

조현준 효성 회장 “데이터센터 사업, 그룹차원 역량 결집”

조 회장, 'STT Seoul 1' 개관식 참석
서울에서 30MW 규모 IT 용량 제공
“효성 새로운 성장동력으로 키울 것”

“오래전부터 데이터가 ‘21세기의 원유’가 될 것으로 확신하고 이천만 인구가 밀집한 가산에 AI의 심장 역할을 할 데이터센터 구축을 추진해 왔다”

조현준 효성 회장은 지난 16일 서울 금천구 가산동에 들어선 하이퍼스케일 데이터센터 'STT Seoul 1' 개관식에서 “데이터센터 사업을 효성의 새로운 성장동력으로 키워 대한민국을 넘어 글로벌 AI 생태계의 패러다임을 바꾸어 나가겠다”며 이같이 말했다.

효성중공업과 STT GDC의 합작법인인 효성-STT GDC가 구축한 STT Seoul 1은 30MW 규모의 하이퍼스케일 데이터센터로 효성중공업의 전력 솔루션 역량과 STT GDC의 글로벌 설계·운영 기준이 결합된 시설이다. 클라우드와 AI 수요에 대응하도록 설계됐으며 고밀도 워크로드 처리도 가능하다.

서울 도심 입지도 강점으로 꼽힌다. 최근 에너지 규제와 전력 공급망 제약으로 대형 데이터센터가 수도권 외곽이나 지



지난 16일 서울 금천구 가산동에서 열린 효성-STT GDC의 AI 데이터센터 'STT Seoul 1' 개관식에서 조현준 효성 회장이 발언하고 있다. /효성

방으로 분산되는 가운데 STT Seoul 1은 서울에서 최대 30MW 규모의 IT 용량을 제공한다. 가산디지털단지에 위치해 강남·여의도 등 주요 비즈니스 거점과 가까운 데이터 전송 지연을 줄일 수 있다.

보안과 안정성도 글로벌 기준에 맞춰 강화했다. 외부 침입과 자연재해 등 다양한 사고에 대비할 수 있도록 글로벌 보안 기준을 적용해 잠재적 위협과 운영 리스크를 사전에 관리하는 체계를 구축했다.

데이터센터 설계·운영 안정성을 평

가하는 글로벌 기관인 업타임 인스티튜트의 Tier III Certification of Design Documents(TCDD) 인증도 획득했다. 이에 따라 설비 점검이나 장애 상황에서 서버 운영이 중단되지 않도록 설계된 높은 수준의 서비스 연속성을 확보했다.

AI 기반 서비스 확산과 글로벌 데이터 수요 증가로 고성능 데이터센터 인프라의 중요성이 커지면서 조 회장은 그룹차원의 역량 결집을 주문했다. 효성중공업은 초고압 변압기와 차단기 등 전력기기

기술을 기반으로 데이터센터 운영 안정성과 전력 효율성을 높인다. 액화플랜트와 수소중전소 등에서 축적한 건설 역량도 데이터센터 시공과 운영 노하우 확보에 활용할 계획이다.

효성ITX는 클라우드, 콘텐츠 전송 네트워크(CDN), 디지털 전환(DX) 솔루션 등 기존 IT 사업 경험을 데이터센터 운영에 접목한다. 트래픽 최적화와 보안 관리 시스템을 통해 기술적 신뢰도와 운영 안정성을 강화할 예정이다.

효성의 데이터센터 사업 구상은 2017년 데이터센터 태스크포스(TF) 구성에서 시작됐다. 당시 국내 데이터센터 산업은 본격적인 성장기에 들어서기 전이었지만 조 회장은 데이터센터를 미래 산업 인프라의 핵심 축으로 보고 글로벌 파트너와의 협력을 검토했다.

싱가포르 소재 STT GDC와의 협력은 2019년 서울에서 열린 조 회장과 브루노 로페즈 STT GDC 대표이사 겸 그룹 CEO의 만남을 계기로 구체화됐다. 양측은 데이터센터가 AI와 클라우드, 디지털 전환 시대의 핵심 인프라로 성장할 것이라는 데 의견을 같이했다.

/원관희 기자
wkh@metroseoul.co.kr



metro

기업호감도 첫 60점 돌파 국제경쟁력 상승폭 최대

상의 경제 기여·사회적 가치 등 고평가

국민들이 국내 기업에 대해 느끼는 호감도가 조사 이래 최고 수준을 기록했다. 기업의 경제적 기여뿐 아니라 친환경 경영과 사회적 가치 창출 노력에 대한 평가도 개선되면서 기업에 대한 인식이 전반적으로 높아진 것으로 나타났다.

대한상공회의소는 전국 18세 이상 남녀 1000명을 대상으로 실시한 '2026년 기업호감지수(CFI)' 조사 결과 기업호감도가 60.1점을 기록했다고 17일 밝혔다. 전년보다 3.9점 상승한 수치로 2003년 조사 시작 이후 처음으로 60점을 넘어섰다.

기업호감지수는 생산성·기술개발, 경제성장 기여, 국제경쟁력, 기업문화, 지역사회공헌, 친환경 경영, 윤리경영 등 7개 항목과 전반적 호감도를 종합해 산출한다. 100점에 가까울수록 기업에 대한 호감도가 높다는 의미다.

올해는 모든 평가 항목이 전년 대비 상승했다. 국제경쟁력은 66.2점으로 전년보다 6.8포인트 올라 가장 큰 상승폭을 보였다. 친환경 경영은 54.8점으로 4.1포인트, 생산성·기술개발은 67.1점으로 3.6포인트 상승했다. 생산성·기술개발은 7개 평가 항목 가운데 가장 높은 점수를 받았으며 윤리경영은 47.1점으로 전년보다 3.1포인트 개선됐지만 유일하게 50점을 밑돌았다.

기업에 호감을 느끼는 이유로는 '국가 경제 기여'가 45.8%로 가장 많았다. 이어 일자리 창출(20.3%), 제품·서비스 만족도(17.3%), 사회공헌 활동(7.3%), 친환경 경영 실천(6.0%) 순으로 조사됐다.

반면 기업에 호감이 가지 않는 이유로는 준법·윤리경영 미흡(22.9%)이 가장 많이 꼽혔다. 소비자 보호 미흡(18.6%), 기업문화 개선 노력 부족(17.1%), 사회공헌 미흡(17.1%) 등이 뒤를 이었다.

기업 이미지가 소비에도 영향을 미치는 것으로 나타났다. 제품이나 서비스를 선택할 때 기업의 이미지와 호감도를 고려한다는 응답은 86.3%에 달했다. 이 가운데 24.6%는 가격과 품질보다 기업 이미지와 호감도를 우선 고려한다고 답했다.

기업의 사회문제 해결 참여에 대한 기대도 높아지고 있다. 응답자의 85.6%는 기업이 사회 구성원으로서 각종 사회문제 해결에 나서야 한다고 답했다. 이는 2024년 58.6%, 2025년 74.0%에서 꾸준히 상승한 수치다.

현재 기업의 사회문제 해결 참여 수준에 대해서는 53.5%가 지속적인 참여 확대가 필요하다고 답했다. 충분히 잘하고 있다는 응답은 39.4%, 기업 본연의 경제적 역할에 집중해야 한다는 응답은 7.1%에 그쳤다.

조영준 대한상의 지속가능경영위원장은 “기업의 사회적 역할이 선택이 아닌 시대적 요구로 자리 잡고 있음을 보여주는 결과”라며 “기업이 보유한 기술과 자원을 활용해 사회적 가치 창출에 나설 수 있도록 다양한 협력과 지원을 확대해 나가겠다”고 말했다.

/원관희 기자



metro

TV시장 침체 장기화... 전자업계, 생존방식 달라졌다

삼성 프리미엄·중저가 시장 동시 공략
LG 상업용 디스플레이·구독 사업 확대

TV 시장 침체가 장기화하는 가운데 글로벌 전자업계의 생존 방식도 달라지고 있다. 가격 경쟁과 수요 둔화가 맞물리며 단순 제품 판매를 넘어 프리미엄 제품 강화와 기업간거래(B2B) 확대 등 수익 구조 다변화가 새로운 화두로 떠오르고 있다.

16일 업계에 따르면 시장조사업체 옴디아는 최근 보고서를 통해 올해 글로벌 TV 패널 수요가 전년 대비 2% 감소할 것으로 전망했다. 지난해 말 중국 TV 제조업체들이 사상 최저 수준의 가격에 패널 재고를 대거 확보하며 구매량이 급증했지만, 최근 공급망 비용 부담이 확대되면서 완제품 가격 인상이 불가피해질 것으로 예상된 데 따른 것이다.

수요 둔화 속 삼성전자는 미니LED TV를 앞세워 프리미엄과 중저가 시장을 동시

에 공략하는 이원화 전략을 강화하고 있다. 미니LED TV는 스스로 빛을 내는 유기발광다이오드(OLED) TV보다는 화질 측면에서 한 단계 아래로 평가받지만, 기존 액정표시장치(LCD) TV의 한계를 보완해 명암비와 밝기를 크게 개선한 제품이다.

이 같은 전략의 일환으로 삼성전자는 중국 하이센스와 TCL이 미니LED TV를 주력 제품으로 앞세운 데 대응하기 위해 미니LED 라인업을 세분화하고 있다. 최상위 화질을 구현한 프리미엄 모델 'R95 H'와 일부 사양을 조정한 실속형 모델 'R85H'를 함께 출시하며 소비자 선택 폭을 넓혔다. 또한 55인치 신형 미니LED TV를 2000달러(약 270만원) 미만으로 선보이는 등 가격 경쟁력을 강화하며 중가 시장 공략에도 속도를 내고 있다.

LG전자는 경기장과 기업, 공공시설 등을 중심으로 상업용 디스플레이 사업 확대에 속도를 내고 있다. 프리미엄 상업용

디스플레이 기술력을 집약한 대표 제품은 초고화질 마이크로 LED 사이니지 'LG 매그니트'다. 해당 제품은 최근 기업 로비와 컨트롤희, 방송 스튜디오, 고급 리테일 공간 등을 중심으로 수요가 늘고 있는 마이크로 LED 디스플레이 시장을 겨냥한 것이다. 특히 상업용 디스플레이 시장은 스마트시티와 스마트오피스 확산, 기업·공공 부문의 디지털 전환 가속화와 맞물려 지속적인 성장이 예상되고 있다.

또한 LG전자는 제품 판매를 넘어 구독형 서비스와 유지관리 사업으로 수익 구조를 확대하고 있다. LG전자는 자체 통합 운영 플랫폼인 'LG 비즈니스 클라우드'를 전면에 내세워 상업용 디스플레이 사업 경쟁력을 강화하는 모습이다. LG 비즈니스 클라우드는 원격으로 디지털 사이니지를 관리하고 콘텐츠를 배포하는 것은 물론, 운영 상태를 실시간으로 모니터링할 수 있는 통합 플랫폼이다.

아울러 'LG 케네티드케어'는 디스플레이 상태를 원격으로 진단하고 에너지 사용량과 예상 전력 비용을 분석하는 기능까지 제공한다. 또 고장이 발생하기 전 이상 징후를 감지해 사전에 대응할 수 있는 예방 정비 서비스도 지원한다.

일각에서는 최근 중동 지역 정세 완화 움직임이 물류비와 원자재 가격 변동성을 낮추며 공급망 불확실성을 일부 완화할 수 있다는 기대감도 제기된다. 다만 실제 비용 안정화와 중동 지역 수요 회복 여부는 좀 더 지켜봐야 한다는 신중론이 우세하다.

업계 관계자는 “유가와 물류비, 부품 가격 등 비용 부담이 커지면서 TV 제조사들의 가격 정책도 영향을 받을 수밖에 없는 상황”이라며 “하반기에는 소비 심리 회복 여부가 업황 반등의 핵심 변수가 될 것”이라고 말했다.

/차현정 기자 hyeon@



metro

대한상의-국민통합촉, 성장·통합 선순환 방안 모색

최태원 회장, 이석연 위원장 면담

최태원 대한상공회의소 회장이 이석연 국민통합위원회 위원장과 만나 성장동력 확충과 기업의 사회적 역할 확대를 통한 성장과 통합의 선순환 방안을 논의했다.

대한상공회의소는 최 회장이 17일 서울 중구 대한상의 회관에서 이 위원장과 면담했다고 밝혔다.

최 회장은 이 자리에서 “차이를 좁혀 통합으로 나아가려면 무엇보다 경제가 받쳐줘야 대화와 타협할 여유가 생긴다”며 “성장 동력을 높이는 일이 곧 통합의 토대를 다지는 길”이라고 강조했다.



최태원 대한상의 회장(오른쪽 첫번째)과 이석연 국민통합위원회 위원장(왼쪽 첫번째)이 '성장'과 통합의 선순환을 통해 지속가능한 사회를 만들어 나가기 위한 협력 방안'에 대해 논의하고 있다. /대한상공회의소

이어 “기업이 창의적이고 자유롭게 혁신할 수 있도록 성장 단계에 맞는 지원 시스템을 갖추는 것이 한국경제의 지속적

인 성장으로 이어질 것”이라고 말했다. 최 회장은 대한상의가 매년 개최해 온 '사회적 가치 페스타'도 언급했다. 그는

“대한상공회의소가 기업도 사회적 가치 창출을 함께 고민하자는 취지로 매년 개최해 온 사회적 가치 페스타가 올해 9월에도 열린다”며 “통합위에서도 많은 관심을 가져주시길 바란다”고 말했다.

이 위원장은 “성장과 경제주체 간 조화를 실현하기 위해서는 불합리한 규제와 낡은 관행을 지속적으로 개선해야 한다”며 “대한상의가 전달한 현장의 의견을 바탕으로 관계 부처와 제도 개선 방안을 적극 검토하겠다”고 말했다.

면담에는 대한상의에서 최 회장과 이형희 서울상의 부회장(SK(주) 부회장)이, 국민통합위원회에서 이 위원장과 전지명 부위원장이 참석했다.

/원관희 기자



metro