

강인하지만 안정감 돋보이는 명불허전 ‘회장님 차’



제네시스 ‘G90’

신차에 가까울 정도로 외형변화 여유롭고 고급스러운 내부 소재 앞좌석보다 뒷좌석이 더 안락해 다양한 최첨단 기술로 만족도 ↑



제네시스 G90 주행 모습.



제네시스 G90 실내 모습.

제네시스 브랜드의 플래그십 세단 ‘G90’이 출시 3개월이 지났지만 여전히 인기다. G90은 지난 2015년 출시한 플래그십 세단 EQ900의 부분변경 모델이다. G90은 부분변경 모델이지만 새로운 이름으로 모습을 드러낸 만큼 신차급 디자인 변화를 적용했으며 다양한 안전·편의 사양을 추가하며 한층 젊어진 ‘회장님 차’로 거듭났다.

이같은 변화를 통해 지난해 11월 출시된 제네시스 G90은 그해 12월 2000여대가 판매됐다. 지난 1월에도 1400여대가 판매되는 등 기존 EQ900과 비교하면 3배 가까운 성장세를 기록하고 있다. 이에 제네시스 G90의 인기 비결을 분석하기

위해 3.3터보 모델의 시승을 진행했다. 외형은 신차에 가까울 정도로 변화를 줬다. 차량 전체적으로 수평적인 라인을 적용해 안정된 느낌을 강조했다. 휠은 중앙으로부터 여러 바퀴살이 퍼지는 ‘멀티스포크’ 형상으로 한눈에 제네시스 G90임을 감지할 수 있다. 후면부는 제네시스 엠블럼을 고급스럽게 표현해 존재감을 높였다. 단, 후면부는 고객의 취향에 따라 호불호가 갈릴 것으로 보인다.

플래그십 세단인 만큼 실내 공간은 여유로웠다. G90의 제원상 크기는 전장 5205mm, 전폭 1915mm, 전고 1495mm, 축거 3160mm다. 성인 4명이 탑승했지만 공간

은 넉넉했다. 실내 디자인은 수평적이고 간결하게 구성됐지만 대부분 소재의 질감이 상당히 고급스러웠다.

차량의 주행성을 경험하기 위해서 울 여의도를 출발해 양양국제공항까지 왕복 총 400km 구간에서 시승을 진행했다. ‘회장님 차’인 만큼 앞좌석보다 뒷좌석에서 최상의 안락함을 느낄 수 있다. 또 뒷좌석에서 인포테인먼트 시스템 기능을 컨트롤 할 수 있다. 특히 어댑티브 컨트롤 서스펜션은 노면이 고르지 못한 구간에서도 충격을 느끼지 못할 정도로 뒷좌석 승객에게 안락함을 제공했다.

주행 성능은 만족스러웠지만 차체 중

량 때문인지 다소 무겁다는 느낌을 받았다. 물론 3.3터보 엔진을 탑재해 큰 차체를 이끄는 데 전혀 부족함은 없었다. 고속도에서 가속페달에 가볍게 힘을 주자 부드럽게 가속하며 순식간에 시속 160km를 넘어섰다. 고속 주행 중에도 소음은 거의 느껴지지 않았다. 역동적인 느낌보다는 편안하고 안정된 승차감이라는 표현이 어울렸다. 차선을 바꾸기 위해 방향지시등을 켜자 계기판에 후측방 진행 상황을 확인할 수 있어 사각지대는 신경쓰지 않아도 됐다.

다양한 최첨단 기술을 적용해 만족도를 높여준다. 차로 이탈 방지 기능은 완

벽했다. 차선을 이탈하면 헤드업 디스플레이(HUD)로 표시해주며 음향과 진동으로 경고한 뒤 자동으로 차선을 이탈하지 않도록 잡아준다.

또 ‘내비게이션 자동 무선 업데이트’ ‘지능형 차량 관리 서비스’도 매력적이다. ‘지능형 차량 관리 서비스’는 차량에 기록되는 유의미한 정보로 차량 운행 습관을 분석, 배터리와 브레이크 패드 관리 등의 운전자 맞춤형 차량 관리 가이드를 제공하는 기술이다. 전·후석 고객도 각각 독립적으로 내비게이션 기능을 사용할 수 있다. 터널에 진입시 자동으로 창문을 닫으며 공조시스템을 내기순환모드로 변경해 놀라웠다.

G90의 복합연비는 18인치 2WD 기준 8.8km/L이며 실제 시승에서는 9.1km/L로 비교적 만족스러운 수치를 기록했다. 제네시스 G90 3.3 터보의 가격은 8099만~1억1388만 원이다.

시승 결과 G90은 첨단 안전사양과 다양한 인포테인먼트를 적용해 운전기사를 둔 ‘회장님’을 위한 고급 세단이라는 느낌을 받았다. 럭셔리함과 편 드라이빙을 즐기고 싶은 운전자에게는 G70을 추천하고 싶다. /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

삼성중, 8700억 LNG선 4척 수주

미주지역 선주와 계약 체결 올해 수주 목표 14% 달성



삼성중공업이 건조한 LNG선.

삼성중공업이 LNG선 분야 경쟁력을 바탕으로 연초부터 수주 실적을 이끌어 내며 실적 반등에 나서고 있다.

삼성중공업은 미주지역 선주와 8704억 원 규모의 액화천연가스(LNG)운반선 4척 건조 계약을 체결했다고 21일 공시했다. 이들 선박은 2022년 9월 말까지 인도될 예정이다.

삼성중공업은 이번 계약으로 올해 들어 LNG운반선 6척, 11억 달러(약 1조 3000억원)의 수주 실적을 기록하고 있다. 이는 지난해 매출액 5조2651억원의 25% 수준이며 올해 수주 목표인 78억 달러(약 8조7800억원)의 14%로 목표 달성에 청신호가 켜졌다. 삼성중공업은 지난해 LNG운반선을 18척을 수주한 바 있다.

업계에 따르면 올해 들어 LNG운반선 수주는 삼성중공업이 이번 대량 수주 물량을 확보하면서 6척으로 가장 많고 대우조선해양이 1척을 수주했다.

지난해 LNG운반선 25척 수주해 국내 3사중 가장 많은 물량을 확보한 현대중공업그룹은 올해 LNG선 1척을 수주한 상태다.

/양성운 기자

한화 S&C 합병효과 보나

한화에어로스페이스, 4분기 수익성 개선

영업익 572억... 23.5%증가

한화에어로스페이스가 한화S&C 합병 효과에 힘입어 지난해 4분기 호실적을 기록했다. 올해도 한화에어로스페이스는 외형 확대 효과와 항공 수주 잔고 증가, K-9자주포 인도 수출 물량 확대, 민수사업 안정화 등에 힘입어 지속적인 성장이 기대되고 있다.

21일 업계에 따르면 한화에어로스페이스는 2018년 4분기 매출 1조6473억원, 영업익 572억원을 각각 기록했다. 전년 동기 대비 매출은 7.2%, 영업이익은

23.5% 늘어난 셈이다.

한화 관계자는 “엔진사업의 수출 증가와 한화S&C와 합병 효과 등에 힘입어 매출이 확대됐다”며 “영업이익은 합병효과에 더해 민수사업의 수익성이 개선되며 크게 늘었다”고 설명했다.

연간 영업이익은 556억원으로 전년보다 32.9%가 줄었다. 하지만 순이익은 515억원으로 지난해 순손실 576억원에서 흑자로 전환했다.

우선 항공 엔진사업은 프랫앤휘트니(P&W)의 기어터보팬(GTF) 엔진 수요 확대에 힘입어 내수와 수출이 모두 늘었

다. 또 방산사업은 한화디펜스의 K9자주포 내수물량 확대와 한화시스템의 전술정보통신체계(TICN)사업의 안정적 진행, 한화S&C와 합병효과 등에 힘입어 실적 개선됐다. 민수사업인 한화과워시스템은 주문형 압축기사업의 매출 확대에 외형 성장과 함께 2017년 회사 설립 뒤 첫 흑자를 기록했다.

한화에어로스페이스의 실적 개선세는 올해도 지속될 것으로 전망이다. 한화그룹 지배·사업구조 재편의 수혜, 방산매출 지속 성장 등이 긍정적이라는 평가다.

/김유진 기자 ujn6326@

LG하우시스, 북미 인조대리석 공략

美 ‘KBIS 2019’ 참가 프리미엄 신제품 대거 선보

LG하우시스가 세계 최대 인조대리석 시장인 북미 지역 추가 공략에 들어갔다. LG하우시스는 지난 19일(현지시간)부터 21일까지 미국 라스베이거스에서 열리고 있는 북미 최대 규모의 주방·욕실 전시회인 ‘KBIS 2019’에 참가해 엔지니어드 스톤과 인조대리석 신제품을 선보이고 있다고 밝혔다.

이번 전시회에서 LG하우시스는 엔지니어드 스톤 ‘비아테라’와 아크릴계 인조대리석 ‘하이마크’ 신제품 총 16종을 소개하고, 이 제품들을 주방 및 세탁실 등 실제 주거공간에 적용한 모습을 공개했다.

특히, 기존 비아테라 제품에 천연 대리

석 무늬를 더욱 자연스럽게 표현한 ‘비아테라-돌체’와 부드러운 곡선 패턴으로 가공성을 높이고 밝은 크림색을 적용해 고급스러운 디자인을 구현한 ‘하이마크-스트라토 크림’이 현지 건축 및 인테리어 업체 등 관계자들로부터 호평받고 있다.

LG하우시스는 현재 북미 아크릴계 인조대리석 시장에서 20%대의 시장 점유율로 듀폰에 이어 2위에 자리하고 있다. 엔지니어드 스톤 시장에서도 4위를 기록하며 시장점유율을 지속적으로 확대해 가고 있다.

게다가 올해 하반기에는 미국 조지아 공장내 엔지니어드 스톤 3호 생산라인 증설까지 끝나면 북미 지역에서의 생산규모가 기존 대비 50% 증가한 105만㎡까지 증가해 성장세가 더욱 탄력받을 전망이다.

/김승호 기자 bada@

BMW·볼보 등 수입차들도 ‘레몬법’ 수용 움직임

(자동차관리법 개정안)

벤처·도요타 등도 검토 진행 중

자동차의 교환·환불이 가능한 일명 ‘레몬법’이 올해 1월 1일부터 전면 시행되면서 수입차 업체들도 적극 수용하는 움직임을 보이고 있다. 그동안 수입차 업체가 소비자 보호에 소극적이었다는 비판을 의식한 조치로 해석된다.

‘레몬법’으로 불리는 ‘자동차관리법 개정안’은 신차 구매 후 1년 이내에 중대하자 발생할 경우 동일 증상 2회, 일반하자의 경우 동일 증상 3회 이상 수리 후 재발 시 제조사에 신차 교환이나 환불을 요구할 수 있는 제도다.

21일 업계에 따르면 영국 고급차 브랜드 롤스로이스와 BMW, 볼보 등 수입차 업체들이 한국형 ‘레몬법’을 적용하는 방안을 잇따라 발표하고 있다.

수입차 업체 중 가장 적극적인 움직임을 보이는 브랜드는 볼보코리아다. 볼보코리아의 경우 레몬법 자체가 소비자(구매



BMW 그룹 코리아 전시장 전경.

자)들을 케어하는 것이 주된 목적이라는 점을 살피 신차 구매 계약 체결 시 교환 환불 중재 등 규정 내용들을 구매자들에게 적극적으로 알리고 있는 상황이다. 볼보코리아는 레몬법을 구매자가 이해했다는 서명을 받는 등 레몬법 취지를 제대로 반영했다는 평가를 받고 있다.

BMW그룹 코리아도 정부가 추진 중인 한국형 ‘레몬법’을 2019년 1월 1일 이후 인수한 고객도 동일한 혜택을 받을 수 있도록 소급 적용하기로 결정했다. 이번 레

몬법 적용을 통해 BMW와 MINI를 구매하는 고객은 ‘하자 발생 시 신차로의 교환 및 환불 보장’ 등이 포함된 서면 계약에 따라 신차를 구입하고 레몬법 기준에 의거해 하자 발생 시 교환 또는 환불 받을 수 있다.

BMW의 경우 단순히 레몬법을 수용하는 단계를 넘어 사전경고시스템까지 준비해 궁극적으로는 동일하자 및 긴 수리 기간을 미리 예방할 수 있도록 할 방침이다.

롤스로이스도 ‘레몬법’을 적극 따르겠다는 입장을 밝혔다.

반면 국내 수입차 시장에서 높은 점유율을 유지하고 있는 메르세데스-벤츠코리아는 ‘레몬법’과 관련해 ‘관련 법령 및 중재 규정에 대한 정확한 이해를 위해 관련 사항을 국토부에 질의한 상태’라며 ‘회신 내용을 확인하고 수락 여부를 결정할 것’이라고 말했다. 도요타·렉서스는 회사 내부에서 긍정적으로 검토를 진행 중인 것으로 알려졌다.

/양성운 기자 ysw@