

4월 車 생산·수출 동반 증가... “반도체 공급난에도 호조”

산업부, 4월 자동차산업 월간 동향 발표

수출액 6년 만에 2개월 연속 40억불 ↑

친환경차 수출 9.3억불...역대 최고수준

내수 소폭 감소했지만 역대 4월 중 2위

지난달 국내 자동차 수출이 전 세계적인 차량용 반도체 공급난 속에서도 호조를 보이며 생산 증가를 견인한 것으로 나타났다.

16일 산업통상자원부에 따르면 지난 4월 자동차 생산 대수는 전년 대비 11.8% 늘어난 32만3644대로 집계됐다.

업체별로 보면 현대와 기아는 각각 3.2%, 43.4% 증가한 14만2507대, 14만5075대를 생산했다.

반면 한국지엠과 르노삼성성의 생산 대수는 2만2163대, 8933대로 각각 25.7%, 31% 감소했다.

특히 쌍용은 기업회생절차로 인한 부품협력사 납품 거부로 공장이 멈춰 39.4% 줄어든 4275대만 생산했다.

산업부 관계자는 “차량용 반도체 공급 상황에 따른 업체별 조업 조정에도 불구하고, 생산 차질 최소화 노력과 수출 호조 등으로 생산이 증가했다”고 분석했다.

지난달 내수 판매의 경우 개소세 효과 감소 등으로 전년 대비 3.8% 감소한 16만1097대를 기록했다.

다만 4월 월간 판매 대수는 2020년 4월(16만7000대)에 이어 역대 두 번째 판매 대수를 기록했다.

현대는 1.2% 감소한 7만219대, 기아는 1.5% 증가한 5만1128대를 팔았다.

한국지엠과 르노삼성성의 내수 판매는 5470대, 5466대로 각각 18.4%, 50.4% 감소했다. 쌍용은 44.9% 줄어든 3318대 판매에 그쳤다.

판매 실적 5위 안에는 모두 국산차가 이름을 올렸다.

그랜저가 9684대로 가장 많이 팔렸고, 카니발(8670대), 아반떼(7422대), 쏘나타(7068대), K5(6607대) 순이었다.

수입차 판매도 2만5951대로 12.1% 증가했다.

특히 미국산 수입차 판매가 18.5%나 늘었다. 포드(79.2%), 링컨(115.9%) 등이 판매 호조를 보인 덕분이다.

독일산 수입차도 벤츠(11%), BMW(1.7%) 등의 판매 증가로 10.1% 늘었다.

이외에 스웨덴(12.0%), 이탈리아(5.7%), 프랑스(13.5%), 일본(25.8%)

산 수입차 판매도 증가했다. 다만 영국산 수입차 판매는 0.6% 줄었다.

친환경차 판매도 41.3% 늘어난 2만 5269대로 집계됐다. 하이브리드차 판매는 14개월 연속 증가세를 보였고, 수소 승용차 넥쏘(1265대)는 처음으로 월 1000대 판매를 돌파했다.

지난달 자동차 수출은 52.8% 늘어난 18만8293대로 집계됐다.

업체별로는 기아(8만9500대, 11.0%), 현대(7만7759대, 40.3%), 르노삼성(3878대, 87.2%), 쌍용(1033대, 29.8%)이 호실적을 냈다.

다만 한국지엠은 차량용 반도체 공급난으로 생산 차질을 겪어 28.2% 줄어든 1만6012대 수출에 그쳤다.

수출액으로 따지면 73.4% 늘어난 41억5000만 달러로 증가 폭이 더 크다. GV 70 등 고부가 차종인 신차, 전기차 수출 호조로 4개월 연속 두 자릿수 증가했다.

특히 수출액은 2015년 4월 이후 6년만에 2개월 연속 40억 달러를 돌파했다.



산업부 관계자는 “전 차종이 수출 호조를 보여 1년 전 수출급감에 따른 기저효과를 뛰어넘는 호조세를 보였다”고 설명했다.

친환경차 수출 대수는 하이브리드차, 플러그인하이브리드(PHEV), 전기차 모두 두 자릿수 증가세를 보여 44.4% 늘어난 3만2838대로 집계됐다.

수출금액은 60.2% 늘어난 9억3000만 달러로 역대 최고 기록을 경신했다. 수출 비중 또한 전체 승용차 수출액의 22.4%를 차지했다.

자동차 부품 수출액은 국내 기업의 신차효과와 세계 전 지역 수출 호조로 99.9% 늘어난 20억4000만 달러를 기록했다.

서선욱기자



전국 휘발유·경유값 2주째 소폭 상승

전국 주유소 휘발유, 경유 가격이 2주째 소폭 상승한 것으로 알려진 16일 서울의 한 주유소에 유가가 표시돼 있다.

교육업계, 콘텐츠 유통 플랫폼 진출 ‘박차’

YBM, ‘쿠팡플레이’에 학습 콘텐츠 공급

코로나19 사태가 발생한 이후 온라인 교육 콘텐츠에 대한 수요가 급증하면서 국내 교육기업들이 콘텐츠 유통 플랫폼 진출에도 박차를 가하고 있다.

15일 교육업계에 따르면 최근 YBM 넷은 국내 최대 이커머스 기업인 쿠팡의 동영상 스트리밍 서비스 ‘쿠팡플레이(Coupage Play)’에 어린이부터 성인에 이르는 학습 콘텐츠를 공급했다.

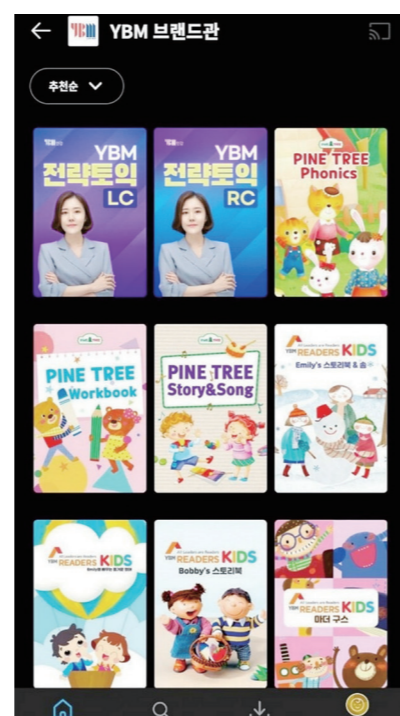
쿠팡플레이 내에 마련된 ‘교육’ 섹션을 통해 약 600편의 어학 콘텐츠를 선보인다. 성인 학습자를 대상으로 토익과 토익스피킹 강의를 물론 영어·일본어·중국어 회화 프로그램을 제공한다. 또 영유아 회원 대상의 키즈 모드로 접속하면 ‘YBM브랜드관’으로 연결돼 다양한 어린이 어학 콘텐츠도 시청할 수 있다.

YBM넷은 자사의 기존 강의 콘텐츠를 공급처를 다양화하는데도 집중하고 있다. 영어회화 학습 앱 ‘케이

(Cake)’와 업무협약을 맺고, 기존 토익 학습 콘텐츠를 실용영어회화 연계물로 새롭게 선보여 회원들에게 호응을 얻고 있다. 토익 주제 중에서도 비즈니스와 일상, 여행 등 실생활과 밀접한 소재를 중점적으로 다뤄 재미와 학습 효율을 모두 잡았다.

NE능률은 에듀테크 스타트업 기업 클래스카드와 업무제휴를 맺고 영어 단어 암기 서비스 ‘교재 단어 트레이닝’을 선보이고 있다. 해당 서비스는 스마트 단어장 클래스카드 전용 페이지에서 능률 보카 시리즈를 비롯한 54종 교재의 영어 단어를 학습할 수 있다.

정답러닝은 지난해 말 LG유플러스의 IPTV 미디어 플랫폼 ‘아이들나라’에 진출했다. 정답러닝의 전문 교육과정을 적용한 영어 홈스쿨링 프로그램을 제공해 집에서 체계적으로 학습할 수 있다. 특히 16주 과정으로 구성



된 ‘오늘의 영어’ 서비스는 반복적인 학습을 통해 파닉스 등 기초 영어를 배울 수 있다.

삼성 냉장고, 독일 등 유럽 3개국서 ‘최고’ 등급 획득

냉각성능·정온성능·에너지효율·소음 등에서 우수성 인정



삼성전자 냉장고가 독일, 스웨덴, 이탈리아 등 유럽 주요 지역 소비자 전문지 평가에서 연이어 1위로 선정됐다.

16일 삼성전지에 따르면 독일 최대 소비자 전문지 스티바(StiWA)는 상냉장·하냉동 타입 부문 평가에서 132개 모델 중 삼성 냉장고(모델명 RL36R8739S9)를 1위로 선정했다.

삼성 냉장고는 7개 평가 항목 중 냉동 성능, 온도 안전성, 에너지효율, 오작동 감지 등 4개 분야에서 최고 등급인 ‘매우 우수(Sehr Gut)’를 획득했다.

이 제품은 냉동칸을 필요에 따라 냉장 온도로 변경할 수 있으며, ‘키친핏’ 디자인이 적용돼 주방 가구와 일체감 있는 인테리어를 연출할 수 있다.

스웨덴 소비자 매거진 ‘라드앤론(Rad&Ron)’은 1도어 냉장 전용고 부문에서 32개 모델 중 삼성 냉장고(모

델명 RR40M7165WW)를 4년 연속 최고의 제품으로 선정했다.

2018년 이후 부동의 1위를 유지하고 있는 이 모델은 특히 냉장 성능과 에너지 효율 항목에서 우수한 점수를 받았다.

이 제품은 ▲에너지를 효율적으로 사용할 수 있도록 디지털 인버터 컴프레서를 적용하고 ▲‘메탈쿨링’과 ‘과워’ ▲와이파이 동글을 사용해 스마트폰으로 문 열림 알람을 받거나 원격으로 온도 제어를 할 수 있는 기능 등을 제공한다.

이탈리아의 소비자 매거진 알트로 콘수모(Altroconsumo)는 양문형 냉장고 부문 9개 모델 중 삼성 냉장고(모델명 RS68N8322S9)를 1위로 선정하며, ‘베스트 테스트(Best Test)’와 ‘베스트 바이(Best Buy)’ 제품으로

선정했다.

베스트 테스트는 최고 점수를 받은 제품에, 베스트 바이는 성능 시험 결과와 가격을 함께 고려했을 때 매거진에서 구입을 추천하는 제품에 각각 부여한다.

삼성 냉장고는 9개 평가 항목 중 냉동 속도, 냉장 속도, 온도 안전성, 권장 온도, 에너지, 소음 등 6개 분야에서 최고 등급인 ‘5스타’를 획득했다.

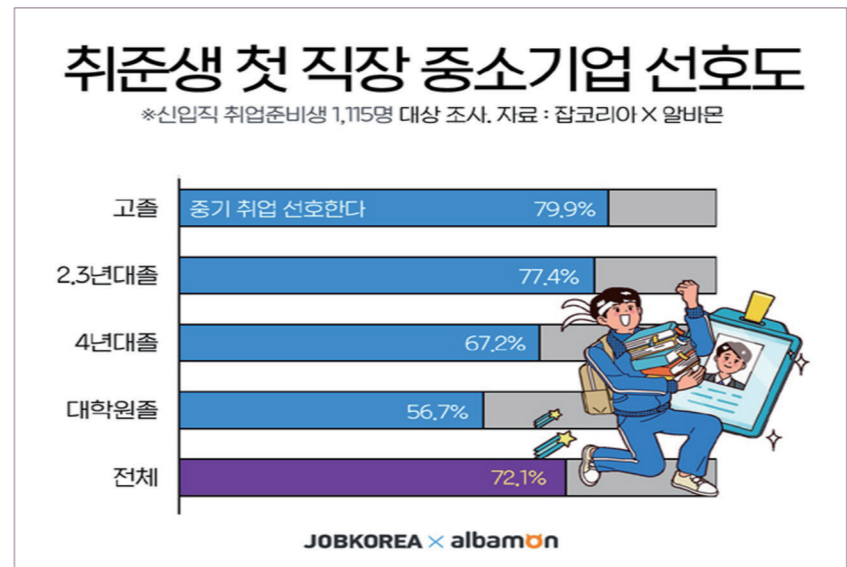
이 제품은 ▲냉장고 벽면의 두께를 최소화해 내부 저장 공간을 극대화해주는 ‘스페이스 맥스(Space Max)’ ▲냉장실과 냉동실에 별도의 냉각기를 탑재해 식재료를 더욱 신선하게 보관할 수 있는 ‘트윈 쿨링’ ▲에너지 효율을 높여주는 디지털 인버터 컴프레서 등 차별화된 기능을 적용해 유럽 소비자들을 사로잡고 있다.

삼성전지는 현지 시장 트렌드를 잘 반영한 제품들로 생활가전 부문 최고인 유럽에서 업계 평균을 상회하는 성장세를 이어가고 있다. 특히 냉장고 매출은 지난 1분기에 전년 동기 대비 약 18% 성장하는 성과를 거뒀다.

이강협 삼성전자 생활가전사업부 부사장은 “유럽 시장에서 차별화된 제품력을 바탕으로 삼성 냉장고가 최고의 제품으로 인정받고 있다”면서 “앞으로도 소비자들의 다양한 요구를 만족시킬 수 있는 맞춤형 제품들로 유럽 시장에서 리더십을 강화할 것”이라고 말했다.

김민정기자

취준생 72% “첫 직장으로 중소기업도 괜찮아”



올해 신입 취업을 준비하는 취업준비생 10명 중 7명은 ‘첫 직장으로 중소기업에 취업할 의향이 있다’는 생각을 갖고 있다는 설문 결과가 나왔다.

취업 플랫폼 잡코리아에 따르면 올해 신입직 취업을 준비하는 취업준비생 1115명을 대상으로 ‘중소기업 취업의향’에 대해 설문조사를 진행한 결과 전체 응답자 중 72.1%가 ‘첫 직장으로

중소기업에 취업할 의향이 있다’고 답했다.

최종학력별로는 고졸 취업준비생의 경우 79.9%가 ‘첫 직장으로 중소기업에 취업할 의향이 있다’고 밝혀 응답 비율이 가장 높았으며 다음으로 ▲2.3년제 대졸 취업준비생(77.4%) ▲4년제 대졸 취업준비생(67.2%) ▲대학원졸 취업준비생(56.7%) 순이었다.

잡코리아 관계자는 “코로나19의 영향으로 채용경기 침체가 길어지면서 중소기업 취업으로 눈길을 돌리는 취업준비생들이 늘어난 것으로 보인다”고 설명했다.

실제 입사지원기업 형태별로는 대기업이나 중대기업은 목표로 취업활동을 하고 있는 취업준비생들 중에서도 각각 58.4%, 54.4%가 ‘중소기업에 취업할 의향이 있다’고 밝혀 눈높이를 낮춰 구직활동을 하는 취업준비생들이 증가한 것으로 분석됐다.

신입 취업준비생들이 중소기업 취업을 고려하는 가장 큰 이유에 대해서는 ‘대기업에 비해 상대적으로 취업성공률이 높을 것 같아서’(28.2%), ‘직무에 맞는 일을 할 수 있다면 기업 규모는 상관없다’(25.4%) 등의 응답이 많아 직무 중심의 구직활동을 하는 취업준비생들이 많아진 것으로 풀이된다.

이 밖에도 ‘다양한 실무경험을 쌓을 수 있어서’(22.1%), ‘일과 삶의 균형을 이룰 수 있을 것 같아서’(9.6%), ‘직장 내 경쟁이 덜 치열할 것 같아서’(7.8%) 등이 이유로 꼽혔다.

아시아나항공, 6월 ‘호국 보훈의 달’ 국내선 특별 할인

동반 보호자 1인도 대상자와 동일한 할인 혜택 제공

아시아나항공이 ‘호국 보훈의 달’ 6월을 맞아 국내선 특별 할인을 실시한다.

아시아나항공은 6월 1일부터 30일까지 한 달(탑승일 기준) 동안 국가에 헌신한 유공자 및 그 유족, 이들과 동반하는 보호자가 국내선 항공편을 탑승할 때, 특별 할인 혜택을 제공한다.

호국 보훈의 달을 맞이하여 평소 유

공자 및 그 유족, 동반자를 대상으로 제공하던 국내선 항공 운임 30~50% 할인 혜택(정상 운임 기준)의 적용 대상을 확대하기로 했다.

이를 통해 6월 한 달간 아시아나항공의 국내선 항공편에 탑승하는 ▲독립 유공자 ▲국가 유공자 ▲5.18 민주 유공자 ▲특수 임무 유공자 ▲보훈 보상 대상자 ▲독립 유공자 유족 ▲국가 유공자 유족 ▲5.18 민주 유

공자 유족 ▲특수 임무 유공자 유족 ▲보훈 보상 대상자 유족 ▲고엽제 후유증 환자 등 대상자 본인(국가보훈처장 발행 신분증 소지)과 함께 탑승하는 보호자 1인에게 항공 운임의 30~50% 가 할인된 특별 운임(정상 운임 기준)을 제공한다.

‘호국 보훈의 달’ 국내선 특별 할인 혜택은 대상자와 동반자가 동일한 항공편에 탑승할 때 적용되며, 예약은 지난 10일부터 가능하다.

기동재본부