할 대형 옥사이드 박막트랜지스터(TFT) LCD 개발까지 완료했으며 차량용 LCD 생산을 기존 6세대에서 8.5세대 라인을 확대했다.

아울러 삼성디스플레이와 LG디스플레이는 아우디, 메르세데스-벤츠 등 유럽 프리미엄 브랜드와 협업 경험을 보유하고 있다. 양사는 플라스틱 OLED(P-OLED) 곡면 디스플레이를 공급하는 등 곡면 패널 제조 분야에서 기술을 입증했다.

업계 관계자는 “자동차용 디스플레이 시장에서 대형·고사양 패널에 대한 수요가 늘어나는 추세”라며 “이에 따라 국내 디스플레이 업계도 글로벌 완성차 업체를 대상으로 제품 공급 확대에 나서는 흐름을 띠고 있다”고 말했다.

/차현정 기자 hyeon@

한화에어로, 에스토니아에 ‘천무’ 수출… 4400억 계약

한화에어로스페이스의 다연장 유도 무기 ‘천무’가 유럽에서 폴란드에 이어 에스토니아 시장 진출에 성공했다. 정부의 적극적인 방산 외교 지원과 K9 자주포 수출을 통해 축적된 신뢰를 바탕으로 북대서양조약기구(NATO) 회원국인 에스토니아까지 수출선을 넓히며, 천무의 유럽 내 입지와 수출 저변을 한층 넓혔다.

한화에어로스페이스는 에스토니아와 약 4400억원 규모의 천무 수출 계약을 체결했다고 22일 밝혔다. 이번 계약에

따라 천무 발사대 6대와 사거리 80km·160km·290km급 유도미사일 3종이 에스토니아에 공급된다.

유럽 내 방산 협력 체계가 블록화되는 흐름에 대응해 에스토니아 현지 기업과의 협력을 통한 일부 부품 현지 생산과 MRO(유지·보수·정비) 체계 구축 등 현지화 전략도 함께 추진한다. 이를 통해 단순 무기 공급을 넘어 중장기적인 운용·정비 협력 기반을 구축한다는 구상이다.

한화에어로스페이스는 이번 계약을 교두보로 노르웨이, 라트비아, 리투아니아

등 발틱 국가를 비롯한 북유럽 전반에 천무 솔루션을 본격적으로 선보일 예정이다. K9 자주포에 이어 ‘제2의 K-방산’ 글로벌 베스트셀러’ 육성을 통해 수출 지역과 품목 다변화를 추진할 계획이다.

손재일 대표는 “K9 자주포에 이어 한화의 방산 솔루션을 다시 한번 신뢰해준 에스토니아 정부와 군에 깊이 감사드린다”며 “대한민국 정부와 함께 새로운 수출시장 개척을 이뤄내 지속가능한 K-방산의 성장에 앞장설 것”이라고 밝혔다.

/원관희 기자 wkh@



21일(현지시간) 에스토니아 탈린에서 열린 천무 공급 계약식에서 손재일 한화에어로스페이스 대표이사(왼쪽)와 카트리 라우센 에스토니아 방산투자청(ECDI) 청장 대행이 계약 체결 후 기념촬영을 하고 있다. /한화에어로스페이스

삼성전자 ‘제트핏’ 신제품 판매

삼성전자가 가볍고 슬림한 디자인과 최대 180W의 흡입력으로 사용성을 크게 높인 무선 스틱 청소기 신제품을 선보인다.

삼성전자는 무선 스틱 청소기 ‘제트핏(Jet Fit)’ 신제품을 23일부터 판매한다고 22일 밝혔다.

삼성전자는 ‘제트핏’ 스틱 청소기의 손잡이와 브러시, 모터, 먼지통, 배터리 등 전체 구조를 효율적으로 재설계해 무게를 1.96kg까지 줄였다. 브러시와 파이프를 분리한 핸디 형태로 사용시에는 무게가 1.18kg에 불과해 청소기를 가볍게 들어올려 선반 위나 창틀처럼 손이 잘 닿지 않는 공간도 쉽게 청소할 수 있다. 디지털 인버터 모터의 흡입력은 최대 180W에 달하며 새로워진 경량형 배터리는 일반모드에서 최대 50분까지 작동한다.

/차현정 기자