

과를 합니다. 정말 놀라워요.”

“이제 다른 기업에서도 디자인 팀과 부서를 꾸리고 있습니다. 해외에서 레미안을 모방하기 위해 엔지니어를 보내는 일도 있죠. 정말 기쁜 일입니다. 레미안은 제게 가장 자랑스러운 결

김승민 전 팀장도 이렇게 덧붙였다.

랑스립쥬”라고 말했다.

이돈태 전 사장은 “사물을 둘러보면 레미안의 압도적인 모습에 놀랄 때가 많습니다. 정말 자 다. 텐저린이 6년이 넘는 시간 동안 레미안 프로젝트에 제공한 디자인 역량에 대해 텐저린의 의 세련미의 대명사로 자리 잡았다. 심지어 레미안 스타일을 표방한 갤러리가 등장하기도 했 레미안은 지금까지도 최고의 브랜드 자리를 지키고 있으며 ‘레미안’은 한국 아파트 브랜드

지 않았죠”라고 당시를 설명했다.

습니다. 우리는 매년 1만 채가 넘는 아파트를 건설했습니다. 1등이 되는 데 오랜 시간이 걸리 안은 원년도 지나지 않아 디자인상을 받기 시작했고, 곧 모든 사람이 원하는 브랜드가 되었 심한 부분까지 주의를 기울인 덕분에 레미안은 더욱 주목을 받았습니다. 김승민 전 팀장은 “레미 텐저린이 상장하던 모든 것을 현재 아파트에 반영한 것은 아니지만 그들이 프로젝트의 세

필요하다고 덧붙였다.

한 역할을 했다고 기억한다. 그는 국제적인 감각과 자신감, 자부심을 심어주려면 그런 경향이 은 인하우스 디자인 팀이 런던의 좋은 예들을 직접 경험한 것은 이 프로젝트에서 정말 중요 에서 주영은 지사장은 영국 런던의 프리미엄 아파트들의 모습을 보여주었다. 김승민 전 팀장 디자인 정신을 구체화하기 시작하면서 김승민 전 팀장과 동료들은 런던으로 향했다. 그곳

로 도배되어 있었지요”라고 회고했다.

리가 처음 프로젝트를 시작할 무렵에는 벽에서부터 천장, 관장까지 몽땅 플라스틱 리플터일 드는 그 작업에 대해 “대조적인 색감을 사용해 아파트를 보다 생생하고 밝게 만들었습니다. 우 텐저린은 디자인 철학을 전동 스위치에서 콘센트, 커피의 색감, 조경에까지 적용했다. 라운

까지도 하기 위해 개선할 수 있는 부분들을 찾아냈습니다.”

“레미안 아파트는 프리미엄 시장을 겨냥했습니다. 우리는 사람들이 주거 가치의 당위성을 느

제화했다.

점과 연결된 것을 반영해야 한다는 것이 텐저린의 믿음이었다. 주영은 지사장은 이 원칙을 구 원칙에 기반을 두고 있었고, 현대적인 한국의 모습은 과거가 현재와 연결되고 공통점이 차이 이러한 디자인 정신은 현대적이면서도 변화하지 않는 가치를 지닌 유산을 창조해야 한다는

를’ 등의 중요한 전라이 포함되어 있습니다”라고 덧붙였다.

파 디자인 정신을 개발했고 여기에는 ‘현대적인 유산’, ‘풍부한 감각적 요소’, ‘인간을 위한 기 주를했습니다. 문화, 자연, 통찰력이지요. 그 세 가지 요소에서 ‘미려의 유산’이라는 디자인 철학 주영은 지사장은 “우리는 삼성 브랜드의 중심 가치를 해체해 가장 중요한 세 가지 요소를

리아 디자인에 적용했습니다”라고 프로젝트를 설명했다.

대적인 스타일로 주목했고 한국 도자기의 반짝이는 마진이나 생생한 색깔 같은 특징을 인테 러온드는 “삼성물산 임원들과 워크숍을 열어 논의를 계속했습니다. 우리 한옥 기와의 선을 현

린 사물 사무소 지사장은 이돈태 전 사장을 도와 레미안의 디자인 정신에 생명을 불어넣었다.

김승민, 삼성물산 전 디자인 팀장

“원년도 지나지 않아 디자인상을 받기 시작했고

문 모든 사람이 원하는 브랜드가 되었습니다.

우리는 매년 1만 채가 넘는 아파트를 건설했습니다.

1등이 되는 데 오랜 시간이 걸리지 않았죠.”

Human Tech

Eloquent simplicity of forms.
Functional clarity.
Permeable and capable technology.
Alive and responsive objects that give clear feedback.

Sensual Richness

Changing textures & materials that engage the senses.
Maximizing the use of genuine natural materials.
Warmth & protection.
Warm tones of colour.

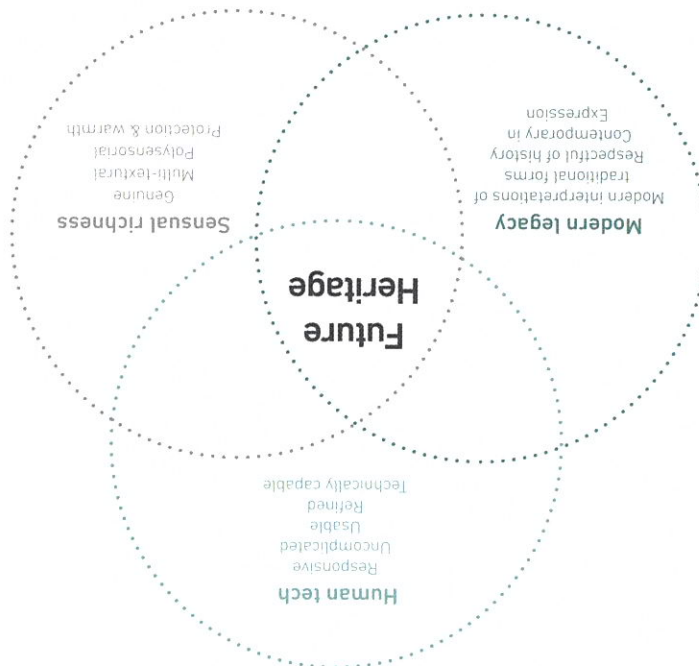
디자인들이 디자인 정신을 해석하
는 데 도움을 준 공간 디자인 테마가 이
것들을 위한 유닛이다

Modern Legacy

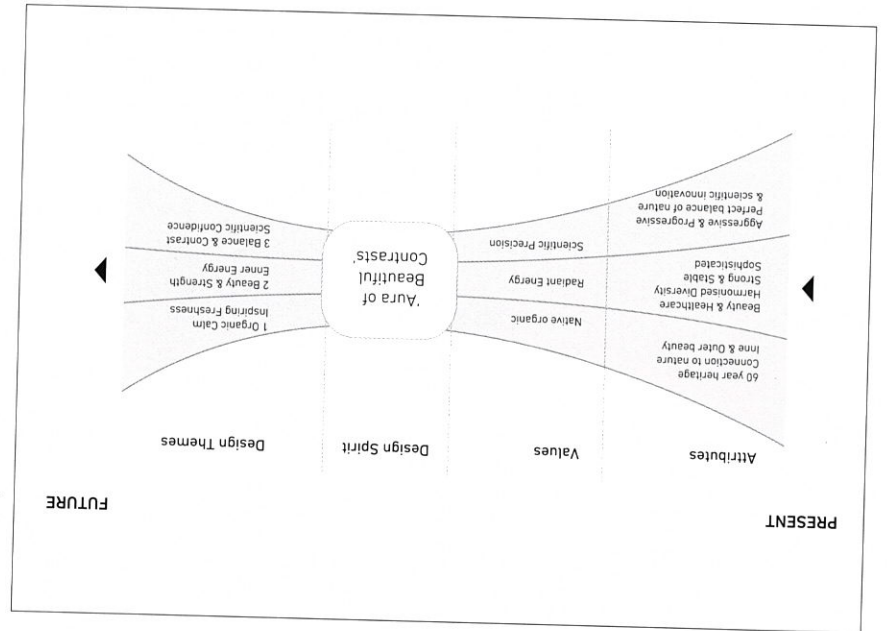
Contemporary interpretations of traditional forms.
Fluidity between spaces.
Thin lines possible thanks to space and another.
Crisp precise lines.
Clean fluid lines.



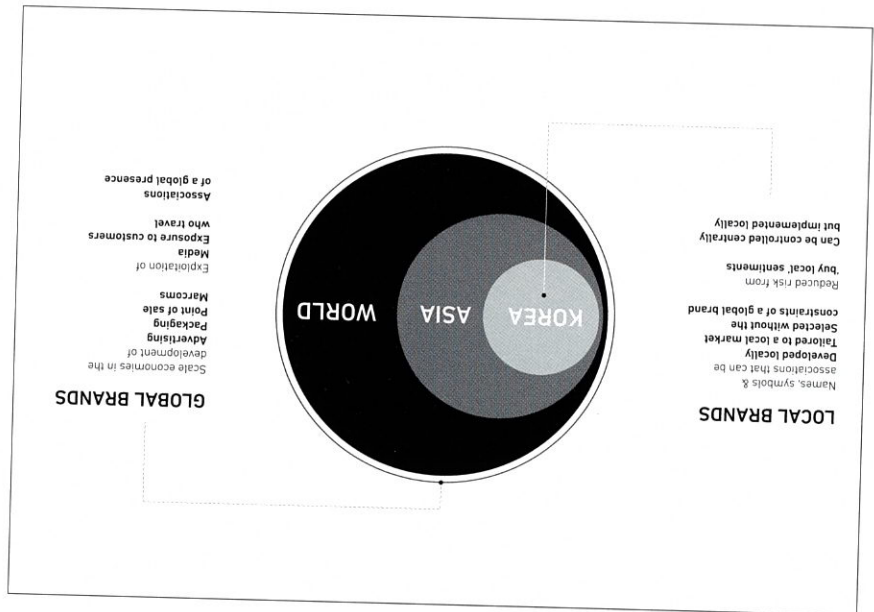
Design Spirit



현대적인 공간, 풍부한 감각적
요소, 그리고 디자인 정신의
이 세 가지가 디자인 철학의
핵심 요소로 작용할
수 있을 것입니다.



초기 작업은 비즈니스의 특성과 중
심 가치를 정의하고 설명하는 데 집
중했다. 이 과정은 브랜드의 모든 점
점에 일관성을 유지하기 위한 디자인
정신을 창조하는 데 도움을 주었다.



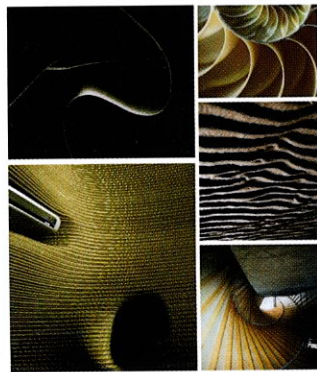
이 도표는 아모레퍼시픽이 지역
에서 세계적인 브랜드로 성장하는 과
정에서 중요한 전략적 문제를 이해
하도록 도움을 주기 위해 만들었다.

또 쓰면서 친밀히 좋아하니까 아이디어를 그려냈습니다"라고 그때의 일을 회상했다.
과거 동백꽃과 녹차로 만든 약용 제품 및 화장품 등을 판매하던 작은 상점에서 아모레퍼시
픽이 탄생했고, 이후 '동백꽃'과 '녹차'는 아모레퍼시픽의 역사를 대표하는 중요한 모티브가
되었다. 베어드는 이 단어들에 디자인적 형태를 부여하기 시작했고 여러 상징적 심벌이 베어
드의 스케치 속에서 만개했다. 녹차 잎으로 윤곽을 만들고 동백꽃과 하트로 채운 동그란 심벌
은 세계인의 이목을 집중시킨 준비를 하고 있었다.
베어드는 아모레퍼시픽의 로고를 이렇게 설명한다.
"모티브의 각 요소를 사용할 방법을 찾으려고 며칠을 고심했습니다. 로고를 세분화하고 한
쪽으로 흘러가지 않도록 고안해 다양한 시나리오에서 사용할 수 있도록 만들었지요."

Native origins

Natural Calm

Native organics
Undulating surfaces
Irregularity
Rough & smooth
Shimmering surfaces
Natural beauty
Fluid & flowing
Organic forms



Inspiring freshness

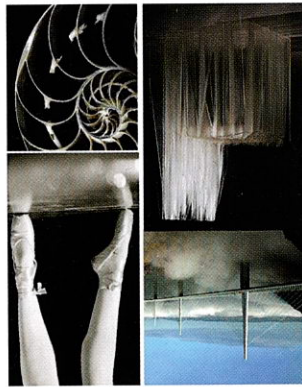
Native organics
Lightness
Brightness
Small detailing
Youthfulness
Clean
Revealing
Translucence



Radiant energy

Beauty & strength

Radiant energy
Control
Elegance
Tight
Cocoon
Protection



Inner Energy

Radiant energy
Glow from within
Breathing
Dynamic forms
Confidence
Vision
Alive
Renewal



Scientific precision

Balance & Contrast

Scientific precision
Science & Nature
Rough & smooth
Strength & sensitivity
Controlled fluidity
The art of science



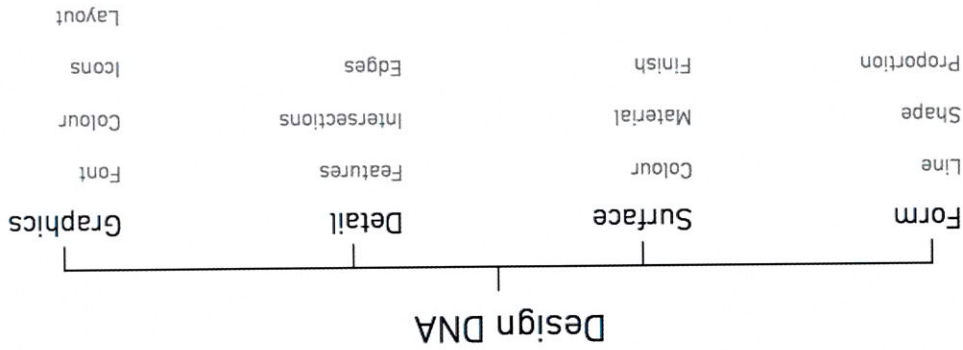
Scientific Confidence

Scientific precision

Ice cool
Controlled
Precision
Clear & concise
Evidence
Measured & considered



이모레퍼서픽과 연구 및 실용 논의를 통해 정립한 여섯 가지 디자인 테마 가이드.
문수 요소를 요약하고 표현해서 키워드와 상상력을 개발했다.



디자인 DNA 요소, 화웨이의 네트워킹 터미널 제품군을 위한 일관성 있는 디자인 언어 개발 및 가이드

메트 라운드

“화웨이는 판로 확대를 위한 시장을 찾고 있었습니까. 우리는 물건을 판매하려면 그 시장의 공화를 이해해야 한다고 조언했습니다. 그곳 소비자를 자극할 만한 것을 찾아야 하기 때문입니다.”

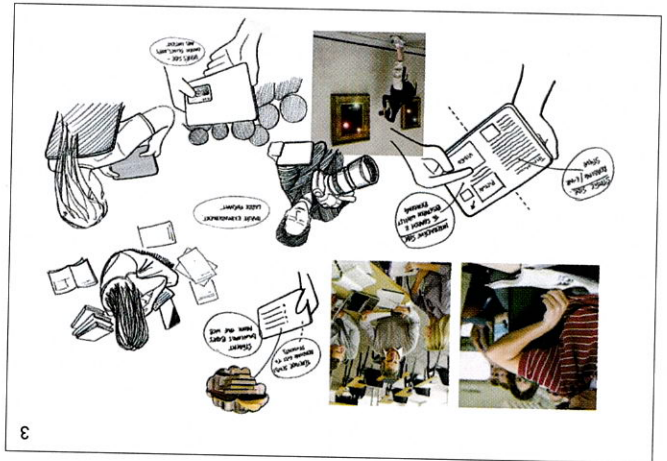
“첫 번째 프로젝트부터 텐저린의 디자이너들은 꽤나 영리했습니다. 그들은 디자인 언어를 만들었는데 그것은 극단적인 것이 아니라 균형 잡힌 해결책이었습니다.” 또한 텐저린은 화웨이 임원들에게 전 세계의 시장 정보를 수집해 소비자의 기호를 분석하는 일이 얼마나 중요한지 설명했다. 이는 디자인을 위한 구조적(면적도 전략적인 접근 방식)의 가치를 강조하기 위해서였다. 메트 라운드는 “우리는 화웨이의 내부 디자인 팀을 교육하고 그들의 시각을 넓혀달라는 요청을 받았습시다. 그것은 좋은 디자인이 디자이너에게 전략적으로 어떤 도움이 되는지 알려줄 기회였습니다”라고 말했다. “반시에는 ‘라운드’는 새내기 디자이너들에게 매우 친절했고 모든 것을 우호적으로 공유했습니다. 도움이 될만한 상황이라 저는 그의 화석탄화한 대화 자세가 좋았습니다. 휴대전화 사업은 매우 빠르게 진행되고 위험부담이 큼니다. 우리는 리스크를 관리할 필요가 있었습니다. 다”라며 당시를 회상했다.

새로운 디자인적 사고로 만든 제품 중 하나는 화웨이가 설계한 C7100 모델이었다. 중국 시장을 공략하기 위해 개발한 이 모델은 2008년 론칭 이후 3개월 동안 30만 대 이상을 판매했다. 무엇보다 중요한 것은 텐저린이 화웨이 제품의 외양과 느낌에 조응한 변화를 일으켰다는 점이었다. 화웨이는 “디자인이 전보다 훨씬 심플해졌습니다. 콘은 전에 전보다 적은 디자인 요소들로 구성되어 있었죠. 필요없는 세부 장식은 모두 생략했습니다”라고 디자인을 설명했다.

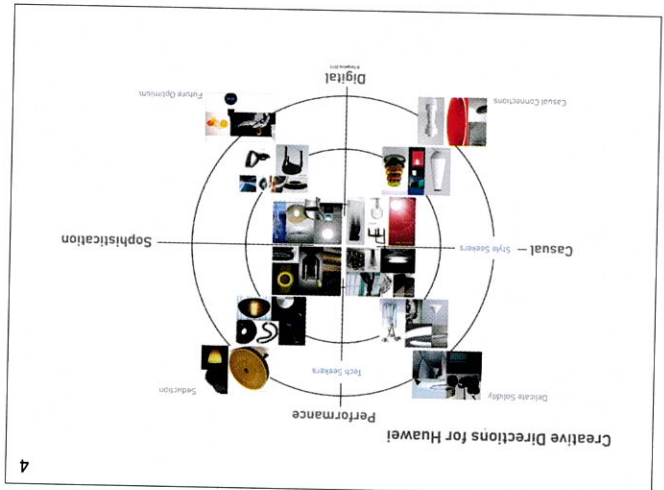
텐저린은 화웨이를 통해 화웨이가 세계적으로 인정받을 수 있는 ‘디자인 언어’를 개발했다. 화웨이는 “제 디자인은 중국과 영국이 만나는 접점이라고 생각합니다. 제가 유럽인의 선를 한 미적 감각도 알지만 중국인이 복잡한 형태를 원하는 이유도 알고 있기 때문이죠. 제 디자인은 철저하게 유럽 스타일도 아니고 또 완전히 중국식도 아닙니다”라고 말했다.

이제 디자인은 제품의 외형에 지나지 않던 과거에서 벗어나 화웨이가 추구하는 국제화의 핵심 전략이 되었다. 현재 화웨이는 중국뿐 아니라 영국, 일본, 미국 등 전 세계에 디자인 센터를 거느린 세계 최대 규모의 디자인 팀을 운영하고 있다. 이러한 변화에 대해 반시에는 다음과 같이 말한다.

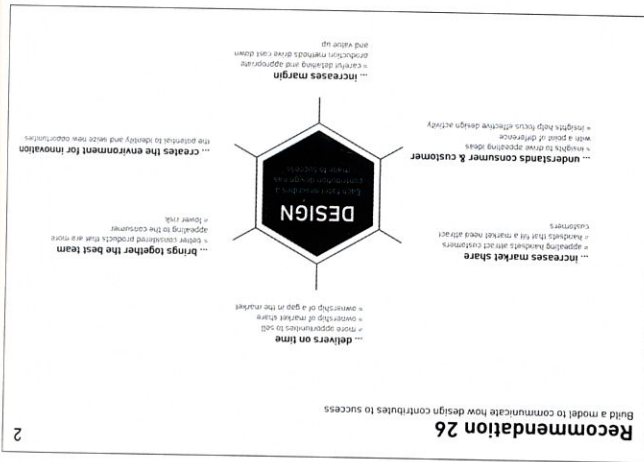
“텐저린 덕분에 화웨이가 많은 것을 배웠습니다.”



8



4

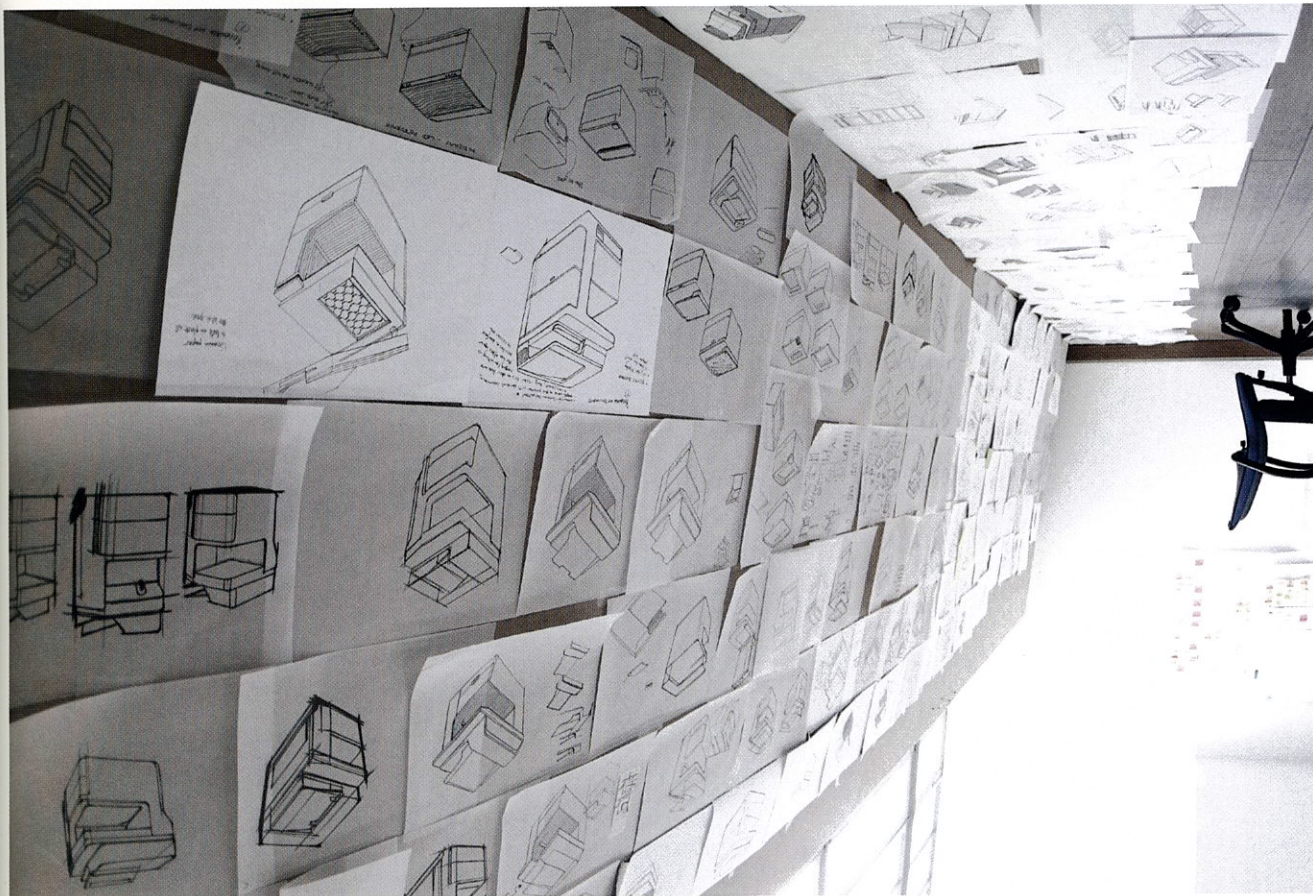


Recommendation 26

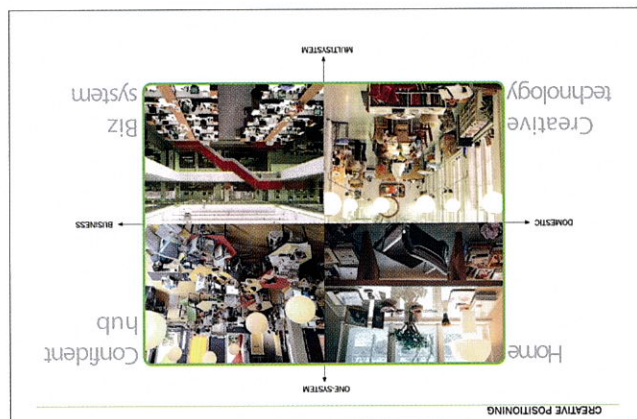
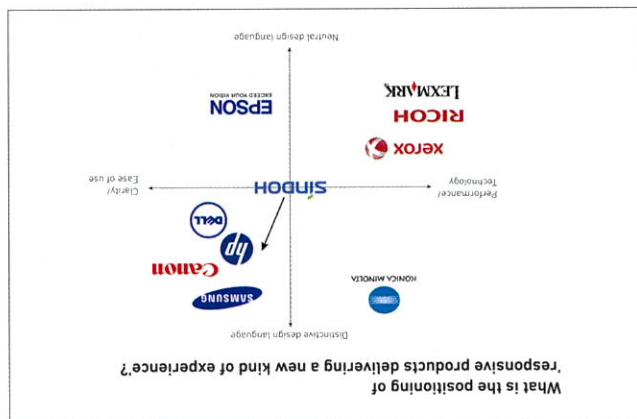


1

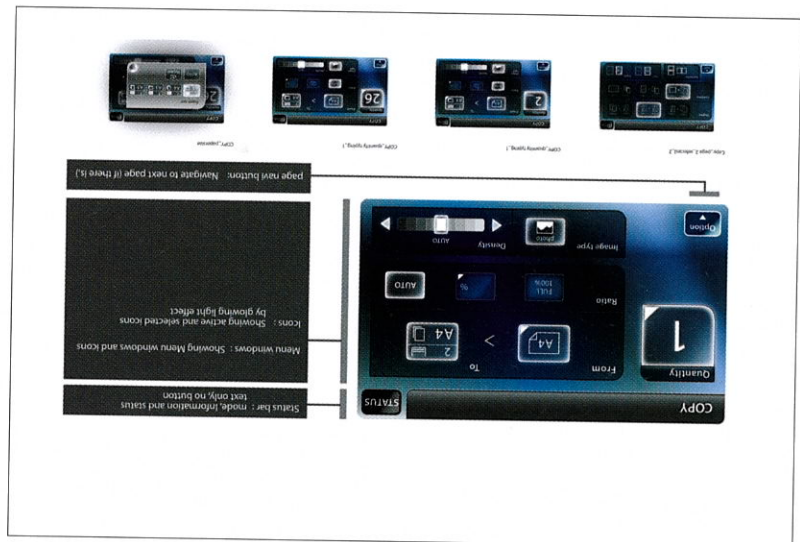
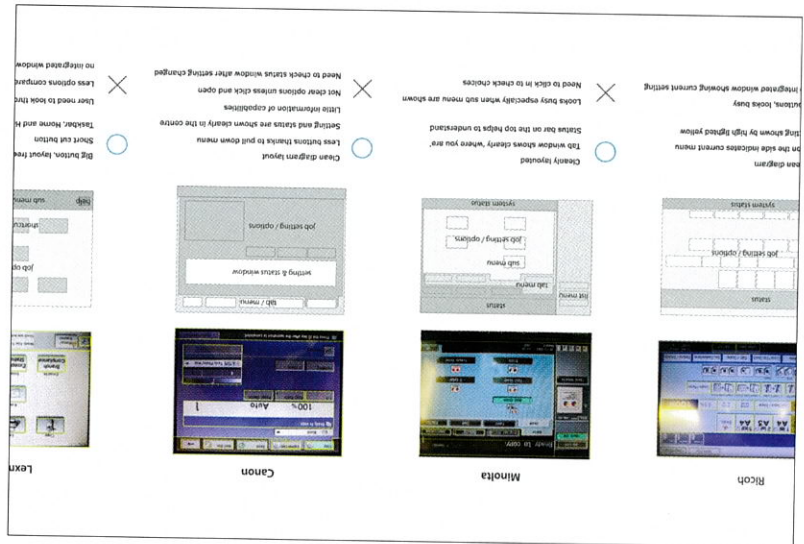
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100. 101. 102. 103. 104. 105. 106. 107. 108. 109. 110. 111. 112. 113. 114. 115. 116. 117. 118. 119. 120. 121. 122. 123. 124. 125. 126. 127. 128. 129. 130. 131. 132. 133. 134. 135. 136. 137. 138. 139. 140. 141. 142. 143. 144. 145. 146. 147. 148. 149. 150. 151. 152. 153. 154. 155. 156. 157. 158. 159. 160. 161. 162. 163. 164. 165. 166. 167. 168. 169. 170. 171. 172. 173. 174. 175. 176. 177. 178. 179. 180. 181. 182. 183. 184. 185. 186. 187. 188. 189. 190. 191. 192. 193. 194. 195. 196. 197. 198. 199. 200. 201. 202. 203. 204. 205. 206. 207. 208. 209. 210. 211. 212. 213. 214. 215. 216. 217. 218. 219. 220. 221. 222. 223. 224. 225. 226. 227. 228. 229. 230. 231. 232. 233. 234. 235. 236. 237. 238. 239. 240. 241. 242. 243. 244. 245. 246. 247. 248. 249. 250. 251. 252. 253. 254. 255. 256. 257. 258. 259. 260. 261. 262. 263. 264. 265. 266. 267. 268. 269. 270. 271. 272. 273. 274. 275. 276. 277. 278. 279. 280. 281. 282. 283. 284. 285. 286. 287. 288. 289. 290. 291. 292. 293. 294. 295. 296. 297. 298. 299. 300. 301. 302. 303. 304. 305. 306. 307. 308. 309. 310. 311. 312. 313. 314. 315. 316. 317. 318. 319. 320. 321. 322. 323. 324. 325. 326. 327. 328. 329. 330. 331. 332. 333. 334. 335. 336. 337. 338. 339. 340. 341. 342. 343. 344. 345. 346. 347. 348. 349. 350. 351. 352. 353. 354. 355. 356. 357. 358. 359. 360. 361. 362. 363. 364. 365. 366. 367. 368. 369. 370. 371. 372. 373. 374. 375. 376. 377. 378. 379. 380. 381. 382. 383. 384. 385. 386. 387. 388. 389. 390. 391. 392. 393. 394. 395. 396. 397. 398. 399. 400. 401. 402. 403. 404. 405. 406. 407. 408. 409. 410. 411. 412. 413. 414. 415. 416. 417. 418. 419. 420. 421. 422. 423. 424. 425. 426. 427. 428. 429. 430. 431. 432. 433. 434. 435. 436. 437. 438. 439. 440. 441. 442. 443. 444. 445. 446. 447. 448. 449. 450. 451. 452. 453. 454. 455. 456. 457. 458. 459. 460. 461. 462. 463. 464. 465. 466. 467. 468. 469. 470. 471. 472. 473. 474. 475. 476. 477. 478. 479. 480. 481. 482. 483. 484. 485. 486. 487. 488. 489. 490. 491. 492. 493. 494. 495. 496. 497. 498. 499. 500. 501. 502. 503. 504. 505. 506. 507. 508. 509. 510. 511. 512. 513. 514. 515. 516. 517. 518. 519. 520. 521. 522. 523. 524. 525. 526. 527. 528. 529. 530. 531. 532. 533. 534. 535. 536. 537. 538. 539. 540. 541. 542. 543. 544. 545. 546. 547. 548. 549. 550. 551. 552. 553. 554. 555. 556. 557. 558. 559. 560. 561. 562. 563. 564. 565. 566. 567. 568. 569. 570. 571. 572. 573. 574. 575. 576. 577. 578. 579. 580. 581. 582. 583. 584. 585. 586. 587. 588. 589. 590. 591. 592. 593. 594. 595. 596. 597. 598. 599. 600. 601. 602. 603. 604. 605. 606. 607. 608. 609. 610. 611. 612. 613. 614. 615. 616. 617. 618. 619. 620. 621. 622. 623. 624. 625. 626. 627. 628. 629. 630. 631. 632. 633. 634. 635. 636. 637. 638. 639. 640. 641. 642. 643. 644. 645. 646. 647. 648. 649. 650. 651. 652. 653. 654. 655. 656. 657. 658. 659. 660. 661. 662. 663. 664. 665. 666. 667. 668. 669. 670. 671. 672. 673. 674. 675. 676. 677. 678. 679. 680. 681. 682. 683. 684. 685. 686. 687. 688. 689. 690. 691. 692. 693. 694. 695. 696. 697. 698. 699. 700. 701. 702. 703. 704. 705. 706. 707. 708. 709. 710. 711. 712. 713. 714. 715. 716. 717. 718. 719. 720. 721. 722. 723. 724. 725. 726. 727. 728. 729. 730. 731. 732. 733. 734. 735. 736. 737. 738. 739. 740. 741. 742. 743. 744. 745. 746. 747. 748. 749. 750. 751. 752. 753. 754. 755. 756. 757. 758. 759. 760. 761. 762. 763. 764. 765. 766. 767. 768. 769. 770. 771. 772. 773. 774. 775. 776. 777. 778. 779. 780. 781. 782. 783. 784. 785. 786. 787. 788. 789. 790. 791. 792. 793. 794. 795. 796. 797. 798. 799. 800. 801. 802. 803. 804. 805. 806. 807. 808. 809. 810. 811. 812. 813. 814. 815. 816. 817. 818. 819. 820. 821. 822. 823. 824. 825. 826. 827. 828. 829. 830. 831. 832. 833. 834. 835. 836. 837. 838. 839. 840.



새로운 복합기를 위한 초기 아이디어 스케치



Sindoh의 디자인 언어와 브랜드 포지셔닝을 연구한 포지셔닝 맵



복합기의 GUI 개발 초기 단계

사용자 행동에 관한 연구와 분석

