

“인도 시장 멈춤 없다” 탁송 서비스로 C쇼크 넘는 기아차

현지 비대면 분위기 확산 대응 셀토스 구매시 집값까지 탁송 “온라인 판매 통한 시너지 기대”

기아자동차가 코로나19로 인도 시장 영업이 정체 중인 가운데 온라인 탁송 서비스로 위기 극복에 나선다. 21일 업계에 따르면 기아차는 최근 인도에서 소형 스포츠유틸리티차(SUV)인 셀토스 구매 고객에게 집까지 차량을 탁송해주는 서비스를 도입했다. 기아차는 지난해 7월부터 셀토스 판매를 시작했으며 이후 선풍적인 인

기를 누리고 있다. 작년 7월 판매를 시작한 이후 지난달까지 총 10만3192대가 판매됐다. 올 1분기에만 4만5000대가 이상이 판매되며 연간 목표치(6만대)의 75%를 달성한 상태다.

하지만 코로나19가 성장세에 발목을 잡았다. 셀토스는 작년 10월부터 지난 3월까지 매일 1만대 이상 판매를 유지했지만 코로나19 사태가 확산된 지난달엔 고작 18대만 팔려 영업이 사실상 중단됐다.

인도는 지난 3월 락다운(이동제한 조치) 3차 조치가 종료된 데 이어 이달 말까지 락다운 4.0이 실시된다. 코로나19로 인한 시장침체가 그만큼 길어질 수 있다는 의미다.

기아차는 탁송 서비스를 도입으로 코로나19 생활과 된 언택트(비대면) 사회 분위기에 대응한다는 방침이다. 기아차는 셀토스를 출시하면서 온라인 판매 시스템도 구축해 소비자 접점을 다각화 및 신선택으로 탁송서비스의 시너지 확대를 꾀했다. 국내의 경우 딜러사와의 관계 등에 따라 온라인 판매가 제한적이지만 유럽 등 글로벌 시장은 지역에 따라 온라인 판매가 보편화되는 추세다.

인도 법인 실적은 처음 안정세를 보이고 있다. 올 1분기 인도법인(KMFI)은 25억원의 당기순손실을 기록해 해외법인 중 유일하게 적자를 냈지만 전년(-51.9억원)보다는 크게 개선됐다.

2분기 실적 전망은 좋지 못하지만 이후의 기대감은 나쁘지 않다. 지난 2월부터는 카니발 판매를 시작했고 하반기엔 소형 SUV 신차인 쉐보레 출시하는 등 라인업 확대가 예정돼 있다. 기아차의 인도 시장점유율은 마르티스즈키, 현대차에 이어 3위로 1년 만에 단번에 ‘박’으로 뛰어올라 현지 반응도 나쁘지 않다.

인도 시장은 세계 3위 자동차시장으로 현대·기아차를 포함해 글로벌 자동차업체 및 관련 기업들이 다수 진출해 있다. 국내의 경우 현대자동차 인도 현지에서 진출해있던 자동차 배터리를 생산하는 세아베스탈도 연내 현지법인 설립을 목표로 하고 있다.

기아차 관계자는 “신규 모델 출시와 함께 고객 접점 채널에서 모바일 중심의 전면적인 디지털화를 추진하는 등 혁신적인 리모델링도 인도시장 공략을 본격화할 계획”이라며 “주요 도시 거점 및 중소 도시에도 차량 정비 및 신차시승, 차량인도 등이 가능한 ‘현지형 다목적 정비소’를 설치해 서비스 접근성을 높여갈 방침”이라고 밝혔다.



기아자동차의 소형 SUV인 셀토스.

기아자동차 제공

평택항 찾은 송호성 사장 “수출車 품질 철저히 점검을”

“포스트 코로나 선제대응 해이”

송호성(사진) 기아자동차 사장이 평택항을 방문해 수출차량에 대한 품질점검에 나섰다.

기아차는 지난 20일 송 사장이 평택항을 방문해 수출 차량의 내외관 및 배터리, 타이어 상태 등을 살펴보고 현장의 직원들에게 철저히 품질 점검을 당부했다고 21일 밝혔다.

이번 방문은 해외시장에서 고객 맞춤형 판매 프로그램, 판매 딜러 지원, 온라인 판매 플랫폼 구축을 통해 판매 경쟁력을 강화하고 국내공장 수출을 확대하기 위한 취지다. 평택항은 7500대를 저장할 수 있는 기아차 최대 선적 부두로 글로벌 133개국으로 수출된다.

기아차는 국내공장에서 생산해 수출하는 쉐보, 셀토스, 스토지 등 해와 인기차종들이 적기에 고객에게 인도될 수 있도록 체계 및 선적 관리를 보다 철저히 할 계획이다. 유림은



이산화탄소 규제가 강화된 만큼 쉐보E.V, 니로EV 등 친환경 차량 공급을 원활히 해 판매 확대를 도모한다.

기아차는 이날 중순부터 유럽을 비롯한 해외시장에서 ‘기아차는 당신과 동행합니다’라는 캠페인을 실시하며 해외 마케팅을 확대하고 있다.

국내에서도 시행하고 있는 할부금 납입 유예, 차량 평균 서비스, 홈 딜러 바리 서비스, 인터넷 시승 예약을 비롯한 지역에 맞는 고객 맞춤형 프로그램을 유 7500대를 저장할 수 있는 기아차 최대 선적 부두로 글로벌 133개국으로 수출된다.

송 사장은 “코로나19 사태가 위기인 것은 분명하다”면서도 “기부에 충실하면서 매출 개선, 선제적 대응을 통해 포스트 코로나 시기에 새로운 도약을 할 수 있도록 모든 역량을 집중해야 한다”고 밝혔다. 정유진기자

두산벙커 경쟁력 → 안정적 무디스 신용등급 하락조정

국제 신용평가회사 무디스는 두산벙커의 신용등급 전망을 ‘긍정적’에서 ‘안정적’으로 하락 조정했다고 21일 밝혔다.

두산벙커가 지급보증한 CEC(C Lark Equipment Company)의 선순위 담보부 기한부대출 신용등급도 ‘Ba3’을 유지했다.

유연회 선임연구원은 “항후 12~18개월간 부채비율 상승이 예상되는 점을 고려했다”며 “약해진 수입과 늘어남에 따른, 그룹 관련 리스크가 원인”이라고 설명했다.

이러 “두산벙커가 핵심 시장에서 가진 선도적인 위치와 작년 재무제표상 유의미한 부분 면려, 양호한 유동성 등이 부분적으로 리스크 요인을 상쇄했다”고 덧붙였다.

이날 스탠다드앤드푸어스(S&P)는 두산벙커의 신용등급(BB) 및 등급 전망(부정적)을 그대로 유지했다. S&P는 다만 “차입금 증가와 영업환경 악화로 인해 향후 두산벙커가 현재 발행자 신용등급을 유지할 수 있는 여력이 감소할 것으로 예상한다”고 평가했다. 김민주기자

정비사이드엔테스트 VLSI고객만족도 1위

반도체 테스트 장비 공급업체인 이드엔테스트(Advantest) 코퍼레이션(이하 이드엔테스트)이 반도체 시장 조사업체인 VLSI 리서치의 고객 만족도 조사에서 1위를 차지했다고 21일 밝혔다.

회사 측은 이번 고객 만족도 조사의 등급 차트에서 10점 만점에 9.5점을 받았고, 이 점수는 개인 최고 등급이라고 소개했다. 이에 따라 이드엔테스트는 다시 5개의 VLSI Star 고객 만족도 등급을 받았고, VLSI 리서치 선정 32년 연속 베스트 10에 이름을 올렸다.

올해 조사는 집 시장의 98% 이상과 서비스업 고객 85%로부터 피드백을 받았다. 조사 기간은 2개월 이상이며 5개 국어를 포함한다.

회사 측은 “예년보다 높은 점수를 기록하며, 추천 공급업체, 공급업체에 대한 신뢰, 기술 리더십, 제품 성능, 결과 품질 등 모든 부문에서 개인 최고 고객 등급을 기록했다”고 전했다. 박정일기자 comja17@

“트위지 왜 타냐고요? 편하고 모양 독특해서”

구매고객 1600명 만족도 조사 62% “근거리 주행 편의성 높아”



르노 트위지(사진) 고객들이 구매 이유로 실용성과 디자인을 가장 많이 꼽는 것으로 나타났다. 르노 소형자동차는 지난해 1월부터 올해 3월까지 조조형 전기차 르노 트위지 실제 구매 고객 1600명을 대상으로 구매 이유와 이용에 대한 만족도 조사를 진행했다고 21일 밝혔다.

조사 결과 고객의 62%는 근거리 주행을 편리한 실용성 때문에 구매했다고 응답했다. 특히 구매 고객 중 73%는 이러한 실용성을 지니고 구매를 추천하는 이유로 꼽아 실용성에 대한 구매 후 만족도 역시 매우 높은 수치를 나타냈다.

또 응답자의 77% 이상은 일 평균 30km 이하를 주행하고 있는 것으로 나타났다. 트위지는 한번 충전으로 60~70km까지 주행할 수 있다.

특히나 디자인도 구매 포인트로 꼽았다. 구매 고객들의 47%는 외관 디자인

트위지는 길이 2338mm, 폭 1237mm, 높이 1454mm의 초소형 크기로 좁은 골목도 쉽게 다닐 수 있고 일반 자동차 주차공간에 3대를 주차할 수 있다. 탑승자 보호 캡은 2인용 이륜차 대비 높은 안전성을 자랑하며 작은 차체에 에어백, 4점식 안전벨트, 4륜 디스크 브레이크 등의 안전장비도 갖춰져 있다.

충전과 관련해서는 응답자의 93%가 거주지의 주차장 또는 사업장에서 220V 전원을 이용해 충전하는 것으로 나타났다. 트위지는 220V 가정용 일반 플러그로 충전이 가능하며 전용 충전소를 찾아 해결 필요 없이 편리하게 충전할 수 있으며 충전 용량이 220V 가정용 일반 플러그로 1회 충전시 약 600원(일반가정 요금 1KWh당 100원 기준)에 불과하다.

구매보조금을 제외한 트위지의 판매가격은 라이프 트림 1330만원, 인텐스 트림 1430만원으로 르노상성의 현금 할인과 지자체별 구매보조금 혜택을 받으면 380만원(최저시 경우 900만원 지원)에도 구매가 가능하다.

한화큐셀 고효율 태양광 모듈 ‘큐피크듀오G9’

한화큐셀이 기존 태양광 모듈보다 출력을 10% 향상한 ‘큐피크 듀오 G9’를 국내에 출시했다고 21일 밝혔다.

큐피크 듀오 시리즈는 미국, 독일, 일본 등 선진 에너지 시장에서 한화큐셀이 시장 점유율 1위를 달성할 수 있게 한 핵심 제품군이다. 이번에도 출시한 큐피크 듀오 G9는 큐피크 듀오 시리즈의 최신 제품으로 일반 태양광 모듈(400Wp 수준)보다 10% 이상 출력이 향상된 점이 특징이다. 최대 460와트피크(Wp)를 제공한다. 큐피크 듀오 G9는 ‘퀵핏 듀오 Z’ 기술이 적용됐다.

이 기술은 한화큐셀의 고유기술인 퀵핏 셀 기술과 하프셀 기술이 합쳐진 퀵핏 듀오 기술에 ‘제로 갭’ 기술이 더해진 것이다. 제로 갭 기술은 동일 면적의 모듈에서 더 높은 출력을 제공할 수 있도록 돕는다.

큐피크 듀오 G9는 실제 현장에 설치했을 때 탁월한 발전량과 품질을 보장한다고 회사 측은 전했다. 한화큐셀 태양광 모듈은 상하단 분리 발전으로 그늘에 의한 발전량 감소를 최소화했으며 국제 표준 품질 기준의 2~3배의 품질 테스트를 진행하고 있다.

한화큐셀은 세계 시장에서 인정 받은 높은 품질 수준과 성능을 갖춘 제품을 지속해서 출시해 한국 태양광 시장 점유율 수순 향상을 이끌 것”이라고 밝혔다. 김유수기자 withsu@

SK네트웍스-서울대 빅데이터·AI 산학협력

SK네트웍스가 비즈니스와 디지털 기술 접목을 위해 서울대학교 연구 기관과 손을 잡았다.

SK네트웍스와 서울대학교 데이터사이언스대학원은 21일 SK네트웍스 명동사옥에서 관계자들이 함께한 가운데 ‘빅데이터 및 인공지능(AI) 분야 산학협력 업무협약’을 체결하고 향후 공동 연구 체계를 구축키로 했다.

이번 협약에 따라 SK네트웍스는 서울대 데이터사이언스대학원과 함께 빅데이터 및 인공지능 분야 공동연구 ▲연구 정보 및 인프라 교류 ▲인력

심, 현장 프로젝트를 통한 연구 인력 교류를 진행하게 된다. SK네트웍스는 이번 협약을 바탕으로 이분과 실제가 조화될 한 차원 높은 수준의 디지털 전환을 가속화해 나갈 계획이다.

SK네트웍스 관계자는 “이번 업무협약으로 전 영역에서 인공지능(AI)과 사물인터넷(IoT)을 활용한 상품과 서비스 개발 기회가 넓어지고 고객 편의와 만족도를 높일 수 있는 것”이라고 밝혔다. 김민주기자

수 있도록 돕는다.

큐피크 듀오 G9는 실제 현장에 설치했을 때 탁월한 발전량과 품질을 보장한다고 회사 측은 전했다. 한화큐셀 태양광 모듈은 상하단 분리 발전으로 그늘에 의한 발전량 감소를 최소화했으며 국제 표준 품질 기준의 2~3배의 품질 테스트를 진행하고 있다.

한화큐셀은 세계 시장에서 인정 받은 높은 품질 수준과 성능을 갖춘 제품을 지속해서 출시해 한국 태양광 시장 점유율 수순 향상을 이끌 것”이라고 밝혔다. 김유수기자 withsu@

中心까지 사로잡은 K물류 CJ대한통운 브랜드 44위

외국계 물류업체로 9번째

한류와 K-POP에 이어 CJ대한통운의 ‘K-물류’가 해외에서 유명세를 타고 있다.

CJ대한통운은 중국 물류전문 뉴미디어사 LOG가 발표한 올해 ‘중국 물류 브랜드 탑 50’ 순위에서 종합 44위에 올랐다고 21일 전했다.

LOG는 중국의 물류전문 정보 플랫폼으로 공공물류, 공공관리관 등 물류 업계 관련 PR, 컨설팅, 마케팅, 리서치 서비스 및 컨설팅을 제공하고 있다.

CJ대한통운은 외국계 물류기업으로는 9번째로 높은 순위에 올랐다.

중국에서 가장 인기가 많은 물류 브랜드로는 중국 택배 대기업인 순펑(SF Express)이 선정됐으며, 알리바바의 차이나노(Cainiao Network), 징둥의 징둥물류(JD Logistics) 등 중국의 유명 물류기업들이 그 뒤를 이었다.

외국계 물류기업 중에서는 미국 국제특송사 페덱스(Fedex)가 가장 높은 순위인 15위를 차지했다. CJ대한통

운은 글로벌 물류기업들과 어깨를 나란히 할 수 있는 회사로 성장하고 있다는 평가를 받았다.

종합 브랜드 순위와 함께 발표된 ‘계약물류(Contract Logistics)’ 산업부문 브랜드 순위에서는 CJ대한통운이 중국 전체 물류 브랜드중 10위를 차지했다. 계약물류란 기업이 물류 관련 분야 업무를 특정 물류전문업체에 위탁하는 것을 말하며, 제3자물류·계약물류(Contract Logistics) 또는 3PL이라고도 한다.

이번 순위는 대중과 산업, 정부, 인식 등 4개 분야의 인지도와 영향력을 측정할 자료를 기반으로 했다.

CJ대한통운 관계자는 “코로나19 방역 및 긴급구호활동 운송 지원 같은 사회공헌활동이 중국 내 브랜드 이미지와 차이나노(Cainiao Network), 징둥의 징둥물류(JD Logistics) 등 중국의 유명 물류기업들이 그 뒤를 이었다.

김민주기자 stel251@



왼쪽부터 조계중사회복지재단 사무처장 탄용스님, 상임이사 보민스님, KCC글라스 김명주 총무팀 부장, 한성훈 총무팀 차장, KCC글라스 제공

KCC글라스, 지역아동센터에 친환경 바닥재

KCC글라스가 지역아동센터 환경개선을 위해 대한불교조계종사회복지재단에서 추진하는 “따스한 공간 만들기” 사업에 친환경 바닥재를 기부했다고 21일 밝혔다.

KCC글라스는 지난 20일자를 총로 구에 위치한 조계중사회복지재단에서 “따스한 공간 만들기 업무 협약식”을 가졌다. 이번 업무 협약을 통해 KCC글라스는 재충전과 성취의 토대가 될 수 있는 쾌적하고 안전한 아동보육공간 건립등에 앞장설 계획이다. 특히 향

균, 탈취 효과가 우수한 KCC글라스의 친환경 바닥재를 기부함으로써 아동의 심리 정서적 안정과 학습능력 증진을 위한 깨끗하고 안전한 공간환경을 이끈다는 방침이다.

KCC글라스 관계자는 “이번 바닥재 기부를 통해 아이들이 생활하는 공간이 조금이나마 보탬이 되고 힘이 되길 희망한다”면서 “지역사회의 발전과 가치를 높이고 함께 공헌하는 것은 KCC글라스가 추구하는 사회적 책임 이행의 핵심 과제”라고 말했다. 김민주기자



2020. 5. 21