

‘관세·화재’ 악재 딛고, 차세대 모빌리티 기술로 입지 강화



금호타이어 광주공장 전경.

/양성운 기자

19 금호타이어

KUMHO TIRE

한 때 1000억원이 넘는 영업손실을 기록했던 금호타이어가 적자 구조에서 벗어나 본격적인 실적 반등 국면에 진입했다. 지난해 미국발 관세 부과와 광주공장 화재 등 여러 악재를 뚫고 창사 이래 최대 매출인 4조 7013억원을 기록하는 등 저력을 과시하고 있다. 고부가가치 제품인 고인차·전기차(EV) 타이어 판매 비중을 확대한 전략이 주효했다는 분석이다.

◆올해 매출 5.1조원 목표 향해 순항

금호타이어는 지속적인 연구개발에 대한 투자를 진행하며 2025년 연결기준 경영실적으로 매출액 4조 7013억원, 영업이익 5755억원을 기록했다. 이는 전년 대비 매출액이 3.7% 성장한 수치로 영업이익률은 12%에 달한다.

올해는 실적 가이던스로 매출액 5조 1000억원 달성을 목표로 제시하며 목표를 향해 순항 중이다. 최근 한국신용평가(한신평)는 금호타이어의 기업신용등급을 기존 'A0(안정적)'에서 두 단계 상향 조정된 'A+(안정적)'을 부여하며 대외 변수에도 흔들리지 않는 안정적인 사업 구도를 갖췄다고 분석했다.

금호타이어는 프리미엄 제품 공급, 글로벌 유통 확대, 브랜드 인지도 강화 등을 통해 국내 시장을 포함한 글로벌 시장의 입지 강화에 힘쓰고 있다. 금호타이어는 외형적 성과에 그치지 않고 재무구조를 안정화하며 자본 효율성을 높여 장기적인 성장의 기반을 굳건히 다지고 있다. 이러한 성과를 토대로 올해도 변화에 기민하게 대응하고 혁신을 가속화하며 글로벌 프리미엄 브랜드로 도약하기 위해 노력하고 있다.

글로벌 완성차 브랜드와의 OE 파트너십은 금호타이어가 글로벌 시장에서 내실 있는

지난해 매출 4.7조, 영업이익 5755억 대외변수에도 신용등급 2단계 상향 폭스바겐 등에 신차용 타이어 공급 에이투지와 자율주행차 타이어 개발 4년來 미래형 타이어 상용화 계획 중 매출, 과거 수준으로 회복 못해 EU ‘반덤핑 관세’에 수출 적신호 중 난징공장 증설 등으로 대응

세계 최정상 모터스포츠 대회 등 타이어 공식 공급업체 타이틀 확대



금호타이어-에이투지 자율주행차 미래형 타이어 기술개발 및 공급 업무 MOU 체결.

는 성장을 이어가는 핵심 기반이다. 금호타이어는 지난 2024년에는 폭스바겐 파사트 및 스코다 슈퍼브에, 지난해에는 기아의 타스만, 폭스바겐의 티구안과 쿠퍼라의 테라마르, 그리고 최근에는 스코다의 엔야크와 엘룩에 신차용 타이어 공급 소식을 전했다. 연이은 OE 공급 계약으로 금호타이어는 폭넓은 제품 스펙트럼과 차종 다변화에 유연히 대응하는 품질 신뢰도를 입증하고 있다.

◆지속적인 R&D 투자... ‘프리미엄 브랜드’ 도약 박차

금호타이어는 빅데이터와 인공지능(AI)

I) 기술을 타이어 개발에 적극 활용해 컴파운드 및 성능을 예측하는 ‘타이어 디지털 트윈’ 환경을 구축하며 급변하는 모빌리티 산업의 변화에 발 빠르게 대응하고 있다.

지난해 금호타이어는 자율주행 기술의 선두주자인 ‘오토노머스 에이투지’와 함께 ‘자율주행차 미래형 타이어 기술개발 및 공급 업무 협약(MOU)’을 체결했다.

에이투지는 최근 글로벌 자율주행 기술 기업 순위에서 세계 11위에 오르며 국내 유일의 상위권 진입 기업으로 주목받고 있다. 금호타이어는 에이투지와 파트너십을 통해 한국형 레벨4 자율주행차인 ‘로이(ROII)’에 타이어를 공급하며, 해당 차량은 경주에서 열린 ‘2025 아시아태평양 경제협력체(APEC) 정상회의’에 투입되어 글로벌 무대에 선보인 바 있다.

금호타이어는 이번 과제를 통해 4년 이내에 레벨4 이상의 자율주행차에 적용 가능한 미래형 타이어를 상용화할 계획이며 특히, 스마트 센서 기반 타이어 및 에어리스타이어 기술은 자율주행차의 안전성과 효율성을 획기적으로 향상시킬 것으로 기대된다.

미래차 시대에 대응하기 위해 첨단 도심항공모빌리티(UAM)용 타이어 ‘에어본타이어’, ‘에어리스타이어’ 개발을 추진하고 있고 센서를 부착한 스마트 타이어 시스템 또한 발빠르게 상용화를 모색하고 있다. 스마트 타이어는 내부에 장착된 센서 모듈을 통해 주행 중 타이어 상태를 모니터링하여, 타이어와 관련된 위험성을 알려준다. 기술 실험을 넘어 실사용 단계에서 수집되는 데이터를 바탕으로 성능을 개선하며 차세대 모빌리티 시장에 대응할 수 있는 기술적 자산을 확보해 나가고 있다.

◆중국 등 아시아 매출 반등 해결해야

금호타이어는 중국을 포함한 아시아 매출이 뚜렷한 반등을 보이지 못하고 있다. 회사는 중국 시장에서 프리미엄 제품 중심의 믹스 개선과 OE 공급 확대 전략을 추진하고 있지만 현지 브랜드들의 경쟁력 강화에 따라 아직 가시적인 성과를 이루지 못하고 있다.

실제 중국 매출은 지난해 상반기 감소 이후 4분기 들어 반등했지만 과거 수준을 회복하지는 못하고 있다. 고인차 타이어 비중도 60% 내외를 유지하고 있지만 분기별 변동성이 있는 상황이다. 전략 방향은 명확하지만 성과로의 전환은 아직 진행 중인 단계라는 평가다. 여기에 유럽연합(EU)이 중국에서 생산한 타이어 제품에 최고 24.4%의 반덤핑 관세를 부과하기로 확정하면서 금호타이어의 중국 생산 제품의 수출에도 적신호가 켜졌다. 현재 유럽 내 생산 기지가 없어

중국과 국내 생산 제품을 중심으로 판매를 이어가고 있기 때문이다.

이같은 문제를 해결하기 위해 금호타이어는 중국 난징 공장 증설을 통해 전기차 및 신에너지 차량용 타이어 경쟁력과 생산 능력을 강화하는 한편, 폴란드 신공장 건설에 속도를 높인다는 방침이다.

금호타이어 관계자는 “금호타이어는 프리미엄 완성차 업체들과 협업하며 연구개발을 거듭해 선도적인 제품을 출시함으로써 고객들에게 더 나은 모빌리티 경험을 선사하고자 한다”며 “다양한 미래형 제품 및 기술 개발을 통해 국내를 넘어 세계 무대에서 금호타이어의 경쟁력을 입증하고자 한다”고 강조했다. 이어 “모빌리티 시대의 흐름에 맞춰 ‘기술명가’라는 명칭에 걸맞은 브랜드로서 도약할 것이다”고 덧붙였다.

앞으로 금호타이어는 현재 추진되고 있는 합평 및 유럽공장 건설을 통한 한국-유럽-북미를 잇는 글로벌 생산체계를 본격적으로 구축하며 이를 기반으로 글로벌 시장 확장과 수익성 확보에 집중해 나갈 계획이다.



지난해 8월 31일 강원도 인제 스피드돔에서 열린 ‘현대N페스티벌’ eN1클래스 2라운드에서 금호타이어 후원 ‘금호 SL 모터스포츠팀’ 이창욱 선수(가운데)가 1위를 차지했다.

/금호타이어

한편 금호타이어는 전 세계 주요 모터스포츠 대회에서 공식 타이어 공급 업체 타이틀을 지속 확대하며 글로벌 모터스포츠 활동을 강화하고 있다. 특히 세계 최정상 투어링 대회인 ‘KUMHO FIA TCR World Tour’를 통해 기술력과 성능 경쟁력을 입증하며 글로벌 수준의 경쟁력을 확보했음을 보여주고 있다.

국내에서는 ‘2026 오토헤리츠 챔피언십’ 토요타 가주 레이싱 6000 클래스 참가, ‘2026 현대 N 페스티벌’의 그란 투리스모 eN1 클래스 참가팀 후원 및 금호 N1 클래스 후원을 진행하며 고성능 차량 레이싱에서 두각을 나타내고 있다. 금호타이어는 수십년간 모터스포츠 활동을 통해 축적해 온 기술력을 바탕으로 퍼포먼스 브랜드로서의 입지를 지속 강화해 나갈 예정이다.

/양성운 기자



▲ 금호타이어 대표 캐릭터 ‘또로’와 ‘로로’.