

ISSUE No.17

DIGITAL SIGNAGE 2023 3Q. TREND REPORT

01 시장동향 및 핫이슈 | 02 신규 사이니지 | 03 레퍼런스

HYUNDAI

현대퓨처넷

INDEX

01 시장동향 및 핫이슈

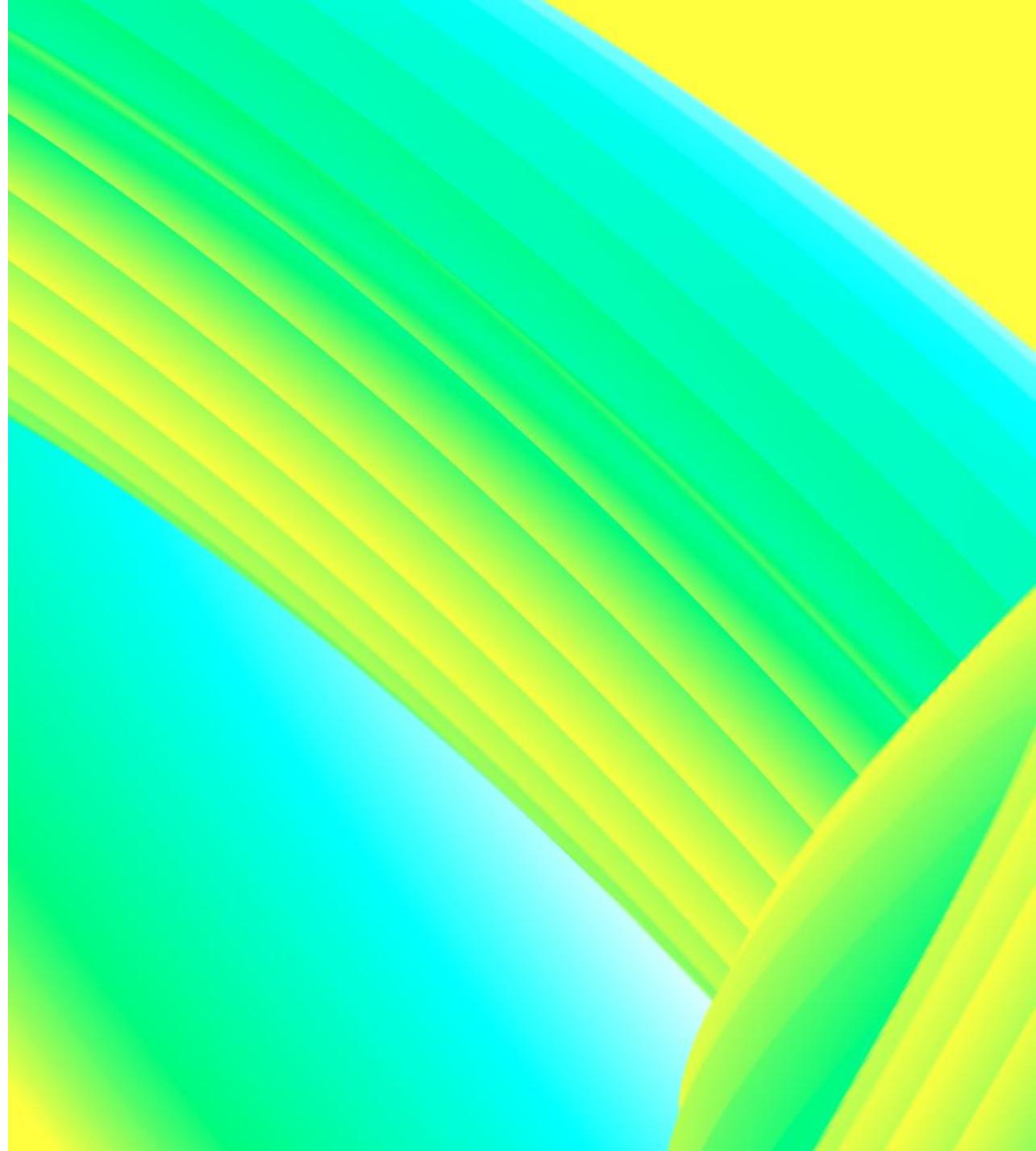
IT · 신기술 · ESG
디지털 옥외광고
전시 · 콘텐츠

02 신규 사이니지

최신 인스톨레이션

03 레퍼런스

옥외광고 사례
전시 · 콘텐츠 사례



01

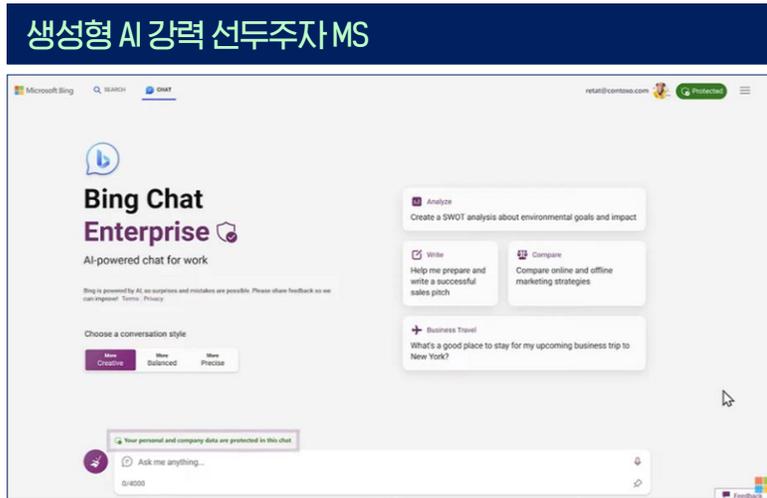
시장동향 및 핫이슈

IT · 신기술 · ESG
디지털 옥외광고
전시 · 콘텐츠

IT · 신기술 · ESG

치열해지는 생성형 AI 주도권 경쟁

식지 않는 핫이슈, 챗 GPT로 촉발된 생성형 AI 열풍
글로벌 IT기업 간 주도권 경쟁 심화



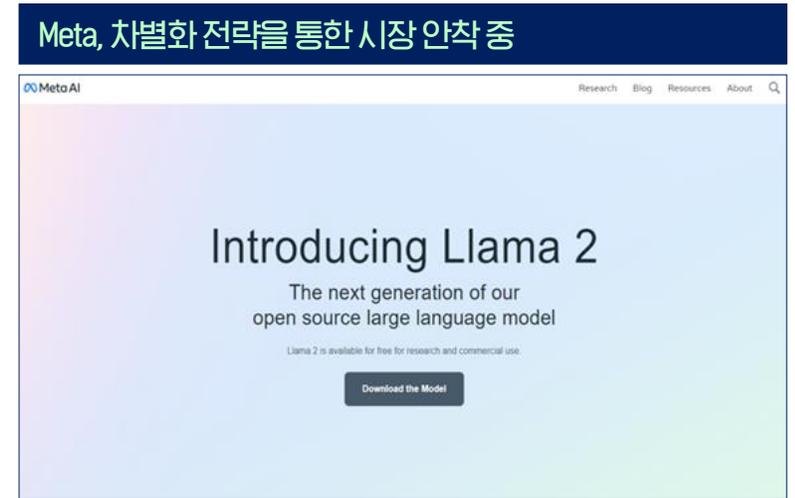
출처 : MS

- MS는 지난 2019년부터 챗GPT를 개발한 오픈AI와 전략적 제휴를 맺고, 발 빠르게 초반 주도권 확보에 성공
- 자사 검색엔진인 Bing에 챗GPT를 적용하면서 기업 고객을 위한 '빙 챗 엔터프라이즈(Bing Chat Enterprise)'도 공개
- Bing 챗 엔터프라이즈는 개인정보 유출 방지나 데이터 접근 권한 제한 등의 보안 조치가 강화된 업무용 시 기반 채팅 서비스로 내부 정보 유출 방지 가능



출처 : Google

- 구글은 챗 GPT 등장 석 달만에 AI 챗봇 '바드(Bard)'를 선보이며 지속적인 성능 개선과 지원 언어 확장을 통해 시장 공략 중
- 바드는 구글 자체 대형언어모델(LLM)인 '팜(Palm)'을 기반으로 GPT-3(1750억)와 비교해 3배가 넘는, 5400억 개의 매개변수 보유
- 구글 워크스페이스와 지메일 등 25개의 구글 제품에 적용 중이며 다양한 분야와의 접목을 통해 기존 사업 경쟁력 강화 및 시너지 창출 예정



출처 : Meta AI

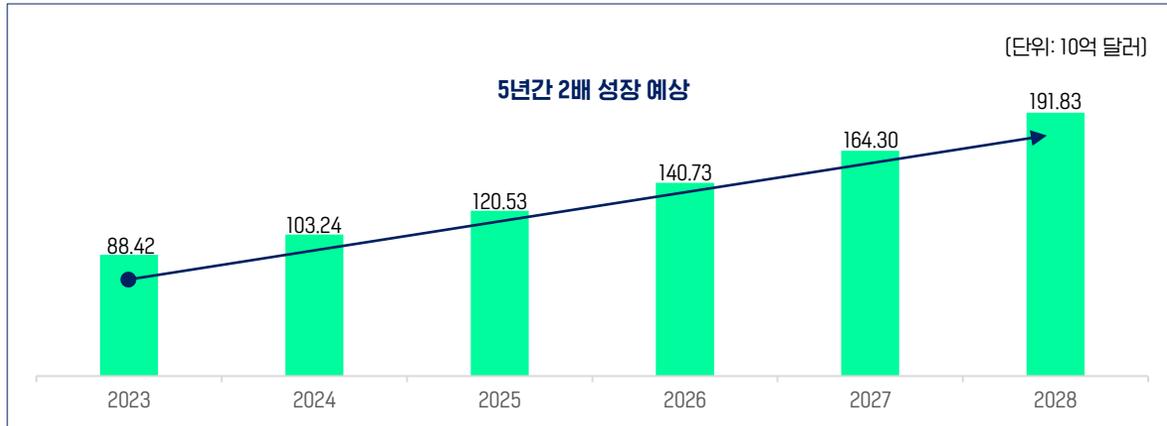
- 후발주자로서 시장 안착에 고심하고 있는 메타는 지난 7월, 연구 및 상업적 용도로 활용 가능한 자체 LLM '라마 2(Llama 2)'를 공개
- 클라우드 확장을 위해 MS와 파트너십을 체결하는 등 적극적인 생태계 확장 전략도 눈에 띄어
- 한편 이르면 오는 9월, '페르소나'(가칭) AI 챗봇을 선보일 것이라는 소식도 전해져

IT · 신기술 · ESG

자동차 전장시장 선점 경쟁, 디지털 콕핏 기술이란

디스플레이, 통신, HMI(Human Machine Interface) 등 기술과 서비스가 결합해 운전자의 편의를 돕는 디지털 콕핏 전기차 보급이 늘어나고 자율주행화가 빠르게 진행되며, 디지털 콕핏 시장이 빠르게 성장할 것으로 전망

글로벌 커넥티드카시장 규모 성장세



출처 : Statista

LG전자 디지털 콕핏 '베타'



출처 : LG전자

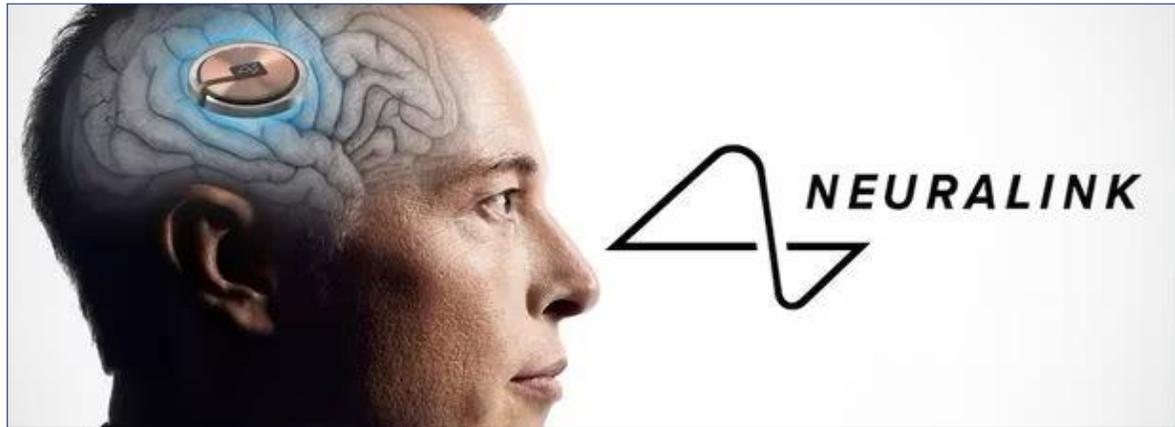
- 글로벌 시장조사업체 Statista에 따르면 전세계 커넥티드카 시장 규모는 올해 880억달러에서 5년 후인 2028년에 1,911억달러로 2배 이상 커질 전망
- SNE리서치가 발표한 자료에서도 2023년 1분기 동안 전 세계에 등록된 전기차 대수는 총 270.2만대로 전년 대비 30.2% 증가하며 전장시장의 빠른 성장 기대
- LG전자에서는 음성 어시스턴트, HMI, 스트리밍, 실내 모니터링 시스템, V2X 등의 기술을 강조한 미래 전장 기술을 탑재한 디지털 콕핏 '알파' & '델타' 공개
- 전통적인 자동차가 하드웨어 성능에 따라 좌우했다면, 앞으로는 운전자의 차량 내 경험에 포커스가 맞춰질 것으로 예상

IT · 신기술 · ESG

뇌에 컴퓨터 칩을 심는 '뉴럴링크' 임상시험 시작

일론 머스크 테슬라 CEO가 설립한 뇌-컴퓨터 인터페이스(BCI) 스타트업인 '뉴럴링크',
지난 9월 20일(현지시간) 뇌에 컴퓨터 칩을 심을 첫 임상시험 참가자 모집 발표하다

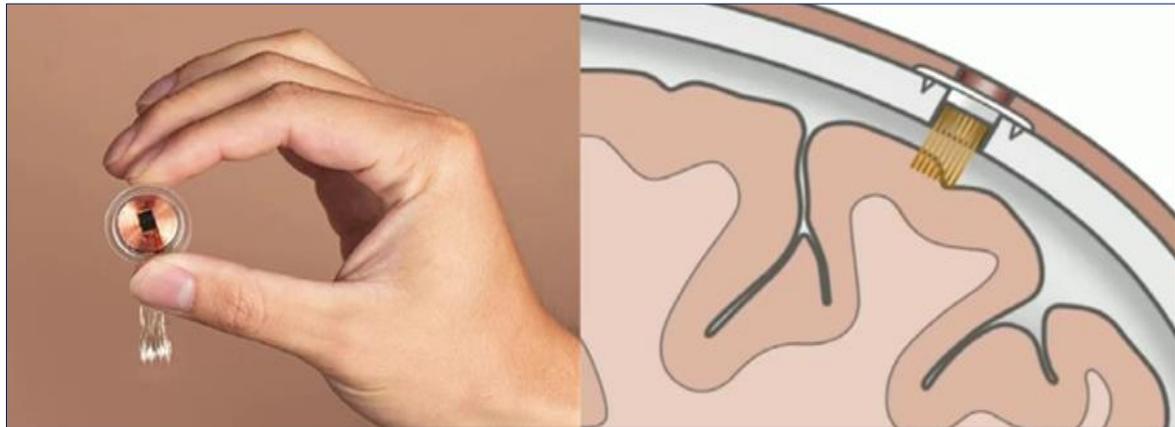
뉴럴링크, 뇌-컴퓨터 인터페이스(BCI) 스타트업



출처 : Neuralink

- 컴퓨터가 인간의 뇌와 직접 소통할 수 있는 새로운 방법 개발이 목표
- 소형 칩을 뇌에 직접 이식하는 과정 필요, 머리카락보다 얇은 1024개의 작은 전극에 연결, 무선 충전이 가능한 배터리로 전원 공급
- 크게 3가지(단기적인 신체적 위험, 장기적인 의학적 우려, 윤리) 문제가 존재. 특히, 뇌는 매우 복잡한 기관인데다 현재로서는 잠재적인 위험 요소를 뒷받침할 자료가 없기에 이번 임상시험을 진행하는 과정에서 잠재적 위험 드러날 예정

뇌의 신경과 컴퓨터를 연결하다



출처 : Neuralink 공식 유튜브

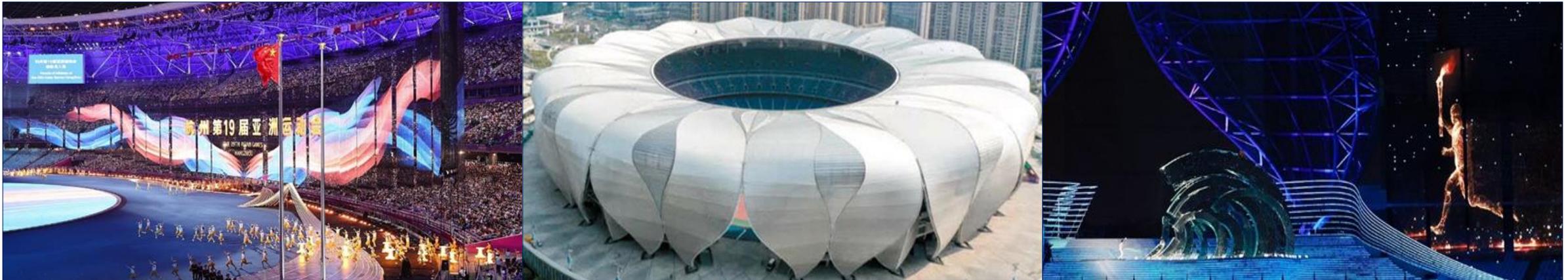
- 인간의 뇌에 컴퓨터 칩을 심어 뇌에서 만들어낸 신호를 수집해 분석, 의미 파악해 컴퓨터가 이해할 수 있는 디지털 신호로 바꿔 뇌와 컴퓨터를 연결한다면 데이터를 읽고 쓰거나 인공지능의 도움을 받을 수 있다는 개념에서 출발
- 외부 자극을 받은 감각 기관에서 받아들인 정보가 말초신경 통해 뇌로 전달, 뇌는 말초신경으로 명령을 내려 반응
- 우리 몸의 약 1,000억 개의 뉴런이란 신경세포를 통해 감각 정보나 운동 명령을 전달할 때 나트륨, 칼륨, 염소 등 화학 물질을 교환하면서 일종의 전류를 발생시켜 전기 신호 생성

IT · 신기술 · ESG

‘친환경·디지털·스마트’ 제 19회 항저우 아시안게임

탄소배출 절감을 위한 개회식 전통인 불꽃놀이 폐지
증강 현실(AR) 기술을 활용해 LED 전광판과 주 경기장 창공에 폭죽이 터지는 불꽃놀이 영상 띄워
인간과 가상현실 '디지털 봉송주자' 성화 공동 점화로 17일간 열전 시작

5년만에 열리는 47억명의 축제, 무엇보다 빛났던 신기술과 친환경 전략



출처: 연합뉴스

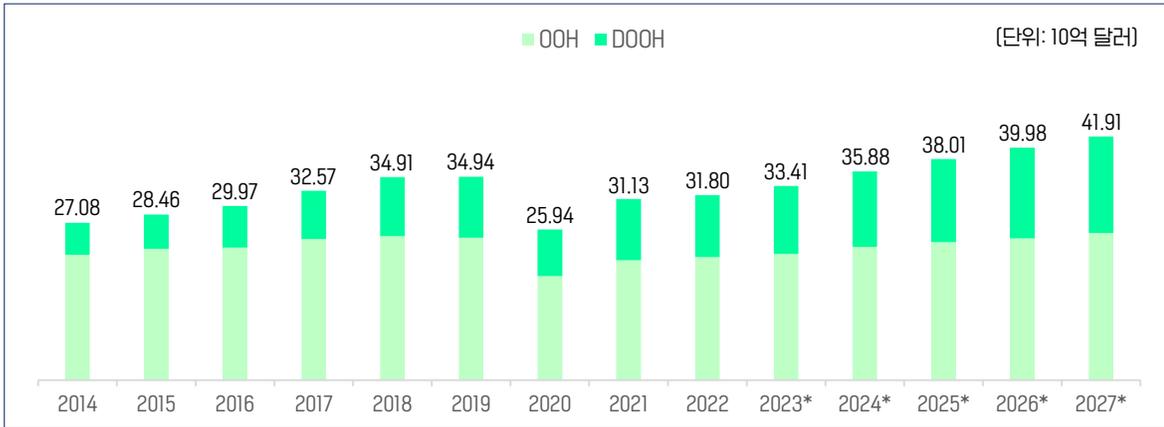
- 코로나19 엔데믹 시대 첫 국제종합대회에 45개국 역대 최다 1만2천명이 참가한 제 19회 항저우 아시안게임, 세계 최대 온라인 쇼핑몰인 알리바바의 거점 도시인 항저우에서 열리는 만큼 대회 전반에 첨단 기술과 저탄소·친환경을 지향
- 석탄 대신 풍차와 태양광으로 생산한 전기를 사용하는 경기장은 56개 중 12곳만 신축, 이들 경기장은 대부분 향후 지역 주민을 위한 체육시설로 재활용될 계획
- 전기차 수백 대가 각국 선수단을 실어 나르고, 통행 차량을 줄이는 대신 공유 자전거 7만5000여 대를 투입, 선수, 스태프, 미디어 등이 묵는 숙박시설 내에서는 빈 플라스틱 병을 자판기에 넣으면 적립된 포인트에 따라 선물을 주는 이벤트 자판기를 운영
- 23일 열렸던 개회식에는 대회 전통인 불꽃놀이를 폐지하고 3차원 애니메이션과 AR 등 디지털 신기술을 활용해 이른바 '전자 불꽃놀이' 를 시도하는 등 대회 전반에 친환경 추구 및 디지털과 스마트 IT기술 도입

디지털 옥외광고

코로나 엔데믹 시대, IT기술 입은 DOOH 성장 기대

소비자에게 온라인에서 오프라인으로 이어지는 브랜드의 통합 디지털 경험을 제공할 수 있는 DOOH
최신 디지털 기술이 접목된 DOOH의 등장으로 다채로운 디지털 경험을 제공하며 스마트 사이니지로 변모

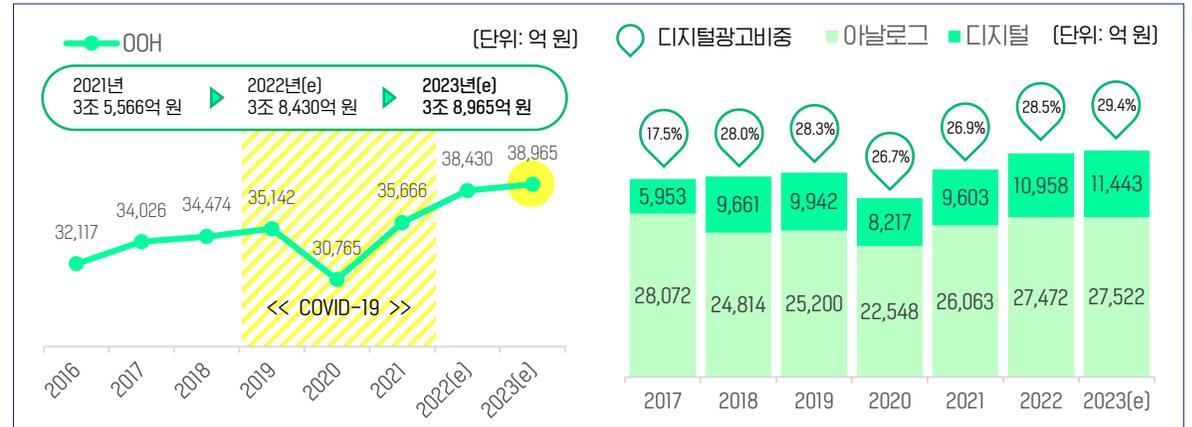
글로벌 OOH & DOOH 광고비 추이 (2014~2027)



출처 : Statista

- Statista에서 발표한 글로벌 OOH & DOOH 광고비 추이를 보면, 2020년 코로나 팬데믹으로 광고비가 크게 줄어들었지만, 이후 DOOH로 광고비가 빠르게 증가할 것으로 보며, 2014년 대비 2027년에는 3배 가까이 성장을 예상
- 전체 광고비는 2014년 대비 2027년에 약 1.5배 성장할 것으로 보이며, 전통 OOH는 약 1.2배로 성장이 거의 없을 것으로 예상하며, DOOH가 옥외 광고의 성장을 이끌 것으로 전망

국내 OOH 광고 통계 (2016~2023)



출처 : 한국옥외광고센터

- 올해 초, 한국옥외광고센터에서 발표한 옥외 광고 통계 보고서에서는 2020년 축소됐던 광고비가 2021년에 코로나 이전 수준을 회복했고, 2023년에는 약 3.9조 원까지 늘어날 것으로 예상
- 특히, DOOH가 2021년에 전년 대비 약 17% 성장하였고, 2023년까지 매년 성장할 것으로 보이며, 글로벌 예상과 같이 DOOH가 OOH 광고 시장 성장을 이끄는 핵심이 될 것으로 전망

디지털 옥외광고

제2 자유표시구역 지정 추진

강남구 코엑스 일대의 옥외광고를 자유표시구역 운영성과를 토대로 제2기 자유표시구역 지정 계획 공고
제 2기 옥외광고를 자유표시구역은 ICT기술 융합과 지역산업생태계 조성이라는 새로운 평가요소 적용

미국, 뉴욕 Times Square



출처 : 위키피디아 (Times Square 검색 결과)

강남구 코엑스 일대 옥외광고를 자유표시구역 조감도



출처 : WTC Seoul (사업소개-옥외광고물 자유표시구역)

- 지난 2016년 '옥외광고물 등의 관리와 옥외광고 산업 진흥에 관한 법률'로 개정하고 옥외광고물을 자유롭게 설치할 수 있는 지역을 선정할 수 있는 제도를 마련한 행정안전부는 강남구 코엑스 일대를 제1기 자유표시구역으로 지정 및 운영해온 성과를 평가하고 새롭게 제2기 옥외광고물 자유표시구역 조성 계획을 발표
- 제1기 자유표시구역은 옥외광고산업의 매출 성과 외에도 유관 분야의 생산과 고용 유발효과를 창출하고, 예측치보다 높은 이익률을 달성, 제2기 자유표시구역은 정보통신 기술(증강현실, 3D 입체 착시, 키네틱 아트 등)이 융합된 옥외광고가 실행되어 유관 분야 산업 진흥에 역할을 할 것으로 기대
- 6월 공고 이후 1차 심사에서 총 8개 지역이 통과했으며, 올해 12월 최종 선정지를 확정 및 공고할 계획으로 옥외광고산업에 새로운 활력 기대

전시 · 콘텐츠

SI 기반 실감형 문화유산 콘텐츠 전시

한국문화기술연구소가 혼합현실 환경에서 문화유산 정보를 관람하고 생생하게 체험할 수 있는 기술 소개
신라시대 승려 혜초의 여행 경로를 따라 국내와 아시아의 문화유산을 체험하는 정보탐색형 전시

인텔리전트 에이전트 기반 공간 인지형 미디어월 플랫폼 기술 개발



출처 : 정보통신신문 [아시아 문화지도 SILKLOAD 혜초의 길 혼합현실 전시]

- 국내 최초로 인공지능(AI) 안면인식 기술을 활용한 사용자 맞춤형 추천 시스템이 사용
- 메타버스로 구현된 증강현실 3D 문화유적을 구현하여 능동적으로 참여할 수 있는 새로운 전시 경험을 제공
- '미디어월' 전시에서는 동서양 문명교류가 이루어졌던 실크로드와 신라시대 등을 소개한 영상과 이미지 정보를 탐험하듯 관람
- 문화유산 활용 실감형 콘텐츠, 융복합 예술창작지원 협력기획사업, SI 기반 미디어파사드 매핑 기술 개발 등 다수의 프로젝트를 수행
- 인공지능이 독창적으로 재해석한 창작 영상이 문화유적으로 소개되며, 여러 명이 동시에 사용할 수 있는 인터랙션 콘텐츠 기술이 적용

02

신규 사이니지

최신 인스톨레이션

최신 인스톨레이션

계속되는 투명 디스플레이의 혁신

투명 디스플레이의 투과율을 높이고, 사이즈를 다양화 하는 등 기술의 발전과 함께 계속되는 투명 디스플레이의 혁신
투명 디스플레이가 가진 특징을 이용하여 새로운 고객 경험을 제안하며 다양한 영역으로 확대 적용
정보 디스플레이부터 미디어 파사드까지 투명성을 효과적으로 적용한 사례 증가

LG, 투명 OLED 활용 스타벅스 협업 컨셉스토어 구현



출처 : OLED SPACE

- LG는 K-디스플레이 2023에서 스타벅스와의 협업을 통해 투명 OLED를 활용한 컨셉스토어를 구현
- 커브드 투명 OLED로 구성된 55인치 인터랙티브 F&B쇼케이스는 고객들이 내부에 진열된 상품을 보면서 다양한 정보를 확인하고 주문까지 가능해 새로운 리테일 경험을 성공적으로 제시
- 45%의 높은 투명도로 공간의 경계를 허물고, 주변과 자연스럽게 조화를 이뤄 사무공간, 리테일, 문화/레저, 홈, 모빌리티 등 다양한 영역 적용

세이부 철도, '동시번역 투명 디스플레이' 시범운영



출처 : 세이부 철도

- 일본 세이부 철도가 7월 10일부터 세이부신주쿠역에 동시번역 투명 디스플레이를 설치하고 시범운영에 들어감
- 일본에 방문하는 외국인 관광객의 수용체제를 강화하기 위한 일환
- 보이스비즈 UC디스플레이라고 하는 이 투명 디스플레이는 말한 언어의 번역 결과를 투명 디스플레이에 표시
- 따로 앱 조작이 불필요하기 때문에, 상대의 표정을 보면서 원활한 소통이 가능

중국 시안, 투명 LED 적용 '다이아몬드의 라이트 쇼'



출처 : NEXNOVO-Projects 유튜브

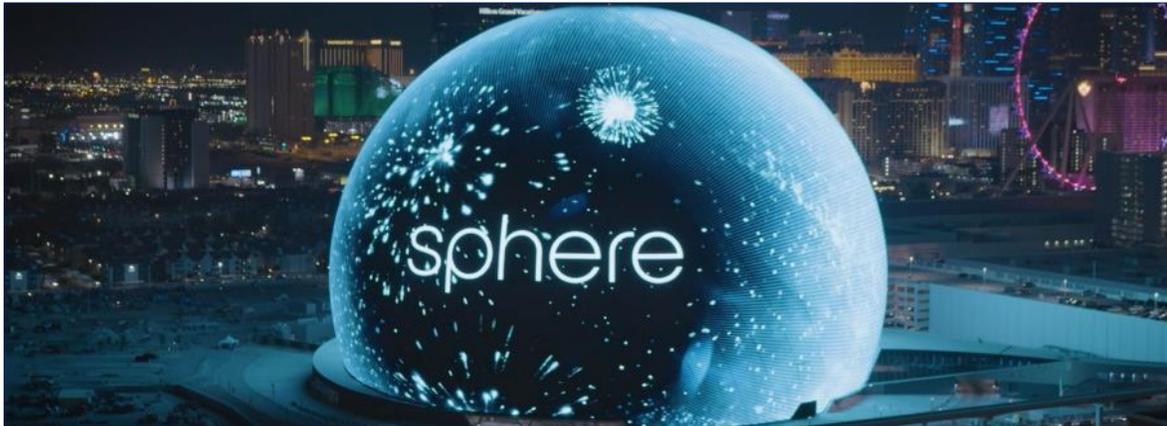
- 중국 시안 조이시티 쇼핑몰 입구는 410개의 투명 LED 패널로 구성된 불규칙한 다이아몬드 모양의 구조를 갖고 있으며 면적은 831㎡에 달함
- 콘텐츠는 다양한 다이아몬드 모양 레벨에 맞게 조정되며 디스플레이의 투명성 덕분에 건물 내부에서도 조명쇼를 볼 수 있음

최신 인스톨레이션

라스베거스의 경이로운 랜드마크, SPHERE

라스베거스에 위치한 세계에서 가장 큰 구형 건물이자 최대 크기의 LED스크린, SPHERE가 처음으로 불을 밝힘
EXOSPHERE는 스크린이나 광고판 이상의 살아있는 건축물이라고 개발 담당 SVP GUY BARNETTO이 말함
라스베거스의 새로운 랜드마크인 이 경이로운 SPHERE는 몰입감 넘치는 비주얼로 소셜미디어 이용자들을 사로잡음

세계에서 가장 큰 구형 건물이자 최대 크기의 LED 스크린 'SPHERE'



출처 : www.thespherevegas.com

- 7월 4일, Populous가 디자인한 미래 지향적인 음악 및 엔터테인먼트 경기장, Sphere가 조명을 밝힘
- 세계 최대 LED스크린으로 알려진 SPHERE의 외관은 580,000평방피트 규모로 높이는 112m, 폭은 157m의 구체 형태이며, 8인치 간격으로 균등하게 배치된 약 120만개의 LED 픽셀로 구성
- 이 거대한 360° 캔버스는 불꽃놀이, 달, 수중콘텐츠 등 다양한 시각적 몰입형 콘텐츠 뿐 아니라 예술 및 브랜드 콘텐츠를 표시하여 라스베거스를 방문하는 방문객 뿐만 아니라 소셜 미디어 플랫폼에서도 상당한 관심을 얻고 있음

완전히 새로운 몰입형 가상 현실 콘서트



출처 : Kevin Mazur / Getty Images

- SPHERE의 내부는 2억 6,800만 비디오 픽셀을 자랑하는 랩어라운드 LED 캔버스로 이루어져 있고, 이는 15,000㎡ 규모로 관객 주위를 180° 이상 감싸 몰입감 넘치는 광경을 연출
- SPHERE 내부의 공연장은 록밴드 U2의 콘서트로 첫 개장하였고, 콘서트는 인상적인 시각적 효과를 보여주는 콘텐츠를 보여줌으로 관객들에게 완전히 새로운 가상 현실 경험을 선사
- 언론은 이 새로운 몰입형 콘서트 경험에 대해 '향상된 IMAX경험' 또는 '헤드셋 없는 VR'이라고 설명, 소셜 미디어 플랫폼에서도 이 강렬한 쇼의 영상, 이미지를 계속적으로 공유

03

레퍼런스

광고 사례
전시 · 콘텐츠 사례

옥외광고 사례

진짜보다 더 리얼한, CGI 기반 FAKE OOH 광고

부르즈 할리파에 나타난 '자이언트 바비(Bobbie)'



출처 : Eye Studio

로레알 파리의 대형 립스틱 캠페인



출처 : L'Oreal Paris

Jacquemus, 도로를 달리는 Bag-on-wheels



출처 : PAPER Magazine

- 세계에서 가장 높은 건물인 두바이의 '부르즈 할리파'와 비슷한 크기의 '자이언트 바비' 인형이 살아서 움직이고, 파리 시내를 붉은색으로 물들이는 로레알 파리의 초대형 립스틱과 도로를 빠르게 질주하는 자크뷔스의 핸드백까지, 모두 진짜가 아닌 실제같이 잘 만들어진 CGI(컴퓨터 그래픽 이미지)를 활용한 가짜 옥외광고(FAKE OOH) 콘텐츠
- SNS에서 숏폼 동영상이 주요 수단으로 자리잡으면서, 짧지만 강렬하게 시선을 끄는 FAKE OOH 콘텐츠가 빠르게 화제
- 숏폼 영상의 콘텐츠로 공개한 FAKE OOH들은 짧은 기간에 선풍적인 관심을 유도하며 큰 인기를 끌고 있으나, 진짜라고 착각할 수 있어 CGI를 사용한 것을 표기 의무에 대해서도 논란이 발생

옥외광고 사례

삼성전자 갤럭시 Z 플립5, 중국 상하이에서 선상 마케팅

삼성전자 '갤럭시 Z 플립5'의 선상 마케팅



출처 : 삼성전자 제공(서울경제TV)

- 전 세계적으로 주요 국가와 도시에 신제품 출시 마케팅을 진행하는 삼성전자에서, 최근 성장하는 '중국 폴더블폰 시장'을 공략하기 위해 상하이에서 특별한 마케팅을 진행
- LED로 제작된 약 70m 길이의 '갤럭시 Z 플립5' 조형물이 올라간 선박을 제작하고, 이 선박은 황푸강을 왕복 운행하며, 특히 야경을 즐기기 위해 모인 현지인과 관광객에게 효과적인 홍보
- '갤럭시 Z 플립5'를 초대형으로 선박 위에 올려놓은 듯한 조형물은 외부 화면을 키운 신제품의 특성을 살리고 측면의 LED 화면을 통해 다양한 볼거리를 제공

전시 · 콘텐츠 사례

<몰입미감> 디지털로 본 미술 속 자연과 휴머니즘

국립아시아문화전당 전시 '몰입미감' 관람객 10만 '돌파' 대흥행
아시아 근대미술 작품을 디지털 콘텐츠로 창·제작한 몰입형 실감 전시

수묵화 이용우 <화조8곡병>



출처 : 국립아시아문화전당

이용우 <파초와 새>



출처 : 국립아시아문화전당

이중섭 <아이들>



출처 : 국립아시아문화전당

- 아시아문화자원에 대한 다양한 시각적 해석과 디지털라이징 작업을 통해 작품이 담고 있는 자연과 휴머니즘에 대한 향수를 향유(享有) 할 수 있는 시간을 제공
- 아날로그의 '원작'과 '디지털 미디어'가 함께 공존하는 전시 형태는 원작의 아우라가 확장되는 다양한 감각의 자극을 제공
- 예술작품에 대한 감상이나 비평을 넘어, 작품과 만나는 다양하고 새로운 경험 속에서 자아의 이해를 넓히고 확장하는 것임을 디지털적으로 전달
- 근대 아시아 미술에서 예술가들이 전하는 자연과 인간에 대한 이야기를 통해 국립아시아문화전당의 아시아 미술을 향한 확장을 교류

전시 · 콘텐츠 사례

현대백화점 ESG 체험형 미디어아트

경기콘텐츠진흥원 '문화기술콘텐츠 제작지원 사업' 선정 체험형 미디어아트 전시
생성형 시를 이용한 ESG 환경에 대한 관심도를 높일 수 있는 전시

TIME WALKER 시간을 걷는 자



출처 : DEAR EARTH : TIME WALKER 시간을 걷는 자

시가 생성한 사진



출처 : GLORY OF THE TIME WALKER 시간여행자의 영광에서 시가 생성한 사진

- 인공지능 등 신기술을 융합해 관객의 참여를 유도해 초개인화된 경험과 새로운 차원의 몰입을 체험
- 인간과 환경, 기술의 공생과 화합을 주제로 SF 영화처럼 구현한 체험형 미디어아트 전시로, 관객은 '타임워커'가 돼 시간과 차원을 넘나들며 지구를 구하는 여정을 경험
- 투명 OLED 디스플레이 및 높이 5m의 초대형 미디어월을 통해 압도적인 몰입감을 선사하고, 생성형 시를 활용해 관람객을 스캔 후 즉석에서 나만의 아바타를 만드는 체험형 콘텐츠 마련
- 관객의 얼굴을 시 초상화로 기록하는 '시간여행자의 영광' 등 총 4개 관으로 구성. 인공지능 등 신기술을 융합해 관객의 참여를 유도하고 완성되는 전시로, 초개인화된 경험과 새로운 차원의 몰입을 체험

End of the Document

HYUNDAI

현대퓨처넷