

“지프·푸조 라인업 확대… 韓 소비자에 가장 좋은 선택지 제공”

인터뷰

방 실 스텔란티스코리아 대표

“지난 2025년 한해는 고객 가치 향상에 집중했다면 올해는 경쟁력 있는 모델로 판매량 확대에 집중하겠다.”

방실 스텔란티스코리아 대표는 최근 서울 강남 스텔란티스코리아 사무실에서 진행한 신년 간담회에서 지난해에는 지프와 푸조 브랜드의 기초 체력을 강화하기 위해 전국 서비스 네트워크망을 새롭게 정비했다면 올해는 이같은 질적 성장을 바탕으로 판매량을 끌어올린다는 각오를 밝혔다.

스텔란티스코리아는 지난해 딜러사와 협력을 통해 서비스 네트워크 확대에 집중했다. 지프와 푸조 브랜드 통합전시장 ‘스텔란티스 브랜드 하우스(SBH)’ 구축을 통해 소비자 만족 지수는 전년 대비 23% 포인트(P) 상승했다. 특히 지프 서비스 센터 수원의 경우 과거 단층의 사설 서비스 센터 느낌이 강했지만 SBH로 확장하면서 프리미엄 서비스 센터로 거듭났다는 평가가 이어지고 있다. 또 직판 체제 전환으로 푸조 재고량은 2023년 593대에서 지난해 0대로 줄었고 지프



방실 스텔란티스코리아 대표.

지난해 서비스 네트워크 재정비 지프 그랜드 체로키 등 출시 예정 “경쟁력 있는 모델로 판매량 증대”

재고도 719대에서 120대로 감소했다.

방 대표는 “정비 리드 타임이 1.5일로 단축됐고 대기 기간은 열흘에서 일주일로 줄었다”며 “서비스 경쟁력을 바탕으로 신차 판매 확대를 이끌겠다”고 강조 했다.

스텔란티스코리아는 올해 지프 브랜드는 랭글러를 바탕으로 브랜드 정체성을 더욱 확고히 함과 동시에 푸조는 친

환경 라인업을 확대하며 소비자들의 선택의 폭을 넓힌다는 방침이다.

10년 만에 완전 변경 모델로 돌아온 3세대 7인승 패밀리 SUV ‘올 뉴 5008 스마트 하이브리드’는 기존 2세대보다 넓어진 실내 거주성과 48V MHEV 시스템을 적용해 도심 주행 시간의 50%를 전기 모드로 운행할 수 있다. 정숙성과 효율성을 함께 끌어올렸다.

가솔린 엔진과 전기 모터는 각각 136마력·23.5kg·m, 15.6kW·5.2kg·m 성능을 발휘하며 합산 최고 145마력을 구현 한다. 국내 인증 기준 복합 연비는 13.3km/L이며 이산화탄소 배출량은 122g/

km다. 2종 저공해차 인증을 받아 공영 주차장 할인과 혼잡통행료 감면 혜택도 누릴 수 있다.

가격은 글로벌 시장에서 가장 낮은 가격으로 선보인다. 국내 선보이는 기본형 알루르의 경우 대만(6369만원), 프랑스(6591만원), 영국(7447만원)보다 저렴한 4890만원에 출시한다.

지프의 부분변경 모델로 올 하반기 국내 출시를 앞두고 있는 그랜드 체로키는 브랜드 정체적을 완벽하게 담아냈다. 그랜드 체로키의 가장 큰 변화는 새롭게 적용된 ‘히리케인 4 터보’ 엔진으로 양산차 최초의 터뷸런트 제트 점화 기술이 적용했다. 모터스포츠에서 검증된 연소 기술과 첨단 파워트레인 설계를

적용해 출력과 토크를 높이면서도 연비 개선과 배출가스 저감을 동시에 달성했다. 지프는 올해 랭글러, 글래디 에이터 등 오프로드 한정판 모델을 국내에 출시해 마니아층 공략에 집중할 방침이다.

방 대표는 “한국 소비자들에게 차량 구매시 가장 좋은 선택지를 제공하고 싶다”며 “고객 경험과 네트워크 경쟁력 강화를 토대로 스텔란티스의 조직 전반의 운영효율과 브랜드 가치를 높여 나갈 것”이라고 말했다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

The Frame Pro



‘더 프레임 프로’ TV.

/삼성전자

삼성 ‘더 프레임 프로’ 美 CNN 혁신상 수상

삼성전자가 세계 최대 프리미엄 TV 시장인 미국에서 제품 우수성을 인정받았다.

삼성전자는 자사 ‘더 프레임 프로’ TV가 미국 유력 매체 CNN의 제품 평가 전문 매체인 CNN 언더스코어드로부터 혁신상을 받았다고 25일 밝혔다.

CNN 언더스코어드는 ‘더 프레임 프로’에 대해 “복잡한 케이블을 없애고 강력한 화질을 갖춰 고품질 디스플레이인 동시에 예술 작품 액자 기능을 한다”며 “기존 아트 TV의 한계를 넘어 ‘갤러리 같은 미니멀리즘’을 실질적으로 구현한 첫 번째 아트 TV”라고 평가했다.

특히 ‘무선 원 커넥트 박스’를 가장 큰 변화로 꼽았다. 영상과 음향 신호를 무선으로 전송하는 ‘무선 원 커넥트 박스’를 두고 “디스플레이에 복잡한 케이블이나 부피가 큰 부속품 없이 전원만 연결하면 된다”며 “화면이 공중에 떠 있는 듯한 플로팅 디자인을 구현할 수 있다”고 설명했다.

CNN 언더스코어드는 ‘더 프레임 프로’의 화질에 대해서도 “명암비와 밝기가 크게 개선돼 예술 작품 감상은 물론 TV나 영화 시청 때도 안정적 화질을 제공한다”고 전했다.

/양성운 기자

SK온, ESS 시장진입 속도… 전기차 중심 사업구조 보완

법인 출범 이후 대규모 적자 이어져 정부 ESS사업 입찰 등 체질개선 사활

SK온이 적자 누적으로 어려움을 겪고 있는 가운데 전기차 수요 둔화에 대응, 에너지저장장치(ESS) 등으로 사업을 다각화하고 있지만, 실적 개선까지는 상당한 시일이 소요될 것으로 보인다.

25일 업계에 따르면 SK온은 지난해 4분기 약 3240억원의 영업손실을 기록했을 것으로 추정된다. 미국 트럼프 행정부 출범 이후 전기차 신차 구매 보조금이 지난해 9월 말 종료되면서 북미 전기차 판매 부진이 실적에 반영됐다는 분석이다. 지난해 3분기까지 누적 영업 적자가 4906억원에 달했던 점을 감안하면 연간 영업손실 규모는 8000억원을 웃돌 가능성이 크다. SK온은 2021년 10월 독립 법인 출범 이후 2024년 3분기를 제외하면 사실상 매년 적자가 이어졌으며 누적 적자 규모는 3조원선으로 추산된다.

올해 역시 실적 반등을 기대하기는 쉽지 않다는 전망이 우세하다. 업계에



SK배터리아메리카 전경. /SK온

서는 SK온이 올해 배터리 부문에서 1조 2320억원 안팎의 영업손실을 기록할 것으로 보고 있다.

실적 부진의 배경으로는 전기차 수요 위축과 정책 환경 변화가 꼽힌다. 미국의 전기차 구매 보조금 종료와 유럽연합(EU)의 친환경 정책 기조 완화로 수요 회복이 지연됐고, 완성차 업체들의 발주 조정이 이어지며 생산 물량도 감소했다. 이에 따라 SK온의 지난해 3분기 기준 공장 가동률은 52.3%에 머물렀다.

전기차 시장 침체는 북미 주요 고객사인 제너럴모터스(GM)와 포드가 생산 계획을 연기하거나 축소하면서 합작 사

업에도 변화를 주고 있다. SK온은 지난해 12월 포드와의 합작사인 블루오벌SK의 지분 구조를 정리했으며 이에 따라 미국 켄터키 공장은 포드가 운영하고 테네시 공장은 SK온이 단독 운영하는 체제로 전환됐다.

전기차 중심 사업 구조의 한계를 보완하기 위해 SK온은 ESS로 사업 영역을 넓히고 있다. 정부 주도의 1조원 규모 제2차 ESS 중앙계약시장 입찰에 참여하며 국내 ESS 시장 진입에 나섰다. 충남 서산 공장에는 ESS 배터리 전용 생산라인을 구축했고, 기존 전기차 배터리 일부 라인을 ESS용 리튬이온산철(LFP) 라인으로 전환해 공급 체계를 마련하고 있다.

다만 제2차 ESS 중앙계약시장 입찰을 두고 업계에서는 LG에너지솔루션과 삼성SDI의 양강 구도를 예상하고 있다. SK온은 ESS 관련 사업 경험이 제한적인 데다 제1차 ESS 중앙계약시장 사업에서 물량을 확보하지 못했던 만큼, 이번 입찰에서 성과가 물량이 제한적일 것이라 시각이 적지 않다. 제2차 ESS 중앙계약시

장 입찰에서 LG에너지솔루션 배터리를 채택한 컨소시엄 비중은 45% 이상, 삼성SDI는 40% 안팎으로 알려진 반면, SK온은 약 15% 수준으로 전해진다.

SK온은 향후 ESS 사업 확대를 염두에 두고 대응 전략을 마련하고 있다. 정부가 ESS 배터리 업체 선정 과정에서 ‘국내 산업 기여도’를 주요 평가 항목으로 반영한 만큼, 이에 맞춰 공급망 전략을 조정하는 방향이다. SK온은 내년부터 국산 배터리 소재를 적용한 리튬·인산철(LFP) 배터리를 출시할 계획이다.

업계 한 관계자는 “ESS 중앙계약시장은 컨소시엄 구성 단계에서 기존에 협업 경험을 쌓아온 업체 간 결합이 많은 구조”라며 “ESS 사업 경험이 상대적으로 부족한 SK온이 단기간에 많은 물량을 확보하기는 쉽지 않을 것”이라고 말했다. 이어 “전기차 수요 둔화에 대응해 ESS로 사업을 확장하고 있지만, 만족할 만한 성과가 나오기까지는 다소 시간이 걸릴 것”이라고 덧붙였다.

/원관희 기자 wkh@

LG전자

매그니트 신제품 선봬

LG전자가 마이크로 LED 사이니지 ‘LG 매그니트’ 신제품을 앞세워 상업용 디스플레이 시장 공략에 속도를 낸다.

LG전자는 내달 3일(현지시간)부터 나흘간 스페인 바르셀로나에서 열리는 유럽 최대 상업용 디스플레이 전시회 ISE 2026에서 LG 매그니트 신제품(모델명 LMPB)을 선보인다고 25일 밝혔다.

LG 매그니트는 ‘magnificent(감명 깊은)’와 ‘휘도의 단위 ‘nit’의 합성어로 탁월한 밝기로 경이로운 화질을 제공한다는 의미다. LG전자는 LG 매그니트를 선택하는 기업 간 거래(B2B) 고객들에게 설치, 운영, 유지보수 등에서 실질적인 편리함을 제공하는 것을 목표로 신제품을 개발했다.

LG 매그니트 신제품에는 ‘LTD(Line to Dot)’ 기능을 탑재해 외부 영향으로 개별 광원이 작동하지 않아도 영향을 최소화할 수 있게 했다. 캐비닛(LED 사이니지의 기본 구성단위)을 블록처럼 간편하게 이어 붙여 무한 확장할 수 있는 특성에 맞춰 설치 편의성도 강화했다. 제품 두께를 기존보다 얇게 했으며 손쉽게 단자를 조절할 수 있는 기술도 적용했다.

/양성운 기자

삼성전자 “자급제 고객 5명 중 1명 ‘뉴 갤럭시 AI 구독클럽’ 가입”

잔존가 보상·파손 보장 등 혜택

삼성전자 스마트폰 자급제 구매 고객 5명 중 1명 이상이 ‘뉴 갤럭시 AI 구독클럽’에 가입한 것으로 나타났다.

25일 삼성전자가 ‘뉴 갤럭시 AI 구독클럽’ 지난해 성과를 분석한 결과, 론칭

1년 만에 성공적으로 시장에 안착하며 스마트폰 구매 문화를 새롭게 바꾸고 있다. ‘뉴 갤럭시 AI 구독클럽’은 지난해 1월 ‘갤럭시 S25 시리즈’ 사전판매부터 새롭게 도입한 구매 방식으로, 7월 ‘갤럭시 Z 폴드7·Z 플립7’ 출시에도 적용해 상하반기 플래그십 스마트폰 흥행을 이끌었다.

가입 기간은 12개월과 24개월 중 선택할 수 있으며 사용 후 반납 시 최대 50% 잔존가 보상과 ‘삼성케어플러스 스마트폰 파손+’ 제공, 모바일 액세서리 할인 등을 제공해 최신 갤럭시 구매 장벽을 낮춘 것이 특징이다.

삼성전자는 뉴 갤럭시 AI 구독클럽의 인기 요인으로 사전판매 더블 스토리지 혜택과 결합시 고객 체감 혜택이 높은 점(256GB 기준 가로 구매한 뒤 반납 시 512GB 기준 가로 보상), 삼성케어플러스 파손+ 가입 비용과 동일한 가격으로 잔존가 보장까지 받을 수 있는 점, 빠른 기기 교체를 원하는 젊은층 수요를 공략한 점 등을 꼽았다.

/양성운 기자