

현대·기아차, '신차 효과'로 신용등급 상향 기대감

코나·제네시스·제네시스 판매 호조
신형 싼타페 하반기 실적 견인 기대
전문가들 "지배구조 개편 의지와
실적회복 자신감 긍정적 영향 줄 것"

"향후 12~24개월 동안 우수한 영업실적과 잉여현금흐름 흐자를 지속할 전망이다." 국제적인 신용평가사인 스텠더드 앤드푸어스(S&P)는 지난 6월 26일 포스코(POSCO)의 등급 전망을 '안정적'에서 '긍정적'으로 조정했다고 밝혔다. 장기 신용등급은 'BBB+'를 그대로 유지했다. 포스코가 안정적인 운영, 차입금 감축, 비용 관리 등으로 신용 지표를 개선하면 현실화될 수 있다고 S&P는 덧붙였다.

글로벌 신용평가회사인 무디스는 지난 달 20일 삼성전자 신용등급을 'A1'에서 'Aa3'로 13년 만에 한 단계 상향 조정했다. 국내 민간 기업 가운데 가장 높은 수준으로, 한국 국가신용등급(Aa2)보다 한 등급 아래다.

삼성전자의 신용등급이 13년만에 오른 데 이어 포스코는 장밋빛 등급 전망을 받았다.

시장에서는 '추락한 천사(fallen angel)'로 불리며 힘겨운 나날을 보내던 기업들이 '빨간띠' (신용강등)의 공포에서 벗어날 지 관심이다. 특히 현대자동차와



기아자동차 등 기초 체력과 무관하게 '주 흥글씨'가 세계진 기업들은 업황이 좋아지면 언제든 등급 상향이 가능하다고 전문가들은 분석하고 있다.

신용평가 전문가들은 정의선 현대차 부회장 등 오너 일가의 지배구조 개편의 의지와 실적 회복에 대한 자신감이 긍정적인 영향을 줄 것으로 본다.

정의선 부회장은 베이징모터쇼에서 실적 회복에 자신감을 내비쳤다. 그는 "올해 현대차(중국 시장) 판매 목표는 90만대로 목표 달성이 가능할 것"이라고 했다. 사드 이슈 이후 중국 시장 전략에 대해 정 부회장은 "그동안 준비를 많이 했고 올해 신차들이 많이 나오기 때문에 긍정적으로 보고 있다"고 설명했다.

1일 증권가에 따르면 현대자동차와 기아자동차가 우려했던 것보다 빠른 회복세를 보일 전망이다. 소형 SUV '코나'와

'제네시스 G70'이 판매 호조를 보이고, 신형 싼타페가 하반기 실적을 이끌 것이라는 기대에서다.

하지만 비관적인 전망도 여전히 만만찮다. 중국시장의 회복세가 아직은 더딘 데다 미·중 무역 갈등이 좀처럼 사라지지 않고 있어서다.

송선재 하나금융투자 연구원은 "3분기부터 신차 투입을 기반으로 중국미국 판매가 회복되면 현대자동차의 실적이 개선될 것"이라고 전망했다. 송 연구원은 '매수' 투자의견과 목표주가 17만원을 유지했다.

기아자동차도 장밋빛 전망이 하나 둘 나온다.

삼성증권 임은영 연구원은 "기아차의 미국 재고는 1월 5.1개월치에서 4월 말 4.2개월치로 감소했고 회사 측은 6월 말까지 3개월치 도달이 가능하다"며 "재고 감소는 문제 해결의 시작점이 될 것"이라며

목표주가를 3만6000원에서 4만2000원으로, 투자의견을 '보유'에서 '매수'로 각각 상향 조정했다.

임 연구원은 "미국 재고가 1개월치 줄 때 잉여현금흐름(FCF)은 1조원 증가할 것으로 추정된다"며 "기아차가 미국 재고 축소와 멕시코 및 중국 공장의 가동률 향상으로 실적 개선 속도가 현대차보다 빠를 것"이라고 전망했다.

유진투자증권 이재일 연구원은 "신형 K3의 선적이 본격화하면서 5월부터 수출판매가 증가하기 시작했다"면서 "하반기 원·달러 환율 상승의 수혜도 본격화할 것"이라고 전망했다.

특히 미국에 수입되는 자동차에 20~25% 가량의 고율 관세를 물리겠다는 도널드 트럼프 미국 대통령의 구상이 예상보다 이른 8~9월께 실현될 것이란 전망에 무게가 쏠린다. 한국 업체들이 관세폭탄을 맞으면 연간 85만 대(약 15조5500억원 어치)에 달하는 한국산 자동차의 미국 수출길이 막히게 된다.

하나금융투자 김상만 연구원은 "현대·기아차의 글로벌 매출은 정점을 찍은 이후 내실을 도모하는 단계로 접어든 상태다. 시장선호수요 대비 취약한 차종 라인업(낮은 RV비중) 등을 감안할 때 실적 개선은 점진적으로 이뤄질 수밖에 없는 상황이다"면서 "다면, 재무여력 감안시 아직까지는 신용등급의 의미있는 변화를 논하기에는 시기상조다"고 말했다.

/김문호 기자 kmh@metroseoul.co.kr

미세먼지가 바꾼 국민 일상 “그린 문화·소비 확산” 전망

이노션 미세먼지 빅데이터 분석

衣食住 외 6가지 생활 모두 변화
‘소비 경제의 큰 손’으로 부상

"미세먼지는 대한민국 국민의 라이프스타일을 송두리째 바꿔 놨다."

이노션 월드와이드는 1일 발표한 빅데이터 분석 보고서 '대한민국 소비 경제의 큰 손, 미세먼지를 잡아라'에서 미세먼지로 인해 우리의 의(衣)·식(食)·주(住)·차(車)·레저(樂·락)·뷰티(美·미) 등 6가지 생활 영역이 모두 변화하고 있다면서 이같이 밝혔다.

이번 보고서는 이노션의 빅데이터 분석 전담 조직인 데이터 카센드 센터(DCC)가 지난해 1월부터 올 4월까지 주요 블로그와 카페 등을 통해 생산된 미세먼지 관련 문건 약 90만건을 분석한 결과다.

우선 '의' 부문에서는 마스크(9만3천612건)와 의류관리(3천119건) 등 미세먼지를 피하는 안티더스트 제품을 사거나 더 꼼꼼하게 의류를 관리하려는 경향이 늘어난 것으로 나타났다.

'식'에서는 면역력·디톡스(2만2천841건)와 물(3만7천117건), '주'에서는 공기청정기(9만8천374건)와 청소(9만1천209건) 등 미세먼지를 이기기 위한 식음료 선택과 실내공기 관리 등이 경향성을 읽을 수 있었다.

이밖에 친환경차(1만63건)에 대한 관심과 함께 실내(5만2천25건)·영화(1만3천610건) 등 외부활동을 자체화하는 현상, 피부(25만6천941건)·클렌징(5만407건) 등 피부 건강을 위한 노

력 등도 주요한 변화로 파악됐다.

이노션은 이들 문건을 토대로 인공 지능(AI)을 통해 미세먼지에 대한 국민 인식도 분석했다고 밝혔다.

그 결과 '심각성에 대한 우려가 크다', '숨쉬기조차 힘들고 답답하다', '각종 질병 유발로 고통스럽다' 등의 걱정과 공포감이 미세먼지 관련 온라인 검색을 증가시키는 요인으로 작용하는 것으로 분석됐다.

특히 우리 국민 400만명 이상이 모바일 애플리케이션을 통해 미세먼지 수치를 매일 체크하고 있는 것으로 조사됐다.

미세먼지 관련 상위 10개 앱의 이용 행태를 분석한 결과 연령·성별로는 '30대 여성' 비율이 가장 높았고, 시간 대와 요일별로는 각각 아침 출근 시간과 주말을 앞둔 금요일에 많은 것으로 집계됐다.

특히 보고서는 이런 '미세먼지 라이프스타일'이 소비 트렌드에도 상당한 영향을 주고 있다고 진단했다.

가성비(가격 대비 성능)를 넘어 가심비(가격 대비 심적 만족)를 추구하면서 프리미엄 제품 구매가 늘고, 전기차·카셰어링과 공공자전거 등 공유 소비가 부각되고 있다는 것이다.

이수진 데이터 카센드 팀장은 "이제 미세먼지는 국민 생활 영역 전반에 필수적으로 고려될 수밖에 없을 정도로 '소비 경제의 큰 손'이 됐다"면서 "이런 트렌드가 앞으로는 환경보호와 친환경 제품 등에 관심을 갖는 '그린문화'와 '그린소비'로 더욱 확산할 것"이라고 내다봤다.

/구서윤 기자 yuni2514@

스마트폰 침체에 디스플레이시장 ‘희비’ 올레드 패널 ‘선전’ LCD ‘퇴보’

올 1분기 매출 지난해比 9.8% 감소

LCD, 69억900만 달러… 22% ↓

올레드, 43억7100만 달러… 20% ↑

올해 스마트폰 시장이 전반적으로 부진하면서 중소형 디스플레이 패널 업체들이 직격탄을 맞은 반면 올레드(OLED) 패널은 비교적 선전하고 있어 눈길을 끈다.

특히 삼성디스플레이는 전세계 중소형 올레드 디스플레이 시장에서 95% 이상의 점유율을 차지, 사실상 독점 체제를 유지하고 있다.

1일 IT 전문 시장조사업체인 IHS마킷에 따르면 올 1분기 중소형 디스플레이 패널 시장의 매출은 총 114억9800만 달러다. 지난해 동기 대비(127억4400만 달러) 9.8% 감소했다.

줄어든 12억4600만 달러 가운데 94%에 해당하는 11억7300만 달러는 스마트폰용



패널 시장의 매출 감소분이었다.

기술별로는 액정표시장치(LCD) 패널 매출이 69억900만 달러로 1년 전보다 22%나 줄었다. 반면 올레드는 오히려 20.3% 증가한 43억7100만 달러로 조사됐다.

중소형 패널 시장에서 차지하는 비중은 LCD가 1년 만에 69.6%에서 60.1%로 감소하는 동시에 올레드는 28.5%에서 38.0%로 확대, 이같은 추세가 이어진다면 조만간 역전될 전망이다.

이같은 중소형 올레드 시장 성장세는

특히 플렉시블 패널이 주도한 것으로 나타났다. 플렉시블 올레드 패널 매출은 지난해 1분기 11억1100만 달러 수준이었으나 올 1분기에는 29억4400만 달러에 달하며 2.6배 수준이 됐다.

업계 관계자는 "플렉시블 올레드 패널은 스마트폰의 품격變化, 두께와 무게 혁신 등에서 강점을 지니고 있다"며 "유리 기판이 아닌 얇은 필름 형태의 기판 위에서 유기발광물질을 증착시키기 때문에 기존 유리 제품보다 디자인 변화가 쉽고 두께와 무게도 줄일 수 있다"고 말했다.

한편 올 1분기 중소형 디스플레이 시장에서는 삼성디스플레이가 41억8600만 달러의 매출을 기록하며 35.0%의 점유율로 1위 자리를 지켰다.

특히 삼성디스플레이는 41억6998만 달러의 매출을 올리며 무려 95.4%의 시장 점유율을 기록했다. 또 플렉시블 올레드 시장에서는 점유율이 97.4%에 달했다.

/김유진 기자 ujin6326@

보건산업 2년 연속 무역흑자… 화장품 ‘효자’

대중국 수출 증가… 작년 50억 달러

의약품, 의료기, 화장품 등 보건산업 수출이 2년 연속 흑자를 냈다.

1일 보건복지부의 '2017년 보건산업 수출·경영·일자리 성과' 자료에 따르면, 지난해 보건산업(의약품·의료기기·화장품) 수출액은 122억 달러(13조8000억원)로 전년보다 19.2% 증가했다.

보건산업 수출은 최근 5년간 연평균

는 중국으로 사드(고고도미사일방어체계) 사태에도 불구하고 23.0%의 수출 증가율을 보였다. 영국과 독일, 프랑스 등 유럽지역에서도 한국산 화장품의 인지도가 높아지면서 수출이 많이 늘어났다.

가장 많이 수출된 화장품 유형은 기초 화장품이었고, 그 다음으로 인체 세정용 제품, 마스크팩을 포함하는 기타 기초화장품 등이었다. 향수와 립스틱은 수출액이 전년보다 각각 156%, 103% 증가했다. 의약품 수출액은 전년 대비 30.6% 증가한 40억6000만 달러로 역대 최대 실적을 기록했다.

/박인웅 기자 parkiu7854@