

APRIL
2022

LUXURY



ELECTRIC CAR

Van Cleef & Arpels





SEAMASTER AQUA TERRA 150M
CO-AXIAL MASTER CHRONOMETER

**LOOKS MAGICAL.
WORKS BEAUTIFULLY.**

칼리버는 일반적인 시계의 디자인은 아니지만, 시계의 심장과도 같습니다. 그리고 이 이상적인 세계는 우리의 실제와 크게 다르지 않습니다. 오메가의 칼리버는 천 개가 넘는 미세한 구성 요소들이 모인 작은 우주입니다. 각 요소들이 훌륭하게 맞물려 작동함으로써 완벽한 정확성을 보여줍니다. 탁월한 정확성과 신뢰할 수 있는 성능을 바탕으로 오메가 타임피스들은 운동선수, 심해 탐험가는 물론 우주 비행사에 이르기까지 모험과 혁신을 즐기는 모든 이들의 충실한 동반자 역할을 다하고 있습니다.

Ω
OMEGA

갤러리아 명품관 EAST 광교점 롯데 에비뉴엘 월드타워점 인천터미널점
현대 목동점 더현대서울점 무역센터점 판교점 대구점 신세계 본점 강남점 타임스퀘어점 대구점

<LUXURY M>은 2016년 창간 이래 최고의 프리미엄 매거진 <LUXURY>의
기획과 진행으로 <매일경제>의 주요 지국과 <LUXURY> 독립 배본망을 통해 배포되는,
밀레니얼 세대와 Z세대를 잇는 시티 라이프스타일 미디어입니다.

Contents

SPECIAL

ELECTRIC CAR

08

ELECTRIC WAVE

EV LINE-UP

GLOBAL POWER LIST 25

전기차는 자율주행차로 가는 과정

04 HEAD TO TOE

이달에 알아야 할 정보와 트렌드

26 INNOVATOR

아이슬라에너지 윤석규 대표

28 PREVIEW

각 분야 기자들이 추천하는 신제품

32 REVIEW

뷰티 피플 4인이 사용, 평가한 신상 쿠션

34 FASHION

뉴욕 패션위크에서 데뷔한 시 디자이너

36 DESIGN SPOT

나만의 작은 자연을 가꿀 수 있는 분재 솜 4



ZIP ART DÉCO NECKLACE

프랑스 하이 주얼리 & 워치 메종, 반클리프 아펠의 아이코닉한 모델 '지프' 네크리스. 영국 윈저 공의 아내 심프슨 부인의 요청으로 1951년 처음 제작했으며, 100년 이상 이어져 내려오는 메종의 장인 정신과 집약된 주얼리 제작 노하우를 확인할 수 있는 유니크 피스다. 실제 지퍼처럼 네크리스를 완전히 잠그면 브레이슬릿으로 변신해 다양한 활용이 가능하다.

2022년 4월호 통권 제66호
2022년 3월 28일 발행(매월 발행)
2016년 10월 12일에 등록, 등록번호 서울 중. 라-00650
발행 공급처 (주)디자인하우스(02-2275-6151)
주소 서울시 중구 동호로 272
필름 출력 (주)에이디코아(02-323-6493)
인쇄처 M-print(031-8071-0960)
이 잡지의 일부 기사는 간접 광고를 포함하고 있습니다.

LUXURY.DESIGNHOUSE.CO.KR

LUXURY EDITORS

EDITORIAL

EDITOR IN CHIEF

윤정은 Jungeun Yoon · yoon29@design.co.kr

FASHION EDITOR

홍혜선 Hyesun Hong · hhs@design.co.kr
최윤정 Yoonjung Choi · yj.choi@design.co.kr

BEAUTY EDITOR

이지형 Jihyung Lee · jh.lee@design.co.kr
정두민 Doomin Jeong · dmj@design.co.kr

LIVING & FEATURES EDITOR

김수진 수석 기자 Sujin Kim · jin@design.co.kr
안서경 Seogyong Ahn · seo@design.co.kr
한동은 Dongeun Han · dehan@design.co.kr

ART DIRECTOR

손익원 Ikweon Sohn · bart@design.co.kr

DESIGNER

홍수연 Sooyoun Hong · syhong@design.co.kr
김보성 Bosung Kim · today17@design.co.kr

PHOTO DIRECTOR

이우경 Wookyoung Lee · watt@design.co.kr

PHOTOGRAPHER

이기태 · 이경옥 · 이창화 · 김은지 · 박성연

STONE STUDIO

염정훈 Junghoon Yum · 황인우 Inwoo Hwang

COPYREAD

전남희 Namhee Jeon

ADVERTISING

DIRECTOR

이경호 Kyongho Lee · paradise@design.co.kr

CHIEF MANAGER

김수진 Soojin Kim · kimssoojin@design.co.kr

SENIOR MANAGER

정혜림 Hyerim Jeong · hr.jeong@design.co.kr

DISTRIBUTION MANAGER

송은우 Eunwoo Song · ewsong@design.co.kr

DEPUTY MANAGER

이건태 Guntai Lee · guntai77@design.co.kr

DESIGN HOUSE INC.

DIRECTOR OF DESIGN BUSINESS

이민형 디자인프레스(주) 대표 겸직 Lucy@design.co.kr

DIRECTOR OF EXHIBIT BUSINESS

조상연 이사 Sangyeon Cho · csy@design.co.kr

DIRECTOR OF BUSINESS STRATEGY

이영임 상무 Youngim Lee · yilee@design.co.kr

LEGAL ADVISOR

김영철 변호사 · 변리사(법무법인 KCL)

COUNTING ADVISORY

삼덕회계법인

DIVISION LEADER

김은령 exlibris@design.co.kr

PRESIDENT · PUBLISHER

이영혜 대표이사 · 발행인



FLOWER JEWELRY

CHOPARD 쇼파드에서 브랜드의 상징인 댄싱 다이아몬드 주위에 5개의 하트 꽃잎을 수놓은 '해피 하트 플라워' 네크리스를 선보인다. 윤리적으로 채굴한 골드로 제작한 이 제품은 하트와 댄싱 다이아몬드가 완벽한 조화를 이룬다. 브레이슬릿과 링, 이어링 등에도 해당 모티프를 적용했다. 6905-3390

TASAKI 아코야 진주와 다이아몬드로 봄의 꽃을 고스란히 표현한 '찬트' 컬렉션. 리듬감 있는 아름다움을 드러내기 위해 꽃의 윤곽을 유기적으로 형상화했다. 영원한 사랑의 의미를 지니는 다이아몬드가 아코야 진주 주위를 촘촘하게 감싸 어느 각도에서 보아도 눈부신 반짝임을 선사한다. 3461-5558 (HHS)



KOREAN GOURMET

JOSUN PALACE SEOUL GANGNAM

제철 식재료를 실험적 스킬로 풀어내는 퓨전 한식 레스토랑 '이타닉 가든'이 새 단장을 마쳤다. 미쉐린 1스타 레스토랑 '라망시크레'의 손종원 셰프가 합류해 유채꽃, 봄동 등을 활용한 런치 9코스와 디너 12코스를 제안한다. 공예 작가의 세라믹 등으로 정갈한 상차림을 연출한다. 727-7610

FOUR SEASONS HOTEL SEOUL

포시즌스 호텔 서울이 한국식 컨템퍼러리 바 '오울'을 오픈했다. '과거', '근대', '현대'를 키워드로 소주 베이스의 개성적인 칵테일과 음료를 선보인다. 페어링 메뉴는 호텔의 총주방장 이재영 셰프가 맡아 로컬 식재료를 활용한 분식 스타일의 가벼운 메뉴를 제안한다. 6388-5000 (ASG)



EDITOR 김수진(KSJ)·홍혜선(HHS)·이지형(LJH)·안서경(ASG)
최윤정(CYJ)·정두민(JDM)·한동은(HDE)

Head



CAR OF THE MONTH

FORD

포드자동차를 상징하는 대표 오프로드 SUV '브롱코'가 25년 만에 부활했다. 1996년 단종된 1세대 모델을 현대적으로 업그레이드한 '뉴 포드 브롱코'는 강력한 퍼포먼스와 스마트한 주행 능력을 두루 갖췄다. 2.7리터 V6 에코 부스트 Eco-Boost® 트윈 터보차저 엔진이 314마력의 최고출력과 55kg.m의 최대토크를 이끌며, 10단 자동 변속기를 탑재해 강력한 주행감을 선사한다. 1세대 모델의 레트로 감성을 계승하면서 넓은 트랙, 높은 지상고 등 아웃도어 주행에 최적화한 디자인도 눈길을 끈다. 1600-6003 (KSJ)



SPRING SNEAKERS

ROGER VIVIER

옆면에 장식한 슈레이스가 특징인
블랙 스니커즈. 6905-3370

TOD'S

고무 페블 디테일로 브랜드의
정체성을 드러낸 보라색 스니커즈.
3448-8233

GIVENCHY

유기적인 디자인과 입체적인
투명 아웃솔이 독특한 스니커즈.
6905-3664

DIOR

메시 소재로 통기성을 높이고 두툽한
러버솔로 편안한 착용감을 선사하는
스니커즈. 3480-0104 (HHS)

PHOTOGRAPHER 이기태

PASTEL BLOOM

GOLDEN GOOSE 여행에서 얻은 경험을
테마로 삼는 '저니' 컬렉션. 2022 S/S 시즌에는
상반된 매력이 공존하는 도시 마이애미를 목적지
로 정했다. 낮 풍경을 연출하기 위해 파스텔컬러
를 적용하고, 여기에 밤의 네온사인을 연상시키
는 화려한 디테일을 매치했다. 519-2937

MANOLO BLAHNIK 나파 가족으로 자연
스러운 주름을 연출한 '로코코 퍼플' 라인의 '피코
스' 샌들은 올해 4월 론칭하는 신제품이다. 16세
기부터 주요한 디자인 요소 중 하나였던 러플 장
식을 강조한 결과물. 파스텔 톤의 총 3가지 색상
으로 만날 수 있다. 3443-2113

STELLA MCCARTNEY 산뜻한 '셔벗 옐
로' 컬러의 세트업 슈트를 제안한다. 재킷과 넓게
퍼지는 실루엣의 팬츠로 구성했으며, 팬츠의 경
우 늘어나는 로고 밴딩을 적용해 더욱 멋스러운
느낌을 자아낸다. 감각적인 스타일링을 원한다
면 비건 레더 소재의 '에밀리' 부츠를 매치해보자.
3479-1977 (CYJ)

to Top



MANOLO BLAHNIK

STELLA MCCARTNEY

GOLDEN GOOSE

CHANEL
가볍고 매끄럽게 발리는 촉촉한
텍스처가 입술에 닿으면
부드러운 오일 제형으로 변해
눈부신 광채를 선사한다.
'루쥬 코코 플래쉬 170 로망스'.
080-805-9638

HERMÈS BEAUTY
봄날 아침의 하늘과 태양에서
영감을 받은 컬러 팔레트를
패키지에 적용했다.
가벼운 피부 톤의 컬러가
돋보이는 '루즈 에르메스
샤이니 립스틱 베쥬도 05
리미티드 에디션'.
310-5174

NEW LIPS

GUCCI BEAUTY
유·수분 균형을 이룬 포물라가
입술에 부드럽게 발리면서 가볍고
편안하게 마무리되는 것이 특징인
'루즈 아레브르 브왈 립스틱
리미티드 에디션 25 골디레드'.
080-850-0708

BURBERRY BEAUTY
히알루론산을 풍부하게 함유한
포물라가 입술을 촉촉하게
유지한다. 산뜻한 장미 향이
립 메이크업의 매력을 극대화하는
'키세스 리미티드 에디션 #106
필 더 레드'. 080-850-0708
(JDM)

POIRET
입술에 크림미하게 녹아드는
고광택 젤 텍스처로 촉촉한
보습은 물론 선명한 발색을 유지한다.
플러핑 효과로 입술의 볼륨을
살려주는 '루쥬 뽀아레 끌레르
#806 팜므 델리카뜨'. 310-5025

PHOTOGRAPHER: 엄정호

PLANT-BASED MILK

XILK 순 식물성 대체 식품을 개발하는 '더플랜 잇'이 식물성 대체 우유 '쉴크'를 선보인다. 한 가지 원료로만 만든 것이 아니라 콩, 해바라기씨, 코코넛 오일, 올리브 오일, 슈거 애플, 비정제 원당 등으로 우유 본래의 맛과 영양, 질감을 살렸다. 라테 메뉴에 최적화한 '쉴크 바리스타 에디션'은 침전물이 없어 제조도 간편하고 찬 음료와 따뜻한 음료 모두와 잘 어울린다. 070-4139-4182

OATSIDE 호주산 귀리 우유 '오트사이드'가 한국에 론칭했다. 귀리를 찌지 않고 로스팅해 맥아 향이 진하고 크림미한 질감이 특징이다. '바리스타 블렌드'는 크림이 풍부해 커피의 풍미를 살려 주고, 깊은 다크 초콜릿 향이 특징인 '초콜릿' 맛은 인도네시아 솔라웨시 카카오와 코코넛 아자 감료로 단맛을 첨가했다. @oatside_kr (HDE)



NEW FACE

FENDI 배우 이민호가 한국 앰배서더로 선정됐다. "장인 정신과 창의성으로 잘 알려진 펜디의 앰배서더가 되어 매우 기쁘다"라고 소감을 밝힌 그는 공식 이미지에서 어스 모티프의 검은색 블레이저와 '피카부' 백을 스타일링했다. 514-0652

JIMMY CHOO 2022년 새로운 도약을 예고하며 가수 겸 배우 손나은을 한국의 첫 공식 앰배서더로 발탁했다. 동시에 다양한 커뮤니케이션과 서비스를 위해 공식 카카오프러스 채널도 론칭했다. 070-4099-4121 (HHS)



CELEBRITIES AT THE EVENT



영화배우 레슬리 오덤 주니어의
사전에 뻔한 '블랙 택시도'는 없다.
평소 과감한 슈트 스타일을 선보이던
그답게 제28회 미국 배우 조합상
레드 카펫 행사에서도 도트 무늬로
물든 옷차림으로 개성을 뽐냈다.



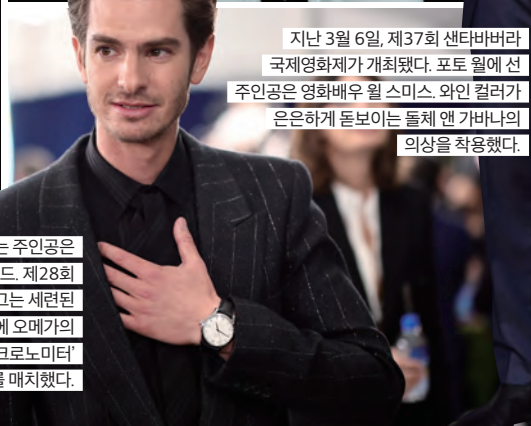
뮤지션 알레시아 그레이디를 샤넬의
2022 F/W 시즌 소장에서 포착했다.
블랙 & 화이트 의상에 가는 골드 네크리스와
흰색 볼 클라치백만으로 포인트를 줬다.



웹 드라마 <오징어게임>에서 활약한
영화배우 김주령이 제28회 미국 배우
조합상 시상식에 등장했다.
레드 카펫 행사를 위해 선택한 의상은
짐머만의 오프 숄더 드레스.



제28회 미국 배우 조합상 시상식 속
영화배우 엘 패닝의 모습.
1970년대 영화 <애니 홀>의 주인공 같은
클래식한 슈트 차림이 인상적.



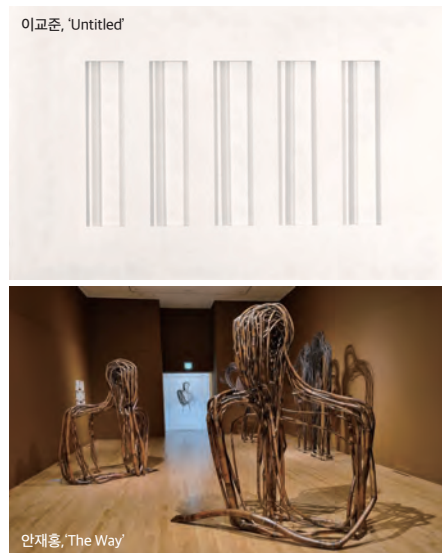
흰칠한 외모를 자랑하는 주인공은
영화배우 앤드루 가필드. 제28회
미국 배우 조합상 시상식에서 그는 세련된
핀스트라이프 패턴 슈트에 오메가의
'드 빌 프레스티지 코-엑시얼 크로노미터'
워치를 매치했다.



샤넬의 오랜 뮤즈인 모델 슈주가
이제는 런웨이를 벗어나 프론트로 누빈다.
2022 F/W 컬렉션 포토 월에 선 모습. (CYJ)

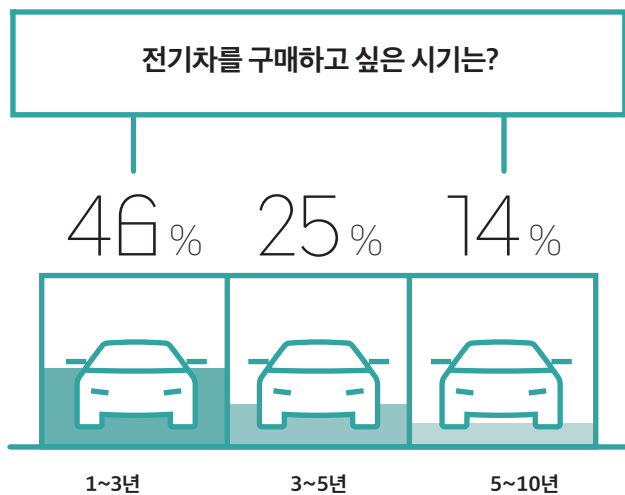
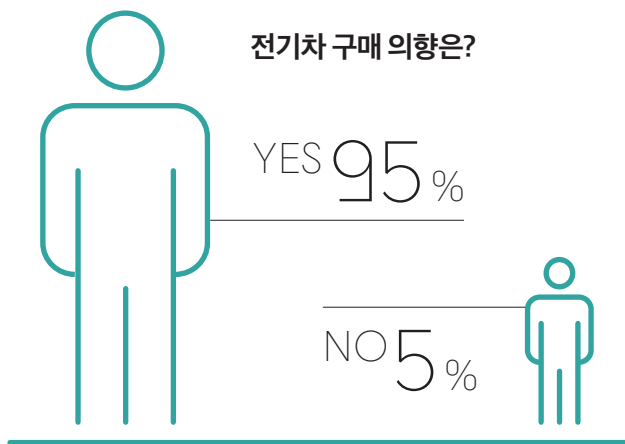
EXHIBITION

<WORKS ON PAPER> 기하 추상회화 작가로 알려진 이교준의 개인전이 열린다. 이번 전시는 초기작에서 2000년대에 주력한 그리드 회화로 넘어가는 지점인 1991년부터 2004년 사이의 작품을 조명한다. 판화지나 한지 위에 묵탄과 연필로 드로잉의 흔적을 남긴 회화, 종이를 접어 평면 작업을 입체로 전환하는 실험을 시도한 작품, 알루미늄·납판 등 다양한 재료로 분할에 대한 고찰을 심화한 작업 등을 만날 수 있다. 3월 17일부터 5월 7일까지, 피비갤러리.



<DRAWING NOW> 동시대 미술에서 드로잉의 영역은 어디까지 확장되었을까? 소마미술관에서 개최하는 <드로잉 나우>는 회화에서 나아가 다양한 장르를 통해 드로잉의 새로운 개념을 재정의할 수 있는 전시다. 이예승 작가는 카메라 트레이킹, 얼굴 인식, 공간 인식 기능을 활용해 증강현실에서 관객이 직접 드로잉에 참여하도록 유도한다. 조소희 작가는 코바늘뜨기로 만든 공간 설치 작품 '일곱계단'을 통해 공간의 특성을 드로잉으로 재해석한다. 이 외에도 조각 작품을 선보인 안재홍 작가, 영상을 다룬 정석희 작가 등 총 8인의 각양각색 드로잉을 만날 수 있다. 3월 11일부터 7월 24일까지. (HDE)

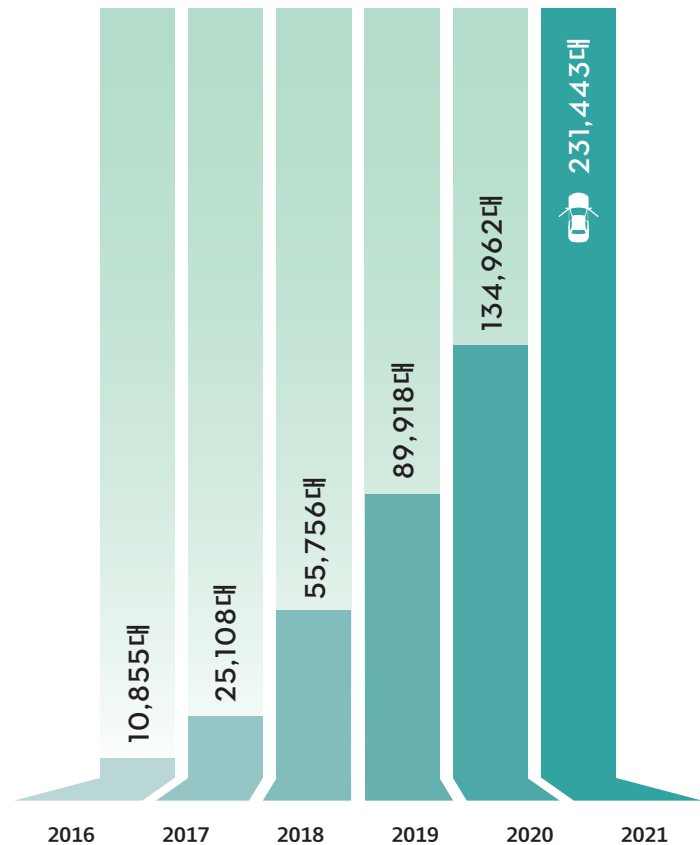
Electric



'xEV TREND KOREA 2022' 사무국 설문조사(성인 남녀 2098명 대상)

“ 도로 위를 달리는 전기차 수가
5년 전에 비해 20배 가까이 늘었다 ”

국내 전기차 등록 누적 대수는?



Car

석유 연료와 엔진 대신, 전기 배터리와 전기모터를 통해 에너지를 얻는 친환경 자동차가 조금씩 도로를 점령하며 미래의 이동 수단으로 각광받고 있다. 내연기관 자동차와 달리 배기가스 배출이나 소음이 거의 없고, 운행 비용도 상대적으로 저렴하다.

“ 현재까지는 내연기관 차량이 19배 더 많다 ”



51%

휘발유

자동차 누적 대수 중 전기차의 비중은?



25%

경유



14%

하이브리드



6%

LPG



5%

전기

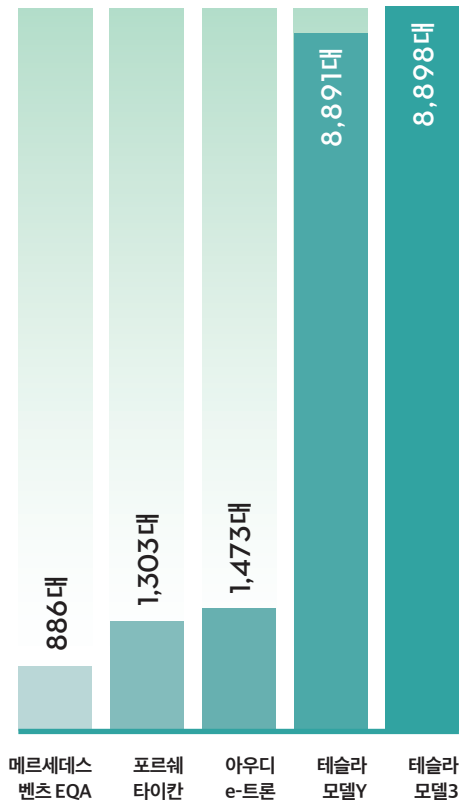
“ 현재 도로 위에서 가장 많이 만날 수 있는 전기차는 현대 코나 일렉트릭 ”

2021년 전기 승용차 누적 순위는?



“ 테슬라의 인기가 압도적이다 ”

2021년 수입 전기차 판매 순위는?



2021 국토교통부 발표

Electric Wave

2010년 국내 전기차 등록 대수는 61대에 불과했다. 이제는 다음 자동차로 전기차를 고려하는 사람이 많아졌다.

브랜드마다 신형 전기차도 속속 선보였다. 본격적인 전기차 시장이 형성된 셈이다.

2022년 국내 전기차 시장을 설명하는 4가지 키워드를 준비했다.

100,000

국내 신규 전기차
등록 대수 10만 대 돌파



2021년은 전기차를 얘기할 때 의미 있는 해다. 국내 신규 전기차 등록 대수가 10만 대를 넘겼기 때문이다. 이로써 국내 전기차 총 누적 대수는 23만여 대를 기록했다. 물론 아직 전체 대비 미약한 수치다. 전체 누적 자동차 대수는 2491만여 대. 전기차가 차지하는 비율은 1%도 안 된다는 뜻이다. 하지만 몸집 불리는 속도는 유의미하다. 한 해 신규 등록 전기차가 10만 대를 넘은 건 그만큼 가속도가 붙었다는 뜻이니까. 지난 수치를 보면 확연히 드러난다. 신규 등록 전기차는 2014년에 들어 1000대 규모를 넘어섰고, 그 후로 해마다 급격한 성장했다. 2015년에는 2910대, 2016년에는 5000대를 넘어섰다. 2017년부터 증가세가 두드러졌다. 2017년 신규 등록 대수는 1만4000여 대. 그동안 누적 대수를 훌쩍 뛰어넘는 수가 신규로 등록됐다. 이후 전기차 신규 등록 대수는 급상승했다. 2018년 3만여 대를 넘기더니, 2020년에는 5만 대에 육박했다. 이런 증가세로 10만 대에 도달한 셈이다. 10만 대가 의미 있는 이유가 있다. 전기차 신규 등록 10만 대 이상인 국가가 드물기 때문이다. 2020년에 미국, 중국, 독일, 프랑스, 영국이 이름을 올리고, 2021년 한국과 노르웨이가 합류했다. 한국이 전기차 시대로 나아가는 발걸음이 느리지 않다는 증거다.



기아 EV6

이 증가세에 결정적 역할을 한 것은 2가지를. 첫째는 정부 보조금. 내연기관 차에 비해 전기차 가격이 만만치 않다. 정부 보조금은 결심의 방아쇠다. 전기차 보조금은 변화해왔다. 대당 보조금 총액은 점점 줄어들지만 지원 대수는 증가했다. 등록 대수가 늘어날수록 더 많은 사람에게 혜택이 가도록 설계한 셈이다. 둘째는 국내 브랜드가 있다는 것. 현대차와 기아차가 전용 플랫폼으로 만든 '아이오닉5'와 'EV6'를 선보이면서 전기차 점유율이 급등했다. 2021년 누적 등록 전기차 모델 순위만 봐도 알 수 있다. 현대 '코나 일렉트릭'이 3만2789대로 가장 많았다. 작년에 출시한 현대 '아이오닉5'가 2만2603대로 그 뒤를 이었다. 기아 '니로 EV'와 'EV6'도 각각 1만9365대, 1만888대를 차지했다. 2만1456대인 테슬라 '모델3'를 빼면 누적 등록 5위 안에 국내 브랜드 일색이다. 국내 브랜드가 선보인 전기차가 국내 전기차 점유율을 이끌었다고 해도 과언이 아니다.

현대 아이오닉5



LINE-UP

한층 다양해진 신차 라인업



이제 전기차를 도로에서 보는 일은 흔하다. 예전처럼 신문에 놀란 듯 눈 동그랗게 뜨지 않는다. 신차 구매 후보에 전기차를 올려놓는 경우도 늘었다. 그에 맞춰 각 브랜드마다 전기차를 대거 출시했다. 전기차 라인업의 다양화. 살 만한 게 많아야 시장이 풍성해진다. 이제 전기차 시장은 새로운 국면으로 진입했다. 현재 전기차 시장은 두 그룹이 주도한다. 전기차 보조금을 온전히 받는 모델 그리고 보조금과 무관한 플래그십 모델. 전기차 구매에 보조금이 미치는 영향은 크다. 시장을 확대하려면 정책 도움이 필요하다. 물론 전기차라고 보조금을 다 주진 않는다. 차량 가격에 제한을 두고 보조금을 차등 지급하는 방식으로 바

뀌었다. 2021년에는 6000만 원 이하 모델에는 100%, 6000만~9000만 원은 50%를 줬다. 9000만 원 이상에는 보조금이 없었다. 2022년에는 기준이 더 높아졌다. 보조금 100%를 받는 가격대가 5500만 원으로 강화됐다. 이 보조금 영역에 따라 차량 가격도 출렁인다. 작년에 현대 '아이오닉5', 기아 'EV6'는 보조금 100%를 받을 수 있는 가격대로 맞췄다. 테슬라 '모델3'와 메르세데스-벤츠 'EQA'가 시작가를 6000만 원 아래로 책정한 점도 같은 이유다. 이 기준으로 하나의 모델 그룹이 형성됐다. 브랜드의 주력 전기차 모델군이랄까. 이와 별개로 또 다른 그룹도 형성됐다. 고급 전기차군이다. '모델S'가 선점한 고급 전기차 시장에 새로운 주도권 싸움이 시작된 셈이다. 고급 전기차인 만큼 프리미엄 브랜드가 선수를 투입했다. 아우디의 'e-트론'과 'e-트론 GT', 메르세데스-벤츠의 'EQS', BMW 'iX'가 그 모델들이다. 새로운 프리미엄 브랜드는 전통 자동차 브랜드다운 만들새를 앞세웠다. 전기차는 미래적이어야 한다는 테슬라의 충격 요법과는 다른 방식이다. 테슬라의 빈틈을 파고들었을까. 전통 자동차

브랜드가 긴 세월 쌓아온 안팎 빛의 숨씨는 전기차에도 효과적이었다. 테슬라의 혁신만으로 채울 수 없는 고급 질감을 선사했고 전기차다운 새로운 요소도 적극 반영했다. 전기차 사운드를 새로 조율하고, 전에 없던 신기술을 적용했다. 프리미엄 브랜드가 반격을 시작한 형국이다. 두 층위에서 그룹을 형성한 전기차들은, 결국 시장을 다채롭게 한다. 보조금 받는 전기차는 전기차를 선택할 가능성을 높인다. 프리미엄 브랜드의 고급 전기차는, 언제나처럼 소유욕을 자극한다. 결국 탈 만한, 혹은 타고 싶은 모델이 전기차 시대를 인도한다. 시장의 라인업이 풍성해졌다.



메르세데스-벤츠 EQS

SPACE

성능은 기본, 공간으로 승부한다



전기차는 미래지향적이다. 내연기관의 쓸모를 품은 채 다른 가치를 선보인다. 전기모터와 배터리의 조합으로 자동차를 움직인다는 것은 많은 걸 달라지게 했다. 무엇보다 공간에 좀 더 집중하게 만들었다. 전기 파워트레이스로 일원화하면 자동차마다의 차별점이 줄어드는 까닭이다. 전기모터는 가속페달을 밟으면 최대토크가 바로 나온다. 일상에서 누릴 수 있는 뛰어난 성능을 기본으로 갖췄다. 자동차를 구성하는 부품도 적다. 즉, 내연기관 시절처럼 자동차 기술의 숙련도가 결정적 차이를 가르지 않는다는 뜻이다. 기술의 상향 평준화. 그런 상황에서 공간은 자동차에 기대하는 중요한 요소로 떠오른다. 전기 파워트레이스가 불러온 더 넓고 조용한 공간은 자동차 선택에 큰 영향을 미친다.

전기차는 엔진이 없고, 배터리를 바닥에 배치한다. 내연기관 자동차보다 공간을 더욱 넓게 쓸 수 있다. 엔진이 돌지 않기에 정숙하기도 하다. 전기차는 이러한 공간성의 차이가 명확하게 드러난다. 게다가 자율주행이 미래의 한 축으로 얹히면 '운전하지 않는' 공간은 더욱 중요해진다. 특별한 공간이 중요한 가치로 자리 잡는다는 뜻이다. 이런 흐름은 최근 전기차에서 도드라진다. 같은 크

기에서 더 넓어진 휠베이스, 즉 실내 공간을 강조한다. 전용 플랫폼으로 빚은 전기차일수록 더 우위를 점한다. 현대와 기아, 제네시스는 E-GMP를 통해 더 넓은 공간을 확보했다. 늘어난 공간을 채우는 소재에도 변화가 일어났다. 특히 친환경 소재가 대거 등장했다. 전기차는 친환경을 향해 나아간다. 탄소 배출 제한은 단지 배기가스에만 해당하는 것은 아니다. 자동차를 만드는 전 과정에서 탄소 배출을 제한한다. 그런 이유로 우선 바꿀 수 있는 내장재를 친환경으로 바꾸는 추세다. 전기차는 그 흐름을 보여주는 소름 역할에 제격이다. 친환경 파워트레이스를 얹은 자동차를 채우는 친환경 내장재는 친환경 이미지를 구축하는데 합당하다. 다양한 브랜드가 다양한 시도를 감행한다. 페트병으로 실을 뽑고, 폐그물망으로 실내 매트를 짠다. 가죽 대신 친환경 소재로 가죽 질

감을 구현한다. 플라스틱 역시 재활용 소재를 적극 활용한다. 재활용 소재라고 해서 질이 떨어지지도 않는다. 프리미엄 브랜드는 이러한 흐름을 전기차를 통해 주도한다. 재활용이라는 의미를 얻으면서도 고급스러움을 유지한다. 공간을 색다르게 보이게 하는 시도도 전기차가 이끄는 흐름이다. 디스플레이를 더욱 적극적으로 활용해 미래 자동차 느낌을 강조한다. 메르세데스-벤츠 'EQS'는 대시보드 전체를 디스플레이가 감싸고 있다. 기존 모델과 실내 구성을 차별화하기도 한다. BMW 'iX'의 실내에는 시트에도 스피커를 장착해 새로운 콘셉트의 공간을 제시한다. 앞으로 전기차의 공간은 더욱 흥미로워질 거다. 이미 공개한 콘셉트 모델만 봐도 알 수 있다. 전기차의 공간은 내연기관의 엔진 기술 이상의 중요한 요소로 떠올랐다.



COST & CHARGE

전기차가 해결해야 할 과제



쉐보레 볼트 EV



현대 코나 EV

이제 전기차 라인업은 풍성해졌다. 국산, 수입 가리지 않고 브랜드마다 선수를 배출했다. 탈 만한 전기차, 타고 싶은 전기차가 늘어났다. 그래도 아직까진 전체 자동차 대비 점유율은 협소하다. 우선 대체로 가격이 만만치 않다. 보조금이 점점 줄어드는 추세니 가격 부담은 더욱 늘어날 수밖에 없다. 가격이 상대적으로 낮은 전기차는 도심형에 국한된 경우가 많다. 주행거리가 짧기 때문이다. 완충 시 주행거리 300km를 넘기면서 가격 적당한 전기차 드물다. '코나 EV'와 '니로 EV', '볼트 EV'가 대중 전기차 시장을 이끈 이유다. 전기차 가격에 큰 비중을 차지하는 배터리 가격이 점차 떨어지겠지만, 하락 곡선이 가파르지 않을 것이다. 가격보다 더 높은 장애물은 충전 인프라와 완충 시 주행거리다. 충전 인프라 역시 그동안 꽤 늘긴 했다. 2020년 기준 전국에 충전기는

6만4188대다. 2017년 대비 4.3배 증가했다. 하지만 전기차 대수는 그 이상 늘었다. 게다가 충전기는 급속 충전기와 완속 충전기로 나뉜다. 외부에선 주로 급속 충전기가 필요하니 체감 숫자는 더욱 줄어든다. 요즘 전기차의 완충 시 주행거리는 보통 300~400km다. 장거리 주행에서 충전은 필수다. 충전 인프라가 충분하지 않다는 점은 분명 걸림돌로 작용한다. 충전 시간 역시 심리적 거리를 낳는다. 급속 충전기라고 해도 0%~80%까지 충전하는 데 40분 넘게 걸린다.

다행히 최근 350kW 초급속 충전기가 보급되기 시작했다. 기존 급속 충전기보다 충전 시간이 절반 정도 적게 걸린다. 하지만 그 수는 전국 100여기에 불과하다. 각 브랜드도 전기차를 내놓으며 초급속 충전기를 선보였지만, 극히 제한적이다. 주행거리가 길지 않아 자주 충전해야 하고, 충전 시간도 오래 걸린다는 점. 지금 전기차의 최대 단점이다. 물론 몇 년 전과 비교하면 분명 인프라가 좋아졌다. 그럼에도 아직 현저하게 부족하다. 가격과 충전 인프라 그리고 충전 시간. 전기차 보급률이 더욱 높아지려면 해결해야 할 과제다.

우선 규모의 경제를 만들 더 저렴한 전기차가 등장해야 한다. 몇몇 콘셉트 모델이 그 지점을 파고들기 위해 준비하고 있다. 폭스바겐 'ID.라이프'는 규모의 경제를 이룰 저가형 전기차다. 소형 전기차로서 전기차 점유율을 확장할 모델로 기대를 모은다. 콘셉트도 새롭다. 엔터테인먼트를 강화해 젊은 층을 겨냥한다. 새로우면서 가격 낮은 전기차는 시장을 자극한다. '코나 EV'나 '볼트 EV'가 초기 시장을 확대한 것처럼.

고효율 배터리의 필요성도 높아진다. 기존 리튬이온 배터리의 성능을 높인 하이니켈 배터리나 전고체 배터리가 대안이 될 수 있다. 하지만 아직 보편화하기까지 시간이 필요하다. 전기차의 진화 방향성은 명확하다. 주행거리는 길수록, 충전 속도는 빠를수록 좋다. 이제 본격적인 판이 열린 수준이다. 지금까지 브랜드가 자사 전기차를 하나 둘 내놓으며 시장을 형성했다. 지금부터는 확장성을 담보한 기술 경쟁이 필요하다. 새로운 시장을 열 게임 체인저가 등장해야 한다. 이미 그 방향을 향해 전기차는 발전하는 중이다. 언제나 그랬듯 시간문제다.

GUEST EDITOR 김중훈

EV Line-up

신차가 많을수록 시장은 활기를 띤다. 전기차 시장도 마찬가지다.
 각 브랜드마다 신형 전기차를 대거 투입했다. 전기차에 관심이 올라가고, 관심은 구매로 이어진다.
 이에 막 출시했거나 곧 출시할 신형 전기차 9대를 소집했다. 면면이 다채롭다.



아우디 RS e-트론 GT

아우디의 첫 전기차는 'e-트론'이다. 패밀리 전기 SUV로 아우디의 만듦새를 강조했다. 'RS e-트론 GT'는 두 번째 전기차이자 고성능 배지를 단 아우디의 첫 전기차다. 차량 형태도 이름 그대로 그란 투리스모(GT)를 지향한다. 즉 장거리를 빠르게 달리는 고성능 전기차. 전에 없던 모델답게 디자인도 새로 빛났다. 기존 아우디가 강조한 단호한 직선 대신 부드러운 곡선을 살렸다. 아우디는 전기차라고 실내를 다르게 빚지 않는다. 기존 모델의 감각을 잇는다. 그럼에도 충분히 낯설게 느껴진다. RS 배지를 품은 전기차답게 출력이 무지막지한 까닭이다. 최고출력 646마력, 최대토크 84.7kg·m는, 어지간한 고성능 자동차를 주눅 들게 한다. 정지 상태에서 100km/h까지 걸리는 시간은 단 3.6초. 엔진 사운드가 없기에 마음의 준비 없이 출력을 토해낸다. 그 감각이 시공간을 접으며 달려나가는 듯한 기분을 선사한다. 엔진의 흥포한 사자후가 없기에 더욱 그렇다. 물론 아예 소리가 안 나는 건 아니다. 아우디는 'e-사운드'라는, 엔진 소리를 가미한 고유한 전자음을 작곡했다. 이 소리 때문에 더 낯설지도 모른다. 물론 기분 좋은 이질감이다. 완충 시 주행거리인 336km를 시종일관 짜릿하게 달릴 수 있다. 가격은 2억820만 원.





메르세데스-벤츠 EQS

이름에서 알 수 있듯 'S클래스' 같은 전기차다. 크고 고급스러운 면면은, 이름 아니어도 S클래스를 연상하게 한다. 대신 외관은 사뭇 다르다. 라디에이터 그릴이 필요 없는 전기차다운 특징을 강조했다. 보닛과 캐빈, 트렁크가 한 몸처럼 보이는 형태다. 매끈함을 극대화한 디자인이다. 벤츠에선 할 같은 이 디자인을 '원 보one-bow'라고 명명했다. 덕분에 공기저항 계수 0.20d에 도달했다. 양산차 중 가장 낮은 수치다. 공기저항이 적기에 보다 효율적으로 출력을 꾸릴 수 있다. 실내는 'MBUX 하이퍼스크린'이 분위기를 좌우한다. 대시보드를 아예 디지털 디스플레이로 채웠다. 운전석, 중앙, 동승석 앞에 각각 디스플레이가 따로 있지만, 한 틀로 묶어 전체가 하나로 보이게 한다. 각기 다른 디스플레이를 연결한 형태지만, 알고 봐도 압도된다. 하나가 강렬하면 모든 게 달라 보일 수도 있다. 하이퍼스크린 덕분에 실내 분위기는 몇십 년 미래로 나아간다. 반면 출력은 강렬하지 않다. 전기모터 하나 달아 뒷바퀴를 굴린다. 대신 1회 주행거리가 길다. 한번 충전하면 478km를 달린다. 짜릿한 성능보다는 넉넉한 효율을 택했다. 고성능을 원하면 'EQS AMG' 모델을 택하라는 뜻이다. 가격은 1억7700만 원.

“ 기함이라는 이름으로 최고를 지향한다. 고급 전기차 시장의 핵심 모델 3. ”

포르쉐 타이칸 크로스 투리스모

스포츠카 브랜드는 전기차와 가장 멀다고 느낀다. 포르쉐는 첫 전기차 '타이칸'을 통해 그 걱정을 기우로 바꿔버렸다. 전기차의 특성을 스포츠카답게 조율했다. '타이칸 크로스 투리스모'는 거기서 더 나아간다. 전기 스포츠카 타이칸에 다목적성을 담았다. 다양한 환경에 대응할 수 있는 크로스오버 전기차로 변화를 꾀한 결과다. 지상고를 높이고 트렁크를 넓히면서 뒷좌석 헤드룸도 높였다. 덕분에 차체 비율이 보다 웅장해졌다. 크기와 형태가 달라져서 타이칸보다 기함다운 위용을 뽐낸다. 국내 출시 트림은 출력에 따라 '4', '4S', '터보' 3가지. 각각 최고출력 380마력, 490마력, 625마력을 발휘한다. 가장 강력한 터보 트림은 정지 상태에서 100km/h까지 3.3초 만에 도달한다. 물론 어떤 트림이든 달리는 즐거움을 만끽하기에 충분하다. 출력을 떠나 민첩하고 탄탄한 주행 감각은 공통적이니까. 1회 충전 주행거리는 트림별로 274~287km다. 타이칸 크로스 투리스모의 단점이라면 주행거리가 다소 짧다는 것 하나뿐이다. 가격은 1억 3800만 원부터.



미니 일렉트릭

미니의 첫 전기차다. 2017년에 콘셉트를 공개하고 2019년에 LA 모터쇼에서 양산형을 선보였다. 국내에는 좀 늦게 들어온 셈이다. 3세대 '미니 쿠퍼 S'의 부분 변경 모델을 기반으로 전기차로 전환했다. 전기차라고 특별히 다를 건 없다. 전기차만의 색인 노랑을 S 엠블럼과 사이드미러에 칠했다. 그것뿐이지만, 그것만으로도 사뭇 더 발랄하다. 미니가 쌓아온 디자인 정체성이 그만큼 독보적이란 뜻이다. 실내 역시 계기판에 전기차 정보를 넣은 정도의 차이이다. '미니 일렉트릭'의 특징은 전기 파워트레인을 얹으면서 달라진 주행 감각이다. 미니의 정체성이 더 도드라지는 강조랄까. 전기차는 배터리를 바닥에 깔아 무게중심이 낮다. 미니 일렉트릭은 거기에 기존 모델 대비 무게중심을 30mm 더 낮췄다. 무게중심이 낮을수록 자동차는 민첩해진다. 미니 특유의 날렵한 조향 감각과 만나니 한층 달리기 좋은 구성이다. 출력도 쾌활하다. 최고출력 184마력, 최대토크 27.5kg·m를 발휘한다. 물론 극적인 출력은 아니다. 그럼에도 작은 차체 덕분에 체감은 더욱 경쾌하다. 미니의 주행 정체성인 '고카트' 필링이 되살아난다. 아쉬운 점은 완충 시 주행거리. 1회 충전해 159km를 달린다. 가격은 4560만 원부터.



“ 새롭게 보이려면 발랄하거나 짜릿할수록 좋다. 새로운 시대를 여는 3대의 전기차. ”



제네시스 GV60

제네시스의 첫 전기차다. 현대의 전기차 전용 플랫폼 e-GMP를 가져와 빚었다. 형제 모델인 현대 '아이오닉5'나 기아 'EV6'와 겹칠 수밖에 없다. 어쩔 수 없이 크기도 모양도 비슷하다. 그럼에도 제네시스 엠블럼을 단 만큼 차별화가 필요하다. 제네시스가 고려한 부분은 참신한 장치와 고급스러운 질감이다. 차 문을 열 때부터 안면 인식을 활용하고, 지문 인식으로 시동도 걸 수 있다. 안팎 질감도 다르다. 특히 실내는 발랄한 색의 스웨이드를 활용했다. 고급스러우면서도 중후함은 건어내려는 의도다. 'GV60'만의 징표도 심었다. 기어 노브 대신 '크리스탈 스피어'를 달았다. 반구형 기어 다이얼이다. 시동을 끄면 빙그르르 돌아 크리스탈 장식이 드러난다. 특별한 주행 기능도 부여했다. 부스트 버튼이다. 스티어링 휠에 달린 노란색 버튼을 누르면 10초 동안 489마력을 뿜어낸다. 평상시에는 426마력을 발휘한다. 물론 이 수치는 퍼포먼스 트림 기준이다. 모터 개수와 트림에 따라 출력과 구동 방식에 차이를 뒀다. 가격대 역시 5990만 원대부터 7000만 원대까지 포진해 있다.



BMW i4 M50

BMW의 M은 남다르다. 편안함에 짜릿함을 더해 발상을 전환했다. M이 세상을 놀라게 하자 고성능 세단의 시대가 열렸다. 더불어 고성능 세단은 프리미엄 브랜드의 기술력도 증명했다. 프리미엄 브랜드라면 고성능 라인업이 트로피인 듯 여겨졌다. 전기차 시대에는 다를까? 전기차는 친환경을 지향하지만, 주행의 즐거움까지 포기할 순 없다. 오히려 즉각적인 토크를 자랑하는 전기모터다운 고성능을 구현한다. 'i4 M50'은 그 지점을 겨냥한다. BMW 전기차로서 M 배지를 받은 모델이다. 전기 쿠페인 'i4'를 기반으로 고성능을 주입했다. 앞뒤 차축에 전기모터 2개를 달아 고성능과 안정성을 확보했다. 최고출력은 544마력, 최대토크는 81.1kg·m. 전기차답게 최대토크 숫자가 인상적이다. 정지 상태에서 100km/h까지 도달하는 시간은 단 3.9초. '제로백' 3초대의 고성능 자동차 반열에 들었다. 안팎 구성은 기존 M 모델과 비슷하면서도 다르다. M 파츠를 안팎에 장착해 역동성을 강조한 건 비슷한 점. 운전석에 'iX'와 같은 사각형 계기판과 중앙 디스플레이를 장착한 점은 차별점이다. BMW 전기차 브랜드 i의 인테리어 문법을 따랐다. 그럼에도 M 모델답게 M 스포츠 시트와 M 스티어링 휠로 정체성을 살렸다. 완충 시 378km를 달리며, 가격은 미정이다.



아우디 Q4 e-트론

아우디는 'e-트론'과 'e-트론 GT'를 선보였다. 대형 전기 SUV와 전기 그란 투리스모다. 둘 다 고가 모델이다. 아우디가 전기차를 어떻게 만드느지를 상징하는 역할을 한다. 반면 'Q4 e-트론'은 실제로 많이 팔릴 모델이다. 첫 전기차로서 이모저모 고려할 때 가장 눈에 들어오는 크기와 가격이다. 각 브랜드마다 이 크기의 전기차에 거는 기대가 크다. Q4 e-트론의 무기는 세련된 안팎이다. 아우디가 꾸준히 공들인 부분이 전기차에도 이어진다. 아우디 전기차는 신선함보다 익숙함에 집중한다. 누가 봐도 아우디라고 알 만한 것들을 그대로 살린다. 여전히 싱글 프레임 그릴은 반듯하다. 헤드램프는 어김없이 화려하다. 차체를 두른 선은 똑 떨어지고, 면은 팽팽한 긴장감을 내보인다. 실내 역시 기존 아우디 인테리어와 방향성이 같다. 다만 전기차다운 새로운 시도를 잊지 않았다. LED 주간 주행등 그래픽을 바꿀 수 있는 '주간 라이트 시그니처'는 볼수록 신기하다. 세계에서 가장 멋진 헤드램프를 만들어온 회사답다. 실내 중앙 부분에 새로운 공간을 만들어 배치한 점도 새롭다. 익숙한 와중에 신차다운 새로움이 스몄다. 아우디가 전기차를 빛나는 방식은 Q4 e-트론에서도 어김이 없다. 출시 제원은 아직 미정. 상반기에 출시한다.





볼보 C40 리차지

볼보의 두 번째 전기차다. 첫 번째 전기차는 'XC40 리차지'다. 'C40 리차지'는 XC40 리차지의 쿠페형 모델이다. 쿠페형 디자인 역시 볼보에서 첫 번째로 선보였다. 전기차라는 새로운 자동차를 보다 강렬하게 전달하기 위해서다. 국내에는 C40 리차지와 XC40 리차지를 같이 출시했다. 보다 신모델이기에 C40 리차지에 스포트라이트가 쏠린다. 볼보코리아는 C40 리차지의 최상위 트림을 국내에 들였다. 앞뒤 차축에 전기모터를 각각 물렸고, 최고출력이 무려 408마력에 달한다. 정지 상태에서 100km/h까지 4.7초면 달는다. 4초대면 고성능 모델의 영역이다. 처음 선보이는 전기차로서 강렬한 인상을 전하려는 의도다. 디자인 새롭고, 출력 강력하다. 기존 볼보 모델과 조금 다른 방향성이다. 그러면서 기존 볼보의 장점은 그대로 담았다. 다양한 편의 장치 역시 꽉 채웠다. 최상위 트림답게 360도 카메라, 하만카돈 사운드 시스템, 20인치 리차지 전용 휠 등을 누릴 수 있다. SKT와 협업한 티맵TMAP 인포테인먼트 시스템 역시. 꽉 채운 만큼 가격은 6391만 원이다. 전기차 보조금은 50%만 받을 수 있다. 보조금 지원 기준에 가격을 맞추기보다 C40 리차지의 가치를 높이는 방향으로 설정한 결과다.

“ 첫 전기차로서 이모저모 유용하다. 여러모로 만족할 구성을 갖춘 3대의 차. ”

폴스타 2

폴스타의 첫 국내 진출 모델은 '폴스타 2'다. 전기차 전용 플랫폼으로 빚진 않았다. 그럼에도 전기차 전용 플랫폼으로 만든 것처럼 독특한 형태를 선보인다. SUV라기엔 좀 낮고, 해치백이라기엔 다소 높다. 볼보의 자량 '크로스컨트리'를 폴스타식으로 해석했다고 볼 수 있다. 일상에서, 가족에게 유용한 공간. 안팎의 질감은 볼보가 추구하는 방향성과 같다. 선과 면이 요란하지 않고 차분하다. 실내 역시 마찬가지다. 대신 볼보와 차별화하기 위해 약간의 기교를 부렸다. 폴스타 2는 폴스타의 첫인상이다. 첫인상을 보다 편하게 전하기 위해 시작가를 5500만 원 아래로 맞췄다. 전기차 보조금을 100% 받을 수 있으니까. 롱 레인지 싱글 모터를 선택하면 그 가격대를 맞출 수 있다. 롱 레인지 싱글 모터라도 아쉽지 않다. 231마력을 발휘하고, 완충 시 최대 417km를 달린다. 볼보코리아가 구축한 혁신적 인포테인먼트 시스템을 이용할 수 있다는 것도 장점.

GUEST EDITOR 김중훈



Global Power List 25

글로벌 전기차업계는 2022년을 전기차 시대의 원년으로 삼고 있다. 새로운 전기차가 물밀 듯 쏟아지는 지금, 가장 주목해야 할 브랜드와 기술 그리고 야심가들을 살펴봤다.



메리 배라 _ GM 회장 겸 CEO

글로벌 자동차업계 최초의 여성 CEO인 메리 배라. 그녀는 거센 전동화 흐름 속에서 빠르고 대담한 결정으로 GM의 체질 개선을 단행하고 있다. 전기차와 자율주행 기술, 배터리, 소프트웨어, 구독 서비스 등 미래 모빌리티 기술 개발에 총력을 기울이고 있다. 특히 GM 자율주행 사업부인 크루즈Cruise의 자율주행 택시는 얼마 전 샌프란시스코에서 일반인 대상의 서비스를 시작했다.

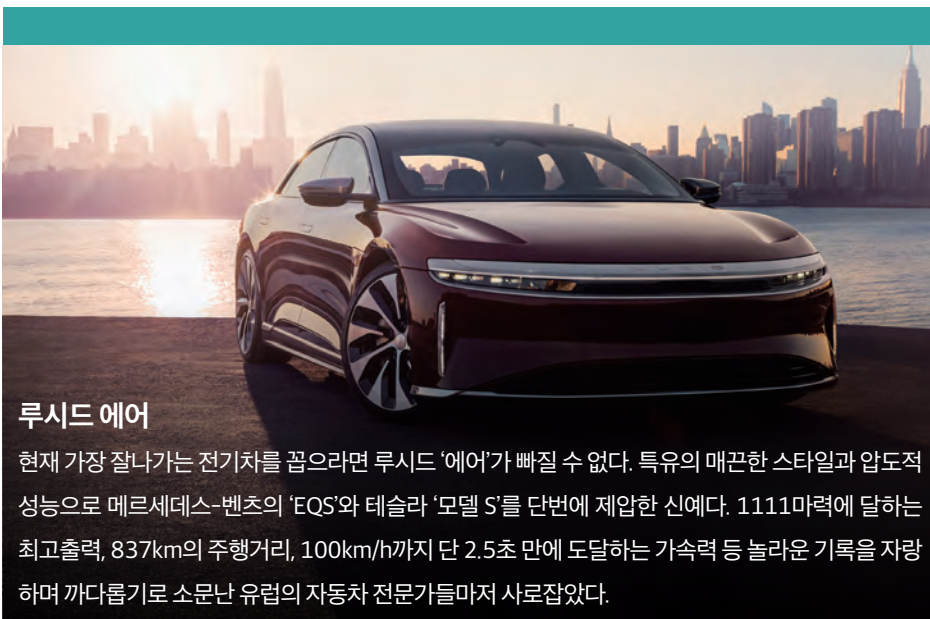
포뮬러 E

가장 빠른 속도로 경쟁하는 전기차 레이스, 포뮬러 E. 국제자동차연맹(FIA)이 주관하는 오픈 휠 전기차 경주로, 소음 공해 및 환경문제를 극복한 미래의 그랑프리로 주목받고 있다. 포뮬러 E의 특징은 전용 서킷이 아닌 도심 속에서 경기가 진행된다는 점. 올해 8월 사상 최초로 대한민국 서울에서 포뮬러 E 그랑프리가 펼쳐질 예정이다.



올라 칼레니우스 _ 다임러 회장 겸 CEO

메르세데스-벤츠를 이끄는 젊은 수장이다. 급변하는 자동차 산업에서 메르세데스-벤츠의 존재감을 되찾기 위해 CEO 자리에 올랐다. 비독일인 출신, 젊은 나이인 점을 고려하면 나름 파격적인 인사의 결과. 현재는 EQ 브랜드를 통해 전기차 라인업을 구축했지만 성과는 예전만 못하다. 메르세데스-벤츠의 성공적인 전동화가 그의 어깨에 걸려 있다.



루시드 에어

현재 가장 잘나가는 전기차를 꼽으라면 루시드 '에어'가 빠질 수 없다. 특유의 매끈한 스타일과 압도적 성능으로 메르세데스-벤츠의 'EQS'와 테슬라 '모델 S'를 단번에 제압한 신예다. 1111마력에 달하는 최고출력, 837km의 주행거리, 100km/h까지 단 2.5초 만에 도달하는 가속력 등 놀라운 기록을 자랑하며 까다롭기로 소문난 유럽의 자동차 전문가들마저 사로잡았다.



800V 충전 시스템

전기차 제조사들은 충전 시간 줄이기에 사활을 걸고 있다. 현존하는 가장 이상적인 기술이 바로 800V 충전 시스템. 전압을 2배 높이면 충전 속도도 2배 빨라진다. 결국은 일반화되겠지만, 현재 800V 시스템을 가진 포르쉐 '타이칸', 아우디 'e-트론 GT', 루시드 '에어', 현대 '아이오닉 5', 기아 'EV6', 제네시스 'GV60' 정도가 전부다.



신학철 _ LG화학 부회장 겸 CEO

신학철은 글로벌 전기차 배터리 시장 점유율 2위를 차지한 LG화학의 부회장. 그는 지난해 배터리 사업 경쟁력을 높이기 위해 LG에너지솔루션을 출범했다. 이제 세계 1위라는 뚜렷한 목표를 향해 고성능 배터리의 개발과 투자에 집중하고 있는 상황. 그의 열린 소통과 현장 경영 능력이 빛을 발하고 있다.



마테 리막 _ 부가티-리막 CEO

리막의 수장인 이 남자는 전기차 성능의 한계에 도전하고 있다. 마테 리막은 고등학생 때부터 여러 발명 대회에서 두각을 드러냈고, 2009년 고작 21세의 나이로 집 차고에서 리막을 설립했다. 현재 리막은 우수한 기술력을 갖춘 전기 하이퍼카 브랜드로 성장했으며, 최근에는 부가티를 인수해 '부가티-리막'합작회사를 설립했다. 슈퍼카의 대명사 부가티 '시론'의 후속작도 그의 손길을 거칠 예정.

EV 사운드 디자인

사운드 전쟁이 한창이다. 전기차 제조사들은 전기차의 부족한 사운드를 극복하기 위해 저마다 작곡 솜씨를 뽐내고 있다. 레이싱 카의 주행 사운드를 재현한 포르쉐, 32가지의 소리 합성으로 사운드를 구현한 아우디. 심지어 BMW는 영화음악계의 거장 한스 치머를 섭외하기에 이르렀다.



쉐보레 볼트 EV

전기차의 진입 장벽 중 하나인 비싼 가격을 허문 주인공. 돈보이는 '가성비'로 전기차 입문을 희망하는 소비자들의 마음을 사로잡는다. 가격은 저렴한데도 갖출 건 다 갖췄다. 최고출력 204마력, 주행거리 414km로 전기차로서의 경쟁력은 기본, 10.2인치 터치스크린과 14가지 능동 안전 사양 등의 실속 있는 구성이 돋보인다.

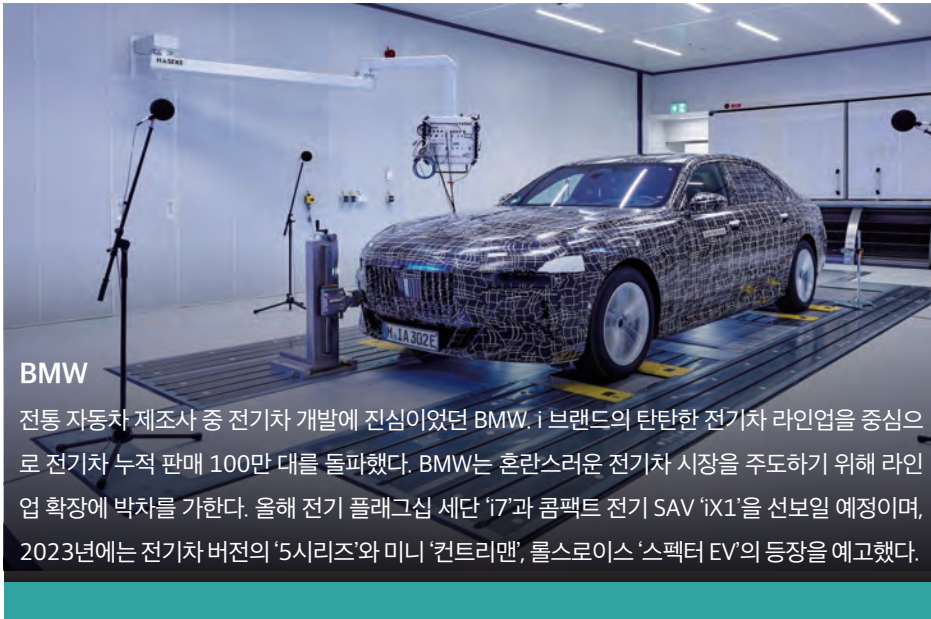
기아 EV6 GT

국내뿐만 아니라 글로벌 시장에서 큰 인기를 얻고 있는 기아 'EV6'. 최근 국내 브랜드 최초로 '2022 유럽 올해의 차'로 선정되면서 전기차 시장의 챔피언으로 떠올랐다. 최고출력 584마력을 자랑하는 고성능 모델 'EV6 GT'는 올해 하반기에 데뷔할 예정. 챔피언의 한 방은 여전히 유효하다.



SDV(Software Defined Vehicle)

SDV란 소프트웨어로 정의되는 자동차, 즉 소프트웨어가 모든 기능과 성능을 제어하는 차량을 말한다. 현재까지 SDV의 일인자는 단연 테슬라다. 하루아침에 새로운 성능으로 업데이트되는 OTA와 다양한 기능을 지원하는 테슬라 차량의 OS는 여전히 압도적이다.



BMW

전통 자동차 제조사 중 전기차 개발에 진심이었던 BMW. i 브랜드의 탄탄한 전기차 라인업을 중심으로 전기차 누적 판매 100만 대를 돌파했다. BMW는 혼란스러운 전기차 시장을 주도하기 위해 라인업 확장에 박차를 가한다. 올해 전기 플래그십 세단 'i7'과 콤팩트 전기 SAV 'iX1'을 선보일 예정이며, 2023년에는 전기차 버전의 '5시리즈'와 미니 '컨트리맨', 롤스로이스 '스펙터 EV'의 등장을 예고했다.



토요다 아키오_ 토요타 회장

테슬라에게 자동차 브랜드 시가총액 1위 자리를 빼앗긴 토요타. 판매량 순위는 여전히 1위지만, 급변하는 EV 트렌드에는 다소 뒤쳐진 모습이다. 아키오 회장은 '토요타의 재편'이라는 막중한 임무를 맡았다. 운전의 즐거움을 강조한 GR 라인업과 전동화 모델의 개발에 박차를 가하는 중이다.



피터 로린스_ 루시드 CEO

전기차의 최대 격전지인 북미에서 테슬라의 대항마로 떠오른 루시드. 피터 로린스는 루시드의 CEO이자 최고 기술 책임자다. 그가 여러 CEO 중에서도 단연 돋보이는 이유는 바로 엔지니어 출신이라는 점. 재규어, 로터스, 테슬라 등에서 수석 엔지니어로 활동한 그는 첫 신차인 루시드 에어를 통해 뛰어난 실력을 과시했다.



리비안

리비안 'R1T'는 픽업트럭에 익숙한 미국인의 로망을 자극한다. 리비안은 스케이트 플랫폼 기반의 전용 전기를 생산하는 브랜드다. 독특한 점은 오프로드에 적합한 픽업트럭과 SUV 개발에 초점을 맞추고 있다는 것. R1T는 미국 횡단 주행에 성공한 최초의 전기차 기록도 세웠다.



전기차용 수동변속기

아직도 수동변속기의 감흥에서 빠져나오지 못하는 페트롤 헤드(petrol head)(자동차에 미친 사람)는 주목! 토요타가 EV 전용 수동변속기 특허를 출원했다. 운전석 바닥에 ABC 페달과 수동 기어 레버가 우뚝 솟아 있는 콤팩트 구성으로, 내연기관 차량과 완전히 동일하다. 시대의 역행인지, 참신한 발상인지는 GR 고성능 전기차에서 판단해볼 일.



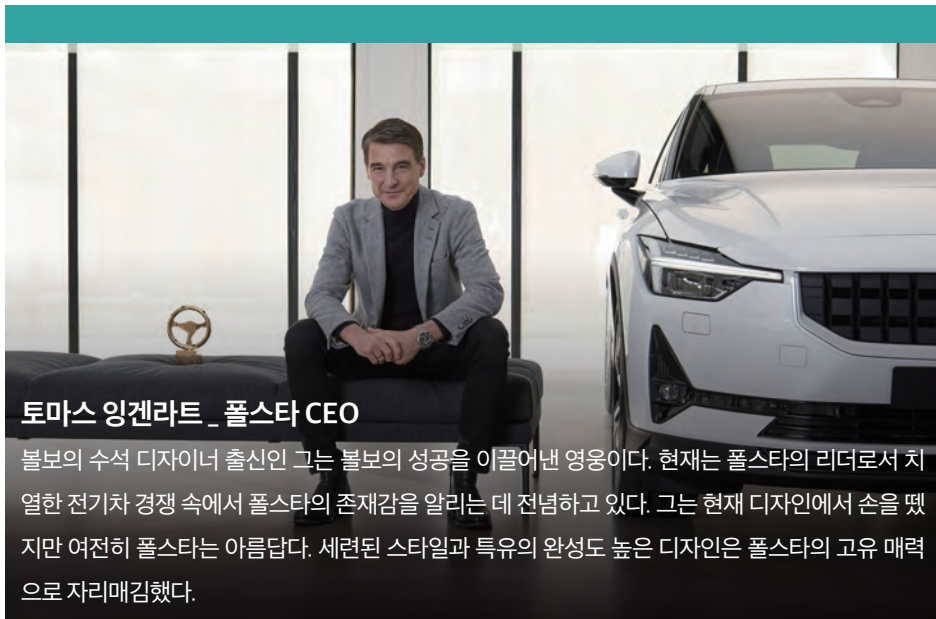
마그나 인터내셔널

자동차 부품업체인 마그나는 전기차 시대를 이끄는 핵심 기업으로 발돋움했다. 자동차의 보디와 새시는 물론 전기차의 핵심 부품인 전동화 파워트레인을 공급하며, 이제 막 전기차 산업에 뛰어들은 초보 기업에게 완벽한 솔루션을 제공한다. 지난해에는 LG전자와 손잡고 e-파워트레인 분야 합작 법인을 설립하기도 했다.

소니

2020년 '비전-S 콘셉트'를 공개하며 전기차 사업에 야심을 내비친 소니. 소니가 본격적인 전기차 생산을 위해 혼다와 손을 맞잡는다. 혼다의 완성차 제조 기술 노하우에 소니의 IT 기술 역량을 더해 시너지 효과를 낸다는 계획. 둘은 2025년 새로운 전기차 출시를 목표로 합작회사를 설립할 예정이다. 옵션으로 플레이스테이션을 제공할지는 여전히 미지수.





토마스 잉겐라트 _ 폴스타 CEO

볼보의 수석 디자이너 출신인 그는 볼보의 성공을 이끌어낸 영웅이다. 현재는 폴스타의 리더로서 치열한 전기차 경쟁 속에서 폴스타의 존재감을 알리는 데 전념하고 있다. 그는 현재 디자인에서 손을 뗐지만 여전히 폴스타는 아름답다. 세련된 스타일과 특유의 완성도 높은 디자인은 폴스타의 고유 매력으로 자리매김했다.



니오

니오는 중국 내 300개에 달하는 전기차 스타트업 가운데 당당히 톱 클래스에 올라선 브랜드다. 비록 2014년 설립한 신생 기업이지만 배터리 교체 스테이션, 자율주행 기술, 인공지능 비서 등 참신한 전기차 기술로 두각을 드러내고 있다. 곧 출시 예정인 'ET7'과 'ET5'는 무려 1000km에 육박하는 1회 충전 주행거리로 세계를 놀라게 했다.



정희선 _ 현대자동차그룹 회장

현대자동차그룹을 이끌고 있는 수장이자, 글로벌 인재로 구성된 현대자동차그룹의 올스타 팀을 꾸린 주인공. 그의 진두지휘 아래 현대차와 기아, 그리고 제네시스는 요즘 가장 잘나가는 '핫한' 브랜드로 거듭났다. 특히 아이오닉5와 EV6는 현재 글로벌 시장에서 가장 주목받는 전기차 듀오다.



카를루스 타바레스 _ 스텔란티스 대표이사

카를루스 타바레스는 FCA와 PSA 그룹의 합병으로 탄생한 스텔란티스의 수장이다. 스텔란티스는 판매량 기준 세계 4위의 공룡 기업으로 성장했으며, 그는 푸조와 마세라티, 지프 등 무려 14개의 자동차 브랜드를 거느리고 있다. 현재는 스텔란티스의 전동화 계획을 새로 수립하고, 각 브랜드의 존재 이유를 증명하는 일에 몰두하고 있다.



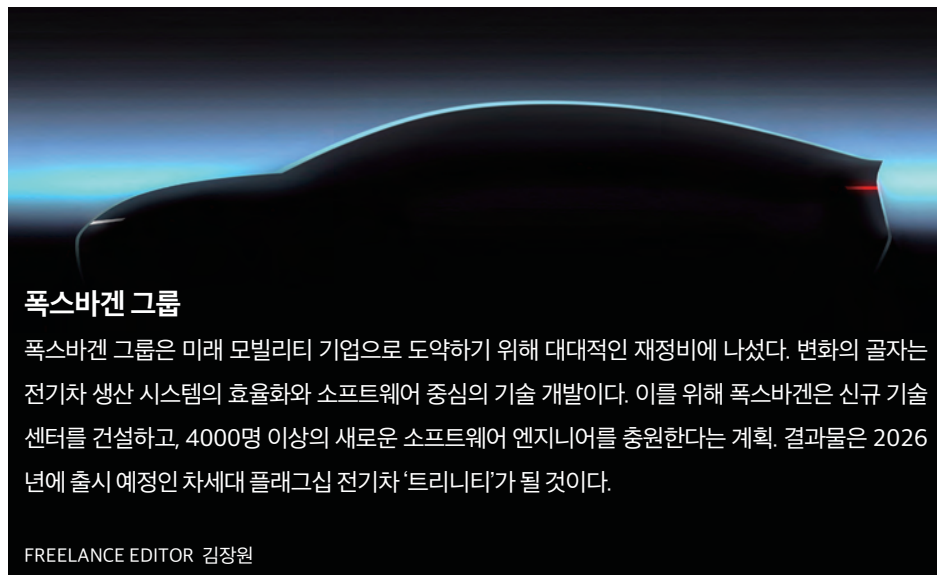
일론 머스크 _ 테슬라 CEO

글로벌 전기차업계에서 장황한 설명이 필요 없는 인물이다. 테슬라는 내연기관 중심의 자동차 산업을 보기 좋게 비틀었으며, 현재는 챔피언 벨트를 두르고 정상에 우뚝 서 있다. 심지어 여러 도전자 앞에서도 여전히 여유로운 모습. 테슬라의 행보는 여러모로 일론 머스크와 닮아 있다. 파격적인 아이디어, 위트 있는 모습까지도.



폴스타

글로벌 전기차 시장에 반짝 떠오른 북극성. 폴스타는 '고성능'과 '전동화'를 관통하는 비전으로 테슬라를 위협하는 신예다. 스웨덴 투어링 카 챔피언십(STCC)의 레이싱 팀으로 시작해 볼보의 고성능 브랜드로 자리매김했지만, 현재는 독립 프리미엄 전기차 브랜드로 발돋움했다. 모델 라인업은 아직 단출해도 대중의 반응은 매우 뜨겁다.



폭스바겐 그룹

폭스바겐 그룹은 미래 모빌리티 기업으로 도약하기 위해 대대적인 재정비에 나섰다. 변화의 골자는 전기차 생산 시스템의 효율화와 소프트웨어 중심의 기술 개발이다. 이를 위해 폭스바겐은 신규 기술 센터를 건설하고, 4000명 이상의 새로운 소프트웨어 엔지니어를 충원한다는 계획. 결과물은 2026년에 출시 예정인 차세대 플래그십 전기차 '트리니티'가 될 것이다.

FREELANCE EDITOR 김장원

전기차는 자율주행차로 가는 과정

전기차로의 이동은 거스를 수 없는 시대의 흐름이다. 하지만 13년차 자동차 전문 애널리스트인 메리츠증권 김준성 연구원은 현재의 전기차 러시가 자율주행차로 가는 과정일 뿐이라고 말한다. 그가 바라보는 자동차 시장의 미래.

김준성 메리츠증권에서 자동차 파트 팀장을 맡고 있는 13년차 애널리스트다. 지난 2018, 2019, 2021년 자동차 부문 베스트 애널리스트로 선정되며 업계 최고의 전문가로 평가받고 있다. 최근 테슬라와 비테슬라 진영의 경쟁을 분석한 리포트 <AI WAR>로 전문가와 일반인 모두의 극찬을 이끌어낸 바 있다.

전기차 시대가 예상보다 훨씬 빨리 다가온 것 같다. 10여 년 전만 해도 전기차는 그저 엔진 대신 모터가 달린 자동차일 뿐이었다. 하지만 전기차라는 상품을 바라보는 소비자의 시각이 많이 바뀌었고, 거기엔 테슬라의 역할이 컸다. 업데이트를 통해 한 달 전에 타던 차와 지금 타는 차가 완전히 달라질 수 있다는 건 놀라운 경험이다.

테슬라는 꽤 오랫동안 양산 능력이나 완성도를 의심받아왔다. 평가가 바뀌게 된 계기는 무엇일까? 아무래도 2019년 등장한 FSD(Full Self-Driving) AI 칩 덕분이다. 테슬라가 직접 개발한 이 칩을 통해 같은 이름의 FSD라는 자율주행 기술이 등장했다. 당시 한국에서는 기능이 제한됐지만, 기능을 전부 활용할 수 있었던 미국인들은 열광했다. 테슬라가 자율주행이라는 개념의 문을 열어젖히면서 모든 예측이 달라졌다. 자율주행차는 콘센트 없이 움직일 수 있는 독립적인 디바이스고, 그래서 효율적인 배터리 충전 인프라가 필요하며, 스타링크 같은 네트워크도 필요하다. 테슬라는 이 모두를 할 수 있는 유일한 업체다.

일론 머스크도 스스로 '테슬라는 전기차 회사가 아니라 AI 회사'라고 밝힌 적 있다. 그렇다. 자율주행차의 등장은 인류의 역사를 두고 봐도 엄청난 터닝 포인트다. 지금도 방대한 데이터를 바탕으로 알고리즘을 만들어내는 새로운 비즈니스 모델을 보고 있지 않나. 이다음은 스스로 판단할 수 있는 AI의 등장과 이를 통해 우리가 누릴 더 편리한 삶이다. 같은 맥락에서 자율주행차는 인공지능 로봇이라는 개념의 시초격이 될 것이다.

자율주행의 시초는 테슬라가 아니라 구글 웨이모였다. 하지만 언젠가부터 테슬라는 끊임없이 성장하고, 웨이모는 잊혔다. 왜 그런가? 딥 러닝이라는 개념이 2012년경에 등장했다. 테슬라



는 딥 러닝에 기반해 자율주행을 개발해왔고, 웨이모는 딥 러닝이 등장하기 전부터 자율주행을 개발해왔다. 기술 발전의 표준 방향 자체가 달랐고 지금도 다르다. 말하자면 테슬라는 뇌를 고도화하면 눈이 2개만 있어도 충분히 안락하고 편안하게 운전할 수 있다고 말한다. 웨이모는 뇌가 스스로 발전한다는 개념(딥 러닝)이 등장하기 전부터 개발했기 때문에 뇌 대신 눈을 고도화했다. 눈을 수십 개씩 달고, 자율주행차가 잘 주행할 수 있도록 초정밀 지도를 센티미터 단위로 그리고, 도로에 센서를 달았다. 확장성과 경제성에서 한계가 명확히 드러난다.

테슬라의 가장 큰 잠재적 경쟁자는 애플일까? 애플카에 대한 기대가 자주 들린다. 나는 우리가 애플카에 대해 너무 막연한 기대를 가져왔다고 생각한다. 물론 애플은 자체 칩도 만들 수 있고 자기만의 생태계도 있다. 평범한 전기차라면 지금 당장도 만들 수 있을 것이다. 하지만 우리가 애플에 기대하는 건 단순한 전기차가 아니라 테슬라 같은 자율주행차다. 테슬라의 경쟁력은 주행 데이터를 많이 확보하고, 그 데이터로 인공지능 모델을 강화

하는 건데 현재의 애플에서는 이런 노력을 전혀 찾아볼 수 없다. 심지어 애플카 프로젝트에 참여했던 엔지니어들이 속속들이 퇴사하고 있다. 그들이 밝히는 이유는 '비전이 없어서'다. 애플카에 대해 기대할 만한 근거가 현재로서는 거의 없다.

아마존은 어떤가? 오히려 아마존이 훨씬 구체적인 비전을 보여준다. 우선 아마존은 최고 수준의 클라우드 서비스인 AWS(Amazon Web Services)를 가지고 있다. 인공지능을 강화할 수 있는 세계 최고의 데이터 센터를 가지고 있기 때문에 데이터를 모으는 디바이스만 구축하면 된다. 그래서 전기차라는 껍데기를 만드는 리비안 등의 전기차업체 4곳에 투자를 해줬고, 주행 알고리즘을 만드는 개발 회사에도 투자했다. 행보가 구체적이고 적극적이다. 아마존의 물류비용만 한 해 약 90조 원 정도다. 아마존이 무인 자율주행으로 이 물류비용을 극단적으로 줄인다면 이것이 고스란히 수익이 될 수 있다.

현대기아나 토요타, 폭스바겐 등의 기존 완성차 브랜드는 어떻게 보는가? 안타까운 면이 있다. 지금 완성차 제조사의 경영진은 지난 수십 년 동안 내연기관 차 판매에 매진해왔던 분들이다. 이런 분들일수록 새로운 것에 저항하는 경향이 있다. 본인의 방식으로 성공한 기억이 있기 때문에. 하지만 유튜브에 올라오는 피드백의 강도만 봐도 누가 앞서고 있는지가 확실히 보인다. 감가상각은 어떤가. 보통 구매 후 3년이 지나면 기존 내연기관 차는 40~50% 정도 가격이 빠지지만 테슬라는 10% 정도 빠진다. 여기에는 다 이유가 있는 거다. 테슬라가 지금까지는 한 해 수십만 대를 팔았지만, 곧 수백만 대 수준으로 팔릴 것이고 그러면 기존 자동차업체가 느끼는 경쟁의 강도가 완전히 달라질 거

다. 자동차는 각국의 기간산업이기 때문에 기존 업체들이 준비를 잘 해야 하는데, 아직은 모르겠다.

여러 기업에 강연도 많이 다닐 것 같다. 기억에 남는 장면이 있었나? 작년 초였나, 강의 후 어떤 분이 “김준성 위원님은 테슬라 같은 스타트업 참 좋아하시네”라고 말씀하셨다.(웃음) 불과 1년 전의 일이다. 완성차 기업에도 훌륭한 분이 아주 많다. 동시에 아직 과거에 갇혀 계시는 분도 공존하는 게 문제다. 차라리 미래 모빌리티 관련 조직을 분사시켜서 새 판을 짜는 것이 더 빠를 수도 있다.

중국에 대한 의견은 어떤가? 진짜 무서운 건 중국이다. 중국 정부가 테슬라에 굉장히 호의적이다. 예전에 중국에 들어가는 완성차 회사들은 무조건 현지 기업과 5:5 합작 법인을 만들어야 했다. 기술을 이전받기 위해서다. 하지만 테슬라는 100% 자기 지분으로 중국에 들어간 최초의 회사다. 왜 중국은 테슬라에게만 예외를 줬을까. 테슬라가 패러다임을 바꾸는 기업이라는 공감대가 있었고, 이 변화를 가속시키기 위해서는 테슬라가 치고

나가는 것이 자신들에게 더 유리하다고 판단한 것이다. 기존 완성차 브랜드들이 트렌드를 좇지 못하고 허둥댔 때, 중국 업체들이 치고 나갈 수 있다는 계산이 깔려 있다고 생각한다.

최근 중국 자동차 기업들이 엔비디아와 협업한다는 기사가 자주 보인다. 완성차 기업들이 허둥대고 있을 때 중국 자동차 기업들은 전부 엔비디아와 계약했다. 중국 업체들의 배터리 기술과 엔비디아의 칩 기술이 융합된 비테슬라 차량이 올해 하반기부터 쏟아진다. 차량이 판매됨과 동시에 중국 자동차 기업들은 마침내 테슬라처럼 데이터를 미친 듯이 모으기 시작할 거다. 업데이트가 가능한 디바이스로서의 차를 원하는 소비자들이 중국 차를 외면할 수 있을까?

테슬라가 갑자기 멈추거나 추락한다면, 어떤 이유에서일까? 국가 간 정치적 대립이 테슬라에 굉장히 큰 리스크가 될 수 있다고 본다. 테슬라는 데이터를 모으는 기업이고, 이것 자체에 대해 개인과 국가 모두가 민감할 수 있다. 테슬라가 지향하는 에너지 사업과 통신업은 국가 기간산업이다. 운전자의 자동차가 국가의 위성을 벗어나 스타링크의 통신 네트워크와 직접 연결된다면 그건 국가의 통제를 벗어나는 일이 될 수도 있다.

내연기관 차의 시대는 서서히 저무는 것 같아서 아쉬운 마음도 든다. 물론 그런 정서적 아쉬움을 충분히 이해한다. 하지만 사람이 운전하는 내연기관 차는 결국 도로 위에서 사라질 것이다. 그게 언제일지는 예상할 수 없지만, 그 시기가 생각보다 훨씬 빨리 올 수도 있다.

“

지금까지는 테슬라가 한 해 수십만 대를 팔았지만, 곧 수백만 대 수준으로 팔릴 것이고, 그러면 기존 자동차업체가 느끼는 경쟁의 강도가 완전히 달라질 거다. 자동차는 각국의 기간산업이라 기존 업체들이 준비를 잘 해야 하는데, 아직은 모르겠다.

”

아이솔라에너지 윤석규 대표 전기차를 달리게 하는 태양광 에너지 기술

지구와 인류의 생존을 위한 탄소 중립에 대한 목소리가 어느 때보다 높다. 전기차에 대한 관심이 높아지는 이유 중 하나다. 태양광 전기차 충전 솔루션 '아이카포트-I-Carport'로 주목받고 있는 아이솔라에너지의 윤석규 대표를 만났다.



지난해 11월, 세계기상기구(WMO)가 발표한 '2021년 기후 현황 잠정보고서State of the Climate in 2021'에 따르면 2021년에는 기록상 처음으로 그린란드 빙상의 정상에 비가 내렸다고 한다. 1993~2002년에 2.1mm였던 연간 해수면 상승 폭도 2013~2021년에는 2배 이상 증가한 4.4mm로 나타났다. 인류 문명의 발달과 산업화로 인한 폐해가 우리 삶의 터전을 망가뜨리는 자연재해로 돌아오는 것이다.

지구온난화를 늦추고 인류의 지속 가능성을 영위하기 위해 화석 에너지 의존도를 낮춰 이산화탄소를 덜 배출해야 한다는 인식이 분야를 막론하고 확산되고 있다. 산업 부문에서도 마찬가지다. 애플, 구글, 코카콜라 등 다수의 글로벌 기업들이 사용 전력을 태양광 및 풍력과 같은 신재생에너지로 100% 충당하겠다는 RE100 캠페인에 적극적으로 동참하는 중이다.

석유를 동력으로 삼는 내연기관 자동차를 대체할 이동 수단으로 전기차가 급부상하는 것도 같은 이유다. 최근 국제에너지기구International Energy Agency(IEA)는 지난해 전 세계의 신규 전기차 등록 대수가 전년 대비 2배 많은 660만 대로 늘어났으며, 전체 신차 중 전기차의 점유율은 8.6%에 달한다고 발표했다. 하지만 여전히 전기차의 전력 공급원은 화석 에너지가 대부분을 차지한다. 즉, 전기차의 진정한 탄소 중립을 이루기 위해서는 신재생에너지를 통해 얻은 전력으로 전기차를 충전하는 방안이 마련돼야 한다는 뜻이다.

아이솔라에너지는 태양광 전기차 충전 솔루션 '아이카포트 I-Carport'로 주목받고 있는 기업이다. 아이카포트는 태양광 발전 시스템과 전기차 충전소를 결합한 개념으로, 태양광으로 전력을 생산해서 별도의 에너지 저장 시스템(ESS)에 충전한 뒤, 전기차 충전이 필요할 때 전력을 공급하는 원리다. 아이카포트의 하루 평균 발전량은 10kWh. 60kWh 용량의 배터리를 갖춘 전기차를 완속 충전한다고 가정할 때 약 8시간이면 완충할 수 있는 성능이다. 물론 ESS의 성능을 강화하고 급속 충전기를 설치해 전기차 충전 성능을 더욱 높일 수도 있다. "아이카포트를

구상한 지 6~7년 만에 기술과 디자인 완성도를 높인 결과물을 최근 선보이게 됐습니다. 지속 가능성에 대한 방법 중 하나로 전 기차가 빠르게 늘어나고 있지만, 탄소를 배출하는 화석 에너지를 이용해 생산한 전력으로 전기차를 충전한다면 진정한 친환경 이동 수단이라고 말하기 어렵겠죠. 아이카포트가 그 해결책이 될 수 있습니다.” 아이솔라에너지 윤석규 대표의 말이다.

아이카포트는 건축물 일체형 태양광 모듈인 아이루프 플러스 I-Roof Plus를 적용한 덕분에 건축미를 살린 곡률 디자인도 가능하다. 덕분에 공용 주차장뿐만 아니라 카페, 식당 등 일반 상업 시설이나 주거지에 설치할 수 있는 것도 강점이다. 아이솔라 에너지는 현재 서울시 서대문구 불광천 거주자 우선 주차 구역에 100kW 급속 충전기 4대, 7kW 완속 충전기 10대 등 총 68면 규모의 아이카포트를 설치하고 있다. 이 밖에도 서울 어린이대공원 및 강남구 수서역에 아이카포트 설치에 대한 논의를 진행 중이다. 기존의 전기사업법대로라면 신재생에너지 설비로 생산한 전력은 한국전력공사를 통하지 않을 경우 전기차 충전처럼 외부로 공급 또는 판매하는 활동이 금지돼 있다. 하지만 최근 규제 샌드박스를 통과하면서 태양광 전기차 충전소 구축의 문이 열렸다. 규제 샌드박스는 새로운 기술과 서비스의 원활한 출시를 위해 시간, 장소, 규모에 제한을 두고 실증 테스트를 허용하는 제도다.

아이카포트라는 매력적인 전기차 충전 솔루션을 제시했지만, 사실 아이솔라에너지는 다양한 태양광 에너지 솔루션을 보유한 것으로 이름난 혁신 기업이다. 지붕형 태양광 솔루션인 ‘솔라루프 Solar Roof’를 비롯해 건축물의 지붕과 벽면을 태양광 모듈과 일체화한 ‘아이루프 플러스 I-Roof Plus’, 햇빛 차단용 블라인드에 태양광 패널을 결합한 ‘아이 블라인드 I-Blinds’ 등 건축물의 설계와 미관을 해치지 않으면서 조화롭게 어울리는 차별화된 솔루션을 갖추고 있다.

대표적인 태양광 솔루션인 솔라루프는 지붕에 태양광 모듈을

윤석규 2012년 삼성전자 탕정 공장에 지붕형 태양광 패널을 설치하면서 태양광 에너지 사업에 본격적으로 뛰어들었다. 아이솔라에너지는 태양광 모듈 패널 기술 및 태양광 패널 디자인에 대한 40여 개의 특허를 보유하고 있다.

설치할 때 별도의 구멍을 뚫지 않아서 물이 샜 걱정이 없고 단열 효과가 뛰어나며, 지붕에 밀착된 형태로 설치할 수 있기 때문에 오래된 건물의 지붕을 리뉴얼하는 대체물로 안성맞춤이다. 삼성전자, LG전자, SK그룹, 포스코 등 여러 기업이 공장과 산업 시설의 지붕에 솔라루프를 설치했다.

윤석규 대표는 우리의 일상에서 태양광 에너지 기술을 자연스럽게 활용할 수 있는 방법을 제시하고 싶다고 말한다. “전국의 산업 단지와 건축물의 지붕에 태양광 시스템을 설치하면 총 70GWh의 전력을 만들 수 있고, 이로 인한 탄소 배출 저감량은 약 4100만 톤에 달합니다. 산업 시설뿐만 아니라 도심과 일반 주거지를 비롯한 생활환경과 일상에서 태양광 에너지로 생산한 전력을 쉽고 편리하게 이용할 수 있어야 기후 위기 극복에 가까워질 겁니다. 아이솔라에너지의 솔라루프와 아이카포트는 우리의 일상에 태양광 에너지가 자연스럽게 스며들 수 있도록 이끌어줄 미래 솔루션입니다.”

FREELANCE EDITOR 이세한 PHOTOGRAPHER 이준용



태양광 에너지와 전기차 충전소를 결합한 아이카포트의 개념도. 태양광으로 생산한 전력을 별도의 ESS에 저장했다가 필요할 때 전기차에 공급하는 원리다.



서울시 서대문구 불광천 거주자 우선 주차 구역 일대에 조성 중인 아이카포트의 조감도.

Wish List

부드러운 햇살에 기분이 들뜨는 4월, 화사한 봄맛이를 위해 각 분야 기자들이 추천하는 이달의 주목할 만한 신제품.

EDITOR 윤정은·홍혜선·이지형·안서경·최윤정·정두민

THE BALVENIE 30 YEARS OLD RARE MARRIAGE

다층적인 향과 섬세한 질감의 위스키를 찾는 위스키 애호가들에게 싱글몰트위스키 브랜드 발베니가 선보이는 '발베니 30년 레어 매리지'는 최적의 선택지다. 이름처럼 진귀한 방식으로 제조하는 이 위스키는 60여년 경력의 수석 몰트 마스터 데이비드 C.스튜어트가 수십년간 숙성한 아메리칸 오크통과 유러피언 오크통에서 숙성한 위스키 원액을 조합해 완성했다. 한 모금 마시는 순간, 실크처럼 부드러운 목넘김과 꿀의 풍성한 향미를 선사한다. EDITOR 안서경

'발베니 30년 레어 매리지' 위스키, 가격미정
윌리엄그랜트앤선조코리아(2152-1600)



ROUGE A LEVERES VOILE

영원한 번영을 상징하는 '레드'에 대한 헌정을 담아, 구찌의 크리에이티브 디렉터 알레산드로 미켈레가 직접 선정한 3가지 레드 컬러로 이루어진 리미티드 에디션 립스틱. 빈티지 감성이 물씬 묻어나는 블루 로즈 패턴 패키지와 골드 메탈 소재로 이루어진 하단 케이스가 단번에 시선을 사로잡는다. 크림처럼 부드러운 제형은 입술 위에 녹아들며 우아한 레드빛을 더한다.

EDITOR 이지형

'루즈 아 레브르 브왈 립스틱 리미티드 에디션', 5만2000원.
구찌 뷰티(080-850-0708)



BOW BAG

'보우' 백은 2022 S/S 시즌 런웨이를 마주한 관중의 이목을 단번에 사로잡았다. 럭비공을 연상시키는 타원형하며, 전면을 채운 큼직한 로고 등 기존에 고집하던 '클래식'의 노선을 한참이나 벗어난 과감한 디자인이 돋보인다. 신발 밑창의 '고미니' 러버 페블을 이번에는 가방 바닥에 적용했다. 28×14×11cm 미니 사이즈로 선보인다. EDITOR 최윤정

'보우' 백, 225만 5000천원. 토즈(3438-6008)



DO SON EAU DE TOILETTE

청록빛 바다색을 담은 블루 컬러로 새롭게 단장한 '도 손 오 드 뚜왈렛' 한정판. 세계적인 포토그래퍼 팀 워커Tim Walker와 협업해 탄생한 패키지가 인상적이다. 디프티크 창립자 이브 쿠에랑 Yves Coueslant이 하이퐁 바닷가에서 보낸 어린 시절의 기억을 후각적으로 담아낸 향수. 상쾌한 플로럴과 파우더리한 향이 어우러져 따스한 봄철에 뿌리기 제격이다. EDITOR 정두민

'도 손 오 드 뚜왈렛' 한정판, 10만1000원. 디프티크(3479-6049)



SLIDE MULE

복슬복슬한 퍼 소재가 겨울에만 유효한 것은 아니다. 오히려 S/S 시즌에 그 진가가 드러날 때도 있다. 이를테면 양의 털을 사용한 폭신하고 포근한 디올의 슬라이드 뭄은 맨발에 신어야 그 풍성한 털의 양감을 오롯하게 느낄 수 있다. 디올 2022 S/S 컬렉션의 팝 테마를 그대로 이식한 색감과 시그너처 자수가 캐주얼하면서도 고급스러운 분위기를 전한다. EDITOR 홍혜선

2가지 색상의 슬라이드 뭄, 126만 원. 디올(3480-0104)



H 08 WATCH

지난해 처음 출시해 커다란 인기를 끈 에르메스의 첫 스포츠 워치. 모서리를 둥글린 케이스와 그 안에 담긴 원형 다이얼이 직선과 곡선의 유려한 조화를 보여준다. 올해는 세련된 감성의 블루 컬러 버전을 새롭게 출시했다. 'H1837' 오토매틱 무브먼트를 탑재했고, 수심 100m 방수가 가능하다. EDITOR 윤정은

티타늄 DLC 코팅 버전의 'H 08' 워치, 600만 원대.

블루 다이얼에 블루 러버 스트랩을 매치한 'H 08' 워치, 800만 원대.

에르메스 워치(542-6622)



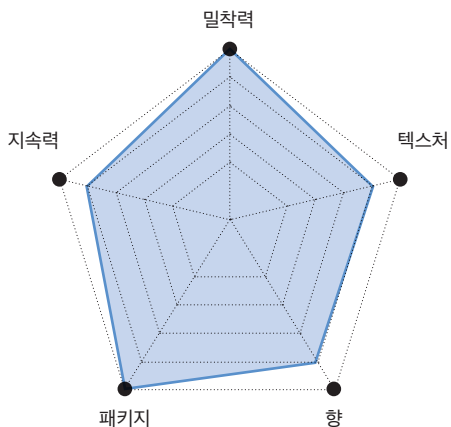
New Cushion

베이스에 대해 이야기할 때 빼놓을 수 없는 4개의 브랜드에서 새롭게 출시한 쿠션 파운데이션을 뷰티 피플이 직접 사용하고 평가해봤다.



지방시 뷰티 ‘땡 꾸뛰르 쿠션 꾸뛰르 캡슐 에디션’

바를 때는 수분이 풍부하게 느껴질 만큼 촉촉한데, 바른 뒤 어느 정도 시간이 지나면 피부가 매끈하고 보송해진다. 그만큼 밀착력이 높다. 피부 톤과 피복 결 모두 정돈해주는 덕에 깨끗한 피부 표현이 가능한 것이 장점이다. 가죽으로 만든 패키지 역시 소장 욕구를 자극한다. 간혹 베이스에서 나는 강한 향이 부담스러웠는데, 이 쿠션은 향이 거의 느껴지지 않는다.

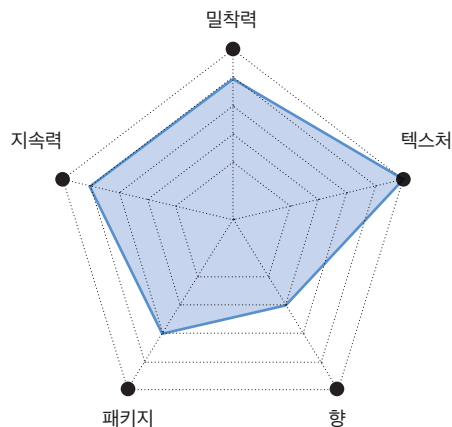


오가영 메이크업 아티스트. 완성도 높은 베이스 메이크업을 위해서 베이스를 고를 때 밀착력을 우선적으로 고려한다. 얇게 밀착되면서도 뭉치지 않는 제형을 지닌 쿠션을 선호한다.

끌레드쁘 보떼

‘래디언트 쿠션 파운데이션 내추럴 SPF 25 PA+++’

쿠션의 명가라고 불리는 끌레드쁘 보떼에서 새롭게 선보이는 쿠션이라 역시 기대만큼 만족스럽다. 피부에 닿는 즉시 빈틈없이 밀착되면서 주름이나 잡티를 가려주고, 피부 톤이 즉각 화사해진다. 무엇보다 바른 뒤 묻어나지 않을 정도로 보송하게 마무리되는 점이 가장 만족스럽다.

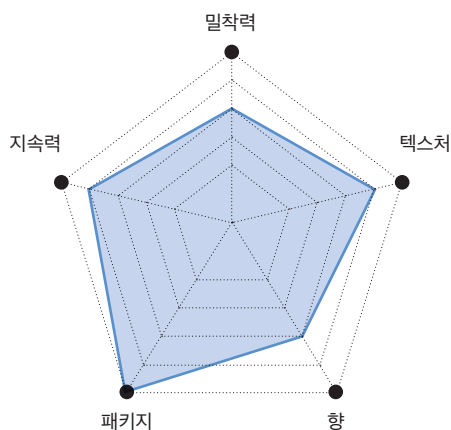


최가람 아모레퍼시픽 디지털 전략팀. 보송하게 마무리되면서도 오래 지속되는 베이스를 선호한다. 휴대하고 다니는 쿠션의 경우 제품의 사이즈도 중요한 요소로 고려한다.



맥 '라이트폴 C3 올 데이 톤업 밤 SPF 30 PA+++'

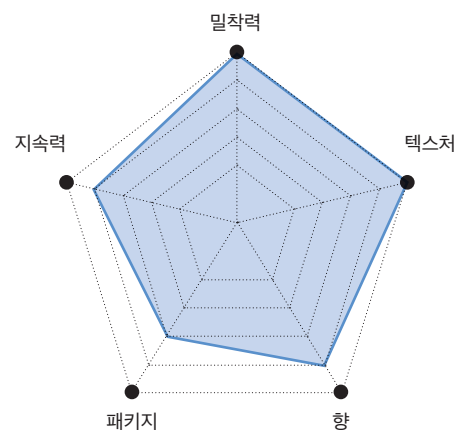
자외선 차단제를 먼저 바른 뒤 쿠션을 바르는데 바른 지 약 5시간이 흐른 뒤에도 베이스가 무너지거나 뭉치지 않는 것으로 보아 밀착력이 상당히 높은 편. 두드러지는 향이 없는 것도 장점이며, 퍼프로 두드리며 바를 때 굉장히 얇고 섬세하게 발리는 점도 마음에 든다. 여러 번 덧바를수록 윤기가 극대화되며 커버력을 쉽게 조절할 수 있다.



정재희 프리랜스 뷰티 에디터. 어느 각도에서도 은은한 윤기가 흐르는 광채 피부를 선호하며, 좋은 베이스는 하루 종일 수정 없이도 처음 그대로 지속되어야 한다고 생각한다.

시스리 '휘뜨-블랑 르 쿠션 SPF 50+ PA++++'

퍼프로 소량만 묻혀서 발라도 피부 톤이 즉각적으로 화사해진다. 보정 효과가 하루 종일 지속되는 것은 물론, 얼굴이 건조한 편임에도 불구하고 들뜨거나 딱기는 느낌이 거의 없다. 그만큼 촉촉한 제형이 장점이며, 향이 거의 없다는 것도 만족스러운 점. 자연스러운 메이크업을 선호하는 이들 혹은 건조한 피부의 소유자라면 고민 없이 구매해도 좋을 것 같다.



김경민 플로리스트이자 프랩 스타일리스트. 평소에 과한 메이크업을 하지 않아 베이스도 소량만 사용한다. 적은 양으로 피부 톤이 보정되는 정도의 가벼운 베이스를 선호한다.

AI, 패션을 만나다

바둑에 알파고가 있다면 패션에는 틸다가 있다?
지난 2월 뉴욕에서 2년 만에 다시 열린 패션위크에서
최초의 AI 아티스트이자 디자이너 틸다가
화려한 데뷔 무대를 가졌다.



1

비욘세, 패리스 힐턴, 메이 머스크 등 해외 셀러브리티들에게 사랑받는 디자이너 박윤희가 최근 뉴욕에서 특별한 컬렉션을 선보였다. 바로 최초의 AI 디자이너 틸다Tilda와 협업해 꾸민 이색적인 무대가 그것. 색다른 경험, 색다른 파트너, 색다른 컬렉션에 대해 디자이너 박윤희와 나눈 일문일답.

본인, 그리고 처음으로 데뷔한 AI 디자이너이자 이번 컬렉션의 파트너인 틸다에 대해 소개해달라. 나는 서울을 기반으로 활동하는 패션 디자이너로 2009년부터 레이블 '그리디어스 Greedilous'를 이끌고 있다. 자신의 분야에서 전문적인 커리어를 개척해가는 20~40대 여성을 위한 믹스 매치 스타일을 추구한다. 이번 뉴욕 패션위크에서 데뷔한 틸다는 그리디어스와 협업한 AI 아티스트다. ESG(환경, 사회, 지배 구조)의 환경 가치를 합하고 트렌디한 문화로 소비하는 Z세대를 대변한다. 그녀의 철학을 담은 일종의 예술 작품이 Z세대에게 어필하는 패션의 수단을 통해 공개된 것이라고 설명할 수 있을 듯하다.

AI 아티스트 틸다에 대해 좀 더 구체적으로 설명해준다면? 어떻게 틸다와 협업하게 되었는지도 궁금하다. 틸다는 초거대 AI 엑



2



3

- 1 AI 디자이너 틸다와 협업한 그리디어스의 F/W 컬렉션.
- 2 뉴욕 패션위크 런웨이에 함께 선 박윤희 디자이너와 최초의 AI 디자이너 틸다.
- 3 백스테이지 풍경.

사원Exaone을 탑재한 AI 아티스트다. LG AI 연구원에서 개발한 엑사원은 국내 최대인 3000억 개의 파라미터를 보유하고 있는 초거대 AI로 'Expert AI for everyone'의 줄임말, 즉 '인간을 위한 전문가 AI'를 의미한다. 언어뿐 아니라 이미지, 영상에 이르기까지 인간의 의사소통과 관련된 다양한 정보를 습득하고 다루는 '멀티모달리티multi-modality' 능력을 보유하고 있다. 데이터를 습득하고 이해하는 수준을 넘어서 추론을 하고, 시각과 청각 등 다양한 감각 영역을 넘나드는 창조적 생성이 가능하다. 바로 이 AI를 탑재한 틸다가 뉴욕 패션위크에서 자신만의 예술적 감각을 펼쳐 보인 것이다.

패션 디자이너라면 늘 새로운 것에 도전해야 한다. AI와의 협업은 패션업계에 25년간 몸담은 내게 너무나 신선한 자극이었다.

메타버스에 존재하는 틸다와의 만남을 그녀만이 가지고 있는 기술과 인간만이 가지고 있는 감정이 서로 교감할 수 있는 기회로 여겼고, 설렘과 기대를 안고 협업을 진행했다.

AI와 사람처럼 대화할 수 없었을 텐데 어떠한 방식으로 상호작용했나? 내가 원하는 키워드를 틸다에 입력하면, 틸다에 탑재된 엑사원이 구동하면서 관련된 이미지를 생성하고, 그것을 다시 패턴화하는 방식으로 이뤄졌다. 틸다가 만들어낸 그림의 일부를 확장해 소재에 프린트하기도 했고, 틸다의 그림에 그리디어스의 상상력을 더해 콜라주 형식으로 표현한 다음 하나의 작품처럼 의상에 적용하기도 했다. 개인적으로 무척 흥분되는 경험이었다.

우주를 연상시키는 패션쇼 무대가 인상적이었다. 컬렉션의 전반적인 콘셉트는? '금성에서 피어나는 꽃 Flowers on Venus'이 주제다. 지구온난화가 극대화된 모습을 상징하는 금성을 배경으로 설정했다. 표면 온도가 450°C가 넘고 이산화탄소가 가득한 금성을 뉴욕 런웨이로 옮겨왔다. 금성의 붉은 대기는 조명으로 붉게 표현하고, 이산화탄소는 스모그로 연출했다. 틸다의 작품을 미디어월을 통해 노출하면서 이것이 곧 패션이 되는 모습을 형상화했다. 나는 틸다에게 자연을 닮고 사람의 감성을 담은 일종의 우주복을 선물하고 싶었다. 그래서 전체적인 컬렉션에 볼륨과 움직임의 가미하며 부드럽고 화사한 느낌의 테크 웨어, 라운지 웨어 등을 디자인했고, MZ세대가 지향하는 모던 캐주얼에 가깝게 스타일링해 경쾌하게 전개했다. 또한 일부는 '책임감 있는 패션'의 일환으로 재활용 폴리 원단에 패턴을 프린팅해 컬렉션에 고유의 색깔을 담았다.

개인적으로 가장 마음에 드는 룩은? 작업 시간이 가장 오래 걸린 아이템이나 전혀 예상치 않게 탄생한 아이템 등 컬렉션에 얹힌 뒷이야기를 들려 달라. 틸다의 콘셉트를 가장 잘 보여주는 옷차림이 오프닝에 등장한 룩이라 생각해 개인적으로 가장 마음에 든다. 이번 프로젝트는 3주 만에 모든 컬렉션을 마무리하고 뉴욕으로 출국하는 일정이라 쉽지 않은 상황이었다. 특히 다른 의상에 비해 3배 정도 복잡한 공정을 거쳐야 하는 다운 점퍼 작업이 만만치 않았는데, 다운 소재의 우주복 느낌으로 틸다의 예술 작품을 표현하고 싶어 과감하게 강행했다. 쇼에서 30여 명의 모델에게 틸다의 가발을 씌우는 작업 역시 호락호락하지 않았다. 하지만 결과적으로 좀 더 임팩트 있는 컬렉션을 완성할 수 있었던 것 같아 만족스럽다.

향후 틸다와 또 다른 협업 계획이 있나? AI 디자이너인 틸다 역시 계속 업그레이드되며 컬렉션을 선보일지 궁금하다. 이번 시즌 틸다와 협업해 컬렉션을 진행하면서 MZ세대를 공략하는 새로운 메타버스 브랜드를 론칭하면 어떨까 하는 생각이 들었다. 패션계의 메타버스라는 새로운 영역을 개척하고 이를 통해 얻는 수익은 다시 기부하는 형태로 현실 세계로 돌아오게 해 패션 부문에서 인간과 AI가 상생하는 세상을 만들어보고 싶다.

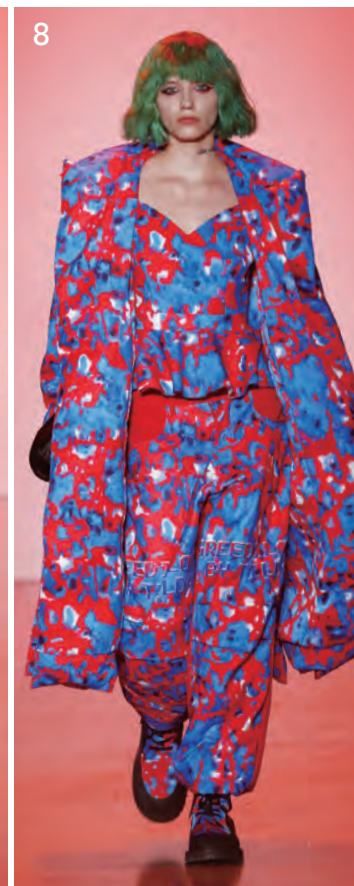
4 틸다의 그림에 그리디어스의 상상력을 결합한 개성 있는 프린트가 돋보인다.

5, 6, 7 틸다에게 자연을 닮고 사람의 감성을 담은 일종의 우주복을 선물하고 싶은 마음을 담아 디자인했다.

8 박윤희 디자이너가 가장 마음에 드는 피스로 꼽은 런웨이 오프닝 룩. 틸다가 생성한 이미지를 패턴화해 의상에 적용했다.

많은 사람이 다양한 부문의 작업을 AI가 대체하는 것에 대한 막연한 두려움을 지니고 있는 것 같다. 패션 디자이너로서 패션 업계에서의 향후 AI의 향방에 대해 어떻게 예측하는가? 패션업계도 시간과 예산을 들여 다양한 영역의 데이터를 확보하고 분석한다. 각 브랜드의 아이덴티티에 맞는 바이어 매칭, 트렌드 자료 수집과 분석 등 오랜 시간이 소요되는 작업을 AI가 빠르게 대신하고, 디자이너는 분석된 자료를 활용해 더욱 심도 깊은 작업에 집중한다면 '대체'에 대한 두려움보다는 공존과 협업의 관계로 남을 수 있지 않을까?

FREELANCE EDITOR 이서연





Artistic Bonsai

오랜 세월이 깃든 작은 나무와 흙, 이끼 등으로 나만의 작은 자연을 가꿀 수 있는 분재는 하나의 예술 같다. 분재의 매력을 가득 느낄 수 있는 숨 4곳을 찾았다.

부녀의 정성이 담긴 분재 숨, 오서

- 📍 서대문구 성산로 376 2층
- 🕒 평일 오전 11시~오후 7시,
주말 낮 12시~오후 7시(방문 예약),
월요일 휴무
- ☎ 0507-1404-7156

딸이 만든 도자 화분에 아버지가 식물을 식재해 작품을 만드는 '오서'. 나무의 수명처럼 오래도록 기억되는 브랜드가 되고 싶어 '오래'의 '오'와 부녀의 성씨인 '서'를 더한 이름을 지었다. 오서는 차분하게 거닐며 분재를 감상하기 좋은 곳이다. 채광이 좋은 하얀 공간에 전시장처럼 간격을 두고 분재를 배치했다. 밝은 공간이지만 무게를 잡기 위해 가구는 대부분 검은색으로 맞췄다. 서찬희 대표는 분재마다 가장 잘 어울리는 디자인으로 직접 제작한 화분이 이곳의 매력이라고 전한다. "모든 화분은 핸드 빌딩 기법으로 빚어냅니다. 다양한 유약을 사용해 흔하지 않은 화분을 완성하고자 합니다. 저는 바다와 나뭇잎, 돌의 색깔 등 자연의 색상을 조합하며 화분을 만듭니다. 아버지도 산을 다니시며 자연스러운 나무와 계곡의 모습에서 식재의 영감을 얻으시죠." 분재의 모든 과정을 경험해보고 싶다면 매달 진행되는 화분 제작 클래스와 분재 기초 이론 및 식재 클래스를 눈여겨볼 것. 수십 년간 원예 경력을 쌓아온 아버지가 직접 수업을 진행한다. 3월 말에는 온라인 사이트를 개설해 분재는 물론 오서만의 세라믹 화분을 판매할 예정이다.



히어리

우리나라 특산 나무.
봄철에 가지 사이로 노란꽃을 피운다.
물관리 봄, 가을, 겨울 3~4일 1회 흙뻘.
여름 1~2일 1회 흙뻘.
햇빛 해가 잘 드는 베란다에서 하루에 4~5시간
충분한 햇빛 권장.
통풍 건조, 추위에 강해 야외에서 월동 가능.



분재가 건네는 다정한 눈 맞춤, 플라워사위

📍 마포구 마포대로16길 7-14
🕒 오후 1시~오후 5시(방문 예약),
월요일 휴무
☎ 010-7388-6321

자갈이 깔린 마당을 사이에 두고 카페와 가구 숍이 모여 있는 아늑한 골목에 '플라워사위'가 위치한다. 밝은 화이트 톤과 우드 인테리어로 꾸민 숍 안에 자유롭게 뻗어 있는 나무들이 가득해 작지만 알찬 정원의 인상을 풍긴다. 오래된 분재와 야생화를 전문으로 다루는 이곳은 약 50~60종의 나무를 취급하고 있다. 광고 촬영이나 브랜드 협업 영상에서 플라워 디렉팅 작업을 담당하는 이주연 대표는 사계절의 변화를 가장 가까이서 마주할 수 있는 분재에 매력을 느꼈다고 말한다. "농장에서 100년이 넘는 나무를 본 적이 있어요. 오랜 세월 잘 가꾼 나무를 보며 그 세월에 담긴 이야기를 상상하는 즐거움을 느낍니다. 중·장년층의 취미로 여겨지던 분재가 젊은 세대에게도 조명을 받는 것 같아 기쁩니다. 분재를 오래 두고 보기 위한 팁을 물어보시면 나무와 하루에 한 번씩 눈 맞춤하길 권해드려요. 나무는 물이나 햇빛이 부족할 때 신호를 보내거든요." 이 대표는 손님과 나무에 대한 심도 깊은 이야기를 나누기 위해 예약제로 운영 중이다. 다양한 나무에 대한 설명과 키우는 환경에 맞는 조언을 들을 수 있다.

백화등

남부 지방의 산지 숲속에서 부착근으로 바위나 나무에 붙어 올라가는 상록 덩굴나무. 봄에 작지만 향기가 좋은 하얀 꽃을 피운다. 자유로운 수형이 매력적. 물관리 1~2일에 1회 물 주기. 물구멍에 물이 흘러 나올 정도로 충분히. 햇빛 직사광선을 피한 서늘한 곳. 통풍 바람이 통하는 공간에 배치.





감각적인 식물 편집숍, 4t

- 📍 용산구 한강대로21길 29-26 2층
- 🕒 수~토요일 오후 1시~
오후 6시(변동 가능),
일~화요일 휴무
- ☎ 0507-1329-8247

용산구의 오래된 주택 2층에 식물의 집 '4t'가 자리한다. 정겨운 주택 고유의 모습을 잘 살리기 위해 검붉은 벽돌색 타일, 빈티지 조명, 일반 가정에 있을 법한 친숙한 가구로 공간을 꾸몄다. 김동은 대표는 이곳을 '식물 편집숍'이라고 소개한다. "여러한 꽃이 피는 야생화 분재부터 씩씩한 느낌의 초목 분재까지 골고루 취급하고 있어요. 쇼룸의 80% 이상은 분재지만 특별한 수형의 관엽식물, 제가 분재만큼이나 애정하는 서양란, 독특한 모습의 다육식물도 만날 수 있죠. 분재숍으로 한정 짓기보다는 저의 취향이 담긴 식물을 소개하는 공간으로 가고 싶어요. 최근엔 홈 가드닝을 즐기시는 분들을 위해 식재 시 실제로 사용하는 배합의 분갈이용 흙도 판매 중입니다. 손님들이 가드닝과 보다 쉽게 친해질 수 있길 바라면서요."

패션 MD로 활동했던 김 대표는 이런 그의 이력과 통통 튀는 감각으로 식물을 구입하고, 옷을 고르듯 식물에 어울리는 화기를 선택한다. 주로 경쾌한 컬러의 화기를 사용해 오래된 고목도 가볍고 편안한 느낌으로 풀어내는 것이 특징. 도예 작가와 협업해 직접 4t만의 화기를 제작하기도 한다.



오카메 벚나무

일본이 원산지인 나무로
분홍색 활꽃이 주렁주렁 달린다.
물관리 겉흙이 마르면 화분
아래쪽 물구멍으로 물이 충분히
빠질 때까지 물을 준다.
햇빛 반양지 이상에서 두고 키운다.
통풍 추위에 강한 편이므로 창가나
베란다에 두고 키우는 것이 좋다.

DESIGN SPOT

#오늘의숨 #디자인스팟

디자인 스팟은 <럭셔리>, <럭셔리M>, <행복이 가득한 집>, <디자인>, <스타일 H> 등을 발행하는 디자인하우스의 에디터와 마케터가 선별한, 지금 가장 주목할 만한 상업 공간입니다. 카페와 레스토랑, 플래그십 스토어, 편집매장 등 콘셉트와 이야기가 있는 공간을 모아 각 매체의 지면과 SNS를 통해 소개합니다. 디자인 스팟에 대한 다양한 정보는 공식 인스타그램(@designspot.dh)과 네이버 포스트(c11.kr/designspot)에서 확인할 수 있습니다.



도심 속 한국식 분재의 정원, 우너프

- ☉ 용산구 한강대로21길 29-26 2층
- 🕒 평일 오전 11시~오후 7시,
주말 오전 11시~오후 9시 (방문 예약),
월요일 휴무
- ☎ 0507-1329-8247

네덜란드어로 살아 있는 거리를 뜻하는 '우너프'. 그 이름에는 도심 속 숨 쉬는 공간이 되길 염원하는 최운용 대표의 바람이 담겨 있다. 일반인도 쉽게 가꿀 수 있는 실내 생활 분재 위주로 약 15종의 나무를 소개하고 있다. 특히 일본, 중국 분재와는 다른 한국 분재 고유의 특징을 살려 디자인한다. 영국에서 제품 개발 연구원으로 일하던 최 대표는 영국 가드닝 문화에 빠졌다가 분재를 접하게 되었다. "자연을 축소해 실내에서 가꾼다는 신비함, 분재를 가꾸며 느끼는 치유의 감정 등 분재의 매력에 빠질 수밖에 없었죠. 이러한 매력을 많은 분께 알리고 싶어 지금껏 했던 일과는 전혀 다른 분재 솜을 선보이게 되었습니다." 이곳에서만 볼 수 있는 한정판 화분은 김남희·김승용·신연희 도예가와 협업해 완성했다. 최 대표는 나나향나무를 우너프의 시그니처 분재로 소개한다. 나나향나무의 청향은 정신을 맑게 해 예로부터 궁궐이나 절에도 많이 심었다고. 잎의 향이 진하고 수형이 우아해 인기가 좋다.

EDITOR 한동은 PHOTOGRAPHER 김은지



나나향나무로 만든 차경 분재

한옥의 차경에서 영감을 얻어 창이라는 틀을 통해 분재를 감상하는 것을 연출한 분재. 향이 특히 진하며 우아한 수형을 감상할 수 있다.
물관리 매일 1회 골고루 흠뻑.
잎과 줄기에도 분무.
햇빛 낮 동안 햇빛이 드는 공간에 배치.
통풍 주기적으로 바람 쐬어주기.

‘럭셔리’는 눈에 보이는 호사나 물질적인 사치를 의미하는 단어가 아닙니다.
물질을 앞서는 정신의 풍요, 그 중요성을 인식하고 삶을 의미 있게 만들려는 노력이 진정한 럭셔리입니다
<럭셔리>는 명품의 진정한 의미와 예술이 주는 감동을 통해 여러분의 품격을 올려드리는 잡지입니다.

LUXURY DOES NOT ONLY MEAN SOMETHING THAT LOOKS EXTRAVAGANT.
THE TRUE MEANING OF IT IS THE VALUE OF A LIFE THAT PURSUES
THE EXTRAVAGANCY IN ONE’S MIND RATHER THAN MATERIAL ABUNDANCE.
<LUXURY> IS NOT SOLELY HIGH FASHION, BEAUTY AND LIVING BUT ALSO HAS REMARKABLE CONTENTS
RELATED TO THE ART AND CULTURE INSPIRING PEOPLE.



PANTELLERIA seating system | Cesare Arosio Design



MC

MERONI & COLZANI
MILANO

PLAN LIVING

SHOWROOM: 55 DOSAN-DAERO 28_GIL GANGNAM_GU SEOUL 02_516_2617

WWW.MERONIECOLZANI.IT

CLARINS

NOW
FOR
YOUR
EYES



Double Power Double Serum Eye

아이세럼과 아이크림을 한 병에 담은
파워풀 안티에이징*

클라랑스 더블세럼 아이