

‘애플카 협력 중단’ 공식화… 현대차·기아 주가 후폭풍

애플의 자율주행 전기차 생산 협력을 위한 유력 파트너로 꼽혀 온 현대자동차가 최근 애플과의 협상이 중단됐다는 사실을 공식적으로 인정했다. 이에 지난 달 초부터 급격하게 치솟았던 현대차그룹 계열사들의 주가가 일제히 급락하는 등 ‘애플카’ 협력설 무산에 따른 후폭풍이 거세다.

현대차는 애플과 자율주행 전기차와 관련한 협의를 진행하지 않고 있다고 8일 공식했다.

현대차는 “당사는 애플과 자율주행 전기차 개발에 대한 협의를 진행하고 있지 않다”며 “당사는 다수의 기업으로부터 자율주행 전기차 관련 공동 개발 협력 요청을 받고 있으나 초기 단계로 결정된 바 없다”고 밝혔다.

기아 역시 “당사는 자율주행 전기차 사업 관련 다수의 해외 기업들과 협업을 검토하고 있으나 아직 결정된 바 없다”며 “애플과 자율주행 전기차 개발에 대한 협의를 진행하고 있지 않다”고 공식했다.

현대차그룹과 애플 간의 협력설은 지난 달 초 언론 보도로 처음 알려졌다. 이에 현대차는 지난달 8일, 기아는 같은달 20일 각각 “다수의 기업으로부터 자율주행 전기차 관련 공동 개발 협력 요청을 받았으나 결정된 바 없다”고 공식하면서 시장을 달래려는 모습을 보였다. 그러나 업계는

애플과의 협력 논의가 기정사실화됐다고 봤다.

그러나 현대차·기아가 이날 “애플과 자율주행 전기차 개발 협의를 하지 않고 있다”고 공식적으로 밝히면서 한달여 간 지속된 애플과의 협력설은 무산되고 말았다.

업계는 애플과의 협력에 대한 회의론과 애플의 비밀주의가 협의 중단에 결정적으로 작용했다고 보고 있다.

애플과의 협력설이 가시화되자 현대차그룹 내부에서는 자체 전기차 브랜드 확대를 꾀하는 과정에서 현대차·기아가 자칫 애플의 하청업체로 전락해 전기차 주도권마저 뺏길 수 있다는 우려가 나왔다.

또 자동차 제조업체인 현대차그룹과 휴대전화·태블릿 생산업체인 애플의 협력은 가격 책정 등에서 혼란이 있을 수밖에 없어 유지가 힘들 것이라는 분석도 나왔다.

애플의 과도한 비밀주의도 또 다른 협의 중단 이유로 꼽힌다. 지난달 현대차가 애플의 자율주행 전기차 생산 제안을 받았다는 보도가 나오자 비밀 준수를 중시하는 애플은 현대차그룹에도 애플카에 대한 언급 자체를 하지 말 것을 강하게 요구한 것으로 알려졌다.

그러나 지난달 현대차·기아의 공시로 애플과의 협력설이 기정사실화되자 애플 입장에서 비밀 유지에 대한 원칙이 훼손됐다



현대자동차는 애플과 자율주행 전기차와 관련한 협의를 진행하지 않고 있다고 8일 공식했다. 사진은 현대자동차그룹. 스키데일리DB

“애플과 협의 진행하고 있지 않다” 어제 공식… 내부 회의론·애플 비밀주의 영향 현대차그룹 주가 급락… 지난달 현대차 임원 자사주 매도에 차익 챙기기 눈총

고 평가한 것으로 보인다.

업계 관계자는 “애플은 그동안 공급 업체에 대해 비밀에 부쳐왔는데 애플카 협력설로 인해 현대차·기아 주가가 급등하는 등 과급력이 커지자 애플이 먼저 논의를 중단했을 가능성이 크다”며 “애플이 현대차에 가장 큰 관심을 가진 것은 맞지만 지난 달 초에 부담스러워 한 것으로 보인

다”고 말했다.

이런 공시로 인해 현대차그룹 주가는 일제히 큰 폭으로 떨어졌다. 증권시황에 따르면 이날 현대차의 주가는 23만4000원에 장 마감했다. 5일 24만9500원에 비해 6.21%(1만5500원) 줄어든 수치다. 이에 현대차 시총은 하루새 3조3119억원이 증발했다.

미국 조지아주 공장에서 애플카를 생산할 것으로 기대를 모았던 기아의 주가 하락 폭은 더욱 컸다. 기아의 주가는 이날 8만6300원에 장 마감하며 5일 10만1500원 대비 14.98%(1만5200원)나 폭락했다. 이에 기아의 시총은 현대차 감소 폭의 두배에 달하는 6조1659억원이 줄었다.

가는 5일 대비 △현대위아 -11.9% △현대모비스 -8.65% △현대글로비스 -9.5% 등 크게 하락했다.

이런 가운데 지난달 현대차 임원들이 자사주를 매도했다는 사실이 전해지며 업계의 눈총을 받고 있다. 애플과의 논의가 중단될 수 있다는 사실을 미리 예견했던 임원들이 애플카 생산 협력설로 한창 주가가 고공행진하던 중에 주식을 팔아 높은 수익을 챙긴 것 아니냐는 의혹이 제기되자.

금융감독원 전자공시시스템에 따르면 현대자동차 미등기 임원 13명은 지난달 8일부터 26일까지 자사주 일부를 팔았다. 해당 기간 동안 이들이 매도한 주식수는 3537주로 약 8억6100만원 규모다. 일부 임원의 경우 300%에 육박하는 차익을 남긴 것으로 드러났다.

일각에서는 임원들의 자사주 매각을 놓고 차익 실현을 위한 행보라고 지적했다. 내부 사정에 밝은 임원들이 애플과의 협력이 실현되지 않을 가능성이 높거나 아예 중단될 수 있다는 사실을 미리 인지해 주식 매매에 나선 것이라는 주장이다.

다만 임원들의 자사주 매각이 단순한 매매 행위일 수 있다는 시각도 존재한다. 증권업계 관계자는 “몇몇 임원들이 주식을 매도한 것이 이런 상황을 미리 알고 팔아치웠다고 보기 어렵다”며 “단순 차익 실현 정도일 것일 수 있다”고 말했다. **오영민 기자**

설 선물 세대 차이… 2030은 ‘질’, 4050은 ‘양’ 택했다

2030 평균 1인 매입액 22% 증가… 4050은 구매량 24% 증가

설 선물을 준비하는 과정에서 2030세대는 지난해보다 더 비싼 제품을, 4050세대는 더 많은 양을 선택한 것으로 나타났다. 코로나19 영향으로 고품질을 찾지 못하는 아쉬움을 짊어 온 층은 특별한 선물로, 중장년층은 넉넉한 선물로 대신한 것으로 풀이된다.

이베이코리아는 G마켓과 옥션의 설 선물 판매 데이터를 지난해와 비교한 결과가 올라간 반면 4050고객은 선물 구매량을 늘린 것으로 나타났다. 8일 밝혔다.

실제 설 연휴를 열흘 앞둔 한 주(지난달 26일~이달 1일)동안 판매된 전체 설 선물 판매량은 지난 설 연휴 같은 기간에 비해 17% 늘었다. 이 가운데 50대와 40대 고객이 각각 31%와 21%씩 증가하면서 평균치를 크게 웃돈 것으로 나타났다. 반면 30대

(5%)와 20대(4%)는 소폭 증가하는 데 그쳤다. 4050고객이 2030고객 보다 선물 양을 크게 늘린 것이다.

4050고객의 증가폭이 가장 큰 품목은 e쿠폰으로 67%나 더 판매됐다. 만나지 못하는 지인들에게 부담 없이 보낼 수 있다는 점이 작용한 것으로 보인다. 이어 신선식품과 가공식품이 각각 45%와 21%씩 증가했다. 이외에도 생필품(19%)과 건강식품(12%)도 인기 선물로 꼽히며 증가폭이 컸다.

평균 구매 단가의 경우 같은 기간 전체 18% 증가했는데 판매량과는 달리 2030세대가 신장세를 주도했다. 실제 연령별 구매 단가 상승률을 보면 20대는 29%, 30대는 21%씩 크게 늘었다. 40대와 50대는 모두 16%씩 증가했다.

2030 세대가 예산을 가장 높여 선물한 품목은 주방가전으로 지난해에 비해 45%



나 객단가가 높아진 것으로 집계됐다. 지난해 10만원짜리 주방가전을 샀던 올해는 14.5만원 상당의 주방가전 상품을 구매했다는 의미다. 이외에도 스마디.헤어 제품(25%) △생필품(17%) △건강식품(15%)의 객단가도 증가폭이 컸다.

김태수 이베이코리아 영업본부장은 “설 연휴까지 이어지는 사회적 거리두기로 명절선물도 고품질 방문을 대신하는 고객들이

많아지면서 관련 매출도 크게 늘고 있다”며 “판매 데이터는 미혼이 많은 2030세대는 부모님과 직계 가족에 집중하는 반면 4050세대는 주변 친척까지 두루 챙기는 경향도 한 몫 한 것으로 보인다”고 말했다.

한편 이번 조사는 설 연휴를 앞두고 식품, 생필품, e쿠폰, 가전 등 명절 인기 선물 품목을 대상으로 분석한 결과다.

허경진 기자

非대면 설… 백화점 선물세트 매출 신기록 경신

비대면 명절을 맞이해 고품질에 가지 못하는 아쉬운 마음을 더 좋은 선물로 대신하는 이들이 많아지면서 백화점의 설 선물세트 매출이 역대 최대치를 기록했다. 특히 한우 등 프리미엄 선물이 매출 증가를 이끈 것으로 보인다.

8일 관련업계에 따르면 지난달 4일부터 이달 5일까지 신세계백화점 선물세트 매출은 지난해 설 때보다 51.3% 늘어 역대 최대치를 기록했다. 품목별로 △건강차(58.2%) △농산(53.3%) △한우(51.8%) △주류(48.4%) △수산물(45.4%) 늘었다. 앞서 지난달 4~24일 진행된 예약 판매 매출은 지난해 같은 기간보다 79.5% 증가했다.

현대백화점 역시 지난달 4일부터 이달 5일까지 진행된 설 선물세트 판매 매출이 지난해보다 48.3% 올랐다. 이 역시 현대백

신세계백, 건강·차·한우·주류·수산물 인기 현대백, 한우·과일·굴비·건강기능식품 각광 롯데백, 초고가 와인·한우 선물세트 인기몰이

화점의 선물세트 매출 신기록이다. △한우(55.8%) △과일(52.3%) △굴비(51.4%) △건강기능식품(49.5%) 등의 매출이 큰 폭으로 증가했다. 더현대닷컴·현대식품관투홀·현대대림 등 현대백화점 온라인 플랫폼에서 판매된 설 선물세트 매출은 지난해 동기 대비 148.3% 증가했다.

롯데백화점도 지난달 18일부터 이달 6일까지 선물세트 판매량이 지난해보다 46% 증가했다. 롯데백화점은 50만원부터 시작해 400만원에 달하는 초고가 와인 선물세트 준비 물량 중 70%가 소진되는 등 선물

양극화가 심화됐다고 분석했다. 최고가 한우 선물세트인 170만원 상당 선물세트는 품절되기도 했다.

이은희 인하대학교 소비자학과 교수는 “명절에는 평상시 맛보기 어려운 진귀한 한우나 고급 과일 등을 선물로 주고받곤 했다”며 “코로나로 인해 건강이 주요 키워드로 떠오르면서 한우나 과일뿐만 아니라 영양제나 건강기능식품, 마스크 등 위생용품 등도 새롭게 떠오르며 인기를 끌고 있다”고 말했다.

허경진 기자



설 선물세트를 둘러보는 사람들이 백화점이 붐비고 있다. 사진은 서울의 한 대형백화점. 스키데일리DB

삼성전자 “더 크고 더 똑똑하게” ‘뉴 그랑데 AI’ 세탁기 출시한다

플랫 디자인·글래스 소재 적용 어느 공간이나 어울려 국내 첫 에너지효율 1등급 19kg 건조기 최대용량 자랑

삼성전자가 새로운 디자인에 인공지능(AI) 기능을 강화한 ‘뉴 그랑데 AI’ 세탁기-건조기를 3월 초 공식 출시한다.

삼성전자는 이 같은 내용과 함께 뉴 그랑데 AI를 8일부터 예약 판매한다고 밝혔다. 뉴 그랑데 AI는 24kg 세탁기와 19kg·17kg 건조기로 도입된다. 19kg 건조기는 2021년 2월 기준 국내 최대 용량이다. 전 모델이 에너지소비효율 1등급을 취득했다.

뉴 그랑데 AI는 제품 전면부의 굴곡을 없앤 플랫(Flat) 디자인과 군더더기 없이 깔끔한 ‘심리스(Seamless)’ 스타일이 특징이다. 어느 공간에서도 조화를 이룬다. 전면 도어와 컨트롤 패널에는 글래스 소재를 적용해 고급감을 높였다는 게 삼성전자의 설명이다.

뉴 그랑데 AI는 인공지능(AI) 기반 편의 기능이 대폭 강화됐다. 세탁기는 빨래 무게에 따라 세제와 유연제를 10단계로 정밀하게 구분해 투입할 수 있도록 ‘세제 자동 투입’ 기능을 강화해 세제나 유연제 낭비없이 깨끗한 세탁이 가능하다.

옷감의 종류와 오염도 등에 따라 최적의 코스를 제안하는 ‘AI 맞춤세탁’기능도 한층 강화됐다. 예를 들어 섬세한 소재의 세탁물이 감지되면 세제의 거품을 늘리고 모터 회전은 줄여 옷감을 보호해 준다. 타월 소재 비중이 높으면 행균 횟수를 자동으로 추가해 잔류 세제가 남지 않도록 해준다.

또 9kg 이상의 세탁물이 감지되면 기존 그랑데 AI 보다 강력해진 ‘워터샷’을 쏘아 세탁 소요 시간을 약 20% 단축시켜 주는 등 최적의 세탁 옵션을 선택해준다.

삼성전자는 뉴 그랑데 AI 출시에 맞춰 스마트싱스 앱을 통해 세탁기-건조기에 어드레스 등을 더욱 유용하게 쓸 수 있는 의류 관리 서비스인 ‘스마트싱스 클로



삼성전자 모델이 수원 삼성디지털시티에서 ‘뉴 그랑데 AI’ 세탁기-건조기 신제품과 비스포크 에어드레서를 소개하는 모습. 삼성전자

딩 케어(Clothing Care)’를 오는 3월 중에 도입한다.

스마트싱스 클로딩 케어는 세탁기와 건조기뿐 아니라 에어드레서까지 연동해 사용자에게 딱 맞는 의류관리를 할 수 있게 해주고 사용자가 직접 원하는 코스를 만들어 사용할 수 있게 해준다. 사용자의 라이프스타일과 관심 의류, 보유한 모델 조합에 따라 최적의 코스를 추천해주며 그 코스를 사용자가 원하는 이름으로 만들어 저장할 수 있다.

세제 관련 구매 기능도 새로 도입됐다. 집에 세탁물이 감지되면 세제의 거품을 늘리고 모터 회전은 줄여 옷감을 보호해 준다. 타월 소재 비중이 높으면 행균 횟수를 자동으로 추가해 잔류 세제가 남지 않도록 해준다.

아울러 셔츠나 피트니스복 등 건조기보다 에어드레서로 관리하기 좋은 소재의 의류는 세탁기에서 선택한 코스를 에어드레서로 바로 전송해 섬세하게 건조할 수 있다. 특히 세탁기와 건조기를 수직으로 쌓아 직렬 설치했을 때의 높이를 비스포크 에어드레서와 맞춰서 옆에 나란히 배치해도 일체감을 준다. **강주현 기자**