

## 자기치유 및 온도제어 캡슐을 적용한 자동차 크래쉬패드 개발

곽성복\*, 이재용, 김승호, 황광순<sup>1</sup>, 김택민<sup>1</sup>, 전승호<sup>2</sup>,  
박 종<sup>2</sup>, 고원건<sup>3</sup>, 박상필<sup>3</sup>, 이평찬<sup>4</sup>

덕양산업(주); <sup>1</sup>강남화성; <sup>2</sup>폴리사이언텍;

<sup>3</sup>연세대학교; <sup>4</sup>자동차부품연구원

(sbkwak@lycos.co.kr\*)

최근 자동차는 물론 휴대폰, TV, 의류 등 거의 전 산업에 걸쳐 새로운 메가트렌드로 자리잡은 것이 있다면 '감성 마케팅'을 들 수 있다. 감성 마케팅은 눈에 보이지 않는 감성이나 취향을 눈에 보이는 색채나 형태, 소재로 형상화하거나 인간의 감각이나 감성에 호소하는 마케팅을 말하는데, 결국 감성 마케팅의 특징은 소비자들을 자극하여 무의식적 반응을 이끌어 내고 이를 매출증대로 연결한다는 데 있는 것이다. 이를 실현하기 위해 본 연구에서는 자동차 내장재, 보다 구체적으로 내장재 skin층의 표면감성을 향상시킬 수 있는 스크래치 자기치유성(scratch self-healing) 캡슐 및 온도제어 나노캡슐 함유 PU(Polyurethane) 소재를 적용하여 제품 개발을 진행하고자 한다.