

하이퍼블릭은 과장과 유희를 정면으로 끌어안는 무드다. 네온처럼 선명한 색, 과장된 조형, 반사와 빛을 이용해 비현실적인 장면을 일상 속으로 끌고 온다. 대전에서도 이 감성은 빠르게 확산되고 있고, 특히 용문동처럼 보행 동선이 촘촘한 동네에서는 매장 하나가 거리를 바꿔 놓는 힘을 갖는다. 이 글은 특정 매장의 이름을 나열하기보다, 용문동에서 하이퍼블릭 감성으로 매장을 준비할 때 어디를 보고, 무엇을 선택하며, 어떤 순서로 진행해야 좋은 결과가 나오는지 실전 관점에서 정리했다. 둔산동, 봉명동, 탄방동, 유성구 일대 사례에서 배운 포인트도 함께 녹였다. 검색으로 떠밀려온 유행어가 아니라, 현장에서 손 더럽혀 본 판단과 수치, 시행착오를 담았다.

## 하이퍼블릭 감성의 핵심을 지역에 맞추기

하이퍼블릭은 눈에 띄는 무드만으로 완성되지 않는다. 지역의 보행 속도, 건물 외피, 상권의 밀도와 섞였을 때 설득력이 생긴다. 대전 하이퍼블릭 공간들을 돌아보면, 낮에는 미니멀하게 보이다가도 야간 18시 이후 조명 시나리오가 켜지며 본색을 드러내는 경우가 성공적이었다. 용문동 하이퍼블릭을 준비한다면, 낮과 밤의 표정이 다른 이유를 먼저 설계에 반영해야 한다.

용문동은 상가 1층의 노출면이 좁고 깊이가 긴 물건이 종종 보인다. 이런 평면은 입구에서 4 m 지점까지 브릿지 구간을 만들어야 한다. 과한 조형을 초입부터 세우면 보행자가 시선을 흘리고 지나간다. 입구에서는 반사, 반짝임, 얇은 음향만으로 호기심을 유도하고, 4 m 이후에서 색과 조형의 강도를 높여 몰입을 주는 구성이 좋다. 두 단계 연출이 가능할 때 하이퍼블릭의 뉘앙스가 과잉으로 느껴지지 않는다.

## 용문동 상권의 결 읽기

용문동은 주거와 상업이 뒤섞인 동네다. 저녁 7시 전후 가족 단위 방문과 9시 이후 청년층의 재방문이 겹친다. 골목의 폭이 좁아서 간판보다 쇼윈도의 빛이 눈에 먼저 들어온다. 이 특징 때문에 쇼윈도 앞 1 m에서 보는 장면과 5 m 맞은편에서 보는 장면을 따로 설계해야 한다.

실내 소음은 유입과 반사 모두 변수다. 유입은 외부 차량 소리, 반사는 스테인리스와 타일로 인한 잔향이다. 용문동 골목은 차량 저속 통행량이 꾸준히 있어, 입구와 창을 전면 개방형으로 두면 음악이 뭉개진다. 문을 닫고 에어커튼을 쓰거나, 포켓 도어로 개방 폭을 조절하는 방식을 고려하자. 하이퍼블릭은 소리까지 무드의 일부다. 음압 레벨 80 dB 이상으로 올라가면 대화를 포기하는 테이블이 생긴다. 피크 타임에도 72 dB 내외로 유지되도록 흡음재와 스피커 지향각을 조율해야 한다.

## 공간 기획, 동선과 포토 스팟의 균형

하이퍼블릭 매장은 사진을 촬영하기 좋은 포인트가 많아야 한다. 다만 포토 스팟이 동선을 막으면 체류 시간이 길어진 손님과 새로 들어온 손님이 충돌한다. 실무에서 보는 최적의 구성은 입구에서 2 m 지점과 바의 측면, 화장실 접근로 중 한 곳, 이렇게 최대 세 포인트다. 각 포인트는 2.0 m x 1.5 m 범위로 여유를 두면 촬영과 통행이 겹치지 않는다.

좌석 레이아웃은 2인석 밀도의 문제다. 2인석을 600 mm 중심 간격으로 과밀 배치하면 컬러 조도 계획이 엇가락처럼 늘어난다. 750 mm 정도 간격이 확보되면 테이블 조명과 천장 라인 조명의 레벨 매칭이 쉬워진다. 시그니처 포인트로 곡면 바를 계획한다면 바 폭은 최소 850 mm, 작업 등받이와의 거리는 1,100 mm 이상 잡아야 바리스타나 바텐더의 동작이 부드럽다.

## 빛, 수치로 설득하기

하이퍼블릭의 핵심은 빛이다. 색 자체가 메시지를 대체한다. 감으로 가면 오차가 크다. 대전 하이퍼블릭 매장에서 측정한 데이터를 바탕으로 다음 범위를 추천한다.

- 매장 평균 조도 150에서 250 lx. 포토 스팟은 300에서 450 lx로 살짝 띄운다.
- 색온도는 이중 트랙이 안정적이다. 베이스는 3000에서 3500 K의 웜, 하이라이트는 6500 K에 근접한 쿨 화이트 또는 RGB 네온.

- RGB는 과포화 영역을 피한다. R, G, B 중 두 채널만 적극 사용하고, 나머지 하나를 50 이하로 억제하면 눈이 덜 피로하다. 예를 들어 청록 중심 톤이면 G 190, B 170, R 30 근방.
- 반사 재료 앞 스폿 각도는 24도에서 36도가 무난하다. 15도 이하로 좁히면 핫스팟이 짙혀 사진에는 화려하지만 실제 체류감이 거칠어진다.
- 유리나 스테인리스는 지문이 무드를 망친다. 광원과 재료 사이에 5에서 8도 정도의 각을 주고, 청소 동선을 가깝게 뒤야 유지가 쉽다.

LED 네온은 12 V와 24 V 규격을 많이 쓴다. 길이가 5 m를 넘으면 전압 강하로 뒤쪽 밝기가 떨어지므로, 전원 인입을 중간에 한 번 더 주거나 양방향 급전을 고려한다. DMX나 SPI로 컨트롤하면 연출 자유도가 커지지만, 실무에서는 타임 시나리오 3개 정도로 단순화하는 편이 운영에 유리하다. 오픈, 피크, 라스트 오더. 이 세 가지의 밝기와 색을 고정해두면 직원 교육과 유지관리의 혼선을 줄인다.

## 소재와 컬러, 싸구려 느낌을 피하는 법

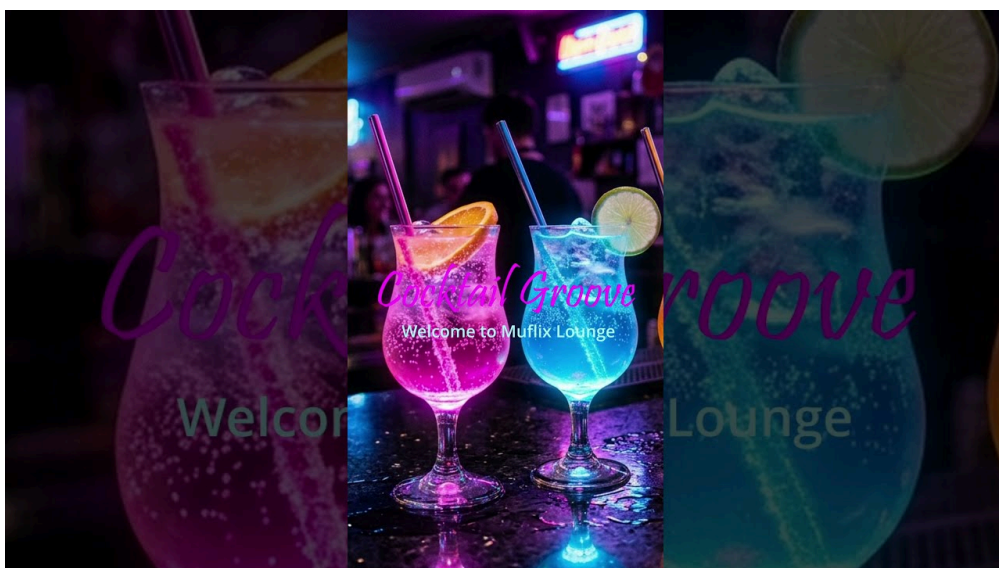
하이퍼블릭은 소재를 빛의 매개체로 본다. 스테인리스 헤어라인, 미러 어크릴, 하이글로시 도장, 폴리카보네이트 리브 패널, 포세린 타일이 자주 쓰인다. 다만 반사와 질감의 조합을 잘못 잡으면 저가 행사장처럼 보인다. 질감이 서로 대립하도록 고르자. 매끈한 것과 거친 것이 반반쯤 섞이는 구성이 안정적이다. 예를 들어, 미러 어크릴 벽 앞에만 매끈한 흰색 하이글로시를 놓으면 과잉이 된다. 대신 바닥은 러프한 노출 콘크리트 톤이나 무광 포세린으로 균형을 맞춘다.

유광 색채는 삼원색을 정면으로 쓰기보다, 브라이트니스는 높게, 채도는 한 단계 낮춰 잡는 편이 오래간다. 빨강 계열이면 체리 레드보다는 버건디와 마젠타 중간 톤이 실제 조명과 섞였을 때 표정이 좋았다. 파랑은 네온과 겹칠 때 노이즈가 생기므로, 포인트를 파랑으로 정했다면 네온은 청록이나 보라로 살짝 비껴가는 게 낫다.

## 사운드와 향, 눈으로 듣고 코로 보는 연출

하이퍼블릭 음악은 비트가 분명한 장르가 어울린다. 문제는 저역이 작은 공간에서 이리저리 튀는 것이다. 서브 우퍼를 벽 모서리에 붙이고 레벨을 키우면 체감은 크지만 대화가 무너진다. 6에서 8인치급 우퍼를 두 개로 나눠 좌우에 분산 배치하고, 하이패스 컷을 45에서 55 Hz에 뒤 불필요한 저음을 잘라내면 공간이 정리된다. 스피커는 좌석 상부에 달기보다 벽고 1.8 m 선에서 살짝 내려주는 편이 잔향 컨트롤이 쉽다.

향은 조명과 충돌하지 않게 약하게 시작하자. 레진 계열의 무거운 향은 금세 과잉이 된다. 시트러스나 허브 베이스의 가벼운 노트로 입구와 화장실 앞, 바 뒤쪽에 분산 설치한다. 오일 미스트가 반사면에 닿으면 얼룩이 남으니 공조와 기류를 파악해 디퓨저 위치를 조절해야 한다.



## 예산과 일정, 현실적인 숫자

용문동 20평대 기준으로, 하이퍼블릭 감성을 설득력 있게 구현하려면 순수 인테리어 공사비가 평당 350에서 600만 원 사이에서 움직인다. 반사 재료와 조명 컨트롤이 추가되면 상한선이 쉽게 열리니 목표치를 초기에 정해야 한다. 조명 장비와 컨트롤러, 전기 증설, 음향까지 포함하면 2천에서 4천만 원 정도 별도로 잡는 것이 안전하다. 간판과 쇼윈도 연출은 300에서 800만 원 범위가 일반적이다.



일정은 설계 3주, 발주 2주, 공사 4에서 6주, 안정화 1주를 권한다. 네온 주문과 DMX 컨트롤 세팅, 간판 허가가 일정의 병목이 된다. 처음 기획할 때부터 납기 긴 품목과 허가 절차를 앞으로 당겨두면 전체 일정을 한 주 이상 줄일 수 있다.

## 안전과 법규, 연출보다 선행되는 것

하이퍼블릭 매장은 배선이 촘촘하고 발열이 누적되기 쉽다. 전기 증설과 분기 차단은 필수다. 조명과 음향, 냉난방, 콘센트 계통을 분리하고 각 차단기를 명확히 라벨링해야 한다. LED라고 방심하면 안 된다. 파워서플라이가 물리는 장비 [탄방동 하이퍼블릭](#) 박스 내부는 열 배출구와 간접 냉각팬을 마련하자. RGB 컨트롤러는 정전기에도 민감하다. 접지 확보가 중요하다.

소방은 가연성 장식 제한에 주의할 것. 폼, 패브릭을 대면적으로 쓰면 차후 검수에서 갈아엎는 경우가 있다. 간판은 도로점용과 광고물 허가를 분리해 생각해야 일정 지연이 줄어든다. 용문동처럼 골목 간판이 많은 지역은 통행에 지장 없음을 서류와 사진으로 설명해야 심사가 순조롭다.

## 지역별 관찰 노트, 대전 하이퍼블릭의 결

대전은 상권마다 리듬이 다르다. 둔산동 하이퍼블릭 매장들은 사무직 수요가 많아 퇴근 직후 유입이 강하고, 21시 이후에는 급격히 한산해지는 경향이 있었다. 그래서 강한 RGB 연출보다 웜톤과 미러의 조합으로 세련된 분위기를 유지하는 편이 재방문율이 높았다. 봉명동 하이퍼블릭은 대학가 수요가 뒷받침돼 포토 스팟 중심의 과장된 조형이 잘 먹힌다. 스몰 사이즈의 설치물이 많아도 불편함을 덜 느끼는 연령대라 동선 밀도에 조금 더 관대하다.

탄방동 하이퍼블릭은 근린상업과 주거의 경계에 있어 소음 민감도가 높다. 진동과 베이스는 특히 조심해야 한다. 유성 하이퍼블릭 쪽은 관광, 외식 목적 방문이 두텁고, 차량 접근이 쉬워 쇼윈도보다 파사드 전체의 실루엣이 중요했다. 밤거리에서 20m 떨어진 차 안에서도 보이는 라인 조명과 외부 조도가 관건이다.



## COCKTAIL LOUNGE PLAYLIST

용문동 하이퍼블릭은 이 모든 성격이 조금씩 섞여 있다. 골목 보행자에게 보이는 앞맛, 사진에 담기는 중심맛, 앉아서 오래 머무르는 뒷맛이 모두 중요하다. 세 가지 감각을 시간대별로 스위칭하는 설계가 성패를 가른다.

### 협업 팁, 공사업체와 좋은 관계를 만드는 절차

하이퍼블릭은 견적이 뒤로 갈수록 불어나는 공사의 전형이다. 설계 단계에서 이미 자재의 스펙과 브랜드, 조달 납기를 구체화해야 한다. 조명은 IP 등급, 칼빈, CRI 수치까지 맞춰 적어두고, 설치 위치의 높이와 각도, 콘트롤 방식까지 도면에 기입하면 시공 오차가 현저히 줄어든다. 반사 재료는 운반과 시공 중 보호가 어려워, 공정 순서를 재조정해야 한다. 거친 공정이 끝나기 전에는 절대 반사재를 들이지 않는 원칙을 지켜야 한다.

하자보수는 대부분 수축팽창과 접착 불량에서 시작한다. 폴리카보네이트 리브 패널은 여름과 겨울 길이가 수 mm 차이 날 수 있다. 양쪽 끝을 뽀뽀하게 물리면 겨울에 틈이 벌어진다. 양단에 여유를 두고, 실리콘은 중성, 변색 방지 등급을 쓰자. 시공 후 첫 한 달은 매일 점검표를 돌려 조명 깜빡임, 오디오 노이즈, 문틀 뒤틀림을 체크한다.

### 현장에서 쓰는 체크리스트, 오픈 전 최종 점검

- 오픈, 피크, 라스트 오더 3개 조명 시나리오가 저장되고 리콜되는지, 장비 재부팅 후에도 유지되는지
- 쇼윈도 유리나 내부 미러의 결로 발생 여부, 제습기 가동 시 기류가 네온에 직접 닿지 않는지
- 스피커 지향각과 레벨, 바 뒤 잡음원과 간섭 여부, 피크 타임 72 dB 내외 유지 가능성
- 반사 재료의 보호 필름 제거 순서와 청소 동선, 지문 관리 도구 비치 위치
- 간판 밝기와 주변 거주지 민원 위험도, 타이머 설정과 야간 모드 적용 여부

### 흔한 실패, 미리 피할 수 있는 것들

- 색을 많이 쓰는 대신 명암을 잃어버리는 구성, 결과적으로 사진에서 표정이 하나로 뭉개짐
- 네온과 LED 스트립의 충돌, 파장이 겹쳐 특정 구역이 깜빡여 보이는 스캔 현상
- 바닥 질감 과도한 미끄러움, 비 오는 날 사고 위험 증가, 코팅 선택 실수
- 포토 스팟의 과밀 배치, 동선 정체로 테이블 회전율 저하
- 전기 용량 증설 누락, 피크 타임에 차단기 트립으로 매장 암전

### 가상의 워크스루, 20평 용문동 하이퍼블릭 리모델

한계층 높이 2.8 m, 전면 너비 4.2 m, 깊이 14 m의 용문동 1층 매장을 가정해 보자. 입구에서 2 m 구간은 반사와 그림자의 구간이다. 천장에 3000 K 선형 라인을 얹게, 오른쪽 벽면에는 무광 포세린 타일을 두고, 왼쪽에는 미러 어크릴을 세운다. 바닥은 미세한 텍스처의 무광 타일을 선택해 빛을 잡아준다. 입구 상부에는 외부 간판과 연동되는 6500 K 라인 조명을 보행자 시선 높이인 1.5 m에서 살짝 위로 던져 그림자를 깊게 만든다.

4 m 지점부터는 곡면 바가 시작된다. 바 전면은 폴리카보네이트 리브 패널로 덮고, 내부에서 RGB를 은은하게 튕긴다. 이때 RGB는 G와 B 중심으로 돌리고 R을 낮춰 청록 계열을 유지한다. 바 상부는 3500 K 다운라이트로 작업성을 확보한다. 손님 좌석은 2인석 6개, 4인석 2개로 시작한다. 2인석 간격은 750 mm, 4인석은 벽과 900 mm 여유를 뒤 촬영 삼각대가 놓일 공간을 남긴다.

포토 스팟은 세 군데다. 입구 측면 미러 앞 1.8 m x 1.2 m, 바 측면 네온 앞 2.0 m x 1.5 m, 화장실 접근로에 설치한 라이트박스 앞 1.5 m x 1.2 m. 세 곳의 조명 레벨은 주변 대비 1.5배 정도로 유지한다. DMX 컨트롤로 타임 시나리오를 3가지로 저장한다. 오픈은 워톤 위주로 조도가 낮고, 피크는 네온과 라이트박스의 채도를 올린다. 라스트 오더는 하이라이트를 70 percent 수준으로 내리고 베이스만 남겨 잔향을 길게 끈다.

사운드는 벽고 1.8 m에 북셀프 타입을 좌우로 배치한다. 서브우퍼는 바 아래 중앙과 출입구 반대편 벽, 두 지점으로 나누고 하이패스 컷은 50 Hz. 바닥은 물걸레질 후에도 0.4 이상의 미끄럼 저항계수를 확보하는 제품을 쓰고, 출입구 매트는 1.2 m 길이로 깎는다. 전기 증설은 20 kW 내외로 검토하되, 조명과 음향은 별도 분기, 바 기기와 에어컨을 또 분리해 차단기가 개별로 떨어지지 않게 한다.

간판은 세로형과 가로형을 동시에 쓰는 대신, 쇼윈도 상부 라인 조명으로 파사드를 강조한다. 용문동 골목은 시야가 좁아서 간판 글자 크기를 키우는 것보다 빛의 덩어리를 보여주는 편이 더 눈에 띈다. 시공 막바지에는 미러와 유리 표면을 설거지하듯 세척한다. 청소는 오픈 전 30분, 마감 후 20분을 루틴으로 만든다. 반사 면이 지저분하면 하이퍼블릭은 한순간에 흐려진다.

## 브랜딩과 사진, 하이퍼블릭의 생존 전략

하이퍼블릭은 사진이 곧 마케팅이다. 하지만 사진만 보고 왔다가 한 번으로 끝나는 방문을 줄이려면 경험의 상승전결을 설계해야 한다. 입구에서의 첫 인상은 짧고 강하게, 바와 좌석의 체류는 편하고 매끄럽게, 계산과 퇴장 동선은 빠르게. 동선이 깔끔해야 사진 촬영이 자연스럽고, 불편함이 줄어든다.

SNS 촬영은 역광과 반사가 망치기 쉽다. 포토 스팟마다 500 lux 정도의 프리셋을 하룻밤에 한 차례 정도 자동으로 부드럽게 바뀌게 하면 손님들의 카메라가 노출을 잃지 않는다. 테이블 위는 200에서 300 lux가 적당하다. 음식이나 음료를 촬영해도 하이라이트가 날아가지 않는다. 스태프 교육 때는 조명 리콜과 음악 레벨 체크, 미러 클리닝을 포함한 오프닝 체크리스트를 강조하자.

## 용문동, 둔산동, 봉명동, 탄방동, 유성 하이퍼블릭을 고를 때의 관점

대전 하이퍼블릭 매장을 추천해달라는 메시지를 종종 받는다. 장소를 정할 때는 취향과 동선을 같이 본다. 둔산동 하이퍼블릭은 업무 끝나고 간단히 한 잔하기 좋고, 봉명동 하이퍼블릭은 친구와 사진 찍고 놀기 좋다. 탄방동 하이퍼블릭은 조용히 대화하기 좋은 곳이 많다. 유성 하이퍼블릭은 데이트 목적지로 무난하고 주차 접근성이 상대적으로 좋다. 용문동 하이퍼블릭은 골목산책과 함께하는 공간이 매력적이다. 같은 하이퍼블릭 무드라도, 지역의 리듬이 미세하게 다르기 때문에 원하는 저녁의 템포를 먼저 정하면 선택이 쉬워진다.

## 마지막으로 남는 것, 질감과 운영의 품

하이퍼블릭은 사진발로 시작해, 질감과 운영으로 완성된다. 반사, 색, 소리, 향이 과감하지만, 결국 돌아서며 기억하는 것은 의자 각도의 편안함, 바의 높이, 음악이 말에 스며드는 정도, 직원의 동선 같은 작고 정확한 배려다. 용문동처럼 골목과 보행이 매력인 동네에서 이 배려는 더 크게 작동한다. 과장을 두려워하지 말되, 과장이 편안함을 해치지 않도록 수치와 순서를 챙기자. 그 균형을 맞춘 매장은 밤마다 스스로의 무드를 새로 만드는 힘이 생긴다.

하이퍼블릭은 결국 스스로를 연출하는 무대다. 연출이 오래가려면 장비와 사람, 동선과 규정이 서로 지탱해야 한다. 예산과 시간이 허락하는 범위 안에서 가장 강렬한 장면 하나를 만들고, 나머지는 그 장면을 위해 물러나게 하자. 용문동 골목을 지나는 이들이 발걸음을 찰나라도 멈춘다면, 절반은 이미 이긴 셈이다.