

세계 옥외광고 리더들, 5~7일 서울로 집결

WOO 아시아태평양 포럼, JW 메리어트 동대문 호텔에서 개최
 360여명 참가... 한국 OOH의 글로벌 무대 도약과 위상 강화 기회



지난 6월 멕시코시티에서 개최된 세계옥외광고협회 세계총회에서 톰 고다드 회장이 인사말을 하고 있는 장면.

세계 옥외광고(HOO) 산업계의 핵심 리더들이 한자리에 모이는 'WOO 아시아태평양 포럼(Asia-Pacific Forum)'이 11월 5일부터 7일까지 서울 JW 메리어트 동대문 호텔에서 개최된다.

세계옥외광고협회(WOO, 회장 톰 고다드)와 한국OOH협회(회장 우창훈)가 공동 주관하는 이번 포럼은 WOO 설립 이래 동아시아에서는 처음 개최되는 행사로 전세계 옥외광고 관계자들의 이목을 집중시키고 있다.

이번 포럼에는 31개국에서 360여명의 업계 리더와 전문가들이 참가한다. 개최국 한국이 106명으로 가장 많고 이어 일본(51명), 중국(34명), 말레이시아(26명) 등 아시아 옥외광고 시장의 중심 국가들에서 많이 참가한다. 유럽과 북미에서도 40여명이 참석한다.

일본에서는 덴츠(Dentsu), 하쿠호도(Hakuhodo), JR East Marketing 등 대형 광고 및 미디어 업체들이 참가하여 데이터 기반 DOOH 및 AI 활용 트

렌드 관련 세션을 주도한다.

중국에서는 BOE, LEDMAN, Fabulux, Yaham 등 디지털 사이니지 선도기업들이 스마트도시형 OOH 기술 및 LED 혁신 사례를 공유한다.

말레이시아에서는 Big Tree Outdoor, Billups, Moving Walls 등 주요 애드테크 기업들이 동남아 시장의 디지털 전환 사례를 발표한다.

유럽에서는 영국의 Dentsu, Dinova, OOH Capital과 이탈리아의 WOO 본부 인사 등이 참석하여 글로벌 논의의 폭을 넓힌다.

행사 일정을 보면 개막일인 5일 오전 참가자 등록 및 환영 인사가 진행되고, 오후에는 개막 기조연설과 함께 '디지털 옥외광고의 미래'를 주제로 한 첫 번째 핵심 세션이 열린다. 저녁에는 참가자들이 자유롭게 교류할 수 있는 환영 리셉션이 진행된다.

2일차인 6일에는 오전에 'AI와 데이터 기반 광고 전략', 오후에 '도시와 조

화하는 스마트 미디어'를 주제로 한 세션이 마련돼 국내외 전문가들의 패널 토론과 사례 발표가 진행될 예정이다.

마지막날인 7일 오전 '글로벌 협력 및 표준화' 세션이 마련돼 포럼의 대미를 장식한다. 이 세션에서는 포럼의 주요 논의 결과를 공유하고 옥외광고 산업의 지속 가능한 성장을 위한 공동의 방향을 모색한다. 이어 폐회식과 함께 오찬을 끝으로 공식 일정을 마무리할 예정이다.

주최측은 이번 포럼 개최를 통해 한국 디지털 옥외광고의 기술적 잠재력을 선보이고 이를 기반으로 글로벌 시장에서의 입지를 강화하는 계기가 될 것으로 기대하고 있다.

WOO 톰 고다드 회장은 "한국은 앞으로 세계의 옥외광고 산업 변화를 주도할 핵심 국가이며 이번 서울 포럼은 전세계 옥외광고 산업의 미래를 논의하는 전환점이 될 것"이라고 강조했다.

한국OOH협회 우창훈 회장은 "AI 기반 예측 기술과 실시간 데이터 분석을 통해 옥외광고의 미래를 논의하는 장이 될 것"이라며 "한국 옥외광고 산업이 글로벌 시장에서 경쟁력을 강화하는 중요한 계기가 될 것"이라고 말했다.

포토뉴스

타임스스퀘어의 '신라면 X 케데헌' 옥외광고



농심이 10월 18일 미국 뉴욕 타임스스퀘어에서 넷플릭스 애니메이션 '케이팝 데몬 헌터스'와 협업한 신라면 출시를 기념해 진행한 초대형 디지털 옥외광고 캠페인. 광고 외에 소비자가 신라면 브랜드를 체험

할 수 있는 다양한 테마의 부스도 차려졌다. 푸드존에서는 즉석 라면 조리기로 신라면 톰바, 새우강 시식 행사가 진행됐고 '리워드존'에선 '케이팝 데몬 헌터스' 캐릭터를 배경으로 즉석 포토부스도 운영됐다.

www.kointec.co.kr

KOINTEC
(주)코인텍

27년 전통 점착 sheet & 필름제조
UV·라텍스 전용필름

실사·수성 코팅지 솔벤트 라텍스 전용소재
칼라시트 (내부용/외부용) 인테리어 필름 창문용 (윈도우필름)

(주)코인텍 본사/공장 | 경기도 광주시 초월읍 하오개길 38 구.현양산업 TEL: 031764-1226-7 FAX: 031764-7186
취급점문의 응석천 전무이사 010.3710.5778

특수채널 · UV평판출력 **국내최저가**

(주)덕산

30년 기술 노하우 최신장비 보유 기업
채널/갈바/스텐/스카시/싸인탑/실사/아크릴가공

T. 02-487-4142
F. 02-487-4162 웹하드. signj / 1234
경기도 하남시 서하남로 47번길 96

SPT투데이
www.sptoday.com

광고문의
010-4234-9917

all ways INCHEON

서울보다 넓고, 서울보다 가깝다.

수도권 광고의 숨겨진 블루오션, 인천에서 시작하세요.

버스 광고

인천 시내버스 내·외부
인천 버스·택시 정류장
고양·파주·김포·강화·광역버스

음성 광고

서울 수도권 시내버스 음성 광고
서울 수도권 광역버스 음성 광고

옥상빌보드

우신빌딩 옥상 빌보드

인천 1호선 - 차이나타운, 파평역...
인천 2호선 - 차이나타운, 파평역...

하루 300만 건의
가동률 100%

매일 150만 건의
예약
예약률 150%

ADMECA MEDIAOPEN

지하철 광고

인천 1호선 역사내 LED
인천 2호선 열차내 편성

인천 2호선 종합안내도
인천 1·2호선 방풍문

7호선 역사내 LED
7호선 열차내 편성

i-SCREEN LED Display
월미바다열차 차내 · 조명 · 스크린도어

(주)미디어오픈 1644-5196 (주)애드메카 1533-0421

“기념품 선구입 후 마진 붙여 우리에게 팔아라”

옥외광고 업계에 공공기관 사칭 노쇼 사기 행각 여전히 기승
현수막·LED전광판 제작 의뢰는 미끼... 대리 구매 요구



군부대 사칭 노쇼 사기범이 한 실사출력 업체에 보내온 현수막 일러스트 파일과 명함, 거래 계약서. 사기범들은 그럴싸하게 포장된 증명서 등을 제시하여 믿게끔 만든다.



최근 공공기관, 정당, 군부 등을 사칭해 물품 구매를 요청한 후 잠적해 금전적 피해를 발생시키는 이른바 ‘노쇼 (No-show) 사기’가 옥외광고업계에서 기승을 부리고 있다.

SP투데이는 지난 8월 1일자로 발행된 492호 ‘XX기관인데 현수막 구매할 게요...’ 노쇼 사기 극성’ 제호의 기사를 통해 옥외광고업계의 노쇼 사기 사례와 수법에 대해 보도한 바 있다. 하지만 보도 이후 수개월이 지났음에도 여전히 공공기관 등을 사칭한 노쇼 사기가 기승을 부리고 있는데다 돈을 갈취하는 수법도 더욱 교묘해지고 있어 각별한 주의가 필요한 상황이다.

▲군부대 사칭하고 전문 용어 사용하며 접근

최근 한 실사출력업체의 대표 A씨는 50사단 본부 부대로부터 연락을 받았다. 군수 담당자라는 대위는 부대 개방 행사용으로 사용할 4종의 현수막을 각 2장씩 총 8장 주문했다. 현수막에 적용할 일러스트 파일도 직접 제작해 보냈으며 마감처리는 고리로 해달라고 하



는 등 현수막에 대한 전문 지식도 드러냈다.

여느 의뢰와 다르지 않은데다 자신의 명함과 대대장 직인이 찍힌 ‘부대 거래 계약서’까지 제시했기에 별다른 의심없이 작업을 진행했다.

그러나 다음날 이상한 추가 요구 사항을 주문했다. 행사에 사용할 기념품으로 시계를 주문했는데 부대 내규상 카드 선결제가 안되기 때문에 A씨가 미리 가서 시계를 구매해 달라는 것이었다. 구입한 시계는 행사 당일 현수막

가격과 함께 일괄 결제할 것이라고 하며 시계 가격에 A씨의 마진을 충분히 붙여 청구하라는 말도 덧붙였다.

A씨는 현수막을 출력해 뒀지만 이상한 추가 요구에 깔끄러운 기분이 들어 육군 콜센터로 전화해 담당자에 대해 물었다. 그 결과 그런 사람은 부대에 존재하지 않는다는 것을 확인했다. 또한 같은 문제로 업무가 마비될 만큼 콜센터를 찾는 전화가 많으며 그 중에는 실제 1억원과 2,000만원 등 큰 피해를 입은 업체도 다수 있다는 사실도 전해들었다.

이 의뢰가 ‘노쇼 사기’였다는 것을 파악한 A씨는 정보 공유 차원에서 이 사건을 네이버 카페 ‘옥외광고인’에 올렸다. 이후 더 놀라운 점은 같은 경험을 한 업체들이 수도 없이 많다는 점이였다.

A씨는 게시글을 통해 “신분 증명과 직인이 찍힌 계약서까지 보내와서 꼼꼼없이 당하긴 했지만 다행히 빨리 알게 돼 현수막 외에 큰 피해는 없었다”며 “업계에 또 다른 피해자가 없기를 바란다”고 말했다.

한편, A씨의 게시글에는 아래와 같은 댓글이 줄줄이 이어졌다.

“똑같은 이름의 이에게 연락받았는데 부대명만 다르다”
“비슷한 의뢰 연락을 받았다. 금전 피

해를 받지 않았지만 업무에 트라우마가 생길 것 같다”

“군부대가 아니고 교도소에서 현수막 제작을 의뢰했는데, 이후 우리에게 는 닭다리 대리 구매를 요구했다”

“우리에게는 같은 이름으로 LED전광판 제작 의뢰가 왔다”

▲제작 후 결제 관행 이용한 교묘한 사기 행각

이들의 수법은 현수막을 주문해 신뢰를 쌓은 후, 추가적 요구를 통해 다른 물품을 대리 구매하도록 하는 것이다. 기념품이나 고가의 술 등을 먼저 구매해 전달해 주면 현수막 구매 비용에 더 마진을 붙여서 결제해 주겠다고 유도하는 방식이다.

선결제가 아닌 제작 후 결제가 대부분인 옥외광고업계의 관행을 교묘하게 이용하는데다 쉽게 돈을 더 벌게 해주겠다고 하는 까닭에 여기에 넘어가 사기를 당하기 쉽다.

현수막뿐 아니라 최근에는 간판과 LED전광판 업체들로도 사기 표적을 넓히고 있는 만큼 상당한 의뢰 외 불필요한 요구를 하는 이들에 대해서는 선을 긋고 경찰(112)이나 전기통신금융사기 통합신고대응센터(1566-1188)에 신고하는 등의 조치가 필요하다.

신한중 기자



전기통신금융사기 통합신고대응센터 포스터.

익산 이어 김제까지... 간판 비리로 얼룩진 전라북도

전북경찰, 간판정비사업 뇌물수수 관련해 김제시 압수수색



김제시청 청사 전경.

전북 익산시에서 간판정비사업 관련 비리로 공무원이 구속되고 업체 대표가 사망한 가운데 김제시에서도 유사한 비리 사건이 불거져 옥외광고 업체가 뒤숭숭한 분위기다. 특히 김제시의 경우 정성주 시장이 직접 연루돼 대형 사건으로 번지는 양상이다.

전북경찰청 반부패경제범죄수사대는

지난 10월 13일 김제시청 회계과 등 관련 부서와 관련 업체 사무실 등에 대한 압수수색을 실시했다.

경찰은 압수수색이 정 시장이 옥외광고물 정비사업을 추진하는 과정에서 특정 업체로부터 금품을 수수했다는 진정서가 접수된 데 따른 것이라고 밝혔다.

경찰은 압수수색에서 관련 부서의 결

재문서, 예산 집행 내역, 사업 계약서 등을 확보한 것으로 전해졌다. 문제의 사업은 2023년과 2024년에 김제시가 추진한 간판 정비 및 도시미관 개선사업으로 수의계약으로 진행됐다.

경찰은 해당 업체가 수의계약 청탁의 대가로 8,000만원 상당의 금품을 두 차례에 걸쳐 전달했다는 진정서 내용을 근거로 수사에 착수한 것으로 알려졌다.

지역 언론의 보도에 따르면 진정서에는 “업체 관계자가 금품을 받아 정 시장에게 직접 전달했다”는 구체적 진술이 포함돼 있다. 다른 보도에서는 정 시장의 전직 측근 A씨가 업체와 연결된 정황도 언급되고 있다.

정 시장은 정상적인 행정절차에 따라 사업이 집행됐으며 개인적 이익을 취한 사실은 없다며 비리 의혹을 강하게 부인하고 있다.

그러나 해당 사업은 공개입찰이 가능한 구조임에도 특정 연도 사업 일부가 수의계약으로 진행됐다는 점에서 문제가 되고 있다. 이는 앞서 익산시의 간판 정비사업 비리에서도 동일하게 불거졌

던 문제다.

이에 경찰은 계약 결정 과정의 내부 승인 절차, 경쟁업체 존재 여부, 계약담당자 인지 여부 등을 중심으로 사업 투명성 여부를 검증하고 있는 것으로 알려지고 있다. 경찰은 금품의 흐름을 입증할 계좌 내역과 통화기록, 문자 메시지 등을 확보하기 위해 압수수색을 단행했다.

한편, 간판정비사업은 도시미관 정비 및 소상공인 지원이라는 명분을 가지고 진행되고 있는 사업이다. 그러나 이 사업에서 공무원과 관련 업체들의 비리가 잇달아 불거지면서 사업의 투명성 자체가 의심을 받고 있는 상황이다. 몇 달 간격으로 불거진 사건들을 통해 단순 개인 비리 수사가 아니라 사업 전반을 재검토하는 계기가 돼야 한다는 지적이 나오고 있다.

한 간판업체 관계자는 “누가 어떤 비리를 저질렀느냐를 넘어 간판정비 사업에서 왜 이런 비리가 가능할 수 있었는 가라는 구조적인 문제에 대해 철저한 검증의 과정이 필요한 시점”이라고 말했다. 신한중 기자

신개념 돌출 포인트

1. 무드 포인트

- 규격 : 600파이 (돌출 / 단면)
 - 특징 : 원형 등기구 테두리에 다양한 색상을 갖도록 하여 다중컬러의 발광색상을 표출할 수 있도록 하는 엘이디포인트
 - 테두리 색상 : 적, 청, 녹, 월, RGB(택1) 각 색상 점멸가능
- ※ 특허등록 / 디자인등록 제품



2. 반/반 포인트

- 규격 : 가로(600) * 세로(400) / 가로(400) * 세로(600)
 - 특징 : 좌측(A) → 우측(B) → 전체화면(A+B) 이 순차적으로 돌아가며 점등되는 포인트
- ※ 실용신안등록 / 디자인등록 제품



3. 테두리 포인트

- 규격 : 스텐 원형 600파이 (돌출 / 단면)
 - 특징 : 택1 - 원형돌출 테두리에 볼LED가 좌우로 회전하며 돌아가는 스텐포인트 / 택2 - 원형돌출 테두리에 볼LED가 점멸 or 디밍되는 스텐포인트
 - 볼LED 색상 : 적, 청, 녹, RGB(택1)
- ※ 실용신안등록 제품



제품 및 가격문의 : 각 지역 광고자재점

자세한 규격 및 사항은 홈페이지에서 **NAVER** 현대지티씨

한울에서 광고기계



라텍스 프린터

냄새,유해물질없는
친환경프린터
프린터가 다 해주는
최첨단자동프린터



슈마 커팅기

메이드인 벨기에
작업시작이 편하고
원단이 틀어지지 않는
세계최고 돔보커팅기



수성 프린터

소재폭 자동측정
미디어센서 장착
4헤드/6헤드 선택
국산피더장치기본



평판 커팅기

메이드인 벨기에
칼날 3축 자동 보정
교체로 1분안쪽 OK
세계최고 반커팅틀



대형 평판UV

4*8원장 직접출력
보급형/고급형 선택
10년 검증 메이커
헤드분사프라이머



소형 평판UV

600*900mm
엡손 i1600헤드
4칼라+화이트+바니시
다양한 고부가가치



양면UV3300

코니카 1024i
세계특허 양면프린터
국내 50여대 판매
양면 핀이 맞는
유일한 프린터



양면UV2200

코니카 1024i
세계특허 양면프린터
국내 50여대 판매
양면 핀이 맞는
유일한 프린터

판매-AS 합니다!

hanwool



1390레이저

1300*900mm
아크릴비금속 레이저
10mm까지 클린컷
150w/180w/카메라

hanwool



스텐갈바밴더기

기본모델 20-200mm
대형모델 20-400mm
바이트컷팅(1자컷)
용접채널 필수밴더기

hanwool



1325레이저

1300*2500mm
아크릴비금속 레이저
20mm까지 클린컷
150w/300w/500w

hanwool



기본CNC

1300*2500mm
카메라CCD장착가능
튼튼한바디/강한배큘
훌륭한 완성도/디자인

hanwool



RF메탈관레이저

1300*2500mm
아크릴비금속 레이저
30mm 클린컷/마킹
300w영국로핀/CCD

hanwool



틀체인지CNC

1300*2500mm
4슬롯/8슬롯/CCD
튼튼한바디/강한배큘
훌륭한 완성도/디자인

hanwool



파이버컷팅기

1300*2500mm
1500*3000mm
1.5kw/3kw
갈바스텐간판제작

hanwool



용접기

테이블용접기 : 잔널용
파이버용접기 : 갈바용
다년간의 엔지니어
경험으로 하자 AS
빠른대처 가능

‘막가파 영업’... 사각지대에 놓인 불법 의료광고

비급여 항목 할인 현수막 건물주 동의 필요해 철거 어렵고
“강제이행금보다 홍보효과 커 철거 안해”



한 병원 외벽에 걸린 대형 현수막.

대전 동구의 한 병원 외벽에 ‘MRI 촬영 39만원 → 25만원 개원 이벤트’라는 현수막이 석 달째 걸려 있다. 비급여 항목 할인 문구를 내세운 이 광고는 의료법을 위반한 불법 의료 광고지만 그대로 게시되고 있다. 해당 병원은 현수막을 내리지 않은 채 블로그를 통해 이벤트를 연장하고 있다.

의료법 제56조는 의료기관이 금액이

나 할인 등의 표시로 환자를 유인하는 광고를 금지하고, 제27조는 금품 제공이나 본인부담금 면제 등으로 환자를 유치하는 행위를 불법으로 규정한다. 이러한 조항은 과도한 상업 경쟁으로 인한 의료 왜곡을 막고 국민의 건강권을 보호하기 위한 것이다. 비급여 항목의 금액 할인은 단기적으로는 환자 유인을, 장기적으로는 진료 남용과 건강

보험 재정 악화를 초래할 수 있어 엄격히 제한되고 있다.

이같은 법적 제재에도 불구하고 일선 병원들은 여전히 홍보 효과를 우선시하는 분위기다. 한 병원 관계자는 “할인 문구가 규제 대상인 것은 알지만 개원 초반에는 단기간 내 홍보 효과 극대화를 고려해 설치하는 경우가 많다”고 귀띔했다. 그는 “단속이나 민원 신고가 들어오지 않으면 사실상 대부분 그대로 방치되는 것이 현실”이라며 “결국 행정의 단속은 신고에 의존할 수밖에 없는 구조”라고 말했다.

의료 광고는 온라인에서도 빠르게 확산되고 있다. 일부 병원은 현수막뿐만 아니라 블로그나 소셜미디어(SNS)를 통해 ‘한정 할인’이나 ‘이벤트 기간 연장’ 등의 문구를 반복적으로 노출하며 환자를 끌어모으고 있다. 그러나 현실적으로 각 지방자치단체가 온라인 광고까지 동시에 점검하기는 어렵다. 의료법상 온라인 광고 역시 관리·감독 대

상이지만 게시 주체가 불분명하거나 서버가 해외에 있는 경우 단속이 사실상 불가능하다.

대전시는 불법 광고물 정비반을 운영하며 도심과 상권을 중심으로 현수막 철거를 이어가고 있다. 그러나 건물 외벽에 설치된 광고물은 건물주 동의와 절차가 필요해 신속한 철거가 어렵다. 옥외광고물법상 허가·신고 없이 설치하면 과태료가 부과되지만 이행강제금보다 홍보 효과가 크다는 이유로 버티는 사례도 적지 않다.

국가정보자원관리원 화재로 국민신문고 민원 접수가 중단된 상황도 단속을 더디게 하고 있다. 온라인 민원 시스템이 멈추면서 시민이 직접 신고하기 어렵고 현장 확인과 행정 대응이 모두 늦어지는 사이 일부 불법 광고물이 장기간 방치되고 있다. 도심의 불법 현수막은 대부분 정비되고 있지만 건물 외벽에 남은 현수막은 여전히 행정의 허점을 드러내고 있다. <금강일보 10월 13일자>

올영 상위 브랜드들의 공통점?... “옥외광고”

애드타입, ‘2025 OOH 마케팅 전략 인사이트 리포트’ 발간

올리브영에 입점한 상위 브랜드의 공통적인 마케팅 전략 중 하나가 옥외광고라는 분석이 나왔다. 수많은 브랜드 중 소비자가 가장 먼저 ‘떠올리는 브랜드’가 되기 위한 함의라는 해석이다.

브랜드마케팅 테크 컴퍼니 드래프트입의 옥외광고 사업부문 애드타입이 올영세일 시즌의 업계 경쟁과 옥외광고 전략을 집중 분석한 ‘2025 올영세일 시즌 OOH 마케팅 인사이트 리포트’를 공식 발간했다. 이번 리포트는 올리브영

세일 기간 수많은 뷰티 브랜드가 직면하는 ‘브랜드 선택’ 경쟁에서 ‘떠올릴 수 있는 브랜드(Brand Salience)’가 되기 위한 실무 전략과 데이터 기반 인사이트를 담았다.

주요 내용은 ▲카테고리 TOP 브랜드의 옥외광고 집행 이유 및 성과 ▲서울 생활동선 기반 타기팅과 미디어믹스 전략 ▲지하철·버스 등 대중교통 매체를 활용한 반복 노출 설계법 ▲센카, 토리든, 스킨푸드 등 실전 성공 사례 분석

▲옥외광고 집행 후 브랜드 상기도 및 구매지표 변화 등이다.

리포트에 따르면 TOP 브랜드들은 옥외광고와 온라인 퍼포먼스 마케팅을 병행함으로써 상기도 5~10%, 구매 고려도 15~20%, 구매 전환율 8~12% 동반 상승을 경험했다. 출퇴근길·주요 업무지·거주지 등 타깃의 생활 동선에서 반복 노출할 수 있는 미디어플래닝이 가장 높은 도달 효율(2030 여성 기준, 동선별 최대 78만명 도달)을 제공했다.

실제 센카·토리든·스킨푸드 등 뷰티 브랜드들은 올영세일 기간 지하철 2호선, 버스디지털 등 디지털 옥외매체를 활용해 최초상기도·비보조인지도·구매 경험 등 브랜드 지표가 크게 개선됐다. 예컨대 토리든의 최초상기도는 2.4%에서 5.9%로 올랐다. 올리브영 역시 연중 Always-On OOH 집행을 통해 브랜드 파워와 트렌드 영향력을 유지하고 있는 것으로 분석된다. 리포트 전문은 애드타입 공식 홈페이지에서 확인할 수 있다.

<디지털 인사이트 10월 24일자>

PDF 파일 휴대폰 전송 서비스 안내

SP투데이가 오프라인 매체인 인쇄신문(SP투데이), 온라인 매체인 인터넷홈페이지(www.sptoday.com)에 이어

모바일 매체(PDF 파일) 휴대폰 전송을 시작합니다.

PDF 파일 수신을 원하시는 독자는 010-4234-9917번에 ‘파일 수신 희망’ 문자를 남겨 주시기 바랍니다.

문의 010-4234-9917, 02-336-9940

SP투데이

2002년 12월 2일 창간
(2002년 10월 7일 등록 서울다-06082)
본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수합니다.

발행·편집인 최병열 | 인쇄인 이승훈

www.sptoday.com

(05751) 서울특별시 송파구 마천로51길 23 유니빌딩 6층 (주)SP투데이 <월간>

편집국 02)336-9940

팩스 02)336-2003

광고·구독 문의 및 신청 010-4234-9917

구독료 연간 5만원 국민 : 293801-01-070728 입금계좌(예금주 : SP투데이)

에pson 2헤드 수성프린터

- ✓ 고객을 생각한 출력품질 세팅
- ✓ 소재 인식 자동 미디어센서
- ✓ 에pson 정품 i3200 2헤드
- ✓ 책임질 수 있는 큰 회사
- ✓ 충분한 기술 엔지니어 팀

hanwool



hanwool **전문상담** 010-2513-0594 한철기 이사

광화문스퀘어, 3호 디지털 매체 선보이며 조성에 속도

동아미디어센터 외벽에 원통형 디지털 대형 전광판 '룩스' 점등



2기 옥외광고물 자유표시구역인 광화문스퀘어의 3호 매체 '룩스'가 가동되고 있는 모습.

서울 종로구 광화문 일대에 조성되고 있는 광화문스퀘어가 2기 옥외광고물 자유표시구역 중에서 가장 빠른 속도를 내고 있다.

코리아나호텔 건물의 'K-비전'과 KT 웨스트 건물에 이어 최근 3호 매체인 동아미디어센터의 '룩스(LUUX)' 설치까지 완료되면서 2기 3개 자유표시구역 중에서 가장 빠르게 매체 조성이 진척되고 있다.

동아미디어그룹은 신규 광고매체인

룩스의 설치를 마치고 지난 10월 15일부터 정식 운영을 시작했다.

룩스는 종로구 청계광장 앞 동아미디어센터 외벽에 50×60m 규모로 설치된 LED미디어로 전체 화면 총면적은 3000㎡에 달한다. 지난 7월부터 설치를 시작해 10월 초에 완공됐다.

룩스라는 명칭은 'LOOK', 빛을 의미하는 'LUX', 고급스러움을 상징하는 'LUXURY'의 합성어로 '고급스러운 빛으로 사람들의 시선을 머무르게 하는

미디어'라는 뜻을 담고 있다는 게 운영사 동아미디어그룹의 설명이다.

이 매체에서 가장 주목할 부분은 건물 3면을 활용한 커브드 스크린이라는 점이다. 현재 다양한 커브드 스크린 매체가 운영되고 있지만 이런 형태의 매체는 새롭다. 세 방향에서 화면을 볼 수 있는 원통형에 가까운 구조로 제작돼 서울시청, 서대문, 광화문광장 등 도심 주요 지점에서 화면을 바라볼 수 있다.

룩스는 실시간으로 콘텐츠를 송출할

수 있는 참여형 미디어 매체를 지향한다. 방송 송출망과 직접 연결된 시스템을 갖춰 대규모 공연과 국가행사, 긴급 뉴스속보 등을 즉시 중계할 수 있다. 월드컵이나 올림픽 등 굵직한 스포츠 이벤트나 행사를 라이브로 중계하는 등 광고 외에도 다양한 방식을 활용해 새로운 커뮤니티화로 활용될 예정이다.

이와 관련, 운영사는 룩스 출범을 앞두고 '시넥스트(SyNext)팀'을 신설하며 콘텐츠 강화에 나서고 있다.

공공을 위한 미디어아트 콘텐츠도 다양하게 전개한다. 현재 진행중인 '디지털 오프닝 주간'에는 총 다섯 가지 대표 콘텐츠가 상영 중이다. △너에게 우주를 줄게 △거인이 산다 △시간의 오르골에 더해 설치 과정을 담은 △디지털 커팅식 △시민 참여 프로그램 '동네방네 자랑회'가 송출되고 있다. 아울러 '서울 야외도서관'과 협력한 '복을부글-불명-물명 그리고 책명' 프로그램도 운영 중이다. 인공지능이 구현한 장작불 영상과 풀벌레 소리가 청계광장을 채운 상태에서 시민들이 디지털 불빛 아래서 책을 읽는 행사도 진행된다.

미디어 가동 시간은 오전 6시부터 자정까지이며 상업광고와 공익 및 문화 콘텐츠는 7대 3 비율로 운영된다.

신한중 기자

코엑스 옥외광고물 자유표시구역의 새 이름은 '강남아이즈'

새로운 도시형 문화광장으로 성장 목표... 공식 로고도 신규 개발

서울 강남구 삼성동에 조성된 옥외광고물 자유표시구역이 새로운 이름을 달았다.

강남구는 코엑스 일대 옥외광고물 자유표시구역의 새 브랜드명을 '강남아이즈'(Gangnam Eyes)로 정했다고 최근 밝혔다.

삼성동 코엑스 일대(7만8,400㎡)는 2016년 12월 전국 최초로 옥외광고물 자유표시구역으로 지정돼 총 4개 건물, 7개소에 19기의 대형 디지털광고물이 운영되고 있다.

구에 따르면 강남아이즈라는 명칭에는 '세계인의 시선을 사로잡는 도시'라는 정체성을 담았다. 이곳의 대형 디지털 광고들이 강남의 눈이 되어 세계를 비추고, 동시에 전 세계인의 시선은 강



강남아이즈의 공식 로고가 K팝스퀘어 미디어에 표시되고 있다.

남을 향하게 된다는 의미다.

강남아이즈를 상징하는 공식 로고도 새롭게 개발했다. 로고는 강남의 초성 'G'과 'N'을 기초로 활용해 △도시를 비



강남아이즈 일대 디지털 광고물들의 모습.

추는 빛(Lighting) △미래를 향한 화살표(Arrow) △디지털 사이니지(Signage)를 상징하는 사각형(Square) △눈(Eye)의 이미지를 결합해 제작했다. 이 로고

는 거리의 신규 조형물과 광고물 등의 제작에도 사용된다.

이와 함께 강남구의 공식 슬로건도 'Eyes on Gangnam(아이즈 온 강남)'으로 변경한다. 새 명칭과 슬로건은 K-POP 공연, 문화행사, 예술, 미식 체험 등 다양한 콘텐츠와 연계해 활용한다는 계획이다.

강남구 관계자는 "코엑스 자유표시구역은 지난해 150만여명이 찾는 글로벌 명소로 자리잡은 만큼 앞으로 새로운 도시형 문화광장으로 발전시키겠다는 비전을 담아 강남아이즈라는 이름을 정했다"며 "이곳을 K-컬처와 글로벌 광고 비즈니스, 트렌드가 어우러지는 열린 무대로 발전시켜 성장시켜 갈 것"이라고 말했다.

신한중 기자



자신 있는 광고용 소재
역시, **LX하우시스**



패널렉스
내·외장용 디자인 패널



칼라시트
조명간판용·일반옥외용



DPM
일반인쇄광고·차량랩핑광고



기능성
고투명 창문광고용

입찰 동향

미디어오픈 ‘수인분당선 전동차 내 액자광고’ 확보

미디어오픈이 코레일유통이 지난 9월 26일자로 공고한 ‘수인분당선 전동차 내 액자광고’ 사업권을 확보했다. 이번 사업의 광고물량은 수인분당선 전동차 61편성 내에 설치된 가형 액자광고물 5,856기다. 액자는 540×390mm 규격의 비조명 타입으로 설치됐다. 사업 계약기간은 11월 1일부터 2030

년 10월 31일까지 총 60개월이다. 예가가 비공개로 진행된 이번 입찰에서 미디어오픈은 16억5,139만9,800원을 적어내 사업권을 확보했다. 한편, 수도권 남부를 가로지르는 수인분당선은 인천에서 서울 왕십리까지 약 63.5km를 잇는 전철 노선이다. 2020년 9월 수인선과 분당선이 연결

되면서 현재의 이름으로 통합됐다. 인천·시흥·안산·수원·성남·서울을 잇는 광역 교통의 동맥이다. 서해안 지역에서 서울 강남과 강북의 도심까지 한번에 이동할 수 있는데다 수도권 대부분의 지역으로 환승이 용이하기 때문에 이용 승객이 밀집되는 수도권 주요 노선으로 꼽힌다.



수인분당선 전동차 내 가형 액자광고.

대구 1호선 전동차 내부광고 화성이엔에이가 확보

대구교통공사가 지난 10월 3일자로 입찰에 부친 ‘대구 1호선 전동차 내부광고 대행’ 사업자로 화성이엔에이가 선정됐다. 이 사업은 전동차 34편성의 내부 광고물 5종을 운영하는 사업이다. 매체

를 구체적으로 살펴보면 △액자형 광고(520×370mm) 3,536기 △모서리형 광고(900×240mm, 730×240mm) 1,632기 △출입문 상단 스티커 광고(450×100mm) 3,264기 △천정걸이 광고(1,000×200mm) 612기 △LED조명 광고(600×270

mm) 3,128기 등 총 1만2,172기다. 계약기간은 계약개시일로부터 5년 10일간이며, 전체 계약기간에 대한 총액 입찰로 진행된 이번 입찰에서 화성이엔에이는 22억8,030만원을 제시해 사업권을 가져왔다.



대구 1호선 전동차 내부 광고.

인천 광역버스 준공영제 내·외부 광고 대행 입찰

인천광역시 시내버스수입금공동관리위원회는 지난 10월 29일자로 ‘인천시 광역버스 준공영제 내·외부 광고 대행사업자’ 선정 입찰을 공고했다. 이번 입찰의 광고물량은 더월드교통·마니버스·선진여객·성민버스·수정관광화물·신강교통 등 준공영제에 참여한 10개사가 운영하는 332대의 광역버스 광고다. 노선별 운행대수 기준

이며 향후 시의 정책 변경에 따라 증감차될 수 있다. 내부광고는 △원형시트 창문광고 △시트커버 뒷면 광고 △중앙문 광고로 구성되며 외부광고는 △차도면 광고 △인도면 광고 △후면 광고로 이뤄진다. 사업의 계약기간은 2026년 1월 1일부터 2028년 12월 31일까지 3년이다. 입찰은 전체 사업 기간에 대한 총액

입찰로 진행되며, 예가는 비공개다. 공고일 기준으로 수도권에 본사를 두고 있어야 하며, 광고 사업을 영위한지 2년 이상 된 법인사업자만 참여 가능하다. 또한 최근 1년 기준으로 옥외광고 관련 매출액이 5억원 이상이어야 한다. 입찰 마감은 11월 5일 오후 4시이고, 개찰은 다음날인 6일 오전 10시에 치러진다.



인천광역버스 외부광고 및 좌석시트 뒷면 광고.

서울 2호선 성수역, 무신사역 된다

3억2,929만2,929원 적어내 사업권 확보



성수역 광고물에 무신사가 병기된 모습.

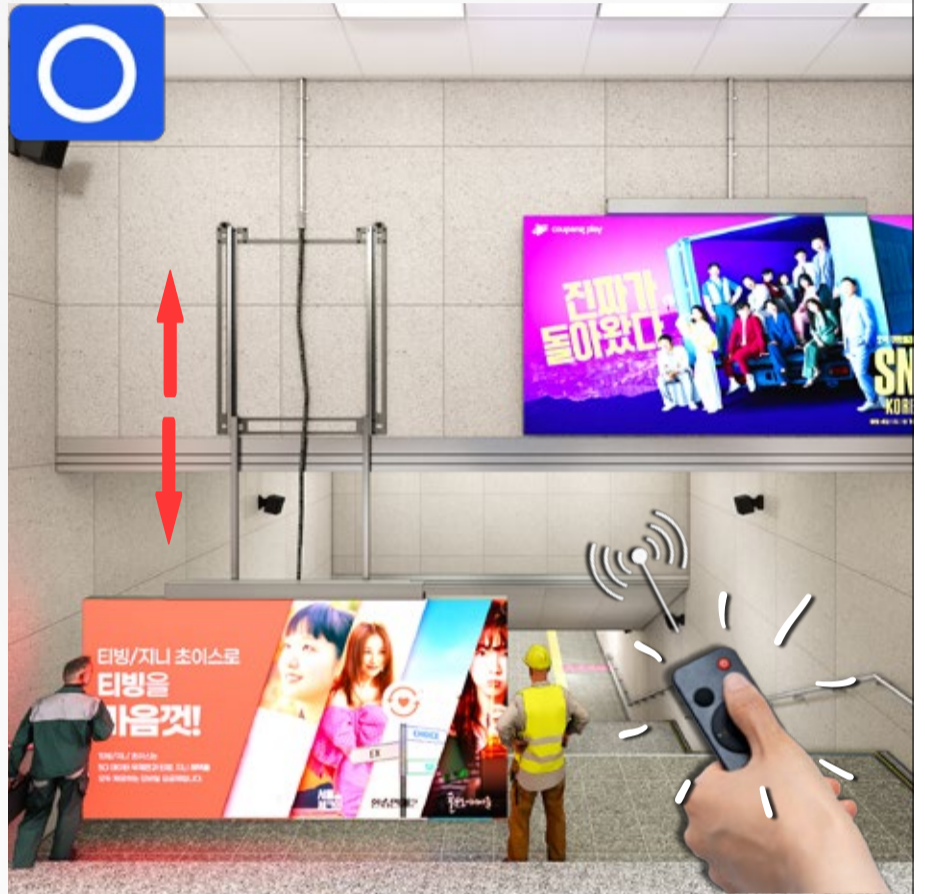
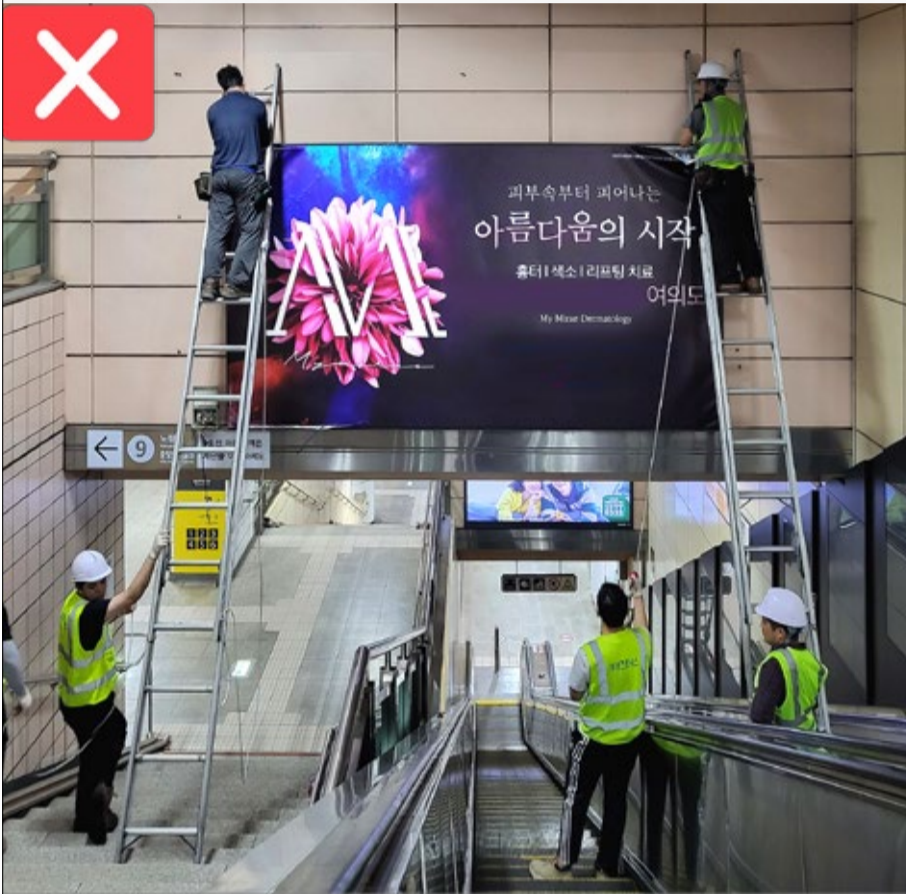
패션 플랫폼 무신사가 서울 2호선 성수역의 역명병기 광고권을 확보했다. 서울교통공사에 따르면 지난 9월 26일 진행된 역명병기 판매 사업 입찰에서 무신사가 단독으로 응찰했으나 유찰된 뒤 재입찰 절차없이 수의계약을 확정지었다. 이에 따라 무신사는 성수역의 △플사인 역명판 △출입구 역명판 △안전문 역명판 △안전문 단일노선도 △안전문 종합노선도 △전동차 단일노선도 △전동차 안내방송 △전동차 LCD 표시기 등 8종 광고물에 자사의 명칭을 사용할 수 있게 됐다. 계약기간은 총 3년으로 1회에 한해

연장 가능하다. 이번 역명병기 수의계약의 매체사용료는 3억2,929만2,929원이다. 계속해서 반복되는 29라는 숫자는 무신사가 운영하는 서브 쇼핑몰 29CM의 정체성을 반영한 것으로 알려졌다. 한편, 무신사가 낙찰받은 금액은 지난해 CJ올리브영이 써낸 10억원보다 대략 7억원 낮은 수준이다. 당시 CJ올리브영은 낙찰 시작가인 약 2억9,000만원의 세 배 가까운 금액을 제시해서 역명병기 자격을 얻었으나, 여러 논란 끝에 3개월만에 1억8,000만원의 위약금을 물고 사업권을 포기했다.

수직 이동형 광고판 승강장치

“이젠 사다리도, 비계도 필요 없습니다!” 리모컨 하나면 OK!

광고 출력물 교체를 안전하고, 간편하게!



국내 최초 특허 보유!

수직 이동형 광고판 승강장치만의 특징점!

- 사고예방 ----- 산업재해 고위험군인 사다리 추락사고 방지
- 비용절감 ----- 전문장비 또는 인력이 필요치 않아 비용 절감
- 시간단축 ----- 야간에만 가능했던 작업이 주간에도 가능
- 장비 간소화 -- 리모컨 하나로 별도의 고소장비 없이 게, 폐첩 가능
- 산업안전 ----- 산업안전보건법 및 중대재해처벌법으로부터 해방

- ✓ 반영구적 맞춤 설계
각 현장별 실사와 맞춤 설계로 최초 설치 후 반영구적 사용이 가능합니다.
- ✓ 전도 및 추락 방지 설계
높은 위치에 고정되어 있는 광고판이 전도 및 추락되지 않도록 구조적으로 설계되었습니다.
- ✓ 유지보수
설치 후 문제가 발생하더라도 손쉽게 유지보수 및 A/S가 가능합니다.
- ✓ 비상시 전원차단 기능 장착
비상시에 동작중인 광고판을 전원차단 기능으로 즉시 멈추도록 설계되었습니다.

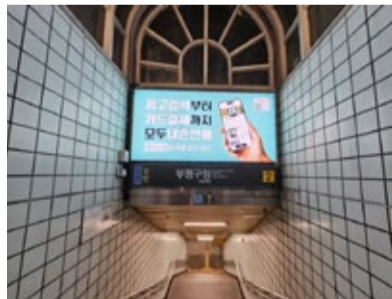
이런 곳에 수직 이동형 광고판 승강장치를 설치하세요!



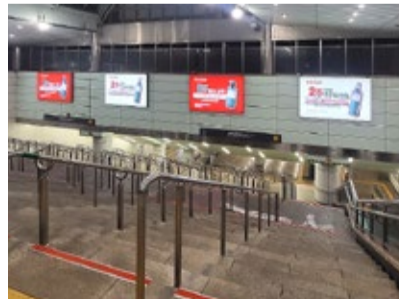
공항 및 버스터미널 광장



기차역, 지하철역 대합실



출입구 상단 캐노피



계단 캐노피

2025 부산국제마케팅광고제 OOH 부문 수상작 리뷰

옥외광고가 만들어 내는 긍정적 영향력에 주목

AI 기술 적극적으로 활용한 아이디어들에도 호평

아시아 최대 광고제로 꼽히는 '2025 부산국제마케팅광고제(MAD STARS 2025)'가 지난 9월 29일자로 '올해의 그랑프리' 등 수상작을 발표했다.

올해는 지난 2월부터 약 4개월간 전 세계를 대상으로 출품작을 접수받아 온라인 예선 심사를 거쳐 본선 진출작을 확정했다. 이어 20개국 34명의 심사위원이 현장 토론을 통해 부문별 그랑프리 등 수상작을 선정했다.

이번 수상작들을 보면 단순한 브랜드 마케팅을 넘어 공공에게 긍정적인 영향을 주는 아이디어들이 좋은 평가를 받았다. 또한 행사의 주제가 'AI-vertising, AI 광고 마케팅 시대'였던 만큼 옥외광고에 AI를 효과적으로 적용한 사례들에 대해서도 높은 평가가 이뤄졌다.

'MAD STARS 2025' OOH 부문 주요 수상작들을 소개한다.

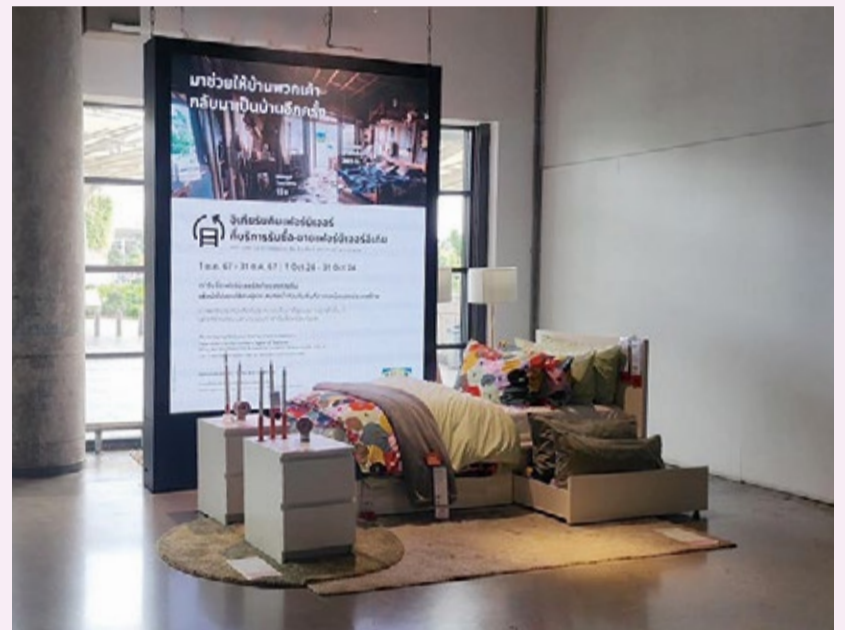
신한중 기자



휴식이 필요한 시간을 알리는 초콜릿바

브랜드 : KitKat 수상 : Outdoorstar Grandfirx 대행사 : VML 마닐라

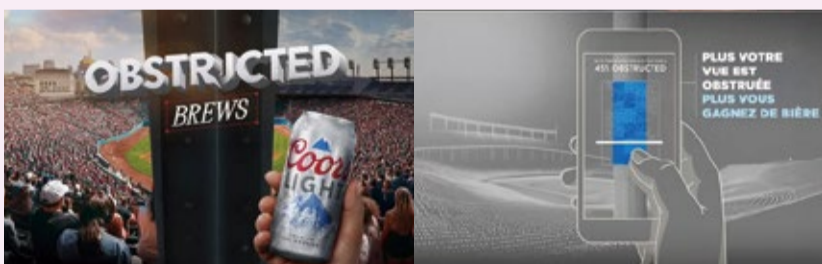
킷캣이 필리핀 마닐라에서 전개한 '킷캣 휴식 바(KitKat Break Bars)' 캠페인은 필리핀만의 휴게 문화에서 착안한 아이디어로 효과적인 성과를 거뒀다는 점에서 호평을 얻었다. 필리핀의 상점들은 잠깐의 휴게시간 동안 출입문 양쪽 손잡이에 우산이나 긴 막대, 빗자루 등을 끼워서 문을 잠가두는 경우가 많다. 킷캣은 이 막대 대신 사용할 수 있는 자사의 초콜릿바 모양의 나무 구조물을 제작해 지역 상점들에 무료로 배포했다. 상점들은 보기 싫은 막대 대신 이 킷캣 브레이크바를 이용했다. 그 결과 도시미관 향상과 더불어 '휴식이 필요할 때 언제나 킷캣'이라는 브랜드 슬로건을 효과적으로 상기시키는 브랜드 광고 효과를 이끌어 냈다.



옥외광고로 홍수 피해자들과의 공감대 형성

브랜드 : 이케아 수상 : Outdoorstar Silver 대행사 : VML 태국

2024년 태국에 발생한 최악의 홍수는 수많은 사람들의 터전을 앗아갔다. 이케아의 'The Flooded Room' 캠페인은 이 재난에 대해 대중의 공감대를 이끌어 낸 기부광고로 주목받았다. 이케아는 홍수가 발생한 이후 자사 옥외광고물에 적용된 이미지를 홍수 피해를 입은 피해자들을 위한 기부광고로 빠르게 변경했다. 특히 수해 현장의 실제 사진 100여장을 AI로 합성해 현실감을 극대화했으며, 기존 광고 이미지 속의 가격표시도 '잃어버린 추억' 등의 감성적 메시지로 대체했다. 이를 통해 사람들이 피해자들에게 가구를 기부할 수 있도록 독려했다. 이 광고는 소비자들과 함께 하는 브랜드로서 재난상황에서 신속한 대응을 돋보이게 만드는 한편, AI라는 최신 기술을 활용해 피해 현장을 보여줌으로써 사람들의 공감대를 이끌어 냈다는 점에서 주목받았다.



불편한 관중석을 배려한 맥주 할인 캠페인

브랜드·캠페인 : MOLSON COORS, 'Obstructed Brews' 수상 : Outdoorstar Gold 대행사 : DROGA5 NEW YORK

야구 경기장에서 외곽의 좌석에 앉은 관중들은 시야 방해에 따른 불만을 느낄 수밖에 없다. 쿼어사이트 맥주를 판매하는 쿼어스는 가려진 시야만큼 맥주 가격을 할인해 주는 기발한 캠페인 'Obstructed Brews'를 전개했다. 이 캠페인은 GPT Vision 기반의 AI 도구를 활용해 팬들이 업로드한 경기장 사진에서 시야가 얼마나 가려졌는지를 분석하고, 시야가 가려진 범위에 비례해 맥주 가격의 할인폭을 늘려준다. 경기가 잘 보이지 않는 자리일수록 저렴하게 맥주를 구매할 수 있게 되는 것이다.

이 캠페인은 경기장 내의 다양한 옥외광고판을 통해 소개됐으며, SNS 등을 통해 빠르게 전국적인 이슈를 만들어 냈다. 최신의 AI 기술을 통해 야구팬들이 겪는 불편을 '보상'이라는 긍정적인 경험으로 전환시킨 아이디어가 돋보였다는 평가다.

성소수자와의 격차를 줄이는 광고판

브랜드·캠페인 : UNILEVER PHILIPPINES 수상 : Outdoorstar Bronze 대행사 : GIGIL

필리핀의 생활용품 브랜드 유니레버 필리핀 (UNILEVER PHILIPPINES)이 자사의 치약 '클로즈업(Close Up)' 홍보와 더불어 성소수자들을 응원하기 위해 'Close the Gap' 광고판을 세웠다.

필리핀 마닐라 라얀 애비뉴 교차로에 설치된 이 광고판은 멀리 떨어져 있는 두 개의 광고판에 다른 곳을 보고 있는 남성의 얼굴을 담았다. 측면에서 보면 별개의 광고이지만, 보는 방향을 바꾸어서 살펴보면 두 남성이 서로를 따뜻하게 바라보는 이미지가 완성되며 둘의 얼굴 위로 'Close the Gap'이라는 문구가 나온다. 광고판의 보는 각도와 이미지의 원근감을 이용해 성소수자들에 대한 새로운 시각을 통해 그들과의 격차를 줄여야 한다는 메시지를 아주 멋지게 표현했다.



언제 어디서나 만나는 대중교통 매체광고 양진텔레콤이 선도합니다

서울시내버스 음성광고 | 서울시내버스 내부 인쇄물 광고
234호선 전동차내 음성광고 | 5678호선 전동차내 음성광고
1234호선 승강장 음성광고 | 1234호선 디지털보드
SRT수서·동탄·평택지체 | KTX익산·정읍역 광고

[함께할 영업사원을 모집합니다]

경력, 나이제한 없음, 적극적이고 창의적인 성격의 소유자

|주|양진텔레콤
YANGJIN

서울시 송파구 삼전로 1길 2 (잠실동, 양진빌딩) T 02.412.4130 F 02.412.4139 www.yangjintel.com

업종별 옥외광고 크리에이티브 - 감기약(Cold medicine) 광고

급격히 쌀쌀해진 날씨에 감기약이 필요한 계절

구구절절 설명보다 임팩트있는 'FUN' 코드로 주목도 높여

쌀쌀한 날씨, 차가워진 바람이 불기 시작하는 이 가을에 조심해야 하는 것중 하나는 바로 감기다. 국내에서 11월은 본격적으로 찬바람이 불기 시작하는 계절이다. 특히 최근 수년간은 이상기온으로 가을이 없이 여름에서 바로 겨울날씨로 전환되는 까닭에 환절기 감기에 걸리는 일이 많아져 감기약의 소비도 늘고 있다.

감기약의 경우 약제의 특성상 경쟁사 제품과 확연히 비교되는 차별성을 가지기는 어렵다. 알약이나 액상이냐의 차이 정도다. 따라서 감기약 광고에서는 먹는 형태를 강조하는 사례가 많다. 또한 약의 성능 자체를 구구절절 설명

하기보다는 '편' 코드를 활용해 제품을 각인시키기도 한다. 제품의 효과보다는 감기의 증상 자체를 과장해 표현하는데, 고아고에서 보여준 증상이 몸에 나타날 때 바로 그 약의 이름을 떠올려야 소비로 이어지는 경우가 많기 때문이다. 신한중 기자



존슨앤존슨(Johnson&Johnson)이 올해 초 성수동에서 진행한 분말형 '타이레놀(Tylenol)' 광고 캠페인. 먹기 편한 가루약 형태라는 점을 강조하기 위해 바닥에 하얀 모래를 깔고 대형 분말 스틱 조형물을 설치했다.

대원제약이 짜먹는 감기약 콜대원을 알리기 위해 국내 버스에 집행한 광고. 짜먹는 튜브형 약제라는 점을 재치있는 이미지와 카피로 표현 했다.



존슨앤존슨이 코감기약 '시누탭(Sinutab)' 홍보를 위해 미국에서 진행한 옥외광고 캠페인. 낮은 건물의 누수 현장에 큰 코의 이미지를 절묘하게 부착해 콧물이 질질 흘러내리는 모습을 재미있게 표현했다.

GSK가 종합감기약 테라플루(Theraflu) 홍보를 위해 폴란드에서 집행한 인터랙티브 광고. 쇼핑물 등 사람들이 몰리는 여러 요충지에 설치된 이 광고판에는 사람의 체온을 잴 수 있는 열화상 카메라가 장착돼 독감 감염 위험이 있는 사람들에게 경각심을 환기시켰다.

사탕처럼 녹여먹는 형태의 약품인 테라플루 캔디 출시에 맞춰 GSK가 미국 곳곳에 선보였던 차량 래핑 광고.



브라질의 제약기업 드로가라이아(Droga Raia)의 반응형 옥외광고. 기침하는 사람 얼굴로 채워진 광고판 주변으로 사람이 지나가면 센서가 반응해 침이 튀기듯 물이 분사된다. 유행성 감기 예방을 위한 메시지를 재미있게 표현했다.

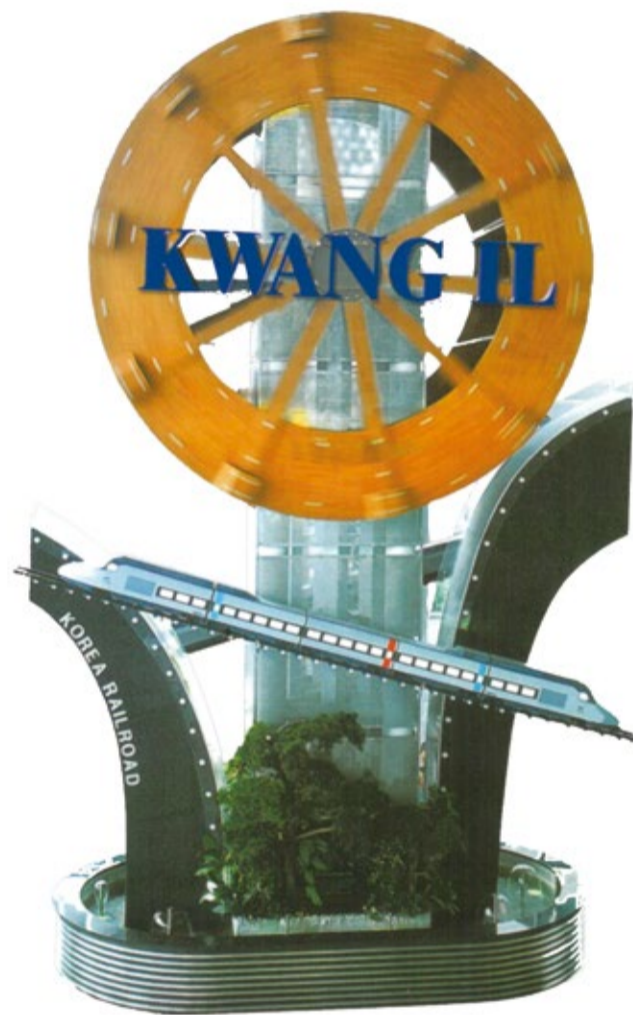
호주의 파나돌(Panadol)이 동명의 감기약 파나돌 홍보를 위해 대만에서 집행한 조형광고. 감기걸린 사람이 재채기를 할때 마스크가 튀어나가는 모습을 입체기법을 통해 과장되게 표현한 것이 재미있다.

미국의 오래된 약국 프랜차이즈 라이트에이드(Rite Aid)가 어린이 감기약 홍보를 위해 설치한 옥외광고. 아이들이 광고물에 흥미롭게 다가갈 수 있도록 재미있는 조형물로 세웠다.



(주) 광일
KWANGIL CO., LTD.

Advertising Culture Leader
KWANG IL



광고 50여년!

오직 이 길만이 나의 길이라 생각하고
걸어온 50여년의 광고 인생길
광고인의 자긍심을 더욱
살릴 수 있도록
최선을 다하겠습니다.

본 사 : 서울특별시 서초구 강남대로 331 광일프라자 / <http://www.kiad.co.kr>
서울특별시 동대문구 장한로 2길 23 광일빌딩 / TEL : 02)2248-2939 / FAX : 02)2242-0037

소형 평판 프린터 전성시대... 판매 호조 지속

판촉물·굿즈 제작의 필 수장비로 자리잡으며 시장 성장



지난 '2025 K-PRINT'에 출품된 소형 평판 UV 프린터 제품들.

어려운 경기 상황으로 인해 실사출력 시장 전반의 활력이 떨어지고 있는 가운데 소형 평판 프린터에 대한 시장의 소구력은 꾸준히 늘고 있다.

최근 관련 업계에 따르면 수년간 소형 평판 프린터의 판매량이 꾸준히 늘어나고 있다. 초기 평판 프린터의 대중화가 중대형 장비 위주로 진행됐다면 지금은 소형 장비가 관련 시장의 케파를 확대해 가고 있는 모습이다.

기존의 장비보다 사이즈를 확 줄인 중소형 UV 평판 프린터를 비롯해 사무실과 작업장의 테이블 위에 두고 쓸 수 있는 데스크탑형 장비까지 소형 장비에 대한 시장의 관심과 수요는 날로 진작되고 있다.

이런 흐름에 따라 중소 장비 유통업체들은 물론이고 메이저 공급사들도 최근 관련 신제품을 선보이면서 관련 시

장에 적극 대응하고 있다.

소형 UV 평판 프린터가 인기를 모으는 데는 여러 요인이 있지만 가장 큰 이유는 판촉물과 굿즈, 커스터마이징 제품 등 소형 디자인 상품 시장에서의 활용성이 지속적으로 부각되면서다.

이런 제품들은 기존 스크린인쇄 전문 기술을 보유한 업체들의 영역이었다. 하지만 소형 UV 평판 프린터가 보급되고 디자인 아이디어를 가진 신규 창업자와 젊은 디자이너들이 가세하면서 시장 저변이 넓어지고 있는 양상이다.

▲데스크탑 UV 프린터의 새 가능성 대두

일반적인 소형 UV 프린터보다 훨씬 크기가 작은 데스크탑 형태의 평판 UV 프린터도 새롭게 시장을 만들어 가고 있다. 물론 이런 장비는 본격적으로 프

린팅 사업을 전개하고 있는 전문 업체에는 맞지 않다는 게 중론이다. 클라이언트의 다양한 요구에 대응하기에는 생산성을 확보하기 어려워하다.

그러나 적은 비용으로 다양한 디자인 아이디어를 실현해 보려는 신규 창업자에게는 좋은 선택이 될 수 있다. 장비도 작고 사용방법도 쉽게 구성돼 있어 어렵지 않게 소규모 출력 비즈니스를 시작할 수 있다.

장비 공급사 입장에서 이런 장비의 판매는 미래 수요를 견인하는 기반이 될 수 있다. 실사출력 장비의 경우 브랜드 충성도가 강하다. 인프라 확대를 위해 장비를 교체하거나 새 장비를 추가할 때도 처음 사용했던 브랜드의 장비를 선택하는 경우가 많다. 이와 관련, 최근 메이저 제조사들이 데스크탑 프린터를 출시하고 있는 것은 신규 창업

자들의 접근이 용이한 제품을 통해 브랜드에 대한 호감도를 높이기 위한 전략적으로도 볼 수 있다.

▲에pson·롤랜드 데스크탑 신장비 출시하며 마케팅 가속

한국에pson은 1인 창작자와 소규모 비즈니스 및 맞춤형 굿즈 시장을 겨냥해 자사 최초의 데스크탑 평판 UV 프린터 'SC-V1040'을 최근 선보였다.

V1040은 좁은 작업대나 책상 위에도 쉽게 설치가 가능한 콤팩트한 디자인으로 설계된 것이 특징으로 소규모 사업장에서도 공간 제약없이 효율적인 출력 환경을 구축할 수 있다. 최대 210×297mm, 두께 70mm의 소재 및 제품 인쇄를 지원하며, 마이크로피에조 헤드와 울트라크롬 UV 잉크를 적용해 고해상도의 정밀한 인쇄 품질을 구현한다.

잉크 구성은 CMYK에 화이트, 바니시를 더한 6색으로 다양한 어플리케이션 개발이 가능하다. 공기정화 필터를 제품에 내장해 실내 공기질을 관리하는 등 사용자를 배려한 것도 장점이다.

한국롤랜드디지털 또한 베르사 스튜디오 시리즈의 신제품 'BF-16'을 출시하고 마케팅에 나섰다.

BF-16은 최대 420×297mm, 높이 90mm 규격의 소재 및 커스터마이징 제품으로 정교한 출력이 가능한 UV 평판 프린터다. 좋은 성능을 보여주면서도 합리적인 가격으로 출시된 것이 특징이다.

크기가 963×908mm에 불과한데다 소재 공급, 잉크 교체도 모두 전면에서 이뤄지기 때문에 벽면에 바짝 붙여 사용할 수 있어 공간의 효율성을 높일 수 있다. 잉크는 CMYK에 화이트와 글로스까지 6개 구성이다. 잉크 용량은 220ml 병 타입으로 제공되며 합리적인 가격대로 판매된다. 프린트 헤드 표면 불순물과 잔해물을 제거하는 자동 청소 기능 등 다양한 편의 옵션을 갖춘 것도 장점이다.

신한중 기자



한국에pson의 'SC-V1040'(왼쪽)과 한국롤랜드디지털이 출시한 'BF-16'.

대형채널



아크릴면발광



티타늄채널(골드스텐)

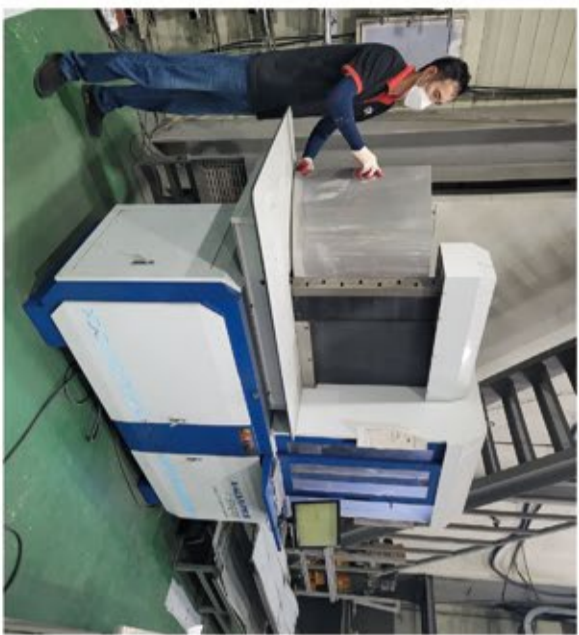


오케이엔드럭

www.okinc.co.kr

경기도 부천시 산업로 88(오정동, 739-6)
Tel. 032)674-0000 Fax. 032)677-1110

대형채널장비(600mm벤딩가능)



본사전경



전 · 후광채널



에폭시, 일체형 채널



30년 업력 스크린인쇄 장인이 선택한 UV DTF 장비는?

썬실크스크린, 미마키 'UJV300DTF-75' 도입하며 새 도약



썬실크스크린이 도입한 미마키 'UJV300DTF-75' UV DTF프린터.

서울 중구 충무로에 소재한 썬실크스크린은 규모는 작지만, 국내 스크린인쇄 분야에서는 오랜 업력과 뛰어난 실력으로 뚜렷한 존재감을 가지고 있는 업체다. 이 회사는 최근 사업 영역 다각화 및 제작 경쟁력 강화를 위해 마카스의 최신 UV DTF프린터 'UJV300DTF-75'를 신규 도입하며 새로운 도약에 나섰다.

▲30년의 업력 노하우... 스크린인쇄 명가로 '정평'

스크린인쇄는 얇은 망(스크린)을 통해 잉크를 통과시키는 방식으로 원하는 디자인을 표현해내는 아날로그 인쇄기법이다. 모든 공정이 수작업으로 진행되기 때문에 작업자의 실력과 경험이 출력 퀄리티를 좌우한다. 그래서 출력 업계에서는 스크린인쇄 기술자들을 장인으로 인정하기도 한다.

썬실크스크린 김장동 대표는 스크린인쇄 경력만 30년에 이르는 이 분야의 대표적 장인이다. 스크린인쇄업종의 특성상 까다롭고 어려운 요구가 많은데, 어떤 방식으로든 해결책을 찾아내는 실력과 서비스로 업계 내에서도 정평을 얻고 있다. 실제로 일반 소비자부터 프랜차이즈 업체, 명품 패션 기업들까지 다양한 고객들이 이 회사를 찾고 있다.

이 회사의 또 다른 경쟁력은 아날로그와 디지털 방식의 출력 인프라를 두루 섭렵하고 있다는 점이다.

국내 스크린 인쇄 기술자들의 경우, 평균 연령대가 높아 새로운 디지털 기술을 선뜻 받아들이지 못하는 경향이 강하다. 그래서 많은 스크린인쇄 업체들이 여전히 아날로그 작업만을 고수하는 경우가 많다. 하지만 썬실크스크린은 일찌감치 디지털 평판 UV 프린팅 기술을 접목함으로써 회사의 기술 경

쟁력을 높여왔다.

▲UJV300DTF-75 도입해 UV DTF프린팅 분야로 업역 확대

미마키의 'UJV300DTF-75'를 도입한 것도 이런 맥락에서 이뤄졌다. 최신의 기술을 조기에 도입해 기존 기술의 부족한 점을 채우고, 관련 시장을 선점하기 위해서다.

UJV300DTF-75'는 출력폭 650mm의 UV DTF 전용 프린터다. 미마키만의 기술력을 적용해 빠르고 안정적으로 전사지를 출력할 수 있다. 잉크 구성은 C·M·Y·K 4컬러에 화이트와 클리어 잉크까지 6개 잉크가 1ℓ 보틀 타입으로 적용돼 생산성이 높다.

가장 주목할만한 특징은 출력물의 내구성이다. 이미지를 표시하는 컬러 잉크에는 유연한 연질 잉크(ELH-170)를, 베이스가 되거나 표면을 코팅하는 역할을 하는 화이트·클리어 잉크는 경질 잉크(ELH-100)를 사용함으로써 출력물의 강도와 유연함을 모두 구현했다. 이를 통해 어떤 형태의 제품에 이미지를 부착하더라도 업계 최고의 내구성을 구현한다는 게 마카스측의 설명이다.

또한 독자적인 헤드 컨트롤을 통해 출력물의 가장자리가 완만한 각도로 마감되기 때문에 손끝에 인쇄물의 가장자리가 걸려 탈락하는 현상도 최소화했다.

출력과정에서의 안정성도 우수하다. UV DTF 필름 전용으로 개발된 특수 핀치롤러를 적용해 점착필름의 점착면이 롤러에 붙는 것을 방지한다. 점착필름으로 인해 프린터 헤드의 고장이 잦

은 UV DTF의 고질적 단점을 보완해 미디어 잼 센서(Media Jam Sensor)가 적용된 것도 주목할 부분이다. 출력중 용지나 자재가 걸리는 잼 현상을 즉각 파악하고 출력을 중단해 프린터 헤드를 보호한다.

▲스크린인쇄와 디지털프린팅의 시너지로 독자 영역 구축

썬실크스크린은 앞으로도 UV DTF 프린팅 등 새로운 기술과 전통의 스크린 인쇄방식을 효과적으로 결합해 사업 경쟁력을 높여간다는 방침이다.

특히 작업자의 세대 교체에 따라 인쇄업종 전반이 디지털로 전환되고 있는 지금, 아날로그 스크린인쇄 기술과 디지털 프린팅 인프라를 모두 갖추고 있는 점은 썬실크스크린의 강력한 경쟁력이 되고 있다. 신한중 기자



'UJV300DTF-75'로 출력된 상품들의 모습.

미니 인터뷰 - 썬실크스크린 김장동 대표

“스크린인쇄와 UV DTF프린터는 상호 보완적... 시너지 매우 높아”

-스크린인쇄 전문가로서 명성이 높는데, 어떤 작업을 주로 하나.

▲20대부터 지금까지 근 30년 가까이 스크린인쇄업에 몸을 담아 왔다. 이 업종은 경험과 노하우가 아주 중요한 자산이 되는 분야인 만큼 오랜 경력을 업계에서 인정해 주는 것이라고 본다.

스크린인쇄의 범위는 매우 넓고 그만큼 다양한 작업을 하게 된다. 특히 우리에게 아주 까다롭고 어려운 작업 의뢰도 많다. 매우 정교한 결과물을 요구하는 명품 패션 브랜드의 기념품이나 굿즈 상품 관련 의뢰도

많은 편이다.

- 미마키 UJV300DTF-75를 도입하게 된 이유는.

▲가장 중요한 이유는 컬러다. 스크린인쇄로 해결하기 어려운 풀컬러 작업을 보완하기 위해 UV DTF프린터 구매를 고려했고, 여러 장비를 고려한 끝에 안정성과 출력 퀄리티, 그리고 출력물의 강력한 내구성을 두루 비교한 끝에 UJV300DTF-75를 구매하기로 결정했다.

-장비에 대한 만족도는 어떠한가.

▲스크린인쇄는 작업의 특성상 다양한 컬러를 쓰기가 쉽지 않다. 하지만 UJV300DTF-75를 활용하면 고객이 원하는 컬러 이미지를 쉽고 정확하게 제작할 수 있다. 또한 출력물의 접착력과 내구성이 매우 우수해 비정형 제품의 출력작업이 매우 용이해졌다. 대량 작업에서의 출력 일관성도 우수해 만족스럽다.

-앞으로의 계획은.

▲우리의 강점은 아날로그스크린인쇄 기술의 마지막 세대로서 디지털프린팅 기술을 받아들였다는 점이



다. 두 기술은 대체재라기보다는 상호 보완적인 면이 많다. 스크린인쇄가 다룰 수 없는 영역을 디지털프린팅이 뒷받침함으로써, 스크린인쇄 고유의 경쟁력도 더욱 높아진다고 본다. 앞으로도 스크린인쇄와 디지털프린팅의 시너지를 통해 우리만의 경쟁력을 더욱 강화해갈 계획이다.

관공서 선호도 1위 제품

여성기업-우선구매

1988년 - 각목과 노끈이 필요 없는 탱탱 걸이대 특허획득 (세계 최초)
 2007년 - 친환경 태양광으로 작동하는 전자동게시대 특허획득(세계최초)
 2011년 - 전자동/반자동 겸용으로 작동하는 겸용게시대 출시(세계최초)

디자인형 현수막게시대

게시대 관리의 편리함, 도시미관의 향상, 지역 컨셉에 맞게 디자인하여 제작하여 드립니다~!



전반자동겸용 풍속감지자동승하강, 버튼 핸들겸용
반자동게시대 핸들형, 고장 잘 없어요
저단형게시대 찌그러지지 않아요



안전성

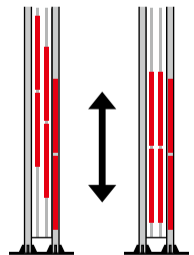
- 현수막 하강시 그대로 내려옴
- 공간이 협소하여도 설치가능
- 기둥내에서 움직이므로 보행자 위험없음
- 현수막이 그대로 내려와 탈부착 용이

편리성

- 핸들 돌릴때의 부드러움 (유치원생도 돌릴 수 있습니다)
- 손쉬운 현수막 탈부착
- 조립해체가 간단하여 이전설치가 쉬움

다양성

- 디자인 게시대 제작
- 나무무늬목
- 열처리칼라도장
- 스텐판 등



- 생산 제품 종류
 - 각종 현수막 게시대 (주문제작가능)
 - 게시판, 안내판 등

- 남신테크 보유 지적재산권
 - 특허증 16건
 - 의장 및 상표 등록증 4건

※ 위 제품들은 특허등록된 제품으로 무단 제작시 민,형사상의 책임을 묻겠습니다.

부산 주요 거리서 현수막 사라진다

16개 구·군 주요 교차로·해수욕장으로 '청정거리' 확대 운영



부산시가 현수막 청정거리를 16개 구·군의 주요 구간으로 확대 지정했다.

부산 도심의 주요 거리와 해수욕장 일대에서 정당·상업용·행사용 등 각종 현수막이 사라지게 된다.

부산시는 관내 16개 구·군마다 주요 거리 1곳씩을 '현수막 없는 청정거리'로 확대 지정했다고 최근 밝혔다.

'현수막 없는 청정거리'는 시민과 관광객들이 많이 찾는 주요 해수욕장과

교차로를 중심으로 운영된다. 이번 확대 지정을 통해 △광안리 해변로(수영구) △해운대·송정해수욕장(해운대) △내성교차로(동래구) △연산교차로(연제구) △부산역앞 중앙대로(동구) 일원 등 16개 구·군의 주요 구간이 '현수막 없는 청정거리'에 새롭게 포함됐다.

부산시 관계자는 "여름 휴가철에 광

안리해수욕장 일대에 난립한 정치현수막에 대한 민원이 다수 제기돼 지난 9월 1일 광안리 해수욕장 해변도로 1.5km 구간을 청정거리로 시범 지정했다"며 "이후 16개 구·군에 최소 1곳씩 청정거리를 지정해 달라고 요청한 결과 총 16곳이 청정거리로 신규 지정됐다"고 설명했다.

시에 따르면 현수막이 급증한 건 2022년 개정된 '옥외광고물법'에 의해 정당 현수막의 경우 신고와 허가 없이 걸 수 있게 되면서다. 정당끼리 서로 비난을 하는 정치현수막이 난립하자 민원이 늘기 시작했다. 지난해 4분기 부산의 정당현수막 관련 민원은 150여 건에 불과했지만, 올해 1분기에는 660건으로 4배 넘게 늘었다.

현수막 청정거리 지정 구간에서는 공공기관 현수막을 포함한 모든 게시물이 무관용 원칙에 따라 즉시 철거된다. 관할 구·군은 청정거리 지정 구간을 중심으로 정기 순찰과 상시 점검을 병행

하며, 훼손되거나 무단 게시된 현수막은 즉시 철거하는 등 상시 정비 체계를 유지한다.

시는 이를 지원하기 위해 '불법광고물 기동정비반'을 상시 운영하며 주요 도심과 관광지 일대 현장 점검을 병행하고 있다. 구·군별 광고물 정비반과 연계해 청정거리 지정 구간을 중심으로 집중 단속이 이뤄지도록 관리 체계를 강화한다.

또 각 정당과의 사전 협조를 통해 청정거리 지정 구간의 운영 취지를 공유하고, 정치홍보 현수막이 시민 통행과 도시미관에 영향을 주지 않도록 자율적인 협조를 요청할 예정이다.

시는 또 청정거리 운영 실적이 우수한 구·군에 대해 인센티브를 제공할 계획이다. 정비율과 주민 만족도, 민원 감소를 등을 평가해 시정홍보사업 우선 선정, 업무평가 가점 부여 등의 혜택을 부여할 예정이다. 이를 통해 구·군의 자율적 참여를 유도하고, 청정거리 운영이 일회성 정비를 넘어 지속 가능한 관리 체계로 정착되도록 한다는 방침이다.

시 관계자는 "구·군의 적극적인 참여와 시민들의 동참을 통해 지역마다 특색있는 청정거리가 정착될 수 있도록 하겠다"고 말했다. 신한중기자

LX하우시스, 5년 연속 '한국산업 고객만족도(KCSI)' 1위

상품·서비스 만족도, 재구매 의향 등 모든 항목서 우수 평가

LX하우시스가 '2025 한국산업의 고객만족도(KCSI)' 조사에서 가정용 건축자재 부문 1위 기업으로 선정됐다고 최근 밝혔다.

한국능률협회컨설팅(KMAC)이 주관하는 KCSI는 1992년 첫 발표 이후 올해로 34년째 진행된 국내 산업의 대표적인 고객만족도 조사다. 올해 조사는 지난 4월부터 8월까지 1만1,000여명의 국내 소비자가 참여해 소비재, 내구재

제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등의 분야에서 총 400개 기업과 기관을 대상으로 진행됐다.

LX하우시스는 가정용 건축자재 부문에서 5년 연속 1위 기업으로 선정됐다. △상품·서비스에 대한 전반적 만족도 △요소별 만족도 △재구매 의향 등 조사 항목에서 모두 우수한 평가를 받았다.

LX하우시스는 최신 라이프스타일을

반영한 LX Z:IN 상업용 그래픽 필름·창호·바닥재·벽지 등 차별화된 제품으로 고객만족도를 높여가고 있다.

차별화된 제품 공급과 함께 전문 시공인력 양성을 통한 완벽한 시공 품질 서비스 제공을 통해서도 고객 만족도를 높여가고 있다. 시공인력 교육시설인 'LX Z:IN 인테리어 아카데미'는 올해 고용노동부의 '산업맞춤형 공동훈련센터 성과 평가' 결과 인테리어 업계



LX하우시스의 광고 이미지.

에서 유일하게 최고등급(S등급)을 획득하는 등 연간 1,500명 가량의 수요자를 배출하고 있다.

썬테크, 2세대 A3 규격 UV프린터 'UVA3-S2' 출시

작업대 확대, LM가이드 적용 등 전작 대비 7개 핵심 사양 개선

소형 UV프린터 공급사 썬테크가 자사의 A3 규격 UV프린터 2세대 모델인 'UVA3-S2'를 출시했다.

UVA3-S2는 엡손의 1300헤드가 적용된 제품으로 CMYK에 화이트까지 5개의 잉크가 적용되는 콤팩트 UV프린터다. 작은 크기에도 평판 인쇄와 롤 인쇄, 로터리 인쇄까지 다양한 기능을 제공한다.

썬테크에 따르면 신제품은 1세대 모델 대비 7가지 핵심 기능이 개선됐다.

우선 작업 베드의 크기를 전작의 297×420mm(A3)에서 320×470mm로 확장해 지그 사용시에도 넉넉한 작업공간을 확보했다. 외부 커버도 메탈 프레임 적용해 내구성을 높였다. 또한 1세대 제품에 적용했던 부상·베어링 대신 LM 가이드를 탑재해 소음을 줄이고 인쇄 정확도를 높였다.

높이감지 센서도 기계식 터치 방식에서 적외선 레이저 방식으로 변경해 헤드가 소재에 부딪히는 위험을 개선했

다. 조작 방식도 물리적 버튼 방식에서 터치 스크린으로 교체해 편의성을 높였다. 잉크 관리 부분에서는 기존의 인 증코드 입력 과정을 없애고 잉크부족 알림만 확인하면 즉시 작업이 가능하도록 개선했다.

컬러 작업을 위한 립소프트웨어 기능도 개선했다. 리니어 커브를 통한 세밀한 색상 조절과 ICC 설정이 가능해 복잡한 컬러 작업에 대응할 수 있다.

썬테크 관계자는 "이번 2세대 모델은



썬테크가 출시한 A3 규격 UV프린터 'UVA3-S2'.

편의성과 안정성 등 다양한 부분에서 1세대 모델보다 확실한 성능 개선이 이뤄졌다"며 "소규모 창업부터 산업용 인쇄까지 폭넓게 활용할 수 있다"고 설명했다. 문의 : 1599-8906

(주)세영씨앤씨그래픽스 HP Sign&Graphics 부분판매/서비스 25년 연속1위!!

HP 4.2세대 Roll & Flatbed 하이브리드 화이트 출시!!
 세계 No.1 Real White/White 황변X/White 유해 공기오염X/
 White 유해 경고라벨 필요X/White 냄새X

NEW!



HP 하이브리드 라텍스 R530 (1,626폭)

- ✓ 4 X 8 사이즈 평판 출력 세계 No.1 품질
- ✓ 출력속도 시간당 31㎡(4 Pass 기준)
- ✓ 헤드 높이 최대 50.8mm, 고퀄리티 화이트 잉크 탑재 아크릴, 폼보드, 포맥스 등 다양한 소재 다이렉트 출력
- ✓ HP 픽셀 컨트롤로 최상의 색상 제공

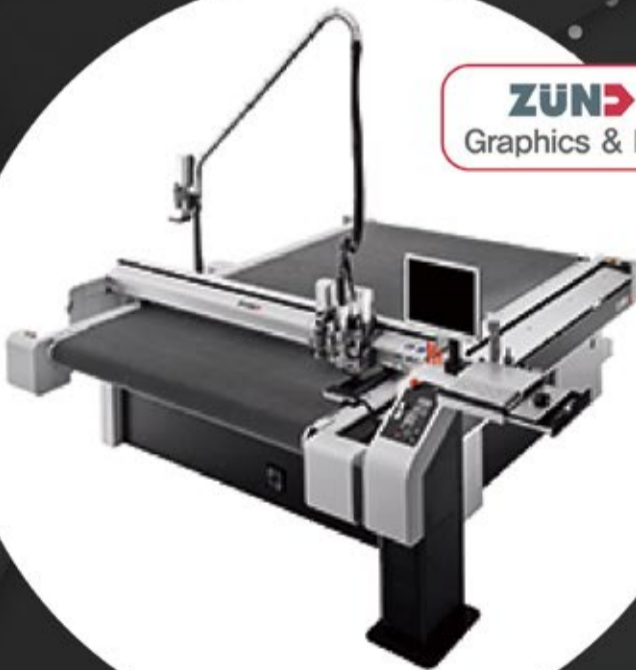
HP 라텍스 730&830 프린터 (1,626폭)

- ✓ 왜 HP라텍스 4.2세대 인가?
- ✓ 고부가가치 가성비 작업으로 비즈니스 향상
- ✓ 납기일 걱정없는 생산성과 라텍스 오버코트 잉크의 효율성
- ✓ 작업자의 건강을 지키고 환경을 지키는 지속가능성

NEW!



ZUND 한국총판
 Graphics & Packaging



ZUND G3 스위스 디지털 재단기

- ✓ 실사 업체의 큰 고민, 후가공을 완벽하게 해결! (후가공 인원 4명 이상 대체 가능)
- ✓ 타사 대비 성능 · 속도 · 정밀도 · 다양성 2배 이상 경쟁력 확보
- ✓ [가공품목]
 POP, 시트지, 폼보드, 포맥스, Box 포장, 아크릴, 정밀 가공분야 외

(주)세영씨앤씨그래픽스

라텍스 호환 소재 **국내 최다 보유**
 라텍스 전용 플렉스(조명용) 세계 최초 개발 및 국내 총판

서울시 금천구 가산디지털2로 144
 현대테라타워 가산DK 10층 1010호
문의 및 상담_Tel. 02-2273-4211

올림픽대로 디지털 야립, '도로 위 미술관' 된다

지방재정공제회, 국립현대미술관과 옥외광고문화 위한 'MOU'



한국지방재정공제회가 국립현대미술관과 협력해 로드블러커의12 디지털 매체에서 진행한 '지금 여기, 국립현대미술관' 프로젝트의 모습.

한국지방재정공제회가 국립현대미술관과 '옥외광고문화와 미술문화 의식 향상을 위한 업무협약'을 체결하고 옥외광고와 미술작품을 접목한 사회공헌 사업을 추진하기로 했다고 최근 밝혔다.

이번 협약은 지난 7월부터 서울 올림픽대로의 기금조성용 디지털 야립 전 광관인 '로드블러커의12'에 개설했던 '지금 여기, 국립현대미술관'이 시민들의 좋은 반응을 이끌어내며 따라 진행된 결과다. 이번 협약에 따라 국립현대미술관은 상설전시 작품작 등 소장하고 있는 미술작품 콘텐츠를 제공하고, 지방재정공제회는 이를 기금조성용 옥외광고물에 게재하는 방식으로 '도로

위 미술관 조성'에 나선다.

지방재정공제회 관계자는 "현대미술관과 적극 협력해 국민들이 일상에서 쉽게 예술작품을 접하고 문화적 경험을 확대할 수 있도록 노력할 것"이라며 "앞으로도 공공의 이익을 위한 다양한 사회 활동을 전개할 계획"이라고 밝혔다.

'지금 여기, 국립현대미술관'은 올림픽대로 여의도~노량진 구간에 신설된 로드블러커의12 디지털 매체를 통해 국내 현대미술을 대표하는 작가들의 작품을 영상화해 선보인 프로젝트다. 지루한 상습 정체 구간에서 멋진 미술작품을 초대형 광고매체를 통해 관람할 수 있었다는 점에서 호평을 얻었다.

세종시, BRT정류장 투명 스크린으로 소상공인 광고 지원

지역내 소상공인에게 연말까지 무료로 광고 게재

세종시의 신교통형 간선급행버스체계(이하 BRT) 정류장에 설치된 투명 LED디스플레이 미디어월이 지역 내 소상공인을 위한 광고판으로 활용된다.

세종시 BRT정류장은 반개방형 큐브 형태로 디자인된 첨단 정류장으로 현재 26개소가 운영되고 있다. 특히 이 정류장의 외부창에는 대형 투명 LED디스플레이(LED전광유리)가 적용돼 다양한 미디어 콘텐츠를 송출할 수 있다. 평시 다양한 예술 콘텐츠와 더불어 공익을 위한 지역 정보, 긴급 재난정보 등이 제공되고 있다.

세종시와 세종도시교통공사는 최근

불황으로 어려움을 겪고 있는 지역 소상공인들을 지원하기 위해 이 미디어월을 연말까지 소상공인 광고판으로 활용하기로 했다. 광고비용은 무료다.

'희망광고'라는 이름의 이 사업은 시에서 선정한 뿌리깊은가게 5개와 착한가격업소 43개 업체의 광고를 집행한다. 광고에 게시된 QR코드를 접속하면 뿌리깊은가게와 착한가격업소에 대한 정보가 시의 어울림앱을 통해 나타난다.

시 관계자는 "지금 어려운 상황 속에서도 공정한 가격과 서비스를 제공하고 있는 소상공인들에게 힘을 내라는



세종시 BRT정류장에서 소상공인을 위한 희망광고가 송출되고 있는 모습.

응원의 의미에서 희망광고라는 명칭을 단 사업을 추진했다"며 "지역 소상공인

들이 이 광고를 통해 어려운 업황을 이겨내기를 기대한다"고 말했다.

삼성전자, 美글래스미디어와 친환경 디지털 사이니지 출시

삼성의 디스플레이 기술에 재활용 가능한 섬유 소재 하우징 적용

삼성전자가 미국 디지털 사이니지 전문기업 글래스미디어(Glass-Media)와 협력해 친환경 특성을 갖춘 맞춤형 디지털 사이니지 솔루션 '파이버크래프트(FibreCraft)'를 선보인다.

파이버크래프트 솔루션은 양사의 기술력과 전략적 파트너십을 바탕으로 공동 개발됐다. 글래스미디어의 맞춤형 제작 역량과 삼성의 디스플레이 기술

이 결합된 제품으로 외부 하우징 전체가 100% 재활용 가능한 섬유 소재로 제작돼 사용 후 업사이클링이 가능하다.

경량화된 모듈식 구조를 갖춰 △컨벤션센터 △호텔 △팝업 매장 △단기 브랜드 행사 등 다양한 환경에서도 빠르고 유연한 설치가 가능하다. 또한 삼성의 클라우드기반관리플랫폼 VXT(Visual

eXperience Transformation)를 탑재해 콘텐츠 관리부터 실시간 진단, 원격 모니터링까지 가능한 엔드-투-엔드(end-to-end) 솔루션을 제공한다.

삼성의 상업용 디스플레이 기술과 글래스미디어의 독창적인 폼팩터가 결합돼 다양한 산업군에서 최적화된 맞춤형 시각 커뮤니케이션이 가능해졌다는 게 양측의 설명이다.



친환경 섬유 소재 하우징이 적용된 '파이버크래프트' 사이니지.

UV DTF



원색 어둡없이 문자나 이미지 표현



불규칙한 형태에도 전사 가능



High Value-Add
Printing Business

NEW UV-DTF 프린터 UJV300DTF-75

- 뉴 마켓, 뉴 비즈니스 UV-DTF
- MIMAKI 첨단 기술의 집약체
- 안정적인 필름이송 시스템
- GREENGUARD GOLD 인증 친환경 잉크

▶ Pigment



수성 잉크젯 프린터
JV330K-190

- 신형 8채널 퀴엄 헤드 장착으로 초정밀 도트 콘트롤
- 고농도 빅도트 Draft모드 구현 - 90m²/h(600dpi/2pass)
- 마카스 수성인양용 잉크파형 제공으로 극량의 품질 구현
- 이미지 정품 트윈을 기본제공 (300yd x 2Roll) 장착가능
- 자동조정 3단계 판치롤러 장착으로 획기적인 길이오차 개선

▶ Eco Solvent



에코솔벤트 잉크젯 프린터
JV330-160

- 신형 8채널 퀴엄 헤드
- GREENGUARD GOLD 친환경잉크(SS21 잉크)
- 미디어 체인저로 롤 3개 동시장착
- MWDT 기술로 압도적인 품질 구현

▶ UV-LED



UV-LED 잉크젯 프린터&컷
UCJV330-160

- 신형 8채널 퀴엄 헤드
- Print&Cut 프린트 후 즉시 커팅 가능
- 2.50 입체 출력 가능(파인아트, 텍스처 표현)
- 신개발 잉크 도출 기술

▶ DTF



DTF 프린터
TXF300-75

- 마이크로 베를을 제거한 이미지 정품 다가상 잉크
- 공기압축이 없어 먹힘이 거의 없는 알루미늄 잉크팩
- 화이트 잉크를 덩어 안까지 순환시키는 MCT
- 잉크가 막히도 번딩 없이 계속 출력이 가능한 NRS

▶ UV-LED Flatbed



UV LED 소형 평판 프린터
UJF-3042 MkII e 최대출력폭: 420 x 300mm H153mm
UJF-6042 MkII e 최대인쇄속도: 2.48m²/h (UJF-3042MkII e)
3.52m²/h (UJF-6042MkII e)



UV LED 평판 프린터
UJF-7151 plusII 8헤드 장착으로 자유로운 헤드 커스터마이징(6+2 or 4+4)
최대 8.0m²/h 더욱 빨라진 출력속도
(4C 더블스태거 배열 선택시)
최대 1,800dpi 고품질 인쇄
광택있는 질러를 구현하는 신기술 'Color Gloss'



UV LED 대형 평판 프린터
JFX200-2513 EX UV-LED Technology
최대출력폭: 2,500 x 1,300mm H50mm
최대인쇄속도: 35m²/h (Color/Spot Color/2Layer/1000dpi/Speed)



서울본사 서울시 강남구 학동로 230 유빙빌딩 2층 T. 02-545-4333 F. 02-545-4412 강원지사 강원도 강릉시 경강로 2165 3층 T. 033-653-4647 F. 033-653-4648
충청지사 대전시 동구 가양로 14 1층 T. 042-522-8582 F. 042-522-8584 호남지사 광주시 북구 설죽로 394 T. 062-515-4090 F. 062-515-4092
대구지사 대구시 동구 동촌로 289 1층 T. 053-424-7475 F. 053-425-7470 부산지사 부산시 동래구 아시아드대로 127 1층 T. 051-502-5874 F. 051-502-5873

* 본 광고의 제품과 사양은 성능향상과 개량을 위해 예고없이 변경될 수 있으며, 당사 및 보충규정 사용 또는 사용설명서 발행하는 어떠한 손해 또는 출력결과물을 포함하여 발행된 지, 간접적인 손상에 대해 당사는 일체의 책임을 지지 않습니다.

사인물 소재로 고무자석 시트의 인기가 늘어난 이유는?

합지를 안하고 직접 출력하는게 쉬워지면서 활용 영역 확대
철제 가구와 마감 위주 '쇠테리어' 트렌드도 시장 성장에 한몫



고무자석 시트로 제작된 광고물과 굿즈의 모습.

요즘 사인물 제작업계에서 부상하고 있는 소재 중 하나는 고무자석 시트다. 고무자석 시트는 고무에 마그넷(Magnet) 가루를 섞어 압출 성형해 제작되는 소재다. 부드럽고 탄력성이 좋으며 자성이 있어 철제 표면에 쉽게 붙이고 뗄 수 있는 것이 장점이다. 보통은 냉장고 메모판, 철제 가구용 소품, 차량용 초보운전 표시판 등의 제작에 사용되고 있다.

이런 고무자석 시트가 최근 실내외 사인물 소재로서도 새롭게 주목받고 있다. 물론 고무자석 시트로 광고물을 제작하는 것이 어제오늘의 일은 아니다. 하지만 이 소재가 새롭게 부각되고 있는 데는 몇 가지 이유가 있다.

우선 광고물 제작 편의성이 높아졌다는 점이다. 이전까지 고무자석 시트로

광고물을 제작하기 위해서는 PVC필름에 디자인을 인쇄한 후 고무자석 시트에 붙이는 합지방식이 주로 사용됐다. 직접 출력을 할 수 없는 것은 아니었지만 그래픽의 내구성이나 품질면에서 만족할만한 결과물이 나오지 않았던 까닭이다. 따라서 출력물 제작이 까다로웠다.

하지만 최근 출시된 제품들은 시트 자체에 고품질 인쇄가 가능하도록 표면 처리방식이 개선됐다. 직접 출력으로도 충분히 만족할만한 이미지를 뽑아낼 수 있기 때문에 합지기술이 없는 업체에서도 쉽게 관련 제품을 개발할 수 있으며 출력물의 단가면에서도 경쟁력이 높아졌다. 재단면에서도 디지털 평판 커팅기가 대중화되면서 편의성과 생산성이 향상됐다.

매장의 디자인 트렌드 변화도 고무자석 시트 시장이 확대되는 기회가 되고 있다. 요즘 상업 공간 디자인에서는 철제 가구와 철제 마감소재를 사용하는 이른바 '쇠테리어' 트렌드가 부상하고 있다. 이렇게 철제가 많이 사용된 공간에서는 고무자석 시트가 빛을 발한다. 액자 등 별도의 구조물 없이도 철제 벽면에 쉽게 부착할 수 있으며, 광고물의 재사용도 쉬워 여러 개의 광고물을 돌려가며 사용할 수도 있다.

고무자석 시트를 활용하기 좋은 광고물의 개발도 다양하게 진행되고 있다. 대표적인 상품이 철제 입간판이다. 예전에는 입간판에 점착필름을 붙이거나 직접 인쇄하는 방식이 사용됐지만, 최근에는 이미지 교체가 쉽도록 고무자석 시트를 사용할 수 있는 형태로 개발

되는 입간판이 많다.

이런 흐름을 타고 고무자석 시트는 매장 광고물부터 메뉴판과 게시판, 굿즈 등 다양한 분야로 활용 영역이 넓어지고 있는 추세다.

한 실사출력 전문업체 관계자는 “요즘 고무자석 시트 광고물은 그 편의성이 부각되면서 프랜차이즈 기업들의 종이 포스터를 대체하는 등 시장의 요구가 확실히 늘어나고 있다”며 “특히 최근 개선된 소재들은 프린팅 장비와의 호환성이 좋아져서 직접 출력시에도 만족할만한 결과물이 나오고 있다”고 말했다.

한편, 고무자석 시트는 제조사에 따라 두께 0.3mm, 0.4mm, 0.6mm, 0.8mm 등 여러 규격의 제품이 판매되고 있으며 컬러도 기존 백색 위주에서 다양한 제품이 개발되고 있다. 신한중 기자



UV 프린터로 고무자석 시트에 이미지를 출력하고 있는 모습.

제주옥외광고협, 리앤생과 친환경 광고물 MOU 체결

현수막·배너 제작에 생분해성 '에코엔' 소재 활용 추진

제주도옥외광고협회가 친환경 광고업체 리앤생과 '생분해성 광고 제품, 폐현수막 리사이클 관련 사업'을 위한 업무협약을 체결했다고 최근 밝혔다.

양측은 이번 협약을 통해 △생분해성 현수막·배너의 제주도 내 공급망 구축 △폐현수막 회수 및 재활용 시스템 정착 등을 함께 추진한다. 리앤생은 '에코엔' 생분해성 소재 기반의 친환경 광고 소재·제품을 공급하고, 협회는 이를 제주도 내 광고업체 및 공공기관에 보급할 수 있도록 안내와 연계를 담당하게 된다.

에코엔은 땅에 묻으면 100% 생분해되는 바이오매스 소재와 내구성이 우수한 폴리에스터를 결합함으로써 기존 폴리에스터 섬유와 물성이 유사하면서



제주도옥외광고협회 및 리앤생 관계자들이 MOU 체결 후 기념 촬영을 하고 있다.

도 환경을 보호할 수 있는 소재다. 에코엔 섬유를 활용한 현수막 원단은 코팅 공정에서 고온을 견딜 수 있는데다 프린팅에도 유리하다.

특히 사용한 뒤 땅에 매립할 경우

PLA 등 기존 바이오매스 소재에 비해 생분해 속도는 늦지만 3년 정도면 완전히 썩기 때문에 환경오염을 최소화할 수 있다.

협회는 리앤생의 친환경 제품이 혼선

없이 안착할 수 있도록 정보 제공과 실무 지원을 병행하며 현장 수요자들이 불편없이 친환경 전환에 참여할 수 있는 환경을 조성해 나간다는 방침이다.

아울러 폐현수막 회수 및 리사이클 시스템 구축 또한 단계적 시범운영을 통해 수거 체계를 정착시키고 지역 내 자원순환 구조 형성을 위한 행정 협력에도 나선다.

김근식 제주도옥외광고협회장은 “이번 업무 협약은 제주도의 탄소중립 실현 의지에 보조를 맞추는 민간의 실질적 협력 사례”라며, “협회는 상업적 이해보다 지역 사회의 지속가능한 전환을 위한 공공 실천 주체로서의 역할을 충실히 수행해 나갈 것”이라고 밝혔다.

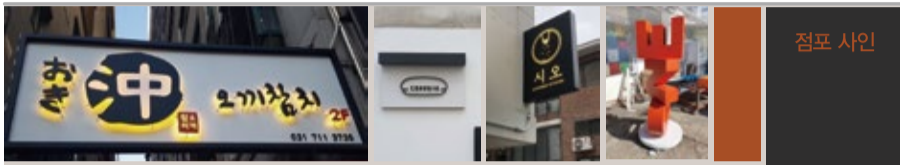
다양한 사인 제작/시공 노하우

“30년간 축적된 기술과 노하우로 준비된 유원광고기업이 함께합니다.”



맞춤형 공공사인 제작/시공

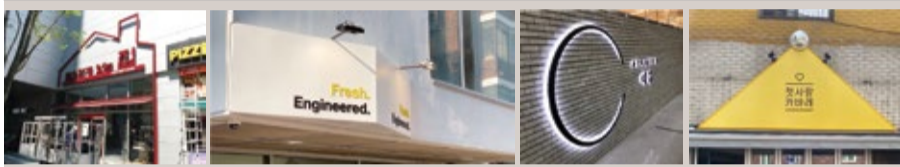
“30년간 축적된 기술과 노하우로 준비된 유원광고기업이 함께합니다.”



점포 사인



게이트 사인



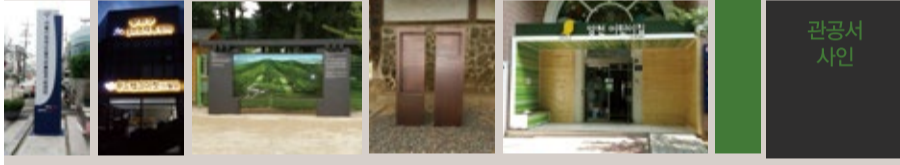
공공시설 1



기업 / 체인점 사인



공공시설 2



관광사인



경관조명

벌브채널 / LED채널간판 / 경관조명 / 각종 철 구조물 / 레이저 가공 / CNC 조각 제품 / 옥외용 시계탑 / 실사출력물 / 현수막

벌브채널 / LED채널간판 / 경관조명 / 각종 철 구조물 / 레이저 가공 / CNC 조각 제품 / 옥외용 시계탑 / 실사출력물 / 현수막



QR코드

간단한 현수막 설치와
철거 QR코드로 확인하세요



게시, 철거
3분 이내

현수막 게시대의 혁신,
쉽고, 빠르고, 안전하게!

『저단형 현수막 게시대』

“30년간 축적된 기술과 노하우로 준비된 유원광고기업이 함께합니다.”



『맞춤형 조형물 제작/시공』

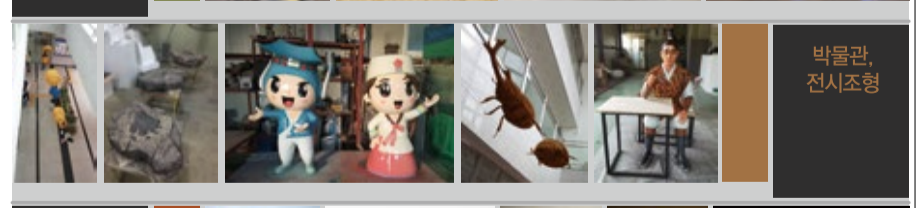
“높은 작품성과 축적된 기술로 가치를 높이는 조형 수연아트가 함께합니다.”



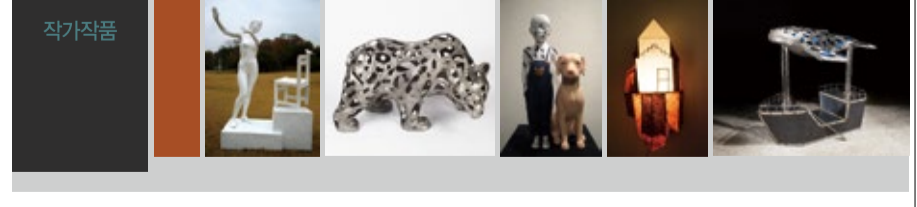
인테리어, 간판조형



마스코트, 상징조형



박물관, 전시조형



작가작품

(주)유원광고기업
YU WON Co., Ltd.

홈페이지 · 이메일
http://www.yuwon.kr
ssm8425@naver.com

연락처
TEL. 02-2692-8425 FAX. 02-2693-9466
H.P 010-9852-8425
서울특별시 양천구 국회대로 25 (주)유원광고기업

커팅부터 용접, 마킹까지... 6가지 기능이 한 장비에?

한울, 6-IN-1 타입 레이저 가공장비 'M3 울트라' 출시



한울이 출시한 6-IN-1 타입의 새로운 레이저 가공장비 'M3 울트라'.

금속 절단을 위한 파이버 레이저 커팅기와 비금속 가공을 위한 CO₂ 레이저 조각기, 레이저 용접기 등 6가지 기능이 단 한 대의 장비에 집약된 놀라운 제품이 등장했다.

한울상사는 6-IN-1 타입의 새로운 레이저 가공장비 'M3 울트라'(M3 ULTRA)를 국내에 정식 출시한다고 최근 밝혔다.

M3 울트라는 △파이버 레이저 커팅기 △CO₂ 레이저 조각기 △CO₂ 레이저 마킹기 △파이버 레이저 용접기 △핸드헬드 레이저 클리닝 장치 △핸드헬드 레이저 커팅기 등 6가지 기능을 모두 지원하는 새로운 형태의 장비다. 여러 종류의 장비 운영에 따른 운영·관리

비용을 대폭 줄일 수 있으며, 공간의 효율성 극대화도 꾀할 수 있다는 점에서 주목된다.

성능을 살펴보면 우선 1200W 파이버 레이저 발진기를 장착해 최대 10mm 두께의 탄소강, 6mm 두께의 스테인리스강을 쉽게 재단할 수 있다. ±0.02mm 수준의 정밀도를 구현하는 서보 모터 구동 리니어가이드를 사용해 고속작업에서도 아주 부드럽고 정교한 커팅이 이뤄진다. 따라서 고정밀 설계 및 복잡한 형상 가공에도 유리하다. 작업 속도도 아주 빠르다. 최대 800mm/s의 속도로 커팅 작업이 진행되기 때문에 우수한 생산성을 구현할 수 있다.

CO₂ 레이저 커터의 경우 130W 발진

기가 적용돼 아크릴부터 PC, PP, 목재 등 최대 25mm 두께의 다양한 비금속 소재를 가공할 수 있다.

최근 활용성이 높아지고 있는 레이저 마킹 작업도 가능하다. 목재나 금속, 가죽·플라스틱 등의 소재에 정교한 문자·문양을 새길 수 있어 마킹을 이용한 광고물이나 굿즈, 인테리어 소품 등의 개발에도 사용할 수 있다.

사용 방식에서도 기존 장비와 다른 특별한 부분이 많다. 먼저 장비의 뒷면에 소재를 넣어 이송시킬 수 있는 패스스루 구조를 적용해 작은 크기에도 최대 4x8 사이즈의 대형 원판을 가공하는 게 가능하다. 또한 작업대의 높이를 조절할 수 있는 리프트 기능도 탑재돼 다양한 작업에 효과적으로 대응할 수 있다.

원통형의 소재를 가공할 수 있는 전용의 회전식 로터리 보조장치도 활용 가능하다. 이 옵션을 활용하면 대형 파이프 등 원통형 소재의 절단·조각도 쉽게 이뤄진다.

▲다양한 작업 수행하는 핸드헬드 시스템 탑재

이 장비의 또 한 가지 주요 특징은 커팅부터 용접, 클리닝까지 다양하게 활용할 수 있는 멀티 핸드헬드 장비가 탑

재됐다는 점이다. 퀵체인지 기능이 적용된 모듈식 레이저 헤드(파이버·CO₂)가 적용돼 그때그때 바로 필요한 작업을 빠르게 전환해 수행할 수 있다.

레이저 용접기로 활용할 경우 기존 티그 용접보다 5배 이상 빠른 작업이 가능하며, 미세 정밀 용접부터 두꺼운 용접까지 광범위한 작업을 지원한다. 일반 용접보다 정밀하고 깨끗하게 용접되기 때문에 그라인딩이나 샌딩작업 등 용접 후처리에 들어가는 작업시간도 최소화할 수 있다.

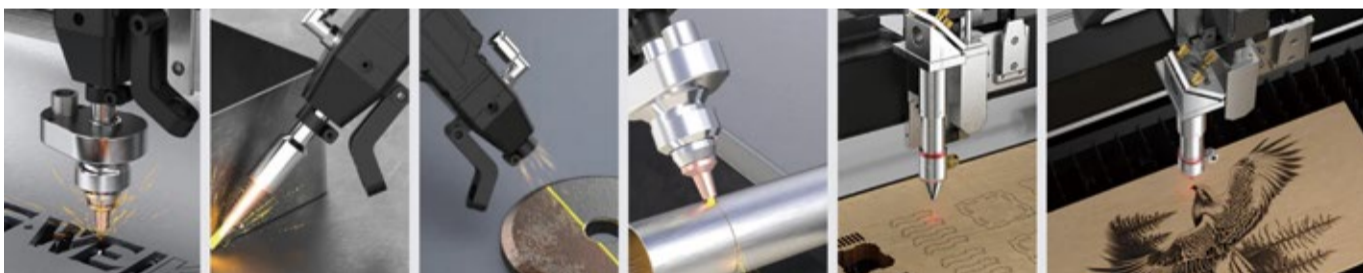
필요시에는 수동식 레이저 커터로도 활용할 수 있어 유용하다. 고정된 도구의 제약없이 수작업을 통해 다양한 디자인 구현이 가능하다. 핸드헬드 레이저 커터는 0.5~3.0mm 두께의 소재 가공이 가능하다.

레이저 클리닝 기능도 흥미롭다. 레이저 클리닝은 금속 소재에 대한 기존의 화학적·기계적 세척 방법을 대체하고 있는 산업용 클리닝 기술이다. 최대 20mm로 분사되는 레이저를 활용해 녹·페인트·잔여물 등을 빠르고 효율적으로 제거할 수 있다.

M3 울트라는 다양한 기능을 갖췄음에도 사용방식은 어렵지 않다. 직관적으로 이용할 수 있는 터치스크린으로 간편하게 운용 가능하다. 100가지 이상의 소재 가공에 대한 파라미터가 내장된 라이브러리를 통해 자주 사용하는 옵션을 빠르게 선택하고, 여러 작업을 전환할 수 있다.

한울 관계자는 “새롭게 선보이는 M3 울트라는 간판 제작의 패러다임을 바꿀만한 새로운 형태의 가공 솔루션”이라며 “오는 11월 8일 개최되는 ‘한울 가을맞이 프린터&공작기계 로드쇼’를 통해 첫선을 보일 계획”이라고 밝혔다.

신한중 기자



M3 울트라의 가공 기능들. 왼쪽부터 △파이버 레이저 커팅 △레이저 용접 △핸드헬드 레이저 클리닝 △핸드헬드 파이버 레이저 커팅 △CO₂ 레이저 커팅 △CO₂ 레이저 마킹.

스탠리, V20 모터 탑재한 전동 드라이버 3종 출시

더 작고 가벼우면서도 강력한 성능 구현

전동공구 브랜드 스탠리(STANLEY)가 20V MAX 브러시리스 컴팩트 드라이버 시리즈 신제품을 출시했다. 신제품은 △20V MAX 브러시리스 컴팩트 해머 드릴 드라이버(SBD716D1K) △브러시리스 컴팩트 드릴 드라이버(SBD714D1K) △브러시리스 컴팩트 임팩 드라이버(SBI811D1K) 3종으로 구성됐다. 이번 라인업은 컴팩트한 사이즈로 사용이 쉬우면서도 고효율 V20 모터를 탑재해 강력한 출력을 구현한다.

‘20V MAX 브러시리스 컴팩트 해머 드릴 드라이버(SBD716D1K)’는 최대

60Nm 토크와 1,900RPM의 강력한 출력을 발휘한다. 드릴·드라이버·해머 기능을 모두 지원해 목재부터 콘크리트까지 하나의 공구로 다양한 현장 커버와 폭넓은 작업이 가능하다. 두께 75mm, 무게 1.2kg(배어툴 기준)의 컴팩트한 크기와 초경량 설계로 좁은 공간이나 장시간 작업에서도 탁월한 편의성을 제공한다.

‘브러시리스 컴팩트 드릴 드라이버(SBD714D1K)’는 철재 최대 13mm, 목재 최대 40mm까지 작업을 지원하며 15단 클러치 기능으로 섬세한 제어가 가능



V20 모터를 탑재한 스탠리의 컴팩트 드라이버 시리즈.

하다. 브러시리스 모터 기술을 적용해 배터리 수명을 연장하고 자가 방전을 최소화해 장시간 사용에도 안정적으로 작업이 가능하다. 스탠리 관계자는 “이번 신제품은 경량화와 고효율을 동시

에 실현한 제품으로 여러 현장의 작업 효율성을 한층 강화했다”며 “전문 현장, 유지보수 작업 등 다양한 환경에서 차별화된 성능을 경험할 수 있을 것”이라고 말했다.



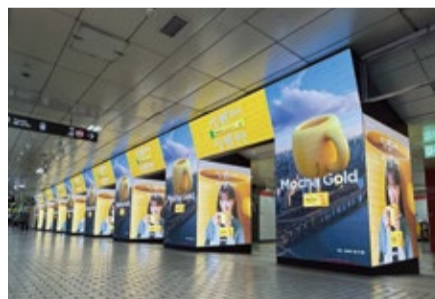
옥외광고의 모든것! '전홍'

1975년부터 우리는 도시의 흐름을 읽고,
지하철에서부터 고속도로까지 반세기가 넘는 오랜 시간 동안
여러분의 브랜드 가치를 세상과 연결해 왔습니다.
살아있는 역동적인 도시의 맥박 위에 고객의 꿈을 실어 온 50년은
우리의 자랑이 아니라 앞으로 달려갈 우리의 에너지가 되었습니다.
더 나은 만족, 더 나은 우리의 꿈을 위해
내일을 밝히며 나아가는 기업이 되겠습니다.



기금 조성 옥외광고물

- 주요고속도로
(인천공항, 경부, 중부, 서울양양)



지하철 1~8호선

- 공간활용 프로모션
- 디지털옥외광고 (DOOH)
- 성수역 프로모션(New! Media)



지하철 1~5호선

- LED 사각기둥 (PSP)
- 사각기둥 조명광고



지하철 2~3호선, 수도권 전동차

- 2호선 전동차내 광고
- 3호선 역구내 및 전동차내 광고
- 수도권 전동차내 광고

‘APEC 2025’ 빛낸 K-사인과 K-디스플레이

박혁거세 신화 모티프로 제작된 상징조형물에 전세계 이목
대형 채널사인과 침성대 형태의 광고판 등 다양한 볼거리 구현



경주 보문호 호반광장에 설치된 ‘APEC 2025 상징 조형물’의 내외부 모습.

됐다. 높이 15m, 너비 11.5m 규모의 철골 구조물로 지어진 후 회색의 특수 콘크리트 패널을 둘러서 완성됐다. 조형물 외벽에는 고휘도의 프로젝션 매핑 기술을 이용해 다양한 3D 미디어 아트 콘텐츠를 상영했다. 조형물 내부에도 여러 미디어 시설을 적용해 APEC 2025와 경주 문화를 알리는 영상을 선보였다.

경주 예술의전당 광장에 설치된 대형 문자 조형물도 인기를 끌었다. 초대형 채널사인에 전통 창호의 이미지를 결합하고 사진 촬영을 위한 의자로도 활용할 수 있도록 제작된 이 문자 조형물은 행사장을 찾은 관광객들의 주요 포토존이 됐다. 이외에 침성대 형태로 제작된 대형 간판과 보문호 위에 띄운 수상 채널사인 조형물 등에도 많은 관심이 몰렸다.

신한중 기자

올가을 국내 최대 이슈는 아시아·태평양 지역 최대 경제포럼인 ‘2025 아시아태평양경제협력체(APEC) 최고경영자(CEO) 서밋’이었다. 지난 10월 29일부터 사흘간 경주에서 진행된 이 행사는 초미의 이슈가 된 미국 관세 협상을 비롯한 굵직한 외교 이슈들로 국내외의 관심이 집중됐다.

세계의 이목이 쏠린 행사인 만큼 이를 앞두고 경주 일대에 설치된 다양한 경관시설들도 관심이 됐다. 경북도와 경주시는 약 150억원을 투입해 행사장 일대의 경관을 개선했다. 특히 첨단 미

디어 기술력이 결합된 K-사인과 K-디스플레이들이 호평을 얻었다.

가장 눈길을 끈 시설은 보문호 호반광장에 설치된 ‘APEC 2025 상징 조형

물’이다. ‘연결·혁신·번영’이라는 비전을 담은 이 조형물은 신라의 탄생 신화인 ‘알에서 태어난 혁거세’를 모티브로 활용해 가운데가 쪼개진 알 형태로 제작



경주 예술의전당 광장에 설치된 대형 문자 조형물.



침성대 형태로 제작된 홍보 광고물.



보문호 위에 띄우는 상징 문자 조형물. A, p, e, c' 각 글자를 나선형 구조로 표현해 보는 각도에 따라 전체 글자가 드러나도록 설계됐다.

간판 교체 뉴스



한진그룹의 새 CI를 적용한 한진택배 매장의 모습.

한진, 창립 80주년 기념 새 CI 공개

한진그룹이 창립 80주년을 맞아 ‘수송보국(輸送報國)’의 창업 이념을 담은 새 CI를 선보인다. 한진그룹이 공개한 새 CI는 ‘H’ 마크와 영문명 ‘HANJIN GROUP’, 그리고 대한항공의 태극마크를 조합해 한진그룹의 정체성과 글로벌 비전을 시각화했다. 단선으로 간결하게 표현한 디자인은 현대적이면서도 한진의 전통색인 블루를 유지해 지속성장과 개방성을 상징한다. 로고 타입의 경우 한진그룹의 새로운 전용 서체 ‘한진그룹 산스(Hanjin Group Sans)’ 글꼴을 공통 적용했다. 계열사간 시각적 연계를 강화하고 통일된 브랜드 경험을 제공하기 위해서다. 새로운 CI는 대한항공, 아시아나항공, 한진택배 등 계열사의 광고물과 오프라인 매장 디자인, 비행기·차량 등에 순차적으로 적용될 예정이다.



무신사의 새 BI가 적용된 오프라인 스토어 간판.

무신사, 오프라인 매장의 로고·BI 새롭게 변경

국내 최대 패션 유통 플랫폼 무신사가 2018년 이후 7년만에 새로운 스토어 로고와 BI를 공개했다. 이번 BI 개발은 패션 기업으로서 무신사의 CI와 오프라인 스토어의 BI를 명확히 분리함으로써 사업 영역 확장성을 제고하기 위해서 진행됐다. 신규 스토어 BI는 ‘더 볼드하게, 새로워진 무신사’라는 새 슬로건에 맞춰 기존 영문 대문자 ‘MUSINSA’로 쓰였던 로고를 더욱 두껍고 단단하게 표현했다. 서체 굵기와 자간 비율을 조정해 더 견고하고 안정감있는 인상을 줄 수 있도록 했으며, 오프라인에서의 가시성도 높였다는 게 회사측의 설명이다. 새 BI는 서울 주요 거리에서 운영되고 있는 무신사 편집숍과 자체 PB상품을 판매하는 무신사 스탠더드 매장, 플래그십 스토어 등 오프라인 매장의 점포 내·외부에 부착할 안내판, 사이니지 등에도 적용할 예정이다.



광고주의 매체 고민을 덜어드립니다

매체상담란에 매체판매정보를 게재하고자 하는 분은 H.P 010-3146-8974번으로 연락 주시기 바랍니다.



애드케이

서울마을버스광고
(서울,경기)

02)333-6751 구미랑 팀장

화성이엔에이(주)

서울역광장 전광판, 명동 전광판, 신촌 전광판, 대구신세계백화점 외벽 전광판, 대구 범어네거리 전광판, 대구 동성로 전광판, 대구반월당역 터널전광판, 상인역 터널전광판, 대구국제공항 모든 광고물, 대구 지하철 1,2,3호선 80%소유, 대구시내버스 내부 전체 소유
대표전화 : 053-766-2470
정원중국장(010-3259-7539), 신준용팀장(010-4368-1111)



010-9254-9321

실리콘두께 창틀과 시트간격을조정하여컷터칼로 일정하게자르는도구
사용용도:일정한선긋기,번팅후일정한 마감절단,강화도아 시트마감절단등

매체주를 모십니다

문의 : 010-3146-8974

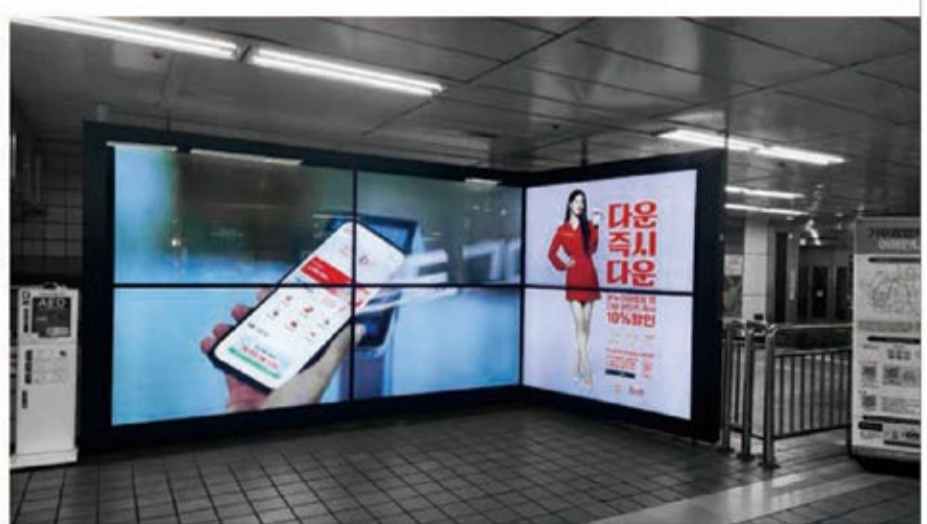
매일매일 소비자와 가장 가까운 곳에서 만나는
새로운 디지털 매체, 경기도 G BUS TV



경기도 내부영상광고

문의 | 02)780-0456
010-5230-0306

애드박스 박준규 국장



MAX VISION 맥스비전

서울지하철 1-4호선 승강장 및 대합실25개 역사 52개 스크린 동시송출

86인치 스크린 1type~6type 규격 (1구좌 / 일 120회 / 20초 기준)

광고예산에 맞는 다양한 상품패키지(Full / Harf / 선택역사, 개별역사)

파스텔미디어(주)

www.pastelm.co.kr

서울시 서대문구 충정로53 골든타워빌딩 1403~4호

[광고문의: 02-364-2585]



서울시, 한강버스 활성화 위해 대규모 야간 경관시설 구축

14개 한강 교량 조명시설 개선... 교량 하부에는 상들리에 조형물 설치 레인보 링, 빛의 호수, 아뜰리에 노들 등 특화 경관시설도 조성



한강버스 항로 일대에 대규모 야경경관 시설이 조성될 예정이다. 사진은 한강버스 선착장의 모습과 선착장 안에서 야경을 보는 시민들의 모습.

서울시가 한강버스의 항로에 맞춰 대규모 야간 경관시설 구축을 추진한다. 한강버스를 타면서 볼 수 있는 대규모 야경 콘텐츠를 만든다는 것. 한강버스 사업의 성패를 떠나 경관조명 업계에는 희소식이 될 것으로 보인다.

시에 따르면 한강버스가 지나는 한강 교량 25개소에 경관조명이 설치돼 있지만, 이중 14개 교량 조명시설이 20년 이상 경과되면서 색이 변질되거나 고장이 발생하는 등의 문제가 발생하고 있어

개선이 필요한 상황이다. 또한 한강 선착장 11개소의 경우도 야간 경관 요소가 부족하다는게 시의 자체 진단이다.

이에 시는 한강에 교량과 선착장, 공원으로 연계되는 서울 대표 경관 벨트를 조성하기로 했다. 한강버스 항로 일대를 세계적 경쟁력을 갖춘 야간명소로 만들어 관광객 유치와 지역 상권 활성화를 도모하겠다는 계획이다.

먼저 독섬공원에는 야간 경관 조형물 '레인보 링'이 설치된다. 레인보 링은 서

울색 등 서울을 상징하는 다채로운 빛을 연출해 한강버스 이용객과 뚝섬한강공원 보행자들에게 아름다운 야경을 제공하게 된다.

노들섬 한강대교 하부에는 '아뜰리에 노들'이라는 명칭의 미디어파사드 전시 시스템이 설치된다. 이 전시 시설을 이용해 한강버스 여의←잠원 항로 구간을 문화 예술 관광 명소로 만든다는 계획이다. 또 옥수선착장 주변에는 '빛의 호수'를 조성한다. 한강버스가 선착장

에 진입하기 전에 서치라이트로 환영의 빛을 연출하는 형태다. 지하철이 지나가는 한강 교량 3개에는 호선별 컬러를 연출하는 조명이 설치된다. 교량 구조물을 이용해 지하철 노선 상징 빛깔을 표출하게 되며, 이 빛이 열차 운행 방향에 맞춰 움직이도록 연출한다. 교량 교각에는 빔프로젝터를 이용한 콘텐츠를 표시하게 된다. 교각과 거더 부분에는 빔프로젝터 기반 프로젝션 매핑을 적용한 특화형 경관 콘텐츠를 선보인다.

한강버스에서 보이는 교량 아래에는 상들리에 형태의 조명 조형물이 구축된다. 마포대교(여의도선착장)와 양화대교(선유도공원)의 교량 하부에는 12점의 상들리에가 설치될 예정이다.

노들글로벌예술섬과 연결되는 한강대교에도 교량 상징성을 부각시키는 조명이 설치되는데, 제1한강교의 역사적 가치를 반영한 콘텐츠를 만들어 낸다는 계획이다. 한강버스 운항구간 한강변의 주요 건축물에도 경관 조명을 점등한다. 잠실 롯데월드, 남산타워에서 시범사업을 시작한 후 추가적으로 참여할 건물을 발굴해 나간다는 구상이다.

라이트프로, 가든파이버 스카이파라솔에 경관조명 공급

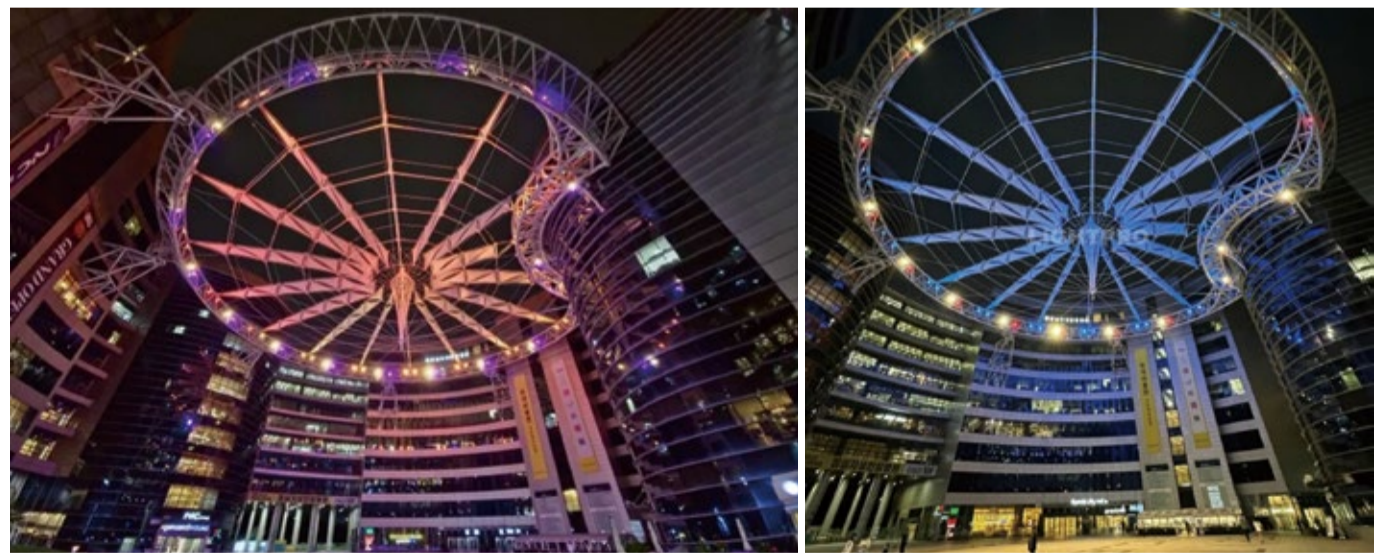
10도짜리 협각 렌즈 사용해 구조물의 조형미 강조

경관조명 전문업체 라이트프로가 서울 송파구의 복합쇼핑몰 가든파이버의 랜드마크인 스카이파라솔에 자사의 LED경관조명 시스템을 공급했다고 최근 밝혔다.

가든파이버 스카이파라솔은 쇼핑몰 중앙광장 플라자 상부에 만들어진 높이 42m, 직경 72m의 케이블인장 구조물이다. 돔형 천막 구조물로서는 동양 최대 크기를 자랑한다.

라이트프로측에 따르면 이번 프로젝트에서는 빛을 정밀하게 모아주는 10도 협각 렌즈가 적용된 'SL90 RGB' 제품을 적용해 스카이파라솔의 웅장한 형태를 더욱 선명하게 드러내는데 중점을 뒀다. 상부 케이블 부위에 RGB LED 조명 'SL90 RGB'를 설치해 기존보다 훨씬 다채롭고 생동감있는 경관조명을 연출했다.

SL90 RGB는 총 10가지 이상의 컬러와 30여가지 패턴 모드가 적용돼 다양한 연출이 가능한 제품이다. 협각 렌즈



라이트프로의 경관조명 시스템이 적용된 가든파이버 스카이파라솔 모습.

는 빛이 퍼지지 않고 집중적인 조명이 이뤄지는 제품으로 스카이파라솔만의 독특한 구조와 조형성을 강조했다.

주변부에는 단색 투광기인 SL200을 설치해 화려함을 더했다. SL200은 3000K와 5000K중에서 선택이 가능

한 제품인데, 이번 프로젝트에서는 2가지 컬러의 제품을 동시에 사용해 화려함을 더할 수 있게 했다.

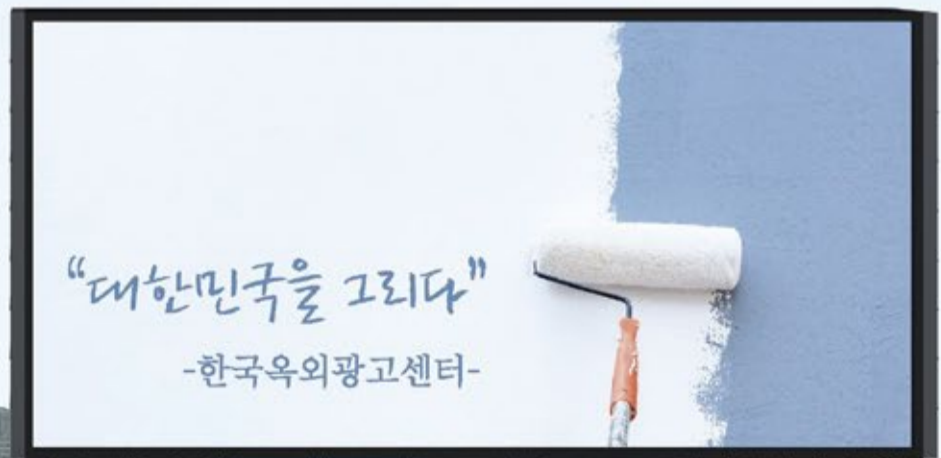
새 경관조명의 안정성과 신뢰성을 높이기 위해 모든 조명장치는 IP68 방진·방수 인증을 획득한 제품을 사용했다.

특히 LED조명 방수방진을 위해 사용하는 에폭시 몰딩을 사용하지 않고, 독자적인 3중 방수 구조를 적용해 에폭시 경화에 따른 내구성 저하 문제를 개선했다. 또한 이중 방열구조 방열판을 사용해 신뢰성을 더욱 높였다.

www.ooh.or.kr



기금조성용 옥외광고사업은 국제행사와 바람직한 옥외광고 문화를 지원합니다.



2025 대한민국 옥외광고대상 수상작품들 둘러보기

대통령상은 '달빛샘', 국무총리상은 '이길'이 수상

전국 111점 출품... 소재 및 디자인 다양화 눈길

'2025 대한민국 옥외광고대상' 영광의 주인공들이 결정 공개됐다.

대한민국 옥외광고대상은 건강하고 쾌적한 도시환경을 조성하는 한편, 디자인 중심의 옥외광고 제작환경 조성 및 신기술·기자재 개발보급 등을 위해 진행되고 있는 국내 옥외광고 제작분야 최대 공모전이다.

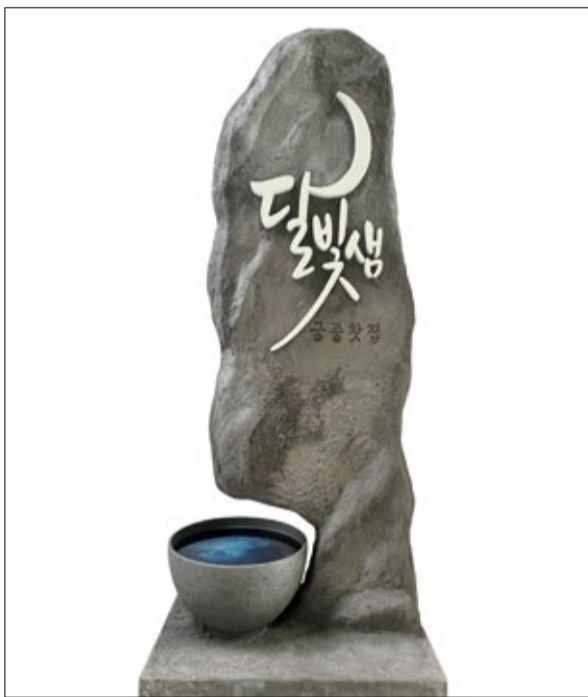
올해는 각 시도 공모전을 통해 선발된 동상 이상의 우

수작품 111점(기설치 분야 4점, 디자인 분야 50점, 모형 분야 57점)을 대상으로 위원회 심사를 거쳐 수상작을 선정했다. 올해의 경우 국가정보자원관리원 화재로 인해 국민 투표는 진행되지 않았다.

최고상인 대통령상은 달빛샘에게 돌아갔다. 구로구에 소재한 오감디자인 박성우 대표가 출품한 작품으로 전통과 현대 감성을 조화롭게 표현해 '달빛이 찻잔에 내려앉은

밤'이라는 시적 이미지를 광고 디자인에 녹여낸 디자인이 높게 평가받았다.

대상전을 주관한 한국옥외광고협회 중앙회 관계자는 "해마다 출품작의 수준이 아주 높아지고 있다는 점이 고무적"이라며 "이번 대상전의 수상작들이 업계에 새로운 디자인 트렌드와 아이디어를 제시하는 사료가 되기를 기대한다"고 밝혔다. 신한중 기자



대통령상 : 달빛샘
수상자 : 박성우(오감디자인 대표) 업종 : 공중찻집



국무총리상 : 이길
수상자 : 마재환(제이애드 대표) 업종 : 언어 전문점



행안부장관상 : 평물이
수상자 : 박경필(비엔비광고사 실장) 업종 : 핑고기 전문점



행안부장관상 : 침표
수상자 : 김미영(문수광고기획 대표) 업종 : 커피 & 디지털



행안부장관상 : 첫눈
수상자 : 최부식(도시미 대표) 업종 : 전통찻집



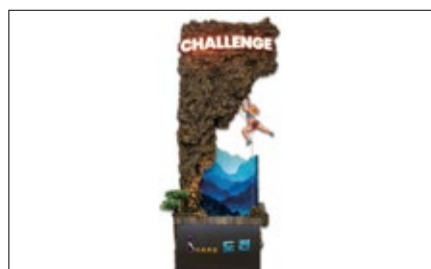
행안부장관상 : 추억 그리고 진천
수상자 : 김보섭(흥하다광고디자인 대표) 업종 : 지역 홍보



행안부장관상 : 와인바 세시봉
수상자 : 장광우(선과색 대표) 업종 : 와인바



행안부장관상 : 은향가
수상자 : 김승리(충청대학교 학생) 업종 : 꽃차 전문 카페



금상 : 도전
수상자 : 박명식(명진광고사 대표) 업종 : 스포츠샵



금상 : 빛가
수상자 : 허재호(팀엠앤엑스 대표) 업종 : 포토 스튜디오



금상 : 세손병원
수상자 : 김만식(지드종합광고 대표) 업종 : 병원

iClickart
www.iclickart.co.kr

It's
superfantastic!



www.iclickart.co.kr

아이클릭아트 회원제 서비스 특징

저작권이 확보된 다양한 디자인 소스 제공 일러스트, 포토, 클립아트 등의 이미지소스부터 배너템플릿, 웹 템플릿, 편집이미지, 파워포인트 템플릿 등의 템플릿 소스까지 40만여 컷에 달하는 저작권이 확보된 디자인 소스를 제공합니다. **정기적인 신규 콘텐츠 업데이트** 트렌드에 민감한 디자이너들의 특성을 고려하여 회원의 의견이 충분히 반영된 신선한 콘텐츠를 다양한 테마로 1,000여 컷 이상 매주 정기적으로 업데이트 해드리고 있습니다. **재 가입 을 80%의 최다 회원을 보유한 신뢰할 수 있는 사이트** 지난 2000년 서비스를 시작한 이래 현재 30만 명 이상의 회원이 안심하고 서비스를 이용하고 있습니다. **고품질이미지를 합리적인 가격으로** CD 1장, 이미지 1컷을 구입할 수 있는 비용이면 충분합니다. 한번 가입으로 추가 비용 없이 1년 365일, 24시간 내내 원하는 이미지를 언제든지 바로 바로 다운 받아 쓸 수 있고 컷 수 에 제한 없이 무한 다운로드가 가능합니다. **보다 강력해진 검색 인덱스** 각 파일 타입 별 카테고리 검색 및 콘텐츠 별 동일 스타일 검색, 이미지다이어리를 통한 월별 테마 이미지 검색 기능의 지원으로 원하는 이미지를 보다 빠르고 편리하게 찾아 사용할 수 있습니다. **3만 여 컷의 무료이미지 제공** 무료회원 가입만으로도 3만여컷을 무료로 이용하실 수 있습니다. **싱글 컷 구매 가능** 소량의 콘텐츠만 필요할 경우 1컷에서 5컷까지 저렴한 가격으로 필요한 컷 수 대로 구매하여 사용이 가능합니다. **아이클릭아트 고객센터 1666-3571**

이현의 글로벌 OOH 인사이드

디지털 옥외광고는 도시·브랜드·소비자 3자간 대화의 접점

단순한 광고판 아닌 도시의 표정 자체를 바꾸는 공공 인터페이스

이 면은 이현 세계옥외광고 협회(WOO) 한국대표가 세계 옥외광고의 현황, 트렌드, 전망을 취재 정리해서 전해주는 글로벌 OOH 코너입니다. '옥뉴스(www.oohnews.co.kr)'를 접속하면 보다 자세하고 다양한 해외 소식과 사진 자료를 만나볼 수 있습니다.



이현
WOO 한국대표

글로벌 OOH 산업이 역사상 가장 큰 변화를 맞고 있다. 한때 인쇄물과 종이 포스터로 대표되던 전통 매체는 이제 데이터 기반의 지능형 디지털 네트워크로 진화하며 도시와 브랜드, 소비자간의 관계를 새롭게 정의하고 있다.

디지털 빌보드는 더 이상 단순한 광고판이 아니다. 시각적 표현력, 맥락 인식, 타기팅 기능이 결합된 '스마트 접점(Smart Touchpoint)'으로 진화했다. 실

시간 제어가 가능한 플랫폼으로 발전하면서 광고주는 디지털 사고방식을 물리적 공간에 적용할 수 있게 됐다. 태기파이(Taggify)같은 기술 기업들이 이 변화를 주도하며, OOH를 하나의 '프로그래머블 미디어(Programmable Media)'로 끌어올리고 있다.

OOH 진화의 중심에는 '프로그래머블 디지털 옥외광고(DOOH)'가 있다. 시간대, 날씨, 교통량, 유동인구 등 외부 요인에 맞춰 실시간으로 반응하는 광고가 가능해지면서 뉴욕 타임스퀘어, 런던 피카딜리서커스, 도쿄 시부야 교차로같은 글로벌 도심이 디지털 스토리텔링의 무대로 탈바꿈하고 있다. 이처럼 OOH는 단순한 노출을 넘어 도시 그 자체와 상호작용하는 커뮤니케이션 채널로 진화하고 있다.

업계가 직면한 가장 중요한 과제는 '성과 측정'이다. 디지털 광고 전문가 스테판 키삭(Stéphan Quissac)은 "DOOH에서 어트리뷰션(Attribution)은 여전히 핵심이다. ROI를 정의할 수 있는 KPI를 어떻게 설정할 것인가"라는 질문을 던졌다.

이에 대해 태기파이의 CEO인 산티아고 메히체(Santiago Mekhiche)는 "DOOH는 노출이 아니라 행동을 만들어낼 때 비로소 그 가치를 입증한다"며



"매장 방문 유도(drive-to-store), 추가 매출(incremental sales), 실질적 참여(real engagement)같은 결과를 만들어내는 것이 핵심"이라고 강조했다. 그는 "우리가 만드는 플랫폼의 목표는 단순히 스크린을 밝히는 것이 아니라 브랜드가 도시와 대화할 수 있도록 하는 것"이라고 덧붙였다.

앞으로 해결해야 할 과제도 존재한다. 다양한 화면 규격과 운영사별 기술 표준의 차이, 복잡한 크리에이티브 제작 과정, 네트워크 안정성 문제 등은 업계의 지속적인 도전 과제로 남아 있다. 태기파이와 같은 기술기업들은 자동화 및 데이터 표준화를 통해 이러한 마찰을 줄이고, 디지털 OOH가 온라인 광고처럼 유연하고 투명하게 운영될 수

있도록 노력하고 있다.

앞으로의 OOH는 증강현실(AR), 인공지능(AI) 생성 콘텐츠, 관객 참여형 인터랙티브 기술이 결합된 새로운 단계로 진입할 전망이다. 도시가 점차 스마트화될수록 빌보드는 단순한 광고판이 아닌, 인간의 움직임과 감정에 반응하는 '공공 인터페이스(Public Interface)'로 진화할 것이다.

OOH 산업의 변화는 단순한 기술적 진보를 넘어 사고의 전환을 의미한다. 대중에게 일방적으로 메시지를 전하던 시대에서 벗어나 이제는 도시와 사람, 그리고 데이터가 함께 대화하는 시대가 열리고 있다. 디지털 빌보드는 그 대화의 중심에서 도시의 표정을 바꾸고 있다.

운동장이 된 전통적인 옥외광고 매체... 네슬레 광고캠페인 화제

글로벌 식품 브랜드 네슬레의 Boost가 캐나다에서 눈에 띄는 새로운 옥외광고 캠페인을 선보였다. 'Billboards you can boost'로 이름 붙여진 이 캠페인은 광고대행사 커리지(Courage Ideas)가 창의적으로 제작한 것으로, 기존의 정적이고 전통적인 옥외광고 매체를 역동적인 운동을 유도하는 상호작용형 매체로 변모시켰다.

캠페인은 사람들에게 광고판과 직

접적으로 상호작용하며 신체적으로 참여하도록 유도하는 방식으로, Boost의 브랜드 가치인 일상적인 에너지와 활력을 강조하고 있다. 각 광고판에는 붉은 'BOOST' 글자가 표시되는데 O 자리에는 자전거, 바벨 판, 농구공 등 실물의 운동기구가 배치된다.

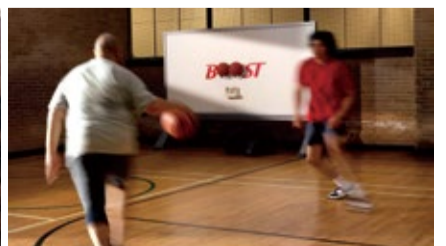
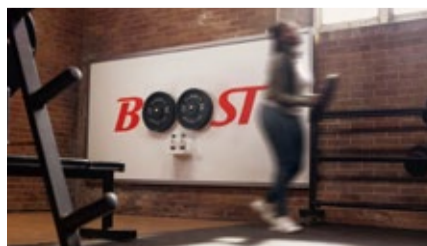
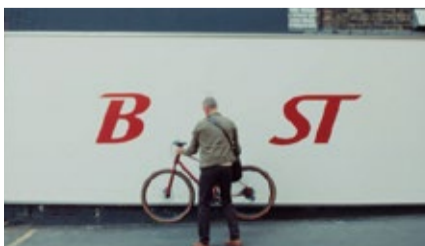
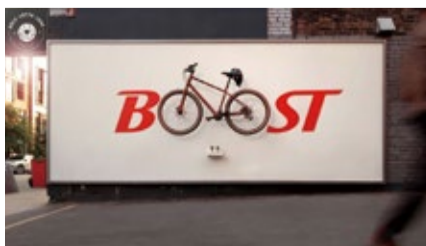
도심 거리에서는 자전거가 지나가는 사람들에게 활동을 촉구하면서 영양과 활동적인 삶의 연관성을 강조한다.

체육관에서는 20kg짜리 바벨판 두 개가 배치돼 힘과 회복력을 상징한다. 스포츠시설 광고판에는 농구공이 배치돼 운동과 에너지, 제품의 메시지를 자연스럽게 결합한다. 각 광고판에는 Boost 영양음료도 배치되어 제품의 메시지를 강화하고 있다.

캠페인을 기획한 커리지는 이를 통해 옥외광고 매체의 이미지를 새롭게 전환하고 있다. 건강에 관심이 많은 소비자뿐만 아니라 일반 소비자까지

타겟으로 정한 캠페인은 창의성과 상호작용을 통해 Boost가 캐나다 시장에서 추구하는 바를 확장하려는 전략적 변화를 보여준다.

이 캠페인은 웰니스 및 영양 분야의 글로벌 브랜드들이 몰입형 마케팅 경험으로 전환하고 있는 흐름을 반영하며, 제품 메시지와 실제 참여를 결합함으로써 인지도와 브랜드 친밀감을 동시에 구축하는 방법을 제시하고 있다.



주호일의 옥외광고 에세이 - 오십 세번째 이야기

지속가능한 옥외광고 이야기_다매체 시대의 경쟁력 확보 전략(part 3)

브랜딩(Branding) 강화를 위한 미디어 차별화 전략



2기 자유표시구역의 빅5 전광판들. 왼쪽부터 시계방향으로 광화문의 'K-VISION'(코리어나호텔), 명동의 '신세계 스퀘어'(신세계백화점), 광화문 'KT 스퀘어'(KT 서관), 을지로입구의 'M-CITY'(교원내외빌딩), 광화문 LUX(동아미디어센터).

2025년 10월 20일, 2호선 을지로입구역에 위치한 교원내외빌딩의 전광판 M-CITY가 불을 밝혔다.

2기 자유표시구역 내 대형 전광판의 마지막 대미를 M-CITY가 장식하면서 앞서 10월 15일 동아일보의 룩스(LUUX)가 공식 오픈한지 5일만에 빅5가 완성됐다. 명동과 광화문에 위치한 대형 전광판들의 영업경쟁이 치열한 가운데 광고주들의 매체 활용에 대한 전략적 고민도 커지고 있다.

우리가 사용하고 있는 마케팅 용어중 '브랜드 (Brand)'가 있다. '낙인을 찍다'라는 의미인데, 브랜드를 시장에 안착시키고자 하는 모든 과정을 브랜딩 (Branding)이라고 한다. 제품과 서비스를 생산하는 과정에서부터 소비자에게 판매하는 모든 과정을 일컫는 말이기도 하다. 우리가 흔히 사용하는 생필품부터 전자제품 등 모든 상품에는 이름(name)이 존재한다. 생수만 하더라도 '석수, 아이시스, 삼다수' 등 생산 기업마다 네이밍(naming) 작업을 수행한다. 마치 태어날 아기의 이름을 정성스럽게 짓는 것처럼 신중하게 네이밍으로 브랜딩을 시작한다. 자유표시구역 내 대형 전광판들 역시 각각의 이름을 만들어 제안서를 만들었다. 1기 자유표시구역의 랜드마크인 K-POP이 가장 대표적이다. 2기 자유표시구역의 빅5도 자신들에게 최적화된 의미있는 이름으로 시장 출시를 알렸다. 지난해 제일 먼저 불을 켜 신세계백화점은 '신세계 스퀘어'라는 광장의 의미를 지닌 이름으로 서막을 알렸다. 이후 KT도 'KT 스퀘어'라는 이름을 사용하였고, 디지털조선일보는 한국을 대표한다는 의미의 'K-VISION'으로 명명하였다. 동아일보는 합성어 '룩스(LUUX)'를 만들었는데, '럭셔리(Luxury)와 시

선(Look), 빛(Lux)'의 의미를 담고 있다. 올해 마지막으로 시장에 선을 보인 매일경제신문의 'M-CITY'는 매경의 'M'을 비롯하여 'Mega, Metro' 등의 다중적 의미와 함께 광고주의 마케팅을 돕는 'Maker' 역할을 하겠다는 의미까지 함축하고 있다.

차별화된 네이밍과 함께 본격적인 빅5의 브랜딩이 시작되었다. 건물 벽면에 설치되어 있고, 명동과 광화문이라는 비교적 가까운 인근 지역에 설치되어 있다는 유사점은 있지만 매체 운영과 판매 정책 등은 상이하다. '다름'이라는 표현보다는 전략적이라는 표현이 적절할 것 같다. 한정된 광고주의 예산을 경쟁적으로 끌어와야 한다는 공통의 과제도 생겼다. 이러한 경쟁 속에서 지금부터는 전략적인 브랜딩을 시작해야 한다. 그 첫 번째가 콘텐츠 전략으로 지난해 '신세계 스퀘어'부터 최종 주자인 'M-CITY'에 이르기까지 지역 명소화를 넘어 매체 명소화를 구축하려는 브랜딩에 집중하고 있다. 신세계 스퀘어는 3D 아나몰픽 입체형 콘텐츠를 활용한 자사 홍보콘텐츠뿐만 아니라 서울시의 'Seoul My Soul' 슬로건도 입체형 콘텐츠로 제작하여 화제를 불러모은 바 있다. 올해 4월에 공식 오픈한 'K-VISION'도 아기호랑이 '수호'를 내세워 매체 브랜딩을 진행하였다. M-CITY는 우주에서 도토리를 찾으러 지구로 내려온 '하늘다람쥐'를 소재로 채택했다. 마침 교원내외빌딩 앞마당에 실제 다람쥐가 살고 있어 콘텐츠 연계 전략은 시너지가 날 것으로 보인다.

일반 전광판들에 있어 위치와 가시거리 등이 전략적 차별화 요인이라면, 대형 전광판의 경우는 여기에 콘텐츠 운영에 대한 전략적 차별화가 더해진다.



교원내외빌딩 M-CITY 전광판의 등장으로 인근 기존 전광판들과의 동시 표출이 가능해진 을지로입구 전광판 4개의 싱크로 패키지 광고 시뮬레이션.



주호일

매일경제신문 옥외광고 팀장
평택대 겸임교수
한양대 광고홍보학과 겸임교수

LED

KOREASIGN

전광판은 코리아싸인

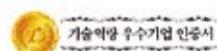
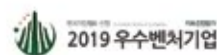
WWW.koreasign.co.kr



| 주 | 코리아싸인

T : 031-924-0477

경기도 고양시 일산서구 덕이로 282-14



[엘씨기획]

특수 채널 전문

엘씨기획 제품 라인업

에폭시전광 / 에폭시전후광 / 3D채널 / 갈바채널 / 스텐채널 / 골드스텐채널
아크릴면발광 / 일반캡채널 / 캡채널전후광 / 일체형전광 / 일체형전후광



에폭시전광



에폭시전후광



3D에폭시



갈바후광



스텐후광



골드스텐후광



아크릴면발광



일체형



캡채널전후광

< 채널 제작 및 견적 문의 >

견적 문의 010-3689-1883 / 010-7609-1883

이메일 lcsign@daum.net

웹하드 ID: lcsign / PW: 1234

전체 채널 단가표 확인하기

