

# G90이 한타 외면한 이유는... 4년전 타이어 불량 여파?

〈한국타이어〉

제네시스브랜드 콘티넨탈 등 사용 신형 그랜저IG도 미쉐린 제품 채택 하이브리드 제품에는 넥센타이어



지난 27일 출시한 제네시스 'G90'. 타이어는 수입산 콘티넨탈 제품을 사용하고 있다.

현대자동차가 최근 출시한 G90을 포함한 제네시스 브랜드 차종에 수입산 타이어를 채택한 사실이 알려지면서 국내산 브랜드인 한국타이어와의 관계가 소원해진 게 아니냐는 의혹이 또 다시 제기되고 있다.

4일 현대차에 따르면 현재 제네시스 브랜드 차종에는 미쉐린과 콘티넨탈 등 수입산 타이어를 사용하고 있다. G90의 경우 18인치 모델에는 미쉐린, 19인치 모델에는 콘티넨탈을 사용한다.

현대차는 지난 2015년에 출시된 제네시스 EQ900을 시작으로 수입산 타이어의 비중을 높이고 있다. 제네시스 브랜드

차종은 아니지만 신형 그랜저IG의 18, 19인치 타이어에도 미쉐린 제품이 들어간다. 단 17인치 모델에는 금호타이어, 하이브리드 제품에는 넥센타이어를 사용한다.

현대차 대리점 관계자는 "제네시스 브

랜드를 포함한 고가의 차종에는 전부 미쉐린이나 콘티넨탈 같은 수입산 타이어를 사용하고 있다"며 "그 외 차종에는 넥센타이어나 금호타이어의 제품을 많이 사용한다"고 전했다.

이에 대해 자동차 업계에서는 현대차

와 한국타이어의 관계가 멀어진 것이 아니냐는 관측과 함께 지난 2014년 제네시스에 장착한 한국타이어 한쪽에서 공기압 부족으로 발생하는 휠오토우 마모 현상이 일어나 진동, 소음이 발생했던 일을 그 이유로 제기하고 있다.

현대차 관계자는 "차종이나 브랜드 특성에 따라 공급받는 타이어가 다르다"며 "타이어 업체와의 사전계약에 따라 진행되는 것 뿐"이라고 밝혔다.

한편 현대차는 'G90' 출시를 기념해 지난 3일 프랑스 타이어 제조기업 미쉐린과 제휴를 맺고 고객이 미쉐린 타이어를 새로 구매할 경우 1년간 타이어와 관련된 손상에 대해 무상 교환 혜택을 주는 '대미지프리' 서비스를 실시했다. 서비스 대상은 G90을 비롯해 'G80', 'G70' 등의 제네시스 브랜드 차종이다.

김필수 대림대학교 자동차학과 교수는 "고가의 브랜드일 수록 성능이 좋은 수입산 타이어를 많이 사용한다"며 "승차감, 마찰력, 수명 등을 고려했을 때 아직 국내산 타이어가 수입산에 비해 못 미치는 부분이 많다"고 전했다.

/정연우 기자 yw964@metroseoul.co.kr

## 'U+아이돌 Live' 앱서 JYP연습생 뽑는다

LG유플러스-JYP

연습생 공채 15기 오디션 진행



모델이 LG유플러스의 'U+아이돌Live'와 함께하는 JYP 연습생 공채 15기 오디션'을 소개하고 있다. /LG유플러스

LG유플러스는 JYP엔터테인먼트와 손잡고 3일부터 'U+아이돌Live와 함께하는 JYP 연습생 공채 15기 오디션'을 진행한다

이번 오디션은 별도의 서류 제출 없이 지원자가 'U+아이돌Live' 애플리케이션(앱) 내에 있는 공채 15기 오디션 지원 페이지에서 필요한 정보를 입력하면 사전 접수가 가능하다. 또 진행 날짜 및 시간, 본선 진출자 발표 등 오디션과 관련된 주요 정보도 U+아이돌Live 앱을 통해 확인할 수 있다.

아울러 이번 오디션에는 U+아이돌Live 앱 사용자들을 위한 '인기 투표'가 포함됐다. 선발 과정 중 예선 통과자들의 오디션 영상을 활용해 U+아이돌Live 앱에서 단독으로 인기투표가 진행된다.

U+아이돌Live 앱 이용자들은 JYP 연습생 공채 과정에 직접 참여해 인기상을 선정할 수 있는 기회가 제공된다.

LG유플러스 관계자는 "U+아이돌Live 사용자들은 이번 JYP 공채 오디션의 모

델은 과정 및 결과를 앱에서 손쉽게 확인할 수 있고 직접 인기상도 뽑게 된다"며 "고객들이 진정으로 좋아하고 즐길 수 있는 이벤트를 마련하고자 JYP 엔터테인먼트와 함께 이번 오디션을 기획하게 됐다"고 설명했다.

이번 U+아이돌Live와 함께하는 JYP 연습생 공채 15기 오디션은 1월 초부터 부산, 대구, 광주, 대전, 서울 5개 지역에서 오프라인 예선이 진행된다. 1월 28일 U+아이돌Live 앱에서 본선 진출자가 발표된다. /김나인 기자 silkni@

## 성탄절 맞아 24시간 캐럴 특집 방영

KT스카이라이프 오디오채널

200·320번서 26일까지 제공

K-POP, 채널 200번)에서는 크리스마스 특별 스킨(UI)을 적용했다. 또 인기 가수 캐럴 등의 케이팝을 앨범 재킷과 함께 감상할 수 있다.

스카이 울트라오디오는 기존 음원사이트, 유료방송에서 제공하는 192K 음질보다 2배 이상 뛰어난 음질(리얼 384K)을 구현한다고 회사 측은 설명했다. 또 트랙 정보, 아티스트, 앨범 재킷, 악기 정보 등 음원 정보를 초고화질(UHD)급 화질로 함께 제공한다. 스카이라이프는 CD클래식(채널 199번), K-POP(채널 200번) 등 2개의 울트라오디오 채널을 제공하고 있다.

한편, 세티오(Satio)는 초고음질 4K 오디오 채널 '스카이 울트라오디오'를 누구나 체험해볼 수 있도록 서울 청담동 소재 하이파이 클럽에서 별도의 체험관을 운영한다. /김나인 기자

KT스카이라이프는 오디오 채널 세티오가 오는 26일까지 'Satio 크리스마스 캐럴(채널 320번)', '스카이 울트라오디오 K-POP(채널 200번)'에서 크리스마스 캐럴을 24시간 특집 방영한다고 4일 밝혔다.

'Satio 크리스마스 캐럴'(채널 320번)은 팝 아티스트들의 정통 캐럴, 편곡된 리믹스 캐럴, 장르별 캐럴 등 크리스마스 캐럴 방송을 24시간 내내 제공한다.

특집 채널에서는 빙 크로스비, 카펜터스 등 해외 유명 팝 아티스트들이 부르는 정통 캐럴을 CD음질로 감상할 수 있다.

그 밖에 4K 오디오 채널인 '스카이 울트라오디오 K-POP(Sky Ultra Audio

## 알짜배기 옵션에 2268만원... 가성비 甲

〈개소세 인하 적용가격〉



### 르노삼성 'SM6 프라임'

열선시트·전자식 룸미러 등 선호도 높은 편의사양 탑재



르노삼성 SM6 프라임.

르노삼성자동차가 지난 10월 선보인 SM6 프라임 모델이 국내 시장에서 호평을 받고 있다. 고객 선호도가 높은 알짜배기 옵션을 적용하 반면 가격 부담은 낮춰 소비자들의 입맛을 맞췄기 때문이다.

이같은 장점 덕분에 SM6 프라임 모델은 지난달 544대 판매대 전월 대비 68.9%의 높은 증가율을 보였다. 이에 SM6 2.0 프라임 SE 모델의 시승을 통해 차량의 매력을 분석해 봤다. 시승은 서울 여의도를 출발해 안면도를 왕복하는 약 340km 구간에서 진행했다. 도심과 고속도로, 굽은 길이 많은 국도 등으로 구성돼 차량의 다양한 성능을 충분히 시험해 볼 수 있었다.

외모는 기존 모델과 차이를 느낄 수 없다. 그러나 내부는 조금씩 변화를 줬다.

파워트레인은 SM5에도 사용하고 있는 2.0 CVT II 엔진에 자트코사의 엑

스트로니 무단변속기(CVT)를 결합해 최고출력 140마력과 최대토크 19.7kg·m의 힘을 낸다. 기존 가솔린 제품군인 1.6 TCe의 터보엔진과 비교해 폭발력은 다소 떨어지지만, 상대적으로 풍부한 배기량을 바탕으로 조금 더 편안한 주행감을 선사한다. 특히 R-EPS 스티어링 휠을 적용해 조향 느낌이 더욱 정교하게 향상됐다. 회전 구간에서 민첩함과 부드러운 무단변속기 조합은 주행 스트레스를 느끼기 쉬운 시내주행에서 만족감을 느낄 수 있다.

정숙성은 기존 가솔린 모델을 넘어서는 수준급이다. SM6 프라임은 모든 트림의 앞 유리에 열 차단 기능을 추가한 차음 윈드실드 글라스를 기본 적용한 덕분이다. 정지상태는 물론 급가속해도 차량 안으로 스며드는 소음은 크지 않았다.

실내는 고객 선호도가 높은 편의사양만을 적용하려는 노력이 묻어났다. 시승 모델인 SE 트림의 경우 운전석 파워 시트를 비롯해 뒷좌석 열선시트, 전자식 파킹 브레이크, 크루즈 컨트롤 및 스피드 리미터, 하이패스 기능을 담은 전자식 룸미러, 좌우 독립 풀오토 에어컨, 레인 센싱 와이퍼, 매직트렁크, 열선 스티어링 휠 등을 기본 탑재했다. 시승을 마친 후 최종 연비는 13.4km/L로 복합 공인 연비(11.4km/L)보다 높은 수치를 기록했다.

이같은 옵션을 적용했지만 가격은 2268만~2498만원(개소세 인하 적용가격)으로 책정했다. SM6 프라임의 최대 장점이기도 하다. SM6 프라임은 중형 세단 구매시 옵션 선택을 고민하는 소비자를 충족시키는 최고의 선택지가 될 것으로 보인다. /양성운 기자 ysw@

제주항공

## 취항 12년6개월만에 탑승객 6천만명 돌파

제주항공이 지난 3일 기준으로 누적탑승객 6000만명을 달성했다.

4일 제주항공에 따르면 누적탑승객 6000만명 돌파는 지난 2006년 6월 취항 이후 12년 6개월 만이다. 2018년까지 연평균 37%, 2016년 이후 최근 3년 동안 연평균 18% 수준의 높은 여객수송 성장률을 이어가고 있다.

제주항공은 취항이후 6년 11개월만인 2012년 5월 누적탑승객 1000만명을 넘어섰으며 이후 2년 2개월만인 2014년 7월



제주항공 승무원들이 4일 오전 김포국제공항 국제선 터미널에서 누적 탑승객 6000만 명 돌파를 자축하고 있다.

2000만명, 1년 6개월만인 2016년 1월 3000만명, 1년 1개월 만인 2017년 2월 4000만명, 11개월여 만인 2018년 2월 5000만명을 달성한 데 이어 6000만명을 돌파할 때는 10개월이 걸리는 등 1000만명 단위 돌파

기간을 빠르게 줄여가고 있다. 6000만명의 누적탑승객 가운데 국내선 탑승객은 3400만명으로 56.7%의 비중을 차지했으며 국제선 탑승객은 43.3%인 2600만명으로 집계됐다. /정연우 기자