

자동차

2026.08.27

현대차 2026 CID : 단기 아쉬움보다 길게 볼 변화

자동차
마건우02) 739-5939
kwma0330@
heungkuksec.co.kr

단기 모멘텀보다 중장기 방향성에 주목

2026 현대차 CEO Investor Day 직후 현대차와 기아의 주가는 각각 전일 대비 3.09%, 2.59% 하락 마감했다. 반면 현대모비스와 현대오트모빌은 각각 6.83%, 9.10% 하락하며 완성차보다 큰 낙폭을 기록했다. 로봇틱스 기대가 주가에 상대적으로 많이 반영됐던 종목을 중심으로 조정폭이 컸다는 점에서, 시장이 기대했던 로봇틱스 사업 구조와 추진 전략이 추가로 구체화되지 않은 영향으로 판단한다.

시장이 로봇틱스를 현대차그룹의 새로운 성장동력으로 인식하고 있는 만큼, 이번 행사에서 구체적인 사업 전략이 추가로 제시되지 않은 점은 다소 아쉬운 부분이다. 그러나 현대차그룹이 제시해 온 Physical AI의 로드맵과 방향성 자체가 달라진 것은 아니다. 오히려 SDV와 자율주행 개발 일정이 추가로 지연될 수 있다는 시장의 우려를 일부 완화했다는 점은 긍정적이다. 현대차그룹은 Atria AI를 처음부터 다시 구축하는 것이 아니라 기존 아키텍처의 약점을 보완하는 방식으로 고도화하고 있으며, 2028년 전후 출시되는 신차부터 표준화된 센서 체계와 컴퓨팅 플랫폼을 적용할 계획이라고 밝혔다. 이후 고객에게 판매된 양산차에서 실제 주행 데이터를 수집하고 이를 Atria AI 고도화에 활용한다는 구상이다.

현대차그룹의 자율주행 전략과 관련한 시장의 가장 큰 우려 중 하나는 경쟁사보다 늦은 양산 일정이 누적 데이터 격차를 확대하고, 결과적으로 자율주행 모델의 고도화 속도까지 늦출 수 있다는 점일 것이다. 이에 회사는 연간 700만대가 넘는 그룹의 글로벌 판매 규모를 데이터 격차를 만회할 수 있는 기반으로 제시했다. 표준 센서와 컴퓨팅 플랫폼이 적용된 차종이 늘어날수록 데이터 축적 속도가 가팔라져 2033년 전후에는 경쟁사와의 누적 데이터 격차를 상당 부분 좁히고, 이후에는 역전할 가능성도 있다는 설명이다.

데이터 경쟁력의 조건, 파워트레인 확장

다만 단순한 판매량만으로 향후 데이터 격차가 빠르게 축소될 것이라고 판단하기에는 다소 비약이 존재한다. 경쟁사들은 현대차그룹보다 자율주행 기능을 일찍 도입해 이미 상당한 데이터를 축적하고 있으며, 현재도 판매 차량을 통해 데이터를 꾸준히 확보하고 있기 때문이다. 현대차그룹이 2028년 전후부터 표준 센서와 컴퓨팅 플랫폼을 본격적으로 적용하더라도 그 기간 경쟁사의 데이터 역시 계속 늘어난다는 점에서, 높은 판매량만으로 누적 격차를 단기간에 좁힐 수 있다고 단정하기는 어렵다. 따라서 2033년 전후 데이터 격차 해소는 향후 적용 차종의 확대 속도와 실제 데이터 축적 성과를 통해 확인할 필요가 있다. 그럼에도 자율주행 기능을 다양한 파워트레인으로 확장할 수 있다는 점을 고려하면 현대차그룹의 주장에는 일정 부분 합리성이 존재한다고 판단한다.

GM과 같은 일부 OEM들이 이미 자율주행 보조 기능을 BEV 이외의 파워트레인에도 적용하고 있으나, 시장을 선도하는 자율주행 기술의 개발과 데이터 축적은 주로 BEV 중심 업체들이 주도해 왔다. 향후 BEV 수요가 기존 기대보다 완만하게 성장하고 충전 인프라가 부족한 국가가 상당 기간 남아 있다면, BEV에 한정된 데이터 수집 구조는 확보 가능한 차량 규모를 제한할 수 있다. 이러한 환경에서 현대차그룹은

BEV뿐만 아니라 HEV와 ICE까지 동일한 수준의 자율주행 기능을 확대 적용하려는 것으로 판단한다.

회사는 ICE가 자율주행 컴퓨터에 안정적으로 전력을 공급하고 차량을 정밀하게 제어하는 과정에서 BEV와 HEV보다 기술적 난도가 높지만, 추가적인 제어 최적화를 통해 근본적인 성능 차이는 해소할 수 있다고 설명했다. 향후 표준 센서와 컴퓨팅 플랫폼이 파워트레인에 관계없이 폭넓게 적용된다면 데이터 수집이 가능한 차량의 범위가 넓어지고, 현대차그룹의 대규모 판매 기반이 실제 데이터 경쟁력으로 연결될 가능성도 높아질 수 있다. 따라서 이번 행사의 의미는 구체적인 데이터 확보 전략이 완성됐다는 데 있기보다, 판매 규모와 파워트레인 다변화를 활용해 후발주자로서의 데이터 격차를 만회하려는 기본 방향과 그 가능성을 확인했다는 데 있다고 판단한다.

수요에 맞춘 속도 조절, 변하지 않은 방향

최근 주요 OEM들은 예상보다 더딘 BEV 수요와 규제 환경의 변화에 대응해 기존의 공격적인 전동화 계획을 축소·조정하고 있다. 현대차 역시 미국에서 BEV보다 HEV를 중심으로 성장 전략을 전개하고 있어 단기적으로는 BEV 전략 지연이 불가피하다. 다만 회사는 이를 전동화 전략의 후퇴가 아니라 시장 수요와 규제 환경에 맞춘 생산 믹스 조정으로 설명했으며, 중장기 BEV 전략에는 변화가 없음을 강조했다. 특히 2026년 4분기부터 HMCMA에서 생산한 아이오닉 5를 Waymo에 공급할 예정인 만큼, 로보택시가 새로운 수요처로 자리 잡으면 미국 BEV 및 배터리 생산시설의 가동을 회복에도 일부 기여할 것으로 전망했다.

현재 BEV의 수익성은 미국뿐만 아니라 대부분의 권역에서 ICE와 HEV보다 낮다. 회사 역시 파워트레인별 수익성이 HEV, ICE, BEV 순이라고 밝힌 만큼, BEV 판매를 본격적으로 확대하기 위해서는 원가 경쟁력을 우선 확보할 필요가 있을 것이다. 이를 위해 현대차는 볼륨 모델에 미드니컬 NCM 배터리를 적용해 질주형 환경에서 요구되는 성능을 유지하면서, 2023년 NCM 대비 2027년 배터리 원가를 약 30% 낮출 계획이다. 원가절감분을 차량 가격 경쟁력 강화에 활용할 경우 판매 증가와 공장 가동을 상승으로 이어질 수 있으며, 이는 차량당 고정비 부담을 낮춰 BEV 수익성을 추가로 개선하는 선순환으로 연결될 수 있다.

2030년 목표: 판매량 555만대 유지, OPM 9%로 상향

현대차는 2030년 중장기 판매 목표 555만대를 유지하는 한편, 영업이익률 목표는 기존 8~9%에서 9% 이상으로 상향했다. 수익성 목표 상향의 핵심 배경은 HEV 수요 확대와 이에 따른 판매 믹스 개선으로 판단한다. 사측은 하이브리드 모델의 공헌이익률이 전 차종 평균보다 약 5%p 높다고 설명하며 HEV 믹스 확대가 수익성 개선으로 이어질 수 있다는 근거를 제시했다. 특히 HEV 성장세가 가장 강하게 나타나는 북미에서 HEV 판매 비중을 1H26 기준 25%에서 2030년 50%까지 높이고, 부품 현지조달률도 60%에서 80% 이상으로 확대할 계획이다. 또한 2028년 SDV 양산에 따른 초기 비용 부담은 원가혁신과 재료비 절감, 현지화를 통해 2030년까지 전사 매출원가율을 3%p 낮추는 방식으로 상쇄할 수 있다고 설명하며 중장기 수익성에 대한 자신감을 유지했다.

현 시점에서 HEV 판매가 1H26 기준 전년 대비 18.3% 증가하며 견조한 성장세를 이어가고 있고, 유럽에 출시되는 엔트리 EV IONIQ 3를 중심으로 BEV 판매 회복도 기대된다는 점을 고려하면 2030년 영업이익률 9% 이상이라는 목표가 과도하게 설정됐다고 보기는 어렵다. 다만 중장기 수익성 개선 가능성과 2026년 가이던스 달성 여부는 구분해 볼 필요가 있다. 원자재 가격이 하향 안정화되는 모습을 보여주나 비용 부담은 여전히 실적에 반영되고 있으며, 유럽 시장의 높은 판촉 부담도 단기간 내 완화될 가능성이 낮은 관계로 2026년 영업이익률 가이던스 6.3~7.3%에 대해서는 보수적으로 접근할 필요가 있다고 판단한다.

그림 1 현대차 신차 출시 계획



자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 2 현대차 2030년 판매 목표



자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 3 현대차 신규 엔트리 BEV 'IONIQ 3'



자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 4 IONIQ 5 기반 Waymo Driver 출시



자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 5 RMAC(Robot Metaplant Application Center) 개소



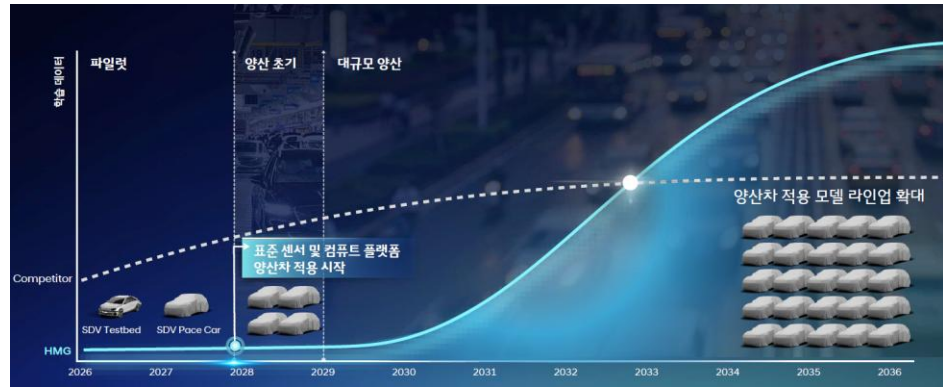
자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 6 2028년 Atlas 미국 생산 개시



자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 7 글로벌 판매 규모에 기반한 자율주행 데이터 경쟁력 확보



자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 8 데이터센터 내재화 전략



자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 9 배터리 원가 경쟁력 확보 전략



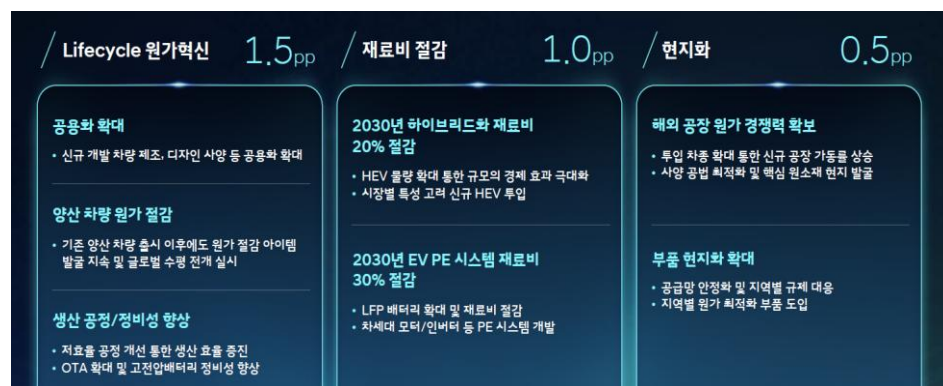
자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 10 중장기 수익성 목표



자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

그림 11 원가 절감 로드맵



자료: 현대차, 흥국증권 리서치센터

Compliance Notice

- 당사는 보고서 제공시점 현재 상기 종목을 1% 이상 보유하고 있지 않으며, 동 보고서를 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자는 상기 종목의 유가증권을 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 보고서 제공시점 기준으로 지난 6개월간 상기 종목의 유가증권 발행에 주간사로 참여한 사실이 없습니다.
- 본 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.

본 보고서는 당사 고객들의 투자에 관한 정보를 제공할 목적으로 당사 고객에 한하여 배포되는 자료입니다. 본 보고서의 내용은 당사의 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻어진 것이나, 당사가 그 신뢰성이나 완전성을 보증하는 것이 아닙니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 보고서가 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 또한 본 보고서의 지적재산권은 당사에 있으므로 당사의 동의없이 무단 복제, 대여, 전송, 변형 및 배포 될 수 없습니다.

흥국씨앗체

본 보고서에 사용된 흥국씨앗체는 흥국의 기업철학 모티브를 반영한 글씨체로서, 세계 3대 디자인상인 독일 '2015 iF 디자인 어워드'에서 커뮤니케이션 분야 브랜드 아이덴티티 부문 본상을 수상하였습니다. 친근하고 희망적인 느낌의 흥국씨앗체는 고객존중과 으뜸을 지향하는 흥국의 아이덴티티를 부각시킵니다.