



지난달 독일 브랜드 3사의 판매량이 외국계 완성차 업체의 판매량을 넘어서는 등 수입차 판매가 증가 추세를 보이고 있다. 7월 수입차 판매 1위를 기록한 메르세데스-벤츠 E 클래스(오른쪽)와 3위를 기록한 S 클래스.

# 수입차 전성시대 '獨무대'

### 세단·하이브리드 앞세워 국내 점유율 확대...벤츠 등 독일 3사 7월 판매량 압도적

수입차 브랜드들이 세단과 하이브리드 모델을 앞세워 국내 시장 점유율을 끌어 올리고 있다. 그 중에서도 올 상반기 이른바 '르쌍세'로 불리는 국내 외국계 완성차 3사의 브랜드 판매를 넘어선 독일 3사의 돌풍이 매섭다.

9일 자동차 업계에 따르면 메르세데스-벤츠를 비롯한 독일 수입차 3사의 7월 판매량이 외국계 완성차 업체의 판매량을 넘어선 것으로 나타났다. 이날 한국수입자동차협회 자료를 보면 지난달 수입 승용차 신차 등록 대수는 2만4389대로 집계됐다. 이 중 64.5%가 독일 3사의 차량이었다.

독일 브랜드 중 최고 판매량을 기록한 브랜드는 메르세데스-벤츠였다. 벤츠는 지난달 전년 대비 35.8% 증가한 7083대로 전체 수입차 중 1위 자리를 굳건히 지켰다. 이어 BMW가 57.8% 증가한 6022대, 아우디가 12% 증가한 2632대를 기록했다.

독일 브랜드의 선전이 돋보이는 이유는 같은 기간 국내 자동차 시장 1위인 현대차를 비롯해 외국계 3사의 판매량이 전년 대비 감소를 기록한 상황에서 큰 증가세를 보였기 때문이다.

한국GM은 지난달 작년 7월보다 30.1% 감소한

4886대를 기록했으며, 르노삼성차와 쌍용차도 각각 21.3%, 15.7% 감소한 4958대, 5652대를 판매했다. 현대차 역시 지난달 국내에서 5만9856대를 국내에서 전년 대비 22.6% 감소했다.

외국계 3사의 전체 판매량은 1만5496대로, 독일 3사는 총 1만5737대를 판매해 450대가량 더 앞섰다.

국내 자동차 브랜드별 판매 순위 역시 현대차와 기아에 이어 메르세데스-벤츠가 3위를 기록하는 중이다. BMW도 4위 자리를 지키고 있다.

독일 3사를 비롯한 수입차는 세단과 하이브리드 차를 앞세워 국내 시장 점유율을 늘려나가는 추세다. 국내 브랜드들이 스포츠유틸리티차(SUV)에 주력하는 사이 틈새 시장을 공략하고 있다.

지난달 수입차 모델별 판매 순위는 메르세데스-벤츠의 E 클래스가 2567대로 여전히 1위를 기록했다. 이어 BMW 5시리즈(1598대), 벤츠 S 클래스(1522대), 아우디 A6(1274대), BMW 3시리즈(759대) 순으로 해당 모델 모두 세단이다.

특히 메르세데스-벤츠의 경우 E 클래스와 S 클래스 등 신차 효과를 보고 있다. 앞서 벤츠는 지난해 10월 10세대 E 클래스 부분변경 모델 출시했

고, 올해 4월 7세대 S 클래스 완전변경 모델을 출시한 바 있다. 해당 모델 모두 국내에서 큰 인기를 누리며 벤츠의 점유율 확대에 기여하고 있다는 분석이다.

수입 하이브리드차 역시 작년 7월 대비 165.4% 증가한 7242대가 판매됐다. 작년 7월 수입차 중 하이브리드차의 점유율은 13.8%였지만, 지난달 29.7%로 확대됐다. 플러그인하이브리드 차도 작년 7월 대비 118.1% 증가한 1409대를 기록했다.

반면, 세단을 찾는 고객이 수입차를 선택하면서 외국계 업체의 세단 판매량은 급감했다. 르노삼성차의 대표 세단인 SM6의 지난달 판매량은 작년 7월 대비 71.4% 감소했고, 한국GM의 말리부는 38.4% 줄었다.

자동차업계 관계자는 "수입차 브랜드들이 공격적으로 라인업을 확장하고 있고 최근 신차를 출시하면서 국내 자동차 시장에서의 점유율을 끌어올리고 있다"며 "코로나19 여파로 국산차 업계가 신차 출시에 소극적이었던 것과 달리 수입차들이 인기 모델을 비롯한 다양한 신차 모델을 선보인 게 영향을 미친 것으로 분석된다"고 설명했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

# 제네시스 G80 고급 전기차 '선점' 출시 3주만에 계약 2000대 돌파

현대차의 고급차 브랜드 제네시스가 첫 전기차 모델인 G80 전동화 모델로 '럭셔리 전기차' 시장 선점에 나섰다.

9일 제네시스에 따르면 지난달 7일 출시한 G80 전동화 모델의 누적 계약 대수는 약 3주만인 지난달 말 2000대를 돌파했다.

제네시스는 최근 빠르게 성장하는 럭셔리 전기차 시장에 아직 뚜렷한 강자가 없다는 점에 G80 전동화 모델이 럭셔리 전기차 시장을 본격적으로 여는 계기가 될 것으로 기대하고 있다.

국토부와 산업부의 자동차 등록 통계 등에 따르면 올 상반기 전기차 판매는 4만435대로, 2019년 연간 판매량(3만5075대)을 이미 넘어섰다.

다만 전기차의 가격이 일반 내연기관차보다 비싼 탓에 경제성에 초점을 둔 중형급 이하 모델이 시장 확대를 주도하고 있다.

테슬라의 경우도 작년 연간 판매량 1만1826대 중 8000만원대 이상의 고급 모델인 모델S와 모델X의 판매량은 각각 349대, 474대에 그쳤다. 올해도 상반기 판매(1만1629대) 중 모델S와 모델X는 각각 18대와 20대에 불과하다.

특히 올해부터 전기차 보조금 제도 개편으로 9000만원 이상은 보조금을 아예 받을 수 없어 경제형 모델 위주 시장 확대가 예상되기도 했다.

하지만 유럽 프리미엄 브랜드에서 잇따라 1억원대 이상의 전기차 모델을 국내에 선보이면서



럭셔리 전기차에 대한 관심이 커지는 추세다.

올해 상반기 주요 수입차 업체의 고급 전기차 판매량은 작년 상반기(405대) 대비 254.3% 증가한 1435대다. 벤츠 EQC 400은 올해 상반기 337대를 판매해 전년 동기(115대)의 3배에 달했고, 작년 연간 판매량이 48대에 그쳤던 포르쉐 타이칸은 올해 상반기에만 912대가 팔렸다.

아직 고급 전기차 판매 규모가 국내 전기차 시장의 3.5%에 불과하지만 최근 성장세를 고려하면 향후 전기차 시장의 '블루오션'이 될 가능성이 크다는 것이 업계의 분석이다.

제네시스 관계자는 "이런 상황에서 G80 전동화 모델의 계약 대수가 올해 상반기 고급 전기차의 판매 실적을 웃돈 것은 고무적"이라며 "고급 전기차 시장 확대가 본격화되지 않은 만큼 G80 전동화 모델을 통해 국내 럭셔리 전기차 시장을 적극 공략할 것"이라고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@연합뉴스

# 현대차 스타리아, 카카오택시로 달린다

### 이달 서비스 개시

현대차의 다목적차량(MPV) 모델인 '스타리아'가 카카오택시로 나온다.

현대차는 9일 '스타리아 라운지 모빌리티'를 출시하고 본격 판매에 돌입한다고 밝혔다.

현대차는 카카오모빌리티와의 전략적 협업을 통해 운송사업자, 운전자, 고객이 필요로 하는 사양을 반영했으며, 이달 '카카오' 배너를 통해 택시 서비스가 시작될 예정이다.

스타리아 라운지 모빌리티는 기존 스타리아 라운지 9인승 스마트스텝 LPG 3.5 엔진 사양을 기반으로 제작됐다. 전동식 사이드 스텝, 17.3인치 루프 모니터, 스마트 파워 슬라이딩 도어, 스마트 파워 테일게이트, 2열 열선시트 등이 기본 적용됐다.

이밖에 전방 충돌방지 보조, 차로 이탈방지 보조, 후측방 충돌방지 보조, 차로 유지 보조, 스마트 크루즈 컨트롤, 안전 하차 보조, 7개의 에어백



등의 안전 기능도 탑재됐다.

현대차는 스타리아 라운지 모빌리티를 통해 플랫폼 기반 운송사업을 토대로 빠르게 성장 중인 다인승 모빌리티 서비스 시장 수요에 대응하겠다는 계획이다.

스타리아 라운지 모빌리티 판매가격은 법인 및 개인택시 기준 3971만원이며, 플랫폼 운송사업자 및 영업용 택시 사업자에게만 판매된다.

현대차 관계자는 "미래지향적 외관과 공간 활용성이 높은 스타리아는 미래형 모빌리티를 경험할 수 있는 차량"이라고 말했다.

/연합뉴스

# 금호타이어, 독일 레버쿠젠 후원 계약 연장

금호타이어가 차범근과 손흥민이 뛰었던 독일의 명문 축구 구단 레버쿠젠과 후원 계약을 연장했다.

금호타이어는 9일 독일 축구 구단 바이엘 04 레버쿠젠과 글로벌 공식 타이어 파트너사 후원 연장 계약을 체결했다고 밝혔다.

〈사진〉

금호타이어는 이번 계약을 통해 레버쿠젠의 공식 파트너사로서 선수 유니폼 소매, 홈구장에서 리그 경기 중 LED 광고, 경기 책자, 홈페이지 등에 브랜드를 노출한다.

이밖에 경기장 내 고객 초청 프로그램과 프로모션 활동 등도 포함돼 있다는 점에서 금호타이어는 자동차 강국인 독일 시장에서 브랜드 인지도를 높

이고 잠재 고객을 대상으로 다양한 마케팅 활동을 이어가겠다는 구상이다.

1904년 창단된 레버쿠젠은 독일 프로축구 분데스리가에서 준우승 5회를 차지했고, '갈색 폭격기'로 불렸던 차범근과 손흥민(토트넘 홋스퍼)이 뛰었던 팀으로 국내 축구팬들에게 익숙한 팀이다.

금호타이어 관계자는 "맨체스터 유나이티드 후원을 시작으로 유럽 유명 축구 클럽과 파트너십을 이어왔다"며 "레버쿠젠 팬들에게 금호타이어 브랜드 인지도를 높이고 글로벌 기업으로의 위상을 공고히 할 수 있을 것"이라고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



“타자들을 향한 따스한 말 건넨의 아득한 순간”  
‘실존적 비애나 결핍의 장막’을 자신만의 언어로 승화

진혜진 시인 첫 시집

# 포도에서 만남시다

추천사

“진혜진의 첫 시집은 ‘사랑’의 불가능성에도 불구하고 끝없이 ‘사랑’을 상상하고 실천하고 꿈으로 각인해가는 불가항력의 과정을 담은 격정적 고백록이다. 그 세계는 때때로 실존적 비애나 결핍의 악몽으로 나타나기도 하지만, 시인은 그 장막을 뚫고 자신만의 시적 진실을 하염없이 노래해간다.”

- 유성호 문학평론가·현양대 국문과 교수

진혜진 시인 프로필 | 2016년 경남신문, 광주일보 신춘문예, 시산맥 등단 | 시집 『포도에서 만남시다』 | 2021년 한국문화예술위원회 아르크문화창작기금 수혜 | 제11회 시산맥작품상 수상 | 도서출판 상상인 대표