

대형항공-LCC, 서로 벤치마킹... 가격·서비스 역전도

변화하는 항공업계

(中) 허물어지는 경계

대형항공사, 일등석 없애거나 줄여
비즈니스 스위트 도입해 수익 개선

LCC, 중거리까지 하늘길 넓혀
넓은 좌석·무료 기내식 등 운영



대한항공 보잉787-9 여객기.



제주항공 항공기.

생존마저 위협받는 '비상상황' 앞에 FSC-LCC 모두 진영을 가리지 않고 시장 공략에 나서며 그 경계가 허물어지고 있다.

내국인의 출국 규모 등 전체 수요마저 둔화되는 환경 속에서 지난해 보이콧 재팬·보잉 이슈 등까지 겹치며 국내 항공업계는 최악의 시기를 맞았다. 이미 지난해 대한항공을 제외한 대부분의 항공사들은 적자전환을 면치 못했다. 결국 항공사들은 치열한 경쟁 속에서 살아남기 위해 다양한 생존 전략을 펼치고 나섰다. 이에 FSC와 LCC 간 명확했던 경계는 점차 흐려지는 모습이다.

24일 업계에 따르면 국적 항공사 대부분이 지난해 적자전환했다. 국내 최

대 LCC인 제주항공도 결국 적자를 면치 못했다. 제주항공은 지난해 연간 기준 매출 1조3840억원, 영업손실 -329억원을 기록해 적자전환했다. 이는 전년 대비 영업이익이 1341억원 줄어든 수치다.

반면, 대한항공은 유일하게 흑자 기조를 유지하는 데 성공했다. 대한항공은 지난해 매출 12조3000억원, 영업이익 2909억원을 기록했다. 그러나 이는 영업이익이 전년 대비 56.4% 감소한 수치로, 어려운 업황의 영향을 피하지는 못했다.

항공업계가 지난해 적자전환한 배경으로는 보이콧 재팬·보잉 이슈 등 대외 변수가 꼽힌다. 지난해 7월 이후 본격화된 일본 관련 제품·여행 등에 대한 보이

콧 움직임은 항공업계 전체에 큰 타격을 입혔다. 실제 일본으로 출국한 한국인은 지난해 12월 기준 24만8000명으로 전년 동기 대비 63.6% 줄었다. 이와 함께 보잉 737맥스의 도입까지 중단돼 저비용항공사들은 단거리 일본 노선 운항 중단에 중거리 지역 취항도 잠정중단하면서 타격이 커졌다.

생존마저 어려워지자 FSC와 LCC는 각각 대형항공사·저비용항공사로서 전통적인 전략에 유념하지 않고 시장 공략에 나섰다. 대형항공사는 고급서비스 전략을 버리고 LCC의 전략을 따라가는 모습이다.

대한항공은 지난해 6월부터 일등석

노선을 축소해 운영하고 있다. 아시아나항공은 지난해 9월부터 일등석을 없애는 대신 저렴한 비즈니스 스위트 좌석을 도입해 운영 중이며, LCC의 주전략인 앞줄·비상구 좌석 등 선호 좌석의 유상 판매를 실시하고 있다.

저비용항사는 기존 단거리 위주에서 중거리까지 운항 범위를 넓혀가고 있다. 올해 티웨이항공은 중형항공기 도입을 통해 호주·중앙아시아·하와이 등 중거리 지역으로 확장하겠다는 계획도 밝혔다. 또한 에어서울 등 일부는 이미 단거리 주력 기종을 조정해, 캄보디아 씨엠랩 등 중거리 지역에 취항하고 있다.

이밖에 기존 특성인 '모노클래스' 대

신 좌석을 구분해 운영하는 LCC도 있다. 제주항공의 '뉴 클래스'가 대표적이다. 제주항공은 넓은 좌석·무료 기내식 등을 바탕으로 고급화 전략을 내세웠다. 대부분 LCC는 전체 좌석 등급을 동일하게 운영하는 '모노 클래스' 방식을 택한다. 그러나 업황이 어려워지자 수익성 개선을 위해 FSC의 주 전략인 '고급화'도 서슴치 않은 것이다.

허희영 한국항공대 교수는 "LCC는 기내식·물 등의 제공이 없는 '노 프릴 서비스'다. 이밖에 중단거리 노선만 취항하는 등 그런 특징이 있어 초기에 (FSC와) 구분이 명확했다"며 "그런데 최근 FSC는 단거리 시장을 뺐고, LCC는 단거리가 레드오션이 형성됐다"고 설명했다. 이어 "그래서 FSC는 이에 대한 방어로 가격을 낮추고 LCC는 좌석을 구분 등을 하기 시작했다"고 말했다.

이어 "사실 제주항공과 대한항공을 비교하면 경우에 따라 값이 차이가 안 난다. 왜냐하면 대한항공의 일반석과 제주항공의 프리미엄 좌석 비용은 오히려 제주항공이 더 비싸다"며 "그런데 이런 현상이 우리나라뿐 아니라 유럽을 비롯해 전세계적으로 서서히 나타나고 있다"고 밝혔다. /김수지 기자 sjkim2335@metroseoul.co.kr

한진 직원, '한진칼 주식 10주 사기' 나서

사내 게시판에 매수 독려 글 올라와
"IMF때처럼 주식 매수해 보탬 되자"

한진그룹 경영권을 둘러싼 다툼이 이어지는 가운데 한진그룹 직원들이 '한진칼 주식 10주 사기 운동'에 나섰다.

24일 세계에 따르면 최근 대한항공 사내 익명게시판 '소통광장'에 '나도주주다'라는 작성자가 "한진칼 주식 10주 사기 운동 제안합니다"라는 제목의 글을 올렸다.

이 작성자는 "조원태 회장의 한진칼 우호지분과 3자 연합의 지분 비율이 38.26% 대 37.08%"라며 "적당히 차익이나 챙겨서 엑시트(투자금 회수)하려는 투기꾼인 줄 알았는데 이제 보니 그런 정도가 아니다"라고 우려했다.

작성자는 "오로지 차익 실현이 목적인 투기 세력, 유류 자금 활용처를 찾던 건설사, 상속세도 못 낼 형편이었던 전 임원. 이들의 공통분모는 그저 돈, 돈일

뿐"이라며 "이런 사고방식을 가진 이들이 회사에 오면 돈이 된다면 사람 자르고 투자 줄이고 미래 준비고 뭐고 없을 것"이라고 비판했다. 이어 "우리 직원들도 한진칼 주식을 단 10주씩이라도 사서 보탬이 되자"며 "우리 국민이 IMF 당시에 금 모으기 운동으로 나라 구하기에 동참했던 것처럼 우리도 한번 해보자"고 제안했다.

이에 직원들도 적극 공감하며 한진칼 주식 사기 운동에 동참하겠다는 댓글을 달고 있다.

한 직원은 "철학도 명분도 없는 그들에게 회사가 넘어갈 수도 있다고 생각하니 눈앞이 아찔하다"며 동참의사를 밝혔고, 또 다른 직원도 "돈벌이에 혈안이 된 투기 아합세력이 우리의 터전을 뒤흔들려는 작태를 눈 뜨고 당할 수는 없다"며 공감했다.

이미 한진그룹 내부 분위기는 조원태 회장 지지로 기울고 있다. 여기에는 '땅

콩회향'으로 그룹 이미지를 실추시킨 조현아 전 대한항공 부사장에 대한 반감도 한 몫하고 있다. 앞서 지난 14일 대한항공 노조는 "3자 동맹은 허울 좋은 허수아비 전문경영인을 내세우고 자기들 마음대로 회사를 부실하게 만들고 직원들을 거리로 내몰고 자기들의 배만 채우려는 투기 자본과 아직 자숙하며 깊이 반성해야 마땅한 조 전 부사장의 탐욕의 결합일 뿐"이라고 비난하는 성명을 냈다.

이어 지난 17일 대한항공 노조와 한진 노조, 한국공항공 노조 등 한진그룹 노조 3곳도 공동 입장문을 내고 3자 연합을 비난하며 조 회장에 대한 지지 의사를 밝혔고, 지난 21일에는 한진그룹 내에서 상무 이상의 임원을 지내고 퇴직한 500여명으로 구성된 전직임원회도 "조원태 회장을 중심으로 한 현재의 전문경영진을 전폭적으로 신뢰하고 지지한다"는 성명을 냈다. /김수지 기자

코로나19 여파없다... '갤Z플립' 완판 행진

美·유럽·중동 등서 품질
미션 8분 만에 물량 소진

'코로나19'로 소비 심리가 위축되고 있는 가운데 삼성전자의 새로운 폴더블 스마트폰 '갤럭시Z플립'이 조용히 순항하고 있다. 디자인과 사용성에 대해 국내외 호평이 이어지고, 한정판으로 나온 제품은 웃돈을 얹어 거래되고 있다.

24일 업계에 따르면 갤럭시Z플립은 미국, 스페인, 싱가포르, 프랑스, 아랍에미리트, 인도 등 출시 국가에서 완전 판매 행진을 이어가고 있다. 미국에서는 갤럭시Z플립 판매가 시작된 당일 오전 삼성전자 미국 웹사이트에서 자급제 모델이 품절됐고, 싱가포르 온라인 스토어에서는 1시간 만에 초도물량이 다 팔렸다.

지난 21일 중국에서 우수 고객 전용 온라인 커뮤니티에서 진행된 갤럭시Z플립 선착순 판매에서는 행사 시작 8분 만에 준비된 물량이 소진되기도 했다. 출고가 165만원으로 기존 출시된 폴더블 폰 대비 가격이 저렴하고 디자인과 사용감이 높다는 게 소비자를 이끌고 있다는 분석이다.

국내 삼성전자 홈페이지에서도 자급제 모델 판매를 시작한 지난 14일 조기에 소진됐고, 물량을 적게 배정받은 일부 판매점에서도 갤럭시Z플립이 판매 30분 만에 완판되는 현상이 벌어졌다.

미국의 명품 패션 브랜드 톰브라운과 협업해 한정판으로 출시한 '갤럭시Z플립 톰브라운 에디션'은 제품이 한정된 만큼 품귀현상이 벌어졌다. 지난 20일 진행된 온라인 판매에는 구매하려는 사람이 대거 몰리며 2시간 여 만에 전량 소진됐다. 구매자들의 접속 폭주로 홈페이지 접속 오류가 발생해 구입하지



갤럭시Z플립의 화면을 접은 모습. /구서윤 기자

못한 사람들의 불만이 이어지면서 삼성전자는 추가 판매를 진행한다고 밝혔다. 시기는 미정이다.

소수만 구매에 성공하면서 온라인 중고거래 사이트에 웃돈을 얹어 되파는 현상도 나타나고 있다. 출고가가 297만 원이지만 300만원, 400만원 대에 판매한다는 게시글이 다수 올라와 있는 상태다. 300만원 대에 구매를 원하는 사람도 종종 보인다.

지난해 9월 출시된 삼성전자의 첫 폴더블폰 '갤럭시 폴드' 출시 당시에도 출고가가 239만8000원보다 높은 가격으로 중고거래가 이뤄진 바 있다.

한편 코로나 확진자가 확산하면서 국내 사업장 폐쇄가 변수로 떠오르기도 했다. 삼성전자 구미사업장 직원이 22일 코로나19 확진 판정을 받아 전 사업장이 일시 폐쇄됐고 24일 오후부터 재가동에 들어간다. 이곳은 삼성전자가 국내 공급용 폴더블폰을 주로 생산하는 곳이다. /구서윤 기자 yuni2514@

"겨울왕국2' VOD 보고 디즈니랜드 떠나요"

LGU+ VOD 출시 기념 프로모션

LG유플러스는 인터넷TV(IPTV) 서비스인 'U+tv'에서 디즈니 애니메이션 '겨울왕국 2' 주원형비디오(VOD) 콘텐츠를 출시하고, 이를 기념해 온·오프라인 프로모션을 진행한다고 24일 밝혔다.

LG유플러스는 지난 11일부터 U+tv를 통해 '겨울왕국 2' VOD 콘텐츠를 제공하기 시작했다. 20일까지 약 10일간 누적 이용건수가 5만9000건을 돌파했다.

LG유플러스는 U+tv내 '겨울왕국 2' VOD 론칭을 기념해 다양한 온·오프라인 프로모션을 진행한다. 우선 28일까지 VOD를 구매한 이용자를 대상으로 추첨을 통해 35만원 상당의 대형 아렌텔 캐슬 플레이세트(15명), 60cm 크기의 대형 올라프 인형(400명)을 증정한다.

이와는 별개로 내달 25일까지 VOD 구매 고객 중 1명을 추첨해 4인 가족 미국 캘리포니아 디즈니랜드 여행 상품권을 증정하는 이벤트를 연다. 선정된 고



어린이 방문객이 U+tv 아이들나라 체험관에 마련된 '겨울왕국 2' 포토존에서 사진을 찍고 있다. /LG유플러스

객은 5박 7일 동안 항공권, 숙박시설, 교통편, 식사, 디즈니랜드 투어를 무료로 이용할 수 있다. /김나인 기자 silkni@