

현대모비스, 전기차 캐즘에도 13조2000억 규모 수주 달성

지난해 글로벌 완성차 대상 성과 목표 수주액比 23% 상회 수치

북미·유럽에 BSA·새시모듈 공급 中·인도 등 고객사 다변화 성공도

현대모비스가 지난해 해외 완성차 수주에서 예상치를 웃도는 성과를 기록하며 전기차 캐즘 속에서도 글로벌 경쟁력을 입증했다.

현대모비스는 지난해 현대차와 기아를 제외한 글로벌 완성차 업체를 대상으로 총 91억7000만불(한화 약 13조2000억원) 규모의 수주 성과를 달성했다고 2일 밝혔다. 당초 계획했던 목표 수주액 74억5000만불 대비 23%를 상회한 수치다.

현대모비스는 이번 실적의 배경으로 대규모 전동화 부품 신규 수주와 고부가가치 전장 부품 공급 확대, 중국 및 인도 등 신흥시장 공략을 꼽았다. 특히 최근



현대모비스는 최근 미국 라스베이거스에서 열린 CES 2026에서 글로벌 고객사를 대상으로 각종 신기술을 선보였다. 업계 관계자들이 현대모비스 차세대 콕핏시스템인 엠빅스(M.Vics) 7.0을 체험하고 있는 모습. /현대모비스

수년간 선도 기술 확보를 위해 연구개발 역량을 집중해 온 결과, 해외 고객사로 부터의 수주가 본격적인 궤도에 올랐다는 분석이다.

지난해 실적은 북미와 유럽의 글로벌 메이저 고객사 두 곳으로부터 따낸 대형

수주가 견인했다. 현대모비스는 각각 전동화 핵심 부품인 배터리시스템(BSA)과 새시모듈을 공급하기로 하는 계약을 체결했다. 보안 유지와 양산 변동성을 고려해 구체적인 고객사명은 공개되지 않았지만, 이번 수주는 지난해 전체 실

적에서 상당한 비중을 차지한 것으로 알려졌다.

무엇보다 전동화와 모듈 부문 수주는 고객사와의 장기적인 파트너십 구축으로 이어진다는 점에서 의미가 크다. BSA와 새시모듈 같은 초대형 부품은 생산 및 물류 시스템에 대한 동반 투자가 수반되어 10~20년 이상의 장기 공급 계약이 지속되는 경우가 많기 때문이다. 현대모비스는 2005년 스텔란티스(당시 크라이슬러)에 새시모듈 공급을 시작한 이후 현재까지 20년 이상 긴밀한 관계를 유지하고 있다.

고부가가치 전장 부품 분야에서도 다양한 성과를 거뒀다. 북미 메이저 고객사로부터 차세대 휴먼머신인터페이스(HMI)제품을 수주했으며, 한 세단 전문 브랜드에는 사운드 시스템을 추가 공급하기로 했다. 특히 HMI는 현대모비스가 주력 전장 품목으로 육성 중인 분야로, 현

재 다른 글로벌 고객사들과도 수주 확대를 위한 논의를 활발히 진행 중이다.

신흥 시장인 중국과 인도에서도 고객사 다변화에 성공했다. 인도에서는 현지 브랜드의 점유율 상승에 맞춘 맞춤형 부품 공급 전략이 주효했으며, 중국에서는 로컬 전기차 브랜드에 차별화된 소싱 경쟁력을 앞세워 제동, 조향, 안전 부품 등 핵심 부품 수주를 이끌어냈다.

현대모비스는 올해 글로벌 수주 목표를 전년 대비 약 30% 높은 118억4000만불(한화 약 17조1000억원)로 설정하고 공격적인 영업에 나설 방침이다.

조재목 현대모비스 글로벌영업담당 전무는 “올해도 불투명한 대외 환경이 지속될 것으로 예상되지만 전동화와 전장 등 핵심 부품 경쟁력을 앞세워 전년 실적을 뛰어넘는 수주 활동에 박차를 가할 것”이라고 강조했다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

여성기업, 평균 매출·순이익 모두 늘었다

중기부 ‘지난해 여성기업 실태조사’ 평균 매출액 22.8억, 순이익 7600만원 투자·수출 평균금액도 전년보다 늘어

여성기업들이 국내외 경제가 어려운 상황에서도 ‘우면파워’를 여실히 보여줬다.

2024년 기준으로 매출액과 당기순이익이 늘어나고 연구개발(R&D) 투자와 수출액이 증가하는 등 양호한 성적을 거두면서다.

2일 중소벤처기업부가 발표한 ‘2025 여성기업 실태조사 결과’에 따르면 2024년 기준 여성기업의 평균 매출액은 22억7300만원으로 전년도인 19억7700만원보다 15% 증가했다.

같은 기간 평균 순이익은 6900만원에서 7600만원으로 9.3% 늘었다. 전체 여성기업의 매출액과 당기순이익은 629조5143억3100만원, 20조9582억7600만원으로 각각 전년 대비 22.1%, 16.0% 증가했다.

여성기업의 종업원 1인당 평균 매출액도 전년(2억800만원)보다 늘어난 2억7500만원을 기록했다. 2023년 당시

123.1%이던 부채비율은 91.9%로 31.2%p 하락했다.

이런 가운데 연구개발(R&D) 투자 평균 금액은 3억4000만원, 수출 평균 금액은 29억원으로 각각 전년 대비 34.9%, 11.9% 증가했다. 국내 설비투자, 해외투자도 2023년보다 늘었다.

여성기업 종사자 수는 전년보다 줄어든 228만6253명이었다. 평균 종사자 수는 8.3명으로 정규직은 7.1명(86.5%), 비정규직은 1.1명(13.5%)으로 집계됐다.

여성 기업인들이 인식하는 강점으로는 ‘섬세함(56.0%)’이, 약점으로는 ‘도전정신(36.5%)’이 가장 높은 비율을 차지했다. 남성 기업인보다 불리하다고 느끼는 분야 1순위는 ‘일·가정 양립 부담(15.2%)’이었다.

여성기업 성장을 위해 필요로 하는 정책으로는 ▲세제지원(37.2%) ▲자금지원(29.1%) ▲인력지원(14.5%) ▲판로지원(14.3%) 등이 언급됐다. 정책 이용 효과 체감비율은 ‘자금지원(91.7%)’이 제일 높았다.

중기부 김대희 중소기업전략기획관은 “이번 실태조사를 통해 여성기업의 경영 현황과 성장 활동, 정책 수요를 보다 구체적으로 파악할 수 있었다”며 “실태조사 결과를 바탕으로 여성기업의 성장 단계와 특성에 맞는 정책을 적극적으로 추진해 나갈 계획”이라고 밝혔다.

중기부는 올해 여성기업 신산업 진출을 돕기 위해 인공지능(AI)·바이오 같은 첨단 기술로 여성의 건강 및 삶의 질을 제고하는 ‘팜테크(FemTech)’ 유망 기업을 발굴·지원하는 신규 사업을 추진한다. 전국 18개 광역시·도에 있는 여성 전용 창업 보육센터를 중심으로 창업·보육·성장 단계 전 주기에 걸친 지원 체계를 만들고 마케팅, 재무 및 금융 투자 등의 전문 교육도 확장한다.

이번 조사는 2024년 기준 여성이 대표자인 기업 중 매출액 5억원 이상(숙박·음식점업, 교육서비스업은 3억원 이상)인 27만6959곳을 대상으로 표본 5000개를 추출해 모집단 값을 추정하는 방법으로 실시했다.

/김승호 기자 bada@

중기부, 中企 17곳에 ‘탄소중립 사업화’ 지원

소진공, 소상공인 재기 과정 도와 (재)장애인기업종합지원센터 장애인 창업자 임차보증금 지원

중소벤처기업부와 중기부 산하기관인 소상공인시장진흥공단, 장애인기업종합지원센터가 중소기업, 소상공인, 장애인기업 추가 지원에 나선다.

2일 이들 기관에 따르면 중기부는 ‘2026년 탄소중립 사업화 지원사업’에 참여할 중소기업을 오는 9일부터 25일까지 모집한다.

탄소중립 사업화 지원사업은 사업화 단계에서 대규모 자금이 필요한 탄소중립 분야 기술을 보유한 중소기업을 대상으로, 기술 보급·확산을 지원하기 위해 추진한다. 기술 성숙도와 투자 여부에 따라 ▲기술사업화 ▲현장실증 ▲투자연계의 3개 유형으로 구분해 지원한다.

특히 올해는 전년 대비 지원 규모를 확대해 총 17개의 중소기업을 선정할 예

정이다. 올해부터 민간 투자와 연계를 강화하기 위해 ‘투자연계형’ 유형도 신설했다.

소진공은 오는 27일까지 ‘희망리턴패키지 재기사업화(경영개선·재창업) 사업’에 참여할 소상공인을 모집한다. 희망리턴패키지는 위기 소상공인 또는 폐업 후 재창업을 준비하는 소상공인에게 전문가 진단, 교육, 맞춤형 멘토링, 사업화 자금 등 재기 전 과정을 돕는 프로그램이다.

폐업 소상공인의 재창업도 지원한다. 폐업 후 사업자등록을 하지 않았거나 업종 전환을 준비 중인 소상공인에게 새 출발자금 채무조정과 연계한 재창업을 돕는다.

(재)장애인기업종합지원센터는 장애인 창업자를 대상으로 임차보증금을 최대 1억3000만원까지 최장 5년간 지원하는 ‘장애인 창업점포 지원사업’ 참여자를 이달 26일까지 모집한다.

/김승호 기자

홈쇼핑, K-뷰티·푸드 수출 100억 달성

푸드 40억, 뷰티 30억 실적 기록

홈쇼핑이 K-뷰티, K-푸드를 앞세워 수출 100억원을 달성했다.

홈쇼핑은 지난해 뷰티·푸드를 중심으로 경쟁력있는 중소기업 상품을 적극 발굴하고 글로벌 시장 진출을 체계적으로 지원한 결과 수출이 100억원을 넘었다고 2일 밝혔다.

특히 K-콘텐츠 확산과 맞물려 이들 제품이 해외 소비자들로부터 큰 호응을 얻으며 눈에 띄는 성과를 거뒀다.

카테고리별로는 K-푸드가 약 40억원, K-뷰티가 약 30억원의 수출 실적을 기록했으며 건강식품·간편식·기능성 화장품 등 현지 소비 트렌드에 부합한 제품군이 주력 수출 품목으로 자리매김했다. 이는 K-라이프스타일 전반에 대한 글로벌 수요 확대를 다시 한번 입증하는

결과로 평가된다.

홈쇼핑은 미국, 중국, 동남아 등 주요 해외 시장을 중심으로 총 74개 우수 중소기업을 대상으로 현지 온라인 플랫폼 입점 지원, 오프라인 유통 연계, 마케팅 및 물류 지원 등 전방위적인 수출 지원 프로그램을 운영해 왔다.

또한 LA 세계한인비즈니스대회(4월), 인터참코리아(7월), 자카르타 프리미엄 소비재전(9월) 등 국내외 주요 박람회에 홈쇼핑 공동관을 조성해 해외 진출에 어려움을 겪는 중소기업들의 실질적인 판로 개척을 적극 지원했다.

홈쇼핑 관계자는 “올해에는 단순 판매 연계를 넘어 현지 소비자 반응 분석과 브랜드 현지화 전략까지 지원 범위를 확대하며 중소기업의 지속 가능한 수출 기반 마련에 주력할 계획”이라고 밝혔다.

/김승호 기자

한진 ‘원클릭’, 中企 수출파트너 역할 ‘톡톡’

전년比 해외배송물량 44% 성장시켜

한진의 소상공인 특화 물류 서비스 ‘원클릭’이 복잡한 국제 정세 속에서도 K-중소기업들의 든든한 수출 파트너로서 입지를 굳혔다.

한진은 중소벤처기업부와 중소벤처기업진흥공단이 주관한 ‘2025년 온라인 수출 공동물류사업’을 성공적으로 수행하며 참여 중소상공인의 해외 배송 물량을 전년 대비 44% 성장시켰다고 2일 밝혔다.

한진은 지난 2022년부터 4년 연속 해당 사업의 수행기관으로 참여해왔다. 한진 원클릭은 지난해 총 67개 중소 셀러를 대상으로 미국·일본 등 주요 시장 진

출을 위한 국제 특송을 지원하며 총 1만3300여 건의 수출 물량을 안정적으로 처리했다.

‘온라인수출 공동물류사업’은 전자상거래 기반 수출을 진행 중인 중소기업의 물류비 부담을 낮추고 글로벌 경쟁력을 높이기 위해 정부가 주도하는 사업이다.

특히 ‘K-뷰티’ 열풍이 거센 일본 시장에서의 성과가 두드러졌다. 지난해 원클릭을 통한 일본행 배송 물량은 전년 대비 82.8%나 늘어났다. 실제 큐텐 재팬(Qoo10 Japan)에 입점한 셀러 W사의 경우 한진 원클릭 글로벌의 역직구 특송물류를 활용해 배송 경쟁력을 확보했고, 그 결과 전년 대비 주문량이 203% 이상 늘어나는 쾌거를 거뒀다.



한진 인천공항 GDC 전경.

미국 시장은 지난해 관세 이슈 등으로 치솟은 물류비가 중소셀러에게 큰 부담으로 작용했지만 한진은 합리적인 운임 체계를 유지하며 셀러가 짊어져야 할 비용 부담을 덜어냈다. 이를 통해 미국 진출에 성공한 수제화 브랜드 J사는 전년 대비 물동량이 62% 이상 늘었다. 해당 업체는 현재 늘어난 현지 수요에 힘입어 단순 특송을 넘어 한진의 역직구 풀필먼트 서비스 도입까지 논의하고 있다.

/김승호 기자