

# SM C&C LETTER

2022.10 | No.156

## 이/번/달 즐/거/리

**COVER STORY** | “엄마, 아빠가 일하는 광야에 놀러왔어요!”

SM C&C 첫 패밀리데이 현장 다녀왔SM

**광고 사업** | 심쿵유발 아기동물들과 절친 되는 법! SK하이닉스의 ‘절친환경기술’

**STUDIO** | 4년 만에 완전체! 레드벨벳의 우정-Up 제주 여행기 <레벨업 프로젝트 시즌5>

**매니지먼트** | 동업神은 오늘도 색(色)다른 선을 만들고 있는 중!

**여행 사업** | “Good to see NCT DREAM again!” 콘서트 보러 날아온 해외 팬들 썬 후기.zip

**SM PICK** | [헤이폴 선정 이달의 앱] AI 투자 솔루션을 제공하는 자산관리 앱

[요즘 왜 인기래?] CB팀의 트렌드 PICK ‘셀프 스튜디오’ 편

**SM INSIDE** | SM C&C 구성원의 크리에이티브 영감이 되어줄 제우스 작품 구경해봤SM

## COVER STORY



### “엄마, 아빠가 일하는 광야에 놀러왔어요!” SM C&C 첫 패밀리데이 현장 다녀왔SM

지난 9월 24일 SM C&C 성수 사옥에서 아주 특별한 행사가 열렸습니다. 구성원들의 자녀, 부모님을 회사로 초청해 사옥 탐방과 서울숲 피크닉을 즐기는 ‘패밀리데이(Family Day)’가 처음으로 개최된 겁니다. 초청된 가족들은 자녀 혹은 부모의 근무환경과 직무를 가까이서 이해하고 체험할 수 있는 기회를 얻었고 임직원들은 소속감과 자긍심을 높이는 계기가 되었죠. 첫 패밀리데이 현장을 따라가봤습니다.

[+ 자세히 보기](#)



## 심쿵유발 아기동물들과 절친 되는 법! SK하이닉스의 '절친환경기술'

글로벌 미래기술을 선도하는 SK하이닉스가 아기동물들의 귀염뽀짝한 모습을 전격 공개했습니다. 더 나은 환경을 만들기 위한 SK하이닉스의 첨단 기술을 소개한 것인데요. 보기만 해도 심쿵하는 귀여운 동물들과 함께 살아가기 위해 노력하는 SK하이닉스의 친환경 가치를 담았습니다. BBC 등 해외 에이전시와의 협업으로 어렵게 공수한 세계 각지의 지구 생명들의 모습은 뽀너스니까 놓치지 마세요!

[+ 자세히 보기](#)

### « SM On Air »



SK브로드밴드  
'가보자고! B다샵' 캠페인



SK브로드밴드  
'요가결' 캠페인



FLO  
'들템' 캠페인



## 4년 만에 완전체! 레드벨벳의 우정-Up 제주 여행기 <레벨업 프로젝트 시즌5>

4년 만에 완전체로 돌아온 레드벨벳이 Level Up 출발선에 섰습니다. 올해 마지막 날까지 꼭 100일이 남은 9월 23일, 당신의 인생을 LEVEL UP 시켜준다는 콘셉트로 시작된 레드벨벳의 단독 리얼리티 <레벨업 프로젝트>의 새로운 이야기가 환상의 섬 제주도에서 시작됐습니다. 태국 파타야, 대한민국 남도, 유럽과 서울을 거쳐 제주도로 떠난 다섯 멤버들의 우정 여행기를 함께 보시죠!

[+ 자세히 보기](#)



## 동업神은 오늘도 색(色)다른 선을 만들고 있는 중!

대한민국 방송 역사상 '선'을 자유자재로 넘나드는 연예인을 꼽으라고 한다면 단연컨대 모두 입을 모아 신동업을 말할 것입니다. 타의 추종을 불허하는 능청스러운 입담과 방송 센스로 시청자들을 쥐락펴락하며 연에게 최전방 터줏대감으로 자리잡았는데요. 토크쇼부터 연애, 콩트까지 분야를 막론하고 프로그램을 본인과 어우러지게 만드는 신동업. 그동안 쌓아온 그만의 색(色)다른 매력을 소개합니다.

[+ 자세히 보기](#)

# TRAVEL



## “Good to see NCT DREAM again!” 콘서트 보러 날아온 해외 팬들 찐 후기.zip

지난 9월 NCT DREAM의 두 번째 단독 콘서트가 열렸습니다. 8일과 9일 양일간 올림픽 주경기장에서 개최된 이 콘서트에는 해외 핑크블러드(PINKBLOOD)들이 글로벌패키지를 구매해 참석했는데요. 글로벌패키지 고객을 대상으로 열린 후기 콘테스트를 통해 스웨덴, 브라질, 일본, 중국 등 세계 각지에서 온 많은 팬들이 후일담을 전했습니다. 콘서트 열기가 그대로 담긴 생생한 목소리를 들어봤습니다.

[+자세히 보기](#)

# SM PICK

## [헤이폴 선정 이달의 앱] AI 투자 솔루션을 제공하는 자산관리 앱

금리 변동성이 커지면서 '한 방'보다는 안정적인 수익에 관심이 높아지고 있습니다. 특히 국내 주식과 코인으로 투자에 첫발을 들인 MZ세대의 태세 전환이 눈에 띄는데요. 이들의 투자 성향을 예측이라도 한 듯 나타난 시장이 있습니다. 안정적인 투자 성과가 장점으로 꼽히는 로보 어드바이저 핀테크입니다. 그중 MZ세대의 선택을 받으며 관리자산 1조원을 돌파한 핀테크 앱 '파운트'에 대해 알아봅니다.

[+자세히 보기](#)



## [요즘 왜 인기래?] CB팀의 트렌드 PICK '셀프 스튜디오' 편

10여년 전 유행했던 추억의 스티커 사진 자판기가 사라지고 셀프 사진 부스가 그 자리를 대신 차지했습니다. '오늘 찍을 인생샷을 내일로 미루지 말라'는 사명 아래 셀프 사진 부스는 요즘 친구들의 필수코스가 됐는데요. 그 이유를 알기 위해 '셀프 스튜디오'에 SM C&C CB팀이 직접 다녀왔습니다! MZ세대들의 감성을 제대로 저격한 셀프 사진 부스만의 매력은 무엇일까요?

[+자세히 보기](#)

SM INSIDE

# ZEVS



제우스(ZEVS),  
역발상의 힘을  
보여주는 아티스트

## SM C&C 구성원의 크리에이티브 영감이 되어줄 제우스 작품 구경해봤SM

프랑스가 주목하는 아티스트 제우스(Zeus)의 작품들을 SM C&C 성수 사옥에서도 감상할 수 있게 되었습니다. 회사 내 갤러리를 운영하며 이른바 '문화복지'를 실천하는 회사들의 대열에 SM C&C도 합류하기로 한건데요. 직원들의 감각을 이끌어내고 창의력을 북돋기 위해 제우스의 새 작품들이 사옥 곳곳에 비치되었습니다. 구성원들의 크리에이티브 작업에 영감이 되어주고 있는 그의 작품을 만나봅니다.

[+자세히 보기](#)



## 이수근이 주는 미션, 김민아와 함께 하는 노래퀴즈, 서울숲 피크닉까지 함께 해요!

글. PR팀 김서연

지난 9월 24일 SM C&C 성수 사옥에서 아주 특별한 행사가 열렸습니다. **SM C&C 구성원들의 가족들을**  
**‘광야’로 초대**한 겁니다.

**SM C&C ‘패밀리데이(Family Day)’**는 가족 친화적 기업문화를 정착하기 위해 올해 처음 마련된 이벤트로, 구성원들의 가족을 회사로 초청해 하루를 함께 보내는 행사입니다. △사옥 탐방 △SM C&C 아티스트와 함께하는 레크리에이션 △서울숲 피크닉 등 크게 세 개의 프로그램으로 구성됐습니다. 초청된 가족들은 자녀 혹은 부모의 근무환경과 직무를 가까이서 이해하고 체험할 수 있는 기회를 얻었고 임직원들은 소속감과 자긍심을 높이는 계기가 되었죠.

이번 패밀리데이에는 19개월 아기부터 60대를 바라보고 계신 어머님까지 다양한 연령대의 가족들이 행사에 참여했습니다. 처음으로 열린 이 행사, 가족들의 웃음 소리 가득했던 SM C&C 초대 패밀리데이 행사 현장을 따라가봤습니다.

• • •

## Part 1. “광야로 들어가~! 엄마의 Homeground!” 사옥 탐방

“우리 엄마 아빠는 어디서, 어떻게 일할까?”

어렸을 적 다들 한번쯤 가져본 궁금증일텐데요. 자녀들의 궁금증을 해결해주기 위한 패밀리데이의 **첫 번째 프로그램이 바로 ‘사옥 탐방’**이었습니다. **SM엔터테인먼트 그룹의 성수 이전 소식은 전해질 때부터 화제를 모았는데요. 흔히 ‘광야’로 불리는 그 사옥**은 어떤 곳이었을까요? 사옥 1층에서 출입증을 받을 때부터 가족들의 얼굴은 설렘으로 가득했습니다. 특히 어린 자녀들은 1층에 설치된 대형 LED 화면에서 플레이 되는 SM엔터테인먼트 그룹 아티스트들의 뮤직비디오에서 눈을 떼지 못하는 모습이었습니다.



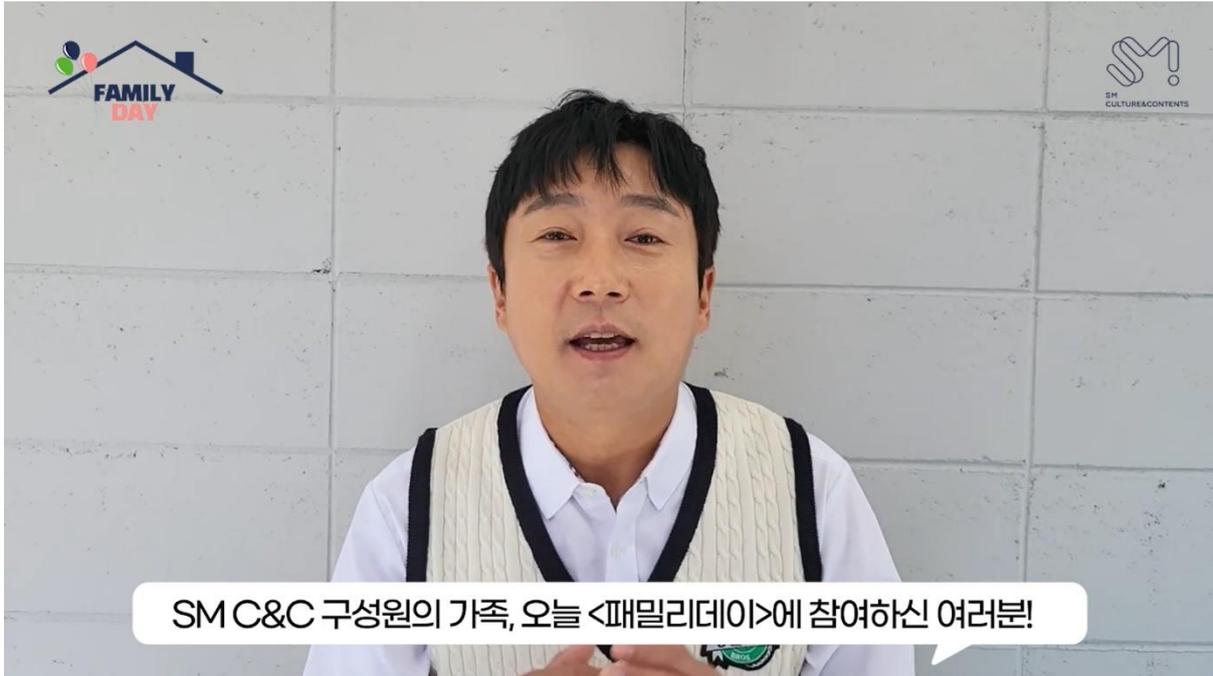
▲사옥 1층 대형 스크린 화면에서 플레이 되는 뮤직비디오를 보고 있는 가족들. 출처=SMC&C

출입증을 받은 가족들은 한층 분주해졌습니다. 이번 사옥 탐방에 특별한 미션이 있었기 때문인데요. **SM C&C** 소속 아티스트 이수근님이 영상 가이드를 통해 **3가지 미션을 제시하며 사옥을 처음 찾은 가족들이 보다 알차게 사옥을 탐방할 수 있도록 도왔습니다.** 미션을 수행하면서 사옥을 찾은 임직원 가족들은 보다 재미있게 회사 곳곳을 둘러볼 수 있었다고 하는데요. 세 가지 미션은 어떤 것이었는지 아래 영상에서 함께 확인해 볼까요?



▲배너 속 QR 코드로 미션을 확인하는 가족들. 출처=SM C&C





▲사옥 탐방 세 가지 미션. 출처=SM C&C

QR 코드로 미션을 확인한 가족들은 각각 12~14층에서 미션을 수행했습니다. **엄마·아빠·자녀가 일하는 자리 찾기**, 자리에서 인증샷 찍기, **엄마·아빠·자녀에게 이메일 보내기** 등 총 3가지 미션을 수행하며 SM C&C 가족들은 어떤 생각을 했을까요? 아마 우리 가족이 회사에 출근하면 어떻게 생활할지 상상하며 마음 속으로 응원하지 않았을까요?



▲사옥 곳곳을 탐방 중인 패밀리데이 최연소(19개월) 참가자. 출처=SM C&C





▲아빠, 엄마 자리에 앉아봤어요! 출처=SM C&C



▲사옥 탐방 미션을 수행 중인 가족들. 출처=SM C&C

미션을 수행하는 모습이 다들 제법 진지하죠? **엄마, 아빠, 아내, 남편, 딸에게 보낸 편지에는 말로만 듣던** 광야에서 일하는 아내를 부러워하는 남편, 새삼 훌쩍 자라서 사회인이 된 딸을 보며 흐뭇해하는 엄마, **아빠 곁에는 가족들이 있으니 힘내라는 아들까지!** 가족들의 사랑이 꼭꼭 담겨 있었습니다.

어리게만 여긴 슬기의 직장을 와 보니  
엄마가 잘 키우고 잘 커준 듯하여  
너무 감동이란다.  
앞으로도 행복한 직장에서 성장하는  
슬기가 되길 바란다.  
사랑하고 예뻐 봐줄!! 파이팅

-어머님이 딸(박슬기 구성원)에게 쓴 편지 중-

아빠, 항상 회사에서 일하시느라  
힘드시죠? 아빠의 곁에는  
저희 가족이 있어요! 앞으로도 많이  
힘내서 회사에서 열심히 하세요!  
화이팅! 아빠 사랑해요~

-아들 경현이가 아빠 (김민택 구성원)에게 쓴 편지 중-

우리집 든든한 버팀목인 언니,  
언니가 매일 출근하는 일터에 와보니까  
여러가지 생각들이 스치네  
하드하든 부족한 말이지만 고라워,  
사랑해 언니^^

-아내가 남편(신동훈 구성원)에게 쓰는 편지 중-

우리 가족을 위해 홀로 이곳에서  
치열하게 사랑을 보냈다고 생각하니  
우리 남편 기특하기도 하고 안쓰럽고  
고라워요. 우리 가족을 위해 항상  
애쓰는 당신을 존경합니다.

-아내가 남편(김경태 구성원)에게 쓰는 편지 중-

To. 광고사업Unit CV1팀 박슬기님

슬기야!

어리게만 여긴 슬기의 직장을 언니와 엄마가 함께 와 보니 엄마가 잘 키우고 잘 커 준 듯해 너무 감동이란다.  
중학생 같은 외모에 이 큰 회사의 일원이 되어 성장하는 모습을 보니 엄마로서는 큰 보람을 느낀다.  
앞으로도 행복한 직장에서 성장하는 슬기가 되길 바랄게.  
사랑하는 예쁜 딸! 파이팅! (엄마)

항상 어리게만 느꼈던 슬기야! 네가 일하는 곳에 와보니까 너무 대견하고 대단해보여!  
멋진 어른으로 큰 것 같아 새삼 너무 뽕클하네.

항상 응원할게! 파이팅! (언니)

From. 엄마, 언니



▲광고사업Unit 박슬기 구성원의 가족

To. 광고사업Unit TC1팀 신동훈님

우리집 든든한 버팀목인 여보에게  
 우선 오늘이 주말인데 우리 때문에 회사에 또 오게 된 여보에게 심심한 위로를 전해.  
 여보가 매일 출근해서 일하는 일터에 와보니까 여러가지 생각들이 스치네.  
 고맙다는 말은 해도 해도 부족한 말이지.  
 식상하지만 할게 ^^  
 우리 위해서 매일 애써줘서 고맙고  
 오늘의 이 특별한 이벤트가 여보에게도 인상깊게 남아서 회사에서 힘든 일상 보내는 와중에 떠올리면 조금이나마 힘이 되는 기억이었으면 해.  
 사랑해 여보 ^^

From. 아내



▲광고사업Unit 신동훈 구성원의 가족

To. 광고사업Unit CX3팀 김경태 부장님

나의 남편, 주원이의 아빠에게.  
나에겐 낯설고, 당신에겐 익숙한 공간에 와서 함께 시간을 보내니 기분이 새롭네요.  
예전엔 함께 근무하고, 야근하며 시간을 보냈는데  
이제는 우리 가족을 위해 홀로 이 곳에서 치열하게 시간을 보낸다고 생각하니  
우리 남편 기특하기도 하고 안스럽기도 하고 고맙기도 해요.  
평일에 주원이가 아빠 얼굴을 많이 보지 못해 속상한 마음이 있는데  
주원이가 아빠를 이해할 수 있는 좋은 기회가 될 것 같아서 참 좋네요.  
아빠, 주원이가 많이 사랑해요.  
아빠, 주원이가 많이 고마워요.  
오늘도 파이팅하세요! 우리 가족을 위해 항상 애쓰는 당신을 존경합니다.

From. 아내



▲광고사업Unit 김경태 구성원의 가족

To. 광고사업Unit TC1팀 김민택 팀장님

아빠에게.  
아빠 항상 회사에서 일을 하시느라 힘드시죠?  
괜찮아요~ 아빠의 곁에는 저희 가족이 있어요!  
아빠 앞으로 많이 힘내서 회사에서 열심히 하세요! 화이팅!  
아빠 사랑해요~♥  
아들 김경현 드림

From. 아들



▲광고사업Unit 김민택 구성원의 가족

사옥 탐방 후 행사가 시작되기 전 **라운지에 모인 가족들은 라운지를 구경하고 포토부스에서 사진을 찍는 등 자유로운 시간**을 보내며 들뜬 모습이었는데요. 그런 가족들을 바라보는 우리 SM C&C 구성원들의 표정도 더 없이 흐뭇해보였습니다.





▲행사가 준비되고 있는 모습. 출처=SM C&C



▲라운지 탐방을 하고 있는 자녀들의 모습. 출처=SM C&C



▲라운지에서 사진 촬영 중인 가족들의 모습. 출처=SMC&C

## Part 2. 김민아와 함께 하는 레크리에이션

이번 행사의 본 게임! **SM C&C 아티스트와 함께 하는 시간**입니다. 첫 패밀리데이 행사의 MC는 SM C&C 소속 아티스트 **김민아**님과 함께했는데요. 어린 아이들이 많은 행사에 사회는 처음 보게 되어 걱정이 된다는 그녀였지만 아이들의 눈높이에 맞춘 진행으로 이런 걱정을 무색케 했죠.



▲패밀리데이 MC를 맡은 김민아. 출처=SM C&C, 김민아 인스타그램

김민아님의 사회로 힘차게 시작된 레크리에이션! 첫 순서는 SM C&C 첫 패밀리데이를 기념해 강호동님부터 전현무님, 서장훈님 등 SM C&C 가족들이 총출동해 보내온 축하 영상 시사였습니다. SM C&C 아티스트 군단이 쟁쟁하다는 것을 실감할 수 있는 시간이었는데요. 영상 속 아티스트들은 오늘 하루 가족들과 함께 재미있게 즐기다 가시길 한마음으로 응원했습니다. 응원 메시지와 함께 이렇게 가족까지 챙겨주는 회사를 찾기 힘들다며 애사심 가득 담은 한마디도 잊지 않았죠.



▲SM C&C 아티스트들이 보내온 축하 영상을 보고 있는 가족들. 출처=SM C&C



**SM C&C에 대한 소개 영상 시사**도 이어졌습니다. SM C&C는 광고, 스튜디오(STUDIO), 매니지먼트, 여행, 커머스 등 여러 사업Unit으로 이루어져 있는데요. **평소 우리 가족이 어떤 일을 하는지 막연하게는 알아도 막상 정확히 어떤 회사를 다니는지 설명하기 어려운 가족들의 궁금증을 풀어주는 시간**이었습니다. 어린 자녀들도 엄마 아빠가 회사에서 무슨 일을 하는지 조금 더 관심을 갖고 이해할 수 있도록 준비된 시간이었죠.

이날 준비된 **깜짝 선물**도 있었습니다. **바로 가족에게 보내는 영상편지**입니다. 사전에 영상편지 촬영 신청을 한 SM C&C 구성원들이 행사에 참여한 가족들에게 보내는 편지였는데요. **평소에는 쑥스럽다는 이유로 가족들에게 전하지 못했던 말을 많은 사람들 앞에서 용기 있게 전한 주인공들에게 박수가 쏟아졌습니다.** 가족들에게 또 다른 선물이 될 수 있는 소중한 추억을 선사했다는 데 큰 의미가 있었죠.

**영상편지를 받은 가족들이 답장을 하는 시간도 마련**했습니다. 스크린에 갑자기 등장한 가족의 모습을 반가워하며 소중한 오늘 하루를 재미있게 보내고 가자고 화답했습니다. **영상편지를 보내지 않은 가족들도 마이크를 쥐고 평소 아빠에게, 엄마에게, 자녀에게 하고 싶었던 말을 전했는데요.** 떨리는 목소리로 전해진 말이라 더 진심으로 다가왔습니다.



▲가족에게 보내는 영상편지. 출처=SM C&C

영상편지 후 가족과 함께하는 퀴즈 게임이 이어졌습니다. SM C&C 가 어떤 회사인지 이해를 도울 퀴즈부터 어린 자녀들의 넘치는 끼와 매력을 선보일 노래퀴즈까지 많은 선물이 걸려있는 만큼 문제를 맞히기 위한 열기도 뜨거웠습니다. 이 시간을 통해 아이들이 부모님과 함께 한 이 순간을 오래 기억했으면 하는 바람을 담아 마련한 만큼 참석자 모두 즐겁게 즐기는 시간이었는데요. 가족들과 보내는 행복한 시간 속에 회사에 대한 이해와 애정 역시 더 커졌길 바랍니다.



▲몸풀기 게임인 가위바위보 결승에 올라간 가족들의 모습. 출처=SM C&C



▲노래퀴즈 도중 무대에 오른 모습. 출처=SM C&C

즐거운 오늘을 기억할 수 있는 단체사진 촬영을 마지막으로 레크리에이션을 끝낸 가족들은 피크닉키트를 받아 사육 옆 서울숲으로 향했습니다. 가족과 맛있는 점심을 먹으며 주말의 서울숲을 즐기길 바라는 회사의 작은 선물이었습니다.



▲서울숲에서 소풍을 즐길 수 있는 피크닉키트. 출처=SMC&C

### Part 3. 김밥도 먹고 가족사진도 찍어요! 서울숲 피크닉

피크닉 하기 딱 좋은 가을날, 가족들이 서울숲 한 곳에 자리를 잡았습니다. 성수 사옥의 가장 큰 장점은 회사 인근에 서울을 대표하는 공원 '서울숲'이 있다는 건데요. 회사와 가까워도 평일에는 바쁜 업무로 돌아볼 시간이 없었던 서울숲에서 가족들과 함께 시간을 보냈습니다. 가을의 초입에 더욱 빛나는 이 곳에서 동료의 가족들과 인사도 하고 함께 둘러앉아 도시락을 나누며 식사를 즐겼는데요. 평소 업무 위주로 소통하던 동료와 우리 가족들이 함께 주말의 순간을 공유하는 경험은 또 다른 즐거움이었습니다.





▲피크닉을 즐기고 있는 가족들. 출처=SM C&C



피크닉 후에는 엄마아빠의 회사를 찾아 들뜬 아이들의 모습과 오늘의 행복한 추억을 담기 위한 **전문 사진작가의 가족사진 촬영**도 이어졌습니다. 우리 구성원 가족들에게 최고의 하루가 되기를 응원하는 듯한 화창한 날씨가 더해져 예쁜 가족사진도 남길 수 있었습니다.









▲가족사진 촬영 현장. 출처=SM C&C





소설가 버지니아 울프는 자전적 에세이 ‘과거에 대한 스케치’에서  
“유년 시절의 인상적인 경험의 순간들이 생을 보다 선명하게 보이게 만들었다”고 말한 바 있습니다.  
유년 시절의 기억은 힘이 세다는 방증일텐데요.

엄마, 아빠 회사에 놀러 온 자녀들뿐 아니라 부모님께도  
이번 SM C&C 패밀리데이가 인생을 더 빛나고 선명하게 만드는 기억이었으면 합니다.

지구생명들과 함께 살아가는  
**절친환경기술**



지구생명들과 함께 살아가는 ‘절친환경기술’을 만들어 갑니다

글. 광고사업 Unit C12 팀 송지연

글로벌 미래기술을 선도하는 **SK 하이닉스**는 국내 기업 최초로 RE100\*에 가입하는 것은 물론 꾸준한 지속가능경영 활동을 위해 SV2030\*\* 등을 발표하며 진정성 있는 노력을 이어왔는데요.

이번에는 심쿵을 유발하는 사랑스러운 아기동물들과 함께 힐링 콘텐츠로 돌아왔습니다!

\*기업이 사용하는 전력 100%를 재생에너지로 충당하겠다는 캠페인

\*\*SK 하이닉스의 사회적 가치(SV) 창출 중장기 로드맵



이번 캠페인은 ‘**페이크 다큐**’를 테마로 하여, **마치 실제 다큐처럼 폰트와 나레이션 성우 선정까지** 꼼꼼하게 신경 써서 설정했습니다.

클릭하지 않으면 안될 것 같은 오프닝과 스킵할 수 없는 **심콩유발 아기동물들로 대중의 이목을 끌고**, SK 하이닉스의 친환경 기술 덕분에 깨끗한 환경에서 함께 살아갈 수 있게 된 귀여운 지구 생명들과 절친이 된다는 메시지를 전달하고 있죠.



첨단기술로 더 나은 환경을 만든다고 내세우기만 하면 듣기엔 거창해 보이지만 아무래도 우리가 실제로 체감하기 어려운 이야기로 느껴지죠.

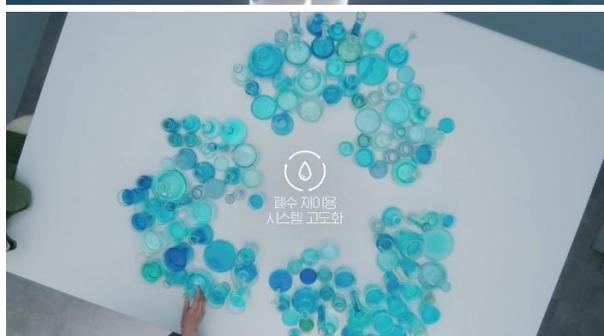
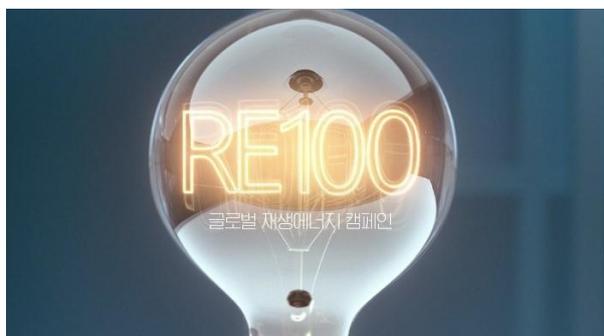
공익 캠페인을 준비하면서 이렇듯 브랜드가 기울이고 있는 노력, 지향점 등에만 초점을 맞추면 **쉽게 휘발될 뿐, 기억에 남거나 관심을 끌기 어렵고** 또한 **기업의 진정성을 전달하기에는 무리가 있다고 판단했습니다.**





그래서 이번 캠페인은 단순히 친환경기술 개발이라는 흔한 이야기보다,  
**“지구 생명들과 ‘절친’이 될 수 있을 정도로 구체적이고 명확한 성과”**를 만들고 있다는 내용을  
 쉽고, 흥미롭게 전달하는 것을 목표로 준비했어요.

SK 하이닉스의 여러 ESG 활동 중 총 6 개의 팩트를 추려 총 6 편의 시리즈물로 제작되었습니다.





### ① RE100목표: 아기펭귄 편

💡 RE100 (재생에너지사용 100%) 목표로 기후변화가 더더질 수 있도록! 💡



## ② 수자원관리: 아기물오리 편

💧 **생산공정에서의 수자원절감, 재이용**을 통해 수자원을 지킬 수 있도록! 💧



## ③ 온실가스 배출저감: 하늘다람쥐 편

🌀 **장비 업그레이드, 대체제 개발**으로 제조공정의 온실가스를 줄일 수 있도록! 🌀



## ④ 생물다양성 보전: 아기살쥘이 편

📺 **SI 기술 기반 생태계 모니터링**으로 생물다양성이 보전될 수 있도록! 📺



## ⑤ Flastic 활동: 쇠족제비 편

📦 **투명 PET→우산, 의류 재활용 제작(Flastic)**으로 자원이 낭비없이 순환되도록! 📦



## ⑥ ZWTL ZERO화 목표: 귀카 편

🗑️ **사업장 발생 폐기물 최소화**로 폐기물 매립 ZERO가 될 수 있도록! 🗑️



각각의 ESG 활동과 구체적인 결과치들을 선별하는 과정과 선별한 이야기와 연결되는 귀여운 동물들의 퀄리티 있는 영상 소스를 찾는 게 쉽지는 않았습니다.

장장 9개월에 걸친 기획을 통해 BBC 다큐멘터리와 같은 귀한 해외 영상 소스들을 어렵게 확보할 수 있었고, 덕분에 정말 '다큐멘터리'스러운 오프닝 영상을 확보할 수 있었죠.



가장 기억에 남는 동물 영상은 단연 **하늘다람쥐**인데요. 아주 귀여운 영상을 발견했는데, 일본에 있는 해외 에이전시, 작가와 저작권 문제를 협의해야 하는 상황이었어요.

어렵게 찾은 메일 주소 등으로 문의를 보냈는데 연락이 닿질 않았습니다. 작업할 시간은 줄어 들고, 아무리 메일과 쪽지를 보내도 답이 오지 않는 기다림의 시간이었습니다.

더 이상 기다릴 수 없어 소스를 변경해야 하나 고민하던 중, **크리에이티브팀의 능력자 한 분이 지인을 통해 일본에 직접 전화연결을 하는 시도 끝에 마침내 영상 저작권을 확보할 수 있었어요!**





이렇게 어렵게 섭외한 치명적 심쿵함, 귀여움을 장착한 세계 각지의 지구생명들 덕분에 많은 분들의 눈길과 마음을 사로잡으면서, 환경문제에 대한 기업의 노력을 간결하고 명확하게 전달해 거부감 없이 큰 관심을 끌었다고 생각합니다.



우리가 살아가는 지구와 함께 살아가야 하는 지구 생명체를 위해서 끊임없는 기술개발과 노력을 통해 지속가능한 가치를 확장해 나가는 SK 하이닉스의 행보! 앞으로도 잘 지켜봐주세요!

## 환상의 섬 제주도로 떠난 다섯 멤버들의 우정 여행기가 궁금해?

글. STUDIO Unit 콘텐츠사업팀 유지우

짧고도 귀한 계절이 왔습니다. 사무실 안에서만 흘러보내기엔 너무나도 아까운 이 가을, 특별한 챌린지를 시작할 수 있는 하루가 있었습니다. 바로 **지난 9 월 23 일**이었는데요. **이날부터 매일 무엇인가를 하면 12 월 31 일에 딱 100 일이 된다는 말에 SNS 마다 ‘100 일 챌린지’라는 타이틀을 단 목표들이 등장했죠.** 지금이 바로 잠시 느슨해졌던 마음을 움직여 레벨업! 하기 좋은 타이밍 아닐까 싶습니다.

의미 있는 이 날! **4 년 만에 완전체로 돌아온 레드벨벳도 Level Up 출발선에 섰습니다.** **9 월 23 일 <레벨업 프로젝트>의 새로운 이야기를 환상의 섬 제주도에서 시작한겁니다.** 의미 있는 이 날 공개된 다섯 멤버들의 우정 여행기를 함께 보시죠!



▲ <레벨업 프로젝트 시즌 5> 출처=SM C&C

**<레벨업 프로젝트>**는 당신의 인생을 LEVEL UP! 시켜준다는 콘셉트로 시작된 레드벨벳의 단독 리얼리티 프로그램입니다. 레드벨벳은 레벨업 프로젝트를 통해 미션을 클리어하듯 한 단계씩 LEVEL UP 해 나가는데요. 2017년 7월 첫 방영된 시즌 1부터 지난 9월 23일 공개된 시즌 5까지 레드벨벳은 어떤 레벨업 여행을 보여줬을까요?



## Lv.1 #시즌1\_레드벨벳\_리얼리티는\_처음이라

무엇이든 '처음'이라는 단어가 붙으면 더 설레고 더 기대되기 마련인데요. <레벨업 프로젝트>의 시작이자 레드벨벳의 **첫 여행은 태국 파타야에서 시작**되었습니다. **멤버들과의 여행, 패러세일링 등 모든 게 처음인 레벨이들은** 패키지 자유여행과 즉흥 자유투어, 혼여행을 즐기며 **자신만의 여행 취향 커스텀 레시피**를 만들어 갑니다.



▲ <레벨업 프로젝트 시즌 1> 출처=SM C&C

## Lv.2 #시즌2\_한국속의\_유럽여행은\_처음이라

조이의 합류와 함께 남해에서 여수, 통영까지 대한민국 남도 여행을 즐기는 레드벨벳. 내추럴+액티비티+럭셔리 (한국 속) 유럽을 즐기는 **5인 5색 여행 방식**을 통해 레벨이들의 여행 레벨은 또 한 번 **LEVEL UP** 됩니다.



▲ <레벨업 프로젝트 시즌 2> 출처=SM C&C

## Lv.3 #시즌3\_여행에서\_보물찾기는\_처음이라

'이번엔 (찐) 유럽이다!' 유럽의 보석, 슬로베니아에서 펼쳐지는 본격 레드벨벳 유럽 로망 실현 프로젝트가 시작되었습니다. 도심을 배경으로 진행되는 보물찾기를 통해 레벨이들은 온전히 여행을 즐기죠. 멤버들과 함께 만든 보물 같은 추억을 안고 돌아옵니다.



▲ <레벨업 프로젝트 시즌 3> 출처=SM C&C

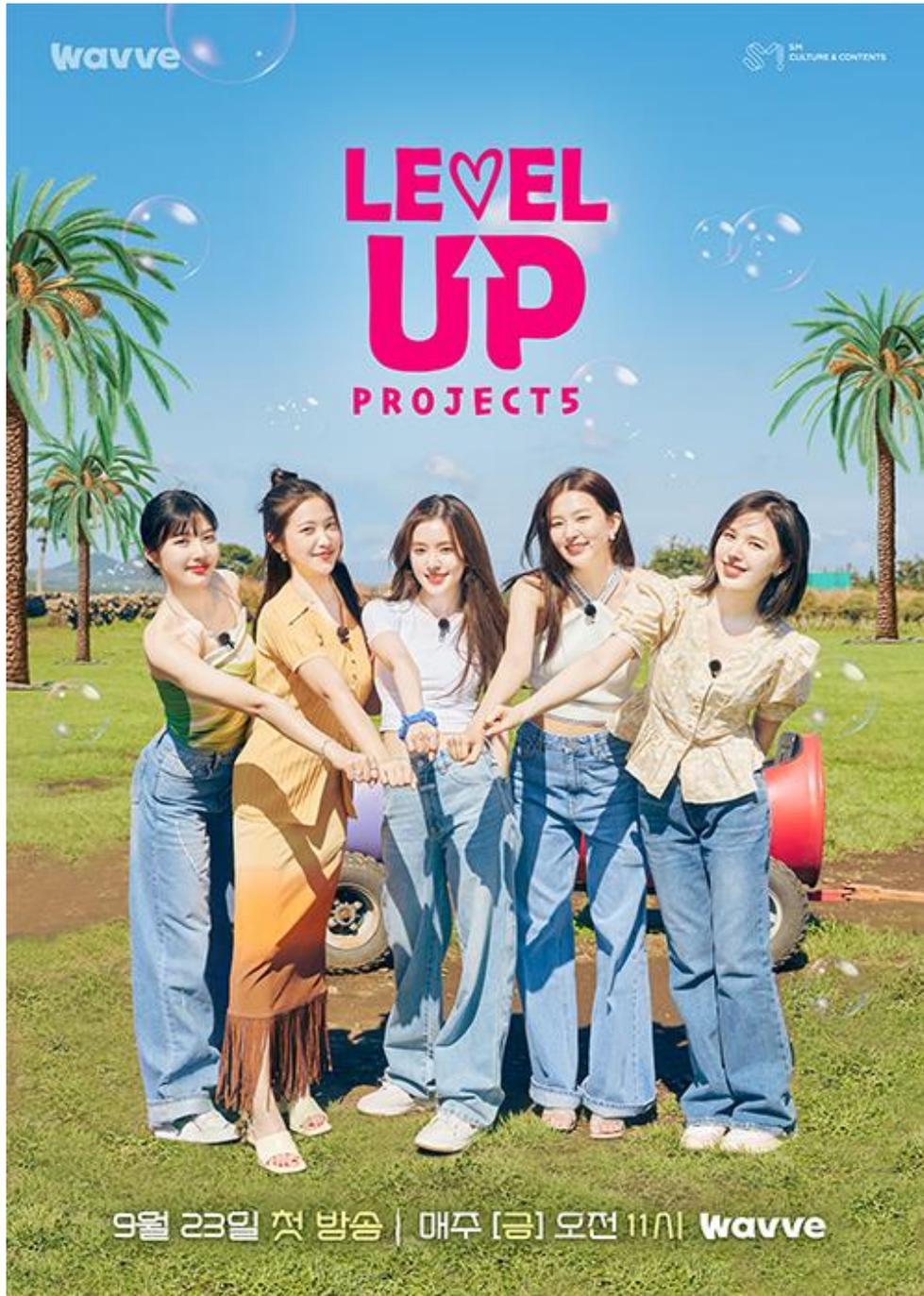
## Lv.4 #시즌4\_이토록\_아슬한\_리얼리티는\_처음이라

레드벨벳의 첫 유닛, 아이린&슬기의 아슬~한 케미를 담은 스펀 오프 <레벨업 아슬한 프로젝트>! 지난 시즌까지는 국내외 여행지를 배경으로 레벨업 프로젝트가 진행되었다면 이번엔 **집밥, 가구 조립부터 방탈출** 까지 **소소하지만 특별한 일상 속에서 LEVEL UP!** 모멘트를 발견합니다.



▲ <레벨업 아슬한 프로젝트> 출처=SM C&C

그리고 4년 만에 <레벨업 프로젝트 시즌 5>가 완전체로 돌아왔습니다! 태국 파타야, 대한민국 남도, 유럽과 서울을 거쳐 레드벨벳은 어디로 떠났을까요? 반짝이는 Ocean, 야자나무 그늘 아래서 Happiness를 외치는 바로 그곳! **제주도**입니다.



▲ <레벨업 프로젝트 시즌 5> 메인 포스터. 출처=SM C&C

## Lv.5 #시즌5\_완전체\_제주여행은\_처음이라

이번 시즌은 제주도 푸른 섬을 배경으로 펼쳐집니다. 다섯 멤버가 추천하는 5 개의 여행 장소에서 진행되는 **레드벨벳의 우정-업! 프로젝트**에서 지금까지 볼 수 없었던 데뷔 9 년 차 레드벨벳의 찐텐 모멘트를 가감 없이 볼 수 있습니다.



▲ <레벨업 프로젝트 시즌 5> 메인티저

함께 있을 때 시너지 UP! 케미 UP! 되는 레드벨벳의 찐친 케미가 가득 담긴 메인 티저는 공개 직후 팬들의 뜨거운 관심과 사랑을 받았습니다. 때론 장난스럽게 때론 진지하게 때론 열정적으로 푸른빛 제주를 즐기며 1박 2일 동안 시도 때도 없이 우정-업을 외치는 레벨이들 덕분에 오디오가 빌 틈 없이 꿀잼 모멘트로 가득했다는 후문입니다.



▲ <레벨업 프로젝트 시즌 5> 출처=SM C&C

여름의 제주, 그 뜨거웠던 순간을 함께한 제작진과의 인터뷰를 빼놓을 수 없겠죠? <레벨업 프로젝트 시즌 5>를 담당하고 있는 STUDIO Unit 콘텐츠기획제작 3 팀의 막내 4 인방 김주영, 서유나, 김이현, 임상희 PD 를 만나봤습니다.



▲ (사진 왼쪽부터) 서유나, 임상희, 김주영, 김이현 PD. 출처=SM C&C

**Q. 안녕하세요! 방금까지 편집을 하다 오셨다고요.**

주영: 마지막회 시사 후 재편집을 하다가 왔습니다. 드디어 촬영 마지막 스폿에 도착했어요. 이제 진짜 다 왔어요, 마무리 단계. (눈가 촉촉해지며) 시즌 5가 이렇게 끝나가네요. **인터뷰하는 시점 기준 내일(9/23)이면 첫 회가 공개되는데 많이 사랑해 주셨으면 좋겠어요.**

**Q. <레벨업 프로젝트 시즌5>를 더욱 재미있게 볼 수 있는 방법이 있다면요?**

이현: 이건 정말 중요한 건데요. **시즌 1~4 를 꼭 보셔야 해요.** 시즌 5 는 이전 시즌과 또 다르게 색다른 매력이 있거든요. 여행지도 다르고, 컨셉도 모두 달라요. **각 시즌을 비교하면서 보시길 추천**드립니다!

**Q. 제주도 촬영 현장에서 기억나는 에피소드가 있다면 하나 소개해주세요!**

유나: 장소 이동 전에 멤버 차량이 출발할 수 있도록 촬영 세팅을 해야 했어요. 원승연 본부장님께서 주차된 차량이 나가기 쉽게 운전대를 잡고 위치를 조정해 주셨거든요. 그런데 **갑자기 그 이후에 문이 안 열리는 거예요.** 제가 너무 놀라서 문이 안 열린다고, 차에 열쇠 두고 내리셨다고 급박하게 소리쳤어요. 알고 보니까 그 차량은 차 안에 키를 두고 내리면 운전석 문만 열리는 차더라고요. 본부장님께서 근래 몇 년간 이렇게 자리에서 벌떡 일어날 정도로 놀란 적은 이번이 처음이라고 지금까지도 놀리세요. (웃음)

**Q. <레벨업 프로젝트 시즌5>를 한 단어/문장으로 표현한다면요?**

주영: **LEVEL UP!** 사실 이 팀이 만들어지고 나서 리얼리티가 처음인 PD들이 많았어요. 같이 촬영을 가본 멤버도 아니었고 긴박한 스케줄에 촬영이 다가오는 것도 현실감이 없었거든요. 초반 편집도 쉽지 않았고 모두가 고생했죠. 그런데 **어느새 막바지에 다다르니 저희 호흥뿐만 아니라, 다음 촬영에 가서도 더 잘 할 수 있을 것만 같은 자신감도, 편집 실력도 레벨업 됐죠.** (웃음) <레벨업 프로젝트 시즌5> 역시 회차가 진행될 수록 더 재미있을 거라고 장담합니다.

상희: **청춘 (부제) 다신 없을 여름이었다.** 언제 저희가 또 이 조합으로 만나서 이렇게 촬영장을 휘저을 수 있겠어요. 촬영장을 떠올리면 기분이 몽글몽글 해져요. (감성 명조체 자막으로 읽어주세요.)

이현: **잊지 못할 여름의 빨간맛.**

모두: **스타트라인. 더 달려야죠. 저희는 끝까지 달릴 거예요.** ‘내가 할 수 있을까?’라는 고민으로 시작했지만 스타트라인을 끊고 나니까 **‘다음 리얼리티는 더 잘 할 수 있을 것 같은데!’라는 자신감과 욕심이 생겼어요.** 이제 가속도를 내서 더 달릴 일만 남은 것 같아요. 첫 번째 완주를 끝냈으니 두 번째 질주만이 남았죠.

**Q. 마지막으로...레벨업으로 3행시 부탁드립니다!**

레: **레**드처럼 강렬하고

벨: **벨**기에 감자튀김처럼 화려하게

업: **업**그레이드되어 돌아온 레벨업5 많은 관심 불살라빔~ ♪



▲ (사진 왼쪽부터) 레벨업 프로젝트 시즌 5 시그니처 포즈를 취하는 서유나, 임상희, 김주영, 김이현 PD. 출처=SM C&C



환상의 섬 제주도로 떠난 레드벨벳의 우정-업! 여름 여행기 <레벨업 프로젝트 시즌5>는  
지금 바로 웨이브(wavvve)에서 시청할 수 있습니다.

조금 더 일찍 만나고 싶다면 **SM C&C STUDIO** 유튜브 채널  
(<https://www.youtube.com/c/SMCCStudio>)에  
매주 수요일 오전 11시 업로드 되는 선공개 영상을 놓치지 마세요!



글. 매니지먼트Unit 언론홍보팀 채지현

“

선을 넘거나 아예 못 미치는 건 누구나 할 수 있다.

적정선의 전깃줄이 있는데

감전되지 않도록 안 닿게 이야기하는 게 묘미

- JTBC 마녀사냥 中, 신동엽 -

대한민국 방송 역사상 **‘선’을 자유자재로 넘나드는 연예인**을 꼽으라고 한다면 단언컨대 모두 입을 모아 **‘신동엽’**이라고 할 것입니다. 시시각각 급변하는 방송계 최전방에서 신동엽은 어떤 프로그램이든 어떤 소재든 부담스럽지 않는 선에서 표현하고 탁월한 선구안으로 트렌트를 쫓아가다 못해 이끌고 있는데요.

조금 더 풍미 있는 음식을 즐기기 위해 어울리는 술을 적절히 페어링하는 것처럼 **프로그램의 재미를 위해 토크쇼, 오락, 연애, 콩트, 동물까지 분야를 막론하고 본인과 어우러지게 만드는 신동엽**. 그동안 쌓아온 신동엽만의 조금은 **색(色)다른 매력**을 페어링 꿀조합으로 소개합니다.

• • •

## 페어링 1. 시간이 지날수록 농익는 빈티지 와인의 맛

### 신동엽 X 장수 예능프로그램



▲출처=SBS 'TV 동물농장', KBS '불후의 명곡' 캡처

### 'TV 동물농장' '불후의 명곡' '미운 우리 새끼' '놀라운 토요일' 'SNL코리아 시리즈'...

이들의 공통점은 무엇일까요? 각 방송사를 대표하는 장수 프로그램입니다. 그리고 신동엽이 함께 한다는 것이죠.

1991년 SBS 특채 개그맨으로 데뷔한 신동엽은 MC 세대교체 바람을 견뎌내며 대체 불가한 입담과 독보적인 존재감으로 현재까지도 사랑받고 있는데요. 이를 증명하듯 그의 프로필을 보면 우리 일상에 깊숙하게 자리 잡은 장수 프로그램이 가득하다는 것을 확인할 수 있습니다.

먼저 본인이 직접 인정한 대표작 SBS 'TV 동물농장'은 무려 22년째 터줏대감을 맡고 있습니다. '동물덕'이라고 웃으며 말하지만 매주 소개되는 동물들의 사연과 모습에 진심으로 공감하며 동물농장 아저씨가 되어 한 회도 거르지 않고 일요일 아침을 책임지고 있습니다.

레전드 가수들의 명곡을 재현하는 **KBS ‘불후의 명곡’**도 빼놓을 수 없죠. 가수들의 서바이벌 경연으로 자칫 진지하기만 할 수 있는 '불후의 명곡'에서 신동엽은 특유의 재치로 지루할 틈을 주지 않으며 프로그램에 집중하게 합니다. 단순히 경연 순서를 뽑는 일을 담당하고 있지만 **가수들과 시청자들을 취락편락하며 과하지도 부족하지 않은 적절한 선을 유지**하는데요. 수많은 관객 앞에 홀로 서서 치열한 가수들의 경쟁 구도에 긴장감을 불어 넣었다가 한순간 얄미울 정도로 정곡을 찌르며 웃음을 선사하는 모습을 보고 있다면 **‘역시 동엽神’**이라는 말이 절로 나옵니다.



▲출처=SBS ‘미운 우리 새끼’, tvN ‘놀라운 토요일’ 캡처

또 다른 장수 프로그램인 **SBS ‘미운 우리 새끼’**에서 신동엽의 농익은 진행 능력은 더욱 빛을 발했습니다. 아들의 일상을 VCR 로 보는 어머니들의 눈빛과 표정 등 **디테일한 부분을 캐치하며 한 명 한 명 캐릭터를 만들어줬는데요.** 특별 출연 게스트는 물론 방송이 익숙하지 않은 어머니를 아우르는 순발력과 입담으로 **2021년 SBS 연예대상 ‘팀 대상’과 대표 예능으로 자리 잡는 데 일등 공신 역할**을 했습니다.

신동엽이 가장 최근에 맡은 프로그램이라 할 수 있는 **tvN ‘놀라운 토요일’**도 올해 4 주년을 맞이하며 장수 프로그램의 반열에 올랐습니다. **‘놀라운 토요일’은 그에게 특별한 예능인데요. 진행자에서 벗어나 플레이어**로 나섰다기 때문입니다. 후배들 사이에서 멋쩍어하며 ‘놀토 나이스!’를 외치던 그는 어느덧 **‘엽이에나’ ‘문맥의 신’**으로 불리며 **플레이어로서 맹활약**을 펼치고 있습니다.

그뿐만 아니라 **가족 프로그램부터 MBC ‘실화 탐사대’ 같은 시사교양 프로그램까지** 다양한 영역에서 **최고의 진행 솜씨**를 보여주고 있습니다.

프로그램 특색에 맞춰 변화하는 카멜레온 같은 신동엽의 모습은 오랜 시간 대중들에게 사랑받는 비결로 꼽히고 있는데요. 시간이 지날수록 농익는 빈티지 와인처럼 신동엽의 맛깔나는 진행도 매년 풍성하게 익어가고 있습니다. 과연 또 어떤 장수 프로그램 신화를 써 내려갈지 궁금합니다.

## 페어링 2. 공감 한 잔, 소주 한 잔

### 신동엽 X 토크쇼



▲ 출처=KBS '안녕하세요', tvN '인생술집', JTBC '마녀사냥', TVING '마녀사냥 2022' 캡처

인생, 연애, 가족 등 다양한 키워드가 쏟아져 나오는 현재 예능 트렌드에서 공감과 소통은 방송계에서 빼놓을 수 없는 소재입니다. '안녕하시렵니까?'를 외치며 해맑게 등장한 신인 개그맨이 국민 MC 가 되어 '안녕하세요'라 물으며 국민들의 고민을 들어줬는데요. 신동엽의 때 묻지 않은 순수함과 가식 없는 진정성 있는 모습을 통해 프로그램을 더욱 풍성하게 만들었습니다.

KBS '대국민 토크쇼 안녕하세요', tvN '인생술집'에서 그는 출연진들의 고민을 듣고 공감하는 것은 물론 상황에 따라 진솔하게 자신의 이야기를 털어놓았는데요.현장을 몽클하게 만들 정도로 **진실된 위로**는 물론, **현실적으로 냉철하게 충고**하는 신동엽의 모습은 두 프로그램의 인기와 화제성을 견인했다는 평을 얻었습니다.

신동엽의 센스 넘치는 공감 능력은 JTBC ‘마녀사냥’을 통해 다시 한 번 증명됐습니다. **적재적소에 날리는 신동엽의 유쾌한 19 금 토크와 능청스러운 표정**으로 시청자들의 상상력을 자극하고 동시에 연애에 대한 고민과 솔직한 욕망에 대한 시청자들의 공감까지 얻었는데요. ‘쿨 몽둥이’, ‘그린라이트’ 등 유행어까지 무수히 만들며 화려하게 막을 내렸지만 '마녀사냥'을 그리워하는 시청자들이 많았습니다. 그 기대에 부응하고자 7 년 만에 TVING ‘마녀사냥 2022’가 신동엽과 함께 화려하게 부활했는데요. 방영과 동시에 때로는 심도 있게 고민을 나누고 때로는 화끈한 입담으로 선을 넘나드는 신동엽의 모습은 다시금 화제의 중심에 섰습니다.

취업, 연애, 가족 어떤 고민이든 조언을 아끼지 않는 신동엽을 보고 있자면 죽마고우, 동네 형, 아는 선배와 마치 소주 한 잔 기울이는 것과 닮았습니다. **누구든 공감하며 편하게 대화하는 그의 모습, 소통이 필요한 프로그램에서 제일 먼저 찾는 이유**가 아닐까요?

### 페어링 3. 하루 스트레스 싹 날려주는 맥주

#### 신동엽 X 콩트



▲출처= (위) SBS ‘신동엽 김원희의 헤이헤이헤이’ (아래) MBC ‘남자 셋 여자 셋’

“

콩트에 관해서는 우리나라에서 최고다  
대본 이해력이 높고 이를 현실화하는 능력  
거기에 아이디어까지 두루 갖춘 사람

- CJ E&M 안상휘 CP(tvN SNL 코리아, 인생술집 등 담당) 인터뷰 中 -

대중들에게 신동엽 이름 석 자를 각인시킨 프로그램은 과연 어떤 것이었을까요? 바로 MBC ‘남자셋여자셋’입니다. **아이러니하게도 예능이 아닌 시트콤**이죠. 익살스러운 말투와 표정을 살린 코믹연기를 선보이며 **X 세대의 대표 연예인**이 되었습니다.

이후 드라마 타이즈 예능 SBS ‘헤이헤이헤이’에서 신동엽은 음흉한 표정 연기와 변태부터 수상한 할머니까지 **완벽하게 캐릭터를 소화하며 콩트 마니아의 취향을 저격**했습니다. 당시 핫한 연예인들이 앞다퉈 출연할 정도로 선풍적인 인기를 끌었는데요. 매회 기발한 애드립은 물론 몸을 아끼지 않는 열연을 펼쳤던 신동엽은 물론 콩트 연기를 선보이며 ‘**한국의 짐 캐리**’라 불렸고 **‘콩트의 신’**으로 등극했습니다.



▲출처=쿠팡플레이 ‘SNL KOREA’, tvN ‘빅 포레스트’

'SNL KOREA' 시리즈에서 신동엽은 전매특허인 콩트 연기의 진수를 보여줬습니다. '헤이헤이헤이' 시절 살짝 맛만 보였던 '19 금' 콩트에서 **한 발 더 나아가 풍자 개그까지 선보인 것**인데요. 짠내 폴폴 풍기는 현실 공감 연기부터 허를 찌르는 능청 연기까지 **어떤 캐릭터든 맛깔나게 소화하며 '콩트의 신'의 저력을 보여줬습니다.**

시청자들의 기대를 200% 충족시켜준 신동엽은 그동안 축적한 콩트력을 토대로 정극 연기에 도전하며 활동 영역 범위를 넓혔습니다. 'SNL KOREA' 제작진과 의기투합한 tvN '빅 포레스트'에 출연하며 불타는 금요일 시리즈의 새로운 지평을 열었습니다. **웃음과 몽클함을 동시에 선사하며 겹겹이 쌓아온 그의 연기 내공이 포텐을 터트렸습니다.**

사실 신동엽은 데뷔 당시 SBS '토요일 7 시 웃으면 좋아요'부터 '빅 포레스트'에 이르기까지 콩트를 놓지 않았습다. 스트레스를 날려주는 톡 쏘는 맥주 한 모금처럼 지친 하루를 재미있게 마무리해주는 웃음을 선사해온 것이죠. **신동엽 표 콩트가 매번 기다려지는 이유**입니다.

. . .

“지붕과 카메라만 있다면 어떤 방송이든 할 수 있어”

모두가 야외로 리얼 버라이어티의 세계로 떠날 때  
자신의 자리를 굳건히 지키며  
**스튜디오 예능의 명불허전 일인자로 거듭난 신동엽.**

타의 추종을 불허하는 능청스러운 입담과 순발력으로  
신규 스튜디오 예능이 기획될 때면  
**늘 섭외 1 순위로 꼽혔다고 합니다.**

그런 그가 오랜만에 스튜디오를 벗어나  
**야외로 떠난다는 소식**을 전했습니다.  
무려 13년 만에 시민들과의 만남이 성사됐죠.

한 치 앞을 볼 수 없는 예능 세계에서  
32년째 ON AIR 불이 꺼지지 않고 있는  
**그의 새로운 행보에 많은 응원 바랍니다!**



▲출처=NCT DREAM 공식 인스타그램(@nct\_dream)

## 글로벌패키지 고객 대상 NCT DREAM 콘서트 후기 콘테스트! 핑크블러드 만나러 가볼까요?

글. 여행사업Unit Convergence팀 홍강원

지난 9월 **NCT DREAM의 두 번째 단독 콘서트**가 열렸습니다. 8일과 9일 양일간 서울 잠실 올림픽 주경기장에서 개최된 ‘NCT DREAM TOUR THE DREAM SHOW2 In A DREAM’ 콘서트에는 국내뿐만 아니라 **해외의 핑크블러드(PINKBLOOD)\*들이 Convergence팀의 글로벌패키지(Global Package)\*\*를 통해 콘서트에 참석했죠.**

오랜만에 열린 콘서트이고 많은 해외 팬들이 기다려온 만큼 Convergence팀에서 이벤트를 마련했습니다. 바로 **글로벌패키지 고객을 대상으로 한 후기 콘테스트**입니다. 콘서트 관람 후기와 콘서트 중 있었던 에피소드를 전해준 고객에게 기념품과 글로벌패키지 포인트를 드리는 이벤트였는데요. 이 이벤트를 통해 스웨덴, 브라질, 일본, 중국 등 세계 각지에서 많은 팬들이 후기를 전했습니다. 콘서트의 열기가 그대로 담긴 생생한 목소리를 들어봤습니다.

\*SM엔터테인먼트의 아티스트와 콘텐츠를 응원하는 팬덤을 지칭하는 말.

\*\*국내를 비롯해 중국, 일본, 홍콩, 인도네시아, 미국 등 해외에서 열리는 SM 아티스트들의 콘서트와 투어를 연계한 여행상품



## Camila and Giovanna from Brazil



브라질에서 날아온 카밀라와 지오바나는 설레는 감정을 감추지 못했는데요. 글로벌패키지를 통해 EXO 콘서트를 관람한 친구의 후기를 듣고 NCT DREAM 콘서트를 보러 왔다는 지오바나는 아직도 현실이 아닌 것 같으며 들뜬 모습을 보였습니다. 이들은 NCT DREAM의 목소리 조화, 뛰어난 라이브 실력, 콘서트 플레이리스트 선곡 모두에서 큰 감동을 받았다고 합니다.

### Q. How was the concert? (콘서트 어땠나요?)

It was just amazing and perfect. Incredible. We were lucky to pick up seats right in front.

So, we could see them very clearly.

(매우 놀라웠고 완벽했습니다. 믿을 수 없어요. 저희는 바로 앞 좌석을 뺏을 수 있어서 매우 운이 좋았어요. 그들을 가까이서 생생하게 볼 수 있었어요.)

**Q. Were there any differences between 1st day and 2nd day concert?(첫째날과 둘째 날 콘서트에 차이가 있었나요?)**

Different feeling. Yesterday was all new. So excited. Today, we were also excited but enjoyed different things.

We could see more details. Calmer and more relax.

(다른 기분이었어요. 어제는 모든 게 새로웠어요. 매우 설렘쥬. 오늘도 역시 흥분했지만 다른 것들을 즐길 수 있었어요. 어제보다는 좀 더 자세히 볼 수 있었쥬. 조금 더 차분하고 편안하게요.)

**Q. What was your favorite part? (제일 좋았던 부분은 무엇인가요?)**

◆ My youth. It is the music that made me like NCT. Really Really happy.

(My youth요. 이 노래가 NCT를 좋아하게 만든 노래예요. 매우 매우 행복했어요.)

◆ Everyone singing together. It was really amazing. Just happy because we were able to meet them. First time.

(모든 이들이 같이 노래 부르는 것이 매우 놀라워요. 그쥬 행복해요. 그들을 처음으로 볼 수 있어서요.)

**Q. How do you feel about the Global Package system? (글로벌패키지 시스템을 어떻게 생각하시나요?)**

◆ It was an amazing experience. Everyone was so nice and so kind to us. I can't imagine coming here without the Global Package anymore. I'm so happy.

(놀라운 경험이었습니다. 모두 저희에게 친절하게 해주었어요. 글로벌패키지 없이 이곳에 오는 게 상상이 안 됩니다. 매우 행복해요.)

◆ You guys gave us all the support. So, we only focus on the experience coming here. Enjoyed happy feelings. We would recommend to everyone and definitely come again.

(글로벌패키지는 저희에게 모든 도움을 주었어요. 그래서 이 곳에서는 그쥬 즐기는 경험만 하면 됐쥬. 행복한 기분을 즐겼어요. 모든 이들에게 추천하고 꼭 다시 이용할 것입니다.)

---

## Sandra and Emely from Sweden



스웨덴에서 온 산드라와 에밀리는 **글로벌패키지에 대해 오래 전부터 알고 있었다**고 합니다. 다른 친구들도 글로벌패키지에 참가한 적이 있어서 후기를 들었다고 해요. 콘서트를 앞두고 신나고 긴장된 모습을 보였습니다. 설레고 떨리는 감정이 인터뷰를 하는 저희에게까지 전해졌는데요. 에밀리는 콘서트를 보고 감동을 받아 눈물을 훔치기까지 했습니다. **운이 좋게도, 좋은 좌석을 뽑아 NCT DREAM 멤버들 바로 앞에서 선명하게 볼 수 있어 행복했다고 전했습니다.**

### Q. How was the concert? (콘서트 어떠셨나요?)

◆ It was SO SO good.

(매우 매우 좋았습니다)

◆ They were so talented. I'm so proud of them because they did so great.

Even though they said they were tired, they did amazing. So, I really want them to know.

(그들은 재능이 매우 뛰어납니다. 저는 그들이 자랑스러워요. **멤버들은 힘들었다고 말했지만 정말 잘 해냈어요. 멤버들도 이 사실을 알았으면 좋겠네요.**)

**Q. What was your favorite part? (가장 좋았던 파트는 무엇인가요?)**

◆ OHH there are too many to choose. Just one. I think I was mostly amazed by their voices together harmonized so very very well together.

(고를 것이 너무 많아요. 하나만 고르자면 그들의 목소리가 함께 하모니를 정말 잘 이루었다는 것이예요.)

And it was really really good setlist overall. REALLY REALLY GOOD.

(그리고 곡리스트가 전반적으로 정말 좋았습니다.)

**Q. Were there any differences between the first day and the second day of the concert? (콘서트 첫째날과 둘째날의 차이가 있었나요?)**

◆ They changed the song today. You could feel they were little bit nervous at first day. They were better today.

(오늘은 노래가 바뀌었더라고요. 첫째날에는 그들이 조금 긴장한걸 느낄 수 있었어요. 오늘 더 잘했습니다.)

◆ But they did so well yesterday. But this one was like, the level was really really high yesterday, the level of this one was like super high like skyrocketing.

(하지만 어제도 굉장히 잘했어요. 어제 높은 수준으로 잘했다고 생각했는데 오늘은 하늘을 찌를 듯 엄청나게 높은 수준이었다고 생각해요.)

**Q. How do you feel about the Global Package system (글로벌패키지 시스템에 대해서는 어떻게 생각하시나요?)**

◆ It's REALLY REALLY great.

If it wasn't for the Global Package, I would never be here at the concert and I would never experience like this.

The whole thing, like the bus from the stadium and to the stadium, and the hotel experience.

It's worth every penny. I would totally do it again if we could.

(매우 매우 좋습니다. 글로벌패키지가 아니었다면 저는 이 콘서트장에 있지도 않고 이런 경험을 해보지 못했을 것입니다. 콘서트장을 오가는 버스, 호텔 경험 모든 것이 그만한 가치가 있었어요.)

◆ I have heard from my friend who have used the Global Package before that they liked it.

But I didn't expect it to be this good. So, it's really over my expectation.

(글로벌패키지를 이용한 친구가 좋다고 했던 말을 들었지만 이정도까지 좋을 것이라고는 생각하지 못했어요. 정말 말 기대 이상입니다.)

## Adele from England



EXO와 NCT의 팬인 아델은 **글로벌패키지를 두 번째 이용**하고 있다고 했습니다. 영국에서 25시간을 걸쳐 왔다는 그녀는 지난 2019년 NCT 127의 공연을 본 적이 있고 이번에는 NCT DREAM의 공연을 보러 왔다고 했죠. **아델 또한 NCT DREAM의 콘서트가 기대 이상이었다고 합니다.** 그동안 듣고 싶었던 곡들을 많이 들을 수 있는 점이 좋았다고 전했습니다.

### **Q. How was the concert? (콘서트 어땠나요?)**

Really amazing. Even better than I thought it's going to be.

They performed a lot of song that I really wanted to hear them playing.

Definitely worth it coming all this way to see their performance.

(매우 놀라웠어요. 제가 생각했던 것보다 훨씬요. 그들은 제가 듣고 싶었던 노래들을 많이 했어요. **여기까지 와서 볼 가치가 있어요.**)

**Q. What was your favorite part? (제일 좋았던 부분은 무엇인가요?)**

I really liked the 'Quiet down'. The performance stage was really good when Haechan was in a box. And also 'Hello future'. All the stages.

(Quiet down이 정말 좋았어요. 해찬이 박스 안에서 하는 퍼포먼스 무대가 매우 좋았어요. 그리고 'Hello future'도요. 모든 무대들이요.)

**Q. What is a special thing about the SM artist? (SM 아티스트만의 특별한 것이 있나요?)**

I think the energy they have on stage. And to see their growth. NCT DREAM is 7 years now. Compare them to when they first debut and now, so much growth and they are continuing to grow better and better.

Really looking forward to their future.

(무대에서 그들이 갖고 있는 에너지라고 생각해요. 그리고 그들의 성장을 보는 것이요. 드림은 이제 7년이 되었는데, 그들의 첫 데뷔 때와 지금을 비교하면 정말 많이 성장했어요. 그리고 점점 더 성장하고 있고요. 그들의 미래를 더욱 기대하고 있어요.)

**Q. How do you think about the GP? (글로벌패키지에 대하여 어떻게 생각하시나요?)**

I may use the Global Package again. Sometimes they do GP where like Manila. Maybe I'll go abroad somewhere else.

But definitely coming back to Seoul is possibility.

(글로벌패키지를 다시 이용할 거예요. 글로벌패키지가 가끔 마닐라 같은 데서도 하잖아요. 해외로 갈 수도 있을 것 같아요. 하지만 서울엔 분명히 다시 올거예요.)

**Q. What did you like the most in GP? (글로벌패키지에서 무엇이 제일 좋았나요?)**

I liked everything in the Global Package. It's so convenient. You just come to the hotel. Pick up your tickets.

They have the staff that takes you and bring you back. They have food for you. It's just takes so much stress out.

(글로벌패키지의 모든 것이 좋았어요. 매우 편리해요. 호텔에 오기만 하면 티켓을 픽업할 수 있어요. 스태프가 오고 가는 것을 도와주고 간식도 줍니다. 모든 스트레스를 줄여주죠.)

---

## LESHI LEI and MENG LIN HE from China



NCT DREAM의 오랜 팬인 레쉬와 멩. 그들도 역시 이번 콘서트를 앞두고 설레는 마음을 표현했습니다. 이들도 **글로벌패키지**를 이용해본 친구들의 후기를 듣고 **글로벌패키지**를 구매했다고 합니다. 콘서트 현장 분위기가 좋아, 행복함을 만끽했다는 레쉬와 멩은 다음에도 **글로벌패키지**를 이용하여 **NCT 뿐만 아니라 다른 SM 아티스트**의 콘서트 또한 보러 오고 싶다고 했습니다.

**Q: 那昨天的表演怎么样?可以说一下最喜欢的部分吗?或者最喜欢的PERFORMANCE? (첫날 공연은 어떠셨나요? 가장 좋았던 부분이나 퍼포먼스를 말씀해 주실 수 있을까요?)**

◆ 最喜欢的应该是他们在舞台上利用道具来表现的, 感觉挺好的。

(가장 좋았던 건 **다양한 소품들을 활용**해 무대를 꾸몄던 부분 같아요. 정말 재밌었어요.)

◆ 昨天的话, 我觉得<SATURDAY DRIP>这首歌的舞台特别好。因为, 我以前没看过这首歌的舞台。印象极为深刻。

(어제 저는 <**SATURDAY DRIP**> 무대가 가장 좋았어요. 한 번도 보지 못했던 무대라 그런지 가장 인상 깊게 봤습니다.)

Q: 你们认为全球套餐如何?可以说一说总体的感觉吗? (글로벌 패키지 이용 경험을 대략적으로 말씀해 주실 수 있으신가요?)

◆ 首先,我觉得体验感特别好。它不仅在演唱会上的服务,还在酒店或者购买周边商品方面上带来很大的满意,附加值很高。

(일단 전체적으로 대만족입니다. 콘서트 관람뿐만 아니라 호텔이나 굿즈 구매 등에 있어서도 매우 편리한 것 같아요.)

◆ 我认为买了该套餐之后,整个一系列的现场活动很便利,不需要考虑住宿或其他方面的事情。

(저 또한 이번 패키지에 포함된 모든 것이 편리했어요. 호텔 숙박이나 기타 방면에서 신경 쓸 필요가 없어서 좋았습니다.)

## SACHIYO SAKURADA and YUKA SAKURADA from Japan



한국에서의 콘서트는 처음이라 매우 설렌다는 사치호와 유카. 콘서트장으로 향하는 버스를 탑승하기 직전, 드디어 아티스트를 만날 수 있어 기대하는 그들을 만날 수 있었습니다. 이들은 글로벌패키지의 스태프들 중 일본어 구사가 가능한 분들이 많아 안심하고 한국에서 지냈다고 합니다. 앞으로 또 다시 글로벌패키지를 구매해 한국에 콘서트를 보러 오고 싶다고 했습니다.

**Q. 글로벌패키지를知った経路を教えてください。(글로벌 패키지를 어떻게 알게 되셨나요?)**

◆ 콘서트開催のお知らせを知ってからどのような方法で行くか悩んでる中、Twitterでグローバルパッケージが出ることを見つけて応募させていただきました。(콘서트 개최 공지를 보고 나서 어떻게 갈까 고민하던 중 트위터에서 글로벌패키지가 판매된다는 것을 알게 되어 신청했습니다.)

**Q. 콘서트는どうでしたか。(콘서트는 어떠셨나요?)**

◆ 7人のステージを見ることができて、感動しました。本当に幸せな気分になりました。(7명의 무대를 볼 수 있어서 정말 감동했습니다. 행복해졌어요.)

**Q. 昨日のコンサートもご覧になりましたが、今日のコンサートとはどの違いがありますか。(어제 콘서트도 보셨는데, 오늘 콘서트랑 어떤 차이가 있나요?)**

◆ 昨日は初めてだったので、何がなんか分からない状態で見たんですけど、今日は心の準備ができて、真面目で見ることができました。(어제는 처음이라, 뭐가 무엇인지 모르는 상태로 봤는데요. 오늘은 마음의 준비를 하고 봐서 진심을 담아 볼 수 있었습니다.)

Q. グローバルパッケージの良かった点はありますか。(글로벌 패키지의 좋은 점은 무엇입니까?)

◆ 今回渡韓が初めてで、スタッフの皆さんが本当に親切で、本当に優しい方々でした。対応もよくて、本当にありがたいパッケージだと思いました。

(이번에 처음으로 한국을 가게 되었는데 스태프 분들도 정말 친절하고 대응도 좋아 정말 고마운 상품이라는 생각이 들었습니다.)

◆ 特典がたくさんあって、嬉しかったです。また、日本語対応の方が多くて安心して過ごせました。(글로벌패키지만의 특전도 있어서 좋았습니다. 또, 일본어 대응이 가능한 분들도 많아 안심하고 한국에서 지낼 수 있었습니다.)



▲ 'NCT DREAM TOUR THE DREAM SHOW2 In A DREAM' 콘서트장 외관. 출처=SM C&C



▲ 'NCT DREAM TOUR THE DREAM SHOW2 In A DREAM' 콘서트장에 설치된 글로벌패키지 부스. 출처=SM C&C

인터뷰에 참가하신 모든 분들께서 글로벌패키지에 대해 만족스러운 후기를 전해주셨습니다.  
콘서트 티켓과 사전에 구매할 수 있는 굿즈에 더해, 미리 대절된 버스를 타고 편안하게 콘서트장으로 이동할 수 있는 점,  
서울 시내의 접근성이 좋은 호텔에 숙박할 수 있는 점을 글로벌패키지의 장점으로 꼽으며  
'돈이 아깝지 않은 경험'이었다고 입을 모았죠.

친절한 스태프들 덕분에 즐거운 여행을 했다는 후기도 이어졌습니다.  
글로벌패키지 없이 콘서트를 보러 오는 것이 상상이 안된다는 극찬까지 해주셨습니다.  
계속되는 칭찬에 스태프인 저희 또한 뿌듯했습니다.

글로벌패키지 고객들이 설레는 발걸음으로 콘서트장에 입장하는 모습이 Convergence팀 팀원으로서 가장 기쁜 순간입니다.

SM 아티스트들의 콘서트에 오시게 된다면 콘서트장 한 켠에 자리한 'GLOBAL PACKAGE' 부스를 찾아보세요!

SM C&C LETTER 5월호부터 12월호까지 [SM PICK] '헤이폴\* 선정 이달의 앱'이 소개됩니다.  
SM C&C 광고사업부문 킬리언(Tillion)팀이 매달 MZ세대가 주목하는 앱을 선정해  
해당 앱의 특징, 주요 타깃층, 헤이폴이 분석한 성공적인 마케팅 전략을 소개해드립니다.

\*헤이폴(heypoll) : SM C&C가 운영하는 놀면서 하는 초간단 앱테크 플랫폼. 설문조사, 투표, 퀴즈 참여 등을 통해 포인트를 적립받는다.

heypoll 헤이폴 선정 이달의 앱 6탄

예측하기 어려운 금융시장 속  
AI 투자 솔루션을 제공한다



모두를 위한  
자산관리앱,  
파운트



❶ 파운트, 그게 무슨 앱이야?

❷ 헤이폴이 파운트를 Pick한 이유

❸ 파운트가 MZ세대에게 주목받은 세 가지 이유

① 소규모 투자 가능 ② 재테크 정보 제공 ③ 개인 맞춤형 포트폴리오 제공

❹ 헤이폴에 적용할 수 있는 부분

❶

파운트(Fount)  
그게 무슨 앱이야?

파운트는 미국 핀테크(금융 'Finance'+기술 'Technology') 앱으로 혼자 하기 어려운 자산 관리를 도와주는 파트너 앱입니다. 미국 금융인 짐 로저스와 파운트 김영빈 대표의 인연으로 짐 로저스가 직접 투자하여 설립했는데요, 투자 타이밍을 잡기 어려워하는 재테크 초보자들을 위해 인공지능(AI) 시스템을 이용하여 자동으로 투자해 주는 로보 어드바이저 서비스를 제공하고 있습니다. 로보 어드바이저란 로봇(Robot)과 투자 전문가(Advisor)의 합성어로 고도화된 알고리즘과 빅데이터 기술을 활용해 개인에 맞는 최적화된 포트폴리오를 구성, 자산을 운용해 주는 프라이빗 자산 관리 서비스입니다.



파운트 - 인공지능 투자 솔루션

앱 런칭 연도	2015년
앱 카테고리	금융
월간 활성 사용자 수 (MAU)	30만명 (*21년 12월 기준 / 출처 : 파운트 홈페이지)



## 헤이폴이 파운트(Fount)를 Pick한 이유

최근 금리 변동성이 커지면서 '한 방'보다는 장기적 관점에서 안정적인 수익에 관심이 늘어나고 있습니다. 특히 국내 주식과 코인으로 투자에 첫발을 들인 MZ세대들의 태세 전환이 눈에 띕니다. 조각투자, 소수점 매매 등 소액으로 안전하게 투자한 것인데요, MZ세대들의 투자 성향을 예측이라도 한 듯이 나타난 시장이 있습니다. 바로 안정적인 투자성과가 장점으로 꼽히는 로보 어드바이저 핀테크입니다. 그중 MZ세대의 유입과 함께 관리자산 1조를 돌파하며 시장 점유율을 점진적으로 확대해 나가고 있는 파운트에 대해 알아보기로 했습니다.

먼저 MZ세대들의 재테크에 대한 관심도를 알아보기 위해 헤이폴에서 투표를 진행했습니다. 조사 결과, 재테크에 '매우 관심이 있다'와 '관심이 있다'라고 응답한 비율이 53.2%로 절반 이상을 차지했습니다. 반대로 '관심이 없다', '전혀 관심이 없다'라고 응답한 비율은 3.3%로 재테크에 대한 MZ세대의 높은 관심도를 확인할 수 있었습니다.

### MZ세대 재테크 관심도

20~30세대 남녀 2,000명 대상 / 단위 %

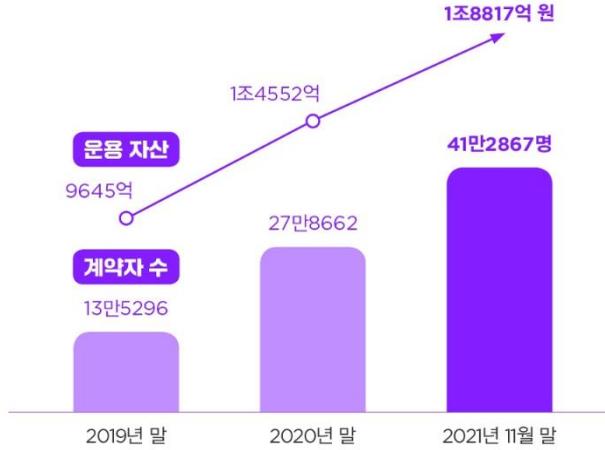
전혀 관심 없다 | 1.5%      관심 없는 편이다 | 2.8%



MZ세대의 재테크 관심도는 국내 로보 어드바이저 시장에서도 엿볼 수 있었습니다. 운용 자산 9,645억, 계약자수 13만 5,296명에 그쳤던 '19년도 말 로보 어드바이저 시장 규모가 '21년 11월 말에는 운용 자산 1조 8,817억, 계약자 수 41만 2,867명으로 성장했습니다. 무려 2년 만에 200% 이상 증가한 것이죠. 또, 로보 어드바이저 시장에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 파인트, 에임, 핀트, 불릴레오 서비스 이용자 중 평균 66% 이상이 2030 세대로 높은 비중을 차지해 재테크에 대한 MZ세대의 관심도를 확인할 수 있었습니다.

## 국내 로보어드바이저 시장 규모

테스트베드를 통한 기업 기준 / 자료 : 코스콤



## 주요 인공지능(AI) 자산관리 핀테크 현황

지난해 말 기준 / 자료 : 각 사

	파운트 fount	핀트 fint	불릴레오 lileo
주요 서비스	투자 자문 및 일임	투자 일임	투자 자문
이용자	30만 명	64만 명	7만 명
20, 30대 이용자 비중	67%	82%	49%
운용 자산	1조 원	1000억 원	1800억 원

파운트 이용 경험자를 대상으로 파운트를 선택한 이유가 무엇인지도 물었는데, '소규모로 투자 가능한 점(18.6%)', '재테크 관련 유용한 정보 제공(18.6%)'이 공동 1위로 가장 높았습니다. 뒤를 이어 '나에게 최적화된 포트폴리오 제공(18.3%)'을 꼽았습니다.

## 파운트(Fount)를 선택한 이유

20~30대 파운트 앱 유저 447명 대상 / 단위 %



## III 파운트가 MZ세대에게 주목받은 세 가지 이유

파운트가 MZ세대에게 주목받는 앱이 된 세 가지 이유로는  
 ①소규모 투자 가능 ②재테크 정보 제공  
 ③개인 맞춤형 포트폴리오 제공을 꼽을 수가 있는데요,  
 파운트를 직접 사용해 톨리언팀 팀원들과 유저들의 실제 이용후기를 바탕으로  
 파운트의 인기요인을 분석해 봤습니다.

### ① 소규모 투자 가능

소액으로도 프라이빗한 자산 운용 솔루션을  
 누구나 받을 수 있다는 점이 첫 번째 이유입니다.

	파운트 	핀트 	에임 
회사종류	투자자문·일임	투자일임	투자자문
관리자산	8,606억원	350억원	4,210억원
최소가입액	10만원(핀드형)	20만원	300만원
평균 수익률	15.6%	13%	28.44%
수수료	수익금의 15%	수익금의 9.5%	투자금액의 1% (최소 5만원)
특징	작은 금액으로 시작 가능	지동으로 리밸런싱	높은 수익률

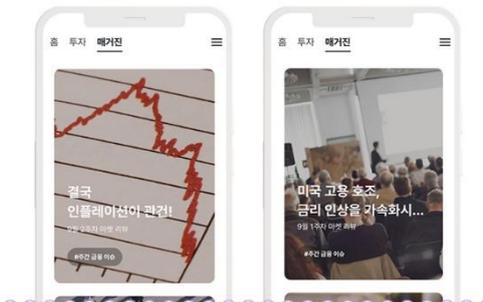
시중은행의 프라이빗 뱅커 서비스\*를 받기 위해서는 최소 10억 원 이상의 고액 금융 자산을 가지고 있어야 합니다. 하지만 핀테크 로보 어드바이저는 10-300만원의 최소 가입 금액을 충족하기만 하면 누구나 자산 운용 솔루션을 받을 수 있어 재테크 초보자들의 진입장벽을 낮췄습니다. 특히 파운트의 경우 최소 가입 금액이 10만원으로 다른 경쟁사들과 비교했을 때 가장 적어 전체 이용자 중 MZ세대가 무려 67%로 높은 비중을 차지했습니다.

자산 운용 솔루션을 제시할 때 개인의 감정이나 주관이 개입될 수 있는 기존 프라이빗 뱅커 서비스와 달리 로보 어드바이저는 고도화된 AI기술로 정교하고 직관적으로 분석하는데, 보다 정확한 판단으로 자산을 운용한다는 점도 MZ세대에게 매력적인 재테크 옵션으로 꼽히고 있습니다.

\*자산 및 수익증대를 목적으로 고객의 자산(부동산, 예금, 실물자산 등)을 종합적으로 관리하는 서비스

### ② 재테크 정보 제공 서비스

전문가가 아니어도 금융 동향을 파악할 수 있도록  
 관련 정보를 제공한다는 점이 두 번째 이유입니다.



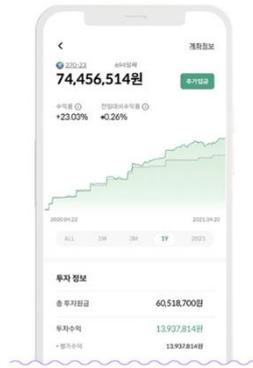
파운트 매거진 콘텐츠 제공 가능, 출처: 파운트

파운트가 제공하는 서비스 중 하나인 '매거진 카테고리'는 투자 전문가가 제시하는 금융 정보를 담은 콘텐츠 서비스입니다. 마켓 리뷰부터 투자전략, 시장 이슈 분석 등 시장을 이해하고 전망할 수 있는 정보들을 제공합니다. 특히 투자 보고서 코너에서는 시장별 이슈가 자산 변화에 어떤 영향을 미치는지 설명, 현재 투자 흐름을 쉽게 파악하는데 도움이 되는 정보만 선별하여 전달합니다.

쏟아지는 투자 정보들 속에서 전문가가 직접 알려주는 양질의 정보성 콘텐츠는 재테크를 어려워하는 MZ세대에게 좋은 투자 길잡이가 되어주는데요. 동시에 기존 이용자의 이탈을 막고 지속적으로 투자에 대한 관심도를 높이는 금융 러닝메이터 역할을 합니다.

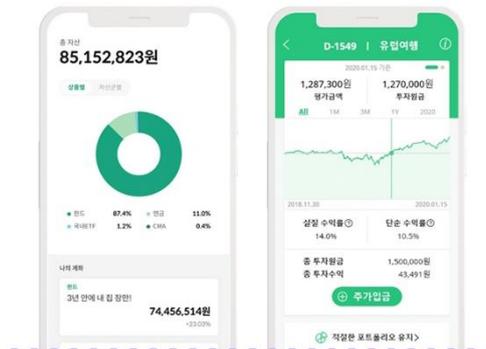
### ③ 개인 맞춤형 포트폴리오 제공

나의 투자 성향과 관심분야, 자산 등을 모두 고려한 **맞춤형 솔루션**이 세 번째 이유입니다.



출처: 파운트 공식 블로그

파운트 앱의 장점 중 하나를 꼽으라고 한다면 투자자의 행동 데이터를 기반으로 개인화된 서비스를 제공한다는 점입니다. 투자자가 직접 포트폴리오를 조정할 수 있다는 점도 파운트만의 차별화된 포인트인데요. 글로벌 경제 흐름에 따라 추천되는 최적의 포트폴리오 내에서 투자자가 직접 추가 투자나 리밸런싱(재조정)할 수 있는 서비스를 제공하고 있습니다. 고객 행동을 분석하여 올바른 투자를 이어 나가도록 도와주는 것이죠. 파운트는 'My 자산' 메뉴를 구축해 리밸런싱을 포함하여 투자, 포트폴리오 변화 등을 한눈에 볼 수 있도록 제공합니다.



출처: 파운트 공식 블로그

개인화 서비스를 강화한 'My 자산'은 사용자가 투자 중인 총자산을 비롯해 상품/자산별 분포도와 이에 따른 상세 정보까지 확인할 수 있습니다. 운용 기간에 따른 수익률 변화, 월별 수익률 정보 등을 함께 확인할 수 있어 투자 현황과 성과의 전체적인 흐름을 이용자가 쉽게 파악할 수 있습니다. 계약, 투자 과정, 자산현황, 상황분석 등을 실시간으로 모니터링도 가능해 시간과 비용도 아낄 수 있습니다.

## IV 헤이플에 적용할 수 있는 부분

### ① 헤이플 회원들의 응답 결과를 활용한 정보 공유 확대



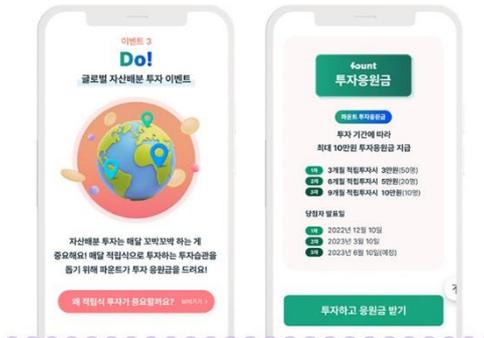
헤이플 개선 아이디어 예상안

최근 파운트뿐 아니라 많은 핀테크사들이 정보 전달을 목적으로 다양한 금융 정보를 담은 자체 콘텐츠를 직접 제작, 제공하고 있습니다. 정보성 콘텐츠는 마케팅에 대한 거부감을 없애고 사실 기반 인사이트로 브랜드 이미지를 제고해 간접적인 마케팅 효과를 기대할 수 있는데요.

헤이플의 설문조사나 투표 플랫폼을 활용해 '좋아요'나 '댓글'이 가장 많은 투표 결과를 카테고리별 카드뉴스로 제작해 공유한다면 자연스럽게 이용자들의 체류시간을 늘리고 리텐션 마케팅\*에 효과적일 것입니다. 동시에 카드뉴스 형식의 콘텐츠는 SNS 바이럴도 가능해 신규 이용자 유입도 기대할 수 있습니다.

\*신규 고객을 유입시키기 보다는 기존에 보유하고 있는 고객 유지율을 증가시켜 매출을 극대화하려는 마케팅

### ② 우수 회원 대상 보너스 포인트 지급을 통한 지속적인 활동 유도



파운트 활용 아이디어 참고안. 출처 : 파운트

현재 파운트는 기존 회원을 대상으로 투자 기간에 따라 투자 지원금을 차등으로 지급하는 이벤트를 시행하고 있습니다. 투자자 이탈 방지를 위한 마케팅의 일환입니다.

헤이플 역시 설문조사 및 투표 참여로 포인트를 제공하고 기프트코인으로 교환할 수 있는데요. 다만 한 번의 참여로는 기프트코인을 교환할 만큼의 포인트를 적립하기 어렵다는 단점이 있습니다. 따라서 회원 이탈을 막기 위해 설문조사 참여 횟수에 따라 추가로 포인트를 지급하는 이벤트를 진행하는 방안을 생각했습니다. 5회 참여 시 500 포인트, 10회 참여 시 1,000포인트를 추가로 증정하는 것이죠. 이벤트를 통해 기존 회원에게 적극적인 참여의 동기 부여를 제공해 지속적인 활동을 유도하고 이탈률을 낮춥니다.

빠르게 변화하는 금융 시장의 디지털화와 금융 활동 세대교체로 디지털 기반 재테크 및 투자에 대한 인식도 많은 변화를 맞이하고 있습니다. '파운트' 역시 1조원의 큰 자산 규모로 운용되는 등 매우 빠른 성장세를 보이고 있는데요, 시시각각 변화하는 이슈로 예측할 수 없는 금융 생태계 속에서 AI 핀테크 기업인 파운트가 어떻게 자리매김하고 성장해 나갈 것인지 앞으로의 행보가 기대 됩니다.

SM C&C 광고사업부문 서베이 플랫폼 '헤이폴(heypoll)'에서 MZ세대를 비롯한 다양한 연령층이 사용하는 앱 중 카테고리별 상위에 랭크되어 있는 앱을 선정해 리뷰한 내용입니다. 헤이폴 유저를 대상으로 진행된 서베이에 기반해 작성했습니다.

궁금해결 리워드앱  
**헤이폴**



Copyright © 2009-2022 SM C&C All Right Reserved.

누구나 마음만 먹으면 스마트폰으로 자신의 모습을 쉽게 찍을 수 있는 시대(계다가 무려 1200만 화소의 고렐로). 이제 사진 촬영업은 사양산업에 가깝다. 반면에 몇 년 전부터 사진사가 없는 셀프 사진관이 급속도로 늘어나더니, 지금은 서울에만 400여 개가 넘는 셀프 사진관이 있다. 인스타그램에 '셀프 사진관/셀프 스튜디오'를 검색하면 61만 건 이상의 게시글이 뜬다. 셀프 스튜디오, 일시적 유행(fed)을 넘어 젊은 세대들에게 확실한 트렌드로 자리잡은 것으로 보인다. 그럼 젊은 세대들에게 셀프 스튜디오는 왜 인기인 걸까? 그 이유를 확인하기 위해 직접! 셀프 스튜디오를 다녀와봤다!



SM PICK Trend #1

## 요즘 [셀프 스튜디오]는 왜 인기래?

글. 광고사업Unit Convergence Branding팀 문주화

이미 셀프 스튜디오 트렌드에 올라타본 경험이 있는 우리팀 MZ들은 촬영전 준비해야 할 것들을 하나씩 말해줬다. 시간이 정해져 있기 때문에 우물쭈물 뚝딱이다 보면 엉망이 될 수 있으니 의상부터, 유닛 배치, 포즈까지 미리 다 정해야 한다는 것. 이걸 마치 인쇄광고 PPM을 방불케 했다.



촬영전 라하설에 여념이 없는 '그라'셀파. 아직 포즈 연구중이신 팀장님

“

- 의상은 캐주얼하게 청바지에 티셔츠로 할까요?
- 깔끔하게 슬랙스에 셔츠로 할까요?
- 컬러는 블랙톤? 화이트톤?
- 포즈는 어떤 걸로 할까요?
- 촬영 유닛은 어떻게? 팀 단체샷 외에 MBTI로 묶을까요?
- 아이폰파 vs 갤럭시파로 묶어볼까요?
- 소품은 뭐가 좋을까요? 깔끔하게 소품 없이 할까요?

그리고 D-day, 다들 미리 맞춘 청바지에 화이트 무지티를 챙겨 입고 스튜디오 도착! 예쁜 배경이나 인테리어, 아가지기한 소품이 있을 줄 알았던 스튜디오는 회색 무지 배경에 덩그러니 비어 있는 방. 그리고 방 한 칸에는 조명과 카메라, 결과물을 확인할 수 있는 모니터가 세팅되어 있었다. 예상했던 모습과는 조금 달랐지만, 익숙해 보이는 MZ들처럼 태연한 척하며, 연습해 둔 다양한 포즈들을 맘껏 뽐내며 즐겁게 촬영 완료!



from photo, seoul forest

"이게요즘유행하는김치래요!"



from photo, seoul forest

SMC&C♡♡♡CB

# Smile!

## 그래서, [셀프 스튜디오]는 왜 인기인 거야?

### 1) 나는 내가 제일 잘 알아

일반적인 사진관과 달리, 셀프 스튜디오는 DSLR 카메라와 연결된 리모컨 버튼을 직접 눌러 사진을 찍는 방식이다. 그러다 보니 일면식도 없는 사진사가 시키는 대로 포즈를 취하는 것보다, 내가 직접 스크린으로 사진을 보면서 구도를 잡고 원하는 포즈를 취하는 게 더 좋은 만족스러운 사진으로 이어지기 쉽다. 내가 제일 멋있어 보이는 포즈, 치명적으로 보이는 표정은 내가 제일 잘 알기 때문! 또한, 주도적 성향이 강한 MZ세대에게 일반 사진관이나 작가 촬영과 달리 '주도권'이 고객에게 있는 셀프 스튜디오는 더욱 매력적일 수밖에 없다.

“ 사진사의 촬영이 아닌 온전히 저희가 원하는 타이밍에 셔터를 눌러 촬영하는 시스템이라, ‘찍히는’ 경험이 아닌, 진정한 의미의 ‘찍는’ 경험을 할 수 있는 거죠, 주어진 시간에 다양한 표정이나 포즈를 떠올리고, 구도를 잡고, 셔터를 누르는 일련의 경험이 모두 자기 주도적으로 이뤄진다는 점이 매력적이었어요. ”

### 2) 내추럴한 나르시시즘

셀프 스튜디오는 특별한 배경이나 인테리어가 없이 단독 피사체인 '사람'에 오롯이 집중할 수 있는 환경이다. 특별한 것 없는 무지톤을 배경으로 하니, 사람의 표정과 형태, 관계성 등이 더 입체적으로 부각되어 보여진다. 야외 촬영에서는 필연적으로 배경에 많은 정보가 담길 수밖에 없지만, 이런 셀프 스튜디오에서는 피사체 외의 정보는 모두 제거되어 오직 '나'라는 피사체에만 모든 주목이 쏠리게 된다. 즉, 나에 대한 몰입을 최대로 높일 수 있는 공간에서 나를 관찰하고 연출하는 시간을 가질 수 있는 것이다. 이는 자기 표현 욕구가 강하고, 자기 본연의 모습을 긍정하고 사랑하는 자기애가 큰 요즘 젊은이들에게는 단순한 즐거움 이상의 성취감을 줄 수 있는 요소이다.

"하나, 둘, 셋! 하면 파이팅! 하실게요!"



최대한 가까이 붙어서 찍어 예쁘게 나오요



### 3) 사진 몇 장이 다가 아니다, 이 모든 경험이 일상의 이벤트

이들에게 셀프 스튜디오 촬영은 단순히 결과물을 남기기 위한 1회성 이벤트만은 아니다. 촬영 전부터 어떤 컨셉, 어떤 의상이 좋을지 서로 이야기하는 그 순간부터 이벤트는 시작된다. 개인 미디어의 발달로 인해, 카메라에 대한 거부감이 적고, 스스로 기획/연출하는데 익숙한 요즘 사람들에게 셀프 스튜디오는 촬영 전 준비부터 촬영, 그리고 촬영 후 보정할 A컷을 고르는 일까지 그 모든 과정이 즐거운 경험이고 일상의 이벤트가 되는 것이다.

“

셀프 스튜디오 촬영은 단순히 결과물을 남기기 위한 수단만은 아니에요. 중요한 것은 혼자 또는 지인들과 함께 사진을 촬영하는 경험 그 자체죠. ‘타임랩스 영상(촬영 전 과정을 빨리감기한 영상)’을 함께 제공하는 이유 역시 같은 맥락에서 비롯되었다고 생각해요.

### 4) 인스타그램이 별한 건 또 못 참지

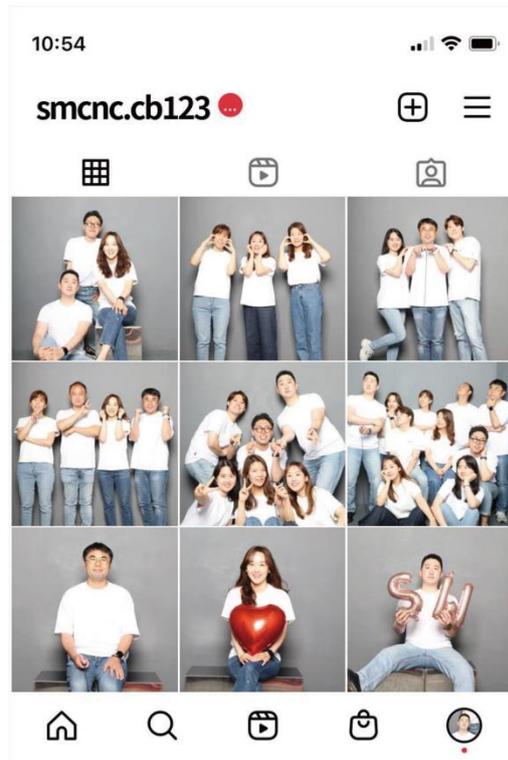
결과물을 SNS에 인증할 수 있다는 점도 셀프 스튜디오를 매력적으로 느끼게 하는 요소다. 그럴듯하게 보정까지 해주니 인스타그램이 별한 건 놓치지 않는 요즘 사람들에게 안성맞춤인 것.

#### 트렌드를 체험해보며...

“저희 팀만의 추억거리가 생긴 것 같아서 좋았습니다. 실제 촬영은 한 시간 남짓이었지만 촬영 전부터 포즈를 고민하고, 옷을 맞추고, 촬영 후엔 사진을 보며 서로 이야기를 나누면서 하루 종일 즐거웠던 것 같아요.” (민수연)

“팀원들과 즐거운 시간. 그걸 위한 매개가 된 체험이었다는 점이 좋았습니다. 사진기 앞에서 자신을 보여주려는 모습들에서 조금 더 서로를 알게 되는 느낌을 깨알만큼이나 받았습니다.” (박아름)

업무가 바빠서 내추향이야...라서... 다양한 이유로 셀프 스튜디오를 접해 보지 못해보신 분들(!) 이번 기회를 통해 팀원들과 함께 즐거운 추억만드시며 트렌드 체험도 해보시길 😊



잘 나온 사진들은 친구들에게 마구 자랑하기! (위 사진은 예시입니다)

## SM C&C 구성원의 크리에이티브 영감이 되어줄 작품 구경해봤SM



**제우스(ZEVS),**  
역발상의 힘을  
보여주는 아티스트

### ZEVS

프랑스가 주목하는 아티스트의 작품들을 SM C&C 성수 사옥에서도 감상할 수 있게 되었습니다.

루브르박물관 모나리자 작품과 브랜드 협업을 진행하며 이름을 알린 프랑스의 대표 스트리트 아티스트 **제우스(Zeus)**입니다.

글 PR팀 김서연



제우스(Zeus), 출처 : 위키피디아

요즘 임직원들의 복지 차원에서 회사 내 갤러리를 운영하며 이른바 '문화복지'를 실천하는 회사들이 많죠. 직원들의 감각을 이끌어내고 창의력을 북돋는 회사들의 대열에 SM C&C도 합류하기로 했습니다. SM C&C 남궁철 대표가 평소 알고 지내던 제우스(Zeus)의 새로운 작품을 접하며 느낀 감상과 소감을 우리 구성원들도 함께 경험하며 영감을 얻길 바라는 마음으로 사옥 곳곳에 제우스의 작품을 비치한 겁니다. <Evolution>이라는 타이틀의 이 작품들은 1967년 데이비드 호크니(David Hockney)의 'A Bigger Splash'와 클로드모네(Claud Monet)의 유화 시리즈 'Water Lilies'에서 영감을 받은 8개의 캔버스 작품입니다.



SM C&C 각 층 라운지와 회의실에 전시된 <Evolution> 작품.

#

## 리퀴데이션 로고스 (Liquidation Logos)의 시작

어릴 때부터 프랑스 파리의 거리에서 그림을 그리던 한 소년이 14살 되던 1991년, 파리 교외 한 터널에서 그림을 그리다가 지나가던 기차에 치일 뻔한 일이 생깁니다. 가까스로 목숨을 건진 그 사고로 소년 '크리스토퍼 슈왈츠'는 그 기차의 이름을 따다가 '제우스(ZEVS, 읽을 때는 ZEUS)'라는 이름으로 다시 태어납니다.

제우스는 2000년대 중반부터 루이비통, 샤넬, 코카콜라 등 유명 브랜드 로고가 흘러내리는 듯 묘사한 리퀴데이션 로고스(Liquidation Logo) 연작을 시작했습니다.



물감을 흘러내리게 하는 기법을 활용해 겉보기에 견고해 보이는 이미지를 불안정하게 변형시켜 어떠한 것도 그 상태로 영원하지 않음을 보여줍니다. 대형 브랜드 로고가 상징하는 자본주의와 상업주의를 비틀어 이를 비판하려는 의도가 숨어있습니다.

“물론 제 작품에는 그래피티의 아름다움도 있지만  
저는 주로 시각적 효과를 즐깁니다.  
저는 로고의 오리지널 색상을 사용하고 그 위에 다시 페인트칠을 합니다.  
보는 이들 앞에서 로고 위에 페인트가 흘러내리는데 집중하게 함으로써  
우리에게 익숙한 상표를 시각적으로 방해합니다.  
오리지널 로고에 페인트를 흘러내리게 하는 행위를 통해  
로고의 시각적인 힘에 대해 연구해 보려 합니다.  
이것은 마치 합기도에서 에너지의 흐름을 바꾸고 힘을 뒤집게 하는  
아주 단순한 제스처와 같은 것입니다.”

- PingMag와의 인터뷰 -

#

## 날카로운 관찰과 위트 있는 일침은 환경 문제로도 확장 중

제우스의 시그니처인 흘러내리는 기법은 ‘명작, 사상, 브랜드마저도 결국 사라진다’는 메시지의 농도를 한층 더 짙게 해줍니다. 작가의 날카로운 관찰과 위트 있는 일침이 강력한 브랜드 로고를 흘러내리게 하는 기법에 담겨 거대 자본주의와 상업주의를 비튼겁니다.

제우스의 이런 시선은 이제 생태계와 환경 문제로도 시선을 확장하는 중입니다.



Zevs 'Oil Painting Shell'. 출처: 구글

그의 작품 중 가장 유명한 것은 데이비드 호크니의 유명 회화 'A Bigger Splash(1967)'를 배경으로 삼은 '오일 페인팅 셸(Oil Painting Shell-2015)'입니다. 모던한 건물 벽에 붙은 석유회사 셸의 로고에서 석유가 흘러내리고, 그 석유가 수영장을 검게 물들이며 오염시키는 순간을 포착한 일종의 고발 작업입니다. 유명한 작품을 패러디한 작가의 재치와 석유기업의 석유 유출 사건을 지적하고자 한 문제의식을 뚜렷하게 보여주고 있죠. 이 시리즈의 원작인 'A bigger Splash'가 (데이비드 호크니 작) 이 그려진 1967년은 역사상 최대의 해양 오염 사건인 토리 캐니언호의 기름 유출 사고가 있던 해이기도 했습니다.



SM C&C 성수사옥(12-14F)에 전시된 Zevs의 신작 <Evolution>시리즈 역시 역사적인 재해를 다시 한 번 기억하게 하고, 또 화석 연료에 의해 연료를 공급받는 소비주의 경제를 비난하며 지구의 자원을 남용하는 인간들의 행동에 대해서 경각심을 갖게 합니다. 스스로가 환경을 보호해야함을 깨닫고 개개인의 참여가 필요하다는 것을 보여주고 있는 위 작품을 통해 SM C&C 구성원들도 우리가 하는 모든 기업활동에 ESG 사고를 적용해보는 계기가 되기를 바랍니다. 환경오염에 대한 경고를 담은 '오일 페인팅 셸(Oil Painting Shell·2015)' 작업 후 제우스는 2016년 세계기후협약회의 대표작가가 되기도 했습니다.

“나를 ‘그래피티 아티스트’라고 규정하는 말이 정확하지 않다.  
나는 사회에서 일반적으로 통용되는 혹은 강하게 믿고 있는 신념들에 대해  
의문을 제기하고 비틀어 표현하고자 한다. 장르는 중요하지 않다.”

- 제우스(ZEVS) -

12살 프랑스 거리의 예술가로 그래피티를 그리던 그는 이제 프랑스를 대표하는 현대예술가로 자리매김했습니다. ‘지워야 하는 그림’으로 그래피티를 평가하던 인식에 맞서 더러운 벽 위를 그래피티로 덮고 거대 기업의 브랜드 로고로 상업주의를 비틀며 제대로 ‘역(逆)발상’을 보여준 제우스. 그의 그림이 구성원들의 크리에이티브 작업에 영감이 되어주길 바랍니다.

## Point

### 남궁철 대표의 추천사



Zevs(Christophe Aguirre SchWarz)는 프랑스의 영향력 있는 Street Artist입니다. 파리의 에펠탑에서 공공 프로젝트를 진행하고 올해는 세계유산으로 지정된 루브르 박물관에서 프로젝트성 전시를 선보였습니다. 전 세계적으로 활약하고 있는 작가가 개인적으로 제 친구이기도 합니다.

몇 년 전 파리의 어느 바(Bar)에서 와인을 마시며 예술을 이야기하던 그의 초롱초롱한 눈빛을 지금도 또렷하게 기억합니다. Zevs는 제가 아는 예술가들 중 가장 과학적인 사고를 하며, 이성적인 생각을 그림으로 담아내고자 노력하는 엔지니어와 같은 면이 아주 강한 예술가입니다. 작품에는 Zevs의 이

러한 특징들이 오롯이 드러나지 않지만 그만큼 그만이 가지고 있는 탁월한 이성적인 사고와 철두철미한 작업 정신이 예술가보다는 천재(Genius)라는 생각이 들게 합니다.

〈Evolution〉 타이틀의 이번 작품들은 1967년 David Hockney의 A Bigger Splash, Claud Monet의 유화 시리즈 Water Lilies에서 영감을 받은 10개의 캔버스 작품입니다. Zevs는 〈Evolution〉 시리즈를 통해 역사적인 재해를 우리 스스로 되돌아 보고 경각심을 갖도록 하며, 환경보호는 누구도 아닌 우리 스스로가 적극적으로 행동해야 하는 것임을 독려합니다.

SM C&C 사내 갤러리를 위해서 흔쾌히 작품 8점을 파리에서 보내 준 제우스에게 깊은 감사사를 전합니다.

## Point

### 아티스트가 추천하는 작품 감상 포인트

#### 강현선

서울대학교 미술학 박사

미디어 아티스트로 활동하는 강현선은 2005년 중앙미술대전 우수상을 수상한 이래 밀라노, 리스본, 서울 등에서 다수의 개인전을 개최했으며 광주디자인비엔날레 등에서 다양한 미디어 작업을 소개했다. 현대미술가로 활동하면서 로저 비비에, We11done, 자니 해잇재즈 등 패션 브랜드뿐 아니라 대중음악가 자이언티와 협업을 진행했고 2020년 유네스코 세계 지질공원 재인포포에서 30미터의 대형 미디어 파사드 작업을 선보였다.

프랑스를 중심으로 활동하는 제우스(Zeus)는 공공의 재산을 파괴하는 행위로 여겨졌던 그래피티를 예술 매체로서 다룬 스트리트 아티스트입니다. 고대 벽화에서부터 등장하는 낙서와 같은 표현은 추상표현주의 예술가 잭슨 폴록(Jackson Pollack)을 비롯한 많은 예술가들의 작품에 영감을 주었습니다. 허가 받지 않고 만들어지는 작품들은 저항과 자유의 사회 메시지를 자연스럽게 함축하여 보여줍니다.

동시대(contemporary) 미술은 현재의 정치, 사회, 경제와 밀접하게 맞물려 드러납니다. 시대의 이념이 반영되는 것을 시대정신(Zeitgeist)이라고 부른다면, 제우스의 예술 작품들은 자본주의 사회의 시대정신을 표출하고자 합니다. 제우스는 기존의 작업 개념을 최근의 회화 작업에 전이시키고 있습니다. 매끈한 캔버스의 표면과 규격화된 프레임은 제도화된 미술의 형식을 갖추고 있지만 작가의 사상은 여전히 화면에 적나라하게 드러납니다.

이번 SM C&C 사내에 소개된 제우스의 신작 "Evolution Shell Painting" 시리즈는 데이비드 호크니의 '더 큰 침범(A Bigger Splash)'(1967)을 패러디했습니다. 캘리포니아의 따사로운 햇살과 평화를 깨뜨리는 물보라를 그린 호크니 그림 속 풍경은 스산한 분위기로 바뀌고 정면에 등장한 거대 석유 기업의 로고에서는 까만 물감이 흘러내립니다. 제우스는 자신의 그림을 정치가 아닌 회화라고 주장합니다. 하지만 그림에는 인간에서 비롯된 재해와 환경 문제에 대한 경고가 전면에 등장합니다. 감각적인 작품이 제공하는 시각적 유희를 넘어서 동시대를 바라보는 비판적 시선과 질문을 던지는 제우스의 작품들을 감상하며 예술의 역할에 대해 다시금 생각해 볼 수 있을 것입니다.

## 지난호 Best 3 다시 보기



### ADVERTISING

지구를 위한 달콤한 실천,  
SK 어스윗어스  
챌린지와 함께!

[+자세히 보기](#)



### TRAVEL

“Crystal Clear!”  
사이판에서만 즐길 수 있는  
액티비티 모아봤SM!

[+자세히 보기](#)



### SM INSIDE

22년 추석 이모저모!  
SM C&C Ver.이 궁금해?

[+자세히 보기](#)



뉴스레터를 새롭게 신청하고 싶으시다면 [\[신청하기\]](#)를 클릭해주시고  
수신을 원치 않으신 분들은 [이곳](#)을 클릭해주세요.

주소 : 서울특별시 성동구 왕십리로 83-21 12층-14층 | 발행인 : 김동준, 남궁철  
© SM Culture&Contents, All rights reserved.

PDF 다운받기

