

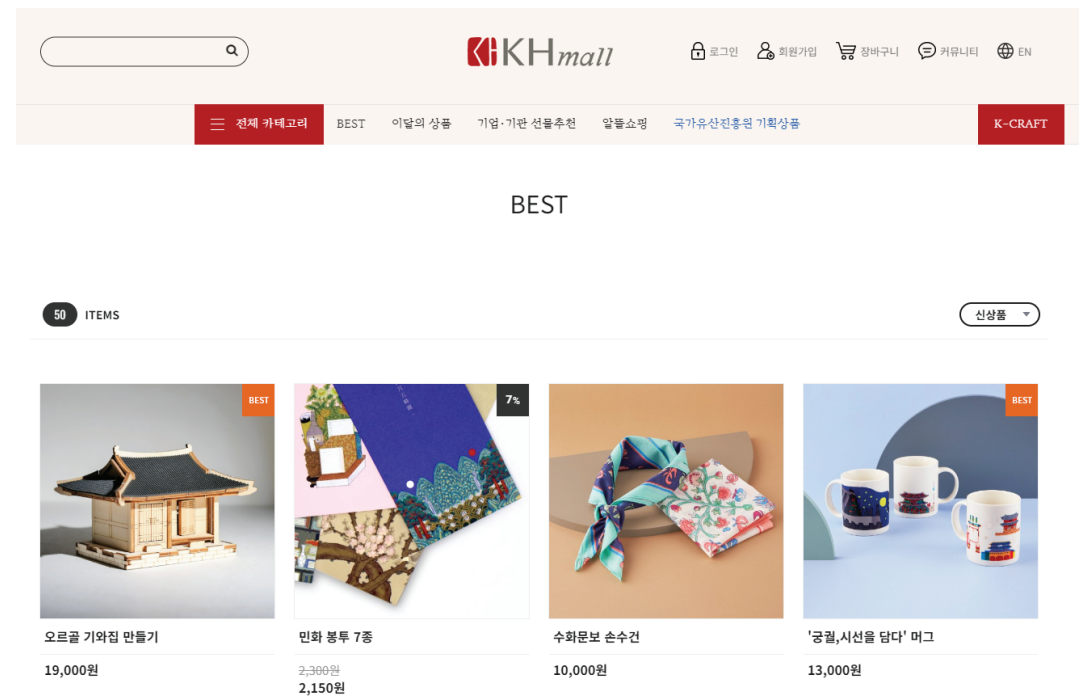
KHmall 리브랜딩: kor.us

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



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

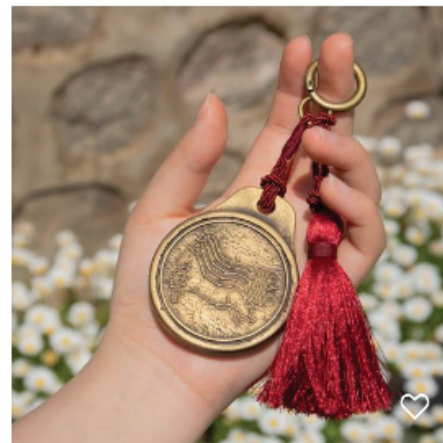
해외 - 필기앱 굿노트

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

01. 문구시장 현황

전통 문화 굿즈에 대한 국내 관심 고취

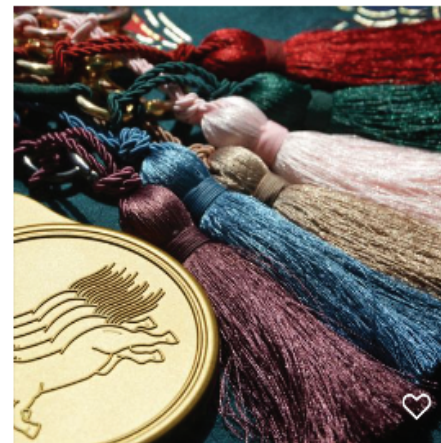
→ 텀블벅 마패 교통카드 펀딩액 수 억대 달성



중현
미니 마패교통카드, 백 암행어사 승
차요~

[원조귀환] 미니 버전으로 돌아온 '머스트
헤브 아이템' 마패 교통카드!

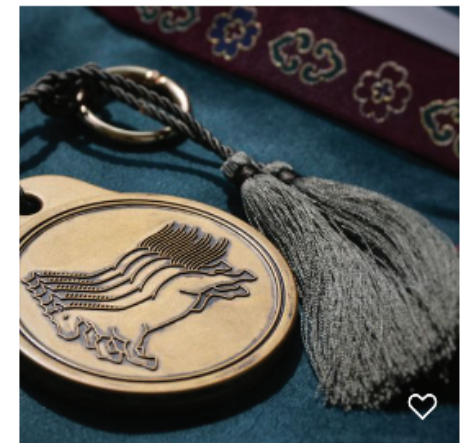
29009% 145,049,500원 8일 남음



중현
마패 교통카드의 화려한 귀환, 단청
빛이 피어오르니

전통 빛으로 물든 마패 교통카드의 화려한
귀환!

36526% 182,630,100원 펀딩 성공



중현
서울상징관광기념품공모전 대상
"마패 교통카드"

조선의 힘, 마패가 교통카드로 재탄생하다

24866% 124,331,400원 펀딩 성공


01. 문구시장 현황

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

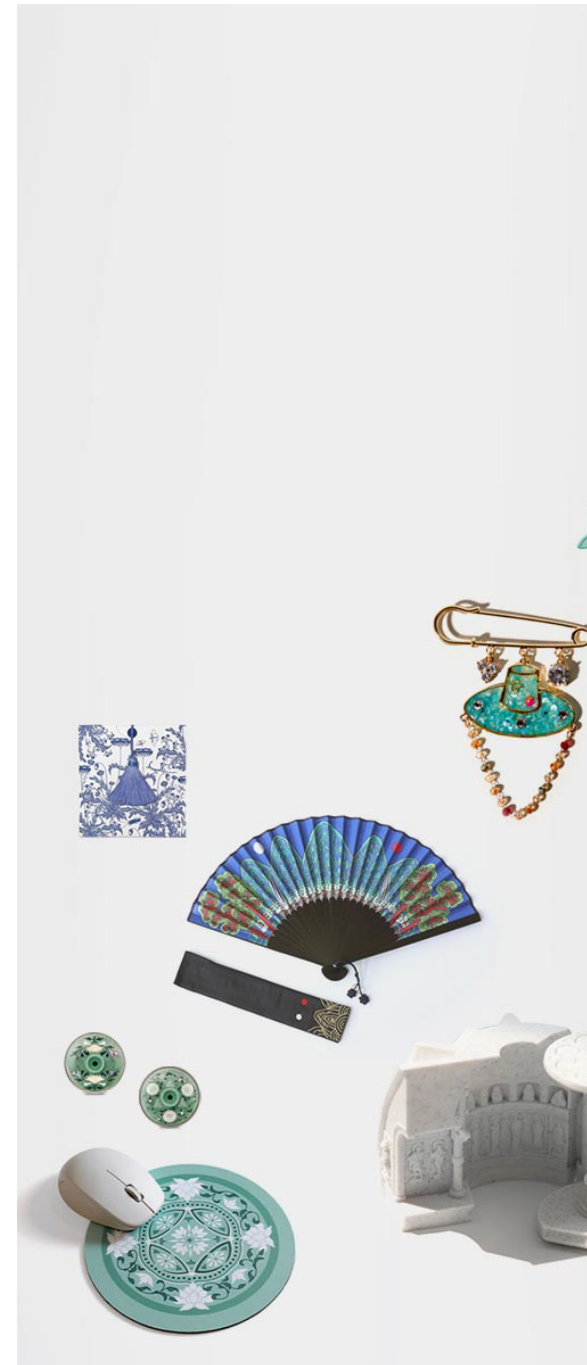
‘뭇즈’ 대체 뭐길래 오픈런까지?...2030이 더 열광한다는데

이향휘 기자 scent200@mk.co.kr

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

가   

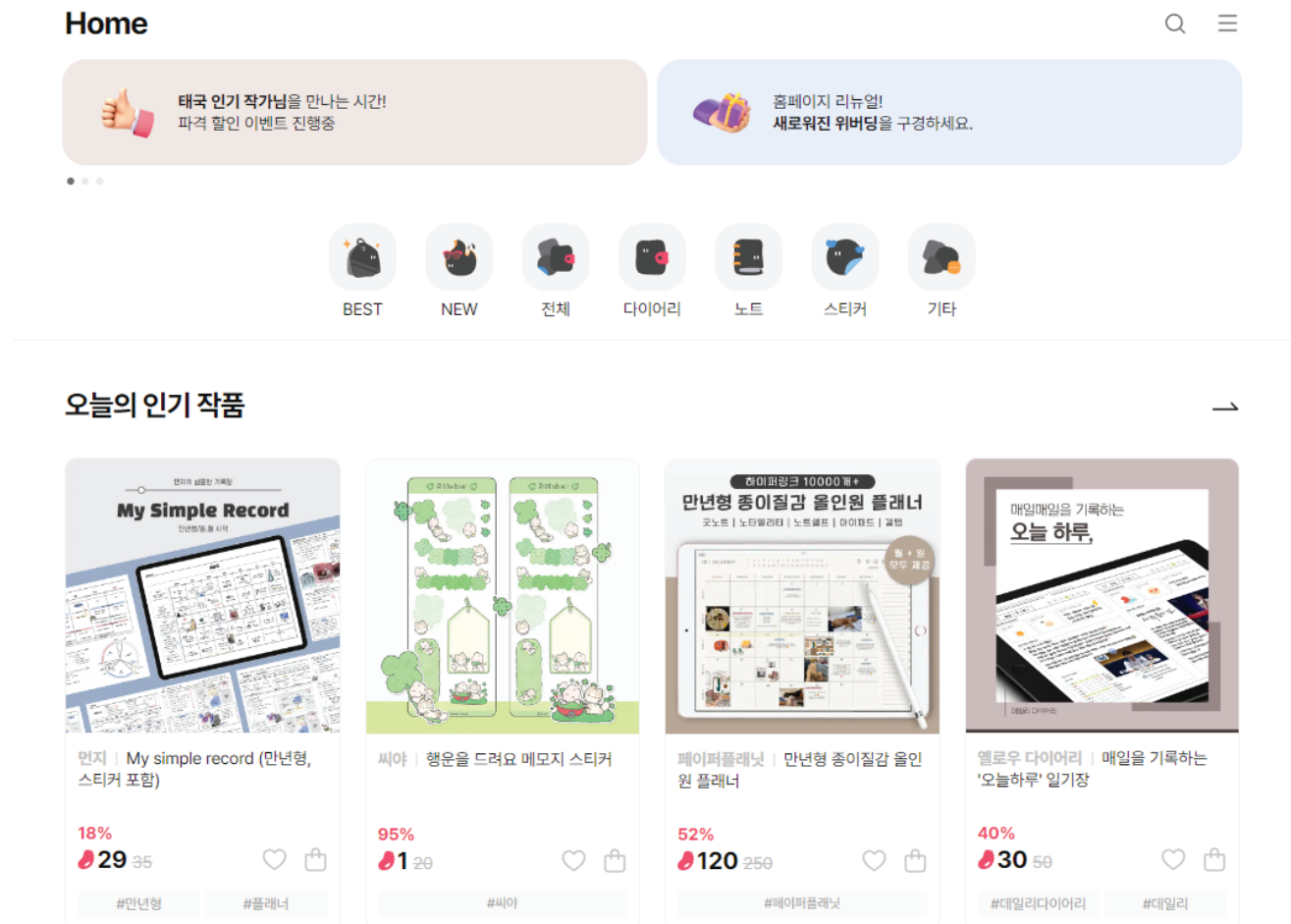
국립중앙박물관 금동대향로 초도물량 매진
박물관·고궁 굿즈 ‘뭇즈’ 매출 250억원 돌파
중년층 넘어 2030·외국인 매료시키며 인기



02. 경쟁사 디자인 트렌드

위버딩 webudding

- 디지털 문구 브랜드




02. 경쟁사 디자인 트렌드

넬나 nelna

- 디지털 문구 브랜드




nelna.




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

NEW 넬나 온오프 필름 출시!




내 맘대로 떼었다 붙였다! 넬나 온오프 필름
언제 어디서나 온오프 필기할 땐 붙여서 쓱쓱! 영상물 볼 땐 떼서 선명한 화질로! ✨

NEW 넬나 애플펜슬 그림 커버 세트 출시!



내 손 안의 작은 응원, 넬나 그림 커버 세트 출시!
말랑말랑 찰떡 그림감은 물론, 8가지 색상과 응원 문구로 특별하게!

2025 넬나다 함께 만들어요!



2025 넬나다 설문조사에 참여해주세요!
2025 넬나를 함께 만들어요! 더 멋진 2025 넬나를 준비할게요.

BEST

넬나의 인기 상품



넬나 포커스 온 타이머
35,000원



[종이 단팍세트] 넬나 종이 필름
(2장) + 마이테크 메탈 펜촉
(2개입)
44,700원
30% 28,500원



넬나 애플펜슬 그림 커버 세트
(8개입)
16,500원
16% 13,800원



넬나 치얼-업 스티커 세트
6,900원
29% 4,900원

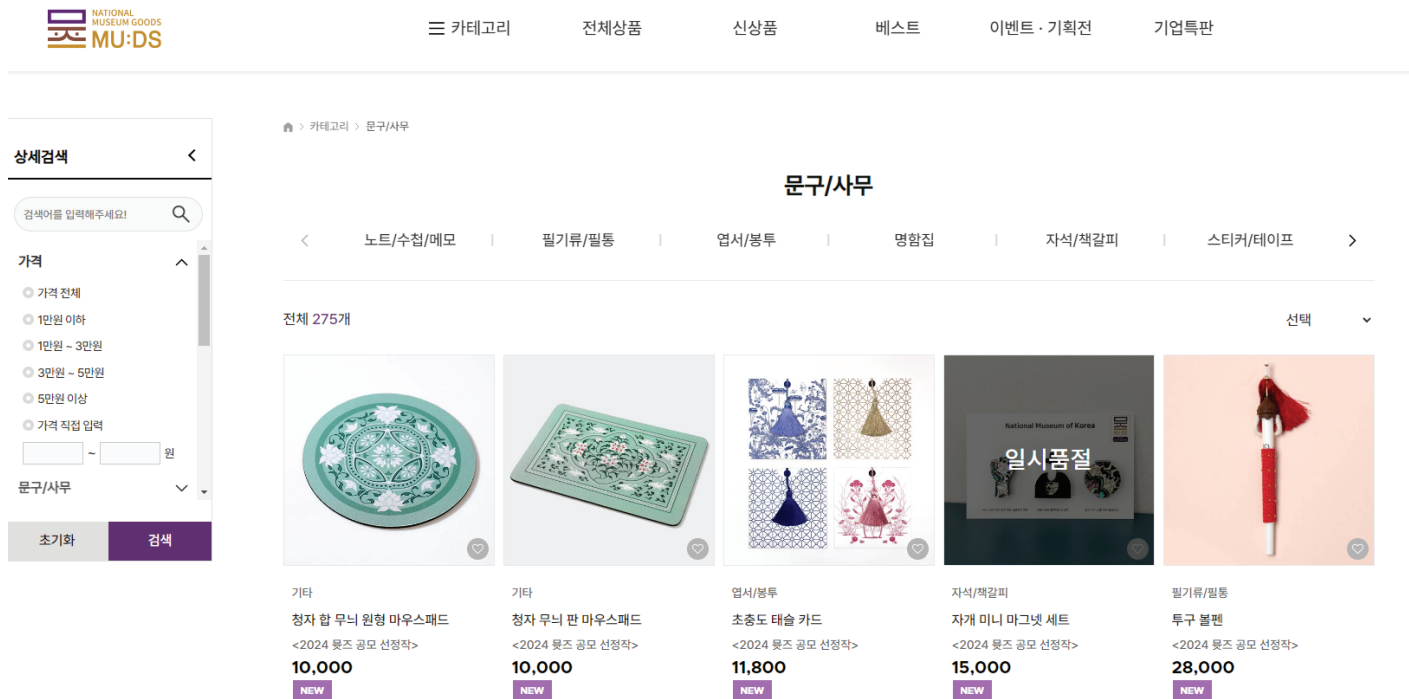


넬나
38,500원
23%

02. 경쟁사 디자인 트렌드

뭇즈 MU:DS

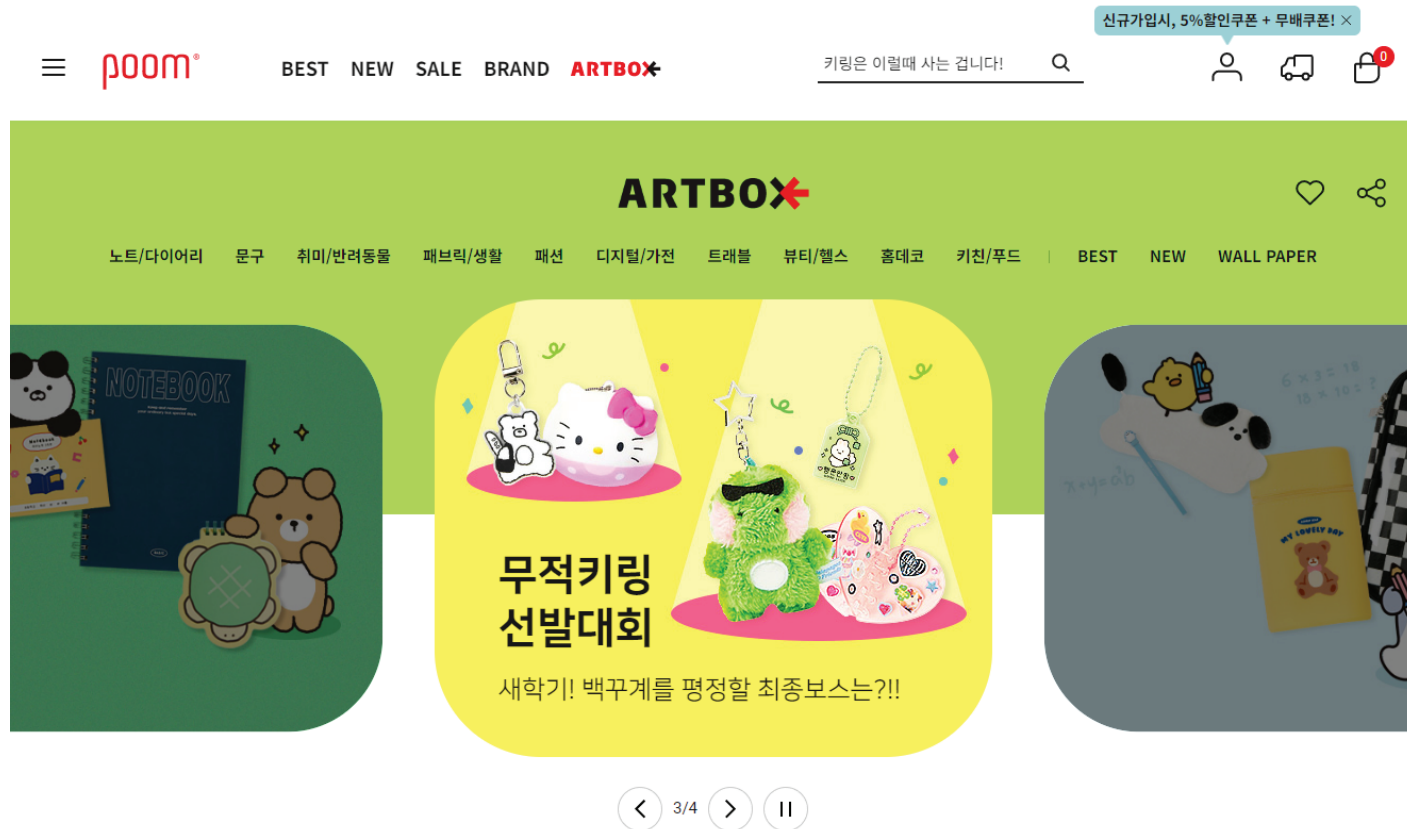
- 전통문화 문구 브랜드



02. 경쟁사 디자인 트렌드

아트박스 ARTBOX

- 종합 문구 브랜드



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

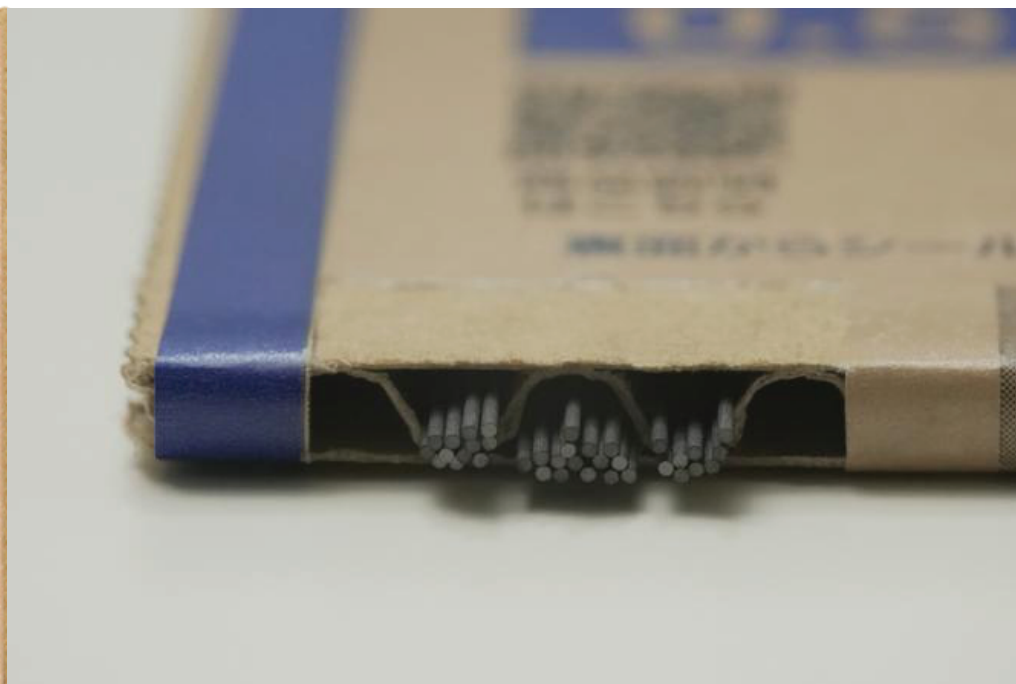
디지털화

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

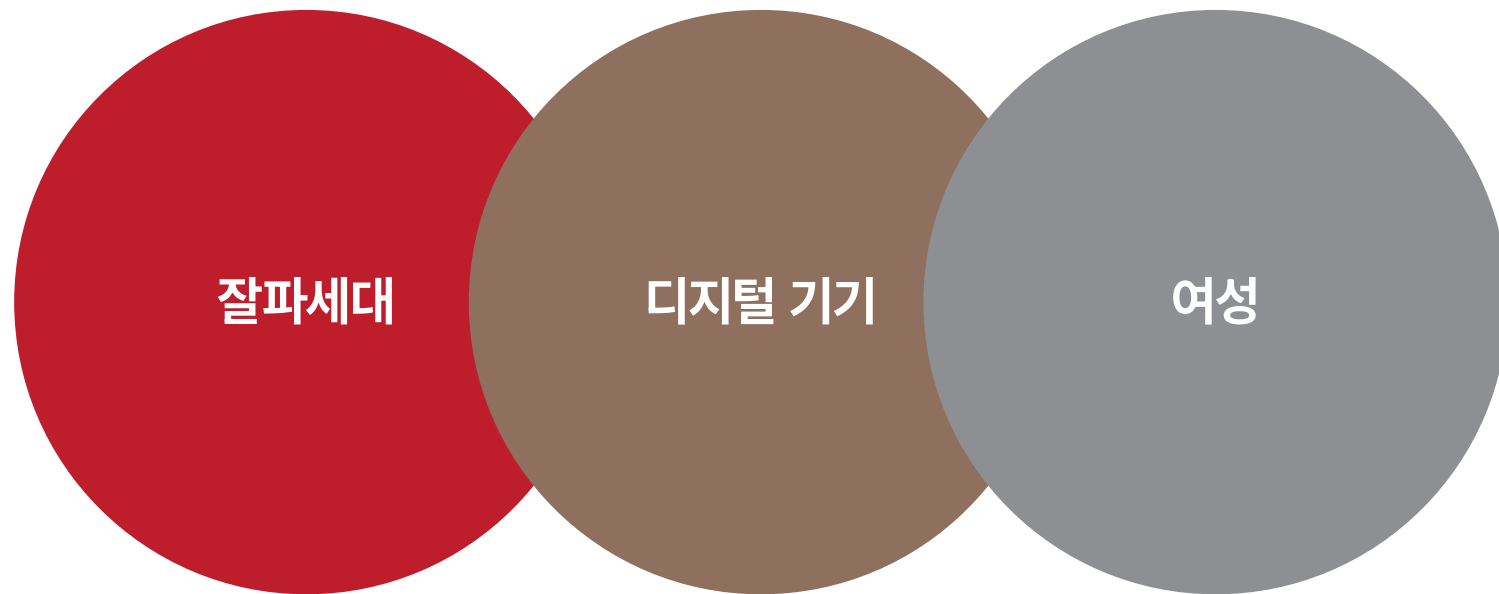
2022년 41% → 2023년 42%

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: 뭇즈라는 우수 브랜드가 존재

우리나라 전통 문화를 소재로 한
디지털 전용 문구 브랜드로 포지셔닝

06. 미션과 비전

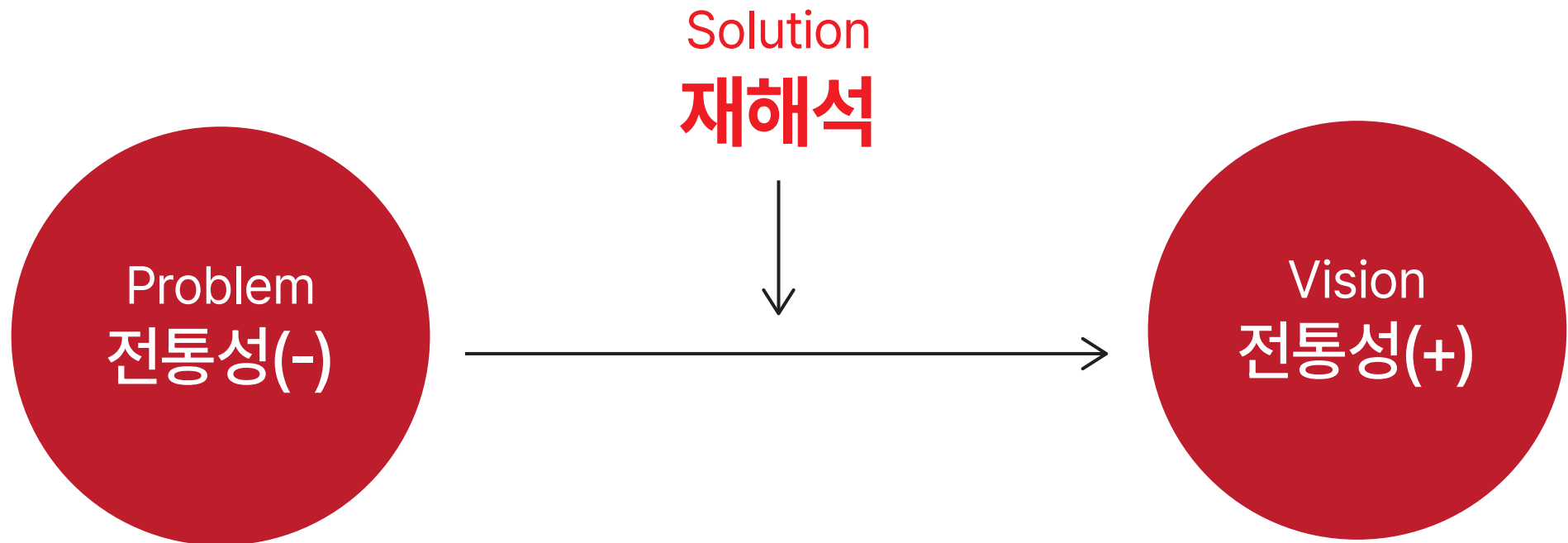
MISSION

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

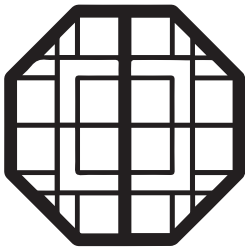
kor.us : 코러스

KOREA + US(우리)

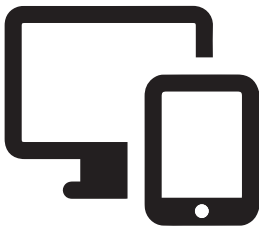
재해석의 주체 = 우리, 문화를 함께 노래하며 후세대에 전한다

09. 디자인 컨셉

motiv



전통적인 '창'
전통 창호 무늬



현대적인 '창'
태블릿 PC 등

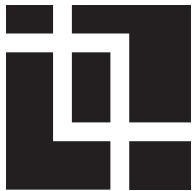
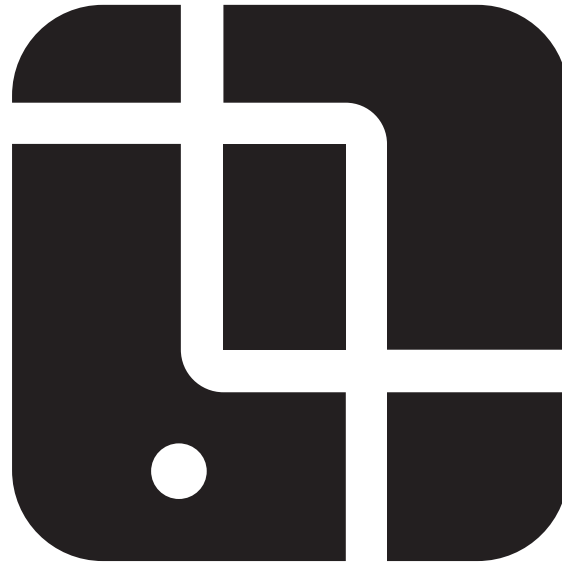
concept

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

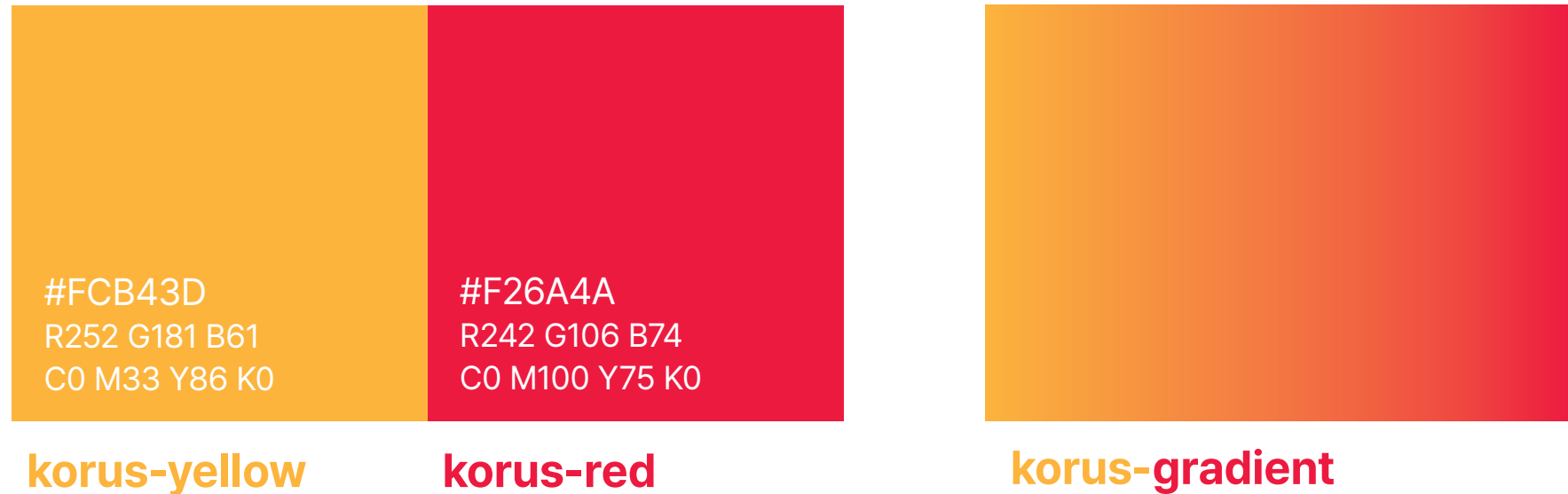
11. 로고타입

kor.us
kor.us

한국기계연구원 Bold 자폭 97% | 자간 10

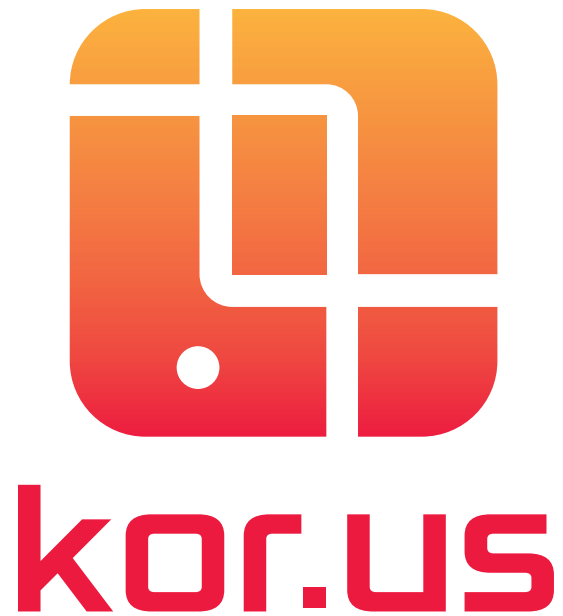
심볼마크의 사각진 모양과 부드러움을 표현할 수 있는 둥근 고딕체
가독성을 높이기 위해 자폭과 자간을 설정

12. 코퍼레이트 컬러



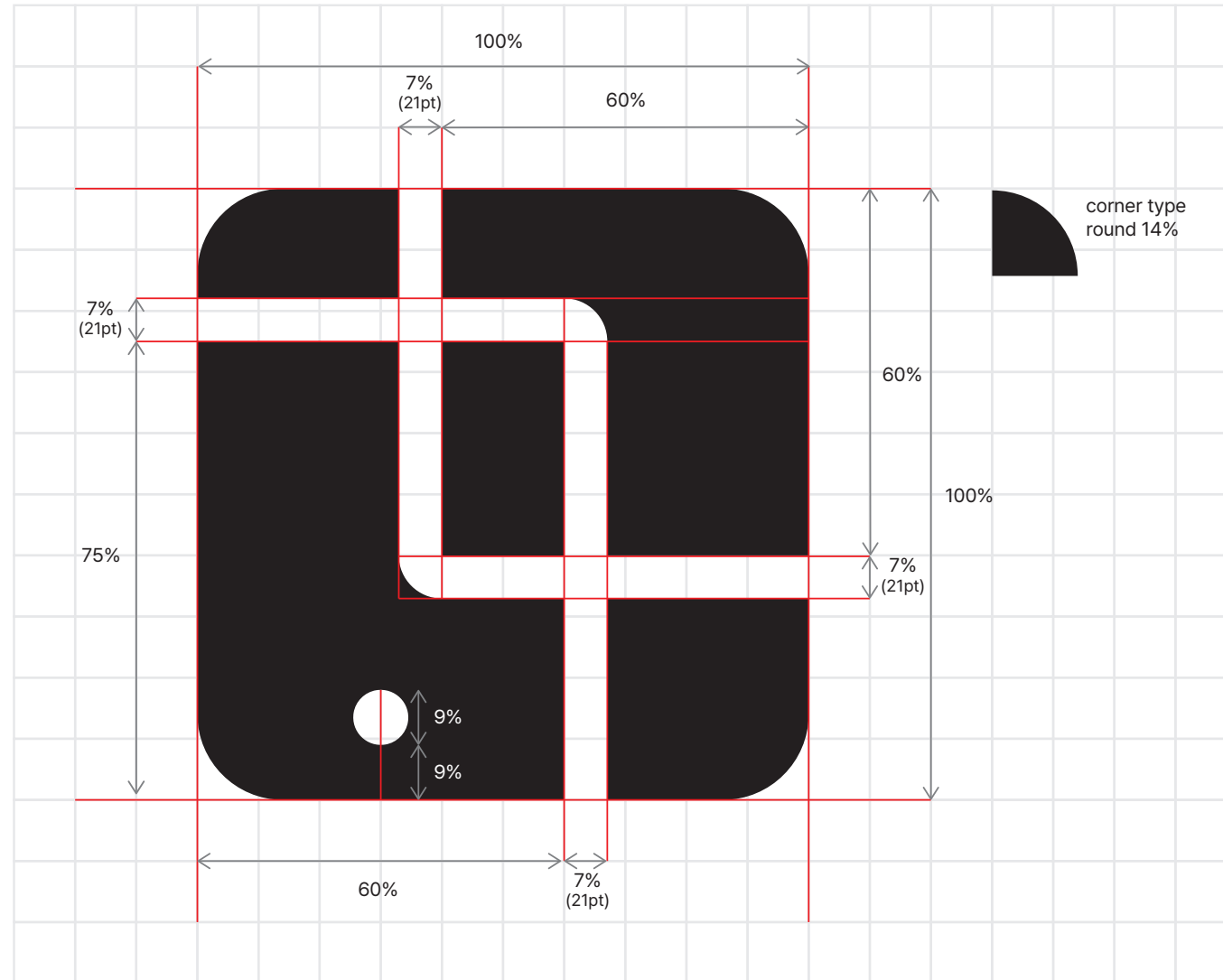
고전적인 기존 컬러에서 벗어나 부드러운 느낌을 주는 옐로우, 힘찬 느낌을 주는 레드를 선정
오방색(황색, 적색)을 모티브로 하여 재해석의 의미를 포함

13 . 시그니쳐



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

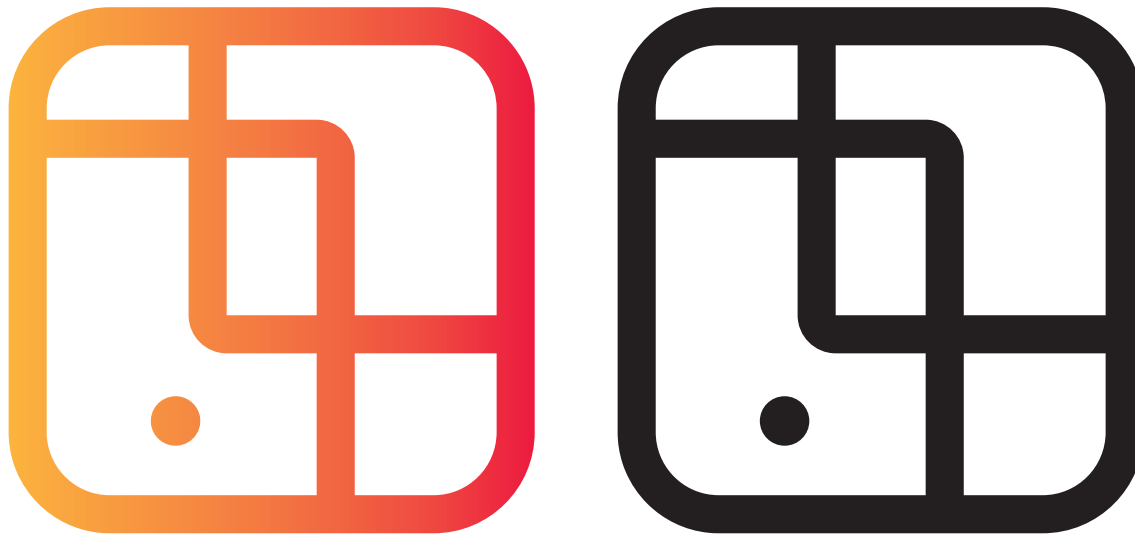
14 . 베이직 시스템



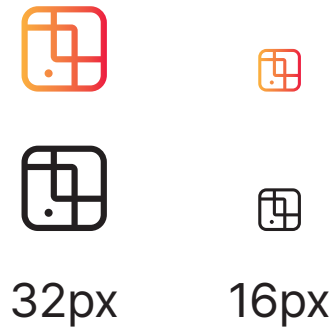
14 . 베이직 시스템



15 . 변주



Variation



Favicon

선으로 표현할 경우 굵기 8.8%(25pt) 사용