

모비스, 스케이트보드형 모듈 선점... 글로벌 전기차 공략



독일 'IAA모빌리티'서 전략 공개
업체 요구 맞춰 유기적 공급 장점

설계·양산 등 고객사 직접서 추진
북미·중국 등 4대 거점 KAM 운영

〈현대모비스 중장기 글로벌 영업전략〉

제품전략	스케이트보드형 모듈 개발
	새시 프레임에 핵심부품·e파워트레인 융합
	완성차 요구 유기적 대응 및 다양한 PVB개발 지원
	EV 모빌리티 부품 육성
고객대응	IVI·AV·EV 부품군 대표 수주품목 육성
	AR HUD, 커뮤니케이션램프, 자동주차시스템 등
	핵심고객 전담조직(KAM)운영
	유럽·북미·중국·인도 등 현지 맞춤형 수주활동 전개
	고객사별 수주 총괄 임원급 현지 전문가 20여명 채용
연구개발 현지화 지원	연구개발 현지화 지원
	유럽·북미·중국 등 현지설계, 평가 등 R&D강화
	현지 고객사별 맞춤대응 위한 연구원 채용 확대



현대모비스가 자동차 핵심부품에 e파워트레인을 융합한 전기차용 모듈 시장을 개척하고, 현지 고객사를 전담하는 영업활동 조직을 강화해 글로벌 수주활동에 나선다.

현대모비스는 6일(현지시간) 독일 뮌헨에서 열리는 'IAA 모빌리티 2021' 미디어발표회에서 '모빌리티 무브(Mobility Move)'를 주제로 이 같은 중장기 글로벌 영업 전략을 공개한다고 5일 밝혔다. 자율주행과 커넥티비티 등 현대모비스의 주력분야에 전동화부품 포트폴리오를 융합한 전기차(EV)모빌리티 분야 글로벌 파트너로서 자리 매김하겠다는 전략이다.

우선 기존 자동차 모듈과 핵심부품 부문의 역량을 바탕으로, 그동안 확보해 온 전동화부품 포트폴리오를 통합한 스케이트보드형 모듈 시장을 선제적으로 개척한다는 방침이다. 전기차 시장의 급격한 성장세에 따라 현대모비스가 두 부문에서 보유한 핵심역량을 모아 시너지를 내겠다는 취지다.

스케이트보드형 모듈은 차량의 뼈대를 이루는 새시프레임에 e파워트레인 시스템으로 불리는 전동화 핵심부품들이 합쳐진 형태다. 글로벌 완성차들의 요구에 맞춰 유기적으로 공급할 수 있

는 장점이 있다. 완성차 업체들은 이를 기반으로 다양한 미래형 전기차 PBV(목적기반차량)을 개발할 수 있다.

글로벌 현지시장에 특화된 맞춤형 영업활동도 대폭 강화한다. 고객사 요구 사항 파악에서부터 설계, 양산, 품질에 이르는 전 과정을 현지 고객사 직접에서 추진한다. 현대모비스는 현지에서 고객사별로 이러한 활동을 총괄하는 임원급 현지 전문가 채용을 시작했으며, 2023년까지 총 20여명 수준으로 확대한다는 방침이다.

현대모비스는 유럽을 시작으로 북

미, 중국, 인도 등 글로벌 4대 거점에 핵심 고객 전담조직(KAM)도 운영한다. 현지 맞춤형 수주 활동을 위한 것으로 향후에 일본과 기타지역으로도 확대할 예정이다. 각 고객사에 특화된 밀착형 지원과 속도감 있는 영업활동으로 수주 포트폴리오를 다변화하고, 유기적인 파트너십을 구축한다는 전략이다.

현대모비스는 KAE 15~20명을 채용할 예정이다. 이들은 현지에서 발생하는 주요 이슈에 대한 최종 의사결정 권한을 바탕으로 신속한 고객 대응을 추진하는 역할을 수행한다.

이와 함께 연구개발 현지화도 병행한다. 현대모비스는 북미, 독일, 중국 등 해외연구소에 현지 고객 맞춤 대응을 위한 전담 연구원들도 대폭 확대할 방침이다. KAM과 마찬가지로 각 고객사에 특화된 설계, 평가 등 현지 연구개발 기능을 강화하기 위한 차원이다.

한편 IAA에서는 현대모비스 글로벌 OE영업부부장인 악셀 마슈카 부사장이 발표자로 나서 글로벌 영업전략을 공개한다. 이날 발표에서 현대모비스는 주행에서 충전까지 미래 모빌리티 시대에 적용되는 회사의 신기술도 함께 소개할 것으로 알려졌다.

마슈카 부사장은 "현대모비스는 창의력과 핵심 경쟁력을 결합한 제품 포트폴리오로 전동화 모빌리티 시장을 선점해 나갈 것"이라며 "유럽을 시작으로 글로벌 완성차 메이커들과의 유기적인 파트너십도 확대할 방침"이라고 말했다.

현대모비스는 IAA를 통해 전동화와 자율주행 30여 개 신기술을 선보인다. 오는 12일까지 현장에서 글로벌 고객사와 접촉하며 마케팅에 박차를 가할 계획이다. /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

코트라, 스마트시티 기업 중남미진출 지원

2주간 중남미 스마트시티 협력 워크

KOTRA(코트라)가 6일부터 2주간 온라인에서 국내 스마트시티 기업의 중남미 시장 진출을 돕기 위한 '중남미 스마트시티 협력 워크'를 개최한다.

이번 행사는 6일부터 2주간 멕시코(멕시코)·상파울루(브라질)·산티아고(칠레)·리마(페루)·보고타(콜롬비아)·키토(에콰도르)·과테말라 등 코트라 중남미지역 7개 해외무역관이 공동으로 진행한다.

이달 6일부터 10일까지 열리는 웨비나(웹 세미나)에선 한국의 ▲스마트시티 운영사례 ▲교통·수처리·환경 전자정부 등 분야별 서비스 사례 등이 소개된다. 웨비나엔 현지 건설사와 공공기관, 지방정부 관계자 등 200여명이 참가할 예정이다.

화상상담회는 스마트 시티 관련 국내 기업 55개 사가 참가해 현지 발주처 및 바이어 등 36개 사와 약 110건의 상담을

진행한다. 이번 상담회에는 현지 ICT(정보통신기술) 바이어, 컨설팅 기업 외에도 브라질의 니테로이 시 정부 등 5개의 지방정부 관계자가 참가한다.

코트라는 이번 행사가 중남미 시장에 진출을 준비했던 국내 기업들에 도움이 될 것으로 기대하고 있다. 글로벌 시장 조사기관 마켓앤마켓에 따르면 중남미 스마트시티 시장 규모는 지난해 232억 달러에서 2025년 488억 달러로 연평균 16.1% 성장할 것으로 전망된다. 특히 전자정부, 공공치안 등 스마트 시민 서비스와 자동요금 징수, 교통관리 등 스마트 교통 솔루션에 대한 수요가 시장 성장을 주도할 것으로 보인다.

김상목 코트라 혁신성장본부장은 "인구 집중에 따라 중남미 국가들도 여러 도시 문제를 겪고 있다"며 "한국이 강점이 있는 다양한 스마트시티 솔루션을 중심으로 중남미 시장 진출 사업을 계속 확대해 나가겠다"고 밝혔다.

/양성운 기자

임단협 마무리... 반도체 대책마련 '골머리'

국내 완성차 5개사, 악재 돌파 집중

GM 이달 북미 8개 공장 생산중단 르노삼성 2일간 부산공장 가동중단

현대차·기아 동남아 봉쇄 '수급난' 차량 인도에 최대 6개월 '출고 적체'

코로나19 재확산과 자동차반도체 수급 부족으로 힘겨운 시기를 보내고 있는 국내 완성차 업계 5개사가 추석전 임단협을 마무리하고 한 숨 돌렸다.

국내 완성차 업계 만행인 현대차의 여름 휴가 전 임단협 타결을 시작으로 한국지엠, 기아, 르노삼성 노사가 협력을 위해 손을 잡았다. 매각작업이 진행 중인 쌍용차는 12년 연속 무분규를 이어가고 있다. 완성차 업계는 코로나19 재확산과 자동차 반도체 수급 부족에 따른 외부 악재 돌파를 위해 노사가 집중할 방침이다.

5일 업계에 따르면 한국지엠은 트레일블레이저를 생산하는 부평1공장의 가동률을 지난달 100% 정상가동하다 이번 달 50%로 다시 축소해 운영하고 있다. 트랙스 등을 생산하는 부평2공장도 절반만 가동하고 있으며 스파크를 생산하는 창원공장만 정상 가동 중이다.

GM 본사는 이미 대부분의 북미 지역 공장에서 추가 감산에 들어간 상태다. GM은 다음주 인디애나주 포트 웨인과 멕시코 실라오 공장을 멈추기로 하는 등 이번달에 북미 지역 8개 공장의 생산을 중단하겠다고 밝혔다.

이미 상반기에 8만대 이상의 생산 손실을 입은 한국GM은 노조의 별다른 쟁의행위 없이 추석 전 임금협상 타결에 성공하며 한시름 놓는 듯 했지만, 하반기에도 반도체 수급 상황이 개선되지 않으면서 안도하지 못하는 분위기다.



기아 신형 스포티지.

또한 올 하반기 기대작으로 주목받은 2022년형 볼트 EV와 볼트 EUV는 GM 본사의 리콜 결정으로 국내 출시에 차질이 우려되는 상황이다. 다만 소비자 안전을 위해 대응적 결단을 내린만큼 차량 안전성에 대한 신뢰는 한층 견고해질 전망이다.

르노삼성은 지난 3일 노조 조합원 대상 투표에서 55%의 찬성으로 잠정합의안을 가결하며 작년 임단협을 마침내 끝냈다. 경영 정상화를 위해 노사간 협력에 나서고 있지만 여전히 위기는 존재하고 있다. 르노삼성도 차량용 반도체 수급난으로 생산 차질을 겪게 될 가능성도 배제할 수 없는 상황이기 때문이다.

르노삼성은 상반기에 반도체 부족으로 공장 문을 닫은 적은 없었지만, 지난 7월 결국 부산공장의 가동을 이틀간 중단하면서 수급난 장기화의 영향을 피해가지는 못했다.

올해 공격적으로 신차를 출시하며 글로벌 판매량 확대에 나선 현대차와 기아도 올 하반기 전망은 밝지 않은 상황이다. 동남아 지역 락다운(봉쇄)으로 반도체 수급난이 심화하면서 현대차는 지난달 국내외 해외 판매가 모두 작년 같

은 달에 비해 각각 6.5%와 7.8% 감소했다. 성장세를 이어오던 미국 판매도 재고량이 줄면서 주춤했다.

기아는 국내 판매는 6.6% 증가했지만, 해외 판매는 1.4% 감소했다. 업계에서는 국내 판매의 경우 차량 수요는 높지만 공급이 따라잡지 못하고 있고, 해외 판매는 재고 소진으로 판매할 수 있는 차량이 부족한 상황으로 분석하고 있다.

특히 기아는 지난 7월 출시한 5세대 신형 스포티지 인기에도 한숨만 쉬고 있다. 반도체 등 부품 수급 문제로 차량 인도까지 하이브리드는 6개월, 디젤과 가솔린 모델은 4개월 이상 소요된다. 카니발은 디젤이 5개월 이상, 가솔린은 6개월 이상 기다려야 한다.

현대차와 제네시스도 상황은 비슷하다. 그랜저와 쏘나타는 최소 1개월 이상, 싼타페는 3개월가량 기다려야 출고할 수 있다. 투싼은 1월 계약분이 이달 중순에나 출고가 가능할 정도로 심각한 출고 적체현상을 보이고 있다.

제네시스 G80은 2개월 이상, G70은 최소 3개월, GV80과 GV70은 최소 4개월은 기다려야 차량을 인도받을 수 있다. /양성운 기자

르노삼성, 전시장 방문고객 이벤트

추첨통해 에어매트 등 선물

르노삼성자동차가 인기 차종인 QM6 누적 20만대 판매 돌파를 앞두고 올 가을 경품 대잔치를 마련했다고 5일 밝혔다. 총 2000명을 대상으로 이달부터 11월까지 추첨을 통해 푸집한 경품을 제공한다.

이번 행사는 전시장을 방문하기만 해도 경품을 받을 수 있는 자격이 주어진다. 차중에 상관없이 전시장을 방문한 고객 1315명에게 차박과 캠핑에 필수품이 된 에어매트를 매달 추첨을 통해 선물한

다. 이달에는 515명, 10월과 11월에는 각각 400명씩을 추첨해 증정할 예정이다.

이 기간 동안 QM6 2022년형을 구매한 고객 중 685명을 추첨해 다양한 선물을 증정한다. 이달에는 4명, 10월과 11월에는 각각 3명씩 총 10명을 추첨해 LG OLED TV를 경품으로 제공한다. 매월 5명씩 총 15명에게는 100만원 상당의 여행상품권을 증정하고 매월 20명씩 총 60명에게는 7년 보증 연장의 혜택이 주어진다. 또 200명씩 매달 추첨해 총 600명에게 엔진오일 1회 교환권을 증정할 예정이다. /양성운 기자