

한국 자동차 유럽시장 점유율 첫 3위

(9.8%)

올 1분기 전년 대비 10.6% 감소에도 한국산 21.3% 늘어

현대차그룹 친환경차 59.4% 증가...기아 스포티지·니로 선방

차량용 반도체 공급난과 러시아의 우크라이나 침공 사태 여파 속에서도 한국 자동차가 올해 1분기 유럽 시장에서 처음으로 점유율 3위를 달성하는 등 호실적을 나타냈다. 현대차그룹의 친환경차가 유럽시장에서 선전한 것이 주요했던 것으로 보인다.

23일 한국자동차산업협회(KAMA)와 유럽자동차공업협회 등에 따르면 올해 1분기 유럽시장 전체 자동차 판매량은 반도체 공급난과 러시아·우크라이나 사태가 겹치면서 작년 동기 대비 10.6% 감

소한 275만대를 기록했다.

반면 같은 기간 한국산 자동차 판매량은 27만대로 21.3% 증가한 것으로 파악됐다. 현대차그룹의 친환경차 판매량이 전년 대비 59.4%나 늘면서 전체 판매량을 끌어올렸다.

이처럼 현대차그룹을 필두로 한국산 자동차가 선전하면서 폭스바겐(23.8%), 스텔란티스(19.0%)에 이어 9.8%의 점유율을 나타내며 처음으로 유럽 시장 3위에 올랐다.

현대차·기아의 올해 1~4월 유럽 누계 판매량은 35만8197대로 작년 같은 기간에 비해 19.2% 증가했다. 현대차는 16만5250대로 14.5% 증가했고, 기아는 19만2947대로 23.5% 늘었다.

누계 기준 유럽 시장 점유율은 10.0%로 작년 같은 기간에 비해 2.7%포인트 상승했다. 현대차가 4.6%로 작년보다 1.1%포인트 올랐고, 기아는 5.4%로 1.6%포인트 상승했다.

또 지난 4월 한 달만 놓고 봐도 현대차와 기아는 유럽에서 전년 대비 13.2% 증가한 8만8952대를 판매하는 등 성장세를 보이고 있다.

현대차는 4만1227대로 14.0% 늘었고, 기아는 4만7725대로 12.5% 증가했다.

지난달 유럽 전체 시장에서 작년 같은 기간 대비

20.2% 감소한 83만447대가 팔렸다는 점을 감안하면 선방했다는 평가다.

이러한 실적에 힘입어 현대차·기아의 점유율은 작년 동기보다 3.1%포인트 오른 10.7%를 나타냈다. 현대차는 5.0%, 기아는 5.7%로 각각 1.5%포인트와 1.6%포인트 상승했다.

이에 따라 현대차·기아 월간 점유율은 지난 1월 이후 3개월만에 10%대를 회복했다.

차종별 판매량을 보면 현대차는 투싼(9167대), 코나(6665대), i30(4300대) 등 순으로 많이 판매됐고, 기아는 씨드(1만2679대), 스포티지(1만2621대), 니로(6727대) 등 순으로 나타났다.

무엇보다 전기차 판매 성장세가 돋보인다. 지난달 유럽에서 현대차·기아가 판매한 전기차

는 1만2054대로 작년 동월 대비 43.6% 늘었다. 1~4월 누적 판매량은 55.6% 증가한 5만4653대였다. 차종별로는 니로 EV(3671대)가 가장 많이 팔렸고 이어 EV6(2700대), 코나 일렉트릭(2629대), 아이오닉 5(2086대), 쏘울 EV(544), 아이오닉 일렉트릭(424대) 등이다.

전용 전기차 모델도 꾸준한 인기를 끌며 실적을 견인했다.

현대차 아이오닉5는 지난해 8월부터 매달 2000대가 넘는 판매량을 기록하며 지난달까지 누적 2만9346대가 팔렸다. 기아 EV6도 본격적인 판매가 시작된 지난해 10월 이후 매달 2000대 넘게 팔리며 지난달까지 누적 판매량이 1만9395대로 늘었다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

현대차 '더 뉴 팰리세이드' 국내 출시

내·외장 고급화하고 첨단 안전 사양 추가...3867만원~5216만원



현대차는 팰리세이드의 페이스리프트 모델 '더 뉴 팰리세이드' (The new PALISADE)를 출시하고 판매에 돌입했다고 23일 밝혔다.

'2022 뉴욕 오토쇼'에서 첫선을 보인 더 뉴 팰리세이드는 현대차를 대표하는 대형 스포츠유틸리티차(SUV) 모델이다. 기존 모델의 공간성을 유지하면서 내·외장 디자인은 더욱 고급화됐고, 첨단 안전·편의 사양도 대거 추가됐다.

더 넓어진 캐스캐이드 그릴이 헤드램프, 주간주행등까지 하나로 이어져 강인한 이미지를 완성했고, 내장에는 일체형 슬림 에어벤트(송풍구)와 터치형 공조 제어 장치를 탑재해 고급스러움을 강조했다.

12.3인치 디스플레이와 발광다이오드(LED) 헤드램프와 스마트 크루즈 컨트롤, 2열 도어 글라스 이중접합 차음유리, 페이스리프트 모델 출시와 함께 전 트림에 기본 적용해 상품성을 강화했다.

이에 더해 고속도로 주행 보조 2(HDA 2)와 디지털 키2 터치, 전동식 스티어링 휠, 2열 통풍시트, 후방 주차 충돌방지 보조(PCA-R), 1열 릴렉션 컴포트 시트, 3열 열선시트 등도 선택 사양으로 제시된다.

현대차는 흡음재 두께 증대로 실내 정숙성이 개선됐고, 충격 흡수 장치 기능 강화로 고속주행 시

현대차가 팰리세이드의 페이스리프트 모델 '더 뉴 팰리세이드' 출시하고 본격적인 판매에 나섰다. 더 뉴 팰리세이드는 내·외장 디자인이 고급화됐고, 첨단 안전·편의 사양이 대거 추가됐다. <현대차 제공>

진동도 최소화했다고 설명했다.

특히 최상위 트림인 캘리그래피는 전용 내·외장 디자인과 편의 사양 적용으로 한층 더 고급화됐다. 캘리그래피에는 라디에이터와 인테이크 그릴에 삼각형 무늬의 파라메트릭 실드와 크롬 컬러가 더해져 고급스러움이 한층 더 강조됐다.

아울러 1열 릴렉션 컴포트 시트와 원격 스마트 주차 보조, 디지털 센터 미러, 엔비먼트 무드램프, 2열 워터입 헤드레스트 등 신규 편의 사양도 기본으로 적용됐다. 색상도 로버스트 에메랄드 펠이 전용 외장 컬러로 추가됐다.

더 뉴 팰리세이드 판매가격은 개별소비세 3.5% 기준 가솔린 3.8모델이 ▲익스클루시브 3867만원 ▲프레스티지 4431만원 ▲캘리그래피 5069만원이다. 디젤2.2 모델은 ▲익스클루시브 4014만원 ▲프레스티지 4578만원 ▲캘리그래피 5216만원이다.

현대차 관계자는 "넓은 실내 공간과 새롭게 추가된 하이테크 편의 사양으로 운전자와 탑승자 모두 편안하고 안전한 프리미엄 드라이빙을 느낄 수 있도록 했다"며 "더 뉴 팰리세이드는 고객들에게 만족스럽고 여유로운 라이프를 제공하는 최고의 차량이 될 것"이라고 밝혔다. /박기용 기자 pboxer@

금호타이어, 유럽 시장 공략 나선다

독일·이탈리아 전시회 잇따라 참가

금호타이어가 유럽에서 열리는 세계 유명 타이어 전시회에 참가하면서 유럽시장 공략에 나선다.

금호타이어는 24일부터 26일까지 독일 쾰른에서 열리는 글로벌 타이어 전시회 '더타이어 쾰른 2022' (TTC, The Tire Cologne)와 25일부터 28일까지 이탈리아 볼로냐에서 열리는 '오토프로모텍 2022' (Autopromotec)에 참가한다고 23일 밝혔다.



TTC 부스 시뮬레이션

이번 행사에는 정일택 금호타이어 사장님과 조남화 유럽영업담당 전무, 이강승 G.마케팅담당 상무 등이 참석할 계획이다.

TTC는 세계 최대 규모의 타이어 전문 전시회로 세계 주요 타이어 브랜드가 참가한다. 오토프로모텍은 국제 자동차 장비 및 애프터마켓(주요 B2B) 전시회로 지난 2019년 1670여개 세계 기업이 참가하고 12만명의 관람객이 방문하는 등 세계적인 타이어 전시회다.

금호타이어는 이번 전시회를 'Your SMART Mobility Partner' (타이어로 실현되는 스마트 모빌리티의 미래)로 표현하며, 금호타이어 대표 제품을 통해 성능을 집중적으로 강조, 알리겠다는 구상이다.

엑스타 PS71, 솔루스 HA32, 윈터크래프트 WP52, 에어리스 타이어 등 금호타이어의 고성

능, 여름용, 겨울용, 올시즌, 트럭버스용(TBR), 전기차 전용(EV), 미래 컨셉 타이어들로 구성해 유럽 시장에서 인기를 얻는 제품 중심으로 공개할 예정이다.

금호타이어는 이번 전시회에 유럽지역 주요 거래선을 초청하고, 신규 거래선 발굴 및 개척을 위한 전시 상담도 운영할 예정이다. 금호타이어의 미래 전략적인 방향성을 제시하며 고객과 소통하고 브랜드 인지도를 높인다는 계획이다.

이강승 G.마케팅담당 상무는 "금호타이어는 코로나19로 정체돼 있던 국제행사에 참가하게 돼 해외시장 개척의 활력을 찾는 기회가 될 것으로 보인다"며 "이번 전시를 통해 스마트 모빌리티 파트너로서의 금호타이어의 역할을 재조명하고 앞으로의 비전을 제시하는 자리로 삼을 계획이다"고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



광활한 남미 대자연 속을 달리듯

쌍용차 중형 SUV '토레스' 티저 공개...내달 사전 예약

쌍용차가 올해 7월 출시를 목표로 잡은 새로운 중형 스포츠유틸리티차(SUV) '토레스' (사진)의 티저 이미지와 영상을 최근 공개했다.

23일 쌍용차에 따르면 토레스라는 모델명은 남미 파타고니아 남부의 '토레스 델 파이네 국립공원'에서 따왔다.

쌍용차는 "자연 그대로의 모습을 간직한 모험과 도전 정신, 자유로운 라이프스타일의 가치를 구현한 정통 SUV라는 의미에서 모델명을 채택했다"고 전했다.

티저 이미지에서 볼 수 있는 토레스 외관은 전면부의 경우 버티컬 타입의 라디에이터 그릴을 적용해 강인한 이미지를 구현했으며, 후면부는 스포어 타이어를 형상화해 정통 SUV 이미지를 연출했다는 게 쌍용차의 설명이다.

쌍용차의 새로운 디자인 비전 및 철학인 '파워드 바이 터프니스' (Powered by Toughness)를 바탕으로 디자인한 첫 작품이라고 한다.

토레스 델 파이네 국립공원의 광활한 대자연을 바탕으로 그간 쌍용차를 응원해준 고객에게 감사한 마음을 담아 이번 영상을 제작했다는 게 쌍용차의 설명이다.

기업회생 절차를 밟고 있는 쌍용차는 이번 토레스 개발 및 출시를 경영 정상화의 발판으로 삼겠다는 의지를 보이고 있다.

쌍용차 관계자는 "세분돼 가는 SUV 시장에서 토레스는 준중형 코란도와 대형 렉스턴 사이의 간극을 메우고 차급을 넘나들며 새로운 시장을 개척해 나갈 것"이라며 "오랜 기간 절저하게 상품성을 높이며 준비한 만큼 시장에서 열풍을 몰고 올 것으로 기대한다"고 말했다.

쌍용차는 다음 달 사전계약과 함께 양산에 들어갈 예정이다. 본격적인 출시 일정은 일단 오는 7월로 잡았지만, 시장 상황을 고려해 세부 일정을 정할 방침이다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

청소년 진로 탐색하세요

현대차 '미래 자동차 학교' 모집

현대차는 다음달 17일까지 '현대차와 함께 꿈을 키우는 미래 자동차 학교'를 모집한다고 23일 밝혔다.

'미래 자동차 학교'는 중학교 자유학기제 특화 진로교육 프로그램과 초등학교 창의적 체험활동으로 청소년들의 진로 탐색에 도움을 주기 위한 수업으로 구성된다.

2016년 민간기업 최초로 현대차가 교육부와 업무협약을 체결하고 개발한 미래자동차학교는 2016년부터 2021년까지 전국 1500개 초·중학교, 약 6만여명의 학생을 대상으로 지속 운영돼 왔다.

올해는 신규 콘텐츠로 클린 모빌리티와 지속가능성을 주제로 미래에 새롭게 등장할 모빌리티 개념을 다루며, 성장세에 눈높이에 맞춰 동아리활동 및 방과 후 학습에도 응용할 수 있는 체험학습이 제공된다.

특히, 농산어촌 지역 학교 및 특성화 학교의 참여 기회를 높이기 위해 선발 과정에서 별도로 심사를 진행할 계획으로, 참여하는 학교에는 온라인 교사 연수, 자율주행 모빌리티 체험 키트, 나만의 스마트 모빌리티 기획서 등 주도적으로 수업 참여가 가능한 프로그램들이 지원된다.

수업 구성은 중학생 대상 정규프로그램, 단기프로그램과 초등학교 4~6학년 대상의 초등프로그램이 있으며 체험학습 방식으로 구성됐다.

올 2학기 참여를 희망하는 학교는 다음달 17일까지 중등, 초등별로 각각 교사 홈페이지에서 신청할 수 있으며, 자세한 사항은 네이버에서 '미래 자동차 학교' 검색을 통해 확인할 수 있다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



'2022 토요타 주말농부' 개막 행사

친환경 농업 수확·기부도...11번째 참여형 사회 공헌 프로그램

한국토요타자동차는 최근 90명의 주말농부와 함께 '2022 토요타 주말농부' 개막 행사를 진행했다고 23일 밝혔다. (사진)

2012년 첫 시작 후 11년째를 맞이하는 '토요타 주말농부'는 일반인이 주말농부로 참여해 친환경 농업으로 농작물을 재배해볼 수 있는 프로그램이다.

수확한 농작물의 일부를 사회복지법인 '안나의 집'에 기부해 환경보호와 이웃사랑을 동시에 실천하는 한국토요타의 참여형 사회공헌활동 프로그램이다.

최근 친환경에 대한 소비자들의 관심이 점차 증가하는 추세에 따라 올해는 높은 경쟁률을 기록, 환경을 사랑하는 총 40팀의 주말농부가 선발됐다. 90명의 주말농부가 참가한 이날의 개막 행사에서는 참가자들의 텃밭 선정과 함께 모종 심기가 진행됐다. 참가자들에게는 호미, 가드닝 툴, 모자 등 농사를 위한 스페셜 키트가 제공됐다. 아

울러 참가자들은 개인 텃밭터를 지참하는 등 일회용품을 최소화한 '제로 웨이스트'(Zero-Waste)를 컨셉으로 진행됐다.

이날 이후 참가자들은 오는 11월까지 자연원리에 따라 밭을 가꾸는 지속가능한 농업문화 '퍼머컬처'(Permanent Agriculture)를 테마로 ▲친환경 제초제 만들기 ▲일회용 포장 대신 개별 용기에 식재료 담아가기 등 지구를 위한 미션 수행과 사랑의 김장나눔 등 온·오프라인을 통해 다채로운 프로그램에 참여하는 등 탄소중립을 위해 노력할 예정이다.

한국토요타자동차 타케무라 노부유키 사장은 "매해 높아지는 참가자들의 관심과 현장에서의 열정을 통해 친환경에 대한 관심이 점점 높아지는 것을 실감하고 있다"며 "한국토요타는 전통과 모범 판매를 통한 탄소중립 뿐 아니라 모두 함께 만들어가는 사회공헌활동을 통해 지구와 환경을 위한 노력을 이어 나갈 것"이라고 말했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr