

2026
CEO Investor Day

Movement that inspires





Movement that inspires

안녕하십니까, 인베스터 여러분.

기아 CEO 송호성입니다.

기아 CEO 인베스터데이에 참석해 주셔서 감사합니다.

지난 2021년 Kia Transformation을 선포한 이후로,

기아는 브랜드, 제품, 오퍼레이션 등 전방위적 분야에 비즈니스 혁신을 추진해 왔습니다.

오늘 이 자리에서는 그동안의 가시적인 변화와 성과를 소개하고,

중장기 초과 성장 전략 달성을 위한 보다 구체화된 계획을 말씀드리도록 하겠습니다.

기아 80주년 헤리티지

1944년 자전거 회사로 설립된 이래
헤리티지로 이어진 기아의 여정

Kia's 80th Anniversary



2024년은 기아 창립 80주년이었습니다.

기아 80주년 헤리티지

1944년 자전거 회사로 설립된 이래
헤리티지로 이어진 기아의 여정

1944

기아 자전거

1944년 자전거 회사로 처음 설립된 이래, 기아는 끊임없는 도전을 통해 성장해 왔습니다.

기아 80주년 헤리티지

1973년 브리사 출시,
글로벌 시장 진출 기반 마련



1973



1973년 기아 최초의 후륜구동 승용차 '브리사'를 선보이며 자동차 회사로서의 새로운 길을 열었습니다.

기아 80주년 헤리티지

1986년 프라이드 출시,
글로벌 브랜드 인지도 제고



pride



1986년 기아 프라이드 출시를 계기로 기아 브랜드는 전 세계에 본격적으로 알려지기 시작했습니다.

기아 80주년 헤리티지

프라이드에서부터 7세대 K3까지,
40년 축적된 헤리티지의 지속



40년 이상 소비자 선택을 받아온 프라이드는 현재 7세대 모델인 K3라는 이름으로,
오늘날까지 브랜드 헤리티지를 이어가고 있습니다.

기아 80주년 헤리티지

1993년 도심형 SUV 스포티지 출시,
누적 판매량 800만대 달성

Sportage 8 Million Units



Gen 1



Gen 2



Gen 3



Gen 4



Gen 5

1993년 처음 출시된 스포티지는 진정한 기아의 아이콘입니다.

누적 판매 800만대를 기록한 스포티지는 업계 최초의 도심형 SUV로서 새로운 시장을 열었고, 브랜드 성장을 견인해 왔습니다.

나아가 기아가 도전하고 성장해 온 여정 속에서 고객과 함께 성공을 만들어 온 동반자라고 할 수 있습니다.

기아 80주년 헤리티지

위기 국면을 성장과 혁신의 계기로 전환

1997

Asian Financial Crisis

2008

Global Financial Crisis

2020

Pandemic

물론 도전적인 시기도 있었습니다.

1997년 아시아 금융 위기, 2008년 글로벌 금융 위기, 그리고 2020년대 초 팬데믹이 대표적입니다.

그러나 기아는 위기 상황에서도 일관된 실행력으로 대응해 위기를 성장과 혁신의 계기로 전환해 왔습니다.

기아 80주년 헤리티지

1997년 아시아 금융위기,
카니발, 쏘렌토 등 고수익 차종 라인업 확대



아시아 금융 위기 당시에는 운영 효율성을 강화하는 동시에,
카니발과 쏘렌토를 성공적으로 출시해 고수익 차종 중심의 라인업을 확대했습니다.

기아 80주년 헤리티지

2008년 글로벌 금융위기,
슬로바키아, 미국 현지 생산거점 확대



2008

글로벌 금융 위기 당시에도 선제적 투자를 통해 생산 거점을 슬로바키아와 미국 조지아로 확장했습니다.

지역별 시장 특성에 최적화된 모델을 현지에서 생산할 수 있게 되었으며, 수요 대응력을 강화하고 글로벌 생산 네트워크를 구축하였습니다.



2020년대에 들어서며 시장의 불확실성이 확대되는 가운데, 기아는 중장기 성장을 위한 전략적 전환을 추진했습니다.

코로나-19로 인한 수요와 공급 변동, 반도체 수급 차질, 신규 경쟁자 진입 등 구조적 변화에 대응하기 위해 사업 방향을 재정립하고, 한 단계 도약을 위한 전환을 본격화했습니다.

기아 80주년 헤리티지

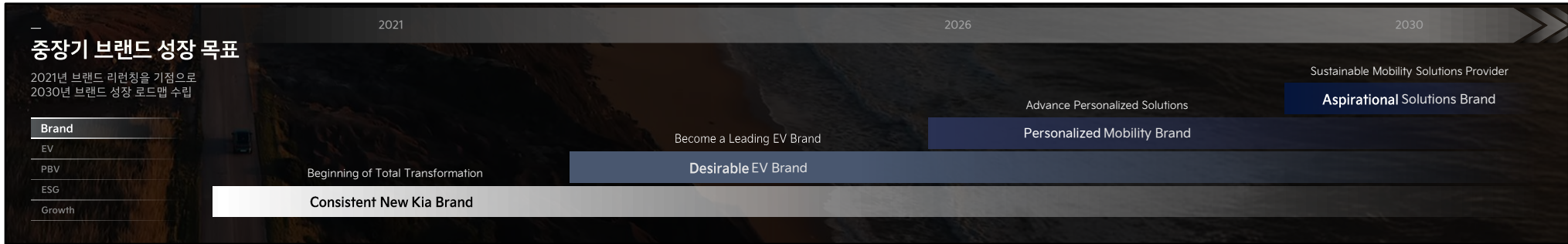
2021년 브랜드 리런칭 추진,
사업 전반의 패러다임 전환

Total Transformation

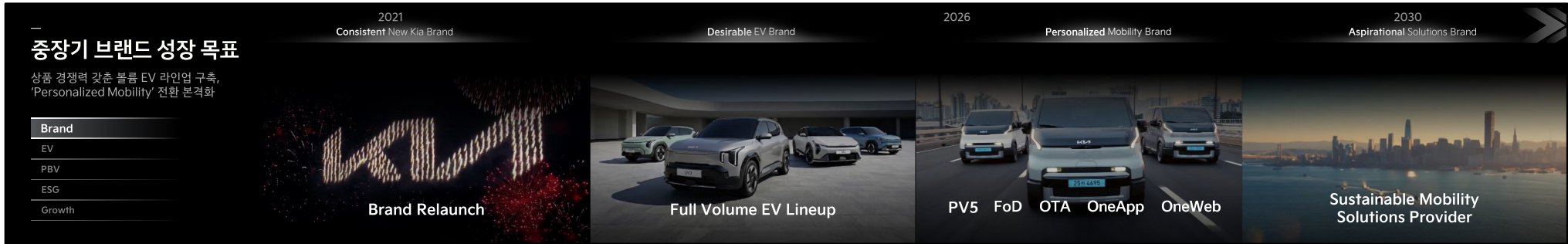
Brand | EV | PBV | ESG | Growth

2021년 새로운 사명과 로고를 발표하며 브랜드 리런칭을 시작했고,
동시에 사업 전반의 패러다임 전환을 위한 'Total Transformation'을 추진했습니다.

'Sustainable Mobility Solutions Provider'로 도약하겠다는 비전 아래,
고객을 모든 사업의 중심에 두고 브랜드, EV, PBV, ESG 등 전 부문에서 변화를 이끌어 왔습니다.



2021년 브랜드 리런칭을 기점으로 2030년 목표의 중장기 성과 지표를 수립하고,
이를 실행하기 위한 브랜드 로드맵을 4개 챕터로 구성해 제시했습니다.



올해 초 EV2를 출시하며 EV3, EV4, EV5와 함께 볼륨 EV 풀 라인업을 구축해 Desirable EV Brand로의 포지셔닝을 확고히 했습니다.

또한 PV5 출시를 기점으로 'Personalized Mobility' 단계로의 전환을 본격화하고 있습니다.

아울러 OTA와 FoD, OneApp / OneWeb 서비스를 도입해 고객 접점을 확대하고, 맞춤형 모빌리티 솔루션 제공 역량을 강화해 나가고 있습니다.

중장기 브랜드 성장 목표

2025년 브랜드 가치 \$85억 달성,
비보조 브랜드 인지도 향상 지속

Brand
EV
PBV
ESG
Growth

Interbrand Best Global Brands 2025

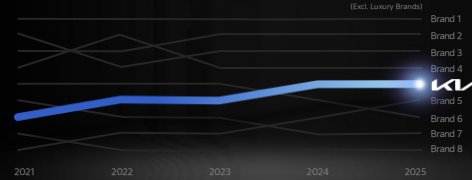
Brand value

\$8.5B up **40%**
from 2021

2021
Consistent New Kia Brand

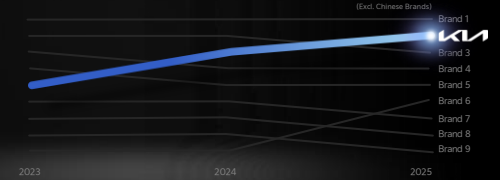
2026
Desirable EV Brand

브랜드 비보조 인지도



2030
Personalized Mobility Brand

EV 브랜드 비보조 인지도



브랜드력 강화를 위한 노력의 결과, 2025년 기아의 브랜드 가치는 85억 달러를 기록하며 2021년 대비 40% 성장했습니다.

또한 브랜드 비보조 인지도는 2021년 이후 크게 상승했으며, 전기차 브랜드 비보조 인지도는 2025년 전체 브랜드 중 2위를 기록했습니다.

중장기 브랜드 성장 목표

미래 기술로 사람, 사회, 인프라를 연결하고,
고객과 사회 전반의 가치 창출

Brand

EV

PBV

ESG

Growth

2021
Consistent New Kia Brand

Desirable EV Brand

2026

Personalized Mobility Brand

2030
Aspirational Solutions Brand



중장기적으로 기아는 PBV, 자율주행, 로보틱스를 중심으로 모빌리티 생태계를 확장해
사람, 사회, 인프라를 연결하고, 고객과 사회 전반의 가치 창출을 강화해 나갈 계획입니다.

각 영역별 추진 전략과 기아 브랜드의 실행 방향은 PBV와 미래전략 세션에서 상세히 말씀드리겠습니다.



EV 브랜드 입지 강화를 위해 2030년까지 PBV 3종을 포함해 총 14개 모델로 전기차 라인업을 확대할 계획입니다.

2021년 첫 전용 전기차인 EV6를 출시한 이후 글로벌 EV 시장에서 입지를 확대해 나가고 있으며, 주요 매체와 고객으로부터 긍정적인 평가를 받고 있습니다.

2021 Consistent New Kia Brand 2023 Desirable EV Brand 2025 2026 Personalized Mobility Brand 2030 Aspirational Solutions Brand

Desirable EV Brand

상품 경쟁력 기반으로 EV6, EV9, EV3
유럽, 북미, 세계 올해의 차 수상

Brand
EV
PBV
ESG
Growth

EV6




- 2022 European Car of the Year
- 2022 5 Star Euro NCAP Safety Rating
- 2022 IIHS Top Safety Pick
- 2023 North American Utility Vehicle of the Year

EV9






- 2023 5 Star Euro NCAP Safety Rating
- 2024 North American Utility Vehicle of the Year
- 2024 World Car of the Year / World Electric Vehicle

EV3




- 2025 World Car of the Year
- 2025 5 Star Euro NCAP Safety Rating

EV6, EV9, EV3는 출시 이후 유력 매체와 고객, 전문가로부터 긍정적인 평가를 받아 왔으며,
유럽, 북미, 세계 올해의 차를 수상하며 우수한 상품성을 인정받고 있습니다.

Desirable EV Brand

ICE/xHEV 라인업 지속 확대,
미래 EV 고객 전환 선순환 구조 구축

Brand

EV

PBV

ESG

Growth

2021
Consistent New Kia Brand

Desirable EV Brand

2026

Personalized Mobility Brand

2030
Aspirational Solutions Brand



ICE + xHEV

EV

더 나아가, 앞으로 출시할 신규 EV 모델을 통해 성장세를 이어가며 EV Tier 1 브랜드로서의 입지를 더욱 강화하겠습니다.

또한 지역별 전동화 전환 속도를 감안해 ICE와 xHEV 라인업도 지속 확대할 계획입니다.

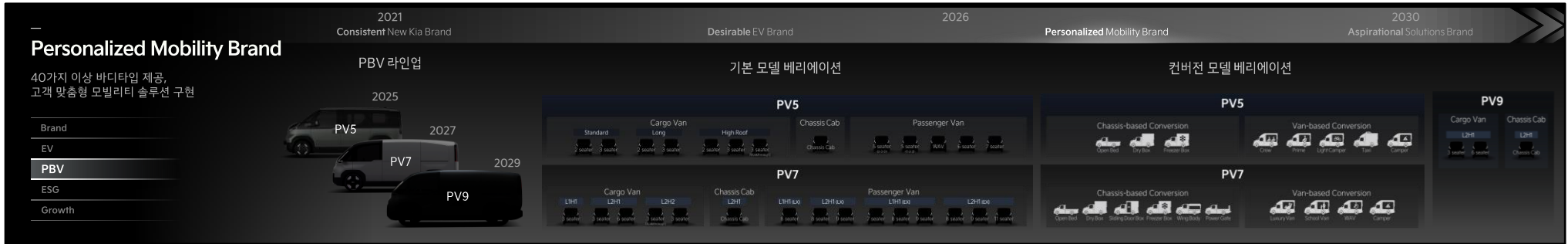
이를 기반으로 ICE와 xHEV 고객을 미래 EV 고객으로 전환하는 선순환 구조를 구축하겠습니다.



다음으로 'Personalized Mobility Brand' 전환의 핵심 축인 PBV에 대해 말씀드리겠습니다.

기아는 기존 LCV 시장의 한계를 해결하기 위해 PBV라는 새로운 모빌리티 영역으로 사업을 확장했습니다.

최초 PBV 모델인 PV5는 우수한 상품성을 기반으로 2026년 '세계 올해의 밴' 상을 수상했습니다.



PV5에 이어 2027년 PV7, 2029년 PV9을 순차 출시해 PBV 풀 라인업을 구축하고, 40가지 이상의 바디 타입을 통해 고객 니즈에 맞는 모빌리티 솔루션을 제공할 계획입니다.

다양한 사용 목적에 맞춘 확장성을 기반으로 PBV 중심의 신규 세그먼트 수요를 창출하고, eLCV 시장을 선도하는 브랜드로 도약하겠습니다.

ESG 전략

2045 탄소중립, 공급망 리스크 관리,
이사회 중심 거버넌스 강화 추진

Brand

EV

PBV

ESG

Growth

Sustainable Movement for an Inspiring Future

E

Cleaner & Circular

2045 탄소중립

S

Safe & Satisfying

공급망 리스크 관리 고도화

G

Transparent & Trustworthy

이사회 중심 거버넌스 강화

기아는 'Sustainable Movement for an Inspiring Future' 라는 ESG 비전 실현을 위해,
2045 탄소중립, 공급망 리스크 관리 고도화, 이사회 중심 거버넌스 강화를 3대 핵심 축으로 ESG 전략을 추진하고 있습니다.



먼저, RE100 전략입니다.

국내외 사업장에 재생에너지 도입을 가속화한 결과, 작년 기준 재생에너지 전환율은 당초 계획 대비 9%p 높은 24%를 달성했습니다. 특히 해외는 기존 2030년 달성 목표를 앞당겨 2025년 중국, 2026년 멕시코, 2027년 미국까지 RE100을 조기 달성할 계획입니다.

국내에는 오토랜드 화성에 국내 최대 규모의 태양광 자체발전 설치를 확정했으며, 전 사업장에서 자체발전을 가동함과 동시에 PPA도 지속적으로 확대중입니다.

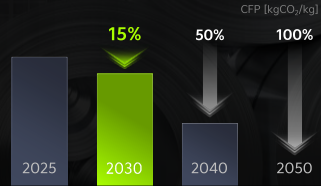
자원순환

철강, 알루미늄 등 소재 탄소 감축,
플라스틱 등 자원순환 체계 강화 추진

Brand
EV
PBV
ESG
Growth

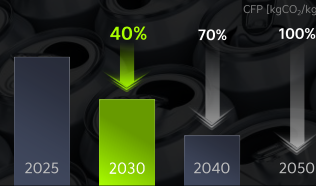
철강

복합공정 철강 적용 ('26년~)
美 전기로 제철소 투자 / 강판 적용 확대 ('29년~)



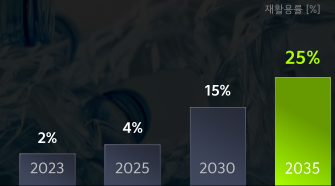
알루미늄

글로벌 제련사 협업체계 구축
재활용 / 탄소저감 알루미늄 적용 확대



플라스틱

재활용 플라스틱 적용 지속 확대
품질 / 원가 상승 최소화 전략 수립



기아는 제품의 탄소 감축을 위해 부품, 생산, 사용, 폐기 전 단계에서 재활용을 기반으로 자원순환 체계를 강화 중이며, 주요 소재의 탄소 감축을 본격 추진하고 있습니다.

철강은 2030년까지 15% 탄소 감축을 위해, 올해부터 복합공정 강판 적용을 시작하고, 2029년부터 전기로 기반의 탄소저감 강판을 적용할 계획입니다.

알루미늄은 2030년까지 40% 탄소 감축을 목표로 재활용 및 탄소저감 알루미늄 도입을 확대하고, 플라스틱 역시 차량 내 재활용 비율을 지속적으로 높여 나가겠습니다.

지속가능한 공급망

공급망 리스크 스크리닝 시스템 운영,
책임광물 관리 체계 강화

Brand
EV
PBV
ESG
Growth

공급망 리스크 스크리닝 시스템

(내부)
공급망 가치화 시스템

1차~N차
전 공급망
데이터베이스

강제노동 등
인권 이슈
위험 기업 정보

(외부)
글로벌 인권 리스크 데이터
(Kharon DB)

인권 이슈 소지 공급망 스크리닝

책임광물 관리

책임광물 관리 범위 확대 ('25~)

5종 > 22종

*3TG+코발트 → 배터리 광물 포함

고위험 광산 · 제련소 현장 실사

2종 > 4종 이상
(2026년)

니켈, 코발트, 리튬, 천연흑연 등

글로벌 광물 이니셔티브



RMI 가입
*Responsible
Minerals Initiative

글로벌 기준 광물 관리

* 3TG: 주석, 탄탈륨, 텅스텐, 금

기아는 공급망 전반의 ESG 리스크를 체계적으로 관리하고 있습니다.

자체 보유한 공급망 정보와 글로벌 인권 리스크 데이터를 연계한 스크리닝 시스템을 통해
잠재 리스크를 조기에 식별하고 신속히 대응할 수 있는 관리 체계를 구축했습니다.

또한 핵심광물의 관리 범위를 확대하고 현장 실사를 강화하는 동시에,
글로벌 이니셔티브 가입을 통해 국제 기준에 부합하는 관리 체계를 추진하고 있습니다.

사회공헌

국내의 사회공헌 프로그램 운영

Brand

EV

PBV

ESG

Growth

국 내



하모니움

다문화 청소년 자립 및
미래 인재 육성



갯벌 식생 복원

국내 갯벌 생태계 복원



초록여행

교통약자 이동권 향상



바이오차 / 바이오가스

축분 처리 사업 기반 구축

해 외



GLP (Green Light Project)

글로벌 사회·경제적
불평등 해소



오션클린업

해양 폐플라스틱
수거 및 재자원화

기아는 다양한 사회적 이슈 해결에도 적극적으로 동참하고 있습니다.

국내에서는 다문화 청소년의 취·창업 교육을 지원하는 하모니움, 화성 매항리 갯벌에 생태계를 복원하는 갯벌 식생복원 사업, 장애인의 자유로운 여행을 돕는 초록여행, 바이오매스를 재자원화해 환경 문제를 해결하는 바이오차 / 바이오가스 사업을 운영하고,

해외에서는 그린라이트 프로젝트를 통해 글로벌 사회적 / 경제적 불평등을 해소하고, 오션클린업과 함께 태평양 폐플라스틱을 재자원화 하고 있으며 올해는 수거된 플라스틱으로 제작한 EV3 전용 트렁크 라이너 출시도 앞두고 있습니다.

책임경영

전문성, 독립성 기반 이사회 운영
주주환원 이행 및 투자자 소통 강화

이사회 건전성

주주친화 정책

독립성

감사위/보수위 전원 독립이사 운영
독립이사회 신설 및 선임독립이사 제도

*독립이사명칭 변경 적용 예정 ('26.7.23~)

전문성

다양한 분야 전문 역량 보유
산업 이해도 기반 정확한 의사결정

주주 환원

‘2026~’2028년
총 주주환원율(TSR) 35% 이상
중장기적으로 예측 가능한
안정적 주주환원 이행

주주 소통

ESG NDR 시행
* Non Deal Roadshow

기아는 투명하고 건전한 지배구조 확립을 위해 노력하고 있습니다.

전략투자, 재무·회계 등 다양한 분야의 전문성을 갖춘 이사회가 산업 전반에 대한 깊은 이해를 바탕으로 주요 의사결정을 수행하고 있습니다.

또한 감사위원회와 보수위원회를 전원 독립이사로 구성하고, 독립이사회를 신설해 이사회 독립성을 강화했습니다.

아울러 주주가치 제고를 위해 총 주주환원율 35% 이상 달성을 목표로 주주환원을 이행하고 있으며, 국내외 ESG NDR을 매년 시행함으로써 주주와의 소통을 강화하고 있습니다.

주요 수상

DJSI 상위 10% 기업,
Extel Asia 'Best ESG Program' 등

Brand

EV

PBV

ESG

Growth

Member of

**Dow Jones
Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA

**Global Dow Jones Sustainability Indices
ESG Global Top 10% (2022~2025)**



**Extel Survey Best ESG Program
Asia 2nd Place**

이러한 노력의 결과, 기아는 2022년부터 글로벌 다우존스 지속가능경영지수(DJSI) 상위 10% 기업으로 자리매김 했으며, Extel Survey에서도 아시아 자동차 부문 “최고의 ESG 프로그램” 2위에 선정되었습니다.

앞으로도 기아는 기업의 사회적 책임을 일관되게 실천하며, 지속가능한 미래를 위한 책임경영을 이어가겠습니다.

5개년 판매 실적

최근 5년간 견조한 판매 성장세 지속,
매년 최고 실적 경신하며 지속 성장 역량 입증

Brand
EV
PBV
ESG
Growth



이러한 전략 과제들이 성과로 이어지면서, 판매 실적도 견조한 성장세를 보이고 있습니다.
특히 매년 역대 최고치를 경신하며, 당사의 성장 역량을 입증하고 있습니다.

2025년 판매 순위

2025년 글로벌 브랜드 판매 순위 8위,
그룹사 기준 3위 달성

Brand

EV

PBV

ESG

Growth

3rd
Largest
Automotive
Group

8th
Largest
Automotive
Brand

그 결과, 기아는 글로벌 브랜드 순위 8위를 기록했으며, 그룹사 기준으로는 세계 3위에 해당합니다.

중국 브랜드 부상

중장기 성장 로드맵 추진 과정에서
중국 브랜드 부상은 주요 변수로 인식

Brand

EV

PBV

ESG

Growth



Newcomers

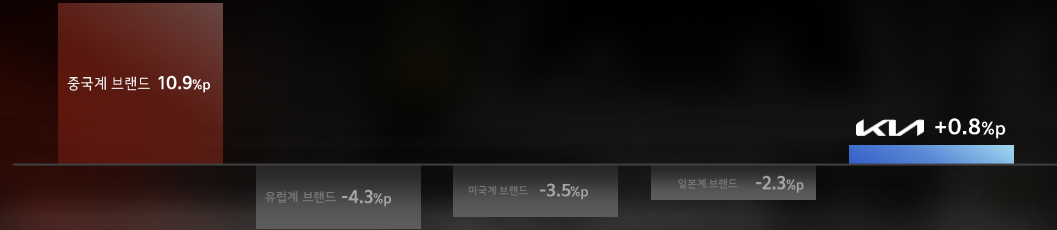
Big Tech Players & Chinese Brands

기록적인 성과에도 불구하고, 기아의 중장기 성장 로드맵을 추진하는 과정에서 중국 브랜드의 부상은 주요 변수로 거론되고 있습니다.

경쟁 구도 변화

지난 10년간 주요 경쟁사 M/S 감소한 반면,
기아는 M/S +0.8%p 확대하며 경쟁력 확인

Market Share
2016 vs 2025



Brand
EV
PBV
ESG
Growth

지난 10년간 중국 브랜드의 글로벌 판매는 80% 이상 증가하며, 시장 점유율 23%를 기록했습니다.

같은 기간 유럽, 미국, 일본 등 주요 브랜드의 점유율은 감소한 반면, 기아는 점유율을 확대하며 시장 변화에 대응해 왔습니다.

중국 브랜드와의 경쟁 심화에 대응하기 위해,

기아는 브랜드 리런칭 이후 지난 5년간 품질 고도화, 고객경험 혁신, 판매/서비스 네트워크 강화를 추진하며 브랜드 신뢰도를 높여 왔습니다.

중장기 판매 목표

글로벌 저성장 환경에서도 초과 성장 전략 추진,
2030년 413만대, M/S 4.5% 달성 목표

Brand

EV

PBV

ESG

Growth

2026	Total	3.35M	3.8%	2030	Total	4.13M	4.5%
					2025		

이러한 전략을 바탕으로 기아는 2026년 글로벌 판매 335만대, 시장점유율 3.8% 달성을 목표로 하고 있습니다.

또한 글로벌 저성장 환경에서도 초과 성장 전략을 추진해 2030년 판매 413만대, 시장점유율 4.5% 달성을 목표로 하며, 성장동력을 다변화해 시장 수요 변화에 선제적으로 대응하겠습니다.

고객군별 판매 전략

다각화된 P/T 포트폴리오를 기반으로
고객군별 차별화된 판매 전략 추진

ICE & xHEV customers

EV customers

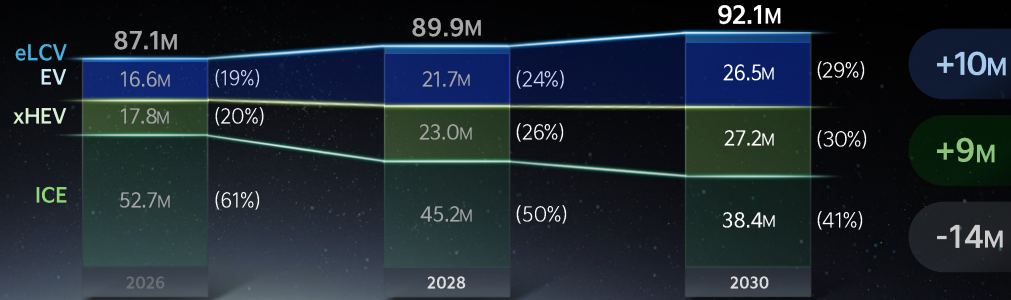
PBV customers

기아의 시장 전략을 파워트레인별 고객군과 지역별 차별화 전략, 두 가지 관점에서 말씀드리겠습니다.
먼저 파워트레인별 고객군을 ICE, xHEV, EV, 그리고 신규 세그먼트인 PBV로 구분했습니다.

글로벌 수요 전망

2030년 EV 수요 비중 29% 전망,
xHEV 중심 전환기 수요 안정적 확보

Global Auto Demand



2030년까지의 글로벌 수요 전망을 보면, ICE, xHEV, EV가 모두 유의미한 비중을 차지할 것으로 보입니다. 따라서 각 파워트레인별 고객에 대한 맞춤형 전략이 필요합니다.

EV 수요는 2030년 약 29% 수준까지 확대될 것으로 전망됩니다. 여기서 주목할 부분은 ICE와 xHEV의 흐름입니다. ICE 수요는 감소하는 반면, xHEV 수요는 증가세가 지속될 것으로 예상됩니다.

이는 ICE 수요의 상당 부분이 xHEV로 이동하고, 일부는 EV로 직접 전환될 가능성을 의미합니다. 결과적으로 xHEV는 전동화 전환 과정에서 핵심적인 가교 역할을 수행할 것으로 판단됩니다.

특히 eLCV는 높은 성장세가 전망되며, 당사의 PBV 시장 진출 전략과도 방향성이 일치합니다.

ICE/xHEV 판매 목표

전환기 ICE 수요 대응,
전동화 전환 포트폴리오 강화

	2030	ICE	xHEV	M/S
	3.13M	1.98M	1.15M	4.8%
2025	2.89M	2.36M	0.52M	3.9%

기아는 2030년 ICE 198만대, xHEV 115만대 판매를 계획하고 있습니다.

합산 판매 313만대로 시장 점유율 4.8% 달성을 추진하고, 전동화 전환을 위한 기반을 강화해 나가겠습니다.

제품 경쟁력 강화

차종 라인업 확대, 픽업 시장 진출,
차별화된 HEV 경쟁력 지속 강화

차종 라인업 확대

1. 제품 경쟁력 강화

신규 세그먼트 진출 - 픽업트럭

2. 글로벌 공급망 최적화

xHEV 경쟁력 강화

당사는 ICE 수요와 xHEV 시장 성장에 대응하기 위해 '제품 경쟁력 강화'와 '글로벌 공급망 최적화'라는 두 가지 핵심 전략을 추진하겠습니다.

먼저 제품 경쟁력 강화 측면에서는 차종 라인업을 확대하는 동시에 신규 세그먼트인 픽업 트럭 시장에 진출하고, xHEV의 차별화된 경쟁력도 지속적으로 확보해 나가겠습니다.

ICE 라인업 강화

2030년까지 ICE 신차 9종 출시,
건조한 수요 대응 및 판매 모멘텀 지속

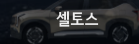
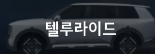
9 ICE

1. 제품 경쟁력 강화

2. 글로벌 공급망 최적화

2026

2



2027

3



2028

2



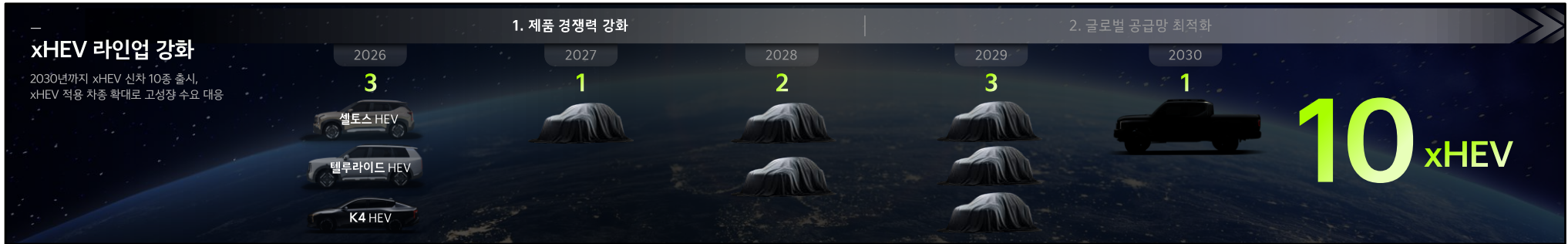
2029

2



기아는 시장 수요 변화에 유연하게 대응하기 위해 2030년까지 ICE 신차 9종과 xHEV 신차 10종을 출시할 계획입니다.

ICE는 올해 출시한 차세대 텔루라이드와 셀토스를 포함해 핵심 차종을 지속 투입하며 건조한 고객 수요에 대응하겠습니다.



xHEV는 지역별 EV 보급 속도 차이를 보완하기 위해 2030년까지 10개 모델을 선보일 계획입니다.

올해 셀토스와 K4를 시작으로 HEV 적용 차종을 확대하고, 텔루라이드에는 2.5 터보 차세대 HEV 시스템을 최초로 탑재했습니다.

또한 경제형 HEV 모델을 포함한 HEV 풀라인업을 구축하고,

2030년 미국 시장 전용 HEV 픽업트럭을 출시해 픽업 시장에서의 입지를 강화할 계획입니다.

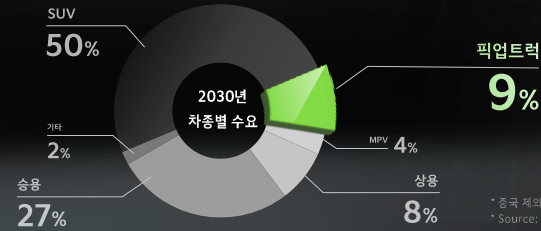
글로벌 수요 전망

2030년 픽업 트럭 수요 비중 9% 전망,
신규 세그먼트 진출로 포트폴리오 다각화

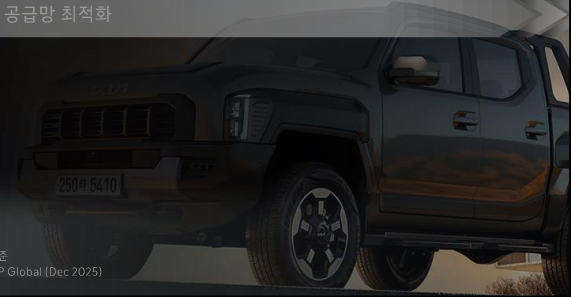
1. 제품 경쟁력 강화

2. 글로벌 공급망 최적화

Global Auto Demand



* 중국 제외 기준
* Source: S&P Global (Dec 2025)



픽업트럭은 2030년 글로벌 전체 수요의 약 9%를 차지할 것으로 전망됩니다.

기아는 상품성과 가격 경쟁력을 갖춘 픽업트럭을 출시해 포트폴리오를 다각화하고 신규 시장을 확대해 나가겠습니다.

북미 픽업 시장 진출

타스만 출시로 신흥시장 픽업시장 진출,
북미 전용 HEV/EREV 픽업트럭 출시 예정



1. 제품 경쟁력 강화

2. 글로벌 공급망 최적화

신흥 픽업 시장



북미 픽업 시장 (2030)



2025년에는 타스만을 출시하며 신흥시장 픽업트럭 시장에 성공적으로 진입했고, 제품 경쟁력을 입증했습니다.

2030년에는 픽업트럭 핵심 시장인 북미로의 확대를 위해,
당사의 강점인 HEV 시스템 기술을 적용한 북미 시장 전용 HEV/EREV 픽업트럭을 출시할 예정입니다.

HEV 상품성 고도화

연비·출력 약 4% 개선 및 승차감 향상,
EV 편의 기능 적용으로 상품 경쟁력 강화

TMED-II

차세대 HEV 파워트레인 시스템

1. 제품 경쟁력 강화

연비 & 출력

약 +4% 향상
(TMED-I 대비)

2. 글로벌 공급망 최적화

전동화 주행 제어

E-모션 드라이브
E-AWD

EV 수준의 프리미엄 사양

HEV 스테이 모드
실내 V2L

라인업 확대와 동시에, HEV 상품성도 한층 강화하였습니다.

올해 최초로 도입한 차세대 HEV 시스템인 TMED-II로 연비와 출력을 향상시켰고,
전동화 주행 제어 기능을 고도화해 주행 안정성과 승차감을 높였습니다.

또한 고전압 배터리를 활용한 Stay 모드와 실내 V2L 등 프리미엄 EV 수준의 기능을 HEV에도 적용해 상품 경쟁력을 강화했습니다.

글로벌 공급망 최적화

생산 CAPA 확대, 유연 생산 체계 활용해
ICE/xHEV 수요 대응 기반 강화

1. 제품 경쟁력 강화

생산 CAPA 확대

2. 글로벌 공급망 최적화

유연 생산 체계

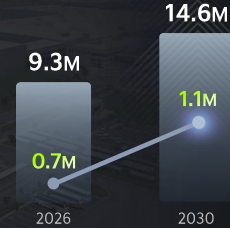
다음은 글로벌 공급망 최적화입니다.

기아는 ICE와 xHEV 수요에 대응하기 위해 생산 CAPA 확대와 유연 생산 체계를 통해 글로벌 공급망을 최적화할 계획입니다.

HEV 생산 CAPA 확대

HEV 판매 69만대 (26년) → 110만대 (30년),
중장기 HEV 생산 CAPA 40만대 추가 확보

HEV 수요
판매 목표



HEV Capacity

+0.1M
KMX

+0.1M
KIN

+0.2M
KHQ

EV 전환 과도기 동안 HEV 수요는 성장세를 이어가 2030년 1,460만대에 이를 것으로 전망됩니다.

기아는 HEV 수요 확대와 지역별 환경 규제 강화에 대응해 HEV 판매를 2026년 69만대에서 2030년 110만대까지 확대할 계획입니다. 중장기적으로 HEV 생산 CAPA를 40만대 추가 확보해 수요 변화에 더욱 유연하게 대응하겠습니다.

유연 생산 체계 구축

해외 거점별 혼류 생산 체계로
규제·수요 변화 대응력 강화

혼류 생산 체계 기반
해외 거점별 생산 최적화

1. 제품 경쟁력 강화

2. 글로벌 공급망 최적화



당사는 글로벌 유연 생산 체계를 구축해 ICE / HEV / EV 차종의 혼류 생산이 가능하며,
규제와 수요 변화에 탄력적으로 대응할 역량을 갖추고 있습니다.

또한 해외 주요 거점별 생산시설을 기반으로 현지 생산을 확대해 지역별 수요 변화에 대한 대응 역량을 강화하고 있습니다.

신흥시장 수요 대응

신흥시장 ICE, xHEV 수요 확대 전망,
유연 생산체계 기반 신흥시장 공급 확대

신흥시장 공급거점 (국내 / 중국 / 인도 / 멕시코)

1. 제품 경쟁력 강화

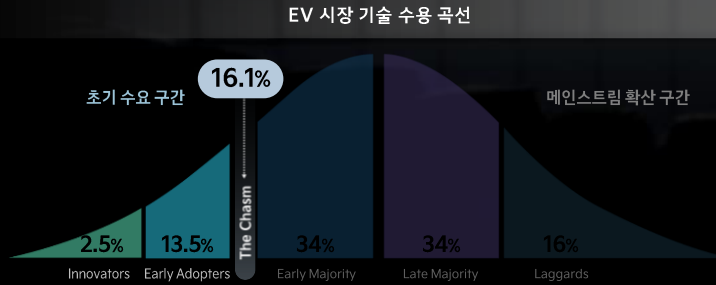
2. 글로벌 공급망 최적화



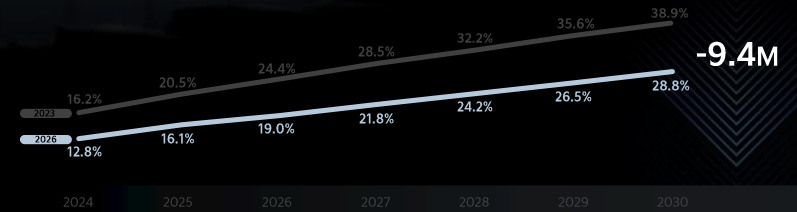
특히 한국을 포함한 인도, 중국, 멕시코 생산공장은 ICE와 HEV 수요가 확대되는 신흥시장의 주요 공급 거점으로서 역할을 수행하고 있으며, 기존에 구축한 유연 생산 체계를 기반으로 향후 수요 변화에도 탄력적으로 대응할 계획입니다.

글로벌 EV 수요 전망

2025년 EV 보급률 16.1% 기록,
Early Adopter 중심 수요 성장 주도



중장기 EV 침투율 전망



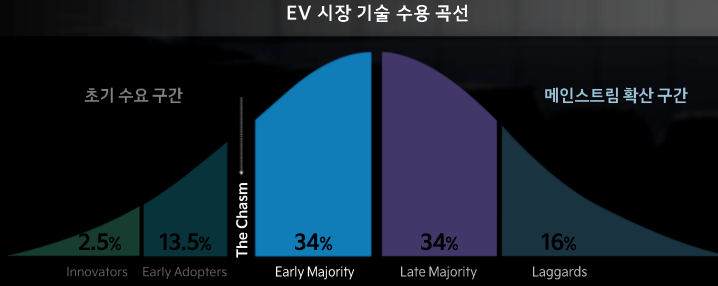
지금까지 EV 시장은 혁신 수용도가 높은 얼리어답터를 중심으로 성장해 왔습니다.

다만 최근 EV 성장세가 당초 전망 대비 둔화되면서, 지난해 글로벌 전기차 보급률은 16% 수준에 그쳤습니다.

시장은 이른바 '캐즘' 구간에 진입했고, EV 대중화 속도도 전반적으로 지연되고 있습니다.

글로벌 EV 수요 전망

Early Majority 전환 가속을 위한
가격 접근성, 충전 인프라 등 실질 가치 제공



초기 다수층 (Early Majority)



캐즘을 넘어 EV 대중화를 가속화하기 위해서는,

다수의 잠재 고객이 실질적으로 체감할 수 있는 합리적인 가격과 충전 인프라 확충이 필요합니다.

중장기 EV 판매 목표

2030년 EV 판매 100만대, M/S 3.8% 목표,
제품 혁신과 공급망 강화로 EV 대중화 선도

	EV	M/S	(중국 제외시)
2030	1.0M	3.8%	(6.8%)
2025	0.25M	1.7%	(4.1%)

기아는 제품 혁신과 공급망 강화 등을 포함한 전방위 EV 전략을 기반으로,
2030년 EV 판매 100만대와 시장점유율 3.8% 달성을 추진하며 EV 대중화를 선도하고자 합니다.

EV 대중화 전략

EV 대중화 3대 핵심 영역 :
제품 개선, 접근성 향상, 공급망 강화

EV 대중화 전환의 3가지 핵심 영역

1. EV 제품 경쟁력 강화



2. EV 접근성 향상



3. EV 공급망 강화



이를 위해 본격적인 EV 대중화의 3가지 핵심 영역에 집중하겠습니다.

첫째, 대중이 요구하는 핵심 가치를 충족하는 제품 개선,

둘째, 고객 참여 확대를 위한 접근성 향상,

셋째, 증가하는 수요에 대응하기 위한 공급망 강화입니다.

1. EV 제품 경쟁력 강화

2. EV 접근성 향상

3. EV 공급망 강화

EV 경쟁력 강화

EV 라인업 확대를 통한 고객 니즈 대응,
상품성 개선으로 EV 경쟁력 강화

EV 라인업 확대

EV 상품성 고도화

먼저 제품 개선입니다.

다양한 고객 니즈를 충족할 수 있도록 전기차 라인업을 확대하고, EV 상품성을 지속적으로 개선해 EV 경쟁력을 강화하겠습니다.

1. EV 제품 경쟁력 강화

2. EV 접근성 향상

3. EV 공급망 강화

EV 라인업 확대

2030년까지 EV 14개 모델 라인업 구축,
볼륨 EV, e-LCV 투입으로 고객 커버리지 확대



2030 — **14** 개 모델

2 승용 9 SUV 3 PBV



EV 라인업은 2026년 11개 모델에서 출발해, 2030년까지 승용 2종, SUV 9종, PBV 3종 등 총 14개 모델로 전 세그먼트에 확대 전개하겠습니다.

2026년 EV2와 시로스 EV를 시작으로, 내년에는 신규 소형 해치백 전기차 등 볼륨 EV를 지속적으로 출시할 예정입니다. 또한 e-LCV 수요 성장에 대응해 2027년 PV7, 2029년 PV9 등 PBV 라인업을 확대하고, 신규 C 세그먼트 SUV를 포함한 신모델도 순차 출시해 첨단 기술과 성능을 선보이며 고객 선택권을 확대하겠습니다.

1. EV 제품 경쟁력 강화

2. EV 접근성 향상

3. EV 공급망 강화

EV 상품성 고도화

배터리 용량 40% 확대, 모터 출력 +9% 향상,
신규 인포테인먼트 및 L2++ 자율주행 적용

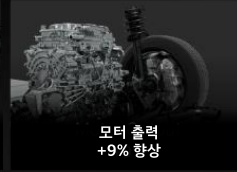


차세대 EV 플랫폼 개발
(Global Modular Platform)

EV 상품성 고도화



배터리 용량
최대 +40% 확대



모터 출력
+9% 향상

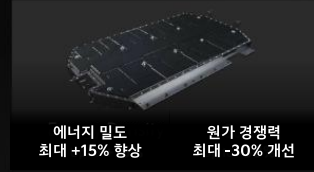


차세대
인포테인먼트 시스템



자율주행
L2++ 상용화

5세대 배터리



에너지 밀도
최대 +15% 향상

원가 경쟁력
최대 -30% 개선

EV 상품성 측면에서는 E-GMP에 이은 차세대 EV 플랫폼 개발을 통해 경쟁력을 강화하겠습니다.

배터리 용량은 최대 40% 확대하고, 모터 출력은 9% 향상하는 동시에,
신규 인포테인먼트 시스템과 레벨 2++ 자율주행 등 첨단 기술을 통합 적용할 예정입니다.

또한 5세대 배터리 도입을 통해 비용 효율성과 주행거리 등 핵심 상품성을 개선하겠습니다.

EV 접근성 향상

충전 인프라, 고객 경험 개선으로
EV 접근성 제고

EV 충전 인프라 확대

EV 고객 접점 확대

두 번째로, 접근성 향상입니다.

충전 인프라 확대뿐 아니라 고객 경험 전반을 개선하는 방향으로 EV 접근성 제고에 집중하겠습니다.



EV 충전 인프라는 고객 관점에서 최우선 과제이며, 편리한 이용을 위해 초고속 충전소를 지속 확대할 예정입니다.

Electrify America, Ionna, Ionity 등 주요 시장의 충전 연합과 전략적 파트너십을 통해 초고속 충전 네트워크를 확장해 나가겠습니다.

특히 국내에서는 당그룹의 프리미엄 초고속 충전 브랜드인 E-pit을 적극 확대해 고객 편의성을 강화하겠습니다.

EV 충전 인프라 확충

북미 24만기, 유럽 100만기, 국내 48만기
충전 인프라 확보 (급속·완속 포함)

EV 충전 인프라 (초급속 / 급속 / 완속)

미국
240K

유럽
1M

국내
480K



EV 충전 편의성 증대

- Kia One App
- Plug & Charge 2.0

또한 초고속 충전소뿐 아니라 급속 / 완속을 포함한 전체 충전 인프라를 기준으로 북미 24만기, 유럽 100만기, 국내 48만기를 확보해 충전 접근성을 확대하였습니다.

아울러 기아 원앱과 플러그앤차지 2.0 등 고객 경험 개선을 통해 전기차 이용 편의성을 높여 EV 대중화 기반을 강화하겠습니다.

1. EV 제품 경쟁력 강화

2. EV 접근성 향상

3. EV 공급망 강화

EV 공급망 최적화

EV 수요 성장 대응을 위한
EV 공급망 최적화 추진

EV 공급망 최적화

세 번째로, 공급망 강화입니다.

제품과 접근성 강화를 추진하는 동시에, 증가하는 수요에 효과적으로 대응하기 위해 EV 공급망 최적화도 병행하겠습니다.

1. EV 제품 경쟁력 강화

2. EV 접근성 향상

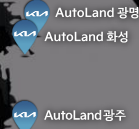
3. EV 공급망 강화

EV 공급망 최적화

국내 EV 전용공장 (광명·화성 EVO Plant) 활용,
볼륨 차종 경쟁력 확보 및 PBV 사양 다양화

국내

글로벌 EV 개발·생산 허브



광명 EVO Plant
EV3 / EV4



화성 EVO Plant
PBV 모델



기아는 생산 거점 다변화와 지역별 맞춤 전략을 통해 EV 공급망을 최적화할 계획입니다.

한국은 EV 개발/생산의 글로벌 허브로서 전 차급 EV를 생산해 글로벌 시장에 공급할 예정입니다.

특히 EV 전용 공장인 광명, 화성 EVO Plant에서는 EV 생산 효율을 극대화해 볼륨 차종의 가격 경쟁력을 확보하고, PBV 역시 다양한 사양을 최적화해 생산하고 있습니다.

EV 공급망 최적화

해외 시장별 수요 및 규제·정책을 반영해
지역별 수요 대응 생산 전략 수립

해외 거점별 현지생산 EV

해외는 각 시장별 특성에 맞춰 유럽에서는 소형 EV인 EV2와 EV4를, 미국에서는 중대형 SUV인 EV6와 EV9을, 인도에서는 신흥시장 전략 EV를 생산해 지역별 수요에 맞춤 대응하고 있습니다.

앞으로도 시장별 EV수요와 규제 / 정책 변화를 면밀히 모니터링하여 EV 현지생산 확대를 지속 검토하겠습니다.

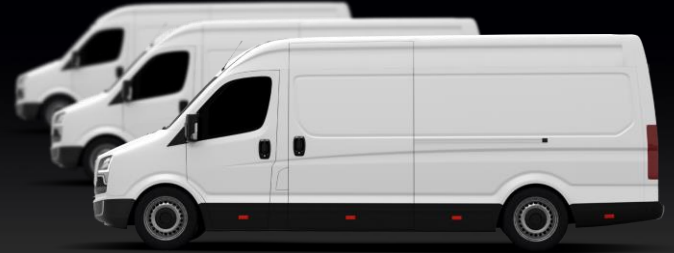
기존 LCV 시장 한계점

기존 LCV 시장은 ICE 기반 소품종 대량생산 구조,
외부 특장 개조 의존으로 비용 증가 및 환경 부담 발생

ICE 파생모델

대량생산 모델

외부업체 개조



다음은 PBV 비즈니스입니다.

기아는 기존 LCV 시장의 구조적 한계를 해소하고, 고객 경험을 혁신하기 위해 PBV 사업을 추진하고 있습니다.

기존 LCV 시장은 ICE 기반의 소품종 대량생산 모델을 중심으로 형성돼 있으며,
고객은 용도별 요구를 충족하기 위해 외부업체를 통한 개조에 의존해 왔습니다.

그 결과 개조 비용 부담과 자원 낭비, 환경 부담이 발생했으며,
개조 프로세스 특성상 고객 니즈를 충분히 반영하기 어려운 pain points가 존재했습니다.

기아 PBV 차별점

고객 맞춤형 공간과 솔루션 제공,
탈거, 재작업 최소화해 자원 낭비 축소



전용 EV 모델
(Dedicated EV Platform)

맞춤화
(공간 / 솔루션)

OEM 주도 컨버전
(자원낭비 최소화)



이와 달리, 기아 PBV는 전용 EV 플랫폼을 기반으로 맞춤형 공간과 솔루션을 제공하고,
OEM 주도의 컨버전을 통해 기존 특장 과정에서 발생하던 탈거와 재작업을 최소화해 자원 낭비를 줄이고 개조 과정을 효율화하고 있습니다.

Platform Beyond Vehicle

차량을 넘어 플랫폼으로의 확장을 지향



Kia Platform Beyond Vehicle

Platform Beyond Vehicle, PBV는 차량을 넘어 플랫폼으로의 확장을 지향합니다.
이를 통해 기존 LCV 시장에 새로운 기준을 제시해 나가겠습니다.

Total Mobility Solution

맞춤형 H/W, S/W 솔루션, 미래기술 기반
Total Mobility Solution 제공



Customized
Hardware

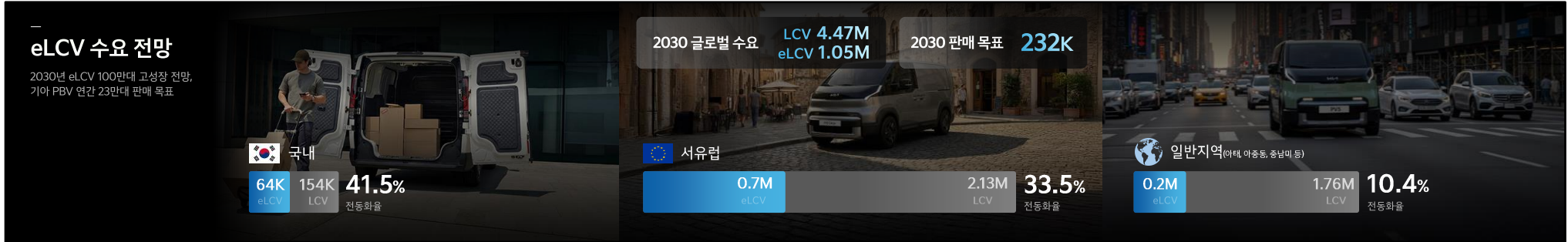
Total Mobility Solution

Software-based
Solutions



Future
Technology

PBV는 맞춤형 하드웨어, 소프트웨어 솔루션, 미래기술이라는 3대 요소를 기반으로 고객에게 Total Mobility Solution을 제공할 것입니다.



2030년 글로벌 LCV 시장은 약 450만대로 전망되며, PBV가 타겟하는 eLCV 시장은 약 100만대 규모로, 높은 성장세가 전망됩니다.

PBV는 연간 23만대 판매를 목표로 하고 있으며, 전동화율은 국내 42%, 서유럽 34%가 전망됨에 따라, 두 지역을 핵심 시장으로 선정했습니다.

2026년 PBV 판매 목표

2025년 4분기 PV5 출시 (약 8,5천대 판매)
2026년 연간 약 54천대 판매 목표



서유럽
25K Units

Global
54K Units



국내
23K Units

2025년 4분기에 출시한 PV5는 출시 첫해 약 8,500대를 판매했으며,
올해는 글로벌 출시를 본격화해 연간 54,000대 판매를 추진하겠습니다.

PBV 비즈니스 전개

유틸리티, 딜리버리, 피플 무버
3대 도메인 중점 타겟으로 B2B 고객 확보

Utility



bravida

Delivery



DHL

People Mover



Motability

고객군 관점에서는 유틸리티, 딜리버리, 피플 무버 3개 도메인을 중점 타겟으로 설정하였습니다.

PV5 공급을 통해 각 도메인별 글로벌 B2B 고객을 확보했으며, 고객 니즈에 최적화된 차량을 제공해 고객 기반을 확대하고 있습니다.

PBV 판매 전략

eLCV 시장 경쟁우위 확보 전략

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

eLCV 시장 내 핵심 고객 공략과 경쟁우위 확보를 위해 PBV는 상품, 제조 생태계, 솔루션, 채널의 4대 축을 중심으로 전략을 수립했습니다.

PBV 판매 전략

eLCV 시장 경쟁우위 확보 전략

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel



첫 번째로, 상품 전략입니다.

PBV 라인업 확대

2029년까지 PV5, PV7, PV9
순차 출시로 PBV 풀 라인업 구축

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel



2029년까지 PV5, PV7, PV9으로 이어지는 풀 라인업을 구축해 고객의 다양한 니즈에 대응하겠습니다.

PV5 베리에이션

PV5는 패신저, 카고, 샤시캡
3가지 기본 모델로 구성

Passenger



Cargo



Chassis-Cab



Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

각 라인업별로는 다양한 베리에이션을 제공할 예정이며, 2025년에 출시한 PV5는 패신저, 카고, 샤시캡 3가지 기본 모델로 구성했습니다.

PV5 패신저

다양한 시트 배리어이션 제공,
WAV 모델 운영해 사회공헌 기여

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

PV5 Passenger

Passenger (5 / 6 / 7 인승)



WAV(Wheelchair Accessible Vehicle)



패신저 모델은 다양한 시트 배리어이션을 제공하며, 교통약자를 위한 WAV 모델을 운영해 사회공헌에도 기여하고 있습니다.

PV5 카고

스탠다드, 롱, 하이루프 바디타입 제공,
도심 물류에 최적화된 선택지 제시

PV5 Cargo

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

Standard



Long



High-roof



카고 모델은 스탠다드, 롱, 하이루프 3가지 바디 타입으로 다양한 화물 사이즈와 use-case에 대응하며,
도심 물류에 최적화된 선택지를 제시합니다.

PV5 컨버전 모델

프라임, 캠퍼, 크루밴, 오픈베드, 냉동탑차 등
7종 컨버전 모델 제공으로 다양한 니즈 대응

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

PV5 컨버전 모델

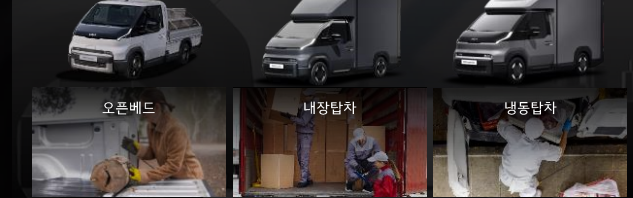
Passenger



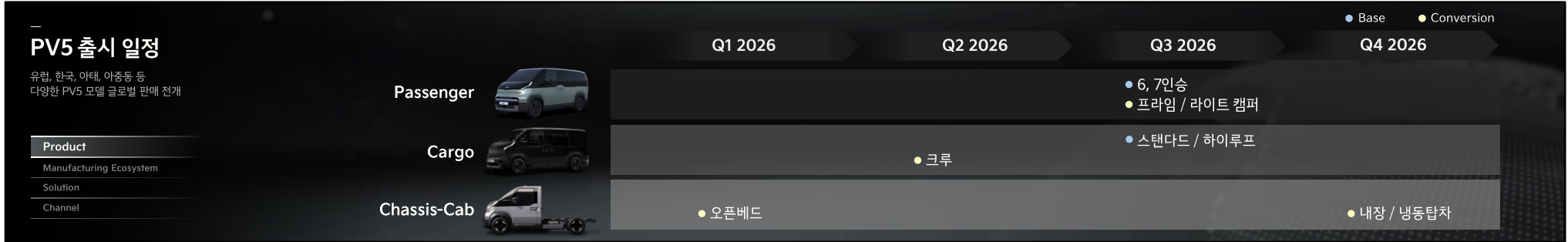
Cargo



Chassis-cab



이러한 기본 모델을 기반으로 프라임, 캠퍼, 크루밴, 오픈베드, 냉동탑차 등 7종 컨버전 모델을 제공해 고객의 다양한 니즈에 대응하겠습니다.



PV5 기본 모델과 컨버전 모델은 올해 유럽, 한국, 아태, 아중동 등 글로벌 시장에 순차 출시해 본격 판매할 예정입니다.

PBV 판매 전략

eLCV 시장 경쟁우위 확보 전략

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

두 번째로, 제조 생태계 전략입니다.

PBV 제조 생태계

PBV 전용 공장인 EVO Plant 중심으로
컨버전 센터 및 파트너십 연계 운영

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

PBV Dedicated Plant
(EVO Plant)

Conversion Center

Conversion Partnership

다양한 PBV 라인업을 공급하기 위해 PBV 전용 제조 생태계를 구축하고 있습니다.

PBV 전용 공장인 화성 EVO Plant를 중심으로, 고품질 맞춤화를 위한 컨버전 센터,
지역별 수요 대응을 위한 글로벌 컨버전 파트너십을 연계해 운영할 계획입니다.

PBV 전용 공장

다품종 소량생산 대응을 위해
셀 생산 방식 결합한 유연 생산 체계 구축

PBV Dedicated Plant (EVO Plant)

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

화성 EVO Plant는 PBV 생산을 위해 설계된 친환경 공장으로, 다품종 소량 생산에 대응할 수 있는 유연 생산 체계를 구현했습니다.

검증된 선형 생산 체계로 안정성과 생산성을 확보하는 한편,
셀 생산 방식을 결합해 고객별 니즈를 반영할 수 있는 유연하고 효율적인 생산 체계를 구축했습니다.

PBV 컨버전 센터

EVO Plant 인근 배치로 동선·비용 최적화,
상시 협업을 통한 품질 관리 체계 강화

Conversion Center

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel



컨버전 센터는 EVO Plant 인근에 전략적으로 배치해 차량 이동 동선과 물류 비용을 최적화했으며,
EVO Plant와의 상시 협업을 통해 당사 공장 수준의 품질관리 체계로 운영하고 있습니다.

PBV 컨버전 파트너십

로컬 컨버전 업체 발굴로 지역별 수요 대응,
고품질의 맞춤형 차량 제공 확대

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

Conversion Partnership



또한 컨버전 파트너십 체계를 통해 우수한 로컬 컨버전 업체를 발굴하고, 긴밀한 협업으로 지역별 특화 수요에 대응하겠습니다.

이를 통해 개조 과정의 비효율과 자원 낭비를 최소화하는 동시에, 고품질의 다양한 맞춤형 차량을 제공할 예정입니다.

PBV 판매 전략

eLCV 시장 경쟁우위 확보 전략

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel



세 번째로, 솔루션 전략입니다.

In Vehicle Infotainment

12.9인치 IVI 기반 B2B 특화 앱 제공,
AI 연계 고도화 및 OTA S/W 업데이트 지원

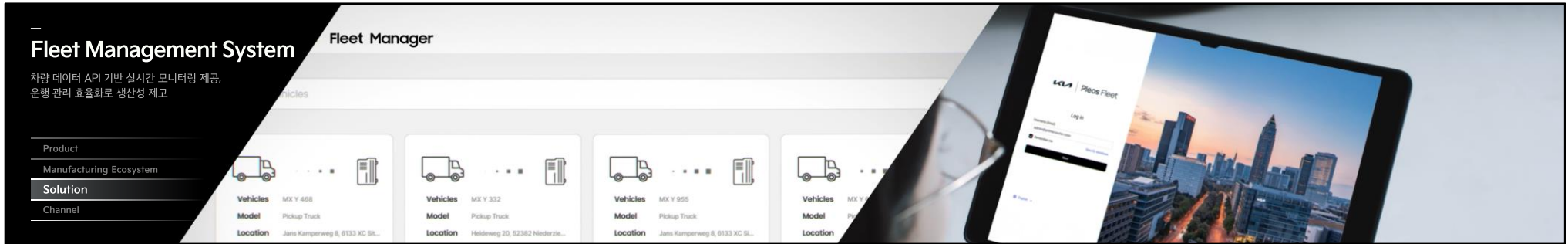
Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

기아 PBV는 12.9인치 대화면 IVI를 통해 B2B 특화 애플리케이션을 제공하며,
관련 앱과 기능은 AI 연계를 통해 고도화되고 OTA 업데이트로 최신 상태를 유지할 예정입니다.



플릿 관리 시스템은 데이터 연결을 기반으로 차량의 위치와 상태를 실시간 모니터링하고, 다수 차량의 효율적 운행 관리를 지원해 고객 비즈니스의 생산성 향상에 기여할 것입니다.

B2B Total Solution

금융, 유지보수, 보험, 충전 등
비용 통합 청구를 위한 원빌링 체계 구축

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

금융

Dedicated Installment
/ Lease Program

유지보수

Predictive Maintenance
/ Extended Warranty

보험

Usage-Based
Insurance (UBI)

충전

One-Card Service
& E2E Consulting

One Billing

B2B
Total Solution

아울러 금융, 유지보수, 보험, 충전 등 PBV 특화 서비스를 제공하고, 통합 청구가 가능한 원빌링 체계를 구축했습니다.
이와 같이 PBV는 고객 편의성을 높이는 B2B 토탈 솔루션을 제공할 것입니다.

PBV 판매 전략

4대 판매 전략 기반 eLCV 시장 경쟁우위 확보

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel



네 번째로, 채널 전략입니다.



기아는 PBV 고객을 위한 전용 채널과 전문 인력을 운영해 PBV에 최적화된 고객 경험을 제공하고 있습니다.

온·오프라인 채널 확대

온·오프라인 고객 접점 확대를 위해
PBV 전용 딜러망 및 웹사이트 운영

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

오프라인



PBV 딜러 · PBV 센터

온라인



PBV 웹사이트

오프라인에서는 PBV 전문 딜러와 PBV 센터를 통해 다양한 차종을 직접 체험할 수 있으며,
온라인에서는 PBV 전용 웹사이트에서 제품과 서비스 정보를 제공하고 있습니다.

B2B 전문 채널 운영

도메인별 특화 영업-서비스 제공

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

PBV
Professionals

판매



PBV Expert

서비스



PBV Master

또한 세일즈 전문 인력인 PBV Expert와 서비스 전문 인력인 PBV Master를 운영해 B2B 고객에게 특화된 서비스를 제공하고 있습니다.

B2B 운영 지원 강화

24시간 온라인 대응 및 업타임 관리로
구매 - 운영 전 과정 고객 지원

Product

Manufacturing Ecosystem

Solution

Channel

PBV
Specialized CXJ

구 매



24시간 고객 지원

유지보수



업타임 관리 서비스

B2B 고객의 안정적 차량 운영을 지원하기 위해 24시간 온라인 대응 체계와 업타임 관리 서비스를 운영하며, 구매부터 운영까지 전 과정에서 고객 중심의 서비스를 강화해 나가겠습니다.

PBV 미래 비전

Flexible H/W 기반 PBV 확장성 고도화,
로보틱스·AI 기술 접목해 고객 가치 제고

PBV 사업의 목적과 성과

LCV 시장의 Pain Point 해결 위한,

높은 개조비용

비효율적·비환경적

고객 니즈 반영 한계



해결방안 = PBV
"유연한 하드웨어"

예) 도너 모델

PBV

+

Physical AI (Robotics)
Agentic AI (S/W)...

고객의 다양한 니즈 반영 및 편의 강화

미래 방향성

LCV 시장을 넘어,
사회, 도시 문제를 해결

자율주행이 대중화된
미래 모빌리티 시대 대응

기아는 기존 LCV 시장의 구조적 한계를 해결하기 위해, 유연 생산 체계를 기반으로 개조 비용을 최소화하고 있습니다.
또한 도너 모델을 제공함으로써 실내 인테리어 탈거와 같은 비효율적, 비환경적 공정을 제거한 혁신적 PBV 모델을 개발하였습니다.

이를 통해 고객의 다양한 니즈를 보다 효과적으로 반영하고 고객 편의를 한층 강화하는 한편,
로봇과 AI 기술을 접목해 고객 중심, 사람 중심의 가치를 지속적으로 실현해 나가겠습니다.

PART. 2

초과 성장전략



2026 CEO Investor Day
Movement that Inspires

다음은 지역별 초과 성장전략입니다.

2030 초과 성장 전략

미국 판매 확대 전략

HEV / SUV 판매 강화

유럽 판매 확대 전략

EV 판매 강화

신흥 시장 판매 확대 전략

인도 등 신흥시장 판매 강화

기아는 글로벌 초과성장을 목표로 권역별 시장 환경과 수요 특성을 고려해, 미국, 유럽, 신흥시장별 판매 확대 전략을 수립하였습니다. 지역별 수요 변화에 맞춰 성장 전략을 고도화하고, 시장 변화에 유연하게 대응하겠습니다.

미국 전략

미국 산업수요

수요 성장 정체 속, xHEV 판매 비중은 ICE 고객 흡수로 뚜렷한 성장세 전망

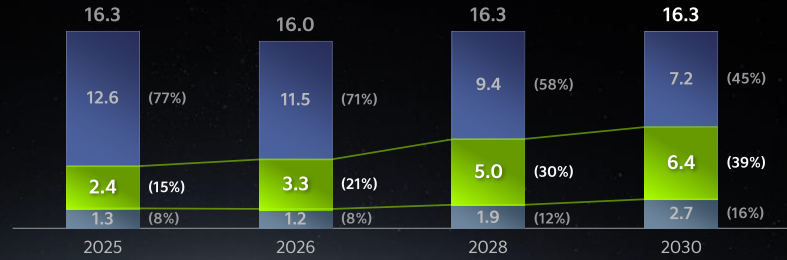
※ 전년 전망 대비 EV 비중 -6%p
xHEV 비중 +6%p
2030년 기준

U.S. Auto Demand

산업수요
(단위 : 백만대, 비중%)

ICE
xHEV
EV

* Mild-HEV : ICE 내 포함
* EV : BEV



xHEV 수요 성장률
+22%
(연평균)

먼저 미국 시장 판매 전략입니다.

미국 산업수요는 2030년까지 약 1,630만대 수준에서 정체가 예상됩니다.

반면 xHEV 수요는 기존 ICE 수요가 빠르게 전이되며, 2030년까지 연평균 22%의 높은 성장세가 전망됩니다.

xHEV 비중은 2030년 40% 수준으로 확대되어, 향후에도 미국 시장의 전동화 수요를 주도할 것으로 전망됩니다

미국 전략

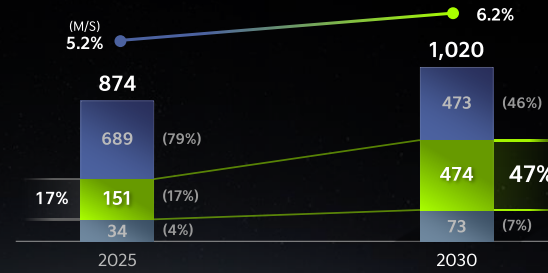
미국 판매 목표

'30년 xHEV 47.4만대 판매 기반
총 102만대 판매 달성

U.S. Sales Target

(단위 : 천대, 비중%)

ICE
xHEV
EV



2030년 미국 판매 목표는 102만대이며 xHEV 판매는 47만대로 판매 비중 47%를 계획하고 있습니다.

미국 전략

미국 판매 확대 전략

시장 변화 유연 체계구축, SUV 판매 확대
및 신성장 동력 확보

1. 시장 변화 유연 체계 구축

2. SUV 판매 확대

3. 신 성장 동력 확보

시장점유율 6.2%라는 도전적인 판매 목표를 달성하기 위해 기아는 시장 변화에 선제적으로 대응하고, SUV 부문에서의 경쟁우위를 기반으로 판매 성장을 이어가겠습니다.

아울러 중장기 신성장 동력 확보를 통해 신규 수요를 지속적으로 창출할 계획입니다.

미국 전략 - 시장 변화 유연 체계 구축
HEV 라인업 확대

전 차종 HEV 라인업 구성 및 판매 비중 확대



2025



2026



2027+



시장 수요 트렌드에 맞춰 HEV 모델을 2025년 4개 차종에서 2030년 8개 차종으로 확대할 계획입니다.

2026년 텔루라이드 HEV와 셀토스 HEV를 시작으로 2027년 K5, 2028년 K4 그리고 2030년 픽업 HEV를 순차적으로 투입하여, 전 차종으로 HEV 라인업을 확대해 나갈 예정입니다.

미국 리쇼어링 기조 유지

통상 정책 불확실성 지속

친환경차 시장 트렌드 변화

미국 전략 - 시장 변화 유연 체계 구축

미국 현지 생산 확대

통상 정책, 시장 수요 등
외부환경 변화 유연 대응 위한
현지 생산 비중 확대



최근 미국 시장 환경은 리쇼어링 기조가 지속되는 가운데,

미국 리쇼어링 기조 유지

미국 전략 - 시장 변화 유연 체계 구축

미국 현지 생산 확대

통상 정책, 시장 수요 등
외부환경 변화 유연 대응 위한
현지 생산 비중 확대

통상 정책 불확실성 지속



친환경차 시장 트렌드 변화



통상 정책 불확실성이 지속 되고 있으며,

미국 리쇼어링 기조 유지

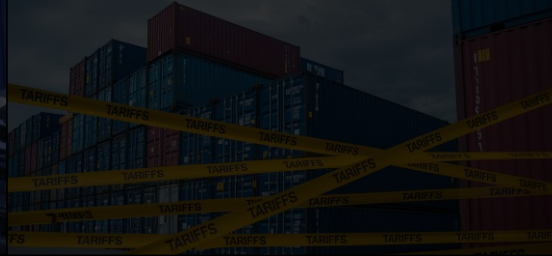
통상 정책 불확실성 지속

친환경차 시장 트렌드 변화

미국 전략 - 시장 변화 유연 체계 구축

미국 현지 생산 확대

통상 정책, 시장 수요 등
외부환경 변화 유연 대응 위한
현지 생산 비중 확대

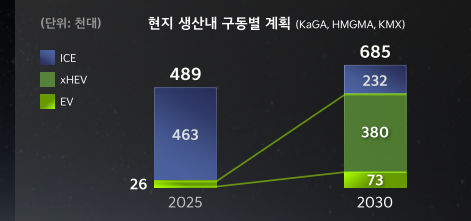


친환경차 수요 트렌드가 빠르게 변화하면서 시장 변동성이 확대되고 있습니다.

미국 전략 - 시장 변화 유연 체계 구축
미국 현지 생산 확대

동상 정책, 시장 수요 등
 외부환경 변화 유연 대응 위한
 현지 생산 비중 확대

북미 생산비중 증가 (56% → 67%)



이에 따라 북미 현지 생산 비중을 56%에서 2030년 67%로 확대하고,
 파워트레인별 고객 수요 변화에 맞춰 생산과 공급을 탄력적으로 운영할 계획입니다.

미국 전략 - 시장 변화 유연 체계 구축
미국 현지 생산 확대

동상 정책, 시장 수요 등
외부환경 변화 유연 대응 위한
현지 생산 비중 확대



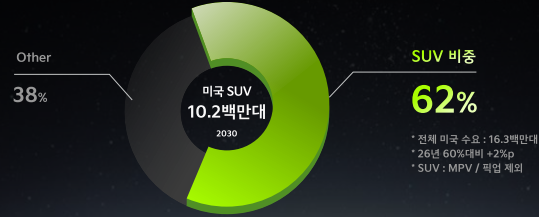
기아는 현지 생산 확대를 통해 정책/관세/공급망 등 외부 환경 변화에 대한 대응력을 높이고, 시장 불확실성을 구조적으로 완화하겠습니다.
아울러, 고객 수요 변화에 신속하게 대응하고, 주요 모델 경쟁력을 지속 강화함으로써 미국 시장의 성장을 이어가겠습니다.

미국 전략 - SUV 판매 확대
SUV 판매 확대 전략

10만대 이상 볼륨 모델 육성 통한
SUV 브랜드 이미지 제고

SUV 중심 시장

미국 SUV 수요



미국 시장에서는 SUV가 2030년 전체 자동차 수요의 62%까지 확대될 것으로 전망됩니다.

미국 전략 - SUV 판매 확대
SUV 판매 확대 전략

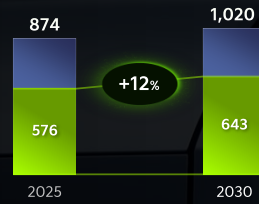
10만대 이상 볼륨 모델 육성 통한
 SUV 브랜드 이미지 제고

(단위: 천대)

■ SUV 외
 ■ SUV

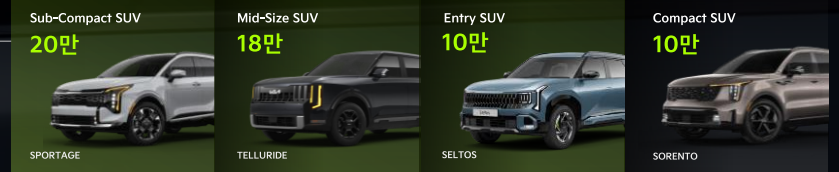
KIA 판매 목표 및 SUV 비중

시장 수요 연계 **SUV 판매 확대**



KIA SUV 플라인업 구축

10만대 이상 볼륨 차종 육성



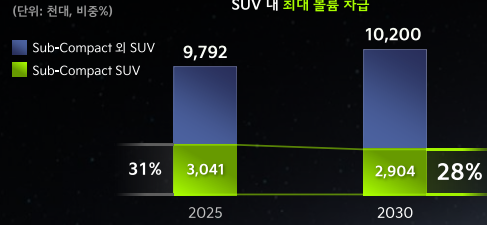
SUV 수요 확대에 대응해 SUV 플라인업을 기반으로 주요 차급에서 10만대 이상 대표 볼륨 모델을 육성하여 시장을 리딩해 나갈 계획입니다.

미국 전략 - SUV 판매 확대

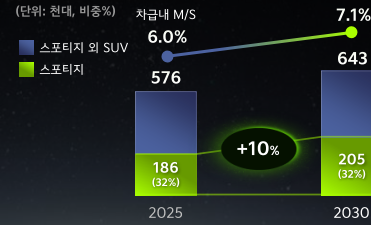
스포티지

스포티지 20만대 판매로
시장 최대 차급(Sub-Compact SUV)
점유율 확대

미국 Sub-Compact SUV 수요



스포티지 판매



단일 모델 최초 20만대 판매 체계 구축



SUV 시장내 Sub-Compact 차급은 최대 볼륨 차급으로

당사는 주력 모델인 스포티지의 판매 경쟁력 제고와 공급 확대를 통해 단일 모델 최초로 20만대 판매 체계를 구축할 계획입니다.

수요 변화 연계 HEV 비중 확대

미국 전략 - SUV 판매 확대

스포티지

최대 볼륨 차급 스포티지 20만대 판매로
시장 최대 차급(Sub-Compact SUV)
점유율 확대

38%

68%

이를 위해 스포티지 HEV 믹스를 2030년 68%까지 전략적으로 확대하여 고객 수요에 적극 대응할 계획입니다.

미국 전략 - SUV 판매 확대

텔루라이드

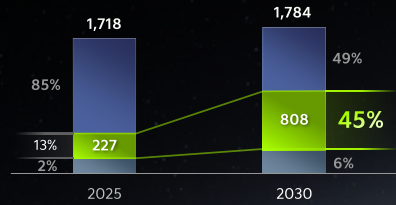
플래그십 SUV 텔루라이드
연 18만대 생산 체계 구축으로
성장 모멘텀 및 수익성 제고

(단위: 천대, 비중%)



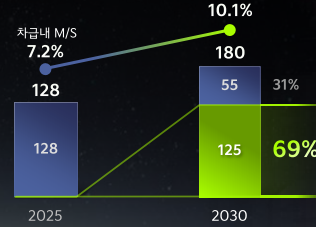
미국 Mid-Size SUV 수요

견고한 차급 수요 및 xHEV 비중 증가



KIA 텔루라이드 판매

(단위: 천대, 비중%)



차급 내 TOP 3 판매 달성 추진

Mid-Size SUV 시장은 견고한 수요가 유지되는 가운데, xHEV 중심으로 판매가 확대 될 것으로 전망됩니다.

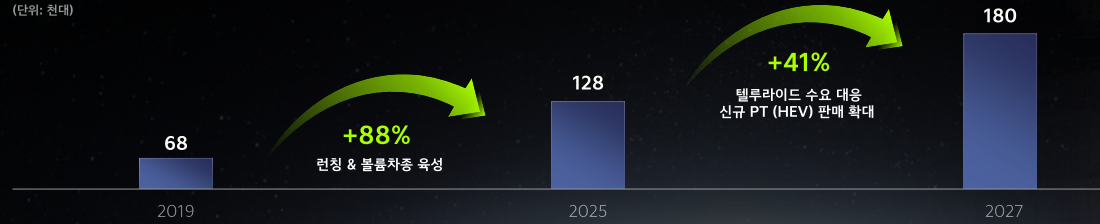
이에 따라 텔루라이드 공급 능력과 판매 경쟁력을 강화하여 차급 내 TOP3 판매 달성을 통해 브랜드 위상을 제고하겠습니다.

미국 전략 - SUV 판매 확대
텔루라이드

플래그십 SUV 텔루라이드
연 18만대 생산 체계 구축으로
성장 모멘텀 및 수익성 제고

(단위: 천대)

텔루라이드 생산 능력



수요 최대 대응 위한
텔루라이드 생산 능력 확대

텔루라이드는 런칭 이후 고객 수요 대응을 위해 생산 CAPA를 지속적으로 확대해 왔으며,
올해 신규 HEV 투입과 동시에 연간 18만대까지 생산 CAPA를 확대할 예정입니다.

신규 PT 런칭으로 친환경 선도 브랜드 이미지 확보

미국 전략 - SUV 판매 확대
텔루라이드

플래그십 SUV 텔루라이드
연 18만대 생산 체계 구축으로
성장 모멘텀 및 수익성 제고

HEV
2026

신규 투입

EREV
2029

HEV와 더불어 2029년 EREV를 출시하는 등 신규 파워트레인을 단계적으로 투입해,
2030년 전동화 차량 비중을 70%까지 확대하겠습니다.

미국 전략 - SUV 판매 확대
텔루라이드

플래그십 SUV 텔루라이드
연 18만대 생산 체계 구축으로
성장 모멘텀 및 수익성 제고

PT별 타겟 고객층 차별화로
수요 세분화 대응



Mid-size SUV
M/S 10%

또한 HEV, ICE, X-Pro 등 트림별 차별화 전략을 통해 고객 수요를 세분화하여 대응할 예정입니다.

이러한 전략을 통해 차급내 시장점유율 10% 달성하겠습니다.

미국 전략 - SUV 판매 확대

셀토스

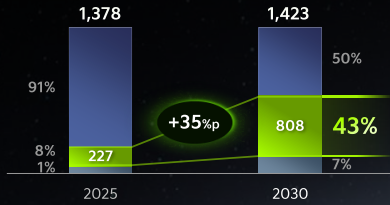
Entry SUV 고객 특화 전략 추진으로
브랜드 신규 유입 확대

(단위: 천대, 비중%)



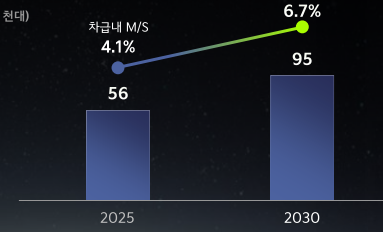
미국 Entry SUV 수요

차급 내 xHEV 수요 증가 전망



KIA 셀토스 판매

(단위: 천대)



고객층 확대를 통한 엔트리 시장 공략 강화

미국 Entry SUV 시장수요는 소폭 증가할 것으로 예상되지만, xHEV 수요는 지속적으로 확대될 것으로 전망 됩니다.

이에 고객 특화 전략 추진으로 브랜드 신규 유입을 확대하고, 셀토스를 연간 10만대 판매 모델로 육성하겠습니다.

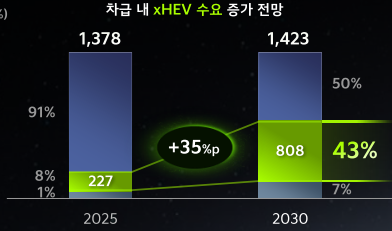
미국 전략 - SUV 판매 확대

셀토스

Entry SUV 고객 특화 전략 추진으로
브랜드 신규 유입 확대

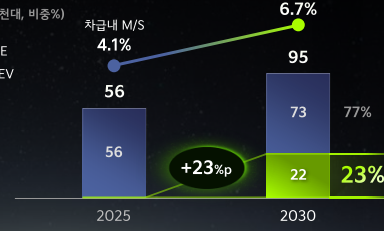
미국 Entry SUV 수요

(단위: 천대, 비중%)



KIA 셀토스 판매

(단위: 천대, 비중%)



셀토스 HEV 런칭 (2026년~)

올해 셀토스 HEV를 출시해 엔트리급 HEV 수요 확대에 대응하겠습니다.

미국 전략 - SUV 판매 확대

셀토스

Entry SUV 고객 특화 전략 추진으로
브랜드 신규 유입 확대

첫차 구매 고객 대상 판촉/금융 프로그램

쏘울/니로 고객 대상 재구매 유도

타겟 고객 특화 전략

Entry SUV 고객의 특성을 반영해 첫차 구매 고객 대상 판매를 확대하고,
쏘울과 니로 고객 재구매 유도를 통해 차급 내 입지를 강화하겠습니다.

미국 전략 - 신 성장 동력 확보

픽업시장 진출 및 신규 PT 개발

시장내 주요 세그먼트인 픽업 시장 개척
및 EREV 신규 PT 런칭으로 성장동력 제고

신규 픽업 시장 진출

신규 PT (EREV) 런칭 ('29년~)

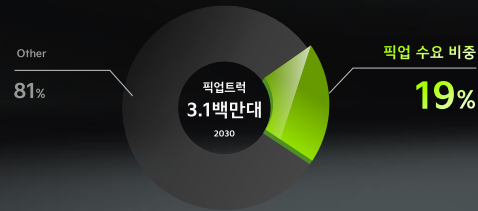
미국 시장의 중장기 성장을 위해 픽업트럭 세그먼트 진입과 신규 파워트레인 개발을 추진하겠습니다.

미국 전략 - 신 성장 동력 확보

픽업시장 진출 및 신규 PT 개발

시장내 주요 세그먼트인 픽업 시장 개척
및 EREV 신규 PT 런칭으로 성장동력 제고

신규 픽업 시장 진출



신규 PT (EREV) 런칭 ('29년~)

*BoF 픽업트럭



*Body on Frame

미국 픽업 시장은 전체 수요의 약 20%를 차지하는 핵심 세그먼트입니다.

기아는 전략적 중요도를 고려해 Body-on-Frame 기반의 신규 픽업 모델을 출시하여 고객 저변을 확대해 나갈 예정입니다.

미국 전략 - 신 성장 동력 확보

픽업시장 진출 및 신규 PT 개발

시장내 주요 세그먼트인 픽업 시장 개척
및 EREV 신규 PT 런칭으로 성장동력 제고

신규 픽업 시장 진출

EREV 라인업

텔루라이드 EREV

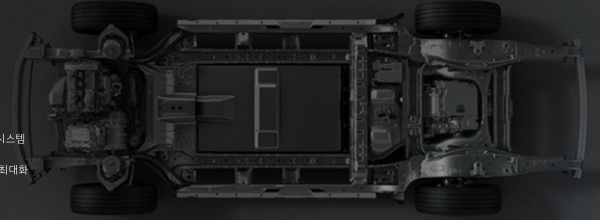
BoF 픽업 트럭 EREV



신규 PT (EREV) 런칭 ('29년~)

※ EREV 시스템 개요

- 발전모터로 구동모터 역할까지 가능한 한사 고유 시스템
- 고가의 배터리 용량 축소로 재료비 절감
- 엔진 발전 통한 배터리 충전으로 주행거리 만족도 최대화



아울러 픽업과 텔루라이드 두 전략 차종에 EREV 라인업을 추가하여 전동화 차량 수요 변화에 유연하게 대응하겠습니다.

유럽 전략

유럽* 산업수요

*유럽: EU + EFTA + 영국

저성장 기조 속 산업수요 성장 둔화 예상되나,
EV 시장 지속 확대 전망

※ 단, CO2 규제 완화 영향
단기적 xHEV 수요 유지 전망

European Auto Demand

산업수요
(단위: 백만대, 비중%)

ICE
xHEV
EV

* Mild-HEV : ICE 내 포함
* EV : BEV



다음은 유럽 판매 전략입니다.

서유럽 산업 수요는 2030년까지 제한적인 성장이 예상됩니다.

최근 EU의 CO₂ 규제가 완화되면서 xHEV 침투율은 소폭 상승할 것으로 전망됩니다.

반면 EV 수요는 연평균 20% 성장해, 2030년에는 43% 비중으로 ICE 수요를 상회할 것으로 전망됩니다.

유럽 전략

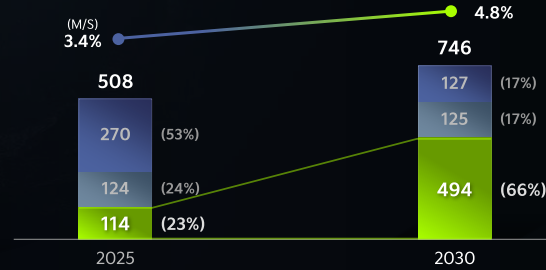
유럽 판매 목표

'30년 EV 49.4만대 판매 기반
총 74.6만대 판매 달성 및 EV 시장 선점 추진

European Sales Target

(단위 : 천대, 비중%)

ICE
xHEV
EV



시장 수요 비중 대비
+23%p

2030년 서유럽 판매 목표는 75만대이며, EV는 50만대로 판매 비중 66%를 계획하고 있습니다.
이는 시장 EV 비중 전망치 43% 대비 23%p 높은 목표로, 유럽 EV 시장에서의 리더십을 강화하겠습니다.



유럽 전략
유럽 판매 확대 전략

EV 판매 확대 및 판매 성장 기반 강화

EV 판매 확대 전략

SALES INCREASE

+7.5%

+3.9%

판매 성장 기반 강화

EV 풀라인업을 기반으로 EV 판매를 확대하고, LCV 전동화 흐름에 맞춰 PBV 사업을 확장하겠습니다.

아울러 xHEV 라인업 확대를 통해 EV 전환 과도기를 효과적으로 대응하고, 판매 채널 다변화를 통해 중장기 성장 기반을 마련하겠습니다.

유럽 전략 - EV 판매 확대 전략

일반 승용 EV 판매 전략 (EV4 / B-HB EV)

EV4 활용 일반 승용 수요 선제 대응 및
당사 최초 SDV(B-HB EV) 투입으로 신규 볼륨 모델 육성

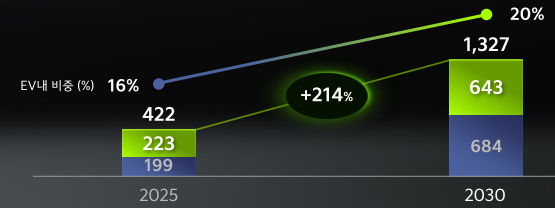
일반 승용 EV 내 최대 볼륨 차급

'30년 일반 승용 EV 내 비중 56%

유럽 B/C EV 수요 전망

(단위: 천대)

■ C seg.
■ B seg.



유럽 일반 승용 EV 시장내 B차급과 C차급은 최대 볼륨 시장으로, 2030년까지 고성장이 예상됩니다.

유럽 전략 - EV 판매 확대 전략

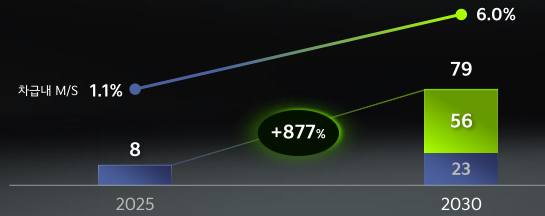
일반 승용 EV 판매 전략 (EV4 / B-HB EV)

EV4 활용 일반 승용 수요 선제 대응 및
당사 최초 SDV(B-HB EV) 투입으로 신규 볼륨 모델 육성

일반 승용 EV 판매 목표

(단위: 천대)

■ B-HB EV
■ EV4



일반 승용 EV 최대 볼륨 차급 내 신규 차종 투입으로 시장 경쟁력 강화



기아는 작년 EV4 출시를 통해 C 차급 수요를 선제적으로 대응하고 있으며,
판매 확대를 위해 타차급 대비 높은 EV 플릿 수요와 연계하여 플릿 채널 경쟁력을 강화하고 있습니다.

내년 말에는 B 해치 시장에 당사 최초의 SDV 모델을 출시하고 EV 신규 고객 유입을 통해 대중화 모델로 육성하는 한편,
SDV 로드맵의 발판을 마련하겠습니다.

이를 통해 2030년 차급 내 시장 점유율 6%를 달성하도록 하겠습니다.

유럽 전략 - EV 판매 확대 전략

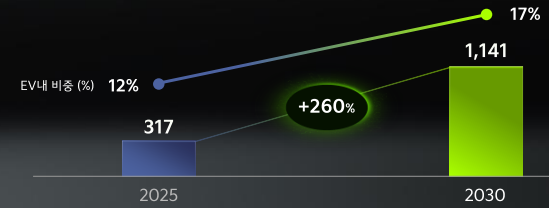
B-SUV EV 판매 전략 (EV3 / EV2)

소형 SUV EV 모델 활용
가격접근성 확보 및 EV 대중화 선도

가격 접근성 연계 최대 성장 차급

유럽 B-SUV EV 수요 전망

(단위: 천대)



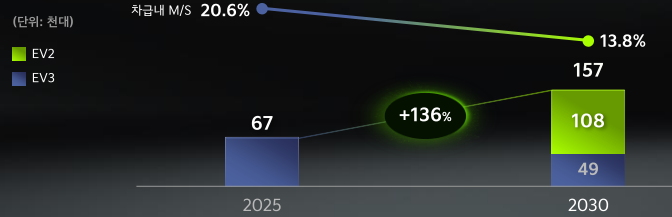
유럽 B SUV EV 차급은 가격접근성을 기반으로 2030년까지 큰 폭의 성장이 전망됩니다.

유럽 전략 - EV 판매 확대 전략

B-SUV EV 판매 전략 (EV3 / EV2)

소형 SUV EV 모델 활용
가격접근성 확보 및 EV 대중화 선도

B-SUV EV 판매 목표



최대 성장 시장 내 대중화 볼륨 모델 육성



EV3

EV2



2025년 출시한 EV3는 대표적인 대중화 EV 모델로 출시하여 성공적인 성과를 거두었습니다.
이는 2025년 세계 올해의 차 수상으로 입증된 우수한 상품성과 가격 경쟁력이 바탕이 되었습니다.
EV3의 높은 잔존가치를 활용해 차별화된 금융 프로그램을 지속적으로 고객들에게 제공할 계획입니다.

앞으로 기아는 동일 차급 내 고객을 세분화 하고, 엔트리 소형 SUV 모델인 EV2를 추가하여 고객층을 넓혀갈 예정입니다.
합리적인 가격을 바탕으로 First EV Buyer 공약을 강화함과 동시에,
유럽 현지 생산을 통해 강화되는 역내 생산 중심의 정책 기조에도 유연하게 대응하겠습니다.

유럽 전략 - EV 판매 확대 전략

C-SUV EV 판매 전략 (EV5, 신규 C-SUV EV)

EV5 활용 시장 수요 선제 대응 및
신규 베스트 셀링 모델 육성 통한
최대 차급 수요 대응

유럽 시장 내 최대 볼륨 차급

유럽 C-SUV EV 수요 전망

(단위: 천대)



C SUV EV는 유럽 EV 시장에서 가장 큰 핵심 볼륨 차급입니다.

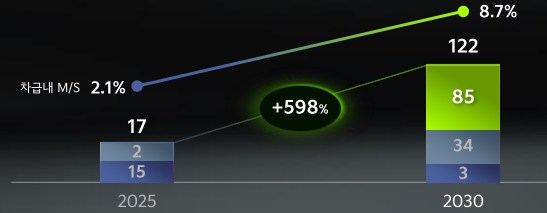
유럽 전략 - EV 판매 확대 전략

C-SUV EV 판매 전략 (EV5, 신규 C-SUV EV)

EV5 활용 시장 수요 선제 대응 및
신규 베스트 셀링 모델 육성 통한
최대 차급 수요 대응

(단위: 천대)

■ 신규 C-SUV EV
■ EV5
■ EV6



C-SUV EV 판매 목표

기아 SUV 헤리티지 확대 전개 통한 볼륨 모델 육성



EV5를 실용적이고 대중적인 모델로 포지셔닝하여 성공적으로 시장에 진입하였습니다.

2029년에는 대표 볼륨 EV 모델 신차를 출시하여 그동안 쌓아온 기아만의 SUV 헤리티지를 확장 전개할 예정으로 스포티지 HEV, PHEV 그리고 EV5 고사양 트림 고객의 상향 대차를 유도하겠습니다.
아울러 차세대 EV 플랫폼, 자율주행 솔루션 등 SDV 기반의 기술을 적용할 계획입니다.

이를 통해 차급 내 시장점유율을 2030년 8.7%까지 확대하겠습니다.

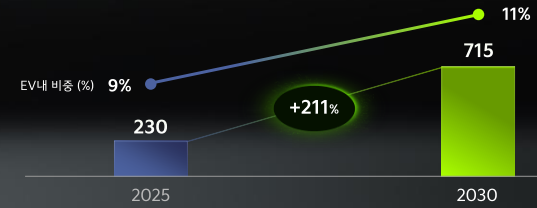
유럽 전략: EV 판매 확대 전략
PBV 사업 확대 전략

PV5 활용 신규 시장 개척 및
PV7, PV9 출시 통한 eLCV 수요 커버리지 확대

LCV 시장 전동화 연계 수요 성장

유럽 eLCV 수요 전망

(단위: 천대)



유럽 EV 시장 성장과 더불어 PBV를 신성장 동력으로 삼아 eLCV 시장을 적극 공략하겠습니다.

LCV 시장은 정책 지원을 기반으로 전동화 전환이 본격화될 것으로 예상되며,
eLCV 수요는 2030년까지 세 배 이상 성장할 것으로 전망됩니다.

유럽 전략 : EV 판매 확대 전략

PBV 사업 확대 전략

PV5 활용 신규 시장 개척 및
PV7, PV9 출시 통한 eLCV 수요 커버리지 확대

(단위: 천대)



다양한 고객수요 맞춤 컨버전 활용으로 eLCV 시장 선도 역할 수행

PV5

PV7₂₀₂₇

PV9₂₀₂₉



기아는 당사 최초의 PBV 모델인 PV5를 활용해 신규 수요를 발굴하고, PBV 사업 기반을 체계적으로 구축해 나가고 있습니다.

향후 PV7과 PV9을 순차 출시하여 eLCV 시장 커버리지를 확대하고, 판매 성장을 이어가겠습니다.

유럽 전략 - 판매 성장 기반 강화

EV 전환기 xHEV 공급/판매 확대

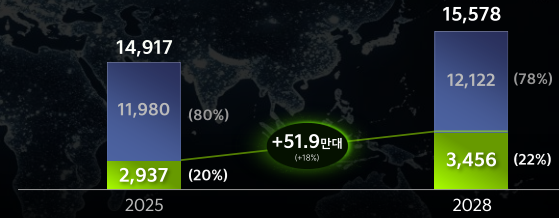
xHEV 라인업 확대 및 공급지 다변화 통한
EV 전환 과도기 대응

EV 전환기 xHEV 수요 성장

유럽 단기 수요 전망

(단위: 천대, 비중%)

■ xHEV 외
■ xHEV



유럽 시장은 중장기적으로 EV 중심으로 재편될 전망이나, 단기적으로는 CO₂ 규제 완화 영향으로 xHEV 수요가 확대될 것으로 예상됩니다.

xHEV 라인업 확대 및 공급지 다변화를 통한 EV 수요 변동 대응

유럽 전략 - 판매 성장 기반 강화

EV 전환기 xHEV 공급/판매 확대

xHEV 라인업 확대 및 공급지 다변화 통한
EV 전환 과도기 대응

(단위: 천대)



KMX

KaSK

Kja HQ

NIRO

SPORTAGE

SORENTO

SELTOS

K4



건조한 xHEV 수요에 대응해 xHEV 라인업과 공급 거점을 동시에 확장하겠습니다.

올해 국내 생산 셀토스 HEV와 멕시코 생산 K4 HEV를 신규 출시해 xHEV 라인업을 확장하고,
기존의 국내 및 슬로바키아 공장에 더해 멕시코 공장을 추가하여 총 3개의 공급 거점을 확보함으로써 공급 유연성을 강화하겠습니다.

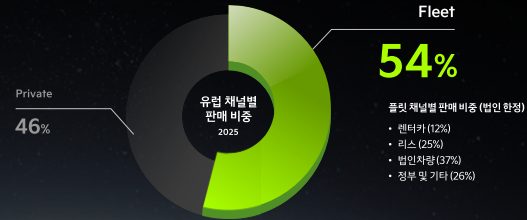
유럽 전략 - 판매 성장 기반 강화
판매 채널 다변화

플릿 비중 확대로 판매 불륨 제고

유럽 판매 채널별 수요



유럽 채널별 판매 비중



**중장기 플릿 산업수요
믹스 달성 추진**

또한 유럽 플릿 시장 성장 잠재력을 감안하여 2025년 50%인 당사 플릿 비중을 산업 평균 수준으로 확대하여 판매를 증대할 계획입니다.

유형 전략 - 판매 성장 기반 강화
판매 채널 다변화

플릿 비중 확대로 판매 불륨 제고

Hyundai Capital
그룹사 시너지 활용

금융사 협업 강화로
각 채널별 최적 판매 지원

ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

ayvens

로컬 대형 금융사 협업

EV 라인업 확충과 리스 상품 경쟁력 강화를 통해 플릿 판매를 확대하는 동시에,
PBV를 활용해 빅어카운트 고객을 확보하고, SME 대상 신규 수요를 발굴해 시장 커버리지를 확대하겠습니다.

아울러 현대캐피탈과 주요 로컬 금융사와의 협업을 강화하여 채널별 특성에 최적화된 판매 / 금융 지원 체계를 구축하겠습니다.

신흥시장* 산업수요

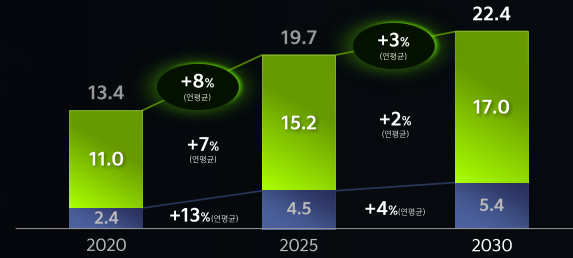
선진 시장 대비 지속적인 고성장 전망

Emerging Markets Auto Demand

산업수요
(단위 : 백만대)

■ 인도 외
■ 인도

*신흥시장 : 인도 / 멕시코 /
아태 / 아중동 / 중남미 / CIS



신흥시장 수요는 2020년 이후 지금까지 연평균 8% 이상 빠르게 성장해 왔으며,
2030년까지 연평균 3% 수준의 견조한 성장이 지속 될 것으로 전망됩니다.

특히 인도를 중심으로 고성장 중이며, 신흥시장 산업수요는 2020년 1,340만대에서, 2030년에는 2,240만대까지 확대될 것으로 예상됩니다.

신흥시장 전략

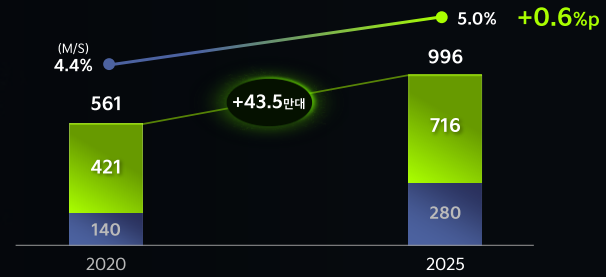
신흥시장 판매 실적 분석

인도 등 신흥시장 내 볼륨 모델 판매 확대 및
공급 전략 다변화로 성장

Emerging Markets Sales Results

(단위: 천대)

인도 외
인도



당사는 2020년 56만대에서 2025년 약 100만대로, 44만대 판매 확대하였으며,
시장점유율도 4.4%에서 5%로, 0.6%p 증가하는 가시적인 성장을 이루어 냈습니다.

신흥시장 전략

신흥시장 판매 목표

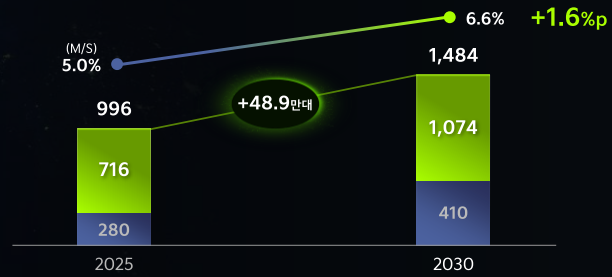
기존 성장 모멘텀 활용한 중장기 지속 성장 추진

(단위: 천대)

인도외*

인도

*멕시코 / 아태 /
아중동 / 중남미 / CIS



당사는 신흥시장에서 또 한 번의 도약을 준비하고 있습니다.

2030년 신흥시장 판매 목표를 현재보다 약 50만대 확대한 148만대로 수립하였으며, 시장점유율은 6.6%로, 1.6%p 확대할 계획입니다.

신흥시장 전략

신흥시장 판매 목표

신흥시장별 특성을 고려한 지역 특화 전략 추진

중남미 **+12.5만**

*멕시코 포함

주요국 (콜롬비아, 에콰도르 등) 점유율 1위 공고화
현지 특화 상품 개발 및 생산지 다변화

CIS **+5.1만**

CKD 활용 주력 시장 육성
(카자흐스탄 스포티지, 우즈베키스탄 K3)

아시아 / 태평양

+10.6만

그룹사 거점 활용 ASEAN 공략 강화
(현대 인도네시아 공장)

아프리카 / 중동 **+7.7만**

시장 잠재력 높은 아프리카 중심 성장 추진
아중동 내 아프리카 판매 비중 확대
(*29년 14% → *30년 29%)

인도 **+13.0만**

상품 라인업 강화 통한 판매 확대
판매 네트워크 경쟁력 지속 강화

이를 위해 지역별 특화 전략을 추진하겠습니다.

중남미 시장에서는 주요국 판매 강화와 더불어 현지 특화 상품 개발을 통해 신규 차급 수요에 대응하겠습니다.

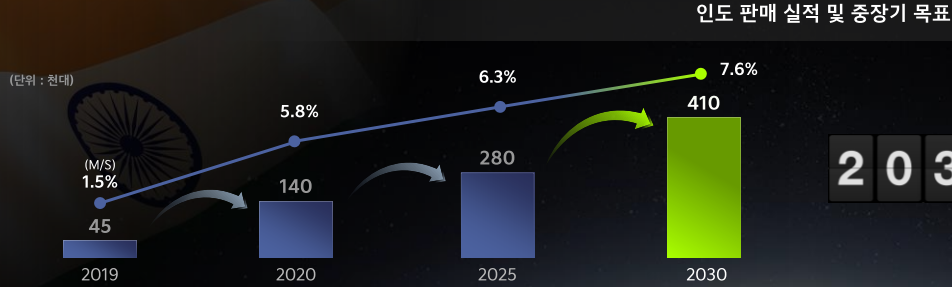
아중동에서는 상대적으로 시장 잠재력이 더 큰 아프리카 시장을 중심으로 판매 강화하고,
CIS 주요시장인 카자흐스탄과 우즈베키스탄 CKD공장을 활성화 하여 판매 증대 추진하겠습니다.

아태 시장에서는 현대 인도네시아 공장을 활용한 아세안 전략모델 개발을 통해 판매 확대하겠습니다.

신용시장 전략 - 인도 판매 확대

인도 판매 라인업 강화

수요 기반 풀 라인업 형성 및 친환경 모델
다변화로 '30년 41만대 판매 달성 추진



중점 전략시장인 인도에서는 13만대 증가한 41만대 판매 체계를 구축하겠습니다.

기아는 2019년 셀토스를 시작으로 인도 시장에 진입하였으며,
쏘넛과 카렌스를 성공적으로 런칭하여 2025년에는 7개 모델로 28만대를 판매하는 브랜드로 성장하였습니다.

2030년에는 라인업을 10개로 확대하고, ICE, HEV, EV 전반을 아우르는 포트폴리오를 구축할 계획입니다.
이를 통해 인도에서 판매 41만대, 시장점유율 7.6%를 달성하겠습니다.



증가하는 친환경차 수요에 대응하여 HEV 신차와 현지 전략 EV를 확대할 예정입니다.

2025년 카렌스 EV를 시작으로, 올해 7월에는 시로스 EV를 선보이고, 쏘렌토 HEV와 카니발 HEV도 순차적으로 투입할 계획입니다.

또한, 2027년 이후에는 현지 주력 모델인 쏘넷, 카렌스, 셀토스에 HEV 라인업을 추가하고, 현지 전략형 A-SUV EV 모델을 신규로 투입할 예정입니다.

2029년까지 총 8개의 친환경차 모델을 운영하여 판매를 확대하고, 현지 법규에 선제적으로 대응해 나가겠습니다.

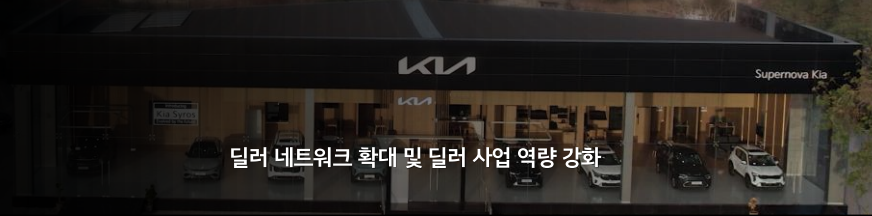
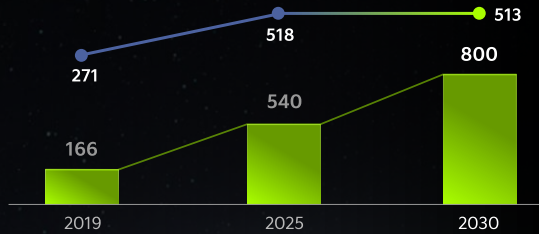
신용시장 전략 - 인도 판매 확대 딜러 네트워크 경쟁력 강화

중장기 딜러 네트워크 지속 확대 및
사업 역량 강화로 판매 확대 기반 마련

인도 연도별 딜러 현황
(단위 : 대, 개소)

■ 딜러 수
— SPD*

*SPD : 딜러당 판매 대수
(Sales Per Dealers)



인도 시장에서의 중장기적 판매 확대와 고객 서비스 제고를 위해 현지 딜러망을 800개까지 확대하고 네트워크 경쟁력을 강화하겠습니다.

지역별 특성, 고객 접근성, 성장 잠재력 등을 종합적으로 고려한 균형 잡힌 네트워크 구축을 목표로 하고 있습니다.

아울러 딜러 지원 활동과 인증 중고차 판매거점을 지속적으로 확대하여 딜러 수익성을 제고하고,
실시간 원격진단과 선제적인 차량 점검 등 서비스 경쟁력을 강화하여 차별화된 고객 경험을 제공하도록 하겠습니다.

신흥시장 전략 - 볼륨 모델 육성

볼륨 SUV 판매 확대

시장 내 최대 볼륨 차급 B SUV 시장 대응 위해
셀토스, 쏘넷 상품성 강화 및 공급/판매 확대

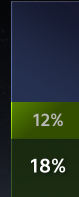
신흥시장 내 최대 볼륨 차급 B-SUV

(단위: 비중 %)

C SUV

B SUV

선진시장



2030

신흥시장



2030

*선진시장 : 북미/유럽/국내

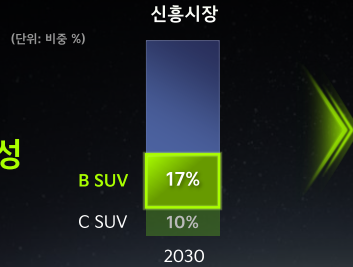
인도를 포함한 아중동/아태/중남미 등 신흥시장은 선진시장과 달리 B-SUV가 최대 볼륨 차급입니다.

신용시장 전략 - 볼륨 모델 육성

볼륨 SUV 판매 확대

시장 내 최대 볼륨 차급 B SUV 시장 대응 위해
셀토스, 쏘넷 상품성 강화 및 공급/판매 확대

최대 차급 수요 대응 위한 셀토스/쏘넷 볼륨 모델 육성



Upper

SELTOS



2030 **20.5만 대**

Lower

SONET



2030 **20.8만 대**

이러한 시장 특성을 감안하여

당사는 핵심 볼륨 모델인 셀토스와 쏘넷을 집중적으로 육성하고 있습니다.

차급 내 Upper / Lower 차급으로 고객을 세분화하고, 고객군별 차별화된 판매 전략을 전개하여

2030년 셀토스, 쏘넷 모두 20만대 이상 판매 달성을 추진 하겠습니다.

또한, 상품 라인업 강화 등 지속적으로 경쟁력을 제고하여 B-SUV 시장에서 확실한 경쟁 우위를 만들어 나갈 계획입니다.

신흥시장 전략 - 글로벌 공급망 활용 판매 지원

148만대 판매 공급망 전략

신흥시장 현지 공장 및 중국 공장,
CKD 확대하여 공급 유연성 확보

148만대 판매 위한 유연 공급망 구축



신흥시장 148만대 판매를 위한 안정적 공급 체계 구축을 위해 글로벌 공급망을 적극적으로 활용할 계획입니다.
특히, 멕시코, 인도 등 현지 생산과 중국 공장 수출을 지속적으로 확대하여 공급처를 다변화하겠습니다.

신흥시장 전략 - 글로벌 공급망 활용 판매 지원

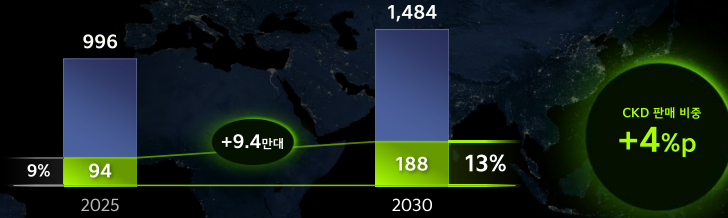
148만대 판매 공급망 전략

신흥시장 현지 공장 및 중국 공장,
CKD 확대하여 공급 유연성 확보

현지 시장 환경 연계 CKD 판매 비중 지속 확대

(단위: 천대, 비중%)

■ CKD 외
■ CKD



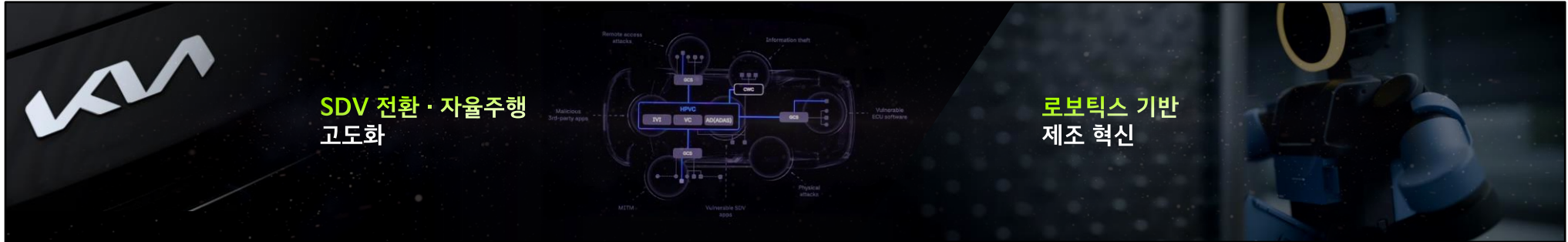
2030년까지 CKD 판매를 9만대 확대한 19만대 판매하여 신흥시장 내 비중을 13%까지 늘려 나가겠습니다.
이를 통해 관세/물류 부담을 완화하고, 수요 증가에 유연하게 대응할 예정입니다.



2021년 기아 토탈 트랜스포메이션을 선언하고 브랜드, 제품, 오퍼레이션에 이르는 전면적인 혁신을 이어온 지 5년 만에, 기아는 가장 빠르게 성장하고, 가장 높은 수익성을 기록하는 회사로 도약했습니다.

기아의 앞으로 다가올 시간은 더욱 흥미롭습니다.

기아의 정체성인 SUV 리더십, 강력한 친환경차 라인업, PBV, 픽업과 같은 뉴세그먼트 확장, 탈글로벌화 시대의 지역 특화 전략을 통해 정체된 자동차 시장 환경을 뚫고 초과성장의 경로를 만들어가겠습니다.



SDV 전환 · 자율주행
고도화

로보틱스 기반
제조 혁신

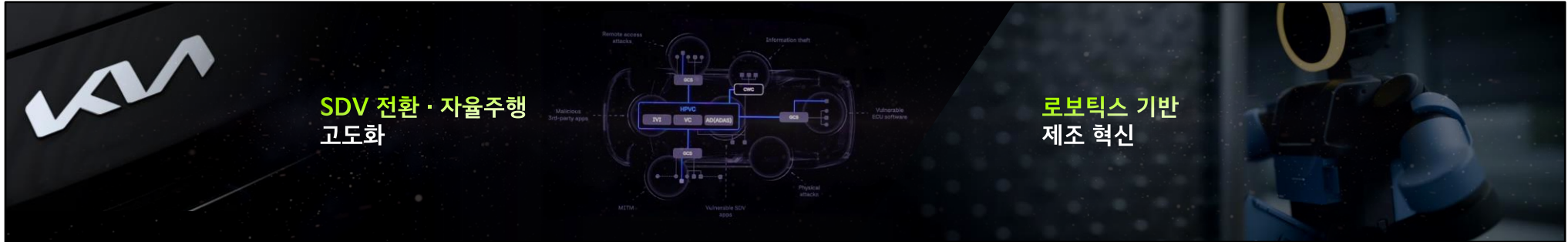
기아는 기존 자동차 산업에서의 경쟁력을 더욱 공고히 하는 한편,
자율주행과 로보틱스를 중심으로 재편되는 미래 모빌리티 산업의 변화를 선제적으로 준비하고 있습니다.

특히 자율주행은 단순한 주행 보조 기술을 넘어, 이동의 제약을 없애고,
모빌리티의 자유를 누구에게나 확장하는 미래 자동차 산업의 게임체인저가 될 것입니다.

로보틱스 역시 제조 현장의 혁신을 넘어, 물류, 서비스, 일상생활 전반으로 적용 영역이 확대되며
인간의 삶의 방식 자체를 변화시키는 혁명적인 변화를 가져올 것입니다.

기아는 자율주행과 로보틱스를 미래 성장동력으로 삼아
차량, 소프트웨어, 로봇, 서비스가 유기적으로 연결되는 새로운 모빌리티 생태계를 만들어가고 있습니다.

이어서 미래전략 파트에서는 자율주행과 로보틱스 분야에서 기아가 어떤 방향으로 역량을 축적하고
어떤 파트너십과 기술 기반 위에서 미래를 준비하고 있는지 해당 그룹의 리더분들이 직접 말씀해주시겠습니다.



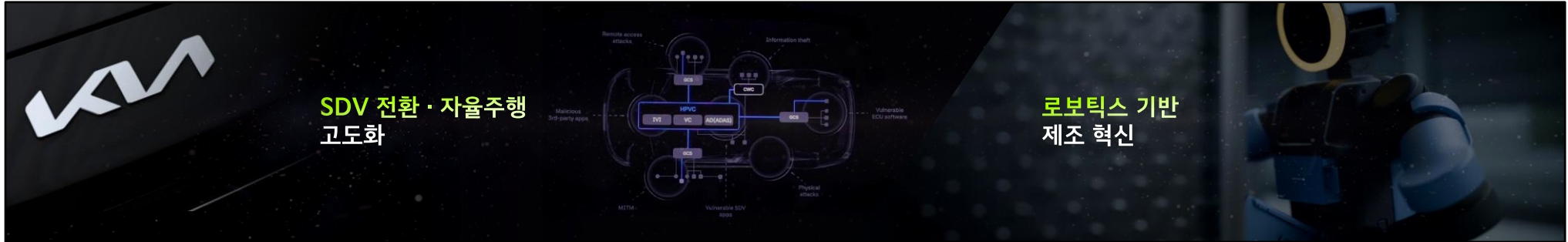
SDV 전환 · 자율주행
고도화

로보틱스 기반
제조 혁신

먼저 자율주행 분야를 이끌고 계신 박민우 사장님께서서는 테슬라 오토파일럿 개발의 핵심 멤버로서 '테슬라 비전' 개발을 주도하셨고, 이후 엔비디아에서 자율주행 기술개발과 상용화를 책임진 글로벌 최고 수준의 자율주행 전문가입니다.

테슬라와 엔비디아에서 축적한 세계적 수준의 개발 및 사업화 경험을 바탕으로, 올해 그룹 자율주행사업부문인 AVP 본부장으로 취임하셔서 그룹의 SDV와 자율주행 개발을 리드하고 계십니다.

박민우 사장님의 발표는 기아가 자율주행 기술을 어떤 방향으로 내재화하고 고도화해 나갈 것인지, 그리고 그룹 차원의 기술 역량이 기아의 미래 상품과 서비스 경쟁력으로 어떻게 연결될 것인지에 대한 비전과 실행계획을 제시할 것입니다.



**SDV 전환 · 자율주행
고도화**

**로보틱스 기반
제조 혁신**

이어 로보틱스에 대해서는 기아와 현대차가 공동 투자하며 전략적 파트너십을 이어오고 있는 세계 최고의 로봇기업, 보스턴 다이내믹스의 잭 재코우스키 최고 제품/기술책임자께서 발표해주시겠습니다.

잭 재코우스키 최고 제품/기술책임자는 MIT AI랩을 거쳐, 보스턴 다이내믹스에서 4족로봇 스팟 개발을 이끌어왔고, 현재는 휴머노이드 아틀라스의 개발 총괄을 맡고 있는 최상위 로봇 엔지니어입니다.

이번 발표에서는 아틀라스, 스팟, 스트레치 등 세계 최고 수준의 로봇 플랫폼이 어떻게 산업 현장과 미래 모빌리티, 그리고 일상 영역으로 확장될 수 있는지에 대해 깊이 있는 인사이트를 전해주시실 예정입니다.

이번 발표는 로보틱스 기술의 진화 자체를 넘어, 기아가 미래 모빌리티 기업으로 확장해 나가는 과정에서 로봇 기술과 어떤 접점을 만들고, 어떤 사업적 가능성과 활용 기회를 확보해 나갈 것인지를 가능할 수 있는 중요한 계기가 될 것입니다.

그럼 먼저, 박민우 사장님께 자율주행 기술전략 발표를 부탁드립니다.

PART. 3

미래 전략



2026 CEO Investor Day
Movement that Inspires



Autonomous Strategy

Minwoo Park

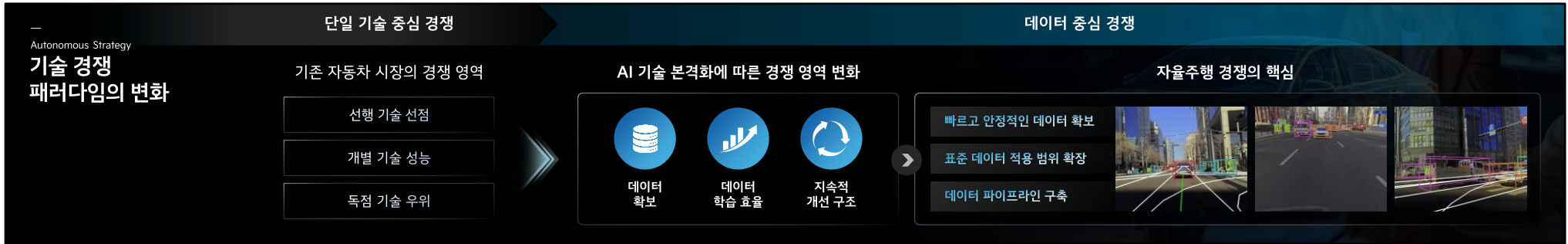
President and Head of AVP Division & CEO of 42dot

안녕하십니까.

현대자동차그룹 AVP본부장 겸 42dot 대표 박민우입니다. 바쁘신 가운데 참석해 주신 여러분께 감사드립니다.

오늘은 우리가 추진하고 있는 SDV·자율주행 기술 개발의 방향과,

이 기술들이 기아 차량에 어떻게, 그리고 언제 적용될 것인지에 대해 말씀드리고자 합니다.



AI 기술이 본격화되면서, 기술 경쟁을 둘러싼 환경 역시 빠르게 변화하고 있습니다.

과거에는 누가 더 뛰어난 기술을 먼저 개발하느냐가 경쟁의 핵심이었다면,

이제는 누가 더 빠르고, 안정적으로 데이터를 확보하고 활용할 수 있느냐가 경쟁력을 좌우하는 환경으로 바뀌고 있습니다.

특히 자율주행 영역에서는 개별 기술의 우수성보다 그 기술이 얼마나 많은 차량에 적용되고,

그 결과가 지속적으로 학습과 상품의 고도화로 이어질 수 있는지가 점점 더 중요해지고 있습니다.

현대자동차그룹은 이러한 변화에 맞춰, 자율주행 기술 개발 방향을 데이터 축적과 확장이 가능한 구조 중심으로 정교화하고 있습니다.



충분하고 신뢰할 수 있는 데이터를 확보하기 위해 현대자동차그룹이 자율주행 영역에서 채택한 전략은 기술 표준화, 특히 센서의 표준화입니다.

표준화된 센서는 가격 최적화 뿐만 아니라 수집되는 데이터를 통일된 포맷으로 관리하고,

축적된 데이터를 곧바로 학습에 활용할 수 있는 기반을 제공합니다.

센서 표준화는 저희가 자체적으로 개발 중인 표준화된 SDV 플랫폼 위에서 구현됩니다.

이를 통해 자율주행 데이터가 동일한 구조로 축적되고, 학습과 활용이 가능한 공통의 체계가 마련됩니다.

이러한 체계 하에서, 저희는 최근 발표한 NVIDIA와의 전략적 파트너십을 통한 Data Union을 구축하고자 합니다.

이를 통해 기아는 물론 42dot, Motional 등 그룹사 전반의 자율주행 데이터는 물론, NVIDIA가 글로벌 생태계에서 축적해 온 외부 파트너사들의 데이터까지 연계할 수 있게 됩니다.

표준화된 SDV 플랫폼과 센서 구조 위에서 데이터가 일관된 형태로 축적되고, Data Union을 통해 학습 범위와 속도가 확장되면,

데이터 축적, 학습, 성능 개선, 그리고 양산 적용이 반복되는 Data Flywheel 구조 속에서, 자율주행 기술은 빠른 속도로 고도화될 것입니다.



현대자동차그룹은 앞서 말씀드린 데이터 중심 구조를 바탕으로, 자율주행 기술을 양산과 시장 적용 관점에서 실행해 나가고 있습니다. 자율주행의 기본 기술과 핵심 요소들은 이미 충분히 확보된 상태이지만, 이를 대규모 양산과 안정적인 시장 적용 단계까지 끌어올리기 위해서는 속도와 완성도를 함께 고려한 접근이 필요합니다. 이에 따라 현대자동차그룹은 자율주행 기술을 전략적인 2-Track 방식으로 추진하고 있습니다.

첫 번째 Track은 글로벌 파트너십을 활용한 빠른 Go-to-Market입니다. 검증된 글로벌 파트너와의 협력을 통해 센서 및 시스템 수준의 표준화를 조기에 확보하고, 이를 기반으로 양산 차량을 빠르게 시장에 투입함으로써 고객에게 즉각적인 가치를 제공하고자 합니다.

두 번째 Track은 자율주행 핵심 기술의 내재화와 고도화입니다. 글로벌 파트너십을 통해 양산된 차량에서 축적되는 방대한 주행 데이터는 현대자동차그룹의 Data Flywheel로 수렴되며, 이를 활용해 자체 E2E 자율주행 모델을 지속적으로 개선하고, 궁극적으로는 양산을 전제로 한 안정성과 신뢰성을 우리 기술로 확보해 나가는 것이 목표입니다.

이 2-Track 전략은 외부 협력과 내재화를 병렬로 나열하는 방식이 아니라, 빠른 시장 진입을 통해 확보한 데이터가 다시 내재화 기술을 강화하는 연료로 작동하는 구조입니다. 즉, 외부 협력을 통해 시간은 단축하고, 데이터는 우리 것으로 축적하며, 기술은 내부에 쌓아가는 실행 전략입니다.

이러한 접근을 통해 현대자동차그룹은 단기적으로는 빠른 Go-to-Market을, 중장기적으로는 지속 가능한 자율주행 기술 주도권을 동시에 확보해 나갈 것입니다.



앞서 말씀드린 2-Track 전략이 실제 차량으로 구현되는 첫 사례는, 기아의 첫 번째 SDV 차량입니다.

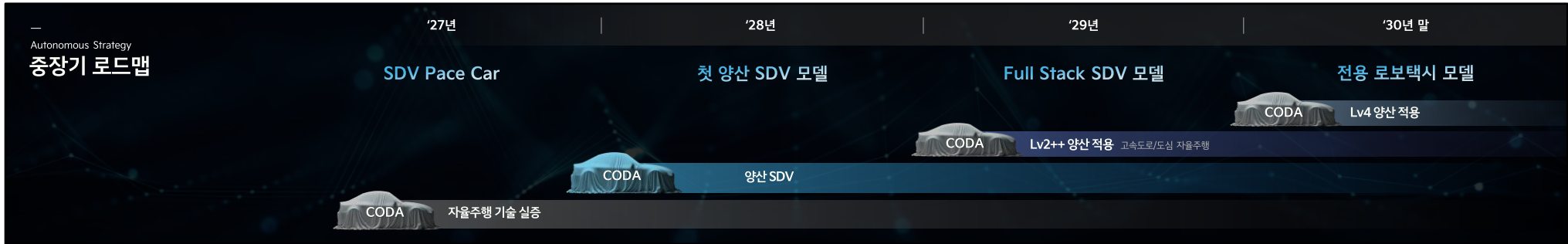
이 차량은 '27년 말까지 양산준비를 완료하고 '28년부터 시장에서 고객에게 선보일 예정입니다.

이 차량에는 NVIDIA와의 전략적 파트너십을 기반으로 한 자율주행 기술과 함께, 현대자동차그룹이 자체적으로 구축해 온 SDV 기술 전반이 집약적으로 적용됩니다.

구체적으로는 SDV 아키텍처 CODA와 차세대 인포테인먼트 플랫폼 Pleos Connect를 중심으로, 차량 내부와 외부로 유기적으로 연결하는 사용자 경험을 제공합니다.

특히 고객은 기아의 첫 SDV 차량을 통해 차량용 Agentic AI 'Gleo AI'를 직접 경험하게 됩니다. Gleo AI는 단순한 음성 비서나 기능 호출을 넘어, 차량 밖의 디지털 환경과도 연속적으로 연결되어 사용자를 대신해 계획하고 실행하는 Agentic AI로 진화합니다.

이를 통해 고객은 차량 안에서는 보다 자연스럽게 안전한 AI 기반 주행·차량 제어 경험을 누리고, 차량 밖에서는 Pleos App Market을 통해 확장된 서비스와 생태계를 활용하며, 차를 중심으로 한 일상 전체가 하나의 지능형 경험으로 이어지는 SDV의 가치를 체감하게 될 것입니다.



앞서 말씀드린 첫 번째 SDV 양산 차량 준비와 함께, 현대자동차그룹은 현재 자율주행 기술을 검증하고 고도화하는 단계에 있습니다. 이 일환으로 SDV Pace Car를 개발하여, SDV 플랫폼과 자율주행 기술을 실제 환경에서 검증하고자 합니다.

양산 적용은 첫 SDV 모델을 시작으로 단계적으로 자율주행 기능을 확장해 나갈 계획이며, 2029년 초에는 도심 주행이 가능한 Lv2++ 수준을 목표로 개발을 진행하고 있습니다.

나아가, Lv4 수준의 자율주행, 즉 로보택시 역시 중장기적인 상용화를 목표로 준비하고 있습니다.

HMG 자율주행 기술 개발

자율주행 실증

대규모 양산 차량 적용

안정성

모든 기술 적용의
최우선 기준

신뢰성

검증된 파트너십을 통한
신뢰성 확보

지속성

독립적 기술 역량을 통한
장기적 경쟁력

확장성

글로벌 적용 전체
기술 경로 구축

글로벌 안전기준 및
법규 충족

글로벌 제품 경쟁력
강화

현대자동차그룹이 지향하는 SDV와 자율주행 기술은 고객이 해당 기술을 얼마나 안전하고, 편리하게 경험할 수 있는가입니다.

자율주행 기술의 경쟁력은 제한된 환경에서의 시연이 아니라,

글로벌 법규와 안전 기준을 충족하며 대규모 양산 차량에 안정적으로 적용될 수 있을 때 비로소 의미를 갖습니다.

현대자동차그룹은 검증된 파트너십을 바탕으로 기술을 빠르게 시장에 적용하는 한편, 그와 동시에 자체 기술 역량을 축적해 나가고 있습니다.

자율주행을 '보여주기 위한 기술'이 아니라, 실제 고객의 일상 속에서 시간이 갈수록 신뢰와 가치를 쌓아가는 기술로 만들어 가겠습니다.



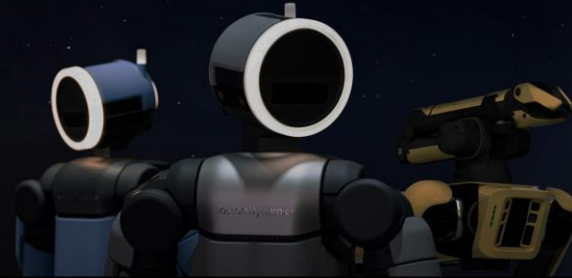
Safe, Intelligent and Sustainable
Future Mobility


현대자동차그룹이 추진하는 SDV와 자율주행 기술은 단순한 기술 혁신을 넘어,
글로벌 파트너십과 자체 기술 역량을 통해 지속 가능한 모빌리티 생태계를 구축하는 여정입니다.

안전하고, 지능적이며, 지속 가능한 미래 모빌리티. 그것이 우리가 만들어가는 내일입니다.
감사합니다.

다음은 보스턴 다이내믹스의 최고 제품, 기술 책임자인 잭 재코우스키의 발표가 있습니다.

Boston Dynamics



BostonDynamics 

A person is holding a tablet that displays a control interface with various gauges and data. In the background, a yellow and black quadruped robot is visible. To the right, a white and yellow robotic arm is shown in a dark environment, possibly a warehouse or factory setting.

Boston Dynamics as a Robotics Leader



Boston Dynamics Vision

General Purpose Robots
become ubiquitous in 10 years

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

Go Anywhere



Understand Surroundings



Manipulate Anything



A person is holding a tablet that displays a complex control interface with various gauges and data points. In the background, a Boston Dynamics robot is visible, illuminated by a yellow light. The scene is set in a dark, industrial environment with shelves and equipment.

Boston Dynamics - Strategic Differentiations

Deployment & Data Collection

HMG-wide internal deployment pipeline secured
Scale to 25,000 robots deployed
RMAC to accelerate iteration with field data

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

Deployment & Data Collection

Deployment



25,000 units of internal demand
secured within HMG facilities

Training



Robot Metaplant Application Center
(RMAC) in the U.S

Data-collection



Millions of hours of data collected
in the next 5 years

Physical AI & VLA Development

\$500M+ invested in AI infrastructure and talent
Real-world data flywheel to scale Physical AI & VLA
Strategic AI partnerships: Google DeepMind, NVIDIA

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

Positioned to win Physical AI & VLA Development

AI Infrastructure



\$500M+
AI Infrastructure & Talent Investment

Real-world Data



Leveraging Real World Data

Partnership



Partner on AI Development with
Leading Tech

Synergy with the HMG Ecosystem

Leveraging the HMG ecosystem across core parts, supply chain, and manufacturing scale-up

Synergy with the HMG Ecosystem

Core parts



Next Generation
Atlas Actuation with Mobis

SCM



HMG
Purchasing Power & Supply Chain

Scaling















Scaled Manufacturing Planning in Progress



Best in Class, Real World Tested Hardware & Robot Controls Tech Stack

Application Roadmap

Expanding from proven deployments to higher-value use cases to increase utilization and broaden enterprise adoption

Product	Now		Long term	
Spot		 Predictive Maintenance	 Security Patrol	 Last Mile Delivery
Stretch		 Truck Unload	 Case Pick	 Truck Load
Atlas		 Repetitive Tasks	 Straining Tasks	 Heavy Object Tasks



HMG Synergy

Spot & Stretch in Last Mile Delivery

Capturing scalable LMD growth through PBV-robotics synergy, c.\$288bn total addressable market

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

Boston Dynamics



Stretch

- Flexible logistics platform designed for global 3PL and logistics providers

* 3rd Party Logistics



Spot

- Autonomous inspection and predictive maintenance across industrial facilities
- Expanding into last mile delivery applications



Kia

PBV

Kia will introduce mid-size PBVs (PV7/PV9), designed to meet global carrier demand



Future

Unlocking new business opportunities in last mile delivery through Kia-Boston Dynamics synergy

Massive opportunity in LMD market

CAGR 9.1%

Global LMD market growth by 2030

\$288bn

Global LMD market size by 2030

160k jobs

Projected US driver shortage by 2030

Spot & Stretch in Last Mile Delivery

An integrated PBV, Spot, Stretch solution enabling safer, more efficient and scalable last-mile delivery operations

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

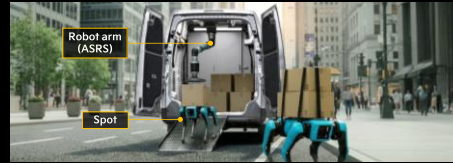
Loading at Distribution Center

- Automated Stretch reduces injuries and increases uptime



Automated Cargo Handling in PBV

- Robot arm (ASRS) automates cargo handling inside PBV



Final Delivery

- Spot helps by climbing stairs and carrying heavy items



Atlas at HMG Plants

Human-centered Physical AI to enhance safety, productivity, and quality, supported by 16 high-value task opportunities and 25K+ identified internal demand

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

Vision



Human-centered Physical AI to improve worker safety, productivity & quality (16 high value tasks & 25K+ robot demand identified)

Application Strategy



Focus on parts sequencing tasks, then solve more generalized assembly related tasks

Benefits



As well as direct ROI, Atlas will enable flexible manufacturing process

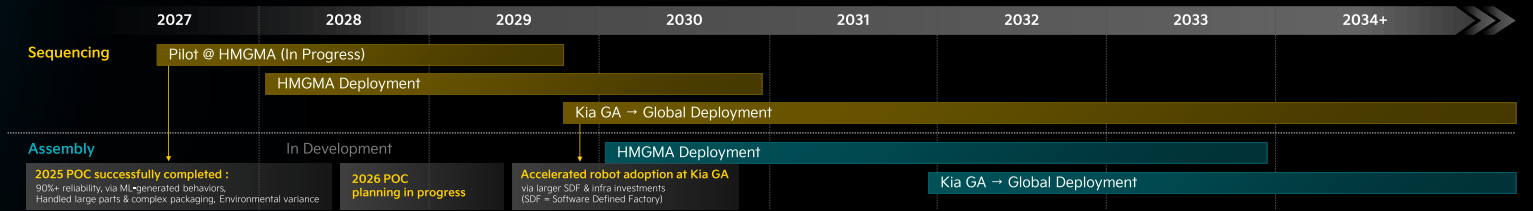


High Level Deployment Plan

Phased deployment from pilot to global scale across sequencing and assembly operations

- Robotics Leader
- Strategic Differentiation
- HMG Synergy

High Level Deployment Plan



Priority Workstream - Safety related

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

“ Overhead tasks presenting a falling object hazard ”



Muffler installation



Tailgate trim installation



Wheel guard installation



Underbody cover installation



Auxiliary battery installation

Priority Workstream - Productivity related

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

“ Heavy material handling tasks presenting physical strain and productivity loss ”



Wiring loading & installation



Floor mat loading & installation



Hood stay removal



HPCU loading & installation



Hood lifter installation

Priority Workstream - Quality related

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

“ Quality - control tasks impacting customer safety ”



Fuel and brake line installation



Curtain airbag installation



Brake pedal installation



ACU loading & installation



Luggage side trim loading
& installation

Priority Workstream

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

Safety

Productivity

Quality



Priority Workstream

Robotics Leader

Strategic Differentiation

HMG Synergy

Human X Humanoid

Safety, productivity, quality innovation through human - centered AI robotics

PART. 4

재무전략



2026 CEO Investor Day
Movement that Inspires

안녕하십니까.

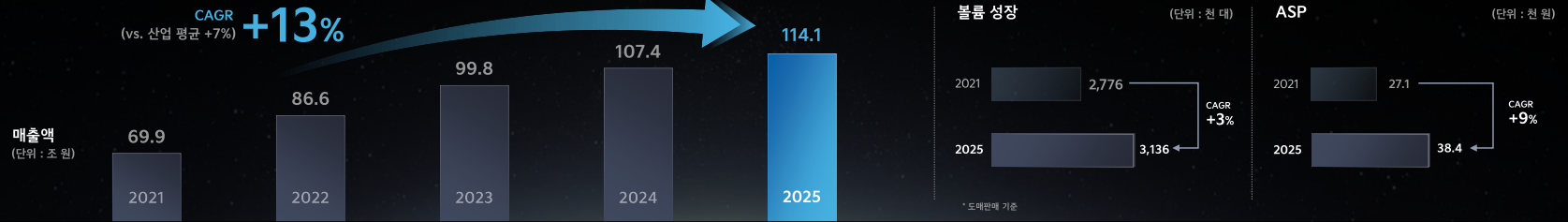
기아 재경본부장 김승준입니다.

이어서 기아의 재무전략을 설명 드리겠습니다.

2025년 외형성장

블룸 성장과 ASP 성장을 통해
산업 평균을 상회하는 매출 성장 달성

가장 빠르게 성장하는 기업



기아의 2025년 매출은 전년대비 6.2% 성장한 114조원으로 2년 연속 100조원을 돌파했습니다.

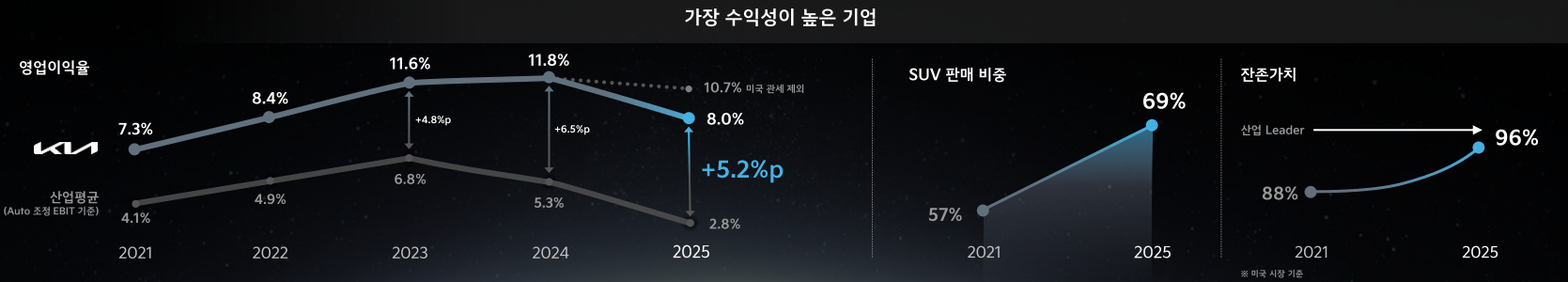
기아는 2021년 이후 연평균 매출 성장률 13%를 기록하며, 산업 평균 매출 성장률 7%를 크게 상회했습니다

이는 단순히 판매대수 증가에 의한 것이 아니라, 브랜드 향상과 제품가치 상향에 따른 ASP 상승과 SUV 및 친환경차를 중심으로 한 차량믹스 개선에 따른 질적성장이 주도한 결과라고 판단됩니다.

그 결과 기아는 지난 5년간 글로벌 자동차 산업 내 가장 빠른 성장을 기록한 기업이 되었습니다.

2025년 수익성

도전적인 산업환경 가운데 제품력과 브랜드력 바탕의 차별화된 영업이익률 기록



고성장과 가격-믹스 개선의 효과는 차별화된 수익성으로 이어졌습니다.

2025년 자동차 산업은 저성장, 미국 관세 및 규제 환경의 급격한 변화, 경쟁심화로 전반적인 수익성 하락을 경험하였습니다.

기아는 이러한 환경에서도 영업이익률 8%를 기록하며 산업 내 주요 OEM중 가장 높은 수준의 수익성을 수년간 이어가고 있습니다.

2025년 Review

국내 / 해외 최상위 신용등급 유지

비우호적이고 도전적인 경영환경에도 불구하고
업계 최상위 수준의 A-Level 신용등급 유지

해외 신용등급

A-

S&P Global

A3

Moody's

국내 신용등급

AAA

국내 신평사

* 국내 신평가 3사: 한국신평평가 / 한국기업평가 / NICE신평평가

기아의 우수한 실적은 신용등급에서도 확인됩니다.

비우호적인 경영환경 속에서 많은 글로벌 자동차 업체들의 실적 전망과 신용등급이 하향 조정되었지만,
기아는 S&P와 Moody's 로부터 최고 수준의 "A" 등급을, 국내 3대 신용평가사 로부터도 최고 등급인 "트리플 A (AAA)"를 유지하고 있습니다.

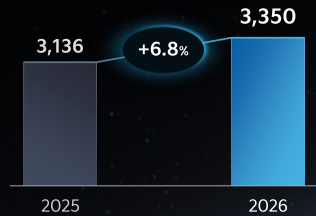
이는 자동차 산업의 높은 변동성 속에서도 기아의 안정적인 현금 창출력과 견고한 재무구조가 시장의 신뢰를 받고 있음을 보여줍니다.

2026년 계획
2026년
사업계획

친환경차 기반 공격적인 판매 성장을
통한 글로벌 시장 지배력 지속 강화

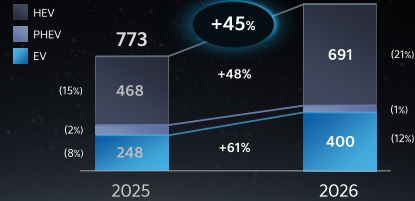
도매 판매계획

(단위 : 천대)

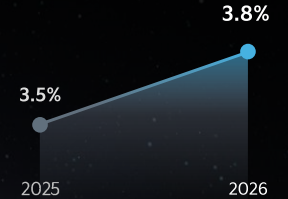


친환경차 판매계획

(단위 : 비중%, 천대)



글로벌 시장점유율



다음은 2026년 사업계획입니다.

2026년 기아는 전년대비 약 7% 성장한 335만대 도매판매 계획을 수립하였습니다.

미국에서는 핵심 모델인 텔루라이드와 셀토스의 HEV를 포함한 신차 출시와

유럽에서는 EV2에서 EV5에 이르는 대중화 전기차 풀라인업이 판매 성장을 주도할 것입니다.

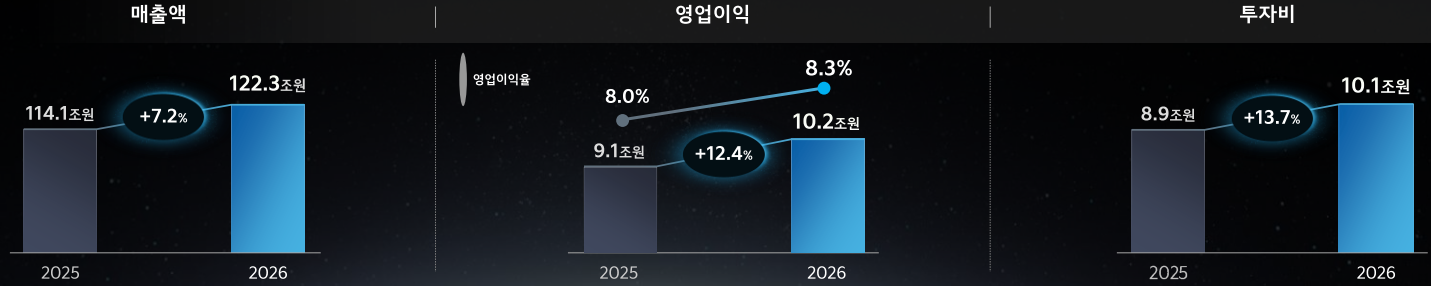
친환경차를 중심으로 한 시장 전환기에 기아는 강력한 EV/HEV 라인업을 바탕으로 글로벌 시장 지배력을 지속적으로 강화할 계획입니다.

이에 따라 2026년 친환경차 판매는 전년대비 45% 이상 성장한 112만대를 목표로 하고 있습니다.

핵심 파워트레인인 HEV와 EV는 전년대비 각각 약 50%, 60% 증가하며 높은 성장세를 이어갈 것으로 예측됩니다.

이를 통해 2026년 기아의 글로벌 시장점유율은 전년대비 0.3% 포인트 확대된 3.8%를 목표로 하고 있습니다.

2026년 계획
2026년
재무 사업계획
 Top-Line 성장과 이익 역량 강화를
 바탕으로 미래사업을 위한 투자 확대



다음은 2026년 재무 사업계획입니다.

2026년 매출 목표는 122조 3천억원으로, 전년대비 7.2% 성장을 계획하고 있습니다.

영업이익은 10조 2천억원을 목표로 하고 있으며, 이는 전년대비 12.4% 증가한 금액입니다.

영업이익률 역시 전년대비 0.3%포인트 개선된 8.3%를 목표로 하고 있습니다.

투자비는 미래사업을 위한 투자를 지속적으로 확대하며 전년대비 1조 2천억원 증가한 10조 1천억원 수준을 계획하고 있습니다.

2026년 계획
2026년
영업이익 변동요인

경쟁비용 상승에 따른 인센티브 증가와 보수적인 환율 가정에도 불구하고 판매/믹스 개선, ASP 성장 그리고 전사적 원가개선 노력을 통해 이익성장 추진



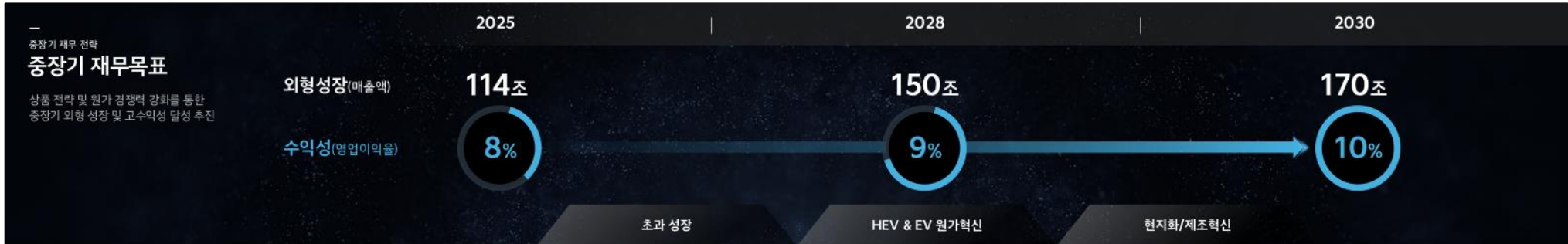
영업이익 변화를 요인별로 보면,

2026년에는 인센티브 증가, 환율영향, 관세영향으로 인해 전년대비 2조 4천억원의 이익 감소가 예상됩니다.

반면 판매물량 증가와 믹스 개선, ASP 상승의 손익 개선효과와

고정비 절감 등 지속적인 원가 개선을 통해 전년대비 3조 5천억원의 이익 증가를 전망합니다.

이를 통해 영업이익은 전년대비 1조 1천억원 증가한 10조 2천억원에 이를 것으로 계획하고 있습니다.



다음은 중장기 재무목표입니다.

기아는 2028년 매출액 150조, 영업이익율 9%, 2030년 매출액 170조, 영업이익율 10%를 목표로 제시합니다.

기아의 성장과 수익성 확대를 위한 주요 드라이버는

첫째, 신차효과 극대화과 친환경차(xEV) 판매 확대를 통한 초과 성장,

둘째, 차세대 시스템 전환 및 배터리 시스템 구조 단순화를 통한 HEV와 EV의 원가 혁신,

셋째, 공급망 현지화와 스마트 팩토리 전환을 통한 제조혁신이 될 것입니다.

중장기 재무 전략

단기 / 중장기 재무목표 달성 전략과제

재무목표 달성을 위한 단기 및 중장기 전략과제 설정을 통해 원가 혁신과 수익성 개선을 동시에 추진하여 지속가능한 성장 기반 확보

초과 성장

HEV & EV 원가혁신

현지화/제조혁신

단기

1-1 신차효과 극대화

- '25 ~ '28년 SUV 솔라인 Refresh (텔루라이드, 셀토스, 스포티지 등)

2-1 HEV 원가 경쟁력

- 차세대 HEV 시스템 기반 前세대 대비 원가 -15% 절감
- 신형시장 타겟 경제형 HEV 시스템 출시

3-1 선제적 현지화

- '26년 HMGMA 스포티지 HEV 투입 (2Q ~)
- 원가 최적화 현지 스택 개발 및 신기술 적용
- 북미 설계 사양 공용화 확대 및 판매사양 최적화

중장기

1-2 xEV 스케일업

- '30년 xEV 판매비중 52% vs ICE 48%
- HEV '25년 15% → '30년 27%
- EV '25년 8% → '30년 24%

2-2 EV 원가 경쟁력

- 배터리 케미스트리 개선 및 플랫폼 다변화
- 배터리 시스템 구조 단순화 (eMk 플랫폼, CTV 구조 적용)

3-2 스마트 팩토리 전환

- 셀 방식 제조공법 개발 통한 공정 유연성 극대화
- Software Defined Factory 기반 디지털 제조 환경 구축

재무목표 달성을 위한 세부 전략과제입니다.

단기적으로는 신차효과 극대화, HEV 원가 경쟁력 강화, 선제적 현지화 전략 실행에 집중하겠습니다.

중장기적으로는 친환경차(xEV) 판매 확대를 통한 수익성 강화, 전기차 원가 절감 로드맵 달성, 공급망 현지화 기반의 글로벌 원가 혁신, 스마트 제조 전환 가속화를 통해 단순한 원가 개선이 아닌 제조혁신 수준의 원가절감으로 본원 수익성을 제고할 예정입니다.



다음은 중장기 투자 계획입니다.

기아는 미래 경쟁력 확보를 위한 투자를 지속적으로 확대하고 있습니다.

지난 5개년 계획에 비해 금번 5개년 계획은 총 투자비가 전년대비 7조원 증가한 49조원이며, 이중 전동화, 자율주행, 로봇틱스 등 미래 경쟁력 확보를 위한 미래사업 투자가 21조원으로 전년대비 11% 확대되었습니다.

총 투자비 증가에도 불구하고 투자 효율성을 지속적으로 유지하며 안정적인 Capex 비율을 유지하겠습니다.

기업가치재고 - 주주환원이력

경영성과와 주주환원의 동반 성장

이익성장 과실을 주주환원을 확대와 주당배당금 확대를 통해 주주들과 동반 성장

주주환원율(TSR)



주당배당금(DPS)

(단위 : 원)



다음은 주주환원정책입니다.

총주주환원율은 2020년 27%에서 2025년 35%로 확대됐고,
2025년 주당배당금 역시 2020년 대비 7배 가까이 증가한 6,800원으로 확정했습니다.

앞으로도 기아는 주주환원을 지속적으로 확대하여,
기아의 성장을 신뢰해 주신 주주 여러분에게 회사의 경영성과가 공정하게 배분될 수 있도록 하겠습니다.

기업가치제고 - 주주환원 방향성
주주환원 방향성

중장기 TSR Target 35% 이상으로 설정,
배당 중심의 주주환원 지속 강화 및
자사주 매입/소각 통한 자본 효율성 제고

35% 이상
TSR Target

2026 - 2028년

배당 기반 안정적 이익 환원

- 최소 주당 배당금(DPS) 5,000원
- DPS 점진적 무상향 기조 유지

▶▶▶ **배당 25%**

자본효율성 균형 위한 자사주 매입

- 연중 분할 매입 시행으로 추가 지지
- 매입/소각 확대로 TSR / ROE 제고

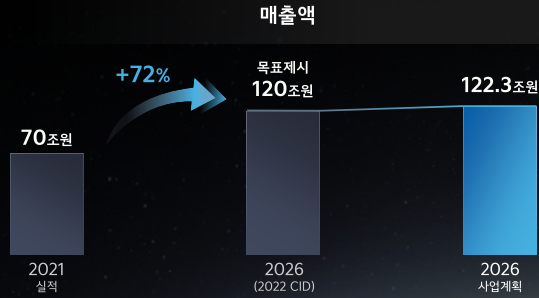
▶▶▶ **자사주 10%**

기아는 중기 주주환원정책에 따라 2026년부터 2028년까지 TSR 목표를 35% 이상으로 설정하였습니다.
TSR 35%는 배당과 자사주 매입/소각으로 구성되어 있으며, 배당 중심의 주주환원을 지속 강화하겠습니다.

자동차 산업은 관세 영향 및 경쟁심화 등 도전적 환경이 전망되나,
기아는 적극적인 성장 정책과 제품 경쟁력 강화, 원가혁신 등을 통해 이익 및 현금 창출력을 확대해 나갈 것이며,
향후 주주환원율의 추가 상향도 적극적으로 검토해 나가겠습니다.

Back in 2022

지난 2022년 CEO Investor Day에서
기아가 약속한 2026년 성장 목표를
준수하며 중장기 성장 로드맵 이행



다음은 저희가 지난 2022년 CID에서 제시했던 재무목표였습니다.

당시 코로나 팬더믹 상황 등 어려운 자동차 산업 환경에서
너무나 공격적 목표라는 시장의 평가가 있었음에도 불구하고, 기아는 현재 그 지점에 와 있습니다.

KIA in 2030
KIA in 2030

기아는 새로운 2030년
중장기 사업/재무 목표를 제시

01

도매 판매

+100만대

'25년 314만대 → '30년 413만대

02

시장점유율

4.5%

'25년 대비 +1.0%p

03

매출액

170조

'25년 114조 대비 +49%

04

영업이익

17조

'25년 9.1조 대비 +87%

다시 기아는 향후 5년의 계획을 제시합니다.

기아는 2030년까지 100만대 불륨 성장을 통해 413만대 판매, 글로벌 시장점유율 1%포인트 확대한 4.5%, 매출은 170조원, 영업이익은 17조원 달성을 목표로 설정하였습니다.

이를 위해 첫째, 친환경차 리더십을 기반으로 선진시장에서 xHEV와 EV 중심의 성장을 추진하고, 둘째, 강화된 제품력과 끊임없는 원가혁신을 통해 신흥시장에서 시장 지배력과 수익성을 함께 높이며, 셋째, 자율주행 리더십을 통한 SDV 전환, 로봇틱스 기반 제조혁신을 통해 산업 패러다임 전환기가 기아의 또 다른 도약의 계기가 되도록 하겠습니다.

이상으로 2026년 CEO 인베스터데이의 모든 발표를 마치겠습니다.

감사합니다.

Disclaimer

본 자료에는 일정한 “장래예측진술(forward-looking statements)”이 포함되어 있고, 이러한 장래예측진술은 경영진의 현재 기대 또는 생각, 계획은 물론 현재 경영진들에게 제공된 정보를 토대로 가장한 사항들에 기초하여 이루어진 것입니다.

위 장래예측진술은 과거가 아닌 미래의 사건과 관련된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, “전망”, “추진”, “계획”, “전략” 등과 같은 단어를 포함하여 표현되었습니다.

위 장래예측진술은 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있고, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 장래예측진술에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다. 또한, 향후 전망은 본 자료의 작성일 현재를 기준으로 작성된 것이며 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로 향후 시장환경의 변화와 전략 수정 등에 따라 변경될 수 있으며, 별도의 고지 없이 변경될 수 있습니다.

새로운 정보, 미래의 사건 기타 원인이 발생한다고 하여, 회사가 장래예측진술을 보완하거나 보충할 어떠한 의무도 부담하지 않습니다.