올 뉴 K3

3세대 K5

미래지향적 디자인 앞세워 550만대 판매

기아차 'K 시리즈' 출시 10년

10년간 세계 디자인상 15건
K7 탄생 10주년 기념
고급스러운 2.5 가솔린 모델
K7 프리미어 X에디션 내놔

2009년 11월 24일, 기아차 'K시리즈' 역사가 시작됐다. 이날 'K7'이 첫 선을 보였고, 이듬해 'K5', 2012년 'K9'과 'K3'를 연달아 내놓으며 라인업을 완성했다. 신모델 출시 때마다 개성있는 디자인으로 관심을 끈 'K시리즈'는 지난 10년간 550만대가 팔리며 기아차의 '효자' 노릇을 해왔다.

기아차는 K7 탄생 10주년을 기념해 특별 트림(등급) 'X에디션'을 출시했다.

2일 기아자동차에 따르면 K시리즈의 역사는 2009년 11월 24일 준대형 세단 K7을 국내에 출시하면서 시작됐다.

K7 출시 당시 기아차는 모델명과 관련, 알파벳 'K'는 기아차(Kia), 대한민국(Korea)의 대표 글자인 동시에 '강함, 지배, 통치'를 의미하는 그리스어 'Kratos'에서 따왔다고 소개했다. K7 작명을 위해 15개월 넘게 해외 네이밍 컨설팅 회사의 자문을 받았고, 뇌과학자로 유명한 한국과학기술원(KAIST) 정재승 교수와 함께 차명 검증 프로젝트를 진행하는 등 공을 들였다.

K7 출시 다음해 중형 세단 K5를 선보인 기아차는 2012년 5월 럭셔리 대형 세단 K9을, 9월 준중형 세단 'K3'을 내놓으며 K시리즈 라인업을 완성했다. K3·K5·K7·K9처럼 영문 알파벳에 숫자를 조합하는 방식의 작명법은 유럽 자동차 회사들의 영향을 받은 것이다.

기아차 'K시리즈' 연도별 판매실적

연도	K3	K5	K7	K9	합계
2009년	-	-	5,640	-	5,640
2010년	-	85,559	47,708	-	133,267
2011년	-	228,832	30,458	-	259,290
2012년	58,426	342,101	25,884	8,422	434,833
2013년	362,672	327,195	44,402	7,351	741,620
2014년	415,722	337,760	39,769	9,113	802,364
2015년	380,643	283,169	30,838	6,516	701,166
2016년	444,990	254,165	63,291	3,136	765,582
2017년	339,082	223,585	64,515	2,132	629,314
2018년	310,454	202,289	45,355	12,791	570,889
2019년 1~10월	221,249	164,895	48,426	9,586	444,156
총계	2,533,238	2,449,550	446,286	59,047	5,488,121

K시리즈는 디자인에서 큰 주목을 받았다. 새 모델을 내놓을 때마다 기존 디자인 정체성을 이어가면서도 미래 지향적인 시도로 기아차 디자인을 선도한다는 평가를 받았다.

2011년 K5가 세계 3대 디자인상으로 꼽히는 레드닷 어워드에서 한국차 브랜드 최초로 자동차 부문 최우수상을 받은 것을 비롯해 지난 10년 동안 K 시리즈가 수상한 디자인상은 15건이 넘는다.

K 시리즈는 경쟁이 치열한 중대형 자동차 시장에서 기아차 실적을 견인하는 역할도 톡톡히 해냈다.

K7은 출시 직후 '국가대표급'으로 불리는 현대 그랜저를 분기별 판매에서 뛰어넘는 실적을 냈고, K5 역시 '국민차' 쏘나타를 월간 판매 실적에서 제치는 등 저력을 보였다.

디자인 경쟁력을 앞세운 K 시리즈는 2009년 말부터 올해 10월까지 세계 시장에서 총 548만8121대(공장 판매 기준)가 팔려나갔다. 이는 같은 기간 기아차 전체 판매의 19.4%에 해당하는 실적이다. 상용차를 포함해 기아차가 판매한 차량 5대 중 1대가 K 시리즈인 셈이다.

차종별로는 K3가 253만3238대, K5가 244만9550대로 비슷한 수준으로 가장 많이 팔렸고, K7이 44만6286대, K9이 5만9047대 순이었다. K3와 K5 해외공장에서 더 많이 판매됐다. K3는 2012년부터 8년간 140만3528대, K5는 2011년부터 9년간 125만2655대가 팔렸다.

K5는 미국과 유럽 시장에서 특히 강세를 보였고, K3는 신흥시장에서 인기를 끈 것으로 나타났다.

기아차는 올해 하반기 부분 변경 모델로 출시한 K7 프리미어가 월평균 7000대씩 팔리며 판매 호조를 보이고 있고, 강렬한 인상으로 돌아온 K5가 지난달 사전예약 사흘 만에 1만28대 계약되는 역대 최고 기록을 세우는 등 관심을 받고 있어 K 시리즈 '제2의 전성기'가 열리길 기대하고 있다.

한편, 기아차는 K7 탄생 10주년을 기념해 X에디션을 출시했다. X는 10을 의미하는 로마숫자에서 따왔다.

X에디션은 2.5 가솔린 전용으로, 기존 2.5 가솔린 주력 노블레스 트림을 기반으로 최고급 트림인 시그니처에만 있던 퀼팅 나파 가죽 시트, 스웨이드 내장재를 기본으로 넣었다.

K7 프리미어 2.5 가솔린에서 고객 선호도가 높은 옵션인 컴포트와 스타일의 핵심 품목인 ▲12.3인치 클러스터 ▲양문형 콘솔 암레스트 ▲휴대폰 무선 충전 시스템 ▲운전석 메모리 시트 ▲전동식 틸트&텔레스코픽 스티어링 휠 등도 기본으로 적용했다. 가격은 3505만원이다.

/박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

THE K9

K7 프리미어 X 에디션

현대차 넥쏘 앞세워 수소차시장 세계 1위

한국 판매증가율 622% 급성장

한국이 세계 최대 수소자동차시장으로 부상했다. 현대자동차가 넥쏘를 내세워 일본 토요타를 제치고 수소자동차 판매 1위를 기록하면서다.

2일한국자동차산업협회(KAMA)에 따르면 한국의 수소전기차 판매는 올해 1~10월 3207대로 세계 1위를 차지했다. 한국 판매증가율이 전년 동기 대비 622% 급성장하며, 세계 수소차시장 규모도 전년 동기 대비 102% 팽창했다.

한국에 이어 미국이 1798대로 2위, 일본이 596대로 3위, 유럽연합(EU)이 397대로 4위를 각각 나타났다.

메이커별로는 현대차가 내수 성장에 힘입어 전년 동기대비 576% 증가하면서, 토요타를 제치고 수소차 세계 판매 1위를 기록했다. 토요타는 전년 동비대비 16.8% 증가하는데 그치며 2위를, 혼다는 54% 감소하면서 3위를 각각 기록했다.

세계수소차 시장에서 각국이 차지하는 비중도 한국이 52.4%, 미국이 29.4%, 일본이 9.7%, 유럽이 6.5%를 보여, 한국이 세계 수소차시장을 주도하고 있는 것으로 나타났다.

한편, 자동차산업협회는 수소차 산업을 확실한 미래성장동력으로 만들기 위해 내년도 수소차보조금 예산안이 국회에서 당초 안대로 통과돼야 한다고 촉구했다. 자동차산업협회는 "수소차보조금 예산안이 당초 안대로 국회를 통과하면 수소전기차와 부품 분야 매출이 7700억원, 충전소 구축 등에 따른 설비분야 매출이 3000억원 이상 발생할 것"이라고 강조했다.

/박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

현대차 '넥쏘'

수입차협회 "정비업 생계적합업종 지정 안된다"

"소비자 안전위협 우려"

수입자동차업계가 자동차 전문정비업의 소상공인 생계형 적합업종 지정 움직임에 대해 강하게 반발했다.

한국수입자동차협회는 2일 "자동차 정비업의 핵심은 검증된 기술력과 신뢰할 수 있는 투명성 확보"라며 "생계형 적합업종에 지정되면 소비자 후생을 과도하게 침해하고 시장을 위축시킬 우려가 있다"고 주장했다.

수입차협회는 특히 "수입차 수리 능력을 제대로 갖추지 못한 소규모 정비업체들은 수입차 공식서비스센터 확장이 금지돼도 별다른 혜택을 보기 어렵다"며 "하지만 소비자들은 큰 불편을 겪고 안전을 위협받을 우려가 있다"고 강조했다.

수입차협회는 "수입차 판매량 증가에 따라 수입차 정비 수요도 급증하고 있다"며 "끊임없이 기술 발전을 거듭하는 수입 신차 등 정비를 위해서는 고도의 기술이 수반돼야 하고 전문정비 인력도 끊임없이 확보돼야 한다"고 지적했다. 외부 수리업체가 수입차 수리 대상 차량에 대한 브랜드별 기술 정보와 수리 방법을 정확하게 알지 못해 차량 화재, 교통사고 등 피해가 증가하고 있다는 것이다.

수입차협회는 "이런 현실에서 소규모 영세상공인들의 단순 노무 인건비와 시설만으로는 소비자 요구를 충족시키지 못할 우려가 크다. 날로 발전하는 기술을 따라잡지 못한다면 차량 안전에 심각한 위협을 줄 수 있다"면서 "생계형 적합업종으로 지정하면 자동차업계와 소비자 권익을 모두 지키지 못하는 부정적인 결과를 초래할 수 있다. 소비자 권리를 중심으로 논의가 진행돼야 한다"고 강조했다.

한편, 소상공인 생계형 적합업종은 소상공인의 사업영역을 보호하기 위해 지난해 말 본격 시행된 제도로, 업계 신청을 받아 동반성장위원회가 추천하면 중소기업벤처부가 심의해 지정하는 방식으로 운영된다. 올해 5월 중소기업 적합업종 기간이 만료된 자동차 전문정비업은 동반성장위에 생계형 적합업종으로 신청돼 심사를 앞두고 있다.

/박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr