

# 신형 그랜저, 하루만에 1만대 계약 AI 어시스턴트 등 신차급 변화 주효

현대차 출시 첫날 1만277대 계약  
첨단기능 대거 적용... 차별화 성공  
가격인상에도 최상위 트림 비중 높아



지난 13일 서울 광진구 그랜드 워커히 서울에서 열린 현대자동차 그랜저 미디어 데이 현장에 전시된 더 뉴 그랜저

현대자동차의 플래그십 세단 '더 뉴 그랜저'가 출시 첫날 계약 1만대를 넘어서는 등 초반 흥행에 성공했다.

국내 자동차 시장에서 스포츠유틸리티차(SUV)가 독보적으로 인기를 이어가고 있는 가운데 대표 세단으로 자리매김해온 그랜저에 대한 시장 기대감을 확인할 수 있다. 특히 신형 그랜저의 가격이 이전 모델 대비 500만원 가장 인상됐지만 첨단 기능을 대거 적용하면서 차별화에 성공했다는 평가다.

17일 업계에 따르면 현대차의 대표 세단 더 뉴그랜저는 지난 14일 출시 첫날 총 1만277대가 계약됐다. 그동안 부분변경(페이스리프트) 신규 모델 가운데 2019년 출시된 6세대 그랜저(IG) 페이스리프트(1만7294대) 모델에 이은 기록이다.

이같은 수치는 소비 키워드가 가성비를 넘어 가심비 즉 가격 대비 만족도와 제품의 지속 가능성으로 확장되고 있음을 보여준다. 지난 2020년 출시된 현대차의 프리미엄 브랜드 제네시스 GV80도 출시 당시 '깡통' 모델이 7000만원에 육박해 가격 논란이 있었지만 기술과 품질 등을 만족시키며 출시 당시 첫날 1만

5000대, 둘째날 7000대 등 2일 동안 총 2만2000여대가 계약되며 돌풍을 일으킨 바 있다.

신형 그랜저는 내적 성장을 통한 신차급 변화를 이끌어냈다. 현대차는 신형 그랜저 내·외장 디자인 전반에 큰 변화를 줬다. 여기에 현대차 최초로 차세대 인포테인먼트 시스템 인공지능(AI) 어시스턴트 기반 '플레오스 커넥트'를 탑재해 편의성을 극대화했다는 평가다. 단순한 음성 제어를 넘어 운전자와 감성적인 대화를 나누고 복잡한 지식 검색을 지원한다.

신형 그랜저를 선택한 소비자 58%는 가솔린 모델을 골랐으며 하이브리드 모델은 현재 인증 절차가 진행 중이지만 전체 계약의 40%에 육박할 정도로 높은 수

치를 기록했다.

트림별로는 최상위 트림 '캘리그래피'가 전체 계약 41%를 차지했다. 기존 그랜저의 캘리그래피 트림 비중(29%) 대비 12%포인트(p) 상승한 것이다. 신형 그랜저에 탑재된 스마트 비전 루프의 경우 12.4% 고객 선택을 받으면서 수요가 몰렸다.

현대차 관계자는 "더 뉴 그랜저가 높은 관심을 받은 것은 디자인과 상품성, 디지털 혁신에 대한 고객의 기대가 반영된 결과"라며 "앞으로도 새로운 가치를 제공하는 제품을 지속적으로 선보이겠다"고 말했다.

/양성은 기자

ysw@metroseoul.co.kr



metro

# LG전자, 프리미엄 가전 구독서비스 강화

관리·AS·케어 결합... 사업범위 확대

LG전자가 프리미엄 가전 제품 사업에서 단순 판매를 넘어 관리·AS·케어를 결합한 구독 사업을 확대한다. 지난해 가전 구독 사업에서 2조5000억원의 매출을 올리며 전년 대비 약 30% 성장한 LG전자가 'SKS'와 'LG 시그니처'까지 구독 모델을 확대하며 프리미엄 가전 시장 공략에 속도를 내는 모습이다.

LG전자는 최근 프리미엄 브랜드 'SKS'와 'LG 시그니처'(만을 위한 프리미엄 구독 서비스를 새롭게 론칭했다고 17일 밝혔다. 라이프스타일에 맞는 구독 상품 컨설팅부터 제품 배송·설치·케어·AS까지 고객경험 전반에 걸쳐 전문성을 갖춘 고품격 서비스를 제공하는 것이 특징이다.

시장조사업체 그랜드뷰리서치의 최근 보고서에 따르면 가전제품 구독 시장 규모는 지난 2024년 453억8000만달러에서 오는 2030년 768억달러에 이를 것으로 전망된다. 특히 세탁기 및 건조기 등 생활 밀착형 대형가전이 성장을 주도할 것으로 예상된다.

이같은 시장 성장세에 맞춰 LG전자는 프리미엄 브랜드까지 구독 모델 확대에 나섰다. SKS는 LG전자의 핵심 부품 기술력에 AI의 편의성, 세련된 디자인을 더한 초(超)프리미엄 빌트인 가전 브랜드다. LG 시그니처는 ▲기술 혁신으로 이른 차별화된 성능 ▲본질에 충실한 정제된 디자인 ▲지금까지 경험해 보지 못한 직관적인 사용성을 지향하는 프리미엄 브랜드다.

프리미엄 구독 서비스는 SKS의 경우 ▲컬럼형 냉장고·냉동고·와인셀러 ▲얼



고객이 LG 베스트샵 매장에서 프리미엄 가전 구독 서비스에 대한 맞춤형 상담을 받고 있는 모습. /LG전자

음정수냉장고 ▲아일랜드형 냉장고 ▲식기세척기 ▲인덕션 ▲광파오븐 ▲스팀오븐 등 9개 모델로, LG 시그니처는 ▲워시콤보 ▲얼음정수냉장고 ▲노크온 매직스페이스 4도어 냉장고 ▲3도어 냉장고 ▲와인셀러 등 5개 모델로 운영된다.

프리미엄 구독은 집안 구조, 인테리어 등을 고려한 맞춤형 상담을 위해 LG 베스트샵, SKS 서울 등 오프라인 매장에서만 진행된다. 고객은 매장에서 제품의 디자인, 소재, 마감, 기능 등을 직접 경험하고 프리미엄 케어 서비스를 상담해 최적의 솔루션을 선택할 수 있다.

프리미엄 가전 구독은 배송·설치부터 사용 중 케어, 사후관리까지 고객이 제품을 사용하는 모든 과정에서 경력, 숙련도 등을 고려해 종합 역량 최상위 전문 인력이 별도 교육을 거쳐 전담하게 된다.

프리미엄 제품의 가치를 더하도록 위생과 성능을 최적의 상태로 유지하기 위한 케어 서비스도 차별화했다. 정기 방문 케어 서비스는 케어 매니저가 아닌 전문 서비스 엔지니어가 담당한다.

/차현정 기자 hyeon@

# K-방산, NATO 공략... 현지화·공동개발 포문

(북대서양조약기구)

## BSDA 2026

현대로템 무인차량·로봇 전면예  
LIG디펜스 고도별 방공솔루션 소개  
한화에어로 루마니아 기업 사업협력

러시아·우크라이나 전쟁 장기화로 유럽 내 방공·포병·무인체계 전력 공백이 커지는 가운데, 중동 지역 긴장까지 이어지며 관련 무기체계 수요가 확대되고 있다. 가격 경쟁력과 신속한 납기 능력을 갖춘 국내 방산업체들은 현지 생산과 공동 개발을 결합한 전략으로 북대서양조약기구(NATO) 시장 공략에 속도를 내고 있다.

17일 업계에 따르면 현대로템, LIG 디펜스&에어로스페이스, 한화에어로스페이스, 기아 등 국내 주요 방산 기업들은 지난 13~15일 루마니아에서 열린 동유럽·흑해 지역 방산 전시회 'BSDA 2026'에 총출동해 대대적인 수주 공세에 나섰다. 이들은 하드웨어 경쟁력과 맞춤형 현지화 전략을 앞세워 역대 우선주의가 강한 유럽 시장 확대에 나섰다.

LIG 디펜스&에어로스페이스는 이달 종료되는 루마니아향 휴대용 대공유도 무기 '신궁' 공급 사업을 발판으로 다층 방어체계 구축 등 후속 협력을 논의했다. 신궁-해군-천궁-II-L-SAM 등 고도별 방공 솔루션과 해상 무인전력을 선보이며, 루마니아 사업 확대에 맞춰 현지 사무소 개설도 검토하고 있다.

현대로템은 K2 전차와 차륜형장갑차, 다목적 무인차량 'HR-세르피'와 무인소



지난 14일(현지시간) 루마니아 부쿠레슈티에서 열린 국제 방산전시회 'BSDA 2026'에서 양사 관계자들이 기념촬영을 하고 있다. /한화에어로스페이스

방로봇 등을 앞세워 전장 다변화 대응 역량을 강조했다. 철도·수소 모빌리티 등 그룹 인프라를 결합한 패키지 제안에도 나섰다. 기아는 신형 픽업트럭 '타스만' 기반 군용 지휘차를 유럽 시장에 처음 공개했다.

특히 한화에어로스페이스는 전시회 기간 무인지상차량(UGV) 기반 유·무인 복합전투체계(MUM-T) 시연을 마치고, 밀렘 로보틱스 및 루마니아 현지 법인과 UGV 공동 사업 협력 계약을 체결했다. 계약은 차륜형-궤도형 무인차량 공동 개발과 현지 생산·공급 체계 구축이 핵심이다.

국내 기업들이 현지 생산과 기술 이전에 힘을 쓰는 것은 NATO와 EU가 형성한 방산 조달 구조의 높은 진입 장벽 때문이다. 유럽은 역대 지출 환류 기조가 강하고, 표준·상호운용성 요구도 까다롭다.

다만 러·우 전쟁 이후 공중방어·포병·탄약·드론 분야의 전력 공백이 커지면서

한국산 무기체계가 대안으로 부상했다. 실제 스톡홀름국제평화연구소(SIPRI)에 따르면 지난 2021~2025년 NATO 유럽 회원국 무기 수입액 중 한국 비중은 8.6%로, 미국에 이은 주요 공급국으로 올라섰다.

무기체계 상호운용성을 중시하는 NATO의 표준 적용을 돕기 위해 정부도 외교적 지원에 나섰다. 방위사업청은 지난 11일 NATO와 제2차 방산협약체를 열고 무기체계 상호운용성 확보와 탄약·우주 분야 협력을 논의했으며, 한국 무기체계 표준 인증에 다소 소극적이던 NATO 역시 최근 협력 확대로 선화하는 분위기다.

채우석 한국방위산업협회 이사장은 "유럽 조달 구조를 넘어서려면 현지 생산, 가격 경쟁력, 상호운용성을 묶은 패키지 전략이 필요하다"며 "하드웨어 공급에 그치지 않고 인공지능(AI)과 무인화 분야로도 기술 확장을 서둘러야 한다"고 말했다. /유혜은 기자 dhaledhale@

# 삼성전자 초기업노조, 한달새 4000명 이탈

일부 조합원 '파업 중단' 의견 제시

삼성전자 최대 노조이자 사내 첫 과반 노조인 초기업노조에서 최근 한 달 새 4000명 규모의 조합원이 이탈한 것으로 나타났다. 반도체 사업을 맡는 디바이스 솔루션(DS) 부문 성과급 문제가 노사 협상의 핵심 의제로 부각되면서, 생활가전·모바일 등을 담당하는 디바이스경험(DX) 부문 조합원들 사이에서는 자신들의 이해관계가 충분히 반영되지 않고 있다는 불만이 확산한 영향으로 풀이된다.

17일 업계에 따르면 초기업노조 조합원 수는 최근 한 달 사이 약 4000명 감소했다. 지난달 평택 결의대회를 앞두고 7만5000명을 넘어섰던 조합원 수는 이날 기준 7만1625명까지 줄어든 것으로 파악됐다. 오는 21일 총파업을 앞둔 가운데 조합 내부 균열 조짐까지 나타나면서 초기업노조의 과반 대표성 유지 여부가 향후 삼성전자 노사 협상의 새로운 변수로 떠오르는 모습이다.

탈퇴 움직임은 지난달 말부터 본격화됐다. 지난달 28일 하루 탈퇴 신청 건수가 500건을 넘어선 데 이어, 다음 날에는 1000건 이상 접수된 것으로 알려졌다. 이달 들어서도 DX 부문을 중심으로 탈퇴 신청이 이어지고 있다.

DX 조합원들의 불만은 교섭 의제가 사실상 DS 부문 특별성과급 문제에 집중되고 있다는 점이다. 노조가 전자공동재원 활용이나 비반도체 조직 구성원들의 이해관계를 충분히 반영하지 못하고 있

다는 지적도 내부에서 제기되고 있다.

이 같은 흐름이 이어질 경우 초기업노조의 과반 노조 지위에도 영향을 줄 수 있다는 관측이 나온다. 현재 삼성전자 전체 임직원 기준 과반 노조 지위를 유지하기 위한 마지노선은 약 6만4000명 수준으로 알려져 있다. 과반 지위를 상실할 경우 향후 교섭 주도권은 물론 법적 대표성에도 적잖은 부담이 생길 수 있다.

내부 갈등은 공동교섭 체제에도 영향을 미치고 있다. 삼성전자노동조합 동행(동행노조)은 이달 초 '신뢰 훼손'을 이유로 공동교섭에서 이탈했고, 전국삼성전자노조(전삼노) 내부에서도 초기업노조에 위임한 교섭권을 재검토해야 한다는 목소리가 나온 것으로 전해졌다.

조합비 인상과 파업 스텝 모집 과정도 논란을 키운 배경으로 꼽힌다. 초기업노조는 최근 월 조합비를 기존 1만원에서 5만원으로 인상하기로 했으며, 파업 기간 활동 인력에게 최대 300만원 수준의 수당 지급 계획을 공지한 바 있다. 여기에 집행부 직책수당 관련 규정까지 정쟁행위 찬반투표 안건에 포함된 것으로 알려지면서 사내 커뮤니티를 중심으로 비판 여론도 확산하는 분위기다.

일부 조합원들 사이에서는 노조를 상대로 임금협상 체결과 파업 중단을 요구하는 가치분 신청을 추진해야 한다는 의견까지 제기되는 것으로 알려졌다. 이들은 현재 협상이 DS 부문 중심으로 진행되면서 DX 구성원의 이해가 제대로 반영되지 않고 있다고 주장하고 있다. /차현정 기자