

中, 프리미엄 TV시장 정조준… 韓기업 기술격차 시험대

中업체, 日브랜드 잇달아 인수
프리미엄 TV 시장 보폭 관측
삼성·LG, OLED 기반 맞대응

중국 가전 업체들이 일본의 전통 TV 브랜드를 잇달아 품으며 프리미엄 TV 시장 진입을 시도하고 있다. 그러나 업계에서는 단순 인수만으로는 프리미엄 TV 시장에서 의미 있는 성과를 내기 어렵다는 회의적인 시각도 나온다. 이러한 가운데 삼성전자와 LG전자는 유기발광다이오드(OLED)를 내세워 프리미엄 전략을 고수하는 모습이다.

28일 업계에 따르면 최근 일본 소니는 중국 TCL과 TV를 포함한 흠 앤터테인먼트 사업부를 분사해 합작사를 설립하는 내용을 골자로 하는 양해각서(MOU)를 체결했다. 이를 두고 TCL이 소니와의 합작을 통해 프리미엄 TV 시장으로 보폭을 넓힐 수 있다는 관측이 따랐다.

다만 업계에서는 지난 2017년 중국 하이센스가 일본 도시바 TV 사업을 인수



130형 마이크로 RGB TV.



LG전자 올레드 TV 라이프 이미지.

V 등 보급형 제품을 함께 운영하는 '투트랙 포트폴리오 전략'을 본격화하고 있다. LG전자는 최근 두께 9mm대 초슬림 디자인과 무선 전송 기술을 결합한 OLED TV를 공개하는 등 프리미엄 시장에서 경쟁력을 공고히 하고 있다.

일각에서는 TCL이 소니와의 합작을 통해서도 OLED 기술을 단기간에 내재화하기는 어렵다는 분석이 나온다. 다만 TCL이 중저가 시장 기반을 바탕으로 소니 브랜드를 활용해 프리미엄 시장을 공략하는 시도는 업계가 예의주시하는 모습이다. 황용식 세종대 경영학과 교수는 "중국 가전 기업들의 일본 기업 인수는 프리미엄 전략을 염두에 둔 행보로 보이며, 국내 가전 기업들은 TV 시장에서 중국의 물량 공세와 저가 공세에 동일한 방식으로 대응할 경우 차별화 전략을 꾀하기 어렵다"며 "고급화·프리미엄 전략을 통해 중국 제품과의 차별점을 만들 수 있는 경쟁력을 구축해야 한다"고 말했다.

/차현정 기자 hyeon@metroseoul.co.kr

하고 난 뒤에도 시장 판도에 뚜렷한 변화가 나타나지 않았단 점을 들어 이번 사례 역시 실제 영향은 제한적일 수 있다는 의견도 함께 제기된다.

카운터포인트리서치는 최근 하이센스의 지난해 11월 출하량이 전년 대비 13% 감소했다고 밝혔다. 하이센스는 자국 시장의 준도가 높아 지난해 상반기 기준 중국이 전체 출하량의 27%를 차지했다. 이 시장에서 출하량은 전년 대비

24%의 큰 감소세를 겪었다.

시장 점유율에서 중국 업체들의 비중 확대가 나타나고 있으나, 프리미엄 시장에서는 여전히 국내 기업들의 우위가 유지되고 있다. 시장조사업체 옴디아는 지난해 3·4분기 기준 글로벌 TV 시장 점유율은 중국 3사(TCL·하이센스·샤오미)가 합산 31.8%로 집계됐다고 언급했다. 삼성전자와 LG전자는 각각 17.9%, 10.6%를 차지하며 양사를 합친 수치보다 중국

업체 비중이 더 높았다.

이는 액정표시장치(LCD) TV를 중심으로 한 중저가 시장에서 중국 업체들의 영향력이 확대된 결과로 풀이된다. 지난해 매출 기준 글로벌 OLED 시장 점유율은 한국이 67.2%로 같은 기간 중국(33.3%)과 비교해 높은 수준을 기록했다.

삼성전자는 퀸텟닷 디스플레이(QLED)·OLED 기술력을 앞세운 프리미엄 제품과 초고화질(UHD) 및 소형 LED T

현대제철, 美 전기로 제철소 착공 가시화

합작법인 지분구조 4자 체제 확립
설비계약 순항… 3분기 착공 목표

미국 루이지애나 전기로 제철소 프로젝트의 합작법인 지분 구조가 4자 체제로 공식화된다. 현대제철·현대차·기아·포스코가 참여하는 합작법인이 대규모 자본 출자를 공시하면서 설비 계약과 부지 확보에 이어 자금 집행이 본격화되는 단계에 들어섰다는 평가가 나온다.

28일 현대제철에 따르면 현대포스코 루이지애나(HYUNDAI-POSCO Louisiana LLC)는 지난 26일 미화 29억 달러(약 4조 2689억원) 규모 제3자배정 유상증자를 공시했다. 해당 법인은 미국 데라웨어주 유한책임회사(LLC) 형태로 주식이 존재하지 않아 신주 발행 관련 항목은 공시에서 생략됐다. 조달 자금은 루이지애나 전기로 제철소 시설자금으로 투입되며, 출자금은 건설 기간에 맞춰 분할 납입된다. 최종 납입 시점은 오는 2027년 말, 투자집행 기간

은 2026년~2029년 1분기로 각각 기재됐다. 회사 측은 미국 현지 기준 지난 26일부터 합작 지분 전환 효력이 개시돼 출자금 납입 절차가 시작됐다고 설명했다.

현대제철은 100% 자회사인 현대제철 미국법인(Hyundai Steel USA Corp.)이 현대포스코루이지애나에 미화 14억 5000만달러를 현금 출자하기로 했다고 밝혔다. 현대제철은 이를 위해 현대제철 미국법인에 대한 자금지원(유상증자)도 함께 결정했다.

최종 지분 구조는 현대제철 미국법인 50%, 현대차 미국법인 15%, 기아 미국법인 15%, 포스코루이지애나 20%로, 기존 현대제철 100% 단독 구조에서 4자 합작으로 전환된다. 포스코와 현대차 측은 세부 조달 방식은 추후 확정·공개될 예정이라고 밝혔다.

물적 기반 구축도 이미 진행 중이다. 현대제철은 최근 이탈리아 설비업체 다니엘리와 루이지애나 전기로(EAF) 일

관제철소 핵심 설비 공급 계약을 체결했

다. 다니엘리는 에너지론(Energiron) 기반 직접환원철(DRI) 플랜트와 EAF 2기, 주조기 2기, 슬래브 재가열로 2기 등을 공급한다. 루이지애나 주정부의 부지 확보도 진행됐다. 현지 매체는 지난 7일 루이지애나 주정부가 미시시피 강 인근 어센션 패리시 일대 1700에이커 부지를 약 9100만달러에 매입해 제철소 건설 사업단지로 제공할 계획이라고 전했다. 주정부는 도로 개선·인력 교육 인프라 구축 등에 총 6억달러를 투자하기로 했다.

루이지애나 전기로 제철소는 올해 3분기 착공을 목표로 하며, 오는 2029년 양산에 돌입한다는 일정이다. 완공 시 연 270만톤 규모의 자동차 강판용 슬래브를 생산해 미국 내 완성차 공장에 공급할 예정이다.

업계 관계자는 "루이지애나 합작법인은 참여사들이 미국 내 법인을 출자 창구로 삼아 자본금을 납입하는 구조로 보면 된다"고 말했다.

/유혜온 기자 dhaledhale@



제네시스가 27일(현지 시간) 아랍에미리트 룸알할리 사막에서 '제네시스 데저트 프리미어 행사'를 통해 세계 최초로 공개한 익스트림 오프로드 콘셉트카 '엑스 스콜피오 콘셉트' 외장 디자인. /현대차

2025년 실적 발표

LG전자, '스마트코티지' 체험 공간 마련

김제에 '죽산모락' 오픈

LG전자가 차별화된 AI가전 및 냉난방공조 기술을 접목한 모듈러주택 'LG 스마트코티지(이하 스마트코티지)'를 시장 체험할 수 있는 공간을 마련했다.

LG전자는 최근 전북 김제시 죽산면에서 지역 청년 창업가 모임 '오후협동 조합'과 손잡고 복합 문화공간 '죽산모락'을 열었다고 28일 밝혔다. 스마트코티지가 팝업 쇼룸이 아닌 상시 체험 가능한 숙박시설로 사용되는 것은 이번이 처음이다.

죽산모락에는 단층형 모델 모노(MONO)와 복층형 모델 듀오(DUO) 각 2채씩 설치됐다. 모노는 한 층에 거실, 침실, 부엌, 욕실 등으로 구성돼 있다. 듀오는 1층엔 거실, 부엌, 욕실 등 생활공간이 있고 2층은 침실로 꾸며졌다.

두 모델 모두 냉장고, 빌트인 인덕션, 광파오븐, 식기세척기, 워시타워, 스텐 바이미 등 LG전자의 AI가전을 탑재해 방문객이 편리하게 휴식하도록 했다.

LG전자 스마트코티지 컴퍼니 조연우 대표는 "LG 스마트코티지는 내 집처럼 편안히 쉴 수 있는 모듈러주택을 원하는



LG전자가 레저 및 관광 사업을 계획하고 있는 B2B 고객을 위해 전북 김제시 죽산면에 LG 스마트코티지를 상시 체험할 수 있는 공간 '죽산모락'을 열었다.

고객은 물론, 레저·관광 사업을 준비하는 B2B 사업자에게 좋은 선택지가 될 것"이라고 밝혔다.

/차현정 기자

LGD, 흑자전환 성공… 영업익 5170억

LGD 디스플레이가 4년 만에 흑자전환에 성공했다.

LGD 디스플레이의 연간 누적 매출액 25조 8101억원, 영업이익 5170억원을 기록했다고 28일 밝혔다. 이번 실적 개선은 유기발광다이오드(OLED) 중심의 사업 구조 고도화와 원가 구조 혁신, 운영 효율화의 성과로 풀이된다.

전체 매출 내 OLED 제품 비중은 61%로 역대 최고치를 경신했다. 2020년 32%에 불과했던 OLED 매출 비중은 2022년 40%, 2024년 55%로 지속 성장세를 이어갔다. 2025년은 대형 LCD 사업을 종료하여 LCD에서 OLED로 사업 구조 전환에 가속화되었다.

/차현정 기자