

한중희 KEA 회장 “디지털전환으로 수요 창출”

〈한국전자정보통신산업진흥회〉



인공지능(AI), 빅데이터, 메타버스 등 전자 IT 기반 혁신제품과 최첨단 기술을 선보이는 ‘한국전자전(KES) 2022’ 개막식이 5일 서울 삼성동 코엑스에서 열렸다. LG전자 부스에서 홍승모 전자신문 전무, 한중희 KEA 회장, 장영진 산업통상자원부 차관, 이상규 LG전자 사장(왼쪽부터)이 커브브와 일반 모드 변형이 가능한 LG 플렉스 TV에 대한 설명을 듣고 있다. 김민수기자 mskim@etnews.com

‘KES 2022’ 개막식 열려
혁신기술로 복합경제위기 극복
기업 경쟁력 강화 M&A 강조

“삼성 대형M&A 현황은 보안사항
LG와 패널 협업 가능성 열어나”

한중희 한국전자정보통신산업진흥회(KEA) 회장(삼성전자 부회장)이 복합위기 상황에서 빅데이터, 사물인터넷(IoT) 등 혁신 기술 도입으로 수요 창출에 나서야 한다고 강조했다. 기업 경쟁력 강화를 위해 인수합병(M&A) 활성화가 필요하다면서도 삼성전자의 대형 M&A 추진 현황에 대해서는 말을 아꼈다.

한 회장은 5일 서울 강남구 삼성동 코엑스에서 열린 ‘KES 2022(한국전자전)’ 개막식에서 전자업체가 디지털전환으로 인플레이션, 수요 둔화 등 위기를 극복해야 한다고 밝혔다.

한 회장은 “현재 산업계는 세계적으로 높은 수준의 인플레이션이 장기화하는 가운데 주요국들의 통화 긴축으

로 말미암은 금융시장 불안과 경기 둔화 우려가 지속되는 복합적인 위기 상황에 직면했다”면서 “국내 전자산업은 반도체, 휴대폰, TV 등 주요 제품의 글로벌 수요가 감소하고, 기후위기 대응을 위한 탄소중립과 전통적인 제조기술 디지털전환이라는 큰 숙제도 안고 있다”고 진단했다.

한 회장은 또 “복합위기 극복을 위해

기존 한계를 뛰어넘는 혁신이 필요하다”면서 “디지털전환을 생존 전략으로 삼아 빅데이터, 인공지능(AI), IoT 등 혁신 기술을 적극 도입하고 새로운 경험과 서비스를 제공해 새로운 수요를 창출하는 기회로 삼아야 한다”고 역설했다.

한 회장은 공식행사를 마치고 기자와 만난 자리에서 “M&A가 활성화돼야

서로 성장하고 경쟁력을 가질 수 있다”고 재차 강조했다. 다만 삼성전자의 M&A 추진 현황에 대해서는 ‘보안사항’이라며 답변을 피했다.

한 회장은 LG디스플레이와 유기발광다이오드(OLED) 패널 도입 협업과 관련해서는 “가능성을 열어 놓고 있다”는 기존 입장을 유지했다.

정용철기자 jungyc@etnews.com

스마트폰 부진에 전장부품 ‘눈독’

종합전장부품 도약 ‘엠씨넥스’
센서류 공급 확대 ‘파트론’ 등
침체기 대비 수익성 강화 노력

부품업체가 스마트폰 사업 부진을 만회하기 위해 자동차 부품 사업 확대에 안간힘을 쓰고 있다. 자동차 사업 매출 비중을 늘리는 등 스마트폰 시장 장기 침체에 대비하고 있다.

스마트폰 주요 부품협력사의 자동차 부품 매출 비중이 전년 대비 크게 늘어난 것으로 나타났다. 차량용 반도체 수급난이 다소 완화하면서 전장 부품 수요가 전년보다 늘었기 때문이다. 전장용 부품은 스마트폰보다 공급 기간이 긴 대신 단가가 높아 수익성에 도움이 된다.

파트론은 전장용 카메라 모듈, 발광다이오드(LED), 센서류 매출

비중이 올해 상반기 기준 8.36%로 매해 꾸준히 확대되고 있다.

엠씨넥스는 삼성전자 주요 스마트폰 부품 공급기업이지만 지난해 처음 현대차 1차 협력사로 등록했다. 현대모비스가 아닌 현대차에 직접 전장 카메라를 직접 공급하며 종합 전장 부품 기업으로 발돋움했다. 세코닉스는 스마트폰용 렌즈 전문 기업에서 전장 카메라 모듈 중심으로 사업을 개편하고 있다. 세코닉스 전체 매출에서 차량용 카메라 모듈, 렌즈, 램프 등이 차지하는 비중은 절반 이상을 차지한 것으로 파악된다.

윌트론텍도 자동차용 광학렌즈 매출 확대가 두드러진다. 주요 카메라 모듈 대기업들을 통해 북미 전지차 업체로 공급이 증가할 것으로 기대된다.

박소라기자 srpark@etnews.com

‘불편한’ 흡소핑 정액방송

“흡소핑이 방송시간을 파는 정액제 사업 모델을 일방적으로 강요하는 것은 바람직하지 않다. 광고와 유사한 정액 방송은 지양해야 한다.” 국회에서 열린 중소상인 전용 흡소핑 추진 세미나에서 과학기술정보통신부 관계자는 이같이 밝혔다. 이날 세미나 주제와 다소 벗어났지만 주무부처인 과기정통부가 방송 수수료 모델에 대해 굳이 언급한 것은 최근 흡소핑 업체의 정액 방송 확대 움직임 때문이다.

정액제는 매출과 상관없이 방송당 일정액을 흡소핑사에 지불하는 특약 수수료 방식이다. 협력업체는 판매실적과 무관하게 편성시간에 따라 정해진 금액을 지급한다. 말 그대로 돈을 주고 방송시간을 사는 것이다. 이는 납품업체에 판매 리스크를 떠넘기는 불합리한 거래 관행이라는 지적이 많았다. 흡소핑에게 일방적으로 유리해서다. 협력사는 방송 편성시간 동안 거둔 매출이 약정 금액에 미치지 못할 경우 차액만큼의 손해를 고스란히 부담해

야 한다. 비판을 의식한 흡소핑사도 상생 차원에서 정액제를 줄이려는 노력을 해왔다. 수수료 산정이 어려운 렌탈과 보험, 여행 등 무형 상품을 제외하고는 정물제를 우선 적용했다. 정물제는 판매실적에 비례해 수수료를 지급하는 방식이다. 방송 후 실적에 따라 흡소핑과 납품업체와 수익을 나눈다. 적게 팔리더라도 협의된 마진율에 따라 정산을 진행하는 만큼 협력사가 일방적으로 손해를 떠안는 일은 없다.

그러나 올해 정액제를 확대하려는 움직임이 커졌다. 방송 편성에 정액제 비중을 높이고 유형 상품 카테고리까지 범위를 확장했다. 협력업체는 정물과 정액제를 혼합한 형태의 반영액 수수료를 요구하는 경우가 늘었다고 하소연한다. 흡소핑사 입장이 이해가 가지 않는 것은 아니다. 최근 급격한 송출수수료 인상과 성장 둔화로 실적에 비상등이 켜졌다. ‘내 코가 석자’인 상황에서 상생보다는 안정적 수익 확보

가 우선일 수 있다. 그럼에도 정액제 확대를 지양해야 하는 이유는 흡소핑 사업 본질과 맞지 않기 때문이다.

흡소핑은 유통업이다. 흡소핑 상품 기획자(MD) 핵심 업무는 제품과 브랜드를 선정하고 방송 판매 전략을 세워 수익을 창출하는 것이다. 정액제는 상품이 아닌 방송시간을 임대하는 사업이다. 정액제는 판매와 마케팅 전략 없이도 방송 송출만으로 수익을 가져가는 TV광고에 가깝다. 흡소핑 사업체 부담을 경감할 수 있는 수수료 환급 제도에 대한 고지가 제대로 이뤄지지 않는 경우도 많다. 중소기업 판매 역할을 하는 흡소핑의 건강한 성장을 위해서라도 정액제 모델을 지양하는 노력이 필요하다.



박준호
플랫폼유통부
junho@etnews.com

ET

우리나라 전기차 시장 성장세가 가파르다. 올해 들어서만 누적 판매 10만대를 넘어섰으며 질주하고 있다. 충전 인프라 개선과 구매 보조금 혜택에 경쟁력 있는 신형 전기차 출시로 소비자 선택 폭이 확대된 결과다. 주목할 것은 배출가스 규제 등 내연기관차 환경문제에 대한 국민 공감대를 바탕으로 전동화 전환이 빠르게 이뤄지고 있다는 점이다. 전기차는 불편하다는 편견이 깨지면서 신차 구매를 고려하는 소비자의 구매 리스트에 포함되는 추세다.

전기차 보급 확대에 가장 크게 기여하는 것은 인식 전환이다. 우리나라 자동차 소비자 2명 중 1명은 2030년 이전 가솔린과 디젤 차량 판매 금지에 찬성했다. 전기차 브랜드 폴스타가 내연기관차에서 전기차로 전환을 위한 임법 필요성에 대해 설문 조사한 결과다. 폴스타는 한국을 비롯한 아시아태평양, 북미, 유럽 등 세계 19개 시장 1만 8000명의 소비자를 대상으로 설문 조사를 했다. 그 결과 2030년까지 내연

전기차 선도국가

기관차 사용을 금지해야 한다는 것에 34%가 찬성했다. 특히 한국 소비자들의 찬성 비율은 48%로 전체 조사대상 국가 중 전동화에 대해 가장 높은 관심을 보였다.

전체 조사 대상자 4명 중 3명은 미래 세대를 위해 기후와 환경을 보존해야 하며 이를 위해 사회 전체 소비 방향성이 달라질 필요가 있다고 답했다. 지난 6월 유럽 환경장관 이사회는 2035년까지 유럽 시장에 나올 신차들이 배출가스 제로 차량이 되어야 한다는 데 동의하는 등 실제 입법 체계도 마련되고 있다. 전 세계 차량 중 전기차 점유율은 아직 1.5%에 불과하다. 내연기관차에 대한 금지 조치가 더 빠르게 진행되어야 하는 이유다. 정부는 운전자가 전기를 자유롭게 사용하도록 강력한 정책을 통해 인프라와 전기 가격 문제를 주도해야 한다. 제조사도 정책 변화만을 기대할 것이 아니라 한 발 앞선 전략으로 능동적으로 시장을 개척해야 한다. 한국은 민관이 함께 배터리와 전기

차 등 미래차 산업을 꾸준히 먹거리로 육성해왔다. 내연기관차 금지와 전기차 전환에 대해서도 세계에서 가장 높은 국민적 공감대를 형성했다. 세계가 부러워할 무무형의 자산이자 전기차 선도국가로 도약할 절호의 기회다.

정부는 내년 승용 전기차 구매 보조금을 500만원으로 100만원 줄이고 지급 대상을 21만5000대로 올해보다 5만대 늘리기로 했지만, 시장에서는 올해와 같은 수요 증가 추세라면 매우 부족한 수치라는 평가가 나온다. 정부와 지방자치단체가 나서 보급 속도를 더 앞당겨야 한다. 안정적 내수 기반이 밑바탕이 된다면 미국 정부의 인플레이션감축법(IRA)과 같은 세계 전기차 시장 변수에도 우리는 더 능동적이며 유연하게 대처할 수 있다.



정치연
전자모빌리티부
chiyeon@etnews.com

제10회 3D PRINTING KOREA EXPO 2022

국제 3D프린팅코리아 엑스포

2022. 10. 13(목) ~ 15(토) GUMI

주최

주관

후원