

# 현대차그룹, 미국 전기차 신공장 태양광 에너지 가동

### 147MW 규모...스페인 재생에너지 업체와 발전소 프로젝트 계약 한국기업, 美 사업장 재생에너지 사용 체결 계약 중 최대 규모

현대차그룹이 미국 조지아주에 건설 중인 전기차 전용 신공장을 태양광 전력으로 가동한다. 현대차그룹은 스페인 재생에너지 개발업체 '매트릭스 리뉴어블스'가 주도하는 신규 태양광 발전 프로젝트와 내년부터 2040년까지 15년 장기 전력 구매계약(PPA)을 체결했다고 22일 밝혔다. 규모는 147MW(메가와트)급이다. 이는 국내 기업이 미국 사업장의 재생에너지 사용을 위해 체결한 PPA 중 최대 규모다. 계약에는 조지아주 전기차 공장인 현대차그룹 메타플랜트 아메리카(HMGMA)를 비롯해 현지 동반 진출한 현대모비스 북미전동화법인, 현대제철 조지아법인, 현대트랜시스 조지아P/T법인 등 4개사가 공동 참여했다. 특히 이번 PPA는 기존 재생에너지 발전시설과 공급계약이 아니라 현대차그룹의 대규모 발주와 연계된 신규 태양광 발전시설로부터 재생에너지를

조달하는 방식이어서 글로벌 탄소 감축 측면에서 보다 긍정적이라는 게 현대차그룹 설명이다. 현대차그룹에 따르면 향후 태양광 에너지 조달을 통해 기대되는 탄소 저감 효과는 연간 약 14만t으로 추산된다. 이는 중형형 세단 8만4천여대가 1년간 배출하는 탄소를 흡수하는 것과 동일한 규모다. 현대차그룹이 재생에너지를 공급받게 될 태양광 프로젝트는 매트릭스 리뉴어블스가 미국 텍사스주 벨 카운티에 2025년 10월 상업 운영을 목표로 개발 중인 210MW급 발전시설이다. 현대차그룹은 총발전 용량의 70%인 147MW를 확보했으며, 매년 378GWh(기가와트시)에 달하는 재생에너지를 조달한다는 계획이다. 이는 국내 약 10만 가구가 1년간 사용할 수 있는 양이다. 확보한 태양광 재생에너지는 전기차 전용 공장인 HMGMA와 HMGMA에 각각 전동화부품과 전기차 강판을 공급하는 현대모비스 북미전동화법인,

현대제철 조지아법인이 사용할 예정이며, 현대트랜시스의 경우 조지아P/T법인과 함께 HMGMA에 시트를 공급하는 조지아 시트공장도 활용할 계획이다. 이번 계약은 재생에너지 전력 확보를 위한 현대차그룹 차원의 본격적인 행보라는 점에서 의미가 크다는 게 회사 측 설명이다. 다수 그룹사들이 참여해 그룹 차원으로 체결한 첫 계약으로, 조지아주에 위치한 현대차그룹 해외 사업장이 공동구매 계약을 추진함으로써 개별 그룹사 계약 시 대비 구매비용이 크게 절감됐다. 현대차그룹은 앞으로도 그룹차원의 통합조달과 장기계약 등을 통해 비용 효율성을 제고해 재생에너지 전환을 가속화한다는 계획이다. 현대차그룹 관계자는 "이번 계약은 재생에너지 전력 확보를 위한 그룹 차원의 본격적인 행보라는 점에서 의미가 크며 '이 태양광 발전 프로젝트와 PPA를 시작으로 현대차그룹 미국 사업장의 재생에너지 전환을 위한 투자와 계약이 순차적으로 진행될 예정'이라고 말했다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr



현대차그룹 메타플랜트 아메리카 조감도. <현대차그룹 제공>

## BYD, 中자동차시장 첫 월간 점유율 1위...테슬라는 '뚝'

### 3월 판매량, 전년 대비 35% 증가 IT기업 샤오미·화웨이 전기차 두각

중국 전기차 선두 기업 BYD(비야디)가 현지 자동차 시장에서 처음으로 월간 점유율 1위에 올랐다. 미국 전기차 기업 테슬라는 중국 시장 점유율 3.7%로 위축 양상을 보이던 가운데 '신생' 샤오미와 화웨이 전기차 두각을 나타내고 있다. 22일 중국자동차연석회의(CPCA)와 전기차 업계에 따르면 BYD는 지난 3월 중국에서 26만 300대를 판매한 것으로 집계됐다. 지난해 같은 달 판매량 19만2289대와 비교해 35.4% 증가한 수치로, 월간 기준 중국 시장 점유율 15.4%로 1위를 차지했다. 이는 22만7921대를 기록한 폭스바겐의 점유율(13.5%)보다 1.9%포인트 앞선 것이다. BYD가 월간 점유율에서 정상에 오르긴 이번이 처음이다. 전기차뿐 아니라 내연기관차까지 더한 전체

중국 자동차 시장에서 현지 기업의 월간 점유율 1위는 전례가 없는 일이다. BYD는 전기차만 생산한다. CPCA에 따르면 BYD를 포함해 지리, 장안 등 중국 현지 업체의 합산 점유율은 39.8%로, 지난해 3월 점유율 35.7%와 비교해 4%포인트 넘게 증가했다. 반면 테슬라의 지난달 중국 판매량은 6만2398대로 점유율은 3.7%에 그쳤다. 작년 같은 달 7만 6663대에 비해 18.6% 감소한 수치다. 전기차로만 시장을 좁혀봐도 테슬라의 시장 점유율은 두 자릿수 아래인 8.7%에 머물렀다. 최근 중국 전기차 시장을 살펴보면 현지 정보기술(IT) 기업의 전기차 시장 진출도 주목할만하다. 상하이자동차그룹 등 선진 완성차 업체와 1980년대부터 합자회사를 만들던 기업 대신 전기차·스타트업 위주로 시장 판도가 바뀌고 있다. 이는 내연기관에서 가장 복잡하고 정교한 기술을 요구하는 엔진이 전기차에서는 빠지면서 진입 장벽이 상당히 낮아진 데 따른 것으로 분석된다. 국내에서 가전제품이나 스마트폰 제조사로 널

리 알려진 샤오미와 화웨이의 전기차 시장 진입이 대표적이다. 최근 샤오미가 내놓은 전기차 SU7은 출시 36시간 만에 주문량 12만대를 기록할 정도로 화제를 모았다. 자동차와 스마트폰의 운영체제(OS) 연동은 샤오미가 내세우는 최대 장점 중 하나다. 초창기 품질 면에서 일부 문제점도 제기되지만, 샤오미 스마트폰에서 사용했던 각종 애플리케이션(앱)도 전기차에서 그대로 활용할 수 있는 것으로 알려졌다. 샤오미는 스마트폰에서부터 '미유아이'(MIUI)라는 독자적 OS를 갖췄다는 평기는 받는다. 스마트폰과 5세대(5G) 이동통신 장비 제조에 강한 모습을 보여준 화웨이는 지난달 중국에서 전기차 3만1727대를 팔았다. 중국에서 '선발 전기차 스타트업 3총사'로 불리는 리오도(2만8984대), 니오(1만1866대), 샤오펍(9026대) 등에 앞서는 실적이다. 화웨이는 2년 전 전기차 기업 싸이리스와 공동으로 전기차 브랜드 '아이토'를 출시하기도 했다. /연남뉴스



메르세데스-벤츠 코리아 모델이 'AMG SL 마누팩투어' 한정판 차량을 선보이고 있다.

## '메르세데스-AMG SL 마누팩투어' 한정판

### 벤츠 한정판 에디션 120대 공개

메르세데스-벤츠 코리아는 22일 '메르세데스-AMG SL 63 4MATIC+ 마누팩투어' 에디션을 한정 판매한다고 밝혔다. 벤츠 코리아는 지난 18일 서울 강남구 'AMG 서울'에서 한정판 에디션을 최초 공개하고 120대 한정 판매한다. '마누팩투어(Manufaktur)'는 고객 취향에 맞게 특별한 외장 색상과 고품질의 인테리어 소재를 선택할 수 있도록 한 메르세데스-벤츠 차량의 차별화된 디자인 옵션이다. 벤츠 코리아는 럭셔리 로드스터 아이콘인 '메르세데스-AMG SL'에 국내 고객 취향을 반영한 마누팩투어 외장 및 인테리어 색상을 입힌 실버 에로우(은색), 파우더 클라우드(하늘색), 실리콘 벨리(진회색), 새비지 코스트(검회색) 4개 모델을 한정 판매한다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

특히 4개 색상 중 '실버 에로우' 모델은 메르세데스-벤츠의 전설적인 스포츠카 실버 에로우의 헤리티지를 현대적인 감각으로 재해석한 모델로, AMG 서울 전시장에서만 단독 판매된다. 메르세데스-AMG SL 63 4MATIC+는 4.0ℓ V형 8기통 가솔린 엔진(M177)을 탑재해 최고 출력 585마력과 최대 토크 81.5kg.m, 시속 315km의 최고 속도와 정지 상태에서 시속 100km까지 3.6초만에 도달한다. 또 AMG 퍼포먼스 4MATIC+ 사륜구동 시스템과 리어 액슬 스티어링 시스템은 최적의 구동력과 민첩하고 안정적인 조향을 제공한다. 이번에 출시된 '메르세데스-AMG SL 마누팩투어'를 통해 구매 고객은 SL의 독자적인 헤리티지와 강력한 주행 성능 뿐만 아니라 희소성있는 감각적인 색상 등으로 차별화된 만족을 경험할 수 있을 것으로 기대된다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr



현대차 '2024 TCR 월드투어 개막전 우승' 현대자동차는 '더 뉴 엘란트라 N TCR(국내명: 더 뉴 아반떼 N TCR)'이 지난 19일부터 21일(현지 시각)까지 이탈리아 캄파냐에 위치한 발레롱가 서킷에서 개최된 '2024 TCR 월드투어' 개막전에서 우승을 차지했다고 밝혔다. 사진은 네스토르 지로라미 선수가 이탈리아 대회 두 번째 결승 레이스에서 우승을 차지하고 기뻐하는 모습. <현대차 제공>

## 개인화 된 차량 경험 제공...기아 '디스플레이 테마' 공개

기아가 차량 내 클러스터와 인포테인먼트 디스플레이 디자인을 사용자 취향에 맞춰 변경하는 서비스를 북미 시장에 처음 선보였다. 기아는 미국프로농구(NBA) 플레이오프 개막을 앞두고 원하는 NBA 구단에 맞춰 디스플레이 디자인이 달라지는 '디스플레이 테마'를 출시했다고 22일 밝혔다. 총 30종으로 출시된 디스플레이 테마는 클러스터와 인포테인먼트 디스플레이의 색상과 그래픽을 운전자 취향에 맞춰 변화시킬 수 있는 맞춤형 서비스다. 시동을 켜고, 끝 때 나오는 애니메이션도 변경이 가능하다.



기아 디스플레이 테마 'New York Knicks'.

고객은 '기아 커넥트 스토어'와 무선 소프트웨어 업데이트(OTA)를 통해 자신이 선호하는

NBA 구단의 디스플레이 테마를 구매하고, 차량 내 디스플레이에 적용할 수 있다. 기아는 디스플레이 테마를 지난 9일(현지시간) 대형 전기 스포츠유틸리티차(SUV) EV9에 최초로 도입했다. 국내에서는 올해 하반기 차세대 인포테인먼트 시스템 ceN과 OTA 기능이 탑재된 차량을 중심으로 서비스를 확대할 예정이다. 기아 CXD사업부 파블로 마르티네즈 상무는 "소프트웨어 중심 자동차(SDV)로의 전환을 가속하고, 개인화된 차량 경험을 제공하기 위해 디스플레이 테마를 개발했다"고 밝혔다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

## 금호타이어, 美JD 파워 타이어 만족도 3위



### 세계 18개 브랜드 4개 분야 조사

금호타이어(대표 정일택)는 미국 마케팅 정보 회사가 실시한 승용차 신차용 타이어(Original Equipment) 소비자 만족도 조사에서 글로벌 3위에 올랐다고 22일 밝혔다. <사진> JD 파워는 1968년 설립된 미국의 시장조사 기관이자 마케팅 정보 회사로, 매년 소비자 만족도 조사를 실시하고 있다. 특히 자동차 분야에서 데이터 및 분석 분야에서 공신력을 인정받고 있다. JD 파워가 실시한 타이어 소비자 만족도 조사는 글로벌 18개 타이어 브랜드를 대상으로 타이어의 승차감, 견인력 및 핸들링, 내구성, 외관 등 4가지 분야로 진행됐다.

이번 조사는 지난해 8-12월까지 2022년-2023년 모델 차량 소유자 3만 1414명을 대상으로 이루어졌고, 일반 승용차 분야에서 금호타이어가 799점(전체 평균 797점)을 차지하며 3위를 달성했다. 문형중 품질담당 상무는 "미국 JD 파워 고객 만족도 조사에서 우수한 평가를 받으며, 북미 시장에서 품질에 대한 경쟁력을 인정받았다. 금호타이어는 지속적인 연구개발과 품질 향상을 통해 글로벌 고객들의 만족도를 높여나가는 데 힘쓰겠다"고 소감을 밝혔다. 한편, 금호타이어는 지난해 최대 매출 비중을 차지하는 북미 시장에서 전년 대비 9% 상승한 1조 2610억원의 매출을 달성하는 등 안정적인 성장세를 이어가고 있다. /김민석 기자 mskim@