

**KHmall 리브랜딩: kor.us**

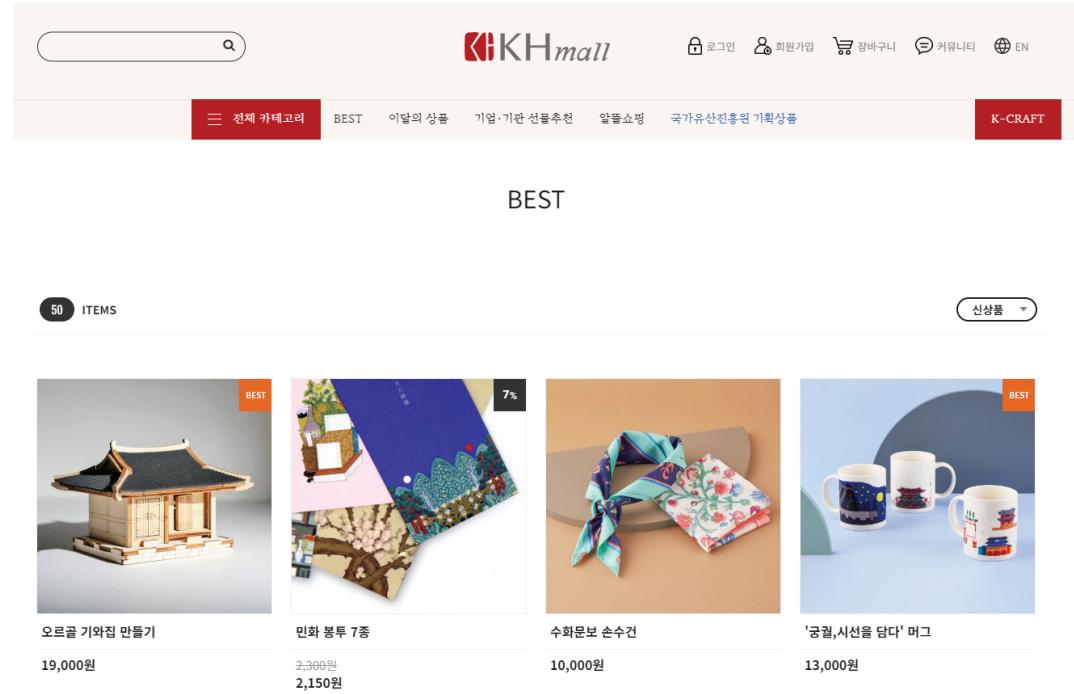
# 00. KH(Korean Heritage)mall?

전통을 가까이, 일상을 새로이

국가유산진흥원에서 운영하는 한국 전통 문화상품 테마숍

전통 문화 소재 각종 디자인 문구류 및 굿즈 판매 플랫폼

 KHmall



The screenshot shows the KHmall website interface. At the top, there is a search bar, the KHmall logo, and a navigation menu with links for '로그인' (Login), '회원가입' (Sign Up), '장바구니' (Cart), '커뮤니티' (Community), and 'EN'. Below the menu, there are several categories: '전체 카테고리' (All Categories), 'BEST', '이달의 상품' (Product of the Month), '기념·기관 선물추천' (Recommendations for Commemorative and Institutional Gifts), '알뜰쇼핑' (Smart Shopping), and '국가유산진흥원 기획상품' (Products from the National Cultural Heritage Agency). A red 'K-CRAFT' button is also visible. The main content area features a 'BEST' section with four product cards: '오르골 기와집 만들기' (19,000원), '민화 봉투 7종' (2,300원), '수화문보 손수건' (10,000원), and '‘궁궐,시선을 담다’ 머그' (13,000원). A '신상품' (New Product) button is located in the bottom right corner of the grid.

제품명	가격
오르골 기와집 만들기	19,000원
민화 봉투 7종	2,300원
수화문보 손수건	10,000원
‘궁궐,시선을 담다’ 머그	13,000원

## 01. 문구시장 현황

### 한국문구공업협동조합

#### 2023 문구류 무역통계

- 앨범이 수출의 많은 비중을 차지, 사무 및 일반 필기구류는 감소 추세

### 한국문구유통업협동조합

#### 2021 설문조사

- 코로나와 온라인 시장 활성화로 인해 오프라인 시장 전반 축소

# 01. 문구시장 현황

## '꾸미기 문화'의 확산

- 2023 에이블리 '갓생' 트렌드 문구류 거래액 60% 증가
- 서울 일러스트레이션 페어 방문객 꾸준한 증가 추세(8만)

## 디지털 전용 문구 시장 형성 및 확대

### 국내 - 디지털 문구 플랫폼 위버딩

- 출시 1년만에 작가 400명, 상품 3500개 확보하며 선두주자로

### 해외 - 필기앱 굿노트

- 전세계 월간활성사용자 2400만 명 보유, 위버딩 및 EBS 등과 파트너십 체결

# 01. 문구시장 현황

전통 문화 굿즈에 대한 국내 관심 고취

→ 텀블벅 마페 교통카드 펀딩액 수 억대 달성

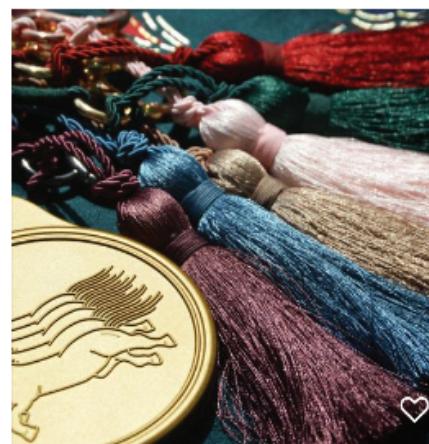


중현  
미니 마페교통카드, 빽 암행어사 승  
차요~

[원조귀환] 미니 버전으로 돌아온 '마스트  
헤브 아이템' 마페 교통카드!

**29009%** 145,049,500원

8일 남음



중현  
마페 교통카드의 화려한 귀환, 단청  
빛이 피어오르니

전통 빛으로 물든 마페 교통카드의 화려한  
귀환!

**36526%** 182,630,100원

펀딩 성공



중현  
서울상징관광기념품공모전 대상  
"마페 교통카드"

조선의 힙, 마페가 교통카드로 재탄생하다

**24866%** 124,331,400원

펀딩 성공

## 01. 문구시장 현황

전통 문화 굿즈에 대한 국내 관심 고취  
→ 전통문화 문구 브랜드 뮤즈(MU:DS)

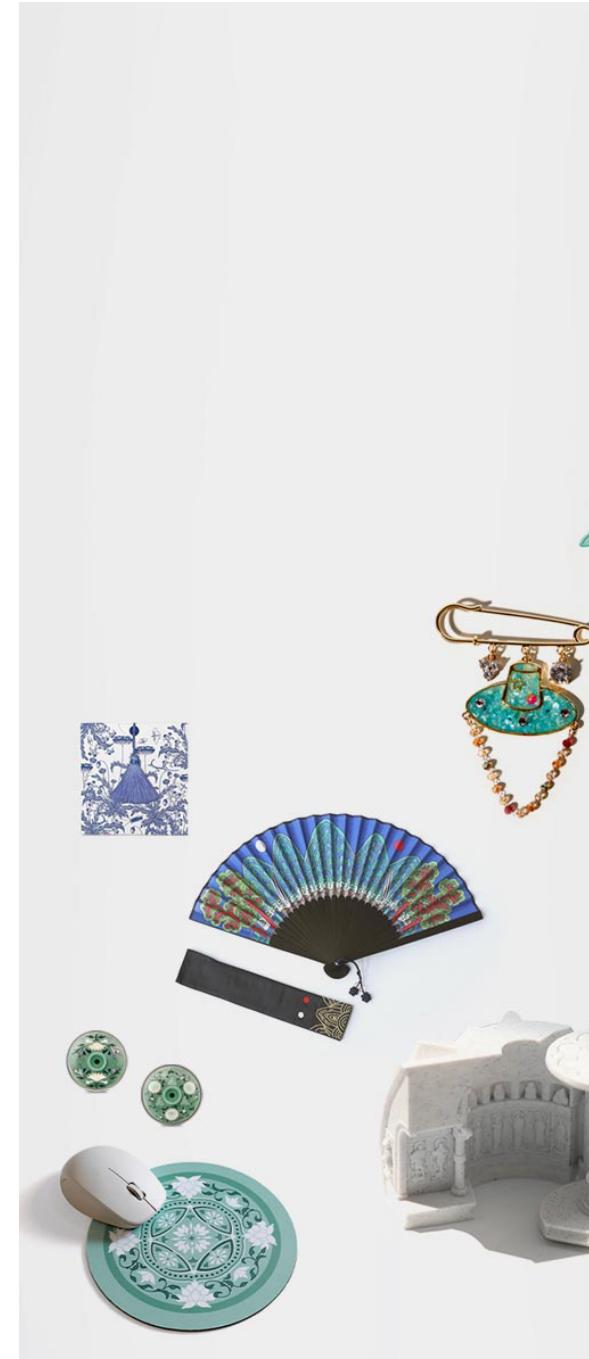
### ‘뮤즈’ 대체 뭐길래 오픈런까지?…2030이 더 열광한다는데

이향휘 기자 [scent200@mk.co.kr](mailto:scent200@mk.co.kr)

입력 : 2024-01-03 10:29:06 수정 : 2024-01-03 23:11:48

가   

국립중앙박물관 금동대향로 초도물량 매진  
박물관·고궁 굿즈 ‘뮤즈’ 매출 250억원 돌파  
중년층 넘어 2030·외국인 매료시키며 인기



## 02. 경쟁사 디자인 트렌드

### 위버딩 webudding

- 디지털 문구 브랜드



webudding

Home

태국 인기 작가님을 만나는 시간!  
파격 할인 이벤트 진행중

홈페이지 리뉴얼!  
새로워진 위버딩을 구경하세요.

BEST NEW 전체 다이어리 노트 스티커 기타

오늘의 인기 작품

<p>My Simple Record 만년형, 플래너</p> <p>18% 29 35 #만년형 #플래너</p>	<p>씨야 행운을 드려요 메모지 스티커 95% 1 20 #씨야</p>	<p>페이퍼플래닛 만년형 종이질감 올인원 플래너 52% 120 250 #페이퍼플래닛</p>	<p>엘로우 다이어리 매일을 기록하는 '오늘하루' 일기장 40% 30 50 #데일리다이어리 #데일리</p>
---	--	--	---

## 02. 경쟁사 디자인 트렌드

넬나 nelna

- 디지털 문구 브랜드



nelna.

Login Register Mypage Cart |

추천인 입력 +1,000p \*

네이버 구글

nelna는요 iPad ACC DIGITAL PLANNER LIVING & HABIT 커뮤니티·공지 Search

NEW 낸나 온오프 필름 출시!

내 손 안의 작은 응원, 낸나 그립 커버 세트 출시!

2025 낸나다 함께 만드어요!

내 맘대로 떼었다 붙였다! 낸나 온오프필름

언제 어디서나 온오프! 필기할 땐 붙여서 쓱쓱! 영상을 땐 때시 선명한  
화질로!

내 손 안의 작은 응원, 낸나 그립 커버 세트 출시!

말링필랑 찰떡 그립감은 물론, 8가지 색상과 응원 문구로 특별하게!

2025 낸나다 설문조사에 참여해주세요!

2025 낸나다를 함께 만드세요! 더 멋진 2025 낸나다를 준비할게요.

**BEST**

넬나의 인기 상품

1. 낸나 포커스 온 타이머 35,000원

2. [중이 단짜켓] 낸나 종이 필름 (2장) + 마이테크 메탈 펜촉 (2개입) 40,700원 30% 28,500원

3. 낸나 애플펜슬 그립 커버 세트 (8개입) 56,000원 16% 43,800원

4. 낸나 치열-업 스티커 세트 59,000원 29% 41,300원

넬나 38,500원 23%

nelna.



## 02. 경쟁사 디자인 트렌드

### 뮤즈 MU:DS

- 전통문화 문구 브랜드

NATIONAL MUSEUM GOODS MU:DS

상세검색 < 검색어를 입력해주세요! >

가격  ~  원

문구/사무

초기화 검색

카테고리 전체상품 신상품 베스트 이벤트 · 기획전 기업특판

▶ > 카테고리 > 문구/사무

문구/사무

< 노트/수첩/메모 | 필기류/필통 | 엽서/봉투 | 명함집 | 자석/책갈피 | 스티커/테이프 >

전체 275개 선택

선택

기타 청자 합 무늬 원형 마우스패드 <2024 뮤즈 공모 선정작> 10,000 NEW

기타 청자 무늬 판 마우스패드 <2024 뮤즈 공모 선정작> 10,000 NEW

엽서/봉투 초충도 태슬 카드 <2024 뮤즈 공모 선정작> 11,800 NEW

자석/책갈피 자개 미니 마그넷 세트 <2024 뮤즈 공모 선정작> 15,000 NEW

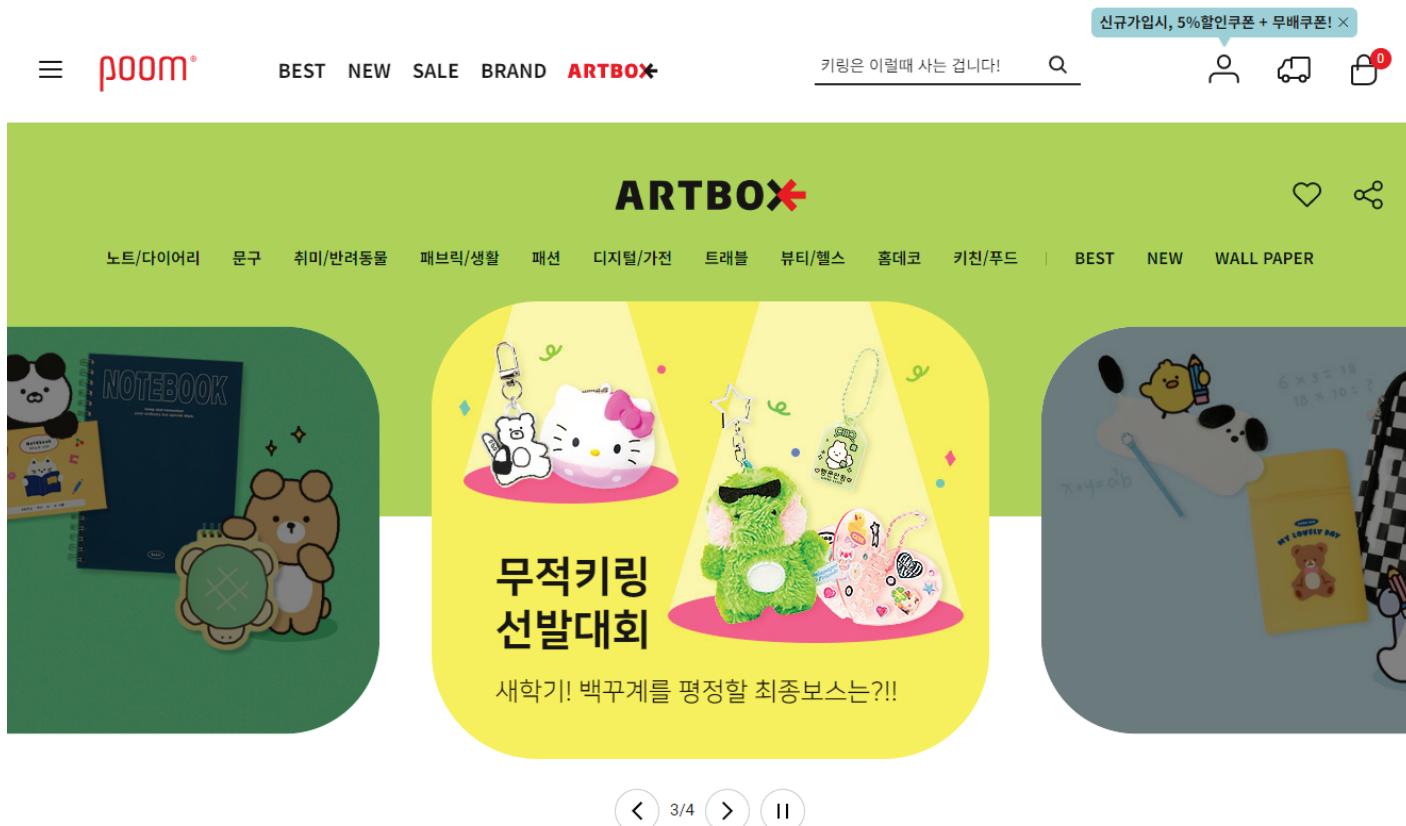
필기류/필통 투구 볼펜 <2024 뮤즈 공모 선정작> 28,000 NEW



## 02. 경쟁사 디자인 트렌드

### 아트박스 ARTBOX

- 종합 문구 브랜드



ART  
BOX

## 02. 경쟁사 디자인 트렌드

### 색감

밝고 따뜻한 / 어둡고 차분한 / 강렬하고 키치한 → 브랜드 성격

### Less is more

단순화, 미니멀리즘, '포인트'에 집중

### 소문자 사용

동글동글한 형태, 편안함

## 03. 문구산업 디자인 트렌드

가치소비

'갓생' 등

커스터마이징

개인화 사회, 꾸미기 문화의 특징

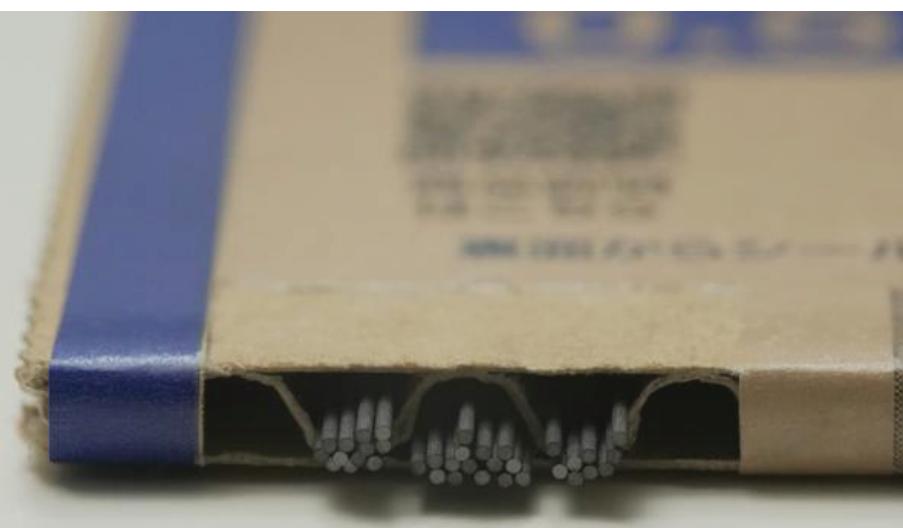
디지털화

위버딩

지속 가능성

2023 일본 문구 대상 'Uni'

기존의 편리함을 유지하면서 새로운 지속 가능성 형태를 모색



## 04. 타겟 설정

### 잘파세대

Z세대 + 알파세대

꾸미기 문화를 즐기는 젊은 청년층(10-20대)

### 태블릿 PC 보유율

10-19세

2022년 51% → 2023년 57%

20-29세

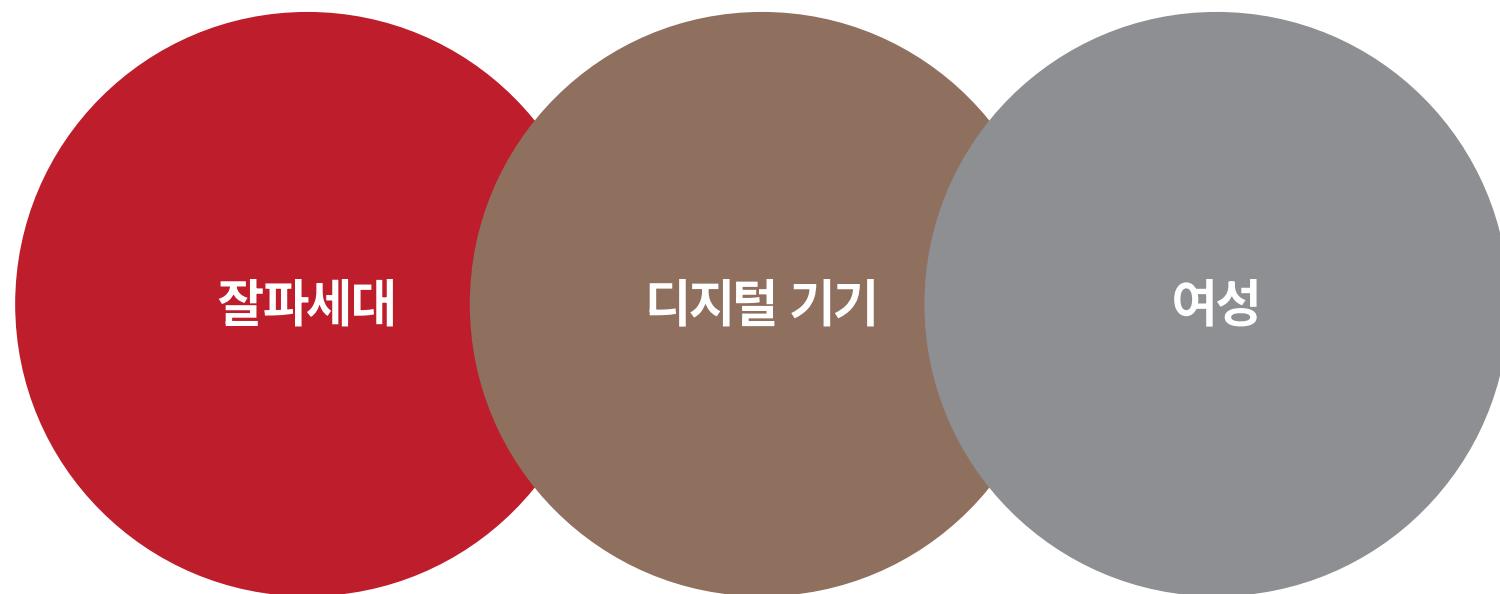
2022년 41% → 2023년 42%

### 구매성별

구매 성별

교보 핫트랙스 '다꾸템' 구매성별 여성이 약 80%

## 04. 타겟 설정



**꾸미기 문화를 즐기는 잘파세대 여성**

## 05. 리뉴얼 방향성

- 디지털 문구 시장의 활성화
- 기존 시장: 뮤즈라는 우수 브랜드가 존재

우리나라 전통 문화를 소재로 한  
**디지털 전용 문구 브랜드**로 포지셔닝

## 06. 미션과 비전

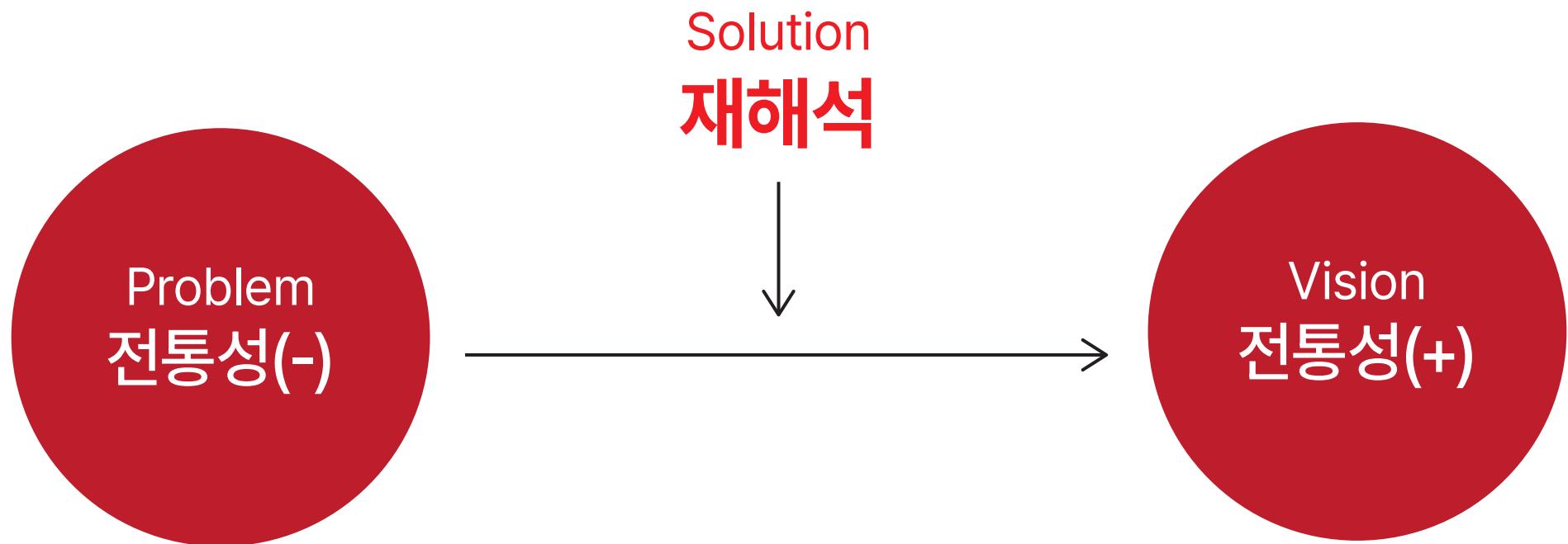
### MISSION

시공간을 초월한 글로벌 문화 전파

### VISION

디지털 매체를 통한 우리나라 전통 문화의  
현대적 재해석과 보급 및 계승

## 07. 핵심가치



재해석이라는 핵심 가치를 통해  
전통이 가지고 있는 고정관념을 창의적으로 개혁하여  
젊은 소비자층에게 긍정적인 인식을 부여한다

## 08. 브랜드 네이밍

문화를 잇는 우리

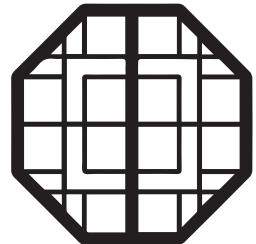
**kor.us : 코러스**

**KOREA + US(우리)**

재해석의 주체 = 우리, 문화를 함께 노래하며 후세대에 전한다

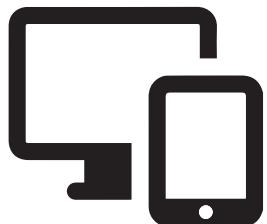
## 09. 디자인 컨셉

**motiv**



전통적인 '창'  
전통 창호 무늬

**concept**

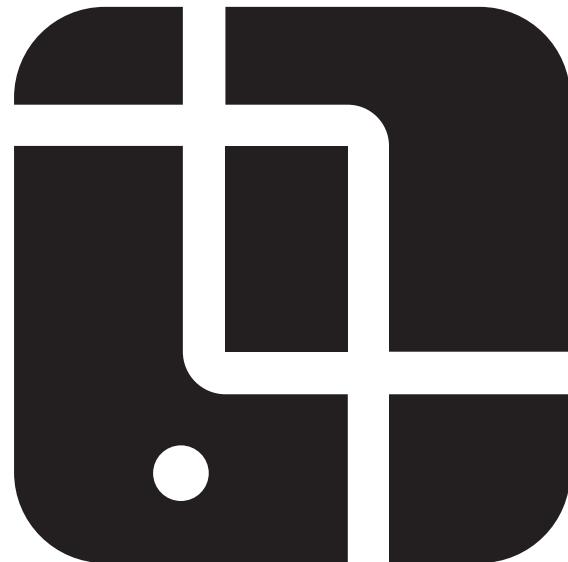


현대적인 '창'  
태블릿 PC 등

현대적으로  
단순하게

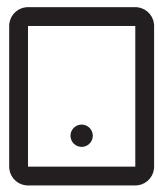
부드럽게

## 10. 심볼마크



전통 창호 문양

+



태블릿 PC



전통과 현대가 결합하여 그 안에 새로운 시각(창)을 만든다  
전체를 감싸는 부드러운 사각형은 재해석의 순환을 의미

## 11. 로고타입

kor.us  
kor.us

한국기계연구원 **Bold** 자폭 97% | 자간 10

심볼마크의 사각진 모양과 부드러움을 표현할 수 있는 둥근 고딕체  
가독성을 높이기 위해 자폭과 자간을 설정

## 12. 코퍼레이트 컬러



**korus-yellow**

**korus-red**



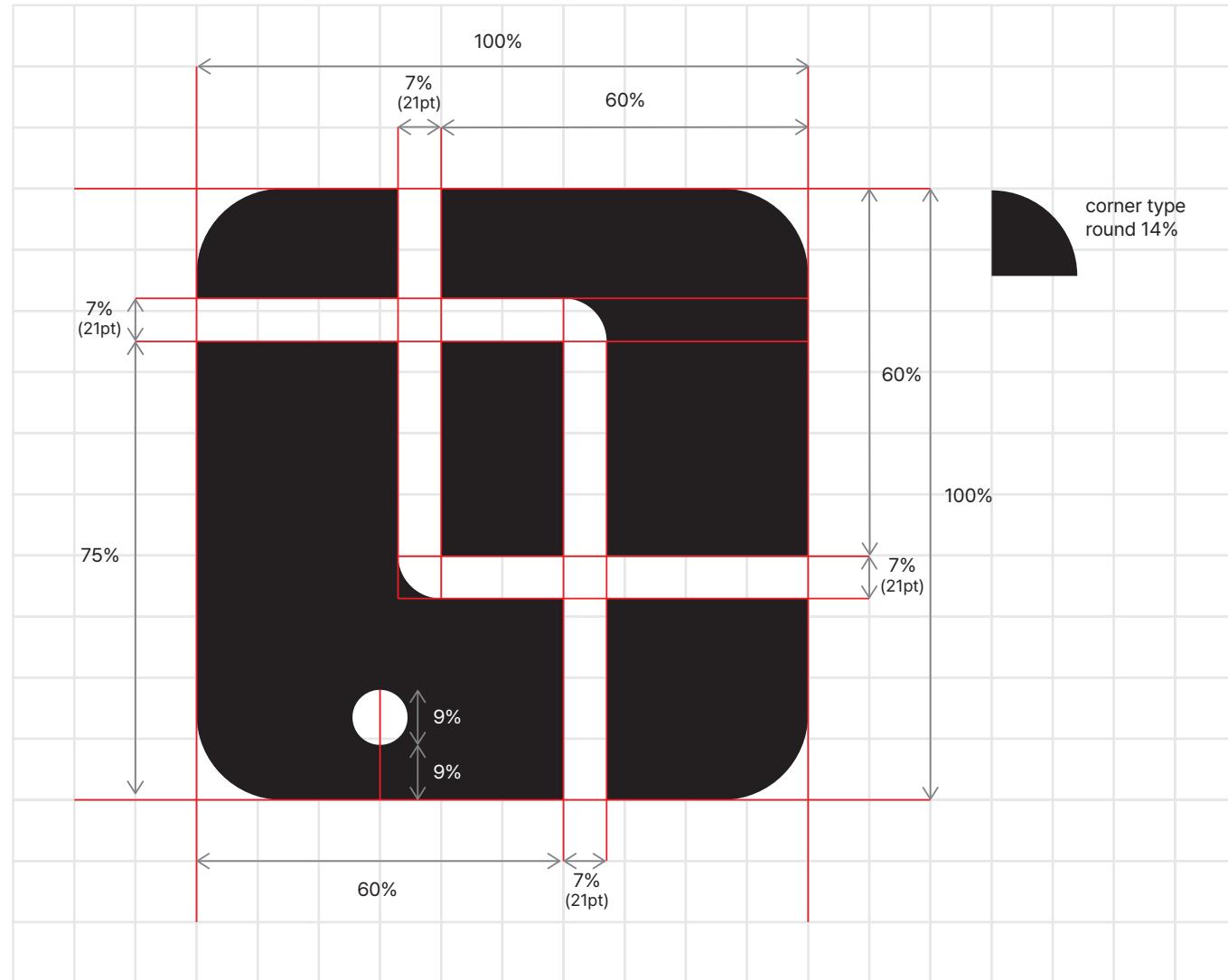
고전적인 기존 컬러에서 벗어나 부드러운 느낌을 주는 옐로우, 힘찬 느낌을 주는 레드를 선정  
오방색(황색, 적색)을 모티브로 하여 재해석의 의미를 포함

## 13. 시그니처



로고타입 색상은 korus-red 혹은 RGB#414042(C0 M0 Y0 K90)을 사용

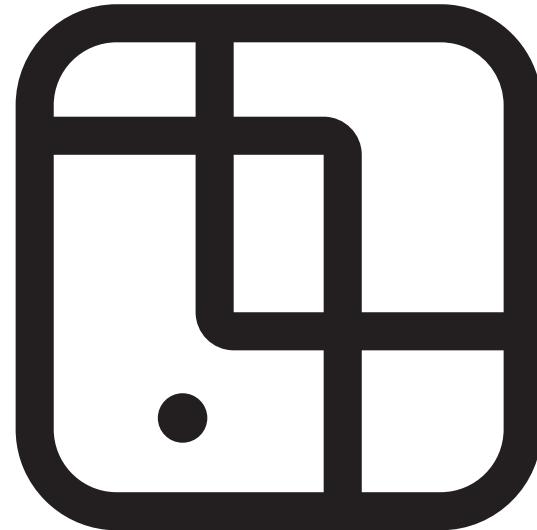
## 14 . 베이직 시스템



## 14. 베이직 시스템

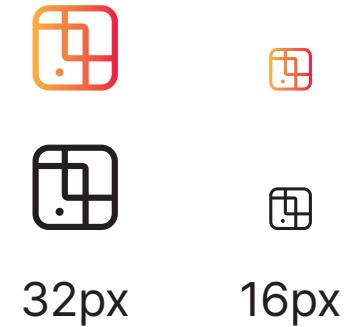


## 15. 변주



Variation

선으로 표현할 경우 굵기 8.8%(25pt) 사용



Favicon