

LG전자, 사우스지역 매출 증가 인프라 구축 등 사업 확장 ‘탄력’

편중된 지역 포트폴리오 건전화
국가별 전용가전 통해 경쟁력 확보
브라질 신공장 건설 2억달러 투입

LG전자가 2030년까지 글로벌 사우스 지역에서 매출액 2배 성장이라는 도전적 목표를 세우고 지역 특화 및 현지화 전략에 박차를 가한다.

LG전자는 글로벌 사우스 성장 전략을 주도하는 대표 국가로 꼽히는 인도, 사우디아라비아, 브라질의 지난해 합산 매출액이 6조 2000억원으로 2년 전인 2023년 대비 20% 이상 늘었다고 22일 밝혔다.

LG전자는 이들 국가에서 오는 2030년까지 현재의 두 배로 매출 성장을 만들겠다는 계획을 세웠다. 류재철 CEO 역시 지난해 말 취임 첫 구성원 대상 메시지에서 이러한 목표를 공언한 바 있다. 잠재력이 높은 시장에서 성장을 극대화해 전사 중장기 성장의 발판으로 활용하는 동시에 한국, 북미, 유럽 등 선진 시장에 편중된 지역 포트폴리오를 건전화하겠다는 전략이다.

브라질은 세계 11위 규모 경제력에 저소득층 지원 정책으로 구매력이 높아

지고 있다. LG전자는 브라질에서 현지 생산기반 확충을 통해 본격 시장 공략 준비에 나섰다. 최대 인구 대국 인도는 LG전자가 주요 가전 점유율 1위로 시장을 선도하고 있다. 가전 보급률이 20~30%에 불과해 추가 성장 여력이 매우 크다. 사우디아라비아는 비전 2030 기반 국가 주도 정책 및 개발프로젝트에 연계한 B2G(기업·정부간거래), B2B(기업간거래) 기회가 많다.

LG전자는 브라질 남부 파라나주에 2억 달러 이상을 투입해 연내 가동을 목표로 대지면적 76만7000제곱미터(㎡), 연면적 7만제곱미터 규모 신규 생산시설을 구축한다. 신공장은 프리미엄 및 지역 적합형 제품 생산을 맡는다. 현지 가전수요 확대에 대응해 원가경쟁력 확보에 기여하고, 인근 국가로의 수출 물량을 생산하는 등 남미 가전시장 공략의 교두보 역할을 하게 된다. 건설중인 파라나주 신공장과 북부 아마조나스주 마나우스에 위치한 기존 생산기지를 더하면 LG전자의 브라질 내 프리미엄 가전 및 부품 현지 생산능력은 연간 720만 대까지 늘어날 전망이다.

LG전자는 최근 인도에서 현지 고객

의 취향, 라이프스타일, 구매력 등을 감안해 기획한 인도 전용 가전 ‘에센셜 시리즈’를 선보이고 있다. 에센셜 시리즈는 인도 젊은 중산층 가구로부터 ‘필수 가전’으로 인식되는 세탁기, 에어컨, 냉장고 등으로 구성됐다.

인도 전용 세탁기는 수압이 낮은 지역에서도 안정적인 급수가 가능하도록 설계됐다. 세제가 잘 풀리지 않는 경수(硬水, 센물) 전용 세척기능도 탑재했다. 에어컨은 최대 55도까지 기온이 올라가는 혹독한 현지 여름 날씨에도 강력한 냉방을 제공하도록 설계됐다. 냉장고는 종교적 이유로 채식인구가 많은 문화적 특성을 고려해 신선칸 용량을 대폭 늘렸다. 제품 외관에는 화려한 디자인을 선호하는 취향에 맞춰 반짝이는 꽃무늬 디자인을 적용했다.

사우디아라비아에서는 지난 1995년 최대 가전 유통회사 사커와 파트너십을 시작으로 현지에 진출해 30여년에 걸친 견고한 협력을 이어오고 있다. 양사는 혹서지 환경에 최적의 효율을 내는 HVAC 기술 등 지역 특화 기술 연구개발도 함께 진행하고 있다.

/차현정 기자 hyeon@metroseoul.co.kr



GMC 아카디아(앞쪽)&캐니언.

드날리 라인업 전면... 프리미엄 기준 제시



GM ‘GMC 브랜드’

아카디아, ‘진정한 7인승’ 공간 구현
캐니언, 120년 픽업 헤리티지 담아

브랜드에는 저마다의 시간이 있다. 누군가에게는 유행처럼 스쳐 지나가고, 누군가에게는 세월이 쌓일수록 더욱 깊어지는 신뢰로 남는다.

제너럴모터스(GM)의 프리미엄 스포츠유틸리티차(SUV)·픽업 브랜드 GMC는 후자다. 1902년 첫 바퀴를 굴린 이래 120여년, 오랜 헤리티지와 자신감을 쌓아온 GMC는 지난달 27일 개최한 브랜드데이에서 본격 한국 진출을 선언하며 세계에서 가장 까다로운 한국 고객들에게 120년 브랜드의 진가를 증명하겠다는 의지를 밝혔다.

GMC가 내세운 전략은 명료하다. 타협하지 않겠다는 것. 다양한 트림이 아닌, 가장 정제된 최상위 드날리 라인업만을 한국에 선보이겠다는 결정이 그 철학을 압축적으로 보여준다. ‘프로페셔널 그레이드’라는 브랜드 슬로건은 화려함보다 본질, 과시보다 신뢰, 유행보다 헤리티지 즉, GMC가 120년 동안 고수해 온 가치 체계다.

이날 국내에 공개한 주요 모델에서도 이같은 가치를 확인할 수 있다.

우선 아카디아는 ‘진정한 7인승’ 차량의 압도적인 여유와 지능을 느낄 수 있다. 아카디아는 북미 시장에서 3세대

에 걸쳐 진화하며 고객의 선택을 받아온 검증된 모델로, 국내에는 최상위 트림인 드날리 얼티미트 단일 구성으로 출시되어 GMC가 지향하는 완성도 높은 프리미엄의 기준점을 제시한다. 2:2:3 시트 배열을 갖춘 이 정통 7인승 대형 SUV는 성인 남성도 장시간 편안한 3열 거주성(헤드룸 979mm, 레그룸 816mm)과 시트를 모두 접을 시 최대 2758L에 달하는 동급 최대 적재 공간을 확보해 차원이 다른 진짜 7인승 공간을 구현했다.

캐니언은 GMC의 120년의 전문 엔지니어링 노하우로 완성된 프리미엄 중형 픽업으로, 드날리 단일 트림으로 출시된다. 픽업 트럭은 투박하다는 편견은 캐니언 앞에서 무너진다. GMC 120년 픽업 헤리티지의 결정체인 캐니언은 풀사이즈 픽업 실버라도를 통해 검증된 2.7L 터보 직분사 가솔린 엔진으로 최고출력 314마력, 최대토크 54kg·m를 발휘하며, 3493kg에 달하는 견인력과 통합형 트레일러 브레이크 시스템을 기본 탑재해 중형 픽업의 한계를 넘어선다.

아카디아와 캐니언이라는 두 축을 중심으로, GMC는 국내 소비자들에게 프로페셔널 그레이드의 진정한 의미를 전달해 나갈 것이다. 단순히 차를 파는 것에 그치지 않고, 캐딜락과 통합된 전국 단위의 검증된 서비스 네트워크를 통해 고객이 차를 소유하는 모든 순간을 드날리급으로 관리하겠다는 전략이다.

/양성운 기자 ysw@

배터리업계, 전고체 중심 중장기전략 재정비

삼성SDI 시제품 검증, 투자재원 마련
LG엔솔 EV·로봇 등 상용화 목표 제시
SK은 솔리드파워 협력 등 개발 속도



‘인터배터리’ 전시회에서 공개된 삼성SDI의 전고체 배터리 목업. /삼성SDI

전기차 배터리 업황 둔화로 실적이 악화된 가운데 국내 배터리 업계가 전고체 배터리를 축으로 중장기 전략을 재정비하고 있다. 수익성 압박이 이어지는 상황에서도 차세대 기술 투자를 지속, 2030년 전후 시장 주도권 확보에 힘을 쏟고 있다.

22일 업계에 따르면 삼성SDI와 LG에너지솔루션, SK은은 전고체 배터리를 미래 성장의 핵심 축으로 삼고 양산 준비와 기술 고도화를 병행하고 있다.

삼성SDI는 2023년 수원 연구소에 전고체 배터리 파일럿 라인을 설치하고 시제품 생산에 착수했다. 현재 여러 고객사에 샘플을 공급해 성능 검증을 진행하고 있다.

대규모 투자 재원 마련 작업도 동시

에 추진하고 있다. 보유 중인 삼성디스플레이 지분 15.2%를 매각해 최대 10조 원대 자금을 확보한다는 구상이다. 조 단위 적자가 이어지는 상황이지만 전고체 배터리 등 미래 성장 분야 투자를 이어나가기 위한 조치로 풀이된다. 올해는 시설투자(CAPEX) 규모를 전년 대비 소폭 조정해 효율성을 높이면서도, 핵심 기술 분야에 대한 투자는 지속해 중장기 경쟁력 확보에 집중할 방침이다.

LG에너지솔루션은 2029년까지 전기차(EV)용 흑연계 전고체 배터리를,

2030년까지 휴머노이드 로봇용 전고체 배터리를 상용화하겠다는 목표를 제시했다. 건식전극 공법을 통해 설비 투자비와 공정 비용을 낮추며 양산 경쟁력을 확보하겠다는 전략도 병행하고 있다.

SK은은도 2029년 상용화를 목표로 전고체 배터리 개발을 추진하고 있다. 대전 미래기술원 내 전고체 배터리 파일럿 플랜트를 설치하고 황화물계 전고체 배터리와 리튬 메탈 배터리 등을 개발 중이다. 솔리드파워와 협력, 셀 설계 및 공정 기술 연구개발을 진행하고, 황화물계 고체 전해질을 공급받는 방식으로 개발 속도를 높이고 있다.

일각에서는 기술 완성도와 경제성 확보가 관건이라는 분석이 나온다.

업계 한 관계자는 “대량 생산과 경제성 확보가 가장 중요하다”며 “양산형 제품이 본격적으로 시장에 자리 잡기까지는 최소 5년 정도는 더 필요할 것”이라고 말했다.

/원관희 기자 wkh@

차세대 갤럭시 디바이스 ‘퍼플렉시티’ 탑재

삼성전자 다양한 AI 에이전트 제공

삼성전자가 차기 갤럭시 플래그십 디바이스에 더욱 다양한 AI 에이전트 옵션을 제공해 사용자에게 더욱 최적화된 AI 경험을 지원할 예정이다.

삼성전자는 차기 갤럭시 플래그십 디바이스에 새로운 AI 에이전트인 ‘퍼플렉시티’를 추가로 탑재한다고 22일 밝

혔다.

사용자는 퍼플렉시티 AI 에이전트를 통해 삼성 노트, 갤럭시, 리마인더 등 앱을 직접 실행하지 않고도, 음성 명령어로 쉽게 작업을 수행할 수 있다.

예를 들어, 사용자가 음성 명령어 ‘헤이 플렉스’로 AI 에이전트를 호출한 후, “2월 26일 오전 3시에 갤럭시 연팩 2026 시청하게 리마인더에 등록해줘”라

고 말하면 리마인더 앱을 실행하지 않아도 작업을 수행할 수 있다.

삼성전자 MX사업부 개발실장 겸 최고 운영책임자(COO) 최원준 사장은 “삼성전자는 개방형 협업을 바탕으로 갤럭시 기기의 AI 경험을 확대하고 AI 생태계를 확장해 왔다”며 “이를 통해 사용자의 선택권이 확대 되었을 뿐 아니라 에이전트를 플랫폼에 통합해 사용자가 손쉽게 사용함으로써 AI 경험의 대중화를 선도하고 더 쉽고 편리한 맞춤형 모바일 경험을 제공할 것”이라고 말했다.

/차현정 기자

삼성전자, 美 주택단지에 ‘데이코’ 가전 공급

데이코 라인업 통해 B2B 시장 공략

삼성전자가 럭셔리 빌트인 주방 브랜드 ‘데이코’ 가전을 플로리다주 비에라의 고급 주택단지 ‘아리페카’ 전 세대에 공급한다고 22일 밝혔다.

올랜드 인근에 위치한 비에라는 우주항공 산업의 중심지로 유명한 ‘스페이스 코스트’에 위치해있으며, 고급 주거 환경을 갖춘 것이 특징이다.

‘아리페카’ 단지에 적용되는 데이코 가전은 ▲1도어 컬럼 냉장·냉동고 ▲풀컬럼 와인셀러 ▲식기세척기 ▲48형 듀얼 스팀 레인지 ▲프로 캐노피 월 후드 등 총 6종이다.

삼성전자는 미국 시장에 데이코 등 B2B 가전을 적극 공급하며, 주요 건설사를 대상으로 기업 간 거래(B2B) 확대에 주력하고 있다.

플로리다 지역 내 신뢰받는 ‘파크 스퀘어 홈즈’, ‘존스 홈즈’가 공급하는 단독 주택에도 데이코 가전을 공급 예정이다.



삼성전자 럭셔리 빌트인 주방 브랜드 ‘데이코(Dacor)’ 가전이 플로리다주 비에라(Viera)의 고급 주택단지 ‘아리페카(Aripeka)’에 공급됐다. /삼성전자

삼성전자 DA사업부 이상직 부사장은 “아리페카에 데이코를 공급하게 된 것은 북미시장에서 삼성의 기술력과 브랜드 신뢰도가 인정받은 결과”라며 “고급스러운 디자인과 뛰어난 성능, 스마트싱스를 통한 연결성까지 두루 갖춘 데이코 라인업을 통해 북미 B2B 시장을 적극 공략해 나갈 것”이라고 말했다.

/차현정 기자