기고

박 광 석
기상청장 kmanews@korea.kr

'한국형수치예보모델' 성과

영국 퀘이커 교도이자 평화주의자인 루이스 프라이 리처드슨은 1차 세계대전에서 총을 들고 전투에 참여하지는 않았지만 구급차 운전병으로 자원했다. 리처드슨은 늘 날씨 생각에 사로잡혀 있었다. 전쟁의 최전선까지 미완성 원고를 들고 가서 구급차를 운행하는 사이에도, 참호 속에서도 틈틈이 날씨를 연구했다.

1922년 마침내 리처드슨은 오늘날 '수치예보'라고 불리는 방법을 고안하고, 연구 결과를 정리한 '수치계산에 의한 날씨 예측'을 발표했다. 6만4000명의 일꾼들을 구형 극장에 모은 후 동시에 손계산을 하게 하면 6시간 후 날씨 예측이 가능하다는 구상이었다.

그러나 날씨도 행성 위치처럼 쉽게 예측 가능하리라고 믿은 리처드슨의 시도는 완전히 실패로 돌아갔다. 사람들의 손계산으로 6시간 후 날씨 예측에 몇 개월이 걸릴지 알 수도 없었다. 컴퓨터가 없는 시대를 산 리처드슨은 1922년 그의 저서에 "언젠가는 날씨 진행보다 더 빠른 계산이 가능해질 것이다"라며 희망을 버리지 않았다.

1960년대 후반에 등장한 카오스 이론은 리처드슨이 확신한 수치계산 방법이 날씨 예측에 실패한 이유를 설명하기 시작했다. 기상 현상이나 주식시장은 수많은 요소가 복잡한 상관관계 속에서 긴밀하게 얽혀 있고, 역동적이다. 카오스 이론에 따르면 수많은 변수가 섞여 있는 복잡한 세상에서는 작은 초기 조건의 차이로도 전혀 다른 미래가 펼쳐질 수 있다.

만약 주식시장에서 어느 종목을 하나 샀다고 가정하자. 주변 사람들도 그 종목을 사겠다고 하고 시장도 분명 상승세였는데 며칠 뒤 보니 크게 떨어졌다. 왜 그럴까. 모든 초기 조건과 주식시세 관련 변수 간 상호작용을 제대로 파악하지 못했기 때문이다.

주식시장 참여자들과 국내외 여러 변수를 모두 파악해서 분석하기는 쉽지 않다. 날씨 예측도 마찬가지로 초기 조건을 완벽하게 분석하는 것은 현실에서 불가능하다. '나비 효과'로 알려진 카오스 이론이 기상학자 에드워드 로렌츠에 의해 탄생한 것은 날씨의 복잡성 때문이다. 다만 주가 예측모델은 주가 관련 빅데이터에서 상관성을 추출해 일반화하는 경험된 귀납법으로 만들어지는 반면에 날씨 예측모델은 자연계를 기술하는 예측방정식을 수치로 계산해서 미래 날씨를 예측하는 연역법으로 만들어진다는 큰 차이점이 있다.

기상청은 올해 4월 우리 기술로 개발한 한국형수치예보모델(KIM)을 운영하면서 세계 아홉 번째로 '리처드슨의 꿈'을 실현한 기상선진국(G-9)에 진입했다.

선진국에서도 보통 15~20년 가까이 자체 수치예보모델을 개발하고 지속 개선하고 있는 상황과 비교한다면 KIM은 다소 짧은 시간 안에 성과를 이룬 셈이다. 수치예보모델을 운영하기 위해서는 초고속으로 계산할 수 있는 슈퍼컴퓨터, 정교한 수치해석이 가능한 수치예보모델, 기상위성을 비롯한 첨단 기상관측망, 전 세계 관측자료를 실시간 수집할 수 있는 정보통신기술(ICT) 등을 모두 갖춰야 하기 때문에 수치예보모델은 국가별 기상기술력의 상징이기도 하다.

KIM은 우리나라의 대표 성씨를 연상시키듯 우리 고유의 수치예보모델로, 필요에 따라 언제든지 수정 보완이 가능하다. 이와 함께 한반도 기상 특성에 맞도록 완성도를 높여 가고 있다. 국민의 생명과 재산을 지키는 기상청 임무를 완수하기 위해 KIM은 지금 이 시간에도 최일선에서 역할을 다하고 있다. 세계가 인정하는 'K-예보'를 위한 도전, KIM과 함께라면 꼭 성공하리라 믿는다.

전자신문 www.etnews.com(전자신문 · @IMETNEWS)
회장·발행·인쇄인 구원모 사장·편집인 양승욱 편집국장 심규호
1982년 9월 22일 창간 등록번호 서울가00014 | 서울시 영등포구 버드나루로 12가길 51 (우 07254)
대표전화 (02)2168-9200 광고문의 (02)2632-1781 | 구독신청 080-024-0922 (02)2671-1806~7
구독료 한달 20,000원 1부 1,000원 | ※ 본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수합니다.

※ 사외(社外) 기고의 논조는 본지 편집방향과 다를 수도 있습니다.

파괴적 혁신 시대

ET단상

김 항 기
고위드 대표
until99@gowid.com

"앞으로는 돈이 신용 있는 사람을 찾고, 좋은 기업을 찾아낼 것이다. 빅데이터, 클라우드, 블록체인 등 기술이 있기에 충분하다. 빅데이터가 담보를 대체할 수 있을 때 진정한 신용관리가 가능해질 것이다. 데이터가 진정한 신용이 돼야만 한다."

지난 10월 24일 중국 상하이에서 열린 와이탄 금융 서밋에서 마윈 알리바바 창업자가 한 연설의 일부다. 이 연설로 인해 앤트파이낸셜 상장(IPO)은 무산됐지만 마윈의 연설은 디지털 전환 시대를 맞아 혁신과 금융의 본질을 생각해 보게 하는 명연설이었다.

마윈 연설은 한국 현실에 그대로 적용된다고 해도 과언이 아니다. 올해 들어 코스피 시가총액 변화는 산업 패러다임이 어떻게 변화되고 있는지 보여 주고 있다. 지난 10월 코스피 시가총액 순위에서 네이버가 3위, 카카오가 9위를 각각 기록했다.

네이버 설립 연도는 1999년으로 이제 13년차 기업이고, 카카오는 올해 설립 10년밖에 되지 않는다. 2014년 유통업에 본격 뛰어든 쿠팡의 현재 기업 가치는 약 15조원으로, 이마트·롯데·현대백화점을 합친 것보다 높다. 기업 가치뿐만이 아니다. 일자리 측면에서도 쿠팡의 올해 10월 고용 인원은 3만6000여명으로 삼성전자와 현대자동차 다음으로 많은 일자리를 창출하고 있다.

중소벤처기업부 발표에 따르면 지난해 스타트업과 벤처가 만들어 낸 일자리는 86만개로, 대기업 1대 그룹에서 6대 그룹을 합친 것보다 많다. 코로나 팬데믹 상황에서도 올해 100만개 이상 일자리를 만들어 낼 것이란 전망이 나오고 있다.

그러나 질서 재편이 가져오는 의미를 기존 금융 산업은 애써 외면하거나 당혹감을 보일 뿐 아직도 구질서에 사로잡혀 있다. 기존 금융 자본이 혁신 산업에 흐르지 않고 있기 때문이다.

금융의 본질은 명확하다. 자본이 필요한 곳에 돈이 흐르도록 하는 것이 바로 금융이다. 자본주의 역사를 살펴보면 기업 성장 결과물로 부동산, 공장, 운송자산 등이 생성됐다. 금융은 이 자산을 기반으로 자본을 공급하기 위해 등기 같은 등록 제도를 만들었다.

그러나 디지털 전환 시대 성장을 주도하는 혁신 산업인 플랫폼 기업, 온라인 기업은 성장 결과물로 공장·부동산·운송 자산이 생성되지 않는다.

애플, 구글, 우버, 에어비앤비 같은 플랫폼 기업은 기존 자산이나 인프라 위에서 효율성을 극도로 높이다 보니 부동산 등 영업 자산이 생성되지 않는다. 아마존·마이크로소프트(MS) 같은 기업이나 우리나라 카카오·네이버 등도 회사 자산이 온라인에 존재하다 보니 이들 자산은 과거와 같이 등기 등록이 가능한 자산들로 축적되지 않는다.

그 대신 혁신기업의 자산은 데이터와 현금 흐름이다. 기존 금융 산업은 혁신기업 성장의 열매인 빅데이터와 현금 흐름에 주목하지 않고 있다.

마윈의 연설처럼 빅데이터와 현금 흐름을 측정하고 자산화해서 담보로 충분히 대체할 수 있음에도 외면하고 있다.

한마디로 자본이 필요한 곳은 변했는데도 기존 금융 산업은 자본이 필요한 혁신산업을 외면하고 있다. 이로 인해 자본 불균형은 커지고 있고, 심지어 한국 경제의 성장 속도마저도 늦춰지고 있다.

더 이상 금융이 혁신 걸림돌로 남아서는 안 된다. 이제 한국 금융 산업은 본질을 회복해야만 한다. 자본이 필요한 곳에 자본이 흐르도록 하는 것이 금융의 본질이고, 성장하는 혁신산업에 자본을 어떻게 공급할지에 대해 금융권은 고민해야 한다.

마윈의 의미심장한 연설로 한국 금융권이 깨어날 것을 촉구한다 금융은 미래를 향해야만 한다. 우리가 좋아하든 좋아하지 않든 미래는 반드시 온다.

정태명의 **사이버 펀치** 〈193〉

지능정보사회로 가는 세 가지 열쇠 〈1〉 이해

"월급쟁이니까 저희 자영업자 사정을 이해할 수 없습니다." 식당 주인은 단호히 말하며 코로나19로 텅 빈 식당을 바라본다. 은행 이자와 월세를 생각하면 살아갈 일이 막막하다. 정부가 배부한 카드를 들고 찾아오는 손님이 반갑기도 하지만 한편으론 얄밉기도 하다. 월급에 재난지원금까지 받은 이들이기 때문이다. 자영업자를 이해한다고 자처해도 당사자가 아니면 동병상련의 아픔을 함께할 수 없다는 것은 엄연한 사실이다. 그래도 이해를 위한 노력은 최소한 근접한 사고를 견인하는 방법임에는 틀림이 없다. 코로나19 사태로 불거지긴 했어도 이해 부족으로 생기는 사회의 괴리는 이미 현대의 심각한 문제로 대두되고 있다.

이해하려는 노력 최대 수혜자는 자신
실수 비난 이전에 내일 설계 비결
인류 행복 재건하는 계기도 될 수 있어

자신에 대한 관용과 인정은 이해의 출발이다. 타인과 비교하려는 유혹을 떨치고, 자신의 실수를 이해하는 연습으로 타인의 평가로부터 자유로워야 한다. 결국은 특별한 이해의 노력 없이도 자신을 받아들일 수 있는 수준으로 발전하는 동력이 되기 때문이다. 이해 부족의 벽에 막혀 보이지 않던 새로운 길을 열어 주기도 한다. 코로나 블루라고 명명되는 우울증과 자기 비하에서 벗어나는 유일한 방법으로도 사용될 수 있다. 현실에 대한 이해가 극복을 가져오는 명약이기 때문이다.

이해하려는 노력의 최대 수혜자는 자신이다. 가족과 이웃에 대한 이해가 자신이 사는 환경을 밝게 변화시키기 때문이다. 때로는 이해할 수 없는 실망을 동반하지만 완벽한 이해를 추구할 필요는 없다. 할 수 있을 정도의 노력이 그만큼 결과를 가져온다. 지나친 이해가 정의와 공평을 파괴한다는 정치인들의 주장은 옳지 않다. 타인의 생각과 사회현상을 이해하지 않으려고 노력하는 몸부림일 뿐이다. 특히 데이터와 인공지능(AI)으로 학습된 로봇이 행위의 주체가 될 수 있는 지식정보화 시대에서 타인의 이해와 무관하게 만들어진 그들의 행동은 사회의 독배가 될 수도 있다. 로봇은 자신을 코딩한 주인의 의지에 따라 움직이는 물체에 지나지 않기 때문이다.

이해는 행위의 원인이나 결과에 대한 염려에 개의치 않는다. 코로나19의 3차 대유행을 누구의 탓으로 떠밀지도 않는다. 누구나 하는 실수를 비난하기 이전에 내일을 설계할 수 있는 비결이 된다. 단지 현재 상황을 욕심을 채우는 수단으로 악용하려는 생각을 지웠을 때 가능한 얘기다. 언론에 나타나는 정치권의 패거리 싸움은 이해에 반하는 결론을 얻으려 몸부림치는 것 같아 안타깝다. 현 정권의 몰락을 위해 국민을 나락에 빠뜨리는 선택을 응원하는 야당이나 아집에 눈이 멀어 독주하는 여당의 모습을 이해하기 어렵지만 일단은 이해하기 위해 노력하는 성숙한 국민이 필요하다. 국민이 진정한 이해에 기반을 둔 정치인의 가치를 인정할 때가 돼야 해결될 고질병이다.

홈쇼핑에서 구매와 반품을 반복하는 아내를 이해하고 스포츠에 주말 시간을 다 쓰는 남편을 이해해야 한다는 식상한 얘기부터 한 국가의 외교 관계에서 불거진 사건까지 이해의 스펙트럼은 다양하고 넓다. 또 완벽하게 이해한다는 것도 불가능하다. 편협한 인간의 마음도 문제지만 이해의 결과가 가져올 기우를 떨치기가 어렵기 때문이다. 그래서 이해는 지나친 욕심을 버린 상태에서 가능하다. 과거보다 조금만 더 허용하려는 마음의 문을 열면 가능하다. 이해는 자신만을 위한 노력을 넘어 인류의 행복을 재건하는 계기가 될 수 있다.

성균관대 소프트웨어학과 교수 tmchung@skku.edu

웹어워드코리아 2020
각 분야별 최우수상 수상작 발표!
WEB AWARD

수상명	서비스명	소속운영사	운영대행사
기업일반 부문			
대기업종합분야 최우수상	농심 오피셜 웹사이트	농심	브이더블유
제조분야 최우수상	켐트로닉스	켐트로닉스	거인소프트
제조분야 최우수상	오토닉스	오토닉스	유시스
제조분야 최우수상	(주)에이피알	에이피알	에이피알
소재·부품분야 최우수상	성우하이텍	성우하이텍	아리모아
소재·부품분야 최우수상	한국단자 홈페이지	한국단자공업주식회사	제오젠
소재·부품분야 최우수상	피에이치씨 공식 웹사이트	피에이치씨	비즈넷피아
화학분야 최우수상	금호석유화학(주)	금호석유화학	금호석유화학
화학분야 최우수상	LG ESS Battery 웹사이트	LG화학	제오젠
화학분야 최우수상	디어스 그룹	디어스	뮤자인
건설분야 최우수상	(주)한양	한양	한양
건설브랜드분야 최우수상	EXPERIENCE of PRIDE 래미안	삼성물산	인픽스
건설브랜드분야 최우수상	롯데캐슬	롯데건설	이지미디어
서비스분야 최우수상	(주)에임메드	에임메드	에임메드
서비스분야 최우수상	메타넷티플랫폼	메타넷	서로커뮤니케이션
중견기업분야 최우수상	도화엔지니어링 홈페이지	도화엔지니어링	도화엔지니어링
중견기업분야 최우수상	한국통운㈜	한국통운	뮤자인
중견기업분야 최우수상	한국미쓰도요	한국미쓰도요	리플렉션
웹/광고에이전시분야최우수상	픽스다인 웨이메이커	픽스다인 웨이메이커	픽스다인 웨이메이커
웹/광고에이전시분야최우수상	한봄스튜디오	한봄스튜디오	한봄스튜디오
웹/광고에이전시분야최우수상	LG헬로비전 광고다이렉트몰	LG헬로비전	뮤자인
금융 부문			
금융일반분야 최우수상	하나금융융합기술원	하나금융융합기술원	그룹아이디디
생명보험분야 최우수상	KDB생명보험	KDB생명보험	KDB생명보험
손해보험분야 최우수상	캐롯손해보험	캐롯손해보험	캐롯손해보험
손해보험분야 최우수상	DB손해보험	DB손해보험	DB손해보험
생활브랜드 부문			
화장품분야 최우수상	그뤼너씨	그뤼너씨	그뤼너씨
패션분야 최우수상	나이키 NBY	금강오길비	엑스티
식음료분야 최우수상	더블스윗	더블스윗	유엘디자인
식음료프랜차이즈분야최우수상	탐앤탐스	탐앤탐스	매스티지
식음료프랜차이즈분야최우수상	레스토랑 오늘	행복에프앤씨재단	내가그린기린그림

쇼핑몰 부문			
패션쇼핑몰분야 최우수상	패션그룹 형지몰	형지	뮤자인
패션쇼핑몰분야 최우수상	양파밭닷컴	세정글로벌	세정글로벌
전문쇼핑몰분야 최우수상	KB차차차	KB캐피탈	엑스티
전문쇼핑몰분야 최우수상	비타브리드	비타브리드	뮤자인
식품쇼핑몰분야 최우수상	쉐이킷 공식 쇼핑몰	어글리스미스	어글리스미스
화장품쇼핑몰분야 최우수상	마녀공장 자사몰	마녀공장	가치브라더
화장품쇼핑몰분야 최우수상	리쥬란 코스메틱	파마리서치프로덕트	뮤자인
화장품쇼핑몰분야 최우수상	솔랩	솔랩	뮤자인
브랜드쇼핑몰분야 최우수상	써모스 온라인 공식몰	써모스코리아	원스인터랙티브
브랜드쇼핑몰분야 최우수상	빙그레tft	빙그레	뮤자인
정보서비스 부문			
전문정보분야 최우수상	KOAR(국가 오픈액세스 플랫폼)	한국과학기술정보연구원	미소테크
전문정보분야 최우수상	KT 마케팅코치	KT	오투유엑스
인터넷서비스분야 최우수상	광고대행사 중개플랫폼	김광고	알에스기획
공공/의료 부문			
정부기관분야 최우수상	환경부 자원순환 실천 플랫폼	환경부	베티카 주식회사
정부기관분야 최우수상	웹매거진 [KOREA]	문화체육관광부 해외문화홍보원	홍커뮤니케이션즈
공공기관분야 최우수상	원자력안전위원회	원자력안전위원회	비브이에스
공공기관분야 최우수상	한국임업진흥원	한국임업진흥원	올마이티아이엔씨
공공기관분야 최우수상	국민체육진흥공단 기금조성총괄본부	국민체육진흥공단 기금조성총괄본부	국민체육진흥공단 기금조성총괄본부
지방자치기관분야 최우수상	아산시 미디어 뉴스	아산시청	써밋디자인
지방자치기관분야 최우수상	대전광역시청 대표 홈페이지	대전시청 정보화담당관실	지엔소프트
지방자치기관분야 최우수상	광주광역시	광주광역시	가인정보시스템
연구기관분야 최우수상	미코바이오메드	미코바이오메드	거인소프트
연구기관분야 최우수상	경제·인문사회연구회	경제·인문사회연구회	경제·인문사회연구회
비영리기관분야 최우수상	(사)한국디자인산업연합회	(사)한국디자인산업연합회	(사)한국디자인산업연합회
비영리기관분야 최우수상	아름다운가게	아름다운가게	메타브레인
비영리기관분야 최우수상	성남산업진흥원	성남산업진흥원	성남산업진흥원
종교기관분야 최우수상	천주교 서울대교구	천주교 서울대교구	윤커뮤니케이션즈
공공서비스분야 최우수상	에코뱅크	국립생태원	국립생태원
공공서비스분야 최우수상	국민체육진흥공단 장애인스포츠강좌이용권	국민체육진흥공단	아이웍스인터렉티브
공공의료분야 최우수상	서울시 장애인 커뮤니티케어 AI 네비게이션 시스템	서울특별시 건강증진과	카이아이컴퍼니

문화/레포츠 부문			
여행/관광분야 최우수상	가로림만 해양정원	충남도청	내가그린기린그림
여행/관광분야 최우수상	경북나드리	경상북도문화관광공사	경상북도문화관광공사
호텔/리조트분야 최우수상	기억의 사원	기억의 사원	오감소프트
호텔/리조트분야 최우수상	제주드림타워	롯데관광개발	팬타브리드
문화/예술분야 최우수상	아트링커	아트링커	위즈컨
문화/예술분야 최우수상	한국미술시장정보시스템	예술경영지원센터	케이디엘
레저/스포츠분야 최우수상	HMG 드라이빙 익스피리언스	현대자동차 상품본부	이지미디어
전시관분야 최우수상	서울시립과학관	서울시립과학관	서울시립과학관
문화분야 최우수상	유민문화재단	유민문화재단	조인스중앙
문화분야 최우수상	한국문학번역원	한국문학번역원	위드시스템
문화분야 최우수상	천안와락 홈페이지	충청남도경제진흥원	써밋디자인
프로모션 부문			
기업프로모션분야 최우수상	글로벌영상프로젝트_#FromMeToYou	한국어도비	이든앤엘리스마케팅
식품프로모션분야 최우수상	오뚜기 베이커리 피슈또핫 캠페인	오뚜기	이너스커뮤니티
제품프로모션분야 최우수상	㈜한국인삼공사	KGC인삼공사	팬타클
제품프로모션분야 최우수상	원스토어배 바람능력고사	원스토어	원스토어
브랜드프로모션분야 최우수상	로얄캐닌 코리아 (Start Of Life 캠	로얄캐닌 코리아	이든앤엘리스마케팅
브랜드프로모션분야 최우수상	2020 오뚜기 쇠고기 미역국라면 캠페인	오뚜기	이너스커뮤니티
이벤트프로모션분야 최우수상	2020 오뚜기 컵밥 캠페인	오뚜기	이너스커뮤니티
이벤트프로모션분야 최우수상	뮈이드 신타토익 입금프로모션	뮈이드	팬타클
공공프로모션분야 최우수상	DB손해보험 가족사랑 캠페인	DB손해보험	DB손해보험
서비스프로모션분야 최우수상	유니티스퀘어	유니티테크놀로지스코리아	지엔엠퍼포먼스
서비스프로모션분야 최우수상	LG U+갤럭시S20 구글렌즈 AR 포스터	LG유플러스	팬타클
고객서비스 부문			
글로벌서비스분야 최우수상	인텔렉추얼데이터	인텔렉추얼데이터주식회사	유엘디자인
글로벌서비스분야 최우수상	비상교육	비상교육	비상교육
글로벌브랜드분야 최우수상	하나금융티아이 글로벌금융솔루션	하나금융 TI	그룹아이디디
회원서비스분야 최우수상	이지웰 사이트리뉴얼 프로젝트	이지웰	제오젠
회원서비스분야 최우수상	지평 소통찻라인	법무법인(유) 지평	한봄스튜디오
회원서비스분야 최우수상	국가과학기술인력개발원	국가과학기술인력개발원	웹브라이트

교육서비스 부문			
교육서비스분야 최우수상	한양사이버대학교 대학원 입학지원센터	한양사이버대학교	싸이웍스
교육서비스분야 최우수상	포항공과대학교 입학팀	포항공과대학교 입학팀	메타브레인
사회공헌분야 최우수상	일주학술문화재단	티시스	티시스
사회공헌분야 최우수상	천만장학회	천만장학회	내가그린기린그림
사회복지분야 최우수상	서울시여성가족재단	서울시여성가족재단	서울시여성가족재단
웹진분야 최우수상	한국산업기술시험원 웹진	한국산업기술시험원	홍커뮤니케이션즈
웹진분야 최우수상	한국건강가정진흥원 웹툰	한국건강가정진흥원	아이웍스인터렉티브
웹진분야 최우수상	한국전자통신연구원 웹진	한국전자통신연구원	홍커뮤니케이션즈
기업인재채용분야 최우수상	스마일게이트 바로셀로나	스마일게이트 메가랩	라드씨엔에스
교육 부문			
대학분야 최우수상	진주교육대학교	진주교육대학교	아리모아
대학분야 최우수상	백석예술대학교	백석예술대학교	케이투웹테크
대학분야 최우수상	명지대학교 대표 홈페이지	명지대학교	케이투웹테크
대학분야 우수상	공주대학교	공주대학교	메이아이
대학분야 우수상	협성대학교	협성대학교	케이투웹테크
사이버대학분야 최우수상	한양사이버대학교 대학원	한양사이버대학교	싸이웍스
학생교육분야 최우수상	아라온스쿨	인투에듀	위트플러스
전문교육분야 최우수상	에듀윌 지식인 공인중개사	에듀윌	에듀윌
전문교육분야 최우수상	올림피아드교육	올림피아드교육	메타브레인
전문교육분야 최우수상	한국기술교육대학교 KHFACTORY 홈페이지	한국기술교육대학교	써밋디자인
모바일앱 마케팅 부문			
생명보험분야 최우수상	미래에셋생명 온라인보험	미래에셋생명	네티브
쇼핑분야 최우수상	삼분의일	삼분의일	픽스다인 웨이메이커
쇼핑분야 최우수상	대한민국 대표 인터넷 서점 예스24	YES24	YES24
마케팅분야 최우수상	오뚜기 진비빔면 런칭 캠페인	오뚜기	이너스커뮤니티
마케팅분야 최우수상	엘지유플러스 베스트 오브 구글 5G 프로모션 캠페인	LG유플러스	팬타클
마케팅분야 최우수상	DB손해보험 가족사랑 캠페인	DB손해보험	DB손해보험
모바일앱 서비스 부문			
정보서비스분야 최우수상	사람인	사람인HR	사람인HR
교육분야 최우수상	강상무의 4시 어도비 라이브클래스	한국어도비	이든앤엘리스마케팅
여행/관광분야 최우수상	신라트립	호텔신라	픽스다인 웨이메이커

사단법인 한국인터넷전문가협회 아이어워즈위원회
(06093) 서울특별시 강남구 선릉로 636 키스톤빌딩 2층 | www.kipfa.or.kr | i-award.or.kr
i-AWARDS 아이어워즈 코리아 시상식
kipfa (사)한국인터넷전문가협회