

# 완벽한 블랙의 탄생...제네시스 'G90 블랙' 출시

### 내·외장 모든 부위 블랙 색상으로 마감해 고급감 극대화 주요 사양 기본화...판매 가격 1억3800만원부터 시작

국내 프리미엄 차량 브랜드 제네시스가 대표 플래그십 세단인 G90을 한층 더 고급화한 모델 '제네시스 G90 블랙'을 출시했다. 제네시스는 지난 21일 제네시스 G90 블랙을 출시하고 본격 판매에 돌입했다고 25일 밝혔다. G90 블랙은 제네시스만의 블랙 디자인 콘셉트인 '제네시스 블랙'을 적용한 최초 모델로, 내·외장의 모든 부위를 블랙 색상으로 마감해 고급감을 극대화한 것이 특징이다. 외관은 크고 작은 장식 요소를 모두 블랙 색상으로 마감해, 제네시스 디자인의 본질인 역동적인 우아함(Athletic Elegance)을 강조한다. 제네시스는 G90 블랙은 ▲전면 범퍼 그릴 ▲라디에이터 그릴 ▲전면 엠블럼 ▲DLO 몰딩 ▲브레이크 캘리퍼를 블랙 색상으로, 전용 디자인의 21인치 다크 스피어링 휠과 전용 플로팅 휠 캡을 적용했다. 후면부는 트렁크 중앙에 위치한 제네시스(GENESIS) 레터링 엠블럼을 다크 메탈릭 색상으로 마감해, 차명(G90)과 사륜구동(AWD) 엠블럼은 미적용해 제네시스 블랙만의 차별화를 꾀했다. 제네시스는 G90 블랙의 실내 사소한 부분까지 일관된 블랙 색상으로 더욱 차분하고 편안한 분위기를 조성했다는 게 회사의 설명이다.

G90 블랙의 내장은 ▲전용 세미 아날로그 시트 커버링 및 휠링 ▲리얼 우드 가니쉬 ▲알루미늄 스피커 커버 ▲노브 및 스위치류 ▲도어 버튼까지 블랙으로 표현해 최고급 모델에 걸맞은 세심함을 더했다. 제네시스는 G90 블랙은 기술된 3.5터보 48V 일렉트릭 슈퍼차저 사륜구동 단일 파워트레인 및 구동 타입으로 출시하며, ▲파노라마 선루프 ▲빌트인 캠 패키지 ▲차량보호필름을 제외한 주요 고급 사양을 기본화했다. 제네시스는 단순히 색상을 강조한 것을 넘어 진정한 블랙 디자인 콘셉트를 구현하기 위해 다양한 노력을 기울였다. 제네시스는 빛의 세기나 반사의 정도와 무관하게 어떤 환경에서도 블랙 색상이 온전히 표현되도록 가죽과 봉제실, 리얼 우드 가니쉬 등의 내장재를 엄선했으며, 각각의 소재는 서로 다른 질감을 지녔지만 조화롭게 어우러져 제네시스만의 블랙을 완성했다고 밝혔다. G90 블랙의 판매 가격은 1억3800만 원부터 시작하며, 제네시스는 G90 블랙 고객만을 위한 특별한 고객 경험을 제공한다. 제네시스는 G90 블랙을 구매하는 고객에게 세부 품목까지 모두 블랙 색상으로 처리한 블랙 고객 전용



용 기프트 박스를 지급한다. 또 G90 기본 멤버십 혜택에 더해 ▲제네시스 라운지 다이닝 경험 ▲미쉐린 스타 레스토랑 미식 경험 ▲로버트 파커 와인 마스터 클래스 중 한 가지 혜택을 추가로 제공하는 등 G90 토크플레이스(LWB) 모델과 동일한 멤버십 혜택을 부여한다. 제네시스 관계자는 "제네시스 블랙은 화려한 수식어 없이 블랙을 가장 담백하게 보여주는 것이 특징"이라며 "크고 작은 모든 것에 제네시스만의 블랙을 자신감 있게 구현했다"고 말했다.



제네시스 G90 블랙' 외관(왼쪽)과 세심함이 돋보이는 블랙으로 뒤덮인 내관 (현대자동차 제공)

아울러 제네시스는 G90 블랙 공개와 동시에 G90의 연식변경 모델 '2024 G90'도 출시해 판매에 들어간다. 2024 G90은 ▲고스트 도어 클로징 ▲무드 큐레이터 등 고객 선호 사양 기본화, ▲이지 클로즈 시스템(후석 도어 제어 버튼 추가) ▲프로젝션 타입 후진 가이드 램프 ▲차량용 소화기 신규 탑재 등 사양 개선 및 안전·법규 사양 추가로 상품 경쟁력을 더욱 높인 것이 특징이다. 한편 제네시스 G90 블랙을 만나볼 수 있는 특

별 전시 'BLACK-THE SUBLIME'을 오는 4월 14일까지 경기 용인시 '제네시스 수지'에서 운영한다. 'BLACK-THE SUBLIME'에서는 G90 블랙 차량 전시뿐 아니라 블랙 디자인 콘셉트와 연계된 단색화 작품 전시 및 제네시스 시그니처 티를 즐길 수 있는 프로그램도 진행돼 전시장을 방문하는 고객은 제네시스만의 독창적인 환대(hospitality)를 경험할 수 있다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

## 현대차그룹 "내년까지 전기차 충전 서비스 E-pit 500기 구축"

### 400V·800V 멀티 급속 충전시스템 계열사 통해 완속 충전기 2만기도

현대차그룹은 오는 2025년까지 국내 초고속 충전 서비스 이피트(E-pit) 500기를 구축할 계획이라고 25일 밝혔다. 이는 지난 2021년 4월 현대차그룹이 충전 서비스를 시작하며 전국에 설치한 충전기 대수(72기)와 비교하면 600% 증가한 수준이다. 그룹은 국내 전기차 사용자의 충전 접근성을 높이기 위해 충전기 양적 확대에 나선다는 방침이다. 현재 전국에 설치된 이피트 충전기는 총 286기(54개소)다. 이피트는 최대 출력 350킬로와트(kW) 사양의 전기차 충전기로, 400V·800V 멀티 급속 충전시스템을 갖췄다. 빠르고 편리한 충전 서비스를 지향한다. 그룹 내부 통계에 따르면 전기차 전용 플랫폼 E-GMP 기반의 전기차 고객들의 작년 이피트 평균 충전 시간은 18분 30초에 불과하다. 현대차그룹은 이피트 외 계열사를 통한 전기차 충전기 보급에도 힘쓰고 있다. 2025년까지 한국전기차충전서비스를 통해 초고속 충전기 3000기, 현대엔지니어링을 통해 완속 충전기 2만기를 추가 설치할 계획이다. 그룹은 이피트를 연중 24시간 모니터링해 고장에 대응하는 등 질적 측면의 서비스 개선을 위해서도 노력하고 있다.



부산 금곡동에 위치한 'E-pit' (현대자동차 제공)

이를 통해 지난 2022년 6%였던 연간 휴지율(24시간 중 고장으로 충전이 불가능한 시간)을 작년에는 절반 수준인 3%대까지 낮춰 안정적인 충전을 지원하고 있다고 전했다. 아울러 그룹은 전기차 사용자들의 충전 편의성을 높이기 위해 작년 12월 '이피트 패스'를 출시했다. 이피트 패스는 이피트 외 제휴사의 충전소에서 사업자별 회원 요금과 동일한 수준의 요금으로 충전할 수 있는 멤버십 서비스다. 충전 요금도 불루기아 멤버십 포인트로 결제할 수 있다. 충전 사업자의 독립된 사업구조로 인해 충전기

를 이용할 때마다 각각 회원가입을 해야 했던 불편을 해소할 수 있다. 현대차그룹은 올해 말까지 국내 전기차 충전기의 85% 수준에 해당하는 26만기 충전기에서 이피트 패스를 사용할 수 있도록 제휴사를 확대해 나간다는 방침이다. 현재 기준 이피트 패스의 제휴사는 5곳(한국전기차충전서비스·한국전력·에버온·스타코프·현대엔지니어링)으로, 전국 7만2000기의 충전기에서 서비스를 이용할 수 있다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

## 지난해 팔린 화물차 5대 중 1대는 전기차

### 최근 3년간 비중 5.8%→19.5%

최근 4년간 국내에서 전기 화물차의 판매량이 급증한 가운데 지난해에는 전체 화물차에서 전기차 차지하는 비중이 20%에 육박한 것으로 나타났다. 경유와 액화석유가스(LPG), 휘발유를 연료로 쓰는 화물차 판매량은 줄어 전기 화물차 증가세는 더욱 두드러졌다. 25일 한국자동차모빌리티산업협회(KAMA)에 따르면 지난해 국내에서 전기 화물차 판매량은 4만3890대로 집계됐다. 지난 2022년(3만8461대)에 비해 14.1% 증가한 수치다. 전체 화물차 가운데 전기차 차지하는 비중은 2022년 16.8%에서 지난해 19.5%로 높아졌다. 작년 국내에서 팔린 화물차 5대 중 1대는 전기차인 셈이

다. 전기 화물차 비중은 2019년까지 0.5%를 밑돌았지만, 2020년 5.8%를 기록한 뒤 2021년(11.9%)을 시작으로 3년 연속 두 자릿수를 차지했다. 반면 경유와 LPG, 휘발유를 연료로 사용하는 화물차 판매량과 비중은 최근 3~4년 사이 감소 추세를 보였다. 경유 화물차 판매량은 2018년 23만4888대로 정점을 찍고 나서 차츰 줄어 지난해에는 16만4601대로 쪼그라들었다. 2022년 판매량(16만6968대)과 비교하면 2300대 이상 감소했다. 경유차는 정부의 노후 차 조기 폐차 지원 등의 영향으로, LPG차는 전기차 등으로의 수요 전환으로 각각 줄어든 것으로 해석된다. 여기에다 정부-지자체의 보조금 지원 정책도 전기차 판매 증가에 영향을 준 것으로 해석된다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr



tvN 드라마 '눈물의 여왕' 제작에 지원된 '메르세데스-AMG SL 63 4MATIC+'의 드라마 속 모습.

## 벤츠, tvN 드라마 '눈물의 여왕' 차량 지원

메르세데스-벤츠 코리아는 tvN 주말드라마 '눈물의 여왕'에 차량을 지원한다고 25일 밝혔다. 벤츠 코리아는 고성능 전기 세단 '메르세데스-AMG EQS'와 최상급 럭셔리 플래그십 세단 '메르세데스-마이바흐 S-클래스' 등 대표 차량 9종을 지원한다. 지난 9일 첫 방송된 tvN 토일드라마 '눈물의 여왕'은 방영 이틀 만에 넷플릭스 글로벌 TOP 10 시리즈(비영어권) 7위에 랭크되는 등 글로벌 인기몰이 중이다. 이번 '눈물의 여왕' 차량 및 제작 지원은 드라마 속 주요 인물들을 입체적으로 부각하고, 고객들에게는 메르세데스-벤츠 대표 모델들의 매력을 전달하기 위해 기획됐다. 한편 벤츠 코리아는 앞서 SBS 드라마 '천원짜리 변호사', JTBC 드라마 '재벌집 막내아들' 등을 제작 지원하며, '메르세데스-벤츠 EQS', '메르세데스-마이바흐 S-클래스' 및 '메르세데스-벤츠 S-클래스' 등 다양한 차량을 시청자들에게 선보인 바 있다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

이번 '눈물의 여왕' 차량 및 제작 지원은 드라마 속 주요 인물들을 입체적으로 부각하고, 고객들에게는 메르세데스-벤츠 대표 모델들의 매력을 전달하기 위해 기획됐다. 한편 벤츠 코리아는 앞서 SBS 드라마 '천원짜리 변호사', JTBC 드라마 '재벌집 막내아들' 등을 제작 지원하며, '메르세데스-벤츠 EQS', '메르세데스-마이바흐 S-클래스' 및 '메르세데스-벤츠 S-클래스' 등 다양한 차량을 시청자들에게 선보인 바 있다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

## 현대차, 커피전문점 백다방과 '캐스퍼 출고 기념 이벤트'

### 구매고객 10만원 할인 쿠폰 등 혜택

현대자동차는 커피전문점 브랜드 백다방과 캐스퍼 출고 기념 이벤트를 진행하고 있다고 25일 밝혔다. <사진> 현대차는 백다방과 함께 전국 백다방 매장에서 만날 수 있는 캐스퍼 협업 음료 '소울트로닉 에이드'를 출시하고 풍성한 고객 혜택을 제공한다. '소울트로닉 에이드'는 캐스퍼의 악동 같은 이미지와 잘 어울리는 짙은 오렌지색에 필감을 강조해 언제, 어디서든 캐스퍼가 주목받을 수 있도록 디자인한 외장 컬러 '소울트로닉 오렌지 핏'에서 따온 이름이다. 이번 이벤트는 오는 4월21일까지 진행되며 현대차는 해당 기간 동안 백다방을 방문하는 모든 고객들에게 캐스퍼 구매 시 사용할 수 있는 10만 원 할인 쿠폰을 제공한다. 할인 쿠폰은 전국 백다방 매장에서 QR코드를 스캔해 다운로드 받을 수 있으며 캐스퍼 홈페이지에서 차량을 구매할 때 적용 가능하다. (4/21까지 차량 계약 완료 시 적용 가능) 캐스퍼에 대해 상세한 설명이 필요한 고객은 홈페이지 내 구매상담 신청을 통해 전문 상담을 받아볼 수 있고 할인 쿠폰을 적용해 차량 구매 후 최종적으로 출고를 완료하면 백다방 상품권 10만 원권



을 추가로 지급한다. 현대차는 '소울트로닉 에이드' 포함 백다방 신메뉴 4종을 구매할 고객을 추천해 캐스퍼 디에센셜(1명), 백다방 10만원 상품권(10명), 캐스퍼 24시간 시승권(300명) 등 경품을 증정하는 이벤

트를 진행한다. 또한 현대차 공식 인스타그램 채널을 통해 친구를 태그하고 이벤트 내용을 공유한 고객 가운데 20명에게는 백다방 상품권 5만 원권을 제공하는 SNS 인증 이벤트도 마련했다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

## LG유플러스, 토요타 자동차에 '스포키' 탑재

LG유플러스는 25일 토요타코리아의 U+ Drive 기반 인포테인먼트 시스템인 '도요타 커넥트'에 스포츠 커뮤니티 플랫폼 '스포키'를 탑재한다고 밝혔다. 렉서스LS, 렉서스UX, 하이랜더, RAV4, 크라운 등 토요타 커넥트를 탑재한 렉서스와 토요타 전 모델에서 이용할 수 있다. 차량용 스포키를 통해 야구, 축구, 배구, 당구 등 4개 종목의 시청할 수 있다. 프로야구 실시간 경기 상황을 말로 전하는 '입중계' 생방송도 제공된다. LG유플러스는 안정적인 통신 인프라를 기반으로 고품질의 음악 스트리밍 서비스, OTT 서비스, 차량용 게임 등 차량 인포테인먼트에 다양한 콘텐츠와 서비스를 출시해 경쟁력을 강화할 방침이다.



렉서스 차량 인포테인먼트에 탑재된 '스포키'

강종우 LG유플러스 스마트모빌리티사업담당(상무)은 "앞으로도 여러 기술을 적용해 차량 운행 고객의 '카 라이프' 경험을 혁신할 수 있도록 기능을 지속해서 고도화할 것"이라고 말했다. /연합뉴스