

# 아모레 ‘반등’·LG ‘주춤’… 에이피알, ‘신흥 강자’ 급부상

## m-커버스토리

### K-뷰티 ‘권력 이동’ 신호

아모레 10년 부진 끝에 반등 가속  
작년 매출 4조6232억·영업익 3680억

LG생건 매출 6조3555억에도 이익 ↓  
영업익 1707억, 전년比 63% 감소

에이피알 매출 1,5273조·이익률 24%  
1월 화장품 수출 10.3억달러 ‘최고’

국내 K뷰티 업계는 전통 강자의 회복과 신흥 강자의 약진으로 새로운 ‘권력 이동’ 국면에 접어들고 있다. K뷰티 만형 격인 아모레퍼시픽과 LG생활건강의 실적 희비가 엇갈린 가운데, 인디브랜드 출신 신에 에이피알은 빠른 외형 확대와 전략적 움직임으로 지속가능한 K뷰티의 성장을 주도하고 있다.



미국 메디큐브x울타 뷰티(ULTA) 오프라인 매장 전경.

8일 국내 뷰티 업계에 따르면, 아모레퍼시픽홀딩스는 최근 10년에 걸친 실적 반등을 본격화하는 모습이다.

아모레퍼시픽홀딩스의 2025년 연결

기준 매출은 4조6232억원, 영업이익은 3680억원이다. 전년 대비 매출은 9%, 영업이익은 48% 증가하며 회복 단계에 진입했다. 특히 영업이익은 2019년 이후 6

년 만의 최대 규모다.

아모레퍼시픽홀딩스는 지난 2016년 매출 6조6976억원, 영업이익은 1조828억원까지 찍었으나 이후 2017년 중국의 한화령, 2019년 코로나19 확산 등 악재가 겹치면서 2020년대 들어 매출은 6조 원대에서 4조원대원으로 떨어지는 하락세를 겪어 왔다.

반면, 아모레퍼시픽과 함께 양강 구도를 유지해 온 LG생활건강은 실적 부진을 면치 못했다.

LG생활건강은 2025년 연결기준 매출은 6조3555억원, 영업이익은 1707억원을 기록했다. 전년 대비 매출 감소세는 한 자릿수에 그쳐 7% 감소했으나 영업이익이 반토막 이상 축소돼 63% 줄었다.

애경산업도 매출과 영업이익 모두에서 역성장하면서 경쟁 구도에서 밀려났다. 애경산업의 2025년 연결기준 매출은 6545억원, 영업이익은 211억원이다. 각각 전년 대비 4%, 55% 작아졌다.

에이피알은 창립 이후 11년 연속 성장해 사세를 확장하며 인디 뷰티에서 빅 뷰티로 체급을 키웠다.

에이피알의 2025년 연결기준 매출은 1조5273억원, 영업이익은 3654억원이다. 전년 대비 매출은 111%, 영업이익은 198% 늘어 창사 이래 최대 실적을 올렸다. 영업이익률은 24%로 수익성까지 입증해 업계 주목을 받는다. 같은 기간 아모레퍼시픽의 영업이익률은 8% 수준이다.

한편, K뷰티의 글로벌 경쟁력은 여전히 견고한 것으로 나타났다.

지난 1일 산업통상부에서 발표된 2026년 1월 수출입 동향에 따르면, 1월 화장품 수출액은 전년 동기 대비 36% 증가해 10억3000만 달러다. 역대 1월 화장품 수출 중 최대다. 규모뿐 아니라 증가율은 화장품·농수산식품·생활유아용품·의약품·패션의류 등 5대 유망 소비재 중 화장품이 가장 두드러진 성과를 거뒀다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## 미래산업 ‘판’ 바꾼다… 산업부, 혁신도전형 R&D 시동

‘판기술’ 신규 연구테마 3개 확정  
인공근육 로봇·PFAS-free 전환  
개념 12과제 지원·최대 250억

산업통상부가 미래 산업의 판도를 바꿀 게임체인저 기술 확보를 목표로 한 혁신도전형 연구개발(R&D) 사업에 본격 착수한다.

산업부는 8일 ‘미래 판기술 프로젝트’의 2026년 신규 연구테마 3개를 확정하고, 9일부터 연구자 모집을 위한 과제 공고 시작한다고 밝혔다.

판기술 프로젝트는 글로벌 기술 경쟁이

격화되는 상황에서 기존 정부 R&D 방식에서 벗어나, 실패 가능성을 감수하더라도 전혀 없는 도전을 지원하는 사업이다.

이번에 선정된 연구테마는 ▲인공근육 전신구동 로봇 ▲PFAS-free 전환 ▲End-to-End(E2E) 3D 공간지능 등 3개다. 산업·기술·미래학·SF 전문가 등으로 구성된 ‘판기술 그랜드챌린지위원회’가 8차례에 걸친 심층 토론을 통해 도출했다.

판기술 프로젝트는 세부 기술 사양이나 품목을 미리 정하는 기존 R&D와 달리, 미래 사회에 필요한 ‘연구주제(테마)’만 제시하고 연구자가 자유롭게 기술 개발

방향을 설계하도록 하는 것이 특징이다. 산업부는 올해 3개 테마를 시작으로 2027년 3개, 2028년 4개 등 총 10개 연구테마를 순차적으로 지원할 계획이다. 사업 기간은 2025년부터 2035년까지이며 총사업비는 3026억 원(국비 2726억 원)이다.

‘인공근육 전신구동 로봇’은 사람과 유사한 움직임을 구현하는 차세대 휴머노이드 로봇 개발이 목표다. 기존 관절형 액추에이터 기반 로봇의 한계를 넘어, 좁은 공간에서도 정밀하고 유연한 작업이 가능한 인공근육 기술을 구현하는 것이 관건이다. 기술이 상용화될 경우 돌봄,

재난 대응 등 생활 밀착형 로봇 활용이 기대된다. ‘PFAS-free 전환’은 유럽을 중심으로 강화되고 있는 과불화화합물(PFAS) 규제에 대응해 배터리·반도체 등 첨단산업에 적용 가능한 친환경 소재와 공정을 개발하는 테마다. 그간 각 산업별 PFAS 대체 소재를 개발하기 위한 노력이 일부 있었으나, 판기술 프로젝트를 통해서 PFAS를 대체할 신규 소재의 탐색과 합성부터 공정 개발, 스케일업까지 전 주기에 걸친 근본적 생산방식 전환을 위한 기술개발을 추진한다.

‘E2E 3D 공간지능’은 사진·영상·음성·

텍스트·전파 등 다양한 공간 정보를 하나의 AI 모델이 통합 처리해 상황 예측과 제어까지 수행하는 차세대 인공지능 기술이다. 교통, 공정 운영 등에서 ‘인지-판단-제어’를 동시에 수행하는 기술로, 무사고 도시나 완전 자율 운영 공장 구현이 가능할 것으로 산업부는 보고 있다.

산업부는 각 테마별로 개념연구 과제 4개씩, 총 12개 과제를 선정해 과제당 2억 원을 지원한다. 이후 단계별 경쟁평가를 거쳐 최종 과제에는 최대 250억 원 규모의 대형 R&D 지원을 이어갈 방침이다.

/세종=한용수 기자 hys@

**세계의 Buldak**  
그 완성의 이름은 대한민국입니다

## “세계가 열광하는 K-푸드 대표 주자”

이제 ‘국가가 인정한 브랜드’로 더 높은 곳을 향해 비상하겠습니다

### Buldak, 세계의 문화가 되다

지난 15년, 삼양식품은 ‘불닭(Buldak)’을 전 세계의 언어로 만들었습니다.

유튜브와 틱톡을 휩쓴 수십억 조회수의 불닭 챌린지, 세계의 마트 진열대를 물들인 강렬한 패키징.

불닭은 이미 세계가 즐기는 K-푸드의 상징이자, 문화입니다.

### 글로벌 1등을 완성할 마침표

지금 불닭에 필요한 것은 더 멀리, 더 오래 날기 위한 확실한 날개입니다.

우리 정부가 보증하는 ‘고유 브랜드’라는 날개는 불닭을 모방제품, 유사제품과 명확히 구분해 시장 경쟁력을 높일 것입니다.

또한, 세계 시장에서 하나의 기준으로 자리매김해 글로벌 1위 브랜드로 도약하는 힘이 될 것입니다.

### 대한민국 K-컬처의 자산

불닭의 상표권 확보는 한 브랜드의 성공에 그치지 않습니다.

K-푸드의 수출 길을 넓히고, 대한민국의 브랜드 가치를 세계에 각인시키는 일입니다.

‘대한민국의 이름’으로, 불닭은 세계 무대에서 더 높이 도약하고자 합니다.

가장 한국적인 이름이 가장 세계적인 브랜드가 될 수 있도록 **대한민국이 동행**해 주십시오

**Buldak**은

삼양식품이 소유하고 쌓아 온 고유의 브랜드 자산입니다