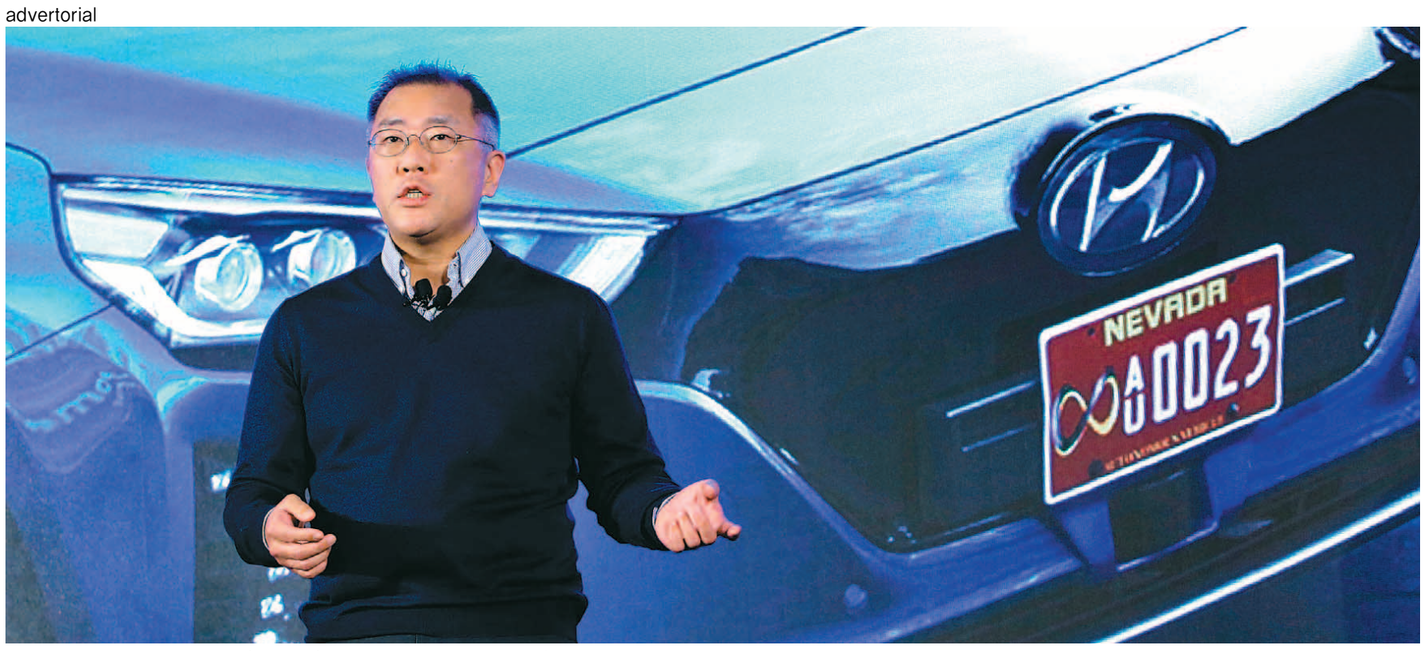
advertorial



정의선 현대자동차 부회장이 4일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열린 'CES 2017'에서 미래 모빌리티 구현을 위한 3대 방향성을 제시했다. 사진제공 | 현대자동차

자동차와 삶의 연결, 현대차가 꿈꾸는 미래

CES서 모빌리티 3대 비전 제시

친환경…2020년 라인업 14종 목표
자율주행…미국 기준 레벨 4 만족
커넥티드카…시스코사 등과 협업
정의선 부회장 "삶의 동반자 될것"

자동차

"현대차 미래 모빌리티로 삶의 동반자 될 것."

현대자동차가 4일 (현지시간)미국 라스베이거스에서 열린 'CES 2017(Consumer Electronics Show)'에서 친환경 이동성, 이동의 자유로움, 연결된 이동성 등 미래 모빌리티 구현을 위한 3대 방향성을 제시했다. 아울러 '미래 기술을 통한 자유로움'을 전시 콘셉트로 자율주행 및 헬스케어 기술, 커넥티드카, 웨어러블 로봇, 마이크로 모빌리티 등 현대자동차의 미래 모빌리티 비전을 실제 구현한 혁신적인 미래 첨단 기술을 대거 선보여 호평을 받았다.

정의선 현대자동차 부회장은 "현대자동차는 친환경적이고, 주변의 모든 제약으로부터 자유로우며, 초연결성을 지닌 미래 모빌리티 개발에 연구 역량을 집중하고 있다. 이 같은 다양한 미래 모빌리티 기술을 바탕으로 고객들의 삶을 보다 편리하고 안전하게 만드는 삶의 동반자가 될 것"이라고 강조했다.

●2020년까지 친환경차 14종 이상 출시

친환경 이동성은 전 세계적으로 심각한 사회 이슈로 대두되고 있는 환경 문제를 사전 방지하고 적극적으로 해결하기 위해 친환경적인 자동차의 개발 및 보급에 앞장서겠다는 전략이다.

현대자동차는 지난해 친환경차 전용 모델인 '아이오닉(IONIQ)' 하이브리드와 일렉트릭 모델을 선보였으며, 올해 플러그인 하이브리드까지 출시를 앞두고 있다. 이처럼 현대자동차의 아이오닉은 글로벌 자동차업체들 중에서 유일하게 친환경 전용 플랫폼을 활용해 하이브리드, 전기차, 플러그인 하이브리드 3개 타입의 친환경 모델을 모두 갖추고 있다. 또한 아이오닉 하이브리드는 지난해 12월 미국 내 내연기관 및 하이브리드 차종을 통틀어 연비 1위에 올랐으며, 아이오닉 일렉트릭은 미국환경보호청(EPA)이 발표한 미국 전기차 연비(전비) 부문에서 가장 높은 수치를 기록하는 등 현대자동차의 우수한 친환경 기술력은 이미 글로벌 시장에서 입증된 바 있다.

특히 현대자동차는 궁극의 친환경차로 평가 받는 수소전기차 분야에서도 앞서가고 있다.

2013년 세계 최초로 양산형 수소전기차 모델인 투싼 수소전기차를 개발해 보급 확대에 앞장서고 있으며, 오는 2018년에는 수소전기차 전용 플랫폼에 기반해 주행거리 등을 획기적으로 개선한 차세대 수소전기차도 선보일 예정이다.

이처럼 현대자동차는 환경 문제로부터 자유로운 모든 형태의 친환경차 개발에 연구 역량을 집중해 2020년 하이브리드 5대, 플러그인 하이브리드 4대, 전기차 4대, 수소전기차 1대 등 총 14종 이상으로 친환경차 라인업을 대폭 늘려 나갈 계획이다.

●자율주행기술, 불안으로부터의 탈피를 목표로 보급 확대 위해 양산화 주력

이동의 자유로움은 완벽한 자율주행 기술 구현을 통해 운전자가 경험할 수 있는 사고 등 다양한 불안 요인을 사전에 제거하는 개념이다. 현대자동차는 최소한의 센서를 탑재하고도 여러 돌발 상황에 안전하게 대응할 수 있는 다양한 지능형 안전 기술을 누구나 쉽게 접할 수 있도록 양산화 및 보급 확대에 초점을 맞춰 개발 중이다.

현대자동차는 지난해 LA모터쇼에서 아이오닉 일렉트릭 기반의 자율주행차를 공개했으며, 12월에는 미국 라스베이거스 실제 도로 환경에서 현지 주요 기자단을 대상으로 주야간 자율주행 시승 행사를 실시한 바 있다. 이번 CES 행사 기간 중에도 전시 및 운행될 예정인 아이오닉 자율주행차는 미국 자동차공학회(SAE)가 분류한 레벨 1~5의 5단계 자율주행 기준 레벨에서 레벨 4를 만족시켜 기술적 완성도에도 높은 평가를 받았다. 현대자동차는 가까운 미래에 모든 고객들이 자율주행 기술이 가져올 편리함을 경험할 수 있도록 자율주행 기술의 보급 및 확대를 목표로 양산화에 주력한다는 전략이다.

●미래 사회의 허브이자 삶의 공간인 '초연결 지능형차' 개발

마지막은 미래의 초연결 사회에서 허브 역할을 하게 될 커넥티드카에 대한 비전인 '연결된 이동성'이다. 커넥티드카는 다른 이동 수단은 물론 주거 및 근무 공간을 포함한 모든 주변 환경과 연결된 '달리는 고성능 컴퓨터'로 진화해 미래 생활의 중심이 될 것으로 기대된다.

현대자동차는 이미 지난해에 자동차가 무한대로 고도화된 정보의 허브(Hub)가 되고, 정보를 집적·분석·활용함으로써 모든 생활의 중심이 되는 '카 투 라이프(Car to Life)' 시대를 주도적으로 열겠다는 커넥티드카 개발 청사진을 공개했다.

현대자동차는 자동차와 집, 사무실, 나아가 도시 인프라와 결합된 '초연결 지능형 자동차' 개발을 위해 세계적 네트워크 장비 업체인 시스코사 등 글로벌 전문기업은 물론 국내외 스타트업과의 오픈 이노베이션 방식 협업도 적극 추진 중이다. 특히 이번 현대자동차 프레스 컨퍼런스에는 시스코사의 제임스 피터스 자율주행 및 커넥티드카 담당 부사장이 직접 참여해 완전한 자율주행, 스마트 트래픽, 지능형 원격 서비스, 모빌리티 허브 등 현대자동차와 시스코가 협업을 통해 구상 중인 커넥티드카 서비스 플랫폼 전략을 상세하게 소개했다.

●다양한 미래 기술 및 신 모빌리티 전시

현대자동차는 이번 'CES 2017'에 약 510m²(약 169평)의 전시공간을 마련하고 아이오닉 일렉트릭 자율주행차 1대, 자율주행 VR 시뮬레이터 3대, 헬스케어 콕핏 1대, 투싼 커넥티드카 1대, 스마트 하우스 콘셉트 모델, 웨어러블 로봇 5기, 아이오닉 스쿠터 2대, 아이오닉 하이브리드 1대 등을 선보였다.

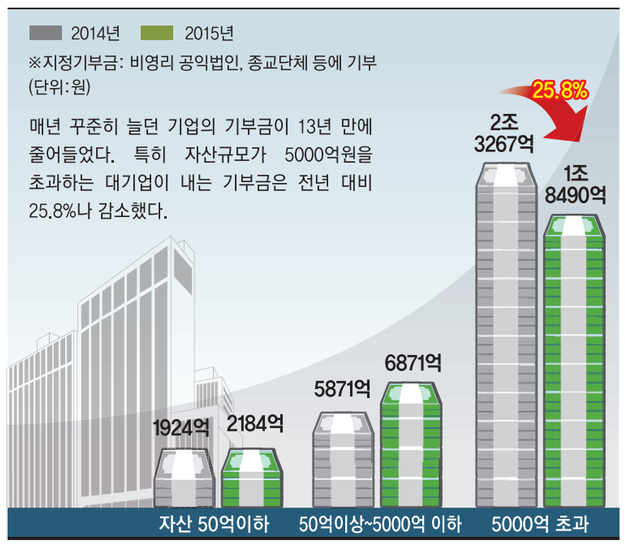
특히 현대자동차는 운전자가 자동차를 타고 이동하면서 발생할 수 있는 각종 사고의 위협으로부터 운전자를 더욱 안전하게 보호하고 복잡한 도심 속에서 편안한 이동을 돕는 자율주행 관련 기술을 선보여 주목받았다. 현대자동차는 아이오닉 일렉트릭 자율주행차를 개발하면서 기존 양산차에 적용된 센서에 라이다(레이저 레이더) 등 최소한의 최첨단 센서만을 추가하고도 완벽한 자율주행을 이뤄 양산형 자율주행차 개발에 한 걸음 더 다가섰다는 평가를 받고 있다. 또한 현대자동차는 자율주행차와 함께 자율주행 전용 가상현실 시뮬레이터 3대를 전시해 소비자들이 가상체험을 통해 미래 시대에 보급될 자율주행차의 안전성과 편리함을 생생히 느껴볼 수 있도록 했다.

미래 시대에 모든 것들이 네트워크로 연결되어 있는 초연결 생활의 중심이 될 커넥티드카 기술도 전시했다. 전시장 한편에 마련된 투싼 커텍티드카와 영상을 볼 수 있도록 비치된 스마트 글라스는 네트워크로 연결돼 외부 사물과 실시간으로 통신하는 스마트카-홈 연계 서비스, 차량 소프트웨어 자동 업그레이드 등 커넥티드카의 서비스 콘셉트와 플랫폼을 체험할 수 있게 했다.

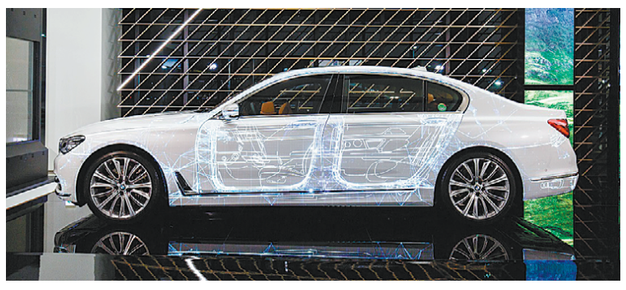
아울러 현대자동차는 단순한 이동 수단을 넘어서 개인의 이동과 관련한 다양한 문제를 해결하겠다는 목표 아래 개발 중인 웨어러블 로봇도 대중에 공개했다. 하반신 마비환자의 보행을 돕는 의료용 웨어러블 기기(H-MEX), 산업현장에서 근로자들의 허리 부상을 방지하고 근력을 보조할 산업용 웨어러블 기기(H-WEX), 노약자의 보행 근력을 보조할 생활용 웨어러블 기기(HUMA) 등을 선보이며 인간 편의 중심의 선행 로봇 기술을 과시했다. 원성열 기자 sereno@donga.com

데이터로 보는 경제

기업 자산 규모별 지정기부금



비즈갤러리



BMW, 드라이빙센터에서 '뉴 7시리즈 프로젝션 맵핑' 전시

BMW 코리아(대표 김효준)가 오는 2월 초까지 영종도에 위치한 BMW 드라이빙 센터에 BMW 뉴 7시리즈 프로젝션 맵핑(사진)을 전시한다. 국내 전시는 뮌헨, 파리에 이어 전 세계에서 세 번째다. BMW 뉴 7시리즈 프로젝션 맵핑은 7시리즈 외관에 영상을 투사해 다양한 이미지를 구현하는 새로운 형태의 전시다. 영국 크리에이티브 에이전시 홀리션(Holition)과의 공동작업으로 탄생한 이번 작품은 BMW 플래그십 세단이 디자인 스케치 단계부터 클레이 모델을 거쳐 마지막 생산 단계에 이르는 생산과정을 단계별로 보여준다. 한편, 국내 단 10대 한정 판매된 스페셜 에디션 'BMW i8 프로토닉 레드 에디션'도 함께 전시된다. 지속가능성과 더불어 진보적인 디자인에 중점을 둔 BMW i8 프로토닉 레드 에디션은 차별화된 특징과 외관으로 특별한 개성을 선사하는 모델이며 한정 기간 전시된다. 원성열 기자

한국토요타, 새해맞이 프리우스·캠리 구매 프로모션 실시

한국토요타가 새해를 맞아 다양한 고객 혜택을 제공하는 프로모션을 실시한다. 프리우스 구매고객에게는 더블 FMS(Free Maintenance Service) 쿠폰(4년·8만km까지 정기 점검 및 관련 소모성 부품 교환 무상 제공)을, 캠리 하이브리드 구매고객과 시에나 고객에게는 평생 엔진 오일 교환 쿠폰(10년· 20만km까지 엔진 오일 및 엔진 오일 필터 교환)을 제공한다. 캠리 가솔린 모델의 경우에는 24개월 1.9% 초저금리할부 프로그램을 준비했다. 현금 구매 시에는 더블 FMS 쿠폰을 받을 수 있다. 평생 엔진 오일 교환 쿠폰과 스포츠 에디션 액세서리(100대 한정)는 캠리 가솔린 모델 할부 및 현금 구매 고객에게 제공한다. 원성열 기자

현대캐피탈, 신차 구매 '벨류 플러스 할부프로그램' 선봬



현대캐피탈이 '신차 구매 이벤트'를 연다. 먼저 금리 혜택에 차량가 할인을 더한 '벨류 플러스 할부프로그램'을 내놓았다. 쏘나타 LF 2017과 2017 싼타페를 36개월 기준, 선수율 제한 없이 2.9% 저금리로 구매 가능하다. 여기에 30만원의 차량가 할인까지 추가로 받을 수 있다. '이자부담 제로 할부프로그램'도 진행한다. 차량가의 20%를 선수금으로 내고 계약 기간에 따라 이자 부담을 줄일 수 있는 할부프로그램이다. 2016 벨로스터·아슬란 2016 등 현대차 주요 차종에 대해 36개월 무이자 할부 혜택을 받을 수 있다. 특히 그랜저(사양조정 모델)의 경우, 최대 60개월까지 무이자 할부 혜택을 준다. 정정욱 기자

KB국민카드, 포인트 적립 특화 '리브 메이트 카드' 내놔



KB국민카드는 포인트 적립 혜택을 강화한 'KB국민 리브 메이트 카드'를 내놓았다. 지난해 11월 출시된 KB금융그룹의 통합 멤버십 플랫폼 리브 메이트에 이어 출시되는 포인트 적립 특화 상품이다. 국내 가맹점에서 전월 실적과 관계없이 이용 금액의 0.7%를 포인트로 적립해 준다. 또 전월 이용 실적이 30만원 이상이면 포인트 추가 적립과 해외 이용 캐시백, 영화관과 놀이공원 할인 혜택도 제공한다. 정정욱 기자

배스킨라빈스, 떠먹는 아이스크림 디저트 '미니 티라미수' 출시



배스킨라빈스가 떠먹는 아이스크림 디저트 '미니 티라미수(사진)'를 출시했다. '미니 티라미수'는 촉촉한 에스프레소 시트 위에 진하고 깊은 맛의 논노난니 크림치즈 아이스크림을 올리고 최고급 발로나 코코아 파우더를 얹어 만들었다. 진한 에스프레소와 부드러운 아이스크림, 달콤한 코코아 세 가지 맛의 조화가 잘 어우러져 따뜻한 커피와 함께 마셔도 잘 어울린다. 가격은 5500원이다. '미니 티라미수'에 들어간 논노난니 크림치즈 아이스크림은 배스킨라빈스의 디저트 전용 플레이버로 오직 '미니 티라미수'로만 맛볼 수 있다. 원성열 기자

카드업계 신년 키워드 '디지털+모바일'

모바일 기반 핀테크 서비스 집중

금융

'디지털과 모바일.'

카드업계 수장들이 내놓은 '이구동성' 신년 키워드다. 저성장과 저수익으로 업계 전반에 먹구름이 드리운 가운데, '디지털과 모바일'로 반전의 기회를 노린다는 복안이다. 카드 발급부터 사용까지 전 과정의 디지털화는 물론, 모바일을 기반으로 한 핀테크(금융+기술) 서비스에도 집중한다는 계획이다.

선두주자는 현대카드로, 지난 2015년 10월부터 추진해 온 '디지털 현대카드' 프로젝트의 방점을 찍을 태세다. 앞서 현대카드는 '디지털 현대카드' 프로젝트 일환으로 '락앤리밋'(앱에서 신용카드 사용조건을 설정할 수 있는 서비스), '가상카드 번호서비스', '페이샷' 등을 출시했고, 지난해에는 미국 실리콘밸리에 디지털 캠프를 설립하는 등 가시적 성과를 거둔 바 있다. 올해는 한걸음 더 나아가 디지털 컴퍼니로 회사 DNA를 변모할 계획. 정태영 현대카드 부회장은 신년사를 통해 "지난해부터 본격화하고 있는 디지털화는 금융사업의 한계에 대한 도전"이라며 "금융에 인공지능을 적당히 적용한 수준이 아니라 대규모 조직 신설 등 디지털 컴퍼니로서의 근본적인 DNA 변화를 꾀할 것"이라고 강조했다.

삼성카드도 만만치 않다. 지난해 '24시간·365일 심사·발급체계' 구축 및 '태블릿 PC를 통한 고객 유치', '모바일 전용 카드' 출시 등 디지털 정책을 적극 추진한 바 있는데, 올해는 이를 더욱 가시화한다는 방침이다. 원기찬 삼성카드 사장은 "지난해 구축한 디지털 인프라를 기반으로 고객이 체감하는 실질적 디지털 서비스를 제공할 것"이라며 "디지털 채널 활용 확대와 회사 체질을 바꿀 수 있는 히트 상품 및 서비스 개발, 이용자 로열티 증진을 위한 개인 맞춤형 마케팅을 적극 추진할 것"이라고 했다.

신한카드도 예외가 아니다. 카드 영역에 디지털 신기술을 적용해 새로운 고객가치와 비즈니스를 창출하겠다는 목표다. 올해 전략 방향을 'DT(Digital Transformation) Drive'로 설정하고, 세부 추진 과제로 온·오프라인 지급결제 패러다임 혁신, 빅데이터 분석 역량 업그레이드 등을 제시한 것도 이 때문이다. 위성호 신한카드 사장은 "초연결과 초지능으로 대표되는 신 디지털 시대에는 지금까지 겪어보지 못한 많은 이슈가 동시다발적으로 진행될 것"이라며 "기존에 추진해 온 속도경영을 가속하고, 디지털 인프라 강화 및 모바일 플랫폼의 경쟁력을 위한 지속적인 업그레이드를 실시해 경쟁력을 키울 것"이라고 했다.

이밖에도 카드 프로세싱 사업을 하는 BC카드는 모기업 KT그룹의 ICT 역량을 활용한 핀테크 사업을 더욱 공고히 할 예정이다. 서준희 BC카드 사장은 "출시 즉시 시장을 장악할 수 있는 강력한 결제 서비스는 물론, KT 통신 인프라를 이용해 경쟁력도 끌어올릴 것"이라고 했다. 또 채정병 롯데카드 사장은 "지급결제 시장의 패러다임이 모바일 기반으로 재편되고 있다"며 "기존 플라스틱 카드가 필요없는 새로운 패러다임의 모바일 카드사로의 혁신적 변화가 필요하다"고 제안했다. 정정욱 기자 jjay@donga.com

편집 | 김대건 기자 bong82@donga.com