

# 전동화·자율주행 주도권 치열... 韓 기업 '초격차' 뽐낸다

## IAA 모빌리티 2023

글로벌 산업계가 오랜만에 모터쇼에 총집합했다. 유럽 기업들이 전동화 시대에도 주도권을 이어갈 새로운 전략들을 내놓는 가운데, 국내 기업들은 첨단 기술을 소개하며 '초격차'를 뽐내는 모습이다.

4일 업계에 따르면 IAA(Internationale Automobil Ausstellung) 모빌리티가 5일(현지시간) 독일 뮌헨에서 개막한다. 이를 앞두고 4일 프레스테이를 통해 참가 기업별 전시를 소개하는 자리도 마련했다.

IAA는 세계 최대 모터쇼로 불리는 프랑크푸르트 모터쇼를 계승한 행사다. 1897년부터 이어지다가 2021년부터 자리를 뮌헨으로 옮기고 이름도 IAA 모빌리티로 바꿨다.

올해 행사는 역대 최대 규모로 회복할 것으로 예상된다. 완성차는 물론 전장 업계까지 대거 참가를 결정하면서다. 주제도 'Experience Connected Mobility'로, 전동화와 자율주행 등 현실로 다가온 미래 모빌리티와 관련한 기술을 겨루는 자리로 완전히 탈바꿈했다.

### ◆ 전동화는 필수, 어떻게 하나

올해 IAA는 미래 전기차를 어떻게 발전시킬지에 대한 논의가 가장 활발할 것으로 예상된다. 이미 글로벌 업계가 전기차로 방향성을 설정한 상황, 저마다 다른 기술과 전략을 내놓고 경쟁하는 모습이다.

현대모비스는 글로벌 시장에서 인정받은 전동화 기술력을 소개한다. 현대자동차·기아를 넘어서 주요 전장 기업으로 입지를 확대하겠다는 포부다.

세계 최초 대형 전동화 SUV인 EV9으로 검증받은 배터리시스템(BSA)과 동력전달(PE)시스템을 비롯해, 차세대



조주완 LG전자 사장이 4일(현지시간) 독일 뮌헨에서 열린 IAA 모빌리티 2023 프레스 콘퍼런스에 참석해 미래 모빌리티 고객경험 테마 'Alpha-able(알파블)'을 소개하고 있다. /뉴스1

전동화 플랫폼인 e-CCPM를 비롯한 신기술 20여종을 내놨다.

뮌헨을 거점으로 하는 BMW는 새로운 콘셉트카 'BMW 비전 노이어 클라쎄'와 함께 뉴 5시리즈 PHEV를 처음 소개한다. MINI도 완전 전기화 브랜드로 전환을 선언하고 새로운 모델을 내놨다. 수소연료전지를 쓴 iX5도 함께 전시하며 전동화에 대한 확고한 비전을 드러냈다.

### 완성차·전장업계 역대 최대 참가 미래 전기차 발전논의 가장 활발 전기차 기술·전략 총동원 경쟁

BMW 경쟁사인 메르세데스-벤츠는 '적진' 한 가운데서도 야심찬 전동화 계획을 밝혔다. 새로 개발한 MBOS에 최대 주행거리를 획기적으로 높인 콘셉트 CLA 클래스가 주인공이다. 새로운 모델형 아키텍처 MMA 플랫폼으로 800V 고전압 시스템에 효율성을 극대화하며 전비를 8.3kwh/km 수준으로 끌어올렸다. 양방향 충전 기술인 V2V도 적용하고, 모터에는 중회로류 함량을 거의 0%로 낮춰 친환경성도 높였다.

폭스바겐그룹은 브랜드별로 다양한 전략을 제시한다. 폭스바겐이 고성능 전동화 모델인 ID.GTI 콘셉트와 MQB 이노 플랫폼을 적용한 9세대 파사트를 공개하는 한편, 골프 등 기존 모델은 2033년까지 내연기관 효율을 높이는 데 집중할 예정이다. 아우디는 액티브 스피어 콘셉트와 함께 첫 PPE 플랫폼 기반 Q6e-트론을 공개했다. 그룹 차원에서는 '디자인을 통한 성공'을 키워드로 다양한 소비자를 만족시킨다는 포부를 밝혔다.

### ◆ 혁신 전장 경쟁 본격화

올해 IAA가 규모를 대폭 키울 수 있었던 데에는 전장 기업들이 대거 참여한 영향이 컸다. 특히나 삼성이 처음으로 모터쇼에 참가하면서 경쟁은 더 치열해진 분위기다.

현대모비스는 전동화 기술은 물론 인포테인먼트 시스템을 소개하며 이목을 끌었다. 지난 6월 처음 공개한 롤러블 디스플레이가 주인공. 현대차·기아가 아닌 글로벌 프리미엄 완성차 업체를 정조준했다.

전장용 OLED를 집중 육성하는 삼성디스플레이도 도전장을 내밀었다. 안전을 위해서는 LCD보다 OLED가 적합



삼성디스플레이는 세이프 드라이빙 센터를 통해 전장용 OLED 안전성을 소개했다.

하다는 메시지를 담은 '세이프 드라이빙 센터'를 비롯해 롤러블은 물론 슬라이더블과 멀티폴더블 등 다양한 전장용 OLED 폼팩터를 소개하며 미래 모빌리티를 더욱 혁신하는 방법을 제시한다.

삼성전자는 반도체 초격차를 앞세워 '토탈 차량용 반도체 솔루션 프로바이더'로 입지를 굳히려는 모습이다. 차량용 반도체에서 조명까지 다양한 전장 라인업을 소개하며 현지 완성차 업체를 정조준했다.

### LG전자, 헝가리 생산기지 구축 삼성디스플레이, 전장용 OLED 육성 현대모비스, 인포테인먼트 소개

고성능은 물론 안정성을 높이고 저전력까지 실현한 메모리 제품들, LPDDR5X와 오토SSD, 세계 최초로 만든 GDDR7과 차량용 UFS 3.1도 유럽 프리미엄 완성차 업체를 공략한다. 인포테인먼트용 프로세서인 엑시노스 오토 V920과 이미지센서 아이소셀 오토 1H1, 운전중 졸음 등 위험을 경고하는 모티너링 시스템도 함께 소개했다. 반도체 기술로 만든 최첨단 조명

도 함께다.

완성차 업체가 필요로 하는 반도체도 만들어준다. 테슬라 등 주요 완성차 기업에 수주를 받으며 실력을 인정받은 파운드리 사업부는 ADAS용 SoC와 전력관리 반도체(PMIC) 등 최신 기술과 함께 차량용 솔루션 인프라를 내세웠다. 전장용 반도체 공정을 2025년에 4나노, 2026년에는 2나노로 발전시킨다는 계획도 자신했다.

이와 함께 삼성SDI가 냉각 시스템을 상하부에 추가해 안정성을 대폭 강화한 새로운 폼팩터 배터리를 소개하며 유럽 고객사 공략은 물론, 처음 현지 채용 설명회를 열고 우수 인력까지 확보한다는 방침이다.

LG전자는 따로 부스를 마련하지는 않았지만, 헝가리에 새로운 파워트레인 생산 기지 구축을 발표하며 유럽 시장 공략에 힘을 더했다.

아울러 콘티넨탈이 콘셉트 타이어나 스마트 콕핏 HPC 등, 보쉬가 기존 차량에도 자율주행 기능을 더할 수 있는 독립형 비디오 인식 소프트웨어를 소개하는 등 다양한 인포테인먼트와 자율주행 기술들이 소개됐다.

/김재용 기자 juk@metroseoul.co.kr

# “코로나19 끝났다”... 애슐리·빽스 ‘문전성시’ LG마그나, 유럽 첫 파워트레인 공장 구축

## 패밀리 레스토랑의 ‘화려한 컴백’ 빽스, 핵심상권 공략·고급화 전략 애슐리, 차별화로 체질개선 나서

코로나19 직격탄을 맞으며 급격히 하락세를 맞았던 패밀리 레스토랑이 다시 활기를 띠고 있다. 1990년대 후반부터 2000년대 초반까지 외식업계를 주름잡았던 뷔페식 패밀리 레스토랑은 1인가구 증가와 배달 음식이 유행하면서 사양길로 접어들었다. 하지만, 지난해부터 외식업계가 회복하면서 패밀리 레스토랑에도 발길이 쏠리고 있다.

### ◆ 고물가 시대에 고급화 전략

CJ푸드빌이 운영하는 빽스는 지역별 핵심 상권 공략과 고급화 전략으로 '제2의 전성기'를 맞이했다. 코로나19 팬데믹을 거치면서 수익성이 낮은 매장은 과감히 정리하고 지역 거점 매장은 프리미엄 매장으로 리뉴얼하는 선택과 집중 전략을 펼친 것이다. 그 결과, 2018년 말 61곳이었던 빽스 매장은 2019년 말 기준 41개, 현재 28곳으로 줄었다. 매장 수는 줄었지만, 외식 부문 실적 개선으로 지난해 흑자를 달성했다.



애슐리퀵스 매장 앞에 고객들이 입장을 대기하고 있다. /신원선 기자

CJ푸드빌은 지난해 하반기부터 제주, 부산, 인천 송도 등 주요 지역에 프리미엄 타입 매장을 선보여 왔다. 해당 매장들은 기존 오리지널 매장에서 프리미엄 매장으로 재탄생한 곳들로 리뉴얼 이후 고객들의 높은 호응을 얻고 있다. 부산 W스퀘어점은 광안대교와 바다를 한눈에 볼 수 있는 매장으로, 부산을 넘어 경남을 아우르는 지역 대표 외식 공간으로 자리매김했다.

CJ푸드빌 관계자는 “프리미엄 요소를 강화한 것이 주효하게 작용했다”며 “특히 와인과 맥주, 각종 치즈와 핑거푸

드를 취향대로 즐길 수 있는 ‘와인&페어링존’이 인기가 많다”고 말했다. 지역 거점 매장의 성공 가능성을 확인한 CJ푸드빌은 추후에도 서울권 외 매장을 지속적으로 늘려나갈 계획이다.

### ◆ “같은 가격이면 뷔페”

이랜드이츠의 패밀리 레스토랑 브랜드 ‘애슐리’도 체질개선을 통해 올해 상반기 매출이 전년 대비 50% 성장했다.

애슐리는 2010년대 패밀리 레스토랑 업계가 부흥하면서 전성기를 맞았지만, 우후죽순 생겨나는 경쟁사들 사이에서 차별화하지 못하고 침체를 맞은 바 있다. 한 때 140개 가까이 되던 애슐리 매장은 현재 60개 정도로 줄었다.

하지만, 2020년부터 매장을 대대적으로 리뉴얼하며 ‘애슐리 클래식’, ‘애슐리 W’로 구분되었던 매장 형태를 ‘애슐리퀵스’로 일원화했다. 현재는 모든 매장이 애슐리퀵스로 200종의 메뉴를 맛볼 수 있다. 한식, 양식, 바비큐, 샐러드는 물론 2020년 영업을 종료한 초밥 뷔페 ‘수사’ 메뉴를 애슐리퀵스에 통합하면서 소비자 기호를 충족시켰다.

/신원선 기자 tree6834@

## 헝가리서 전기차 부품 생산공장 구축

LG마그나 이파워트레인이 유럽에도 전기차 부품 생산 전진 기지를 마련했다. LG마그나는 4일(현지시간) 독일 IAA모빌리티 2023 개막에 앞서 마련한 프레스 콘퍼런스에서 헝가리 미슈콜츠시에 전기차 부품 생산공장을 구축한다고 발표했다.

헝가리 공장은 LG마그나가 처음으로 유럽에 만드는 공장이다. 2025년까지 2만6000㎡ 규모로 만들어져 구동모터를 시작으로 핵심 파워트레인 부품을 생산할 예정이다. 200여명 신규 인력 채용도 준비 중이다.

LG마그나는 유럽 완성차 주요 고객사들과 접근성 및 마그나와의 시너지 등을 고려해 헝가리를 신규 공장지로 낙점했다. 마그나는 헝가리에 자동차 차체와 새시를 만드는 공장을 보유하고 있다.

LG마그나는 미슈콜츠시가 우수한 물류와 교통 인프라를 갖추고 있다고 설명했다. 주요 유럽 완성차 공장도 인근에 위치해있으며, 현지 정부도 적극적으로 유치를 희망했다고 덧붙였다.

LG마그나는 신규 공장을 거점으로



LG마그나 헝가리 공장 이미지.

글로벌 시장 공략을 강화할 전망이다. 글로벌 거점을 인천과 중국 남경, 멕시코 라모스 아리즈페에 이어 4개로 확대, 주요 완성차 거점들을 모두 공략할 수 있게 됐다.

LG마그나 이파워트레인 정원석 대표는 “신규 공장 설립은 유럽 시장의 수요에 적극 대응하면서 LG마그나의 성장을 가속하는 계기가 될 것”이라고 말했다.

LG전자는 석현 VS사업본부장은 “유럽 공장은 유럽 완성차 업체들의 요구를 충족하며 혁신적인 전기차 파워트레인 솔루션을 제공하려는 우리의 의지”라고 강조했다. /김재용 기자