

기아, 2년 연속 '수출의 탑' 수상... 전기차·SUV가 견인

창립 80주년, 수출 실적 신기록

256억 달러 기록, 전년비 9%↑
전기차 수출 급증... 7배 성장
북미·유럽 중심으로 수출 확대

올해 창립 80주년을 맞은 기아가 역대 최대 수출 실적을 달성하며 2년 연속 '수출의 탑'을 수상했다.

불확실한 경영환경에서도 지속적인 글로벌 브랜드 경쟁력 향상, 고객 기대에 부응하는 상품 라인업 강화 등을 통해 수출을 확대함으로써 국가경제에 기여한 공로를 인정받았다.

기아는 5일 서울 강남구 삼성동 코엑스에서 열린 제61회 무역의 날 기념식에서 250억불 '수출의 탑'을 수상했다고 밝혔다.

송호성 사장은 "어려운 경영 환경 속에서도 지속적인 글로벌 브랜드 경쟁력 강화 노력으로 전년에 이어 올해도 '수출의 탑'을 수상하게 되어 매우 기쁘게 생각한다"고 밝혔다. 이어 "특히 올해는



기아차 양재본사.

기아 창립 80주년인 해인 만큼 수상이 더욱 뜻깊다"며 "앞으로도 지속 가능한 성장을 이루어 낼 수 있도록 최선의 노력을 다하겠다"고 말했다.

기아의 해당 기간(2023년 7월1일 ~ 2024년 6월30일) 수출 실적은 256억 달러로, 전년 같은 기간(235억달러) 대비 9.0% 증가하며 2년 연속 최대 수출 실적을 기록했다.

이날 기념식에서 기아 윤승규 부사장은 수출 및 판매 확대에 기여한 공로를 인정받아 '금탑산업훈장'을 수상했다.

기아의 수출 증대에는 전기차가 중추적인 역할을 하고 있다. 지난 2019년 2만 4766대였던 기아의 전기차 수출은 2023년 17만8412대로 7배 넘게 증가했다.

기아는 전기차 전용 플랫폼 E-GMP

기반 전기차 EV6를 2021년 하반기 성공적으로 런칭하며 상품 경쟁력을 입증했고, 2023년에는 플래그십 전기차 SUV 모델인 EV9의 출시로 글로벌 전기차 시장에서 전동화 리더십을 확보했다. 올해는 대중화 전략 모델인 EV3를 선보이면서 다양한 고객층의 요구에 대응할 수 있는 견고한 전기차 라인업을 구성했다.

기아의 최대 수출 실적 달성에는 수출에서 고부가 차종인 SUV와 HEV 모델이 차지하는 비중 증가가 크게 기여했다. 2019년 기아 수출 중 SUV 비중은 62%였으나, 지난해에는 78%로, 4년 새 16%포인트 상승했다. 또 기아의 2023년 HEV 수출은 12만4005대로, 전년 9만8877대 대비 25.4% 증가했다.

기아는 전기차 수출 확대를 위해 국내 전기차 생산능력 확충에도 적극적으로 나서고 있다.

지난 9월 기존 오토랜드광명 2공장을 '광명 이보플랜트'로 탈바꿈시켜 현대차그룹 최초 전기차 전용 공장을 구축

한데 이어 내년에는 '화성 이보플랜트'를 준공해 전기차 플랫폼을 활용한 PBV(목적기반 모빌리티) 차량을 본격 양산한다.

한편 기아는 지역별 특색을 반영한 상품 라인업과 강화된 브랜드 경쟁력을 앞세워 해외 신시장 공략에도 적극 나서고 있다.

기아의 지난해 수출은 미국·캐나다·멕시코를 포함한 북미 40%, 독일·영국·프랑스 등 유럽 31%, 아시아·태평양 10%, 중동·아프리카 10%, 중남미 6% 등 글로벌 전 지역에 걸쳐 있다.

지난 1975년 카타르에 브리사 픽업 트럭 10대를 선적하며 시작된 기아의 수출은 20년만인 1995년 누적 100만대를 기록했다. 2011년에는 역사적인 누적 수출 1000만대를 달성했고, 2020년에는 누적 수출 실적을 2000만대로 늘렸다. 이후 수출이 더욱 확대되면서 올 10월말 현재 누적 수출 대수는 2390만대에 이르고 있다.

/양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

LG, 운전모니터링 시스템으로 안전성 강화

AI 반도체기업 암바렐라와 협력 인캐빈 센싱, ADAS 시장 공략 강화 인공지능 반도체로 사고 예방 목표

LG전자가 미국 인공지능(AI) 반도체 전문기업 암바렐라(Ambarella)와 협력해 차량 안전 기술 성능을 강화한다.

LG전자는 내년 초 미국 라스베이거스에서 열리는 세계 최대 IT·가전 전시회 'CES 2025'에서 암바렐라의 차량용 반도체 '엣지 AI 시스템온칩(System on Chip)'에 담아낸 첨단 '운전자모니터링시스템(DMS·Driver Monitoring System)'을 공개한다고 5일 밝혔다.

LG전자는 고해상도 영상 처리에 특히 강점이 있는 암바렐라 시스템온칩에 고성능 DMS 솔루션을 탑재해 글로벌 완성차 고객들에게 공급하게 된다.

LG전자와 암바렐라는 '안전을 위한 기술 구현'이라는 공통의 지향점을 바탕으로 파트너십을 맺고, 성능을 더욱 향상시킨 운전자 및 차량 내부 공간 감지 '인캐빈 센싱(In-cabin sensing)' 솔루션을 선보인다.

이 솔루션은 카메라와 센서 등으로



엣지 AI 시스템온칩을 탑재한 인캐빈 센싱. /LG전자

차량 내부를 감지·분석해 교통사고를 예방하는 기술이다. 카메라로 운전자의 시선, 머리 움직임을 세밀하게 감지해 분석한다.

만일 졸음운전이나 운전 중 휴대전화 사용과 같은 부주의한 행동이 나타나면 경고음을 내서 운전자와 탑승객, 보행자의 안전을 지킨다. 이 제품은 다양한 기능을 반도체 하나로 통합한 시스템온칩 형태로 개발돼 효율적인 디자인을 구현하면서 비용은 절감할 수 있다.

LG전자는 차별화된 고객경험을 제

공하기 위해 인캐빈 센싱 기술을 꾸준히 고도화하고 있다. 지난 10월에는 한국도로공사 도로교통연구원과 도로주행 시뮬레이터를 통한 극한상황의 주행 테스트 등을 통해 차세대 인캐빈 센싱 솔루션 개발에 협력하는 업무협약을 체결한 바 있다.

양측은 완성차 업체들에게 자동차 안전평가(NCAP)와 같은 강화된 안전평가 기준을 충족하는 인캐빈 센싱 솔루션 분야 협력을 지속해 간다는 계획이다.

글로벌 자동차 시장은 차량 안전에 대한 기준이 계속 높아지면서, 사고를 예방하는 인캐빈 센싱 기술도 더욱 주목받는 추세다.

시장조사기관 롤랜드버거에 따르면 인캐빈 센싱, 전방 카메라, 레이더 등이 포함된 글로벌 ADAS(첨단 운전자 지원 시스템)의 시장 규모는 2025년 253억 달러에서 2030년 532억달러로 성장할 것으로 전망된다. 완성차 업체들은 여기서 인캐빈 센싱을 중요한 항목으로 판단하고 있어 향후 빠른 시장 성장과 기술 발전이 예상된다.

/구남영 기자 koogija_tea@

현대차그룹, 美전문지 베스트10에 3종 선정

아이오닉 5 / 5N·텔루라이드·GV70

미국 자동차 시장에서 2개월 연속 두 자릿 수 증가세를 기록하고 있는 현대차그룹이 제품 경쟁력을 인정받으며 상승세를 이어간다.

현대차그룹은 미국 유력 자동차 전문지 '카앤드라이버'가 주관하는 '2025 베스트 10(이하 베스트 10)'에 ▲현대차 아이오닉 5 / 5N ▲기아 텔루라이드 ▲제네시스 GV70가 선정됐다고 5일 밝혔다.

이는 지난해에 이어 현대차그룹의 3개 브랜드가 모두 이름을 올리는 동시에 자동차 그룹 기준으로 최다 차종이 선정돼 더욱 의미를 더했다. 또 현대차 전용 전기차 플랫폼 E-GMP 기반 차량이 베스트 10에 올라 우수한 전기차 상품 경쟁력을 인정받았다. 카앤드라이버는 1955년 창간 이래 미국은 물론 전세계 소비자들에게 영향력을 미치는 자동차 전문지로, 주행 성능, 차량 가치 등에 대한 에디터들의 엄격한 평가를 통해 매년 최고의 차량들을 선정하고 있다.

베스트 10은 카앤드라이버 에디터들이 현재 북미에서 판매 중인 11만 달러(한화 약 1억 5500만원) 미만의 SUV, 트럭, 밴 등의 차량을 2주간 시승한 후



제네시스 GV70.

차량의 성능과 가치를 평가해 높은 점수를 받은 상위 10개 차종을 뽑는다.

현대차 아이오닉 5는 ▲독창적이고 차별화된 외관 디자인 ▲사용자 중심 실내 인터페이스 ▲긴 1회 충전 주행 가능 거리 등을 바탕으로 3년 연속 베스트 10에 이름을 올려 세계 최고 수준의 경쟁력을 다시 한번 증명했다.

특히 아이오닉 5는 고성능 전동화 모델인 아이오닉 5N이 추가돼 이번 수상에 힘을 실었다. 아이오닉 5N은 ▲최고출력 478kW(650마력)의 우수한 동력 성능 ▲3.4초의 뛰어난 제로백(정지 상태에서 100km/h까지 도달하는 데 걸리는 시간) ▲다양한 고성능 전동화 특화 사양 등이 좋은 평가를 받았다.

/양성운 기자

AI·마케팅 자동화로 고객 맞춤형 전략 제시

CJ올리브네트웍스, CIS 2024 참가

CJ올리브네트웍스가 5일 잡실 롯데호텔 월드에서 개최한 'CIS 2024(Convergence Insight Summit 2024)' 컨퍼런스에 참가해 AI 기반의 디지털 마케팅 솔루션 활용 방안에 대해 발표한다.

CIS 2024는 AI와 IT 기술을 활용해 비즈니스 융합 전략을 모색하는 자리로, IT·재무·경영 등 다양한 분야의 글로벌 리더들이 참여해 인사이트를 공유

하는 컨퍼런스다.

CJ올리브네트웍스는 글로벌 마케팅 자동화 및 개인화 솔루션 플랫폼 브레이즈(Braze)와 이번 컨퍼런스에 함께 참여하여 세션 발표도 공동으로 진행한다.

이번 행사에서 CJ올리브네트웍스는 'AI와 고객 인게이지먼트 전략의 융합'을 주제로 ▲AI를 활용한 고객 맞춤형 마케팅 전략 ▲고객 참여와 마케팅 성과 개선을 위한 솔루션 제시 ▲제한된 리소스 상황에서의 최적화 방안 등 현업에서

브레이즈를 활용한 사례 등을 공유할 예정이다. 발표세션을 통해 효과적인 데이터 솔루션 활용을 위한 AI기술과 데이터 사용법에 대해 소개하며, 고객별 맞춤 경험을 제공하여 고객의 브랜드 여정을 강화하는 AI 활용 전략도 제안한다.

CJ올리브네트웍스 마케팅 솔루션 담당자는 "CJ올리브네트웍스가 다양한 고객사들과 협업하며 얻은 디지털 경험에 대해 공유하는 의미 있는 자리였다"라며 "AI 기반의 마케팅 솔루션의 역할이 커지면서 앞으로도 고객사의 비즈니스 성과 창출에 기여할 수 있도록 지원하겠다"고 말했다.

/김서현 기자

기업 맞춤 마케팅 지원 AI 상품 'N클루' 공개

네이버클라우드, 기업 경쟁력 강화

네이버클라우드가 5일 자사 초거대 인공지능(AI) '하이퍼클로바X' 기반의 고객분석·마케팅 지원 상품 'N클루(NCLUE)'를 출시했다.

N클루는 네이버의 수천만 사용자 행동 데이터를 학습한 AI 모델을 서비스형 소프트웨어(SaaS)로 선보인 상품이다. 기업들이 자사 데이터를 N클루 모

델에 입력하면 고유한 N클루 피처가 생성된다. 이렇게 생성된 피처를 활용해 자사 고객 행동 예측, 프로파일링이 가능하고 다양한 마케팅 인사이트를 얻을 수 있다.

네이버 클라우드는 "기업들이 입력한 데이터가 재학습되거나 타사와 공유되지 않기에 개인정보 이슈 없이 안전하게 타깃 마케팅을 진행할 수 있다"고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@