

엠바이옴 ‘에코 코팅’, 튠잇 ‘차량 개인화’, 폴레드 ‘주니어 카시트’

현대·기아차, 5년 공들인 사내 스타트업 3개사 분사

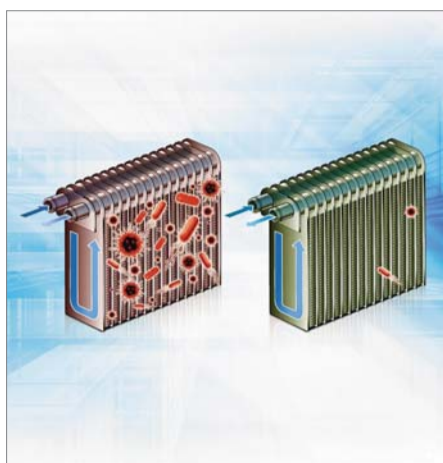
2000년부터 사내스타트업 육성 씨즈올 등 분사 후 5년만의 성과 독립기업으로 다양한 업계 개척

현대·기아자동차가 5년간 공들여 육성한 사내스타트업 3곳을 독립 출범시킨다.

현대·기아차는 ‘엠바이옴’, ‘튠잇’, ‘폴레드’ 등 유망 사내스타트업 3개사를 분사했다고 13일 밝혔다. 현대·기아차는 2000년부터 사내스타트업 육성 프로그램을 운영하고 있으며, 이번 분사는 2014년 이후 5년 만의 성과물로 3개 기업이 동시에 독립기업으로 설립되는 성과를 올렸다.

이번에 독립한 3개사는 3~5년의 육성 및 준비기간을 거쳤다.

‘엠바이옴’은 친환경 바이오 기술과 자동차 공조 기술을 융합해 차량 내 공기정화 기능을 강화한 ‘에코 코팅’ 기술을 개발했다. 안전성평가연구소(KIT), 환경부, 인도 친환경 제품 평가 연구소 등 국내외 관련 기관에서 안전성을 검증 받았다. ‘에코 코팅’ 기술은 올해 초



‘엠바이옴’ 에코 코팅 기술 이미지

출시한 현대차 인도 전략 차종 ‘쌍트로’에 적용돼 대기오염 문제가 심한 인도 시장에서 인기를 얻고 있다. 또 ‘엠바이옴’은 미세먼지 및 악취 제거 성능이 뛰어난 고효율 에어컨 필터 및 차량용 공기정화기를 개발해 연내 시장에 선보일 계획이다.

‘튠잇’은 어플리케이션을 통해 차량 내 편의장치를 통합 제어하는 ‘차량 개인화 기술’을 보유하고 있다. 지난 2018년 CES에서 선보인 현대차의 ‘인텔리전트 퍼스널 콕핏’에 차량 개인화 기술



‘튠잇’의 기술 시연 모습

과 차량 문을 2번 두드리면 탑승자를 인식해 차문을 열어주는 기능 등을 적용했으며, 친환경차 카셰어링 업체 ‘제이카’의 운영차량에도 기술을 적용하는 등 스마트 모빌리티 분야의 주목받는 기업으로 성장했다.

‘폴레드’는 2015년부터 자동차 분야에서 10년 이상의 연구개발 경력을 가진 현대·기아차 연구원들이 모여 만든 주니어카시트 전문 브랜드다. 3년여 간의 연구기간을 통해 지난해 1월 선보인 폴레드의 주니어카시트는 벨트 꼬임을



‘폴레드’의 제품 사진

방지하는 회전형 볼가이드 기술을 적용해 사고 발생시 상해를 감소시켜 주목을 받았다. 지난해에는 국내 최초로 신생아부터 12세까지 한번에 사용가능한 회전형 주니어 카시트 제품을 출시해 호응을 얻고 있다. 3개사는 조만간 기반을 갖춘 독립기업으로서 현대·기아차를 포함한 다양한 업계와 관련 시장 개척에 나설 계획이다.

이에 따라 ‘엠바이옴’, ‘튠잇’, ‘폴레드’는 그동안 현대·기아차 사내스타트업으로 활동했지만, 이달부터는 기반을

갖춘 독립기업으로서 현대·기아차를 포함한 다양한 업계와 관련 시장 개척에 나설 계획이다.

회사 관계자는 “사내스타트업은 자동차로 고객의 삶을 더욱 풍요롭게 하고 스마트 모빌리티를 주도하고자 하는 현대·기아차의 열정이 실현되는 기반”이라며 “현대·기아차는 사내스타트업 육성 뿐만 아니라 국내 우수 스타트업과의 협업을 지속해 아이디어와 열정을 가진 청년 일자리 창출에 기여하기 위해 노력할 것”이라고 말했다.

한편 현대·기아차는 2000년 ‘벤처플라자’ 프로그램을 출범해 안전, 환경, 편의 등 자동차와 관련된 직원들의 새로운 아이디어를 접목할 수 있는 다양한 개발 활동을 지원하고 있다. 이를 통해 차선이탈경보장치를 생산하는 ‘PLK 테크놀로지’, 현대차 디젤엔진을 소형선박용으로 개조해 생산하는 ‘현대씨즈올’ 등이 분사했다. 이번 3개 사내스타트업의 출범으로 현대·기아차에서 독립한 사내스타트업은 총 11개사로 늘었다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

SK텔레콤

폭·플로, 무제한 즐기자 월정액 부가서비스 출시

SK텔레콤은 폭(POOQ)과 플로(FLO)를 데이터 무제한으로 즐길 수 있는 월정액 부가서비스 ‘POOQ 앤 데이터’, ‘FLO 앤 데이터’를 출시한다고 13일 밝혔다. ‘POOQ 앤 데이터’는 지난 10일부터, ‘FLO 앤 데이터’는 오는 15일부터 가입 가능하다.

‘POOQ 앤 데이터’는 월 9900원에 폭에서 실시간 방송, 주문형비디오(VOD)를 감상할 수 있는 서비스다. 매일 전용 데이터 1기가바이트(GB)를 기본 제공하고 데이터 소진 시 3메가비피에스(Mbps) 속도를 지원한다.

폭은 지상파, 종편 등 80개 라이브 채널과 약 22만편의 VOD를 제공한다. ‘POOQ 앤 데이터 플러스(월 1만2300원)’에 가입하면, 한 ID로 최대 2개의 기기에서 영상을 감상할 수 있다.

‘FLO 앤 데이터’에 가입하면 월 7900원에 플로 무제한 듣기 서비스를 이용할 수 있다. 매일 3GB의 전용 데이터를 받고 데이터 소진 시 400Kbps 속도로 계속 이용 가능하다.

SK텔레콤은 LTE·5G 요금제 가입 고객을 대상으로 오는 10월 4일까지 ‘POOQ 앤 데이터’ 또는 ‘FLO 앤 데이터’에 가입하면, 3개월 간 월 100원에 이용할 수 있는 혜택을 제공한다.

/김나인 기자 silkni@



‘105년 전통’ 마세라티, 名品 가치를 넘어서다

1914년 이 마세라티 가문의 의해 설립 오르시 가문 거처 페라리와 손잡아 독보적기술력, 창조적 디자인으로 럭셔리스포츠세단 대표 자리매김

명품(名品)은 하루 아침에 만들어지지 않는다. 오랜 시간과 열정, 역사, 문화가 담겨 있다.

고급 위주의 카랑카랑한 엔진음으로 유명한 마세라티는 누구나 소유하고 싶은 드림카로 꼽힌다. 최근에는 마세라티가 대중화를 선언하면서 종종 만나볼 수 있지만 여전히 도로 위에서는 브랜드의 강렬한 존재감을 과시한다.

마세라티는 1914년 마세라티 가문의 여섯 형제들에 의해 이탈리아 볼로냐에서 설립되며 세계 자동차 산업과 역사의 전환점을 만들었다. 여섯 형제가 자동차와 레이싱에 대한 열정으로 시작해 독보적인 기술력과 이탈리아의 창조적인 디자인으로 하이퍼포먼스 럭셔리 스포츠 세단의 대표주자로 자리매김한 마세라티의 105년 헤리티지를 되짚어 본다.

◆105년 전통의 마세라티

마세라티는 1910년경 첫째 카를로가 결핵으로 세상을 떠난 이후 레이싱 드라이버이자 기술자로 이름을 알렸던 넷째 알피에리가 주축이 되어 1914년 이탈리아 볼로냐에서 조그마한 사무실을 오픈하면서 탄생했다. 이름은 ‘오피치네 알피에리 마세라티’로 현 마세라티의 전신이다. 설립 후 창립자인 알피에리 마세라티가 설계한 차량으로 수많은 레이싱 대회에서 우승을 거머쥐며 레이싱 대회의 강자로 부상했다. 1926년 알피에리는 순수한 마세라티 기술로 제작한 자동차 ‘티포 26(Tipo 26)’을 첫 출시



마세라티 형제.



마세라티 기블리.

했으며, 이 때 당시 예술가로 활동했던 다섯째 마리오의 제안으로 마세라티의 트레이드마크인 삼치창 로고를 처음으로 대중에 공개했다.

1937년 마세라티 형제가 회사를 오르시 가문에 넘기며 마세라티는 본사를 볼로냐에서 모데나로 옮긴다. 양산차 제작을 실시한 마세라티는 1947년 ‘레이싱용 엔진을 탑재한 승용차’라는 콘셉트로 지금의 ‘그란투리스모’ 기본 모델인 ‘A6 1500’을 출시했다.

1950년대 후반부터 마세라티는 아름답고 강력한 그랜드 투어링 모델 제작에 집중, ‘3500GT’를 출시했다. 당시 시장의 폭발적인 반향을 이끌어내고 9년간 2000여대가 팔리며 마세라티 역사에 써내려가기 시작했다.

이후 1960년대부터 8기통 엔진을 탑재한 모델 개발에 전념했으며 1963년에는 첫 번째 4도어 세단 ‘콰트로포르테’를 공개했다. 이후 1966년에는 ‘기블리’를 출시하며 기술과 예술이 조화를 이룬 모델이라는 찬사를 받는다.

◆페라리와 손잡고 본격 성장

1997년 피아트 계열사인 페라리에 소유권이 넘어가게 되는데 이 때부터 마세라티는 현대식 시설을 갖추고 본격

적인 성장의 발판을 마련한다. 당시 마세라티와 손을 잡은 페라리는 V8 엔진을 장착해 380마력의 최대 출력을 발휘하는 ‘3200GT’를 파리 모터쇼에서 공개했다.

또 마세라티는 마라넬로의 페라리 공장에서도 마세라티만을 위해 독점 제조 및 수작업으로 조립되는 V6와 V8 엔진을 장착한 고성능 모델을 생산하고 있다. 모든 모델은 차량 전후 무게를 50:50으로 완벽하게 배분할 뿐 아니라 동급차량 대비 가장 낮은 무게 중심을 구현, 정교한 핸들링을 발휘한다.

2003년 프랑크푸르트 모터쇼에서는 5세대 콰트로포르테를 2007년 제네바 모터쇼에서는 2도어 4시트 쿠페 그란투리스모를 공개했다.

2013년 6세대 콰트로포르테와 기블리가 잇달아 출시됐으며, 2014년에는 제네바 모터쇼에서 콘셉트카 알피에리를 선보이며 회사 창립 100주년을 기념했다. 마세라티는 브랜드 최초의 SUV인 르반떼를 2016년 제네바 모터쇼에서 공개한 이후 초고성능 슈퍼 SUV 르반떼 GT와 르반떼 트로페오를 잇따라 출시하며 또 다른 브랜드 역사를 써내려가고 있다.

◆명품의 차이는 인테리어와 특유의 ‘엔진음’

마세라티의 시트를 비롯해 내장재는 독일차에서 느껴지는 감각과 구분된다. 마세라티의 인테리어에 사용되는 가죽은 최고급 이탈리아 가죽 브랜드 폴트로나 프라우의 작품이다. 폴트로나 프라우는 뛰어난 가죽 품질과 특유의 전통적인 기술 공정으로 유명한 이탈리아 장인 정신을 대표하는 브랜드이다. 마세라티와 폴트로나 프라우는 창조적이고 탁월한 제품을 추구한다는 신념을 바탕으로 2001년부터 콜라보레이션을 진행했다.

마세라티의 배기 사운드는 도로 위의 예술품으로 불린다. 섬세하면서도 묵직한 힘으로 운전자의 가슴을 뛰게 하는 엔진음은 마세라티 본사에 ‘엔진사운드 디자인 엔지니어’와 함께 튜닝 전문가, 피아니스트, 작곡가를 자문위원으로 초빙해 악보를 그려가며 배기음을 조율한다. 이때 ‘작곡’한다는 표현을 사용할 정도로 배기음에 각별히 공을 들여 도로 위의 예술품을 탄생시킨다.

마세라티는 성장의 가장 큰 동력이라 할 수 있는 오랜 역사와 가치를 바탕으로 고성능 럭셔리 브랜드로서 세계적인 명성을 이어나가고 있다. /양성운 기자