

가전 한계 넘는다… 삼성·LG, 전장·SDV로 성장축 이동

완성차 협력 ‘미래차 부품’ 선점

삼성 BMW 전기차에 반도체 공급
배터리·디스플레이 넘어 SDV 핵심 축
LG AI전장 솔루션으로 모빌리티 공략
CES서 AI캐빈 공개, 미래차 비전 제시

삼성과 LG가 전장(자동차 전기·전자 장치) 사업을 그룹 차원의 중장기 성장축으로 앞세우고 있다. 글로벌 경기 둔화와 중국 업체들의 저가 공세 속에서 가전 사업을 둘러싼 환경이 녹록지 않은 상황에서, 완성차 업체들과의 협력을 통해 새로운 사업 무게중심을 구축하는 모습이다.

1일 업계에 따르면 시장조사기관 리서치앤마켓츠는 지난해 7월 기준 전장 시장 규모가 2648억달러에서 연평균 9.4% 성장해 2034년에는 5931억달러에 달할 것으로 전망했다. 친환경 교통수단 확산에 따라 전기차 배터리관리시스템(BMS) 수요가 늘고 있는 데다, 자율주행 기술 발전으로 센서와 카메라 등 차량용 전자 부품 채택이 확대되면서 전장 시장 성장을 견인하고 있다는 분석이다.

삼성에는 기존 배터리·디스플레이를 중심으로 형성해 온 완성차 기업과의 협력 범위를 반도체 분야로도 넓히고 있다.



LG전자는 CES 2026에서 최신 전장 기술에 AI를 적용한 AI 기반 차량용 솔루션을 선보일 예정이다.

/LG전자

삼성전자는 최근 자사 프리미엄 차량용 인포테인먼트(IVI)용 프로세서 ‘엑시노스 오토 V720’을 독일 완성차 업체 BMW의 차세대 전기차 모델인 ‘뉴 iX3’에 공급하는 데 성공했다. ‘뉴 iX3’는 BMW의 차세대 전동화 플랫폼이 적용되는 첫 모델로 삼성전자가 미래 모빌리티 전환의 핵심인 소프트웨어 중심 자동차(SDV)의 주요 반도체 공급 파트너로 입지를 굳혔다는 평가가 따른다.

삼성전자는 이번 뉴 iX3를 시작으로

향후 BMW의 차세대 전기차 모델과 내연기관차 모델에도 엑시노스 오토 칩을 공급할 예정이다. 특히 차세대 7시리즈 모델에는 가장 최신 제품인 5nm(나노미터·10억분의 1m) 공정 기반의 ‘엑시노스 오토 V920’이 탑재될 것으로 알려졌다.

이 같은 전장 사업을 통한 반도체 투자 확대 흐름은 국내 반도체 수출 실적 개선으로도 이어지고 있다. 지난해 한국의 반도체 수출은 1734억달러로 역대 최대치를 경신했으며 이는 전년 대비

22.2% 증가한 수치다.

LG 또한 그룹 차원에서 전장 사업을 미래 성장축으로 삼고 있다. LG전자, LG디스플레이, LG이노텍, LG에너지솔루션 등 주요 계열사는 자동차 전자 부품들을 생산하며 관련 사업을 확대하는 분위기다.

특히 LG그룹 주요 계열사 수장들과 올카탈레니우스메르세데스-벤츠그룹 회장과 매년 협력 방안을 논의하는 자리를 마련하며 파트너십을 다져오고 있

다. 지난해 11월에도 칼레니우스 회장은 방한해 여의도 LG트윈타워에서 SDV 분야 협력방안을 논의한 바 있다.

LG전자는 오는 6일(현지시간) 미국에서 열리는 ‘CES2026’에서 AI를 결합한 모빌리티 솔루션을 공개할 예정이다.

해당 솔루션은 최신 전장 기술에 AI를 적용해 탑승자 맞춤형으로 구축하는 것이 특징이다. 완성차 고객을 대상으로 차량용 온디바이스 AI 솔루션 ‘AI캐빈 플랫폼’도 공개할 계획이다. AI캐빈 플랫폼은 시각 정보를 분석하는 비전 언어 모델(VLM)을 비롯해 대형 언어 모델(LLM), 이미지 생성 모델 등 오픈소스 기반의 다양한 생성형 AI모델들을 LG전자의 차량용 인포테인먼트 시스템에 적용한 솔루션이다.

업계 관계자는 “전장 사업은 차량용 인포테인먼트와 디지털 콕핏, 텔레매틱스, 디스플레이 등 차량 내 경험을 중심으로 빠르게 진화하고 있다”며 “주요 대기업들은 전기·전자 기술과 IT 역량, 기업과 소비자 간 거래(B2C) 사업을 통해 축적한 사용자 경험 노하우를 결합해 SDV 전환에 대응하려는 움직임을 보이고 있다”고 말했다.

/차현정 기자 hyeon@metroseoul.co.kr

LG전자, 항공소재 입고 ‘그램’ 진화 선언

CES 2026서 ‘그램 프로 AI’ 공개
에어로미늄 적용, 초경량·내구 강화
엑사원 3.5 탑재로 멀티 AI 구현

LG전자가 항공 소재와 엑사원으로 더 강력해진 2026년형 LG 그램을 선보인다.

LG전자는 오는 6일 미국에서 개막하는 세계 최대 가전·IT 전시회 CES 2026에서 LG 그램 프로 AI 2026(모델명: 16Z90U·16Z95U)을 첫 선보인다고 1일 밝혔다. 이 제품에는 항공·우주 산업에서 활용되는 신규 소재가 적용됐다. 이를 통해 내구성을 높이면서도, 초경량 노트북만의 휴대성을 지켜냈다.

특히 LG AI연구원이 자체 개발한 거대언어모델(LLM) ‘엑사원(EXAONE) 3.5’를 탑재해 ▲문서 요약 ▲검색 ▲번역 등 다양한 온디바이스 AI 기능을 활



LG전자가 CES 2026에서 2026년형 LG 그램을 공개한다. 신규 소재인 ‘에어로미늄(Aerominum)’을 적용해 내구성은 강화했고, 엑사원을 기반으로 한 차별화된 AI 경험도 제공한다.

/LG전자

용할 수 있고, 코파일럿 플러스(Copilot+) PC까지 모두 쓸 수 있는 ‘멀티 AI’가 차별화된 AI 고객 경험을 제공한다.

2026년형 LG 그램에는 항공·우주 산업에서 주로 쓰이는 신규 소재인 ‘에어로미늄’을 적용해 초경량 노트북이라는

고유의 정체성을 강화했다. 마그네슘과 알루미늄의 합금인 에어로미늄은 두 금속의 장점을 모두 갖춰 가벼우면서도 내구성은 탁월하다.

실제 LG전자만의 ‘경량화 설계 공법’으로 에어로미늄을 적용한 16형 그램프로의 본체 무게는 1,199g에 불과하다. 스크래치 저항력이 35% 이상 강해졌을 정도로 내구성은 높이면서도 가벼움은 유지했다. 에어로미늄 특유의 메탈 느낌 마감으로 외관은 더욱 고급스러워졌다.

2026년형 LG 그램은 고객의 사용환경과 패턴, 필요에 따라 자유롭게 활용할 수 있는 멀티 AI 솔루션을 제공한다.

네트워크 연결이 필요 없는 온디바이스 AI인 ‘그램 챗 온디바이스’는 LG AI연구원이 개발한 엑사원 3.5기반으로 업그레이드돼 다양한 AI 기능을 더욱 편리하게 이용할 수 있다.

/차현정 기자

BYD, 韓 전기차 시장 ‘정착 단계’ 진입

아토3·씨라이언7 흥행 주력 라인 구축
신차투입·유통확대 올해 성장 분기점

중국 전기차 업체 BYD는 2025년 한해를 통해 한국 시장에서 ‘실험적 진입’이 아닌 ‘의미 있는 정착’ 단계에 들어섰다는 평가를 받는다. 중국 브랜드에 대한 소비자 거부감, 전기차 수요 둔화, 보조금 축소 등 불리한 환경 속에서도 연간 판매 6000대 수준을 기록하면서 존재감을 분명히 각인시켰다. 단순한 신차 효과에 그치지 않고 가격 경쟁력과 제품 구성, 유통 전략이 맞물린 결과라는 점에서 업계의 시선도 달라지고 있다.

1일 한국수입자동차협회(KAIDA)에 따르면 BYD코리아는 지난해 1~11월 누적 기준 4955대를 판매했다. 12월 출고 물량을 더하면 연간 판매량은 약 6000대 수준에 이를 것으로 보인다. 한국 시장 진출 첫해에 이 같은 성적을 거둔 것은 이례적이라는 평가다.

BYD코리아 성과 배경에는 가격 경쟁력이 우선적으로 꼽힌다. 지난해 4월 국내에 첫선을 보인 콤팩트 전기 SUV(스포츠크리티티차량) ‘아토3’는 상위 트림 기준 3300만원, 보조금 적용 시 2000만원 후반에 구매가 가능해 국내 소비자들의 관심을 빠르게 끌어들였다. 지난해 11월 말 기준 누적 판매량은 2600대를 넘어섰고 이는 ‘가성비 전기차’라는 이미지를 단기간에 정착시키는 데 결정적인 역할을 했다.

지난해 9월 출시된 씨라이언7은 BYD의 국내 전략이 단순한 저가 공세를 넘어섰음을 보여준 사례로 꼽힌다. 출시 후 3개월 동안 2000대 이상이 신규 등록되며 같은 기간 BYD 전체 판매의 60% 이상을 차지했다. 중형 SUV 수요가 두



BYD Auto 송파전시장 외관.

/BYD코리아

터운 40~50대 개인 소비자층을 중심으로 빠르게 흡수되며 사실상 브랜드의 주력 차종으로 자리 잡았다.

가격 경쟁력에 더해 눈길을 끄는 부분은 고객 접점 전략이다. BYD는 한국 시장 진출 초기부터 전시장과 서비스센터 확충에 공격적으로 나서며 ‘보여주는 브랜드’를 지향했다. 지난해 말 기준 전국 약 30곳의 전시장과 16개의 서비스센터를 구축했고, 특히 스타필드 등 대형 복합쇼핑몰 내 전시장을 적극 활용해 소비자들이 일상 속에서 자연스럽게 차량을 접하도록 했다. 차량 구매 전 실차 체험을 중시하는 한국 시장의 특성을 정확히 겨냥한 전략이라는 평가다.

BYD코리아는 올해 한국 시장 확장의 분기점으로 삼겠다는 구상이다. 지난해 가격 경쟁력을 앞세워 시장에 안착한 해였다면 올해는 신차와 마케팅을 통해 체급을 키우는 단계로 진입하겠다는 전략이다. 소형 전기 해치백 ‘돌핀’, 중대형 세단 ‘한’, 플러그인 하이브리드(PHEV) 모델 등 다양한 후속 차종 투입이 거론되고 있고 전시장·서비스센터 추가 확충과 체험 중심 마케팅도 한층 강화할 예정이다.

/이승용 기자 lsy2665@

가격 동결에도 수요 붐과… 철근침체 지속

전기·스크랩 동결로 가격 보합
건설 경기 부진에 철근 수요 위축
가동률 하락에 구조조정 압박

전기요금과 철스크랩 가격이 동결되며 철근 기준가격은 유지되고 있지만, 건설 경기 회복 지연과 철근 투입의 후행 구조가 맞물리면서 올해에도 철근 시장은 뚜렷한 반등 없이 현 수준의 시황이 이어질 가능성이 크다는 관측이 나온다.

1일 업계에 따르면 한국전력공사는 올해 1분기에 적용할 연료비조정단가를 k

Wh당 5원으로 유지하기로 했다. 이에 따라 기본요금과 전력량요금, 기후환경요금 등 다른 요금 항목도 변동이 없으며 산업용 전기요금은 5분기 연속 동결된다.

철근 가격 역시 당분간 보합 흐름이 이어질 것이라 관측이 우세하다. 하나증권은 지난해 말 보고서에서 철근 기준가격 산정의 핵심 변수인 분기 평균 철스크랩 가격이 지난해 3분기와 4분기 사이 동일한 수준을 유지했다고 분석했다. 전기요금과 철스크랩 가격 모두 변동이 없으면서 철근 기준가격을 조정할 유인이

크지 않다는 설명이다.

문제는 수요다. 건설 부문은 국내 철강 내수의 약 30~40%를 차지하는 핵심 수요처로, 철근과 형강 등 봉형강류는 건설 경기 변동의 영향을 직접적으로 받는다. 선행지표인 건설수주와 동행지표인 건설기성이 모두 부진한 흐름을 이어가면서 현재 시황은 물론 중기 전망도 밝지 않다는 평가가 나온다. 특히 철근은 대표적인 후행 자재로, 건설수주 이후 착공까지 일정 기간이 소요되는 데다 착공 이후에도 철근 투입이 통상 2~4분기, 길게는 18개월의 시차를 두고 집중되는 구조다.

/유혜온 기자 dhalehdale@