

美, 현대차그룹 성장세 조명... “로보틱스 등 도전·혁신 결실”

CNBC, 4개 챗터로 성장세 분석
혁신 기술로 전기차 시장 선도
품질보증 등 브랜드 신뢰도 제고



정영선 현대차그룹 회장

자동차 산업의 혁신을 이끌고 있는 현대자동차그룹이 글로벌 시장에서 브랜드 가치를 인정받고 있다.

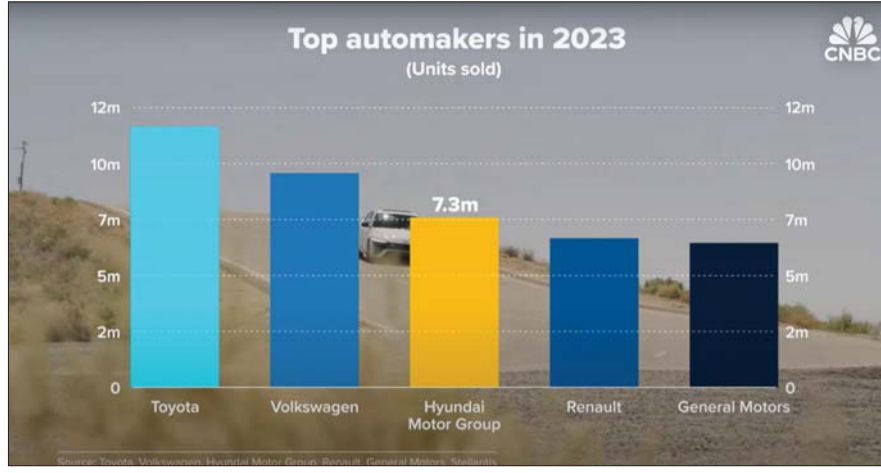
글로벌 자동차 시장의 최대 격전지인 미국에서 현지 경제매체 CNBC가 ‘글로벌 톱3’ 완성차 업체로 우뚝 선 현대차그룹의 성장세를 집중 조명했다. 현대차그룹은 2000년대 글로벌 10위에 머물렀으나 2010년 포드를 제치고 처음으로 톱 5에 진입했다. 2020년 4위에 오른 뒤 2021년 5위를 내려앉았다가 2022년 3위에 이름을 올렸다.

27일 업계에 따르면 CNBC는 지난 25일(현지시간) ‘현대차그룹이 어떻게 세계에서 3번째로 큰 자동차 기업이 됐을까’라는 제목으로 15분 분량의 방송 리포트를 온라인에 게재했다. CNBC는 “현대차그룹이 테슬라를 비롯한 전기차 선두권 업체와의 간극을 좁히고 있다”며 “로보틱스·자율주행·미래항공 모빌리티 등 다른 경쟁 업체들이 포기하고

있는 영역에도 투자를 지속하고 있다”고 평가했다.

이번 보도는 현대차그룹의 경쟁력을 ▲강력한 경쟁자 ▲험난한 과거 ▲혁신적인 변화 ▲미래전망 및 도전과제 등 총 4가지 챗터로 나눠서 분석했다. 특히 첫 번째 챗터인 ‘강력한 경쟁자’에서는 현대차그룹이 미국에서 보조금 혜택 등을 완전히 받지 못하는 상황에서도 성과를 내고 있으며, 지난해 1월 기준 제너럴모터스(GM), 토요타, 포드에 이어 업계 4위를 차지했다고 강조했다.

또 현대차그룹의 전기차는 혁신적인 기술을 통해 시장을 선도하고 있다고 분석했다. 샘 아부엘사미드 가이드하우스 인사이트 애널리스트는 “현대차그룹의



미국 경제 매체 CNBC는 현대차그룹의 글로벌 톱3 비결에 대해 집중조명했다. CNBC 방송 화면 갈무리.

전기차는 가장 선도적인 차량으로 인식되고 있다”며 “(전기차 전용 플랫폼인) E-GMP 기반의 전기차와 향후 출시 예정인 모델들도 시장에서 상품 경쟁력을 인정받고 있다”고 말했다. 에드킴 오토 퍼시픽 수석애널리스트는 “현대차 아이오닉5는 일반적인 기준에서 토요타의 동급 모델인 bz4x와 비교해 우수한 제품으로 인식되고 있다”고 평가했다.

두 번째 챗터인 ‘험난한 과거’에선 1986년 현대차는 포니 디자이너 조르제토 주지아로가 디자인한 포니 후속

모델 엑셀을 통해 미국에서 완성차를 판매하는 제조사로 도전을 시작했다고 소개했다. 이어 일본 브랜드 대비 품질을 갖추지 못했다는 평을 들으며 어려움을 겪었지만 많은 노력을 통해 지금의 경쟁력을 갖추게 됐다고 평가했다.

세 번째 챗터인 ‘혁신적인 변화’에서는 현대차그룹이 글로벌 톱3 자동차 메이커로 올라설 수 있었던 노력에 대해 강조했다. 현대차그룹은 미국 시장에 먼저 진출한 토요타, 혼다와 같은 일본 경쟁업체들의 모범사례를 차용하며 ‘패

스트 팔로워’ 전략을 실행했다. 품질 신뢰도를 회복하기 위한 적극적 노력을 통해 2000년대부터 경쟁업체들에 버금가는 수준에 올라왔다.

이무원 연세대 교수는 “2000년대 초 현대차그룹의 품질 수준은 미국의 빅3 및 일본 자동차업체들과 유사한 수준까지 올라왔다”고 했고, 에드킴은 “과격적인 보증 정책을 통해 현대차그룹의 품질에 대한 진심이 소비자들에게 전달됐고, 더 이상 값싼 자동차를 만드는 제조사가 아니다”고 강조했다.

네 번째 챗터인 ‘미래전망 및 도전과제’에서는 최근 현대차그룹이 리콜, 차량 도난 등 미국 시장에서 여러 어려움에 직면했지만 기술 개선으로 적극 대응하고 있다고 평가했다. 수소 연료 전지 기술을 지속 개발하면서 넥쏘, N 비전 74 등 혁신적 모델을 선보인 점과 자율주행, 온라인 차량 판매 등 도전과 혁신을 꾸준히 이어가고 있다는 점도 긍정적으로 평가했다.

마지막으로 CNBC는 “현대차그룹이 변화에 발빠르게 대처하며 자동차 업계 리더로서 시장을 개척하고 있다”고 강조했다. /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

KBIS 2024



삼성전자 직원이 삼성전자 부스에서 ‘비스포크’ 가전 신제품을 소개하고 있다. /삼성전자



LG전자 부스와 스마트홈 AI 에이전트 /LG전자

‘데이코 빌트인·비스포크’ 소개

SAMSUNG

‘비스포크 AI 콤보’ 등 신제품 전시
“고객의 일상 더욱 편리하게 만들 것”

삼성전자가 빌트인 ‘데이코’와 맞춤형 ‘비스포크’ 브랜드로 글로벌 주방 가전 시장을 공략한다.

삼성전자는 27일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 열리는 KBIS2024에서 데이코 빌트인 라인업과 비스포크 신제품을 소개한다고 밝혔다.

삼성전자 자회사인 럭셔리 빌트인 브랜드 데이코는 ▲모던하고 절제된 디자인의 ‘컨템포러리(Contemporary)’ 라인 ▲클래식한 디자인에 현대적인 감각을 더한 ‘트랜지셔널(Transitional)’ 라인으로 나눠 소비자들의 다양한 취향에 맞춘 제품들을 제안한다.

특히 올해는 미국 소비자들이 여러 사람들과 주방에서 함께 보내는 시간을 늘리고 아일랜드 식탁을 선

호하는 트렌드를 반영해 주방 가구장이나 싱크대, 아일랜드 식탁 등의 아래에 설치하는 언더카운터 타입의 냉장고와 와인냉장고가 도입했다. 와인냉장고는 자외선을 차단하는 3중 글라스 도어로 와인 고유 맛을 보존하고 내부에 터널 라이팅 조명으로 고급스러움도 강조한다.

강화된 비스포크 가전도 자랑한다. AI비전인사이드를 특징으로 하는 ‘비스포크 냉장고 패밀리허브 플러스’와 함께 ‘비스포크 제트 봇 콤보 AI 스팀’, ‘비스포크 AI 콤보’ 등이 CES2024에 이어 처음 소개된다.

삼성전자 DA사업부 최익수 부사장은 “삼성전자는 차별화된 기술과 디자인을 접목한 가전 라인업을 통해 최대 가전 시장인 미국의 현지 소비자들과 거래선들의 주목을 받아왔다”며 “앞으로도 AI와 소비자 경험을 강화하는 제품을 지속 선보이며 고객의 일상을 더욱 편리하고 가치있게 만들 것”이라고 말했다. /김재용 기자 juk@

공감 AI 기반 스마트홈 제안

LG전자

빌트인 가전 등 新거주문화 제시
맞춤형 전시존 통해 혁신제품 소개

LG전자가 새로운 거주문화를 제시한다.

LG전자는 27일(현지시간) 미국 라스베이거스에서 개막하는 ‘KBIS 2024’에 참가한다고 밝혔다.

KBIS는 주방과 욕실 분야 북미 최대 박람회로, 전세계 500여개 가전 업체들이 최신 트렌드를 반영한 신제품과 솔루션을 소개하는 자리다. 60년 역사를 자랑하며 지난해 5만명 이상이 다녀갈만큼 인기가 높다.

LG전자는 1022㎡ 규모 전시장에서 프리미엄 빌트인 가전과 고효율 에너지 기술, 공감 AI 기반 스마트홈 솔루션을 통해 주택 진화와 통합 맞춤형 고객 경험을 제시할 계획이다.

우선 고객 맞춤형 패키지를 통해 빌트인 시장 공략을 강화한다. 건설

시장을 겨냥해 개인 프로필 기반 패키지 ‘시그니처 키친 스위트’ 등 다양한 라인업으로 주거 통합 솔루션을 제공한다는 의지를 담았다. 다양한 맞춤형 전시존을 통해 욕실 솔루션과 ‘워시콤보’, ‘하이드로타워’ 등 혁신제품도 소개한다.

‘지속가능한 집’ 콘셉트로 고효율 에너지 솔루션도 제시한다. 대부분 ‘에너지스타’ 인증을 받았으며, 효율이 높은 듀얼 인버터 히트펌프 온수기와 핵심 부품 기술력 ‘코어테크’도 앞세웠다.

공감하는 AI로 미래 스마트홈도 상상했다. 스마트홈 AI 에이전트가 가사생활도우미로 집안을 둘러보며 가전 작동을 제어하고, 사용자에게 현재 상황을 직접 보여주기도 한다

/김재용 기자



한국타이어

‘가장 존경받는 기업’ 선정
타이어 산업 부문 15년 연속 1위

한국타이어엔테크놀로지(이하 한국타이어)가 한국능률협회컨설팅(KMAC) 주관 ‘2024 한국에서 가장 존경받는 기업’ 조사에서 국내 타이어 산업 부문 15년 연속 1위에 선정됐다고 27일 밝혔다.

이번 조사에서 한국타이어는 혁신 능력, 주주 가치, 사회 가치, 고객 가치 등 6대 핵심 가치 관련 항목 모두에서 높은 점수를 획득했다.

뛰어난 제품 경쟁력과 경영 능력, 재무건전성 등을 기반으로 국내 타이어 산업의 혁신을 주도하고 활발한 사회공헌 활동·환경친화적 경영 등으로 최상위 수준의 지속가능경영을 실천해 오면서 긍정적인 평가를 받았다. /양성운 기자

삼성전자

“‘비스포크 AI 콤보’
엠버서더 찾습니다”

삼성전자가 비스포크 AI 콤보(사진)를 알릴 소비자들을 찾는다.



삼성전자는 26일부터 3월 18일까지 ‘비스포크 AI 콤보 엠버서더’를 모집한다고 27일 밝혔다.

엠버서더는 비스포크 AI 콤보를 체험하고 다양한 미션을 수행, 후기를 개인 SNS에 작성하는 임무를 맡는다. 이후 비스포크 AI 콤보를 선물받는다.

이벤트 페이지에 제공한 제품 이미지를 필수 해시태그와 함께 SNS에 업로드하고 이벤트 페이지에서 응모한 사람 중 10인을 선정할 예정이다. /김재용 기자