



COMMERCIAL FILM PRODUCTION



# FANTASTIC MOJITO FILM

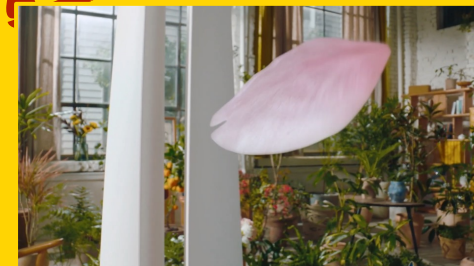
2026

2026

## PROJECT ARCHIVE



COMMERCIAL FILM PRODUCTION



# Contents

## Brand Film

LG HVAC BUSINESS VIDEO	04
LX SEMICON BRAND FILM	05
THE-K 한국교직원공제회 BRAND FILM	06
GH경기주택도시공사 기업홍보영상	07
현대엔지니어링 기업홍보영상	08

## Tech Products

1DROP 1POT DUO LAUNCHING FILM	10
LG AERO CAT TOWER USP FILM	11
LG BOTTOM FREEZER AI USP FILM	12
SAMSUNG A56 UNBOXING FILM	13
SAMSUNG GALAXY BOOK 4 EDGE UNBOXING FILM	14
LG PURICARE FULL LINE UP USP FILM	15
LG WEB OS NEW VERSION FEATURE FILM	16
LG BUILT-IN COOKING SUITE USP FILM	17
Ulike 사파이어 클링 제모기 TVC	18
SAMSUNG 2019 NEW 무풍 에어컨	19
LG MUSICFLOW P5 STRAP	20

## Game

반지의 제왕 : 전쟁의 시작 모바일 게임 TVC	22
2WIN GAMES 온라인 광고	23

## 공공기관

중소벤처기업부 공동투자형 기술개발 홍보영상	25
-------------------------	----

## Food

CJ제일제당 백설 컵전 온라인 광고	27
CJ제일제당 고메돈카츠 온라인 광고	28
CJ제일제당 비비고 칼국수 온라인 광고	29

## Medical

동아제약 터비뉴겔 온라인 광고	31
------------------	----



# BRAND FILM

브랜드필름 / 기업홍보

# LG HVAC BUSINESS VIDEO

Ahead of the Expected – LG HVAC Solutions

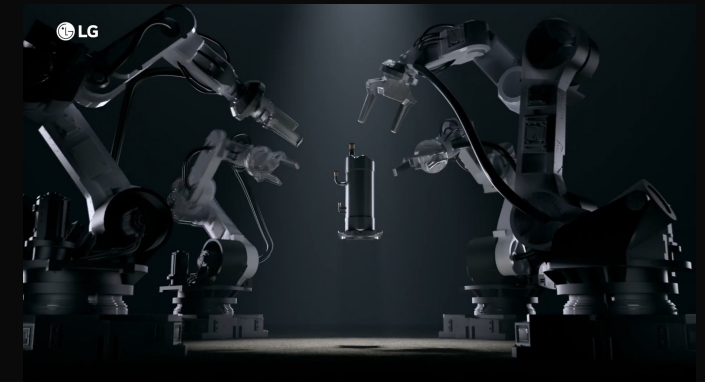


WATCH VIDEO



LG전자가 미래 핵심 B2B 사업으로 선언한 냉난방공조(HVAC) 사업부의 글로벌 사업소개 영상을 제작했다. AI 데이터센터 급증으로 발열 관리 수요가 폭발하면서, HVAC는 전장 사업과 함께 LG전자 B2B 성장의 가장 유망한 축으로 떠오르고 있다. 핵심 기술부터 AI 솔루션, 세계 각지의 납품 현장까지 – LG HVAC가 가진 스케일 전체를 하나의 흐름으로 담는 것이 이 영상의 목표였다.

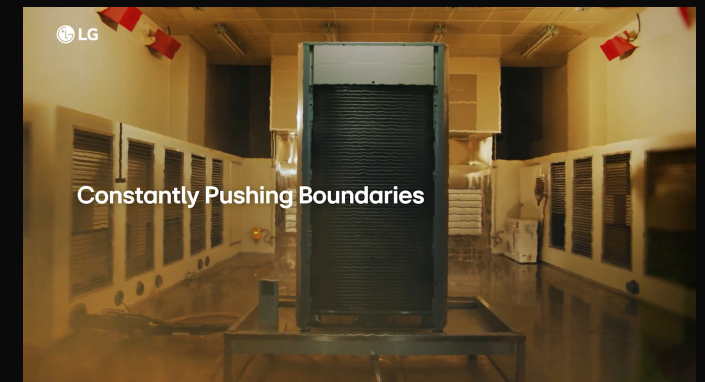
클라이언트는 HVAC 사업의 기술과 강점을 최대한 많이, 그리고 강하게 보여주고 싶어 했다. 국내 제조 공장과 R&D 센터, 해외 현지 설치 현장을 직접 방문해 그 의지를 화면에 담았다. 영상 전반에는 'Ahead of Expected'라는 컨셉 아래 기술이 시대를 앞서간다는 인상을 주기 위해 전진하는 방향의 연출을 일관되게 적용했고, 복잡한 기술일수록 설명 대신 비주얼이 말하도록 구성했다. 완성된 영상은 현재 글로벌 B2B 커뮤니케이션에 활용되고 있다.



[1]



[2]

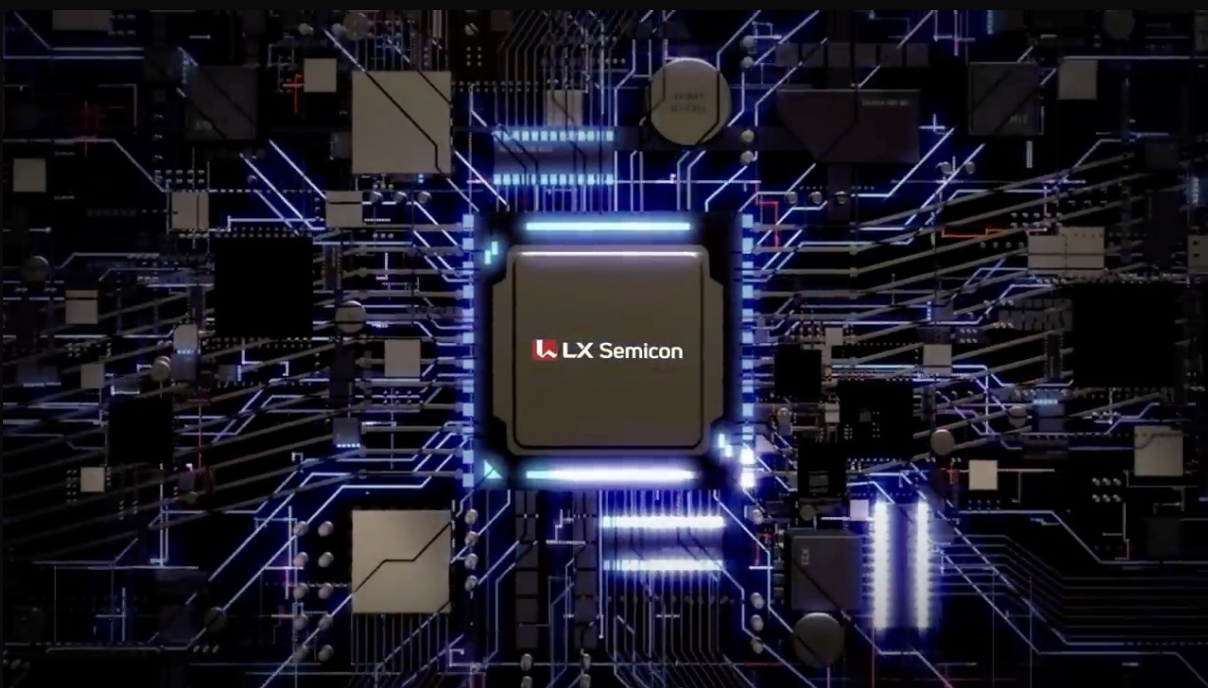


[3]

1. 핵심 기술 부품을 단순히 보여주는 대신, 3D 로봇팔 연출을 통해 LG HVAC의 기술력이 첨단 자동화를 실현하고 있음을 연출했다.
2. 현지 맞춤형 기술 개발이라는 메시지를 전달하기 위해 독일 R&D 센터를 직접 방문 촬영했다.
3. 창원의 공장에 방문하여 실제 촬영이 어려운 제품테스트 장면도 기술적 오류 없이 쉽게 이해할 수 있도록 연출하였다.

# LX SEMICON BRAND FILM

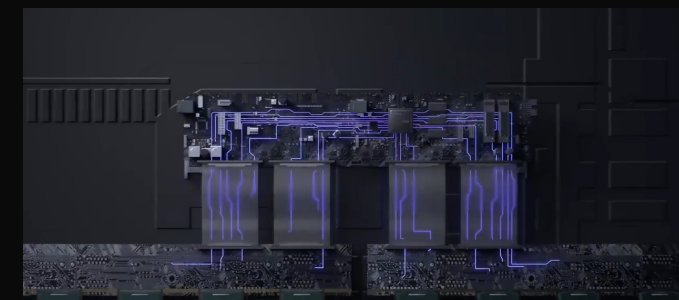
지속 가능한 경영을 더한 미래 기술



국내 최대 팹리스 반도체 기업 LX세미콘의 글로벌 기업소개 영상을 제작했다. 디스플레이 구동 IC부터 전력 반도체까지, 눈에 보이지 않지만 일상 어디에나 존재하는 기술을 만드는 회사다. 회사의 역사와 기술력을 전문가가 아닌 누구에게나 친숙하게 전달하고, 그 기술이 실제 삶 속에서 어떻게 작동하는지를 보여주는 것이 이 영상의 핵심이었다.

복잡한 반도체 기술을 일상의 장면들과 연결해 비주얼로 풀어냈고, B2B 파트너는 물론 일반 소비자도 쉽게 이해할 수 있도록 어려운 기술 용어 대신 친근한 말투의 나레이션으로 시청자와의 거리를 좁혔다. 영상은 한국어·영어·일본어·중국어 4개 언어로 제작되어 LX세미콘의 글로벌 커뮤니케이션에 활용되고 있다.

WATCH VIDEO



OLED 패널 보상을 통한 깨끗한 화면 구현  
Timing Controller

[1]



Display Driver IC와 Timing Controller, Touch Controller IC 기능이 통합된 반도체  
Touch and Display Driver Integration

[2]



[3]

1. 기술 설명을 최대한 간결하게 비주얼화해 달라는 클라이언트 요청에 따라, 복잡한 회로 구조를 직관적인 그래픽으로 단순화해 표현했다.
2. 같은 반도체가 사용되는 제품 속으로 zoom-in한 뒤, zoom-out하면 전혀 다른 제품으로 빠져나오는 방식으로 하나의 기술이 얼마나 다양한 제품에 쓰이는지를 연출했다.
3. 반도체가 일상 어디에나 존재한다는 메시지를 전달하기 위해, 다양한 전자기기를 자연스럽게 사용하는 일상 장면을 연출했다.

# THE-K 한국교직원공제회 BRAND FILM

일터에서부터 일상까지 - 원하는 것을 원하는 대로!



The-K 한국교직원공제회의 2023년 연간 캠페인을 기획·제작했다. 브랜드필름을 중심으로 배리어프리 영상, 메이크오버, 신입직원 키워드 인터뷰까지 성격이 다른 여러 편의 영상을 하나의 캠페인 안에서 다양한 톤으로 완성했다.

브랜드필름의 중심 카피는 '원하는 것을 원하는 대로'. 선생님이라는 직업을 시작하는 순간부터, 일상에서 새로운 순간들을 맞이할 때마다 The-K가 곁에서 함께한다는 이야기를 담았다. 공제회의 혜택을 나열하는 대신, 선생님의 삶이 이어지는 장면 속에서 그 존재가 자연스럽게 느껴지도록 연출했다.



WATCH VIDEO →

1. 선생님으로서의 첫 출발 순간, The-K가 자연스럽게 찾아온다는 컨셉을 일상적인 장면으로 담았다. 삶의 전환점을 광고가 아닌 하나의 순간처럼 느껴지도록 연출했다.
2. 삶의 전환점마다 The-K의 상품이 함께한다는 것을 보여주되, 나열이 아닌 그 순간에 꼭 맞는 혜택이 찾아오는 방식으로 구성했다.
3. 한국교직원공제회 본관 건물과 압도적인 규모를 수치와 함께 직접적으로 보여줌으로써, 선생님들이 보장에 대한 걱정 없이 믿고 맡길 수 있다는 신뢰감을 전달했다.

# GH 경기주택도시공사 기업홍보영상

더 많은, 더 고른, 더 나은 – 경기도민의 든든한 기회파트너



1997년 창립 이래 경기도민의 주거·도시 문제를 직접 해결하는 공공서비스 기업으로 성장해 온 GH 경기주택도시공사의 기업홍보영상을 제작했다. 공공주택과 신도시 조성부터 산업단지 개발까지, GH가 경기도 곳곳에서 만들어 온 공간들을 하나의 흐름으로 담아냈다.

사업의 종류와 규모가 방대한 만큼, 각 사업이 단순한 개발 실적이 아니라 사람들의 삶과 맞닿아 있다는 것을 보여주는 것이 핵심이었다. 드론 촬영과 현장 촬영을 통해 GH가 조성한 공간의 스케일을 시각적으로 전달하면서도, 그 안에서 살아가는 경기도민의 일상이 자연스럽게 느껴지도록 연출했다.

WATCH VIDEO



[1]



[2]



[3]

1. 경기도 곳곳의 주거 단지와 조성 공간을 직접 방문해 드론으로 촬영했다. 넓게 펼쳐진 도시의 전경을 통해 GH가 만들어 온 삶의 터전을 한눈에 담았다.
2. 경기도민을 위해 실제로 일하는 직원들의 모습을 자연스럽게 담아, 공공기관으로서의 신뢰감과 진정성을 전달했다.
3. 좁은 길에서 넓은 대로로, 작은 공간에서 도시 전체로 점점 확장되는 부감 샷을 통해 GH와 함께 더 크고 살기 좋아지는 경기도의 미래를 시각적으로 표현했다.

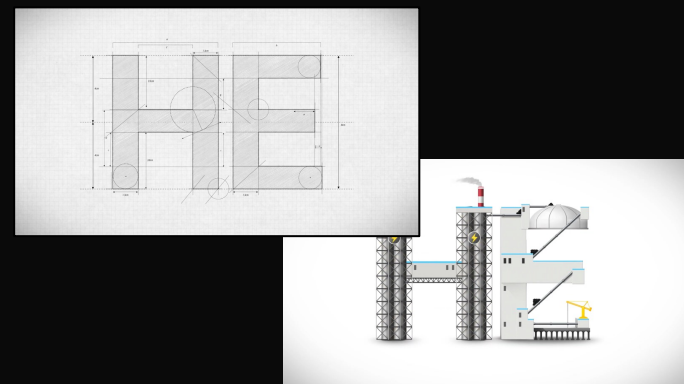
# 현대엔지니어링 기업홍보영상

HE is developing the earth



플랜트, 건축, 자산관리 분야를 선도하며 FEED부터 EPC까지 토털 솔루션을 제공하는 현대엔지니어링의 기업홍보영상을 제작했다. 주거부터 산업 플랜트, 인프라 시설까지 방대한 사업 영역을 하나의 영상 안에 담으면서도, 이 모든 것의 출발점이 설계 기반의 엔지니어링 역량이라는 것을 명확하게 전달하는 것이 핵심이었다.

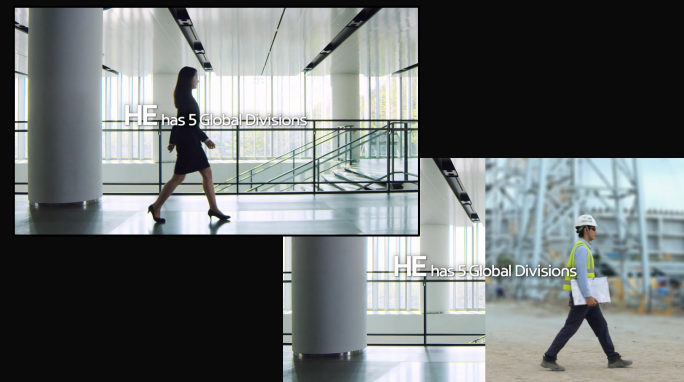
실제 현장과 시설 위에 라인 그래픽을 오버레이하는 방식으로, 설계도면에서 현실의 구조물로 이어지는 과정을 시각화했다. 정밀한 선 하나하나가 쌓여 거대한 구조물이 되는 이미지를 통해, 현대엔지니어링이 탄탄한 설계 역량을 바탕으로 한 토털 솔루션 기업임을 화면으로 증명했다.



[1]



[2]



[3]

WATCH VIDEO →

1. 현대엔지니어링의 이니셜 'HE'를 공장, 에너지 시설, 도로 등 실제 사업 구조물로 구성해 타이포그래피로 표현했다. 회사가 어떤 곳에서 무엇을 짓는지를 로고 하나로 직관적으로 전달했다.
2. 'HE'를 단순한 이니셜이 아닌 하나의 인격체로 의인화해, "He is the Professional", "He is the Humanist" 등의 카피로 현대엔지니어링의 정체성을 친숙하고 인간적인 언어로 풀어냈다.
3. 각 챕터가 전환될 때마다 목적지를 향해 걸어가는 인물의 모습을 배치했다. 설명 없이도 끊임없이 앞으로 나아가는 기업의 방향성을 자연스럽게 체감하도록 연출했다.

# TECH PRODUCT



# 1Drop 1Pot Duo Launching Film

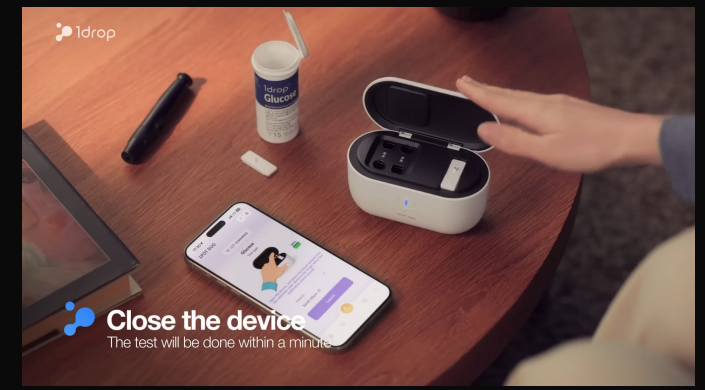
Stop Waiting at the Hospital!



삼성전자 C-Lab 스피노프 기업 윈드룸이 출시한 1POT Duo는 혈액 분석과 분자 진단을 동시에 수행할 수 있는 손바닥 크기의 현장형 진단 장비다. 국내보다 해외 수요가 먼저 주목받으며 영국과 아일랜드 시장 런칭을 위한 영상을 제작했다. 병원을 갈 시간이 없거나, 무료 의료 시스템 특유의 긴 대기 시간이 문제가 되는 현지 환경에서, 집에서도 언제든지 간편하게 사용할 수 있다는 것이 이 제품의 핵심 가치였다.

기술적으로 앞선 제품일수록 사용법이 복잡해 보일 수 있다. 영상은 그 선입견을 먼저 해소하는 것에 집중했다. 실제 사용 장면을 중심으로 제품의 작동 과정을 직관적으로 보여주되, 낯선 의료 기기가 아닌 일상적인 헬스케어 도구로 느껴지도록 연출했다.

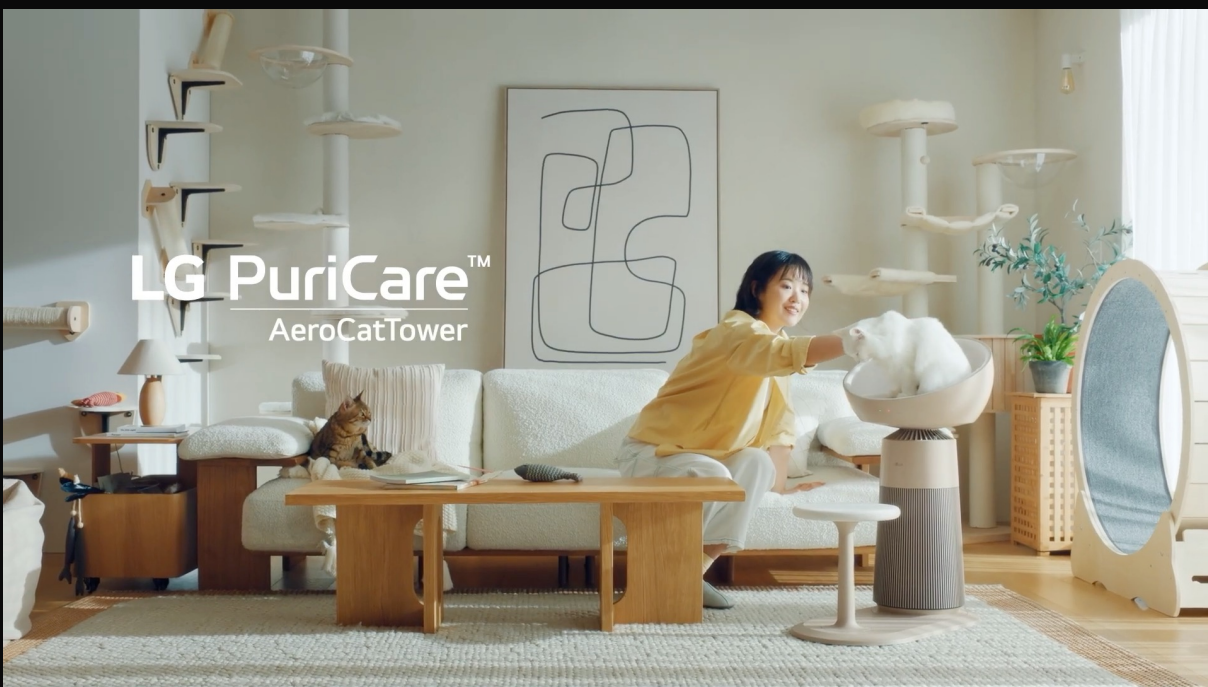
WATCH VIDEO →



1. 병원에 갈 시간조차 내기 어려운 바쁜 일상을 한 장면으로 압축했다. 거창한 설명 없이도 타깃이 공감할 수 있는 상황을 먼저 보여주는 것에서 영감을 시작했다.
2. 집 안의 편안한 환경에서 제품을 사용하는 장면으로, 병원이 아닌 일상 공간에서도 검사가 가능하다는 메시지를 자연스럽게 전달했다.
3. 복잡해 보일 수 있는 의료 기기의 사용 절차를 단계별로 간결하게 보여줬다. 누구나 쉽게 따라할 수 있다는 것을 화면이 직접 증명하도록 연출했다.

# LG AERO CAT TOWER USP FILM

Purify your air, Pamper your cat



LG PuriCare™  
AeroCatTower

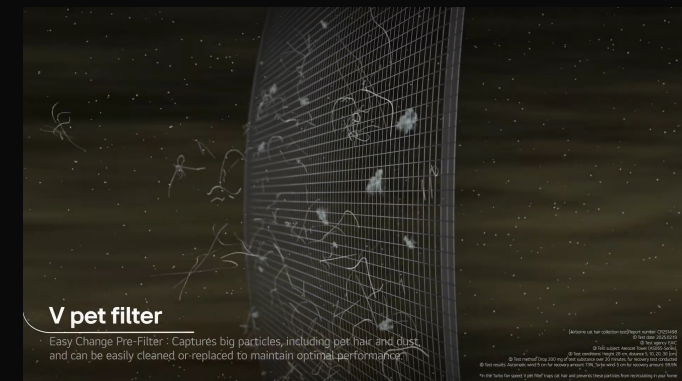
고양이 천국이라 불리는 일본을 비롯한 동아시아 시장을 겨냥해 출시된 LG 퓨리케어 에어로캣타워의 USP 영상을 제작했다. 공기청정기와 캣타워, 체중 측정, 온열 좌석까지 결합한 이 제품은 고양이와 집사의 일상을 함께 케어한다는 것이 핵심 가치였다. 기능 나열보다 그 일상이 얼마나 사랑스럽고 따뜻한지를 먼저 보여주는 것에서 영감을 시작했다.

가볍고 귀여운 톤앤무드를 일관되게 유지하면서, 고양이가 제품을 직접 사용하는 장면과 집사와의 교감을 자연스럽게 담았다. 기능 설명이 필요한 순간에도 딱딱한 제품 영상이 아닌 일상의 한 장면처럼 느껴지도록 연출했다.

WATCH VIDEO



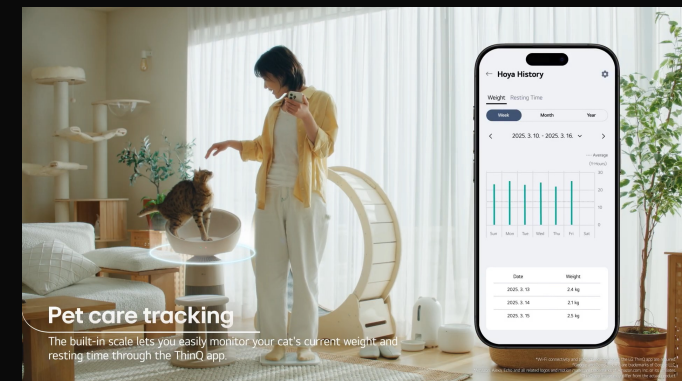
[1]



V pet filter

Easy Change Pre-Filter: Captures big particles, including pet hair and dust, and can be easily cleaned or replaced to maintain optimal performance.

[2]



Pet care tracking

The built-in scale lets you easily monitor your cat's current weight and resting time through the ThinQ app.

[3]

1. 기존 공기청정기를 고양이가 올라타거나 방해하는 익숙한 장면에서 시작해, 집사라면 누구나 공감할 불편함을 먼저 보여줬다. 제품의 필요성을 설명 대신 상황으로 전달했다.
2. 제품의 핵심인 공기청정 기능을 3D 그래픽으로 시각화해, 눈에 보이지 않는 필터링 성능을 직관적으로 전달했다.
3. 체중 측정, 앱 연동 등 스마트 기능을 집사와 고양이가 함께하는 일상 장면 속에 자연스럽게 녹여냈다. 기능 소개가 아닌 교감의 순간으로 연출했다.

# LG BOTTOM FREEZER AI USP FILM

Max Freshness with Balanced & Precise Cooling

LG Refrigerator AI  
with Fit & Max



LG 바텀 프리저 냉장고(Fit & Max)의 글로벌 USP 영상 4편을 제작했다. 유럽 시장을 주요 타겟으로, 각 편마다 제품의 핵심 기능을 명확하게 전달하는 것이 목표였다. ① 냉장고 내부가 넓어진 Max Space — 카메라가 내부를 원테이크로 유영하듯 훑어가는 연출로 공간감 자체를 체감하게 했다. ② 21일간의 사용 패턴을 학습해 냉각과 에너지를 최적화하는 AI Optimized 기능, ③ 벽에 바짝 붙여도 문이 110도까지 완전히 열리는 Zero Clearance 힌지 설계, ④ 다양한 주방 환경에 자연스럽게 녹아드는 Seamless Fit 디자인까지.

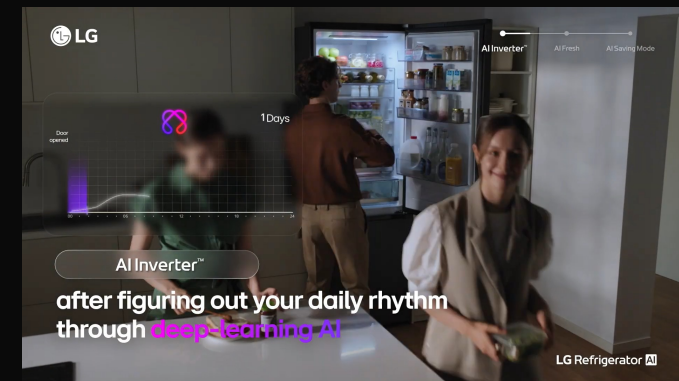
냉장고 내부가 넓어졌다는 것을 단순히 말하는 대신, 카메라가 냉장고 안을 원테이크로 유영하듯 훑어가는 연출로 공간감 자체를 체감하게 했다. 스펙 수치가 아닌 화면이 넓이를 직접 증명하는 방식으로, 글로벌 시청자가 별도의 설명 없이도 제품의 강점을 직관적으로 느낄 수 있도록 연출했다.



[1]



[2]



[3]

1. 냉장고 내부가 넓어졌다는 것을 말 대신 카메라 워크로 증명했다. 내부를 유영하듯 넓게 훑어가는 카메라 움직임 자체가 공간감의 증거가 되도록 연출했다.
2. 원테이크처럼 이어지는 카메라 이동 속에서 내용물과 기능이 자연스럽게 전환되며, 다양한 식재료를 각각 최적의 환경에서 보관할 수 있다는 것을 설명 없이 보여줬다.
3. 시가 사용자의 생활 패턴을 학습한다는 추상적인 기능을 타임랩스 등 다양한 시각적 기법으로 풀어냈다. 첨단 기술이 일상 속에서 자연스럽게 작동하는 장면으로 만들었다.

WATCH VIDEO 1 → WATCH VIDEO 2 →  
WATCH VIDEO 3 → WATCH VIDEO 4 →

# SAMSUNG A56 UNBOXING FILM

Awesome Intelligence

Awesome colors to choose from



WATCH VIDEO

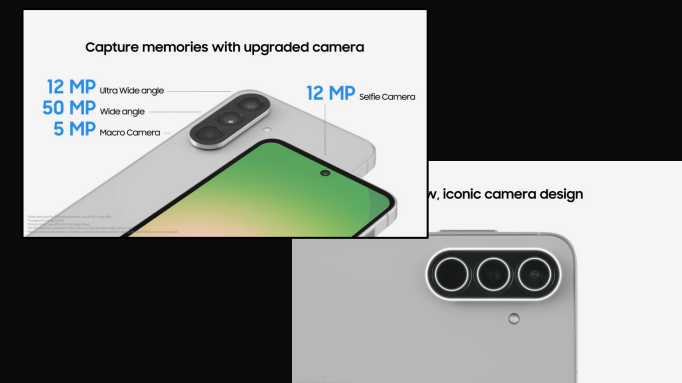


갤럭시 A 시리즈 최초로 Awesome AI가 탑재되고, 7.4mm의 얇은 두께와 메탈 프레임, 5,000만 화소 트리플 카메라를 갖춘 삼성 갤럭시 A56 5G의 언박싱 영상을 제작했다. 보급형 스마트폰이지만 플래그십 못지않은 스펙과 디자인을 갖춘 제품인 만큼, 언박싱의 첫 순간부터 제품이 가진 프리미엄한 인상을 전달하는 것이 핵심이었다.

광고주의 요청에 따라 MCC 장비를 활용한 정밀한 카메라 워크를 적극 활용했다. 제품의 디자인, 카메라, AI 기능 등 다양한 특징들이 끊임 없이 자연스럽게 이어지도록 연출하여, 하나의 유려한 흐름 안에서 각 강점이 임팩트 있게 각인되도록 구성했다.



[1]



[2]



[3]

1. 전자보다 얇아진 제품의 특징을 설명 대신 박스로 먼저 보여줬다. 얇아진 패키지와 박스를 열었을 때 보일락 말락 하는 제품의 실루엣으로, 슬림해진 디자인을 첫 장면에서 직관적으로 각인시켰다.
2. MCC 장비를 활용해 카메라 스펙 정보와 제품 외관이 하나의 흐름으로 자연스럽게 이어지도록 연출했다. 스펙 나열이 아닌 유려한 카메라 워크 안에서 기능이 소개되도록 구성했다.
3. 넓어진 디스플레이의 몰입감을 3D 그래픽 대신 MCC 촬영으로 표현했다. 실제 제품을 역동적인 앵글로 담아내 화면의 크기와 질감이 직접 체감되도록 연출했다.

# SAMSUNG GALAXY BOOK 4 EDGE UNBOXING FILM

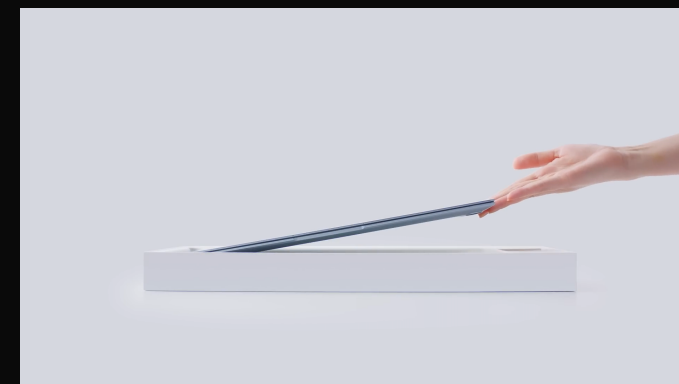
Galaxy AI is here



갤럭시 최초의 AI 노트북, 갤럭시 북 4 엣지의 언박싱 영상을 제작했다. AI 기능을 탑재한 첫 갤럭시북이라는 상징성과 함께, 제품의 가장 강력한 첫인상인 얇고 가벼운 디자인을 화면으로 먼저 체감시키는 것이 핵심이었다.

손끝으로 제품을 집어 드는 순간, 노트북이 공중에서 가볍게 날아오르듯 떠오르는 연출로 얇고 가벼운 제품의 물성을 시각적으로 표현했다. 제품의 다양한 스펙과 특징은 군더더기 없이 깔끔하게 화면에 담아, 보는 사람이 자연스럽게 제품의 가치를 흡수할 수 있도록 구성했다.

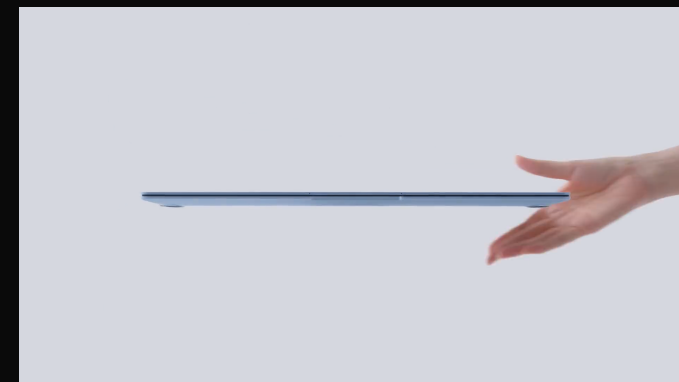
WATCH VIDEO →



[1]



[2]

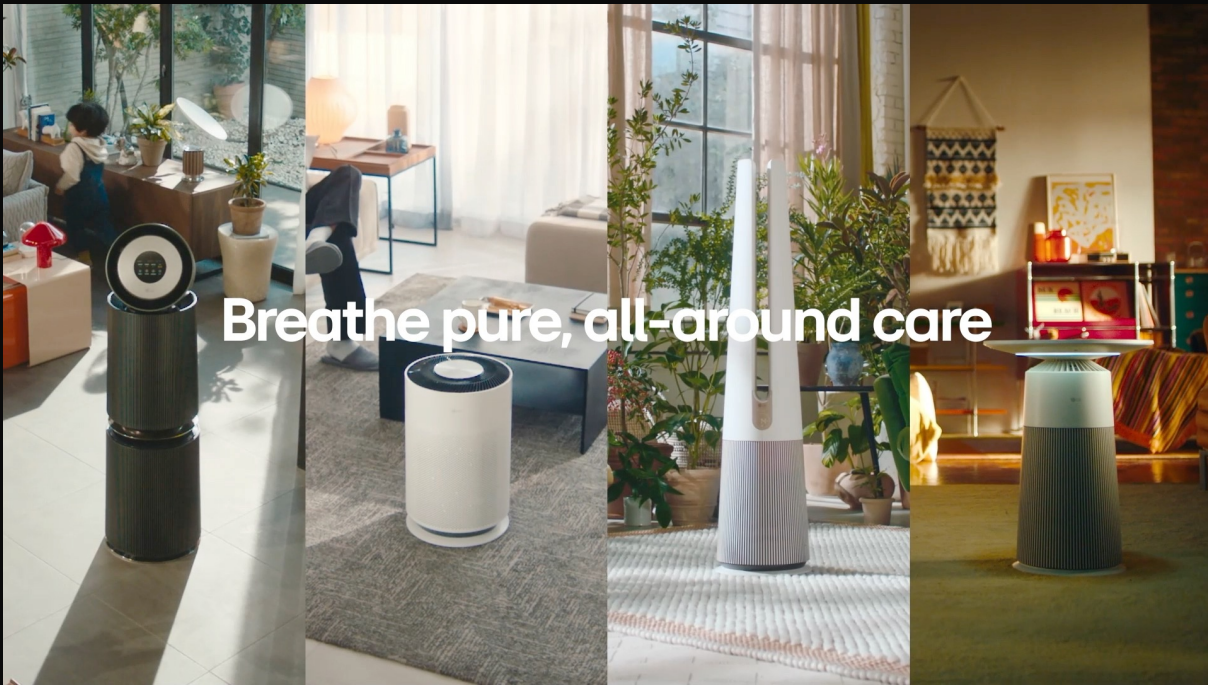


[3]

1. 얇고 가볍다는 것을 증명하기 위해 박스에서 손가락 끝만으로 제품을 꺼내는 장면으로 시작했다. 별도의 설명 없이 손의 움직임 하나로 제품의 물성이 전달되도록 연출했다.
2. 배터리 지속 시간을 CG 없이 빛을 직접 움직여 표현했다. 제품 고유의 컬러와 질감을 살리면서도 기술적 강점이 사실적으로 느껴지도록 연출했다.
3. 제품이 공중에 가볍게 떠다니는 장면을 연출한 뒤 손으로 가볍게 들어올림으로써, 무게감 없는 제품의 가벼움을 시각적으로 완성했다.

# LG PURICARE FULL LINE UP USP

Breathe pure, all-around care



LG 퓨리케어 공기청정 라인업 4종의 제품 영상을 제작했다. 에어로타워, 에어로퍼니처, 에어로켓타워, 360° 공기청정기까지 — 각 제품이 타겟으로 하는 라이프스타일과 공간이 모두 다른 만큼, 하나의 영상 안에서 제품별 페르소나와 일상을 각각 다른 톤으로 연출하는 것이 핵심이었다.

제품마다 어울리는 공간, 상황, 인물을 설정하고 그 안에서 기능 설명이 자연스럽게 녹아들도록 구성했다. 스펙을 나열하는 대신 각 제품이 실제로 필요한 순간에 등장하도록 연출하여, 시청자가 자신의 라이프스타일에 맞는 제품을 직관적으로 찾을 수 있도록 했다.

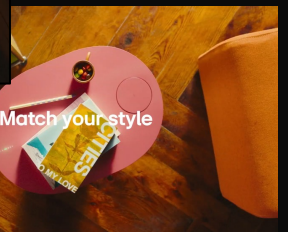
WATCH VIDEO



[1]



[2]



[3]

1. 360도 전방향 케어라는 기능을 설명 대신 카메라 워크로 표현했다. 제품을 중심으로 카메라가 회전하면서 다양한 라이프스타일과 제품 라인업이 자연스럽게 펼쳐지도록 연출했다.
2. 에어로타워의 자연스러운 바람 기능을 보여주기 위해 꽃잎이 제품 사이를 가볍게 날아가는 장면을 연출했다. 기능 설명이 아닌 감각적인 이미지로 청정한 공기의 질감을 전달했다.
3. 에어로퍼니처의 상판 교체 기능을 'Match Your Style' 카페에 맞춰 매치컷으로 구성했다. 상판이 바뀌는 순간마다 공간의 분위기가 달라지는 것을 리드미컬하게 보여줬다.

# LG WEB OS NEW VER. USP FILM

An All-in-One Hub for All Your Needs



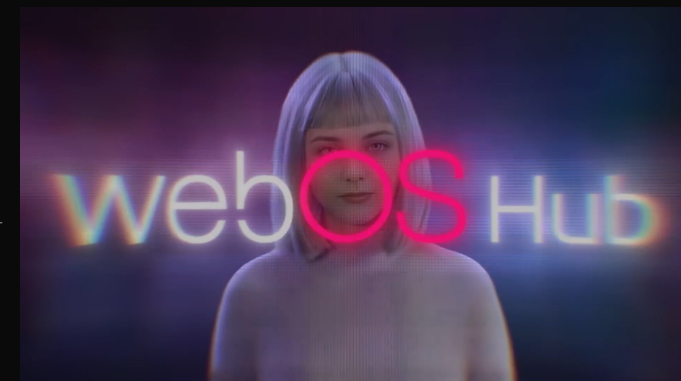
LG webOS의 새로운 업데이트 기능을 소개하는 영상을 제작했다. 스마트 TV 플랫폼의 기능 설명이라는 다소 건조할 수 있는 소재를, 기술적으로 차별화된 방식으로 풀어내는 것이 이 영상의 출발점이었다.

webOS 세계 속 버추얼 캐릭터를 딥페이크 기술로 구현해, 실제 인물과 디지털 세계의 경계를 허무는 연출을 시도했다. 버추얼 캐릭터가 사용자에게 직접 기능을 실현해주고, 사용자가 자연스럽게 편하게 플랫폼을 사용하는 모습을 함께 담아 업데이트로 더 스마트해진 webOS의 가치를 생동감 있게 전달했다.

WATCH VIDEO



[1]



[2]



[3]

1. 손끝 하나로 모든 것이 시작된다는 메시지를 리모컨 클로즈업으로 열었다. webOS의 직관적인 사용 경험이 첫 장면에서 바로 체감되도록 연출했다.
2. 딥페이크 기술로 구현한 버추얼 캐릭터가 webOS Hub 로고와 함께 등장하며 플랫폼의 세계관을 시각적으로 구체화했다. 기술과 인물이 자연스럽게 하나의 장면으로 융합되도록 연출했다.
3. 광활하게 펼쳐진 콘텐츠 공간 속에서 버추얼 캐릭터가 직접 콘텐츠를 골라 사용자에게 추천하는 장면으로, webOS가 단순한 플랫폼이 아닌 나만의 콘텐츠 큐레이터임을 직관적으로 전달했다.

# LG BUILT-IN COOKING SUITE USP FILM

The Kitchen you deserve



LG 빌트인 키친 패키지의 미국 시장용 영상을 풀 3D로 제작했다. 냉장고, 오븐, 식기세척기 등 주방 가전 전체를 하나의 통합된 공간으로 구현하고, 각 제품이 어우러진 프리미엄 키친의 완성도를 시각적으로 전달하는 것이 목표였다.

비트감 있는 배경음악에 맞춰 카메라가 빠르고 역동적으로 공간을 누비도록 연출했다. 실제 촬영으로는 구현하기 어려운 앵글과 움직임을 풀 3D로 자유롭게 구성해, 제품의 디자인과 소재감, 공간의 스케일이 에너지감 있게 전달되도록 완성했다.

WATCH VIDEO



[1]



[2]



[3]

1. 비트에 맞춰 빠르게 움직이는 카메라 워크로 제품의 디테일과 기능을 역동적으로 뽐냈다. 3D임에도 실제 촬영처럼 느껴지는 카메라 움직임으로 제품의 존재감을 극대화했다.
2. 풀 3D로 제작하면서도 제품 표면의 질감과 광택을 사실적으로 구현했다. 소재의 디테일이 살아있어야 프리미엄 제품으로서의 신뢰감이 전달된다는 판단에서 텍스처 표현에 집중했다.
3. 같은 제품 라인업이 화이트, 그린 등 서로 다른 인테리어 공간에 자연스럽게 녹아드는 장면을 연출했다. 어떤 주방 스타일에도 어울린다는 것을 직접 보여주는 방식으로 구성했다.

# Ulike 사파이어 쿨링 제모기 TVC

제모도, 제시처럼! 내 맘대로 할래~

Ulike



WATCH VIDEO



홈케어 레이저 제모기 브랜드 유라이크의 런칭 광고를 제작했다. 쿨링 기술이 적용된 프리미엄 제모기라는 제품력과 함께, 전속 모델로 발탁된 가수 제시의 강렬한 캐릭터를 어떻게 브랜드에 녹여낼 것인가가 이 영상의 핵심 과제였다.

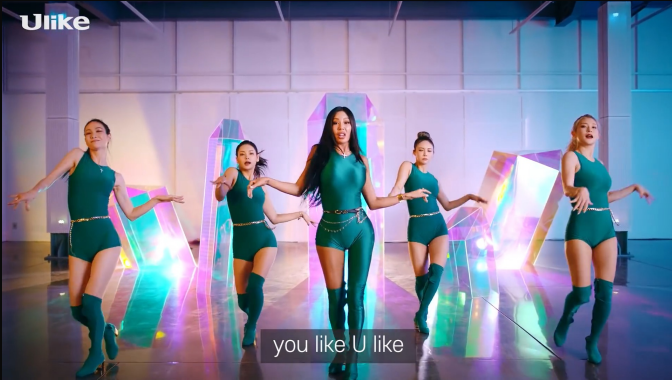
일반적인 광고 문법 대신, 프로젝트를 하나의 완결된 뮤직비디오로 먼저 기획해 풀버전을 제작하고, 이를 별도의 TV CF 버전으로 다시 구성했다. 제시의 걸크러시 이미지를 곡과 안무 전체에 자신감 있고 당당한 톤으로 담아, 제품 설명보다 브랜드 무드가 먼저 각인되는 임팩트 있는 런칭 캠페인으로 완성했다.

Ulike



[1]

Ulike



[2]

Ulike



[3]

1. 지나가다 명품 매장 앞에서 시선을 사로잡는 듯한 장면으로 오프닝을 열었다. 제품이 아닌 무드로 먼저 시선을 끄는 뮤직비디오식 접근을 택했다.
2. 중독성 있는 가사 "you like, u like"를 안무와 함께 반복시켜, 브랜드명 'Ulike'가 노래 가사처럼 자연스럽게 각인되도록 연출했다.
3. 제시의 걸크러시 이미지에 '내 맘대로 할래'라는 가사를 얹고, 고급스러운 색감 위에서 깨끗한 피부를 매끄럽게 문지르는 동작을 반복해 통증 없이 깔끔하게 제모되는 느낌을 시각적으로 완성했다.

# SAMSUNG 2019 NEW 무풍 에어컨

이젠 에어컨 하나로 사계절 내내 깨끗한 실내 공기를 즐긴다.



또 한 번, 새로운 바람을 일으키다  
**2019 NEW**  
삼성 무풍 에어컨

삼성 비스포크 시 무풍에어컨의 광고를 제작했다. 직바람 없이 쾌적한 무풍 기술이라는, 눈에 보이지 않는 제품의 강점을 어떻게 신뢰감 있게 전달할 것인가가 핵심 과제였다.

감성적인 라이프스타일 연출 대신 실험실 컨셉을 택해, 제품을 하나의 정밀한 기술 산물로 포지셔닝했다. 검증된 실험 환경 안에서 무풍·저소음·쾌적제습 등의 기능이 수치와 이미지로 증명되도록 구성해, 기술 기반 브랜드로서의 신뢰도를 강조했다.

WATCH VIDEO →



무풍 에어컨의 향상된 냉방 능력 테스트를 위하여  
우리는 실외 온도 35°C 폭염 속 거실 환경을 재현해 보았습니다.  
\*에어컨 43㎡ 설치 기준, 외기 35°C 조건

[1]



**열화상**  
온도에 따라 다른 색으로 표현하여 그 온도를 볼 수 있게 가시화한 화면  
고온은 빨간색, 저온은 짙은 남색으로 표현되며, 색상이 전달되는 것을 확인할 수 있다

[2]



**미세먼지 유입중**  
미세먼지가 많은 날에도  
더욱 빠르고 강력하게, 원하는 공간을 깨끗하게

[3]

1. 독립된 실험 공간을 구축해 제품의 기술력을 과학적으로 증명하는 톤을 처음부터 명확히 설정했다. 레드 라이팅으로 실험의 긴장감과 신뢰도를 동시에 살렸다.
2. 빠른 냉방 성능을 말이 아닌 열화상 이미지로 직접 보여줬다. 온도가 실시간으로 낮아지는 것을 눈으로 확인시켜 기술적 신뢰도를 확보했다.
3. 냉방 기능에 그치지 않고 공기청정 성능까지 실험으로 증명했다. 연기가 빠르게 걷히는 장면을 통해 두 가지 핵심 기능을 하나의 실험 시퀀스 안에서 설득력 있게 전달했다.

# LG MUSICFLOW P5 STRAP BLUETOOTH SPEAKER P5

#LIVE Authentic



LG 뮤직플로우 P5 스트랩 에디션 포터블 블루투스 스피커의 공식 영상을 제작했다. 어디든 들고 다니며 음악과 함께하는 라이프스타일 제품인 만큼, 스펙보다 음악이 주는 감정과 순간의 무드를 전달하는 것이 이 영상의 핵심이었다.

제품을 설명하는 장면 대신, 스트랩을 메고 음악과 함께 흘러가는 일상의 순간들을 감성적인 톤으로 담아냈다. 심플한 메탈 디자인과 휴대성이라는 제품의 특징이 음악이 흐르는 자연스러운 순간 속에서 은은하게 드러나도록 연출했다.

WATCH VIDEO



[1]



[2]



[3]

1. 호숫가 피크닉 상에 자연스럽게 놓인 스피커로 제품의 휴대성을 보여줬다. 설명 없이도 일상 어디든 함께할 수 있다는 것이 장면 자체로 느껴지도록 연출했다.
2. 스트랩을 활용해 공간에 걸어두는 장면으로, 단순히 들고 다니는 것을 넘어 원하는 곳 어디에나 자리 잡을 수 있는 제품의 유연함을 표현했다.
3. 따스한 색감의 캠핑 장면 속에 제품을 배치해, 감성적인 순간에 자연스럽게 어울리는 디자인이라는 것을 무드 전달했다.

A dramatic scene from a video game. In the center, a large, dark, spiky dragon-like creature with glowing orange embers on its body is shown. To its right, a wizard with long white hair and a beard, wearing a brown robe, holds a glowing yellow orb in his left hand and a staff with a glowing purple orb in his right. In the foreground, two young players are visible: a girl on the left in a red and white jacket, and a boy on the right in a yellow and white striped shirt and a green cap. The background is a dark, stormy sky with lightning and a stone structure with a torch. The word "GAME" is written in large, bold, yellow letters across the center.

**GAME**

# 반지의 제왕 : 전쟁의 시작 모바일 게임 TVC

반전이 시작됐다



WATCH VIDEO



J.R.R. 톨킨 삼부작의 정식 라이선스를 획득하고 워너 브라더스 인터랙티브 엔터테인먼트와 공동 개발한 모바일 전략 게임 '반지의 제왕: 전쟁의 시작'의 런칭 광고를 제작했다. 한 편의 영화를 감상하는 수준의 스케일 있는 TVC로 게임을 알리고자 했던 것이 클라이언트의 목표였다.

게임 화면을 나열하는 대신, 평범한 자기 방에서 게임을 즐기는 남녀노소 유저들의 일상 위로 간달프와 사우론 같은 원작 세계관의 캐릭터와 스케일이 그대로 쏟아져 나오는 연출을 택했다. 다른 유저와 함께 플레이하고 대결하는 게임의 핵심 재미와, 선과 악의 구분 없이 다양한 캐릭터를 선택할 수 있다는 게임성을 현실과 판타지가 충돌하는 이미지 안에 함께 녹여, 손안의 모바일 게임이 곧 미들어스 그 자체의 전쟁이라는 몰입감을 전달했다.



[1]



[2]



[3]

1. 평범한 소년의 방 안, 모바일로 캐릭터를 소환하는 순간 간달프가 실제 크기로 나타난다. 어디서든 손안의 스마트폰으로 미들어스의 세계를 소환할 수 있다는 게임의 재미를 시각적으로 표현했다.
2. 이런 장르의 게임에 상대적으로 무관심할 수 있는 여성 유저도 게임을 즐길 수 있다는 것을 보여주며, 사우론이라는 악의 캐릭터를 직접 선택하는 모습으로 원작의 다양한 캐릭터를 자유롭게 플레이할 수 있다는 게임성을 전달했다.
3. 서로 다른 캐릭터를 마주 세워 대결하는 구도로, 다른 유저와 함께 전략을 겨루는 게임의 핵심 재미를 한 장면 안에 압축했다.

# 2WIN GAMES 온라인 광고

베팅하는 순간 프로와 아마추어의 차이를 만든다



WATCH VIDEO



정통 소셜카지노 웹보드 게임 플랫폼 2win게임즈의 광고를 제작했다. 프로그래머 시절 '만년 2위'라는 별명으로도 유명한 홍진호를 모델로 기용해, 브랜드명 '2Win'과 그의 이미지를 자연스럽게 연결하는 것이 이 광고의 핵심 아이디어였다.

홍진호가 가진 대중적 밈과 친근한 이미지를 살려, 브랜드가 전달하고자 하는 '이번엔 이긴다'는 메시지를 무겁지 않고 유쾌한 톤으로 풀어냈다.

인지도 있는 인물의 캐릭터성을 브랜드 네이밍과 결합해, 짧은 광고 안에서도 강한 기억점을 남기도록 연출했다.



[1]



[2]



[3]

1. 카드를 연상시키는 분할 화면 안에 홍진호의 다양한 표정과 감정을 배치해, 게임이 주는 긴장과 희열의 순간을 리듬감 있게 전달했다.
2. 직접 카드를 만지고 베팅하는 1인칭 시점으로 연출해, 시청자가 화면 밖에서 지켜보는 것이 아니라 직접 게임 안에 들어와 있는 듯한 몰입감을 만들었다.
3. 실제 모바일 화면을 그대로 보여줘, 웹보드 게임이 아닌 실력과 심리가 작용하는 '마인드 스포츠'로서의 정체성을 직관적으로 전달했다.

# 공공기관



# 중소벤처기업부 공동투자형 기술개발 홍보영상

가치 있는 같이 투자

## 가치있는 같이투자

중소기업기술개발지원사업  
공동투자형 기술개발



중소벤처기업부와 대·중소기업·농어업협력재단이 추진하는 중소기업 기술개발지원사업 '공동투자형 기술개발' 캠페인 영상을 제작했다. 대기업과 중소기업이 함께 투자해 기술을 개발하는 이 사업의 구조를, '가치투자'와 '같이투자'를 결합한 카피로 명확하고 기억하기 쉽게 전달하는 것이 핵심 과제였다.

정부 지원사업이 갖기 쉬운 딱딱한 톤을 지양하고, 도심의 일상적인 풍경 위에 시스템반도체·빅데이터·첨단바이오 등 실제 지원 기술 분야를 그래픽으로 얹어 사업의 스케일을 시각화했다. 대기업의 투자금이 가치있는 투자지원으로, 중소기업의 기술이 가치있는 기술개발로 이어지는 구조를 간결한 그래픽 언어로 정리해, 정책의 의미가 시청자에게 직관적으로 체감되도록 구성했다.

WATCH VIDEO



[1]



[2]



[3]

1. 비틀즈의 상징적인 횡단보도 신을 오마주하면서도, 기술자·연구자·일반 시민이 나란히 함께 걸어가는 구도로 연출해 '같이투자'라는 카피처럼 모두가 함께 만들어가는 상생의 의미를 시각적으로 담았다.
2. 인물과 스마트폰 등 다양한 전자기기 위로 실제 지원 기술 분야 아이콘들을 배치해, 이 사업이 다루는 기술의 스펙트럼이 얼마나 폭넓은지를 한 화면에 압축해서 보여줬다.
3. 작은 반도체나 전자기기 같은 미세 기술을 넘어, 자동차와 같은 큰 산업 영역까지 사업의 지원 범위가 닿아 있다는 것을 실제 도로 위 차량 장면으로 보여줬다.

A chef in a dark kitchen is preparing a bowl of food. The chef is wearing a light-colored shirt and is using chopsticks to place a garnish on a bowl of food. The bowl is on a counter, and there are other ingredients nearby. The word "FOOD" is overlaid in large, bold, yellow letters across the center of the image. The background is dark, with some lights visible, suggesting a restaurant or kitchen setting.

**FOOD**

# CJ제일제당 백설 컵전 온라인 광고

맛있전, 백설 컵전

한 컵으로 비법전수!  
백설 컵전



CJ제일제당 백설 컵전(김치전·감자전·해물파전)의 광고를 제작했다. 전을 부쳐 먹는 번거로움은 이미 누구나 알고 있는 사실이었기에, 그 불편함을 설명하는 대신 물만 부으면 바로 부칠 수 있다는 간편함을 곧바로 보여주는 것이 핵심이었다.

비 오는 날, 야식이 생각나는 밤, 출출한 오후 등 전이 떠오르는 다양한 일상의 순간마다 세 가지 종류의 컵전을 간편하게 즐기는 모습을 담았다. 각 상황에 어울리는 무드로 장면을 구성해, 언제 어디서든 전이 생각나면 컵전 하나로 해결된다는 메시지를 자연스럽게 전달했다.

WATCH VIDEO



[1]



[2]



[3]

1. 맛있전 전이 생각나는 다양한 순간을 간결하게 열었다. 상황 설명 없이도 누구나 공감할 수 있는 무드로 시작했다.
2. 물을 붓는 손동작을 클로즈업으로 반복해 보여줘, 제품의 핵심 편의성인 '물만 부으면 끝'이라는 메시지를 가장 직관적인 이미지로 각인시켰다.
3. 완성된 전의 비주얼을 클로즈업으로 담아 '맛있전'이라는 재미 있는 카피와 함께 배치해, 간편함 뒤에 놓치지 않은 맛의 완성도를 마지막에 확실히 짚어줬다.

# CJ제일제당 고메돈카츠 온라인 광고

카츠맛집 그대로 집에서



WATCH VIDEO



CJ제일제당 '고메 바삭 튀겨낸 돈카츠'(고메카츠)의 광고를 2020년 6월 파주에서 촬영했다. 당시 슬기로운 의사생활 시리즈의 '우주' 역으로 전 국민의 사랑을 받았던 아역배우 김준을 모델로 기용해, 제품이 주는 정서적 신뢰감을 극대화하는 것이 핵심이었다.

'인생 맛집 그대로 집에서, 고메 카츠', '나갈 필요 없이, 튀길 필요 없이'라는 메시지를 통해 전문점 수준의 맛을 집에서도 간편하게 즐길 수 있다는 제품력을 전달했다. 아버지가 아들에게 맛있는 돈가스를 직접 만들어주는 시점으로 이야기를 구성해, 제품의 맛과 편리함을 가족의 정서 안에서 자연스럽게 녹여냈다.



[1]



[2]



[3]

1. 길게 늘어나는 치즈를 클로즈업으로 담아, 풍부한 치즈 함량과 맛있는 비주얼을 동시에 각인시켰다.
2. 튀김 없이도 바삭한 단면과 풍부한 치즈를 함께 보여줘, 에어프라이어 조리 방식의 편리함과 맛의 완성도를 시각적으로 증명했다.
3. 다양한 제품 라인업과 에어프라이어를 한 프레임 안에 함께 담아, 여러 메뉴를 집에서도 손쉽게 조리할 수 있다는 것을 한 장의 이미지로 전달했다.

# CJ제일제당 비비고 칼국수 온라인 광고

만 번 치덴 면, 그냥 넣어-



CJ제일제당 비비고 칼국수의 바이럴 광고를 제작했다. 영화배우 김병욱을 모델로 기용해, 급속냉동 기술로 구현한 쫄깃한 면발과 풍성한 원물 고품이라는 제품의 강점을 코믹한 톤으로 명확하게 전달하는 것이 핵심이었다.

김병욱이 진짜 칼국수 장인처럼 반죽을 치대고 고품을 올리는 모습을 진지하게 연기한 뒤, 냉동식품으로 만든 것을 집까지 요리사가 냉장고 속까지 따라왔다는 것을 은유하며 "그냥 넣어"라며 심플한 조리법을 소개하는 반전 구조로 웃음을 유도했다. 과장된 코미디 안에 제품의 핵심 강점을 자연스럽게 녹여, 재미와 정보 전달을 동시에 잡은 바이럴 콘텐츠로 완성했다.

WATCH VIDEO →



[1]



[2]



[3]

1. 어두운 조명 아래 진지하게 반죽을 치대는 김병욱의 모습으로 시작해, 마치 전통 있는 장인의 작업실처럼 느껴지도록 연출했다. 진지한 톤이 뒤에 나올 반전을 더 극적으로 만든다.
2. 완성된 칼국수의 비주얼을 정갈하게 클로즈업으로 담아, 앞선 장인 정신이 실제 맛과 품질로 이어진다는 인상을 시각적으로 완성했다.
3. 냉동실까지 따라온 요리사 김병욱의 코믹한 얼굴 클로즈업과 함께 "그냥 넣어"라는 카피를 배치해, 장인의 정성이 담긴 제품을 그저 넣기만 하면 완성된다는 반전 메시지를 웃음과 함께 각인시켰다.



**MEDICAL**

# 동아제약 터비뉴겔 온라인 광고

무좀으로 인한 각질, 깎기만 한다고?



WATCH VIDEO →



[1]



[2]



[3]

전체 무좀 환자의 약 40%를 차지하는 각화형 무좀은 각질층이 두꺼워져 각질이 일어나고 갈라지는 증상으로, 단순 각질과 헷갈리기 쉽다. 동아제약 무좀치료제 '터비뉴겔'의 광고는 이 헷갈리는 증상을 소비자가 정확히 인지하게 만드는 것이 핵심 과제였다.

발뒤꿈치의 각질을 깎고, 긁고, 덮는 행위를 잔디를 깎고, 대패질을 하고, 시멘트를 바르는 미니어처 작업으로 귀엽게 시각화했다. 발 위에서 작은 사람들이 각질을 손질하는 장면을 통해, 딱딱하고 갈라진 각화형 무좀의 상태와 관리의 번거로움을 위트 있게 전달하면서도 필름막을 형성해 약물 침투력을 높이는 '필름 포밍 겔' 기술이라는 제품의 차별점을 쉽게 이해시켰다.

1. 예초기로 깎아낸다 잔디를 깎는 예초기가 그대로 발뒤꿈치 위로 옮겨져, 미니어처 사람이 각질을 예초기로 깎아내는 장면으로 제품의 필요성을 부각시킨다.
2. 대패로 긁어내는 나무를 다듬는 전기대패가 실은 발뒤꿈치 각질을 긁어내는 작업이었다는 반전으로 제품의 필요성을 부각시킨다.
3. 시멘트로 덮어버린다 갈라진 바닥을 흙손으로 메우는 미장 작업이 발뒤꿈치를 그냥 덮어놓기만 하나는 의문을 주면서 제품의 필요성을 부각시킨다.

총괄 프로듀서 / 감독

**김인태**

前 벨벳로프필름  
前 존앤룩필름  
前 칼리만자로 PD

現 판타스틱모히토 대표/감독

**주요 작품**

2019 삼성 무풍에어컨  
자랑스런 삼성인 영상  
삼성전자 하우젠 에어컨  
비비고 칼국수 Viral

LG 백색가전 해외용 홍보영상  
LG MusicFlow Bluetooth Speaker  
LG X Series  
LG Puri care 공기청정기 Viral & Global TVC  
LG Ai Product movie

동아제약- 터비뉴겔  
CJ 제일제당 \_ 고메돈카츠 ,백설컵전  
LG Puricare 공기청정기 test film  
Samsung galaxy z fold2 : Official Unboxing  
Samsung galaxy Tab Active3 : Official Unboxing  
LG Puricare 정수기 Global product film  
공동투자형 기술개발 홍보영상

Samsung galaxy S21 basic/plus/ultra : Official Unboxing  
투원게임즈 그랜드 오픈 Viral  
유라이크 사파이어 쿨링 제모의료기기 TVC

그 외 다수

감독

**폴 길**

現 판타스틱모히토 감독

**주요 작품**

Samsung Galaxy A56 5G Unboxing 영상  
LG HVAC AirSolution B2B 기업홍보영상  
Samsung galaxy Book4 Edge Unboxing  
GSK Singrix Symposium 영상  
GSK Boostrix Symposium 영상  
LG Puricare 공기청정기 Viral & Global TVC  
LG Build in Package Brand film  
한국교직원공제회 기획영상 원하는 것을 원하는 대로  
한국교직원공제회 브랜드캠페인 오( )완 챌린지  
GH 경기도주택도시공사 홍보영상  
식약의약품안전처  
한국교직원공제회 상반기 기획영상 신입러 인터뷰  
LG WebOS  
한국교직원공제회 브랜드캠페인 메이크오버  
LX세미콘 브랜드 홍보 영상  
국립의과학센터  
한국교직원공제회 배리어프리 캠페인 보이스케치  
한국장학재단 홍보영상  
LG PuriCare 공기청정기편&제습기편  
Samsung Galaxy A56 5G Unboxing 영상  
LG AeroCatTower USP Film 영상  
LG Build in Kitchen Packages Promotion Film (AI)  
LG Bottom Freezer AI USP 영상  
1Drop 1Pot Duo Launch Film

실장/미디어편집

### 황진성

前 The Post Pandora  
前 정다방  
前 모그 커뮤니케이션즈

現 판타스틱모히토 실장

### 주요 작품

닌텐도 cm  
LG Mobile Product film 2014  
유니클로

2015 현대로템 기업홍보 영상  
LG Hausys 기업 홍보 영상  
LG OLED TV 인터뷰 영상  
LG Music Flow P5  
현대 엔지니어링 PR Film  
리니지M 스페셜무비III편

CJ 제일제당 \_ 고메돈카츠 ,백설컵전  
LG Puricare 공기청정기 test film  
공동투자형 기술개발 홍보영상

투원게임즈 그랜드 오픈 Viral  
유라이크 사파이어 쿨링 제모의료기기 TVC  
Samsung Galaxy A56 5G Unboxing 영상  
LG AeroCatTower USP Film 영상  
LG Build in Kitchen Packages Promotion Film (AI)  
LG F-UB 냉장고 USP 영상

LG USP & Product film / Samsung unboxing  
외 다수

조감독

### 허운서

現 판타스틱모히토 조감독

### 주요 작품

Samsung Galaxy A56 5G Unboxing 영상  
LG AeroCatTower USP Film 영상  
LG Build in Kitchen Packages Promotion Film (AI)  
LG Bottom Freezer AI USP 영상  
1Drop 1Pot Duo Launch Film

**THANK YOU**