

# LG전자, HS·VS 합산 매출 10조 돌파... 영업이익 33% ↑

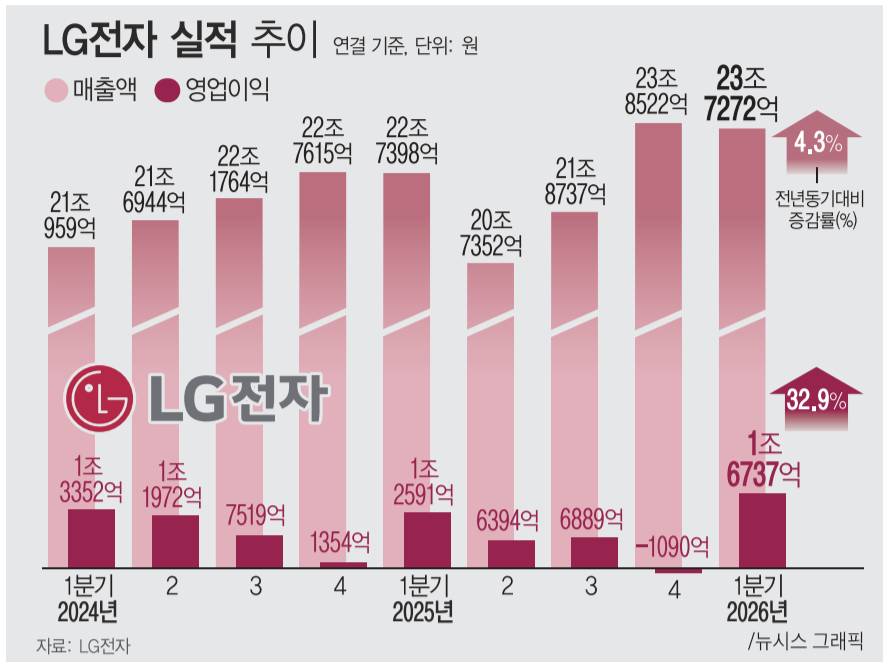
(가전·전장)

1분기 매출 23.7조... 전년비 4.3% ↑ 생활가전 등 프리미엄 리더십 주효 B2B·플랫폼·D2X 사업 성장 지속

LG전자가 경기 불확실성 속에서도 생활가전과 TV 등 주력 사업의 프리미엄 리더십을 바탕으로 호실적을 냈다. 기업 간 거래(B2B) 성장의 핵심 축인 전장 사업도 안정적인 성장세를 이어갔다. 특히 생활가전을 담당하는 HS사업본부와 전장 사업의 VS사업본부 합산 분기 매출은 처음으로 10조원을 넘어섰다.

LG전자는 연결 기준 올해 1분기 영업이익이 1조 6737억원으로 지난해 동기보다 32.9% 증가한 것으로 잠정 집계됐다고 29일 공식했다. 매출은 23조 7272억원으로 작년 동기 대비 4.3% 증가했다. 순이익은 1조 519억원으로 14.8% 늘었다.

수익성 기반 질적 성장을 견인하는 B2B, 플랫폼, D2X 사업 성장도 지속됐다. 1분기 B2B 매출액은 전분기 대비 19%, 전년 동기 대비 1% 늘어난 6조



5000억 원이다. 전사 매출에서 B2B 사업군이 차지하는 매출 비중은 36%를 기록했다. 제품과 서비스 매출을 포함한 구독사업의 1분기 매출은 전분기 대비 8%, 전년 동기 대비 15% 늘어난 6400억 원을 기록했다.

사업부문별로 보면 HS사업본부 매출액 6조 9431억원, 영업이익 5697억 원을 기록했다. 매출액은 전 분기를 통틀어 최대치다. 손익 측면에서도 원자재 가격 상승과 미국 관세 영향이 있었지만 8.2%의 견조한 수익성을 기록했

다. 시장 수요 변화에 맞춰 프리미엄과 볼륨존을 동시에 공략하고 온라인, 가전구독 비중을 확대하는 전략이 주효했다. 2분기는 제품 라인업 강화, 글로벌 사우스 공략 등으로 매출 성장세를 이어간다.

TV·모니터 등을 담당하는 MS사업본부는 매출액 5조 1694억원, 영업이익 3718억원을 기록했다. 영업이익은 전년 동기 대비 대폭 늘었고, 전분기 대비로도 흑자 전환했다. 프리미엄 판매 호조와 webOS 플랫폼 사업 성장에 마케팅비용 효율화, 고정비 축소 등 노력이 더해졌다. 2분기는 스포츠이벤트 대응과 수익성 확보를 최우선으로 사업을 운영한다.

VS사업본부는 매출액은 3조 644억원, 영업이익은 2116억원이다. 매출액과 영업이익 모두 전 분기를 통틀어 최대치를 경신했다. 차량용 인포테인먼트 솔루션의 프리미엄화와 적용모델 확대 추세에 유럽 완성차 업체를 중심으로 판매가 늘었다. 특히 분기 영업이익률은 분부 출범 이후 처음으로 6%를 크게 상회했

다. 이는 전장 사업이 수주 기반의 안정적인 성장을 거듭하고 있는 점을 감안할 때 주력사업인 생활가전에 이어 B2B 분야 안정적인 캐시카우 사업으로 자리매김하는 것이라 전사 사업 포트폴리오 관점에서 의미도 매우 크다.

공조사업을 담당하는 ES사업본부는 매출액 2조 8223억 원, 영업이익 2485억 원을 기록했다. 중동전쟁으로 인한 소비 심리 위축과 핵심사업 인력 충원에 따른 인건비 증가 등으로 매출과 영업이익이 전년 동기 대비 줄었다. 북미 유니터리, 유럽 히트펌프 등 지역 맞춤형 제품 판매와 설치·운영·유지보수 등 Non-HW 기반 사업을 지속 확대해 나갈 계획이다. 에너지 효율 측면에서 경쟁력을 높이기 위해 공랭식 외 차세대 기술인 액체냉각 등으로 라인업을 확대한 통합 솔루션으로 인공지능 데이터센터(AIDC) 냉각솔루션 사업 기회 확보도 주력한다.

/차현정 기자

hyeon@metroseoul.co.kr



metro

## “히트펌프 기술 기반 탄소중립 시장 공략”

### 삼성전자 미디어 브리핑

국내 기후특성에 맞춰 최적 작동 “전기 난방화 전환 핵심역할 수행”

“삼성전자 히트펌프는 전기 난방화 전환과 탄소 중립을 위한 핵심 솔루션이다. 안정적 난방 성능과 에너지 효율을 높이는 혁신을 지속하겠다.”

송병하 삼성전자 DA사업부 그룹장은 29일 서울 중구 삼성전자 기자실에서 열린 ‘히트펌프 기술 미디어 브리핑’에서 이같이 말했다. 글로벌 탄소중립 기조와 전기 난방 전환 정책이 확산하는 가운데 삼성전자는 관련 신제품 출시와 서비스·인프라 구축을 통해 관련 시장 공략에 본격 나선다는 방침이다.

삼성전자 히트펌프 솔루션은 대용량 열교환기가 탑재됐고 압축기 내부 밸브가 한층 효율적인 구조로 설계돼 압축과 정에서의 에너지 손실을 최소화한다.

삼성전자는 이 같은 히트펌프 기술력을 집대성해 지난 20일 성능과 효율, 탄소 저감을 모두 강화한 한국형 ‘EHS 히트펌프 보일러’ 신제품을 출시했다. 이 제품은 공기의 열을 물로 전달하는 ‘에어 투 워터(A2W)’ 방식을 채택해 온돌 주거 문화에



송병하 삼성전자 생활가전(DA) 사업부 에어 솔루션팀 그룹장이 29일 중구 태평로빌딩에서 열린 미디어 브리핑에서 한국형 ‘EHS 히트펌프 보일러’를 신제품을 소개하고 있다.

/삼성전자

최적화했으며, 기존 보일러 시스템과 호환성이 높아 설비 변경 부담이 적다.

아울러 삼성전자의 히트펌프 솔루션은 외기 온도 및 운전 조건에 따라 시스템을 최적 제어해 불필요한 에너지 소비를 줄이고 안정적인 난방 성능을 유지한다. 특히 국내 기후 특성에 맞춰 영하 25도 극저온 환경에서도 동작이 가능하며 영하 15도에서도 최대 70도의 고온수를 안정적으로 공급한다. 여기에는 냉매 분사 방식인 ‘플래시 인젝션’ 기술

과 고효율 압축 기술이 핵심적인 역할을 한다.

국내 아파트 중심 주거 환경에 맞춘 히트펌프 적용 솔루션 개발도 검토 중이다. 송 그룹장은 “현재 제품은 단독주택에 최적화돼 있지만 고층 아파트 적용 확대를 위해 삼성물산과 함께 하중·전력량 등 구조적 제약을 고려한 최적 솔루션을 연구하고 있다”며 “향후 관련 결과를 공개할 방침”이라고 설명했다.

회사는 글로벌 히트펌프 시장에도 속도를 낸다는 방침이다. 글로벌 히트펌프 시장의 약 50%를 차지하는 유럽을 비롯한 미국, 일본, 중국 등 주요국들은 탄소 중립을 위해 히트펌프 지원 정책을 확대하고 있다.

국내에서도 정부가 ‘2050 탄소 중립’ 목표에 따라 이달 히트펌프 보급 사업을 발표했으며 2035년까지 350만대 대상으로 지원 대상 확대할 예정이다.

향후 시장 공략 방향도 제시했다. 송 그룹장은 “올해는 한국 시장에서 점유율 보다는 소비자들에게 신뢰할 수 있고 믿을 수 있는 제품을 전달하고 안정적으로 운영하는 데 집중할 것”이라고 말했다.

/차현정 기자

## 기아, 6월부터 멕시코 공장 EV3 생산

연간 약 11만대 생산 전망

기아가 오는 6월부터 멕시코 몬테레이 공장에서 소형 전기 스포츠유틸리티차(SUV) EV3 생산을 본격화하며 글로벌 전기차 영토 확장에 나선다. 이번 결정은 급변하는 글로벌 무역 환경에 대응하고 가격 경쟁력을 확보하기 위한 전략적 선택으로 풀이된다.

29일 완성차 업체에 따르면 기아는 멕시코 몬테레이 공장에서 6월 말부터 소형 전기 SUV EV3의 생산에 돌입한다. 기존 기아 오토랜드 광명에서 생산하고 있는 EV3 물량은 유지할 방침이다.

기아는 멕시코 공장에서 현재 K3와 K4, 현대차 투싼 등 내연기관 차량만 생산하고 있다. 이번에 EV3를 생산하면 처음으로 전기차를 생산하게 된다.

기아는 이번 생산을 통해 관세 장벽과 보조금 혜택 ‘두마리 토끼’를 잡는다는 전략이다.

멕시코 생산의 가장 큰 목적은 미국의

인플레이션 감축법(IRA)에 대응이다. 멕시코는 미국·캐나다와 체결한 북미자유무역협정(USMCA) 체결로 현지 생산 시 최대 7500달러(약 1000만원)의 세액 공제 혜택을 받을 수 있다. 또 최근 강화된 미국 정부의 고율 관세(15~25%) 부담을 피할 수 있어 북미 시장 내 가격 경쟁력을 획기적으로 높일 수 있다. 또 원가 절감과 물류 효율 극대화도 기대할 수 있다. 멕시코는 인건비 등 생산 비용이 저렴하다는 점에서 보급형 전기차인 EV3의 수익성을 높일 수 있다.

현재 한국에서 생산하고 있는 기아 오토랜드 광명에서 전량 생산 중인 EV3 물량을 멕시코와 분담함으로써 공급 안정성을 확보하게 된다. 멕시코 공장은 연간 약 11만 대의 EV3 생산 역량을 갖출 것으로 보이며, 이를 통해 북미는 물론 중남미 시장까지 공략 범위를 넓힐 계획이다.

이 외에도 올 하반기에는 K4 하이브리드 등 친환경차 생산 라인업을 확대할 예정이다.

/양성운 기자 ysw@

## KG모빌리티, 무쏘 등 글로벌 수출 박차

제품 라인업 확대·현지 마케팅 강화

KG 모빌리티(이하 KGM)가 튀르키예에 시장 공략 강화를 위해 제품 라인업 확대와 체험 행사 등 공격적인 마케팅을 진행한다.

KGM은 최대수출국인 튀르키예에서 해외 딜러와 기자단을 초청해 무쏘 첫 글로벌 론칭 행사를 갖고 수출 시장 공략에 나선다고 29일 밝혔다.

지난 28일과 29일(현지시간) 튀르키예 카파도키아 메리어트 호텔에서 진행된 행사에는 KGM 광재선 회장과 광정현 사장을 비롯해 튀르키예와 유럽, 중남미, 아시아, 중동 등 31개국 딜러 및 기자, 인플루

언서 170여 명이 참석했다. 광재선 KGM 회장은 인사말을 통해 “이번 론칭을 시작으로 개별 국가별 무쏘 출시 확대는 물론 차별화된 마케팅 전략과 현지 딜러와의 소통 및 협력 강화를 통해 판매 물량을 더욱 늘려 나갈 것”이라고 말했다.

KGM은 지난 2월 독일에서 대규모 딜러 콘퍼런스를 가진 데 이어 이달 초에는 액티언 하이브리드를 론칭하며 시승 행사를 가졌으며, 지난 달에는 본격적인 베트남 시장 진출을 앞두고 광재선 회장이 KD파트너사인 FUTA(푸타) 그룹의 Kim Long Motors(김롱모터)와 간담회를 갖는 등 글로벌 시장 공략에 박차를 가하고 있다.

/양성운 기자

## 한화에어로, 항공무장 국산화 기술 공개

‘한화 테크 아카데미 2026’ 개최

한화에어로스페이스가 항공무장과 탄약 기술 국산화를 통해 자주국방 역량 강화와 K방산 수출 확대에 나선다.

한화에어로스페이스는 서울 중구 한화빌딩에서 ‘한화 테크 아카데미 2026’을 열고 항공무장 국산화를 위한 핵심 기술을 공개했다고 29일 밝혔다.

‘한화 테크 아카데미 2026’에서는 덕

티드 램제트 추진기관 기술을 중심으로 항공무장 개발 방향이 소개됐다. 덕티드 램제트 추진기관은 비행 중 흡입한 공기로 고체연료를 태워 추진력을 얻는 미사일 추진기관이다. 별도 산화제 탑재 부담을 줄일 수 있어 사정거리 확대와 급가속, 고속 유지에 유리한 기술로 평가된다.

K9 자주포에 사용되는 155mm 포탄의 명중률을 높이는 첨단 탄약 기술도 소개

됐다. 정밀유도포탄은 GPS(위성항법장치)와 INS(관성항법장치)가 결합된 통합항법장치, 유도제어장치, 꼬리날개 등을 탑재해 적 핵심 시설을 정밀 타격할 수 있는 지능형 포탄이다.

포탄 비행 중 제적을 수정해 명중률을 높이는 탄도수정신관 기술도 공개됐다. 사정거리가 길어질수록 정확도가 떨어지는 문제를 보완할 수 있고 기존 탄약의 신관을 탄도수정신관으로 교체해 사용하는 것도 가능해 활용도가 높다.

/원관희 기자 wkh@