

# 삼성전자 ‘감사 페스티벌’ 통했다 스토어 방문객 50% 이상 급증

온누리상품권 최대 30% 혜택  
신제품 기다리던 소비자 움직임  
급격한 가격상승 우려도 영향



삼성전자는 내달 5일까지 ‘감사 페스티벌’을 진행한다. /삼성전자

삼성전자 언팩과 애플의 첫 폴더블 아이폰 공개를 앞두고도 삼성스토어를 찾는 소비자들의 발길은 오히려 늘고 있다. 대규모 할인 행사가 신제품 공개 이후로 구매를 미루던 수요를 일부 끌어낸 것으로 보인다.

25일 업계에 따르면 삼성전자는 지난 8일부터 다음 달 5일까지 4주간 ‘삼성전자 감사 페스티벌’을 진행하고 있다. 행사 기간 갤럭시 S26 시리즈와 갤럭시 Z 폴드7·플립7 등 일부 모델 구매 고객에게 구매금액의 20% 상당 디지털 온누리상품권을 제공한다. 군인·경찰·소방·교정공무원 등 K-Hero 대상 고객은 추가 혜택을 더해 최대 30% 상당의 혜택을 받을 수 있다. 삼성전자는 이번 행사에 약 4000억원 규모의 상품권 지급을 예상하고 있다.

삼성전자 관계자는 “감사이벤트 행사 이후 삼성스토어 방문객이 지난해 같은 기간 50% 이상 늘어난 것으로 집계됐다”고 설명했다.

통상 스마트폰 시장에서는 신제품 공개 직전 구매를 미루는 관망세가 나타난다. 신제품 사양과 가격을 확인한 뒤 기존 모델 가격 인하 여부와 보상판매 조건과

더블 스마트폰 출하량이 전년 대비 20% 늘고, 애플이 진입 첫해 약 28%의 점유율을 확보할 것으로 전망했다. 이처럼 폴더블 선택지가 넓어지는 만큼 삼성과 애플의 신제품을 모두 지켜본 뒤 구매를 결정하려는 수요도 늘었다.

그럼에도 매장을 찾는 소비자가 늘어난데는 할인 폭이 영향을 미쳤다. 출고가 148만5000원인 갤럭시 Z 플립7 256GB 모델은 행사 기간 약 30만원 상당의 온누리상품권을 돌려받아 사실상 110만원대에 구매할 수 있다. 특히 메모리 가격 상승으로 차기 제품 가격은 오를 것이라 전망이 나오는 만큼 가격 인상 전 할인 폭이 큰 지금 기존 모델을 구매하려는 수요가 늘었다는 것이 업계의 분석이다.

삼성스토어 현장 관계자는 “폴더블폰 구매를 고려하는 소비자들은 삼성 언팩 뿐 아니라 애플 신제품 공개 일정까지 확인한 뒤 교체를 결정하려는 분위기였다”며 “올해는 감사 페스티벌 할인 폭이 커 신제품을 기다리던 소비자들도 매장을 찾는 경우가 적지 않았다”고 말했다.

서울 목동에 위치한 한 삼성스토어에서 만난 한 고객은 갤럭시 S 시리즈와 Z 플립7을 두고 “지금 사야 할지 고민된다”며 “애플은 첫 폴더블이라 기대가 되지만 할인 이벤트가 없어 구매 매력이 떨어진다”고 말했다.

서울 목동에 위치한 한 삼성스토어에서 만난 한 고객은 갤럭시 S 시리즈와 Z 플립7을 두고 “지금 사야 할지 고민된다”며 “애플은 첫 폴더블이라 기대가 되지만 할인 이벤트가 없어 구매 매력이 떨어진다”고 말했다.



/구남영 기자

koogija\_tea@metroseoul.co.kr



## 한화솔루션, 3000억 규모 RCPS 발행

유상증자 축소로 인한 재원 보완

한화솔루션이 유상증자 규모 축소로 발생한 7000억원대 재원 공백을 메우기 위해 자구안 실행에 속도를 내고 있다. 상환전환우선주(RCPS) 발행과 첨단제조생산세액공제(AMPC) 유동화 등을 통해 유동성을 확보해 재무구조 개선에 나선다는 전략이다.

한화솔루션은 큐셀 부문 미국 설계·조달·시공(EPC)사업법인을 통해 3000억원 규모의 RCPS를 발행했다고 25일 밝혔다. RCPS 발행대금은 유상증자 규모 축소에 따라 부족해진 재원을 보완하고, 자본 확충을 통한 재무구조 개선에 활용될 예정이다.

RCPS는 만기 시 투자금 상환을 요구할 수 있는 상환권과 우선주를 보통주로 전환할 수 있는 전환권이 부여된 주식이다. 일정 요건을 충족하면 회계상 자본으로 분류될 수 있어 자기자본 확충과 재무구조 개선 효과가 기대된다.

한화솔루션은 AMPC 추가 유동화도 진

행했다. 회사는 지난해분 AMPC 1억2030만달러(약 1857억원)와 올해분 AMPC 1억 달러(약 1543억원) 등 총 2억2030만달러(약 3400억원) 규모의 AMPC를 최근 추가 유동화했다. 이에 따라 한화솔루션은 지난해 수령한 AMPC 3억7370만달러(약 5768억원) 전액을 조기 현금화해 유동성을 확보했다. 회사는 지속적인 AMPC 유동화를 통해 안정적인 현금흐름을 확보하고 재무구조 개선 노력을 이어갈 계획이다.

한화솔루션은 이번 3000억원 규모 RCPS 발행을 시작으로 투자자산 유동화와 미국 벤처투자펀드 매각 등을 통해 4000억원을 추가 확보하고, 이를 재무구조 개선에 활용할 계획이다.

이재민 한화솔루션 최고재무책임자(CFO)는 “7000억원 규모의 자구안을 신속하게 마무리한 뒤 지속가능한 성장 기반을 확보하고 미래 경쟁력 강화에 집중하겠다”며 “시장에서 기업가치를 적정하게 평가받을 수 있도록 노력하고, 주주가치 제고에 최선을 다하겠다”고 말했다.

/유혜은 기자

## LG전자, ‘홈스타일’ 기능 대폭 강화

시공사 입점·전문가 상담 서비스 도입

LG전자가 온라인 리빙 플랫폼 ‘홈스타일’ 기능을 대폭 확대하며 라이프스타일 플랫폼 사업 강화에 나섰다. 인테리어 시공사 입점과 전문가 상담 서비스를 새롭게 도입해 제품 판매를 넘어 공간 설계와 시공까지 연결하는 통합 서비스를 제공한다.

LG전자는 공식 온라인 브랜드숍 LGE닷컴 ‘홈스타일’에 LX하우시스, 한샘, 릴스퀘어 등 인테리어 시공사를 입점시키며 원스톱 라이프스타일 플랫폼 구축에 속도를 낸다고 25일 밝혔다.

홈스타일은 지난해 11월 론칭한 LG전자의 프리미엄 리빙 플랫폼으로, 오픈 당시 국내외 400여 브랜드의 가구, 조명, 패브릭 제품, 주방용품, 인테리어 소품 등 2만여 개 제품을 입점시켰다.

이달 개편을 통해서 ▲이용자가 원하는 인테리어 업체에게 직접 시공 상담을 받을 수 있는 ‘인테리어 시공 상담’ ▲전문가들이 공간별 최적의 스타일링 솔루션을 제안해주는 ‘공간 스타일링 상담’ ▲이용자들의 홈스타일링 문의에 전문가들이 답변해주는 ‘전문가 Q&A’ ▲전문가의 홈스타일링 가이드를 볼 수 있는 ‘공간 활용 팁’ ▲이용자들이 자신의 취향과 홈스타일링 노하우를 소개할 수 있는 ‘내 공간 자랑’ 페이지를 신설하며 커뮤니티 기능을 한층 강화했다.

아울러 LG전자는 공간 스타일링 상담 및 전문가 Q&A 게시판에서 각각 신혼·1인가구·4인가구·시니어·프리미엄홈스타일링 답변 및 상담을 맡을 인테리어 업계 현직자 5인을 선정했다.

이번 커뮤니티 개편을 기념해 LG전자 홈스타일에서는 내달 31일까지 ‘우리집 취향 태그 챌린지’를 진행한다.

장진혁 LG전자 한국온라인그룹장(전문)은 “지속적인 플랫폼 확대·강화를 통해 고객과 전문가, 나아가 고객과 고객이 인테리어에 대해 자유롭게 소통할 수 있는 참여형 커뮤니티로 만들어 나갈 계획”이라고 말했다.

/차현정 기자 hyeon@

## 리튬값 조정 국면... 포스코, 수익성 개선 기대

공급 확대에도 수급균형 유지 전망  
포스코그룹, 수직계열화 경쟁력 부각



국내 첫 리튬 정광·수산화리튬 가공 사업을 진행하는 포스코필바리튬솔루션 광양 공장 모습. /포스코

중국 CATL의 광산 재가동 가능성으로 리튬 가격이 조정을 받고 있지만 공급 확대만으로 수급 균형이 무너지지는 않을 것이라 전망이 나온다. ESS 수요 증가와 가격 하단이 받쳐지는 가운데 포스코의 5만톤 체제 전환과 가동률 개선, 수직계열화 구조가 수익성 개선 요인으로 꼽힌다.

25일 업계에 따르면 중국 탄산리튬 가격은 최근 톤당 15만7000위안까지 하락했다. 지난 23일에는 15만8500위안 수준으로 소폭 반등했지만 5월 20만위안 안팎과 비교하면 낮은 수준이다.

이번 하락은 중국 CATL의 장시성 전사위 광산이 하반기 재가동될 수 있다는 관측 때문이다. 해당 광산의 연간 공급량은 탄산리튬 환산 기준 4만6000톤 규모로 전 세계 생산량의 약 3% 수준이다. 정부 공고는 재가동 확정인 아닌 토지 승인 절차에 불과하지만 시장은 공급 확대 가능성을 선반영한 것으로 풀이된다.

벤처마크인 탄산리튬 가격 하락은 수산화리튬을 생산하는 포스코아르헨티나에도 부담 요인이다. 다만 리튬 가격은 지난 2022년 고점 대비 약 90% 하락해 지난해 6월 6만위안대까지 떨어졌던 바 있다. 현재 가격은 당시 저점보다 두 배 이상 높은 수준이다.

수요도 견조하다. 에너지저장장치(ESS) 시장이 빠르게 성장하고 있기 때문이

다. 로이터에 따르면 올해 글로벌 리튬 수요는 17~30% 증가할 전망이다. ESS용 리튬 수요는 55% 늘어날 것으로 예상된다. 인공지능(AI) 데이터센터와 재생에너지 확대에 따른 전력 저장 수요 증가가 배경으로 꼽힌다.

시장에서는 포스코아르헨티나의 수익성 개선 가능성에 주목하고 있다. 현재 운영 중인 1공장의 생산능력은 연간 2만5000톤이다. 오는 10월 2공장이 준공되면 총 생산능력은 5만톤으로 늘어난다. 생산량 증가에 따른 규모의 경제 효과가 기대된다.

가동률도 개선되고 있다. 1공장 가동률은 지난 1분기 기준 70% 수준을 기록했다. 최근에는 이보다 더 상승한 것으로 알려졌다. 자가 판매 물량 비중이 줄면서 평균판매단가(ASP) 역시 개선되는 흐름이다.

포스코그룹이 구축한 공급망도 강점으로 꼽힌다. 포스코는 리튬 자원 확보부터

가공, 양극재 생산까지 이어지는 밸류체인을 구축하고 있다. 업계에서는 이 같은 수직계열화 구조가 가격 변동에 따른 리스크를 일부 분산할 수 있는 요인으로 보고 있다.

중장기적으로는 직접리튬추출(DLE) 기술 확보도 추진하고 있다. 포스코홀딩스는 최근 앤솔리소시스와 미국 유타주 DLE 데모플랜트 구축 계약을 체결했다. DLE는 저농도 염수에서도 리튬을 추출할 수 있는 기술이다. 포스코는 오는 2027년 데모플랜트를 준공하고 2028년까지 기술 검증을 진행할 계획이다.

박기수 한국폴리텍대 이차전지시스템학과 교수는 “CATL 광산 재가동 물량은 전 세계 공급의 약 3% 수준인 반면 LFP 배터리 수요는 연간 17% 안팎 증가가 예상된다”며 “포스코의 수직계열화 구조는 가격 변동 충격을 일부 완충할 수 있다”고 덧붙였다.

/유혜은 기자 dhaledhale@



삼성전자 OLED TV 라이프스타일 이미지. /삼성전자

## 삼성 OLED TV, 美 소비자 평가 최상위

컨슈머리포트 “S95H, 화질 최고”

삼성전자 OLED TV가 미국 소비자 전문지 컨슈머리포트의 제품 평가에서 주요 화면 크기별 최상위권을 휩쓸었다.

삼성전자는 자사 OLED TV가 미국 소비자 전문지 ‘컨슈머리포트’의 6월 TV 평가에서 주요 화면 크기별 평가 1위를 차지하는 등 상위권에 대거 이름을 올렸다고 25일 밝혔다.

특히 삼성 OLED 77형(S95H)은 91점을 기록해 70형 이상 제품 중에 1위를 차지했고, OLED 55형(S95H) 또한 90점으로 55~60형 구간 1위를 기록했다.

컨슈머리포트는 상세 테스트를 통해 삼성 OLED 77형(S95H)의 화질을 ‘최고(Excellent)’라고 극찬하며, “정교한 디테일로 재현력이 뛰어나며, 최고 수준의 색

정확도를 통해 피부톤 등 모든 색상이 매우 자연스럽게 생생하게 표현된다”고 분석했다.

또 “가장 어두운 블랙과 가장 밝은 화이트의 극명한 차이를 보여주는 완벽한 명암비와 딥 블랙 표현력이 어두운 장면에서 엄청난 깊이감과 입체감을 선사한다”고 덧붙였다.

/차현정 기자