

“참가업체 줄고 볼거리도 사라져” 서울모빌리티쇼, 존속 논란 ‘가열’

명칭 바뀐 뒤 참가업체 줄어
비용은 높는데 홍보는 ‘미미’
행사 지속 여부에 우려 확산
“건설적 논의 통한 변화 필요”

‘2025 서울모빌리티쇼’에 관람객 56만명이 다녀가면서 막을 내렸지만 ‘서울모빌리티쇼’의 지속여부에 대한 지적이 많아지고 있다. 전시회 규모와 참가업체 감소, 비용부담 등이 복합적으로 작용하면서 조직위원회와 참여업체들의 건설적인 논의를 통해 변화가 필요한 상황이다.

15일 업계에 따르면 13일 막을 내린 국내 최대 모빌리티 산업 전시회 ‘2025 서울모빌리티쇼’에는 총 56만명이 방문해 지난 2023년 행사(51만명) 대비 10%가량 방문자가 늘었다. 이번 행사에는 현대차, 기아, 메르세데스-벤츠, 포르쉐, BMW, BYD 등 국내외 12개 완성차 브랜드가 참가해 21종의 신차를 공개했다.

서울모빌리티쇼는 1995년 ‘서울모터쇼’로 출범 후 2019년까지 행사 명칭을 유지했지만 이후 글로벌 트렌드에 맞춰 AI·로보틱스까지 기술 경계를 허무는 종합 모빌리티 플랫폼으로 발전하겠다는 비전 아래 명칭을 변경했다. 다만 명칭 변경 후 참가업체들의 규모는 줄어들기 시작했고, 완성도 하락이란 악평을 받고있다.

실제 이번 모빌리티쇼에 불참한 자동차 업체는 한국의 완성차 르노코리아, KG모빌리티, GM코리아를 비롯해 테슬라, 볼보코리아, 한국도요타자동차(렉서스·토요타), 폭스바겐그룹코리아(아우디·폭스바겐), 스텔란티스코리아(지프·푸조), 포드세일즈서비스코리아(포드·링컨), 페라리, 람보르기니 등이 참석하지 않았다. 이들이 불참한 이유를 특정할 수는 없지만 모빌리티쇼의 비싼 참가비용과 낮은 홍보 효과가



4일 오전 경기도 고양시 킨텍스에서 열린 2025서울모빌리티쇼를 찾은 관람객들이 전시된 차량들을 살펴보고 있다. /뉴스시스

원인으로 보인다.

참가 회사가 부스 설치에 들어가는 기본 비용은 최소 억원 단위이다. 부스면적이 넓을수록 비용은 기하급수적으로 늘어나기 때문에 모빌리티쇼 기간 중 부스 설치에만 수십억원에 달한다. 모빌리티쇼 위상이 추락한 상황에서 11일간 행사에 수십억원을 쓰기에겐 업체에도 부담인 것이다.

서울모빌리티쇼가 벤치마킹하겠다는 CES 일정은 5일 미만이지만 서울모빌리티쇼 일정 축소는 실현되기 어렵다. 대중 관람객을 위한 전시회라는 점을 감안해 조직위원회가 주말(토, 일요일)을 두 번 넣는 현 일정을 고수할 것이고, 일정이 축소되면 입장료 수익도 줄어들기 때문이다. 결국 자동차 업체들은 모빌리티쇼 자체가 ‘마케팅’에 도움이 되지 않는다는 것으로 판단해 다음 서울모빌리티쇼에는 불참하는 자동차 업체들이 많아질 것이란 우려가 높아지고 있다.

서울모빌리티쇼에 참가한 자동차업체 관계자는 “행사의 완성도가 점점 떨어지고 있어 참여에 대한 고민을 하게 되고, 11일 동안 높은 비용을 감당해야 되기 때문에 다른 업체들도 불참을 선언하는 것 같다”며 “우선적으로 조직위가 볼거리를 다양하게 제공하는 한편 주요업체의 불참 원인과 참가업체들의 이야기를 통해 진보된 쇼를 준비해야 한다”고 비판했다.

서울모빌리티쇼 조직위 최기성 사무국장은 “서울모빌리티쇼가 완성차에 국한되는 것이 아닌 ‘모빌리티’ 전반에 걸친 전시회로 탈바꿈하기 위한 과다고, 공간의 한계를 넘고 기술의 경계를 허무는 혁신을 통해 미래 모빌리티 비전을 보여드리기 위해 노력하고 있다”며 “서울모빌리티쇼가 사라질 수 있다는 우려가 나오는 것을 인지하고 있고, 불참 업체들과 올해 참석한 업체들과 소통하면서 보완해 나갈 것”이라고 말했다. /이승용 기자 lsy2665@metroseoul.co.kr

LG엔솔 “‘명품특허’로 핵심기술 선제 보호”

2025 제1차 지식재산 전략 토론회
“기술개발 동시에 포트폴리오 구축”

“지금 이 순간에도 세계는 기술패권을 위한 경쟁 중이며 그 핵심은 명품특허에 있습니다. 대한민국의 미래는 우리 기업들이 글로벌 시장에서 최고이자 최조인 명품특허를 선점하는지 여부에 달려있습니다. 도전과 도약을 통한 선제적 핵심기술 개발과 이를 보호할 수 있는 명품특허의 확보는 최고의 경쟁력입니다.”

이한선 LG에너지솔루션 특허그룹장 전무는 15일 ‘2025년도 제1차 지식재산 전략 토론회’에서 ‘기업의 고품질 특허 창출 노력과 한계’라는 주제로 발표하며 이같이 말했다. 이차전지 산업과 같은 국가 전략 산업의 글로벌 경쟁에서 앞서기 위해서는 ‘명품특허’ 확보가 중요하다는 의미다.

‘명품특허’는 핵심 기술을 폭넓게 보호하면서도 무효화 가능성이 낮아 기술패권 경쟁에서 기업의 지속 가능성을 높이는 고품질 특허를 뜻한다. ▲우수한 기술성 ▲넓은 권리범위 ▲강한 특허보호 수준 등으로 결정되며 기술경쟁이 심화된 현 시점에서 가장 강력한 보호 수단이다.

이 전무는 “지속적인 혁신을 통한 선제적 핵심기술 개발과, 이들을 보호할

수 있는 최초이자 최고인 명품특허의 확보가 중요하다”며 “대한민국이 글로벌 리더인 국가적 핵심 산업에서 미국, 유럽 등과 같은 해외 주요 격전지에서 보다 빠른 속도로 ‘명품특허’를 선점하는 일이 필수적”이라고 말했다.

이어 그는 “명품특허는 단순한 기업자산을 넘어 국가 경쟁력을 뒷받침하는 핵심 전략이기에 이를 해결하기 위해 기업뿐 아니라 특허청, 법원, 지식재산 업계 등 관련 주체들이 각자의 영역에서 ‘창출, 활용, 보호’ 등 모든 분야에 걸쳐 함께 협력해야 한다”라고 지적했다.

LG에너지솔루션은 ‘IP R&D’ 문화를 정착시켜 기술개발과 동시에 특허 포트폴리오를 구축해 왔다. 지난 2월 기준 LG에너지솔루션의 특허 등록은 약 4만여 건, 출원은 약 7만2000여 건으로 현재 전세계 배터리 기업 중 최다 특허를 확보 중이다.

그러나 글로벌 배터리 시장이 급성장하고 기업 간 경쟁이 격화되면서 후발기업의 기술 도용사례도 급증하고 있다. 현재 LG에너지솔루션이 보유한 특허 중 경쟁사가 침해하거나 침해할 것으로 예상되는 ‘전략특허’ 수는 1000여 개에 달하며 이 중 실제 경쟁사가 침해한 것으로 확인된 특허수만 해도 580여 건이다. /차현정 기자 hyeon@



현대차 2026 아반떼 외장.



아반떼 N 내장.

‘아반떼’ 준중형 세단 시장에서 선두 굳힌다

연식변경으로 상품성 한층 강화
하이브리드·고성능 N라인 풀 구성

현대자동차가 ‘더 뉴 아반떼’의 연식 변경 모델을 출시하고 준중형 세단 시장 선두 굳히기에 나선다.

현대차는 ‘더 뉴 아반떼’의 연식 변경 모델인 ‘2026 아반떼’를 15일 출시하고 본격적인 판매에 들어갔다고 밝혔다. 2026 아반떼는 고객 선호 사양과 첨단운전자보조시스템(ADAS)을 기본 적용해 상품성을 높였으며 하이브리드 라인업에 ‘모던 라이트’를 추가한 것이 특징이다.

현대차는 버튼시동과 스마트키, 스마트키 원격시동, 웰컴 시스템, 스마트 트렁크, 앞도어 포켓 라이팅 등을 기본 사양으로 적용해 편의성을 강화했다. 중간 트림인 ‘모던’에는 고속도로 주행보조, 스톱앤고 기능을 포함한 스마트 크루즈 컨트롤, 내비게이션 기반 스마트 크루즈 컨트롤(안전구간·곡선로)이 기본화돼 주행 안전성과 편리함을 높였다.

이번에 새롭게 추가한 모던 라이트는 스마트 트림을 기반으로 가죽 스티

어링 휠(열선 포함), 가죽 변속기 노브, 1열 열선 시트를 기본 적용하면서도 합리적인 가격을 제시했다.

아반떼 N 라인업도 확대됐다. 현대차는 고성능 N 브랜드 10주년을 기념해 다양한 주행 환경에 맞춘 ‘N팬(Nthusiast) 패키지’를 선보였다. 해당 패키지는 N DCT 패키지, N 스마트 센스 I-II 사양을 공통으로 담고 있으며, 여기에 도심형 ‘시티 팩’은 N 컴포트 사양을, 트랙 주행에 초점을 둔 ‘트랙 팩’은 N 라이트 스포츠 버킷 시트를 포함한다. 패키지 가격은 개별소비세 5% 기준 개별 선택 대비 100만원 낮춰 제공된다.

판매 가격은 가솔린 1.6 모델 기준 ▲스마트 2034만원 ▲모던 2355만원 ▲인스퍼레이션 2717만원이며 ▲N라인은 2806만원이다. 하이브리드는 ▲스마트 2523만원 ▲모던 라이트 2549만원 ▲모던 2789만원 ▲인스퍼레이션 3115만원 ▲N라인 3184만원이다. 고성능 N(가솔린 2.0 터보)는 3309만원, LPi 모델은 ▲스마트 2172만원 ▲모던 2492만원 ▲인스퍼레이션 2842만원이다. /양성운 기자 ysw@

中企 옴부즈만, 지방 입지규제 384건 개선

전통시장 특례·車매매업 기준 완화
“지방규제 풀면 기업활동 증가 도움”

중소기업 옴부즈만이 중소기업과 소상공인의 창업·성장 걸림돌이었던 지방 입지규제 384건을 일괄 개선하는 성과를 거뒀다. 전통시장 정비사업 특례 적용 확대, 골목형상점가 지정 요건 완화, 자동차매매업 등록기준 완화, 노외·부설 주차장 활용 확대 등이 대표적이다.

최승재 중소기업 옴부즈만은 15일 오전 정부 서울청사 별관에서 브리핑을 갖고 “상위 법령에선 규제가 풀렸지만 자치법규 등에는 적극 반영을 안한 경우, 중앙부처보다 규제 강도가 더 쎄는 법규 등을 중심으로 21개 과제, 1034건을 선정해 지자체와 협의한 결과 142개 지자체에서 전통시장 147건, 자동차매

매업 13건, 주차장 154건, 도로연결 70건 등 총 384건을 개선키로 했다”고 설명했다.

전통시장 정비사업 특례와 관련해 ‘전통시장법 시행령’ 등 상위법령은 국토계획법령 등과 비교해 용적률, 건폐율 등 입지규제를 더욱 완화하고 있다. 하지만 일부 지자체의 경우 관련 특례를 조례에 반영하지 않고 있는 실정이었다.

이에 따라 옴부즈만은 지자체가 이를 적극 반영할 수 있도록 했다. ‘전통시장법 시행령’ 특례를 적용해 시장정비사업을 추진하면 용도지역에 따라 용적률은 최대 300%, 건폐율은 최대 20%까지 늘어난다.

‘골목형상점가’도 더욱 늘어난다. 골목형상점가로 지정하면 해당상점에서 온누리상품권을 사용할 수 있고,

정비사업 등을 실시할 경우 정부 지원을 받을 수 있는 등 소상공인들이 다양한 혜택을 누릴 수 있다. 하지만 일부 지자체에서 골목형상점가 지정 신청시 ‘토지 및 건축물 소유자 2분의 1 이상 동의’를 받도록 해 지정에 어려움이 있었다. 중소벤처기업부도 지난 2022년 당시 표준조례안을 제공해 관련 조항을 삭제할 수 있도록 했다. 그러나 상당수 지자체가 조항을 예전대로 유지하고 있었다.

옴부즈만은 불필요한 ‘동의요건’ 삭제도 요구해 다수 지자체에서 이를 개선키로 했다.

자동차매매업 창업에도 숨통이 트였다. 자동차매매업 창업시 자동차 관련 법령보다 과도하게 규제하고 있는 지자체 조례 기준을 완화한 결과다.

/김승호 기자 bada@