"8월 수입차, 일본차 NO · BMW 등 독일차 YES"

일본 5개 브랜드 판매 1398대…두 달 새 64.6% 빠져

벤츠 · BMW · 폭스바겐 등 독일차는 판매 호조

일본차 불매운동이 수입차 시장을 강타하며 8월 일본차 판매량이 50% 넘게 급감했다. 이 여파로 수입차 전체 판매도 역성장을 기록했다.

반면, 독일차 브랜드들은 연이은 신차 효과 및 인증절차 문제 해소 등으로 판매를 크게 늘렸다. 업계에선 한일관계 갈등이 지속됨에 따라 일본차 부진도 장기화될 것이란 전망이 나온다.

4일 한국수입자동차협회(KAIDA)에 따르면, 8월 토요타, 렉서스, 혼다, 닛산, 인피니티 등 일본차 5개 브랜드의 판매량은 1398대로 전년 동기 대비 56.9% 급감했다. 지난해 8월 토요타 한 브랜드가 한달간 1326대를 판매한 것과 맞먹는 수준이다.

일본 불매운동이 본격 시작된 지난 7월 일본차 전체 판매는 2674대로 전년 동기보다 17.2% 줄었는데 8월에는 감소폭이 더 커졌다.

일본 경제보복 이슈 전인 지난 6월(3946대)과 비교하면 두 달 사이 판매량이 64.6% 떨어졌다. 일본 경제보복 조치로 촉발된 일본차 불매운동이 본격적으로 나타나기 시작했다는 분석이다.

올해 8월까지의 누적 판매도 2만7554대로 0.7% 줄었다. 누적 판매량이 감소세를 나타낸 건 올해 들어 처음이다.

수입차 시장에서 점유율도 7.7%로 전년(16.9%)와 비교했을 때 약 9%포인트(p) 하락했다. 전월(13.7%)과 비교했을 땐 6%p 떨어진 수치다. 일본차는 올 상반기 내내 20%대의 점유율을 유지했다.

브랜드별로는 렉서스를 제외한 나머지 4개 업체가 모두 큰폭으로 판매가 줄었다. 렉서스는 인기모델 'ES300h'가 440대 판매에 힘입어 603대를 판매, 전년 동기보다 판매량을 7.7% 늘렸다. 이는 지난해 8월 신차 대기 물량 등으로 렉서스 판매가 급간한 영향에 따른 것으로 보인다. 지난 7월(982대)과 비교하면 38.6% 판매가 줄었다.

토요타는 542대로 전년 같은기간보다 59.1% 감소했다. 전월(865대)와 비교해도 판매량이 37.3% 줄었다. 일본 경제이슈가 본격화되기 전인 6월만 해도 토요타(1384대)와 렉서스(1302대)는 나란히 1000대 이상을 판매했었다.

8월 일본차 5개 브랜드 판매 실적

단위 대

	2019년 8월	2018년 8월	증감율
토요타	542	1326	-59.1%
렉서스	603	560	7.7%
혼다	138	724	-80.9%
닛산	58	459	-87.4%
인피니티	57	178	-68.0%
합계	1398	3247	-56.9%

출처 한국수입자동차협회

혼다는 138대로 80.9% 판매가 줄었고, 닛산(58대)과 인피니티(57대)도 각각 87.4%, 68.0% 감소율을 기록했다.

일본차의 판매 급감의 영향으로 전체 수입차 시장도 전년 동기(1만9206대) 대비 5.6% 역성장했다. 전월(1만9453대)보다도 6.8% 감소한 수치다.

반면, 독일차 브랜드는 증가세를 기록했다. 메르세데스-벤츠, BMW는 전년 동기 대비 각각 123.3%, 80.1% 성장하며 수입차 판매 1,2위 자리를 굳건히 지켰다. 벤츠와 BMW는 지난해 8월 강화된 배출가스 인증규제 준비와 재고소진 등 영향으로 판매량이 3019대, 2383대에 그친 바 있다. 올해는 지난해 부진에 따른 기저효과로 판매량 증가폭이 컸다.

상반기 판매절벽을 겪은 아우디와 폭스바겐은 재고물량 부족, 인증지연 문제를 해결하며 판매 정상화에 나섰다. 지난달 아우디(205대), 폭스바겐(587대)은 판매가 정상적으로 이어졌던 전년 동기 대비 67.7%, 90.2% 떨어졌지만, 전달(2대 · 544대) 대비해선 실적 개선 효과를 봤다.

업계에서는 일본차 판매 감소 분위기가 상당기간 이어질 것으로 보고 있다. 특히 독일차 브랜드들이 하반기 잇따른 신차 출시를 앞두고 있고, 향후 일본차들의 강점을 꼽혀 왔던 친환경 라인업도 강화하는 추세여서 일본차 부진에 따른 반사효과가 이어질 것으로 보인다.

업계 관계자는 "불매 운동 여파가 8월 통계에 더 크게 반영됐다"며 "한일관계가 개선된다 해도 그 잔상은 장기간 이어질 수 있어 일본차들의 신규고객 창출에 어려움이 지속될 것"이라고 말했다.

뉴스1

7월 모바일쇼핑 7조2147억원 '역대최대'…음식 · 기프티콘 소비↑

통계청 '7월 온라인쇼핑동향'…온라인쇼핑 거래액 11조1822억원

7월 모바일쇼핑 거래액이 7조2147억원으로 역대 최대 기록을 경신했다. 모바일을 이용한 음식서비스 및 기프티콘 등 e쿠폰서비스 소비가 늘어난 영향으로 분석된다.

통계청이 4일 발표한 '2017년 7월 온라인쇼핑 동향'에 따르면 7월 온라인쇼핑 거래액은 11조1822억원으로 전년 동월(9조6926억원) 대비 1조4896억원(15.4%) 늘어났다.

온라인쇼핑 거래의 증가세가 지속하면서 7월 온라인쇼핑 거래액도 동월 기준 통계 작성 이후 가장 컸다. 지난 5월(11조2637억원)과 3월(11조1953억원)에 이어 3번째로 큰 규모다.

온라인쇼핑 거래액은 서비스와 식품, 패션 분야를 중심으로 크게 늘었다.

7월 서비스 거래액은 2조9547억원으로 전년 동월 대비 23.9% 증가했다. e쿠폰서비스가 동월 대비 61.3%, 음식서비스는 81.3% 늘었다. 문화 및 레저서비스 거래액도 19.3% 증가했다.

올해 6월과 비교했을 때는 문화 및 레저서비스 거래액은 8.9% 감소한 것으로 조사됐다. 지난 6월 영화 '기생충'과 '알라딘'의 흥행이 기저효과로 작용한 것으로 분석된다.

중국 등 외국인 관광객 증가 영향으로 온라인 면세점 판매가 늘면서 화장품 거래액도 전년 동월보다 25.0% 늘어난 것으로 나타났다.

거래 규모가 큰 음식서비스, 화장품, 의복, 음 · 식료품, 가전 · 전자 · 통신기기, 여행 및 교통서비스 등 6개 상품군이 전체 온라인쇼핑 거래액의 61.6%를 차지했다.

7월 모바일쇼핑 거래액은 7조2147억원으로 전년 동월 대비 21.5% 증가했다. 통계 작성 이후 가장 큰 규모로 온라인쇼핑 거래액에서 차지하는 비중도 64.5%에 달했다.

모바일쇼핑 거래액 또한 음식서비스와 화장품, 음 · 식료품에서 크게 늘었다.

음식서비스 거래액은 7월 7778억원으로 전년 동월 대비 87.0% 증가했으며 화장품(5852억원)과 음 · 식료품(7336억원) 또한 각각 32.3%, 29.1% 늘었다.

e쿠폰서비스 또한 7월 거래액이 2464억원으로 76.3% 증가했다.

온라인쇼핑 거래액 중 음식서비스와 e쿠폰서비스, 가방의 모바일쇼핑 거래액 비중은 각각 93.7%, 88.5%, 76.4%였다.

7월 온라인쇼핑 운영형태별 거래액을 보면 온라인몰이 7조5750억원, 온 · 오프라인병행몰이 3조6073억원으로 조사됐다. 각각 전년 동월 대비 15.0%, 16.1% 증가했다.

기아차, 2020년형 카니발 출시

11인승 가솔린 모델 추가

기아자동차는 4일 상품성을 강화한 2020년형 카니발을 출시하고 본격 판매에 돌입했다고 4일 밝혔다.

기아차는 9인승 모델에 탑재된 '2열 통풍시트', 기존 서라운드 뷰 모니터 시스템에 추가된 '세차장 진입 가이드', 2열에서 시청 가능한 모니터인 '후석 엔터테인먼트 시스템' 등 새로운 사양을 2020년형 카니발에 적용해 프리미엄 패밀리밴으로서의 이미지를 강화했다.

가솔린 모델의 경우 '프레지던트' 단일 트림으로 운영하던 7인승 모델에 하위 트림인 'VIP'를 추가하고 '노블레스 스페셜'과 '노블레스'로 운영했던 9인승 모델에서 '노블레스'를 빼고 하위 트림인 '프레스티지'를 넣어 트림 경쟁력을 높였다. 11인승 가솔린 모델을 추가했다.

가격은 △7인승 가솔린 모델이 VIP 3426만원, 프레지던트 3799만원 △7인승 디젤 모델이 VIP 3672만원, 프레지던트 4045만원 △9인승 가솔린 모델이 프레스티지 3260만원, 노블레스 스페셜 3660만원 △9인승 디젤 모델이 럭셔리 3150만원, 프레스티지 3490만원, 노블레스 스페셜 3890만원 △11인승 가솔린 모델이 프레스티지 3160만원 △11인승 디젤 모델이 디럭스 2880만원, 프레스티지 3390만원이다.