

LGD·이노텍, 순이익 8000억 격차 사업구조·재무체질 그대로 드러나

양사 1분기 매출 5.5조대 기록
LG이노텍, 반도체 기반 수익 증대
LGD, 외화부채 환산손실 확대

LG이노텍과 LG디스플레이(LGD)가 2026년 1분기에 나란히 5조5000억 원대 매출을 기록했지만, 당기순이익에서는 8000억원을 웃도는(8048억원) 격차가 벌어졌다. 매출은 같았지만 수익의 질은 크게 엇갈렸다. LG이노텍은 순이익 2291억원을 기록한 반면 LGD는 순손실 5757억원을 냈다. 양사의 매출 차이는 사실상 동물인 8억원에 불과했다. 같은 애플 공급망에 속했지만, 두 회사의 사업 구조와 재무 체질 차이가 이번 실적에서 그대로 드러났다는 분석이다.

LGD와 LG이노텍은 각각 지난 23일과 27일 공시를 통해 2026년 1분기 실적을 발표했다. LGD는 매출 5조5340억원, 영업이익 1467억원을 기록했다. 영업이익은 전년 동기 대비 338% 증가하며 2021년 이후 1분기 기준 최대치를 기록했다. LG이노텍은 매출 5조5348억원, 영업이익 2953억원을 기록했다. 매출은 전년 동기 대비 11.1% 증가해 1분기 기준 최대 실적을 기록했다.

양사 모두 비수기에도 영업흑자를 유

지했지만, 당기순이익에서는 격차가 확대됐다.

이노텍 실적의 핵심은 카메라 모듈과 고사양 기관 등 고부가 부품의 동반 성장이다. 비수기에도 아이폰 고사양화에 따른 모바일 카메라 모듈 수요가 견조했고 FC-BGA·FC-CSP 등 반도체 기반 공급도 호조를 이어갔다.

특히 반도체 기반 사업은 카메라 모듈 대비 높은 수익성을 바탕으로 이익 기여도를 빠르게 높이고 있다. AI 데이터센터 투자 확대와 함께 반도체 기관 시장이 모바일 중심에서 AI·서버 중심으로 재편되는 흐름 속에서 이노텍은 해당 수요를 흡수하며 수익성을 끌어올리고 있다. 이에 따라 회사는 AI·고성능 컴퓨팅(HPC)용 FC-BGA 공급 확대와 함께 생산능력 확충을 추진 중이다.

반면 LGD는 영업흑자를 냈지만 순손실을 기록했다. OLED 매출 비중이 60%까지 확대되며 계절적 비수기에도 OLED 중심의 수익 구조 전환이 수차례 확인됐다.

시장조사업체 유비리서치는 글로벌 중대형 OLED 시장이 2026년 약 115억 달러에서 2030년 200억 달러로 확대될 것으로 내다봤다. 이는 중대형 OLED 수요 기반이 확대되고 있음을 보

여준다.

다만 순손실은 영업 외 요인에서 발생했다. 1분기 원·달러 환율이 1400원대를 유지하는 가운데 환율 변동에 따라 수백억원 규모 손익 변동이 발생하는 구조여서 외화부채 환산손실이 확대됐다. 부채비율은 251% 수준으로 재무 건전성 개선이 과제로 남아 있다.

하반기를 앞두고 LGD에 유리한 외부 변수도 거론된다. 중국 BOE의 OLED 패널 수출 이슈가 이어지면서 일부 프리미엄 제품군에서 공급 공백이 발생했고, 이 영향으로 LGD의 공급 입지가 유지될 가능성이 제기된다. 다만 글로벌 경쟁 심화 속에서 기술 격차를 지속적으로 확보하는 것이 관건으로 꼽힌다.

두 회사의 전략 방향도 같긴다. 이노텍은 애플 공급망을 기반으로 반도체 기관 등으로 사업을 확장하며 수익성을 강화하고 있다. LGD는 애플 의존도를 관리하면서 IT·모니터·차량용 OLED로 무게중심을 이동하고 있다. 하반기 이노텍은 아이폰 신제품 사이클과 AI 기관 수요 향방이, LGD는 외화부채 관리와 OLED 전환 완성도가 향후 실적 방향을 가를 핵심 변수로 작용할 전망이다.

/구남영 기자

koogija_tea@metroseoul.co.kr



metro



SK네트웍스 AI WAVE 2025 행사장에서 최성한 SK네트웍스 사업총괄 사장과 업스테이지 김성훈 대표가 대담하는 모습. /SK네트웍스

SK네트웍스, 자회사 AI 혁신 가속화

최성한 사장 등 경영진 생태계 확장 행보

SK네트웍스가 각 자회사별로 AI를 실질적으로 사업에 적용해 웰니스, 호텔, 데이터, 마케팅 등 다양한 분야에서 혁신을 가속화하고 있다고 28일 밝혔다.

SK인텔릭스는 AI 웰니스 로보틱스 브랜드 '나무엑스'를 통해 에어솔루션, 비접촉 바이탈 체크 등의 첨단 기능을 선보이고 있다. 최근에는 '팔로우미' 등 신기능을 무선 소프트웨어 업데이트로 추가해, 사용자를 인식해 따라다니는 등 실시간 인터랙션을 강화했다.

위커텔 호텔엔리조트는 국내 호텔업계 최초로 ChatGPT-4o 기반 AI 안내 서비스 '위커텔 AI 가이드'를 도입해 고객 맞춤형 안내와 예약 서비스를 제공하고 있다. AI 가이드는 호텔 정보, 이벤트, 액티비티 추천, 레스토랑 예약 등 실시간 대화형 안내 기능을 갖췄으며 향후 객실 예약 정보 조회, 객실 내 AI 기반 예약 기능 등으로 서비스 고도화를 준비 중이다.

엔코어는 AI가 데이터를 정확히 이해하고 활용할 수 있도록 데이터 표준화·거버넌스·자동화 등 'AI Ready Data' 플랫폼 사업을 추진 중이다. 기업이 보유한 데이터를 AI가 스스로 찾고 이해할 수 있도록 데이터 맥락 지도, 자동화 에이전트 등 다양한 솔루션을 제공하며 파트너 생태계 확장 및 업스테이지와의 협업을 통해 AI 데이터 플랫폼 사업의 외연을 넓히고 있다.

마케팅 전문 기업 인크로스는 생성형 AI 배너 제작 에이전트 '리사이즈드'를 개발·운영하며 원본 디자인 하나만 업로드하면 다양한 광고 플랫폼 규격에 맞춰 배너를 자동 변환·생성하는 등 마케팅 자동화 혁신을 이끌고 있다.

SK네트웍스는 AI 사업 혁신의 토대 위에서 글로벌 AI 생태계 구축과 네트워크 확장에도 적극 나서고 있다. 글로벌 기술 네트워크 '하이코시스템'을 통해 세계 각지의 석학, 기술 전문가, 유망 스타트업과의 협력 관계를 넓혀왔으며, 'SK네트웍스 AI WAVE'와 같은 오픈 이노베이션 행사를 통해 다양한 혁신 기업과 투자자들이 모여 AI 산업의 미래와 협력 방안을 논의하고 있다.

경영층의 AI 생태계 확보를 위한 행보도 눈에 띈다. 최성한 사업총괄 사장은 올해에도 디베시 마칸 아이코닉커피 탈 설립자, 사라 프라이어 오픈AI CFO, 아르튀르 맨슈 미스트랄 AI CEO 등 글로벌 기술업계 주요 인사들과 연이어 만남을 가지며 AI 시장의 전망과 협력 방안에 대해 의견을 교환하고, 네트워크를 강화하고 있다.

SK네트웍스 관계자는 "AI 중심 사업지주회사로서 사업 혁신, 생태계 확장, 구성원 역량 내재화가 모두 중요하다"며 "앞으로도 AI 전략 방향성 아래에서 내부 구성원들의 탄탄한 AI 역량과 넓은 시야를 바탕으로 혁신 사업 모델을 지속적으로 선보여 나가겠다"고 밝혔다. /차현정 기자 hyeon@

신제품

삼성전자 32형 '스페이셜 사이니지'

삼성 VXT 신기능 대거 탑재

삼성전자가 무안경 3D 디스플레이 32형 '스페이셜 사이니지' 신제품을 출시한다.

28일 삼성전자에 따르면 '삼성 스페이셜 사이니지'는 회사의 독자 기술인 '3D 플레이트'를 적용해 3D 전용 안경 없이도 마치 화면 안쪽에 또 하나의 공간이 있는 듯한 입체감을 제공하는 차세대 혁신 디스플레이다.

삼성전자는 올해 초 선보인 85형 제품에 더해, 소규모 상품의 전시 주목도를 높이기 위한 32형 신제품을 선보이며 라인업을 확대했다.

32형 신제품은 FHD(1,080x1,920) 해상도와 9:16 화면비를 적용해 신발, 주얼리 등 전시 상품의 정면·측면·후면 등을 아우르는 360도 회전 영상을 실감나게 구현할 수 있다. 49.4mm의 얇은 두께에도 불구하고 마치 화면 안쪽에 또 하나의 공간이 있는 듯한 입체감을 구현하며, 제품을 진열하지 않고도 실물을 보는 듯한 생생한 경험을 선사한다.

스페이셜 사이니지를 비롯한 삼성 사 이니지 제품의 사용 편의성과 운영 효율을 높여주는 삼성 VXT도 신기능을 대거 탑재했다.

아울러 삼성 VXT의 원격 관리와 콘텐츠 운영 기능도 대폭 강화됐다. 연결된 스크린의 밝기, 음량, 전원 등을 미리 설정한 후 원하는 시간대에 맞춰 자동으로 원격 관리할 수 있는 스케줄링 기능이 새롭게 적용됐다. /차현정 기자 hyeon@

한화솔루션, 전 사업 흑자전환

1분기 매출 3.8조, 영업이익 926억
美 태양광·케미칼 부문 수익 개선

한화솔루션이 올해 1분기 전 사업 부문에서 흑자를 냈다. 미국 태양광 사업은 통관 차질 해소 이후 공장 가동과 모듈 판매가 회복됐고 케미칼 부문도 비수익 사업 정리와 생산 효율화 효과가 더해지며 수익성 회복을 이끌었다.

한화솔루션은 28일 올해 1분기 연결 기준 매출 3조8820억원, 영업이익 926억원을 기록했다고 공시했다. 지난해 같은 기간보다 매출은 25.4%, 영업이익은 205.5% 증가했다. 영업이익은 2025년 2분기 이후 3분기 만에 흑자 전환했다.

사업 부문별로는 신재생에너지 부문 매출 2조1109억원, 영업이익 622억원으로 집계됐다. 계절적 비수기에도 2분기 연속 2조원대 매출을 유지했다. 지난해 발생한 미국향 셀 통관 지연 이슈가 해소되면서 현지 공장 가동이 정상화됐고 설계·조달·시공(EPC) 프로젝트 공정 진행 확대도 모듈 판매량도 늘었다.

미국 내 정책 환경도 실적에 영향을 줬다. 미국 상무부는 올해 2월과 4월 인도·인도네시아·라오스산 태양광 제품에 대해 103~249% 수준의 반덤핑 및 상계 관세 예비판정을 내렸다. 수입 제품에 대한 관세 장벽이 높아지면서 현지 생산 기반을 갖춘 기업의 판매 여건이 개선되는 흐름이다.

2분기에는 미국 내 수요를 바탕으로



한화 본사 전경.

/한화솔루션

모듈 판매 확대와 가격 인상이 추진된다. EPC 프로젝트 물량 증가와 개발자 산 매각까지 반영되면서 영업이익이 개선될 것으로 예상된다.

케미칼 부문은 매출 1조3401억원, 영업이익 341억원으로 집계됐다. 매출은 전년 동기 대비 24.8% 증가했고 영업이익은 2023년 3분기 이후 2년 만에 흑자로 돌아섰다. 비수익 사업 정리와 생산 라인 합리화, 운영 효율화가 수익 구조 개선으로 이어졌다.

폴리염화비닐(PVC) 해외 사업은 흑자로 전환됐고 가스소다 사업은 전력비용 절감 효과가 반영됐다. 첨단소재 부문은 매출 2856억원, 영업이익 122억원으로 집계됐다. 전년 동기 대비 매출은 4.3% 증가했으며 영업이익은 흑자 전환했다. 태양광 소재는 원가 구조 개선과 미국 시장 판매 확대가 반영됐고 경량복합소재는 해외 수출 물량 증가와 환율 영향이 더해졌다. /원관희 기자 wkh@

LG전자, TV 신제품 ESG 인증 줄이어

카본트러스트 등 ESG 경쟁력 입증

LG전자 2026년형 TV 신제품이 국내외 유력 인증기관으로부터 탄소 저감, 플라스틱 감축, 재활용 소재 사용 등 ESG 관련 세 가지 인증을 잇따라 획득했다.

LG전자는 2026년형 올레드 TV가 최근 영국 비영리 인증기관 '카본트러스트'로부터 '탄소 발자국' 인증을 받았다고 28일 밝혔다. 이로써 프리미엄 TV의 대명사인 LG 올레드 TV는 2021년부터 6년 연속 탄소 발자국 인증을 획득하며 ESG 경쟁력을 인정받은 것이다.

카본트러스트는 제품 생산부터 유통, 사용, 폐기까지의 모든 과정에서 발생하는 이산화탄소 배출량과 환경에 미치는 영향을 종합적으로 평가해 탄소 발자국 인증을 부여한다. 특히 기존 동급 모델과 비교해 탄소 발생량이 감소한 제품에는 '탄소 저감' 인증을 수여한다. 2026년형 LG 올레드 TV는 G6(83/77/65형) 모델이 탄소 저감 인증을 받았다. 또 LG전자가 올해 출시한 올레드 신제

품 전 모델(W6·G6·C6·B6)은 글로벌 시험인증기관인 인터텍의 '자원효율 인증'을 획득해 제품의 지속 가능성을 입증했다.

이 인증은 ▲재료사용 효율성(재활용 설계, 유해물질 저감, 수리 용이성 등) ▲에너지 효율성 ▲재활용 소재 사용 등 엄격한 심사에서 제품의 지속가능성을 입증해야만 받을 수 있다.

올레드 TV는 별도의 백라이트가 없어 LCD TV 대비 필요한 부품이 적다. LG전자는 여기에 더해 가벼운 복합섬유 소재를 올레드 TV에 적용해 같은 크기의 주요 브랜드 LCD TV보다 플라스틱 사용량을 40% 수준으로 줄였다. 이에 따라 LG전자가 올해 올레드 TV 제조에 사용하는 플라스틱 사용량은 동일한 수량의 LCD TV 대비 약 1만5000톤 적을 것으로 예상된다.

올레드 TV뿐만 아니라 LG전자의 프리미엄 LCD TV인 마이크로 RGB 에보도 우수한 에너지 효율 설계 등을 인정받아 자원효율 인증을 획득한 바 있다.

/차현정 기자