

(주)샘파트너스

sampartners corp.

Telephone
+82 2 508 7871

Fax
+82 2 508 7651

E-mail
info@sampartners.co.kr

Website
www.sampartners.co.kr

Address
서울 성동구 서울숲2길 32-14, 101동 202호(성수동1가, 갤러리아 포레)
101-202, Galleria Foret, 32-14 Seoulsup 2-gil, Seongdong-gu, Seoul, Korea

Sam Hanoi Korea - Vietnam deign center
17 Yet Kieu st., Hai Ba Trung Dist., Hanoi, Vietnam



sam SEOUL

브랜드 진단 Brand Diagnosis

브랜드 컨설팅 Brand Consulting

브랜드 경험 디자인 Brand Experience Design

브랜드 매니지먼트 Brand Management

브랜드 현지화 Brand Localization

브랜드 리서치 Brand Research Analysis

디자인 전략 Design Strategy

샘파트너스는 디자인적 사고와 솔루션으로 고객의 좋은 경험을 만드는 'Creative Consultancy'입니다.

우리가 디자인하는 대상은 브랜드를 중심으로 그래픽, 제품, 공간, 서비스뿐만 아니라 조직과 시스템, 비즈니스까지 포함되며 고객의 좋은 경험을 위해 총체적 관점의 디자인 솔루션을 제공합니다.

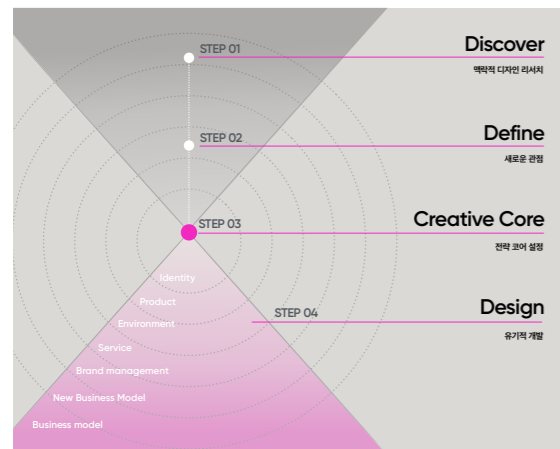
이를 위해 우리는 항상 사람에 대한 깊은 이해와 공감을 최우선으로 생각합니다.

SAMPARTNERS is 'Creative Consultancy' which creates a good experience for customers with design thinking and solutions.

Our design focuses on brands, graphics, products, space, and services as well as organizations, systems, and businesses, and provides a holistic view of design solutions for our customers' experiences.

To this end, we always put our deep understanding and sympathy for people first.

Design Process

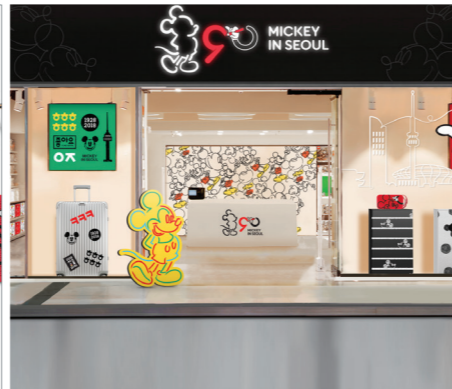
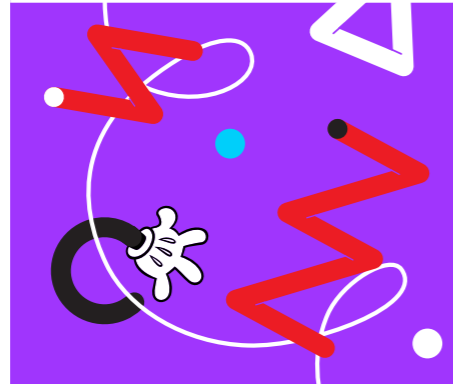


연혁 History

- | | |
|--|---|
| <p>2019</p> <p>2019-2020 우수디자인전문회사 선정-산업통상자원부, 한국디자인진흥원
GERMAN DESIGN AWARD SPECIAL 2019 수상(우리들의 눈)
2019-2020 Designated as an excellent design company -
Ministry of Commerce, Industry and
Energy, Korea Design Promotion Agency
GERMAN DESIGN AWARD SPECIAL 2019 Award [Another Way of Seeing]</p> <p>2018</p> <p>IF DESIGN AWARD 2018 수상(우리들의 눈)
It-Award 시각디자인 부문 본상 수상(우리들의 눈),
패키지&용기디자인 부문 본상 수상(레모나 리브랜딩 프로젝트)
IF DESIGN AWARD 2018 Award [Another Way of Seeing]
It-Award Prize in the Visual Design category [Another Way of Seeing]
Package & Container Design Award [Lemona's rebranding project]</p> <p>2017</p> <p>2017-2018 우수디자인전문회사 선정-산업통상자원부, 한국디자인진흥원
It-Award 서비스디자인 부문 수상
(동작구 안전마을, 삼성 온라인스토어 배송경험)
2017-2018 Designated as an excellent design company - Ministry of Commerce,
Industry and Energy, Korea Design Promotion Agency
Won It-Award Service Design Award
(Safe Village of Dongjak-gu, Samsung Online Store Delivery Experience)</p> | <p>2016</p> <p>IF DESIGN AWARD 2016 수상(기아 쏘울 브랜드북)
IF DESIGN AWARD 2016 Award [Kia's Soul Brand Book]</p> <p>2015</p> <p>우수디자인 상품 선정중 수여(Vanguard, 기아 쏘울 브랜드북)
두뇌역량우수전문기업 선정
Appreciation of Excellent Design Product (Vanguard, Kia's Soul Brand Book)
Selected as K-Brain Power company</p> <p>2014</p> <p>It-Award 아이덴티티&브랜드디자인 부문 수상(DDP 동대문디자인플라자)
부설 연구소 설립(디자인리서치 연구소)
Awarded the It-Award Identity & Brand Design (DDP Dongdaemun Design Plaza)
Established R & D Center (Design Research Institute)</p> <p>2013</p> <p>유니버설디자인 특별상(소금길), 우수디자인 선정중 수여
(서울시 드림업 서비스, 하이트제로, 한국민속촌, 소금길)
Special Award for Universal Design [Salt Road], Excellent Design Award
[Seoul City Dream Service, Hite Zero, Korean Folk Village, Salt Road]</p> <p>2005</p> <p>(주)샘파트너스 법인 설립
Established corporation of SAMPARTNERS Co., Ltd.</p> |
|--|---|

디즈니

Mickey Mouse 90years: Mickey In Seoul Branding



Client
디즈니 The Walt Disney Company Korea

Creative Director
강주현 Kang Zew Hyun

Lead designer
김시내 Kim Si Nai

Designer
김두희 Kim Du Hee
안성민 Ahn Sung Min
백수지 Baek Soo Jee

우리 모두가 사랑하는 가장 오래된 애니메이션 캐릭터 미키마우스가 탄생 90주년을 맞았습니다. 이제 미키마우스는 단순한 애니메이션 캐릭터를 넘어 20세기 대중문화 역사의 가장 강력한 아이콘 중 하나라고 볼 수 있습니다. 우리는 미키마우스의 탄생 90주년을 맞아 드로잉 이미지로 구현된 90주년 기념아이콘을 디자인하고 더 나아가 미키마우스가 서울에 찾아와서 느끼는 다양한 공간적, 문화적 단상들을 'Mickey in Seoul'이라는 테마로 지금 그리고 앞으로 우리와 더 가깝게 자리하는 미키마우스의 모습을 표현하였습니다. 'Mickey in Seoul'은 2018년 하반기에 여러분과 서울 도심과 다양한 공간에서 즐거운 모습으로 만나실 수 있습니다.

The oldest animated character we all love, Mickey Mouse, celebrates its 90th anniversary. Mickey Mouse is now one of the most powerful icons in popular cultural history of the 20th century beyond simple animated characters. We designed the icon of the 90th anniversary of Mickey Mouse's 90th anniversary as a drawing image, and furthermore, the various spatial and cultural images that Mickey Mouse came to see and feel in Seoul by the theme of 'Mickey in Seoul'. In addition, Mickey Mouse is more closely positioned. In the second half of 2018, and 'Mickey in Seoul' will be able to meet you in Seoul city center and various places in a pleasant way.

레모나

Lemona Integrated Branding Project

Client
경남제약 Kyungnam Pharm

Executive director
김지훈 Kim Ji Hoon

Creative Director
강주현 Kang Zew Hyun

Lead designer
박창승 Park Chang Seung

Designer
박지혜 Park Ji Hye
성소연 Sung So Yeon
이우림 Lee Woo Rim
백수지 Baek Soo Jee



1983년 국내 최초의 분말형 비타민으로 시작해 30년이 넘는 시간 동안 많은 사랑을 받은 레모나는 언제부터인가 우리의 기억 속에서 생활 속의 활력을 주는 기능성 비타민으로는 조금씩 이미지가 멀어지고 있었습니다. 작은 선물, 간식의 이미지가 강했던 기존 레모나의 이미지를 '생활 속 비타민'으로 바꾸고 레모나를 비타민을 대표하는 브랜드로서 성장시킬 수 있는 목표를 가지고 시작되었습니다. 혼자가 아닌 누군가를 챙겨주는 마음으로, 편하게 기분전환을 하기 위해서 경험했었던 긍정적인 기억을 통해 레모나만이 가진 소비자 인식과 자산 연계를 통한 브랜드의 Anti Aging으로 방향을 잡고 우리의 일상 속에서 쉽게 접할 수 있는 생활 비타민으로 리포지셔닝 할 수 있는 'Life Vitamin'이라는 새로운 컨셉으로 확정되었습니다.

In 1983, Lemona started as the 1st power-type vitamin in Korea and Lemona has been loved by the people for over 30 years. However, Lemona's image of vitalizing functional vitamin is gradually fading out. Our goal is to change Lemona's existing image of small gift and snack into 'Life Vitamin' and develop Lemona as a brand representing vitamin. Based on the consumer's positive memory of giving Lemona to someone else and having Lemona for refreshing, we connect consumer awareness and asset to focus on 'Anti-Aging' image for the brand. The new concept for Lemona is 'Life Vitamin' and we will reposition Lemona as the life vitamin easily accessible in daily life.

롯데 캐슬

Lotte castle integrated branding

Client
롯데건설 Lotte construction

Executive Director
이창호 Lee Chang Ho
김지훈 Kim Ji Hoon

Creative Director
강주현 Kang Zew Hyun

Principal Designer
류기백 Ryu Gi Baek
김시내 Kim Si Nai
이수정 Lee Soo Jung

Designer
김현진 Kim Hyun Jin
김남규 Kim Nam Kyu



롯데캐슬은 처음 브랜드를 런칭하며 고품격 아파트를 지향하였습니다. 클래식이라는 Design Identity 아래 롯데캐슬은 유럽 고전적 스타일을 추구하였습니다. 시간이 흘러 모두가 고품격을 지향하는 현시점에 오래 돼 보이고 장식적인 것이 식상해지기 시작했습니다. 우리는 식상해지는 클래식을 다시 현 시대에 맞게 호텔스러움으로 재해석하기로 하였습니다. 품격을 전달하기 위한 롯데캐슬만의 핵심가치도 필요했습니다. 품격을 갖추기 위해서 사람과의 관계속에 '존중'이 필요하다 생각했습니다. 누군가를 '존중'하는 마음에서 우리는 스스로 '매너'와 '품격'을 갖추게 됩니다. 이렇게 Brand Statement가 탄생하였습니다. '존중은 품격을, 품격은 삶을 완성합니다.' 품격있는 관계 형성과 경험이 있는 브랜드 아파트로 만들겠다는 우리의 바람이었습니다.

Since its brand launch, Lotte Castle has been aiming at premium apartment. Lotte Castle has been seeking for classic European style under the design identify of 'Classic'. As the time passed, all other brands started aiming for 'Premium' and people are getting tired of classic design and decorations. In response, Lotte Castle reinterprets the 'Classic' into a modernized 'Hotel' design. Lotte Castle also needed own core value to deliver dignity and we thought that 'Respect' between people is essential to have dignity. People get 'Manner' and 'Dignity' from the heart of respecting someone. That's how the brand statement for Lotte Castle was created. 'Respect Completes Dignity and Dignity Completes life'. Our dream is to make a brand apartment for forming a dignified relationship with others.

서브원

SERVEONE

Client
서브원 SERVEONE

Executive Director
김지훈 Kim Ji Hoon

BX Director
배지훈 Bae Jee Hoon

Designer
김지현 Kim Ji Hyun
이수정 Lee Soo Jung
김지완 Kim Ji Wan
안재진 Ahn Jae Jin
윤희지 Yoon Hee Jee
김소영 Kim So Young



건물/부동산 관리, MRO, 건설, 레저 종합 서비스 기업인 서브원의 새로운 공유 오피스 모델을 개발하였습니다. 일을 대하는 관점과 방식은 고객마다 다르지만, 일의 '목적'을 달성하고자 하는 욕구는 공통적이었습니다. 업무 공간은 일의 목표를 달성할 수 있는 공간이 되어야 한다는 관점으로, 서포티브 워크스페이스 '플래그원 FLAG ONE'의 총체적인 브랜드 경험을 설계하고, 브랜드 아이덴티티와 공간을 디자인하였습니다.

We have developed a new shared office model for building/real estate management, MRO, construction and leisure services. The point of view and method of doing things vary from customer to customer, but the desire to achieve the "purpose" of the job was common. From the point of view that the work space should be a space that can achieve the goal of the work, we designed the overall brand experience of the flexible workspace 'FLAG ONE' and designed the brand identity and space.