

대한항공·아시아나 '한 지붕' 추진 ... '초대형 항공사' 탄생하나

대한항공의 아시아나 인수 예상 시나리오

시나리오1 한진그룹이 산업은행의 자금 지원을 받아 아시아나항공 인수



시나리오2 대한항공과 아시아나항공의 MRO(정비) 조직을 분리해 별도 법인으로 통합



오늘 산업장관회의서 정상화 논의 한진그룹, 산업은행 지원 받아 인수 공정위 승인·혈세 투입 논란 남아

국내 항공업계 대표주자인 대한항공과 아시아나항공이 한 지붕 아래 놓이면서 '초대형 항공사' 탄생이 가시권에 접어들 것으로 예상된다. 대한항공을 보유한 한진그룹의 아시아나 항공 인수 추진이 조만간 나올 전망이다. 두 항공사가 합칠 경우 세계 항공사 10위권 안팎의 대형 항공사가 될 것으로 예측된다.

15일 금융권에 따르면 정부는 16일 산업경쟁력 강화 관계장관 회의를 열고 아시아나항공 정상화 방안을 논의할 예정이다. 핵심 안건은 한진그룹의 아시아나항공 인수 문제로, 한진그룹이 산업은행의 자금 지원을 받아 아시아나항공을 인수하는 방안이 거론된다.

한진그룹 지배구조 최상단에 있는 한진칼이 제3차 배정 유상증자 방식으로 자금을 투자하면 한진칼이 금호산업을 보유한 아시아나항공 지분(30.77%)을 사들이는 방안이다. 산은이 사실상 재무적 투자자로 인수에 참여하는 구조로, 아시아나항공의 최대주주로 올라서는 한진칼은 인수 부담을 덜 수 있다. 대한항공과 아시아나항공의 MRO(정비) 조직을 분리해 별도 법인을 만드는 방안도 거론되고 있다.

대한항공의 아시아나항공 인수는 산에서 나온 아이

디어로 알려졌으며, 지난 9월 HDC현대산업개발의 아시아나항공 인수 무산 이후 정상화 방안을 고심하던 끝에 나온 것으로 보인다.

무엇보다 코로나19 사태 장기화로 항공업이 위기에 처한 상황에서 2개 대형 항공사에 대한 정부 지원을 이어가는 것도 합리적이지 않다는 인식이 작용했다는 분석이 나온다.

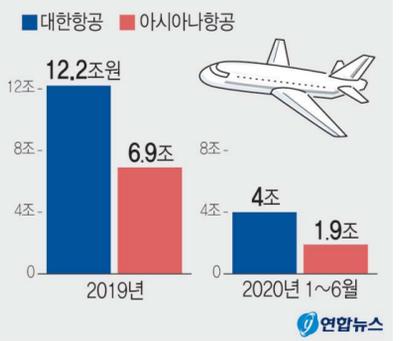
앞서 아시아나항공은 산은과 수출입은행으로부터 지원받은 3조3000억원을 소진한 이후 기간산업안정기금 자금 2400억원을 추가로 지원받았고, 대한항공도 지난 4월 산은과 수으로부터 1조2000억원을 지원받았다.

코로나19로 항공업계 전망이 어두운 상황이라는 점에서 국내 양대 항공사를 합치는 방안이 정부 내에서도 공감대를 얻은 것으로 알려졌다.

한진그룹 지주사인 한진칼도 16일 아시아나항공 인수 문제를 논의하기 위한 이사회를 여는 것으로 전해졌다. 이후 인수위원회(LOI) 제출을 시작으로 아시아나항공 인수를 위한 본격적인 작업에 돌입한다.

국내 1위와 2위 항공사인 대한항공과 아시아나항공이 합쳐질 경우 세계 10위권 수준의 초대형 항공사가 탄생하게 된다. 이날 국제항공운송협회(IATA)의 '세계 항공 운송 통계 2020'에 따르면 지난해 국제 여객 RPK(항공편당 유상승객 수에 비행거리를 곱한 것) 기준 세계 항공사 순위에서 대한항공은 18위, 아시아나항공은 32위를 차지했다. 두 항공사를 합치면 10위권 아메리칸 항공과 비슷해진다.

대한항공·아시아나항공 매출액



다만 공정거래위원회의 기업결합 승인을 받아야 하고, 기업결합 승인 문제를 고리로 혈세 투입에 대한 논란도 남아야 할 산이다.

공정위가 제주항공-이스타항공 합병 등을 승인한 것 같이 아시아나항공을 희생 불가능한 회사로 판단할 경우 대한항공과의 결합을 허용할 수 있다. 이럴 경우 정부가 희생 불가능한 회사로 판단한 기업을 위해 산은이 추가로 자금을 지원하는 형국이 된다. 또 두 항공사가 합쳐지는 것에 따라 대규모 구조조정을 우려한 노조의 반발도 예상되고 있다. /박기용 기자 pboxer@연남뉴스

거리두기 완화에 소비 늘었다

사회적 거리두기가 완화된 지 한 달을 맞아 광주 소비가 소폭 회복된 것으로 나타났다.

15일 롯데쇼핑에 따르면 10월12일~11월12일 한 달 동안 광주지역 4개 롯데마트의 매출은 1년 전보다 6.3% 증가했다.

지난 달 12일 코로나19 방역대응단계는 2단계에서 1단계로 한 단계 내려갔다.

같은 기간 광주지역 롯데아웃렛 두 곳은 매출은 5.7% 증가했고, 롯데백화점 광주점은 0.9% 올랐다.

백화점과 대형마트, 아웃렛 매출 증가율은 모두 한 자릿수에 머물렀지만, 코로나19 사태 장기화 속에서 전년보다는 좋은 성적을 거뒀다는 말이다.

백화점 매출 증가율을 상품군별로 보면 리빙(생활용품)이 27.8%로 가장 높았고, 해외브랜드 15.4%, 레저스포츠 8.3%가 뒤를 이었다.

가을 혼수·이사철에 따라 생활용품·가전 수요가 높고, 단풍을 보려는 등산객들의 아웃도어 소비가 증가한 것으로 보인다.

한국신용데이터에 따르면 이달 둘째 주(2~8일) 광주 소상공인 사업장 평균 카드매출은 전주(10월26일~11월1일)에 비해 2% 증가했다. 전남지역도 지난 달 말보다 매출이 2% 증가하며 오름세를 보였다.

하지만 1년 전 같은 기간(11월4~10일)과 비교하면 광주는 6.3%, 전남 10% 감소하며, 지난해 수준으로 회복은 하지 못했다.

한국신용데이터는 전국 60만여 소상공인 카드 결제 정보를 관리하고 있으며, 산정된 사업장의 연간 평균 매출액은 약 1억9000만원이다. /백희준 기자 bhj@



부들부들 '뽀글이' 가방 15일 롯데백화점 광주점 직원들이 5층 '강골' 매장에서 '뽀글이'로 불리는 플리스(양털) 소재 가방을 선보이고 있다. <롯데백화점 광주점 제공>

한전 첫 온라인 박람회 '빅스포' 성료

88개국 4만8000명 방문

올해 처음 온라인으로 열린 한국전력 '빅스포' 박람회가 88개국 4만8000명 방문객을 기록했다.

한국전력(대표이사 사장 김중감)은 이달 2~11일 온라인(bixpo.kr)으로 개최된 '빛가람 국제 전력기술엑스포 2020'(빅스포)를 4만8000명이 찾았다고 15일 밝혔다.

열흘 동안 해외 88개국 1만3000명을 포함, 총 4만8000여 명이 빅스포를 방문했고, 누적 조회 수는 27만회를 넘겼다.

한전 빅스포는 지난해까지 전회 광주에서 열렸지만, 올해 코로나19 여파로 전력·에너지 분야 최초의 온라인 전시회를 마련했다.

2015년부터 해마다 열리는 국내 최대규모의 전력 분야 전시회로서, 전세계 에너지 산업을 선도하는 기업 및 전문가들이 전력산업의 미래 발전 방향을 논의하는 소통의 장 역할을 해왔다.

이번 대회에는 34개 국가 101명의 구매 담당자(바이어)가 온라인 수출상담회를 찾았다.

국내 전력·에너지 분야 중소기업 100개사가 참가했으며, 이 가운데 11개 기업이 3260만 달러(363억원·17건)의 수출계약을 체결했다.

빅스포와 함께 매년 열리는 광주·전남 특산물판매 장터는 총 1억1400만원의 매출을 기록했다.

빛가람 에너지밸리 입주기업과 전시 참가기업 45개사는 455명의 구직자를 만나 80명 인재를 채용했다.

104차례에 걸쳐 열린 온라인 컨퍼런스에는 전력연구원

과 ㈜이산컨설팅그룹, 전남정보문화산업진흥원, 프라운호퍼, 뮌헨공대 등 국내외 유명 연구 기관이 참가했다.

LS산전과 현대일렉트릭, 지멘스 등 34개 해외 기업을 포함한 228개 기업은 온라인 부스를 마련해 신기술을 소개했다.

제품 소개와 컨퍼런스 영상은 행사가 끝난 뒤에도 관람할 수 있다.

황광수 한전 중소벤처지원처장은 "온라인 전시회이기 시작부터 효율성에 많은 의문이 제기됐지만, 한전의 브랜드 파워와 글로벌 네트워크를 적극 활용해 매년 못지않은 중소기업 수출계약을 이끌어 낸 의미 있는 행사였다"고 말했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

로또복권 (제937회)

당첨번호						2등 보너스숫자	
2	10	13	22	29	40	26	
등위						당첨금(원)	당첨자수
1	6개 숫자일치					2,058,420,819	11
2	5개 숫자 + 보너스숫자일치					66,206,518	57
3	5개 숫자일치					1,521,683	2,480
4	4개 숫자일치					50,000	124,141
5	3개 숫자일치					5,000	2,092,601