

르노코리아 'XM3' 높은 판매량 유지 비결은

“디자인·기술 다 잡았다…HEV 모델도 출시”

(하이브리드)

르노코리아자동차 XM3가 스테디셀러의 반열에 오르며 꾸준한 인기를 이어가고 있다. 2020년 3월 출시되었고, 올해 연식 변경 모델을 출시하며 인기를 이어가고 있다. 3년 된 모델이 꾸준한 판매량을 올리는 것은 쉽지 않은 일이다.

XM3는 지난달에도 판매량이 늘었다. 르노코리아자동차가 발표한 8월 판매실적에 따르면 XM3는 내수와 수출을 합쳐 총 8975대가 판매됐다. 국내 시장에서는 전년 동기 대비 17% 증가한 1303대가 팔렸다. 해외 시장에는 르노 뉴 아르카나라는 모델명으로 수출되는데, 작년 같은 기간보다 80% 이상 증가한 7672대가 수출됐다. 이처럼 XM3가 계속해서 높은 판매량을 유지하는 비결은 탄탄한 기본기와 매력적인 디자인에 있다.

소형 SUV 최초 패스트백 디자인 안정적인 세단과 SUV 느낌 동시에 높은 실연비·안락한 승차감 매력 XM3 HEV, 유럽 평가 1위 휩쓸어 E-테크 기술 접목…연료 효율성 ↑

●매력적인 패스트백 디자인이 인기 비결

자동차를 살 때 소비자들의 구매 기준 1순위는 '디자인'이다. XM3는 바로 이 디자인에서 경쟁 모델을 압도한다. 기존 소형 SUV 모델에서는 찾아볼 수 없는, 루프가 뒤로 갈수록 낮아지는 패스트백 디자인을 적용한 최초의 모델이다. 패스트백은 최근 가장 사랑받는 디자인 요소로 떠오르고 있지만, 소형 SUV 모델에서는 시도가 거의 없었다. 공간과 디자인을 모두 만족시키기 까다롭기 때문이다.

하지만 르노코리아자동차는 오랜 노하우와 저력으로 XM3에 패스트백 디자인을 완벽하게 해석해 접목했다. XM3는 크기는 작지만 곳곳에서 디자인적 강조점이 많은 모델이다. 뒤에서 바라본 XM3는 최신 트렌드를 담은 SUV이지



르노코리아자동차 XM3는 경쟁 소형 SUV에서는 찾아보기 힘든 유려한 패스트백 디자인과 파워, 효율성을 겸비한 파워트레인으로 스테디셀러의 반열에 올랐다. 올 가을에는 유럽 기준 20.4km/L의 연비를 달성한 E-TECH 하이브리드 모델 출시를 통해 국내 하이브리드 SUV 시장 판도를 바꿀 것으로 예상되고 있다.

사진제공 | 르노코리아자동차

만, 앞모습과 옆모습은 세단의 느낌이 살아있다. 역동적이면서 안정적인 느낌을 동시에 주는 것이 바로 XM3의 매력이다.

전형적인 SUV 모델이 부담스러운 운전자도 충분히 선택할 수 있기 때문에 세단과 SUV 사이에서 고민하는 소비자들을 만족시키고 있다.

●강력한 파워트레인과 높은 연비

XM3의 또 하나의 인기 비결은 르노의 기술력이 담긴 파워트레인에 있다. 가장 많은 소비자들이 선택하는 모델인 1.6 GTE 모델은 뛰어난 연료 효율성이 매력 포인트다. 배기량은 1598cc, 복합 연비는 13.4km/L지만 실연비는 훨씬

더 높게 나오는 것으로 유명하다.

파워도 부족함이 없다. XM3 1.6 GTE는 최고출력 123마력(6400rpm), 최대토크 15.8kg·m(4000rpm)의 힘을 가졌다. TCE260 모델은 더 매력적이다. 르노 그룹과 다임러그룹이 심혈을 기울여 공동개발한 다운사이징 터보엔진으로 양사의 다양한 차종에 탑재되어 연간 100만대 이상 생산되는 주력 엔진이다.

배기량은 1332cc, 최고출력은 152마력(5500rpm), 최대토크는 26kg·m(2250~3000rpm)으로 기대 이상의 넉넉한 출력을 발휘한다. 장거리 주행에서도 중형 SUV 수준의 안락한 승차감을 발휘하며, 어떤 순간에서도 출력의 부족함을 느끼지 못할 정도로 여유롭다. 중·

고속 영역에서도 부드럽고 꾸준하게 속도를 올려주기 때문에 장거리 주행을 마치고 난 후의 피로도는 중형 SUV 수준이다.

●XM3 E-TECH, 하이브리드 시장 기대주

XM3는 올가을 하이브리드 모델인 E-TECH(이테크) 하이브리드를 추가하며 XM3 라인업을 완성한다.

XM3 E-TECH 하이브리드는 수출용으로 먼저 유럽 시장에 선보였으며, 선풍적인 인기를 얻고 있다. XM3 수출 물량의 60%가 E-TECH 하이브리드로 유럽 시장에서 하이브리드 소형 SUV의 지형도를 바꿔놓고 있다.

지난해 스웨덴 유력 자동차 전문지 테크니켄스 바를드의 하이브리드 모델 종합 평가에서 XM3 E-TECH 하이브리드는 아우디 Q5 스포트백 TFSI, 볼보 V60 B4, 폭스바겐 골프1.0, 도요타 캠리 하이브리드 등을 누르고 최고 점수를 얻었다. 또한 영국 온라인 자동차 판매 사이트인 오토 트레이더가 6월 발표한 2022년 뉴 카 어워즈에서도 기아 쏜토 하이브리드, 렉서스 RX 450h 등의 경쟁 차량을 제치고 실제 구매자가 꼽은 '최고의 하이브리드차' 부문에서 1위를 차지한 바 있다.

르노 F1 머신에 적용되는 E-테크 기술력을 접목했다는 점도 주목할 만하다. XM3 E-TECH 하이브리드는 도심 주행시 일정 구간에서 전기 모드로 주행이 가능해 연료 효율성을 극대화 해준다.

XM3 E-TECH 하이브리드의 복합 연비는 20.4km/L(유럽 WLTP 기준)이며, 국내 기준을 적용하면 유럽 대비 80~85% 수준 연비가 예상된다. 순수 전기차에 충분히 대항할 만한 연비로 출시 전부터 많은 예비 오너들의 주목을 받고 있다.

르노코리아자동차 관계자는 "지금까지 다른 브랜드에서 경험해보지 못한 하이브리드 기술을 XM3로 만날 수 있다. 직접 경험해보면 유럽에서 왜 높은 인기를 끌었는지 알게 될 것"이라고 밝혔다.

원성열 기자 sereno@donga.com

카카오모빌리티-현대차, 자율주행 MOU “카카오T로 아이오닉5 자율주행차 호출”

‘카카오T’로 아이오닉5 ‘로보라이드’를 호출한다.

카카오모빌리티는 19일 현대자동차와 ‘자율주행 모빌리티 서비스 실증 및 상용화를 위한 MOU’를 체결했다. 국내 1위 모빌리티 플랫폼과 국내 1위 자동차 제조사의 협력으로 시너지가 기대된다.

양사는 자율주행 기술을 활용한 다양한 서비스 실증 및 사업 개발을 위해 상호 협력 방안을 논의해나갈 계획이다. 이를 위한 첫 걸음으로 카카오모빌리티의 카카오T 플랫폼을 활용해 현대자동차가 자체 개발한 아이오닉5 로보라이드를 호출하고 이용할 수 있도록 하는 등 도심 자율주행 모빌리티 시범 서비스를 연내 선보일 예정이다.

카카오모빌리티는 3000만 명 이상의 누적 가입자를 보유한 카카오T와 2200만 명 이상이 가입한 ‘카카오내비’를 기반으로 자율주행 기술 개발의 근간이 되는 내비게이션, 택시, 주차 데이터와 서비스 노하우를 쌓아왔다.

이번 MOU는 자율주행 서비스가 실증을 넘어 상용화 단계로 진화하기 위한 초석이라는 데 의미가 있다는 것이 카카오모빌리티 측 설명이다. 양사는 도심 자율주행 모빌리티 서비스를 시작으로, 향후 다양한 환경에서 다양한 차량을 통해 자율주행 서비스를 제공할 수 있도록 협력 범위를 확대해 나갈 계획이다.

장웅준 현대차 자율주행사업부 전무는 “현대자동차가 보유한 자율주행 기술을 카카오모빌리티의 플랫폼을 이용해 더 많은 고객들께 선보일 수 있게 될 것으로 기대한다”고 말했다. 장성욱 카카오모빌리티 미래이동연구소 부사장은 “자율주행 상용화의 초석을 마련할 수 있을 것이다”고 말했다.

김명근 기자 dionys@donga.com

웰라이프, 국내 첫 L-아르기닌 건식식 선보여



대상라이프사이언스는 건강기능식품 브랜드 웰라이프를 통해 국내 최초로 L-아르기닌을 함유한 ‘아르포텐 솔루션’을 출시했다. 식품의약품안전처에서 혈관 이완을 통한 혈행 개선 기능성을 처음으로 인정받았다. 평소 혈행이 원활하지 않거나 혈압이 높은 이들이 혈관 건강을 개선하는 데 도움을 줄 수 있다. 섭취하면 식약처 일일 권장 최대치인 L-아르기닌 6000mg을 섭취할 수 있다. 웰라이프는 60년 전통의 대상그룹이 식품 안전센터의 검증을 거친 건강식품을 선보이는 브랜드다.

건강 올레길 | 우리동네 주치의의 건강학

방심하기 쉬운 ‘갑상선 유두암’ 치료 정기 검진 시행으로 조기 파악 중요

갑상선은 갑상선호르몬 생성 및 분비에 관여하는 기관이다. 그런데 갑상선은 결절이 쉽게 발생한다.

갑상선 결절 대부분은 양성임으로 생명이 큰 지장을 주지 않는다. 그러나 결절 크기가 빠르게 커지거나 새로운 결절이 생길 경우 악성일 가능성이 존재한다. 국내 갑상선 악성결절 대부분을 차지하는 것은 갑상선 유두암종이다. 갑상선 유두암은 20~60대 여성에게 흔히 관찰된다. 적절한 치료를 받을 경우 예후가 매우 좋다.

문제는 갑상선암의 진단 및 치료 중요성을 간과하는 사례가 많다는 점이다. 유두암을 포함한 대부분의 갑상선암이 뚜렷한 임상적 양상을 보이지 않는다. 통증 없이 만져지는 경부 종괴로 발견되는 경우가 많다. 이외에 원목소리, 연하곤란 등의 증상을 나타낼 뿐이다.

치료 타이밍을 놓칠 경우 갑상선 뿐 아니라 주변 림프까지 악성종양의 전이가 이뤄질 수 있다. 따라서 정기 갑상선 검사를 시행해 결절 여부를 조기에 파악하는 것이 바람직하다.

결절이 발견되면 갑상선 기능 검사 및 갑상선 초음파 검사를 시행한다. 검사 소견에 따라서 갑상선 스캔 검사, 세침흡인검사 등을 진행하기도 한다. 그래도 충분한 진단이 이뤄지지 않았다면 조직 검사를 고려할 수 있다. 이후 갑상선 절제술, 갑상선호르몬 억제요법, 방사성 요오드 치료, 항암화학요법 등으로 개선을 도모한다.

천안 외과 미유외과 이승현 원장

편집 | 신하늬 기자 mythuki@donga.com

“글로벌 캐릭터로 도약”…롯데홈쇼핑, 美 뉴욕에 초대형 벨리곰 전시

20·21일 맨해튼 피어17에서 전시 부산세계박람회 유치 홍보 활동도

롯데홈쇼핑이 20, 21일 미국 뉴욕 맨해튼 관광명소 피어17에 15m 크기의 초대형 ‘벨리곰’을 전시한다.

롯데홈쇼핑이 자체 개발한 벨리곰은 ‘일상 속에 웃음을 주는 곰’이라는 세계관을 바탕으로 재미와 선한 영향력으로 대중에게 웃음과 힐링을 주는 분홍색 곰 캐릭터다. 4월 325만 명이 방문한 서울 잠실 롯데월드타워 공공전시로 국내 초대형 캐릭터 전시 붐을 일으킨 이후, 인천국제공항 등에서 오프라인 전시 및 팝업스토어 등을 진행해 왔다.

이번 공공전시는 브루클린 브릿지를 배경으로, 같은 기간 진행되는 롯데홈쇼핑의 중소기업 수출 지원 프로그램의 참가자 및



미국 뉴욕에서 열리는 벨리곰 전시 포스터.

사진제공 | 롯데홈쇼핑

현지 관람객을 대상으로 한다. 글로벌 인지도 확보를 위해 벨리곰 소개 영상을 대형 스크린에 송출하고, 고급 브로셔를 배포한다. 또 뉴욕 유명 관광지에 벨리곰이 출연하는 깜짝 카메라 이벤트도 마련했다.

2030 부산세계박람회 유치 홍보를 위해 벨리곰이 어게피와 팻말 등을 활용한 지원 활동도 병행한다. 이보현 롯데홈쇼핑 미디어사업부장은 “본격적인 해외 진출을 위해 뉴욕에서 초대형 전시를 기획했다”며 “벨리곰을 국내를 넘어 글로벌 캐릭터로 육성할 예정”이라고 했다.

한편 롯데홈쇼핑은 25일까지 ‘베스트 쇼핑위크’를 진행한다. 패션, 리빙, 뷰티, 건강식품 등 카테고리별 인기상품을 집중 편성하고 할인 혜택을 제공한다. 경기침체와 고물가 영향으로 소비가 위축된 상황에서 고객에게 합리적인 쇼핑 기회를 제공하고 자 기획했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

관광공사 “관광지 알고리즘 개발” ‘관광데이터 AI 경진대회’ 개최한다

이제는 관광산업도 인공지능 알고리즘의 빅데이터 경쟁이다.

한국관광공사는 ‘2022 관광데이터 AI 경진대회’를 온라인으로 진행한다. 10월 31일까지 국내 최대 데이터분석 플랫폼인 데이터에서 열리는 이번 경진대회의 과제는 2만3000여 개의 국문 관광지정보(POI)의 텍스트와 이미지 데이터를 인공지능 학습데이터로 활용해 관광지점 유형을 자동 분류하는 최적의 알고리즘을 개발하는 것이다.

현재 ‘대한민국 구석구석’ 등의 사이트를 통해 관광공사가 제공하는 관광지 정보의 유형 분류는 사람 손을 거치고 있다. 이를 인공지능 알고리즘으로 자동화하면 더 많은 데이터 생성과 향상된 처리 효율, 검색능력의 개선을 기대할 수 있다.

김재범 기자 oldfield@donga.com