

벤츠, 신형 C-클래스 아방가르드·AMG 라인 출시

6000만원대 합리적 가격에 다양한 첨단 안전·편의사양 탑재
4기통 엔진 204마력 출력·9단 변속기로 부드러운 주행감 선사

메르세데스-벤츠가 수입 경쟁자 시장에서 가장 인기 있는 엔트리 모델인 C-클래스의 대표 라인업, 'C 200 아방가르드'와 'C 200 AMG 라인'을 새롭게 출시한다.

C-클래스는 1982년 출시 이후 전세계적으로 1050만 대 이상 판매된 메르세데스-벤츠의 대표 모델이다.

현재 판매되고 있는 C-클래스 6세대 모델은 2022년 국내 출시됐다.

벤츠가 이번엔 선보이는 C 200 아방가르드와 C 200 AMG 라인, 고객 만족도를 높이기 위해 합리적인 가격에 다양한 첨단 안전 및 편의사양을 탑재해 상품성을 강화한 게 특징이다. C 200 아방가르드 6200만원, C 200 AMG 라인 6500만원(모두 부가세 포함)이다.

두 차량 모두 ▲앞좌석 통풍시트 ▲열선 스티어링 휠 ▲파노라믹 선루프 등 국내 고객들이 선호하는 사양을 기본 적용했다. 여기에 하이패스 결제 금액 및 잔액을 중앙 디스플레이에 띄워주는 ▲톨 전산 시스템 ▲원격으로 차량을 공유할 수 있는 디지털 키 전달 프라이빗레이션이 기본으로 제공된다.

두 차량 모두 4기통 가솔린 엔진을 탑재해 최고

출력 204마력, 최대토크 32.6 kg.m의 뛰어난 성능을 발휘하며 9단 변속기로 섬세하고 부드러운 주행 질감을 선사한다.

여기에 48V 마일드 하이브리드가 탑재돼, 통합 스타터 제너레이터(ISG)가 가속 시 최대 20마력의 힘을 추가적으로 제공하며, 글라이딩, 부스팅, 회생제동 등을 통해 뛰어난 효율성까지 갖췄다.

특히 전 라인업 제공해차량 2중 인증을 획득해, 혼잡 통행로 및 공영주차장 주차요금 감면 등의 혜택도 제공받을 수 있다.

외관에도 큰 신경을 썼다. C-클래스의 외관은 젊고 역동적인 느낌에 중점을 둔 디자인 철학인 '감각적 순수미(Sensual purity)'를 계승하면서 고급스럽고 우아한 이미지를 강조한다.

C 200 아방가르드 모델은 LED 고성능 헤드램프 및 전면부 중앙의 삼각별 로고 및 루브르와 함께 세로형 블랙 라디에이터 그릴, 크롬으로 마감된 프론트 에이프리어 메르세데스-벤츠만의 고급스러운 외관을 완성했다. C 200 AMG 라인에는 다이아몬드 라디에이터 그릴과 18인치 AMG 5 스포크 경량 알루미늄 휠 조합으로 스포티함을 더했다.

실내에는 다양한 디지털 요소가 탑재됐다. 가장



메르세데스-벤츠가 출시한 'C 200 아방가르드' 외관(오른쪽)과 내부 모습. <메르세데스-벤츠 제공>

먼저 시선을 사로잡는 대시보드와 센트럴 디스플레이는 운전석을 향해 약 6도 기울어진 디자인을 채택해 스포티함을 더했다. 대시보드 위 송풍구는 항공기 엔진 뒷개인 나셀(nacelle)을 연상시키는 디자인을 적용해 역동성을 강조했다.

차량 중앙에 위치한 11.9인치 세로형 고해상도 LCD 디스플레이를 통해 간단한 터치만으로 차량 내 다양한 기능을 제어할 수 있다. 또 2세대 MBUX 인포테인먼트 시스템이 탑재돼 음성 및 터치 스크린으로 다양한 기능을 직관적으로 조작할 수 있고, 스피드루너 서플릭 등 다양한 미니 게임도 즐길 수 있다. 스마트폰 무선 애플 카플레이 및 안드로이드 오토도 지원하며, 중앙 디스플레이 아래 위치한 지문 스캐너를 통한 사용자 로그인으로 쉽



고 빠르게 개인화된 설정을 불러올 수 있다.

C-200에는 최신 주행 보조시스템과 다양한 첨단 기술의 안전 및 편의사양이 탑재돼 안전하고 편안한 주행 환경을 제공한다. 앞차와의 간격 유지 및 자동 속도 조절, 제동 및 출발, 차선 이탈 방지 및 차선 변경 어시스트 등을 포함하는 최첨단 주행 보조 시스템 '드라이빙 어시스턴스 패키지 플러스'가 기본 사양으로 탑재된다. 사고 발생 이전에 위험 상황을 감지해 탑승자의 피해를 최소화하는 '프리-세이프', 측면 충돌 감지 시 앞 좌석 탑승자를 보호하는

'프리-세이프 임펄스 사이드' 등도 같이 포함된다.

이 외에도 ▲후방 카메라가 포함된 주차 패키지 ▲앞좌석 열선 시트 ▲열선 윈드스크린 워셔 시스템 등이 제공되며, 차량 내부의 초미세먼지 농도를 상시로 모니터링해 실내 공기질을 쾌적하게 유지해주는 공기 청정 패키지도 기본으로 탑재됐다. 차량에 대한 보다 자세한 정보는 전국 메르세데스-벤츠 코리아 64개 공식 전시장 및 공식 홈페이지(www.mercedes-benz.co.kr)를 통해 확인할 수 있다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr8

현대차, 인도 IPO 신청...내년 현지 100만대 생산체제

인도법인 연내 상장 목표

현대차가 세계 3대 자동차 시장으로 꼽히는 인도에서 현지 증시 상장 절차에 나섰다.

현대차는 인도 현지법인인 현대차인도가 인도 증권시장에 상장하기 위해 인도증권거래위원회(SEBI)에 기업공개(IPO) 관련 예비서류(DRHP)를 제출했다고 17일 공시했다.

현대차는 "최종 상장 여부는 시장 상황 또는 사전 수요 예측 결과 등에 따라 결정될 예정"이라며 "진행 상황에 대해서는 확정되는 시점 또는 6개월 내 재공시 예정"이라고 설명했다.

현대차는 수개월간 인도 현지 시장을 면밀히 조사·분석한 뒤 연내 상장을 목표로 삼고 있는 것으로 알려졌다.

앞서 현대차 인도법인은 지난 15일 SEBI에 제출한 신청서에서 모회사인 현대차가 보유한 인도 법인 주식 8억1200만주 중 최대 1억4200만주, 전체 지분의 17.5%를 매각할 계획이라고 로이터통신 등 외신이 전했다.

IPO를 위해 신주를 발행하지 않고 기존에 현대차가 갖고 있던 지분 일부를 시장에 판매하는 '공개 매각' 방식이다.

업계에서는 이번 IPO를 통해 현대차가 최대 30억달러(약 4조1670억원)를 조달해 인도 IPO 사상 최대 규모를 기록할 것이라는 예상이 나온다.

인도 주식시장에서 가장 큰 규모의 IPO는 2022년 인도 생명보험공사 상장으로 조달액은 약 25억달러(약 3조4725억원)였다.

현대차는 인도 내에서 매출 기준으로 마루티 스즈키에 이어 두 번째로 큰 자동차 제조업체다.

현대차는 1996년 인도법인을 설립했으며 1998년 타밀나두주(州) 첸나이 공장에서 첫 모델 쉐르로를 양산하며 인도 자동차 시장에 본격적으로 뛰어들었다.



지난 4월 현대차 인도권역본부 델리 신사옥에서 열린 타운홀미팅에서 인도권역 현지 직원들의 질문에 답하고 있는 정의선(왼쪽에서 두번째) 회장.

현대차는 인도 자동차 시장의 가파른 성장세에 맞춰 선제적으로 대응하고, 인도를 대표하는 모빌리티 기업 입지로 구축하겠다는 포부다.

이를 위해 현지 생산능력을 확충하고 인도 전기차 시장 선점을 위한 전동화 전략도 본격적으로 가동할 계획이다.

실제 내년 하반기 인도 푸네 공장이 완공되면 현대차는 첸나이 공장과 함께 100만대 생산체제를 구축하게 된다. 기어까지 합하면 현대차그룹은 인도에서 약 150만대를 생산할 수 있다.

인도 마하라슈트라주에 있는 푸네에서는 현재 20만대 이상 규모의 신공장 프로젝트가 진행 중이다.

또 현대차는 올해 하반기 인도 첫 현지 생산 전기차를 선보이며 미래 시장 선점에도 적극 나선

다.

올해 말 첸나이 공장에서 전기 스포츠유틸리티차(SUV) 양산을 시작으로 2030년까지 5개의 전기차 모델을 투입할 예정이다.

인도는 중국과 미국에 이어 세 번째로 큰 자동차 시장이자 핵심 신흥 시장으로 주목받고 있다.

인도는 2021년부터 지난해까지 6%대 견조한 경제 성장률을 기록했고, 자동차 시장도 2021년 대비 13%가량 확대됐다. 작년 전기 승용차 판매 대수가 9만대에 이를 정도로 전기차 시장도 급속히 커지고 있다.

지난해 인도 현지에서 현대차는 76만5000대, 기아는 31만9878대를 각각 생산했다. 두 회사 합산 생산량은 108만4878대에 이른다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

금호타이어 '스파로스 EV 이벤트'

신세계아이앤씨와 제휴

이노비 구매 할인·사은품

금호타이어(대표이사 정일택)는 신세계아이앤씨와 '스파로스 EV 제휴 이벤트'를 실시한다고 17일 밝혔다.

금호타이어는 전기차용 타이어 이노비(EnnoV)를 구매하는 스파로스 EV 고객을 대상으로 연말까지 할인 혜택과 사은품을 증정한다.

스파로스 EV 앱에서 전기차용 타이어 구매 시 가격 할인과 4본 구매 시 4만원, 2본 구매 시 2만원 이마트 전용 모바일 상품권을 지급한다. 또 교체대행 및 방문장착서비스를 무료로 제공하며 코어플러스 세차 3000원 이용 쿠폰을 지

급한다.

스파로스 EV는 신세계아이앤씨의 전기차 충전 서비스로, 충전 인프라 구축부터 운영 및 통합 관제까지 모든 서비스를 제공한다. 쉽고 간편한 충전 기능과 신세계포인트 혜택 등 차별화된 서비스를 기반으로 주요 리테일 매장, 주거 시설, 오피스 등으로 사업을 확대 중이다.

금호타이어 운영혁 G.카메타담당 상무는 "전기차 운전자들의 편의성 증대를 위해 신세계아이앤씨의 전기차 충전 서비스 스파로스 EV와 제휴 이벤트를 진행하게 됐다"며 "앞으로도 고객들에게 차별화된 서비스를 제공하기 위해 다양한 기업들과의 협업을 통해 고객 니즈에 선제 대응하고 혜택을 강화해 나갈 것"이라고 말했다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

대학생 서포터즈 '기아 크리에이터' 7기 모집

다음달 1일까지 지원서 접수

기아는 대학생 서포터즈 프로그램 '기아 크리에이터 7기'를 모집한다고 17일 밝혔다.

지난 2018년부터 진행되고 있는 기아 크리에이터는 기아와 대학생들의 동반성장을 추구하기 위해 마련된 대학생 소통 프로그램이다.

미래 모빌리티와 영상 제작에 관심이 있는 대학생이면 누구나 참여 가능하다.

활동 기간은 오는 8월부터 11월까지 4개월이다. 지원 신청은 다음달 1일까지 기아 크리에이터 홈페이지를 통해 접수한다. 서류 전형과 면접을 거쳐 최종 합격자를 선발한다.

최종 합격자들은 목적기반모빌리티(PBV), 전기차(EV) 중 하나를 키워드로 선정해 '2세대가 그려는 기아의 미래 움직임'을 주제로 영상 제작

미션을 수행하게 된다.

합격자들에게는 활동 지원금, 전문가와 함께하는 영상 워크숍, 밀착 멘토링 및 작품 피드백이 제공된다.

기아는 서울 강남구에 위치한 브랜드 체험 공간 기아360에서 크리에이터들이 제작한 영상의 오프라인 상영회를 열고, 사회관계망서비스(SNS) 채널을 통해 일반인에게 공개할 계획이다.

신청을 통해 뽑힌 우수 활동자에게는 상금이 수여된다.

기아 관계자는 "기아의 미래 방향성과 전동화 의지를 보여주는 키워드인 PBV와 EV의 미래를 대학생들과 함께 만들어 나가고자 기아 크리에이터 7기를 모집하게 됐다"며 "많은 대학생이 지원하길 바란다"고 말했다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

지난해 전세계서 가장 많이 팔린 차는 테슬라 모델Y...현대차 투싼 15위

톱5 중 4개가 일본 브랜드

한국, 국가별 브랜드 점유율 5위

지난해 전 세계에서 가장 많이 팔린 차량은 미국 전기차업체 테슬라의 스포츠유틸리티차(SUV) 모델Y인 것으로 나타났다.

한국의 현대차 투싼과 이번에는 '톱28'에 올랐다.

15일 시장조사업체 자토 다이내믹스의 통계를 인용한 미국 자동차 전문지 오토모티브뉴스 보도에 따르면 모델Y는 지난해 전 세계 신차 판매 등록 기준 122만3000대를 기록해 가장 많이 팔렸다. 이는 전년 대비 64% 증가한 수치다.

자토 다이내믹스 통계상 신차란 지난해 151개국에서 판매된 신규 승용차와 경트럭을 포함한다. 이 통계에서 전지가가 글로벌 최다 판매 차량이 된 것은 지난해가 처음이다.

이어 도요타 RAV4(와일드랜더·107만5000대), 혼다 CR-V(브리즈·84만6000대), 도요타 코롤라(레빈·80만3000대), 도요타 코롤라 크



현대차 투싼.

로스(프론트랜더·71만5000대)가 2~5위에 올랐다.

테슬라 외 '톱5'를 일본 브랜드가 휩쓴 것이다. '톱10' 안에는 일본 브랜드 7개(도요타 5개·혼다 1개·닛산 1개), 미국 브랜드 3개(테슬라 2개·포드 1개)가 포함됐다.

한국 차량 중에는 현대차 스포츠유틸리티차(SUV) 투싼이 전년 대비 25% 증가한 42만3000

대를 판매되며 가장 높은 15위를 차지했다. 이어 세단 아반테(엘란트라)가 5% 늘어난 39만9000대의 판매량으로 17위에 랭크됐다.

중국 브랜드로는 BYD(비야디)의 전기 세단 '친'이 47만3000대로 12위에 오르며 약진했다.

국가별 브랜드 점유율은 일본(29.1%), 유럽(24.9%), 중국(17.9%), 미국(15.2%), 한국(8.5%)의 순이었다. /연합뉴스

토요타코리아 '썸머 케어 서비스 캠페인'

다음달 6일까지 부품 10% 할인

토요타코리아는 17일부터 7월 6일까지 '2024 토요타 썸머 케어 서비스 캠페인'을 실시한다고 밝혔다.

캠페인 기간 토요타 공식 서비스센터를 이용할 경우 ▲에어컨 필터 ▲에어클리너 엘리먼트 ▲에어케어 ▲냉각수 ▲와이퍼 리바·블레이드 ▲12V 배터리 등 토요타 공식 부품과 공임에 대해 10% 할인 혜택을 받을 수 있다. 또한 50만원 이상의 유상 수리 고객에게는 인젝터 클리너를 증정한다.

여기에 토요타 서비스 입고 고객들은 엔진룸, 브레이크, 서스펜션 및 하이브리드 시스템 등 최대 70여 개의 항목에 대한 정기점검에 대해 20% 할인 혜택을 받을 수 있다.

일반 보증 기간이 만료된 고객은 토요타 공식 서비스 센터에서 정기점검을 받고 이상이 없는

차량에 한해 엔진 및 동력전달계통 주요 부품에 대한 보증을 1년 2만 km(선도대 조건)까지 추가로 제공하는 '토요타 케어 프로그램'의 혜택을 누릴 수 있다. (일부 모델 제외)

이와 함께 이번 캠페인 기간 동안 토요타 플래그십 모델인 크라운(CROWN)을 계약 후 7월 이내에 출고한 고객에게는 특별한 혜택을 제공한다.

강대한 토요타코리아 부사장은 "폭염과 더불어 집중호우 및 태풍 같은 갑작스러운 기상변화가 많은 여름철에 대비하여 고객의 안전운전과 차량관리를 지원하고자 썸머 케어 서비스 캠페인을 준비하게 됐다"며 "이번 캠페인을 통해 더 많은 고객들이 토요타의 차별화된 차량관리를 체험해 보시길 바란다"고 말했다.

자세한 내용은 전국 토요타 공식 서비스센터 및 토요타코리아 홈페이지(www.toyota.co.kr)에서 확인할 수 있다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr