

기아 다섯번째 전기차 EV5 디자인 베일 벗었다

“EV 대중화 시대 새로운 기준 제시”…국내 유일 광주서만 생산
올 하반기 출시 예정…넓은 실내 공간 확보 캠핑·차박에 적합

국내에서 유일하게 기아 오토랜드 광주가 생산하는 기아 전동화 패밀리 SUV ‘더 기아 EV5’의 모습이 마침내 공개됐다. 올해 하반기 출시 예정인 EV5는 기아가 EV6, EV9, EV3, EV4에 이어 선보이는 다섯 번째 전기차로, 고객 수요가 많은 준중형급에 정통 SUV 바디타입을 적용해 캠핑·차박 등에 적합할 것으로 기대되고 있다.

8일 기아는 EV5의 내·외장 디자인을 공개하고, 국내 EV 대중화 시대의 새로운 기준을 제시했다. EV5의 외장은 기아 전기차 특유의 미래지향적 이미지와 정통 SUV의 강인한 인상을 더했으며, 내부는 넓은 공간을 확보해 실용성을 강조했다.

특히 EV5는 올 하반기 국내에선 유일하게 기아 오토랜드 광주에서 생산될 예정이어서 광주·전남 지역민의 관심도 높아지고 있다.

EV5의 디자인은 기아의 철학 ‘오퍼티 유니티드’(상반된 개념의 창의적 융합)를 기반으로 박시 하면서도 역동적인 실루엣을 구현했다.

하부 가드(스키드 플레이트)와 보닛은 SUV 특유의 강인함을 강조하고, 수직 배열된 LED 헤드



기아 전동화 패밀리 SUV ‘더 기아 EV5’ 내장.

램프는 세련된 인상을 더한다. 바퀴는 19인치 휠에 다이아몬드 커팅 조형을 적용해 시각적 효과까지 높였다.

후면부는 수직·수평으로 길게 뻗은 리어 콤파네이션 램프를 통해 넓고 정돈된 테일게이트 디자인을 구현, SUV의 세련되고 강한 이미지를 완성했다.

실내는 SUV 특유의 공간 활용성을 극대화했다. 12.3인치 클러스터와 12.3인치 인포테인먼트 디스플레이, 5인치 공조 디스플레이를 하나로 묶



‘더 기아 EV5’ 외장.

〈기아 제공〉

은 파노라믹 와이드 디스플레이를 통해 내비게이션과 공조 정보를 넓은 시야에서 확인할 수 있다.

1열에는 넉넉한 콘솔 수납 공간을, 2열에는 슬라이딩 트레이를 마련해 뒷좌석 승객의 편의성도 배려했다.

특히 2열 시트를 수평으로 완전히 접으면 평탄한 공간이 확보돼 캠핑 등 야외 활동 시 차량 내부를 다양한 용도로 활용할 수 있다.

EV5는 81.4kWh 용량의 니켈·코발트·망간

(NCM) 기반 배터리를 탑재해 장거리 주행도 거뜬하다. 이 배터리는 현재 EV3, EV4 롱레인지 모델에도 사용되고 있다.

기아 관계자는 “EV5는 전동화 기술의 혁신과 실용성이 조화를 이룬 모델로, 국내 EV 대중화 시대의 새로운 기준이 될 것”이라며 “넓은 공간감과 충분한 주행거리를 갖춰 고객들에게 다양한 모빌리티 경험을 제공하겠다”고 말했다.

/김해나 기자 khn@kwangju.co.kr

전기차 충전 더 편리하게 벤츠, 한전과 PnC 계약

메르세데스-벤츠의 글로벌 모빌리티 서비스 제 공업체 ‘메르세데스-벤츠 모빌리티 AG’가 한국 전력공사와 ‘플러그 앤 차지’(PnC) 계약을 맺었다고 벤츠코리아가 8일 밝혔다.

PnC는 전기차에 충전 케이블을 연결하면 충전기가 차량 정보를 자동으로 인식해 사용자 인증부터 요금 결제까지 한 번에 처리하며 충전 준비 시간을 줄여 주는 서비스다.

이번 계약을 통해 한전은 사용자 인증을 위한 차량별 EVC(전기차 충전) 전자인증서 발행 등 PnC 서비스 구현에 필요한 기술적 기반을 지원한다. 이에 따라 벤츠 전기차 고객은 전국의 한전 PnC 지원 충전기(GS차지비 충전기 포함)를 통해 간편하게 충전을 할 수 있다.

벤츠는 2021년부터 미국과 유럽 등에서 다양한 충전 설루션 사업자와 손잡고 PnC 서비스를 제공해 왔다. 추후 국내에 도입될 고출력 충전소(HPC)에도 PnC를 추가로 적용할 계획이다.

킬리안 뮐러 벤츠코리아 제품-마케팅 및 디지털 비즈니스 부문 부사장은 “앞으로도 고객 중심의 전기차 생태계 조성을 위해 한전 등과 지속적인 협력이 이어질 것”이라고 말했다.

/김해나 기자 khn@kwangju.co.kr

폭염에 7일 최대전력 수요 3년 만에 최고기록 경신

이른 폭염으로 최대전력 수요가 7일 최고기록을 경신하면서 전력 당국이 현장 점검에 나섰다.

산업통상자원부는 8일 이호현 2차관이 수도권 전력 공급을 담당하는 신양재변전소를 방문해 현장 설비 관리 실태를 점검하고, 여름철 전력 수급 준비 상황을 종합 점검했다고 밝혔다.

한전 등 전력당국이 따르면 이례적인 폭염으로 지난 7일 최대전력 수요가 93.4GW(기가와트)까지 높아졌다. 지금까지 7월에 가장 높은 전력수요를 기록한 날은 2022년 7월 7일 92.99GW였는데, 이를 넘어선 것이다.

정부는 예비력이 10GW 이상을 유지하고 있는 만큼 전력 수급은 안정적으로 유지될 것으로 전망하고 있다.

산업부는 취약 계층이 폭염 속에서도 전기요금 부담으로 인해 냉방기 사용을 주저하는 일이 없도록 에너지바우처와 전기요금 할인 제도를 전폭 지원할 계획이다.

에너지바우처의 경우 지난 1일부터 전체 바우처 지원액인 최대 70만1300원을 일괄 지급했다.

산업부는 “취약 계층이 전기요금 격차와 함께 사용 방법을 잘 몰라서 에너지바우처를 이용하지 못하는 문제가 발생하지 않도록 하겠다”며 “지자 체별·위기 가구별로 사용량을 모니터링 하고, 집배원 방문 안내 등의 실질적인 독려 방안을 추진하고 있다”고 밝혔다.

정부는 또 이달 초까지 취약 계층을 대상으로 예 어전 저가 지원에도 주력하고 있다.

이호현 차관은 “여름이 길어지고 있는 만큼 안정적 전력 수급을 위해서는 핵심 설비 관리가 무엇보다 중요하다”고 밝혔다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

전국 아파트 분양전망지수 97.0…4개월 연속 상승

광주 10%·전남 20% 가까이 올라

6·27규제 따라 매수세 위축·관망

전국 아파트 분양 전망 지수가 4개월 연속 상승해 기준선(100)에 가까워진 것으로 조사됐다. 광주·전남·전북 등 호남지역의 분양 전망 지수 역시 전월보다 크게 오르면서 지역민들의 기대감도 커진 것으로 나타났다.

8일 주택산업연구원(주산연)에 따르면 지난달 19~27일 주택사업을 하는 업체들을 대상으로 설문 조사한 결과 7월 전국 아파트 분양 전망 지수는 전월 대비 2.4p 오른 97.0으로 나타났다.

지수가 100을 넘으면 분양 전망을 긍정적으로

보는 사업자가 더 많고, 100 미만이면 그 반대다. 전국 분양 전망 지수는 지난 3월 72.9를 나타낸 후 4개월째 상승했다.

강원은 지난달보다 24.2p(66.7→90.9) 오르며 가장 큰 상승폭을 보였다. 이어 경남(80.0→100.0), 전남(77.8→91.7), 전북(87.5→100.0), 광주(85.7→93.3) 순으로 오름폭이 컸다.

세종(118.2→92.9), 울산(109.1→86.7), 대전(116.7→100.0) 등은 하락했다.

수도권은 9.3p(104.6→113.9) 올랐다.

서울은 17.5p 상승한 121.2, 경기는 12.1p 오른 112.1로 집계됐다.

전국적으로 아파트 분양 전망이 상승한 것은 이 재영 정부가 빠른 속도로 2차 추경안을 편성에 경

기 부양 기대감이 커졌고 주택 담보 대출 금리 인하에 따른 영향으로 분석된다.

조사는 대출 규제가 발표된 지난달 27일 종료돼 이번 달 전망에는 크게 영향을 미치지 않았다.

주산연 관계자는 “6·27 부동산 대책이 시행됨에 따라 앞으로 일시적인 매수세 위축과 관망세에 예상된다”며 “대출 규제 강화가 올 하반기 아파트 분양 시장에 미칠 영향에도 주목할 필요가 있다”고 말했다.

이번 달 분양 가격 전망 지수는 전월 대비 4.0p 상승한 115.9로, 분양 물량 전망 지수는 6.5p 오른 103.1로 집계됐다. 미분양 물량 전망 지수는 전월 대비 11.1p 떨어진 92.2로 나타났다.

/김해나 기자 khn@kwangju.co.kr



광주신세계 “여름 체절 디저트 맛 보세요”

광주신세계 본관 지하 1층 노티드 매장에서 직원들이 여름한정 메뉴인 수박주스, 수박화채, 초당옥수수 크림 도넛 등을 선보이고 있다. 광주신세계 노티드는 본격적인 여름을 맞아 여름 대표 과일인 수박을 이용한 색다른 디저트들을 판매한다. 수박주스는 제주산 수박 100%로 만들어졌다.

〈광주신세계 제공〉

삼성전자 2분기 영업이익 ‘반토막’…반도체 부진 지속

전망치 1조원 밑돈 4조6천억원

삼성전자가 올해 2분기에 시장 전망치를 크게 밑도는 4조원대 영업이익을 내는 데 그쳤다. 삼성전자는 연결 기준 올해 2분기 영업이익이 4조 6000억원으로 지난해 동기보다 55.94% 감소한 것으로 잠정 집계됐다고 8일 공시했다.

영업이익은 전 분기와 비교해도 31.24% 감소했다. 또 연합인포맥스가 집계한 시장 전망치 6조69억원을 23.4% 하회하며 ‘어닝쇼크’(실적충격)를 기록했다.

분기 영업이익은 2023년 4분기(2조8247억원) 6개 분기 만에 5조원 아래로 내려갔다. 2분기 기

준으로는 2023년 2분기(6685억원) 이후 2년 만에 최저다.

매출은 74조원으로 작년 동기 대비 0.09% 줄고, 전 분기 대비 6.49% 감소했다. 반도체 사업을 하는 디바이스솔루션(DS) 부문 실적에 재고자산 가치 하락을 예상하고 미리 손실로 인식해 처리하는 재고자산 평가 충당금이 반영되면서 영업이익이 시장 예상을 크게 하회했다. 재고자산 평가 충당금은 메모리와 비메모리를 통틀어 총 수천억원 규모로 적지 않은 금액이 반영된 것으로 추정된다.

삼성전자는 이날 공시한 설명 자료에서 “DS는 재고 충당 및 첨단 AI 칩에 대한 대중 제재 영향 등으로 전 분기 대비 이익이 하락했다”고 밝혔다.

회사 측은 “메모리 사업은 재고자산 평가 충당금 같은 일회성 비용 등으로 실적이 하락했으나, 개선했던 고대역폭메모리(HBM) 제품은 고객별로 평가 및 출하가 진행 중”이라고 설명했다.

또 반도체 사업이 부진을 지속하는 가운데 전 사업 부문에 걸쳐 원/달러 환율 하락과 관세 등의 여파로 실적이 예상보다 부진했던 것으로 보인다.

지난 1분기에 전자 실적을 이끈 모바일경험(MX)사업부도 연초 갤럭시 S25 출시 효과 소멸로 비수기에 진입했다. TV와 가전 사업도 수요 위축이 길어지는 데다가 관세 부담과 시장 경쟁 심화로 인한 비용 증가가 겹쳐 수익성이 둔화된 것으로 추정된다.

/김해나 기자 khn@연합뉴스

신차 사지 않는 20·30대

60·70대 비중 10년새 최고

60대 등록률 10년새 2배

올 상반기 20·30대의 신차 등록 점유율이 10년래 최저 수준으로 떨어지고, 60·70대의 등록 점유율이 크게 오른 것으로 나타났다.

20·30대는 차를 필수품으로 여기지 않는 인식 확산 등으로 신차 구매를 하지 않는 데 반해 60·70대는 경제활동에 따른 이동 수단으로 여전히 차가 필요한 것으로 해석된다.

8월 카이즈데이터연구소에 따르면 올해 상반기 20대의 승용 신차 등록 대수(개인 자가용 기준)는 2만9066대로, 전체 승용 신차 등록 대수(51만1848대)의 5.7%에 그쳤다.

20대 신차 등록 점유율은 2016년 8.8%에 달했지만 매년 하락세를 보이다 2022년 7.8%까지 떨어졌고, 지난해에는 6.7%를 기록했다.

만약 올해도 이러한 추세가 이어진다면 20대의 신차 등록 점유율은 10년 이내 가장 낮은 수준을 기록할 가능성이 크다.

올해 상반기 30대의 승용 신차 등록 대수와 점유율도 각각 9만9611대, 19.5%를 나타냈다.

20대와 마찬가지로 30대의 신차 등록 점유율도 2016년에는 25.9%에 달했지만 10년 새 6.4%포인트(p) 하락했다. 30대의 신차 등록 점유율은 올해 처음으로 20% 아래로 떨어질 가능성도 제기된다.

이에 반해 고령층인 60대와 70대의 승용 신차 등록 대수와 점유율은 매년 늘고 있다.

올해 상반기 60대와 70대의 신차 등록 대수는 각각 9만2123대, 2만3010대로, 전체 연령대에서 차지하는 점유율은 각각 18.0%, 4.5%로 집계됐다.

60대의 신차 등록 점유율은 10년 전인 2016년 9.6% 불과했지만 매년 꾸준히 증가하다 올해 상반기에는 2배 가까운 18.0%까지 뛰어올랐다.

2016년 2.8%였던 70대의 신차 등록 점유율도 매년 증가하다 올해 상반기 4%대 중반을 기록했다. 20·30대의 신차 구매가 줄어든 배경으로는 공유문화 확산으로 차를 더는 필수품으로 여기지 않는 인식 변화가 자리 잡고 있는 것으로 해석된다.

지속적으로 상승하는 신차가격에 부담을 느낀 20대들이 차량공유 애플리케이션으로 차를 이용하는 사례도 늘고 있다. 60·70대의 경우 고령화에 따라 경제활동 기간이 이어지면서 이동권을 위해 차량 수요가 발생하고 있다는 분석이 나온다.

/연합뉴스

맥도날드 ‘한국의 맛’ 신메뉴

익산 고구마 모짜렐라 버거

맥모닝 메뉴 머핀 동시 출시

한국맥도날드는 오는 10일 ‘한국의 맛’ 프로젝트 신메뉴로 ‘익산 고구마 모짜렐라 버거’와 ‘익산 고구마 모짜렐라 머핀’을 출시한다고 8일 밝혔다.

익산 고구마 모짜렐라 버거는 전북 익산의 평야 지대에서 자란 고구마를 으개서 부드럽게 만든 크로켓에 고소한 모짜렐라 치즈를 넣고 매콤한 할라피노 마요 소스를 더한 제품이다.

익산 고구마 모짜렐라 머핀은 아침에 즐길 수 있는 맥모닝 메뉴다.

한국맥도날드는 신메뉴 출시를 위해 약 200t(톤)의 고구마를 수매했다. 이는 ‘한국의 맛’ 프로젝트 사상 최대 물량이다.

익산시와 공동으로 지역 기부 연계 활동도 기획했다. 광고 캠페인에서는 실제 익산에서 고구마 농사를 짓는 농부가 모델로 참여했다.

한국맥도날드는 2021년 창녕 갈릭 버거, 2022년 보성녹동 버거, 2023년 진도 대파 크림 크로켓 버거, 작년 전주 고추 크림치즈 버거 등 매년 ‘한국의 맛’ 메뉴를 성공적으로 내놨다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표		
▲ 코스피	3114.95	(+55.48)
▲ 코스닥	784.24	(+5.78)
↓ 금리 (국고채 399년)	2.477	(-0.005)
↓ 환율 (US D) 〈오후 5시 15분 기준〉	1367.30	(-0.50)