

(주)디자인넥스트

designnext Co.,Ltd

Telephone
+82 2 534 9335, 9341

Fax
+82 2 534 9336

E-mail
designnext@designnext.co.kr

Website
www.designnext.co.kr

Address
서울시 서초구 명달로13길 4 (서초동 1492-10) 에스케이빌딩 4층
4, Myeongdal-ro 13-gil, Seocho-gu, Seoul, Korea

designnext

Innovative Solution

제품디자인 Products Design

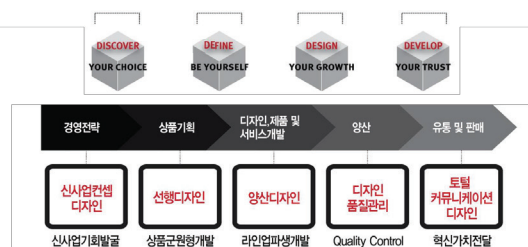
디자인 전략 Design Strategy

Design Process

'선행디자인부터 양산지원까지 다양한 프로젝트에 최적화시킨 4D PROCESS 보유'



Designnext 4D Process



디자인넥스트는 2002년부터 지금까지 다양한 글로벌 대기업들과 함께 매년 50건 이상의 다양한 제품디자인 프로젝트를 성공적으로 수행해왔습니다. 우리는 디자인을 통해 기업과 사용자에게 필요한 새롭고 혁신적인 가치가 담긴 제품을 만들고자 합니다.

디자인은 대상에 대한 이해와 관심에서 시작됩니다. 사용자가 필요로 하는 것들의 흐름을 정확하게 읽고 이를 만족시키는 이야기를 제품에 담아 새롭고 혁신적인 가치를 함께 완성해내는 것입니다.

다양한 프로젝트 수행 경험을 통해 다년간 축적된 노하우들은 탄탄한 디자인프로세스와 철저한 관리시스템을 통해 디자인을 만들고 진화시키고 있습니다. 또한, 금년 신설되는 해외법인을 통해 그 다음을 내다보는 진화된 비즈니스로 고도화시킬 것입니다.

디자인넥스트는 제품디자인을 통해 지속적으로 새로운 패러다임을 제안할 것입니다. 가치있는 "Good Design Business"를 성공적으로 완성시킬 수 있도록 고객과의 약속을 지키고 책임을 다하겠습니다. 감사합니다.

Designnext has been successfully implementing more than 50 diverse product design projects each year with various global corporations from 2002 until now. We want to create products with new and innovative value for businesses and users through design.

Design begins with an understanding and interest in the subject. It is the completion of the new and innovative value together with the story that the user reads the flow of what I need accurately and satisfies it.

Through years of experience in various projects, we have created and evolved designs through solid design process and thorough management system. In addition, we will upgrade this business to an evolving business that looks forward to the next through overseas subsidiaries newly established this year.

Designnext will continue to propose new paradigms through product design. We will keep our promise and fulfill our responsibility to accomplish a successful "Good Design Business" successfully. Thank you.



연혁 History

- 2019** 2차 해외 지사 설립, China Hefei
Established 2nd overseas branch office, China Hefei
- 2012** 중국 캔토페어 디자인관 부스참가 (2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)
Participated in Canton Fair Design Pavilion in China (2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)
- 2010** 1차 해외 지사 설립, China Ningbo
Established 1st overseas branch office, China Ningbo
- 2009** 해외 비즈니스 착수
Start Overseas Business
- 2008** 기업부설연구소 설립, 벤처기업 인증
Establishment of affiliated research institute, certification of venture enterprise
- 2002** 법인설립, 산업디자인 전문회사신고
Establishment of corporation, declaration of industrial design company

수상실적 Award

- 2019** 80여건 이상의 글로벌 디자인어워드 수상
More than 80 global design awards by 2019
- 2015** 100만불 수출의 탑 수상
Top of the Exports of \$ 1 million
- 2014** K-Brain Power 두뇌역량우수기업 인증 (2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019)
(2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019)
K-Brain Power Certified Brain Competence Company (2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019)
- 2013** 디자인무역진흥 발전부문 대통령상 표창
Commendation for Presidential Prize in Design Trade Promotion Development
- 2011** 우수디자인 전문기업 인증 (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020)
대한민국 디자인대상 지식경제부 장관상 수상
Certified as an excellent design company (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020)
Awarded Minister of Knowledge Economy Award by Korea Design Award
- 2003** Good Design Award, iF Design Award, Red dot Design Award, IDEA Design Award 등
Good Design Award, iF Design Award, Red dot Design Award, IDEA Design Award etc.

포스코 스마트체어

Posco Smart Chair

Client
포스코그룹 Posco Group

Creative Director
박철웅 Park Chul Wung

Art Director
박철웅 Park Chul Wung

Designer
박철웅 Park Chul Wung
정세하 Chung Seha



‘스마트체어’는 포스코그룹에서 최초로 개발된 B2C제품으로, 마그네슘 신소재를 활용하여 가볍고 내구성이 강화와 동시에 스타일리시한 디자인을 구현하였음. 즉, 사용자를 일반인과 이동약자로 확대시켜 생활 가까이에서 누구나 함께 아름답고 편리하게 사용할 수 있는 유니버설 디자인을 통해 기존 전동휠체어가 지닌 Pain Point를 개선했음. 개발 과정에서 포스코그룹의 소재사업부 이외의 5개 부서와 포스코ICT, 자회사인 IT Engineering, 유통판매를 담당하는 대우인터내셔널과 함께 1년여간의 협업을 진행하며, 디자인 컨셉을 유지하되 중량을 40%이상 감소시키고 가변형 휠베이스를 적용시키는 등 기능과 디자인을 모두 만족시킬 수 있는 혁신적인 제품을 개발할 수 있었음. 이러한 결과는 2012년 글로벌 디자인어워드 3개상(iF, Red dot, Good design award) 수상과 2013년 정약용상을 수상하며 특허기술에 대한 부분도 인정받을 수 있었음.

The ‘smart chair’ is the B2C product developed for the first time by POSCO Group. It utilizes magnesium new materials to achieve a lightweight, durable and stylish design. In other words, by extending the user to the general public and the moving abbreviation, the universal design which can be used beautifully and conveniently by anyone close to life improved the electric point of the electric wheelchair. During the development process, POSCO Group worked with five departments, POSCO ICT, IT Engineering, and Daewoo International, which is in charge of distribution and sales, for over a year, maintaining the design concept, reducing the weight by more than 40% and adopting a variable wheelbase, we have developed an intelligent product that can satisfy both functionality and design. These results won the 2012 Global Design Awards (iF, Red dot, Good design award) and the 2013 Jeonyakyong Award, and the patent technology was also recognized.

쿠첸 전기밥솥 플래그십 모델 디자인개발

Cuchen Premium Rice Cooker Series

Client
(주)쿠첸 Cuchen co.,ltd

Creative Director
박철웅 Park Chul Wung

Art Director
노화준 Roh Hwa Joon

Designer
박철웅 Park Chul Wung
노화준 Roh Hwa Joon
정세하 Chung Seha
김형배 Kim Hyung Bae



2009년부터 2019년까지 쿠첸의 최고급 밥솥, 플래그십모델의 디자인 전략 및 개발을 수행함. 쿠첸 브랜드의 아이덴티티를 강화시킴과 동시에 디자인을 통한 차별화와 제품력을 향상시켜 프로덕트 아이덴티티를 계승시킬 수 있도록 각 대표 모델들에 새로운 사용방식, 스타일, 가공법, 조작법을 적용시켜 소비자들에게 쿠첸의 브랜드 이미지를 프리미엄으로 격상시켰고 출시 이래 최고의 시장점유율 및 판매율을 달성시켰음. -제 1기 : 전기밥솥 시장의 후발주자로서, 시장친화적 모델을 개발. 익숙하고 친근한 디자인과 원가절감형 플랫폼을 발굴. -제 2기 : 브랜드 인지도 상승에 따라, ‘맛’에 대한 스토리로 접근. 전통유기나 쌀의 이미지를 통해 독자적이고 새로운 플랫폼을 통해 룬런 모델의 기반을 구축함. -제 3기 : 전기밥솥의 리딩브랜드로 성장, 차별화를 위해 ‘맛’에서 ‘밥을 짓는 도구 - 가마솥’에 대한 스토리를 통해 ‘명품철정’이라는 프레ستی지 모델로 최고가 시장 개척. -제 4기 : 글로벌 밥솥 전문브랜드로 도약, 최초로 밥솥에 Dial Knob, TFT LCD, 리얼 메탈소재 등을 적용시켜 사용성과 외관신규성을 혁신적으로 개선시켰고 이를 통해 주방전문 브랜드로 입지를 굳히는 데 기여함.

From 2009 to 2019, he was responsible for designing and developing Cuchen’s top rice cooker and flagship models. To strengthen the identity of the Cuchen brand and at the same time to differentiate through the design and improve the product power to succeed the product identity. By applying new usage style, style, processing method and manipulation method to each representative model, we have elevated the brand image of Cuchen to the premium to consumers. Since its launch, it has achieved the highest market share and sales rate. - Stage 1: Develop a market-friendly model as a late buyer of the market. We uncovered a familiar and friendly design and cost-saving platform. - Stage 2: As brand awareness rises, the story of ‘taste’ is approached, and the foundation of the long run model is built up through a unique and new platform. - Stage 3: Growing as a leading brand of electric rice cooker, it pioneered the best market with a prestige model called ‘luxury goods’ based on story about ‘cauldron cooking rice’ to differentiate. - Stage 4: We made a leap into a global rice cooker brand, and we succeeded in branding kitchenware by applying Dial Knob, TFT LCD and real metal material for the first time, and by innovating the usability and appearance novelty.

TCL 냉장고 시리즈

TCL Refrigerator a Series

Client

TCL 그룹 TCL Group

Creative Director

박철웅 Park Chul Wung

Art Director

노화준 Roh Hwa Joon

Designer

박철웅 Park Cheol Ung

노화준 Noh Hwa Jun

정세하 Chung Seha

김형배 Kim Hyung Bae

현창훈 Hyun Chang Hoon

정효채 Jeung Hyo Chae



TCL은 중국의 대표적 흑색가전그룹사로, 글로벌 네임 밸류를 백색가전으로 확장시키기 위해, 2014년 안휘성 합비에 대규모 가전개발센터를 설립하였음. TCL은 초기에 유럽 디자인기업에 디자인개발을 의뢰하였으나 결과물의 품질 및 확장성의 문제, 판매부진 등으로 인해, 기획을 재고하여 디자인넥스트에 단계적으로 내수시장, 수출시장 그리고 주력모델을 개발하기 위한 디자인 시리즈 용역을 위탁하였음. 1차 개발에서는 기존 라인업을 개선하기위한 목적으로 중국내수시장을 위한 3개의 신규 플랫폼의 외관 및 내상 디자인을 통합적으로 개발하여 브랜드 이미지를 강화시키고 경쟁력있는 수익성을 확보하였음. 특히, 3/4선 도시를 중심으로 급격히 변화하고 있는 중국 현지시장에 대하여 다양한 차별화 요소를 발굴시켜 시장(소비자)과 기업(수익성) 모두에게 인정받았음. 2차 개발에서는 양문형 냉장고 주력모델 개발을 통해 국내외 시장에서 경쟁력있는 입지를 구축, 상해가전박람회 등에서 호평을 받고 매출신장에 기여하였음. 3차 개발에서는 TMF시리즈를 통해 미주시장과 중동시장을 타깃으로 글로벌 모델을 구축하였음.

TCL is China's leading black consumer electronics group company. In order to expand global name value to white home appliances, TCL established a large home appliance development center in Anhui in 2014. TCL originally requested design development to European design companies. However, due to the problems of quality and expandability of products, and poor sales, TCL was designed to rethink planning and to develop domestic market, export market, and main model gradually to DESIGN NEXT I commissioned the service. In the first development, the company developed the appearance and interior design of three new platforms for the Chinese domestic market in order to improve the existing lineup, strengthening brand image and securing competitive profitability. Especially, it has been recognized by both the market (consumer) and the enterprise (profitability) by discovering various differentiating factors for the Chinese market which is rapidly changing around 3/4-city. In the second phase of development, we built a competitive position in the domestic and overseas markets through the development of the main model of the double door type refrigerator, and won favorable reception at the Shanghai Consumer Electronics Show and contributed to sales growth. In the tertiary development, we built a global model targeting the American market and the Middle East market through the TMF series.

SamsungSDS 내수, 수출향 월패드 디자인

SamsungSDS Wall Pad Series

Client

삼성에스디에스(주) Samsung SDS co., ltd

Creative Director

박철웅 Park Chul Wung

Art Director

노화준 Roh Hwa Joon

Designer

박철웅 Park Cheol Ung

노화준 Noh Hwa Jun

정세하 Chung Seha

김형배 Kim Hyung Bae

정효채 Jeung Hyo Chae



삼성SDS(구/서울통신기술)는 내비게이션 등의 IT제품군에서 스마트 홈 브랜드로 변화를 추구할 때, 디자인넥스트는 내수향 월패드 디자인개발을 통해서, 디자인적 가치(세계 3대 어워드 석권) 및 입지를 확인할 수 있었고, 수출향 월패드 디자인개발을 통해서는 특히, 중국시장에서 실질적 성과와 기업 이미지 형성에 기여하였음. 중국 현지 상황 및 인테리어에 최적화된 월패드 개발을 통해 긍정적 이미지 형성과 제품 확산을 선도했고 특히, 제조환경과 원가형성에 최적화된 플랫폼을 통해 시장에서 오랜 시간동안 유통되는 롱 런 상품을 개발하였음. 이러한 결과물들은 2017년 플랫폼 개선을 위한 후속개발작업으로 이어져 리뉴얼작업을 성공시킴.

When Samsung SDS (Former Seoul Telecommunication Technology) pursues a change from the IT product group such as navigation system to the smart home brand, Design Next develops the design solution and contributed to the real achievement and corporate image formation in the Chinese market, especially through the development of export oriented wall pad design. We developed positive image formation and product diffusion through development of wall pads optimized for Chinese situation and interior, and developed long run products that are distributed in the market for a long time through optimized platform for manufacturing environment and cost formation. These results led to the subsequent development work for the platform improvement in 2017, and the renewal work was succeeded.