

친환경차 인기 속 LPG차 인기 ‘주춤’

휘발유의 62%까지 치솟은 연료비 등 영향 등록 줄어 기아 스포티지·쌍용차 토레스 등 신모델 출시 변수

전기차와 하이브리드 등 친환경차 보급이 빠르게 확대되면서 그동안 저렴한 연료비에 비교적 오염물질을 덜 배출한다는 장점으로 나름 인기를 끌었던 LPG차량이 주춤하고 있다.

30일 국토교통부 자동차 등록 통계에 따르면 작년 말 기준으로 국내에 등록된 LPG차는 190만 4860대로 전체 등록 대수(2550만3078대)의 7.47%를 차지했다.

LPG차 등록 비중은 2008년 전체의 13.82%에 달했으나 2016년 한 자릿수인 9.94%로 떨어진 데 이어 2018년 8.77%, 지난해 7%대까지 계속 감소하고 있다.

광주 역시 이런 추세는 마찬가지다. 이날 광주시에 따르면 지난해 말 기준 광주시에 등록된 LPG차는 8만9026대로, 전체 등록 대수(71만4401대)의 12.46% 수준이다. 전국 평균에 비해 비교적 높은 수치지만, 5년 전 13.53%에 비해서는 다소 감소한 것을 알 수 있다.

달달아 LPG 차량들의 신차 판매도 감소하고 있다. 한국자동차산업협회(KAMA) 통계를 보면 지난해 11월까지 국산 LPG 신차 내수 판매량은 7만 8592대였다.

이는 전년 같은 기간 9만101대가 판매된 것과 비교하면 12.8%가 감소한 것으로, 전체 신차 대비

LPG차 비중도 6.9%에서 6.2%로 0.7%포인트 하락했다.

이처럼 LPG 차량이 국내 자동차 시장에서 점차 입지가 좁아지고 있는 것은 최근 잇달아 출시되고 있는 전기차를 비롯해 하이브리드, 수소전기차 등 친환경차가 소비자들에게 인기를 얻고 있기 때문인 것으로 분석된다.

여기에 한국석유공사 오피넷에 따르면 2020년 11월 8당 712원이었던 광주지역 주유소 LPG 평균 가격은 1년 뒤인 2021년 11월 1000원을 넘어선 뒤 지난해 4월에는 1111원까지 치솟아 LPG차 운전자들은 연료비 부담을 느끼기도 했다.

이날 광주 LPG 충전소의 자동차 부탄 가격은 8당 983.80원으로, 보통휘발유 평균 가격(1562.55원)의 62.96% 수준이다. 자동차업계에서 연비 차이를 고려해 LPG 가격이 휘발유의 60%를 넘을 경우 소비자들의 LPG 구매 욕구가 떨어진다고 보고 있다.

실제 지난해 전기차·하이브리드(휘발유+전기)·수소전기차 3종의 국내 등록 대수는 153만8084대로 LPG차와 불과 30여만대 차이 밖에 나질 않는다. 친환경차 판매가 호조를 이어가고 있다는 점에서 올해는 친환경차가 LPG차 보급 대수를 넘어설 수 있다는 전망도 나온다.



기아가 출시한 LPG차 모델인 스포티지 LPi.

다만 휘발유 대비 LPG 가격 추이와 신모델 판매 등이 변수로 작용할 가능성은 있다. 올해부터 휘발유 유류세가 8당 99원 인상돼 LPG와 가격 차이가 다소 벌어질 것으로 보인다.

특히 국내 완성차업체가 인기 모델들의 LPG차를 출시하고 있다는 점도 LPG차 판매를 다시 끌어올릴 수 있을 지 관심이 쏠린다. 현재 기아는 LPG차인 스포티지 LPi 모델을 출시했고, 휘발유와 LPG를 모두 쓸 수 있는 쌍용자동차 토레스 바

이퓨얼 모델 등 인기 차량들의 LPG 모델들이 출시되고 있다.

자동차업계 관계자는 “LPG차는 휘발유보다 저렴한 연료비로 고유가 시대 매력적으로 느낄 수 있는 상품이다”며 “하지만 동력 성능과 경제성 면에서 LPG차보다 우수한 성능을 발휘하는 친환경차가 계속해 인기를 끌면서 LPG차의 시장 규모가 향후 감소할 수 있을 것”이라고 전망했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

올해 수소차 구매 보조금 광주 3250만원 목포 3500만원

환경부와 지방자치단체들이 올해 수소차 1만6920대에 구매 보조금을 지급한다.

환경부는 올해 보조금 지원 수소차 대수가 승용차 1만6000대, 버스 700대, 화물·정소차 200대 등 1만6920대라고 30일 밝혔다.

수소차를 구매하는 개인과 법인은 각 지자체가 정한 물량 안에서 국고 보조금에 지자체 보조금을 더한 액수를 지원받을 수 있다.

수소 승용차는 국고 보조금이 2250만원이다. 여기에 광주의 경우 수소 승용차 200대까지 1대당 3250만원을 지원한다.

전남은 목포가 수소 승용차 1대당 3500만원씩 75대, 여수는 3750만원씩 200대까지 지원한다. 순천은 100대까지 1대당 3450만원을 지원한다.

이밖에 수소 저상버스와 고상버스 국고 지원금은 각각 2100만원과 2600만원, 수소 화물차와 정소차는 각각 2500만원과 7200만원이다. 상용차들에게도 지자체 지원금이 추가로 붙는다.

지자체별 수소차 보조금 액수는 무공해차 통합홈페이지(www.ev.or.kr)에서 확인할 수 있다.

한편 신규 등록된 수소차는 2019년 4194대에서 작년 1만256대로 늘었다. 지금까지 보급된 수소차는 총 2만9733대다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

친환경차 40% 늘었다... 지난해 159만대 차지

전기차 등 친환경차 국내 보급이 지속적으로 확대되는 가운데 지난해 친환경차 등록대수가 전년보다 40% 가까이 증가한 것으로 나타났다.

국토교통부는 작년 말 기준 자동차 누적 등록대수가 전년보다 2.4%(59만2000대) 증가한 2550만 3000대를 기록했다고 30일 밝혔다.

인구 1명당 자동차 보유 대수는 0.5대로, 서울 0.34대, 부산 0.45대, 경기 0.47대, 제주 1.02대 등이었다.

원산지별로는 국산차가 87.5%(2231만3000대)였으며 수입차는 12.5%(319만대)를 기록했다. 수입차 점유율은 2019년 10.2%에서 2020년

11.0%, 2021년 11.8%로 계속 높아지는 추세다. 친환경차(전기·수소·하이브리드)가 전년 대비 37.2%(43만1000대) 증가해 누적 등록대수로 전체의 6.2%(159만대)를 차지하며 약진을 계속하고 있다.

전기차가 누적 39만대로 전년 대비 68.4%(15만 8000대), 수소차는 3만대로 전년보다 52.7%(1만 대), 하이브리드는 117만대로 전년 대비 28.9%(26만2000대) 각각 늘었다.

전기차는 국산이 74.1%, 수입차가 25.9%를 차지하고 있으며 지역별로는 경기·서울·제주에 집중돼 43.6%가 이 지역에서 등록됐다.

휘발유차는 전년보다 2.6%(30만9000대) 증가했으나 경유차와 액화석유가스(LPG)차는 각각 1.2%(11만4000대)와 2.1%(4만1000대) 감소했다.

작년 한해 신규등록 차량은 169만2000대로 전년 대비 2.9%(5만1000대) 줄었다. 국산차가 3.7%(5만2615대) 감소한 반면 수입차는 0.5%(1548대) 늘었다.

차종별 등록 대수는 포터Ⅱ, 쏘렌토 하이브리드, 팰리세이드, 캐스퍼 등 순으로 많았고 친환경차는 쏘렌토 하이브리드, K8 하이브리드, EV6 등 순이었다. /연합뉴스



제네시스 GV70 전동화 모델

G80 전동화 모델

현대차그룹, 독일 ‘최고의 수입차’ 4관왕

제네시스 GV70 전동화 모델·기아 베이온 등

현대차그룹은 독일 유력 자동차 전문 매체 ‘아우토틀트’(Auto Bild)가 최근호에 게재한 ‘2022 최고의 수입차’ 7개 차급 중 4개 차급을 석권했다고 30일 밝혔다.

독일 최고 권위의 자동차 매거진 아우토틀트의 평가는 독일뿐만 아니라 유럽 소비자들에게 차량을 구매할 때 중요한 판단 기준이 된다.

아우토틀트는 지난해 평가한 차급 중 소형, 준중형(컴팩트), 소형 SUV, 준중형 SUV, 크로스오버 SUV, 중형, 대형 등 7개 차급별 가장 우수한 수입차 7종을 선정했다.

이 중 현대차그룹은 제네시스 ▲GV70 전동화 모델(크로스오버 SUV) ▲G80 전동화 모델(대형) ▲베이온(소형 SUV) ▲씨드(준중형) 등 4개 차급이 이름을 올렸다.

아우토틀트는 GV70 전동화 모델에 대해 “에티브로드 노이즈 컨트롤로 달성한 정숙한 실내가 인상적”이라며 “두 개의 전기모터로 최상급의 주행 성능을 보여줄뿐만 아니라 부스트 모드를 통해 짧은 시간 동안 490마력을 사용할 수 있다”고 평가했다.

‘우아한 브랜드 대표’라고 평가한 G80 전동화 모델에 대해서는 “이미 내연기관 모델을 통해 유려한 정숙성, 독창성으로 깊은 인상을 줬다”면서 “G80 전동화 모델은 400V·800V 멀티

충전 시스템을 탑재해 22분만에 배터리 용량의 10%에서 80%까지 충전할 수 있다”는 점에 주목했다.

현대차와 기아는 베이온과 씨드 등 현저 전략 모델이 나란히 선정되며 면밀한 시장조사를 통해 유럽 고객이 원하는 최적의 차량을 선보였음을 증명해냈다.

아우토틀트는 베이온에 대해 “도로 위에 다른 차를 지루하게 보이게 할 정도로 돋보인다”며 디자인을 높게 평가했다. 이어 “20N의 기술력을 기반으로 204마력의 N 모델을 만들어 주길 부탁한다”고 덧붙였다.

씨드에 대해서는 “외관이 확실히 좋아 보이고 충분한 실내 공간을 제공하며 디지털과 아날로그 사이에 적절한 균형을 이룬 조작계가 직관적”이라며 “열선 시트 및 스티어링 휠, 후방 주차 보조 장치, 후방 카메라 등 운전자가 필요한 다양한 사양을 모두 갖췄다”고 평가했다.

현대차그룹 관계자는 “자동차 분과장 독일에서 전동화 모델과 현저 전략 차종이 좋은 평가를 받았다”며 “앞으로도 고객의 목소리에 귀 기울여 다양한 라이프스타일을 만족시킬 수 있도록 노력할 것”이라고 밝혔다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

창립 20주년 벤츠코리아 매달 스페셜 모델 선보인다

한정 수량 온라인 공개

메르세데스-벤츠코리아가 매달 창립 20주년 온라인 스페셜 모델을 한정 수량으로 공개한다.

벤츠코리아는 매달 20일 메르세데스-벤츠 스토어에서 ‘20주년 기념 온라인 스페셜 모델’을 한정 수량으로 공개한다고 밝혔다.

2003년 한국시장에 진출한 벤츠코리아는 20년간 받아온 고객들의 지속적인 성원과 사랑에 보답하고자 이번 온라인 스페셜 모델을 기획했다.

20주년 기념 온라인 스페셜 모델은 20일마다 온라인 세일즈 플랫폼 ‘메르세데스-벤츠 스토어’를 통해 한정 수량으로 공개된다. 스토어에서 예약금 100만원을 결제하면 차량을 예약할 수 있으며, 고객이 전국 64개 메르세데스-벤츠 공식 전시장 중 한 곳을 지정하면 해당 전시장에서 출고 가능하다.

또 지난해 12월 개설된 메르세데스-벤츠 코리아



카카오톡 채널을 추가하면 매달 출시되는 온라인 에디션 모델에 대한 소식을 가장 빠르게 확인할 수 있으며, 링크를 통해 바로 메르세데스-벤츠 스토어에 접속해 선호 전시장 선택 및 예약금 결제까지 쉽게 가능하다.

올해 첫 번째로 소개되는 온라인 스페셜 모델은 ‘더 뉴 메르세데스-마이바흐 S 580 4매틱

(MATIC) 블루 스타 더스트 나이트’(사진)다. 24대 한정으로 출시된다.

마이바흐 S 580 4매틱 블루 스타 더스트 나이트는 우아함과 차별화된 럭셔리를 자랑하는 내외관 디자인, 쾌적함과 안락함을 자랑하는 우수한 승차감, 최첨단 안전 및 편의사양이 탑재된 벤츠의 최상위 플래그십 세단 ‘마이바흐 S-클래스’에 고급스러운 디자인적 요소를 더해 독보성과 희소성을 부여한 게 특징이다.

외관은 ‘마누팩투어 나이트 블랙 마그노’ 색상으로 구성됐고, 실내에는 ‘마누팩투어 오토 블루’ 및 검은색 색상이 조화롭게 어우러진 마누팩투어 익스클루시브 나파 가죽 시트가 적용됐다. 모델명처럼 별이 가득한 밤하늘을 연상시키는 디자인이 적용됐다는 게 벤츠의 설명이다.

또 ‘마누팩투어 플로잉 라인 피아노 라커 트림’ 및 헤드레스트에 새겨진 메르세데스-마이바흐 로고로 고급스러움도 더했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

자동차, 건물의 일부가 되다

현대차그룹, 모빌리티 미래 비전 ‘모바일 리빙 스페이스’ 공개

자동차를 타지 않은 시간, 차를 생활공간으로 활용하면 어떨까?

현대차그룹은 30일 모빌리티와 건물의 유기적인 연결 시나리오를 보여주는 ‘모바일 리빙 스페이스’(Mobile Living Space, 움직이는 생활 공간) 애니메이션 영상을 통해 모빌리티 공간을 재정의하는 미래 비전을 공개했다.

〈사진〉

약 4분 분량의 영상에서 현대차그룹은 모빌리티가 건물에 부착돼 탑승객이 외부 노출 없이 양쪽을 자유롭게 오가는 상황을 묘사했다. 건물에서 생활할 때 모빌리티의 공간은 물론 공조 시스템과 엔터테인먼트 시스템까지 차량의 기능을 마치 집과 사무실의 전자기기처럼 활용하는 가능성을 제시했다.

특히 모빌리티가 단순 이동수단에 그치지 않고



한층 진보한 미래형 거주 공간으로 재탄생되는 다양한 신기술을 통해 고객에게 보다 풍요로운 가치와 삶의 경험을 제공하겠다는 의미를 담았다.

현대차그룹은 지난 2020년에 이미 ‘액티브 하우스’라는 미래 기술 영상을 통해 건물과 모빌리티의

연결 콘셉트를 공개한 뒤 관련 분야에 대한 연구개발을 이어오고 있다. 이번에 공개한 비전에서는 실제 적용될 수 있는 구체적인 기술과 특화가 포함되어 있다는 점에서 의미가 남다르다.

이번 비전에서 현대차그룹은 건물과 모빌리티가 한치의 오차 없이 연결 및 해제될 수 있도록 모빌리티의 루프를 확장해 건물과 연결되도록 하는 출입문 구조와 시나리오를 설계했다. 건물과 모빌리티의 출입문 크기를 맞춰 사용자가 허리를 굽히지 않고 드나들 수 있도록 모빌리티의 높낮이를 조절하는 기술을 개발했다.

또 모빌리티와 건물의 외관이 손상되지 않으면서도 외부의 공기를 완전히 차단할 수 있도록 수축과 팽창이 가능한 고무 재질의 연결 부품을 고안, 모빌리티가 건물과 연결된 시간 동안 건물의 전원을 이용해 무선으로 충전될 수 있도록 하는 시나리오, 모빌리티의 에어컨과 히터와 같은 공조 시스템 활용을 가능하게 하는 제어 기술 등을 개발했다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr



기아 씨드



현대차 베이온