



[산업] 도시락 봉사로 만난 최태원·최정우 양사 협력 급물살 06



Economy

코스피	2976.21 (0.00)	코스닥	928.73 (0.00)
금리 (미국 3년)	0.971 (-0.006)	환율 (원/달러)	1118.80 (-0.80) (1.29)

‘신차 효과’ 내수 선방 업체간 양극화는 심화

코로나19 발생 1년 자동차 산업

코로나禍 글로벌 車 시장 위축 국내 車업체, 내수서 치열 경쟁 현대·기아 다양한 라인업 구축 양사 내수 점유율만 80% 넘어



현대기아차 양재동 본사. /뉴시스

국내 완성차 업체가 지난해 전 세계를 덮친 신종 코로나바이러스감염증(코로나19) 팬데믹(세계적 대유행)의 영향으로 극심한 양극화 현상을 보이고 있다.

전 세계가 코로나19 확산에 따른 각국 봉쇄조치·제조사 섰다운 등 극심한 글로벌 경기 침체를 겪으며 세계 자동차 시장도 크게 위축됐다. 이 때문에 국내 완성차 업체는 내수 시장에서 치열한 경쟁을 펼치면서 극심한 온도차를 느끼고 있다.

◆현대차·기아 신차 효과 등 ‘승승장구’

현대차·기아는 내수 시장에서 절대 강자다. 신차 출시와 다양한 라인업을 구축하며 압도적인 판매량을 기록했다.

31일 업계에 따르면 지난해 완성차 5개사의 내수 판매 실적은 160만 7035대로 전년 대비 4.8% 증가했다. 그 중 현대차·기아는 각각 78만 7854대 49.0%, 55만 2400대 34.4%를 기록했다. 양사의 내수 점유율은 80%를 넘어선다.

현대차는 제네시스 GV80, 아반떼, 투싼 등 지난해 ‘신차 효과’를 톡톡히 봤다. 기아도 K5, 쏘렌토, 카니발 등이 효자 역할을 했다.

이에 따라 현대차·기아는 코로나19

위기에도 2년 연속 합산 매출액이 160조원대를 기록했다. 특히 지난해 4분기에는 코로나19 재확산 속에도 역대 분기 매출 최대치를 갈아치웠다.

현대차와 기아의 실적 발표를 집계한 결과 두 회사의 지난해 연간 매출 합계는 163조 1657억원으로, 역대 최대인 2019년(163조 8924억원)과 7267억원 차이 불과했다.

현대차의 지난해 매출액은 전년 대비 1.7% 줄어든 103조 9976억원으로, 2019년에 처음 연간 매출액 100조원을 넘은 데 이어 2년 연속 100조원대를 달성했다. 기아는 전년 대비 1.8% 증가한 59조 1681억원의 매출을 기록, 2019년에 세운 역대 최대 매출액 기록을 다시 썼다.

현대차·기아의 4분기 합산 매출액은 46조 1540억원으로 2010년 새로운 회계 기준(IFRS)이 도입된 이후 역대 최대치를 기록했다. 4분기 합산 영업이익은 2조 9226억원으로, 2016년 2분기(2조 5327억원) 이후 18분기만에 2조원대를 회복했다.

(3면에 계속) /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

야구단 인수하고... 네이버 찾아가고...

정용진의 ‘유통실험’... 온·오프 광폭행보

(신세계그룹 부회장)

신세계 급변환경 속 새 먹거리 준비 네이버 찾아 이해진과 깜짝 만남도

“위기 속에서 새로운 기회를 찾아내고 10년, 20년 지속 성장을 이룰 수 있도록 판을 바꾸는 대담한 사고로 도전해달라.”

정용진 신세계그룹 부회장이 올해 발표한 신년사를 몸소 실행에 옮기고 있다. 연초부터 프로야구단을 인수하는가 하면 포털사이트 1위 기업인 네이버와 만나는 등 광폭 행보를 이어가고 있는 것. 정 부회장의 행보는 빠르게 변화하는 유통 환경에 대응하기 위한 것으로 풀이된다.

31일 유통가에 따르면 지난 28일 정 부회장은 네이버 사옥을 방문해 이해진 글로벌투자책임자(GIO)를 만났다. 유통업계와 IT 업계를 주름잡는 두 기업의 만남에 업계는 긴장하고 있다.

이날 어떤 논의가 오갔는지 알려지지 않았으나 이커머스 분야에서의 협력의 논의됐을 것이라는 관측이 지배적이다.



정용진 신세계그룹 부회장 /신세계그룹

신세계와 네이버의 만남이 성사된 배경에는 쿠팡이 거론되고 있다. ‘제2의 아마존’을 표방하는 쿠팡은 물류, 가격 전략에 이어 OTT사업 ‘쿠팡플레이’를 론칭하는 등 플랫폼 확장까지 나서며 사업을 확대하고 있다. 쿠팡의 궁극적인 목표는 유료 회원 증가를 통한 수익성 개선이다.

쿠팡은 최근 나스닥 예비심사를 통과해 이르면 1분기 내 상장할 것으로 보인다. 쿠팡의 상장 후 기업 가치는 300억달러(약 32조 8400억원)로 점쳐진다.

상장을 통해 대규모 자금을 확보할

경우 쿠팡은 신세계와 네이버 양사에 위협이 된다. 이에 신세계와 네이버가 뭉친 것으로 보인다.

업계 관계자들은 신세계그룹의 유통망과 네이버의 IT 역량이 결합하면 산업계를 재편할 것이라고 입을 모은다.

정 부회장의 과감한 행보는 이에 그치지 않는다. 앞서 26일에는 SK텔레콤과 SK와이브스 야구단 인수 MOU를 체결해 화제를 모았다. 인수 주체는 이마트로 야구단과 야구연습장 등을 1353억원에 사들이기로 했다.

정 부회장은 프로야구단이 이마트의 새로운 콘텐츠가 될 수 있다는 점에 주목했다.

정 부회장은 야구장을 ‘라이프스타일 센터’로 리뉴얼해 야구 팬들이 야구장에서 신세계그룹의 다양한 서비스를 즐길 수 있도록 한다는 구상이다.

이마트는 지난해 실적이 부진한 사업은 과감히 철수하며 대대적인 체질 개선을 단행했다. 올해는 신사업 추진에 박차를 가할 예정이다.

/신원선 기자 tree6834@



영업 종료하는 유니클로

유니클로의 상징 명동중앙점이 31일 문을 닫았다. 일본 제품 불매운동과 코로나19로 매출이 반 토막 났기 때문이다. 명동 유니클로는 건물 외벽에 “2021년 1월 31일 영업을 종료한다”며 “그동안 애용해 주셔서 감사하다”고 폐점 안내문이 붙어있다.

/뉴시스

‘리틀 정주영’ 정상영 KCC 명예회장 별세

‘리틀 정주영’으로 불렸던 정상영 KCC 명예회장(사진)이 지난 30일 숙환으로 별세했다. 향년 86세.

정상영 명예회장이 타계함에 따라 ‘범 현대가’ 창업 1세대인 ‘영(永)’자 항렬의 경영인 시대도 막을 내리게 됐다.

(관련기사 19면)

31일 KCC에 따르면 정상영 명예회장이 전날 저녁 작고했다.

유족으로는 부인 조은주 여사와 정몽진 KCC 회장, 정몽익 KCC 글라스 회장, 정몽열 KCC 건설 회장이 있다.

1936년생인 고 정상영 명예회장은 강원도 통천 출신으로 ‘왕회장’이었던 고 정주영 명예회장의 막냇동생이다.

지금은 모두 고인이 된 정인영 한라그룹 명예회장, 정순영 성우그룹 명예회장, 정세영 현대산업개발 명예회장



이 형이다.

1915년생인 정주영 명예회장은 21살 차이인 정상영 명예회장은 큰 형을 아버지처럼 따르는데다 말투, 걸음걸이, 외모 등도 비슷해 ‘리틀 정주영’이라는 별명이 붙기도 했다.

특히 정상영 회장은 만형의 뒷바라지를 마다하고 1958년 당시 주택의 지붕 재료인 슬레이트를 제조하는 ‘금강 슬레이트공업주식회사’(현 KCC)를 혼자서 창업, 60여 년간 현장을 진두지휘하며 대한민국의 대표적인 건자재·산업자재 회사로 키워왔다.

/김승호 기자 bada@

콜라·즉석밥·햄버거... 설 앞두고 식음료값 줄인상

롯데칠성 일부 음료 4.7% 인상 오뚜기밥, 풀무원 두부 등도 올라

설을 앞두고 식음료업계는 신선식품부터 가공식품까지 폭넓은 제품의 가격을 줄줄이 인상하고 있다. 새해 벽두부터 밥상 물가가 고공 행진하면서 소비자들의 시름이 깊어질 전망이다.

31일 유통업계에 따르면 코카콜라에 이어 펩시콜라도 가격이 오른다. 롯데칠성음료는 다음달부터 펩시콜라와 칠성사이다 등 일부 음료 제품 가격을 평균 4.7% 인상한다. 가격 인상은 2015년 이후 6년 만이다. 롯데칠성음료는 가격 조정 배경으로 유통환경 변화와 인건비 등 비용 상승 부담을 꼽았다.

가격 조정 대상 품목은 총 16개 음료 브랜드다. 가격 인상 브랜드는 ▲칠성사이다 6.6% ▲펩시콜라 7.9% ▲마운틴듀 6.3% ▲밀키스 5.2% ▲레쓰비 6% ▲핫식스 8.9% ▲트레비 6% ▲아이스시8.06.8% 등으로 인상을 평균 7% 오른다.

음료뿐 아니라 즉석밥, 통조림 등 밥상에 올라가는 가공식품도 가격 인상 수순을 밟고 있다. 지난해 여름 장마·태풍과 한파의 여파로 가공식품의 원료인 채소와 과일 가격도 고공행진 중이다. 조류인플루엔자(AI)도 덮치면서 계란 등 식재료 가격 인상의 원인이 되고 있다.

오뚜기는 원료인 쌀 가격 상승에 따라 가격 재인상에 나섰다. 지난해 9월

가격을 8% 올린 데 이어 약 4개월 만인 오는 2월, 즉석밥인 ‘오뚜기밥’ 가격을 7~9% 인상하는 방안을 추진한다.

두부시장 1위인 풀무원은 이달 두부와 콩나물 가격을 각각 10~14% 안팎 인상할 예정이다. 2019년 2월 두부 가격을 인상한 후 2년 만이다.

프랜차이즈업체도 가격 인상에 가세했다. 롯데리아는 다음달 1일부터 버거와 디저트 등을 포함한 25종(버거류 13종, 디저트류 7종, 드링크류 2종, 치킨류 3종)에 대해 판매 가격을 인상한다. 롯데리아의 가격 인상에 포문을 열면서 그동안 가격을 동결해왔던 경쟁업체도 향후 인상 대열에 동참할 수 있다는 우려가 나온다.

/조효정 기자 princess@