

세아 SST, 美 특수합금 생산 임박... 우주·방산 시장 정조준

공장 완공 앞두고 핵심인력 채용
검증역량 강화·품질인증 확보
유럽 등 글로벌 고객 접점 확대



SST가 최근 스페인 세비아에서 열린 제34회 유럽주조연맹(EICF) 국제 컨퍼런스 및 전시회에 마련한 전시 부스. /SST

세아베스틸홀딩스의 미국내 특수합금 생산법인 세아 슈퍼알로이 테크놀로지스(SST) 텍사스 공장이 완공을 앞두고 있다. 한국 기업이 미국에 세운 첫 특수합금 생산시설로, 북미 우주·방산 시장과 유럽 항공우주 공급망 공략을 위한 현지 생산 거점 역할이 기대된다. SST는 공장 가동을 앞두고 생산 인력 확보와 시험·분석 역량 강화, 국제 인증 준비, 유럽 영업망 구축을 동시에 추진하며 항공우주용 초합금 공급 기반을 다지고 있다.

31일 업계에 따르면 SST는 최근 항공우주 등급 니켈 기반 초합금 생산계획 담당자, 구매 관리자, 특수합금 품질 검증을 담당하는 금속 화학자 등 핵심 인력 채용에 나섰다. 업계에서는 합금 조성 분석과

품질 검증을 담당하는 금속 화학자 채용 단계에 접어들 것을 두고 핵심 설비인 용해로가 시운전 단계에 들어섰을 가능성을 보여주는 신호로 보고 있다.

SST는 공장 완공을 앞두고 기존 시험·분석 역량도 끌어올리고 있다. XRF(형광 X선분석)와 습식 화학 분석법 연구들이

어가며, 디지털 보고 시스템과 실험실 장비 투자를 통해 항공우주용 합금·니켈 초합금·적층제조용 금속분말 등에 대한 검증 역량을 강화하고 있다.

품질 인증 확보도 진행 중이다. SST 연구소는 최근 미국 시험기관 인정기구(A2 LA)로부터 국제 실험실 품질 표준인 ISO

/IEC 17025 인증 심사를 완료했고 현재는 항공우주 분야 특수공정 인증인 Nadcap MTL(Material Testing Laboratory) 심사도 준비하고 있다.

유럽 시장을 겨냥한 고객 접점도 넓히고 있다. SST는 지난 3월 유럽 특수합금 유통업체 리멜트소시스(Remelt Sources)와 유럽 독점 유통 파트너십을 체결했다. 지난 10~12일 스페인 세비아에서 열린 유럽주조연맹(EICF) 전시회에도 참가해 에어버스, 롤스로이스, MTU, 사프란 등 유럽 항공우주 공급망 관계자들과 협력 논의를 진행했다.

텍사스주 템플에 위치한 이 공장은 세아베스틸홀딩스가 미국 특수합금 시장 공략을 위해 약 1억1000만달러를 투자해 건설 중인 현지 생산 거점이다. 오는 6월 완공을 앞두고 있으며, 연간 6000톤 규모의 항공우주용 주조 마스터합금과 3D프린팅용 금속분말을 생산할 예정이다. 생산 품목은 항공기 엔진, 우주항공, 방산,

에너지 설비 등에 쓰이는 니켈계 특수합금이다. 공장은 스페이스X와 록히드마틴 등 미국 우주·방산 산업 거점과 인접해 현지 고객 대응에 유리한 입지로 평가된다.

시장조사기관 얼라이드마켓 리서치에 따르면 세계 특수합금 시장은 지난 2021년 68억달러에서 오는 2031년 150억달러로 성장할 전망이다. 세아베스틸홀딩스는 SST를 앞세워 북미·유럽·동남아·중동 등 글로벌 특수합금 시장 공략을 확대한다는 방침이다.

업계 관계자는 "SST는 전 세계 특수합금 수요의 35~40%를 차지하는 미국 시장 공략을 위한 세아그룹의 핵심 거점"이라며 "현지 조달·가공·공급 체계를 구축해 북미 항공우주·방산 고객과 장기 공급 기반을 마련하는 전초기지가 될 것"이라고 말했다.

/유혜은 기자

dhaldhale@metroseoul.co.kr



metro

車업계, '고객경험 중심 서비스 생태계' 확장

KG모빌리티 '3S 복합 대리점' 개소
현대차 복합거점 '하이테크센터' 운영
기아 정비·시승 등 체험 콘텐츠 강화



KGM 3S 복합 대리점 전경. /KGM

완성차 판매전시장이 단순한 차량 판매를 넘어 '고객 경험 중심의 서비스 생태계'로 진화하고 있다.

이는 단순한 전시 공간 확장을 통한 판매량 늘리기 아닌 차별화된 고객 서비스로 미래 모빌리티 시장에서의 주도권을 선점하기 위한 전략으로 보인다.

31일 업계에 따르면 KG 모빌리티(이하 KGM)는 차량 판매부터 정비, 부품 공급까지 한곳에서 제공하는 복합 거점을 최근 선보였다. 고객이 차량 구매와 사후 관리를 위해 전시장과 서비스센터를 따로 방문해야 했던 불편을 줄이고, 브랜드 접점을 강화하기 위함이다. KGM은 고객 편의성과 브랜드 경험 강화를 위해 ▲판매(Sales) ▲서비스(Service) ▲부품(Spare parts)을 결합한 '3S 복합 대리점'을 인천부평대리점에 개소했다.

3S 복합 대리점은 2000평 규모의 KGM 부평서비스센터 부지를 활용해 조성됐다. 차량 전시와 시승, 구매를 담당하는 판매 기능에 더해 신속한 차량 점검

과 수리를 제공하는 서비스 기능, KGM 순정 부품을 상시 보유해 정비를 지원하는 부품 공급 체계를 한데 모은 것이 특징이다.

또 이번 3S 복합 대리점은 단순한 판매·정비 거점이 아닌 고객 체류형 공간으로도 운영한다. 넓은 정원과 휴게 공간을 마련하고, 고객이 이용할 수 있는 스크린 골프와 골프 연습 타석도 갖췄다.

현대차는 고난도 정비 기술 뿐만 아니라 고객이 브랜드를 경험할 수 있는 복합 거점으로 '하이테크센터'를 운영하고 있다. 서울, 인천, 수원, 부산 등 대도시를 중심으로 운영하고 있는 하이테크센터는

단순 수리를 넘어 고객 라운지, 전시, 시승(드라이빙 라운지 연계)을 지원하고 있다. 현대 모터스튜디오 고양은 전시 센터를 겸하며 국내 최대 규모의 모빌리티 체험 및 정비 복합 공간이다.

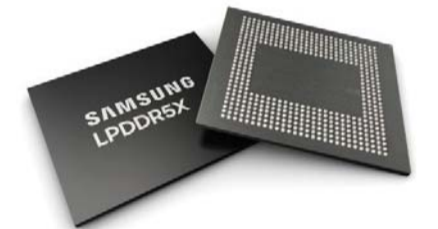
기아는 정비 서비스와 신차 시승, 체험 공간을 즐길 수 있는 윈스톱 복합 거점 '플래그십 스토어'를 통해 고객 접점을 확대하고 있다. 다양한 전시차량 관람 뿐만 아니라, 영감을 확장시키는 디지털 체험을 할 수 있는 도심형 플래그십 스토어다.

수입차 업계도 고객 경험 강화에 힘을 쏟고 있다. BMW는 인천 송도신도시에 위치한 바바리안모터스 '송도 콤플렉스'를 운영하고 있다. 이곳은 독일 BMW 본사가 50억원을 투자했으며 다양한 차량의 전시공간과 차량 수리를 직접 볼 수 있는 A/S 룸, 고객들이 쉴 수 있는 고객 라운지, 각종 공연 및 연회가 가능한 문화공간을 경험할 수 있다.

볼보자동차코리아도 프리미엄 서비스 제공을 위해 최신식의 '볼보 리테일 익스피리언스' 전시 및 서비스센터를 열고 있다. 볼보자동차가 추구하는 지속 가능성 철학을 적용했으며 다양한 고객 맞춤형 서비스를 제공한다. /양성운 기자 ysw@

삼성전자, 차량용 메모리 시장 점유율 1위

마이크론 제쳐... 시장 점유율 40%



삼성전자가 LPDDR5X. /삼성전자

자율주행차와 소프트웨어 중심차량(SDV) 확산으로 차량용 반도체 중요성이 커지는 가운데 삼성전자가 글로벌 차량용 메모리 시장 정상에 올랐다. 기존 강자였던 미국 마이크론을 처음으로 제치며 시장 판도 변화에 성공한 것이다.

31일 업계에 따르면 자동차 산업 전문 분석기관인 스탠더드앤드푸어스(S&P) 글로벌 모빌리티는 최근 보고서를 통해 삼성전자의 차량용 메모리 시장 점유율이 2024년 35%에서 지난해 40%로 상승하며 1위를 차지했다.

기존 1위였던 마이크론은 같은 기간 점유율이 40%에서 36%로 하락해 2위로 내려앉았다.

이 같은 성과는 유럽, 한국, 일본 등 전통적인 자동차 시장을 넘어 고성능 시장인 중국에서 큰 폭의 점유율 확대를 이뤘던 결과로 풀이된다.

특히 삼성전자의 LPDDR과 UFS 등 저전력·고성능 메모리 제품이 주요 완성차 및 전자업체 수요를 흡수한 것으로 알

려졌다. 삼성전자는 현재 퀄컴, 보쉬, 덴소 등 글로벌 전자 생태계 주요 기업에 차량용 메모리를 공급하고 있다.

과거 차량용 메모리 시장은 긴 인증 기간과 보수적인 공급망 구조로 인해 신규 업체 진입이 쉽지 않은 분야로 꼽혔다. 하지만 차량이 전자기기로 진화하면서 메모리 성능 중요성이 높아졌고, 삼성전자는 이를 기회로 삼아 시장 공략을 확대해 왔다.

삼성전자는 2015년 차량용 LPDDR과 UFS를 앞세워 시장에 본격 진출한 이후 SSD와 GDDR 등 제품군을 확대하며 자율주행·프리미엄 차량 시장 공략에 힘써 왔다. 현재는 LPDDR5X, 차량용 SSD 등 차세대 제품을 기반으로 시장 지배력 강화에 나서고 있다. /차현정 기자 hyeon@

한화오션, CPSP 수주 총력... '범캐나다 경제 전략' 제시

'CANSEC' 참여... 잠수함 역량 소개

한화오션이 기술 경쟁력을 앞세워 최대 60조원 규모의 캐나다 초계잠수함 사업(CPSP) 수주전에 속도를 높인다.

한화오션은 지난 27일부터 28일(현지 시간)까지 이틀간 캐나다 최대 방산 전시회인 'CANSEC 2026'에 참여해 '장보고-III(KSS-III)' 잠수함 역량을 소개하며 현지 정부와 산업계 관계자들의 높은 호응을 이끌어냈다고 31일 밝혔다.

특히 대규모 일자리 창출과 국내총생산(GDP) 기여 등 '범캐나다 경제 전략'을 제시하며 현지 정·재계와의 밀착 행보를

강화하고 있다.

이번 전시회 핵심은 조선·방산·자동차 등 다양한 산업군에 걸쳐 100여개 현지 기업과 구축한 공급망을 확보하고 있음을 공유했다는 점이다. 한화오션은 사업자로 선정될 경우 현지 생산과 기술 이전 등을 통해 연간 2만2500개의 일자리와 940억달러 규모의 GDP 유발 효과를 낼 수 있다고 분석했다.

한화오션이 대규모 경제 효과를 제시하면서 현지 주요 인사들의 관심도 이어졌다.

전시 기간 중 빅터 피델리온타리오주 경제개발부 장관은 한화오션 부스를 찾

아 캐나다 자동차부품제조업협회(APMA)와의 협력 모델을 살폈다. 콜튼 르블랑 노바스코샤주 성장개발부 장관도 주 정부 차원의 방산·항공우주 분야 협력의사를 피력했다. 플라비오 볼페 APMA 회장과는 지상무기체계 공급망 구축을 논의했다.

차별화된 기술력도 검증했다. 주력 제안 모델인 KSS-III는 공기불요추진체계(AIP)와 리튬이온 배터리를 동시 탑재한 세계 최초의 디젤잠수함으로, 현지 해군이 요구하는 장기 잠항과 저소음 작전 능력을 갖췄다.

/양성운 기자

참여대상·운영규모 대폭 확대

LG전자가 고객의 목소리를 제품 개발 과정에 직접 반영하는 '볼드 무브' 시즌2를 시작한다. 장애인과 시니어, 비장애인 고객이 함께 참여해 생활 속 불편을 발굴하고 개선 아이디어를 제안하는 방식으로 접근성과 사용 편의성을 높여 나간다는 구상이다.

LG전자는 고객 참여형 커뮤니티 '볼드 무브' 시즌 2를 운영한다고 31일 밝혔다. 이번 시즌 2에서 참여대상을 기존 장애인 고객 중심에서 시니어와 비장애인 고객까지 확대했다. 운영 규모도 시즌 1의 10명 내외에서 40여 명으로 4배 늘려 보다 다양한 사용 경험과 의견을 수렴한다.

볼드 무브는 고객이 가전제품과 서비스

를 사용하며 느낀 불편사항을 공유하고, 이를 개선하기 위한 아이디어를 LG전자와 함께 발굴하는 커뮤니티다. 2024년 시작된 이 커뮤니티는 '용기 있게(Bold) 실행하다(Move)'는 의미로, 일상의 불편을 함께 발견하고 더 나은 사용 경험으로 개선하자는 취지를 담고 있다.

참가자들은 워크숍 형태의 프로그램을 통해 ▲접근성 문제 탐색 ▲개선 아이디어 도출 ▲제품 접근성 기능 제안 ▲제품 콘셉트 제안 등을 단계적으로 수행한다.

LG전자는 오는 6월 출시 예정인 LG 컴포트 키트 '이지캡'의 사용성도 볼드 무브를 통해 검증한다. 이지캡은 김치냉장고 사용 시 무거운 김치통을 꺼내기 어려워하는 고객의 불편을 줄이기 위해 개발한 액세서리다. /차현정 기자