

삼성전자, 스마트폰·TV 점유율 1위 '프리미엄 경험·AS 경쟁력' 통했다

중남미 등 스마트폰 점유율 확대
2분기 신규 A시리즈 출시 예정
1~3월 글로벌 TV 출하량 증가

삼성전자가 글로벌 스마트폰 시장 수요 둔화와 메모리 가격 급등 등 악조건 속에서도 스마트폰과 TV 시장에서 출하량 및 점유율 1위를 차지하며 글로벌 시장 리더십을 이어가고 있다.

25일 시장조사업체 옴디아에 따르면 삼성전자는 올해 1분기 중남미 스마트폰 시장에서 1290만대를 출하하며 점유율 37%로 1위를 기록했다. 출하량은 전년 동기 대비 9% 증가했으며 이는 2023년 1분기 이후 가장 높은 분기 점유율이다. 중남미 전체 스마트폰 시장은 같은 기간 3% 성장한 3480만대를 기록했다.

옴디아는 "프리미엄 수요가 500달러 이상 구간에서 견고하게 유지된 가운데, 삼성전자가 폭넓은 가격대의 제품 포트폴리오로 시장 수요에 효과적으로 대응했다"고 평가했다.

삼성전자는 중동과 동남아시아에서도 점유율 1위를 유지했다. 중동 스마트폰 시장은 소비심리 둔화와 지정학적 불확실성, 메모리 비용 상승 등의 영향으로 전년 동기 대비 6% 감소한 1100만대를 기록했지만 삼성전자는 점유율 34%로 선두를 지켰다.

동남아 시장 역시 전년 동기 대비 9% 감소한 2160만대를 기록하는 등 수



갤럭시 S26 시리즈.

요 둔화가 이어졌지만 삼성전자는 460만대를 출하하며 점유율 21%로 1위를 차지했다. 옴디아는 갤럭시 S26 시리즈의 견조한 초기 판매와 A시리즈 판매 확대가 점유율 상승을 이끌었다고 분석했다. 특히 동남아 시장은 스마트폰 평균판매단가(ASP)가 349달러로 전년 동기 대비 19% 상승할 정도로 가격 부담이 커졌지만, 삼성전자는 브랜드 투자와 채널 확장을 지속하며 점유율을 확대했다.

TV 시장에서도 삼성전자의 경쟁력은 이어졌다. 시장조사업체 트렌드포스에 따르면 올해 1~3월 글로벌 TV 출하량은 4712만대로 전년 동기 대비 3.3% 증가했다. 1분기 기준 글로벌 TV 출하량이 증가한 것은 2020년 이후 6년 만에 최대 규모다.

1분기는 전통적인 TV 시장 비수기로 꼽히지만, TV 제조사들이 메모리 반도체

가격 급등에 따른 원가 부담을 줄이기 위해 선제적인 재고 확보에 나서면서 출하량이 늘어난 것으로 분석된다. 중국 정부의 보상판매 보조금 축소로 실제 소비 수요는 제한적이었다.

업체별 점유율에서는 삼성전자가 19.1%(900만대)로 1위를 기록했다. 출하량은 전년 동기 대비 4% 증가했다.

업계에서는 메모리 가격 상승과 거시경제 불확실성이 이어지는 상황에서 소비자들이 검증된 브랜드와 프리미엄 경험, 사후서비스(AS) 경쟁력을 갖춘 제품으로 몰리는 현상이 강화되고 있다고 보고 있다.

삼성전자는 최근 1분기 실적발표 콘퍼런스콜에서 "2분기는 신규 A시리즈 출시 등을 통해 전년 대비 매출 성장률 추진할 것"이라고 밝혔다.

hyeon@metroseoul.co.kr



metro

LG 올레드 TV, 14개국 소비자매체 호평

LG전자 화질 등 시청경험 고평가

LG전자의 올레드 TV가 글로벌 14개국의 소비자매체 평가에서 잇따라 최고점을 기록하며 프리미엄 TV 시장에서 존재감을 다시 한 번 입증했다. 화질과 HDR 성능, 시야각은 물론 사운드와 사용자 경험까지 고르게 높은 평가를 받으면서 글로벌 OLED TV 강자 입지를 굳히는 모습이다.

25일 LG전자에 따르면 글로벌 소비자매체들은 LG 올레드 TV의 압도적 화질과 몰입감 있는 사운드 등 뛰어난 시청경험을 높이 평가했다. 특히 LG 올레드 TV만의 정확한 색 재현력, 탁월한 HDR 성능, 넓은 시야각 등 프리미엄 TV의 핵심 요소들이 고르게 최고 수준의 경쟁력을 인정받았다.

LG 올레드 TV는 프리미엄 TV 주요 시장인 북미에서 최고의 제품으로 꼽히고 있다. 미국 소비자매체 '컨슈머리포트'의 최근 평가에서 LG 올레드 TV는 70형 이상, 65형, 55~60형, 46~52형에서 최고점을 획득했다. 특히 65형 LG 올레드 에보 AI의 경우 "HDR 성능이 매우 인상적이고 어떤 자리에서도 화질 저하가 거의 없는 뛰어난 시야각을 갖췄다"고 호평했다.

OLED TV 최대 시장이자 대표적인 프리미엄 TV 시장인 유럽의 주요 소비자매체에서도 LG 올레드 TV는 최고의 TV로 인정받고 있다. 영국의 소비자매체 '위치'는 65형 LG 올레드 에보 AI에 최

고점을 주고 "특히 화질에 대해서는 몇 시간이고 칭찬할 수 있을 정도로 현존 최고 수준의 OLED TV 중 하나로 압도적인 4K 화질과 뛰어난 HDR 표현, 풍부하면서도 정확한 색 표현이 인상적"이라고 평가했다.

포르투갈 소비자매체 '데코 프로테스테(DECOPROTESTE)'는 55형 LG 올레드 에보 AI에 대해 "동급 제품 가운데 가장 뛰어난 성능을 갖춘 TV로 실질적인 단점이 없다"며 "뛰어난 화질뿐만 아니라 풍부하고 선명한 사운드, 낮은 전력 소비까지 갖춘 완성도 높은 제품"이라고 극찬하며 최고 점수를 부여했다.

북미와 유럽 외에도 호주 소비자매체 '초이스(CHOICE)'는 65형 LG 올레드 에보 AI의 우수한 사용자 인터페이스, 디테일과 균형감이 뛰어난 화질, 섬세한 음질 등을 장점으로 꼽으며 최고점을 줬다.

시장조사업체 옴디아에 따르면 LG전자는 지난해 글로벌 OLED TV 시장에서 출하량 기준 49.7%의 점유율을 기록하며 13년 연속 1위를 유지했다. 특히 유럽과 북미 시장에서도 각각 50% 인팍의 점유율을 기록하며 프리미엄 TV 시장 내 OLED 리더십을 이어가고 있다.

LG전자 디스플레이사업부장 이충환 부사장은 "LG 올레드 TV가 최고의 TV라는 것을 각국 소비자매체들의 엄격한 평가를 통해 입증했으며, 앞선 기술력으로 프리미엄 TV 시장을 지속 선도해 나갈 것"이라고 말했다. /차현정 기자



디올-일렉트릭 MINI 쿠퍼 SE 폴 스미스 에디션.

MINI 코리아, 전기차 판매 3배 '쎄쎄'

라인업 확대·뛰어난 상품성 주요

MINI 코리아가 전기차 고객 경험 확대와 충전 인프라 강화 등 차별화된 브랜드 전략을 앞세워 국내 전동차 시장에서 존재감을 빠르게 확대하고 있다.

25일 한국수입자동차협회에 따르면 MINI 코리아는 2026년 1월부터 4월까지 총 809대의 순수전기차를 판매하며 전년 동기(295대) 대비 약 3배 가까이 증가한 실적을 기록했다. 같은 기간 전체 판매량 가운데 순수전기차가 차지하는 비중은 약 31%로, 전년 동기 대비 2배 이상 확대됐다.

글로벌 시장에서도 MINI의 전동화 성장세는 두드러진다. MINI는 2025년 전 세계 시장에서 총 10만 5535대의 순수전기차를 판매하며 전년 대비 무려 88%가량 증가한 성과를 거뒀다. 이를 통해 MINI는 브랜드 고유의 개성과 주행 감성을 유지하면서도 전동화 전환을 성공적으로 이어가고 있다는 평가를 받고 있다.

이같은 성장 배경에는 전기차 라인업 강화와 뛰어난 상품성을 바탕으로 두고 있다.

MINI 코리아는 지난해 3월 '디올-일

렉트릭 MINI 패밀리' 3종을 출시하며 쿠퍼, 에이스맨, 컨트리맨으로 이어지는 순수전기차 라인업을 완성했다. MINI 고유의 헤리티지를 현대적으로 재해석한 아이콘 디자인과 각 모델 특성에 최적화된 전동화 시스템, 혁신적인 인포테인먼트 기능 등 뛰어난 상품성을 바탕으로 소비자의 호응을 얻으며 전기차 판매 비중을 꾸준히 확대하고 있다. 올해는 '디올-일렉트릭 MINI 쿠퍼 SE 폴 스미스 에디션', 'MINI 1965 빅토리 에디션' 등 다양한 에디션 모델을 선보인다.

MINI 코리아는 제품 경쟁력을 알리기 위해 전기차 경험 프로그램도 적극적으로 운영 중이다. 지난 3월 선보인 전기차 시승 프로그램 'MINI BEV 멤버십'은 보다 많은 고객이 MINI 순수전기차만의 프리미엄 가치와 경쾌한 드라이빙의 즐거움을 경험할 수 있도록 마련된 프로그램이다.

MINI 코리아는 BMW 그룹 코리아와 함께 전기차 충전 인프라 확대 등 고객 편의성 강화를 위한 투자도 지속하고 있다. 2025년까지 총 3030기의 충전기를 구축했으며 올해 연말까지 누적 4000기 규모로 확대할 예정이다. /양성운 기자 ysw@

中 전고체 배터리 투자 확대... 韓 기술우위 시험대

中, 정부 주도 세계·자본력 총공세
韓, R&D 세액공제 등 구조적 격차

차세대 배터리 기술의 핵심으로 꼽히는 전고체 배터리를 둘러싼 주도권 경쟁이 격화되고 있다. 그동안 기술력에서 앞선다는 평가를 받아온 국내 배터리 3사지만, 중국은 정부 주도의 막대한 자금과 CATL·간펑리튬 등 대형 기업들의 공격적 투자를 앞세워 상용화 속도를 빠르게 끌어올리고 있다. 자본력과 세계 지원에서 구조적으로 앞선 중국의 추격이 거세지면서 K-배터리의 기술 우위가 언제까지 유지될 수 있을지 우려가 커지고 있다.

25일 업계에 따르면 글로벌 배터리 기업들은 2027~2028년경 전고체 배터리 소규모 생산을 추진하고 있다. 전고체 배터리는 삼성SDI를 중심으로 국내 기업의 기술 경쟁력이 앞서 있다는 평가가 많았다.

삼성SDI는 2027년 하반기 양산을 목표로 2023년부터 파일럿 라인을 구축하고 고객사 샘플 테스트를 진행해왔다. 피지컬 AI용 파우치형 전고체 배터리를 먼저 상용화하고 전기차용 각종 전고체 배터리 개발도 병행하는 투트랙 전략으로 적용처를 넓히고 있다. 차세대 제품 개발에 박차를 가하기 위해 올해 1분기에만 연구개발비로 4350억원을 집행했다. 이는 3사 중 가장 높은 전년 동기 대비



삼성SDI '피지컬 AI'용 전고체 배터리 샘플

21.8% 증가한 수치다.

삼성SDI가 초기 양산 일정에서 앞서 있는 가운데 LG에너지솔루션과 SK온도 기술 노선과 적용처를 세분화하며 대응에 나서고 있다. LG에너지솔루션은 전기차용 흑연계 전고체 배터리를 2029년, 휴머노이드 로봇과 UAM용 무음극계 전고체 배터리를 2030년 상용화하는 로드맵을 제시했다. 대량 생산 안정성이 중요한 전기차에는 기존 리튬이온 배터리와 공정 연계성이 높은 흑연계 방식을, 에너지 밀도 요구가 큰 로봇·항공 분야에는 무음극계 기술을 각각 적용하는 전략이다. LG에너지솔루션의 올해 1분기 연구개발비는 3403억원으로 전년 동기 대비 10.7% 증가했다. SK온은 대전 유성구 미래기술원에 전고체 배터리 파일럿 플랜트를 준공하고 2029년 상용화를 목표로 황화물계 전고체 배터리 및 핵심 소재 기술 개발에 박차를 가하고 있다.

문제는 중국의 속도가 예상보다 훨씬

빠르다는 점이다. 중국 최대 리튬 메탈 제조업체 간펑리튬은 최근 에너지 밀도 500 Wh/kg의 10Ah 리튬 금속 기반 전고체 배터리 소규모 생산을 세계 최초로 개시했다고 밝혔다. 400Wh/kg급 전고체 배터리도 중·방전 수명 1100회를 넘어섰다고 설명했다. 세계 최대 배터리 기업 CATL도 전고체 배터리 전담 R&D 인력이 이미 1000명을 넘어섰다고 밝힌 바 있으며 2027년 소량 생산을 거쳐 2030년 이후 본격 양산·판매에 나선다는 계획을 제시했다. CATL의 지난해 R&D 투자액은 221억 위안(약 4조 7000억원)으로 한국 배터리 3사 합산(3조 605억원)보다 1조 6000억원 이상 많다. 중국 정부의 세계 지원도 더해져 R&D 비용의 200%를 과세 소득에서 추가 공제한다. 반면 한국 일반 기업의 R&D 세액공제율은 최대 2% 수준에 그쳐 구조적 격차가 크다.

업계 한 관계자는 "리튬이온 배터리 가격이 kWh당 500달러에서 100달러 수준으로 낮아지는 데 20년가량 걸렸던 것처럼 전고체 배터리도 경제성을 갖춘 대량 생산 체제를 확보하기까지 상당한 시간이 필요하다"며 "이 기간 중국 기업들이 기술과 자본력을 바탕으로 상용화 경험을 먼저 축적하면 K-배터리가 전고체 분야에서도 주도권을 내줄 수 있다는 우려가 커질 수 있다"고 말했다.

/원관희 기자 wkh@