SP투데이

옥외광고 · 공공디자인 · 디지털 사이니지 종합신문

504호 2026년 8월 1일 ~ 2026년 8월 31일 www.sptoday.com **Tel** 02-336-9940 **Fax** 02-336-2003 <월간> 구독료 : 연간 50,000원

갈수록 대담해지고 첨단화되는 불법 옥외광고

강남에 불법 현수막과 불법 전광판 결합시킨 초대형 불법 세트 광고판 등장

불법 상업광고 서울 전역으로 급속 확산중… 수익 대비 턱없이 약한 처벌 수준이 원인

Y사 광고제안서에 담긴 강남역사거리 미진프라자빌딩 전광판(왼쪽 건물)과 강남센터빌딩 전광판의 광고 시뮬레이션 사진.

Y사 광고제안서에 담긴 강남역사거리 미진프라자빌딩(왼쪽 건물)과 강남센터빌딩에 전광판 광고와 초대형 현수막 래핑 광고가 게시된 시뮬레이션 사진.

요즘 옥외광고 업계 사람들이 모이는 자리에서 많이 나오는 얘기중 하나는 불법 옥외광고 얘기다. 옥외광고에 관한한 대한민국은 불법이 판을 치는 무법지대라는 비아냥이 자연스럽게 나온다.

요 몇 년 전부터 서울 전역에서 초대형, 최첨단 불법 상업 광고물들이 우후죽순처럼 확산되고 있다. 불법으로 얻는 이익이 막대한 반면 불법으로 인한 부담은 아주 미약하기 때문이다. 단속법이 있고, 단속 기관도 있고, 단속 공무원도 있지만 안하는 것인지 못하는 것인지 실효성있는 단속은 전무하고 거의 솜방망이에 그치고 있다. 그래서 불법을 안하고 합법으로만 옥외광고 사업을 하는 사람은 시대의 흐름을 따라잡지 못하는 낙오자이자 바보라는 비아냥까지 나오는 실정이다.

이런 비아냥을 사실로 확인시켜주는 불법 옥외광고 현장이 최근에 등장했다. 대한민국의 심장부로 일컬어지는 서울 강남, 그 중에서도 옥외광고의 최고 명당이라는 강남역사거리가 바로 그 현장이다.

이 현장은 그동안 불법 옥외광고는 주로 유동광고물이나 현수막 등에서 이뤄진다는 가설을 통으로 뒤집고 있다. 옥외광고의 최첨단 미디어로 꼽히는 디지털 사이니지로 그 영역이 확산되고 있음을 확인시켜주고 있기 때문이다.

지하철 강남역사거리의 동남방향에 나란히 서있는 미진프라자빌딩과 강남센터빌딩에 설치된 2개의 전광판에는 7월 초순쯤부터 같은 영상의 상업 광고가 동시에 표출되고 있다. 미진프라자빌딩 전광판은 전부터 있었던 것이고 강남센터빌딩 전광판은 최근에 새로 설치된 것이다.

<4면에 계속>

서울 중심 광고의 대안

서울로 향하는 소비자, 이동 경로 선점 광고 전략

인천시 광역버스 광고 사업권 획득

| 강남역 노선 200대

| 홍대입구역 · 신촌역 · 마포역 · 공덕역 · 서울역 노선 200대

인천 지하철 1호선 전동차 광고 사업권 획득

수인분당선 전동차 광고 사업권 획득

인천 1호선 전동차내 편성

버스 광고

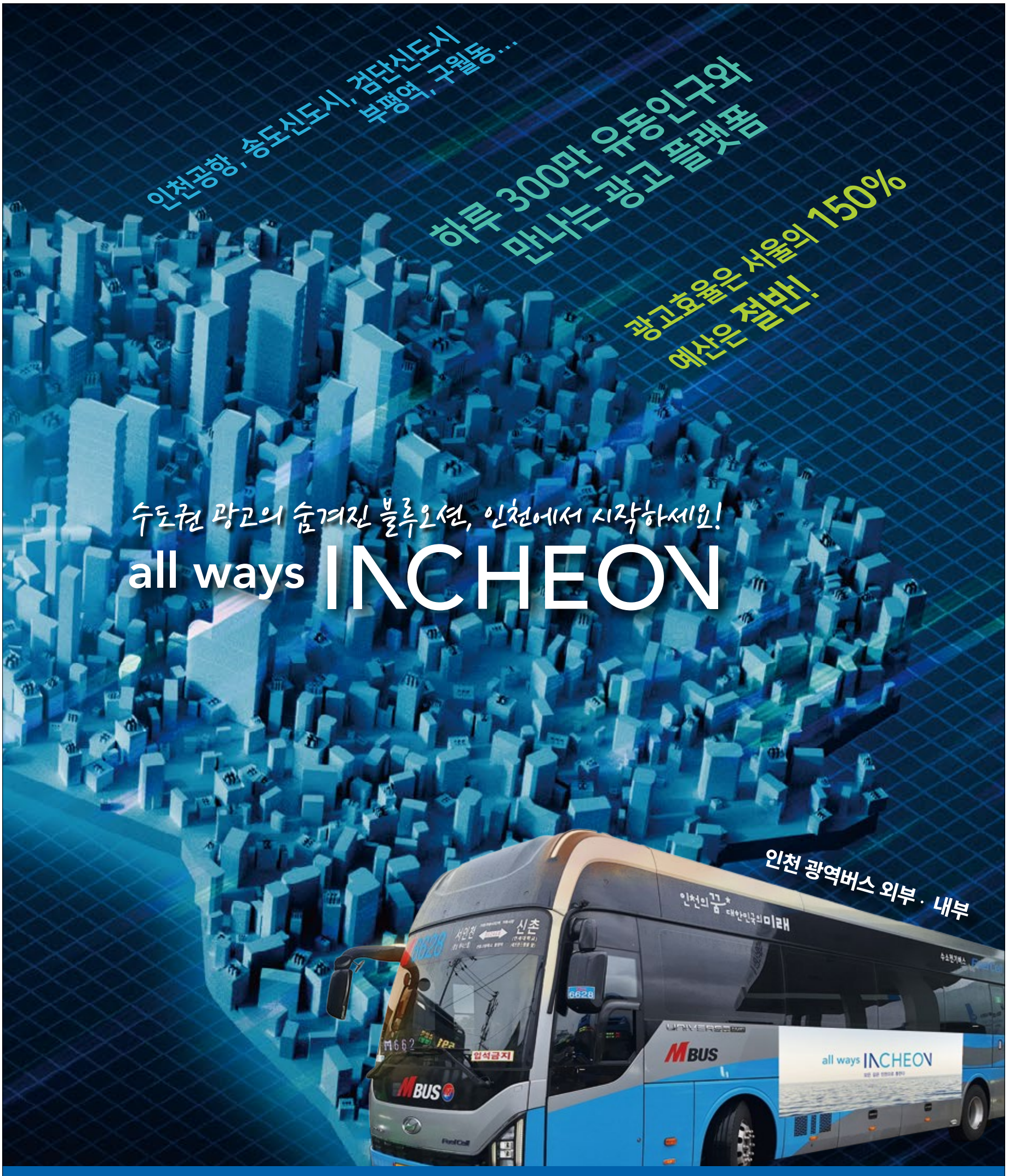
인천 시내버스 외부 · 내부 광고
인천 광역버스 외부 · 내부 광고
인천 버스정류장 · 택시 광고
고양 · 파주 버스 외부 · 내부 광고

음성 광고

서울 수도권 시내버스 음성 광고
서울 수도권 광역버스 음성 광고

옥상 빌보드

우신빌딩 옥상 빌보드



지하철 광고

인천 1호선 전동차내 편성
인천 1호선 역사내 LED
인천 1 · 2호선 방풍문
인천 2호선 전동차내 편성
인천 2호선 종합안내도
수인분당선 액자형 광고
7호선 전동차내 편성
7호선 역사내 LED
i-SCREEN LED Display

스포츠 마케팅

인천 유나이티드 FC(K리그 1부)

(주)미디어오픈 1644-5196 (주)애드메카 1533-0421
www.mediaopen.co.kr · www.admeca.co.kr

최근 강남역사거리 미진프라자빌딩(왼쪽)과 강남센터빌딩 전광판에 동일한 영상과 다른 영상의 광고가 표출되고 있는 모습.

갈수록 대담해지고 첨단화되는 불법 옥외광고

<1면에서 계속>

법규정상 전광판은 200m 이상의 이격거리를 두어 설치해야 한다. 그런데 저 두 전광판 사이의 거리는 채 20m도 안돼 보인다. 신규 설치된 전광판의 자세한 인허가 과정을 살펴봐야 판단이 되겠지만 둘 다가 불법이거나 최소한 하나는 명백한 불법이다. 인허가 기관의 정상적인 심의 통과와 허가가 있었다면 기관이 불법을 저질렀거나 직무를 부당하게 수행한 것이고, 없었다면 사업자가 불법을 저지르고 있는 것이다.

사업자 Y사의 광고제안서가 유포된 뒤에는 업계에 '불법의 끝판왕'이라는 비아냥과 함께 인허가 관계자들의 비호설과 유착설이 나돌고 있다.

제안서에 적혀 있는 전광판 광고료는 2개를 묶은 30초 1구좌의 월 광고료가 3,000만원이다. 통상 전광판의 30초 상업광고 구좌는 총 16개로 구성된다. 전광판 2개의 월 총 광고료가 4억8,000만원에 이르는 것이다. 제안서에는 2개의 전광판 바로 위에 설치된 초대형 현수막 래핑광고의 시뮬레이션 사진과 매체 사양도 표기돼 있다. 현수막 크기가 957㎡와 611㎡에 달한다. 2주간 게시 비용이 광고료 각 1억2,000만원에 제작비 각 5,500만원이다.

산술적으로 전광판 2개와 래핑 2개 모두에 한 달 동안 광고를 집행하면 사업자는 제작비 포함 총 10억7,000만원의 광고수입을 얻을 수 있다. 부가세는 별도다.

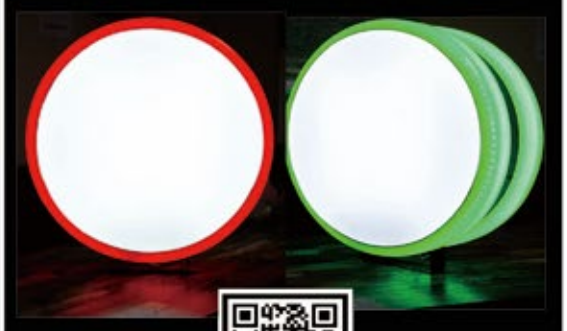
바로 이 광고수입이 '불법의 끝판왕' 소리를 듣는 4종 옥외광고 세트의 탄생 배경이다. 또한 불법 옥외광고물이 우후죽순처럼 번져나가는 근본적인 원인이기도 하다.

불법으로 적발되거나 신고를 당할 때 사업자에게 가해지는 벌칙은 거의 대부분 과태료가 고작이다. 과태료는 1회 상한액이 500만원이고 그마저도 연간 2회가 또 상한이다. 불법 광고 수입액이 연간 수십억원이든 수백억원이든 연간 1,000만원만 내면 그걸로 끝인 것이 현실이다. 법규정에는 형사 처벌도 있지만 사실상 거의 사문화된 상태다. 그래서 업계 사람들은 이 과태료를 불법 면허료라 부르기도 한다.

SP투데이는 저 세트 광고와 관련해 강남구와 사업자측에 여러 가지 질의를 하였으나 사업자측은 답변을 하지 않았고 강남구 관계자로부터는 사업자의 사업과 연관된 내용이라 확인해줄 수 없고 정보공개를 청구하라는 안내만 받았다.

신개념 돌출 포인트

1. 무드 포인트
• 규격 : 600파이 (돌출 / 단면)
• 특정 : 원형 등기구 테두리에 다양한 색상을 갖도록 하여 다중컬러의 발광색상을 표출할 수 있도록 하는 엘이디포인트
• 테두리 색상 : 적, 청, 녹, 웜, RGB(택1) 각 색상 점멸가능
※ 특허등록 / 디자인등록 제품



2. 반/반 포인트
• 규격 : 가로(600) * 세로(400)
가로(400) * 세로(600)
• 특정 : 좌측(A) → 우측(B) → 전체화면(A+B) 이 순차적으로 돌아가며 점등되는 포인트
※ 실용신안등록 / 디자인등록 제품

3. 테두리 포인트
• 규격 : 스텐 원형 600파이 (돌출 / 단면)
• 특정 : 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

LED조명 광고자재 전기자재
HD.GTC CO.LTD

제품 및 가격문의 : 각 지역 광고자재점
자세한 규격 및 사항은 홈페이지에서 NAVER 현대지티씨

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·평택지제 | KTX 익산·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

서울특별시 SEOUL METROPOLITAN GOVERNMENT
서울특별시버스운송사업조합
서울교통공사 Seoul Metro
SRT 에스알
KORAIL 한국철도공사

한울에서 프린터/기계

라텍스 프린터

냄새,유해물질없는
친환경프린터
프린터가 다 해주는
최첨단자동프린터

슈마 컷팅기

메이드인 벨기에
작업시작이 편하고
원단이 틀어지지 않는
세계최고 돔보컷팅기

수성 프린터

소재폭 자동측정 센서
1헤드/2헤드
4헤드/6헤드
장출력 길이오차 X
뛰어난 헤드정렬

평판 컷팅기

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

플라즈마 UV

4*8원장 직접출력
특허 출원 플라즈마
유리/스텐 OK
잉크까짐 없는 초강력
부착력. 노~스트레스!

에코솔벤 프린터

소재폭 자동측정
미디어센서
1헤드/2헤드/4헤드
4칼라 및 8칼라 구성
쨍한 고채도 색상 구현

양면 UV 프린터

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

UV 프린터

소재폭 자동측정 센서
1헤드/2헤드/4헤드
4칼라 및 화이트잉크
뛰어난 헤드정렬
밴딩없고 고해상도
코팅 없이 OK

hanwool TOTAL SIGN MATERIALS GROUP

전문상담 **010-2513-0594** 한철기 이사

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/강한배큠
훌륭한 완성도/디자인

hanwool

RF메탈관레이저

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

hanwool

툴체인지CNC

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

hanwool

멀티레이저

1대로 OK
금속 + 비금속 겸용
컷팅, 마킹, 용접까지
1300*900mm

hanwool

용접기

테이블용접기 : 잔넬용
파이버용접기 : 갈바용

탁상용 / 핸드용

hanwool TOTAL SIGN MATERIALS GROUP

전문상담 **010-2513-0594** 한철기 이사

세차장 불시 점검했더니 불법 광고 수두룩

서울시, 세차시설 75곳중 38곳서 불법 적발… 상습 업체는 고발

불법 광고 이행 강제금 상향도 행안부에 건의

서울 강남구 도산대로변 한 세차장 건물에 불법으로 설치된 대형 전광판.(자료사진)

서울시가 도시 미관을 해치는 불법 광고물 근절을 위해 자치구와 합동점검에 나선 결과 세차시설 중 절반은 불법 광고를 내걸고 있는 것으로 확인됐다. 이행강제금을 반복적으로 부과받고도 불법 광고물을 철거하지 않은 상습 위반업체는 직접 고발하는 등 서울시 차원의 단속 수위를 높일 방침이다.

서울시는 지난 4월 13일부터 28일까지 자치구와 함께 세차시설 75곳을 대상으로 합동점검을 실시한 결과 51%에 이르는 38곳에서 불법광고물을 적발했다고 밝혔다.

점검은 자치구별로 세차시설 3곳씩을 표본으로 선정해 진행됐다. 불법광고물 단속은 원칙적으로 자치구 소관 업무지만, 서울시는 옥외광고물법에 따라 시·구 합동점검을 실시했다.

이번 점검을 통해 적발된 위반 사례는 허가나 신고 없이 광고물을 설치한 경우가 대부분이었다. 유형별로는 고정광고물 위반이 26곳(35%), 유동광고물 위반이 24곳(32%)으로 나타났다.

시에 따르면 지난 7월 3일 기준으로 적발 업체 38곳 가운데 21곳(55%)은 자진 정비를 완료했다. 나머지 17곳은 시정명령과 이행강제금 사전통지 등의 행정절차가 진행 중이다. 특히 이중 이행강제금을 매년 부과받고도 불법 광고물을 철거하지 않은 상습 위반업체 1곳은 관할 경찰서에 직접 고발했다. 해당 업체는 자치구가 고발 조치를 하지 않은 것으로 확인됐다. 옥외광고물법에 따르면 불법광고물 설치자는 1년 이하의 징역 또는 1,000만원 이하의 벌금에 처할 수 있다.

한편, 서울시는 합동점검 결과를 반영해 이행강제금 부과 횟수와 금액 상향도 행정안전부에 건의했다. 현행 연 2회, 회당 최대 500만원인 이행강제금을 연 5회, 최대 회당 2,000만원으로 상향해 불법으로 얻는 경제적 이익을 상회하게 하고, 반복 위반을 실질적으로 억제하는 수준으로 제재의 실효성을 높이겠다는 취지다.

이와 함께 옥외광고협회 등 유관 단체와 협력해 허가·신고 절차와 적법한 광고물 설치 방법을 안내하고 영업 인허가 과정에서 옥외광고 담당 부서가 사전 검토하는 '옥외광고 사전 경유제' 활용도도 높여 나간다는 방침이다.

서울시 관계자는 "상습 위반과 고의적인 불법 행위에는 무관용 원칙으로 대응하되 충분한 안내와 자진 정비 기회를 제공해 선의의 피해가 발생하지 않도록 하겠다"며 "자치구와 긴밀히 협력하고 제도 개선을 추진해 불법 광고로부터 시민 안전과 도시경관을 지킬 것"이라고 강조했다.

뉴욕 맨해튼 한복판에 초대형 태극기 등장

JP모건, SK하이닉스 나스닥 상장 환영 위해 건물 조명으로 점등

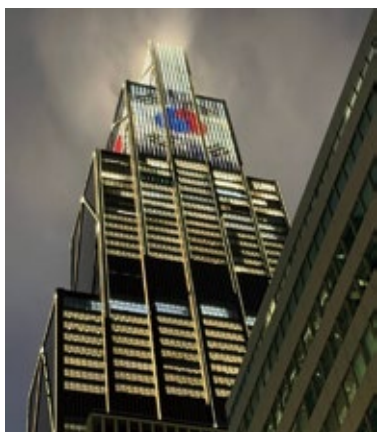
미국 뉴욕 맨해튼 한복판에 SK하이닉스의 나스닥 시장 입성을 축하하는 초대형 태극기가 불을 밝혔다.

지난 9일(현지시간) 오후 뉴욕 맨해튼에 위치한 '270 파크 애비뉴' 건물 꼭대기에 태극기를 형상화한 불빛이 켜졌다. 이 건물은 423m 높이로 뉴욕에서 6번째로 높은 초고층 타워이며, 현재 미국 최대 은행인 JP모건의 본사로 사용되고 있다.

JP모건은 뱅크오브아메리카(BofA) 증권, 씨티그룹, 골드만삭스와 함께 이번 SK하이닉스의 미국주식예탁증서(ADR) 상장 공모 주관사를 맡았다.

앞서 진행된 SK하이닉스 ADR 투자자 수요 예측에서는 공모 물량의 7배가 넘는 자금이 몰리는 등 성공적인 흥행을 기록했다.

이 태극기는 상장 주관사인 JP모건 측이 SK하이닉스의 성공적 나스닥 증시 입성을 환영하는 의미를 담아 본사 건물의 조명을 조절해 만들어 낸 환영 광고로 알려졌다.



미국 뉴욕 '270 파크 애비뉴'에 점등된 초대형 태극기.

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 10월7일 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>

편 집 국 02)336-9940
팩 스 02)336-2003
광고 · 구독 문의 및 신청 010-4234-9917

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

hanwool

3200폭의 새로운 기준

X3-3200

옥외광고인을 위한 최선의 선택

- 수성/에코솔벤/UV 선택
- 엡손 i3200 잉크별 맞춤 헤드 (4헤드 구성)
- 소재 폭 자동 측정 미디어 센서 기본 구성
- 에어샤프트 소재 공급 및 감기미 포함
- 자동 피더 테이크업 방식 듀얼 롤 거치 포함

문의 : 010-2513-0594 / 한철기 이사

AI 바람 타고 미국 옥외광고 사상 최대 호황

20분기 연속 성장… AI 기업들의 브랜드 경쟁에 수요 급증

미국 AI 서비스 기업들의 옥외광고 사례. 왼쪽부터 오픈AI, 구글, 앤스로픽, 퍼플렉시티 AI의 광고.

미국 옥외광고 시장이 사상 최대 호황을 이어가고 있다. 디지털 옥외광고(DOOH) 매체의 확산과 생성형 AI 기업들의 공격적인 브랜드 마케팅이 맞물린 결과로 풀이된다.

미국옥외광고협회(OAAA)에 따르면 미국 옥외광고 시장은 20분기 연속 성장세를 이어가고 있다. 2025년 광고 매출 94억6,000만 달러를 기록하며 역대 최고 실적을 달성한데 이어, 올해 1분기에도 21억2,000만 달러의 매출을 올리며 1분기 기준 최고 기록을 경신했다.

이런 호황의 배경에는 생성형 AI 기업들의 브랜드 경쟁이 있다. AI 서비스 시장이 급속도로 성장하면서 기술력뿐 아니라 브랜드 인지도 확보가 기업 경쟁력의 핵심 요소로 떠올랐기 때문이다. 특히 관련 업체들은 도시의 대형 디지털 광고 및 랜드마크성 옥외광고를 적극 활용하면서 소비자 접점 마케팅을 확대하고 있는 양상이다.

협회측은 "최근 컴퓨터·소프트웨어·인터넷 서비스 분야의 옥외광고 집행이 전년 동기 대비 139% 증가했다"며 "이는 전체 산업군 가운데 가장 높은 증가율로 AI 기업들의 공격적인 마케팅이 시장 성장의 핵심 동력으로 작용하고 있음을 보여주는 결과"라고 분석했다.

대표적인 사례는 오픈AI다. 챗GPT 서비스로 B2C 시장을 적극 공략하고 있는 이 회사는 미국 주요 도시의 디지털 옥외광고를 활용해 브랜드 인지도를 높이는 캠페인을 지속하고 있다. 뉴욕 맨해튼과 주요 교통 거점을 중심으로 대형 디지털 광고를 집행해 일반 소비자는 물론 기업 고객을 대상으로 브랜드 신뢰도를 높이고 있다.

AI 검색 서비스 기업인 퍼플렉시티 AI(Perplexity AI)도 미국 주요 도시에서 디지털 빌보드 광고를 전개하며 기존 검색 서비스와 차별화된 AI 검색 경험을 강조하고 있다. 클로드 AI 서비스로 존재감을 확대하고 있는 앤스로픽(Anthropic) 또한 기업 고객 확보를 위한 옥외 브랜드 캠페인을 확대하고 있다. 이외에도 젠스파크(Genspark), 람다(Lambda) 등의 AI 스타트업 기업들까지 옥외광고 시장의 주요 광고주로 부상하고 있다.

이처럼 AI 기업들이 옥외광고 매체를 적극 활용하는 이유는 브랜드 신뢰성과 기업 이미지 구축을 위해서라는 게 중론이다. 특히 타임스스퀘어와 같은 상징적인 광고 공간은 글로벌 기업으로서의 위상을 보여주는 대표적인 브랜딩 수단으로 인식되고 있는데다, SNS와 온라인을 통해 다시 확산되는 2차 홍보 효과까지 기대할 수 있기 때문이다.

업계에서는 이런 흐름이 단기간에 끝나지 않을 것으로 전망하고 있다. 생성형 AI 시장이 검색, 교육, 업무 생산성, 콘텐츠 제작, 개발 플랫폼 등 다양한 분야로 확대되면서 기업간 브랜드 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 보이는 까닭이다.

한편, 옥외광고 시장 성장의 또 다른 축은 디지털 옥외광고 매체의 양적 확대에 있다. 대형 LED 전광판과 디지털 사이니지 설치가 빠르게 증가하면서 실시간 콘텐츠 송출과 프로그램 기반 광고(Programmatic DOOH)가 빠르게 확산되고 있는 것. 공항, 지하철, 쇼핑몰, 스포츠 경기장, 도심 상업지구 등 유동인구가 많은 공간을 중심으로 디지털 매체 구축이 활발히 이뤄지고 있으며, 기존 아날로그 광고판의 디지털 전환도 빠르게 이뤄지고 있는 추세다.

신한중 기자

불법 현수막 꼼짝마!… 이젠 AI로 정밀 단속

지방재정공제회 'AI 기반 현수막 탐지 기술' 특허 출원

연간 800만건에 달하는 불법 현수막을 근절하고 정비 예산을 절감하기 위해 첨단 AI 기술이 도입된다.

한국지방재정공제회는 AI 기반의 현수막 탐지 및 식별 기술에 대한 특허 2건을 출원했다고 최근 밝혔다.

공제회에 따르면 최근 5년간 전국 지방자치단체가 수거한 불법 현수막은 연평균 800만건으로, 이를 철거하고 정비하는 데에만 매년 약 70억원의 예산이 투입되고 있다. 특히 지자체 담당 인력이 직접 관할구역을 일일이 순찰하며 불법 현수막을 찾아내야 해 시간과 인력 낭비가 컸다.

이번에 출원한 특허 기술은 이런 행정 비효율성을 크게 개선할 전망이다. 지자체 관내에 설치된 공공 CCTV나 불법 주정차 단속 차량이 수집한 영상을 AI가 실시간으로 분석해 불법 현수막의 위치와 수량을 즉각적으로 파악하는 방식이다.

AI 불법 현수막 탐지 기술로 현수막을 식별하고 있는 모습.

특히 단순 탐지를 넘어 현수막의 내용을 식별해 정당, 공공, 일반 민간 광고물 여부까지 정확히 분류해 낸다. 탐지된 결과는 지자체 옥외광고 담당자의 이메일로 즉각 전송돼 신속한 철거와 정비가 이뤄질 수 있도록 돕는다.

공제회는 2023년부터 행정안전부의 예산 지원을 바탕으로 불법 현수막 모니터링 연구를 진행해왔는데, 이번 특허 역시 해당 연구를 공동 수행한 AI 전문 기업 스마트뱅크, 마크애니와 함께 출원했다.

해당 기술은 현재 경북 경산시와 경남 사천시 등 일부 지자체에 시범 도입돼 실증을 마친 상태다. 관제시스템을 통한 상시 모니터링이 가능해지면서 무분별한 현수막으로 인한 도시 미관 훼손을 막고, 보행자 및 운전자의 시야를 확보해 안전사고를 예방하는데도 기여하고 있다는 평가다.

공제회는 올해 하반기부터 행안부 예산 지원을 통해 실증 대상 지자체를 점진적으로 확대해 나갈 방침이다. 향후 3년 이내에 전국 모든 지자체에 해당 기술을 보급할 수 있는 표준화 사업을 추진한다는 목표다.

지방재정공제회 관계자는 "회원사인 각 지자체가 AI 기술을 통해 행정 혁신을 이룰 수 있도록 공제회가 앞장서 지원할 것"이라고 말했다.

명동스퀘어 5번째 매체는 '롯데타운 라이트'

롯데 영플라자 외벽에 77×21m 규모로 조성… 연말 점등 목표
본점 외벽에도 2000m² 규모 미디어파사드 구축 검토

명동스퀘어 최대 규모의 광고매체 '롯데타운 라이트'가 조성될 예정인 롯데 영플라자.

롯데 본점 외벽에도 2,000m² 규모의 미디어파사드 구축이 검토되고 있다. 사진은 본점 외벽 경관조명이 빛을 내고 있는 모습.

광고자유표시구역 명동스퀘어의 5번째 매체 '롯데타운 라이트'가 올 연말에 모습을 드러낼 전망이다.

롯데타운 라이트는 롯데 영플라자 외벽에 설치되는 미디어파사드형 광고 매체다. 가로 77m, 높이 21m 규모의 커브드 타입으로 조성될 예정이며 총면적은 농구장 4개 크기인 1,614㎡에 이른다. 앞서 조성된 신세계백화점의 신세계스퀘어(1,354㎡)를 넘어서는 명동 상권 최대 규모의 광고매체다. 고화질 4K 동영상을 구현할 수 있으며, 최대 1㎞ 떨어진 거리에서도 시청이 가능한 고집적·고화질 LED모듈이 적용될 예정이다.

관련 업계에 따르면 현재 디지털사이니지 전문업체 큐보스가 업체로 선정돼 LED디스플레이 제작·시공 작업에 들어갔다. 대형 전광판 설치에 따른 하중을 분산하고 구조 안전성을 확보하기 위해 건물 골조 보강 공사를 진행한 뒤 전광판 설치에 착수할 예정이다.

11월 중순 공사를 마무리해 시범 가동 후 12월 본격 가동이 목표다. 크리스마스 전후 첫 점등 이후 새해맞이 카운트다운 영상을 송출하는 방안을 염두에 두고 있다. 첫 콘텐츠는 롯데라는 사명의 모티브가 된 요한 볼프강 폰 괴테의 소설 '젊은 베르테르의 슬픔'을 주제로 한 티저 영상이 될 것으로 전해지고 있다.

롯데타운 라이트 조성과 함께 지하 1층 코스모너지 광장도 이달부터 리뉴얼에 들어간다. 1988년 조성된 이 공간은 을지로입구역과 본점을 연결하는 핵심 동선으로 하루 평균 2만명이 오간다. 롯데백화점은 840㎡ 규모의 이 광장을 연말까지 롯데타운 명동의 오랜 역사와 헤리티지를 계승하는 공간으로 새롭게 조성할 계획이다. 외부 광장에 있는 스테인리스 스틸로 된 조형물 '코스모너지'를 유지하되, 주변에 서울만의 특색과 매력을 반영한 새로운 콘텐츠를 도입하기로 했다. 특히 롯데타운 라이트와 연계되는 새로운 형태의 체류형 마케팅 공간으로 개선한다는 방침이다.

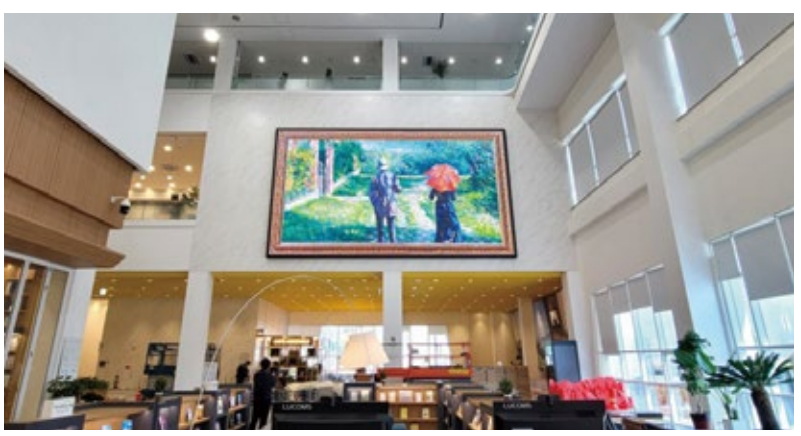
한편, 롯데백화점측은 롯데 영플라자뿐 아니라 명동 본점에도 화면 면적 2,000m² 규모의 미디어파사드 설치를 검토하고 있다. 2027년 지자체 인허가 절차를 거쳐 시공사 선정 입찰에 나설 계획이다. 매체 형태는 앞서 설치된 신세계백화점의 신세계스퀘어처럼 건물 외벽을 감싸는 형태의 미디어파사드가 유력한 것으로 전해졌다.

롯데백화점 관계자는 "영플라자의 롯데타운 라이트는 이미 공사가 진행되고 있지만, 그 외의 내용은 아직 확정 사안은 아니다"며 "롯데타운 라이트를 명동의 대표 랜드마크로 조성하는 것이 우선적인 목표"라고 밝혔다.

한편, 명동스퀘어에는 신세계스퀘어, 명동길 미디어폴, 팔로잉미디어 등 3종의 디지털 광고물 구축이 이뤄졌고 남대문로 미디어폴도 론칭을 눈앞에 두고 있다. 올 연말 롯데타운 라이트까지 준공되면 총 5종의 디지털 광고 포트폴리오를 완성하게 된다. 신한중 기자

케이시스, 구독형 LED 전광판 미디어아트 서비스 론칭

VIDO와 협업 통해 고품질 콘텐츠 공급… 30일 무료 체험 제공



케이시스의 미디어아트가 다양한 형태의 전광판에서 송출되고 있는 모습.

LED전광판 전문업체 케이시스가 옥내외 대형 LED미디어를 위한 '케이시스 미디어아트 서비스'를 공식 론칭했다고 밝혔다.

케이시스 미디어아트 서비스는 LED 전광판을 운영하고 있는 기업과 공공기관을 대상으로 다양한 미디어아트 콘텐츠를 제공하는 구독형 서비스다. 국내 최대 미디어아트 플랫폼 비도(VIDO)와의 협업을 통해 고품질의 미디어아트 콘텐츠를 제공한다.

케이시스의 LED전광판 제품을 사용하는 고객은 별도 신청 절차없이 30일간 무료 체험이 가능하며, 타사 LED 전광판 이용 고객도 문의를 통해 동일한 무료 체험 서비스를 신청할 수 있다.

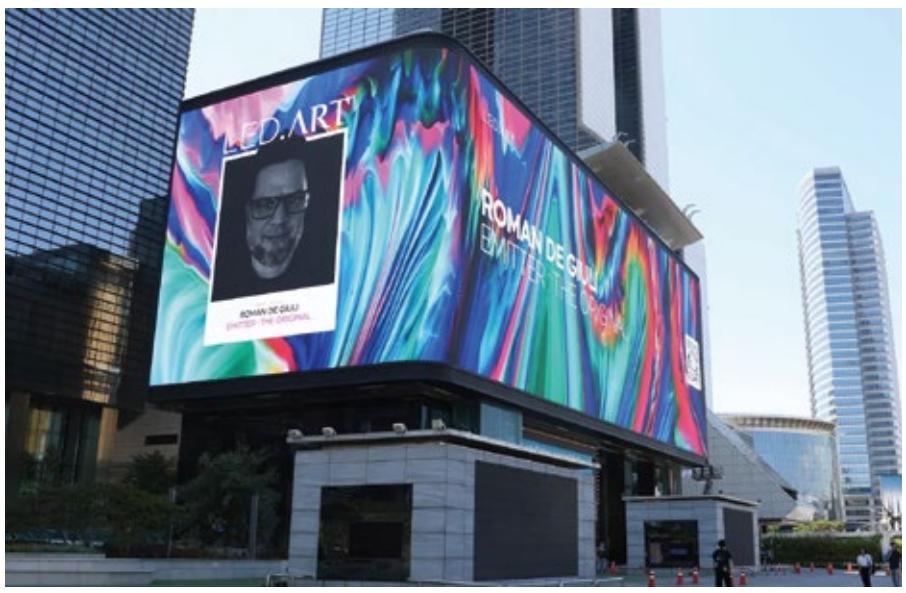
무료 체험 서비스에서는 다양한 장르의 샘플 콘텐츠 가운데 자사 전광판의 환경에 적합한 작품을 선택할 수 있다. 콘텐츠만 결정하면 LED 전광판의 크기와 해상도에 맞춰 최적화된 형태로 제공되기 때문에 별도의 컨버팅 작업도 필요없다. 콘텐츠 구성은 지속적으로 확대해 나갈 계획이다. 무료 체험 이후에는 정기 구독 서비스를 통해 제공한다.

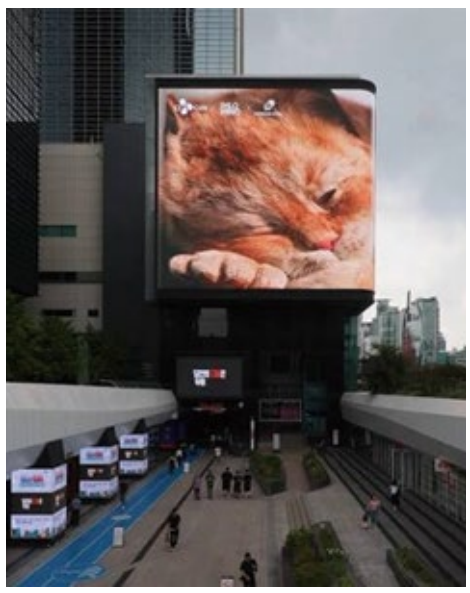
케이시스측은 이를 통해 LED 전광판 제조와 설치를 넘어, 콘텐츠 운영까지 아우르는 통합 비즈니스 플랫폼을 구축한다는 전략이다.

케이시스 관계자는 "LED 전광판은 단순한 디스플레이를 넘어 공간의 분위기와 브랜드 가치를 높이는 콘텐츠 플랫폼으로 진화하고 있다"며 "우수한 하드웨어 공급은 물론 고객들이 별도의 콘텐츠 제작 부담없이 수준 높은 미디어아트를 손쉽게 활용할 수 있도록 서비스를 발전시켜 나갈 것"이라고 말했다.

삼성동 'K-팝 라이브' 국내 최고 화질로 새 단장

12K 초고해상도 화면 적용… 매체 주목도·상징성 강화





12K 화질로 리뉴얼된 K-팝 라이브에서 미디어아트가 송출되고 있다.

서울 삼성동 강남아이즈 내 초대형 디지털 광고물인 'K-팝 라이브(K-POP LIVE)'가 국내 최고 화질로 새단장을 마쳤다.

CJ CGV는 자사가 운영하는 K-팝 라이브의 리뉴얼을 완료하고 7월부터 재운영에 들어갔다고 최근 밝혔다. 강남아이즈는 지난해 강남구가 코엑스 일대 광고자유표시구역에 붙인 새 이름이다.

지난 2018년 완공된 K-팝 라이브는 강남아이즈 1호 디지털 광고매체로 당시 업계 최고 수준인 9,000nit의 밝기와 UHD의 2배에 달하는 8K급 해상도로 조성됐다. 특히 외벽 두 면을 연결한 커브드 화면을 통해 국내에선 최초로 3D 아나몰픽(Anamorphic) 콘텐츠라는 새 장르를 연 상징적 매체이기도 하다.

디지털사이니지 전문 업체 키노톤과의 협업으로 리뉴얼된 이 매체는 기존 8K 해상도를 훌쩍 뛰어넘는 12K 초고해상도와 최대 1만2,000nit의 고휘도를 구현한다. 따라서 한낮에도 선명한 화면을 제공하며, 더욱 정교해진 화질로 광고와 콘텐츠의 몰입감을 높였다.

회사측에 따르면 특히 시야각을 고려한 아나몰픽 콘텐츠의 입체감이 한층 극대화돼 실제 공간을 확장하는 듯한 생생한 경험을 선사할 수 있다. 아울러 기존 대비 전력 사용량을 약 9% 절감해 에너지 절감형 매체로서의 경쟁력도 높였다.

리뉴얼을 기념한 새 미디어아트도 선보인다. 디스트릭트와 협업한 신작 '나이트 피시(NIGHT FISH)'. '윈드 차임(WIND CHIME)'을 타이틀로 하는 미디어아트 콘텐츠가 매일 저녁 6시부터 1시간 간격으로 상영된다.

이번 리뉴얼은 2기 광고자유표시구역에 최신 스펙의 초대형 디지털 광고매체들이 잇따라 조성되면서, 매체 경쟁력을 유지하기 위한 차원에서 진행된 것으로 알려졌다.

CJ CGV 광고사업부 관계자는 "K-팝 라이브는 단순 광고매체를 넘어 도시를 대표하는 디지털 랜드마크이자 미디어아트 플랫폼으로 자리매김했다"며 "이번 리뉴얼을 통해 더욱 압도적인 화질과 몰입감있는 콘텐츠를 선보일 수 있게 된 만큼, 더욱 차별화된 브랜드 경험과 즐거움을 주는 매체가 되도록 운영해 나갈 것"이라고 밝혔다.

입찰 동향

GS넷비전, 9호선 1단계 전동차 내 LCD 광고권 수성

서울메트로9호선이 지난 7월 3일자로 공고한 '9호선 1단계 전동차 객실안내표시기' 영상 광고대행 사업권 입찰에서 기존 사업자인 GS넷비전이 수성에 성공했다.

사업 물량은 9호선 1단계 전동차 36편성(216량) 내에 설치된 LCD모니터 1,728면이다. 매체는 전동차 출입문 상단에 설치되며 사이즈는 19인치(375×300㎜)다. 16편성은 단독광고 화면으로 구성되며, 20편성은 열차정보 화면과 광고 화면이 연결된 트윈 화면 방식이다.

계약기간은 9월 1일부터 2031년 8월 31일까지 총 5년이다. 전체 계약기간에 대한 총액입찰로 진행된 입찰에서 회사는 공사가 제시한 기초금액 34억5,319만6,032원을 살짝 상회하는 36억3,990만원을 적어내 사업권을 확보했다.

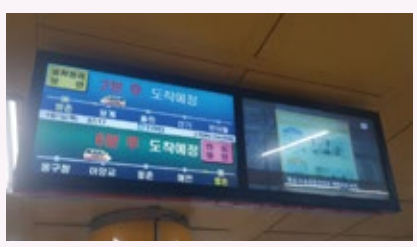
9호선 1단계 전동차 객실안내표시기 광고.

대구 3호선 역구내 광고권 화성엔신이 확보

대구교통공사가 6월 22일자로 공고한 '3호선 역구내 광고대행' 입찰에서 화성엔신이 사업자로 선정됐다.

사업 물량은 2,900×1,500㎜ 규격의 와이드컬러 조명광고 33기와 1,800×2,200㎜ 규격 광고 1기, 42인치 동영상 광고 120기로 구성된다.

계약기간은 영업 준비기간 10일을 포함한 5년 10일이다. 전체 계약기간에 대한 총액입찰로 진행됐으며, 화성엔신은 9억5,376만원을 제시해 사업자로 선정됐다. 공사의 기초금액은 비공개로 진행됐다.



9호선 1단계 전동차 객실안내표시기 광고.

HWSIGN 에이치더블유사인 ▼

옥외광고물 전문 온라인 쇼핑몰 HWSIGN TOTAL SIGN MATERIALS COMPANY

전국 어디든 당일 출고!

출력물 마감 14:00 / 자재 마감 16:30

LED 관련 상품

출력/시트소재

판재류

간판 자재

채널 자재

포인트 간판/배너

기타자재

각종 제작물 제작

10만원 이상 무료 배송! 250여 개의 다양한 자재!

월별 이벤트 / 세트 상품 / 오전 제작물 접수 시 5% 할인 등
다양한 혜택을 제공하고 있습니다!

1833 - 6117로 전화 주시면 **업체 등록 후** 홈페이지에서 **단가 확인이 가능**합니다.

카톡 채널 추가 시 바로 사용 사능한 5,000원 예치금 쿠폰을 드립니다!

연락처 안내
전화번호 1833-6117
팩스번호 031-8027-8631

웹하드 정보
아이디 hwsign8015
비밀번호 0123

카카오톡 채널
에이치더블유사인(HWSIGN)
https://pf.kakao.com/_TeCln

www.hwsign.com

칸이 선택한 2026 최고의 옥외광고는?

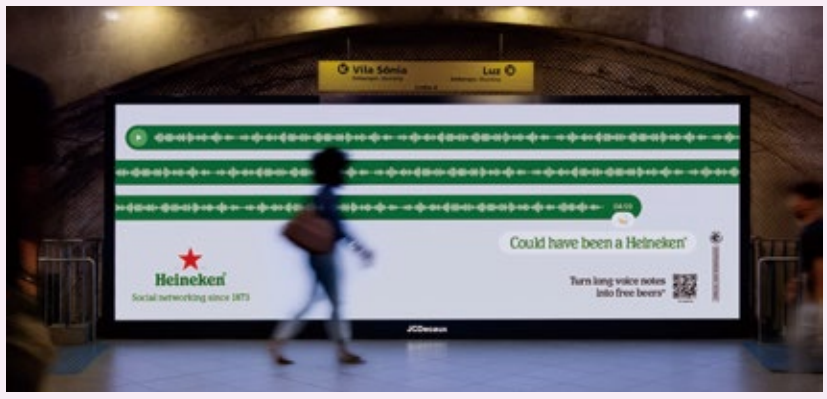
공간과 공감, 경험이 키워드… 기술보다 아이디어에 주목

2026 칸 라이언즈 국제광고제가 수상작을 발표했다. 옥외광고 부문 수상작을 살펴보면 첨단의 디지털 기술보다 공간을 새롭게 해석한 아이디어와 소비자의 공감을 이끌어 낸 창의적인 캠페인들이 좋은 결과를 얻었다. 화려한 기술의 구현보다 소비자가 참여하고 공감할 수 있는 아이디어에 심사위원들이 손을 들어준 것. 또한 도시 공간과 사람들의 일상 모습을 포착해 이를 창의적인 마케팅으로 연결한 작품들이 다수 수상했다. 수상작중 흥미로운 아이디어를 선보인 작품 일부를 소개한다. 신한중 기자

축구장의 잔디가 초대형 '바코드'가 되다

브랜드·캠페인 : Mercado Livre, Field Barcode
부문·수상 : Outdoor, Grand Prix **대행사** : GUT São Paulo

축구의 나라 브라질의 이커머스 기업 머카도리브레(Mercado Livre)는 축구 경기의 높은 인기를 활용한 옥외광고 'Field Barcode'를 전개했다.
상파울루 파카엠부 경기장의 유상병기 광고권을 확보한 뒤 단순히 표시판에 상호를 적는 대신 경기장의 잔디를 정교하게 깎고 염색해 104m 크기의 바코드 이미지를 구현했다. 이 코드는 다양한 카메라 각도로 진행되는 생중계 방송의 시각적 왜곡에도 작동될 수 있도록 설계돼, 현장의 관객뿐 아니라 TV나 모바일 화면에서도 바로 인식될 수 있게 했다. 관중과 시청자들이 경기중 바코드를 스캔하면 쇼핑 플랫폼으로 바로 연결되며 7.7% 할인권을 받게 된다. 이를 통해 5만여장의 쿠폰이 실제 사용됐으며 플랫폼 방문자도 7% 증가했다. 단순 광고판이 아니라 공간 전체를 활용해 TV 시청자라는 수동적인 관객까지 능동적 구매자로 전환시킨 아이디어라는 점에서 주목받았다.



음성 메시지는 그만!… 만나서 한잔 어때?

브랜드·캠페인 : Heineken, Could Have Been a Heineken
부문·수상 : Outdoor, Gold **대행사** : LePub Milan

주류 브랜드들은 사람들이 모이고 만나는 시간에 주목한다. 그런 시간 속에서 매출이 발생하기 때문이다. 하이네켄이 진행한 'Could Have Been a Heineken' 캠페인은 브라질 사람들이 모바일 메신저의 음성 메시지로 지루한 시간을 보내는 불편한 경험을 풍자하고, 직접 만나는 관계를 환기시킨 캠페인이다. 브라질은 세계에서 가장 음성 메시지의 활용이 많다.
광고판에는 음성 메시지가 전송되는 동안 나타나는 초록색 다이어그램의 이미지가 끝도없이 길게 이어지는 온라인 채팅의 모습을 그대로 옮겨 놓았다. 모든 채팅은 마지막에 "이럴바엔 만나서 하이네켄이나 한잔 하자"는 말로 끝난다. 음성 메시지로만 이어지는 관계보다 얼굴을 마주하는 만남의 가치를 짧은 한 문장으로 압축해 표현한 것. 사람들이 매일 경험하는 디지털 피로감을 옥외광고 매체를 통해 시각화함으로써 공감대를 이끌어내는 한편, 사람들의 만남과 유대를 강조하는 브랜드의 아이덴티티를 멋지게 드러냈다.

너무나 작고 사랑스러운 카페

브랜드·캠페인 : De'Longhi, Tiny Coffee Shops
부문·수상 : Outdoor, Gold **대행사** : LOLA Madrid

이탈리아 가전업체 드롱기는 자사 커피머신의 커피맛이 카페에서 사먹는 것보다 좋다는 점을 강조하기 위해 'Tiny Coffee Shops'라는 캠페인을 전개했다. 자사의 커피머신을 밀라노, 도쿄, 파리, 코펜하겐, 베를린 등 세계적인 커피 문화 도시의 카페 형태로 제작해 각 도시 주요 매장에 선보인 것. 각 커피머신은 지역 고유의 건축미를 그대로 담는 한편 창문을 작동 디스플레이로, 지붕을 물통으로 활용해 실제 커피를 내릴 수 있도록 개발했다.
'이 작은 기계 안에 진짜 카페가 들어 있다'는 콘셉트를 통해 커피머신의 성능을 직접 설명하지 않고도, 고급 카페에서나 맛볼 수 있는 수준의 커피를 집에서도 언제나 내려 먹을 수 있다는 점을 멋지게 표현해 냈다.

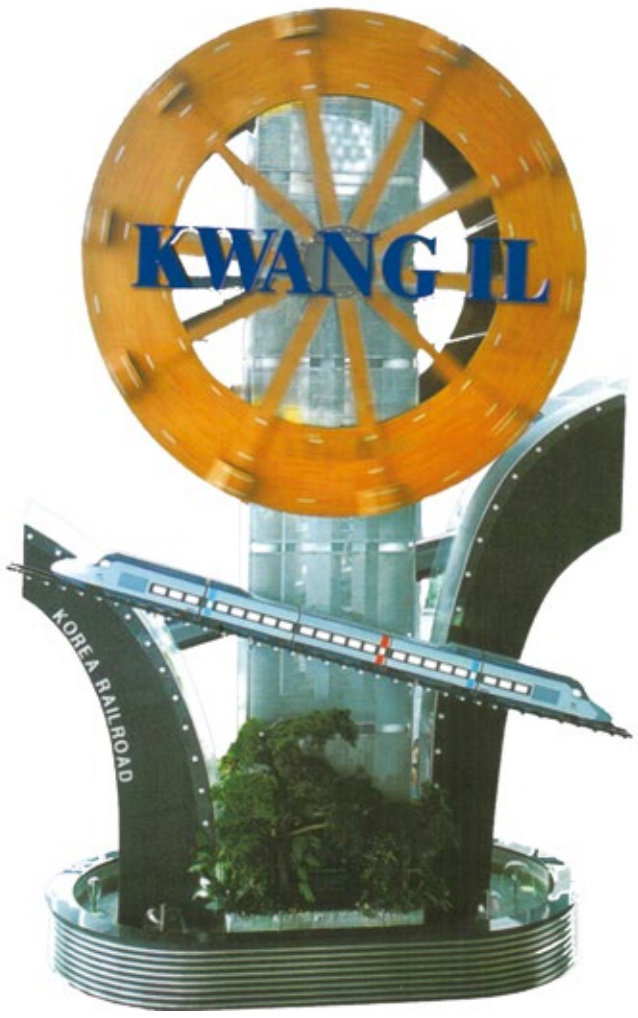
'이 광고는 빨갛지만, 사실은 파란 색입니다'

브랜드·캠페인 : Coca Cola, You Must Love Coke
부문·수상 : Outdoor, Bronze **대행사** : LePub Milan

남미 축구 문화에서는 라이벌팀의 상징색을 경기장 내에 들여오는 것을 거부하는 불문율이 있다. 파란색 유니폼을 입는 아르헨티나 라싱 구단과 브라질 그레미우 구단의 홈경기장이 대표적인데, 이곳 홈팬들의 반발로 인해 코카콜라는 오랫동안 자사를 상징하는 빨간색 콜라 이미지를 걸 수 없었다. 회사는 기발한 아이디어를 생각해 냈다. 바로 뇌의 시각적 착시 효과를 이용하기로 한 것. 인간의 뇌는 푸른색에 둘러싸여 있는 중성색조(회색)를 빨간색으로 인식하는 경향이 있다. 이런 착시 효과를 이용해 파란색과 흰색, 회색만을 사용한 광고를 만들어 냈다. 광고에는 빨간색이 전혀 사용되지 않았지만, 관중들은 자연스럽게 광고 속 코카콜라 캔을 빨간색으로 받아들이게 된다. 광고 한쪽에 "이 광고에는 당신이 사랑하는 푸른색과 코카콜라가 있습니다"라고 적어 홈팬들의 호응을 이끌어 냈다.

(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

업종별 옥외광고 크리에이티브 - 아이스크림(Ice Cream) 광고

‘입은 더 시원하게, 눈은 더 즐겁게’

재미와 감성을 더한 정서적 마케팅으로 브랜드 호감 개선

8월 현재 전국 모든 지역에 폭염경고가 발령된 상태다. 특히 경남 등 일부 지역에서는 재난이라고도 불러도 될법한 역대급 무더위가 기승을 부리고 있다.

이처럼 기온이 급상승하는 여름에 급격히 늘어나는 옥외광고가 있다. 바로 뜨거운 열기를 식혀주는 아이스크림 광고다. 당연한 사실이지만 아이스크림은 빙과류 판매량이 급증하는 여름철에 마케팅 비용이 집중된다. 그래서 1년 중 이맘때 거리를 시원하게 장식하는 아이스크림 광고들을 가장 많이 볼 수 있다.

요즘 아이스크림 옥외광고는 꽤나 재미있는 아이디어를 볼 수 있는 광고다. 당에 대한 거부감 등의 이유로 시장 전반이 위축됨에 따라 예전처럼 단순히 맛과 시원함을 강조하는 마케팅으로는 소구력을 끌어올리기 어렵기 때문이다.

그래서 최근의 아이스크림 광고는 제품 및 브랜드에 대한 호감도를 높일 수 있는 감성적 마케팅에 중점을 두는 편이다. 아이스크림을 즐기는 행위 자체가 일종의 정서적 문화 활동이 될 수 있는 분위기를 형성하기 위해서다. 광고 이미지를 모호하게 제작함으로써 제품에 대한 호기심을 이끌어내기도 하며, 상품에 개성있는 스토리를 부여함으로써 소비자들의 흥미를 유발시키기도 한다.

신한중 기자

유미와 숨박꼭질

일본 모리나가 유업이 ‘MOW 아이스크림’ 출시와 함께 시부야 거리서 선보인 ‘MOW와 숨바꼭질’ 옥외광고. 아이돌 카와이 유미가 MOW 아이스크림이 너무 맛있어 혼자서만 먹기 위해 숨었고, 소비자들이 숨은 그녀를 찾는다는 콘셉트다. 건물의 틈이나 창틀 등 주의깊게 관찰하지 않으면 쉽게 찾을 수 없는 장소 39곳에 카와이 유미가 몰래 숨어있는 옥외광고를 설치했고, 사람들이 숨어있는 옥외광고를 찾아 소셜미디어에 올리면 MOW 아이스크림을 증정하는 이벤트를 함께 진행했다.

월드콘의 인도 상륙

롯데웰푸드가 인도 아라마바드에 설치한 초대형 월드콘 옥외광고. 월드콘 조형물 주변으로 국제선 항공권을 차용한 광고 이미지를 통해 K-아이스크림의 대표주자 월드콘의 인도 상륙을 직관적으로 드러냈다.

하얀 광고처럼, 오직 우유로만

일본 메이지 기업은 20~40대 여성을 겨냥해 오직 우유로만 만들어진 디어 밀크라는 아이스크림을 출시했다. 원재료인 우유 외에 아무것도 더하지 않았다는 점을 강조하기 위해 도쿄 전철의 옥외광고들을 모두 하얗게 만들고 상품명과 카피도 흰색으로 적어 호기심을 유발했다.

아이스크림은 공정하다

맥도날드가 맥플러리를 홍보한 기발한 아이디어. 두 개의 아이스크림 광고에 표시한 ‘5-0과 0-5’, ‘사랑과 바람’, ‘고백과 퇴짜’ 등 흥미로운 대비 상황들을 언급한 카피를 통해 어떤 상황이든, 누구에게든 맥플러리는 멋진 맛을 제공한다는 점을 위트있게 알린 영리한 광고다.

길 위의 아이스크림

매그넘이 호주에서 진행한 ‘Mad For Streets’ 옥외광고. 호주 시민들의 아이스크림에 대한 애정은 매우 각별하다. 아이스크림이 녹아내려 바닥까지 흘러내린 모습을 연출한 이 광고는 너무 빨리 녹아서 사방에 흘러내릴 걸 알지만, 그럼에도 아이스크림을 너무나 좋아하는 호주의 아이스크림 애정을 강조했다.

이 맛을 상상해봐

하겐다즈(Häagen-Dazs)가 영국·스페인에서 전개한 감각적인 옥외광고 캠페인 ‘Devoured’. 다 먹어 치운 아이스크림 스틱과 녹아내린 초콜릿 자국만이 남은 이미지로 하겐다즈 아이스크림의 완벽한 맛과 여운을 상상하게 한다. 제품 본연의 가치를 강조하고 기존 아이스크림 광고의 틀을 깨는 시도로 평가된다.

너만의 여름을 찾아!

매그넘은 추운 날씨가 되면 아이스크림이 잘 팔리지 않는 상황을 반전시키기 위해 ‘Find your summer’라는 멋진 광고를 제작했다. 두툼한 옷을 챙겨 입은 사람들이 공간에 스며드는 한 조각 햇볕 아래 아이스크림을 즐기는 모습을 흑백의 광고 이미지로 만들어 매그넘과 함께라면 어떤 날씨에서도 너만의 여름을 찾을 수 있다는 메시지를 표현했다.

대형채널

아크릴면발광

티타늄채널(골드스텐)

ok 오케이애드닉

www.okinc.co.kr

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

대형채널장비(600mm밴딩가능)

본사전경

전 · 후광채널

에폭시 , 일체형 채널

E잉크 디스플레이 광고 시대 열리나

‘K-디스플레이 2026’서 관련 제품 대거 등장

E잉크홀딩스가 선보인 E잉크 광고 제품들.

‘뉴튼 이페이퍼’ 등 광고 디스플레이를 선보인 솔루엠.

디케이이가 선보인 다양한 이잉크 솔루션들.

초저전력 E잉크 디스플레이가 옥외광고의 새로운 소재로 부상하고 있다. 지난 7월 22~24일까지 사흘간 서울 코엑스에서 개최된 ‘K-Display 2026 (한국디스플레이산업전시회)’은 이런 광고용 디스플레이 시장의 새로운 흐름을 확인할 수 있는 자리였다.

▲다수 기업들 E잉크 광고제품 마케팅 나서

E잉크는 실제 잉크가 아니라 디스플레이 소재의 한 종류로 이잉크(E INK) 홀딩스가 개발한 상품명인 ‘E-Ink’에서 명칭이 유래됐다. 일반적인 영상 디스플레이와 달리 어느 정도 구부려도 될 만큼 유연하고 충격에도 강하다. 또한 화면이 변화하는 잠깐의 시간을 제외하면 전력 소모가 거의 없고, 배터리로도 장시간 사용이 가능하다는 메리트가 있다. 다만 초저전력 소재인 만큼 화면이 밝지 않다. 컬러 구현에도 난점이 있어서 광고물로서는 거의 사용이 이뤄지지 않았다. 그런데 이번 전시회에서는 삼성디스플레이와 LG디스플레이를 비롯해 E잉크홀딩스, 솔루엠, 디케이이 등 다수의 업체들이 이런 부분을 개선한 광고용 E잉크 제품들을 선보이면서 시장에 새로운 방향성을 예고했다.

삼성전자는 ‘삼성 컬러 이페이퍼(Color E-Paper)’를 선보였다. 컬러 이페이퍼는 LCD나 LED와 같은 눈부심이 없어 종이 포스터와 유사한 느낌으로 사용할 수 있는 디지털 광고물이다. 전력 소모가 거의 없어 전원을 상시 연결하지 않고 배터리로 사용이 가능하다.

LG전자는 ‘LG 이페이퍼 디스플레이(LG E-paper Display)’를 출품했다. 32인치 사이즈에 QHD(2560×1440) 해상도, 16 대 9 화면비를 지원하는 제품으로 180도의 넓은 시야각을 제공한다. LG전자가 자체 개발한 화질 개선 알고리즘을 적용해 E잉크 특유의 화질 한계를 보완해 자연스러운 색 재현율을 구현한다는 게 회사측 설명이다. 72Wh 대용량 배터리와 초저전력 시스템 온칩(SoC)을 탑재해 전용 충전기로 약 3시간이면 완충되며, 후면에 마그네틱 방식으로 보조배터리를 장착할 수 있다.

솔루엠은 리테일 매장을 타깃으로 하는 E잉크 광고 디스플레이 ‘뉴튼 이페이퍼(Newton E Paper) 32’를 선보이며 관련 시장 공략에 나섰다. 32인치 크기에 두께 16.4㎜, 무게 2.3kg으로 얇고 가볍게 설계된 제품이다. 하루 한 번씩 콘텐츠를 업데이트하는 환경에서도 1년 이상 전원 연결없이 배터리만으로 사용할 수 있다. 리테일 매장의 가격표, 홍보물, 안내판 등 장시간 같은 화면을 표시하는 디지털 사이니지에 적합하다는 것이 회사측의 설명이다.

E잉크의 원조이자 패널 공급사인 E잉크홀딩스도 참여했다. B2C 판매보다는 디스플레이 제조사들에게 E잉크 패널을 공급하는 것을 주 목적으로 하는 회사인 만큼, 최신의 패널인 ‘E-잉크 스펙트라(E-Ink Spectra) 6’을 소개하면서 E잉크 패널을 활용한 다양한 레퍼런스를 소개하는데 주안점을 뒀다.

중국의 E잉크 디스플레이 제조사 디케이이이도 참가했다. 손바닥만한 액자형 제품부터 대형 사이니지까지 국내 업체들보다 더 다양한 규격 및 형태의 제품을 선보이면서 관심을 모았다.

▲활용성 높인 투명 디스플레이 솔루션들도 볼만

최근의 디스플레이 트렌드에서는 투명 LED와 투명 OLED 등 투명 디스플레이 관련 제품을 빼놓을 수 없다. 이번에도 다수의 업체들이 관련 제품을 선보였는데, 단순히 제품을 알리는 것을 넘어 다양한 활용 사례를 보여주는데 중점을 두고 전시에 나섰다.

일본 스미토모화학의 자회사 동우화인켐은 자사의 LED전광유리 ‘G-TLD’와 응용 솔루션들을 선보였다.

G-TLD는 외부 충격과 환경 변화 등에 안정적인 내구성을 갖춘 것이 특징으로 수분, 먼지, 열, 스크래치 등 외력에 강하다. 장기 사용시 발생하는 황변 현상을 최소화해 높은 투과율과 선명한 화질을 오래도록 유지한다. 부스에서는 리테일 매장 광고용 제품부터 최근 활용이 늘고 있는 스크린도어 타입 제품 등을 선보였다.

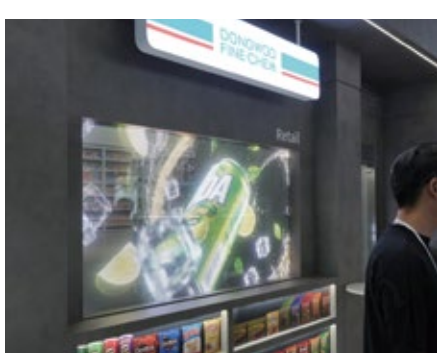
EV첨단소재는 새롭게 주력하고 있는 투명 LED디스플레이 ‘T-Mesh’를 소개했다. 이 제품은 베젤이 없는 디자인과 ㎡당 6kg 수준의 가벼운 무게로 곡면유리 등 다양한 환경에 사용할 수 있다. 밝기도 6,000nit 수준으로 주간에도 선명한 영상을 표출한다.

이 외에 뷰미디어, 이노어센드 등의 업체가 출품한 이색적인 디자인의 LED 디스플레이들도 관심을 모았다.

한편, 휴머노이드형 디스플레이 솔루션들도 관심을 끌었다. 삼성디스플레이는 1.3형 원형 OLED를 탑재한 ‘OLED 컴패니언 AI 토이(Companion AI Toy)’를 공개했다. AI 토이는 휴머노이드 캐릭터 인형에 원형 OLED를 결합시켜 귀여운 이미지를 연상시키면서도 디스플레이 활용성을 높였다.

LG디스플레이도 휴머노이드 로봇용 P(플라스틱)-OLED 디스플레이 솔루션을 공개했다. P-OLED는 얇고 가벼우면서도 화질이 뛰어나고 자유롭게 휘어질 수 있는 것이 특징이다. 영하 30도부터 영상 85도까지 극한 환경에서도 안정적으로 작동해 산업용 로봇에 적합하다는 평가다.

신한중 기자



동우화인켐이 출품한 G-TLD 리테일미디어.

EV첨단소재의 새로운 투명 LED디스플레이 T-Mesh.

이노어센드가 선보인 캔 디자인의 LED디스플레이.

삼성디스플레이가 출품한 OLED 컴패니언 AI 토이.

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

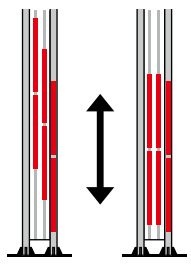
게시대 관리의 편리함, 도시미관의 향상, 지역 컨셉에 맞게 디자인하여 제작하여 드립니다~!

전반자동겸용 풍속감지 자동승하강, 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.

NaomSin Eco-Friendly Company
㈜남신테크
본사및공장: 경북 성주군 선남면 선노로 57
전화: 054) 931-5200 팩스: 054) 931-8822

남신테크 홈페이지에 오시면 동영상과 자료들을 보실 수 있습니다.
www.namsin.com

하이브리드 장비 시대… 관련 신장비 출시 잇따라

한 대의 장비가 다기능 수행… 경제성과 공간 효율성 면에서 메리트 높아

마카스가 출시한 미마키 'UJ330H-160' 하이브리드 UV프린터.

엡손의 소형 UV 평판 프린터 'SC-V4000'. UV DTF 출력을 지원한다.

DTG와 DTF 출력을 모두 수행할 수 있는 디지아이의 'Prin-T 시리즈'.

HP코리아의 올인원 프린터 '라텍스 R530'

최근 하이브리드 프린터가 시장에 다양하게 등장하고 있다.

하이브리드 프린터는 이름처럼 하나의 장비에서 여러 기능을 수행하는 장비를 지칭하는 용어다. 보통은 롤 프린팅과 평판 프린팅을 동시에 수행하는 장비를 말하는데, 요즘은 이외에도 다양한 기능들이 융합된 장비들이 등장하고 있다.

국내 시장의 경우 이제까지는 하이브리드 프린터에 대한 수요가 그리 많지 않은 편이었다. 범용성·편의성보다는 생산성 확보에 주력하는 경향이 강했기 때문이다.

하지만 최근 경기 불황과 제조 원가 상승, 트렌드의 변화 등에 따라 제작 환경이 달라지면서 하이브리드 장비에 대한 관심이 높아지고 있다. 제조 원가 상승에 따라 이전과 같은 하청구조로는 경쟁력 확보가 어려운 만큼 다양한 작업에 대응할 수 있는 제작 인프라가 중요해지면서다. 또한 생산성을 통한 가격 경쟁보다 다품종 소량 생산, 단납기 작업에 보다 순발력있게 대응할 수 있는 역량이 더 중요해지고 있다.

이렇다보니 하나의 장비로 다기능을 수행할 수 있는 하이브리드 장비에 대한 인식도 달라지고 있는 상황이다. 하이브리드 타입 제품들은 여러 장비 구입에 따른 초기 투자비용을 줄일 수 있을뿐 아니라 공간 효율성면에서도 유리한 점이 많기 때문이다.

▲하이브리드 프린터 신제품 어떤 것들이 있나

이런 시장 흐름에 따라 공급사들도 다양한 하이브리드 신장비를 선보이고 있다.

마카스는 지난 7월 미마키 'UJ330H-160' 하이브리드 UV프린터를 출시했다. 롤 프린팅과 평판 프린팅 모두에서 발군의 성능을 구현하는 제품이다. 우수한 성능 대비 매우 저렴한 가격대로 출시돼 하이브리드 UV프린터의 대중화를 견인할 것으로 기대를 모으고 있다.

롤 소재의 경우 최대 1,620㎜폭에 대응하며, 평판 소재는 4×8사이즈(2,500㎜)까지 출력할 수 있다. 하이브리드 타입임에도 평판 거치대를 제외한 본체 크기는 일반 롤 프린터와 크게 차이나지 않기 때문에 공간 효율성면에서도 메리트가 있다.

가장 큰 장점은 롤과 평판 출력 모두에서 안정성을 극대화할 수 있는 '승강식 컨베이어 벨트'와 '8분할 배큠 시스템'의 탑재다. 기존 핀치롤러 방식과 달리 강력한 진공 흡착으로 고정 후 컨베이어 벨트가 소재를 '면' 단위에서 받쳐 이송함으로써 얇은 소재에도 자국이 남지 않는다. 따라서 소프트 사이니지용 폴리에스터, 연질 PVC, 투명 필름, 인조가죽 등 그동안 이송이 까다로워 인쇄가 어려웠던 소재에도 고품질 출력이 이뤄진다.

평판 출력작업에서는 '8분할 배큠 시스템', '리어 클램프 롤러', '파워록 롤러'로 구성된 '3웨이 벨트 이송 시스템'이 소재를 단단히 잡아주기 때문에 대형 판재나 휘어짐이 있는 연성 보드 등 까다로운 소재의 출력작업도 매우 안정적으로 진행된다.

디지아이는 'Prin-T 시리즈'를 하이브리드 프린터로 선보였다.

최대 출력 폭 500×700㎜의 Prin-T 시리즈는 의류부터 수건 등의 홈 애플리케이션과 판촉물 등 다양한 텍스타일 상품 제작이 가능한 장비다. 회사측에 따르면 발색면에서 탁월한 성능을 보여주는데다 출력 속도도 빠르다.

Prin-T 시리즈의 가장 큰 특징은 DTG 방식과 DTF 방식의 프린팅을 1대의 장비로 구현할 수 있다는 점이다. 섬유에 직접 출력하는 DTG 방식의 출력은 그라데이션 표현과 부드러운 촉감의 그래픽 출력이 강점이다. 반면 DTF 방식은 출력물의 벤딩 현상을 최소화할 수 있으며 선명한 발색면에서 이점이 있다. 또 백색 잉크 사용시에도 전처리가 필요없는 등의 장점도 있다. 두 방식은 상호 보완적으로 사용되는 측면이 있는 만큼 1대의 장비로 DTG와 DTF 출력을 모두 커버할 수 있는 Prin-T 시리즈가 관련 시장에서 좋은 반응을 얻을 것으로 회사측은 기대하고 있다.

한국엡손이 중소형 사인 및 맞춤형 굿즈 시장을 겨냥해 출시한 소형 UV 평판 프린터 'SC-V4000'은 하이브리드를 표방하지는 않지만, 범용성면에서 하이브리드 장비의 성격을 지니고 있는 제품이다.

작업폭 980×700㎜(A1+)에 대응하는 장비로 중소 규모 광고 제작업체, 사진·아트워크 출력 사업자 등 비교적 작은 공간에서 고품질 UV 출력 서비스를 진행하는 업체에 최적화된 제품이다. 최대 200㎜ 두께의 출력물까지 직접 출력이 가능해 비닐, 고급 포장재, 필름 등 연질 소재부터 목재와 아크릴 등 두꺼운 소재 및 제품까지 출력할 수 있어 활용성이 높다.

컬러는 C·M·Y·K·LC·LM·GY·R의 8컬러에 화이트와 바니시를 더한 10개의 엡손 울트라크롬 UV 잉크가 탑재된다. 레드 잉크가 적용돼 색상 표현 영역을 넓혔기 때문에 옥외광고 시장에서 요구하는 선명한 붉은색 등 높은 채도 표현에 유리하다. 또한 LC(라이트 시안), LM(라이트 마젠타), GY(그레이) 3색의 라이트 계열 잉크로 부드러운 입상감과 계조를 구현하기 때문에, 그라데이션이 중요한 파인아트 등 하이엔드 출력 분야까지 폭넓은 대응이 가능하다.

이 제품의 또 한 가지 특징은 최근 활용성이 높아지고 있는 UV DTF(Direct to Film) 출력 기능을 지원한다는 점이다. 엡손의 UV DTF 솔루션과 완벽하게 호환되기 때문에 곡면 소재 등 직접 출력이 까다로운 제품의 경우 UV DTF 스티커 출력을 통해 작업할 수 있어 기존 제품과는 또 다른 차원의 활용성을 제공한다.

한편, HP의 올인원 프린터 '라텍스 R530'도 꾸준히 좋은 반응을 얻고 있다. 완성형 하이브리드 제품이라는 평가를 얻고 있는 제품은 출시된지 제법 시간이 흘렀지만, 우수한 출력품질과 안정성으로 시장의 호응이 높다. 실제로 최근 하이브리드 장비에 대한 시장의 높아진 관심도는 이 제품에서 기인한 측면도 있다.

신한중 기자

Hybrid UV Printer

UJ330H-160

롤과 평판 출력을 결합한 하이브리드 방식 | 핀치롤러 이송이 어려운 소재도 사용 가능

진공 컨베이어 벨트 방식의 소재 고정 | 리어 클램프 롤러로 소재 들뜸 방지 | 파워 락 롤러로 소재 휘어짐 방지

UV LED 소형 평판 프린터

UJF-3042/6042MkII e

- UV-LED Technology
- 3042 최대출력폭: 420 x 300mm H153mm
- 3042 최대인쇄속도: 2.48㎡/h (600x600dpi/8pass)
- 6042 최대출력폭: 420 x 610mm H153mm
- 6042 최대인쇄속도: 3.52㎡/h (600x600dpi/8pass)

UV LED 평판 프린터

UJF-7151PlusII

- UV-LED Technology
- 최대 1,800dpi 고품질인쇄
- 최대출력폭: 710 x 510mm H153mm
- 최대인쇄속도: 8.0㎡/h (4Color 더블 스태거 배열 선택시)

UV LED 대형 평판 프린터

JFX200-1213 EX / 2513 EX

- UV-LED Technology
- 최대출력폭: 1,270 x 1,300mm H50mm(JFX200-1213 EX)
- 최대출력폭: 2,500 x 1,300mm H50mm(JFX200-2513 EX)
- 최대인쇄속도: 35㎡/h (4Color+Spot Color/2Layer/300x300dpi/4pass) (JFX200-2513 EX)

평판 커팅 플로터

CF2series / CFL-605RT

- PET, 우드락, 초고휘도, 고무, 골판지 등
- 커팅 용도에 맞는 다양한 툴 장착 가능

마카스 시스템㈜
MARCUS SYSTEM

서울본사 T. 02-545-4333 M. 010-3730-1175
충청지사 T. 042-522-8582 M. 010-3730-5823
대구지사 T. 053-424-7475 M. 010-2521-0805
강원지사 T. 033-653-4647 M. 010-3720-0320
호남지사 T. 062-515-4090 M. 010-3730-5496
부산지사 T. 051-502-5874 M. 010-4135-7479

한울상사, '2026 썸머 프린터 & 공작기계 로드쇼' 성료

혁신 성능의 신장비부터 가성비 높은 프린터까지… 30여종 전시

옥외광고 장비 유통의 명가(名家)로 거듭나고 있는 한울의 '2026 썸머 프린터 & 공작기계 로드쇼'가 지난 7월 11일 경기도 광주 본사 제2전시장에서 개최됐다.

매년 2회 개최되는 이 로드쇼는 이제 단순히 한 기업의 마케팅 프로그램을 넘어 업계의 트렌드와 최신 기술을 학인할 수 있는 소규모 박람회로 자리잡고 있는 분위기다.

이번 로드쇼에서는 HP와 슈마 등 글로벌 기업의 최신 프린터·커팅기 제품부터 우수한 가성비의 디지털 프린팅 솔루션, 멀티 레이저조각기·채널벤더·레이저용접기 등의 간판 가공 장비까지 옥외광고 전 분야를 아우르는 자동화 장비 30여종이 전시됐다.

양면 인쇄 텍스타일 프린터 TDL3300이 시연되고 있는 모습.

플라즈마 전처리 UV프린터(왼쪽)와 6-IN-1 타입의 하이브리드 레이저 가공장비 M3울트라.

▲압도적 퀄리티의 텍스타일 장비'TDL3300' 공개

이 가운데 초점은 스카이젯 TDL3300 양면 인쇄 텍스타일 프린터에 맞춰졌다. 전시장 중앙에 자리잡은 이 제품은 압도적인 고퀄리티 출력물을 선보이면서 참관객들의 관심을 집중시켰다.

스카이젯 TDL3300은 빠르고 정확한 양면 출력을 특징으로 하는 출력 폭 3,300㎜의 텍스타일 프린터다. 최근 활용성이 높아지고 있는 패브릭 광고물부터 깃발 배너 등 소프트사이니지 등 다양한 패브릭 광고물 제작이 가능하다. 특히 양면 출력을 통해 압도적인 퀄리티를 구현할 수 있는 게 최대 강점이다.

단면으로 출력된 패브릭은 조명을 켰을 때와 껐을 때 이미지의 색감이 달라지게 되는 고질적 문제가 발생한다. 배면 조명으로 인해 컬러의 채도가 낮아져 조명을 켰을 때와 비조명 상태에서의 컬러 변화가 나타나는 것. 양면 출력은 이런 컬러 편차를 획기적으로 줄일 수 있는 출력방식이다. 패브릭의 양면을 똑같이 인쇄함으로써 조명 상태에서도 컬러의 일관성을 유지할 수 있게 하며 빛의 번짐이 없는 또렷한 이미지를 보여준다.

현장에서는 TDL3300으로 제작된 대형 패브릭 광고물들을 전시하는 한편, 이 제품으로 제작된 패브릭 조끼를 직원 모두가 착용하고 접객에 나서 제품의 우수한 퀄리티를 홍보하기도 했다.

▲혁신 장비부터 가성비 솔루션까지 폭넓은 전시 구성

혁신 성능을 자랑하는 신장비들도 다수 출품됐다. 특히 플라즈마 전처리 기능을 탑재한 평판 UV프린터 신제품이 높은 관심을 받았다. 플라즈마 기술을 적용해 프라이머 없이도 효율적인 전처리 작업이 가능한 프린터다.

소재 표면에 정밀 플라즈마 빔을 조사해 오염물을 제거하고 표면의 수성과 잉크의 결합 강도를 높이는 기술이 적용됐다. 이를 통해 아크릴, 포맥스, PC와 같은 일반적인 소재는 물론 메탈과 유리 알마이트 등 출력작업이 매우 까다로운 어떤 소재에도 최적화된 출력작업이 이뤄진다. 작업 속도도 빠르기 때문에 생산성면에서 장점이 있다.

올 초 공개된 6-IN-1 타입의 하이브리드 레이저 가공장비 'M3울트라'도 참관객들의 눈길을 사로잡았다. M3울트라는 △파이버 레이저커팅기 △CO_2 레이저조각기 △CO_2 레이저마킹기 △파이버 레이저용접기 △핸드헬드 레이저클리닝 장치 △핸드헬드 레이저커팅기 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 있다.

이외 한울이 자랑하는 우수한 가성비의 출력 솔루션들도 다양하게 소개됐다. 특히 올해 선보인 1,600폭 'X3W-2H'와 3,200폭의 'X3-3200' 등 수성·에코솔벤트 프린터 라인업이 좋은 반응을 얻었다. 해당 제품들은 한울이 오랜 기간에 걸쳐 검증을 완료하고 국내에 전개하는 제품으로 성능부터 가격에 이르기까지 최근의 소비자들이 수성 프린터에 요구하는 다양한 조건을 충족시킬 수 있도록 개발된 제품이다.

한울 한철기 이사는 "TDL3300과 M3울트라 등 광고물 제작의 패러다임을 바꿀만한 혁신장비들 위주로 이번 로드쇼를 꾸몄다"며 "본격적인 하반기 시장을 앞두고 있는 만큼 새로운 솔루션을 찾는 참관객들의 관심이 매우 높았다"고 말했다. 신한중 기자

로드쇼 현장의 다양한 모습들

(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

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, 포멕스 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

ZUND G3 스위스 디지탈 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 外

(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

코스테크에스지, 무토 'XPJ-1681SR Pro' 출시

고성능 원헤드 타입… 생산성과 경제성의 양립 실현
유럽 '2026 EDP 어워드' 수상하며 탁월한 성능 입증

코스테크에스지가 출시한 무토 'XPJ-1681SR Pro' 원헤드 프린터.

코스테크에스지가 무토의 최신 원헤드 프린터 'XPJ-1681SR Pro'를 새롭게 선보인다. 이 제품은 유럽디지털인쇄협회(EDP Association)가 주관하는 '2026 EDP 어워드'에서 1.6m급 롤투롤 프린터 부문 최우수 제품상을 수상한 제품으로, 출시와 함께 시장의 비상한 관심이 쏠리고 있다.

EDP 어워드는 유럽 20여개국 인쇄 전문매체 및 기술 전문가들이 생산성, 품질, 가성비, 환경친화성 등을 종합 평가해 해마다 분야별 최우수 디지털 인쇄 장비를 선정하는 최고 권위의 상이다. 무토는 2024년, 2025년에 이어 올해까지 3년 연속 수상하며 기술력을 인정받고 있다.

▲1헤드로 구현하는 2헤드급의 강력한 생산성

XPJ-1681SR Pro는 1,6m 출력폭의 에코솔벤트·수성 겸용 장비다. 초기 구매 시 필요에 맞춰 헤드를 구성할 수 있다.

제품의 가장 주요한 특징은 단일 헤드로 2헤드 수준의 출력속도를 구현하는 하이엔드 1헤드 장비라는 점이다. 1헤드 장비는 초기 구입비용이 상대적으로 저렴한데다, 유지보수 비용 등도 적게 들어가기 때문에 경제성면에서 메리트가 높다. 다만 투헤드 장비 대비 생산성이 떨어진다는 것이 단점인데, 신 장비는 새롭게 개발된 8채널 '어큐파인(AccuFine) HD Pro' 헤드와 최신의 출력 제어 시스템 'i-Screen EX System'의 탑재로 기존 2헤드 장비에 필적하는 생산성을 구현한다는 게 코스테크에스지측의 설명이다.

출력 품질도 우수하다. 리얼 레드 컬러가 포함된 프리미엄 8색 구성의 컬러 사이언스를 통해 폭넓고 깊이감있는 컬러를 구현한다. 인물 표현에 있어서도 부드러운 그라데이션을 통해 미세한 피부톤까지 세밀하게 표현해 내기 때문에 고급 광고물 등의 제작에도 효과적이다.

아울러 장시간 연속 출력에도 첫 장과 마지막 장의 품질 편차가 없을 만큼 안정성이 높은 것도 장점이다. 최신 제어 시스템을 통해 인쇄시 발생할 수 있는 벤딩 현상도 대폭 개선했다.

하드웨어적인 완성도도 뛰어나다. 무토 고유의 XY 제어기술이 반영된 고정밀 알루미늄 레일 구조를 채택해 안정적인 출력이 가능하며 장비의 내구성도 우수하다. 4단계의 헤드 높이 설정을 통해 소재별로 가장 적합한 높이를 선택함으로써 헤드가 소재에 부딪히는 위험을 줄일 수 있는 것도 장점이다.

코스테크에스지 관계자는 "XPJ-1681SR Pro는 경제성과 안정성이 좋은 1헤드 프린터의 장점에 2헤드급 속도 및 고품질 출력을 결합한 혁신적 장비"라며, "잉크 소모와 헤드 교체 비용 등 유지보수 비용을 최소화할 수 있는데다 가성비도 우수하기 때문에 효율성을 중시하는 최근 시장의 트렌드에 최적화된 제품"이라고 설명했다.

▲8월 K-프린트 2026 통해 첫선… 보상 이벤트도

한편, 코테크에스지는 8월 19~22일까지 일산 킨텍스에서 열리는 'K-PRINT 2026'에서 XPJ-1681SR Pro를 비롯해 XPJ-1641SR Pro2 등 신제품 XPJ 시리즈 2종을 선보일 계획이다.

전시 기간중 현장 부스(홀 7·8, G-300/H-300) 방문 고객을 대상으로 기존 장비 보상 혜택을 제공하는 'TRADE-IN 보상판매 프로모션'을 함께 진행한다. 사전 예약 신청 고객에게는 특별한 사전예약자 혜택을 추가로 제공할 예정이다.

제품 및 전시 사전 예약에 대한 자세한 정보는 코스테크에스지 공식 홈페이지(www.kostech.net)를 통해 확인할 수 있다. 신한중 기자

문의 : 02-578-6701

에스폴리텍, 초박막 고내후 아크릴 코팅 필름 개발

국내 최초로 55㎛ 두께 제품 양산… 내백화 특성도 강화

기능성 필름 및 플라스틱 제조업체 에스폴리텍이 국내 업체로는 최초로 55㎛ 두께의 초박막 고내후 아크릴 필름(PMMA)을 개발, 양산에 들어간다고 최근 밝혔다.

초박막 아크릴필름은 광고물의 표면 마감재로 사용되는 코팅 필름의 일종이다. 일반적으로 사용되는 PVC나 PET 필름보다 내구성과 투명도가 매우 높다.

특히 자외선 등 외부 환경에 장기간 노출돼도 제품 표면이 하얗게 변하는 백화현상을 억제하는 내백화 특성을 갖춘 고기능성 특수 소재이기 때문에 광고물 제작은 물론, 프리미엄 인·익스테리어 자재의 마감재로도 활용되고 있다.

에스폴리텍 로고와 PMMA 필름.

에스폴리텍측에 따르면 55㎛ 두께의 초박막 고내후 아크릴 필름은 균일한 두께와 품질 확보를 위해 매우 정밀한 압출 기술과 공정 제어 능력이 요구된다. 지금까지 이 정도 수준의 박박 필름은 독일과 일본 등 해외의 극히 일부 업체만 생산이 가능했다.

하지만 회사측은 자체 기술 개발을 통해 처음으로 국산화에 성공한 것은 물론, 양산 체제 구축도 완료했다. 이번 국산화를 통해 기존 수입에 의존하던 제품을 국내에서 안정적으로 공급할 수 있는 기반을 확보했다는게 에스폴리텍측의 설명이다.

에스폴리텍 관계자는 "초박막 고내후 아크릴 필름 국산화는 회사의 핵심 스페셜티 기술력을 보여주는 성과"라며 "국내 메이저 건자재 기업과의 협력을 바탕으로 프리미엄 건자재용 소재 사업을 지속 확대하고 고부가 스페셜티 제품 비중도 꾸준히 높여 나가겠다"고 말했다.

문의 : 043-536-9191

HuePrime
KOSTECH GROUP

TRADE-IN PROMOTION

K-PRINT 현장 특별 프로모션

K-PRINT 2026 휴프라임 보상판매

오래된 장비, 새로운 생산성으로!

K-PRINT 현장에서 기존 장비는 보상받고, 새로운 휴프라임으로 업그레이드하세요.

2026. 8. 19(수) - 22(토) | 일산 킨텍스 제 2전시장 | BOOTH NO. HALL 7·8 G300,H300

기존 장비 최대 보상!

SUPER X SERIES G4B

속도와 품질, 모두 갖춘 완벽한 선택

EPSON 정품 4헤드 탑재로 안정적 품질과 강력한 생산성을 자랑하는 1900폭 수성 솔루션

- EPSON I3200 헤드 4개 탑재로 최대 185㎡/h 출력속도
- IR드라이어, TOPAZ RIP 프리미엄 소프트웨어 기본 탑재
- 독자적으로 개발된 캡핑 스테이션 헤드클리닝 및 노즐 회복률 증가
- 듀얼 플렌지 가능한 자동 피더기로 향상된 피딩 안정성과 출력 생산성

HUEPRIME TOTAL SOLUTION LINE-UP

SMART-AQ1800UV

최대 5레이어 완성형 UV 베스트셀러

정밀 고속 출력 및 안정된 품질의 UV 프린터

SuperX-T2

컴팩트함, 고품질, 친환경 모두 갖춘 DTF

더 빠른 속도로 특별해진 DTF 프린터

휴프라임 장비와 최적의 조합!

프리미엄 코스테크 잉크

- ✔ 오랜 기술력으로 완성한 국산 프리미엄 잉크
- ✔ 합리적인 가격으로 만나는 우수한 발색력과 강력한 내구성
- ✔ 다양한 프린터 및 소재에 호환되어 안정적인 출력 품질

<프리미엄 DTF 잉크 DX1000>

<수성 안료 잉크 XP1000>

KOSTECH
Kostech Sign & Graphics.

(주)코스테크에스지

경기도 성남시 수정구 설개로 50 코스테크 판교센터

Tel. 02-570-4850 E-mail. online_cg@kostech.net

휴프라임 홈페이지 사전예약 바로가기

광고 필름이 여름철 차량의 에너지 사용 줄인다?

LX하우시스 열 차단 광고 필름 '올해의 에너지 위너상' 수상

LX하우시스의 열차단 광고필름이 적용된 냉동차량의 모습.

LX하우시스의 '열차단 광고용 필름(DPM)'이 뛰어난 단열 성능과 에너지 절감 효과를 인정받아 '제29회 올해의 에너지 위너상'에서 에너지절약상을 수상했다.

소비자시민모임이 주최하고 기후에너지환경부와 한국에너지공단의 후원으로 진행되는 '올해의 에너지 위너상'은 매년 에너지 효율이 뛰어난 기술과 에너지 절약 효과가 우수한 제품을 선정해 시상하는 행사다.

에너지절약상을 받은 LX하우시스의 '열차단 광고용 필름'은 건물외벽·지붕·유리창 등에 부착할 수 있는 백색의 필름이다. 특수 안료를 활용한 열차단 기술을 적용해 태양열을 발생시키는 주요 원인인 근적외선을 반사시키는 구조로 설계됐다. 따라서 필름이 부착된 건물·차량의 표면 온도 상승을 억제한다. 그래픽을 인쇄하더라도 열차단 성능은 유지되기 때문에 일조량이 높은 공간의 광고물로 유용하다.

기존 광고 필름이 광고 표현 외관 개선에 기능이 집중됐다면, 해당 제품은 광고 기능은 물론 열차단 특성을 더해 시공 공간의 온도 상승을 줄여 냉방 효율을 높일 수 있다.

특히 최근 급격한 유가 상승에 따라 냉방 에너지 절감이 산업계의 핵심 과제로 떠오르면서 활용 분야도 빠르게 확대되고 있다. 기존에는 건물 외벽·윈도광고 등을 중심으로 사용됐지만, 단열 성능이 부각되면서 최근에는 신선식품 물류센터와 냉장·냉동탑차, 콘테이너 등 콜드체인 관련 시설의 광고물로 적용 범위가 넓어지는 추세다.

시공 편의성도 뛰어나다. 필름 뒷면에 미세한 공기 통로를 형성하는 '에어 채널(Air Channel)' 기술을 적용해 기포 발생을 최소화함으로써 들뜸없는 편리한 작업이 가능하다. 냉동 차량 외부 등 까다로운 곡면 시공에도 유리하다.

LX하우시스 관계자는 "이번 수상으로 열차단 광고용 필름의 뛰어난 태양열 차단 효과를 입증했다"라며 "상업용 매장 디스플레이는 물론 여름철 실내 온도 유지가 중요한 신선식품 유통매장, 냉장·냉동탑차 등으로 시장 영역을 확대해 갈 것"이라고 말했다.

디지아이, 한웨이와 파트너십 계약 체결

'ELITE2504' 패키징 프린터 첫선… 골판지 인쇄 시장 공략

디지아이가 공급하는 한웨이의 'ELITE 2504' 골판지 패키징 프린터.

디지아이가 글로벌 디지털 프린팅 솔루션 제조사 한웨이(HANWAY)와 파트너십 계약을 맺고, 관련 제품을 국내에 선보인다. 특히 패키징 인쇄 시장 타깃의 고속 장비를 국내 시장에 공급하며 시장 확대에 나선다는 계획이다. 이번 협력을 통해 첫선을 보이는 장비는 고속 골판지 전용 프린터 'ELITE 2504'다.

골판지 패키징 분야는 전자상거래 시장 확대와 함께 빠르게 성장하고 있는 분야다. 대량 생산 중심의 전통적인 포장 시장에서 벗어나 브랜드별·제품별 맞춤형 패키지와 소량 다품종 생산에 대한 수요가 증가하면서 관련 인쇄기술에 대한 관심도 높아지고 있다.

ELITE 2504는 최대 2,500㎜ 폭의 골판지를 분당 100m 속도로 처리할 수 있는 골판지 전용 산업용 싱글패스 프린터다. 두께 15㎜ 소재까지 대응할 수 있기 때문에 최근 사용이 급증하고 있는 고강도 골판지의 출력에도 적합하다. 따라서 골판지를 활용한 광고물·굿즈·가구·포토존 등의 제품을 아주 빠르게 제작할 수 있어 짧은 납기, 디자인 변경이 잦은 패키징 작업에서 효과적인 활용이 가능하다.

디지아이측은 국내 디지털 프린팅 시장에서 확보한 영업 및 고객 대응 역량을 기반으로 골판지 인쇄업체와 패키징 관련 기업 등을 대상으로 영업 활동에 나선다는 방침이다.

폐현수막에 새 가치를… 폐현수막 재활용 공모

세종새활용센터, 7개 공공기관과 손잡고 새활용 아이디어 모집

세종새활용센터가 자원순환 문화 확산과 시민 참여 기반의 순환경제 도시 조성을 위한 '2026년 새활용 아이디어 작품화 공모전'을 개최한다고 밝혔다.

이번 공모전은 버려지는 폐현수막을 활용한 실용적이고 창의적인 제품 및 작품을 발굴하기 위해 마련됐다. 폐현수막을 사용해 제작 가능한 공공 및 생활 용품과 공공디자인 작품 등을 출품하면 된다. 새활용 분야에 관심있는 세종·대전·충청 지역 기반의 시민, 작가, 예비창업자 등 누구나 참여할 수 있다.

특히 이번 공모전은 가축위생방역지원본부, 농림수산식품교육문화정보원, 독립기념관, 창업진흥원, 축산물품질평가원, 한국수목원정원관리원, 한국해양교통안전공단 등 7개 공공기관이 함께 한다. 해당 기관들이 수거한 폐현수막을 공모 소재로 제공하는 방식이다. 이를 통해 공공부문과 시민사회가 함께 지속 가능한 순환경제 생태계를 만들어가는 모범적인 사례를 만들어 간다는게 센터측의 취지다.

1차 아이디어 접수는 8월 11일부터 18일 오후 6시까지다. 서류 심사를 통과한 합격자들을 대상으로 9월부터 11월까지 실제 작품 제작 및 멘토링 과정이 이어지며, 11월 26일 최종 심사를 거쳐 총 20개 팀을 시상할 예정이다.

참가 신청은 세종새활용센터 누리집(sjupc.or.kr)에서 신청서를 내려받아 작성한 뒤 전자우편(sjupc@naver.com)으로 제출하면 된다.

MUTOH

MUTOH 신기술로 완성한 압도적 속도와 품질

1헤드로 2헤드의 속도를 경험하다

MUTOH 신제품 **XPJ 시리즈 2종**을 K-PRINT 2026에서 만나보세요!

XPJ-1681SR Pro

8색 프리미엄으로
더 선명한 리얼 레드 표현
(수성/에코 솔벤트)

TRADE-IN
보상판매 진행!
기존 장비 최대 보상
K-PRINT
현장 한정 혜택

XPJ-1641SR Pro2

더 빨라진 속도감과
향상된 생산성
(수성/에코 솔벤트)

XPJ 시리즈의 새로운 기준

1헤드로 2헤드 속도 구현
새로워진 AccuFine HD Pro
프린트 헤드로 향상된 생산성

오리지널 컬러 프로파일
더 생생한 레드와
더 깊어진 블랙 컬러 표현

안정적인 장비 운용
최신 출력 제어 시스템으로
밴딩 효과 개선

유일무이 일본 현지 생산
본토만의 독보적 기술력과
압도적인 품질

K-print 2026
2026. 8. 19(수) - 22(토)
일산 킨텍스 KINTEX 제 2전시장

코스테크에스지 부스에서
직접 확인하세요!
BOOTH NO.
HALL 7·8 G300,H300

K-PRINT 2026 사전 예약
간편하게 사전 예약 신청하고
보상 판매 프로모션과 함께
사전 예약 혜택들을 받아보세요!

KOSTECH
Kostech Sign & Graphics.

(주)코스테크에스지
경기도 성남시 수정구 설개로 50 코스테크 판교센터
Tel. 02-578-6701 E-mail. online_cg@kostech.net

코스테크에스지
홈페이지 바로가기

간판 시장 축소되는데 굿즈 시장은 급성장

단순 판촉물은 NO… 브랜드 호감도 및 팬심 기반 새 마케팅 문화

POP·판촉물 제작과 비슷해… 광고물 업체들도 관련 시장 정조준

전통적인 간판·사인 시장의 위축세가 지속되고 있는 가운데 K-팝과 기업 캐릭터, 웹툰, 게임 등 콘텐츠 IP를 기반으로 한 굿즈 시장은 빠르게 성장하고 있다.

이런 굿즈 산업은 아크릴 가공, 프린팅 등 기존 사인 및 출력업과 제작 인프라면에서 교집합이 매우 많은 분야다. 이에 시장 돌파구를 모색하고 있는 사인 제작업체들도 관련 시장을 긴밀하게 주시하는 분위기다.

UV 평판 프린터로 굿즈가 제작되고 있는 모습.

위 진로하이트, 아래 대한항공

▲모바일 시대 굿즈가 핵심 마케팅 수단으로 부상

한국콘텐츠진흥원의 최근 조사에 따르면 국내 캐릭터·라이선싱 시장 규모는 현재 약 5조원대에 달한다. 콘텐츠가 음악과 방송, 게임 등 1차 소비에 그치지 않고 캐릭터 상품과 MD, 라이선싱 등으로 확장되면서 IP를 실물 상품으로 구현하는 굿즈 시장도 함께 급성장하고 있는 양상이다.

굿즈는 브랜드·아티스트·게임·지자체 등 판매 주체에 대한 호감과 팬심을 기반으로 하는 상품이다. 기존의 간판과 POP 등 아날로그 광고물이 특정 공간에서 브랜드를 알리는 역할을 한다면, 굿즈는 소비자가 직접 구매하고 소장하는 브랜드 접점의 매체로 활용된다.

일례로 편의점 GS25가 2026년 1분기 스낵류 내 캐릭터 상품 매출을 분석한 결과, 관련 매출이 전년 동기 대비 62%나 급증했다. 특히 한정판 굿즈가 포함된 기획 상품의 경우, 출시 직후 품절 대란이 일어날 정도로 강력한 구매 파급력을 보였다. K팝 아티스트의 경우에도 앨범 판매보다 굿즈 판매율이 아티스트 인지도의 척도가 되고 있는 양상이다.

기존의 액세서리와 굿즈가 구별되는 지점도 바로 이 부분인데, 굿즈는 단순히 판매 수익을 도모하는 것을 넘어 브랜드·아티스트의 인지도·호감도를 높이는 주요한 광고 수단으로서 기능한다. 이에 따라 대부분의 브랜드들은 물론 최근에는 지자체와 공공기관에 이르기까지 자체 캐릭터 굿즈 개발에 나서고 있다.

▲인프라와 제작 방식에서 기존 광고업과 유사성 높아

지금 광고물 제작업체들이 어려운 환경에 놓인 이유 중 하나로 굿즈시장의 성장을 꼽는 분석도 나온다. 기업들의 판촉 예산 비중이 일반 광고물에서 굿즈로 일부 이동하고 있다는 점에서다.

이런 시장 흐름 속에서 기존 광고물 제작업체들도 이 시장을 정조준하고 있다. 어려운 업황을 벗어나기 위한 탈출구 모색으로 볼 수도 있지만, 실제로 광고물 제작업체에게 굿즈 제작은 유리한 점이 많다.

스마트폰 케이스, 키링, 마우스패드, 아크릴 피규어, 에코백, 엽서, 포스터 등의 작은 상품을 제작하는 굿즈 산업은 크기와 형태가 조금 다를뿐 기존 사인이나 POP 제작 방식과 크게 다르지 않다.

CNC와 레이저 커팅을 이용해 구조물을 가공하고 상품에 캐릭터 이미지를 프린팅하거나, 합지해 제작하는 방식을 아크릴 스탠드, 키링, 장식물 등 다양한 굿즈 제작에 활용할 수 있다. 기존 광고 업체 입장에서는 보유 장비와 가공 기술을 활용해 비교적 적은 투자로 새로운 사업 영역에 진입할 수 있다는 점이 매력적이다.

다만 작업의 성격에 있어서는 확실한 차이가 있는데, 굿즈는 대량생산보다는 다품종 소량생산과 빠른 납기 대응이 중요한 분야다. 하나의 IP를 활용해 수십 가지 상품을 동시에 개발하는 경우가 많다. 이처럼 콘텐츠별로 디자인과 상품 종류가 다양하고 유행 주기도 짧기 때문에 시장 반응에 따라 필요한 물량만 제작하는 방식이 선호된다.

따라서 다품종 소량 생산 체제를 통해 트렌드에 빠르게 대응할 수 있는 시스템이 경쟁력이 된다.

한 광고물 제작업체 관계자는 "이제 단순히 간판과 광고물을 제작하는 역할에서 벗어나 굿즈와 팝업스토어, 기업 프로모션 상품 등으로 사업 영역이 확대될 것으로 본다"며 "특히 자체 디자인 역량과 생산 시스템을 갖춘 업체라면 콘텐츠 기업이나 브랜드와 협업해 IP 제조 파트너로 영역을 넓힐 수도 있을 것"이라고 전망했다. 신한중 기자

브랜드 굿즈는 기존의 광고 및 판촉물과 형태적으로 크게 다르지 않다. 왼쪽부터 , BTS, 서울시, 블랙핑크의 굿즈.

www.ooh.or.kr

한국지방재정공제회
한국옥외광고센터
KOREA OUT OF HOME ADVERTISING CENTER

품격있는 옥외광고!
아름다운 대한민국!

고풍스런 기와 간판, 어떻게 만들어질까?

점토 아닌 기와형 컬러 강판 사용… 내구성 높고 시공도 용이

기와형 컬러 강판을 이용해 제작된 간판들의 모습.

최근 K-문화가 세계적인 인기를 얻으면서, 관광객들이 많은 주요 번화가 위주로 전통 기와집을 콘셉트로 한 간판들이 늘어나고 있다. 이런 기와 간판은 동양적인 멋을 연출할 수 있을뿐 아니라, 처마를 형성해 어닝처럼 햇빛과 비를 막는 역할도 할 수 있어 유용하다.

이런 기와 간판의 제작에서는 사실 보통의 점토 도자기 기와가 사용되는 것은 아니다. 점토 기와는 관리가 어려운데다 시공 자체도 매우 까다롭다. 특히 전통 기와의 경우 기와에 직접 문자 간판을 달 수 있는 작업자를 찾기도 어렵기 때문에 사실상 실제 도자기 기와가 간판에 사용되는 일은 많지 않다.

거리에서 보는 대부분의 기와 간판은 전통 기와 형태로 제작된 기와형 컬러 강판으로 만들어진다.

포스코 등 다수의 기업이 판매하는 기와형 컬러 강판은 아연도금 강판을 성형해 제작되는 제품이다. 우레탄 열처리 도색을 통해 점토 소재 전통 기와의 질감을 재현하면서도 무게도 가벼워 시공이 용이하다. 내식성과 내후성도 뛰어나 폭우, 강풍, 폭설, 강한 햇빛 등 옥외의 기후 변화에도 변치않는 내구성을 보여준다.

시공 방법도 까다롭지 않다. 기와 간판 시공은 벽면의 구조와 상태를 정확히 진단하는 것에서 시작된다. 벽 상태에 따라 기초목재 뼈대를 고정하는 방식이 달라지기 때문이다. 특히 어닝처럼 처마가 돌출되는 구조로 제작할 때는 기와의 높이와 길이에 따라 안전하게 확보할 수 있는 돌출 폭과 위치가 달라, 안전성과 디자인을 함께 고려한 시공 계획이 요구된다.

시공 방식은 우선 처마 형태로 제작한 목조틀을 벽면에 부착하고, 이후 용마루와 처마를 잇는 서까래를 연결한다. 이 과정에서는 좌우 수평이 틀어지지 않도록 균형을 맞추는 것이 관건이다. 날줄 작업까지 마무리되면 기와 외부간판의 기초 골조가 완성된다.

골조 작업 이후에는 전통 기와 형태의 컬러 강판을 서까래와 골조에 얹으면 된다. 점토 기와처럼 한 장씩 쌓는 방식이 아니라 기와가 쌓아올려진 형태의 강판을 부착하는 방식이기 때문에 일반 갤브 간판 설치와 크게 다르지 않다. 강판 설치가 완료되면 별도의 용마루형 강판으로 끝단을 마감하고, 문자 간판을 달면 된다. 문자 간판은 보통 기와 처마의 상부 또는 하부에 달지만, 건물 환경이나 간판 디자인에 따라서는 기와에 직접 설치하기도 한다.

이렇게 완성된 기와 간판은 매장에 고풍스러운 멋을 더하는데다 차양막 기능도 수행할 수 있다.

기와형 컬러 강판을 공급하고 있는 포스코 관계자는 "기와형 컬러 강판 간판은 부식과 변색, 빗물 침투에 강해 유지보수가 쉽고 단순 간판을 넘어 출입문을 보호하는 어닝 기능까지 수행해 비용 대비 효과가 좋다"며 "다양한 컬러·디자인이 출시돼 있는 것도 장점"이라고 말했다.

신한중 기자

전남광주통합특별시교육청 통합 CI 공모

8월 19일까지 접수… 17개 작품 선정해 시상

전남광주통합특별시교육청(이하 전남광주교육청)이 출범에 발맞춰 통합 교육청의 새로운 얼굴과 정체성을 담아낼 공식 CI를 찾기 위한 공모전을 8월 19일까지 진행한다.

이번 공모전은 전남광주의 교육 통합을 기념하고, 특별시민이 직접 교육청의 상징을 만들어간다는 취지에서 기획됐다.

이를 위해 최종 심사 단계에서는 '특별시민 대상 온라인 투표'를 도입해 시민의 의견이 직접 반영되도록 했다.

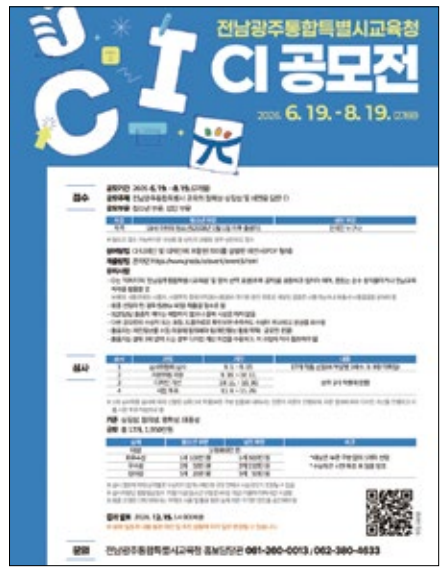
디자인 제작 시 폰트는 순수 창작물이나 전남교육서체를 활용해야 한다. 무료 글꼴의 경우는 사용 주체와 사용처, 사용목적 등 저작권이 무기한으로 허용된 경우 허용된다.

1인당 출품작 개수는 제한되지 않으나 중복시상하지 않으며 개인 외에도 팀별 참여도 가능하다.

제출된 공모작은 9월중 1차 심사를 거쳐 총 17개 작품을 선정한다.

총상금 1,950만원으로 부문 통합 대상작에 800만원의 상금이 수여되며 이외에 최우수상(부문별 각 1개), 우수상(부문별 각 2개), 장려상(부문별 각 5개)을 선정해 시상할 계획이다.

자세한 사항은 전남광주교육청 홈페이지에서 확인할 수 있다.

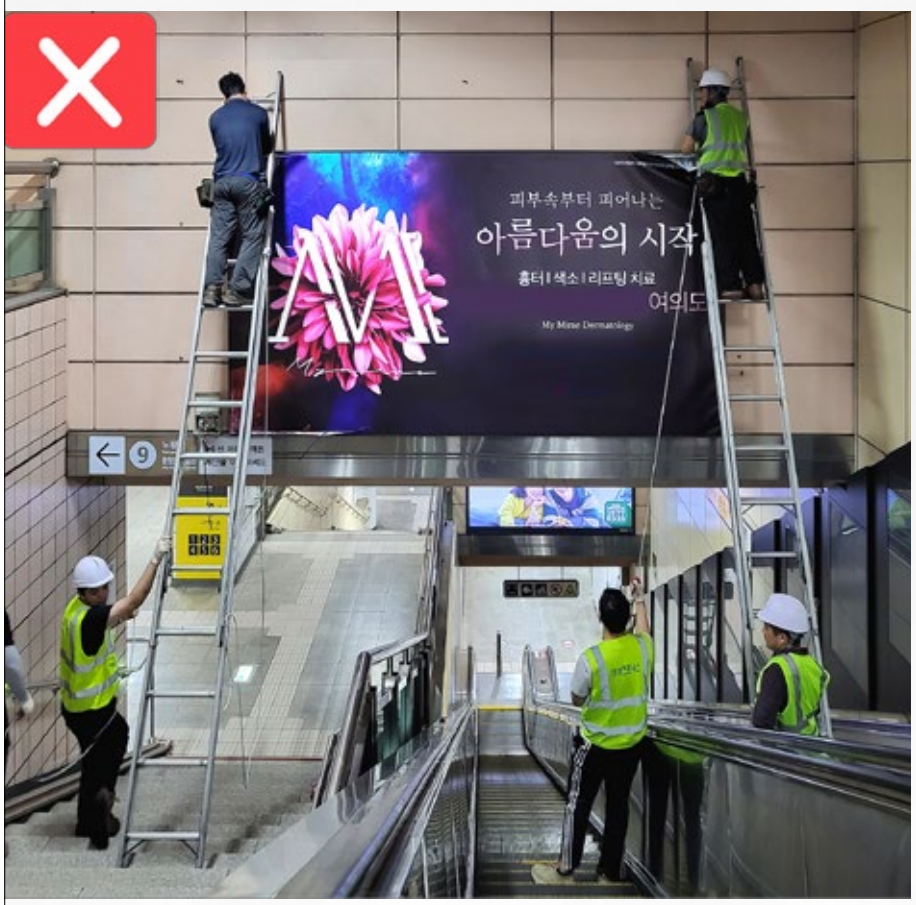


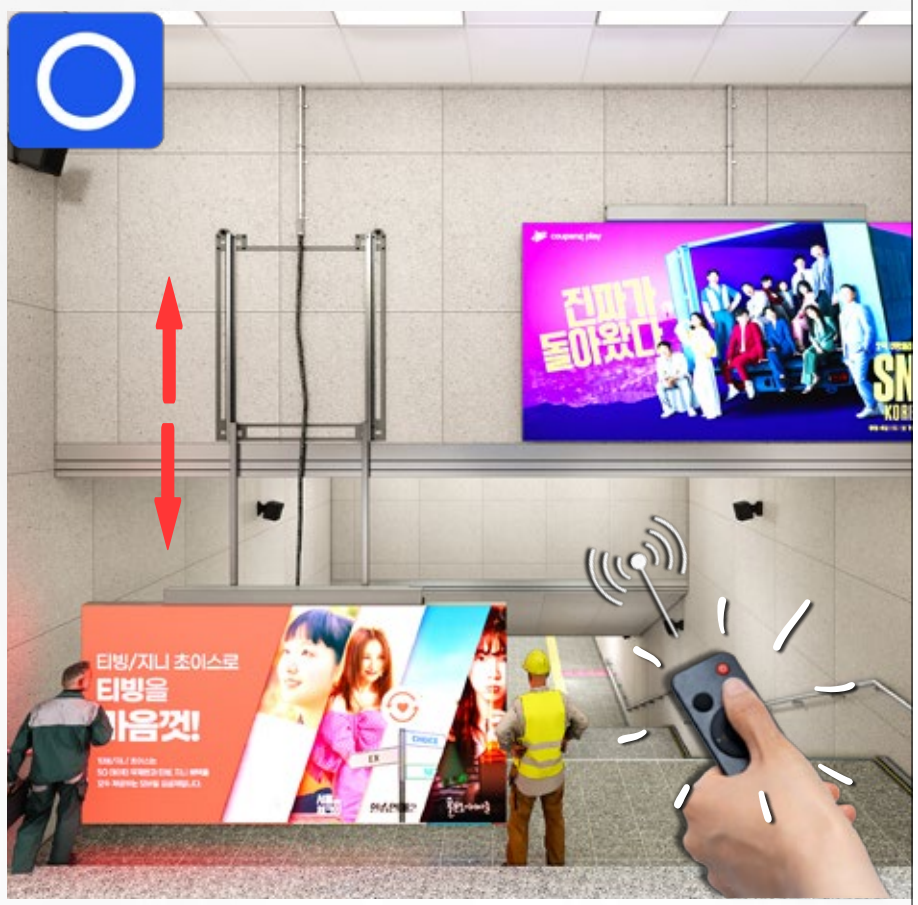
전남광주통합특별시교육청 CI공모전 포스터.

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 특장점!

- **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, 폐첨 가능
- **산업안전** ----- 산업안전보건법 및 중대재해처벌법으로부터 해방

✅ 반영구적 맞춤 설계
각 현장별 실사와 맞춤 설계로 최초 설치 후 반영구적 사용이 가능합니다.

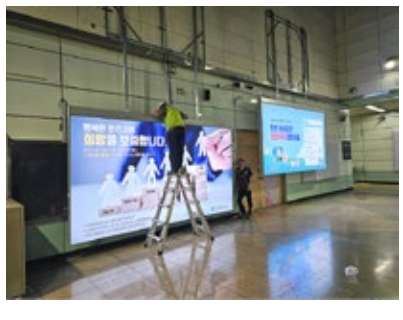
✅ 전도 및 추락 방지 설계
높은 위치에 고정되어 있는 광고판이 전도 및 추락되지 않도록 구조적으로 설계되었습니다.

✅ 유지보수
설치 후 문제가 발생하더라도 손쉽게 유지보수 및 A/S가 가능합니다.

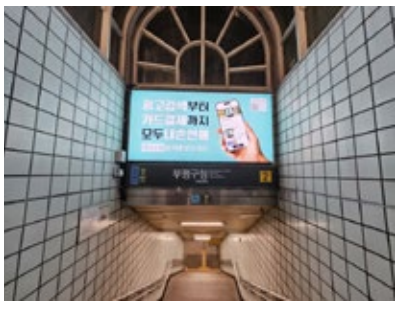
✅ 비상시 전원차단 기능 장착
비상시에 동작중인 광고판을 전원차단 기능으로 즉시 멈추도록 설계되었습니다.

이런 곳에 수직 이동형 광고판 승강장치를 설치하세요!

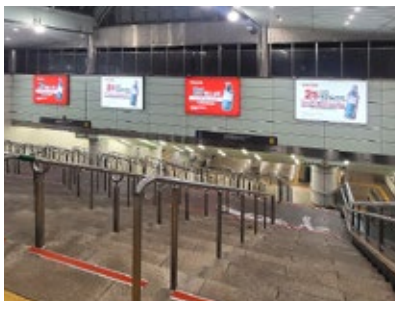
공항 및 버스터미널 광장



기차역, 지하철역 대합실



출입구 상단 캐노피



계단 캐노피

NANUM (주)나눔CS Nanum Customer Satisfaction Co., Ltd

상담문의 02-872-0401 / 010-5323-0082

현장스케치 - 2026 국제 광융합엑스포

‘역대 최악’ 혹평 속 빛바랜 국내 최대 조명 박람회

폭삭 줄어든 전시 규모에 참가업체와 참관객 모두 ‘한숨’

국내 최대의 조명 박람회를 표방하는 ‘2026 국제 광융합엑스포’가 역대 최악의 전시라는 혹평을 받으며 마무리됐다.

이번 엑스포는 지난 7월 8~10일 사흘간 일산 킨텍스 1전시장 2홀에서 개최됐다. LED·OLED엑스포를 전신으로 하는 이 전시회는 지난 20여년간 코사인전과 함께 옥외광고 업계를 대표하는 주요 박람회로 꼽혀왔다. 특히 LED간판과 고화질 LED전광판의 대중화가 본격화됐던 2010년대까지는 단순히 LED조명을 넘어 국내 주요 간판 제조사부터 디지털프린팅 업체들까지 앞다투어 참가할 만큼 옥외광고 업계에서도 주요 마케팅 채널로 작동해 왔다.

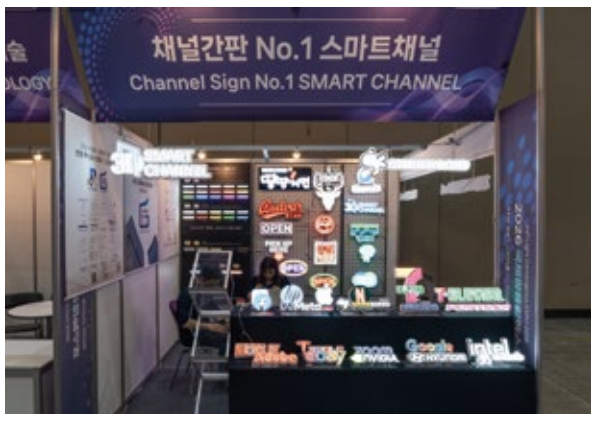
하지만 2020년대 들어 지속적인 부진을 거듭해 오다가 올해 가장 초라한 모습으로 참관객을 맞이했다. 국내 최대 규모라는 홍보 문구에도 불구하고 예년 전시장의 절반 규모인 킨텍스 2홀조차도 채우지 못했다. 참가한 업체들은 저마다의 품목으로 부스를 꾸몄지만, 전체 전시 공간이 워낙 작은데다 공간의 여백까지 많아 전시장을 한 바퀴 도는 데에는 30분 남짓이면 충분했다.

참관객의 숫자도 기대에 미치지 못했다. 업체들이 내놓은 제품과 기술들을 찾고 둘러보는 사람이 적다 보니 각 부스를 지키는 관계자들의 얼굴에서는 지루함마저 고스란히 전해졌다. 참가업체들 일부는 전시가 종료되기 2시간 전부터 일찌감치 짐을 싸는 모습을 보이기도 했다.

코사인전이 맥없이 문을 닫은데 이어 광융합엑스포까지 나날이 초라한 모습을 보여줌에 따라 옥외광고 업종 참관객들은 아쉬움을 감추지 못했다.

그래도 정성스럽게 부스를 꾸민 업체들의 기술과 제품은 빛났다. 이번 전시에서 옥외광고 관련 솔루션을 선보인 일부 업체들의 모습을 담아 봤다.

신한중 기자



오성시스템은 자사의 3D프린팅 사인 브랜드 ‘스마트채널’의 다양한 제품을 소개했다.

디플럭스는 직육면체 디자인을 적용한 디지털 POP ‘큐브사이니지’ 등 디지털사이니지 제품군을 소개했다.

전자게시대용 LED디스플레이를 비롯해 소상공인용 중저가 광고용 LED전광판 제품들을 전시한 루미엑스의 부스.

아이디어플러스가 출품한 경관 조명 브랜드 ‘라이트프로’. 건물 외벽용 LED라이트바를 주력으로 다양한 제품을 선보였다.

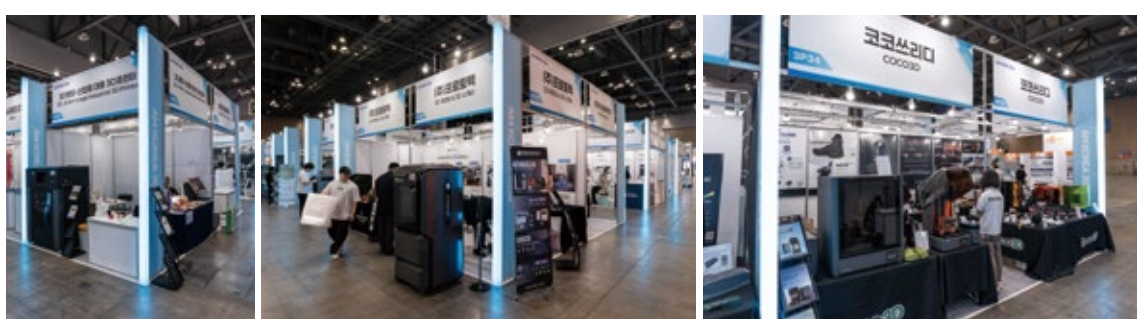
CDMB는 옥외광고, 무대, 엔터테인먼트 등 여러 산업에 활용 가능한 자사의 고화질 LED전광판 제품군을 출품했다.

유니온전자는 간판, 경관조명 등 다양한 조명 에 적용되는 방수타입 SMPS 제품군을 소개했다.

‘최신의 3D 프린터 보러 오세요~’

킨텍스 본관 1~2홀을 모두 대관했던 국제광융합엑스포가 2홀만을 사용하던 같은 시간대 1홀에서는 ‘2026 국제나노기술융합 박람회’가 치러졌다. 이 전시에는 기술융합형 가공 장비들이 다수 출품됐다. 특히 굿즈 시장 등의 성장에 발맞춰 중소형 3D프린터와 레이저조각기 등의 가공장비들이 다양하게 전시됐다. 특히 소형 3D프린터의 경우 기존보다 사용성이 개선되고, 출력 속도도 빨라진 저가형 제품들이 참관객들의 관심을 모았다.

최신의 레이저 조각기들을 선보인 엑스티레이저.


중소형 3D프린터를 출품한 업체들의 모습. 왼쪽부터 3D엔터, 프로토텍, 코코쓰리디.

See more work
www.idincom.com
LED DISPLAY INSTALLATION IN KOREA
옥내외 LED 디스플레이 구축 | 옥외광고 | 매체운영 | 스포츠렌탈 | 뉴미디어 | Total Solution for LED IDINCOM

사인이 있는 풍경 - 부산 수영구 비콘(B-Con)그라운드

콘테이너 건축이 만든 이색 다리밑 문화공간

40년 방치된 교각 하부 공간을 만남과 공유의 장소로 재구성

부산 수영구 망미동 수영고가도로 하부에 자리한 복합문화공간 '비콘그라운드'. 항만도시 부산을 상징하는 컨테이너를 다양한 형태로 활용해 조성됐다.

부산 수영구 망미동을 지나면 거대한 고가도로 하부에 알록달록한 컨테이너 건물들이 빼곡이 자리잡고 있는 재미있는 풍경을 볼 수 있다. 이곳의 명칭은 '비콘(B-Con)그라운드'로 국내 유일의 다리밑 복합문화공간이다.

망미동 수영고가도로 하부는 오랫동안 도시의 뒷면으로 불려 왔던 장소다. 1980년 산업물동량 수송을 위해 번영로 일부 구간에 건설된 이 고가도로는 지역을 수직으로 갈라 놓았고 폭 16m, 길이 1㎞에 달하는 선형의 고가도로 하부 공간은 40년 가까이 슬럼화와 우범화가 진행됐다.

비콘그라운드는 이 공간을 재생하기 위해 부산시가 총 90억원을 들여 조성한 곳으로 휴게·편의시설·창업·쇼핑몰 등으로 이뤄졌다. '비콘(B-Con)'이라는 이름은 부산(Busan)의 이니셜 B와 콘테인(Contain)의 앞 글자를 합성한 조어다. 부산의 감성과 문화를 담아내는 그릇이자 공간이라는 뜻과 해양물류도시 부산을 상징하는 화물수송용 컨테이너라는 뜻을 동시에 품고 있다. 실제로 컨테이너는 처음부터 부산시가 비콘그라운드 설계공모 지침서에 명시한 조건이기도 했다.

이 건물을 설계한 리한건축사사무소에 따르면 슬럼화된 공간을 단순히 물리적으로 가리는 것이 아니라, 고가도로로 인해 단절된 지역이 다시 연결될 수 있는 입체적 공간으로서 콘테이너를 활용했다. 비콘그라운드에 사람들이 머무르고 이동하는 과정에서 양쪽 지역이 이어질 수 있게 한 것.

디자인적으로도 흥미롭다. 화려한 파사드나 세련된 경관시설을 연출하는 대신 컨테이너라는 익숙한 산업 오브제를 재조합해 지역성과 서사를 함께 담아냈다. 아울러 다양한 색상의 콘테이너를 커다란 장난감 블록처럼 꾸며서 콘테이너 특유의 산업적 이미지를 개선했다.

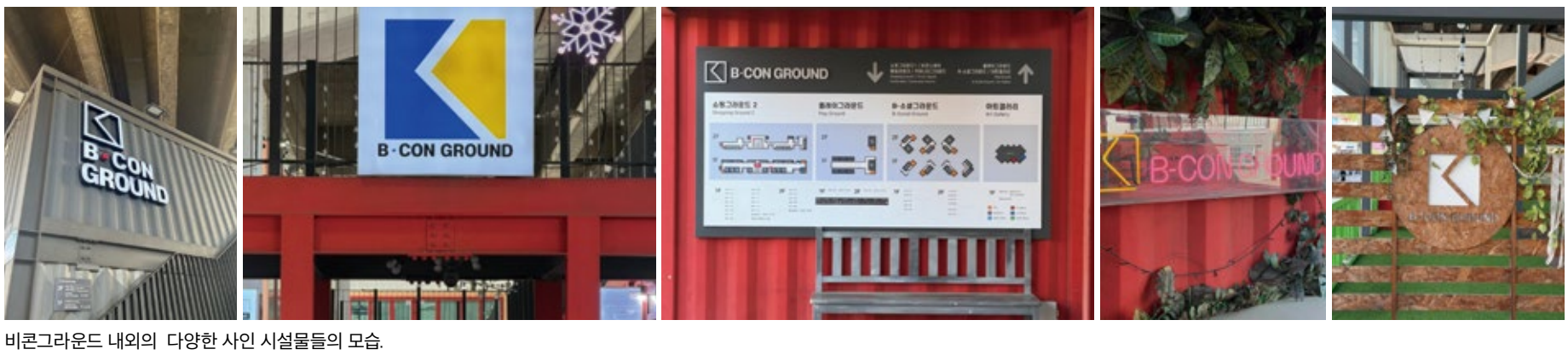
이런 설계·디자인을 인정받아 '2020 부산다운건축상'을 수상하기도 했다.

비콘그라운드는 꽤나 많은 사인 시설물이 사용되고 있다. 긴 공간 전체를 3개의 구간으로 나누고 이를 다시 6개 존(커뮤니티그라운드·패밀리데크·비콘스퀘어·쇼핑그라운드·플레이그라운드·아트갤러리)으로세분화해 운영하고 있는 만큼, 복잡한 공간을 설명할 수 있는 다양한 사인들이 필요하기 때문이다. 다만 네온사인부터 판류, 채널사인, 스탠실, 목재사인까지 너무 다양한 소재가 중구난방으로 적용돼 통일성은 다소 떨어지는 편이다.

한편, 비콘그라운드 조성 6년이 지난 지금 도시 재생의 새로운 실험이라는 의미있는 평가는 남았지만 적은 유동인구와 인근 대형 차량으로 인한 진동 등으로 활성화 문제를 겪고 있다. 건축적 시도는 완성도를 인정받았지만, 그 무대 위에서 실제로 사람과 상권을 지속적으로 모이게 만드는 일은 건축의 영역을 넘어서는 또 다른 과제로 남았다.

신한중 기자

이동로 패밀리데크의 상징 사인물.



비콘그라운드 내외의 다양한 사인 시설물들의 모습.

원하는 디자인 소스 이렇게 찾아봐
아이클릭아트로
BGM
폰트
템플릿
일러스트
iclickart
저작권 확보된 콘텐츠는
아이클릭아트
에서 무제한 다운로드
1666-3571 www.iclickart.co.kr

이현의 글로벌 OOH 인사이트

세계에서 가장 유명한 뉴욕 원 타임스 스퀘어 건물의 가치는?

전체가 하나의 광고 플랫폼으로 운영… '광고를 위한 건물' 평가

이 면은 이현 세계옥외광고협회(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 자료들을 만나볼 수 있습니다.

이현
WOO 한국대표

미국 뉴욕 타임스스퀘어 중심에 자리한 원 타임스 스퀘어 (One Times Square)는 세계 옥외광고 산업을 대표하는 상징적 건물이다. 건물 자체가 하나의 거대한 광고 플랫폼으로 운영되며 전 세계 브랜드들이 가장 선망하는 광고 공간 가운데 하나로 꼽힌다.

1904년 뉴욕타임스 본사 건물로 건립됐는데 이후 신문사가 이전한 뒤에도 타임스스퀘어의 상징으로 남았다. 1907년 시작된 세계적인 연말 행사인 Times Square New Year's Eve Ball Drop의 무대로 자리잡으며 글로벌 랜드마크가 됐다.

현재 가장 큰 가치는 건축물이 아닌 광고 매체에 있다. 25층 건물 북측 외벽에는 길이 약 107m, 높이 약 30m 규모의 초대형 LED 디스플레이가 설치돼 있으며 광고 면적은 약 3,900㎡에 달한다. 축구장에 맞먹는 규모로 타임스스퀘어를 대표하는 디지털 옥외광고(DOOH) 자산으로 평가받는다.

건물 외벽은 여러 개의 대형 디지털 스크린으로 구성돼 있으며, 업계에서는 "타임스스퀘어 전체를 가장 효과적으로 조망할 수 있는 광고 자산"으로 평가한다. 브로드웨이와 42번가가 만나는 핵심 입지 덕분에 브랜드 메시지는 수백 미터 거리에서도 선명하게 노출된다.

원 타임스 스퀘어는 세계 최초의 '광고를 위한 건물'이라는 평가도 받는다. 1990년대 중반 이후 건물 운영 전략을 광고 중심으로 전환하면서 내부 공간 활용보다 외벽 미디어 가치 극대화에 집중했다. 현재 광고 수익은 연간 2,300만 달러 이상으로 알려져 있으며 전체 수익의 대부분을 차지한다.

타임스스퀘어를 찾는 방문객 규모도 압도적이다. 하루 평균 약 35만명이 이 일대를 통행하며 성수기에는 46만명을 넘어선다. 특히 매년 연말 진행되는 볼드롭 행사는 전세계 10억명 이상이 시청하는 글로벌 이벤트로, 광고주들에게는 단순한 노출을 넘어 문화적 상징성과 화제성을 동시에 제공한다.

뉴욕 타임스스퀘어 중심에 위치한 원 타임스 스퀘어 건물의 낮과 밤 전경.

이 때문에 글로벌 브랜드들은 원 타임스 스퀘어 광고를 단순한 미디어 집행이 아닌 브랜드 위상을 보여주는 상징적 투자로 인식한다. 실제로 이곳에 광고를 집행한다는 것은 뉴욕 한복판의 대형 전광판을 넘어, 전 세계 소비자와 실시간으로 연결되는 글로벌 무대에 브랜드를 올리는 것과 같은 의미를 갖는다.

옥외광고 업계 관계자들은 "원 타임스 스퀘어는 세계에서 가장 유명한 광고판이자 가장 강력한 브랜드 무대"라며 "타임스스퀘어를 점유하는 것은 곧 글로벌 소비자들의 시선을 점유하는 것"이라고 평가한다.

포토뉴스 - 룰루레몬으로 붉게 물든 상하이 야경

룰루레몬(Lululemon)이 중국 시장 공략을 위한 대규모 브랜드 경험 마케팅을 이어가며 상하이 도심 전체를 하나의 브랜드 무대로 탈바꿈시켰다. 도시 전체가 하나의 거대한 옥외광고 플랫폼으로 변신한 것.

룰루레몬은 일주일 전 베이징 만리장성에서 요가 프로그램을 진행하며 자연과 문화유산, 웰니스 가치를 결합한 브랜드 경험을 선보인 바 있다. 이어 이번에 상하이의 대표 랜드마크인 동방명주타워와 와이탄 일대 주요 디지털 옥외미디어를 브랜드 상징색인 붉은색으로 물들이며 강렬한 존재감을 드러냈다.

중국은 현재 룰루레몬의 가장 중요한 성장 시장 가운데 하나다. 회사는 최근 실적 발표에서 중국 본토 매출이 4분기 기준 전년 대비 24% 증가했다고 밝혔다.

아크릴 재단기

아크릴 재단기 M2

- 아크릴 PC 포맥스 MDF 합판 PVC 하나의 톱날로 재단 가능
- 1220mm x 2440mm (4' x 8') 원장 최대 두께 30 T(mm) 재단 가능
- 집진 장치가 내장되어 있어서 분진이 거의 발생하지 않습니다

엠볼트 아크릴 재단기

아크릴 가공기계

아크릴 면취기 M7

아크릴 절곡기 M12

엠볼트 아크릴 장비

시트지,폼보드 평판 커팅기

- 작업영역 최대 3000 x 3000 주문 제작 가능
- 시트지, 폼보드, 얇은 포맥스 페트지, 가죽, 박스지 재단
- 평판지그로 동일 사이즈 반복재단

레일베이스 평판

엠볼트 문의 전화 031-999-6733 NAVER 엠볼트

디지털매체, 유튜브 콘텐츠, 기업 브랜딩·행사, 미디어아트 **영상 기획&제작**

CREATIVE **VISUAL**

영상 제작의 모든것 **그림형제플러스**

그림형제 (주)그림형제플러스

견적문의 010-3742-9026

회사주소 서울시 강남구 도산대로 38길 20 3층

광고주의 매체 고민을 덜어드립니다

매체상담란에 매체판매정보를 게재하고자 하는 분은 H.P 010-4234-9917번으로 연락 주시기 바랍니다.

애드케이이

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)

매체주를 모십니다

문의 : 010-4234-9917

주호일의 옥외광고 에세이 - 예순 두 번째 이야기

지속가능한 옥외광고 이야기_2026년 업계 발전의 아젠다

아날로그에서 디지털을 넘어 AI를 말하다 ①

최근 명동 중앙길에 설치된 미디어폴 매체.

2026년 옥외광고 시장은 상반기를 마무리하고 하반기 시장을 준비중이다. 전통적 비수기인 7월과 8월이 지난 후 연말까지 이어지는 4분기 시장이 한 해 매출목표 달성의 분수령이다.

2기 옥외광고물자유표시구역 명동의 중앙길 미디어폴 7기가 우선 구축돼 8월중 런칭할 예정이다. 11월에는 영플라자와 하나은행 본점 역시 전광판 구축을 마칠 예정이다. 신규 대형 전광판의 등장으로 명동스퀘어의 영업적 활성화가 기대되고 있다.

또한 연말에는 서울시내버스 외부와 서울 시내버스 쉘터 광고사업권 입찰이 예정되어 있다. 교통수단 광고와 교통시설 광고가 동시에 진행되어 업계의 관심이 크다. 두 광고사업권 모두 대표적인 아날로그 매체로 디지털화에 대한 아젠다를 어떻게 적용할지도 관심의 대상이다. 디지털 하드웨어의 성장과 함께 AI를 활용한 소프트웨어의 성장도 빠르게 전개될 것이다.

디지털화는 이제 선택이 아닌 트렌드가 되었다. 생성형 AI와 데이터 기반 광고기술의 발전은 옥외광고 산업의 생태계를 근본적으로 바꾸고 있다. 과거에는 최적의 위치(spot)에 최다의 광고면을 확보하는 것이 경쟁력이었다. 하지만 현재는 데이터의 효과적인 활용을 통해 광고주의 광고 효율성을 얼마나 입증하는지가 새로운 경쟁력이 되고 있다. 하반기에는 명동스퀘어와 옥외광고센터가 주도하는 데이터 기반의 서비스가 본격화될 것이다. 유동인구를 비롯한 노출인구와 주목인구 등의 유효 서큘레이션(effective circulation) 측정이 가능하며, 광고효과 분석 역시 정교화될 것이다.

최근 글로벌 옥외광고는 '장소(Place)' 중심의 미디어에서 '상황(Context)' 중심의 미디어로 빠르게 전환되고 있다. 동일한 전광판이라도 시간, 날씨, 유동인구, 소비자의 이동 패턴에 따라 광고를 실시간으로 변경하는 캠페인이 확산되고 있다. AI는 능동적 변화를 가능하게 하는 핵심 기술로 자리잡고 있다. 이제 디지털 옥외광고(DOOH)는 단순히 영상을 송출하는 디스플레이가 아니라 데이터를 기반으로 하는 공간미디어 플랫폼으로 진화하고 있다.

국내 옥외광고 시장도 변화의 속도가 빨라지고 있다. 명동과 광화문의 자유표시구역 미디어의 확대, 초대형 전광판의 증가, 지하철 역사 내 디지털 매체 증가 등으로 다양한 장소에서 소비자들에게 새로운 브랜드 경험을 제공하고 있다.

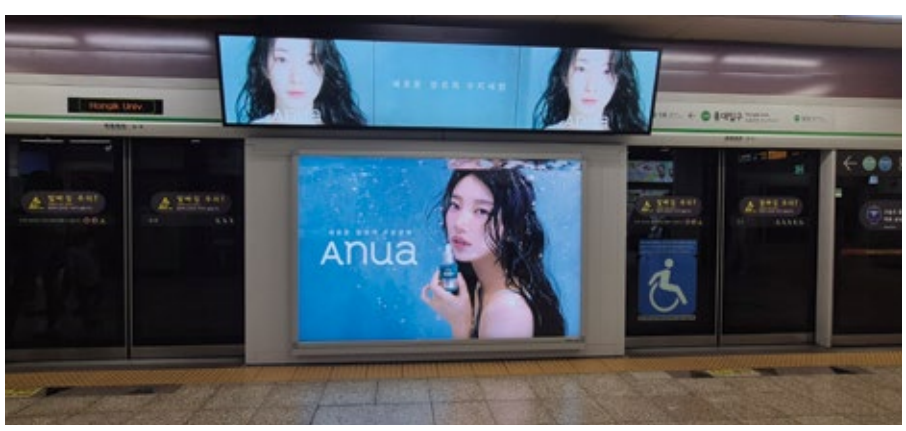
여기에 AI 기반의 컨텐츠 제작과 운영 자동화 기술이 접목되면서 광고 제작 기간과 비용을 줄이고 있다. 높은 운영 효율성과 다양한 크리에이티브를 상황에 맞게 실시간으로 적용하는 환경이 점차 현실화되고 있다.

2026년 하반기 옥외광고 시장은 미국과 이란 전쟁의 장기화로 경제의 불확실성과 효율적 광고비 집행 요구가 더욱 커질 것으로 전망된다. 기술적 도약이 디지털 옥외광고의 가치를 높이는 기회가 될 것이다. 실시간 운영이 가능해지고, 다양한 데이터를 활용할 수 있으며, AI를 통해 광고를 최적화할 수 있는 디지털 매체는 광고주의 효율성 요구에 가장 적합한 미디어로 지속적인 진화와 성장을 이룰 것이다.

향후 옥외광고 산업은 스크린(Screen)이 아닌 공간(Space)을 설계하고 데이터를 연결하며 AI를 활용해 고객 성과 중심으로 변모할 것이다. 변화는 이미 시작되었다. 이제 필요한 것은 기술을 활용하여 새로운 가치를 창출하는 실행력이다. 이는 2026년 하반기 옥외광고 산업의 방향성이자, 공간미디어 시대를 준비하는 가장 중요한 경쟁력이 될 것이다.

주호일

매일경제신문 옥외광고 팀장
평택대 겸임교수
한양대 광고홍보학과 겸임교수



지하철 승강장에 설치된 스크린도어 디지털 광고매체.

KOREASIGN
Digital Signage Integrated System

WWW.koreasign.co.kr

공간이 곧 미디어가 되다.

투명한 공간에 디지털 가치를 더하는
코리아싸인의 투명 LED 미디어 솔루션

Technology
혁신적인
투명 LED 기술

Transparency
개방감과
정보 전달의 조화

Transformation
공간을 미디어로
바꾸는 혁신

Trust
신뢰할 수 있는
품질과 서비스

| 주 | 코리아싸인
T : 031-924-0477
경기도 고양시 일산서구 덕이로 282-14

조달청 우수제품 | 2019 우수벤처기업 | Venture for Tomorrow | 기술혁신 우수기업 인증사 | ISO 9001 / ISO 14001 | 조달청

[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

카드 결제 OPEN

국내 모든 카드사 및 애플페이, 삼성페이 가능합니다

홈페이지 바로가기

LED CHANNEL (주)엘씨기획 경기도 고양시 덕양구 통일로 140, A동 342호(동산동, 삼송테크노벨리)