

# 삼성SDI, ESS·배터리 중심 실적개선… 차세대 제품군 확대

3분기 매출 4조, 영업이익 1318억 전망  
소듐이온 배터리 관련 브랜드 출원  
2027년 전고체 배터리 양산 목표

삼성SDI가 에너지저장장치(ESS)와 고출력 배터리 판매를 늘려 실적 개선을 추진하는 가운데 ESS용 소듐이온 배터리 개발과 브랜드 출원 등 차세대 제품군 확대에도 나서고 있다.

27일 업계에 따르면 삼성SDI의 3분기 매출은 전년 동기 대비 32.3% 증가한 4조 389억원, 영업이익은 흑자 전환한 1318억원으로 전망된다.

사업 부문별로는 소형전지와 ESS의 실적 개선이 예상된다. 배터리백업유닛(BBU)과 전동공구용 배터리 판매 확대가 소형전지의 흑자 전환을 뒷받침할 것으로 보인다. ESS 부문은 이월 물량 반영과 인공지능(AI) 인프라 확충에 따른 수요 증



삼성SDI 기흥사업장.

/삼성SDI

가가 매출 확대를 이끌 것으로 업계는 내다봤다.

고출력 배터리 판매 증가는 2분기 실적 개선에도 기여했다. 삼성SDI는 무정전전원장치(UPS)·BBU·전동공구용 고출력 배터리와 유럽형 전기차 배터리 판매가

늘면서 2분기 매출 3조 7688억원, 영업이익 2038억원을 기록했다. 7분기 만의 흑자 전환이다.

삼성SDI는 ESS 시장에서 각형 배터리의 안전성과 신뢰성을 앞세워 공급을 확대하고 있다. 지난 3월에는 미국 에너지

전문업체와 1조 5000억원 규모의 ESS용 각형 배터리 공급 계약을 체결했다. 삼성SDI가 공급을 늘리는 ESS용 배터리 시장에서는 출하량이 증가하고 각형 비중도 커지는 추세다. 시장조사업체 SNE리서치에 따르면 올해 상반기 전 세계 ESS용 배터리 출하량은 461GWh로 지난해 같은 기간보다 71% 증가했다. 각형 배터리 비중은 올해 94%로 추산됐으며, 2035년에는 97%까지 확대될 것으로 전망됐다.

삼성SDI는 북미 ESS 수요에 맞춰 현지 생산라인도 전환하고 있다. 스텔란티스와의 합작법인 스티플러스에너지(SPE)의 인디애나 공장 일부 생산라인을 ESS용으로 바꾸고 있으며 올해 4분기부터 리튬인산철(LFP) 배터리를 양산할 계획이다. 지난 8월에는 제너럴모터스(GM) 보유 지분을 인수해 시너지셀즈를 단독 운영하기로 했다. 해당 생산 거점은 ESS와 첨단 응용 분야에 활용할 방침이다.

차세대 배터리 개발도 이어가고 있다. 삼성SDI는 전고체 배터리의 첫 상용화 분야로 휴머노이드 로봇을 유력하게 보고 고객사와 협의를 진행하고 있다. 올해 하반기 휴머노이드용 샘플을 공급하고 2027년 하반기 양산을 목표로 준비할 계획이다. 소듐이온 배터리는 UPS와 전력용 ESS 제품으로 개발 중이며 관련 브랜드 ‘소듐스택(Sodium Stack)’의 상표를 출원한 것으로 알려졌다.

업계 한 관계자는 “중저가 전기차 배터리는 가격 경쟁이 치열한 만큼 국내 업체들은 ESS용 각형 배터리와 높은 에너지 밀도가 필요한 로봇용 배터리에서 경쟁력을 확보해야 한다”며 “ESS와 고출력 소형 전지 판매를 늘리는 동시에 전고체·소듐이온 배터리 등 차세대 제품을 준비하는 전략이 중요하다”고 말했다.

/원관희 기자

wkh@metroseoul.co.kr



metro

## LG전자, AIDC 냉각솔루션 ‘엔비디아 파트너’ 등재

NPN ‘파워 앤 쿨링’ 분야 선정  
글로벌 냉각 솔루션 사업 ‘청신호’

LG전자가 인공지능(AI) 데이터센터 냉각 솔루션 분야에서 엔비디아 공식 파트너로 선정됐다. 이를 바탕으로 글로벌 AI 데이터센터 시장에서 고객 접점을 넓히고 사업 기회 확대에 나선다는 방침이다.

LG전자는 엔비디아의 파트너 프로그램인 ‘엔비디아 파트너 네트워크(NPN)’에 파워 앤 쿨링(Power and Cooling) 분야 파트너(PREFERRED)로 정식 등재됐다고 27일 밝혔다.

NPN은 엔비디아의 AI 컴퓨팅 플랫폼과 기술 생태계를 기반으로 ▲하드웨어 ▲소프트웨어 ▲서비스 ▲인프라 등 다양한 분야의 기업들이 참여하는 글로벌 파트너 프로그램이다. 엔비디아는 이를 통해 AI 데이터센터와 AI 팩토리 구축에 필요한 검증된 파트너와 솔루션을 고객에게 연결하고, 파트너사들은 엔비디아 생태계

안에서 기술 협력, 영업 기회, 마케팅 지원 등을 바탕으로 글로벌 고객 접점을 확대할 수 있다.

이번 등재로 LG전자는 엔비디아 기술 기반 AI 데이터센터를 구축하는 글로벌 고객에게 냉각 솔루션을 제안할 수 있는 접점을 넓히게 됐다. 특히 데이터센터 기획·설계 초기 단계부터 칠러와 냉각수 분배장치(CDU) 등이 검토될 기회가 확대될 것으로 기대된다.

앞서 LG전자는 국내 기업 최초로 600kW와 1MW급 냉각수 분배장치에 대한 엔비디아 규격 승인 요건을 충족했다. 이어 여러 서버 랙을 한꺼번에 냉각할 수 있는 2.5MW급 대용량 제품도 AI 팩토리 규격 승인을 받아 엔비디아의 ‘DSX 레디 CDU’로 인정받았다.

LG전자는 NPN 파트너 등재를 바탕으로 메가와트(MW)급 대형 AI 데이터센터 프로젝트에서 사업 기회를 확대한다는 계획이다. 특히 초대형 클라우드 사업자인

하이퍼스케일러와 데이터센터 임대 사업자인 코로케이션 업체 등을 주요 고객군으로 공략하고 있다.

AI 서버의 고집적화로 랙당 전력 밀도가 높아지면서 액체냉각 솔루션 수요도 빠르게 확대되고 있다. 시장조사업체 트랜드포스는 AI 데이터센터의 액체냉각 솔루션 도입률이 2024년 14%에서 2027년 약 60%까지 높아질 것으로 전망했다.

LG전자는 2011년 데이터센터 냉각 시장에 진출해 대형 공랭식 수랭식 칠러를 중심으로 관련 사업을 확대해왔다. 최근에는 고밀열 AI 서버용 집열을 직접 식히는 액체냉각 솔루션까지 제품군을 넓히며 시장 변화에 대응하고 있다.

냉각수를 생산하는 칠러와 이를 정밀하게 분배하는 냉각수 분배장치, 칩의 열을 직접 흡수하는 플레이트까지 아우르는 ‘칩 투 칠러(Chip to Chiller)’ 라인업도 갖췄다.

/차현정 기자 hyeon@



메르세데스-벤츠 코리아가 AET 20주년·아우스빌동 10주년을 맞아 정비 인재 양성 프로그램 통합 출범식 개최했다.

## 벤츠코리아, 미래차 산업 전문인재 육성 ‘앞장’

‘AET’ 중심 인재육성 체계 운영  
전문인력 기반 서비스 경쟁력 강화

메르세데스-벤츠 코리아가 학생들의 진로 탐색부터 전문 정비교육, 취업 이후 역량 강화까지 연결하는 체계적인 인재 육성에 나서고 있다. 전기차 등 미래차 확산으로 차량 정비 기술이 고도화되는 가운데 장기적인 전문인력 확보를 통해 서비스 경쟁력을 강화한다는 전략이다.

27일 업계에 따르면 벤츠코리아는 산학 협력 프로그램 ‘모바일 아카데미’와 정비 전문인재 양성 프로그램 ‘AET(Automotive Electric Traineeship)’을 중심으로 인재 육성 체계를 운영하고 있다.

2014년 시작된 모바일 아카데미는 자동차 산업과 직무에 관심 있는 학생들에게 진로 탐색 기회를 제공하는 프로그램이다. 고교특강과 대학과정을 통해 자동차 기술 교육은 물론 현직 전문가 멘토링, 직무 소개, 공식 파트너사 채용 정보 등을 제공하며 산업 현장과의 접점을 확대하고 있다.

이후 전문 테크니션으로 성장하는 과정에서는 AET가 이어진다. 벤츠코리아는 2006년 자동차 정비 전문인력 양성을 위한 AMT를 시작했으며, 2022년 전기차 정비교육을 강화한 AET로 개편했다. 올해로 운영 20주년을 맞은 AET는 자동차 관련 학과 졸업생과 졸업예정자를 대상으로 이론과 현장 실습을 병행한다.

특히 고전압 배터리와 냉각 시스템, 구동 시스템, 충전장치 등 전기차 정비에 필요한 기술과 작업 안전관리 교육을 진행하는 동시에 내연기관 차량 정비까지 다

뤄 다양한 차량에 대응할 수 있는 전문성을 키운다.

실제 취업으로 이어지는 성과도 나타나고 있다. 지난해 10월 기준 모바일 아카데미 수료생의 약 50%가 자동차 관련 직종에 취업했으며 이 가운데 절반 이상이 벤츠 네트워크에서 커리어를 시작했다. AET 합격자 중 모바일 아카데미 출신 비중도 기수 평균 47.37%에 달했다.

교육 이후에도 후속 과정이 이어진다. 벤츠코리아는 공식 네트워크에 진입한 테크니션을 대상으로 단계별 기술교육을 제공해 현장 경험과 전문성을 높이고 있다. 학생 단계에서 시작한 진로 탐색이 전문 교육과 취업을 거쳐 현업 역량 강화로 이어지는 구조다.

메르세데스-벤츠 코리아는 “취업 이후에도 단계별 기술교육을 제공해 테크니션의 전문성을 높이고 있다”며 “학생 단계의 진로 탐색을 전문 정비교육과 취업, 현업 역량 강화로 이어가는 선순환 구조를 구축해 미래 자동차 산업을 이끌 전문인력의 성장을 지원해 나갈 계획”이라고 말했다.

/양성운 기자 ysw@



메르세데스-벤츠 사회공헌위원회가 ‘모바일 아카데미’ 우수 수료생에 독일 본사 탐방 기회 제공하고 있다.

## 삼성전자, ‘멕시코 K-박람회’ 참가… AI 생태계 경험 전면에

갤럭시 Z 시리즈, 오디세이 G9 등 전시

삼성전자가 글로벌 무대에서 K-컬처와 인공지능(AI) 기술을 결합한 소비자 접점 확대에 나섰다.

27일 삼성전자는 지난 24일부터 이날까지 멕시코시티 월드 트레이드 센터에서 열린 ‘2026 멕시코 K-박람회’에 참가했다고 밝혔다.

문화체육관광부가 주최하고 한국콘텐츠진흥원이 주관한 이번 행사는 K-팝과 게임, 영상, 뷰티, 패션, 음식 등 다양한 한국 문화 콘텐츠를 소개하는 한류 행사다.

삼성전자는 이번 행사에서 개별 제품을 전시하는 데 그치지 않고 모바일과 TV, 가전 등을 AI로 연결하는 생태계 경험을 전면에 내세웠다. ▲갤럭시 AI(Galaxy AI) ▲비전 AI 컴패니언(Vision AI Companion) ▲스마트싱스(SmartThings)를 중



지난 25일(현지시간) 멕시코시티 월드 트레이드 센터에서 열린 ‘2026 멕시코 K-박람회’에서 관람객들이 삼성전자 부스를 찾아 85형 Micro RGB TV 제품을 체험하고 있다. /삼성전자

심으로 스마트폰, TV, 모니터, 웨어러블, 가전 등 다양한 제품과 AI 기술을 연결해 관람객이 K-컬처를 한층 풍부하게 즐길 수 있게 했다.

관람객들은 갤럭시 Z 시리즈의 실시간 통역 기능을 활용하고 사진·영상을 촬영하거나 콘텐츠를 직접 제작했다. 2026년

형 삼성 TV에 탑재된 비전 AI 컴패니언을 통해서도 대화형 AI 기반의 개인화 콘텐츠 추천 기능을 경험했다.

스마트싱스는 갤럭시 기기와 TV, 비스포크 AI 가전을 연결해 여러 기기를 한곳에서 제어하고 에너지 사용량을 관리하는 기능을 소개했다.

부스는 K-팝 바와 스트리머 스튜디오, TV룸, 게이밍존, 웰니스존 등으로 구성됐다. K-팝 바와 스트리머 스튜디오에서는 갤럭시 Z 시리즈를 활용한 음악 감상과 콘텐츠 제작을, TV룸에서는 마이크로 RGB와 더 프레임 프로를 통한 K-드라마·공연 감상과 아트 모드를 체험할 수 있도록 했다.

게이밍존에는 49형 오디세이 OLED G9을 배치했으며, 웰니스존에서는 갤럭시 워치9와 삼성 헬스를 연동해 활동량과 수면 패턴 등 건강 정보를 확인할 수 있도록 했다.

/차현정 기자