

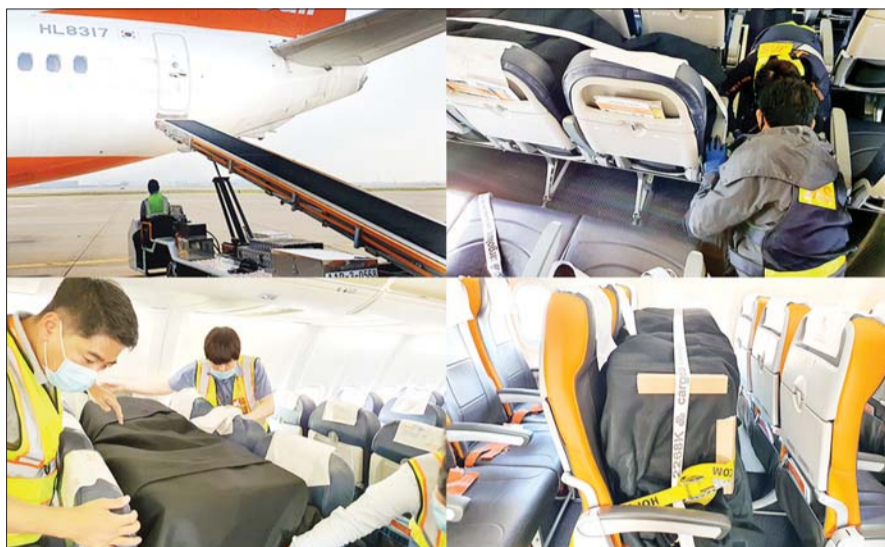
#유상증자 #화물 #中노선... 항공사 '눈물의 생존법'

자금 마련 위해 유상증자 분주
LCC 모회사들 잇따라 출자 나서
여객기는 좌석 떼고 화물 수송
중국 하늘길 열고 수익성 제고

항공업계가 신종코로나바이러스(코로나19) 사태 속에서 각각각색의 방법으로 위기 극복에 나섰다.

22일 업계에 따르면 항공사들은 올해 들어 확산한 코로나19로 인해 여전히 경영난을 겪고 있다. 지난 2분기에는 대한항공과 아시아나항공을 제외하고, 전 항공사가 적자를 면치 못했다. 여전히 대부분 국제선 노선은 운항을 잠정 중단한 상태인 가운데, 항공 수요도 언제 반등할지 알 수 없어 항공사들은 다양한 자구책 마련이 절실한 상황이다.

실제 국토교통부 항공포털에 따르면 코로나19 확산 이후 항공 수요는 대폭 줄었다. 올 상반기 국적사를 이용한 여객 수는 1947만4988명으로 전년(4743만6740명) 대비 약 59%가량 감소했다. 특히 항공사 수익의 대부분을 차



제주항공 여객기 객실 내 화물 탑재 시연 모습.

지하는 국제선 여객 수는 올 상반기 878만388명으로, 전년(3124만4285명) 대비 약 72% 줄며 큰 타격을 입었다. 대한항공과 아시아나항공을 제외하고, 항공사별 상반기 연결기준 영업손실은 ▲제주항공 1511억원 ▲진에어 909억원 ▲티웨이항공 709억원 ▲에어부산 899억원 등이다.

항공사들의 위기 극복 방안은 크게

유상증자, 화물 운송 확대, 중국 노선 취항 등 3가지로 구분된다. 먼저, 최근 들어 항공사들은 자금 마련을 위한 유상증자를 활발히 진행 중이다. 진에어는 지난 8월 이사회를 열고 총 1092억원의 유상증자를 결의해, 이날 신주 발행 가격을 7000원으로 확정했다.

에어부산도 지난달 28일 891억원 규모의 유상증자 계획을 공시했으며, 티

웨이항공도 당초 720억원에서 1차 발행 가격 확정 이후 668억 2500만원으로 유상증자 규모를 정정했다.

이 같은 항공사들의 유상증자에 모회사들의 참여도 잇따르고 있다. 진에어는 자사의 유상증자에 한진칼이 516억원을 출자해 유상증자에 참여한다고 이날 공시했다. 또한 에어부산의 유상증자에도 모회사인 아시아나항공이 300억원을 출자하기로 했으며, 티웨이홀딩스도 300억원 규모의 BW(신주인수권부사채) 발행을 위해 지난 20일까지 진행한 청약에서 약 3441억원의 자금을 받아, 자회사티웨이항공의 유상증자에 참여할 준비를 마쳤다.

아울러 여객 운송을 할 수 없게 되자, 그나마 호조세인 화물 사업에 발을 뻗는 LCC(저비용항공사)도 생겨나고 있다. 전용 화물기를 보유하지 않아 화물 운송이 불가능했던 저비용항공사들은 국토교통부의 승인을 받아 최근 여객기 내 좌석을 떼고 화물만 실어나르고 있다.

제주항공은 이달 22일부터 국내 LCC 중 최초로 태국 방콕 노선에 화물을

탑재해 운송을 시작했으며, 추후 시장 상황에 따라 주변 국가로 기내 화물 운송을 확대해 나간다는 계획이다. 진에어도 오는 24일부터 인천-방콕 노선에 여객기를 개조한 화물 전용기 1대를 주 2회 일정으로 운항 개시한다. 인천-칭다오 노선도 오는 27일부터 주 3회 일정으로 운영될 예정이다. 티웨이항공은 이달 말 내지 다음 달 초 189석 규모의 B737 여객기 객실 전장 선반과 좌석 위에 소형가전, 의류 원단, 액세서리류 등을 싣고 태국과 베트남 등으로 수송할 계획이다.

한편 국제선 가운데 중국 노선에 취항하며 수익성을 제고하고자 하는 움직임도 나타나고 있다. 에어서울은 지난 8월 중국 옌타이 노선을 시작으로, 이달 20일부터 인천-칭다오 노선에 주 1회 일정으로 신규 취항해 운항 중이다. 또한 제주항공은 지난 21일부터 인천-하얼빈 노선을 약 8개월 만에 운항 재개했으며, 에어부산도 지난 15일부터 부산-칭다오 노선을 다시 운항 중이다.

/김수지 기자 sjkim2935@metroseoul.co.kr



삼성 QLED 8K TV로 미술대회 작품 심사

삼성생명 미술대회 후원 미술대학의 한 심사위원이 21일 서울 서초동에 위치한 삼성생명 컨퍼런스룸에서 삼성 QLED 8K TV를 활용해 삼성생명 주최하는 '제 40회 청소년 미술대회' 예선 작품을 심사하고 있다.

/삼성전자

한화큐셀 “태양광제품 온라인으로 만나세요”

디지털 마케팅 플랫폼 론칭

한화큐셀이 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 사태 속에서 온라인을 통한 언택트 마케팅에 나섰다.

한화큐셀은 지난 21일 디지털 마케팅 플랫폼인 '큐셀 스마트 시티'를 론칭했다고 22일 밝혔다. 큐셀 스마트 시티는 3D 온라인 전시회와 쇼룸으로 구성된 가상 플랫폼으로, 자사 제품과 솔루션에 대한 정보와 체험을 제공한다.

한화큐셀은 그간 활발한 해외 마케팅으로 주요 시장을 공략해왔다. 특히 전시회, 쇼룸, 오프라인 교육 등을 통해 세계 최고 수준의 제품과 서비스에 대한 지식과 경험을 고객과 이해관계자들에게 전달했다.

그러나 코로나19의 여파로 다수 전시회가 취소되거나 참가가 어려워지면서 마케팅 기회가 제한됐다. 또, 오프라인 쇼룸은 시공간적 제약으로 현장 방문이 어려울 뿐만 아니라, 빠르게 변화하는 사업 양상을 충분히 담아내기에는 한계가 있었다.

한화큐셀은 이 같은 오프라인 마케팅의 단점을 보완하고, 언택트 마케팅 트렌드가 가속화되는 점에 착안해 큐셀 스마트 시티를 론칭했다.

큐셀 스마트 시티의 온라인 전시회에는 지역별 전시관이 구축될 예정이다. 미국을 시작으로, 유럽, 일본, 호주 등 지역 전시관을 추가로 구축하고, 지역 특성에 맞춰 달리 제공되는 제품과 서비스를 고객들에게 맞춤형으로 설명할 예정이다. 향후에는 지역 전시관에서 나아가, 온라인 공장 및 연구소 투어, 제품 및 기술 설명을 위한 웨비나(웹+세미나) 등의 추가 콘텐츠 제공을 구상하고 있다.

한화큐셀은 본 플랫폼을 통해 주요 시장 마케팅 효과를 극대화시킬 수 있을 것을 보고 있다. 오프라인 전시회를 온라인으로 대체할 경우 동일 기간 1.5배 이상의 방문객 수가 기대된다. 또, 전시회 기간 이후에도 상시 운영이 가능해, 상설 전시관 운영을 위한 별도 비용 없이 최대 5배의 방문객을 유치할 수 있을 것으로 내부적으로 예상하고 있다.

/김수지 기자

색상·재질 직접 고르는 'LG 오브제 컬렉션'

공간 조화 이룬 인테리어가전 론칭
예술가, 홈가든 등 콘셉트도 마련

LG 오브제가 돌아왔다. 가구 대신 공간 중심성을 극대화하고 디자인을 차별화해 시장 변화에 맞대응할 수 있게 됐다.

LG전자는 22일 온라인을 통해 'LG 오브제 컬렉션'을 처음 공개했다. 배우 유연석과 성유리가 함께 제품 소개를 맡았다.

오브제컬렉션은 2018년 론칭했던 오브제콘셉트를 공간 인테리어를 확대하는 브랜드로 확장한 것이다. 집안 어느 곳에서든 가전을 조화롭고 일체감 있게 디자인할 수 있도록 하는데 중점을 뒀다.

다양한 색상과 재질이 핵심이다. 페닉스와 스테인리스, 글라스와 메틀 등 재질과 색상을 정수기를 제외한 제품 전반에 조합할 수 있다. 냉장고의 경우 조합 숫자가 145개에 달한다.

현대글로벌비스, 현대重과 수소운반선 개발

공동개발 첫 사례... 협력 큰 의미

현대글로벌비스가 국내 조선사와 협력해 대형 액화수소운반선 개발에 첫 발을 내디뎠다. 수소운반선을 국적 선사와 조선사가 공동 개발하는 사례는 이번이 처음으로, 글로벌 수소 해상운송 시장 선점을 위해 국내 해운, 조선사가 협력 시스템을 가동했다는 데 큰 의미가 있다.

현대글로벌비스는 한국조선해양, 현대미포조선과 공동 개발한 2만㎡급 상업용 액화수소운반선의 기본 설계 도면이 세계 최초로 한국선급과 라이베리아 국으로부터 기본 인증(AIP)을 획득했



LG전자 오브제 컬렉션.

/LG전자

LG전자는 다양한 세대가 모두 만족할 수 있도록 다양한 노력을 기울였다. 우선 고객 조사를 통해 세대별로 선호하는 색상을 찾았다. 색채연구소 미국 팬톤컬러연구소와 오랜 협력도 진행했다.

제품 편의성도 한층 높였다. 예를 들어 광과오븐과 정수기, 식기세척기를 연동하면 광과오븐에서 선택한 레시피에 따라 정수기가 필요한 물을 설정해주고, 통닭이나 스테이크 등 세척이 어려

운 음식의 경우는 식기세척기가 자동으로 불림이나 스팀 등 모드를 제공한다.

인테리어 콘셉트에 따른 세트도 마련했다. LG베스트샵에서 ▲세련된 예술가의 공간에 어울리는 홈 아틀리에 패키지 ▲화사한 감성의 공간에 맞는 홈가든 패키지 ▲모던한 안경감의 패키지 등을 제안한다. 연말까지 구매 고객에 최대 200만원 상당 멤버십 포인트 추가 적립 행사도 제공한다.

/김재용 기자 juk@

대중공업그룹의 조선 기술과 현대글로벌비스가 보유한 역대 운항데이터, 수소 공급망 관리 플랫폼이 결합하면 큰 시너지를 낼 수 있다는 판단에서다.

현대글로벌비스는 선박관리 자회사인 지마린서비스와 함께 선박의 크기, 엔진 구동방식, 수소가스 처리방법 등 수소운반선의 안전에 영향을 미칠 수 있는 요소를 도출해 설계에 반영했다. 선박건조에 드는 투자 금액과 운영 비용 등을 종합적으로 계산해 경제성 검토도 실시했다.

현대글로벌비스는 향후 수소 해상운송 경쟁력을 확보한다는 전략이다. 이와 관련 현대글로벌비스는 지난달 유럽 대표 해운사인 '월.월.월.월.월'과 '해운환경 변화 공동대응 업무협약(MOU)'을 체결하기도 했다.

/양성운 기자 ysw@