

현대차 시총 100조… 비상장 자회사 덕에 모기업 주가 ‘쑥’

보스틴다이내믹스 ‘아틀라스’ 호평
현대차 계열사 목표주가 줄상향
SK·HD현대·CJ 등도 자회사 수혜

자회사 상장 이후로는 변동성 커
테마주 경우 과열 투자 유의해야

뚝뚝한 비상장 자회사 덕에 모기업들의 몸값이 치솟고 있다. 상장 자회사와 달리 비상장 자회사의 가치가 오히려 지주회사에 반영되기 때문에 풀이된다. 이재명 정부 들어 이사의 충실 의무를 확대한 상법 개정도 지주사나 그룹사의 주가를 끌어올리는 데 한몫했다.

21일 한국거래소에 따르면 현대자동차 시가총액은 증가기준 사상 처음으로 100조원(112조4120억원)을 돌파했다. 주가는 14.61% 오른 54만9000에 마감했다.

현대자동차그룹 로봇 계열사 보스틴다이내믹스의 휴머노이드 로봇 ‘아틀라스’에 대한 해외 매체의 호평이 잇따르자 긍정적 투자심리가 형성된 것으로 풀이된다.

NH투자증권은 이날 현대차그룹의 로보틱스 계열사인 보스틴다이내믹스의 2027년 영업가치를 약 53조3000억원으로



CES 2026 현대차그룹 전시관에서 아틀라스가 자동차 부품을 옮기는 작업을 시연하는 모습.

/현대차그룹

로 추산했다. 하늘·정연승 연구원은 보스틴다이내믹스에 대한 재평가 근거로 “경쟁 업체 대비 우월한 양산형 모델 스펙, 사용처가 명확한 고객사 확보, 고객사가 필요한 휴머노이드 학습 데이터를 현장에서 학습할 수 있으며 공장 투입 후 피드백을 반영해 재학습 가능하다는 점” 등을 꼽았다. 보스틴다이내믹스 지분을 보유한 현대차그룹 계열사의 목표주가를 상향 조정했다. 현대차는 40만원에서 60만원, 기아는 15만원에서 21만

원, 현대모비스는 47만원에서 58만원, 현대글로비스는 22만 5000원에서 31만 9000원을 각각 상향 제시했다.

강성진 KB증권 연구원은 “현대차는 피지컬 AI 시장에서 테슬라를 상대할 수 있는 유일한 업체”라고 목표주가를 80만원으로 상향했다.

SK그룹의 지주회사 SK도 이날 29만 3000원에 마감했다. 지난 16일에는 30만 8000원까지 상승했다. 1년 전만해도 14만4500원이었다. SK에코플랜트의 상장

기대감 등이 반영됐다는 게 시장 평가다. SK에코플랜트는 2022년 6000억원 규모 프리IPO 투자를 유치하는 과정에서 2026년 7월까지 상장해야 한다는 조건을 달았다.

1년 전 8만4900원대에 머물던 HD현대도 이날 장 중 27만8500원까지 치솟았다. 사상 최고가다. 비상장 자회사인 HD현대오일뱅크의 실적 부진이 이어지고 있지만, HD현대사이트솔루션 등 다른 계열사가 탄탄한 성적을 내고 있다는 이유에서다. HD현대로보틱스의 기업공개(IPO)가 추진되는 점도 호재로 작용했다. HD현대로보틱스는 지난해 10월 한국산업은행과 국내 사모펀드 운용사 KY프라이빗에쿼티(PE)로부터 1800억원 상당의 투자를 받을 때 기업가치 1조 8000억원을 인정받았다. 2020년 KT에서 500억원 투자를 받았을 때 평가받은 5000억원에서 약 5년 만에 4배 가까이 증가한 셈이다. 시장에서는 이번 상장 과정에서 HD현대로보틱스가 3개월 전보다 최소 3배 이상 많은 6조~7조원의 기업가치를 인정받을 수 있을 것으로 보고 있다.

CJ는 비상장 자회사 덕에 구조적 이익 레벌업이 기대되고 있다. CJ의 신유

통 관련 비상장 자회사의 3분기 매출액과 순이익은 전년 동기 대비 각각 26.2%, 31.8% 증가했다.

박건영 KB증권 연구원은 “또한 식품 비상장 자회사 CJ푸드빌은 연내 미국 조지아주 생지 공장을 완공할 예정이다”며 “2026년부터 가동되어 현지 가맹점 확장을 본격 지원할 예정이다. 공격적인 점포 확대에 따른 CJ푸드빌의 해외 매출 성장에 주목해야 될 시점이다”고 말했다. CJ의 목표주가도 기존 18만 5000원에서 22만원으로 19% 상향 조정했다. 박 연구원은 “CJ는 2023~2025사업연도에 대해 별도재무제표 기준 당기순이익(일회성 비경상이익 제외)의 70% 이상 배당을 할 계획이다”며 “비상장 자회사 가치 상승과 배당성향(별도 기준 70% 이상) 기조를 고려하면 밸류에이션 매력도 여전히 높다”고 평가했다.

다만 시장에선 우려의 목소리도 나온다. 증권업계 관계자는 “비상장 자회사의 상장 전까지는 지주회사의 주가 흐름이 좋지만, 상장 이후 주가는 변동성이 심한 모습을 보인다”며 “로봇주 등 테마주의 경우 과열 우려도 있는 만큼 투자에 유의해야 한다”고 말했다.

/허정윤 기자 zelkova@metroseoul.co.kr

타임폴리오 ETF, ‘TIME’으로 단순화… “보수보다 수익률 집중”

오늘부터 ‘TIME ETF’로 명칭 변경
투자자 편의성·브랜드 전달력 강화
‘보수 이상 가치 제공하는 ETF’ 목표

타임폴리오자산운용이 ETF 브랜드를 ‘TIMEFOLIO’에서 ‘TIME’으로 바꾼다. AUM 4조원을 넘어선 가운데, 패시브 중심 시장에서 액티브 ETF 선두 입지를 굳히겠다는 의도다.

타임폴리오자산운용은 21일 서울 여의도 TP타워에서 ETF 리브랜딩 기자회견을 열고, 기존 ‘TIMEFOLIO’ 브랜드를 ‘TIME’으로 단순화한다고 밝혔다. 현재 상장된 ETF 명칭은 22일부터 일제히 ‘TIME ETF’로 변경된다.

김홍기 대표는 이날 인사말에서 “운용 자산(AUM) 4조원을 돌파하고 주식형 액티브 ETF 시장에서 선두를 굳힌 만큼, 이제는 투자자 편의성과 브랜드 전달력을 한 단계 끌어올릴 시점”이라며



김홍기 타임폴리오자산운용 대표가 21일 서울 여의도 TP타워에서 열린 기자회견에서 인사말을 하고 있다.

/타임폴리오자산운용

“회사 정체성은 유지하되 투자자가 더 쉽고 직관적으로 상품을 인식할 수 있도록 브랜드를 재설계했다”고 말했다.

이번 리브랜딩은 단순한 축약이 아니라 투자 환경 변화에 대응한 전략적 선택이라는 설명이다. 모바일·MTS 중심의 투자 환경에서 ETF 브랜드는 곧 검색 키워드이자 첫 인식 요소가 되는 만큼, 9글자·5음절의 ‘TIMEFOLIO’를 4글자의 ‘TIME’으로 압축해 접근성과 가독성을 높였다는 것이다. 회사 측은 브랜드 변경으로 검색 소요 시간과 오입력 가능성이 줄어들고, 상품 진입 장벽도 낮아질 것으로 기대하고 있다.

김남의 ETF전략본부장은 리브랜딩 배경에 대해 “초기에는 운용사 이름을 전면에 두는 것이 신뢰 확보에 효과적이었지만, 이제는 성과와 전략 자체가 브랜드로 인식되는 단계에 접어들었다”며 “TIME은 단순한 이름이 아니라 고객에게 전달하는 메시지가 회사의 방향성을 담은 키워드”라고 설명했다.

TIME 브랜드에는 세 가지 메시지가 담겼다. 고객의 인생 흐름과 함께하는 투자라는 ‘LIFE TIME’, 노후의 시간을 가장 안정적이고 의미 있게 만들겠다는 ‘BEST TIME’, 그리고 시장 변화에 따라 기민하게 판단하고 실행하는 운용 역량을 뜻하는 ‘ACTIVE TIME’이다. 타임폴리오운용은 이를 통해 액티브 ETF가 단기 매매 상품이 아니라, 생애주기 속에서 활용 가능한 투자 수단이라는 인식을 강화하겠다는 구상이다.

이날 간담회에서는 운용 성과와 향후 전략도 공개됐다. 타임폴리오운용의 ETF AUM은 지난해 말 3조8000억원을 넘어선 데 이어 최근 4조원을 돌파했다. 국내 주식형 액티브 ETF 시장 점유율은 1위다. 대표 상품인 ‘TIME 코스피액티브’는 상장 이후 82.5%의 수익률을 기록해 같은 기간 코스피 상승률(54.7%)을 크게 웃돌았다. 미국 시장에서도 ‘TIME 미국S&P500액티브’, ‘TIME 미국나스닥100액티브’ 등이 비교지수 대비 두 배 안팎의 초과 성과를 냈다.

김남호 ETF운용본부장은 “매분기 포트폴리오를 제로베이스에서 재점검하

고, 실적·유증·합병 등 기업 이벤트에 기민하게 대응하며 적극적으로 리밸런싱한 결과”라며 “시장이 주는 대로만 수익을 가져가는 것이 아니라 시장을 이기는 플레이를 지향한다”고 말했다.

타사 대비 높은 수수료와 관련해서도 명확한 선을 그었다. 김남의 본부장은 “목표는 낮은 보수가 아니라 실질적인 절대 수익률”이라며 “보수가 싸서 선택되는 ETF가 아니라, 보수 이상의 가치를 제공하는 액티브 ETF로 인식되고 싶다”고 강조했다. 금융당국이 검토 중인 레버리지·인버스 ETF에 대해서는 “지수 배율을 정확히 추종하는 상품은 패시브 하우스의 영역”이라며 출시 계획이 없다고 밝혔다.

타임폴리오운용은 상품 수 확대 경쟁보다는 상장 이후까지 책임지는 운용을 중시하는 기조를 유지하겠다고 강조했다.

/허정윤 기자

NH투자증권, 30억 고액자산가 6000명 돌파

‘패밀리오피스 서비스’ 229가구 유치
WM사업부 총자산 전년比 20조 ↑

NH투자증권은 30억원 이상 고액자산가 고객이 6000명을 돌파했다고 21일 밝혔다. 지난 14일 기준 30억원 이상 고액자산가 수는 6323명으로 지난 '24년말 대비 51%가 증가한 수치로 빠른 속도로 자산관리 시장의 강자로 자리매김하고 있다.

NH투자증권 WM사업부는 30억원 이상 고액자산가를 대상으로 한 차별화된 VIP 멤버십 서비스와 초고액자산가

가문 관리 플랫폼인 ‘패밀리오피스 서비스’를 통해 자산관리 경쟁력을 강화해왔다. 그결과 WM사업부 총자산은 전년 대비 약 20조원이 증가했으며, 증가율로는 업계 최고 수준을 기록했다.

특히 자산관리 전문가 그룹으로 구성된 초부유층 가문 관리 플랫폼인 ‘패밀리오피스 서비스’의 성장이 두드러진다. IB사업부와 연계하여 개인자산과 법인자산을 통합 관리하는 모델이 초고액자산가들로부터 높은 호응을 얻고 있다. ‘패밀리오피스 서비스’는 현재 229가

문으로 24년말 대비 61%가 증가했으며, 신규 가입한 고객 가운데 약 35%는 타사에서 자산을 이전하거나 신규로 유입된 고객이다.

한편 WM사업부는 앞으로도 ‘패밀리오피스 서비스’ 전담 조직을 강화하고, 단순한 자산관리 수준을 넘어 ▲상속/증여 세무컨설팅 ▲가업 승계 ▲부동산컨설팅 ▲재단 및 가족법인 설립 지원 등 가문의 생애주기 전반을 아우르는 ‘토탈 솔루션’을 제공한다는 계획이다.

배광수 WM사업부 대표는 “이번 성과는 고객의 가치를 최우선으로 생각하는 진정성 있는 완성형 자산관리서비스를 지속해 온 결과”라고 밝혔다.

KB증권, ‘프라임 클럽’ 구독자 자산 2.9조

고품질 콘텐츠로 신뢰도 높아져
구독자 자산, 전년比 93% 늘어

KB증권은 2025년 말 기준 ‘프라임 클럽(PRIME CLUB)’ 구독 고객의 총 자산이 약 2조9000억원으로 늘어났다고 21일 밝혔다. 전년 말 1조5000억원 대비 약 93% 증가한 것이다. 콘텐츠에 대한 신뢰를 바탕으로 구독자와 자산이 함께 확대되는 선순환 구조가 구축됐다는 분석이다.

‘PRIME CLUB’의 지난해 연간 유튜

브 누적 조회수는 600만회를 돌파했고, 서비스 만족도도 95점을 상회했다. KB증권은 전문가들이 시장 흐름을 면밀히 분석해 실시간으로 전달하는 고품질 콘텐츠가 축적되며, 신뢰도 높은 투자 정보 채널로 자리잡았다고 평가했다.

또한, ‘PRIME CLUB’은 시청 중심의 채널을 넘어 투자자와 소통하는 플랫폼으로 진화했다. 2025년 한 해 동안 라이브 방송에서 오간 실시간 채팅 수는 25만건을 넘어서며 투자자들의 참여도 역시 크게 확대됐다.

/신하은 기자 godhe@