

수출부진 속 내수도 정체... 월간 후판매 40만대 밑으로

11월 완성차 판매 동향

현대차 판매 전년동기비 2.8% ↓
 '신차 부재' 르노삼성, 15.3% 뚝
 쌍용차 17.5% ↓... 전월보단 ↑
 기아, 한국지엠은 글로벌 증가



현대차 더 뉴 그랜저



한국지엠 트래버스

국내 완성차 업계가 미중무역전쟁과 글로벌 경기 침체로 글로벌 판매량 하락에서 벗어나지 못하고 있다. 국내 완성차 5개사는 지난달 내수 실적은 물론 해외 시장에서도 감소세를 이어갔다. 다만 기아자동차와 한국지엠은 글로벌 판매량에서도 증가세를 기록했다.

2일 업계에 따르면 현대차는 지난 11월 국내 6만3160대, 해외 32만9087대 등 전년 동기대비 2.8% 감소한 39만 2247대를 판매했다. 국내 판매가 작년 같은 달보다 1.5% 줄었고, 해외는 3% 감소했다.

다만 최근 페이스리프트 모델 출시로 국내 세단 시장에서 돌풍을 일으키고 있는 그랜저(하이브리드 모델 2312대 포함)가 1만407대 팔리며 국내 판매를 이끌었다. 뒤를 이어 쏘나타(하이브리드

드 모델 1203대 포함)가 8832대, 아반떼가 4475대 각각 판매했다.

현대차는 연말 세계 경제 성장 둔화와 통상 환경 악화 등 경영 환경의 불확실성이 확대되는 가운데 권역본부를 중심으로 신속하고 소비자 지향적인 의사결정으로 실적을 회복한다는 계획이다.

기아차는 지난달 글로벌 시장에서 국내 4만8615대, 해외 20만327대 등 전년 동기 대비 0.8% 증가한 24만8942대를 판매했다. 지난해 같은 기간과 비교해 국내 판매는 0.2% 감소, 해외 판매는 1.1% 증가한 수치다. 내수 시장에서는 소형 SUV 셀토스가 6136대를 기록했으며 글로벌 시장에서는 스포티지가 4만 541대로 가장 많이 판매했다. 기아차

는 이번 달 출시 예정인 3세대 K5가 지난주까지 사전계약 대수 약 1만 2000대를 기록하며 향후 판매실적 강화에 큰 기여를 할 것으로 기대했다.

한국지엠은 신형 모델 트래버스와 콜로라도의 인기로 합쳐 글로벌 시장에서 3만 9317대를 판매했다. 전년 동기 대비 1.8% 증가한 수치다.

내수 시장에서는 쉐보레 스파크가 3162대가 판매되며 쉐보레의 베스트셀링 모델임을 입증했다. 또한 쉐보레 트렉스와 말리부 역시 내수 시장에서 각각 1048대와 775대 판매되며 전월 대비 7.9%, 7.2% 증가세를 나타냈다.

특히 이달 중순부터 고객 인도를 시작한 대형 SUV 트래버스는 영업일 기

준 약 열흘만에 322대, 픽업트럭 콜로라도는 한달간 472대가 판매했다.

한국지엠은 기존 모델과 함께 트래버스와 콜로라도의 합류로 향후 실적 회복에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망했다.

신차부재로 고전중인 르노삼성은 지난달 1만5749대로 전년 동기 대비 15.3% 감소했다. QM6 판매가 5648대로 전년 동기 대비 50.7% 증가하며 2016년 출시 이후 처음으로 5000대를 넘어섰지만 신형 모델의 부재는 큰 아쉬움을 남겼다. 르노삼성은 내년 신형 모델인 XM3의 출시를 시작으로 글로벌 생산 판매에 반등을 예고하고 있다.

쌍용차는 지난달 글로벌 시장에서 1

만 754대의 완성차를 판매했다. 전년 동기 대비 17.5% 감소한 수치다. 다만 10월에 비해서는 전체 판매가 6.1% 증가하며 회복세를 나타냈다. 내수 시장에서는 지난 5월(1만106대) 이후 6개월만에 9000대 판매를 넘어선 회복 가능성을 나타냈다. 내수 시장 판매는 전월 대비 14.9% 증가했다.

차종별로는 티볼리와 렉스턴 스포츠가 각각 전월 대비 8.7%, 12.1% 증가했다. 코란도는 가솔린 모델 출시와 함께 지난 8월 이후 3개월 연속 상승세를 기록하며 전월 대비 15.9%, 전년 동기 대비 400% 이상 큰 폭으로 증가했다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr



코트라가 2일 서울 영곡동 본사에서 '2020 무역투자전략회의'를 개최했다. 이번 회의에는 해외 지역본부장 10명과 지방지원단장 12명 등 KOTRA 국내·외 현장 조직 책임자가 총집결했다. 권평오 코트라 사장(앞줄 왼쪽 일곱번째)은 "녹록지 않은 수출 환경을 감안해 KOTRA가 최전선에서 해결에 앞장선다는 자세로 업무에 임해달라"고 당부했다. /코트라

"내년 통상갈등 속 수출증가 반전 최선"

코트라 '2020 무역투자전략회의' 권평오 사장, 글로벌 변화 선제 대응

KOTRA(코트라)가 국내 기업들의 수출 물량 확대를 위해 머리를 맞댄다.

코트라는 2일 서울 영곡동 본사에서 '2020 무역투자전략회의'를 개최했다. 이번 회의에는 해외지역본부장 10명과 지방지원단장 12명 등 코트라 국내·외 현장 조직 책임자가 총집결했다.

권평오 코트라 사장은 "올해는 연초부터 '수출 10% 더하기 운동'을 비롯해 수출활력을 되살리기 위한 여러 노력을 기울였지만 글로벌시장 여건 악화와 주력품목 미흡 등으로 어려움을 겪었다"고 평가했다. 이어 "내년에도 미중 통상분쟁, 일본 수출규제 등 불확실성과 함께 각국의 보호무역주의 기조가 예상된다"며 "녹록지 않은 수출 환경을 감안해 코트라가 최전선에서 해결에 앞장선다는 자세로 업무에 임해달라"고 당부했다.

코트라는 ▲수출 재도약 총력지원 ▲

글로벌 통상환경 변화 대응 ▲해외진출 지원체계 혁신 등으로 우리 기업 수출 활력을 제고하고 국가 무역투자 확대에 기여할 계획이다.

특히 미국·중국·아세안 등 글로벌가치사슬(GVC) 재편 움직임, 역내포괄적 경제동반자협정(RCEP) 타결, 4차산업혁명 확산 등 변화에 선제적으로 대응해나간다는 방침이다.

2020년에는 전년도 수출 기저효과를 바탕으로 반도체, 조선, 자동차 등 주력 품목과 2차전지, 바이오, 화장품 등 신 성장품목 수출 확대도 기대되고 있다. 코트라는 내년에 산업·지역별 맞춤형 사업을 통해 수출 성과제고에 적극 나선다.

권평오 코트라 사장은 "새해에도 글로벌 통상갈등 지속과 소비 위축이 예상된다"며 "국내외 현장에서 발빠른 대응과 서비스 혁신을 통해 2020년 수출 플러스 전환을 반드시 이루어내겠다"고 밝혔다. /김승호 기자 bada@

리니지2M, 리니지M 제치고 매출 1위

형보다 잘난 동생... 밀레니얼세대도 품는다

초고화질 3차원 그래픽 탑재에 퍼플 통해 PC로 이어 게임 가능 심해진 과금 유도에 고객 불만도

'리니지' 형제가 나란히 최고 매출 1·2위 왕좌를 차지하며 게임업계 판을 흔들고 있다. 엔씨소프트는 기존 매출 강자 리니지M과 함께 그래픽을 강화한 리니지2M으로 젊은 세대까지 아우르겠다는 전략이다.

2일 업계에 따르면 엔씨소프트의 신작 모바일다중접속역할수행게임(MMORPG) '리니지2M'이 출시 나올 만인 지난 1일 구글 플레이스토어 매출 1위에 올랐다. 특히 리니지2M은 전작인 '리니지M'을 제치며 '형 만한 아우 없다'는 공식도 깨고 있다. 애플 앱스토어에서는 출시 당일인 9시간 만에 매출 1위에 이름을 올리기도 했다.

2017년 6월 출시 이후 현재까지 구글 플레이 최고 매출 1위 자리를 내려놓지 않았던 리니지M의 아성을 감안하면, 눈에 띄는 성적이다. 구글플레이 최고 매출 순위는 게임의 장기 흥행 여부를 판단하는 지표로 여겨지기도 한다.

김택진 엔씨소프트 대표는 "리니지2M은 향후 몇 년 간 기술적으로 따라올 수 없는 게임"이라고 자신감을 내비친 바 있다. 총 130개 서버로 서비스를 시작한 리니지2M은 출시 직전 최종 사전 예약 738만명을 달성하며, 국내 최다 사전 예약 기록을 세우기도 했다.

증권사 등에 따르면, 리니지2M의 3·4분기 일매출은 30억~40억원으로 추정된다. 리니지M의 매출까지 합하면 수백억원이 넘는 매출을 올릴 것으로



김택진 엔씨소프트 대표가 지난 9월 열린 '리니지2M' 미디어 쇼케이스에서 키노트 발표를 하고 있다. /엔씨소프트

예상된다.

리니지2M은 2억4000만㎡(약 7300만 평)로 여의도 면적(290㎡)의 약 83배에 달하는 가상세계를 구현했다. 초고화질(UHD) 3차원 그래픽도 탑재했다. 크로스 플랫폼 서비스 '퍼플'을 통해 모바일 게임을 PC로 이어할 수 있는 점도 강점이다.

엔씨소프트 관계자는 "리니지2M은 MMORPG 본연의 재미를 지키면서 최고의 그래픽과 완성도 높은 콘텐츠를 구현했다는 점이 호응을 얻고 있다"며 "출시 초기인만큼 안정적인 서비스에 주력할 계획"이라고 말했다.

리니지2M 이용자들은 "새롭고 재밌다", "게임의 완성도가 눈에 띈다", "3D와 그래픽이 돋보인다" 등의 평을 내놓기도 했다.

다만, 리니지 형제의 장기 흥행에 두 게임의 카니발리제이션(자기 잠식)이 장애물이 될 것이라는 전망도 있다. 같은 '리니지' 지식재산권(IP)을 활용한 게임이기 때문에 핵심 유저들이 풀이 겹칠 것이라는 우려에서도.

다만, 아직까지 엔씨소프트와 업계에서는 자기 잠식 영향이 크지 않을 것이라고 보고 있다. 특히 엔씨소프트는 리니지2M은 12세 이용가도 따로 서비스되는 만큼 초고화질 3D 그래픽 등 비주얼 측면에서 리니지M 보다 좀 더 젊은 세대가 즐길 수 있다고 내다봤다.

엔씨소프트 관계자는 "과거 '리니지 1'과 '리니지 2' 같이 두 게임은 게임성 자체가 달라 리니지 이용자 층을 넓힐 수 있다"고 말했다.

아울러 일부 이용자들이 과금유도가 심하다는 불만을 제기하고 있고, 과금 체계가 이용자들의 진입장벽이 될 수 있다는 지적도 있다. 특히 논란으로 떠오른 부분은 클래스(직업) 뽑기다. 직업에 과금 요소를 도입한 것은 리니지2M이 처음이다.

일부 이용자들은 "이렇게 과금을 하게 할 거면 차라리 전면 유료화를 하라", "클래스(직업)도 돈을 주고 얻어야 하는 것은 심하다"라며 불만을 토로하고 있다.

/김나인 기자 silkn@