

제주·티웨이 ‘잔칫집’... 진에어는 면허취소 ‘노심초사’

LCC업계 상반기 실적

제주항공, 매출 첫 5000억원 돌파
진에어, 하반기 면허취소 여부 발목
2분기 주춤했지만 역대 최대치 달성
티웨이, 상장LCC중 영업이익률 1위

국내 저비용항공사(LCC)의 실적 상승세가 이어지면서 최대 실적을 기록하는 등 함박웃음을 짓고 있다. 다만 진에어의 경우 면허취소 관련 국토교통부 청문회로 발목을 잡혀 하반기 부진이 예상되고 있다.

16일 항공업계에 따르면 제주항공은 2분기 연결기준 매출액 2833억원, 영업이익 116억원을 기록했다. 매출은 지난해 같은 기간보다 24% 늘었으나, 영업이익은 유류비 상승 등의 영향으로 28% 감소했다. 그럼에도 제주항공은 상반기 연결기준



제주항공 항공기.

매출액이 전년보다 26.4% 늘어난 5918억원을 기록하며 사상 최대 실적을 달성했다. 같은 기간 영업이익은 지난해 같은 기간 대비 33.9% 증가한 581억원, 당기순이익은 66.6% 증가한 538억원을 기록했다. 상반기 매출이 5000억원을 넘어선 것은 창립 이후 처음이다. 영업이익 역시 상반기 기준 사상 최대 규모 수준으로, 제주

항공은 2014년 3분기 이후 16분기 연속 흑자를 실현했다.

진에어도 2분기 영업이익에선 감소세를 보였지만, 상반기 실적은 역대 최대치를 달성했다. 진에어는 2분기 영업이익이 62억원에 그치며 전년 동기 대비 50% 줄었다. 당기순이익도 10억원으로 지난해 같은 기간과 비교해 88% 감소했다. 매출

은 2265억원으로 전년 동기 대비 18% 증가했다.

티웨이항공도 상반기 실적 고공행진을 이어가고 있다. 티웨이항공의 올해 1월부터 6월까지 상반기 영업이익은 477억원으로 지난해 같은 기간과 비교해 130% 넘게 증가했다. 이는 상반기 기준 역대 최대 실적으로, 지난해 전체 영업이익인 471억원을 이미 넘어선 수준이다.

상반기 매출액은 3662억원을 달성하며, 전년보다 40% 늘었다. 이에 따라 상반기 영업이익률은 13%를 기록하며 두 자리 수 성적표를 이어 나갔다. 상장된 LCC 중 가장 높은 수준이다.

다만 진에어는 면허취소 여부와 관련한 국토부의 판결이 미뤄지면서 ‘진퇴양난’에 빠졌다. 진에어는 신규 항공기 도입을 통해 전략적으로 신규 노선을 확보하고 있는 경쟁업체와 달리 하반기 전략을 세우지 못하고 있는 상태다. 진에어가 신규 노선을 확보하기 위해서는 국토부의

승인이 있어야 하지만 현재 신청조차 못하고 있는 상황이다.

즉, 항공사간 경쟁에서 살아남기 위해서는 효율적 기재 운영을 통한 수익성 극대화에서 벗어나지 않으면 하반기 계획도 세우지 못한 상황이다.

여기에 국토부가 진에어의 면허 취소로 가닥을 잡을 경우 만만치 않은 후폭풍이 예상된다. 진에어의 면허 취소 결정이 나오게 될 경우 진에어는 자연스럽게 상장폐지를 통해 자본을 잠식하게 된다. 또한 해외투자자들이 정부의 관리감독 부실을 근거로 대규모 손해배상을 청구할 수 있다.

항공업계 관계자는 “올 하반기에도 여름 휴가철과 추석 연휴 등으로 여객 수요가 증가될 전망”이라며 “LCC 업계는 하반기에도 사상 최대 실적을 기록할 전망”이라고 말했다. 이어 “진에어의 경우 상반기 실적보다 하회할 것으로 보인다”고 덧붙였다. /양성운 기자 ysw@metroseoul.co.kr

“게임처럼 즐겁게 다가갔더니 인기... 추억은 가장 좋은 홍보”

인터뷰 | 넥슨 SNS 'B급 감성'의 주역 조금래·오성규 PD

회사에서 ‘메이플스토리’ 게임을 즐기는 직원에게 뒤에서 상사가 다가와 “또 게임 하나”고 지적을 한다. 그러자 직원이 “게임이 아니라 음악 감상을 하는 것”이라고 반박한다. 이어폰을 빼고 소리를 들려주자 지적을 하던 상사가 뜬금없이 하늘로 올라가 메이플스토리 캐릭터와 춤을 추며 앵콜을 외친다.

넥슨의 스테디셀러 ‘메이플스토리’의 배경음악(BGM)을 겨냥해 만든 영상이다. 메이플스토리는 ‘갓(GOD) 브급(BGM)’이라는 별칭이 있을 정도로, 추억의 배경음악으로 이용자들의 귀를 사로잡는다. 조금래(34)·오성규(31) 홍보기획팀 프로듀서(PD)는 ‘B급 감성’으로 재미를 끌어내 유저들의 추억을 끌어낸다.

“게임 회사에 다니면 게임 많이 할 수 있나요?”라는 단순한 질문에서 만든 ‘몰컴(몰래하는 컴퓨터)’ 영상은 소셜네트워크서비스(SNS) 페이스북 조회수 117만회를 돌파했고, ‘좋아요’ 1만5000여개를 받았다. 만우절(4월 1일)에는 넥슨 게임 캐릭터들이 회사로 출근하는 이미지와 택시

기업 SNS서 친근한 콘텐츠로 화제
회의 없이 재밌으면 즉흥적으로 제작
SNS, 개발자와 유저간 긍정적 스킨십
유튜브 본격 공략위한 콘텐츠 만들 것

기사가 넥슨을 넥센으로 착각해 회사에 지적하게 됐다는 설정 영상이 화제가 되기도 했다. ‘꿈의 회사’, ‘넥슨에 취업하고 싶다’는 호평 위주의 댓글이 대다수다.

이 같이 의도된 ‘B급 감성’ 영상으로 넥슨의 페이스북은 약 58만여명이 팔로워를 할 정도로 컬트적 인기를 끌어 모으고 있다.

지난 9일 넥슨 경기 성남시 판교 사옥에서 만난 조금래 PD는 “기업이 소셜네트워크서비스를 운영하는 이유는 기업의 제품을 연상하거나 떠올리게 하는 것이 목적”이라며 “게임 회사의 본질은 ‘재미’이기 때문에 자연스럽게 유머를 콘셉트로 해서 튀고 독특한 콘텐츠를 만들었다”



오성규(왼쪽)·조금래 넥슨 홍보실 프로듀서(PD)가 인터뷰 후 포즈를 취하고 있다.

/넥슨

고 말했다.

2013년에 넥슨에 입사한 조금래 PD는 애초 영상·사운드팀에 있다가 홍보팀과의 인연으로 SNS 바이럴 콘텐츠 기획과 제작을 담당하게 됐다. 바이럴 콘텐츠는 지면이나 이미지보다는 영상이 잘 먹힌다. 혼자 고군분투 하다 지난해 오성규 PD가 합류한 이후 촬영이 훨씬 수월해졌다.

진성 ‘게이머’들이라 팀워크도 잘 맞는다. 성격상 중고등학교 때부터 남앞에서서 길 좋아했다는 조금래 PD가 연기를 하면, 오성규 PD가 컴퓨터그래픽(CG)으로 합성을 해 B급 감성 특유의 코드를 만든다.

오성규 PD는 “아이디어 회의는 따로 하지 않지만 즉석에서 재미있는 아이디어가 떠오르면 즉흥적으로 만든다”며 “트렌드에 민감한 SNS 특성 상 시기를 맞춰 빠르게 제작하는 것을 목표”라고 말했다.

페이스북에서 시작해 최근에는 유튜브와 게임방송 플랫폼 트위치까지 손을 뻗었다. 담당하는 채널은 페이스북·트위터·카카오채널·유튜브·트위치 등 총 5개에 달한다. 하나의 콘텐츠로 목적에 맞게 플랫폼 별로 가공해 쓸 수 있는 도구가 많아졌다.

최근에는 유튜브에 대한 고민이 크다.

페이스북은 대략적이라도 유저들에게 어떤 반응이 올지 감이 생겼지만, 유튜브는 반응 예측이 어렵기 때문이다.

조금래 PD는 “유튜브가 급격하게 성장해 최근 캐주얼 게임의 주요 타깃층인 10대들에게 영향력이 커졌다”며 “트위치에서 게임 방송을 하면서 유튜브에 활용할 수 있는 영상을 만들어 지속적인 콘텐츠 공급체계를 만드는 것이 올 상반기 목표”라고 귀띔했다.

이러한 고민 끝에 최근 넥슨의 개척형 오픈월드 다중접속역할수행게임(MMO RPG) ‘듀랑고’의 괴식을 직접 만들어 개발자들에게 시식을 하게 한 영상은 유튜브 조회수 20만명을 기록하기도 했다.

기업 입장에서는 비용이 저렴한 기발한 바이럴 마케팅으로 유저들을 끌어 모으고 이미지 개선 효과도 있어 일석이조다. 특히 넥슨 페이스북 팔로워는 대부분 게임을 좋아하는 코어 유저 집단이기 때문에 광고 집행에도 효율성이 높다.

조 PD는 “게임에 대한 부정적인 피드백도 많은데 SNS 영상을 통해 개발자와 유저가 스킨십 하면서 인식을 긍정적으로 변화시키는 것이 중요하다”며 “특히 게임 이용이 뜸해거나 떠난 유저들도 추억의 게임이 담긴 콘텐츠를 보고 다시 돌아온 분도 많다. 추억이 가장 바이럴 마케팅이 잘 되는 셈”이라고 강조했다.

/김나인 기자 silkni@

삼성전자 기업용 복합기 ‘MX4-R’

삼성전자가 기업용 디지털 복합기 멀티익스프레스 4 리노베이션(MX4-R·사진) 시리즈를 출시한다고 16일 밝혔다.

삼성 MX4-R은 2014년 복합기에 안드로이드 OS를 탑재해 주목 받은 멀티익스프레스 시리즈에 디자인과 사용 편의성을 더 높인 제품이다.

이 제품은 화이트 컬러로 어떠한 사무 공간에도 자연스럽게 잘 어울릴 뿐만 아니라 급지함 손잡이가 측면부에 위치해 세련된 디자인을 갖췄다.

/안병도 기자 catchrod@



KT “LTE유심 가입부터 개통까지 5분”

‘바로개통유심 서비스’ 출시

KT가 LTE 유심 개통 신청부터 완료까지 5분 내로 가능한 바로개통유심 서비스를 출시한다고 16일 밝혔다.

온라인(KT샵, 지마켓, 옥션) 및 오프라인(인천공항 KT로밍센터, M&S 매장) 매장에서 바로개통유심 패키지를 구매한 고객은 바로개통이 가능하다. 온라인 KT샵을 통해 ‘본인확인→유심 정보입력→번호 및 요금제 선택’의 3단계만으로 상담원 연결 없이 5분 이내로 LTE 유심을 개통할 수 있다.

마이 케이티 앱(고객센터앱) 최신버전을 이용하면 신용카드와 유심정보를 사진인식 기술을 통해 쉽게 입력 가능하다.



고객이 원하는 경우 25% 요금할인도 쉽게 신청할 수 있다.

KT샵은 디지털 트랜스포메이션의 일환으로 KT샵 내 직영온라인을 통한 신규 혹은 기기변경 신청 시 상담사와의 통화 없이 원하는 시간에 개통 가능한 바로개통 서비스를 출시한 바 있다. /안병도 기자

제55차 초보자를 위한 부동산 경매교육

400,000원 →
60,000원 (85% 할인)

- (평일반) 2018년 8월 22일~9월 13일
매주 수, 목요일 오후 7시30분~9시30분 / 총8강
- (주말반) 2018년 8월 25일~9월 15일
매주 토요일 오전 10시30분~오후 4시30분 / 총8강
- 현장교육 (별도옵션) : 300,000 → 130,000원
9월 2일(일), 9월 9일(일), 9월 11일(화)

김대영선생님

※ 사전 수강 신청 필수 - 홈페이지 참조
www.leadersauction.com

교육문의 02) 521-9111 (강남역 5번출구)