

SUV '차박' 덕 좀 봤나?



기아 쏠렌토



현대 팰리세이드



기아 셀토스

코로나19 사태로 해외여행 길이 막히면서 국내 여행지를 돌며 차에서 숙박을 해결하는 '차박'이 유행하고 있다. 덩달아 차박에 편리한 스포츠유틸리티차(SUV)를 찾는 소비자가 늘면서 올해 상반기 국내 완성차 업계의 SUV 판매가 처음 30만대를 넘어선 것으로 나타났다.

국내 SUV 중에서 최고 인기 모델은 기아차의 쏠렌토로 파악됐고, 기아차 광주공장장에서 생산하는 셀토스도 여전한 인기 속에 소형 SUV계의 왕좌를 굳건히 지키고 있다. 특히 올 하반기에는 국내 완성차 업계가 굵직한 SUV 모델을 출시할 예정이어서 그 인기는 한동안 지속될 것으로 보인다.

3일 자동차산업협회에 따르면 올해 상반기 국내 완성차 5개사의 SUV 판매량은 31만534대를 기록하면서 처음으로 30만대를 돌파했다.

국내 5곳 상반기 판매 30만대 돌파...전년비 25.6% 증가 기아 쏠렌토 3만7867대 1위...현대 팰리세이드 뒤이어

지난해 같은 기간 24만7166대보다 25.6%가 증가한 것으로, 국내 완성차 업계의 전체 승용차 판매량(68만6871대)에서 차지하는 비중도 39.5%에서 45.2%로 늘었다.

최근 수년간 SUV 인기가 이어지는 상황에서 올해 초 코로나19 사태가 촉발됨에 따라 국내 여행과 차박에 활용도가 높은 SUV를 찾는 소비자가 늘었기 때문으로 분석된다.

국내 완성차 업계가 생산한 SUV 중 최고 인기 모델은 쏠렌토로, 올 상반기 3만7867대가 팔렸다. 지난해보다 판매량이 41.9%나 증가했다.

이어 현대차의 팰리세이드가 3만1029

대가 팔리면서 2위 자리를 지켰고, 기아차 광주공장장에서 생산하는 셀토스는 2만9149대가 팔려 전체 3위를 기록했다.

이밖에 기아차에서 판매 상위 모델은 니로 1만2154대, 모하비 1만1008대 순이었다. 특히 모하비는 지난해에 비해 9배나 판매량이 증가했다.

현대차에서는 싼타페 2만6104대, 코나 1만8577대, GV80 1만7007대, 투싼 1만3098대 순이었다.

한국GM의 상반기 SUV 판매량도 1만6299대로 작년 동기(7325대)보다 무려 122% 늘어난 것으로 파악됐다. 올해 1월 출시한 중소형 SUV 트레일블레이저가 9545대 팔렸고, 작년 하반기 출시한 트레

비스가 2238대 팔렸다.

올 3월 XM3를 출시한 르노삼성도 지난해보다 SUV 판매량이 2.5배 증가한 4만7959대로 4만대 선을 돌파했다. QM6는 2만4946대로 가장 많이 팔리며 작년보다 48.1% 늘었고, XM3는 2만2252대 팔렸다. 이밖에 쌍용차는 코란도가 9613대 팔리며 작년 상반기보다 42.9% 증가했고, 렉스턴 스포츠는 작년보다 27% 감소한 1만5781대 팔렸다.

한편 SUV 인기는 하반기에도 이어질 전망이다. 기아차의 4세대 카니발과 현대차의 신형 투싼, 제네시스 GV70 등 하반기 굵직한 SUV 모델 출시가 예정돼 있기 때문이다. 최근 판매가 재개된 쏠렌토 하이브리드와 싼타페 부분변경 모델도 하반기부터 본격 출고되면 판매는 더 증가할 것으로 예상된다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr



카니발 출시 기아차 이색 사회공헌

전남 어린이 등 830명에 1억 상당 놀이공감 키트 전달

기아자동차가 카니발 4세대 모델 출시를 기념해 아동의 놀 권리 증진을 위한 이색적인 사회공헌활동에 나선다.

기아차는 국제구호개발 NGO '굿네이버스'와 연계해 '대한민국 아동 행복 프로젝트-놀이공감 키트' 캠페인(사진)을 전개한다고 3일 밝혔다.

기아차는 이번 캠페인을 통해 '든든한 아빠자, 함께 즐거움을 나누는 자동차'라는 카니발의 이미지에 걸맞게 아이들을 위한 나눔의 가치를 실현한다는 목표다.

우선 코로나19로 아이들의 놀이 공간이 줄어든 상황에서 전남지역과 강원도 아동 830명을 대상으로 찰흙놀이·보드게임·미니블록(저학년 대상), 컬러링북·슬라임(고학년 대상) 등 '놀이 공감 키트'와 핑크퐁 아기상어 벨트·셀토스 조립블록 등 총 1억원 상당의 물품을 전달한다. 또 킥보드, 스케이트보드, 드론, 레고

블록 등을 활용해 아이들이 가족, 친구들과 함께 어울릴 수 있는 다양한 놀이활동도 진행할 계획이다.

도로교통공단 등과 함께 진행하는 '그린라이트 키즈' 캠페인의 교통안전 키트도 전달해 교통안전에 대한 아이들의 관심도 높일 방침이다.

기아차 관계자는 "대표 패밀리카인 카니발이 우리 모두에게 즐거움과 희망을 주는 자동차로 인식되길 바라며 이번 활동을 마련했다"며 "사회적 책임을 실현하기 위한 다양한 활동들을 카니발의 이름으로 지속할 예정"이라고 말했다.

한편, 4세대 카니발은 사전계약에 돌입한 지 하루 만에 계약대수 2만3006대를 돌파해 국내 자동차 산업 역사상 최단시간·최다 신기록을 세웠으며, 꾸준히 계약대수가 증가하는 추세다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

마세라티 노빌레 에디션 사고 삼성전자 '세프컬렉션' 받자

프로모션 진행...1200만원 상당 냉장고 10대 추천

이탈리안 하이퍼포먼스 럭셔리 마세라티와 삼성전자가 손을 잡고 공동 프로모션을 진행한다.

마세라티는 노빌레 에디션 출시를 기념해 마세라티 전시장을 방문한 뒤 계약 및 출고한 고객을 대상으로 추천을 통해 1200만원 상당의 삼성전자 '세프컬렉션 마레 블루' 냉장고 총 10대를 증정한다고 3일 밝혔다.

마세라티가 전 세계 40대 한정판으로 선보이는 노빌레 에디션은 이탈리아어로 '귀함'을 뜻하며, 외관은 이탈리아 지중해와 마세라티 전통의 강인한 존재감을 드러내는 블루 노빌레(Blue Nobile) 컬러를 적용해 우아함과 파워를 강조했다. 실내 센터 콘솔 한가운데에 자리한 '40분의 1'(One of 40) 기념 배지는 노빌레 에디션만의 희소가치를 표현했다. 이번 에디션은 콰트로

포르테와 스포츠유틸리티차(SUV) 르반테 모델이 적용됐다.

삼성전자가 출시한 '냉장고 '세프컬렉션'은 밀레니얼 감각의 명품 디자인을 완성하기 위해 5가지 도어패널을 선보였다. 이 중 최상위 패널인 '마레 블루'는 마세라티의 외관 도장을 책임지고 있는 이탈리아 하이엔드 금속가공 업체 '데 카스텔리'(De Castelli)와 협업을 통해 이탈리아 베니스의 바다를 모티브로 역동성과 평온함을 표현했다.

또 모든 패널이 장인의 수작업을 통해 단 하나도 똑 같은 패턴이 없이 제작되어 럭셔리함과 희소성을 더했다.

마세라티 관계자는 "마세라티와 삼성전자가 추구하는 최상의 품격과 예술적 미학, 완벽한 기술력 등 자신만의 철학과 가치를 향유하는 소비자들에게 차별화된 서



뉴 세프컬렉션 마레 블루와 마세라티 르반테 노빌레 에디션.

비스를 제공하기 위해 프로모션을 기획했다"며 "새롭게 출시된 제품의 메인 테마가 바다에서 영감을 받은 블루 컬러인 점과 이탈리아 고유의 장인정신에서 탄생한 명품이라는 점도 양사 협업 마케팅의 모티브

가 됐다"고 설명했다.

이번 프로모션에 대한 자세한 내용은 마세라티 광주전시장 등 전국 9개 전시장에서 상담받을 수 있다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

현대차그룹 '수해지역 특별 지원' 활동

침수 차 무상점검·수리비 50% 할인 등

현대자동차그룹은 집중 호우 및 태풍 피해를 입은 지역을 위해 '수해지역 특별 지원' 활동을 진행하고 3일 밝혔다.

현대차와 기아차는 수해지역 특별 지원 서비스 기간 동안 수해 현장에 방문해 침수 및 태풍 피해를 입은 차량에 대해 엔진·변속기를 비롯한 주요 부품에 대해 무상점검을 실시한다.

현장 조치가 어려운 차량은 전국 직영 서비스센터나 블루핸즈(현대), 오토큐(기아)로 입고해 수리하고 수리 비용도 최대 50% 할인할 계획이다.

또 현대차는 고객이 수리를 위해 수해 차량을 입고하고 렌터카를 대여할 경우 최대 10일간 렌터카 비용의 50%를 지원한다. 기아차는 고객이 수해 차량을 폐차

한 후 기아차 차량을 재구매할 경우 가장 5일 동안 무상으로 렌터카를 제공한다.

이밖에 현대차그룹은 수해지역에 긴급 지원단을 파견하고 기본 생필품을 지원하며, 이재민들을 위한 세탁구호차량을 투입해 무료 세탁·건조 서비스도 제공한다. 올해 현대차그룹은 희망브리지 전국 재해구호협회와 함께 7t 메가트럭 탐차를 개조한 세탁구호차량을 신규 제작하기도 했다.

현대·기아차 관계자는 "장마철에 접어들며 집중호우와 침수로 인해 피해를 입은 고객님들에게 깊은 위로의 말씀을 전한다"며 "빠른 수해 복구에 조금이나마 힘을 보탬 예정"이라고 말했다.

/박기웅 기자 pboxer@kwangju.co.kr

예향

광주일보 문화예술매거진

2020년 8월호

7월 31일 발행
구독신청 : 062-220-0550
팩 스 : 062-222-0195

특집
블루 투어, 전남 섬이 부른다

화제의 전시
광주세계수영선수권대회 1주년 기념
청년작가 14인전

예향

광주일보 문화예술매거진

2020년 8월호

7월 31일 발행
구독신청 : 062-220-0550
팩 스 : 062-222-0195

특집
블루 투어, 전남 섬이 부른다

화제의 전시
광주세계수영선수권대회 1주년 기념
청년작가 14인전

문화는 품은 건축물①
거대한 물방울 형상화
해양도시 부산의 랜드마크
국립해양박물관

예향이 만난 이 사람
'진정한 사랑법' 전한 자유와 소통의 철학자 강신주
'씻김굿'의 고향으로 돌아온 신임 국립남도국악원장 명현
'식물처럼, 살다' 펴낸 힐링 플랜테리어 전문가 김해란
타이거즈 프랜차이즈 최다호련 기록 세운 나지완

예향 초대석

사마천 『사기』 펴내는 만화가 이희재
"이희재의 만화다움"을 읽어주세요

우리 땅 우리 문화②
월출산 자락 우뚝한 기운
강진 월남사지 삼층석탑

화제의 문화현장
'새날새물짓' 그려가는
최진석 교수의 호접몽가

클릭, 문화현장⑩-하나은행 '라운지1968'
컬처뱅크 북향문화공간
'시니어들의 아지트' 예감

문화 트렌드
외국인이 모국어로 가요 열창
'탑골 랩소디'의 변안곡 실험

전시 리뷰
광주시립미술관
<신소장품2019>전

김정운의 '바우하우스 이야기'⑧
'보다'의 모더니티,
발코니와 만국박람회로

유현준의 도시건축⑩
21세기형 스마트타운

행복한 동행, 반려동물과 함께하기⑥
우리집 반려동물
슬기로운 여름나기

백국남의 대중문화 X파일⑤
대중이 주도하는 밈 열풍의 본질과 명암

싸목싸목 남도 한 바퀴-여수
여름에 더 설레는 곳,
여수 나만 여행

섬, 예술, 바다의 향기
-돌산곶, 방죽일, 애종숙