

글로벌 시장에서 일년 현대차그룹... 올해는 **뽕뽕** 달린다

현대차, 지난해 미국서 혼다 제2기아, 美서 연 70만대 '최대 실적' 유럽선 BMW그룹 넘고 4위 기록

올 SUV·친환경차 등 신차 출격 中·인도 등 신흥시장 공략 박차

정의선 회장이 이끌고 있는 현대자동차그룹이 지난해 차량용 반도체 약재에도 글로벌 자동차 시장에서 승승장구하고 있다.

현대자동차와 기아는 스포츠유틸리티차(SUV)와 제네시스 브랜드, 친환경차 등을 앞세워 브랜드 이미지 강화는 물론 판매량 모두 상승세를 이어가고 있다. 특히 미국과 유럽 시장에서는 지난해 최고의 기록을 수립한데 이어 올해도 성장세를 이어갈 준비를 하고 있다.

◆미국·유럽 시장에서 역대 최고 판매량 현대차와 기아는 지난해 세계 최대 자동차 시장인 미국과 자동차 중주국인 유럽에서 기술력을 인정받으며 판매량도 큰 폭으로 증가했다.

20일 현대차그룹에 따르면 현대차와 기아, 제네시스의 지난해 미국 판매량은 148만 9118대로 집계됐다. 이는 전년 대비 21.6% 성장한 수치로, 현대차그룹의 역대 최대 판매실적이다. 특히 혼다를 제치고 미국 내 점유율 5위를 기록했다.

제네시스를 포함한 현대차 북미법인의 합산 실적은 전년 대비 23.3% 증가한 78만 7702대다. 현대차 북미법인의 판매량 역시 역대 최대 실적을 기록했다. 제네시스를 제외한 현대차의 판매량은 73만 8081대다. 기아 북미법인의 지난해 미국 시장 판매량은 전년 대비 19.7% 늘어난 70만 1416대다. 기아가 미국에서 연 70만대를 넘어선 것은 미국 시장에 진출한 후 처음이다.

특히 현대차의 프리미엄 브랜드 제네시스는 미국에 GV80을 내놓으며 SUV



(왼쪽부터)현대차 아이오닉5 로보택시, 두 번째 전용 전기차 아이오닉6의 컨셉트카인 '프로페시'.

라인을 강화한 뒤 지난해 매달 판매 신 기록을 작성하고 있다. 지난해 미국시장에서 제네시스의 판매량은 4만 9621대로, 전년 대비 202.9% 급증했다.

제네시스의 성장과 함께 지난해 호실적을 이끈 주역은 스포츠유틸리티차(SUV) 등을 포함한 레저용 차량(RV)이다. 지난해 현대차와 제네시스가 미국 시장에서 판매한 RV 대수는 50만 9957대로 전체 판매의 64.7%다. 기아의 RV 판매도 44만 7932대로 전체 판매량 가운데 63.9%를 차지했다.

현대차그룹의 유럽 시장 성장세는 가파르다. 지난해 독일 BMW그룹을 제치고 4위에 이름을 올렸다.

현대차와 기아는 지난해 유럽 시장에서 101만 8563대를 판매했다. 이는 전년 대비 21.1% 증가한 수치다. 세부적으로 보면 현대차가 51만 5886대로 2020년과 비교해 21.6% 늘었고, 기아는 50만 2677대를 팔아 20.6% 증가했다. 같은 기간 유럽 전체 시장 규모는 1177만 4885대로 전년 대비 1.5% 감소한 것을 감안하면 현대차그룹의 약진이 두드러진다. 탄소 배출 규제에 선제적으로 대응해 가성비 높은 친환경차 모델을 대거 출시한 것이 주효했다. 아이오닉5·EV6 등 전기차 판매량(13만 5408대)은 전

년 대비 41% 늘었다. 현대차그룹 관계자는 “스포츠유틸리티차량(SUV), 현지 전략모델, 하이브리드차, 전기차 등 친환경차의 고른 성장세가 판매 증가세를 견인했다”고 설명했다.

◆올해 신차 출시로 흥행 '청신호'

현대차와 기아는 올해 미국과 유럽은 물론 신흥시장 공략에도 고삐를 죄다. 글로벌 시장 공략의 핵심은 친환경차다. 현대차는 올 상반기 아이오닉 브랜드의 첫 세대이자 두 번째 전용 전기차 '아이오닉6'의 출시를 준비하고 있다. 아이오닉6는 지난해 3월 공개한 컨셉트카 '프로페시'의 양산 버전이다. 아이오닉6는 쏘나타 크기의 중형 세단이지만 전용 전기차인 만큼 실내 공간은 넓을 것으로 예상된다. 아이오닉6에는 LG에너지솔루션과 CATL이 공급하는 배터리가 장착되며 배터리 용량은 77.4kwh 정도로 1회 충전 주행거리가 500km에 육박할 것으로 전망된다. 아이오닉5가 출시와 함께 해외에서 호평을 받은만큼 아이오닉6에 대한 기대감도 높아지고 있다.

제네시스는 올 상반기 중형 SUV GV70의 전동화 모델을 출시한다. 이 모델은 GV70의 파생형 전기차로 1회 충전시 400km 이상 주행이 가능하다. 부



기아 EV6 전측면.

/각사

스트 모드 시 최대출력 360킬로와트(kW), 최대토크 700Nm의 동력성능을 확보했다.

기아는 올 하반기 전기차 EV6의 고성능 버전인 EV6 GT 모델을 선보인다. EV6 GT는 최고출력 430kW급 듀얼 모터가 적용됐으며 최고출력 584마력, 최대토크 740Nm의 성능을 갖췄다. 정지상태에서 시속 100km까지 가속되는 시간은 3.5초에 불과하다. 2세대 신형 니로 전기차와 하이브리드 모델은 올 1분기 선보일 예정이다.

중국과 인도 시장 공략에도 집중하고 있다. 현대차는 지난해 4월 중국 판매 정책 등을 재정비하고 올해는 중국 시장에서 빠르게 성장하는 친환경차를 중심으로 라인업을 확대할 방침이다. 올해 아이오닉5 출시를 통해 판매 확대를 위한 돌파구를 찾을 것으로 보인다. 현대차는 아직 중국시장에 주력 전기차 아이오닉5를 출시하지 않았다. 또 수소 전기차 넥쏘도 올해 중국 출시를 앞두고 있다는 점도 긍정적이다. 현대차는 '2022 베이징 동계올림픽'을 앞두고 베이징에서 넥쏘 시범운행을 진행하고 있다.

현대차는 지난해 11월 열린 광저우 모터쇼에서 공개한 '중국형 투싼 하이브리드'를 올해 중국시장에 출시해 친환

경브랜드로 이미지 전환에 박차를 가하고 있다.

또 세계 최대의 신흥 자동차 시장인 인도 시장 공략도 박차를 가한다. 현대차는 올해 인도에 SUV 5종을 출시한다. 준중형 SUV 4세대 '투싼' 및 소형 SUV '베뉴'·'크레타'·'코나일렉트릭' 부분변경(페이스리프트) 모델을 출시할 예정이다. 현대차의 첫 번째 전용 전기차인 준중형 SUV '아이오닉5'도 올해 내로 선보인다.

기아는 소형 SUV '셀토스'·'쏘넷', 다목적차량(MPV) '카니발' 등 기존 라인업에 더해 '카렌스'를 공식 출시한다. 카렌스는 이미 흥행몰이를 예고하고 있다. 사전예약 첫날인 지난 14일에만 7738대가 예약됐다. 이는 기아가 현지에서 달성한 최고 기록이다.

수입차 업계 관계자는 “글로벌 자동차 시장에서 현대차그룹의 점유율 확대가 가파르다”며 “(현대차그룹은) 미래 모빌리티 산업을 선점하기 위해 친환경차와 자율주행 기술 확보에 집중하면서 판매량은 자연스럽게 증가한 것 같다”고 말했다. /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr



유튜브(메트로신문) 동영상 제공



“코로나發 ‘재택근무’ 경기 회복에 영향”

한은 재택근무 관련 BOK 이슈노트 GDP 감소 폭 완충효과 나타나 재택근무 생산성 향상 여지 커

우리나라와 같이 출퇴근 소요시간이 길고 정보통신(IT)기술 인프라가 발달된 경우에는 재택근무 확대에 의한 생산성 향상 여지가 큰 것으로 평가됐다.

20일 한국은행이 내놓은 BOK이슈노트 '팬데믹 이후 재택근무 확산과 경기완충 효과'에 따르면 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 이후 감염병 확산을 막기 위한 사회적 거리두기가 시행되면서 기업들이 재택근무를 적극적으로 활용하기 시작한 것으로 나타났다. 또 재택근무 활용은 팬데믹 충격 이후 경제의 회복력과도 밀접한 연관을 보인다는 설명이다.

재택근무 활용은 업무내용, 업무활동, 디지털 인프라 등에 영향을 받는데 개인 특성별, 일자리 특성별, 산업별로 뚜렷한 차이를 보였다.

개인 특성별로는 저연령층, 고학력층에서 재택근무 비중이 크게 증가했다. 일자리 특성별로는 살펴보면 상용직, 대기업(300명 이상), 고숙련 직업일수록 재택근무 활용도가 높았다. 산업별로는 정보통신, 금융보험, 전문과학기술 등에서 재택근무 비중이 높은 반면 숙박음식, 보건복지는 가장 낮은 수준을 기록했다.

재택근무 활용 여부에 따라 노동시장 성과(임금상승률, 고용상태 변화)도 유의미한 차이가 나타났다. 팬데믹 이후 재택근무가 가능한 일자리에 대한 기업의 노동수요가 증가해서다.

재택근무자의 임금상승률은 지난 2020~2021년중 11.8%, 8.2%인 반면, 비재택근무자의 임금상승률은 4.0%, 2.7%에 불과했다. 다만 재택근무자가 1년 후에 취업상태를 유지할 확률(86.0%)은 비재택근무자(74.9%) 보다 높았다.

팬데믹이 초래한 경제적 충격은 경제

의 회복력(resilience)에 따라 차별화되는데, 재택근무 활용은 경제의 회복력과 밀접하게 연관됐다는 주장도 나온다.

성장회계 분해 결과, 2020년 1분기~2분기 중국내총생산(GDP) 감소는 근무지 생산 감소(-2.9%포인트, -5.5%포인트)에 주로 기인했다. 재택생산은 큰 폭의 완충작용(+4.3%포인트, +1.0%포인트)을 한 것으로 나타났다. 다만 재택근무 여건이 충분히 마련되지 않은 상태에서 불가피하게 재택근무가 크게 늘어나면서 총요소생산성은 다소 하락했다.

이에 따라 한은은 재택근무가 생산성에 미치는 영향에 대해서는 아직 일치된 결론(컨센서스)에 이르지 못하고 있다고 진단했다. 하지만 우리나라와 같이 출·퇴근 소요 시간이 길고, IT 인프라가 발달한 경우에는 재택근무 확대에 의한 생산성 향상 여지가 큰 것으로 평가했다.

/백지연 기자 wldus0248@

버티컬 플랫폼, 콘텐츠 소통 등 주효

>> 1년 '정통패션 위기 속'서 계속

정통패션, 플랫폼 다각화로 대응

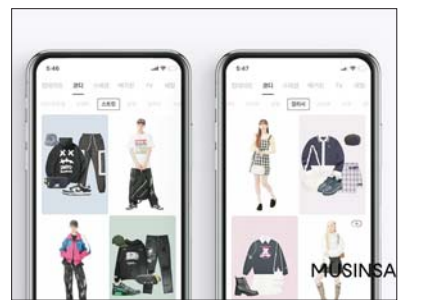
여기에 버티컬 플랫폼들은 전문성이 돋보이는 제품 큐레이션을 비롯해 각각의 개성이 묻어나는 서비스, 탄탄한 콘텐츠로 고객과의 소통에도 적극적으로 나서며 자체 기록을 경신해 나갔다.

반면, 수십년의 사업 경력에 자체 브랜드도 보유 중인 패션기업 형지, 세정 등은 오프라인 영업을 위주로 한 탓에 두각을 나타내지 못하고 있다.

형지는 지난 2020년 연결 매출 3052억원을 기록했으며, 세정은 같은 해 연결감사보고서에서 매출 2963억원을 달성했다. 이는 2019년 대비 각각 1021억원(형지), 974억원(세정) 가량 손실적이다.

세정은 인디안과 올리비아 로렌

/원은미 기자 silverbeauty@



무신사 모바일 화면 이미지. /무신사

브랜드를 운영하고 있고, 형지는 크로커다일레이디, 올리비아하슬러, 예작 등을 보유하고 있다. 두 기업은 한때 '1조 클럽'에도 속해있었지만, 가두점 산업의 하향세로 해마다 매출이 감소해 왔다.

한편, 형지와 세정도 타 정통패션 기업과 마찬가지로 올해 체질 개선을 추구하는 것으로 알려졌다. 플랫폼 다각화와 전문 경영인 도입, 글로벌 판매 개시에 나서며 온라인 채널 고도화에도 대응한다.