

그랜저 · K5 · GV80...현대 · 기아 신차 3종 쏟아진다

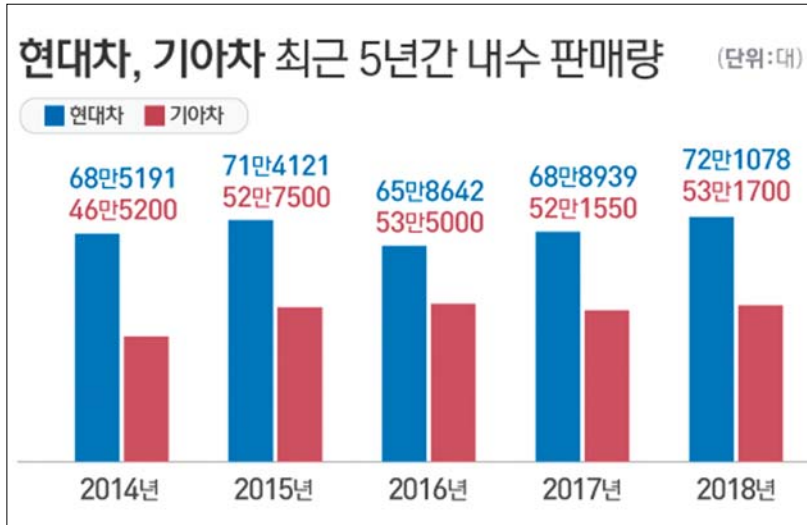
현대 · 기아차, 10월까지 목표치 86% · 80%...연간 목표 달성 가능
 상품성 · 디자인 호평 속 시장 기대감 ↑...최근 5년래 기록 경신 관심



현대 · 기아차가 연내 신차 3종을 선보이며 연간 내수 판매 목표 달성에 박차를 가한다. 올해가 채 2달이 남지 않은 상황이지만, 현대 · 기아차가 연말 프로모션 및 신차 출시를 통해 최근 5년간 가장 높은 판매량을 기록할지도 관심사다.

18일 업계에 따르면 현대차는 이달 19일과 이달 말 각각 준대형 세단 그랜저 페이스리프트(부분 변경) 모델, 제네시스 첫 스포츠 유틸리티차(SUV) GV80을 출시한다. 기아차는 내달 중형 세단 K5 풀체인지(완전변경) 모델을 내놓는다.

현대 · 기아차의 대표 볼륨 모델인 그랜저와 K5는 사전 공개된 외관 디자인이 좋은 평가를 받고 있다. GV80 역시 수입차가 질주하는 프리미엄 SUV 시장에서 가격 대비 성능을 무기로 경쟁력을 보여줄 수 있다는 게 업계 평가



다. 올해 현대차는 연간 내수 판매 목표를 71만2000대, 기아차는 53만대로 잡았다. 현재 분위기는 좋다. 현대차는 올 1월부터 10월까지 61만2347대(86%)를 판매했다. 42만2560대를 판매했던 기아차의 목표 달성률은 79.7%다.

연간 목표에 각각 9만9653대, 10만7440대를 남겨두고 있는데, 월평균 판매량을 고려한다면 달성 가능성이 높을 것으로 보인다.

사전 계약 첫날 최다 기록(1만7294대)을 쓰며 흥행을 예고한 플래그십 세단 더 뉴 그랜저가 목표 달성 선봉장에 있다. 2016년 11월

이후 3년 만에 선보이는 6세대 그랜저의 부분변경 모델인데, 사전 계약 2주 만에 3만대에 가까운 실적을 올린 것으로 전해졌다.

미래지향적 디자인과 함께 신차급으로 대폭 향상된 상품성이 통했다는 게 회사 측 분석이다. 실제 더 뉴 그랜저는 현대차만의 보석모양 패턴을 사용, 헤드램프와 그릴을 통합해 독창적이면서도 강력한 전면 디자인을 구현했다.

올 1~10월 누적 판매량은 7만9772대로 쏘나타(8만2599대)와 함께 승용차 부문 국내 최대 판매를 다두고 있는 상황인데, 부분변경 모델 출시로 막판 역전도 노려볼 수 있게 됐다.

흥행 지표로 꼽을 수 있는 '10만대 클럽'에 3년 연속 달성도 청신호가 켜졌다. 2017년 1만2080대로 첫 10만대 클럽에 가입한 그

랜저는 2018년(11만3101대)에도 10만대를 넘겼다.

4년여 만에 완전변경을 거친 기아차의 3세대 K5도 역동성이 강조된 디자인으로 중형 세단 시장에서 활약이 기대된다.

쏘나타의 인기로 중형 세단 시장 수요가 회복하는 것도 고무적인 요소다. 날렵한 스포츠세단으로 태어나면서 주요 구매층의 연령도 낮출 수 있을 것이라 기대하는 분석이다.

GV80은 동급의 수입 SUV 모델에 뒤지지 않는 성능과 디자인으로 승부를 본다는 전략이다. 방향지시등을 켜면, 알아서 운전자가 원하는 방향으로 차선을 변경하는 레벨 2.5 수준의 자율주행 기능을 비롯해 능동형 노면소음 저감 기술, 증강현실(AR) 내비게이션, 차량 내 결제 시스템 등이 적용된다.

1억원 인파의 수입 경쟁 모델과 비교해 경쟁력이 있는 가격대(6000만~8000만원)도 강점이다.

그랜저와 GV80을 앞세운 현대차는 최근 5년 중 최대 판매에도 도전할 기세다.

예상 밖의 인기로 출고가 지연된 팰리세이드 사태가 벌어지지 않는다면, 불가능한 것은 아니다. 현대차는 그랜저의 원활한 출고를 위해 아산공장의 생산라인 정비도 마쳤다. 빠른 차량 출고는 판매량과도 직결된다.

강성진 KB증권 연구원은 "그랜저와 K5는 각 회사의 주력 모델로서, 신차 효과를 톡톡히 누릴 것으로 전망되고, GV80 역시 시장에서 기대감이 높다"며 "특히 그랜저와 GV80은 중 · 소형차에 비해 수익성이 높다는 것도 회사 입장에서는 긍정적인 부분"이라고 말했다.

“엘사 드레스 나온다”...이랜드, ‘겨울왕국2’ 아동복 선봬



이랜드 리테일이 디즈니와 손 잡고 ‘겨울왕국2’와 협업한 아동복 컬렉션을 선보인다

고 18일 밝혔다. 겨울왕국2 아동복 컬렉션은 로 엠겔즈 · 코코리마 · 슈펜키즈 등 이랜드리테일의 9개 PB(자체) 브랜드가 참여해 61종의 제품으로 출시될 예정이다. 특히 올해는 겨울왕국2 애니메이션 주인공의 패션에 완벽히 재현한 코스튬 드레스를 통해 국

내 아동 고객들의 취향을 정조준 할 계획이다. 코스튬 드레스는 반짝이는 보석 장식과 디테일한 문양 표현을 더해 실제 애니메이션 속 엘사가 착용한 드레스를 구현한 게 특징이다. 특히 디테일과 장식이 쉽게 상하지 않고 오래 착용할 수 있도록 특수 봉제 방식을 택했다.

‘겨울왕국2’ SC제일은행 통장 · 카드로 만나다

디즈니 영화 ‘겨울왕국2’의 캐릭터 엘사, 올라프 등을 통장과 체크카드를 통해 만나볼 수 있게 됐다. SC제일은행은 오는 21일 개봉하는 디즈니 영화 ‘겨울왕국2’의 주요 캐릭터로 디자인한 한정판 체크카드와 통장을 출시한다고 18

일 밝혔다. 이번 상품은 세계적으로 선풍적인 인기를 끈 디즈니 영화 겨울왕국의 후속작 ‘겨울왕국2’ 개봉을 기념해 한정판으로 제작된다. SC제일은행의 ‘에이스플러스체크카드’(3만장)와 임출금통장(6만장)



에 적용되며 엘사, 안나, 올라프 등 겨울왕국2의 주요 캐릭터가 새겨진다.

서울 입주 1년 아파트 가격, 분양가보다 약 3.8억원 올라

수익률 환산...서울 45.34% 연평균 15~20% 수준

서울 이어 대구 · 대전 · 광주 · 세종 순으로 집값 상승

서울 입주 1년 미만 신축아파트의 매매가격이 분양가보다 평균 3억7480만원 오른 것으로 나타났다.

18일 직방에 따르면 지난 3분기(7~9월) 기준 서울 입주 1년 미만 아파트의 평균 매매가격은 분양가보다 3억7480만원 높았다. 분양가 대비 매매가격 상승률은 45.34%로 나타났다. 매매가격과 분양가 차이와 상승률 모두 서울이 1위를 차지했다.

서울에 이어 대구가 2위다. 대구는 분양가보다 매매가격이 1억1811만원 더 올라 30.82%의 상승

률을 기록했다. 이 밖에 대전(9504만원 · 31.06%), 광주(8911만원 · 22.81%), 세종(8933만원 · 31.24%)도 매매가격이 분양가보다 크게 올랐다.

전국 기준 평균 매매가격과 분양가 차이는 7034만원(12.01%)을 기록했다. 매매가격과 분양가 차이는 지난해 3분기(4519만원)부터 올해 1분기(20%만)까지 좁혀졌으나, 지난 2분기부터 매분기 벌어졌다.

지방보다는 수도권의 격차가 컸다. 3분기 수도권 매매가격-분양가 차이(1억3425만원)는 1억원

이상을 기록했고, 지방은 1715만원에 그쳤다.

직방은 분양 이후 입주까지 통상 2~3년의 시간이 경과하는 것을 고려하면, 서울은 연평균 15~20% 수익률을 올린 것이라고 설명했다. 수도권은 연평균 6~10%, 전국의 경우 4~6%다.

최근 5년간 연간 아파트 매매가격 최고 상승률(한국감정원 기준)이 전국 4.9% 수도권 6.19% 서울 9.53%인 것과 비교하면 분양 아파트가 기존 아파트 매매 수익률보다 높은 셈이다.

함영진 직방 빅데이터랩장은 “현재 분양가와 매매가격이 서로 자극하면서 상승효과를 일으키고 있다”며 “2007년 시행한 분양가상한제는 2008년 금융위기로 그 정책 효과를 판단할 수 없다”고 말했다.

살기 좋고, 기업하기 좋은

광주에 투자하십시오

친환경 자동차·에너지·문화산업 육성

에어가전 및 공기산업 클러스터 구축

AI 중심 산업융합 집적화 단지 조성

풍부한 우수인력 및 연구개발 적극 지원

GWANGJU