

필요한 모든 걸 다 담고도 충분히 합리적이다

현대차 캐스퍼 신규 트림 '디에센셜' 출시

전방 충돌방지 보조 등 고객 선호 편의·안전 사양 대거 포함 1690만원에 온라인서 구입...17~31일 시승·경품 이벤트

‘광주형 일자리’ 사업으로 탄생한 현대자동차의 첫 경형 스포츠유틸리티차(SUV) ‘캐스퍼’의 신규 트림 ‘디에센셜’이 출시됐다. ‘디에센셜’은 지난해 9월 캐스퍼 출시 이후 1년간 고객들이 선호하는 사양들을 분석해 최적의 사양으로 구성한 스페셜 트림이다. 합리적인 가격 책정으로 고객 만족도를 극대화한 게 특징으로 꼽힌다.

10일 현대차와 광주글로벌모터스(GGM)에 따르면 캐스퍼 디에센셜 스템에는 핵심 편의 및 안전 사양들이 대거 포함됐다.

우선 탑승자와 운전자를 배려한 ▲인조자극 시트 ▲앞 좌석 열선 시트 ▲열선 스티어링 휠 ▲스마트 키 ▲후방모니터 ▲하이패스 시스템 등이 적용돼 편의성이 높아졌다.

이와 함께 첨단 운전자 보조 시스템(ADAS)으로 ▲전방 충돌방지 보조 ▲차로 이탈방지 보조 ▲차로 유지 보조 ▲하이빔 보조 ▲운전자 주의 경고 ▲전방 차량 출발 알림 등도 탑재돼 주행의 편의성은 물론, 안정성까지 향상했다는 게 관계자의 설명이다.

특히 현대차는 캐스퍼의 최상위 트림에만 적용했던 고급 사양들도 디에센셜에 추가했다. 외장재 프록션 헤드램프와 후륜 디스크 브레이크

크를, 실내에 메탈페인트 인사이드 도어 핸들, 운전석 세이프티 파워 윈도우, 폴로로 에어컨 등을 적용했다.

또 ▲8인치 내비게이션 ▲차량 내 간편 결제 서비스인 현대 카페이 ▲블루링크 ▲폰 프로젝트 등 다양한 인포테인먼트 기능을 탑재했다.

현대차는 고객들이 선호하는 사양들을 대거 적용해 상품성을 강화했음에도 디에센셜의 판매 가격을 1690만원으로 책정했다. 이에 따라 경쟁력 있는 가격으로 더 많은 고객들이 캐스퍼를 경험할 수 있을 것으로 기대된다. 차량 구매는 캐스퍼 전용 온라인 사이트에서 가능하다.

현대차는 또 캐스퍼의 스페셜 트림 출시를 기념해 다양한 이벤트도 추진한다.

디에센셜 트림을 가장 빠르게 경험할 수 있는 시승 이벤트를 오는 17일부터 31일까지 전국 현대 드라이빙라운지에서 진행한다. 시승 신청은 캐스퍼 전용 온라인 사이트를 통해 가능하다.

이밖에 오는 19일까지 캐스퍼 전용 온라인 사이트에서 디에센셜 트림의 핵심 사양과 판매 가격이 담긴 이미지를 활용해 짝을 맞추는 ‘What’s in The Essential’ 경품 이벤트를 실시한다.

차량을 출고한 고객을 대상으로 하는 ‘my case by CASPER’ 경품 이벤트도 있다. 13일부터 12



출시 후 1년 간 고객이 선호하는 사양을 분석해 최적의 사양으로 구성한 캐스퍼의 신규 트림 ‘디에센셜’이 출시됐다.

〈현대차 제공〉

월31일까지 캐스퍼와 함께 하는 카라이프 영상을 촬영해 개인 SNS와 캐스퍼 온라인 구매후기 페이지에 공유하면 추첨을 통해 경품을 증정한다.

현대차는 캐스퍼 크루 프로그램을 운영하고 있다. 캐스퍼 출고 고객에게 차량의 상품성과 개인의 카라이프를 알리고 이를 통해 신규 고객의 구매까지 이어지게 될 경우 커스터마이징 상품 구매가 가능한 블루멤버스 포인트를 지급한다.

온라인 구매 방식이 낯설어 캐스퍼 계약을 망설이는 고객들을 위한 구매 대행 서비스도 진행한다. 계약부터 출고까지 전화 상담을 통해 편리하게 차

량을 구입할 수 있는 프로그램이다. 자세한 사항은 캐스퍼 전용 온라인 사이트와 고객센터 전화(080-500-6000)를 통해 확인 가능하다.

현대차 관계자는 “캐스퍼 디에센셜 트림은 고객들이 선호하는 최적의 사양 조합과 합리적인 가격을 갖췄다”며 “이번 신규 트림 출시를 통해 캐스퍼가 엔트리SUV 시장의 저변을 더욱 확장시켜 나갈 것으로 기대한다”고 밝혔다.

GGM 관계자는 “우리가 생산하고 있는 캐스퍼가 신규 트림 출시를 계기로 한걸 새로워진 모습으로 고객들에게 다가가게 됐다”며 “상생을 바탕으로 최

고 품질의 자동차를 생산할 수 있도록 더욱 노력하겠다”고 말했다.

한편 캐스퍼는 캐스퍼는 위촉되고 있는 국내 경차 시장에서 부동의 1위에 오르며 누적 판매 5만대 돌파를 눈앞에 두고 있다.

출시 1주년을 맞은 지난해 28일까지 총 4만5086대(잠정)가 팔린 것으로 집계됐는데, 출시 직후부터 매달 3000~4000대가 꾸준히 판매된 것을 고려하면 연내 누적 판매 5만대 돌파는 무난할 것으로 보인다.

/*박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

신차 출고 30개월 걸린다고요?

반도체 수급난 완화에도 신차 대기기간 더 늘어나 현대차 아반떼 등 인기 모델·하이브리드 지연 심화

차량용 수급난 완화 조짐에도 신차 출고 지연 현상은 1년 전보다 더 심해졌다는 분석이 나왔다.

10일 자동차 구매정보 플랫폼 겐자가 고객 계약정보에 근거해 국산차 출고시기를 분석한 결과에 따르면 현대차·기아·제네시스 30개 모델은 이번 달 4개를 제외하고는 1년 전보다 대기기간이 더 늘어난 것으로 나타났다.

지난해 10월 이들 모델의 평균 출고 기간은 4주~11개월이었지만 1년 새 2개월~30개월로 더 길어졌다.

출고 지연은 인기 모델이나 하이브리드차(HEV) 중심에도 심화 양상이 두드러졌다.

현대차의 인기 세단 아반떼 1.6과 그랜저 2.5 가솔린 모델은 1년 새 대기기간이 각각 6개월(4개월→10개월), 3~4개월(3~4개월→7개월) 길어졌다.

지난해 10월 아반떼와 쏘나타, 그랜저, 싼타페

하이브리드 모델의 예상 인도 기간은 각각 4개월, 4~5주, 9~10주, 6개월이었지만 이번 달에는 24개월, 7개월, 10개월, 24개월로 크게 늘었다.

1년 늦게 계약하면 차를 받기까지 짧게는 6개월, 길게는 20개월을 더 기다려야 한다는 얘기다.

상대적으로 출고 기간이 짧았던 현대차의 고급 브랜드 제네시스도 이번 달 기준 차량을 인도받기까지는 10~30개월이 소요되는 것으로 조사됐다.

1년 전 대기기간은 짧게는 8~9주, 길게는 6~7개월이었다.

특히 대형 스포츠유틸리티차(SUV) GV80 2.5T 가솔린 모델은 이번 달 계약부터 인도까지 30개월이 소요되는 것으로 나타났다. 1년 전 계약했을 때보다 무려 23~24개월을 더 기다려야 차량을 받을 수 있다는 것이다.

현대차보다는 상황이 조금 낫지만 같은 그룹사

인 기아의 출고 지연 현상도 여전했다.

기아의 대표 세단인 K3, K5 2.0 가솔린 모델의 예상 출고 기간은 각각 4개월, 7~8개월로 1년 전보다 평균 3~5개월 길어졌다.

K5, K8, 쏘렌토 하이브리드 모델의 대기기간도 1년 새 각각 8.5개월, 2개월, 7개월 늘었다.

다만 기아의 대표 레저용 차량(RV) 카니발은 7인승과 9~11인승 모두 대기기간이 지난해 10월 7개월에서 이번 달 6개월로 1개월 줄었다.

K8 2.5, 3.5 가솔린 모델도 2개월(6개월→4개월), 0.5개월(2.5개월→2개월)씩 인도 기간이 줄었다.

자동차 업계는 점진적으로 완화되는 차량용 반도체 수급난에도 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 급증한 차량 수요가 아직 해소되지 못한 것이 출고 지연 심화의 원인이라고 해석했다.

겐자 관계자는 “생산 차질의 주원인이었던 차량용 반도체 공급난이 완화되고 있지만 아직은 수요가 생산보다 많은 상황”이라며 “신차 출고와 정상화하기까지는 시일이 걸릴 것으로 보인다”고 말했다.

/*연합뉴스

고급에 고급을 더하다...기아 K9 연식변경 모델 출시

기아는 대표 플래그십 세단 K9의 연식변경 모델 ‘더(The) 2023 K9’을 출시했다고 10일 밝혔다. 더 2023 K9은 고급감을 강화하는 신규 사양을 기본 적용하고, 일부 선택 패키지에 고객 선호 기능을 추가해 상품성을 향상시킨 것이 특징이다.

기아는 이번 K9에 신규 사양인 메탈 페달과 차량 내외부의 미세먼지와 세균을 더욱 효과적으로 걸러주는 항균 처리 고성능 콤비 필터를 전 트림에 기본화해 고객 만족도를 높였다.

인기 품목을 조합한 ‘베스트셀렉션 I’ 패키지는 고객들이 선호하는 12.3인치 슈퍼비전 클러스터를 추가해 더욱 강화된 플래그십 세단의 하이엔드 감성을 경험할 수 있도록 했다.

‘베스트셀렉션 I’ 패키지는 새로 추가된 12.3인치 슈퍼비전 클러스터를 포함해 ▲모니터링 팩 ▲컴포트 팩 ▲19인치 휠&타이어 ▲헤드업 디스플레이 ▲AWD로 구성되며 3.8 가솔린 및 3.3 가솔린 터보 모델의 플래티넘 트림에서 선택 가능하다.

기아는 차량을 스크래치로부터 보호하는 실내외 차량 보호 필름 패키지도 전용 커스터마이징 상품으로 신규 운영한다.

패키지 선택 시 차량의 ▲전면 범퍼 사이트 및 하단 ▲후면 범퍼 사이트 및 상단 ▲사이드 미러 ▲도어 스템 ▲전·후석 도어 중앙부와 실내 디스플레이에 보호필름이 부착된다.

더 2023 K9의 가격은 3.8 가솔린 모델 플래티넘



5772만원, 마스터즈 7215만원이며, 3.3 가솔린 터보 모델 플래티넘 6420만원, 마스터즈 7687만원이다.

한편 기아는 The 2023 K9의 출시와 함께 다양한 마케팅 활동을 진행하고, 고객을 배려하는 다양한 멤버십 서비스를 마련한다.

축구계의 전설이자 2002 월드컵 주역인 최진철 감독과 함께 자신의 위치를 묵묵히 지키는 리더의 모습을 담은 TV 광고 캠페인을 전개, 이를 통해 사회를 이끄는 리더들의 철학을 공유하는 기존 K9의 캠페인을 계승하면서 K9만의 차별화된 가치를 선보인다는 계획이다.

또 K9 멤버십 고객을 대상으로 라이프스타일에 맞춘 프리미엄 초청 프로그램 ‘임진한 프로와 함께 하는 K9 골프 클래스’(11월), ‘K9 크리스마스 쿨링 클래스’(12월)를 운영해 K9만의 특별한 고객 경험을 제공할 계획이다. 이밖에도 출고 고객을 대상으로 임진한 프로와 풀라보한 한정판 골프화를 제공할 방침이다.

기아 관계자는 “더 2023 K9은 더욱 고급스러워진 상품성으로 정통 플래그십 세단의 품격을 한층 높였다”며 “리더의 차에 걸맞은 품격 있는 멤버십 서비스와 마케팅 활동을 통해 만족도를 높여갈 것”이라고 말했다.

/*박기용 기자 pboxer@

현대차그룹 하이브리드 세계 누적 200만대 돌파

첫 출시 13년만에 국내 1만3166대 등 200만6795대

현대차그룹의 하이브리드(HEV) 모델이 전 세계적으로 누적 판매량 200만대를 넘어섰다.

10일 현대차그룹에 따르면 지난 8월 현대차와 기아의 HEV 모델이 국내 1만3166대, 해외 2만 6067대 팔려 누적 총 판매량이 200만6795대를 기록했다. 배터리 충전을 통해 일정 거리를 전기차 모드만으로도 달릴 수 있는 플러그인 하이브리드(PHEV)는 포함되지 않은 숫자다.

현대차그룹은 2009년 준중형 세단 아반떼와 포르테로 HEV 모델을 첫 출시했다. 2010년까지 2년간 판매량은 두 차종을 합쳐 연간 6000대 수준이었으나 2011년 중형 세단 쏘나타와 K5도 HEV로 출시돼 국내 하이브리드차 시장이 본격 형성되기 시작했고 수출도 활발해졌다.

2014년에는 준대형 세단 그랜저와 K7도 HEV 모델이 나왔고, 2016년에는 친환경 전용 모델을 표방한 아이오닉 시리즈와 니로가 출시됐다.

HEV 판매는 2011년 3만대를 넘어선 데 이어 2012년에는 7만대를 돌파했다. 2016년에는 11만1889대, 2017년에는 전년의 배 가까운 20만 8899대가 팔렸다.

이어 2020년에는 2013년을 끝으로 단종됐던 아반떼 HEV가 7세대 모델과 함께 재등장했고, 2020년 말부터 이듬해까지 투싼, 싼타페, 쏘렌토 등 인기 스포츠유틸리티차(SUV) 모델에 HEV

라인업이 추가됐다. 2021년 현대차그룹의 HEV 연간 판매량은 역대 최대인 36만6665대를 기록했다.

올해에는 8월까지 이미 32만7095대가 판매돼 전년 같은 기간보다 54.4% 증가한 터라 사상 처음으로 연 40만대를 돌파할 가능성도 있다.

다른 친환경차 모델과 달리 국내 판매 비중이 크다는 것도 특징이다.

현대차·기아의 PHEV는 누적 판매량의 99%가 해외 판매이고, 순수전기차도 해외 판매량이 국내에 비해 수십배 이상인 HEV는 국내가 78만305대로 39%에 달한다.

쏘렌토, K8 등 인기 차종은 HEV 판매량이 내연기관 모델을 추월하는 양상도 보인다. 쏘렌토는 올 8월까지 국내에서 판매된 4만3291대 중 HEV가 3만2301대(74.6%)로 내연기관차 판매량을 크게 웃돈다. K8도 HEV가 1만7061대로 내연기관 모델(1만2047대)을 앞선다.

국내에서 개별소비세 감면 외에는 보조금 지급이 없음에도 이처럼 HEV의 인기가 높은 것은 내연기관차보다 우수한 연비와 정속성, 전기 충전 인프라가 아직 충분하지 않은 상황에서 충전 염려가 없는 점 등이 꼽힌다. 기술 발달도 동력 성능이 내연기관차를 넘어선 것도 한 이유다.

/*박기용 기자 pboxer@연합뉴스



장재훈(왼쪽 세번째) 제네시스 사장과 김영수(가운데) 선수, 정익선(오른쪽 네번째) 현대차그룹 회장 등 관계자들이 '2022 제네시스 챔피언십' 시상식에서 기념촬영을 하고 있다.

‘제네시스 챔피언십’ 골프 성황리에 마무리

제네시스 브랜드는 지난 6일부터 9일까지 나흘간 인천 송도 ‘잭 니라우스 골프클럽 코리아’에서 개최한 ‘2022 제네시스 챔피언십’을 성공적으로 마무리했다고 10일 밝혔다.

이번 대회 우승은 4라운드 최종합계 6언더파 282타를 기록한 김영수(33세, PNS홀딩스) 선수가 차지하며 삼국 3억원과 부상인 제네시스 GV80 차량을 받았다.

제네시스는 이번 대회에서 출전자들이 최상의 경기력을 발휘할 수 있도록 대회 기간 중 호텔 숙박을 지원, 경기장에는 전용 이동 경로를 마련하

는 등 선수들이 갤러리와 동선이 겹치지 않도록 배려했다.

또 선수 및 캐디 전용 라운지뿐만 아니라 그 가족들을 위해 ‘패밀리 라운지’ 등 편의공간을 확충해 선수가 경기에만 집중할 수 있도록 도왔다.

이밖에 우승 선수의 캐디를 위한 별도 트로피를 올해 처음 준비, 역대 우승 선수의 캐디들이 입었던 캐디빔을 갤러리 플라자에 전시하는 등 성숙한 골프 문화가 조성될 수 있도록 캐디 예우 프로그램을 강화했다.

/*박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr