

# ‘다둥이 아빠’ 차 카니발?...SUV라 해도 손색없다

## 4세대 카니발 하이브리드 페이스 리프트 시승기

기아 카니발. 사실상 국내 유일의 미니밴 라인업 차종으로 경쟁자가 없는 기아의 대표 상품이다.

기아는 지난 2020년 8월 4세대 카니발 출시 이후 3년 만에 상품성을 개선한 페이스 리프트 모델 ‘더 뉴 카니발’을 출시했다.

지난 11일 4세대 카니발 페이스 리프트 모델의 하이브리드 차량을 시승했다. 다양한 엔진 라인업 가운데 가장 주목받고 있는 하이브리드 모델인 지라 기대감을 더했다.

제원 상 하이브리드 모델의 최고 출력은 1.6ℓ 가솔린 터보 엔진이 가진 180마력에, 구동모터 65마력을 더한 최대 245마력의 스펙을 갖췄다.

시스템 최대 토크는 37.4kgf/m(엔진 최대 토크 27.0kgf/m)의 강한 힘을 가졌다.

이날 더 뉴 카니발을 직접 타고 기아차 광주공장에서 출발해 담양 메타프로방스를 돌아오는 약 60km를 왕복했다.

‘컴포트 모드’로 출발한 차량은, 공장 중량이 2100kg이 넘는 거함(巨艦)임에도 초반 가속이 놀랄 정도로 빠르고 경쾌했다.

65마력의 구동모터는 2t이 넘는 차라는 걸 잊을 정도로 가볍고 힘있게 밀어주는 느낌을 줬다. 가속도 수준급이었다. 가속 페달을 밟고 있으니 100km까지 무리없이 속도가 올라갔고, 전기모터에서 가솔린 엔진으로 동력이 바뀔 때에도 별다른 이질감이 없었다. 핸들링도 부드러워, 비교적 빠른 속도에서도 핸들링이 자유롭고, 안정감이 있었다.

국내에서 카니발은 의전용이나 다둥이 아빠의 차로, 그 이미지가 굳어졌지만, 막상 차를 몰아보니

수준급 가속·부드러운 핸들링  
첨단·편의사양에 연비도 좋아  
매끄럽게 연결되는 디스플레이  
7~9인승 넉넉한 실내 공간 자랑

미니밴이 아닌 스포츠유틸리티(SUV) 차량이라도 손색없었다. 주행 도중 ‘스포츠히트’로 변경하자, 운전석 시트가 변하는 게 느껴졌다. 시트 등받이가 등을 꼭 잡아주며 고속에 대비한 운전자의 안전을 신경쓰는 모습이였다.

중간 도착지인 담양 메타프로방스에 멈춰 차량 내외부를 둘러봤다. 외부를 보면 느낀 첫 인상은 운전시에 느껴졌던 것과 동일했다. 더 뉴 카니발의 외관은 기존 카니발이 아닌 SUV같은 느낌을 줬다.

기아의 스포티지, 쏘렌토와 같은 패밀리 룩을 입은 더 뉴 카니발은 전면 헤드라이트 밑으로 ‘송곳니’를 형상화한 주간주행등으로 강한 인상을 풍겼다.

후면부도 전면부와 통일감을 주는 스타램 리어 콤비네이션 램프를 길게 적용해 과거 카니발이 엉달차(?) 느낌을 준 것과는 달리, 단단하고 남성미 넘치는 RV 같았다.

측면부도 전·후면 램프를 직선의 캐리더 라인을 따라 조화롭게 이어 균형감을 확보했다. 실내는 전 모델과 비교해 크게 변한 느낌은 없었



내부 모습.

지만, 기아가 표명하고 있는 ‘평온함과 안락함을 온전하게 느낄 수 있는 넓은 공간’의 느낌을 받을 수 있었다.

우선 파노라믹 커브드 디스플레이는 과하지 않은 일체감 줬다. 각각 12.3인치 클러스터와 인포테인먼트 시스템이 매끄럽게 연결된 파노라믹 커브드 디스플레이는 미래지향적인 분위기와 차세대 인포테인먼트 시스템 ‘ccNC’ 적용으로 다양한 정보를 직관적이고 편리하게 제공했다. 또 인포테인먼트와 공조 전환 조작계는 편하고 쉽게 조작 가능해 운전 편의성을 도왔다.

실내는 그야말로 광활했다. 이날 탑승한 차량은 9인승 모델로 1열 2석, 2열 2석, 3열 2석, 4열 3석이었는데, 궁극적인 4열 시트는 성인이 편하게 장기간 앉기에는 좁아 보였지만, 어린이나 단거리 이동하는 데는 무리가 없어 보였다.

7인승의 경우 1~3열까지 모두 넉넉했고, 짐을 싣기에는 9인승 보다 더 넓은 공간을 제공했다.

60km를 왕복하면서 이날 더 뉴 카니발이 기록한 연비는 리터 당 15.1km로 제원 상 연비인 13.5km/ℓ를 훌쩍 뛰어 넘었다.

더 뉴 카니발 7인승의 트림별 가격은 3.5 가솔린 ▲노블레스 4169만 원 ▲시그니처 4525만 원, 2.2 디젤 ▲노블레스 4362만 원 ▲시그니처 4718만 원, 1.6 터보 하이브리드는 ▲노블레스 4619만 원 ▲시그니처 4975만 원이다. 9인승의 경우 7인승보다 약 200만원 가량 저렴하다.

디자인 특화 트림인 ▲그래비티는 시그니처 트림에 9인승 기준 160만원, 7인승 기준 138만 원 추가 시 선택할 수 있다.



기아가 4세대 카니발 출시 이후 3년 만에 페이스 리프트 모델 ‘더 뉴 카니발’을 출시했다. 단단하고 남성미 넘치는 디자인과 첨단 장비를 장착해 상품성을 강화했다. (기아 제공)

아울러 더 뉴 카니발 하이브리드 9인승 트림별 가격은 3.5 가솔린 ▲시그니처 6490만원, 2.2 디젤 ▲시그니처 6885만 원이며, 1.6 터보 하이브리드는 ▲노블레스 6250만 원 ▲시그니처 6945만 원이다.

기아 관계자는 “더 뉴 카니발은 고객이 선호하는 하이브리드 모델을 추가하고 웅장한 디자인과 신규 첨단 및 편의사양을 적용한 것이 특징”이라며, “대표 대형 RV로서 모든 가족 및 법인 고객들에게 차별화된 프리미엄을 제공할 예정”이라고 말했다.

김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

## 한국차, 미국 하이브리드 시장 점유율 높이려면

전기차·하이브리드차 동시 힘쓰는 투트랙 전략 필요...일본차 80% 점유

미국 하이브리드차 시장에서 일본 완성차업체가 차지하는 점유율은 80% 수준에 달하는 것으로 나타났다. 한국 완성차업체의 점유율은 10%가량에 그쳤다.

14일 한화투자증권과 시장조사업체 위즈오도 등에 따르면 지난해 4분기 미국 하이브리드차 시장에서 도요타와 혼다 등 일본 완성차업체의 점유율은 78.9%를 기록했다.

도요타가 16만1000대로 48.8%를, 혼다가 7만 5000대로 22.7%를 차지했다. 도요타 고급 브랜드 렉서스는 7.4%(2만5000대)였다.

일본 완성차업체들은 1990년대부터 엔진과 전기모터를 함께 사용하는 하이브리드차에 주력해

왔다. 이 과정에서 혼다 CR-V, 도요타 라브4 등 스포츠유틸리티차(SUV)의 하이브리드 모델을 앞세웠다.

한국 완성차업체는 미국 하이브리드차 시장에서 일본보다는 약세다.

지난해 4분기 현대차와 기아의 미국 하이브리드차 시장 점유율은 각각 5.7%, 4.8%로 집계됐다. 두 회사 합산 점유율은 10.5%에 불과하다. 판매 대수로 보면 현대차 2만4000여대, 기아 2만여대 등이다.

현대차가 지난 한 해 미국에서 가장 많이 판매한 하이브리드차는 투싼(4만311대)이다. 업계에서는 자동차 산업의 과도기적 시기에 한

국 차가 미국 내 시장 점유율을 높이기 위해서는 전기차만큼 하이브리드차에도 힘을 쏟는 ‘투트랙 전략’이 필요하다는 의견이 나온다.

하이브리드차 시장을 적극 공략해야 미국 자동차시장에서 지난해만큼의 선전을 이어갈 수 있다는 취지다.

현대차·기아는 지난해 미국 시장에서 전년 대비 12.1% 증가한 165만2821대를 팔아 미국 진출 후 최대 판매를 기록했다.

두 회사는 작년까지 미국에서 총 94만6962대의 친환경차를 팔아 이르면 올해 1분기 누적 판매 100만대 달성이 유력한 상황이다.

/연합뉴스

## 국내 판매 수입차 40% 법인차...벤츠 1위

남성 BMW·여성 벤츠 ‘최다’

BMW(2만9779대), 포르쉐(6942대), 아우디(6892대), 볼보(4449대) 순이었다.

국내에서 팔린 수입차 10대 가운데 4대가량은 법인차로 이 중 벤츠가 가장 많은 것으로 나타났다.

12일 한국수입자동차협회(KAIDA)에 따르면 지난해 국내에서 판매된 전체 수입차(테슬라 제외) 27만1034대 가운데 법인 명의로 등록된 차량은 10만7677대로 집계됐다.

점유율로 환산하면 39.7%로, 나머지 60.3%(16만3357대)는 개인이 구매했다

지난 2022년 판매된 전체 수입차 가운데 법인차 차지하는 비율 39.1%와 비슷한 수준이었다.

법인 명의로 가장 많이 팔린 수입차 브랜드는 4만466대를 기록한 메르세데스-벤츠였다. 이어

아울러 성별로 보면 남성과 여성이 지난해 구매한 수입차는 각각 10만7940대, 5만5417대로 집계됐다. 수입차를 구매자의 3분의 2는 남성, 여성이 3분의 1은 여성이라고 할 수 있다.

남성이 가장 많이 구매한 수입차 브랜드는 3만 4357대를 기록한 BMW였으며, 이어 벤츠(2만 1335대), 볼보(7765대) 순이었다.

여성이 구매한 수입차 ‘톱3’ 브랜드는 벤츠(1만4896대), BMW(1만3259대), 볼보(4804대) 순으로 나타났다.

지난 2022년의 경우 남성은 BMW, 벤츠, 폭스바겐 순으로, 여성은 벤츠, BMW, 미니(MINI) 순으로 많이 샀다.

/연합뉴스

## 금호타이어, 교통안전공단 ‘사고 예방’ 제휴

타이어 점검 서비스·제품 할인권 지급

금호타이어는 15일 한국교통안전공단과 결합 타이어 조기 개선 및 교통사고 예방을 위한 제휴를 체결했다고 밝혔다.

한국교통안전공단은 매년 약 270만대의 자동차 검사를 수행하는 기관으로, 타이어 상태에 따른 부적합 판정도 시행하고 있다.

이번 제휴로 금호타이어는 검사소 방문 차량 가운데 타이어로 인해 부적합 판정을 받은 고객과 점검이 필요한 고객을 대상으로 타이어 점검 서비스와 제품 할인권 지급 등의 서비스를 제공할 계획이다.

고객들은 승용·SUV 타이어 제품을 20% 이상 할인가에 구매 가능하며(배송 및 장착비 무료), 제품 4년 이상 구매시 코어플러스 세차권을 할인

가에 구매 할 수 있다. 또 2·4분 이상 구매시 2·4만원 상당의 모바일 주유권을 제공한다.

이번 프로모션은 공단 소속의 전국 59개 검사소를 대상으로 진행된다.

또 금호타이어는 공단 직원을 대상으로 타이어 관리와 신기술에 대한 교육을 실시하기로 했으며, 안전관리 홍보영상과 타이어 제품 가이드 북 등 안전 관련 콘텐츠를 제공할 예정이다.

임병석 한국영업담당 상무는 “고객들이 공단을 통해 차량뿐만 아니라 타이어에 대한 정보를 얻고 동시에 안전과 타이어가 직결되는 중요성을 인지하여 타이어에 대한 인식 개선에 앞장설 수 있도록 노력할 계획이다”고 말했다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

### 현대차가 만든 레이싱카 아이오닉 5 N 퍼포먼스

#### 컨셉트 모델 ‘NPX1’ 도쿄 오토살롱서 첫 공개

현대자동차는 ‘2024 도쿄 오토살롱’에서 고성능 ‘N 퍼포먼스 파츠’를 장착한 아이오닉 5 N 퍼포먼스 컨셉트 모델 ‘NPX1’(사진)을 최초로 공개했다고 15일 밝혔다.

‘NPX1’은 경량 하이브리드 카본 휠, 고성능 브레이크 패드, 다운 스프링을 장착해 보다 역동적인 주행성능을 갖췄으며, 실내는 알칸타라 소재와 레이싱 버킷시트를 사용해 고급감을 강화했다.

특히 리얼 카본과 사이드 스커트, 리어 디퓨저, 리어 윙 스포일러 등을 적용해 고성능 주행에 최적화된 에어로 파츠를 적용했다.

이번 컨셉트 모델에 적용된 파츠들은 프로토타입으로, 향후 N 퍼포먼스 파츠의 비전을 제시함과 동시에 제품 개발을 구체화해 아이오닉 5 N 퍼포먼스 파츠를 2024년 중 선보일 계획이다.

김민석 기자 mskim@

## 미국서 160만대 판매

현대차그룹 지난해 ‘역대 최대’

점유율 4위로 1단계 올라

현대차그룹이 지난해 미국에서 역대 최대인 160만대 이상의 판매고를 기록했다. 지난해 각종 기록을 경신한 현대차그룹은 2024년 맞춤형 상품 전략으로 미국 시장 정복에 나선다.

15일 현대차그룹에 따르면 지난 3일(미국 현지 시간 기준) 발표된 미국 2023년 연간 판매실적에서 현대차·기아는 전년 대비 12.1% 증가한 165만 2821대를 판매한 것으로 집계됐다. 이는 미국 진출 후 역대 최대 판매 기록이다. 현대차그룹은 이미 지난 11월에 기준 최대 판매 기록인 148만918대(2021년)를 넘어 사상 처음으로 연간 판매 150만대를 달성했다.

현대차(제네시스 포함)는 2023년 총 87만370대를 판매하며 연간 판매 80만대 벽을 넘었다. 제네시스는 6만9175대로 전년보다 20% 이상 증가, 역시나 최대 판매를 달성했다. 기아는 78만 2451대로 지난 2021년 기록을 넘어 최대 판매를 경신했다.

미 현지 언론인 오토모티브뉴스(Automotive News)가 집계한 업체별 판매 실적에 따르면 현대차·기아는 사상 처음으로 스텔란티스(153만 3670대)를 제치고 ▲GM(257만 7662대) ▲도요타(224만 8477대) ▲포드(198만 1332대)에 이어 완성차그룹 4위의 실적을 올렸다. 2021년부터 혼다를 제치고 처음으로 5위에 오른 지 2년만에 스텔란티스까지 넘어섰다.

현대차·기아의 지난해 실적은 높아진 상품성과 브랜드력을 기반으로 미국 시장에서 높은 위상을 차지한 것으로 분석된다.

김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

Hyundai Future Adventure

메타버스 플랫폼서 ‘현대 퓨처 어드벤처’ 게임

현대자동차가 15일 선보인 글로벌 메타버스 플랫폼 ‘로블록스’의 신규 게임 ‘현대 퓨처 어드벤처’의 한 장면. 로블록스는 아바타를 통해 가상의 공간에서 활동하고 즐기는 엔터테인먼트 플랫폼이다. (현대차 제공)