

항공업계, 급한 불 껐지만... 3高에 연내 정상화 '시계제로'

고용유지지원 기간 90일 연장
고유가·고환율·고금리 발목에
中·日 등 해외노선 회복도 늦어
코로나 이전수준 정상화 역부족
LCC, 2분기에도 영업손실 지속

항공업계가 항공여객운송업, 여행업 등 7개 특별고용지원업종에 대해 유급고용유지지원금 지원 기간을 90일 연장 소식에 급한 불을 끈 모습이다. 하지만 항공업계에서는 코로나19 이전 수준으로 업황을 회복하기에는 역부족인 상황이라는 의견이 지배적이며, 대외적인 상황들이 항공업계 정상화를 더디게 만들고 있다.

고용유지지원금은 항공업계가 이제 꺾기 전환점을 하면서도 필수인력을 유지할 수 있는 기반이었다. 코로나19의 피해 업종인 항공사가 직원의 고용을 유지할 수 있도록 정부가 휴업, 휴직 상당 일부를 지원하는 제도로, 유급휴직 노동자에게는 평균 임금의 70% 상당의 휴업수당이 지원되는데 이 가운데 정부가 90%까지 지원하고 남은 10%를 기업이 부담하는 방식으로 지급해 왔다.

고용노동부는 "한국은 코로나19에

인천국제공항 제1터미널 내 한 이용객이 도착 정보가 담긴 전광판 앞을 지나고 있는 모습. /뉴스시

다른 항공 방역 규제를 최근 해제했지만, 주요 나라의 방역·비자 규제로 운항이 제한되고 있고 정상 가동을 위한 기간도 필요하다"며 지원 연장의 이유를 밝혔다.

이 같은 결정에 아시아나항공과 LCC(저가항공사) 업계는 다행스러워하는 분위기였지만 '3개월'이라는 연장 기간에 대해서는 아쉬운 눈치다. 대한민국 조종사 노동조합 연맹과 LCC 조종사 노동조합은 고용부 연장 소식이 전해지기 전인 21일 "고용유지지원금 최대 6개월 연장"을 요청해 온 바 있다.

항공업계는 코로나19 이전 분위기에 준하는 업황이 조성되려면 일러도 '내

년 초'라는 입장이다. 국내 방역 규제 완화와 지원이 확정됐음에도 중국과 일본 같은 주요 해외 노선이 현지 사정으로 인해 정상 궤도에 올라서지 못하고 있고, 고유가·고환율·고금리라는 '3고 난기류'에 항공업계는 유독 취약하기 때문이다. 게다가 원송이두창이 국내에도 등장하면서 감염병 위기경보는 '관심'에서 '주의'로 격상돼 긴장감이 고조되고 있다.

LCC 업계 관계자는 "3개월 뒤에 다시 고용유지지원금 연장 여부가 결정될 테지만 그때는 지원을 받지 않아도 될 정도로 항공 업황이 회복되길 바란다"면서도 "현재 증편 속도나 항공 수요 안

정화 추이를 보고 있으면 올해까지는 코로나19 이전 수준의 정상화는 힘들다"고 말했다.

LCC들의 영업손실은 2분기에도 이어질 전망이다. 1분기만 보더라도 ▲제주항공 789억원 ▲진에어 464억원 ▲에어부산 362억 ▲티웨이항공 390억원으로 영업손실액이 크다. 이번 지원 결정으로 무급휴직으로 전환하는 위기는 넘겼지만 아직까지 FSC(대형항공사)와 같은 흑자전환은 먼 이야기다. 결국 "3개월 뒤가 또 걱정"이라는 말이 나올 수밖에 없는 이유다.

항공업계 관계자는 "국제선 이용 수요가 지속적으로 늘어나고 있지만 코로

나19 이전과 비교하면 여전히 10%대에 머물러 있다"며 "장중 1300원을 넘는 고환율에 비싼 항공유까지, 악재가 다 겹친 셈"이라며 한숨을 지었다. 여객 수요·공급 안정화 시기와 관련한 질문에는 "지금으로서는 누구도 확신할 수 없는 상황"이라고 답했다.

지난 7일 열린 취임 간담회를 가졌던 김이배 제주항공 대표도 "국제선 운항 편수가 늘어나고 휴직자가 줄고 있기 때문에 정부 입장에서는 예전만큼 지원금 규모가 크지는 않을 것"이라고 말한 바 있어 항공업계 휴직자의 규모는 계속 줄어들 것으로 전망된다.

여전히 어려운 상황 속에서도 항공사들은 여객 수요를 소화하기 위해 적극적인 증편에 나서고 휴직 인원 복직에 열을 올리는 중이다. 장거리 사업에 뛰어들어 티웨이항공도 다음 달부터는 휴직 중인 직원 80%를 복직시키고 연말에는 100% 복귀를 검토한다는 계획을 밝히고 경력직 운항승무원(기장), 운항정비사를 채용하고 있다. 진에어는 성수기를 맞아 동남아를 비롯한 국제선 운항을 확대하고 신규 항공기 도입 등을 통해 증가하는 여행 수요에 대응할 계획이다. /허정운 기자 zelkova@metroseoul.co.kr

MZ세대 겨냥 컴팩트SUV '뉴 컴패스' 출시

지프
4년만에 부분변경... 첨단기술 대거 탑재
디자인·마감, 주행 성능 등 상품성 강화

지프가 국내 컴팩트 스포츠유틸리티차(SUV) 시장 공략에 나선다.

지프는 MZ세대(밀레니얼+Z세대) 공략을 위해 도심형 컴팩트 SUV '뉴 컴패스'를 23일 출시했다. 지프는 이날 서울 성수동 소재 카페 센스에서 2018년 2세대 모델 출시 이후 4년 만에 '뉴 컴패스'의 부분변경 모델을 공개했다. 새로운 모습으로 돌아온 뉴 컴패스는 프리미엄급으로 향상된 실내 디자인과 마감 품질, 개선된 온로드 주행 성능으로 상품성을 강화했다. 특히 안정성과 연결성 또한 정교해져 사용 만족도를 높였다.

지프 관계자는 "다양한 첨단 기술을 대거 탑재해 기존에 완성차 업체들이 출



지프 컴팩트 SUV 부분변경 모델 뉴 컴패스.

시한 컴팩트 SUV의 부족함을 완벽하게 채웠다"며 "주행 환경과 한계를 넘나드는 뉴 컴패스의 다재다능함을 앞세워 본캐와 부캐를 넘나드는 MZ세대 '더 스위처'들을 공략할 방침"이라고 말했다.

지프는 뉴 컴패스를 앞세워 올 하반기

분기 분위기 반전을 노리고 있다. 지난해 랭글러와 레니게이트를 앞세워 1만 대 클럽(연 판매 대수 1만 대 이상)에 성공한 지프는 올해도 뉴 컴패스 출시를 통해 판매 상승세를 이어갈 방침이다. 수입차 업계에서는 1만 대 클럽 진입을 한

해 실적 평가의 중요한 기준점으로 보고 있다. 지난해에는 메르세데스-벤츠(7만6152대), BMW(6만5669대), 아우디(2만5615대), 볼보자동차(1만5053대), 폭스바겐(1만4364대), 미니(1만1148대), 지프(1만449대) 등 총 7개 브랜드가 1만 대 클럽에 진입했다.

지프는 뉴 컴패스의 흥행 성공을 위해 물량 확보에도 집중하고 있다. 지프 관계자는 "현재 확보된 물량에 대해 정확한 수치를 공개할 순 없지만 수천대 상당의 물량을 국내 공급할 수 있을 것"이라며 "지금 계약해도 대기 기간 없이 바로 출고가 가능할 정도로 충분한 수준의 물량을 보유하고 있다"고 말했다.

지프는 뉴 컴패스에 엔트리 트림부터 높은 수준의 상품성을 적용했다. 도심에서의 편리한 이용을 위해 전자식 주차 브레이크, 스마트키 시스템, 원격 시동 시스템, 핸드 프리 파워 리프트게이트를 기본화 했다.

다양한 인포테인먼트 활동을 제공하는 유커넥트 10.1인치 터치스크린은 예

플 카플레이와 구글 안드로이드 오토, 유커넥트 티맵 내비게이션을 활성화한다. 알파인 프리미엄 사운드 시스템과 1, 2열 USB 포트도 기본이다.

파크센스 전·후 센서 주차 보조 시스템, 파크센스 평행·수직 주차 및 출차 보조 시스템, 파크뷰 후방 카메라, 언더밀립 방지 등 다양한 운전 보조 시스템도 기본으로 마련했다.

국내에는 사양에 따라 총 3가지 트림으로 판매된다. 가격은 ▲리미티드 2.4 FWD 5140만원 ▲리미티드 2.4 AWD 5440만원 ▲S 2.4 AWD 5640만원이다.

제이크아우만스텔란티스 코리아 사장은 "뉴 컴패스는 완성도 높은 외관과 풀체인지급으로 달라진 실내, 한국 소비자가 선호하는 편의 사양 등을 고루 갖추며 기존과는 비교 불가한 프리미엄 컴팩트 SUV로 탄생했다"며 "다재다능한 뉴 컴패스가 새로운 세상을 넘나들며 활약하는 MZ세대의 취향을 저격할 수 있을 것이라고 확신한다"고 말했다.

/양성운 기자 ysw@

'AI기술 선점하라'... 포털·대기업들, 논문 쏟아내

세계 권위 AI학회 논문발표 잇따라
기술력 입증으로 회사 경쟁력 증명

네이버·카카오 등 포털 및 대기업들이 세계적인 권위의 인공지능(AI) 학회에 올 상반기 만도 수십건의 AI 논문을 발표하는 등 AI 논문 경쟁에 나서고 있다.

네이버·카카오·LG·삼성서서치등 포털업체 및 대기업들은 올 상반기에만 수십편의 논문을 세계 굴지의 AI 학회에 발표하고 미국서 개최 중인 CVPR에도 3개에서 10개 이상의 논문을 발표

하는 등 글로벌 수준에서 AI 기술력을 입증받고 있다.

네이버 관계자는 23일 "해외 주요 AI 톱 학회에서 AI 논문을 많이 발표했다는 것도 AI 역량이 뛰어난가를 가늠하는 기준이 되고 있다"며 "네이버는 국내에서 가장 많은 논문을 발표하고 CVPR에서도 두자리수 논문을 발표함으로써 회사의 AI 역량을 보여주고 있다고 밝혔다.

카카오엔터프라이즈 관계자는 "AI 주요 학회에 논문을 발표한 것은 글로벌로 기술력을 입증받는 큰 의미가 있

다"며 "카카오는 미국 국립표준기술연구소(NIST)가 주관하는 '얼굴 인식 기술 대회(FRVT)'의 1:1 검증 '키오스크(kiosk)' 부문에서 전 세계 1위를 차지함으로써 국가 기술 경쟁력을 증명하기도 했다"고 말했다.

네이버는 세계적인 탐티어 학회에 발표한 정규 논문만을 기준으로 했을 때 올 상반기에 네이버 클로바의 연구 중 60개가 채택되거나 발표됐다고 설명했다. 또한 현재 미국에서 개최되고 있는 CVPR에서도 AI 논문을 14개나 발표했다.

네이버 관계자는 "이 같은 규모로 AI 연구를 발표하는 것은 국내 기업 중에서는 단연 1위이고, 글로벌로 보더라도 상당히 유미한 성과"라며 "실제 논문에서 적용된 성과 중 40% 정도가 AI 서비스에 적용되고 있어 활용성이 높은 기술들을 연구하고 있다"고 설명했다.

카카오는 올해 상반기 동안 해외 주요 AI 학회에 카오엔터프라이즈는 15건의 논문을 발표했으며, 카오브레인은 8건의 논문을 발표했다.

또 현재 개최 중인 CVPR 학회에서 카오브레인은 페이스 스와핑에 대한 연구성과를 담은 논문 1편을 메인 컨퍼런스의 오프 세션에서 발표했다.

CVPR2022 워크샵에도 논문 1건을 발표했다. CVPR 오프 세션의 발표 기회는 상위 4%의 성적을 거둔 논문에만 주어진다.

LG AI연구원은 CVPR 2022에 참가했는데, 단독 연구 논문을 포함해 2편이 구두 발표로 선정됐다. 특히, LG AI연구원의 초거대 멀티모달 AI를 구현하는 핵심 기술 관련 논문(L-Verse)이 단독 연구 논문으로 선정됐다.

삼성전자 DX(Device eXperience) 부문의 선행 연구개발 조직인 삼성리서치는 CVPR 2022에서 20개의 논문을 발표한다. 이는 컴퓨터 비전 분야 AI 연구의 우수성을 입증받은 것이다.

/채윤정 기자 echo@