

주요기업 3분기 실적

2029년까지 D램·HBM 완판 전망… “내년 설비투자 확대”

SK하이닉스 콘퍼런스콜

글로벌 고객 장기공급계약 확대
솔리다임 IPO 검토중단 배경 설명
곽노정 사장 “결실 함께 커져야”

SK하이닉스가 사상 최대 실적을 거둔 가운데 2029년까지 메모리 생산 물량이 사실상 모두 판매될 것으로 전망하고 100조원 규모의 주주환원과 성장 투자를 병행한다.

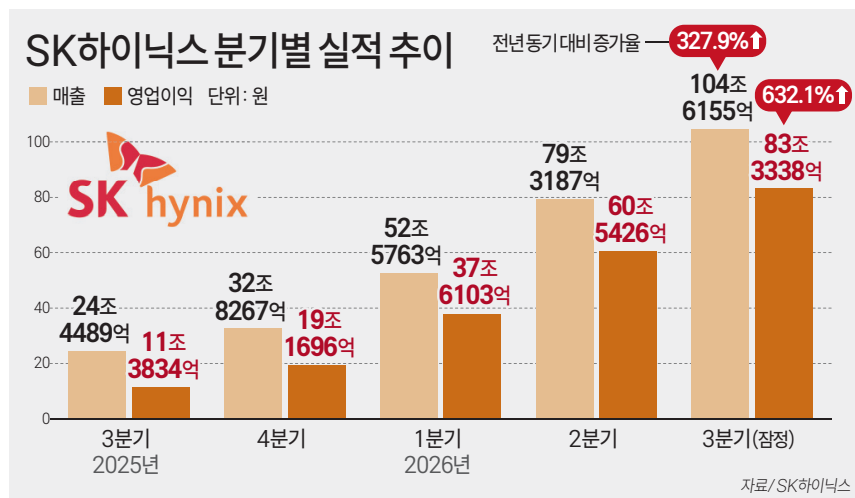
28일 SK하이닉스의 3분기 실적발표 콘퍼런스콜에서 곽노정 대표이사 사장은 “과거와는 다른 성장의 가능성이 구체적인 산업 구조의 변화로 나타나고 있다”고 밝혔다.

SK하이닉스의 3분기 매출은 분기 기준 처음 100조원을 넘어섰으며 영업이익은 6개 분기 연속 최대치를 경신했다. 곽 사장은 “그동안 기술 경쟁력으로 쌓아온 고객의 신뢰가 장기 계약으로 이어지면서 중장기 수요에 대한 가시성이 높아지고 안정적인 수익성을 확보할 수 있는 여건도 마련되고 있다”고 말했다.

◆ 장기계약으로 수요 확보… HBM 공급 부족 지속

장기공급계약(LTA) 확대로 중장기 판매 물량에 대한 예측 가능성도 높아졌다. SK하이닉스는 확보한 계약 물량과 고객들이 협의 중인 수요를 종합하면 2029년까지 D램과 고대역폭메모리(HBM) 생산 물량이 사실상 모두 판매될 것으로 전망했다.

현재 글로벌 주요 클라우드 기업을 포함한 고객사 14곳과 장기계약을 체결해 2027년과 2028년 각각 전체 생산능력의



50% 이상에 해당하는 물량을 확보했다.

다만 예상 판매 물량에는 구매 협의 단계의 수요도 포함됐다. SK하이닉스는 해당 물량도 구체적인 구매 계획에 기반해 실현 가능성이 높다고 판단했으며, 계약에는 가격 조정과 예치금 등 구매 이행 장치도 마련했다.

회사는 인공지능(AI) 인프라 수요 증가로 장기계약이 확대되고 있다고 분석했다. 주요 클라우드 기업의 매출과 주주잔고가 증가하는 가운데 AI 투자도 일반 기업과 국가 단위로 확산하면서 특정 기업의 투자 조정이 전체 수요에 미치는 영향은 줄어들 것으로 예상했다.

반면 공급 확대에는 제약이 지속될 것으로 내다봤다. 고객사들이 요청한 HBM 물량이 공급 가능 물량을 두 배 이상 웃도는 데다 첨단 공정의 기술적 난도 상승과 신규 생산시설 구축 기간을 고려하면 메모리 공급 부족은 2030년까지 이어질 것이라는 전망이다.

일부 고객사의 HBM 적층 단수 하향 조정 움직임도 공급 부족에 따른 대응으

로 분석했다. 제한된 물량으로 더 많은 AI 가속기를 생산하기 위한 조치로, 개별 D램의 용량 증가를 통해 적층 단수 감소에 따른 영향을 상당 부분 보완할 수 있다는 설명이다.

◆ 설비투자 단계적 확대… 성과 주주 환원 병행

SK하이닉스는 수요 증가에 대응해 내년 설비투자를 확대하되 과잉 생산을 방지하기 위해 생산능력을 단계적으로 늘릴 방침이다.

김우현 SK하이닉스 재무부장은 “현재의 투자는 단순히 생산능력을 늘리기 위한 것이 아니라 기술 전환과 고부가제품 확대에 필요한 생산 기반을 확보하기 위한 투자이기도 하다”고 밝혔다.

HBM 등 고성능 제품의 생산에 필요한 자원이 늘어나는 반면 미세화를 통한 생산량 확대에는 제약이 커지고 있다는 설명이다. 이에 따라 신규 공장의 골조 건설은 앞당기되 클린룸 가동과 장비 반입은 고객 수요에 맞춰 진행할 계획이다.

성장 투자와 함께 주주환원도 강화할

다. SK하이닉스는 올해 현금배당과 자사주 매입·소각을 통해 약 100조원을 환원하기로 했다. 잉여현금흐름(FCF)의 50% 이상을 주주에게 환원한다는 기존 방침에 따른 것이다.

곽 사장은 “당사는 전략적 투자가 결실을 맺으면 그 대부분을 주주 여러분과 나누는 것을 원칙으로 삼아왔다”며 미래 성장 투자 과정에서 줄어들 수 있는 주주 환원 여력을 투자 성과로 보완하겠다고 밝혔다.

이에 따라 올해 실현한 일본 키옥시아 투자 수익 대부분을 특별배당으로 지급하고 자사주 매입·소각도 지속할 방침이다. 김 부문장은 현재 주가가 회사의 이익과 현금흐름을 충분히 반영하지 못하고 있다고 평가하며 자사주 소각을 통해

주당 가치를 높이겠다고 밝혔다.

손자회사 솔리다임의 기업공개(IPO) 검토 중단도 투자 효과를 고려한 결정이다. 곽 사장은 금융시장 변동성과 반도체 업계의 주가 조정으로 당초 기대했던 효과를 달성하기 어렵다고 설명했다. 다만 AI 데이터센터용 스토리지 사업 투자는 지속하며 재원 조달 방안은 기업가치와 주주가치 제고에 부합하는 방향으로 검토할 예정이다.

곽 사장은 “앞으로의 과제는 이 변화를 지속 가능한 경쟁력으로 만드는 것”이라며 “사업의 성장과 투자 성과가 쌓일수록 주주 여러분과 나누는 결실도 함께 커져야 한다”고 강조했다. /구남영 기자

koogija_tea@metroseoul.co.kr



metro

“안정적 성과 만들고 주주와 나눌 것”

》1면 ‘분기매출 첫 100조’서 계속

자사주 매입액 가운데 주주환원 목적의 10조원은 전량 소각한다. 나머지 약 10조원은 임직원 보상으로 활용하며 주주환원 규모에는 포함하지 않는다.

아울러 SK하이닉스는 글로벌 대형 클라우드 서비스 제공업체(CSP)를 포함한 주요 고객 14곳과 장기공급계약(LTA)을 체결했다고 밝혔다. 계약 물량은 2027~2028년 전체 생산능력의 50% 이상이다. 회사는 고객과 합의한 가격 범위 안에서 시장 상황을 반영하는 계약 구조를 통해 안정적인 수익성을 확보할

수 있다고 설명했다.

내년에는 용인 1기 팹 가동 등 국내외 인프라 투자가 본격화해 투자 규모가 올해보다 크게 늘어날 전망이다. 이와 함께 10나노급 6세대(1c) 공정 비중을 높이고 서버용 DDR5와 AI 서버용 LPDDR5 SOCAMM 판매를 확대해 D램의 고부가 제품 비중을 높인다는 계획이다.

SK하이닉스는 “앞으로도 견조한 메모리 수요 성장과 기술 경쟁력을 바탕으로 안정적인 성과를 만들고, 이를 주주와 꾸준히 나누겠다”고 밝혔다.

구남영 기자

LG전자, 누적 매출 71조 돌파… 영업이익 55.9% ‘땡충’

3분기 매출 23.8조, 영업이익 7819억
주력 사업 경쟁력 바탕 성장세 지속

LG전자가 생활가전과 전장 사업의 성장, TV 사업의 실적 개선에 힘입어 올해 3분기 누적 영업이익이 전년 동기 대비 50% 이상 증가했다.

LG전자는 올해 3분기 누적 연결 기준 매출 71조3778억원, 영업이익 4조347억원을 기록했다고 28일 밝혔다. 매출은 전년 동기 대비 9.2%, 영업이익은 55.9% 증가했다.

3분기 매출은 23조8241억원으로 전년 동기 대비 8.9% 늘었으며 영업이익은 7819억원으로 13.5% 증가했다. 중동 전

쟁 등 대외 불확실성에도 주력 사업의 경쟁력을 바탕으로 성장세를 이어갔다는 설명이다.

특히 생활가전과 전장 사업이 안정적인 수익성을 유지한 가운데 TV 등 미디어엔터테인먼트 사업의 실적 개선이 전체 영업이익 증가에 기여했다. 제품과 서비스를 포함한 구독사업 매출은 7600억원으로 전년 동기 대비 8.6% 증가했으며 기업간거래(B2B) 매출은 6조1000억원으로 3.4% 늘었다.

사업본부별로 보면 생활가전을 담당하는 HS사업본부는 3분기 매출 7조444억원, 영업이익 2592억원을 기록했다. 매출은 2분기 연속 7조원을 넘었다.

프리미엄 제품과 중저가 시장을 동시에 공략하는 투트랙 전략이 성과를 거뒀으며 물류비와 마케팅 비용 증가에도 운영 효율화를 통해 수익성을 유지했다.

TV 사업을 담당하는 MS사업본부는 매출 5조215억원, 영업이익 1467억원을 기록했다. 올레드(OLED) TV 등 프리미엄 제품 판매 증가와 신흥시장 판매 확대에 힘입어 매출과 영업이익 모두 전년 동기 대비 개선됐다.

전장 사업을 담당하는 VS사업본부는 매출 2조8261억원, 영업이익 1903억원을 기록하며 3분기 기준 역대 최대 실적을 달성했다. 기존 수주잔고의 안정적인 매출 전환과 차량용 인포테인먼트(IVI) 사

업 성장이 실적을 견인했다. 매출 확대와 운영 효율화도 수익성 개선에 기여했다.

냉난방공조 사업을 담당하는 ES사업 본부는 매출 2조1736억원, 영업이익 872억원을 기록했다. 해외 상업용 공조 시장을 중심으로 판매가 증가했지만 미래 신사업 수주 확대에 대응하기 위한 비용 부담이 수익성에 일부 영향을 미쳤다.

4분기에는 글로벌 경기 불확실성과 원가 부담이 주요 변수로 꼽힌다. 생활가전과 완성차 시장의 수요 회복이 제한적 것으로 예상되는 가운데 TV 사업 역시 메모리와 패널 가격 부담, 고유가·고금리에 따른 소비심리 위축 등의 영향을 받을 전망이다.

이에 LG전자는 상대적으로 수요가 견조한 글로벌 사우스 시장을 중심으로 가전 판매를 확대하고 TV 사업에서는 프리미엄 제품 비중을 높여 수익성을 확보할 계획이다. 전장 사업은 기존 수주 잔고를 기반으로 매출 성장을 이어가는 한편 원가 경쟁력 강화에 집중한다.

냉난방공조 사업에서는 AI 데이터센터 냉각솔루션 대형 프로젝트에 적기 대응해 신사업 성장을 가속화할 방침이다. 아울러 B2B와 구독, 온라인 등 성장 전략을 지속하고 공급망 다변화와 운영 효율화를 통해 대외 환경 변화에 대응할 예정이다.

LG전자는 주주환원 정책도 이어간다. 올해 매입한 자사주 73만주는 계획대로 4분기 내 전량 소각할 예정이다.

/차현정 기자 hyeon@



metro

현대차, 글로벌 브랜드 가치 250억 달러… 자동차 부문 4위

종합 29위… 지난해보다 1계단 상승
로보틱스 확대·SDV 전환 등 성과

현대자동차는 글로벌 브랜드 컨설팅 업체 ‘인터브랜드’가 발표한 2026 글로벌 100대 브랜드에서 종합 순위 29위, 브랜드 가치 250억 달러(33조 원)를 기록했다고 28일 밝혔다.

이는 현대차가 창사 이래 최초로 달성한 것으로 지난해(종합 순위 30위, 브랜드 가치 246억 달러)보다 1계단 상승했으며 같은 기간 자동차 브랜드 부문 순위는 6위에서 4위로 2계단 올랐다.

현대차는 불확실한 경영 환경 속에서도 지속된 사업 경쟁력과 실적 성장을 바탕으로 브랜드 가치를 높였다. 지난해 사

상 최대인 매출 186조2545억원을 달성했고, 하이브리드 라인업 확대에 힘입어 미국 시장 연간 100만대 판매와 글로벌 친환경차 96만대 판매를 동시에 돌파했다.

로보틱스 분야에선 미국 조지아주 신공장 현대차그룹 메타플랜트 아메리카(HM GMA) 내 로보틱스 메타플랜트 응용센터(RMAC)에서 지난 6월 휴머노이드 로봇

‘하틀라스’ 훈련을 시작해 2028년 HMGM A 투입 준비를 본격화했다.

현대차는 자율주행 및 소프트웨어 중심차(SDV) 전환도 속도를 높이고 있다. 엔비디아와 관련 파트너십을 강화하고 에이전트 인공지능(AI) 기술을 전면에 내세운 차세대 인포테인먼트 시스템 ‘플레오스’를 출시한 게 대표적이다. 현대차는 2028년 출시하는 첫 번째 SDV 양산차에 엔비디아와 협업한 레벨2+ 자율주행 기술을 탑재하는 것을 목표로

한다.

글로벌 스포츠·문화 마케팅을 통한 브랜드 경험 확대도 현대차의 가치 상승을 견인했다. 1999년부터 국제축구연맹(FIFA)과 27년간 파트너십을 이어왔다. 이는 파트너 후원사 중 아디다스, 코카콜라에 이어 세 번째로 긴 후원 기록이다. 지난 7월 폐막한 올해 북중미 월드컵에선 역대 최대 규모인 2160대의 차량을 지원했다. /양성운 기자 ysw@



metro