

코로나에 밀린 '신상폰 씽큐' 공개... LG, MWC 불참

〈'V60 씽큐', 'G9 씽큐'〉

'MWC' 기업 취소·축소 이어져 LG, 비용 감수하고 첫 불참 결정 삼성·KT도 검토하며 예의주시 전시회 자체가 무산될 가능성도 반도체행사 세미콘코리아 취소 '韓 혁신산업 대전' 무기한 연기



LG전자가 지난해 'MWC 2019'에서 전시장을 꾸민 모습.

LG전자

중국 우한에서 발생한 신종 코로나바이러스 감염증 확산 공포에 국제적인 정보기술(IT) 주요 행사가 줄줄이 차질을 빚고 있다. 전 세계적으로 사람이 많이 몰리는 행사 특성상 감염자가 발생할 수 있다는 우려 때문이다. 특히 모바일 업계에서 1년 중 가장 큰 행사인 '모바일월드콩그레스(MWC) 2020' 전시회 국내 기업들이 전시 참가를 취소하거나 축소하는 사례가 늘고 있다. 전시회 자체가 취소될 가능성도 배제될 수 없다.

5일 IT업계에 따르면 LG전자는 최근 신종 코로나 바이러스가 확산됨에 따라 임직원들의 안전을 위해 'MWC 2020' 전시 참가를 전격 취소한다고 밝혔다. 고객과 임직원의 안전을 우선 고려한 것으로, MWC에 참가하는 국내 기업 중 처음으로 취소를 결정했다.

오는 24일(현지시간)부터 나흘간 스페인 바르셀로나에서 열리는 MWC는 세계 3대 정보통신기술(ICT) 박람회로 꼽힌다. 다양한 업체가 참여해 첨단 스마트폰 제품과 통신 기술을 선보인다. 지난해에는 198개국, 2400개 기업이 참

관했다.

LG전자는 이번 MWC에서 신제품 스마트폰 'V60 씽큐'와 'G9 씽큐'를 발표할 예정이었지만, 날짜를 미뤄 추후 신제품 공개행사를 가진다는 계획이다. 미리 계약된 MWC 전시장 사용료, 숙소·항공비 등을 취소할 경우 비용 부담이 있지만, LG전자는 이를 감수하기로 했다.

LG전자 관계자는 "신종 코로나 바이러스 확산 동향을 감안해 안전 여부를 판단한 후 신제품 공개행사를 가질 계획"이라고 밝혔다. 전시에는 참가하지 않지만 글로벌 이동통신 사업자와 사전에 약속했던 미팅은 별도로 진행한다.

SK텔레콤은 당초 계획했던 박정호 대표 기자간담회와 매년 진행해 온 출장 기자단 운영 계획을 취소했다. 참여

부스 규모와 인력도 최소로 구성했다. 박정호 대표의 MWC 참관이나 전시관 운영은 변경사항 없이 진행할 예정이지만, 추후 상황을 지켜본다는 방침이다.

세계적으로 신종 코로나 바이러스가 확산되면서 유럽 대륙에서도 감염증 확산자가 생겨 MWC에 대한 우려도 높아지고 있다. 특히 MWC에는 신종 코로나 바이러스 발원국인 중국 기업과 관람객이 대거 참가할 것으로 예상돼 우려가 깊어지고 있다. MWC의 최대 스폰서 중 하나로는 중국 기업 화웨이를 꼽을 수 있으며, 화웨이뿐 아니라 샤오미, ZTE 등 중국 기업들이 MWC 핵심 전시관인 '피라 그라비아'의 상당부분을 차지하며 참관한다.

매년 MWC 추이를 지켜볼 때 올해 MWC에도 관람객이 10만명 이상 몰리

고, 중국인 관람객은 3만~4만명을 차지할 것으로 예상된다. 특히 모바일 콩그레스의 특성 상 참가자들이 IT 기기를 만지거나 체험하는 전시가 주를 이뤄 참관자 중 감염자가 있을 경우 접촉으로 인해 감염 전파 우려가 제기된다.

이에 현재까지 참가 취소를 밝힌 곳은 LG전자뿐이지만, 삼성전자, 기아자동차, SK텔레콤 등 다른 업체들도 행사 취소나 출장단 규모 축소를 고려하고 있다.

기아자동차는 현재 출장 기자단 일정을 취소했고, 향후 행사 일정 취소 등을 검토하고 있는 것으로 나타났다. 기아차 관계자는 "출장 기자단 일정은 취소한 상태고, 행사 일정은 아직 검토하고 있다"고 말했다.

삼성전자와 KT 또한 현재 상황을 예의주시하고 있으며, 관련 내용을 살펴보고 있다. LG유플러스는 작년에 이어 하현희 부회장이 MWC에 참석할지 여부를 논의하고 있다고 알렸다.

MWC 주최측인 세계이동통신사업자협회(GSMA)는 4일(현지시간) 홈페이지를 통해 "신종 코로나가 MWC에 미치는 영향을 지속적으로 모니터링한 결과, 현재까지는 영향이 미미하다고 확인했다"며 "신종 바이러스 확산을 완화하기 위해 많은 조치를 시행했으며, 행사를 계획대로 진행할 것"이라고 밝혔다.

MWC 측의 대처와 반대로 신종 코로나 바이러스 감염 확산 방지를 위해 취소되거나 관람객 없이 진행되는 IT 행사가 이어지고 있다. 대만은 당초 6~9

일(현지시간) 타이베이 세계무역센터 전시장에서 열릴 예정이었던 '2020 타이베이게임쇼(TGS)'를 여름으로 연기했다. 주최 측인 대만컴퓨터협회는 참가사에 보낸 공문을 통해 "신종 코로나 바이러스 확산 때문에 행사를 올 여름으로 연기할 것"이라고 밝혔다. 타이베이 게임쇼는 대만에서 가장 큰 규모로 열리는 게임 전시회다. 라이엇게임즈가 개막하는 e스포츠 대회인 '2020 우리는 행 LoL 챔피언스 코리아'(LCK)도 무관중 경기로 진행될 예정이다.

5일부터 7일까지 진행될 예정이었던 반도체 관련 국내 최대 컨퍼런스인 '세미콘코리아 2020'도 취소됐다. 세미콘코리아는 국제반도체장비재료협회(SEMI)가 주최하는 행사로 매년 500개 이상의 기업이 참가하고, 2000개 이상의 부스가 열리는 상반기 최대 규모의 반도체 행사다.

산업통상자원부, 과학기술정보통신부가 주무부처고, 한국전자정보통신산업진흥회, KOTRA 등 6개 기관이 공동 주관하는 '2020 대한민국 혁신산업 대전' 행사도 무기한 연기됐다. 이 행사는 당초 혁신기업 80여개사가 참가해 '한국판 CES'로 불리며 오는 17일부터 19일까지 서울 삼성동 코엑스에서 열릴 예정이었지만, 국민안전을 고려해 전시회 개최를 연기하기로 했다.

IT업계 관계자는 "신종 코로나에 대한 공포감으로 당분간 행사 취소 사례가 도미노처럼 나타날 것"이라고 전망했다. /김나인·구서윤 기자 silkni@metroseoul.co.kr

“불편해도 감수해야죠”... 판매원도 손님도 마스크

리포 | 신종 코로나 비상... 의식업 현장 가보니

“(마스크를 착용하면) 근무할 때 답답하고 숨이 막혀 불편하긴 하지만 예방이 더 중요하니까 써야죠.”

5일 이른 오후 방문한 한 커피전문점 매장 직원은 마스크를 벗지 않은 채 기자의 질문에 답했다. 신종 코로나 바이러스 확산에 따라 의식업 현장에서도 예방 총력전이 펼쳐지고 있다. 프랜차이즈 본사들이 매장 내 마스크 착용·손소독제 비치 지침을 내린 후 일주일여 지난 현장은 대부분 이를 준수하고 있었다.

이날 찾은 서울 종로구의 한 스타벅스 매장은 마스크를 쓰고 주문하는 고객들이 줄을 이었다. 매장 직원들 또한 모두 마스크를 쓰고 주문을 받고 음료를 제조하며 분주히 움직였다.

용산구 일대 오피스 상권에 위치한 프랜차이즈 매장들은 평소와 비슷한 수준으로 고객들이 방문했다. 음료를 주문해 가지고 나가는 고객들이 대부분일 것이라는 예상과는 달리 주문 후 매장 내에서 취식하는 고객도 많았다.

의식업 현장에서 근무하는 직원들은 마스크를 착용하는 것이 불편하지만 안전을 위해 올바른 조치라는 반응이다.

한 커피전문점에서 근무 중인 직원은 “마스크를 쓰고 있다 보니 고객 응대 시 평소보다 목소리를 크게 내야해 힘들

다”면서도 “신종 코로나 확산 방지를 위해 마스크를 쓰고 고객을 응대하는 것은 좋은 조치라고 본다”고 말했다.

종로구 일대의 스타벅스 매장 5곳도 직원 모두가 마스크를 쓰고 있었다. 매장 내에는 폼핑형 손 소독제가 비치되어 음료를 받아가는 고객들이 수시로 이용할 수 있도록 한 모습이 눈에 띄었다.

투썸플레이스, 할리스커피, 엔제리너스 등 커피 프랜차이즈 매장들 10여 곳도 매장 직원들이 모두 마스크를 착용하고 있었다. 엔제리너스 매장은 손 소독제와 함께 코로나 바이러스 예방 수칙 홍보물을 게시해 고객들이 볼 수 있게끔 했다.

맥도날드, KFC 등 패스트푸드점 또한 고객을 직접 응대하는 직원 외 주방 근무 직원까지 마스크를 착용한 상태였다.

반면 용산구에 있는 한 개인 음식점 직원들은 모두 마스크를 착용하고 있었다. 이 음식점 매니저는 “개인 업장이지만 마스크를 지원해 줘 근무 시 항상 착용하고 있다”며 “마스크를 쓰지 않고 일하는 것보다 훨씬 안심된다”고 말했다.

소비자들은 코로나 바이러스에 대한 불안감이 사그라지지 않는 상황에서 프랜차이즈 본사가 나서 예방 조치를 시행하는 것에 대해 긍정적인 반응을 보였다.



서울 종로구의 한 스타벅스 매장. 직원들이 모두 마스크를 착용하고 있다.

/김민지 기자

다만 개인이 운영하는 소규모 커피숍이나 음식점의 경우 사정이 엇갈렸다. 종로구의 한 개인 커피숍은 직원 모두가 마스크를 쓰고 있지 않았고, 화장실에서도 비누나 소독제를 찾아볼 수 없었다.

이날 종로구 스타벅스 매장에서 만난 고객 변 모 씨(29)는 “작업하러 카페를 많이 가는 편인데 대부분 프랜차이즈 매장에서는 직원들이 마스크를 착용하고 있었다”며 “마스크 때문에 의사소통에 문제가 있다거나 하는 불편함은 생각보다 적었고 서비스직이 보통 사람들보다 감염과 접촉 위험에 노출돼 있다고 생각하는데 이런 점을 생각해보면 직원들도 마스크를 착용하는 편이 나을 것 같다”고 했다.

인근 맥도날드 매장에서 만난 고객 김 모 씨(31)도 “본사에서 매장 전 직원들의 마스크 착용을 의무화하는 것은 코로나 바이러스가 걱정인 고객은 그나마 믿고 외식할 수 있는 조치라 생각한다”고 말했다. /김민지 기자 kmj@

회복되나 싶더니 항공업계 ‘직격탄’

항공업계가 사스·메르스에 이은 ‘코로나 리스크’에 흔들리는 모양새다. 최근 들어 중국 노선의 회복세가 엇보였지만 그조차 무용지물이 됐다.

국내에서 20명 가까이 신종 코로나 바이러스 감염증 확진자가 나오면서 항공업계에도 긴장감이 고조된다. 최근 들어 일본 대신 중국 관광객의 회복세로 수익성을 개선하려던 항공사들의 계획은 무의미해졌다. 중국뿐 아니라 홍콩 등 중화권을 대상으로 하는 노선 전체에 대한 비운항이 검토되고 있기 때문이다. ‘코로나 사태’가 장기화될 경우 과거 사스·메르스 사태가 반복될 수 있다는 우려가 제기된다.

사스, 9개월만에 수요 회복 전환
코로나 장기화 추세에 업계 촉각

이번 ‘신종 코로나 바이러스 사태’는 2003년 사스·2015년 메르스 때와 비견된다. 2002년 11월 이후 사스로 인해 급감했던 중국인 관광객 수는 약 9개월만에 전년 동기 대비 증가세로 돌아섰으며, 2015년 5월 당시에는 약 4개월만에 메르스 이전 수준을 회복했다. 2015년 5월 기준 61만 8083명이었던 중국인 입국자 수는 6월 31만 5095명으로 49% 급감했다. 이번 ‘코로나 사태’가 장기화될 경우 항공업계에 미치는 영향은 치명적일 것으로 전망된다. /김수지 기자 sjkim2935@