현대차·기아차·제네시스 브랜드의 9개 제품이 미국의 유력한 디자인 상인 '2020 굿디자인 어워드'에서 운송 디자인 부문 수상작으로 선정됐다. 사진 왼쪽부터 현대차 '콘셉트카 45'와 기아차 '4세대 쏘렌토'.

국내 자동차 '디자인' 미국서 통했다

현대·기아차·제네시스 9개 제품 '굿디자인 어워드'

올 뉴 아반떼·콘셉트카 45 등 운송 디자인부문 선정

현대·기아차·제네시스 브랜드의 9개 제품이 미국 '2020 굿디자인 어워드'에서 운송 디자인 부문 수상작으로 선정됐다.

이번에 수상한 제품은 올 뉴 아반떼(현지명 엘란트라), 콘셉트카 45, 프로페시, 하이차저, K5, 쏘렌토, G80, GV80, 제네시스 인포테인먼트 시스템 카퍼 디자인 테마 등이다.

4일 업계에 따르면 현대차는 최근 '2020 굿디자인 어워드'에서 올 뉴 아반떼, 콘셉트카 45, 프로페시 등 현대차 디자인 정체성 '센슈어스 스포티니스'를 적용한 3개 차종과 전기차용 초고속 충전설비 하이차저가 수상작으로 선정됐다.

현대차가 지난해 4월 출시한 올 뉴 아반떼는 디지털 디자인 기술을 극대화한 기하학적인 알고리즘을 디자인적 요소로 활용한 '파라메트릭 다이나믹스' 테마를 적용해 미래지향적이고 혁신적인 디자인으로 완성됐다.

지난 2019년 독일 프랑크푸르트 모터쇼에서 처음 선보인 전기차 콘셉트카 45는 1970년대 항공기 디자인에서 영감을 받은 모노코크 방식의 차체를 통해 공기역학과 경량화를 구현했으며, 직선적이고 힘찬 선이 어우러진 외관으로 다이아몬드 형태의 인상을 주는 것이 특징이다.

이번 수상으로 콘셉트카 45는 지난해 2월 '2020 iF 디자인상' 본상, 9월 '2020 IDEA 디자인상' 동상, 10월 '2020 레드닷 어워드' 본상 등 세계 3대 디자인상을 포함해 올해 출품한 모든 디자인상을 수상하는 쾌거를 달성하며 올해 공개를 앞두고 있는 아이오닉5에 대한 기대감을 한껏 높였다.

기아차도 3세대 K5와 4세대 쏘렌토 등 2개 제품이 선정됐다.

기아차가 지난해 3월 출시한 4세대 쏘렌토는 이전 모델들이 보여준 고유의 강인한 디자인 헤리티지를 성공적으로 계승하는 동시에 세련되고 섬세한 이미지를 함께 담아낸 혁신적인 디자인으로 기존 SUV 디자인의 전형성을 완전히 탈피했다.

제네시스는 G80, GV80, 인포테인먼트 시스템 카퍼 디자인 테마 등으로 이름을 올리며 브랜드를 출범한 2015년부터 6년 연속으로 굿디자인 어워드를 수상하는 쾌거를 달성했다.

특히 '크레스트 그릴'과 두 줄의 '쿼드램프' 등 브랜드의 독자적인 디자인 요소가 반영된 양산차 2종으로 디자인상을 받으며 글로벌 디자인 경쟁력을 입증했다.

현대차그룹 관계자는 "현대차, 기아차, 제네시스는 각 브랜드별 디자인 정체성 아래 개별 제품의 특성에 맞는 감각적인 디자인으로 고객에게 더 나은 가치를 전달하고자 노력하고 있다"며 "앞으로도 일상의 행복과 이동의 자유를 위한 다양한 미래 모빌리티 디자인을 선보일 것"이라고 밝혔다. /최환준 기자

기아차 'K 시리즈' 3년 연속 최다 판매

16만대 돌파 전망…K5 전년比 2배 이상 늘어

기아차의 세단 브랜드인 K시리즈가 지난해 국내 시장에서 3년 연속 연간 최다 판매량을 갱신했다.

2009년 준대형 세단 K7을 처음 선보인 이래 역대 최다 판매 기록으로, 사상 처음 16만대 기록도 넘을 것으로 보인다.

4일 업계에 따르면 기아차의 K시리즈는 이미 지난달 중순에 전년도(2019년)의 연간 판매량(15만772대)을 넘어서며 판매 신기록을 달성한 것으로 알려졌다.

K시리즈의 지난해 1-11월 누적 판매량은 14만7천823대다.

12월 한 달간 작년 월평균 수준인 1만3천여대가 팔렸다고 가정하면 사상 처음으로 16만대를 돌파하게 된다.

K시리즈는 2009년 K7을 시작으로 2010년 중형 세단 K5, 2012년 준중형 세단 K3와 대형 세단 K9이 차례로 출시되며 현재의 라인업을 갖췄다.

K시리즈는 첫 출시 이래 작년 11월까지 국내에서 누적 144만8천228대가 팔리며 기아차의 주력 라인업으로 자리잡았다.

첫 출시 이듬해인 2010년에 연간 판매량이 처음으로 10만대를 넘겼고, 모든 라인업이 본격적으로 갖춰진 2013년에는 14만4천645대라는 판매고를 올리기도 했다.

2017년 11만대로 주춤했던 K시리즈는 2018년 다시 14만대를 넘은 뒤 연간 판매량이 꾸준히 늘어나고 있다.

특히 작년에는 K5가 효자 노릇을 했다. K3(-45.2%)와 K7(-23.1%), K9(-27.0%) 등 다른 모델의 작년 누적 판매량(11월 기준)은 전년 동기 대비 감소했으나 K5는 7만9천518대(138.0%)로 전년 대비 2배 이상 팔리며 K 시리즈의 전체 판매량이 전년 대비 10% 가량 늘어나는데 기여했다.

이는 2019년 12월 출시된 3세대 K5의 효과 덕분이다.

3세대 K5는 2015년 7월 출시 이후 4년 만에 선보인 완전 변경 모델로, 기존 기아차 디자인의 상징이던 '타이거 노즈' 라디에이터 그릴과 헤드램프와의 경계를 허문 강렬한 디자인과 다양한 첨단 기능으로 큰 인기를 끌었다. /최환준 기자

지난해 친환경차 수출 비중 10% 첫 돌파

지난해 전기차 등 친환경차 수출 비중이 사상 처음으로 10%를 돌파한 것으로 나타났다.

4일 산업통상자원부에 따르면 2020년 전기차와 수소차 등 친환경차 수출액은 46억 달러로, 지난해 33억 달러보다 39.9% 급증했다.

이에 따라 친환경차가 전체 자동차 수출액에서 차지하는 비중은 12.3%로 집계됐다.

이 비중은 2016년 0.8%에 불과했으나, 2017년 2.2%, 2018년 4.4%, 2019년 7.7%로 해마다 증가 폭을 키우고 있다.

코나 일렉트릭(EV)과 니로 EV 등 전기차는 지난해 11월까지 11만2천254대가 수출돼 전년 동기 대비 67.2% 늘었다.

수소차도 이 기간 865대가 수출돼 24.3% 증가했다.

친환경차와 함께 스포츠유틸리티차량(SUV) 등 고부가가치 차량 수출이 증가하면서 지난해 자동차 수출 단가는 8.6% 올랐다. 수출단가 상승에도 연간 전체 자동차 수출은 전년보다 13.1% 감소했다. 코로나19 확산에 따른 경기 침체와 수요부진의 벽이 높았던 탓이다.

다만, 전체 자동차 수출은 지난해 2분기에는 전년 동기 대비 41.5% 급감했으나, 3분기에는 1.6% 증가로 돌아선 뒤 4분기에도 1.2% 증가를 나타내며 회복세를 보였다. /최환준 기자

금호타이어 '2020 대한민국 교육기부대상' 수상

저소득 가정 청소년 공부방 개설 등 교육기부 활성화 공로

금호타이어는 교육기부 활성화의 공로를 인정받아 교육부가 주최한 '2020 대한민국 교육기부대상'을 수상했다고 4일 밝혔다.

9회째를 맞는 '대한민국 교육기부대상'은 매년 활발하게 교육기부 활동을 전개해 교육기부 활성화에 기여한 우수기관·개인에게 수여한다.

금호타이어는 회사가 보유한 자원을 활용한 다방면의 교육기부 활동에 대한 성과를 인정받아 2015년과 2016년에 이어 2020년 3번째 수상의 영예를 안았다.

금호타이어는 대표적 활동으로 지난 2016년부터 저소득 가정 청소년을 위한 교육환경개선 사업의 일환인 '희망의 공부방' 개설 프로그램을 진행하고 있다.

수도권 내 청소년이 있는 저소득 가정에 PC, 가구 지원 등 환경개선을 통해 학업 환경을 조성해주는 이 사업은 사내 사회공헌활동 아이템 공모전을 통해 채택된 아이디어가 실행된 첫 사례로 현재까지 23호점이 완공됐다.

또한 금호타이어는 지난해 코로나19의 영향으로 임직원 참여형 사회공헌활동 대신 온라인 비대면 교육활동 프로그램을 기획해 집중하고 있다.

교통안전 키트(kit) 및 교통안전 동영상을 통한 '어린이 교통안전 교육'을 비롯해 사이버(SNS) 폭력예방교육, 학교폭력 예방 교육 등을 실시했다.

안재성 금호타이어 HR담당 상무는 "금호타이어는 소외계층 지원 사업을 지속하며 사회적 책임을 다하고 있다"며 "코로나19로 인해 금호타이어는 아동 및 청소년 대상 비대면 교육을 확대하며 단순 기부가 아닌 사회적 가치를 창출하는데 보탬이 되고자 했다"고 말했다.

한편, 금호타이어는 지난달 17일 교육부 주최의 '2020년 제9회 대한민국 교육기부 박람회'에 참여해 화상회의 시스템에 접속한 어린이 랜선 관객들을 대상으로 '어린이 교통안전 교육'을 라이브 방송을 통해 송출했다. 〈사진〉

금호타이어는 포스트 코로나 시대에 발맞춰 향후 다양한 방식의 온라인&비대면 사회공헌활동을 전개할 예정이다. /최환준 기자

현대차 '그랜드마스터 선발 대회' 개최 현대자동차는 최근 공식 서비스 협력사 블루핸즈의 우수한 기술 인력 양성을 위한 '2020 그랜드마스터 선발 대회'를 실시했다. 사진은 태블릿을 활용해 그랜드마스터 선발 평가를 진행하고 있는 모습. 〈현대차 제공〉