

“中 시장 잡아라”... 현대모비스, 오토차이나 참가 ‘활로 모색’



25일~내달 4일 베이징서 개최
BYD·지리 등 80여개 업체 대상
사전초청 프라이빗 부스 운영
양산가능 핵심기술 14종 선배

유럽 완성차 브랜드를 중심으로 지난해 최대 수주를 기록한 현대모비스가 중국 시장 공략에 고삐를 친다.

현대모비스는 지난해 전동화 바람을 등에 업고 당초 목표액 53.6억 달러를 72% 초과 달성한 것으로 사상 최대 수주 성과를 기록했다. 이어 현대모비스는 글로벌 시장에서 인정받고 있는 고부가가치 핵심 제품을 중심으로 중국에서 새로운 사업 활로를 모색할 계획이다.



현대모비스 2024 북경모터쇼 부스 조감도.

현대모비스는 오는 25일부터 내달 4일까지 중국 베이징에서 개최되는 ‘2024 오토차이나’에 참가한다고 18일 밝혔다. 현대모비스는 지난해 상해 모터쇼에 이어 올해 북경 모터쇼에 연달아 참가하며 중국 현지 영업에 박차를

가할 계획이다. 고객사 대상 영업에 집중하기 위해 전시 공간은 사전 초청된 고객사만을 대상으로 하는 ‘프라이빗 부스’ 중심으로 운영될 예정이다.

현대모비스는 이번 모터쇼에서 중국에 진출한 다양한 글로벌 완성차 고객

사를 대상으로 적극적인 영업 활동을 전개할 방침이다. 사전 초청된 고객사는 80여 개 업체, 470여 명이 달한다. BYD, 지리, 폭스바겐, 스텔란티스 등이 대표적인 고객사다.

현대모비스는 이들 고객사 관계자들과 미래차 분야 고부가가치 핵심 제품을 중심으로 사업 협력 방안을 논의할 예정이다. 이번 모터쇼에서 완성차 고객사에 선보이는 양산 가능 핵심 기술은 모두 14종이다. 현대모비스가 세계 최초로 개발한 스위블(가변형) 디스플레이와 투명 디스플레이를 비롯해 증강현실 헤드업디스플레이(AR HUD), 독립형 후륜 조향 시스템, 차세대 노이즈 능동저감 기술(ARNC) 등이 대표적인 기술들이다. 빠르게 성장하고 있는 중국 자동차 시장에서 차세대 고사양, 고부가가치 핵심 제품으로 현지 부품 업체들과의 기술 차별화를 강

조할 방침이다.

특히 이번 전시는 고객사와 접점을 확대하고 공격적인 영업활동을 하기 위해 부품관이 아닌 완성차관 바로 옆 야외 공간에 전시 공간을 마련했다. 현지 및 글로벌 완성차 업체들과 인접한 위치에 전시장과 개별 미팅 공간을 확보해 기존 고객사는 물론 잠재적 고객사와의 네트워크 강화에도 적극적으로 나서겠다는 전략이다.

한편 현대모비스는 중국 사업 전담 조직을 중심으로 중국 현지 거점을 운영하고 지속적으로 사업 효율화에 나서고 있다. 현대모비스는 폐쇄적인 중국 자동차 시장에서 고객 네트워크를 확장하고, 전략적 수주 활동을 강화하기 위해 현지에 특화된 상품기획부터 개발, 수주 이후 양산에 이르는 전 부문에 역량을 집중하고 있다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

LG, 지구 지키기 ‘앞장’

LG전자, 타임스퀘어에 멸종위기 동물 띄운다

동물보호 캠페인 영상 공개
“지속가능한 미래 힘 보탬 것”

LG전자가 기후변화로 멸종 위기에 처한 동물 알리기에 나선다.

LG전자는 16일(현지시간) 미국 뉴욕 타임스퀘어 전광판에 ‘LG와 함께하는 위기 동물 보호 캠페인’ 영상을 공개했다고 18일 밝혔다. 멸종 위기 종인 눈표범의 역동적 이미지를 3차원(3D)로 구현한 영상이다. 이는 오는 22일 ‘지구의 날’을 맞아 LG전자가 세계 여러 나라에서 벌이는 환경 보호 활동의 하나다.

LG전자는 눈표범에 이어 올해 말까지 타임스퀘어 전광판을 통해 흰머리독수리, 바다사자, 그린란드 순록 등 모두 4종의 멸종위기종 관련 영상을 다룰 계획이다. 기후 변화로 멸종



LG전자가 미국 뉴욕 타임스퀘어 전광판에서 ‘LG와 함께하는 위기 동물 보호 캠페인(The LG Endangered Species Series)’ 영상을 상영한다. /LG전자

위기에 처한 동물을 알리고 탄소 배출과 지구 온난화에 대해 경각심을 일깨우고자 기획했다는 것이 엘지전자의 설명이다.

또한 팔로워 790만명을 보유한 인플루언서 ‘세스’와 협업해 캠페인 주목도를 높일 계획이다. 세스는 뉴욕

거리에서 재치 있는 문구가 적힌 손팻말을 들어 유명해진 미국인 인플루언서로, 이번에는 타임스퀘어에서 멸종 위기 동물에 관한 손팻말을 든 모습을 사회관계망서비스(SNS)에 올릴 예정이다.

LG전자는 이밖에도 독일에서 에너지 고효율 제품 판매금액을 기부하고, 태국에서는 해양 보호 자원봉사를 펼치는 등 환경 보호 캠페인을 이어간다.

정규환 엘지전자 북미지역대표는 “이번 캠페인으로 미국을 포함한 전세계 고객들에게 LG전자의 환경·사회·지배구조(ESG) 경영활동을 알리고 모두에게 지속가능한 미래를 만들어가는 데 힘을 보태고자 한다”고 말했다.

/김서현 기자 seoh@

LG화학, 잘피 서식지 2만㎡ 조성

작년 5만주 이식... 올해 2만주 계획

LG화학이 ‘블루카본’(푸른 탄소) 잘피 생태계 복원에 나선 지 1년 만에 잘피 군락지 면적이 2만 제곱미터(㎡) 증가했다. 잘피 외에 의한 탄소 고정량이 약 5.9톤(t) 늘어났다.

LG화학은 국내 민간 기업 최초로 지난해 시작한 바다숲 ‘블루카본’ 잘피 서식지 해양 생태계 복원 사업의 1차년도 추진 현황 및 성과 보고서를 18일 발표했다.

LG화학은 WLSKSGO 한국수산자원공단, 팽스카본(주), 희망친구기아대책 등과 함께 지속가능한 바다 생태계를 구축하기 위한 4년간의 대장정을 시작했다.

보고서에 따르면 지난해 10월 전남 여수 앞바다 대경도 인근에 잘피 5만주를 이식하면서, 잘피 서식지 면적은 이식 이전 42.710ha(427,100㎡)에서 44.718ha(447,180㎡)로 약 2만 제곱미터(㎡)가 증가되었다.

‘잘피’는 바다 속에서 꽃을 피우는 해초류로 맹그로브 숲, 염습지 등과 함께 IPCC(기후변화에 관한 정부간 협의체)가 공식 인증한 3대 해양 탄소 흡수원인 ‘블루카본’ 중 하나이다. ‘블루카본(Blue Carbon)’은 바다와 습지 등 해양 생태계가 흡수하는 탄소를, 육상의 탄소흡수원인 그린카본(Green Carbon)보다 탄소 흡수 속도가 50배 더 빠르고 탄소 저장 능력도 5배 이상 높다.

이번 보고서에는 LG화학이 ‘블루카본’ 잘피 서식지 복원을 위해 서식 후보지 조사부터 잘피 이식 방법, 최신 기술을 이용한 모니터링과 지속적인 관리를 통해 잘피의 생존력을 높인 현황과 1차년도 성과를 담고 있다. 잘피 서식지 확대는 해양 생태계 보전 뿐 아니라, 탄소 감축 효과도 낼 수 있어 큰 기대를 모으고 있다.

LG화학은 지난해 잘피 5만주 이식에 이어 올해에도 2만주를 추가로 이식할 계획이다. 목표대로 진행된다면 잘피 군락지는 2026년까지 축구장 14개 크기인 10ha 규모로 확장될 수 있다.

LG화학 CSR 팀 이영준 책임은 “올해 잘피 2만주를 추가로 이식하고, 최첨단 과학 기술에 기반한 모니터링과 관리를 통해 잘피 서식지 복원을 적극 추진하고 사회적 책임을 다할 것”이라고 말했다. /차현정 기자 hyeon@

현대차그룹-도레이그룹, 미래 모빌리티 맞손

탄소섬유 강화 플라스틱 등 공동개발

현대자동차그룹이 미래 모빌리티 경쟁력 확보를 위해 탄소섬유 및 복합소재 분야 세계 1위 기업인 도레이그룹과 협력을 강화한다.

현대차그룹은 도레이그룹과 미래 모빌리티 사업에 혁신 신소재를 적용하기 위한 전략적 협력 계약을 체결했다고 18일 밝혔다. 서울 양재동 현대차그룹 본사 사옥에서 열린 이날 협약식에는 장재훈 현대자동차 사장, 송호성 기아사장과 송창현 AVP 본부 사장, 김흥수 GSO 부사장 등이 참석했다. 도레이그룹에서는 닛카쿠 아키히로 회장, 오오야 미츠오 사장, 한국 도레이그룹 이영관 회장 등이 참석했다.

1926년 설립된 도레이그룹은 탄소섬유 복합재료, 전자정보재료, 의료·의학, 수처리·환경, 수지케미칼 등 다양한 첨단재료 분야에서 고부가가치 제품을 전세계에 공급하고 있는 글로벌 기업이다. 특히 도레이그룹의 주력 사업 중 하나인 탄소섬유는 경량화, 강도 및 내열성 등 우수한

물성을 갖춘 소재로 자동차, 항공기 등 모빌리티 분야에 사용되고 있다.

현대차그룹은 이번 협력으로 경량화 소재인 CFRP(탄소섬유 강화 플라스틱) 등을 공동 개발해 모빌리티의 성능 향상 및 안전성을 확보하겠다는 계획이다. 또 미래 모빌리티 상품에 신소재를 적극적으로 적용해 차별적인 제품 경쟁력을 선보이고 궁극적으로 모빌리티 산업의 혁신을 주도하겠다는 방침이다.

송창현 AVP본부 사장은 “모빌리티 솔루션 분야에서 글로벌 리더로서의 입지를 강화하기 위해 이번 전략적 파트너십을 적극 활용할 것”이라며 “현대차그룹의 차량 기술 노하우와 도레이그룹의 소재 기술력을 결합해 글로벌 시장에서 퍼스트 무버로서의 경쟁력을 갖추 것”이라고 밝혔다.

현대차그룹은 도레이그룹과의 이번 협력을 통해 전동화 및 SDV 영역뿐만 아니라 소재 분야에서도 근본적인 혁신을 추구하며 미래 모빌리티 산업에서 선도적인 역할을 이어 나갈 것으로 기대된다.

/양성운 기자

삼성, 인도서 ‘2024년형 TV 신제품’ 공개

현지 TV시장 공략 속도

삼성전자가 인공지능(AI)을 앞세워 인도 TV 시장 공략에 속도를 높인다.

삼성전자는 지난 17일(현지시간) 인도 벵갈루루에 위치한 삼성오페라하우스에서 2024년형 TV 신제품 공개 행사를 개최했다고 18일 밝혔다.

삼성전자는 이날 행사에서 3세대 AI 8K 프로세서 탑재로 처리속도가 2배 빨라진 ‘Neo QLED 8K’와 빛 반사를 최소화한 올레드(OLED) 등 경쟁력 있는 신제품을 공개했다.

삼성전자는 2024년형 TV 신규 라인업에 AI 기능을 탑재한 만큼 최근 성장하고 있는 인도 시장을 적극 공략할 방



삼성전자 모델이 2024년형 Neo QLED 8K와 삼성 OLED를 소개하고 있다. /삼성전자

침이다.

삼성전자 관계자는 “AI를 통해 접근성, 지속성, 보안성 등 분야에서 새로운 혁신을 끌어내고, 홈 엔터테인먼트 경험을 재정의 할 것”이라고 밝혔다.

/김서현 기자