



세계각국 판촉물 · 생활용품 서울로 집결

제17회 서울국제판촉물 및 생활용품전

전 세계 판촉물과 생활용품을 둘러볼 수 있는 '제17회 서울국제판촉물 및 생활용품전' (SIPREMIUM 2007)이 지난 3월 7일(수)부터 10일(토)까지 4일간 서울 삼성동 코엑스 3층 대서양홀과 컨벤션홀에서 개최됐다.

이번 행사는 코엑스(COEX), 한국컨벤션전시산업연구원(ICEM), 한국판촉물제조협회(KGIA)가 주최하고, 산업자원부, 중소기업청, 한국관광공사, 한국무역협회가 후원하며, 전 세계 20개국에서 450개사가 출품하고, 300여명의 해외 바이어를 포함 3만명 이상의 관람객이 찾으며 성황을 이뤘다.

국내외 판촉물 시장의 흐름을 읽다

전시는 생활용품관, 판촉용품관, 선물용품관, DIY특

별체험관, 중소기업 우수상품 공모전 등으로 테마를 나눠 이뤄졌으며, 국내의 기업에서 4천여 점이 넘는 신제품과 아이디어 상품을 내놓아 주목을 받았다. 특히 판촉용품, 문구, 사무용품, 패션 선물용품, 소형가전, 주방 욕실용품, 인테리어용품 및 DIY용품 등이 전시돼, 판촉물은 물론이고, 아이디어 생활용품들도 한자리에서 둘러볼 수 있도록 꾸며졌다.

1991년 시작돼 올해로 17회 맞아

서울국제 판촉물 및 생활용품전은 1991년 시작돼 올해로 17회를 맞는 행사로, 국제전시연맹(UFI)의 인증을 획득했고, 4년 연속 산업자원부 유망 전시회로 선정되는 등 지속적으로 발전하고 있는 전시회이다. 올해는 전



시장에 최근 주목받고 있는 DIY 특별 체험관도 특별 구성하여 관람객에게 다양한 볼거리와 체험기회를 제공했다. 판촉물은 흔히 그 기업의 이미지와 직결되기 때문에 많은 기업에서 자사의 홍보수단으로 활용되고 있다. 예전에는 판촉물 대부분이 펜이나, 우산에 머물렀으나, 최근에는 항공담요를 비롯해서 화분 등 그 종류가 다양해졌다. 전시회에는 색다른 판촉물을 찾기 위한 홍보영업 담당자들과, 새로운 아이디어를 얻기 위해 온 사람들이 많았다. 각 부스마다 저마다의 상품을 홍보하고, 홍보물을 나눠줘 관람객들에게 좋은 반응을 얻었다.

기발한 아이디어가 돋보이는 신제품들

이번 전시회에는 기발한 아이디어가 돋보이는 제품들이 많이 선보였는데, '메시지콩'과 '필름 스피커'가 특히 큰 호응을 얻었다.

'메시지콩'은 레이저를 이용해 씨앗인 콩에 어떤 메시지를 입력해 두면, 자라면서 그 메시지를 고객에게 전달하는 것이다. 예를 들면, 콩에 'I Love You'라는 문장을 기록해 두면, 화분에 콩을 심고 물을 주면, 어느 순간 콩이 땅위로 고개를 내밀어 'I Love You'라고 말하게 된다. 이는 화분 자체를 인쇄물로 만들기 때문에, 오랫동안 선택한 고객에게 노출될 수 있다. 콩나무가 자라는 동안에, 화분은 책상 위에서 고객에게 계속해 홍보,

판촉활동을 하는 것이다.

'필름스피커'는 얇은 판막에 전류를 흘리게 되면 파동을 일으킨다는 원리를 이용해 제작한 아이디어 상품이다. 이는 가정에서 큰 부피를 차지하는 스피커를 종이형태로 줄일 수 있다. 이는 인쇄물 사이에 스피커를 숨길 수 있게 된다. 예를 들면, '필름 스피커'를 이용할 경우 자신이 좋아하는 포스터 뒤에 스피커를 설치할 수 있게 된다. 필름이 진동할 수 있는 약간의 공간만 있다면 어디서든 깨끗한 음질을 낼 수 있다. 이는 최근 고급 인테리어 소품으로 사용되고 있다고 한다.

다양한 생활인쇄의 장, SIPREMIUM

SIPREMIUM은 각양각색의 업체들이 참가해 판촉물 및 생활용품을 전시하는 행사로, 참여업체들은 고객들의 반응을 보고, 신제품 개발을 위한 전략 수립을 하게 되고, 관람객들은 자신들의 사업에 유용한 판촉물로 마케팅 계획을 세우는 등 비즈니스의 장으로 거듭나고 있다. 또한 대부분의 판촉물 및 생활용품들에서 인쇄가 차지하고 있는 비중이 높아, 새로운 시장을 찾고 있는 인쇄 업체는 한번 관심을 가져봐도 좋을 것 같다.

김정상 기자 sang@print.or.kr

