

design as a driving force for the future

world best design exchange seoul



2003





미래유산상 / Legacy for the Future Award

합리적이고 긍정적인 인류 삶의 질 제고에 이바지한 디자인 제품
Human Comfort Design Award

이지플렉스 인공항문주머니 | EASYFLEX COLOSTOMY BAG

제조사 : 콜로플라스트 디자인 : 에스킬 홉랜드

Company: Coloplast Design: Eskil Højland

The word “legacy” refers to the achievements passed down from one generation to the next. We build our current and future lives and culture on basis of the legacies of the past.

유산은 '前代의 사람들이 끼쳐 준 업적'을 이르는 말입니다. 우리는 과거의 유산을 바탕으로 우리의 삶과 문화를 만들어왔고, 또 만들어 갈 것입니다.





미래 유산상 / Legacy for the Future Award
환경친화적이며 지속가능한 발전에 이바지한 디자인 제품
Eco-friendly Design Award

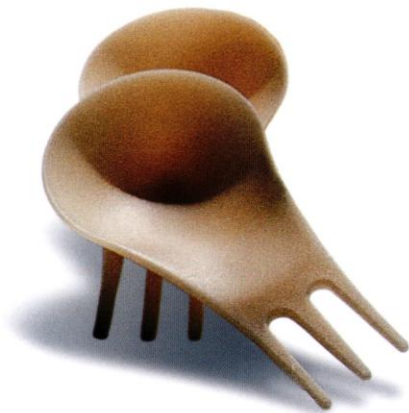
모스카르디노 | MOSCARDINO

제조사 : 판도라디자인 디자인 : 길리오 라체티, 마테오 라니
Company: Pandora Design Design: Giulio Lacchetti, Matteo Ragni



Our legacy for the future consists of the tangible and intangible assets that we will pass on to the next generation. As our current culture is built on the legacy we have inherited, we have a duty to pass down our legacy for future generations. And, we should bestow as much as we have received.

미래의 유산은 우리가 다음 세대에 물려줄, 유형·무형의 자산입니다. 우리가 과거의 유산 위에 문화를 일궈가듯이, 우리에게는 미래를 위한 유산들을 남겨야 할 의무가 있습니다. 우리 세대가 받은 만큼 다음 세대에 주어야 하기 때문입니다.





미래유산상 / Legacy for the Future Award
지역의 다양한 문화적 정체성 발전에 이바지한 디자인 제품
Cultural Identity Design Award

아이보 ERS-300시리즈 라테와 마카론 | AIBO ERS300 SERIES "LATTE & MACARON"
제조사 : 소니 디자인 : 소니엔터테인먼트로봇컴퍼니 소니디지털디자인
Company: SONY Corp. Design: SONY Digital Design, Sony Corporation Entertainment Robot Company

Design is ubiquitous in all aspects of our daily lives; it is in our art, culture, society and economy. Moreover, in this era of globalization, design is an essential factor.

디자인은 인간의 일상, 예술, 문화, 사회, 경제와 같은 삶의 모든 활동 속에 자리잡고 있습니다. 또한 오늘날과 같은 국제화 시대에 디자인의 중요성은 더 이상 강조할 필요도 없을 것입니다.





미래유산상 / Legacy for the Future Award
2003 서울 세계베스트디자인전 관람객 선정 인기상
2003 WBDE Audience Choice Award

핫스프링 | HOT SPRING

제조사 : 비스크 디자인 : 프리스트맨굿

Company: Bisque Ltd. Design: Priestman Goode

Featuring designs from around the world that are having the most meaningful impact on our daily lives today, the World Best Design Exchange 2003 Seoul presents a unique opportunity to take stock of the assets that we have to pass on to future generations. Today's design is a legacy for the future.

오늘날 우리의 삶을 변화, 발전시키는 세계의 디자인을 한자리에 모아 전시하는 (2003 서울 세계베스트디자인전)은 미래 세대를 위해 우리가 반드시 넘겨주어야 할 자산을 확인하는 기회가 될 것입니다. 오늘의 디자인은 미래의 유산입니다.



세 계 베 스톱 디 자 인 전 서 울



2003

World Best Design Exchange 2003 Seoul Exhibition

2003. 12. 4(목) - 12. 8(월) December 4 to 8, 2003

코엑스 3층 대서양홀 COEX, Atlantic Hall

주최 산업자원부 | 주관 한국디자인진흥원

후원 세계산업디자인단체협의회, 한국디자인법인단체총연합회, 전국경제인연합회, 대한상공회의소, 한국무역협회, 중소기업협동조합중앙회 | 공인 세계산업디자인단체협의회

Hosted by Ministry of Commerce, Industry and Energy | Organized by Korea Institute of Design Promotion

Supported by International Council of Societies of Industrial Design (ICSID), Korea Federation of Design Association (KFDA), Federation of Korean Industries (FKI), Korea Chamber of Commerce and Industry (KCCI), Korea International Trade Association (KITA), Korea Federation of Small and Medium Business (KFSB)

Endorsed by **ICSID**

C O N T E N T S

16	인사말 1	Message 1
17	인사말 2	Message 2
18	세계베스트디자인상품관	Award-Winning Design Products
21	• 벨기에: 헨리 반 데 벨데 상	• Belgium: Prijzen Henry van de Velde (VIZO)
33	• 덴마크: 덴마크디자인상	• Denmark: Danish Design Prize: (DDC)
45	• 핀란드: 페니아상	• Finland: Fennia Prize (DFF)
59	• 프랑스: 옵세르뵈르뒤디자인상	• France: Observateur du Design (APCI)
75	• 독일: 레드닷디자인상	• Germany: red dot design award (DZNW)
93	• 이탈리아: 황금콤파스상	• Italy: Compasso d'Oro (ADI)
107	• 일본: 굿디자인상	• Japan: Good Design Award (JIDPO)
123	• 한국: 우수산업디자인(GD)상	• Korea: Korea Good Design Product (MOCIE)
141	• 네덜란드: 네덜란드디자인상	• Netherlands: Dutch Design Awards (DDAF)
157	• 스페인: 내셔널디자인상	• Spain: National Design Prize (BCD)
175	• 영국: 디자인이펙티브니스상	• UK: Design Effectiveness Awards (DBA)
195	• 미국: 산업디자인우수상	• US: Industrial Design Excellence Awards (IDSA)
207	디자인선도기업관	Leading Corporations in Design
218	베스트디자인기업영상관	Best Design Corporations
227	디자인전문회사관	Leading Design Firms
243	신세대디자이너관	New Generation Designers
252	디지털디자인VR체험영상관	Digital Design VR Hall
254	디자인문화유산관	Cultural Heritage Hall
256	전시장도면	Exhibition Hall Layout
258	색인	Index

World Best Design Exchange
2003 Seoul Exhibition:
Design and Best Design

디자인과 베스트디자인

Design and Best Design



디자인은 인류의 거울입니다. • 20세기는 물론 21세기에도 디자인과 인류의 관계는 서로가 서로를 비추는 거울 같은 것입니다. 디자인의 발전은 인류의 발전을 의미하고, 인류문명의 발전은 디자인의 발전을 의미합니다. 인류의 모든 철학이나 사상, 다양한 문화정체성 그리고 경제활동의 역사는 디자인의 역사와 맥을 같이 합니다. • 21세기 인류는 새로운 세계를 위해 자기혁신을 시도합니다. 그리고 인류의 혁신은 디자인의 혁신을 의미합니다. 디자인혁신은 인류, 일상, 언어의 혁신이며 이는 곧 세계와 구조의 혁신을 의미합니다. 디자인의 자기혁신은 '베스트디자인'이라는 새로운 개념을 잉태합니다. • 21세기 베스트디자인은 인류의 일상을 풍요롭게 하며 베스트디자인은 지구촌의 환경을 생각하고 베스트디자인은 문화정체성을 말합니다. 베스트디자인은 제품의 구조나 미학적인 아름다움을 넘어 우리시대와 삶을 표현합니다. • [2003 서울 세계베스트디자인전]은 이러한 디자인패러다임의 변화를 이끄는 세계의 디자이너, 기업, 전문회사 그리고 한국의 베스트디자인을 상상하는 신세대 디자이너의 축제공간입니다. 베스트디자인을 위한 디자이너들의 무한한 상상과 정열, 진지한 교류와 협동, 끊임없는 노력과 실험이 무엇인가를 확인하는 공간입니다. • 20세기가 디자인의 시대였다면 21세기는 베스트디자인의 시대입니다.

Design is a reflection of humankind. • The relationship between design and humankind is like the endless reflection between two mirrors in both the 20th and 21st centuries. The improvement of design signifies the advancement of humankind. The enhancement of civilization also indicates the development of design. Humankind's history of philosophy, thought, cultural identity and economic activity also represents the history of design. • Now in the 21st century, humankind is on the verge of a major innovation. Innovation for humankind signifies innovation in design. And, that in turn signifies an innovation in the daily life and language of humans as well as an innovation for the world and its structure. Through this innovation emerges the new concept of 'Best Design'. • The best design of the 21st century enriches the daily life of humans, it considers global environments, defines cultural identity and expresses our time and lives beyond the structure or aesthetic beauty of products. • 'World Best Design Exchange 2003 Seoul Exhibition' is a festival for the world's leading designers, enterprises, and experts as well as Korea's new design generation, which is pursuing a new design paradigm. It is also an opportunity to reexamine unlimited imaginations and passions of designers with earnest exchanges, cooperation, endless efforts and experiments for the best designs. • If the 20th century was the age of design, the 21st century will be the age of best design.

처음 [2003 서울 세계베스트디자인전]을 준비하면서 우리는 지구촌의 디자인과 디자이너들의 큰 잔치를 구상하였습니다. 이 시대 세계 최고의 혁신 디자인 트렌트를 한 자리에 모아 놓은 이번 전시를 통해 전세계에서 모인 모든 참가자들과 관람객들이 21세기의 새로운 디자인 철학을 만나는 계기가 되었기를 바랍니다. 또한 나눔과 상호 교류의 기회가 되었을 것으로 기대합니다. ● 우리의 비전을 가득 담은 행사의 문이 열리는 순간 우리는 기대 이상의 국민적 관심도와 참여열기에 실로 고무되었고 이에 자극을 받게 되었습니다. 이번 행사에 대한 이 같은 관심은 디자인이 인간이 함께 나누는 강한 언어요, 문화라는 사실을 확인시켜 주었습니다. 이제 디자인은 국가나 기업의 경쟁력, 그 이상의 의미를 갖습니다. 즉 인간이 보호해야 하는 환경 문제에서부터 문화적 정체성에 이르기까지 삶의 모든 요소를 향상시키는 수단이자, 일상을 보다 편리하고 효율적으로, 보다 안락하고 아름답게 만들어가는 중요한 가치가 되었습니다. ● [2000 세계그래픽디자인대회], [2001 세계산업디자인대회]로 대표되는 과거의 디자인 행사에 뒤이어 이번 [2003 서울 세계베스트디자인전]의 성공적인 개최를 통해 우리는 디자인이야말로 이 시대 최대의 성장산업임을 재차 확인할 수 있었습니다. 이 대규모 행사를 조직하는 데에 힘을 기울여주신 관계자 여러분, 그리고 기꺼이 노력과 협력을 아끼지 않으신 전 세계 모든 참가자 여러분께 감사의 인사를 드립니다. 아울러 이 행사를 원만히 마칠 수 있도록 이끌어주신 국민 여러분께도 감사를 드립니다.

산업자원부 장관 이 회 범

한국디자인진흥원 원장 김 철 호

As we embarked on our preparations to organize the [World Best Design Exchange 2003 Seoul Exhibition], we envisioned a grand festival for design and designers in the global village. We hoped the exhibition would give participants and viewers from around the world a chance to encounter the new design philosophy of the 21st century by showcasing the best and most innovative design trends of the moment all in one venue. We hoped it would be a chance to share and be inspired. ● As the event unfolded according to our vision, we were pleased that our goals were met, beyond our expectations. We were indeed uplifted and inspired by the overwhelming public response to the exhibition. This great interest in our event reconfirmed our belief that design is a strongly compelling language and culture that humans can share. Beyond its importance in enhancing the competitiveness of a nation or company, design is a means of improving every element of our lives, from the environment we need to protect and the cultural identities we wish to express, to making our daily lives more convenient, more efficient, more comfortable or simply more beautiful. ● As with our past events, [icograda millennium congress, oullim 2000 seoul], [ICSID 2001 SEOUL] and the [World Design Forum 2002], we were able to reconfirm through the success of the [World Best Design Exchange 2003 Seoul Exhibition] that design is an essential growth industry. We wish to thank all those who worked so hard to organize this spectacular event, all those participants from around the world who so generously contributed their energies and cooperation, and of course the public for enabling us to successfully conclude this event.

LEE Hee-Beom

Minister of Commerce, Industry and Energy

KIM Chul-Ho

President and CEO, Korea Institute of Design Promotion

디자인은 우리 삶 전체와 연관된 창조활동입니다. 디자인은 일상의 모든 구조적·기능적이고, 표현적인 관계를 발견하는 데 있어 중요한 동인으로 작용하고 있습니다.

● 21세기에 들어서면서 우리는 디자인의 가치와 중요성에 대해 새롭게 주목하고 있습니다. 이제 디자인은 제품 생산을 위한 디자인이라는 협소한 의미를 넘어 전 세계 문화, 경제, 기술교류의 핵심 요소가 되고, 현실의 비전을 제시하며 삶을 풍요롭게 하는 기본 틀을 형성합니다. 이와 같은 추세에 발맞추어 각 국가의 문화적 다양성을 존중하면서 나아가 전 지구적 환경보호, 인류 공동체의 이익추구 등 더 나은 세계를 향해 가야하는 디자인윤리의 요구 또한 강하게 제기되고 있습니다.

● 이것은 지난해 12월에 열린 [2003 서울 세계베스트디자인전]에서 표방한 디자인에 대한 한층 확장된 시각에 상응하는 것입니다. 세계 최초로 전 세계의 베스트 디자인 제품을 한 공간에 모은 이번 전시는 최신 국제 디자인 트렌드를 엿볼 수 있는 매우 보기 드문 기획였습니다. 전시를 관람한 대중의 반응 또한 뜨거웠으며, 오늘날 점점 더 부각되는 디자인의 중요성을 가시화 하는 계기가 되었습니다. 이번 (2003 서울 세계베스트디자인전)의 성공적인 개최를 위해 노력하신 모든 분들께 축하를 전하며, 디자인의 축제에 동참하신 모든 분들께 감사의 인사를 드립니다.

Design is a creative activity that is relevant to every aspect of our lives, and it serves as an important medium for discovering the structural, functional and expressive relations among the various elements in our daily lives. ● With the start of the 21st century, we have begun to gain new perspectives on the value and meaning of design. Going beyond the narrow definition of design as merely an activity applied in the manufacturing of products, design is now viewed as an intrinsic aspect of the cultural, economic and technological exchanges that transpire around the world. Moreover, design proposes a certain vision of reality and sets a basic framework for enriching our lives. Reflecting such new perspectives, there is a growing call for a design ethics that pursues the betterment of the world by addressing the need to protect the environment and serve the interests of the worldwide human community. ● It is against the backdrop of this broader view of design that the [World Best Design Exchange 2003 Seoul Exhibition] opened last December. Gathering together the best design products in the world all in one venue for the first time, this event provided a unique opportunity to glimpse the latest design trends from all over the world. The public response to the exhibition was overwhelming, and a palpable indication of the growing relevance of design in today's world. I would like to offer my congratulations to all those who contributed to making the [World Best Exchange 2003 Seoul Exhibition] a successful event, and thank everyone who joined us for this festive celebration of design.

세계산업디자인단체협의회 회장 루이지 페라라

Luigi FERRARA

OAA, MRAIC, Hon. ACID O

President, International Council of Societies of Industrial Design

Award-Winning

Design

Products: from Good

Design to Best

Design



세 계 베 스톱 디 자 인 상 품 관

Award-Winning Design Products



굿 디 자 인 에 서 베 스톱 디 자 인 으 로

대량생산과 대량소비는 1800년 이전 이미 시작되었지만 본격화되기 시작한 것은 19세기에 이르러서입니다. 디자인이라는 현대적인 개념은 이때 구체화되기 시작했습니다. 대량생산, 마케팅, 소비라는 현대적 의미의 산업경제와 경영의 핵심에는 디자인이라는 새로운 개념이 그 중심에 있었습니다. 디자인은 곧 현대적 삶을 의미하게 되었습니다. • 인류의 현대적 삶을 구현하기 위해 디자인에 대한 의존도가 높아지기 시작했습니다. 많은 국가들이 산업의 부흥을 위해 그리고 디자인의 발전을 위해 디자인의 중요성을 홍보하고 교육할 필요를 느꼈습니다. 그리고 20세기 중반에 이르기까지 수많은 단체와 기관들이 이러한 특수한 목적을 수행하기 위해 조직되었습니다. • 한국, 영국, 스웨덴, 일본과 같은 경우에는 정부 주도하에 디자인 진흥을 위해 노력했으며, 덴마크, 프랑스 등의 경우는 독립적인 단체가 탄생했습니다. 이러한 기관과 단체들은 자국의 국민과 제조업체들에게 디자인 의식이 삶의 질을 얼마나 향상시키고 이익이 되는지를 알리기 위해, 새롭게 형성된 디자인전문직의 이해관계를 보호하기 위해, 그리고 자국의 상품을 세계시장에 알리기 위해 노력했습니다. • 산업을 위한 그리고 국민을 계몽하기 위한 기관과 단체들은 여러가지 디자인 상품들 중에서 '굿디자인'을 선정하여 상을 주는 제도를 고안했습니다. 그러나 굿디자인을 규정하고 선정하는 것은 쉬운 일이 아니었습니다. • 물론 디자인의 목적과 적합성 그리고 재료에의 충실이라는 미술공예의 원칙이 굿디자인을 규정하고 선정하는 기준이 될 수 있었습니다. 그러나 영국과 미국에서는 산업적인 측면 즉 대량생산된 실용적인 상품을 굿디자인으로 선정하였고, 스웨덴, 핀란드, 덴마크 등은 '장식미술' 혹은 '미술공예'의 차원에서 굿디자인을 선정하였습니다. • 그러나 21세기 베스트디자인은 단지 경제적인 성공을 보장하는 하나의 수단이거나 생활을 장식하는 목적이 아닙니다. 이제 베스트디자인은 인류의 새로운 비전을 제시하고 구조를 혁신하는 분명한 방법론입니다. 다시 말해 디자인은 사회를 이끌어가는 하나의 기준이자 동력입니다. 다양한 유형의 기업과 개인이 디자인을 활용하고, 그 비전을 사회에 제시하며, 창조적이고 추진력 있는 사회를 창조하는 것이 베스트디자인입니다.

From Good Design to Best Design

Mass production and mass consumption started before the 1800s but buckled in the 19th century. The modern concept of design took concrete shape at that time. Design, a new concept, took its place in the center of modern industrial economics and administration: mass production, marketing, and consumption. Design became an indication of modern life. • To achieve the modern lifestyle of humankind, reliance on design became stronger. Many countries promoted the significance of design and realized the importance of education for industrial reconstruction and design development. Many organizations and institutions were established for with these specific objectives. • Korea, the UK, Sweden and Japan strove to promote design under government-led institutions and Denmark and France launched independent groups. In order to increase awareness among the public and manufacturers that design could enrich the quality of life, these institutions and groups worked to protect and advance the interests of the newly formed design profession and to promote their countries' products through design. • Hoping to enlighten the businesses and the public, both organizations and groups established award systems to select 'good design' products. However, selecting good designs and setting standards was not an easy task. • Of course, there were the standards of purpose and appropriateness of a design, the richness of materials--principles of art and craft. However, both the UK and US tended to focus on mass-produced practical products as good design, while Sweden, Finland and Denmark tended to view good design from the perspective of 'decorative arts' or 'craft.' • On other hand, best design in the 21st century is not merely a means of ensuring economic success or embellishing life. Best design is now a clear methodology that proposes a new vision and structure for humankind. In other words, design is a standard and energy that leads society. Having various types of enterprises and individuals using design and proposing their visions to create a vibrant society is what best design should be about.

from Good
Design to
Best Design

BELGIUM



Prijzen Henry van de Velde



Prijzen Henry van de Velde

1994년에 제정된 헨리 반 데 벨데 상(Prijzen Henry van de Velde)은 플랑드르지방의 기업활동을 지원하는 기관인 VIZO (Vlaams Instituut voor het Zelfstandig Ondernemen)의 디자인부에서 주관하고 있습니다. 벨기에의 건축가와 디자이너를 대상으로, 커리어어워드, 영 탤런트어워드, 베스트프러덕터어워드, 어워드오브퍼블릭, 베스트컴퍼니어워드의 다섯 부문에 걸쳐 매년 시상됩니다.

- 커리어어워드는 30년 이상의 경력자를 대상으로 자기 전문분야에서 국제적인 명성을 얻고 현재까지 왕성한 활동을 하고 있는, 특히 그 방법이 혁신적인 디자이너를 후보로 선정합니다. 영 탤런트 어워드 부문은 졸업한지 5년에서 10년 이내의 아직은 경력이 짧은 디자이너 중에서 그간의 활동이 일관되고 혁신적인 디자이너를 대상으로 합니다.
- 베스트프러덕터어워드는 수상 후보에 오른 모든 회사들을 대상으로 예술사진이나 그래픽아트를 제외한 최근작을 제출하게 하여 그 중에서 수상작을 선정하고 있습니다. 베스트 컴퍼니 어워드는 기능과 제조상 새롭고, 질적으로 우수하고, 실용적인 방법을 적용한 회사에 수여됩니다.

- The Henry van de Velde Prize, established in 1994, is presented annually by the design department of Vlaams Instituut voor het Zelfstandig Ondernemen (VIZO), an institute devoted to stimulating Flemish entrepreneurship. The prize, which is named in honor of esteemed Belgian architect and designer, comes with a cash prize, a trophy and a certificate.

- The prize is presented in the following five categories: Career, for designers whose careers span at least 30 years and who are still active in the field; Young Talent, for young designers under 35 showing international potential, who have built up a strong personal body of work over the last 5 to 10 years; Company, which is granted to a Flemish company that uses design in an exemplary way; Best Product, given to the best product produced over the last year; and, Award of the Public, in which the public votes for their favorite among all the nominated products.



Vlaams Instituut voor het Zelfstandig Ondernemen

VIZO (Vlaams Instituut voor het Zelfstandig Ondernemen)는 사업의 기본이 되는 구체적이고 전문적인 지식을 제공하는 교육 센터입니다. 현재 플랑드르 지역(벨기에 서부, 프랑스 북부, 네덜란드 남서부)에 22개 센터가 운영되고 있으며, 고객 중심의 교육과 훈련을 실천하고 있습니다. VIZO의 전 교사들은 풍부한 현장경험과 실무경험을 가지고 있으며, 정기적인 트레이닝을 거쳐 늘 최신의 지식과 경험을 전수하고 있습니다.

- VIZO의 교육프로그램은 사업을 시작하고 싶어하는 초보자나 자영업자들이 기업훈련을 통해 전문지식을 습득하는 동시에 자영업의 시작, 운영, 확장 방안을 배우고 설립자격을 획득할 수 있도록 하는 것을 목표로 합니다.
- VIZO의 교육프로그램은 대상에 따라 전문화되고 세분화되어 있어서 필요에 따라 견습과정을 거칠 수도 있고, 자영업자나 경영자들을 대상으로 하는 경영 전문지식과 실무지식에 중점을 둔 여러 부수적인 프로그램을 마련해놓고 있습니다.
- 트레이닝 컨설턴트가 고객의 필요와 상황에 꼭 맞는 프로그램을 만드는 맞춤형 프로그램도 운영하고 있습니다.

Vlaams Instituut voor het Zelfstandig Ondernemen (VIZO) is an educational center, which offers practical knowledge through apprentice training for Flemish companies and individuals. VIZO has 22 local centers in Flanders. All VIZO teachers can rely on real life experience. This means that their practical knowledge is always up-to-date. Moreover, the teachers regularly get additional training themselves so that good quality is guaranteed.

- VIZO aims to help clients to learn professional knowledge and at the same time to learn how to start, run and increase one's own business, and moreover to get a certificate of establishment. For more practical experience, VIZO offers the opportunity of an apprenticeship agreement.
- VIZO organizes many additional courses focused on practical knowledge as well as management know-how. A training consultant works out a program which is completely adapted to a client's own needs and situation.

헨리 반 데 벨데 상의 제정년도

1994년

제정 이후 총 개최 횟수

10회

주요목적

플랑드르 지역의 디자인과 디자이너들의 활동을 진흥하고자 제정되었다. 이 상이 제정되기 전까지는 플랑드르를 비롯한 벨기에 지역의 디자이너들을 치하하는 상이 전무했기 때문이기도 하다. 이를 주관하고 있는 VIZO의 디자인 부서는 개별 디자이너들의 활동을 치하하는 것이야말로 디자이너들에게 개성과 정체성을 부여하는 길이라고 믿고 있다. (각주: 플랑드르 지역은 벨기에 지방으로서 엄밀히 말하자면 벨기에에서 네덜란드어를 사용하는 지역을 일컫는다.)

조직과 부문

헨리 반 데 벨데 상은 다음과 같이 5부문으로 나뉘어 수여된다.

- 1) 커리어 부문: 30년 이상의 경력을 가지고 있되 현장에서 활동하고 있는 디자이너에게 수여되는 상
- 2) 영테런트 부문: 최근 5년에서 10년 사이에 자신만의 개성을 확실하게 형성해오고 있는 국제적인 잠재력을 지닌 젊은 디자이너로서 35세 이하인 디자이너에게 수여되는 상
- 3) 베스트컴퍼니 부문: 모범적 사례가 될 만한 방식으로 디자인을 이용한 회사로서 활동 기반이 플랑드르 지역에 국한된 기업에 수여되는 상
- 4) 베스트 제품 부문: 전년에 생산된 제품 중 최고의 제품에 수여되는 상
- 5) 인기상: 베스트 제품 부문의 후보로 오른 모든 제품 중 일반인들이 선정한 제품에 수여되는 상

커리어 부문과 영테런트 부문, 그리고 베스트컴퍼니 부문의 수상자는 각각 하나이다. 베스트 제품 부문의 수상자도 하나이지만 베스트 제품 부문에 오른 그 밖의 후보작 중 일부는 베스트 제품 컬렉션에 수록된다. 물론 이렇게 수록된 제품에는 상이 수여되지 않지만 일부 제품은 전시가 된다. 바로 이렇게 전시되는 제품 가운데 일반인들이 뽑는 인기상 수상자가 선정되는 것이다. 인기상 수상자도 물론 한 명이다.

출품 마감 시한과 시상식 개최

출품 마감 시한은 다소 변동이 있지만 시상식은 해마다 개최된다. VIZO(대략 450명의 플랑드르 지역 디자이너들)가 초대된 예술가들만이 참여할 수 있다. 시상식과 전시는 해마다 가을에 열리는 것이 관례이다.

심사위원

심사위원단은 헨리 반 데 벨데 상 조직위원회의 분과인 디자인 위원회에 소속된 14명의 회원들로 구성되어 있다. 진행 절차는 우선 서류로 작성한 질의서가 디자인 분야에서 활동하는 8명의 전문가들에게 발송되는 것을 시작으로 한다. 베스트 제품 선정에는 국제적인 디자이너(2002년에는 기스 백커(Gijs Bakker)가, 2003년에는 마르셀 밴더스(Marcel Wanders)가 참여했다)와 두 세 명의 디자인 전문가들이 심사위원단에 함께하여 상의 권위를 더욱 빛내준다.

디자인 위원회 및 심사위원단은 3년 주기로 회원을 교체한다. 이들은 헨리 반 데 벨데 상이 조성한 기금에 책임을 가지고 운영한다. 디자인 위원회 및 심사위원단의 회원 구성은 매우 다양한데, 디자이너는 물론 장인이나 디자인계에서 활동하는 저널리스트와 교수로 구성된다. 디자인 위원회 및 심사위원단의 명단은 베스트 제품상 관련 조항에 근거하여 일괄 공개된다. 이들의 명단은 헨리 반 데 벨데 상 카탈로그에 수록된다.

심사 기준과 과정

심사에는 2일 이상 소요된다. 심사 첫 날에 각 후보자들에게 대한 서류를 바탕으로 커리어 부문과 영테런트 부문, 그리고 베스트컴퍼니 부문의 수상자들이 선정된다. 둘째 날에는 베스트 제품 부문 선정을 위해 모든 응모 제품들이 전시관에 설치되는 데, 별도의 캡션없이 익명으로 붙여진다. 심사위원단은 독창성, 기능성, 미, 소재 등의 여러 사항을 고려하여 작품을 심사한다. 이 때 선별되는 제품의 수에는 제한이 없으며 심사위원들이 선정한 제품이 50점이 넘어도 원칙적으로는 상관없다. (물론 그렇게 많은 제품을 전시하기에는 전시관이 너무 협소하지만) 이렇게 1차 심사 과정이 끝나면 각 제품에 점수를 매기는 2차 심사로 이어진다. 우선 가장 많은 점수를 얻은 제품 세 점을 뽑는데 이 세 점이 바로 영예의 대상작과 대상 후보작이 된다. 이 세 점 중에서 심사위원들은 베스트 제품상을 받는 최고의 제품을 찾아 대상작을 선정하되 만장일치로 결정한다. 그래서 이 분야에서는 투표와 채점의 두 과정을 거친다. 그러나 커리어 부문과 영테런트 부문, 그리

고 베스트컴퍼니 부문의 수상자는 투표로 결정된다. 인기상 부문은 한 사람당 1표씩 일반인들이 투표를 하는데 이러한 모든 투표는 법률 전문가의 감독 하에 개표하도록 되어 있다.

응모

베스트 제품 부문에 제출되는 응모 제품의 수는 약 50점에서 90점에 이른다. 다른 부문의 경우 후보자들은 관련 서류를 보내달라는 초대장을 주최측으로부터 받도록 되어 있다. VIZO 디자인 부서가 엄선한 여러 기업과 디자이너들에게 이러한 초대장을 보내는 것이다. 심사위원단은 이 서류들을 심사한다. 외국 응모자는 후보로 받지 않는다.

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

수상자들에게는 네다 엘-아스마르(Nedda El-Asmar)가 디자인한 트로피와 브로디 노인슈벤더(Brody Neuenschwander)가 디자인한 상장, 그리고 2,500유로의 상금이 수여된다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

VIZO 갤러리에서 전시회를 열어 카탈로그를 제작하여 무료로 배포한다. 그리고 서유럽의 수준급의 잡지나 신문에 실리도록 홍보한다.

What year was the award established?

The Henry van de Velde Prize was established in 1994.

Since then, how many times has the award been held?

This year (2003) was the 10th anniversary.

What is the main purpose of the awards?

The awards were inaugurated to promote Flemish design and designers, since there was no award at all in Flanders (or in Belgium, for that matter) honoring the work of designers. The VIZO Design Department believes in honoring individual designers, to give him/her a face and identity.

Note: Flanders is a part of Belgium, more specifically the Dutch-speaking part of Belgium.

Award Structure and Categories

There are five categories: Career (awarded to a designer with a career of 30 years or more and who is still active in the field), Young Talent (awarded to a young designer (under 35) with international potential, who has formed a strong personal body of work over the last five to ten years), Company (awarded to a Flemish company that uses design in an exemplary way), Best Product (awarded to the best product produced over the last year) and Award of the Public (awarded to a product chosen by the public from among all the products nominated in the Best Product category).

In the categories of Career, Young Talent and Company, there is only one winner. The category of Best Product has one winner (the laureate). However, some of the other entrants in this award become part of a selection of best products. These selected products do not win an award, but are part of an exhibition. It is out of this selection that the public chooses the winner of the Award of the Public, and that category also has only one winner.

When is the deadline for submissions and when is the award ceremony held?

The deadline varies a bit, but the awards are held yearly. Artists must be invited to participate by VIZO (approximately 450 Flemish designers). The ceremony and exhibition is usually held in the fall of each year.

Jury

The jury is a group of 14 members of the Commission for Design, which is part of our institution. A written questionnaire is sent to 8 other people who are active in the design field. For Best Product, the jury is enriched with an international designer (last year Gijs Bakker, this year Marcel Wanders) and 2 or 3 other design specialists.

The commission for design/jury changes every three years. They are responsible for the subventions given by our institution. The commission is quite diverse, consisting of designers, crafts people, journalists, and teachers active in the field of design. The names of the jury members are disclosed in the rules for Best Product. They are also mentioned in our catalogue.

Judging Standards and Process

The judging takes places over two days. On one day, the Career, Young Talent and Company winners are decided based on dossiers of the candidates. On the other day, all the participating objects for Best Product are placed in the Gallery and are made anonymous. The jury makes its selection based on the considerations of originality, functionality, esthetics, and materials. There is no limit to the number of products that may be selected. If the jury selects 50 products, then that is fine by us (although our Gallery may be too small to hold so many products). After this initial selection process, there is a second round of judging in which each object is given points. The three objects that get the most points are the laureate and two nominees. Out of these three, the jury must then decide unanimously which object they find best to receive the Best Product Award. Thus for this category, the judging process involves a combination of both voting and points. But, for the categories of Career, Young Talent and Company, the jury votes to decide the winners. For the Award of the Public, the public votes (1 per person), and these votes are counted under the supervision of a legal advisor.

Entries

For Best Products, somewhere between 50 and 90 entries are submitted. For the other categories, candidates are invited to send in a dossier. These invitations are sent to a number of companies and designers selected by the VIZO Design Department. The jury makes its choices from among these dossiers. No foreign entries are accepted.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

Each award consists of a trophy (designed by Nedda El-Asmar), a printed certificate (designed by Brody Neuenschwander) and 2.500 euro.

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

An exhibition is held in the VIZO gallery and a free catalogue is printed. A press release is sent to the West European press. This generates a lot of fine articles in good magazines and newspapers.



스트라다, 녹콘우드 앤 이구아나 | STRADA, KNOCKONWOOD AND IGUANA

1954년생인 이보 니스텐은 1977년에 제품디자인과를 졸업하였으며 1993년, 제품개발, 패키지, 그래픽디자인, 전시스탠드와 토털프로젝트를 전문으로 하는 니보디자인사를 설립하였습니다. 니보디자인은 난방기 같은 내구성 있는 제품을 주로 개발해왔습니다. 이 같은 제품의 디자인은 기술적으로나 미적으로나 견고함을 지녀야 합니다. 이보 니스텐은 소박하고 재미있는 형태를 추구합니다. 니보디자인은 자가(Jaga)사의 제품 개발을 맡아 개발 초기 아이디어에서부터 시장 출시에 이르는 컨설팅 서비스를 제공합니다.

Ivo Nijsten (born 1954) graduated as a Product designer in 1977. He founded Nivo Design in 1993 which focuses mainly on product development, packaging, graphic design, exhibition stands and total projects. To date, Nivo design has primarily developed durable products such as radiators, and these designs have to withstand wear and tear from a technical as well as an aesthetic point of view. Ivo Nijsten seeks to obtain sober and exciting shapes. Nivo design does product development for Jaga company and this includes the initial ideas for products right up to market introduction.

2003년 헨리반데벨데상수상 / 디자인회사 부문

제조사 : 자가 디자인 : 이보 니스텐

Henry van de Velde Prize 2003 Winner / Category: Design Company

Company: Jaga Design: Ivo Nijsten

싸이브 | CYBE

피터 바누테겜의 디자인은 기술적, 실험적인 관심과 인테리어디자인에 바탕을 두고 있습니다. 체험은 그의 창조 과정에서 세 번째 요소로 제작과정에 도움을 줄 뿐만 아니라 유기적 통일체를 창조합니다. 이 조명기기에 한번도 사용된 적이 없는 반투명의 반사적이고 유연한 고품질, 최첨단 플라스틱으로 디자인되었습니다. 재료는 형태를 결정합니다.

Peter Vanooteghem bases his designs on technical, experimental interest and the training he was given as an interior designer. The third aspect in his creative process is experience, which helps him through production and allows him to create unity. These lighting designs are based on a high-quality, technological plastic which is translucent, reflective and pliable, but has never been used in a lighting fixture before. The material determines the form.

2003년 헨리반데벨데대상선정 / 베스트제품 부문

제조사 : 다크 디자인 : 피터 바누테겜

Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product

Company: Dark Design: Peter Vanooteghem



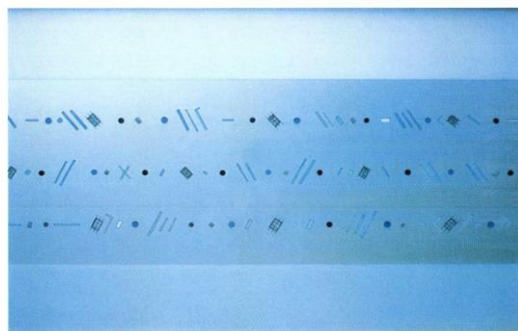
소프트하이트메모리 | A SOFT WHITE MEMORY

건물마감용 평판유리로, 공업용 이중유리, 입으로 불어서 제작한 유리, 금속테이프, 이녹스래스터 등으로 구성되었습니다. 표면을 깨끗하게 마무리 손질하기 위해 모래를 압축공기로 뿜어내는 공법인 샌드블라스트로 처리되었습니다. 가로 110cm, 세로 60cm, 두께 2.8cm의 이중유리입니다.

Flat glass art for architectural integration, industrial double glass, mouth-blown glass, metal tape, inoxraster; stuck together, sandblasted, double glass 60, 110, 2.8 cm.

2002년 헨리반데벨데대상선정 / 베스트제품 부문 | 디자인 : 루트 데 보겔라에

Henry van de Velde Prize 2002 Selection / Category: Best Product | Design: Lut De Vogelaere



인조 | INZO

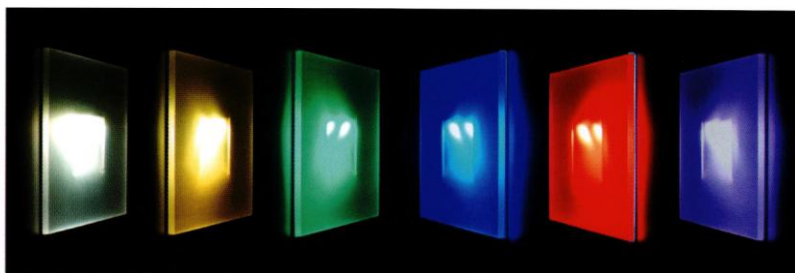
뤼크 르마외는 1991년 니오스를 설립하기 이전 10년 동안 오토바이디자인이너로 활동하였습니다. 니오스는 알맞은 가격대의 기능성과 품질을 겸비한 조명기기를 만드는 기업입니다. 주로 수명이 길고 재활용이 용이한 재료를 선택하며, 모든 구성요소들은 쉽게 분리되고 교체도 가능합니다. Luc Lemahieu worked as an industrial designer for ten years in the automobile industry before setting up Nios in 1991. Nios stands for functional and qualitative design lighting that is affordable. The preference is for materials with a long lifespan and which can be easily recycled. All components can be dismantled and replaced.

2003년 헨리반데벨데대상선정 / 베스트제품 부문

제조사 : 니오스 디자인 : 뤼크 르마외

Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product

Company: Nios Design: Luc Lemahieu



버굴 | VIRGULE

네다 엘-아스마(1968년생)는 앤트워프아카데미와 런던왕립미술학교를 졸업한 후, 은식기에 관심을 갖기 시작했습니다. 강한 신념을 갖고 있는 네다의 작업은 지금까지 매우 좋은 평가를 받고 있습니다. 네다는 에르메스에서 훈련받으면서 산업디자인 경력을 쌓기 시작하였는데, 그녀가 디자인 한 은식기 대부분은 전문회사 파시스, 뫼포켓, 독일회사 로베 앤 베르킹에서 제작됩니다. 그녀는 또한 벨기에 회사 데 스테의 트롤리(식기대)를 디자인하기도 했습니다.

Nedda El-Asmar (born 1968) turned to table silver after her studies at the Antwerp Academy and London Royal College of Art. She is full of conviction and it has a lot of impact on her work. For Nedda a training period with Hermes meant the start of a design career in industry. Many of her designs are taken into production by Pasis silver company, Puiforcat, and the German company, Robbe & Berking. She designed a trolley service for the Belgian company, De ster.

2003년 헨리반데벨데대상선정 / 베스트제품 부문 | 제조사 : 뫼포켓 디자인 : 네다 엘-아스마

Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product | Company: Puiforcat Design: Nedda El Asmar



더블페이스 | DOUBLEFACE

앙드레 베로켄의 디자인은 고인이 된 화가 마르셀 앙리 베르드랭을 통해 알게 된 구성주의 기하학과 건축에 뿌리를 두고 있습니다. 사업가나 지식인들처럼 두뇌활동이 많은 사람들에게 평화로움을 주는 예술로서, 복잡하거나 억눌린 부분이 없는 순수하고 깨끗하며 균형 잡힌 형태를 추구합니다. 모든 탁자는 최소 세 개의 기본구조로 결합, 연결되면서 사각형이나 오각형으로 구성됩니다.

This style is rooted in geometry and architecture, in the constructivism that he got to know through the deceased painter Marcel Henri Verdren. He dreams of the balanced, pure and clear, devoid of all confusing and depressing features; art that has a soothing, peaceful effect on everyone working with his head- businessmen or intellectuals. All tables are composed of the combination of at least three base modules which are connected to each other and which can be square or orthogonal.

2002년 헨리반데벨데대상수상 / 커리어 부문 | 제조사 : BVBA 게스끼에르 - 베로켄 디자인 : 앙드레 베로켄

Henry van de Velde Prize 2002 Winner / Category: Career | Company: BVBA Gesquiere - Verroken Design: Andre Verroken



이지라이더 | EASY RIDER

대니 벤렛은 브뤼셀 세인트루카스에서 디자인을 전공한 후 시드니 아르데코빌데킨호텔 바의 인테리어디자인을 하였습니다. 이어 호텔, 식당, 상점 등 다수의 인테리어디자인과 가구디자인을 하였습니다. 대니의 디자인으로는 물결곡선과 유기적인 형태를 특징으로 하는 벌데킨의자와 Q-스툴이 유명합니다. 그의 디자인은 재미있고 기술적으로 뛰어나면서 동시에 기능성을 갖추고 있습니다. 또한 앤트워프의 남성용마사지룸 맨치의 인테리어디자인도 주목할만 합니다.

Danny Venlet (1958-) studied at Saint-Lucas (Brussels) and then he was commissioned to create the interior of the bar of the art deco Burdekin Hotel in Sydney. Many assignments were to follow for hotels, restaurants and stores, and in each case he also designed the furniture. His Burdekin chair and Q-stool are renowned. His furniture is mainly characterized by wavy lines and organic shapes. The designs are funny, technically superior and also functional. It should also be noted that he designed the interior of the men's massage parlour Man_chi in Antwerp.

2003년 헨리반데벨데대상수상 / 베스트제품 부문 | 제조사 : 불로 디자인 : 대니 벤렛

Henry van de Velde Prize 2003 Winner / Category: Best Product | Company: Bullo Design: Danny Venlet

새로운 관

EEN NIEUWE GENERATIE VAN DOODSKISTEN

관은 인간의 감정과 깊숙이 연관된 가구입니다. 다층적 의미를 지닌 관은 삶의 순환, 즉 완결을 향한 삶의 선화단계를 상징합니다. 터널형태의 관은 시작도 끝도 없는 삶의 이미지이자 세월의 순환고리를 나타냅니다. 회미한 회색은 침묵을, 따뜻한 회색은 온기 혹은 암흑을 상징합니다. 전면의 블루노트와 패널은 미래를 상징합니다.

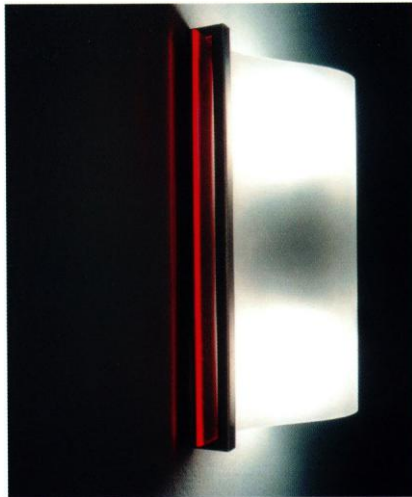
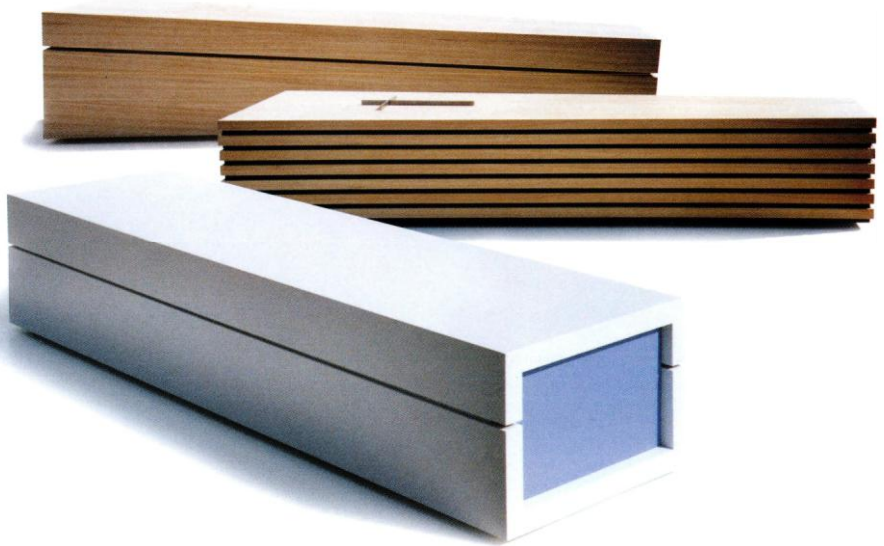
A dead coffin is a very emotionally charged piece of furniture. The multi-layered coffin symbolizes the circle of life, the stacking of phases of life into one unity. The tunnel-shaped coffin images life without start or end, the fitting in the chain of generations. The misty grey symbolizes silence, the warm grey symbolizes warmth or darkness. The blue note on the front and panel represents the future.

2003년 헨리반데벨데상 선정 / 베스트제품 부문

제조사 : W. Kwadraat 디자인 : Wim Segers

Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product

Company: W. Kwadraat Design: Wim Segers



플라이브 | FLYBE

피터 바누테겐의 디자인은 기술적, 실험적인 관심과 인테리어디자인에 바탕을 두고 있습니다. 체험은 그의 창조 과정에서 세 번째 요소로 제작과정에 도움을 줄 뿐만 아니라 유기적 통일체를 창조합니다. 플라이브는 조명기기에 한번도 사용된 적이 없는 반투명의 반사적이고 유연한 고품질, 최첨단 플라스틱으로 디자인되었습니다. 재료는 형태를 결정합니다.

Peter Vanooteghem bases his designs on technical, experimental interest and the training he was given as an interior designer. The third aspect in his creative process is experience, which helps him through production and allows him to create unity. The Flybe design is based on a high-quality, technological plastic which is translucent, reflective and pliable, but has never been used in a lighting fixture before. The material determines the form.

2003년 헨리반데벨데상 선정 / 베스트제품 부문 | 제조사 : 다크 디자인 : 피터 바누테겐

Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product | Company: Dark Design: Peter Vanooteghem

아이엠로우 | I.M.LOW

1958년생 이디르 메시바는 전통공예품을 현대적인 형태로 만드는 세공작가로 알려져 있습니다. 대장장이로 출발한 메시바는 뉴욕에서 앨버트 팰리와 작업하면서 실용미술 작가로 변모하였습니다. 목재나 다른 재료를 결합한 단단한 세공가구에서 좀 더 정제된 〈Fer37〉, 〈Fe37〉, 〈F37〉 시리즈로 전환하였습니다. 조각가의 관점을 가지고 선적인 조각 작품에 보조조명을 쓴 〈화이트라이트〉를 창조하게 됩니다. 아이엠컬렉션은 이디르 메시바가 지휘하고 듀렛사가 제작한 새로운 의자시리즈입니다.

Idir Mecibah (born 1958) has been known as one of the only smiths to give form to a traditional crafts in a contemporary way. He started from his occupation as a blacksmith, but through artistic training and work periods, e.g. with Albert Paley in New York, he came to applied arts. He moved from solid wrought furniture, in combination with wood or otherwise, to a more purified form in the Fer 37, Fe 37 and F37 collections. From his vision as a sculptor came "White Light" : a linear sculptural work, and only secondarily a lighting unit. The I.M. collection is new, a series of seats produced by Durlat but distributed under his own management.

2002년 헨리반데벨데상 선정 / 베스트제품 부문 | 디자인 : 이디르 메시바

Henry van de Velde Prize 2002 Selection / Category: Best Product | Design: Idir Mecibah





르방크 벤치 | LE BANC BENCH

1969년생 크사비에 루스트는 90년대 초 인테리어디자인 회사를 설립하였습니다. 스틸, 스테인리스스틸, 알루미늄 같은 금속재로 만든 가구와 액세서리 디자인에서 두각을 나타낸 크사비에 루스트는 재료의 기술적, 미학적 특성에 대한 연구와 자원의 경제적 활용에 힘을 기울여 왔습니다. <르방크>는 이러한 과정을 보여주는 우수한 사례로서, 하나의 덩어리로 된 단색의 조각적인 가구 아이템입니다. '금속판 한 장의 변형이라는 간단한 원리'를 적용한 결과물입니다.

Qualified in interior design from Saint-Luc Brussels, Xavier Lust (born 1969) founded his design bureau in the early nineties. He quickly became known for his furniture and accessory designs in metal (steel, stainless steel and aluminum), which derive their strength from a great economy of resources and the optimum exploitation of the characteristics of the materials, both technically and aesthetically. Le Banc is an excellent illustration of this process. It is a monochrome sculptural item of furniture, produced in one piece, and is a logical result of the application of a 'simple principle of the (de)formation of sheet metal'.

2003년 헨리반데벨데대상수상 / 영탤런트 부문 | 제조사 : MDF 이탈리아 | 디자인 : 크사비에 루스트
Henry van de Velde Prize 2003 Winner / Category: Young Talent | Company: MDF Italia | Design: Xavier Lust

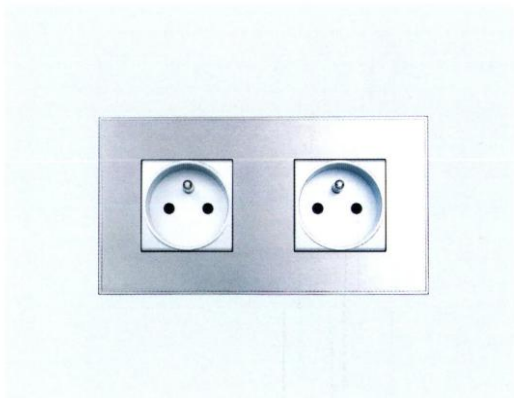


인팀 | INTEAM

로엘 반데비크는 1994년 제품개발을 전공한 뒤, 1996년 디자인사무실을 열었습니다. 가구, 가정용품, 조명, 패키지에서부터 기기설비에 이르는 디자인을 하고 있는 그는 개념이 명료한 좋은 제품으로 최대한 많은 소비자에게 다가가고자 합니다. 디자이너로서는 <오키오> 의자로 처음 인정을 받았고, 이후 접이식가구 <테이크>, <버즈>(1999), 종품의 <바스앤버그>(2001), 드리삭의 <리베르소>(2000)도 성공을 거두었습니다.

In 1994 Roel Vandebeek graduated as a product developer, after which he started his own design bureau in 1996. He designed furniture, household products, lighting and packaging, right through to machine construction. He wants to reach as wide an audience as possible through good products with a strong concept. With the 'occhio' chair he has harvested his first success as a designer. <Take>, which is a collection of folding furniture, <buzz> (1999), <bass and bug> (2001) for Jongform, and the <riverso> (2000) for drisag followed quite soon after.

2003년 헨리반데벨데대상선정 / 베스트제품 부문 | 제조사 : 드리삭 | 디자인 : 로엘 반데비크
Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product | Company: Drisag | Design: Roel Vandebeek



리토스 | LITHOS

개념, 주거공간의 완성, 외부세계와의 관계, 재료의 선택 등은 이상과 가능성, 창조적인 발상, 기능성을 넘나드는 긴장감 넘치는 과정을 통해 결정됩니다. 소켓과 스위치는 사소한 물건일 수 있지만, <리토스> 디자인은 기능적인 면을 넘어서 하나의 미적 대상으로 주변환경과 조화를 이룹니다.

The concept, the completion of living spaces, the relation to the outside world and the choices of materials are decided through a tense process of wishes and possibilities, creative ideas and functionality. Sockets and switches seem to be trivial objects; but the Lithos designs go beyond the functional and engage in a relationship to their environment as an esthetic object.

2003년 헨리반데벨데대상선정 / 베스트제품 부문 | 제조사 : 리토스 | 디자인 : 바트 스피레마에커
Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product | Company: Lithos | Design: Bart Spillemaeckers

주바주바 | ZUBA ZUBA

1983년 레오 아에르츠가 설립한 인테리어디자인 회사 '알리네아'는 소박하면서도 효율적인 디자인으로 곧 국제적인 명성을 얻게 되었습니다. 1995년에 출시된 '알리네아'의 디자인 제품은 모두 디테일한 가구디자인에 대한 열정과 새로운 오브제에 대한 탐구의 결과물입니다. <지피> 꽃병, <우포> 접시, <주바주바> 샴페인쿨러, <칼도프레도> 그릇, <비자볼> 디스플레이 케이스 등이 그것입니다. 이 제품들은 모두 전 세계 유명 디자인 매장에 납품되고 있습니다.

In 1983 Leo Aerts founded the interior design bureau <Alinea>. It quickly became known internationally for its sober and efficient styling. <Alinea> design objects emerged in 1995 from a passion for detailed furniture design and search for new objects. The collection includes, the <Zippy> vase, the three-piece <UFO> dish, the <zubazuba> champagne cooler, the "caldo freddo" serving bowl and the <visible> display case. They are distributed across the world in leading design shops.

2000년 헨리반데벨데대상선정 / 베스트제품 부문

제조사 : 알리네아 디자인 : 레오 아에르츠

Henry van de Velde Prize 2000 Selection / Category: Best Product

Company: Alinea Design: Leo Aerts



모듈러 스페이스세이버 | MODULAR SPACE SAVERS

타파웨어는 1961년 설립 이래 전 세계로 확장되면서 이제는 다채로운 플라스틱 용기를 제작하는 타파웨어를 모르는 사람이 없을 정도로 잘 알려져 있습니다. 효율적인 디자인, 견고한 품질, 그들만의 특별한 문화로 강한 이미지를 만들어 갑니다. 집안 살림의 한 부분으로 친숙하게 느껴지는 것은 타파웨어가 소비자와 직접 만나 그들의 요구와 문제를 파악하기 때문입니다. 타파웨어는 1966년부터 알스트에 자체 디자인팀을 운영해오고 있으며, 현재 플란더스 출신의 빅 코트릴과 밥 데넨이 경영책임을 맡고 있습니다.

Tupperware was founded in 1961 and since then has expanded over the whole world. Everyone knows the company that makes colourful containers and other household utensils in plastics. The strong image is the result of effective design, life-long quality and also their special culture. The familiar demonstrations at the customer's home, the so-called home parties, have put Tupperware in direct contact with customers, enabling the company to be aware of customers' needs and problems. Tupperware has had its own design team, which is based in Aalst, since 1966 and is currently managed by two Flemish designers: Vic Cautereels and Bob Daenen.

2003년 헨리반데벨데대상수상 / 커리어 부문 | 제조사 : 타파웨어 디자인 : 밥 데넨

Henry van de Velde Prize 2003 Winner / Category: Career | Company: Tupperware Design: Bob Daenen



선오브에디 | SON OF EDDY

대비 그로세만즈는 철학자 하이데거의 글에 나오는 'Das Ding(사물)'을 따라 회사의 이름을 지었습니다. 모든 사물은 하늘, 땅, 신성함, 운명으로 구성되어 있습니다. 다른 부분을 제시하지 않고서는 어느 한 부분도 알 수가 없습니다. <선오브에디>는 보이는 것이 전부가 아닙니다. 에디슨의 놀라운 발명품인 전구를 변형시킨 것으로 수공 내열유리로 제작되었고 전구의 등근 부분은 할로겐조명의 전등갓 기능을 합니다.

Davy Grosemans found the name of his design agency 'Das Ding' in an essay of Heidegger. Each object consists of heaven, earth, divinity and mortality. We cannot see one part without suggesting the other. <Son of Eddy> is not what it seems. It is a playing variation on Edison's wondrous invention of the light bulb. The balloon of the light bulb functions as a lampshade for the halogen lighting and is made of hand-blown pyrex glass.

2002년 헨리반데벨데대상선정 / 베스트제품 부문 | 제조사 : 다크 디자인 : 데이비 그로세만즈

Henry van de Velde Prize 2002 Selection / Category: Best Product | Company: Dark Design: Davy Grosemans



피크닉 | PICNIK

테이블의자 컴비네이션으로 발코니나 좁은 야외공간, 반(半)공용공간용으로 디자인되었습니다. 마치 하나의 '예술작품'과 같은 피크닉은 10mm의 목직 한 알루미늄 판을 사용하였으며 주변환경과도 조화를 이룹니다. 단순한 디자인과 현대적인 색은 도시의 '부르주아보헤미안'이라면 꼭 장만하고 싶을 만큼 매력적입니다. 2/3 크기의 어린이용도 있습니다. 제조사인 엑스트리미스는 정원용 가구만 생산하는 회사로, 순수하고 견고한 소재의 사용과 기능적 이면서 친환경적이고 현대적인 디자인이 두드러집니다.

This table-seating combination has been specially created for the balcony, small surfaces and semi-public spaces. Made from a standard, massive plate of aluminium (10mm), PicNik behaves like a 'piece of art', while integrating itself into its surroundings. Its simplicity in design and its contemporary colours make it a must-have for the urban 'bourgeois-bohemian'. Also available in a junior version (scale 2:3). Extremis is solely oriented towards the garden furniture sector. The use of true, durable materials and a contemporary design in line with functionality and ecology are prominent.

2003년 헨리반데벨데대상 선정 / 베스트제품 부문

제조사 : 엑스트리미스 디자인 : 위난츠 앤 러스트

Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product

Company: Extremis Design: Wynants & Lust

튜블러스DB 튜블러스G+ | TUBULUS DB and TUBULUS G+

튜블러스는 집, 사무실 어디에나 어울리는 외투걸이입니다. 너도밤나무판과 스테인리스스틸 대로 구성되어 있으며, 외투나 재킷이 구겨지지 않게 모양대로 걸 수 있습니다. 튜블러스는 현대적인 스테인리스스틸과 가공하지 않은 자연 그대로의 너도밤나무 목재의 느낌을 잘 혼합하고 있습니다. 이 옷걸이시리즈에는 벽에 부착하는 외투 걸이와 코트행거용 튜브도 포함되어 있습니다. 튜블러스는 벨기에 디자이너 막심 지프와 네덜란드 디자이너 게 라르드 케르클란이 디자인하고 네덜란드 회사 반 에쉬가 생산하였습니다.

Tubulus allows you to hang up coats where they belong, either at home or at the office. The design is sober perfection to the last detail. The coat hanger is made of laminated beech wood with hooks of stainless steel. The coat hanger always hangs straight due to its shape. The Tubulus coat stand, the dressboy and the jacket stand also combine contemporary stainless steel with natural blank varnished beech wood. The series also contains a wall coat rack, and tubes for coat-hangers. The Tubulus series is designed by Maxime Szyf (Belgium) and Gerard Kerklaan (The Netherlands) and manufactured by Van Esch (The Netherlands).

2003년 헨리반데벨데대상 선정 / 베스트제품 부문 | 제조사 : 반 에쉬 디자인 : 막심 시프

Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product | Company: Van Esch Design: Maxime Szyf



조로 | ZORRO

〈조로〉는 LED 조명으로 된 책상용 접이식 램프입니다. 알루미늄, 이녹스, 폴리카보네이트, LED, 전기선으로 구성되며 오팔, 청색, 녹색과 적색 등 쉽게 교체할 수 있는 4가지 색상 필터가 있습니다. 책상, 벽, 천정 등에 고정하여 사용할 수 있습니다.

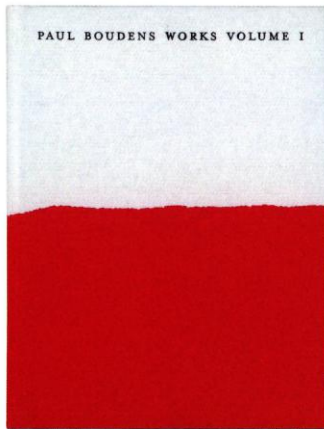
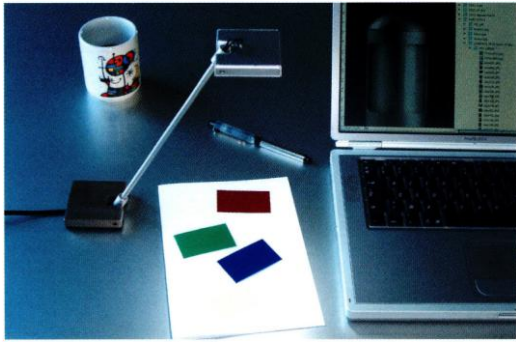
This office, computer, sphere or reading lamp with LED lighting is made of aluminum, inox, polycarbonate, LEDs, electric cable and connector. It comes with four colour filters, in opal(warm white), blue, green and red, that are very easy to change. The lamp can be attached to a desk, wall or ceiling.

2002년 헨리반데벨데상선정 / 베스트제품 부문

제조사 : 니오스 디자인 : 뤽 르마히외

Henry van de Velde Prize 2002 Selection / Category: Best Product

Company: NIOS Design : Luc Lemahieu



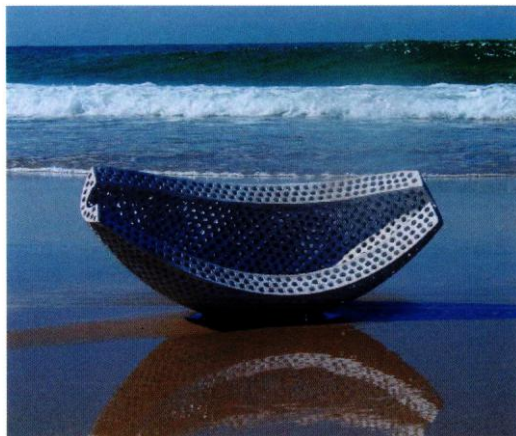
파울 부덴스 작품집 | PAUL BOUDENS WORKS VOLUME 1

파울 부덴스는 수많은 벨기에 패션디자이너들과 수년 간 공동으로 작업해 온 그래픽디자이너입니다. 248페이지로 구성된 이 책은 지난 10년 간의 그의 작품세계를 조망하고 있습니다. 실크스크린, 형광, 블랙 온 블랙, UV 바니시, 오버프린팅 등 다양한 기법으로 해석된 이미지와 형태, 컬러의 향연은 디자인 작업의 즐거움을 보여줍니다. 창조적이고 독창적이고 혁신적인 이 작품집의 출간은 벨기에 예술계와 출판계의 독특한 이벤트로, 패션과 그래픽디자인 애호가라면 반드시 보아야 할 책입니다.

Paul Boudens is a graphic designer who has worked for many years in collaboration with a number of Belgian fashion designers. This 248 page book is an overview of his work of the last decade. It is not a regular catalogue style overview, but a breathtaking explosion of images, forms and colours - translated into various techniques: silk-screen, fluorescence, black-on-black, UV varnish, overprinting - that simply shows the sheer joy of designing. A unique event in the Belgian art and publishing world, a must for every aficionado of fashion and/or graphic design.

2003년 헨리반데벨데상선정 / 베스트제품 부문 | 디자인 : 파울 부덴스

Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product | Design: Paul Boudens



페울브루흐트 1 | PEULVRUCHT 1

2003년 헨리반데벨데상선정베스트제품상을 수상한 제품으로 흙으로 만든 오브제입니다.

These clay objects were selected for the Henry van de Velde Prize 2003 for Best Product.

2003년 헨리반데벨데상선정 / 베스트제품 부문 | 제조사 : 페울브루흐트 1 디자인 : 마르텐 스투어

Henry van de Velde Prize 2003 Selection / Category: Best Product | Company: Peulvrucht 1 Design: Maarten Stuer

2014-2015

DENMARK



Danish Design Prize



Den Danske Designpris 2003

덴마크디자인상(Danish Design Prize)은 1965년 덴마크에서 제조, 개발된 우수한 디자인 제품을 소개하고 이를 격려하여 디자인을 진흥하려는 목적으로 덴마크산업디자인협회(이하SIF: Svenska Industritjnstemanna-frbundet)에서 제정하였습니다. 그러나 SIF가 해체된 1977년부터는 새로 설립된 덴마크디자인센터에서 운영하고 있습니다.

- 매년 제품디자인만을 대상으로 하여 시상되는 덴마크디자인상에 응모하기 위해서는 개발 목적과 기능, 디자인, 환경과의 관계 등이 포함된 제품 개요와 이미지를 제출해야 하며 심사위원은 건축가와 디자이너로 구성됩니다.

The Danish Design Prize, established in 1965 by the Denmark Industrial Design Association (Svenska Industritjnstemanna-frbundet: SIF), has a mission of promoting good designs by commending products of superior design that are developed and manufactured within Denmark. After the breakup of the SIF, the operational functions were transmitted to the Danish Design Centre, which was established in 1977.

- With photos and product outlines submitted from the applicants, which include purpose of development, functions, designs, relation with the environment, a judging panel consisting of designers and architects, make selections.

DDC

Danish Design Centre

덴마크디자인센터(The Danish Design Centre)는 디자인에 대한 인식을 증진시키기 위해 1978년 덴마크디자인회(Danish Design Council)에서 설립한 디자인 진흥기관입니다. 현재 전시장과 회의실, 사무공간 등을 갖추고 코펜하겐의 중심지 안데르센가에 자리하고 있습니다.

- 덴마크디자인센터는 디자인을 산업과 사회의 중요한 위치에 올려놓는 것을 우선 과제로, 덴마크의 디자인을 세계적으로 진흥시키고 디자이너와 기업가 간의 교류를 활성화하는 것을 목표로 합니다. 또한 덴마크디자인센터는 덴마크 디자인의 고유한 특성을 브랜드화하여 전 세계에 알리고 활용한다는 비전을 가지고 있습니다.

- The Danish Design Centre (DDC) is a promotion organization established to increase awareness of design. The DDC was established by the Danish Design Council in 1978. In the year 2000 the DDC moved to a new building on HC Andersens Boulevard in the centre of Copenhagen. The DDC receives part of its funding from the Danish state and via performance-based contracts with the Ministry of Trade and Industry.

- The DDC's goals are putting design on the agenda in industry and in society at large, promoting Danish design worldwide and stimulating the development and strengthening the dialogue between designers and businesses. The DDC's vision is stated as 'Making Danish design a brand that is known and used all over the world for its unique quality.'

덴마크디자인상의 제정년도

덴마크디자인상은 ID상(1965년에 제정된 덴마크 산업디자인상)과 IG상(1980년에 제정된 덴마크 그래픽디자인상)이 통합되면서 2000년에 제정되었다. 덴마크디자인상은 현재 진행되고 있는 다양한 디자인 영역과 새롭게 출현하고 있는 디자인 교역들 간의 현상을 반영하고자 한다.

제정 이후 총 개최 횟수

덴마크디자인상은 ID상이 제정된 1965년부터 해마다 개최되었다. 2000년부터는 덴마크디자인센터에서 매해 개최되고 있다.

주요목적

덴마크디자인센터의 경영 소장인 울마 호브가르드 라를라우(Ulla Hovgaard Ramlau)는 덴마크디자인상이 추구하는 목적에 대해 다음과 같이 설명한다. "덴마크디자인상의 목적은 디자인을 눈으로 보여 주는 것이다. 덴마크디자인센터의 야심은 덴마크디자인상을 통해 트렌드를 그려내고 미래에 대한 이정표를 제공하는 것이다. 더 넓은 시각에서 보자면 덴마크디자인상의 목적은 내일의 사회에 진정한 영향력을 행사할 수 있도록 디자인이 제공하는 여러 가능성을 짚어내는 것이다. 이 같은 디자인상을 제정한 이유는 좋은 디자인이 우리의 경쟁력을 강화시킬 수 있는 혁신적이고 미적이며 사회적인 질적 수준을 향상 시킴으로써 디자인이 사회에 변화를 준다는 것을 만민에게 알려야 한다는 요청 때문이다."

조직과 부문

덴마크디자인상의 전신인 ID상과 IG상은 부문을 나누지 않고 수여되어 왔고 선정된 수상자의 수도 해마다 달랐다. 현재 덴마크디자인상은 제품디자인, 그래픽디자인, 그리고 기업브랜드 등 3가지 주요 부문으로 나뉘어 수상되고 있다. 각 부문은 하위 부문으로 다시 나뉜다. 그리고 이와 별도로 두 개의 특별상이 수여된다. 클래식상과 실용화되지 않은 제품에 수여되는 비전상이 그것. 2003년에는 모두 15개 부문에 걸쳐 10명의 수상자를 배출했다. 각 부문에는 여러 명의 후보자가 선정되지만 후보자가 한 명이거나 아예 없는 경우도 있다.

응모작들이 특정 제품이나 그래픽 솔루션에 따라 여러 부문에 속할 수 있기 때문에 심사위원은 자의적으로 몇 개 부문을 합칠 수 있고 응모작들의 소속 부문을 옮길 수도 있다. 덴마크디자인센터는 그러한 변동에 대한 요구를 최소화하고 가급적 현대 디자인을 대표할 수 있는 최상의 틀을 가급적 형성할 수 있도록 부문에 대한 정의를 계속해서 조정하고 있다. 따라서 시상부문이 해마다 다를 수밖에 없다.

출품 마감 시한과 시상식 개최

출품 마감 시한은 9월 중순이며 시상식은 통상 10월의 마지막 금요일에 열린다.

심사위원

심사위원단은 한 명의 심사위원장을 포함하여 7명의 심사위원으로 구성되어 있다. 외국 심사위원 포함에 대한 자격 요건이나 특별한 제한은 없으므로 가끔씩 외국 심사위원이 함께 하기도 한다. 모든 심사위원은 디자인 및 건축 분야에서 전문가로 활동하는 사람들이다.

각 부문별로 심사위원이 정해져 있지는 않다. 심사위원은 내부적으로 두 개의 그룹으로 나뉘는데, 3명은 산업디자인상을 선정하고 3명은 그래픽 디자인상을 선정한다. 심사위원장은 양쪽 그룹 모두에 관여한다. 심사위원단의 모든 심사위원은 3년 임기로 선출된다. 심사위원은 한꺼번에 교체되는 일 없이 점진적으로 교체된다. 심사위원이 결정되면 바로 명단이 공개된다.

심사 기준과 과정

심사에는 일주일 정도가 소요될 수도 있지만 대개 3~4일 정도 걸린다. 심사위원은 제품 평가에 자신만의 전문성을 발휘하면서 다음의 순서를 밟아 심사를 한다.

- 1단계: 작품의 드로잉과 설명을 가지고 모든 응모작을 심사한다.
- 2단계: 심사위원들은 흥미로운 제품을 발견하면 우선 구분해 놓고 차후 더욱 세심하게 살펴본다.
- 3단계: 심사위원단이 후보작을 선정한다.
- 4단계: 수상자가 결정되지만 시상식 전까지 명단을 공개하지 않는다.

심사위원들이 수상자를 선정할 때 민주적인 방식으로 투표를 한다. 이 외에 다른 투표 방식이나 채점 등의 방식은 동원되지 않는다.

응모

응모작 수는 지난 2년 동안 감소 추세에 있지만 그래도 200점 가량 된다. 2000년에는 266점이 응모하였고 2001년에는 269점, 2002년에는 225점, 2003년에는 194점이 응모했다. 오직 덴마크 국적을 가진 사람만이 응모가 가능하다. 매해 수상자의 수나 응모자 대비 수상자 비율이 정해져 있는 것은 아니다. 2000년에는 18명, 2001년에는 13명, 2002년에는 12명, 2003년에는 10명의 수상자를 배출하였다.

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

상금은 주어지지 않는다. 수상자와 후보자는 약 두 달여 간 덴마크디자인센터에서 제품과 솔루션을 전시할 수 있는 기회를 갖게 된다. 또한 그 이후에는 덴마크를 비롯하여 세계 전역을 돌면서 순회전을 갖는다. 덴마크디자인센터에서의 전시는 덴마크디자인센터가 주관하고 여러 후원을 받아 열린다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로모그램

홍보자료를 덴마크나 해외의 언론매체에 배포하고 포스터와 휘장을 카페나 호텔, 영화극장, 박물관, 도서관 등에 배포한다. 더불어 덴마크디자인센터는 후보자들과 수상자를 담은 카탈로그를 발행하여 언론이나 디자인 전문기관, 기업 등에 발송한다.

What year was the award established.

The Danish Design Prize as it is known today was established in 2000 as a result of the merger the ID Prize (the Danish award for industrial design founded in 1965) and the IG Prize (the Danish award for graphic design founded in 1980). The establishment of the Danish Design Prize reflects the merging that has taken place between the various existing design areas and the newly emerging design disciplines.

Since then, how many times has the award been held?

The award has been held every year since 1965 with the foundation of the ID Prize. The Danish Design Prize has been held every year since 2000 at the Danish Design Centre.

What is the main purpose of the awards?

DDC's Managing director Ulla Hovgaard Ramlau says: The aim of the Danish Design Prize is to make good design visible. The ambition of the Danish Design Centre is that the awards should illustrate a trend, and provide landmarks for the future. In a broader perspective, the aim of the Danish Design Prize is to point to the possibilities design offers for making a real impact on tomorrow's society. The reason for awarding design prizes is a desire to communicate that design makes a societal difference and that good design has innovative, aesthetic and social qualities that enhance our competitiveness.

Award Structure and Categories

The ID Prize and IG Prize had no categories and the number of selected prizewinners varied from year to year. The Danish Design Prize has three main categories: product design, graphic design and corporate branding. Each category has a number of sub-categories. Moreover, there are two special prizes: the Classics Prize and the Vision Prize, which cannot be applied for. In 2003 there were all together 15 categories and 10 winners. In each category, there are a selected number of nominees but only one or no winner.

The jury can - as it pleases - merge certain categories and move entries from one category to another, as some products or graphic solutions may fall under several categories. The Danish Design Centre is continuously adjusting the definition of categories to minimize the need for such changes and to ensure that the categories form the best possible framework for presenting contemporary design. Therefore the categories can differ from year to year.

When is the deadline for submissions and when is the award ceremony held?

The deadline is in mid-September and the award ceremony is usually held on the last Friday of October.

Jury

There are 7 members of the jury including one chairperson. There is no requirement or restriction on including foreign jurors, and there are foreign jurors once in a while. All jurors have expertise inside the field of design/architecture. There are no specific jurors in each category. The jury splits internally into two groups where 3 members award the industrial design prizes and 3 members award the graphic design prizes. The chairman sits on both groups. All members of the jury are selected for a three-year period. Not all jurors are replaced at the same time so there is an ongoing replacement. The names of the jurors are disclosed as soon as they are decided.

Judging Standards and Process

The judging process can take up to one week, but it usually takes only 3-4 days. The jurors use their own expertise to evaluate the products and follow the following steps: step 1: initial evaluation - review of all entries from drawings and text/descriptions; step 2: if the jury finds a product interesting, they call it in for a closer look; step 3: the jury selects a number of nominees; step 4: the winners are decided, but they are not disclosed before the award ceremony.

In selecting the winners, the jury takes a democratic vote. If it is not possible to reach a democratic decision, the chairman has the final say. There are no points or other voting systems used.

Entries

The number of entries has been falling for the last couple of years but they are around 200. For example, in 2000, 266 entries; in 2001, 269 entries; in 2002, 225 entries; and in 2003, 194 entries. Only Danish entries are accepted. There are no rules about having a certain percentage or number of winners each year. In 2000, there were 18 winners; in 2001, 13 winners; in 2002, 12 winners, and in 2003, 10 winners

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

There is no cash prize. The winners and nominees get their products and solutions exhibited in the Danish Design Centre for approximately two months. Thereafter, the exhibition travels around Denmark and the world. The exhibition at the DDC is promoted by DDC and supported by a number of sponsorships.

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

Press releases to the Danish and international press, posters and flyers distributed at cafés, hotels, cinemas, museums, libraries, etc. The DDC also publishes a catalogue of the nominees and winners that is distributed to the press, design professionals, and business enterprises, etc.



레고 마인드스톰즈 | LEGO MINDSTORMS

레고 마인드스톰즈는 뉴테크놀로지 시대 '만들기' 놀이의 가능성에 대한 차별화되고 일관된 재해석으로 2002년 덴마크디자인상을 수상하였습니다. 이 레고시스템은 '만들기'와 여러 종류의 로봇을 '프로그래밍'에 바탕을 두고, 유형의 무언가를 만들어내고자 하는 도전의식과 디지털 미디어의 다양한 가능성을 결합하고 있습니다. 마인드스톰즈는 현대의 테크놀로지를 탐구하는 최적의 방법으로, 상상력과 개발능력에 기반을 둔 놀이 영역을 현대화하고 있습니다.

LEGO Mindstorms wins the Danish Design Prize 2002 for its distinct and consistent reinterpretation of the possibilities of construction play as it meets new technology. The system is based on constructing and programming various types of robots, thus merging the versatility of the digital media with the challenge of creating a tangible object. Mindstorms exploits modern technology in the best possible way, modernizing the realm of play, which is built on imagination and development.

2002년 덴마크디자인상 수상 / 가정 및 라이프스타일 부문

제조사 : 레고 | 디자인 : 레고와 MIT 공동개발

Danish Design Prize 2002 Winner / Category: Home and Lifestyle

Company: LEGO / Design: LEGO Company with the Massachusetts Institute of Technology

쿠글 | KUGLE

전력 이동에 사용되는 쿠글 작동기 시리즈는 고도의 기능성, 사용상의 편리, 내구성, 일관된 제품라인으로 2002년 덴마크디자인상 후보에 선정되었습니다.

The KUGLE actuator series for power transferral is nominated for the Danish Design Prize 2002 for its high functional value, ease of operation, sturdy quality and strong product line coherence.

2002년 덴마크디자인상 후보/ 산업 및 운송 부문

제조사 : 3PART | 디자인 : 3PART 산업디자인팀

Danish Design Prize 2002 Nominee / Category: Industry and Transportation

Company: 3PART / Design: 3PART industrial design team



클린라인 가스용기구 | CLEANLINE GAS FITTING

클린라인 가스용기구는 몇 가지 기능을 하나의 솔루션으로 통합하여 기술적 혁신과 심플하고 사용하기 편리한 디자인을 결합한 제품으로, 2002년 덴마크디자인상 후보에 올랐습니다.

CLAEANLINE is nominated for the Danish Design Prize 2002 for the way it combines technical innovation, gathering several functions into one solution, with simple, user-friendly design.

2002년 덴마크디자인상 후보/ 건설 및 작업장 부문

제조사 : 브로엔 | 디자인 : 니콜라이 벤튼, 크리스티안 비에른 (크리스티안비에른디자인)

Danish Design Prize 2002 Nominee / Category: Construction and the Workplace

Company: Broen / Design: Nikolaj Bentsen, Christian Bjørn (Christian Bjørn Design)



목울 환경친화팔레트

ROCKWOOL ENVIRONMENTAL PALLET

목울 환경친화 팔레트(지게차의 포크로 끼워 물건을 운반하는 받침대)의 디자인 컨셉 자체는 단순하지만 지붕 단열재패드 처리방법을 효율적으로 개선하는 점에서는 혁신적입니다. 사용이 까다롭고 작업 후 재활용이 불가능한 기존의 목재 팔레트에 비해 쉽고 빠르게 사용할 수 있으며, 사용 후 쓰레기의 양이 적어 환경친화적 장점을 지닌 제품입니다. 심사위원들은 팔레트 자체가 아니라 단열재를 다루는 과정에 중점을 두고 있는 솔루션 개발 이면의 근본적인 접근방식에 주목하였습니다. 따라서 이 제품의 디자인 솔루션은 새로운 '제품' 이라기보다는 근본적인 문제에 대한 새로운 접근법 자체라고 볼 수 있습니다.

The concept for the Rockwool Miljøpalle (Environmental Pallet) is a simple, but efficient improvement of the handling of roof insulation pads. Instead of using a traditional wooden pallet, which is difficult to handle during and which needs to be discarded afterwards, this pallet improves the working environment with simpler and less time-consuming handling and produces less waste after use. The jury especially wishes to highlight the basic approach behind the development of the solution, where the focus was on the process of handling the insulation material, not on the pallet itself. Thus, the design solution is not a new 'product', but rather a new approach to the underlying problem.

2002년 덴마크디자인상 수상 / 건설 및 작업장 부문
 제조사 : 목울 | 디자인 : 3B 레크리에이티브디자인
 Danish Design Prize 2002 Winner / Category: Construction and the Workplace
 Company: Rockwool / Design: Rockwool, 3B Reklamebureau



미래유산상
 Legacy for the Future Human Comfort Design Award

이지플렉스 인공항문주머니 | EASIFLEX COLOSTOMY BAG

2003년 덴마크디자인상을 수상한 <이지플렉스>는 인공항문 형성시술을 받은 사람들의 편안한 삶을 위해 제작된 것으로 디자인과 테크놀로지의 비약적인 발전을 보여주는 제품입니다. 위생적이고 간편하며, 주머니 봉합용 특별 접착테이프의 개발, 피부의 안전에 맞추어 최적화된 새로운 복합소재의 사용, 고도의 인간공학적 배려 등이 높이 평가받았습니다. 제품개발 과정에서 사용자인 환자 및 의료진과 긴밀한 협의를 해 온 콜로플라스트사의 전통이 돋보이는 제품입니다.

Coloplast Easiflex is awarded the Danish Design Prize 2003 for having made a number of developmental leaps in design and technology with the purpose of providing the best possible quality of life for people with a colostomy. This product is simple and hygienic to use. The jury commends Easiflex for a high level of ergonomics, the use of new, complex materials to ensure optimum skin comfort and the development of specialised adhesives for the seal of the bag. Easiflex follows up on Coloplast's tradition of developing its products in close dialogue with the users, both patients and hospital staff.

2003년 덴마크디자인상 수상 / 가정 및 레크리에이션 부문 | 제조사 : 콜로플라스트 | 디자인 : 에스킬 헤란드, 헨릭 레이즈너
 Danish Design Prize 2003 Winner / Category: Home and Recreation | Company: Coloplast / Design: Eskil Højland



TCM400 | TCM400

TCM400은 최첨단 의료장비로 피부에 부착하는 센서를 통해 피부조직이 함유하고 있는 산소량을 측정합니다. 빠르고 정확하게 신뢰할만한 진단을 도와주는 이 기기는 치유에 오랜 시간이 걸리는 상처치료에 매우 효과적이며, 복잡한 기능들을 쉽게 사용할 수 있다는 장점이 있습니다. TCM400은 디자인을 통해서 안전성과 효율적인 진단, 작동과 이동의 용이함 등 중요한 질적 개선을 이루었다는 평가를 받았습니다.

The TCM400 is a medical product with a high degree of innovation. It measures the oxygen content of tissue through sensors placed on the skin. The product can make a big difference, especially in the treatment of wounds that are slow to heal. An added benefit is that the product design combines a high degree of functionality with ease of use. In the jury's assessment, the TCM400 combines several important qualities through its design: improved patient safety, more efficient diagnostics, ease of handling and portability.

2002년 덴마크디자인상 수상 / 산업 및 운송 부문
 제조사 : 라디오미터 메디칼 | 디자인 : 스티브 맥거건, 에베 헬트 포울센 외
 Danish Design Prize 2002 Winner / Category: Industry and Transportation
 Company: Radiometer Medical / Design: Steve McGugan, Ebbe Helt Poulsen and others



ICE 의자 | THE ICE CHAIR

프리츠한센사의 ICE 의자는 고도의 산업소재 처리방식을 보여주는 우아하고 스타일리시한 의자라는 점에서 덴마크디자인상 후보로 선정되었습니다. 다양한 환경에서 사용할 수 있는 의자입니다.

The chair ICE from Fritz Hansen is nominated for being an elegant and stylish chair, whose very high quality of industrial material processing provides a product quality that makes it applicable in many different contexts.

2003년 덴마크디자인상 후보 / 건설 및 작업장 부문

제조사 : 프리츠한센 | 디자인 : 카스퍼 살토

Danish Design Prize 2003 Nominee / Category: Construction and Workplace

Company: Fritz Hansen A/S / Design: Kasper Salto

플라스틱 진공 물주전자 | VACUUM JUG IN PLASTIC

로열 코펜하겐에서 제작한 진공 물병은 아름답고 뛰어난 형태로 2003년 덴마크디자인상 후보로 지목되었습니다. 최소한의 형태만을 남긴 단순함이 특징적인 이 제품은 보기 좋은 형태로 제작하기 어려운 이 분야에서 최초로 새로운 스타일을 제시하고 있습니다.

The vacuum flask from Royal Copenhagen is nominated for its beautiful, distinctive form, whose almost pared-down simplicity expresses a groundbreaking new style in the difficult discipline of making a good vacuum flask.

2003년 덴마크디자인상 후보 / 가정 및 레크리에이션 부문

제조사 : 로열 코펜하겐 | 디자인 : 올 젠슨

Danish Design Prize 2003 Nominee / Category: Home and Recreation

Company: Royal Copenhagen / Design: Ole Jensen



원셀 풀타이트 | ONESEAL PULLTIGHT

일회용 자물쇠 〈원셀 풀타이트〉는 고도로 기계적인 특성과 플라스틱 창 모양을 통한 잠금 기능을 결합한 점을 높이 평가받아 2002년 덴마크디자인상 후보에 선정되었습니다.

The Oneseal pulltight disposable lock is nominated for combining high mechanical quality with the possibility of communicating the function of the lock through the plastics window.

2002년 덴마크디자인상 후보 / 산업 및 운송부문

제조사 : 원셀 | 디자인 : 마이클 리마크, 젠스 벨쉬우

Danish Design Prize 2002 Nominee / Industry and Transportation

Company: ONESEAL / Design: Michael Remark, Jens Velschow



LTL-X 레트로미터 | LTL-X RETROMETER

도로표지판의 반사율을 측정하기 위한 델타 반사율측정기는 디자인을 통해 제품의 질과 사용과 외양에 결정적인 차별화를 이룬, 고도로 전문적인 제품이라는 점에서 덴마크디자인상 후보에 선정되었습니다.

Delta reflectance meter for measuring the reflectance of road markings is nominated for being a well-designed and highly specialised product where design has made a decisive difference for the quality, use and appearance of the products.

2003년 덴마크디자인상 후보 / 산업 및 운송 부문

제조사 : 델타 덴스크 일렉트로닉 | 디자인 : 한스 올 닐센, 카이 쇠렌센, 잔 H 한센, 헨릭 제페센, 트린 메르비그, 젠스 피터

Danish Design Prize 2003 Nominee / Category: Industry and Transportation

Company: DELTA Dansk Elektronik, Lys & Akustik / Design: Hans Ole Nielsen, Kai Sørensen, Jan H Hansen, Henrik Jeppesen, Trine Mervig, Jens Peter



리사운드에어 보청기 | RESOUNDAIR HEARING AID

리사운드에어 보청기는 형태의 명료함과 기술적 혁신성을 높이 평가받아 2003년 덴마크디자인상을 수상하였습니다. 얇고 가벼운 오디오 튜브와 실리콘 돔으로 된 장비를 귀에 장착하도록 되어 있는 이 제품은 튜브가 움직일 수 있도록 유연하게 제작하여 사용자의 편안함을 최대한 고려하고 있습니다. 또한 귀에 바로 붙어있지 않아서 전화를 이용할 때도 날카로운 기계음이 나지 않습니다. 이런 구조는 소리를 빠르게 전달하여 울림이나 잡음이 없도록 하고 있습니다. 이는 타깃 집단의 요구를 심층적으로 분석하여 반영한 결과입니다.

The ReSoundAIR hearing aid is awarded The Danish Design Prize 2003 for its high degree of technical innovation and clarity of form. The key concept of the product is to ensure the best possible comfort for the user. The flexible construction with the moveable tube provides great comfort for the user, and the open connection into the ear makes it possible to use a phone without causing the hearing aid to shriek. The open passage, together with rapid signal processing, also minimises resonance and echo. In the jury's assessment, the product reflects in-depth analysis of the needs of the target group.

2003년 덴마크디자인상 수상 / 건설 및 작업장 부문

제조사 : GN 리사운드 | 디자인 : 헨릭 닐센, 스티브 맥거건

Danish Design Prize 2003 Winner / Category: Construction and Workplace

Company: GN ReSound / Design: Henrik Nielsen, Steve McGugan



팝콘 테이블웨어 | PAPCORN TABLEWARE

생물분해성 플라스틱으로 제작된 팝콘사의 테이블웨어는 미학적 측면, 기능성, 환경친화적 지속가능성 등이 잘 조화된 제품입니다. 사용 후 퇴비로 활용할 수 있습니다.

The Popcorn tableware, which can be composted, is nominated for The Danish Design Prize 2003 for being a well-rounded product, where high aesthetic qualities, function and environmental sustainability interact.

2003년 덴마크디자인상 후보 / 가정 및 레크리에이션 부문

제조사 : 팝콘 | 디자인 : 렌 바트 젠센, 앤 배닉

Danish Design Prize 2003 Nominee / Category: Home and Recreation

Company: Popcorn / Design: Lene Vad Jensen Anne Bannick





아이콘 | ICON

프레데리카가구에서 제작한 안락의자 <아이콘>은 높은 등받이로 앉는 이의 프라이버시를 보장하면서도, 공공장소에 어울리는 기능성과 우아함을 잘 융합하고 있어 2002년 덴마크디자인상 후보에 선정되었습니다.

The easy chair Icon from Fredericia Furniture is nominated for its ability to blend functionally and elegantly into the public space, while the tall back offers privacy for the user.

2002년 덴마크디자인상 후보 / 공공장소 부문

제조사 : 프레데리카가구 | 디자인 : 난나 디젤

Danish Design Prize 2002 Nominee / Category: Public space

Company: Fredericia Furniture / Design: Nanna Ditzel

주름장식 블루차이나 | BLUE FLUTED CHINA

2003년 클래식프라이즈는 1775년 공장 설립 이래 지속적으로 블루 플루티드 차이나를 생산해 오고 있는 로열 코펜하겐에 수여되었습니다. 심사위원들은 이 도자기를 만드는데 필요한 고도의 장인정신, 수년에 걸쳐 패턴을 그려 넣은 수많은 장인들을 높이 평가하였습니다. 세로 홈 장식은 본래 중국에서 유래하였지만, 곧 덴마크 고유의 표현으로 발전되었습니다. 다양한 변형이 가능한 이 문양은 새로운 어플리케이션 안에서도 영구적인 특성과 변함없이 이어지는 힘을 확인할 수 있습니다.

The Classics Prize 2003 goes to Royal Copenhagen for the blue fluted china that has been in uninterrupted serial production since the factory was founded in 1775. The jury wishes especially to commend the high degree of precision in the craftsmanship required to make the blue fluted china. In this connection, the jury also wishes to express its recognition of the many employees who have painted the pattern over the years. This type of pattern comes originally from China, but found a uniquely Danish expression. The pattern has great potential for variation and has also proved its enduring quality and staying power in new applications.

2003년 덴마크디자인상 수상 / 특별상 : 클래식프라이즈

제조사 : 로열 코펜하겐 | 디자인 : 아놀드 크로그

Danish Design Prize 2003 Winner / Special Prize: The Classics Prize

Company: Royal Copenhagen / Design: Arnold Krog



롤러블라인드용 텍스타일디자인 | TEXTILE DESIGN FOR ROLLER BLINDS

기능적이며 아름다운 롤러 블라인드 패턴인 <하비스트>는 직물에 나 있는 구멍으로 블라인드에 또 다른 차원의 효과를 더하고 있습니다. 자칫 평범하고 일반적인 수준에 그칠 수 있는 블라인드에 아름다움을 한결 더하였습니다.

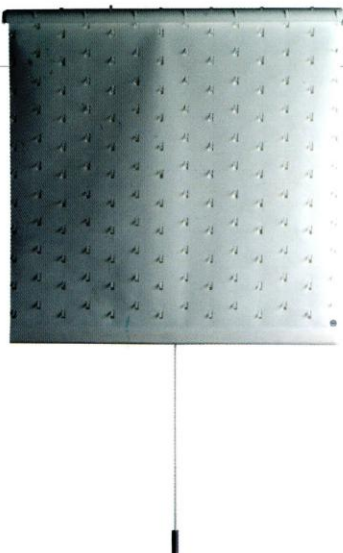
The roller blind pattern Harvest is nominated for being a functional and beautiful product, where the openings in the fabric give the blinds an extra dimension and effect, which adds beauty to this otherwise highly standardised product.

2003년 덴마크디자인상 후보 / 건설 및 작업장 부문

제조사 : 파베르 | 디자인 : 샬롯 하우만

Danish Design Prize 2003 Nominee / Construction and Workplace

Company: Faber / Design: Charlotte Houtman



다겐신문은 지금껏 많은 주목을 받지 못했던 신문 그래픽 분야에서 탁월함을 인정받아 2003년 덴마크디자인상을 수상하였습니다. 다겐신문 디자인은 전체적으로 긴장감 있게 전개되면서도 다양한 기사와 토픽에 적용할 수 있도록 컨셉과 형식이 유연합니다. 다겐은 신문의 전통을 적극 활용하면서도 고유의 아이덴티티와 성격을 명확히 표현하고 있으며 독자들이 원하는 내용을 쉽게 찾아 읽을 수 있도록 하였습니다. 동시에 미학적으로 현대적이면서 진보적입니다.

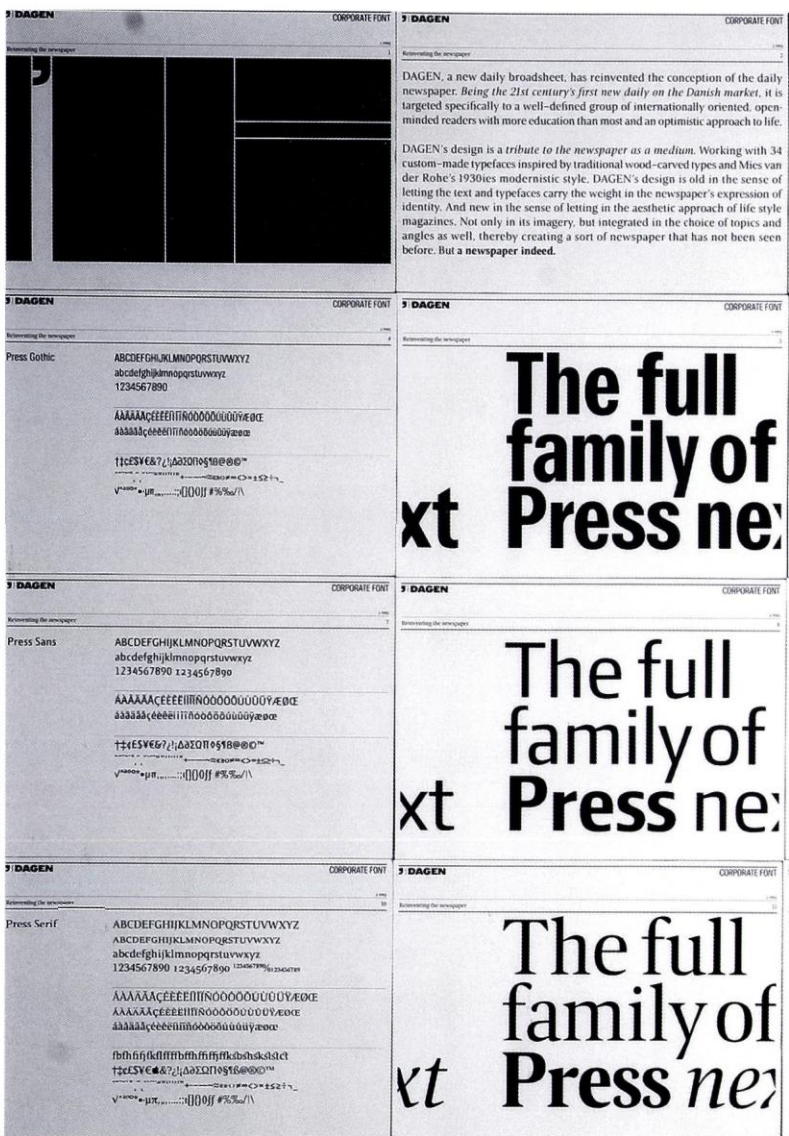
The newspaper DAGEN is awarded The Danish Design Prize 2003 for outstanding graphic design in an area where design is often given a low priority. It is a big strength that the design is so tightly executed and, at the same time, so flexible in concept and form, as a tool for many different types of articles and topics. It makes active use of the newspaper tradition and clearly expresses newspaper identity and character and makes it easy for the reader to navigate. At the same time, its aesthetic is unmistakably modern and progressive.

2003년 덴마크디자인상 수상 / 인쇄출판 부문

발행사: 다겐 | 디자인: e-타입스, 조나스 헉셔, 젠스 카주스, 라스머스 드뤼커 임펠트

Danish Design Prize 2003 Winner / Category: Print Publications

Company: DAGEN / Design: e-Types, Jonas Hecksher, Jens Kajus, Rasmus Drucker Ibelt



다겐신문 타이포그래피

TYPOGRAPHY FOR THE NEWSPAPER DAGEN

이 폰트패밀리는 고도의 숙련성과 아울러 돋보이는 서체로 덴마크디자인상 후보에 올랐습니다. 모든 버전의 폰트가 하나의 폰트패밀리를 구성하는 요소임을 알 수 있습니다.

The font family Press is nominated for being a distinctive typeface with high quality craftsmanship, where all the font versions are recognisable as members of the same font family.

2003년 덴마크디자인상 수상 / 타이페이스디자인 부문

발행사: 다겐 | 디자인: e-타입스 조나스 헉셔

Danish Design Prize 2003 Winner / Category: Typeface Design

Company: DAGEN / Design: e-Types A/S Jonas Hecksher

쿠르시브 CI | KURSIV CORPORATE IDENTITY

그래픽디자인 회사 쿠르시브의 CI는 디자인이 작용하는 방식과 디자인이 무엇인가에 대한 풍부한 아이디어 및 진지하고 참신한 혁신적 태도를 심플하게 표현해내고 있습니다.

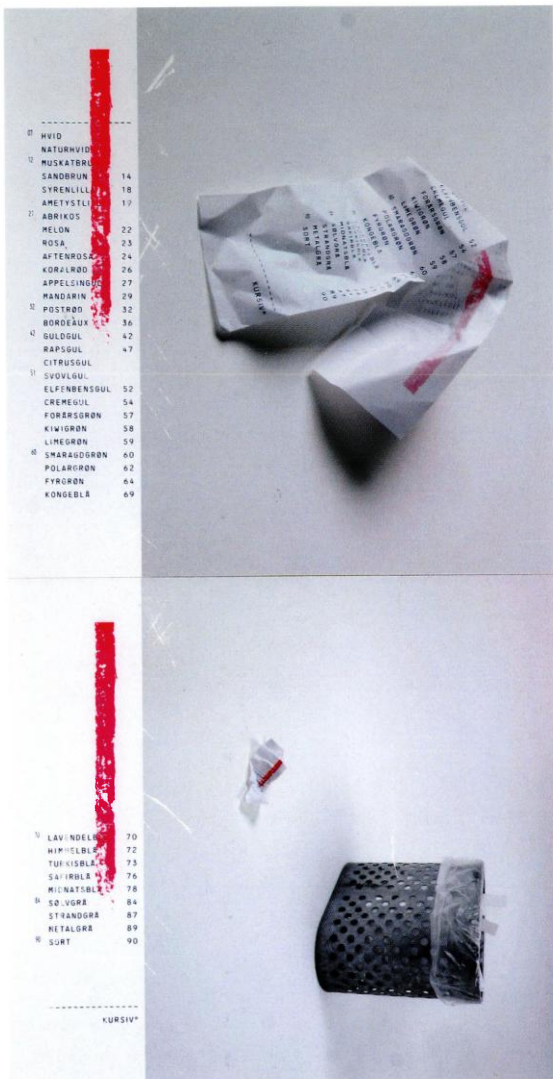
The graphic design firm Kursiv is nominated for its corporate identity, which through simple means expresses the firm's wealth of ideas, honesty and refreshingly unconventional attitude to the way that design should work, and what design is about.

2003년 덴마크디자인상 후보 / 코퍼레이트 아이덴티티 및 코퍼레이트 브랜딩 부문

제조사 : 쿠르시브 | 디자인 : 페터 그라박

Danish Design Prize 2003 Nominee / Category: Corporate Identity and Corporate Branding

Company: Kursiv / Design: Peter Graabæk



램프스네이크 컨베이어벨트 | RAMPSNAKE CONVEYOR BELT

램프스네이크 컨베이어벨트에서는 짐을 올리고 내리는 혁신적이고도 급진적인 새로운 방법을 제안하였습니다. 이 제품을 통해 매우 어려운 위치에서도 무리한 신체적 부담 없이 작업을 할 수 있게 되었습니다.

The flexible RampSnake conveyor belt is nominated for being an innovative and radically new way of handling the loading and unloading of luggage, which enables workers to avoid physical strain injuries from otherwise very difficult working positions.

2003년 덴마크디자인상 후보 / 산업 및 운송 부문

제조사 : 램프스네이크 | 디자인 : CPH디자인

Danish Design Prize 2003 Nominee / Category: Industry and transportation

Company: RampSnake / Design: CPH Design A/S

FINLAND



Fennia Prize



디자인포럼핀란드는 젊은 디자이너를 발굴하기 위한 영포럼(Young Forum) 같은 공모전을 비롯, 올해의 젊은 디자이너상(Young Designer of the Year award), 페니아상공모전(Fennia Prize competition), 카 프랑크 디자인 상(Kaj Franck Design Award), 에스틀란더 상(Estlander Prize), 칼 구스타프 에스틀란더 상(Carl Gustaf Estlander Prize) 등의 시상 제도와 공모전을 운영하고 있습니다.

- 시상식과 함께 디자인 전문가, 사업가, 학생 등의 관심사를 반영하는 다양한 세미나, 패널 토론, 이벤트들이 함께 열리며, 수상작 전시는 헬싱키를 비롯하여 핀란드 다른 지역과 해외 지역을 순회합니다.
- 디자인포럼이 페니아그룹(Fennia Group)과 공동으로 기획 운영하는 페니아상-디자인 진흥공모전은 산업디자인 제품을 출품한 기업이나 산업체를 대상으로 격년제로 시상합니다.
- Design Forum Finland has organized special forms of activity for the exploration of young designers: A series of exhibitions entitled Young Forum, the Young Designer of the Year award, Kaj Franck Design Award, Estlander Prize and so on.
- Design Forum Finland and the Fennia Group are the organizing bodies of the Fennia Prize - a competition promoting design. The prize is awarded every second year to a firm or company for a product or series of products.
- The seminars, panel discussions and other events held in association with the awards present the views and perspectives of leading design professionals, business executives and other actors on design-related matters. The prize exhibitions are held not only in the Helsinki region, but also in other parts of Finland and abroad to achieve the best possible coverage.

Design Forum Finland

1875년에 설립된 이래 헬싱키미술디자인 대학(the University of Art and Design Helsinki)과 미술디자인박물관(the Museum of Art and Design) 등의 사업을 전개해 온 핀란드공예디자인협회(the Finnish Society of Crafts and Design)가 1980년대 후반부터 국제화 감각에 맞게 새롭게 발족시킨 기관이 디자인포럼핀란드(Design Forum Finland)입니다. • 디자인포럼핀란드는 핀란드의 유구한 디자인 유산을 바탕으로, 디자인을 매개로 가속화되는 세계화와 변화하는 시대적 요구에 빠르게 대응하여 핀란드의 산업과 문화의 국제적인 경쟁력을 향상시키고 있습니다. 설립 이래 통상산업부 등 정부의 재정 지원을 받아온 디자인 포럼 핀란드의 활동은 '커뮤니케이션과 정보'라는 말로 요약할 수 있습니다. • 디자인포럼핀란드는 핀란드의 대표적인

디자인정보센터로서 국내외 디자인 관련 출판물과 전자 정보 서비스는 물론 다양한 주제의 우수 전시 기획 등을 통해 최신의 전문 지식과 당면 관심사에 대한 정보를 제공하고 디자인을 계발하는 커뮤니케이션의 장을 운영하고 있습니다. • Design Forum

Finland is maintained by the Finnish Society for Crafts and Design, which was founded in 1875. After divesting itself of the school and museum, the Finnish Society for Crafts and Design turned its efforts in a new direction. At the end of the 1980s, a new, international name was adopted, Design Forum Finland. • Design Forum Finland actively promotes the competitiveness and development of Finnish

industry and culture through the means of design. This work seeks to improve the exposure of Finnish design and to increase the use and applications of design in industry. Throughout its history, the society has had the support of a state body like the Ministry of Trade and Industry. • Design Forum is an information centre of design presenting a wide range of news and materials on the achievements

and strengths of Finnish design both within the country and abroad. Design Forum organizes exhibitions both in Finland and internationally, in addition to projects promoting the use of design, information services and publications.

페니아상의 제정년도

1990년

제정 이후 총 개최 횟수

7회

주요목적

수준 높은 제품을 선보이는 기업들의 개발 활동을 지원해주는 것이다.

조직과 부문

페니아상은 부문을 나누어 시상하지 않는다. 모든 제품은 동일한 부문에서 경쟁을 한다. 수상작은 단 한 점이며, 추가적으로 10점에서 15점 정도가 명예상을 받는다.

출품 마감 시한과 시상식 개최

출품 마감 시한은 4월이며 시상식은 격년으로 이듬해 1월에 열린다. 예를 들어 다음 회 응모작은 2004년 4월에 접수되며 시상식은 2005년 1월에 열리게 된다.

심사위원

심사위원은 산업계와 비즈니스계, 그리고 디자인계를 대표하는 11명의 위원으로 구성되어 있다. 때에 따라 심사위원단에 1명 정도 외국 위원이 포함되기도 하며, 디자인 분야 외 인사는 전체 심사위원의 절반에 조금 못 미친다. 부문별로 심사위원이 나뉘어져 있지는 않지만, 응모작은 두 명의 디자인 전문가로 구성된 예비 심사위원단에 의해 1차 선발을 거치게 된다. 심사위원은 공모가 시작되는 4월에 선출되며 명단은 선발과 동시에 공개된다.

심사 기준과 과정

심사과정에는 4일 정도 소요된다. 이틀간 예비 심사위원들이 1차 선별을 하며, 남은 이틀간 본선 심사위원단이 최종 선별을 한다. 디자인, 혁신성, 인체공학, 아름다움, 사용자 친화성을 비롯하여 환경적 측면을 고려했는지의 여부가 심사위원의 평가기준이다.

1차 심사 단계에서 디자인 전문가 2인이 전체 응모작에서 30점에서 40점 정도를 선별한다. 그 다음 단계에서 심사위원들이 한 사람의 수상자와 10명의 명예수상자들에 대한 최종 결정을 한다. 심사위원단은 투표에 의한 점수제로 결정을 내린다.

응모

평균 약 100점의 응모작이 페니아 공모전에 출품된다. 외국 응모작에 대한 제한은 없지만 지금까지 접수된 외국 응모작은 없다. 대개 응모작의 10-15퍼센트가 수상자와 명예수상자로 선정된다.

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

핀란드의 보험 회사인 페니아 그룹의 지원 하에 수상자에게는 상과 함께 상금이 수여된다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

수상 제품들은 핀란드와 외국의 디자인 센터를 통해 홍보되며 해외 매체에도 홍보된다.

What year was the award established?

1990

Since then, how many times has the award been held?

7 times

What is the main purpose of the awards?

The purpose of the competition/award is to present high-standard products and thus to support the product-development work of companies from the perspective of design.

Award Structure

There are no categories to the award; all products compete in the same category. One entry is selected as the winner of the Fennia Prize and ten to fifteen additional products are chosen as honorary mentions.

When is the deadline for submissions and when is the award ceremony held?

The deadline for submissions is in April and the ceremony takes place the following January, every other year. For example, for the next award, applications will be accepted in April 2004 and the ceremony will be held in January 2005.

Jury

The jury consists of 11 members representing industry, the business community and design. There is sometimes one foreign member on the jury, and roughly slightly less than half of the jurors are members whose areas of expertise are outside the field of design. The jurors are not divided into different categories, but the applications undergo a preliminary screening by a preliminary jury consisting of two design experts. The jurors are selected with the start of each competition in April and their names are disclosed upon completion of the selection.

Judging Standards and Process

The judging process takes four days: two days for the preliminary jury to make its preliminary selection and two days for the final jury to make the final selections. Design, innovation, ergonomics, aesthetics, user friendliness, and environmental aspects are the factors jurors consider in making their evaluations.

In the preliminary judging phase, two design experts select about 30 to 40 entries. In the next phase all the jury members make the final decisions on the one Fennia prize winner and 10 to 15 honorary mentions. The jury makes its decision using a point system followed by a vote.

Entries

Approximately 100 entries are usually submitted to the competition. Although there are no restrictions on entries from foreign countries, no foreign submissions have been received so far.

Usually, about 10 to 15 percent of the entries are selected as winners and honorary mentions.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

The winner receives a cash prize from an outstanding funder, the Fennia Group, a Finnish insurance company.

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

The winning products are promoted in the media in Finland and abroad, as well as through foreign design centres.

피스카스 전정가위와 원예용가위

FISKARS GARDEN PRUNERS AND SHEARS

1649년 설립된 피스카스는 오랜 전통을 가진 회사입니다. 검정색과 오렌지색의 결합은 피스카스만의 해법이자 통찰력의 상징입니다. 피스카스 제품들은 혁신과 신중한 디자인의 결합으로 정원용가위, 전정가위 등에서 그 기능적인 우수성이 입증되었습니다. 피스카스는 고도의 몰딩기술을 통해 견고하고 가벼우면서 사용이 편리한 제품을 만들고 있습니다.

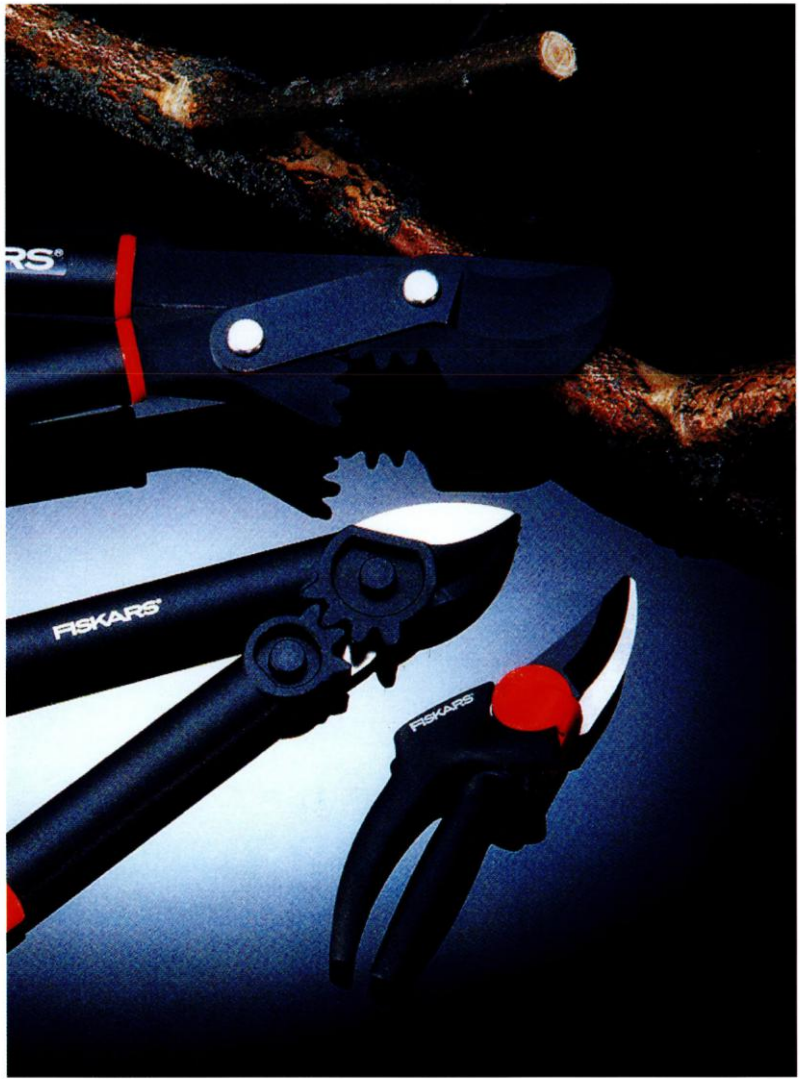
Founded in 1649, Fiskars represents an exceptionally long tradition in Finnish industry. The combination of black and orange is the symbol of Fiskars' solutions and insight. The company's products combine innovation with carefully executed design, resulting in garden shears, pruners and other tools that have proven to be superior in use. They have few parts and employ a developed injection - moulding technique. The materials make the products durable - and along with the mechanisms, they permit light and easy use.

2003년 페니아상/ 오너러리멘션상

제조사 : 피스카스 디자인 : 올리버 린덴, 마르쿠스 팔로하이모

Fennia Prize 2003 / Honorary Mention

Company: Fiskars Consumer Oy Ab Design: Olavi Linden, Markus Paloheimo



제네렉 6040A액티브확성기 | GENELEC 6040A ACTIVE LOUDSPEAKER

최고의 영화, 음악스튜디오용 음향장비로 국제적 명성을 얻고 있는 핀란드회사 제네렉은 소비자 생산에까지 범위를 넓혀 왔습니다. 강한 아이덴티티와 조각적인 외양의 스피커는 다양한 분위기의 공간이나 인테리어 어디에나 잘 어울립니다. 액티브확성기는 제조업체와 디자이너간의 성공적인 협업의 예를 보여줍니다. 이러한 협력과정을 통해 까다로운 감상자들에게도 매력을 안겨 주는 뛰어난 디자인 제품을 만들어 낼 수 있었습니다.

Genelec, a Finnish company internationally known for its top-range sound equipment for film and music studios, has expanded its range to include products for demanding consumers. The speaker's strong identity, its sculptural appearance, makes it compatible for different types of spaces and styles of interior decoration. The active loudspeaker is an excellent example of fluid cooperation between the manufacturer and the designer. This collaboration has resulted in a noteworthy design product appealing above all to demanding listeners.

2003년 페니아상/ 오너러리멘션상 | 제조사 : 제네렉 디자인 : 해리 코스카넨

Fennia Prize 2003 / Honorary Mention | Company: Genelec Design: Harri Koskinen

이그젝트 파이프절단기 | EXACT PIPE CUTTER

이그젝트 파이프절단기는 금속파이프를 톱으로 자를 수 있다는 단순한 생각에서 출발하고 있습니다. 핀란드발 명재단의 지원을 받은 이 제품은 파이프를 자를 때 효율적이고 안전하고 사용이 용이하게 만들어졌습니다. 이그젝트툴스는 디자인을 작업 프로세스와 기업 아이덴티티에 적용한 완결성 있는 제품개발에 성공했습니다. 이 파이프절단기는 기술의 혁신이자 디자인의 혁신을 보여줍니다.

Exact Pipecut is based on the simple idea that metal piping can be sawn instead of being cut with discs. Product development was made possible with support from the Foundation for Finnish Inventions, resulting in an efficient, safe and user-friendly tool for cutting pipes. Exact Tools has succeeded in developing for the market a finished product in which design is applied down to the carrying case and corporate identity. Pipecut is both a technological and design innovation.

2003년 페니아상/ 오너러리멘션상 | 제조사 : 이그젝트툴스 디자인 : 미카 프리하
Fennia Prize 2003 / Honorary Mention | Company: Exact Tools Ltd. Design: Mika Priha



SRO 모터사이클복 | Motorcycle Outfit SRO

모터사이클복 (SRO)는 의복과 특정한 조건에서 사용자에게 필요한 세부사항들을 잘 결합하고 있습니다. 루카 /L-패션그룹의 중요한 수출제품인 이 의상은 또한 반드시 필요한 기술을 도입하기 위해 최고의 제조업자와 하청업자 간에 네트워크를 잘 활용한 사례입니다. 이 모터사이클복은 의상디자인에서 외양과 스타일의 중요성을 보여주는 최고의 산업디자인제품입니다.

The SRO (Smart Rider's Outfit) motorcycle outfit is a combination of garments and details that serve its users under demanding conditions. It has become an important export product for the Rukka/L-Fashion Group. The outfit is also a good example of employing a network of top-level suppliers and subcontractors to provide the necessary technologies. The outfit represents garment design in which appearance and style are important. It is industrial design at its best.

2003년 페니아상/ 수상제품 | 제조사 : 루카 / L-패션그룹 디자인 : 자스민 줄린-아로, 루카제품개발팀
Fennia Prize 2003 / Winner | Company: Rukka / L-Fashion Group Design: Jasmine Julin-Aro with Rukka product development team



플란메카 프로맥스엑스레이 THE PLANMECA PROMAX X-RAY UNIT

프로맥스엑스레이장치는 디자인에서 독특함과 미적인 부분을 동시에 만족시켜 주면서 기존의 여타 의료기기, 장비들과는 외관에서부터 차별화됩니다. 엑스레이기계의 디자인이 잘 되었을 시에는 신뢰를 주게 됩니다. 플란메카제품개발팀은 이러한 장비를 외양에서부터 좋은 느낌을 주고 의료진들이 사용하기에도 편리하게 만들어 더욱 높은 평가를 받고 있습니다. 이같이 전문적인 디자인은 환자과 의사가 함께 협력하는 긍정적인 진료분위기를 조성합니다.

The ProMax x-ray device looks different from most health-care machinery and equipment, as its design is both appropriate and aesthetically pleasing at the same time. A well-designed x-ray machine arouses confidence. The work of Planmeca's product-development team is rendered even more important by the fact that this device not only feels good but is also excellent for the work of health-care personnel. Design expertise facilitates a positive x-raying situation in cooperation between the patient and the physician.

2003년 페니아상/ 오너리멘션상
제조사: 플란메카 디자인: 플란메카제품개발팀
Fennia Prize 2003 / Honorary Mention
Company: Planmeca Oy Design: Planmeca product development group

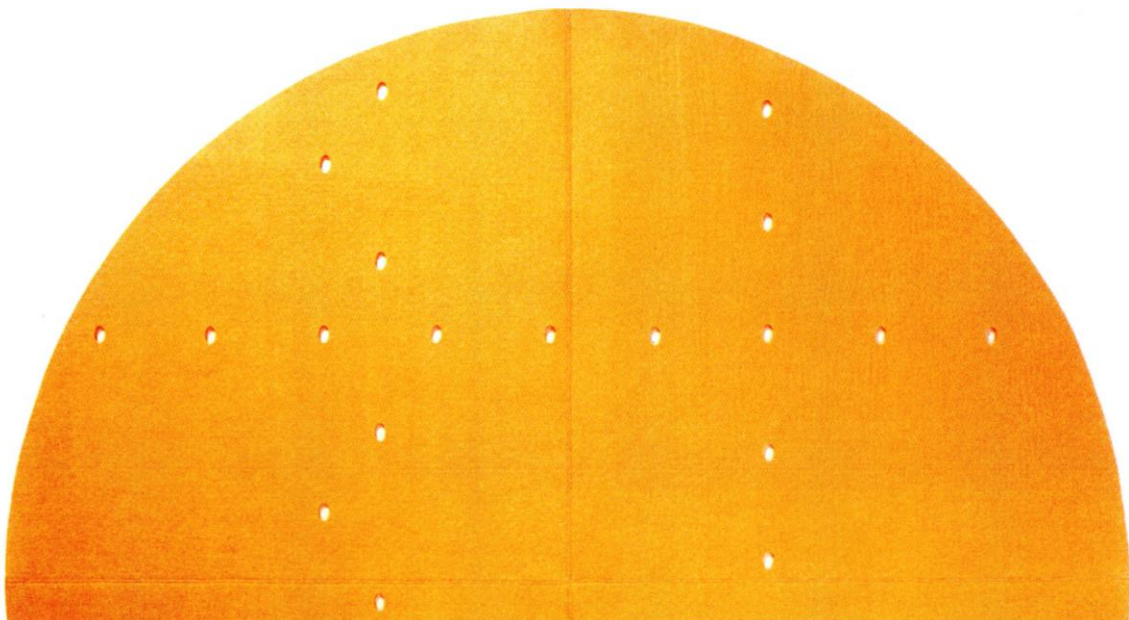


폴쿠 카펫 | THE POLKU CARPET

폴쿠 카펫은 뉴질랜드산 양모로 제작되지만 디자인이나 방직, 염색과 같은 실질적인 작업은 핀란드에서 이루어 집니다. 무엇보다도 염색과 마감작업의 원료선택에 있어서 환경에 해로운 물질을 피하는 것에 특별한 관심을 기울여왔습니다. 카펫의 생태학적 특성과 교감 그리고 복유럽의 자연스러움이 어우러져 어느 장소에나 잘 어울리는 제품이 탄생하게 됩니다. 카펫 중간에 동물의 발자국 모양으로 난 구멍 디자인에서도 이 제품의 생태학적 접근을 볼 수 있습니다.

The Polku carpet is made of New Zealand wool, but the actual work in terms of design, weaving and dyeing is carried out completely in Finland. In the choice of materials for dyeing and finish, particular attention has been paid to avoiding environmentally hazardous substances. The ecological basis of the carpet, its sympathetic feel and Nordic naturalness make it well-suited to its locations of use. The perforated visual design resembling the tracks of an animal is also suited to the ecological approach of the product.

2001년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사: 벵소디자인 디자인: 투투 실란페, 엘리나 후오타리
Fennia Prize 2001 (Pro Finnish Design) / Honorary Mention | Company: Verso Design Ltd. Design: Tuttu Sillanp, Elina Huotari





One40 보트 | ONE 40 SAILING BOAT

One40 보트의 갑판 높이는 4.5미터이지만, 수면으로부터는 2.6미터 높이에 지나지 않습니다. 길고 좁은 뱃머리와 이러한 특징들이 결합되어 어떠한 조건에서도 보트를 빠르고 쉽게 조정할 수 있습니다. 갑판과 식당, 객실은 항해 중에도 편안함과 안락함을 제공하며 모든 공간이 자연스럽게 연결되어 있습니다. 바다 위에서의 생활을 보다 편리하게 하는 다양한 시설들, 그리고 조명과 밝은 인테리어는 유쾌함과 안락함을 제공합니다.

At deck level One 40 has a beam of 4.5 metres, but only 2.6 at the waterline. Combined with a long and narrow bow, these properties make the boat fast and easy to handle in a variety of seas and conditions. The deck, saloon and cabin space merge smoothly while still providing space for privacy and lounging even while sailing. The light and well-lit interior is pleasant and comfortable, containing a variety of details that make life at sea easier.

2001년 페니아상 수상제품

제조사: 원그룹 디자인: 구이 뢰그렌

Fennia Prize 2001 (Pro Finnish Design) Winner

Company: One Group Ab Design: Guy Loengren

비버 수확기 | THE BEAVER HARVESTER

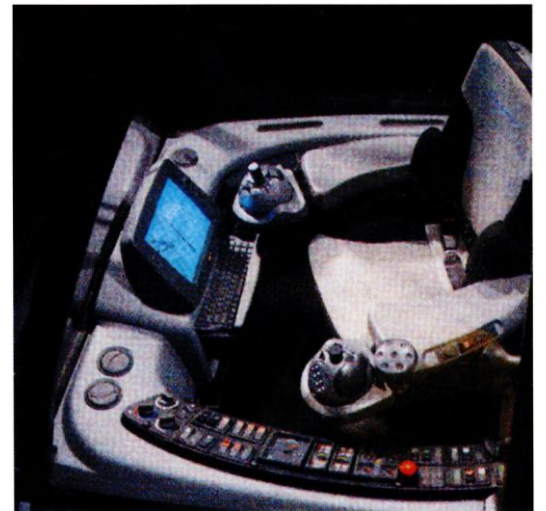
비버 수확기는 장기간의 디자인과 제품개발 과정을 거친 결과물입니다. 이 수확기는 새롭게 개선된 제어시스템과 성공적으로 디자인된 조종실, 구조적인 특성과 외관을 전반적으로 잘 결합하였습니다. 비버 수확기에서 디자인은 부가치가 아니라 필수요소입니다. 비버제품이 지니고 있는 이 같은 유용성과 신뢰성은 디자인과 첨단공학의 결합으로 이루어진 것입니다.

Designed for thinning and final felling work, the Beaver harvester is the result of an extensive process of design and product development. The harvester has a revised system of controls, a successfully designed cockpit interior, and an overall design combining structural features and exterior appearance. In the Beaver harvester, design is not only added value but also a necessity. The usability and reliability of the Beaver is based on the collaboration of industrial design and engineering.

2003년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사: 폰세 디자인: 폰세제품개발팀, 테우보 카르보넨, 페카 린키네바

Fennia Prize 2003 / Honorary Mention | Company: Ponsse Plc

Design: Ponsse product development team with Teuvo Karvonen (Muototieto Oy) and Pekka Rinkineva (MalliDesign Ay)



오라스 수도꼭지 | ORAS FAUCETS

이탈리아 알레시와의 합작은 오라스의 디자인을 위한 전략적 선택이었습니다. 새로운 오라스의 수도꼭지는 세면대, 욕조, 기타 욕실설비 등을 포함하는 전체 욕실디자인 컨셉의 한 부분입니다. 감성적으로 호소하는 조형언어는 알레시 욕실디자인 전체 컨셉의 특징입니다. 오라스에서 제작한 새로운 수도꼭지 컬렉션은 흥미를 불러일으키는 강한 디자인적 특성을 지니고 있습니다. 조반노니의 디자인은 이 핀란드 욕실제품 제조업체의 제품들을 새롭게 보완하고 있습니다.

Cooperation with Alessi of Italy has been a choice of design strategy for Oras. The new Oras faucets are part of a total bathroom design concept including washbasins, bathtubs and other sanitary fixtures. An emotionally appealing language of form is characteristic of Alessi's total concept of bathroom design. The new collection of faucets by Oras is a range of products with a strong design identity that arouses interest. Design by Giovannoni complements the products of this Finnish manufacturer in a new way.

2003년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사: 오라스 디자인: 스테파노 조반노니, 오라스제품개발팀

Fennia Prize 2003 / Honorary Mention | Company: Oras Ltd Design: Stefano Giovannoni and Oras Product Development



노키아5210 이동전화 | NOKIA 5210 MOBILE PHONE

노키아 5210은 모든 이들이 인정하는 휴대전화기입니다. 스포츠나 야유회, 레저 등 활동적인 생활에 맞도록 디자인되었으며, 시각적이고 차별화된 외형과 성공적인 사용자 인터페이스 디자인은 제품의 완성도를 한층 더합니다. 유용성과 내구성이 뛰어나고, 그래픽도 명쾌하고 쉽게 읽힙니다. 얼룩이나 먼지에 쉽게 더러워지지 않는 외형 또한 디자인 기술의 혁신입니다.

Once you've seen, the Nokia 5210 mobile phone you will always recognize it. It is designed for an active lifestyle of sports, outdoor recreation and leisure activities. The Nokia 5210 mobile phone has a distinct visual appearance and well-designed user interface, making it a carefully planned and finished product. The properties of usability and durability are excellently realized in the Nokia 5210 phone. A particular achievement of product graphics is the clarity and readability of the display. The splash and dust-proof cover is an innovation of design technology.

2003년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사 : 노키아 디자인 : 자르모 레토넨
Fennia Prize 2003 / Honorary Mention | Company: Nokia Plc. Design: Jarmo Lehtonen



HDW-2 노키아 무선헤드셋 | HDW-2 NOKIA WIRELESS HEADSET



최근 노키아는 근거리무선통신기술인 블루투스를 적용하여 이동전화 기능을 보완한 무선헤드셋액세서리 HDW-2를 출시하였습니다. 이같이 최신 기술을 반영한 결합형 소형제품은 높은 수준의 디자인을 요합니다. 디자인은 모든 디테일에 적용됩니다. 이 제품의 디자인은 부드러움을 강조하며, 유연한 플라스틱 부품을 사용함으로써 모든 귀의 형태에 잘 맞도록 제작되었습니다.

Nokia has recently introduced the wireless HDW-2 headset accessory, employing bluetooth technology and complementing the functions of the mobile phone. This product is physically small in size and represents the latest technology. This combination places high demands on design. The design is justifiable down to all its details. It represents subdued design, and the use of flexible plastic parts and the shape of the piece makes the device suitable for all ears.

2003년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사 : 노키아 디자인 : 잔-마크 헤링
Fennia Prize 2003 / Honorary Mention | Company: Nokia Plc. Design: Jean-Marc Hering

교통정보관리 드라이브터미널 | TRAFFIC INFORMATION MANAGER DRIVE TERMINAL

버스컴은 대중교통수단의 신속한 요금징수 방식과 승객의 흐름을 좀더 정확하게 파악하기 위한 정보관리시스템을 생산합니다. 드라이브터미널은 요금징수와 교통계획에 필요한 정보를 제공하는 컴퓨터입니다. 드라이브터미널의 컬러액정과 독특한 키보드는 인체공학적으로 디자인되었습니다. 드라이브터미널은 특별한 연구 과정을 거친 엄밀한 형식 언어를 사용하여 약 15년 간 사용이 가능합니다.

Buscom produces information management systems for public transport permitting faster collection of fares and more detailed monitoring of passenger flow. The driver terminal is a computer for fare collection, which also provides information for traffic planning. The colour display and distinct keyboard of the driver terminal are ergonomically designed. A studied and restrained language of form is necessary, as a driver terminal can be in use for up to fifteen years.

2003년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사 : 버스컴 디자인 : RPC그룹
Fennia Prize 2003 / Honorary Mention | Company: Buscom Oy Design: RPC Group Ltd.



〈에센스〉 유리제품은 아마도 다이내믹과 패셔너블이라는 단어로 가장 잘 표현될 것입니다. 알프레도 베를리가 디자인한 이 제품들은 새로운 정찬 문화와 이탈리아의 국제화된 브랜드 전략을 표현하고 있습니다. 유리제품에 흔히 사용되어 왔던 둥근 형태를 원뿔형으로 대체하였고, 이것을 물병과 유리잔에 모두 적용하였습니다. 이탈리아의 〈에센스〉 유리제품들은 편안하게 휴식할 수 있는 정찬문화의 개념을 성공적으로 반영합니다.

Dynamic and fashionable are the words that seem to describe the Essence collection of glassware. Designed by Alfredo Hberli, the collection expresses a new culture of dining and iittala's internationalized brand strategy. The range of products is distinguished among wine glasses. The traditional round form has been replaced by a completely new expression, a conical form that is repeated in the carafe and stemware. The Essence collection by iittala successfully reflects the concept of a relaxed culture of dining in comfort.

2003년 페니아상/ 오너리멘션상
 제조사 : 이탈라 디자인 : 알프레도 베를리
 Fennia Prize 2003 / Honorary Mention
 Company: iittala Design: Alfredo Hberli



릴스 디자이너컬렉션 | RIL'S DESIGNER COLLECTION

릴스는 디자이너 리트바-리사 포자라이넨이 만든 패션브랜드입니다. 이 브랜드는 짧은 기간 안에 대중의 인지도를 얻으면서 급속한 판매성장을 보여주었습니다. 릴스디자인은 현대 여성에게 멋있고 우아한 디자인을 제공하기 위해 신중하게 타깃 층을 공략하여 국내외적으로 큰 성공을 거두었습니다. 이는 성공적인 마케팅과 차별화된 판로개척을 통해 이루어진 것입니다.

Ril's is a fashion brand profiled according to designer Ritva-Liisa Pohjalainen. In only a few years, it has seen a rapid growth of public awareness and sales. Ril's has succeeded in focusing its fashion design on a carefully selected target group, with the objective of designing and providing style and elegance for modern women. In this area Ril's has made a breakthrough both domestically and internationally. Its success is based on effective marketing and a distinct sales outlet concept.

2003년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사 : 릴스 / L-패션그룹 디자인 : 리트바-리사 포자라이넨
 Fennia Prize 2003 / Honorary Mention | Company: Ril's / L-Fashion Group Ltd. Design: Ritva-Liisa Pohjalainen



시로 의자 | SIRO CHAIR

사무실 인테리어에 있어서 모벨만의 절제되고 시간성을 초월한 보편적인 접근 방식은 유행의 변화에 민감하게 반응하지 않는 것으로 널리 인정받고 있습니다. 〈시로〉 의자는 표현적인 디자인으로 주목을 끌기보다는 구조와 명쾌함이 매력인 제품이며 구조와 디자인에서 모두 뛰어납니다. 목재로 제작된 앉는 부분과 금속부분이 세심하고 정밀한 작업을 거쳐 결합되었습니다. 이러한 결합 구조로 인해 의자가 조각적으로 보이기도 하고 쉽게 포개어 보관할 수도 있습니다. 철저한 연구와 정밀한 디자인으로 탄생된 이 제품은 탁월한 인공구조물의 결정체입니다. Mobel's subdued and timeless matter-of-fact approach to office interiors is widely recognized and respected because the products withstand changing trends. The Siro chair does not attract attention through expressive design, but with its construction and clarity. Quality is present in both the structures and design of the chair. The metal parts are joined to the wooden seat through careful, precise work. The joint is a sculptural eye-catcher in the chair and also a solution for joining the chairs in rows and for stacking them with ease. Studied and thought-out in their design, these products are a crystallization of artefactual architecture.

2003년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사 : 모벨오리지널디자인 디자인 : 주코 재르비살로
 Fennia Prize 2003 / Honorary Mention | Company: Mobel Original Design Design: Jouko Jaervisalo



시테리오 식기구세트2000 | CITTERIO COLLECTIVE TOOLS 2000

실용성과 디자인은 해만 식기제품의 핵심 컨셉입니다. 안토니오 시테리오가 디자인한 식기제품들은 서빙스푼, 케이크서버, 서빙집게, 병따개 등으로 구성되어 있습니다.

Practicality and design have been a core concept of the Hackman tools cooking and tableware products ever since their inception. Antonio Citterio's set of tableware and utensils consists of a serving spoon, a cake server, serving tongs, and a bottle-opener.

2001년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사 : 데지노르, 해만 디자인 : 안토니오 시테리오
Fennia Prize 2001 (Pro Finnish Design) / Honorary Mention
Company: Designor Oy Ab, Hackman Design: Antonio Citterio, Harri Koskinen, Ross Lovegrove



바이오허트 E-라인전자피펫 | THE BIOHIT E-LINE ELECTRONIC PIPETTE

이 피펫(극소량의 액체 등을 재거나 옮기는 데 쓰는 작은 관) 제품은 극소량의 액체를 투약하기 위해 제작된 것입니다. 보통의 다른 실험장비처럼 색은 별다른 특성이 없지만, 눈금을 나타내는 문자나 표시만큼은 한 눈에 알아볼 수 있는 색을 사용하였습니다. 다양한 용도로 쓰일 수 있고 사용하기 편리한 제품입니다. 전기모터를 활용하여 주로 엄지손가락을 이용하던 피펫사용법을 보다 쉽게 개선하였습니다. 또한 기존 제품에서 한 번 사용하고 버리던 피펫의 끝부분이 이 신세대 제품에서는 전자식으로 되었습니다.

This product is intended for the precise dosage of small amounts of fluids. Like other laboratory equipment, these products come in neutral colours, but the printed text and markings showing volume employ colour coding facilitating observation. The product is versatile and user-friendly. Ease of use is further aided by the use of an electric motor for pipetting movements normally carried out with the thumb. Unlike in corresponding products on the market, the disposable tip of the pipette is removed electronically in this new-generation product.

2001년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사 : 바이오허트 디자인 : 페르티 엑홀름, 빌레 힌티카, 아리 루카넨
Fennia Prize 2001 (Pro Finnish Design) / Honorary Mention | Company: Biohit Plc. Design: Pertti Ekholm, Ville Hintikka, Ari Luukkanen



베라 의자 | THE VERA CHAIR

강철과 얇은 자작나무판으로 만들어진 굽은 형태의 가벼운 의자(베라)는 카페나 레스토랑 로비와 같은 공공장소에서 사용할 수 있으며 여러 겹으로 쌓아 보관할 수 있습니다. 등받이와 앉는 부분(좌판)을 구부러진 합판으로 만들어 미니멀한 디자인에 부채꼴 모양의 가벼움을 더했습니다. 코호넨 기업의 공정은 전통적인 장인정신과 숙련된 기술자, 기술개발과 혁신적 디자인의 성공적인 조화에 기초를 두고 있습니다. 코호넨에서 디자인은 이 시대 시장에서 요하는 제품차별화를 위한 가장 중요한 수단입니다.

Made of steel and birch laminate, the light-weight bent Vera chair is a stackable product for use in cafes, restaurants, lobbies and other public spaces. The bent plywood in the backrest and seat adds a fanlike lightness to the minimalist design. Korhonen's operations are still based on the successful combination of traditions of craftsmanship, skilled personnel, developing technology and innovative design. For Korhonen, design is the key to distinction necessary in the contemporary market.

2001년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사 : 후오네키타데라스 코호넨 디자인 : 티무 재르비/스튜디오 드나
Fennia Prize 2001 (Pro Finnish Design) / Honorary Mention
Company: Huonekalutehdas Korhonen Oy Design: Teemu Jaervi/Studio Dna



키스 의자 | THE KISS CHAIR

사리 안토넨이 디자인한 〈키스〉 의자는 공공시설용으로 만들어진 것입니다. 다채로운 색의 허리받침과 앉는 부분(좌판)은 유연한 폴리우레탄으로 제작되었고 간편하게 분리할 수 있습니다. 각각의 부분들을 여러가지 색과 형태로 결합하여 사용할 수 있습니다. 나사를 사용하지 않아 조립이 간편합니다. 색 선택의 폭이 다양할 뿐만 아니라, 의자의 전 부분을 재활용할 수 있는 환경친화적인 디자인제품입니다.

The KISS chair designed by Sari Anttonen is a chair for public facilities. The KISS chair's identically shaped colourful backrests and seats are of flexible polyurethane and can be removed by pressing. The various parts can be used for creating combinations of different colour and appearance. The frame does not employ screws, which makes assembly easy. There are many choices of colour and all the parts of the chair are recyclable- an example of new, environment-friendly design.

2001년 페니아상/오너러리멘션상 | 제조사 : 아르보피로이넨

디자인 : 사리 안토넨, 리스토 피로이넨, 마르쿠 헬레니우스, 타피오 후시

Fennia Prize 2001 (Pro Finnish Design) / Honorary Mention

Company: Arvo Piironen Ltd. Design: Sari Anttonen, Risto Piironen, Markku Helenius, Tapio Hussi



M71ti, M91ti 심장박동모니터 HEART-RATE MONITORS M71ti and M91ti

M71ti와 M91ti 심장박동모니터는 일반인 뿐만 아니라 운동선수가 사용 하기에 적합한 제품입니다. PC와 연결이 가능하고 간단한 작동만으로 사용자의 심장박동수에 따라 적당한 속도를 유지할 수 있습니다. 워밍업 하는 동안에는 심장박동의 정확한 측정에 기초하여 실제 운동에 필요한 적당한 범위의 심장박동수가 화면에 표시됩니다. 운동시간에 따른 칼로 리 소모량도 알 수 있습니다.

The M71ti and M91ti heart-rate monitors are suited to both leisure exercise and competitive training. Design permits a user-friendly solution for advanced technology including connections with PCs. By following one's own heart rate it is easy to maintain the right speed. It is not even necessary to know one's correct target rate, because the meter defines the right heart rate range for the exercise session during the initial warm-up. This is based on an accurate monitoring of the heart. During the exercise it is also possible to follow calorie consumption in real time.

2001년 페니아상/ 오너리멘션상

제조사 : 폴라일렉트로

디자인 : 파시 비하바인 / 무오토일루토이미스토 린자, 일카 론카이넨 / 폴라제품개발팀

Fennia Prize 2001 (Pro Finnish Design) / Honorary Mention

Company: Polar Electro Oy Design: Pasi Vihavainen / Muotoilutoimisto Linja and Ilkka Ronkainen / Polar Product Development Team



E203전자고도계 / 기압계 THE E203 ELECTRONIC ALTIMETER/BAROMETER

E203 전자고도계와 기압계는 스포츠와 야외활동을 위한 기구로, 시간과 고도차, 기온과 기압을 측정하고 고도 상승, 하강비율, 방향 등을 기록합니다. 때에 따라서는 일기예보 기능도 합니다. 주머니에 넣거나 목에 걸어 휴대할 수 있는 E203의 디자인은 미적인 고려를 소홀히 하지 않으면서 동시에 사용자와 인체공학적 요구를 충족시키는 데에 초점을 두고 있습니다. 설명서를 따로 보지 않아도 될 만큼 사용방법이 쉽고 간단하며, 산악인, 도보여행자 등을 위한 새로운 기술을 흥미롭게 표현한 형태의 제품입니다.

The E203 electronic altimeter and barometer is a device for sports and outdoor exercise. It monitors time, differences in elevation, temperature and air pressure. It also records rates of descent and ascent and direction. Where necessary, it can even be used for minor weather forecasts. The E203 can be carried in the pocket or around the neck. The design focuses on the needs of the user and ergonomics without neglecting aesthetic considerations. The use of the device is easy to learn - even without reading the instructions - and its shape is an interesting expression of new technology serving mountain climbers, hikers and others.

2001년 페니아상/ 오너리멘션상 | 제조사 : 순토 디자인 : 킴모 페르누 / 순토, 마티 알로-세태래, 타피오 스토라이넨, 엘리스 세테르스트림, 오시 코르호넨, 카트린 그뢴홀름 / 순토제품개발팀

Fennia Prize 2001 (Pro Finnish Design) / Honorary Mention | Company: Suunto Plc. Design: Kimmo Pernu/Suunto Oy and Matti Aalo-Setäläe, Tapio Svolainen, Eelis Cederstroem, Ossi Korhonen and Katrine Groenholm/Suunto Product Development



코바 의자 | THE KOVA CHAIR

〈코바〉의자시리즈는 회의용의자와 안락의자 등 다양한 용도로 사용할 수 있는 작은 의자들로 구성되어 있습니다. 공공장소용으로 디자인 되었지만 가정에서도 사용할 수 있습니다. 이 의자의 새로운 기술적 특징은 유사한 여타 제품들에서 거의 사용되지 않았던 다공질(多孔質) 구조입니다. 함판으로 연결된 얇고 단단한 나무구조로 되어 가볍고 견고하면서 동시에 편안함을 제공합니다. 무게가 가벼워 사용하지 않을 때에는 쉽게 쌓아 보관할 수 있습니다. 가볍기는 하지만 무게를 잘 견딜 수 있다는 점이 강도실험을 통해 밝혀졌습니다.

The Kova series of chairs consists of a small chair for various uses, an all-purpose conference chair and an armchair. Kova is designed for public venues but can also be used in the home. A new technical feature is the chair's cellular structure, previously used only rarely in similar products. The thin solid-wood frame, lined with a plywood membrane is light, sturdy and offers a good seat. Owing to their light weight, the chairs are easily stacked when not needed. Strength tests show that the chair model withstands heavy use despite its apparent lightness.

1999년 페니아상 수상제품 | 제조사 : 모벨 디자인 : 주코 재르비살로

Fennia Prize 1999 (Pro Finnish Design) Winner | Company: Mobel Oy Design: Jouko Jaervisalo

FRANCE



Observeur du Design



옵세르뵈르뒤디자인(Observeur du Design)은 매년 산업과 전자, 레저, 운송 등의 분야에서 혁신적인 디자인을 선보인 제품을 선정하는 제도입니다. 국제적 경쟁에서 뒤지지 않고 차별화하기 위해 디자인이 반드시 필요한 분야라는 사실을 전 분야의 기업체에 인식시키고, 일반인에게는 구매력뿐만 아니라 물리적, 경제적, 사회적, 문화적 역량 등 광범위한 디자인의 가능성을 소개하며, 프랑스의 산업적 창조 역량을 국내외에 홍보하기 위해 제정되었습니다.

- 옵세르뵈르뒤디자인 시행 첫 해에는 디자인전문가나 디자이너, 산업체, 관련 기관들을 대상으로 제품을 공모하여 참가작 중 150 점 정도에 옵세르뵈르뒤디자인 라벨을 부여하고 전시하였습니다. 특별히 우수한 제품에 대해서는 '스타'를 부여하는데, '스타'를 받은 제품은 디자인의 우수성과 고품질을 인증 받은 제품입니다. 스타를 수여하는 심사기준은 사용자 편의성, 사용의 용이함과 인간공학적 고려, 형식적 완성도, 저렴한 가격, 천연 자원의 절약여부, 접근성 등으로 정리할 수 있습니다.

- Awarded by an independent jury every year, the stars are given to products that stand out for excellence of design and high standards of manufacture.
- Among the criteria applied in awarding the stars bestowed by the independent jury members, there are aspects such as improved user comfort, ease of use and ergonomics, formal and structural research, lower cost, economies of natural resources, and responses to emerging needs.



프랑스산업디자인진흥원 (이하 APCI: *agence pour la promotion de la création industrielle*)은 비영리조직으로, 국내외 디자인에 대한 경제적, 문화적인 접근을 통해 국내외 회원 및 파트너들의 협력에 힘입어 지난 20년간 프랑스 디자인의 진흥을 위해 활동해왔습니다. 디자인현장의 창조력을 자극하여 업체들과 일반인의 의사 결정에 영향을 미치고, 소비자의 디자인 의식을 높이는 것을 목표로 하고 있습니다.

- APCI는 파트너나 회원의 요구에 따라 혹은 자발적으로 공모전을 개최하거나, 국내/국제 프로젝트를 진행하고 있으며, 웹사이트를 통해 전문가와 학생들에게 최신의 정보와 조언 제공하기 위해 모든 지식을 동원하고 있습니다. 또한 세계 디자인의 흐름이나 유럽 및 프랑스에서의 디자인의 역할에 대한 이해를 돕기 위한 조사 활동을 전개하고 다양한 박람회와 세미나를 개최하고 있습니다.

- A non-profit making association, the *agence pour la promotion de la création industrielle* (APCI) has been developing tools and actions with its members and partners in France and abroad for the last twenty years which highlight the double, economic and cultural, approach to design in France and French design abroad.

- At the request of its partners and members, or on its own initiative, the APCI puts its know-how to work to carry out specific action, the most recent being viewable on its website. APCI offers and organizes the following: competitions, national and international projects, for professionals and students, surveys about quality and quantity that allow a better understanding of the world of design and its role in Europe and France, expositions and seminars, advice and a documentary resource centre for members.

옵세르뵈르뫼디자인상의 제정년도

1999년

제정 이후 총 개최 횟수

5회

주요목적

가장 큰 목적은 혁신성이 돋보이는 굿디자인 제품에 상을 수여하는 데 있다. 더불어 프랑스 회사에 디자인의 중요성에 대한 자각을 증진시키고 프랑스 디자인을 해외에 홍보하기 위한 목적도 있다.

조직과 부문

부문은 없다. 선정위원회가 받아들이는 후보작들은 모두 전시된다. 심사위원은 가장 뛰어난 응모작을 선정하고 여기에 '별점'을 매겨 특별 논평을 한다.

출품 마감 시한과 시상식 개최

출품 마감 시한은 7월말이며 시상식은 11월 중순에 열린다.

심사위원

약 20명의 심사위원들이 수상작을 선별한다. 이들은 각 분야에서 혁신성을 인정받은 인사들로서 디자이너는 물론 지적 자산을 보유한 전문가, 지속가능한 발전을 다루는 전문가, 백화점 전문가, 기자 등으로 구성되어 있다. 2003년에는 외국인 심사위원이 한 명도 없었다. 그리고 심사위원의 약 30퍼센트는 디자인 이외 분야에서 활동하는 인사로 구성되어 있다. 심사위원은 부문별로 나뉘어지지 않으며 대개 7월 말경에 선출된다. 심사위원 명단은 세심한 선별 과정을 거친 후에 공개된다.

심사 기준과 과정

심사 과정은 1차 심사와 최종 심사에 각각 하루씩 주어진다. 심사위원단이 제품에 대해 고려하는 요소는 다음과 같다. 사용자 편의를 고려했는가, 편리한가, 안전한가, 인체공학적인가, 형태 연구는 어떠한가, 지각신경적으로 접근하고 있는가, 비용을 절감했는가, 천연 재료를 사용하고 있는가, 모든 이들에게 쉽게 다가갈 수 있도록 만들었는가 등이다. 또한 제품이 새로운 영역에서 출현하는 요구에 부응하는지 여부도 고려 사항 중 하나이다. 신청한 응모작들은 1차 심사위원단이 팀을 이루어 먼저 조사를 하고 부문별로 분류한다. 심사위원단이 응모작들을 살펴보고 최종 선별을 통해 후보작을 결정하는데, 이 모든 절차는 시상식 한 달 전에 이루어진다. 심사위원단은 투표를 통해 수상 제품을 결정하며 최종 선택에 앞서 다시 한번 점검을 한다.

응모

평균 200점의 제품이 공모전에 출품된다. 응모작은 프랑스 내에서 디자인되고 제조되며 판매되는 것이라야 한다. 외국 회사의 경우 이 같은 조건 중 하나를 충족시킬 경우에만 응모할 수 있다. 2003년에 응모한 회사들의 16퍼센트가 외국 회사였다. 그리고 응모작의 약 20퍼센트가 수상자로 선별된다.

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

상금은 주어지지 않지만 언론에 많이 소개된다. 또한 2개 국어로 만든 수상작 카탈로그를 대대적으로 배포한다. APC는 시상식이 있는 이듬해에 해외전시, 사례연구, 디자인 가이드 등 다각적인 홍보활동을 통해 수상 제품들의 특성을 소개한다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

수상 제품과 회사는 일반 소비자들에게 소개되며 잡지와 신문에서도 대대적으로 기사화된다. 또한 대중 교통수단에 광고된다.

What year was the award established?

1999

Since then, how many times has the award been held?

Five times

What is the main purpose of the awards?

To award good design practices, mainly linked with innovation, to increase design awareness of French companies and promote French design abroad.

Award Structure

There are no award categories. The nominees, accepted by a selection committee, are all presented in a big exhibition. A jury selects the most remarkable entries and give them "stars" and special mentions.

When is the deadline for submissions and when is the award ceremony held?

The deadline for entries is at the end of July and the award ceremony is held in mid-November.

Jury

About 20 jurors take part in the award selection. They represent the whole range of partners in the innovation process: designers, experts in innovation, intellectual property, sustainable development, department stores, journalists. In 2003, there were no foreign members on the jury, and about 30 percent of the jury is made up of persons whose area of expertise is outside the field of design. The jurors are not divided into different categories and they are usually selected at the end of July. The identity of the jurors is disclosed after the deliberation process.

Judging Standards and Process

The judging process takes one day for a preliminary selection committee and one day for the final jury. In judging the products, the jury considers the following factors: increase in user comfort, ease of use, safety, ergonomics, formal research, sensorial approach, reducing costs, respecting natural resources, accessibility for all, and whether the product responds to emerging needs in new areas.

Entry applications are reviewed by the team and organised into groups.

A selecting committee takes place a month prior to the awards to review the entries and to determine whether or not they will be nominated for the final selection

The jury reviews the final selection to determine the winning products, through a vote.

Entries

Usually, an average of 200 products are submitted for the competition.

Entries must be designed, manufactured, or sold in France; foreign companies may enter the competition only if they meet one of these criteria. In 2003, 16% of the companies that submitted entries were foreign companies. About 20 percent of the entries are selected as winners.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

There is no cash prize but strong press coverage. The bilingual catalogue is largely disseminated. The APCI also features the products in all its promotional activities during the following year (exhibitions abroad, case studies, design guides).

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

The products and companies receive large press coverage in consumer and professional magazines and newspapers. Advertising in public transport.

마크뉴슨 주방용품세트 | RANGE OF KITCHEN ARTICLES MARC NEWSON

테팔은 이 제품 분야에서는 최초로 삼단계로 재료를 사용하였습니다. 가장 안쪽에는 내구성이 강한 스테인리스, 다음으로 표면 전체에 열을 골고루 전달하는 두꺼운 알루미늄층, 그리고 가장 바깥쪽에는 강철 스테인리스를 사용하는 삼중구조로 되어 열전도를 원활하게 하였습니다. 또한 손잡이는 합성수지 베이클라이트를 사용하여 인체공학적으로 설계하였습니다. 테팔은 최상의 편리함을 제공한다는 회사의 전통을 따라 사용의 편의를 높이기 위한 재료 관련 지식을 더함으로써 고품질의 제품을 탄생시켰습니다.

For the first time in this type of product, this range uses three layers of materials - first, an inside layer of high resistance stainless steel, second, a thick layer of aluminium to ensure excellent heat distribution throughout all surfaces, and third, an exterior made from ferric stainless steel - to make the utensils compatible with all heat sources, including induction. The ergonomic handle is made of Bakelite. TEFAL has put its knowledge of materials to good use, making a quality product, following the company tradition of providing a maximum comfort of use.

2004년 옵세르브르되디자인 스타상 | 제조사 : 테팔 디자인 : 테팔
Observer star 2004 | Company: TEFAL Design: TEFAL



퀵업 맥주병따개 | QUICK'UP BEER BOTTLE OPENER

브루노 테페가 과거 바텐더로 일한 경험을 바탕으로 디자인한 제품으로, 간단하게 크롬 처리된 고리 부분이 병 입구에 완벽하게 맞도록 디자인되었습니다. "조개껍질"이라고 말하는 윗부분을 열가소성 혼합재로 만들어 사용에 편의를 더했습니다. 이 제품은 EDDS 에이전시와의 협력을 통해 완성되고 상품화되었습니다.

Invented by Bruno Teppe, an ex-barman, the ring has a chromed zamac base, chosen for its strength, which fits over the bottle top superbly. The upper part, known as "the shell", is made from composite thermoplastic, making it comfortable to use. The agency EDDS helped the inventor during the finalisation, construction, and industrialisation of this object.

2004년 옵세르브르되디자인 스타상 | 제조사 : 퀵업 디자인 : EDDS
Observer star 2004 | Company: Quick'Up Design: EDDS



달 램프 | THE DAL LAMP

<달>은 바이올렛이 디자인하고 판매하는 "살아있는" 램프입니다. 바이올렛은 주위 환경에 민감하게 반응하면서 고요한 대기 속에서 정보를 전달하는 사물에 관심을 가지고 이와 관련한 환경지식문제해결방식을 개발하는 디자인 회사입니다. 이 램프는 무선으로 인터넷과 연결되어 일기예보, 주식정보, 오염 등의 수신정보에 따라 색이 변화합니다. 또한 감성적 메시지도 발신하는데, 예를 들어 텍스트 메시지를 받았을 경우에는 빨간색으로 변하게 됩니다.

Dal is a "living" lamp designed and sold by Violet, a company whose vocation is to develop ambient intelligence solutions with objects that are sensitive to their environment, giving information in a serene atmosphere. The lamp is connected to the Internet via a cordless connection and reacts to the information it receives (the weather forecast, the stock exchange, pollution) by changing colour. It also gives emotional messages: it becomes red when it receives a text message.

2004년 옵세르브르되디자인 스타상 | 제조사 : 바이올렛 디자인 : 인프로세스
Observer star 2004 | Company: Violet Design: In Process



연인	Lover
유연한 생김새	Supple shape
동글게 말아 올리고	That rolls up
구르고	And rolls out.
몸을 동글게 모았다가	Roll yourself up
다시 펴고	To stretch out
긴장을 풀고	And relax.
구르고	Roll out
말아 올려	To curl up
비틀고	Intertwine
기진맥진해져	Become languid
다른 눈으로	To find each other together
서로를 마주하는	Differently.

- 디자이너 파스칼 무르게

Pascal Mourgue

연인 안락의자 | DORMEUSE LOVER

자가안전 고정장치가 있는 의자 등받이의 새로운 접합시스템이 등장하면서 오랫동안 일정한 형태를 유지하는 “고정” 발포체의 사용이 가능해졌습니다. 이는 기술적 변화 안에서 디자인의 발전 방향을 보여주는 예입니다. 완전히 펼쳐지는 신소재 섬유 커버로 되어 있으며 현재 빨강색, 자홍색, 보라색, 검정색, 진회색, 회색, 흰색 등 총 7가지 색상이 출시되어 있습니다.

A new system of joints in the self-locking backrest allows the use of a “memorising” foam that keeps its shape over time, thus illustrating the role of design in the transfer of technology. The new textile covering is 100% extensible and comes in seven different colours: red, fuchsia, violet, black, anthracite, grey, and white.

2004년 옵세르브르디자인 스타상 | 제조사 : 리뉴 호제 디자인 : 파스칼 무르게
 Observateur star 2004 | Company: Ligne Roset Design: Pascal Mourgue



에버네스트 페이퍼

EVANESCENT POWDERED PAPER

이 최고급 품질의 종이는 빛에 반응하면서 색이 변화하도록 특수 제작되었습니다. 보는 위치에 따라 다양한 파장을 반사하는 안료를 사용하여 화려한 색과 반짝이는 효과를 만들어내고 있습니다. 디자이너와 커뮤니케이션 디자인회사의 요구를 모두 충족시키고 있는 제품입니다.

High quality paper, which has been specially treated to play with light and transform colours. Pigments make it possible to reflect different wavelengths depending on the viewpoint, giving a colourful and shimmering effect. It meets the needs of designers and communication agencies.

2004년 옵세르브르디자인 스타상

제조사 : 티비에르제 앤 코마르 디자인 : 티비에르제 앤 코마르

Observateur star 2004

Company: Thibierge & Comar Design: Thibierge & Comar



펄사 CL8 텔TV 파워서지프로텍션

PULSAR CL8 TEL TV POWER SURGE PROTECTION

강력한 기능의 이 파워서플라이는 멀티플러그로 전류의 과부하에 민감한 모든 전자제품을 보호합니다. 개인용 컴퓨터와 주변기기, 텔레비전, 비디오, 홈씨어터 등 모든 가정용 전자 제품에 사용할 수 있습니다.

This uninterruptible power supply is also a multi-plug and protects all sensitive electronic equipment from power surges. PCs and their peripheral devices, TV, VCR, home cinema, home automation, etc.

2004년 올해의브로워디자인 스타상 | 제조사 : MGE UPS시스템즈 디자인 : 슈나이더전자

Observer star 2004 | Company: MGE UPS systems Design: Schneider Electric



라씨 데이터뱅크 | LA CIE DATA BANK

최대 40Gb 용량까지 담을 수 있는 소형 하드드라이브로 USB 2.0과 FireWire 400으로 연결이 가능합니다. 마치 벨투어 여행용주머니에 살짝 들어가는 금괴를 연상시키는 형태입니다. "Data Bank"라는 상품명이 금속판 위에 새겨져 있습니다.

Compact hard drive, holding up to 40Gb of data equipped with USB 2.0 and FireWire 400 connections, that comes in the symbolic shape of an ingot that slips into a velour travel pouch. The name "Data Bank" is engraved into the metal.

2004년 올해의브로워디자인 스타상 | 제조사 : 라씨 디자인 : 포르쉐디자인

Observer star 2004 | Company: La Cie Design: Porsche Design GmbH



라씨 D2 U&I 하드드라이브 | LACIE D2 U&I HARD DRIVE

200Gb 혹은 500Gb 용량의 하드드라이브로 FireWire 800과 USB 2.0으로 연결이 가능합니다. 엄선된 금속 혼합물이 열 분해를 촉진할 뿐 아니라 송풍기 없이 조용하게 작동하도록 하면서 하드드라이브의 수명을 연장시킵니다. 모듈식으로 된 이 드라이브는 이동 소켓을 사용하기 때문에 눕히거나 세워서 자유로이 사용할 수 있습니다. 19인치 선반이나 책상 위에 드라이브를 설치할 수 있는 킷이 별도로 판매됩니다.

200Gb or 500Gb hard drive equipped with FireWire 800 and USB 2.0 connections. The mix of metals chosen encourages better heat dissipation, allowing silent operation without a ventilator and also prolonging the life of the hard drive. Being modular, these drives can be used horizontally or vertically thanks to a removable socket. A separately sold kit permits the drive to be installed in a 19" rack or in a desk.

2004년 올해의브로워디자인 스타상 | 제조사 : 라씨 디자인 : 닐 풀통

Observer star 2004 | Company: La Cie Design: Neil Poulton

마카론 전화기 | MACARON™ TELEPHONE

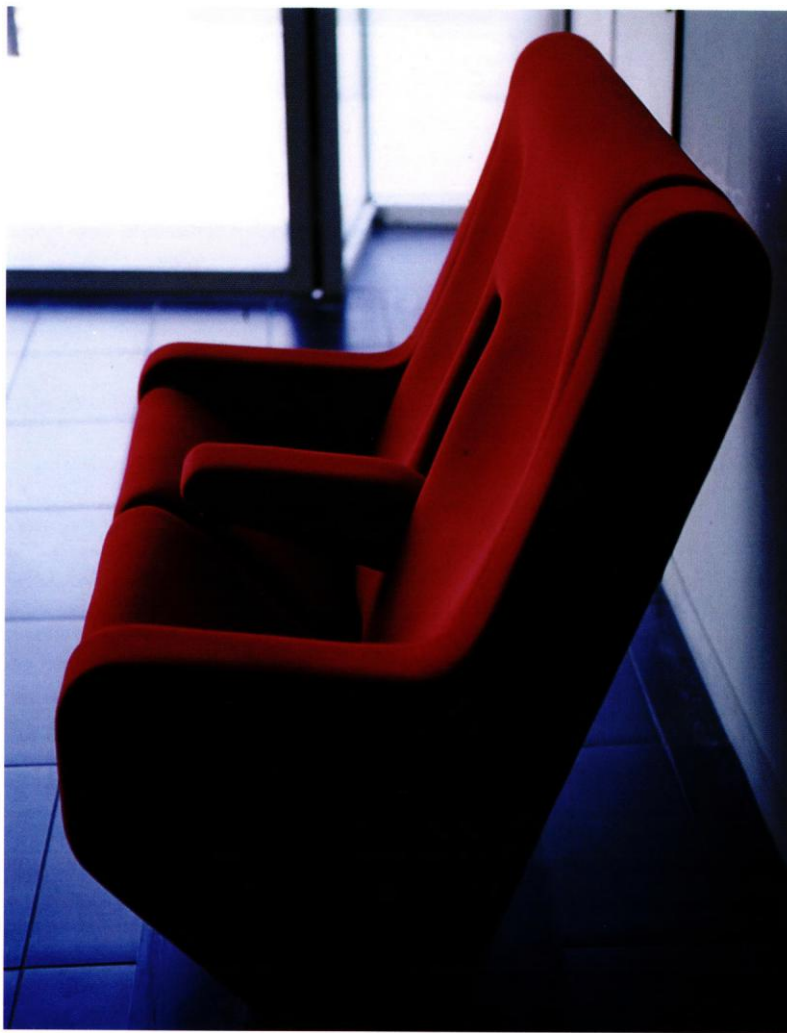
초소형의 이 무선전화기는 벨트에 고정시키거나 목에 걸어 휴대가 가능하며 핸드프리 모드나 이어폰만으로도 기본 100미터 반경 내에서 전화를 받거나 걸 수 있습니다. 전화기 앞면에 있는 하나의 버튼을 사용하여 미리 저장된 번호를 불러낼 수 있으며, 뒷면에 장착된 키패드를 사용하여 다른 번호로 전화를 걸 수도 있습니다. 이것은 기계에 대한 부담감 없이 남녀노소 누구나 쉽게 사용할 수 있는 전화기 디자인입니다.

This light, compact, cordless digital phone can be clipped onto a belt or worn from the neck. It can receive and transmit within a radius of 100 metres from its base in hands-free mode or with an earpiece. On its front facade a single button calls a pre-recorded number. On the back a keypad can be used to dial other numbers. It is design that makes you forget about technology and makes it easy to use for anyone, including the young and the not so young.

2004년 올해의브로워디자인 스타상 | 제조사 : 인벤텔 디자인 : 까이망디자인

Observer star 2004 | Company: Inventel Design: Caimand design





영화관용 커플석 | CINEMA SEAT FOR TWO

멀티플렉스 MK2 라이브러리 정비작업을 통해 영화관의 핵심요소인 좌석에 대해 다시금 생각해보는 계기가 마련되었습니다. 이 좌석은 그 결과 탄생된 제품으로, 연인석에 앉는 관객들에게 감동을 주게 됩니다. 좌석 사이에 있는 팔걸이를 들어올려 두 사람이 함께 앉을 수 있도록 디자인 되었습니다.

The fitting of the multiplex MK2 library was an occasion for re-thinking the key element of a cinema theatre: the seat. This cinema seat for two was created to inspire. By lifting the central armrest, two people can sit together.

2004년 옵세르브르뒤디자인 스타상

제조사 : MK2 디자인 : 크레오 에 마르탱 켄켈리

Observeur star 2004 | Company: MK2 Design: Kreo et Martin Szekely

접이식 경기장좌석 | REMOVABLE STADIUM SEAT

이 경기장좌석 제조회사의 목표는 기존의 경기장좌석 이미지에 안락함을 더하는 것이었습니다. 이러한 제품은 새로운 기법인 주입성형공법으로 제작되어 미적 쾌감을 더하는 한편 충분한 두께로 견고한 느낌을 주고 있습니다. 여러 가지 컬러로 출시되어 있습니다.

The objective for this company was to take the traditional image of stadium seating and to introduce a notion of comfort. The use of blowing, a new technology for this type of product, means that the seat feels solid thanks to its thickness, while still being aesthetically pleasant. A variety of colours are available.

2004년 옵세르브르뒤디자인 스타상 | 제조사 : 그로필렉스 디자인 : EDDS

Observeur star 2004 | Company: Grosfillex Design: EDDS



뜨랑스페르 | TRANSFERT: STORAGE AND HANDLING SYSTEM FOR GASTRONOMES TUBS AND GRILLS

전문 레스토랑 주방에서는 음식물을 보관하고 운반하기 위해 스테인리스로 제작된 식기운반대(트롤리)를 이용합니다. 식기운반대의 바퀴, 모서리, 이음새는 세척이 용이하지 않아 점점 까다로워지는 식품위생법 규정에도 맞추기가 어렵습니다. 뜨랑스페르는 스테인리스스틸 와이어를 입체적으로 구부려 만든 모듈타입의 저장고 겸 운반기구로, 기하학을 도입하여 제작된 각각의 모듈을 입체퍼즐처럼 쉽게 겹쳐 쌓을 수가 있습니다. '뜨랑스페르'는 기계세척이 가능한 최초의 식기운반대로, 작업장에 꼭 맞는 소박하고 효율적인 제품입니다.

In professional kitchens, cooks use stainless steel trolleys to stock and transport foodstuffs. With runners, angles, and multiple welds, these difficult to clean trolleys no longer meet the standards required by an increasingly demanding set of food hygiene regulations. This modular storage and transport system is made of a single stainless steel wire bent in three dimensions. The geometry obtained, a three-dimensional puzzle, means that modules, called 'Transferts', can be piled on top of each other, making an easy to handle pile. 'Transferts' are the first trolleys to be machine-washable. A sober and efficient design for products belonging to the workplace.

2004년 옵세르브르뒤디자인 스타상 | 제조사 : TSA 이녹스 디자인 : 3보르네 아르쉬텍테

Observeur star 2004 | Company: TSA Inox Design: 3 borne architectes



세닉II | SCENIC II

세닉 II는 가시성, 승차정원, 모듈 등 미니밴의 선구적 모델과 최초의 중급 소형 승용차가 지녔던 기본 규범에 충실한 제품입니다. "터치디자인" 접근방식을 통한 기능영역의 처리, 그리고 계기반 중앙에 기계를 사용함으로써 정보를 공유하여 주행을 편안하게 하고 만족스런 승차감을 제공합니다. 보닛 아래의 디자인은 전 세계적으로 기술적인 면과 정보 면 모두에 있어 고객의 눈을 만족시킬 수 있도록 설계되었습니다. 뒤쪽 창문이 열리는 유일한 소형 승용차입니다.

Scenic II confirms the standards of its predecessor, the first mid-range compact people carrier; visibility, capacity, and modularity. The treatment of functional areas with a "Touch Design" approach and information sharing due to instrumentation in the centre of the dashboard make this a friendly vehicle, dedicated to on-board pleasure. The design under the bonnet was globally treated in order to give value to the technology and information in the eyes of the client. It is the only compact people carrier with an opening rear window.

2004년 올세르브르튀디자인 스타상 | 제조사 : 르노 디자인 : 르노
 Observateur star 2004 | Company: Renault Design: Renault



TGV 인테리어 FUTURE INTERIOR OF THE TGV

정밀하면서도 포부에 찬 설계명세서를 통해 알 수 있듯이 SNCF 사의 도전은 과거를 극복하고자 하는 이들의 노력을 보여줍니다. MBD 디자인은 가장 혁신적이고 창조적인 해결방안을 찾기 위해 디자이너 크리스티앙 라크루아에게 좌석 제조회사 콤파스와의 협업을 제안하여 독창적인 아이디어를 나누고 결과를 도출하도록 하였습니다. 디자인팀은 새로운 여행의 목적을 상상하고 실제 여행을 통해 여행을 상향하면서 모든 사람들의 성격과 개성에 초점을 두고 작업하였습니다.

The challenge set out by the SNCF through their detailed and ambitious specifications showed their willingness to make a break from the past. In order to find the most innovating and creative solutions, MBD Design asked Christian Lacroix to bring together their creative ideas with Compin, a seat builder for passenger transport, to reply to the tender put out. The design team focused on the personality and individuality of everybody to imagine a new relationship with travel, a journey within a journey.

2004년 올세르브르튀디자인 스타상
 제조사 : SNCF, 콤파그 디자인 : MBD디자인, XCLX 크리스티앙 라크루아
 Observateur star 2004
 Company: SNCF, Compin Design: MBD design, XCLX Christian Lacroix

복스웨이 접이식전기휠체어

BOXWAY FOLDAWAY ELECTRIC WHEELCHAIR

장애인과 주변 사람들이 휠체어를 접고 운반하거나 휠체어를 작동시키면서 겪게 되는 여러가지 어려움을 고려한 제품입니다. 우선 일반 휠체어의 요소들을 통합하고 운반용 가방에 들어갈 수 있는 소형 접이식휠체어 컨셉을 탄생시켰습니다. 다른 휠체어들과 차별화된 산뜻한 디자인의 제품입니다.

The thoughts on the problems of folding and transporting a wheelchair from one place to another and the difficulties encountered during this operation by handicapped people and their entourage resulted in the concept of a compact folded product that fits into a carrying bag incorporating all the elements of a normal wheelchair. The design of this chair stands out from others in its sector due to its sporty nature.

2004년 옵세르브르뒤디자인 스타상 | 제조사 : 뉘퐁메디칼 디자인 : 포르메르디자인
 Observur star 2004 | Company: Dupont medical Design: Formare design



스푼 어번퍼니처 | SPOON URBAN FURNITURE

스푼은 테크닐룸과 알루미늄 주조법 및 변형법에 대한 특별한 노하우를 개발하였으며, 이는 극히 신중을 요하는 어번퍼니처 분야에서 특히 그 빛을 발하고 있습니다. 복잡하고 심지어 공격적이기까지 한 디자인에 대한 반작용으로 단순함과 외형적인 면에서의 유연성을 추구하고 있습니다. 가동에 접합되는 요소의 소재와 색상을 다양하게 선택할 수 있습니다.

Spoon develops the specific know-how of Technilum, moulded and shaped aluminium, in the particularly sensitive field of urban furniture. Simplicity and formal fluidity were sought in reaction to designs that are often complicated, even aggressive. The personalisation and variation of materials and colours was made possible by using elements that join together on masts.

2004년 옵세르브르뒤디자인 스타상 | 제조사 : 테크닐룸 디자인 : 티볼 데송브르
 Observur star 2004 | Company: Technilum Design: Thibault Desombre

와수 카누 | OUASSOU CANOE

해안여행을 위한 다용도 카누로 조종이 용이합니다. 뒤 가장자리에서 수영과 스노클링을 한 후 쉽게 다시 올라올 수 있도록 디자인되어 있습니다. 급류에서 카누의 선체는 초보자나 자유로운 스타일을 원하는 사용자들에 맞도록 자유롭게 변경됩니다. 측면의 차단기와 인간공학적으로 설계된 조종석으로 효율적인 컨트롤이 가능합니다. 컴팩트한 형태를 지니고 있는데다 무게도 가벼워 운반과 보관이 편리합니다.

Multi-purpose and fun canoe for coastal trips, easy to manoeuvre, with a rear skirt which allows the use of fins or snorkelling and makes it easier to get back on board. In fast waters its hull is adapted for beginners or freestyle. The thigh blockers and the ergonomic cockpit allow for efficient control. Its compact shape and reduced weight make transport and storage easy.

2004년 올세르브르워디자인 스타상 | 제조사 : 빅스포츠 디자인 : 프리쉬 앤 아소시에
 Observateur star 2004 | Company: Bic sport Design: Fritsch & Associés



트리보르 FLP500 물갈퀴 | TRIBORD FLP 500 FINS

매우 흥미로운 디자인의 이 물갈퀴들은 수중세계에서 영감을 얻어 제작되었으며 독특한 곡선 형태와 색의 결합을 보여줍니다. 데카트론사는 이 제품의 특허권을 얻으면서 경쟁시장에서 자사의 제품을 보호하는 하나의 범례를 제시하고 있습니다.

These fins have a particularly interesting design: they are inspired by the underwater universe due to an original combination of contours and colours. By protecting this creation with a patent, Décathlon has proceeded in an exemplary manner in order to protect its product in a competitive market.

2004년 올세르브르워디자인 스타상 / 프랑스국립산업재산국 스페셜멘션
 제조사 : 데카트론 디자인 : 데카트론
 Observateur star 2004 / Special mention from the INPI, Institut National de la Propriété Industrielle
 Company : Décathlon Design: Décathlon

롤러팩 배터리 | ROLLER PAC™ BATTERY

악산스는 일반적으로 많은 주목을 받지 못하는 제품 분야인 발전기 분야에서 독창적인 디자인을 개발해왔습니다. 이 제품은 악산스에서 제작한 휴대용 배터리로, 최근에 이루어진 환경친화적인 에너지 제품의 혁명(석유나 다젤이 아닌 가연성수소)을 앞서 실현하였습니다. 환경을 고려했다는 특징 외에도 소음이 없고 크기가 작고 수 증기를 만들지 않는 점이 큰 특징입니다.

The Roller Pac transportable battery is made by Axane (Air liquide). The company has developed an original design for a product category that normally is not given much thought: generators. This product prefigures the use of recent innovations in environmentally friendly energy production (combustible hydrogen rather than petrol or diesel). Its attractive environmental performance is coupled with advantages for the user as it is particularly quiet, compact, and emits no water vapour.

2004년 올세르브르워디자인 스타상 / 프랑스환경에너지보존국 특별 제안
 제조사 : 악산스 (에어 리퀴드) 디자인 : 파이디자인
 Observateur star 2004 / Special mention from the Agency for the Environment and Energy Conversation (ADEME)
 Company : Axane (Air Liquide) Design: Phi design





깨슈아 자가난방장갑 | QUECHUA SELFHEAT GLOVE

스스로 열을 발산하는 장갑에 숨겨진 아이디어는 매우 간단합니다. 손에 입김을 불어 넣는 상식적인 아이디어를 재해석한 것입니다. 장갑에 달린 작은 마개를 열고 입김을 불어 넣으면, 섭씨 36도의 공기가 장갑 전체에 골고루 퍼지면서 15분 동안 사용자의 손을 따뜻하게 해 줍니다.

The idea behind the self-heating glove is simple: reproduce the age-old gesture of blowing into one's hands to warm them up. You lift up a small cap and you blow! The air (36°C) spreads throughout the glove and warms up your hands for fifteen minutes.

2004년 옵세르브르튀디자인 스타상 | 제조사 : 데카트론 디자인 : 데카트론
 Observateur star 2004 | Company : Decathlon Design : Decathlon

HC4000워크스 스노우보드바인딩 HC4000 WORKS SNOWBOARD BINDINGS

매우 단단한 알루미늄 합금으로 제작된 발판의 중심 축 위로 끈과 스포일러가 부착되어 있습니다. 중심 축과는 달리 발판의 다른 축들은 유연성을 유지하고 충격을 흡수하며 탄성을 강화하기 위해 강화나일론 파이버글래스로 만들어졌습니다. RS 스노우보드용 신발과 동시 시판된 이 제품은 효율성이 높고 내구성 강한 신소재를 사용하여 편안함과 안전성을 높였습니다.

The transversal axes are made of a very rigid aluminium alloy on which the straps and spoiler are fitted. Conversely the other axes are made from nylon - reinforced fibreglass to maintain flexibility, shock absorption, and elasticity. The product, drawn up at the same time as the RS shoe, improves user comfort and security thanks to the choice of new high-performance and resistant materials.

2004년 옵세르브르튀디자인 스타상 | 제조사 : 로시뇰 스노우보드 디자인 : 인코니토
 Observateur star 2004 | Company: Rossignol snowboard Design: Inconito



RS 스노우보드용 신발 | RS SNOWBOARD SHOE

발 모양과 비슷한 형태 속으로 반쪽짜리 조개형태의 단단한 덮개 두 개와 보온성이 좋은 두 조각의 PVC를 집어넣어 아주 새로운 개념의 신발을 탄생시켰습니다. 이 신발은 유연성과 신축성이 좋으며, 조개형태 덮개를 감싸고 있는 열가소성 물질의 보강재를 통해 발에서 느끼는 충격이 스노우보드로 직접 전달됩니다.

Two half-shells injected in the shape close to that of the foot and stitch assembled via two pieces of heat-compressed PVC make a shoe with radically different behaviour: Supple and elastic, it transmits pressure from the feet directly to the snowboard thanks to thermoplastic reinforcements moulded over the shells.

2004년 옵세르브르튀디자인 스타상 | 제조사 : 로시뇰 스노우보드 디자인 : 인코니토
 Observateur star 2004 | Company: Rossignol snowboard Design: Inconito

KG486 자전거 | KG486 BIKE

KG486은 공기역학적인 면과 측면 견고함을 지닌 최고급 초경량 자전거입니다. 단일 프레임에 이용한 견고함은 압력에 따라 변화하며, 전도성, 유연성, 그리고 스프링 효과가 결합되어 있습니다. KG 486은 LOOK 브랜드의 강력한 파워를 보여주는 제품으로 미적인 면에서도 지금까지 시중에서 볼 수 없었던 강한 느낌을 줍니다. 2003년 '투르 드 프랑스' (프랑스도로일주사이클대회)에서 KG486을 탄 프랑스 제일의 사이클 선수 크리스토프 모로는 "나는 486의 디자인에 매료되었다."라고 말한 바 있습니다.

Top-of-the-range bike, ultra-light, aerodynamic, with a strong lateral rigidity. The one-piece frame's rigidity evolves depending on stress, combines the efficiency of transmission, flexibility, and a spring-like effect. The KG486 is aesthetically strong, breaking away from a certain tradition within the market. It's a strong indicator of the territory of the LOOK brand. "I fell in love with the design of the 486." Christophe Moreau, number one French rider in the overall positions of the 2003 Tour de France, on a Look KG 486.

2004년 옵세르브르뒤디자인 스타상 | 제조사 : 락사이클 F. 캐런 디자인 : 디자이너스아소시에
 Observateur star 2004 | Company: Lockcycle F.Carron Design: Designers Associés



리프트백 운반시스템

LIFT BACK PORTERAGE SYSTEM

배낭처럼 굴반 양쪽의 두 끈을 이용하여 조절할 수 있는 최초의 운반 시스템입니다. 한쪽 끈은 등 높이를 높이는 데에, 다른 쪽 끈은 낮추는 데에 사용됩니다. 양 끈을 이용하여 사용자의 키, 몸집, 사용시간, 운반환경, 짐의 무게에 따라 높이를 조절할 수 있습니다.

The first portage system that allows a rucksack-like adjustment, thanks to 2 straps on either side of the hips: one increases height on the back, the other reduces it according to height, morphology of the user, length of use, portage conditions, or the weight of the load.

2004년 옵세르브르뒤디자인 스타상 | 제조사 : 라퐁마 디자인 : 라퐁마
 Observateur star 2004 | Company: Lafuma Design: Lafuma

다트 빙산등반경주용 스파이크

DART ICEFALL CLIMBING COMPETITION CRAMPON

최고의 등산가들을 위한 스파이크로, 등산이라는 스포츠의 과격한 면을 보여주는 디자인입니다. 이 제품은 암벽 등반을 할 때와 큰 차이 없이 빙산을 등반할 수 있도록 도와줍니다. 공간절약형으로 창조된 새로운 바인딩 개념, 사이드락(Sidelock)은 초소형, 초경량으로 이 브랜드의 모든 스파이크에 사용되고 있습니다.

Crampon is for top-level climbers, and the design expresses the radical character of the sport. It allows the climber to apply movements from rock climbing to icefall climbing. To save space, a new binding concept has been created: the Sidelock, ultra-compact and light, now available on all the crampons of the brand.

2004년 옵세르브르뒤디자인 스타상 | 제조사 : 페츨 디자인 : 인코니토
 Observateur star 2004 | Company: Petzl Design: Inconito



띠어즈 라이너락세트

THIERS LINER LOCK RANGE

전통적인 프랑스 나이프 형태에 미국식 락킹시스템 '라인 락'이 도입된 제품입니다. 스프링을 눌러서 칼날을 펼치거나 접을 수 있도록 되어 있고 주머니에 휴대할 수 있는 포켓나이프입니다.

The American locking system 'line-lock' has been adapted to the traditional French knife shape: pressing on the spring unlocks the blade and closes the knife. The pocketknife clips onto the pocket.

2004년 옵세르브르튀디자인상 | 제조사 : 도조름 디자인 : 도조름
 Observateur du design 2004 | Company: Dozorme Design: Dozorme



라그랑담 프레젠테이션백 | LA GRANDE DAME PRESENTATION BAG

최고급 포도주를 선물할 때 사용하는 고품격의 가방으로, 세계 최초로 병을 똑바로 세운 상태에서 열 수 있도록 디자인되었습니다.

Presentation bag for this prestigious vintage in a luxury bag that, for the first time, allows the bottle to be opened standing up.

2004년 옵세르브르튀디자인상 | 제조사 : 뵈브 클리코 디자인 : 뵈브 클리코
 Observateur du design 2004 | Company: Veuve Clicquot Design: Veuve Clicquot



이리오 수업용현미경 | IRIO SCHOOL MICROSCOPE

이 현미경은 중고등학교 수업용으로 제작된 것으로 여러 혁신적인 기술을 통합하고 있는 제품입니다. 손쉽게 사용할 수 있고 유지 비용이 적게 들고 웬만한 충격에도 강하기 때문에 많은 학생들이 참여하는 실습 교육에 매우 적합합니다. 사용자와 교육용 도구에 어울리는 디자인으로 기획하였습니다.

Aimed at 'lycee' and 'college' classes, this microscope integrates many patented innovations which mean it can be used quickly, is cheap to maintain, and not vulnerable to rough handling; the priorities of teachers given the large number of pupils in practical lessons. This is a design approach that makes the users and teaching look good.

2004년 옵세르브르튀디자인 스타상 | 제조사 : 쥘린 디자인 : AEF
 Observateur star 2004 | Company: Jeulin Design: AEF



씨니엄 16:9 30인치 LCD스크린
30" 16/9eme SCENIUM LCD SCREEN

최소한의 기본구조 위에 얇은 평면스크린을 결합함으로써 물리적인 대상감을 최소화하였으며, 최고의 화질과 사운드를 제공합니다. 미니멀한 형태에도 불구하고 시각적으로는 견고한 느낌을 줍니다. 슬랩을 금속 내부에 넣은 것은 사용자에게 내구성에 대한 확신을 주기 위한 세심한 아이디어로 보입니다.

The flat screen minimises the physical object and reduces it to its bare bones; the highest quality image and sound possible. Despite this, it is still visually solid. The slab appears to be inset in metal discreetly behind it in order to reassure the user of its rigidity.

2004년 옵세르브르디자인 스타상 | 제조사 : 톰슨 디자인 : 톰슨
 Observateur star 2004 | Company: Thompson Design: Thompson



그녀를 위한 파코라반 | PACO RABANNE FOR HER

파코라반의 미니멀리즘 미학과 향수에 담겨진 여성성을 잘 결합한 이 향수 용기디자인에서는 미묘한 관능성과 건축적인 구조를 함께 느낄 수 있습니다.

The bottles combine the minimalist aesthetics of Paco Rabanne with the femininity of the perfume, keeping an architected structure, with subtle sensuality.

2004년 옵세르브르디자인상 | 제조사 : 파코라반 향수 디자인 : 상 드그레
 Observateur du design 2004 | Company: Paco Rabanne Parfums Design: Cent Degres



쉬즈 컵 | THE SUZE GLASS

쉬즈(Suze) 병과 완벽한 조화를 이루는 이 유리컵은 비어 있을 때조차도 가득 채워진 것처럼 보입니다. 이 컵으로 음료를 마실 때마다 유리컵의 윗부분에 양각으로 섬세하게 새겨져 있는 'Suze' 라는 글자를 대할 수 있습니다.

This glass goes perfectly with the Suze bottle. It appears full even when it is empty. A discreet 'Suze' in relief at the top of the glass can be seen on the lip at each sip.

2004년 옵세르브르디자인상 | 제조사 : 페르노 리카르 디자인 : 크레오 & 장 누벨
 Observateur du design 2004 | Company: Pernod Ricard Design: Kreo & Jean Nouvel

GERMANY



red dot design award



red dot design award

1955년 이래 독일 에센주 노르트라인베스트팔렌디자인센터(The Design Zentrum Nordrhein Westfalen)에서 매해 개최해오던 디자인공모전으로, 1992년부터는 '레드닷(red dot)' 이라는 새로운 이름으로 불리고 있습니다. 44개국 4200점의 디자인이 출품되고 있는 최대규모의 국제공모전으로, 제품디자인과 커뮤니케이션디자인 두 부문으로 나뉘어 운영됩니다. • “레드닷 상:제품디자인” 부문 출품작들은 디자인의 스타일과 혁신적 기술면을 비롯, 엄격히 규정된 기준 안에서 평가받게 됩니다. 노르트라인베스트팔렌디자인센터는 객관성과 공정성을 바탕으로 심사위원단을 해마다 다르게 구성하고 있는데, 선정된 심사위원들의 명성으로 인해 수상작의 국제적 명성과 레드닷상의 이름이 더욱 높아지고 있습니다. • The design prize of the Design Zentrum

Nordrhein Westfalen has a history dating back to 1955 when the annual award was started in Essen, Germany. But in 1992, the award gained a face: the "red dot." The name of the award was born then. Now, with nearly 4,200 entries from 44 countries, the red dot design award ranks among the largest design competitions worldwide. The competition is divided into two disciplines product design and communication design which are staged and adjudicated separately. • The "red dot award: product design" attracts entries

from all over the world. Design quality is crucial. The products are judged on the basis of established selection criteria, which are strictly applied to each entry. Styling and the implementation of innovative technology in design are assessed. An independent jury of well-known experts selects the high-quality design products from the large number of entries. The jurors decide which product is worthy to win a red dot, the prize which has come to be a seal of quality for outstanding design achievements.

● Design Zentrum Nordrhein Westfalen

노르트라인베스트팔렌디자인센터(The Design Zentrum Nordrhein Westfalen)는 유럽에서 가장 유서깊고 잘 알려진 디자인진흥기관 중 하나입니다. 1997년 세계적인 건축가인 노먼 포스터(Norman FOSTER) 경의 설계로 탄광의 보일러하우스를 개축하여 세워진 이 디자인센터에는 전 세계 수많은 문화, 건축, 디자인애호가와 관련자들의 발길이 끊이지 않고 있습니다.

1954년 설립된 노르트라인베스트팔렌디자인센터는 지난 12년간 디렉터인 피터 잭 교수의 주도 아래 기업, 디자인전문회사, 커뮤니케이션 및 멀티미디어 회사를 지원하는 국제적 디자인진흥기관으로 발돋움하였습니다. 디자인은 경제기술진흥의 핵심부분이며 기술혁신을 위해 노력하고 경쟁력을 증진시키는데 있어 없어서는 안될 필수요소라는 것이 바로 노르트라인베스트팔렌디자인센터의 기본 철학입니다.

• The Design Zentrum Nordrhein Westfalen is one of the oldest and most highly reputed design institutions in Europe. And not by chance. For it is also one of the most active design institutions. Housed in the redesigned boiler house of the Zollverein colliery, which is listed as a UNESCO World Cultural Heritage industrial monument, it is also a place of pilgrimage for enthusiasts of culture, architecture and design throughout the world.

• In the past 12 years, under the leadership of Prof. Dr. Peter ZEC, the Design Zentrum Nordrhein Westfalen has become an international communication and qualification centre for designers, the industry and the general public. The Essen-based institution regards design as an integral part of economic and technological promotion, and as an essential component in the striving for innovation and the encouragement of competition.

레드닷디자인상의 제정년도

1955년

제정 이후 총 개최 횟수

49회(매년 개최)

주요목적

굿 디자인을 증진하고, 디자인계 뿐 아니라 일반 대중에게까지 굿디자인을 보여주는 데에 있다. 주최측은 전시와 책, 그리고 인터넷을 통해 수상 내역을 알린다. 물론 수상자들은 효과적인 커뮤니케이션과 마케팅 도구로서 '레드닷'이라는 마크를 자유롭게 사용할 수 있다. 이는 회사와 디자이너들을 홍보하는 데 도움을 준다.

조직과 부문

레드닷디자인상은 다음과 같은 부문으로 조직되어 있다

- 1) 레드닷디자인상: 제품디자인 부문
거실과 침실/ 가정용품, 주방, 욕실/ 레저, 취미, 스포츠, 레저용 이동주택/ 건축과 환경/ 산업과 공예/ 공공부문과 교통/ 무역과 무역 박람회/ 의료 및 장애인 사회복귀/ 사무실과 운영/ 미디어와 가전제품/ 보석, 패션, 액세서리
- 2) 레드닷디자인상: 커뮤니케이션 디자인 부문
광고/ 코퍼레이트 커뮤니케이션/ 금융 커뮤니케이션/ 제품 커뮤니케이션/ 공공장소/ 유아 인쇄물 발행/ 텔레비전과 전자 미디어/ 문화와 스포츠/ 출판/ 멀티미디어

수상자의 수는 미리 정해져 있지 않고 응모작의 수준에 따라 선정한다. 좋은 제품이 스무 점이면 심사위원은 이 모두에게 레드닷디자인상을 수여할 수도 있다. 반대로 두 점밖에 좋은 제품이 없다면 단 두 점만이 수상하게 된다.

출품 마감 시한과 시상식 개최

- 1) 레드닷디자인상: 제품 디자인 부문
대개 2월 초에 응모작을 받으며 시상식은 7월 초에 열린다.
- 2) 레드닷디자인상: 커뮤니케이션 디자인 부문
4-5월 경에 응모작을 받으며 시상식은 11월이나 12월에 열린다.

심사위원

제품디자인 부문과 커뮤니케이션 디자인 부문에 각각 25명에서 27명의 심사위원이 있다. 심사 과정에서 심사위원들은 11개의 그룹으로 나뉘어 각 제품군에 따라 분류된다. 이는 각 제품군에 요구되는 전문 지식을 심사위원들이 갖출 수 있도록 하기 위해서이다. 각각의 단일 제품군마다 독립 디자인 전문가와 디자인 저널리스트 그리고 디자인 교수 등 세 명의 심사위원으로 구성된 심사위원이 팀을 이뤄 심사를 한다. 심사위원들은 국제적인 명성이 있는 디자인 전문가들로서 디자인 젠트럼 노르트라인 베스트팔렌 (Design Zentrum Nordrhein Westfalen)이 초대한 인사들이다.

최고의 객관성과 공정성을 보장하기 위해 심사위원들은 매년 바뀐다. 심사위원의 선별기준 또한 매우 까다롭다. 레드닷디자인상에서 심사위원이 자신이 디자인한 작품을 선정하거나 자신이 파트너십을 맺고 있는 클라이언트의 제품을 선정하는 것은 불가능하다. 심사위원의 약 60퍼센트는 외국인이며 이들 모두는 디자인 분야의 전문가이다. 심사위원에 대한 최종 선별은 심사 과정이 시작되기 직전에 이루어지지만 심사위원을 보호하는 차원에서 명단은 시상식이 끝난 이후에 공개된다.

심사 기준과 과정

응모작은 심사의 전문성을 높이기 위해 여러 제품군으로 나뉜다. 그래서 주최측은 각기 다른 3명의 심사위원에게 각 제품군에 대한 수상자 선별을 요청한다. 각 제품군은 25점을 넘지 않기 때문에 수상자들을 당일에 선정하는 것이 가능하다. 그러나 모든 응모작에 대한 선정 과정은 총 일주일 정도 걸린다.

최고의 객관성과 공정성을 보장하기 위해 심사위원은 해마다 바뀐다. "레드닷"의 수상자들은 다수결의 원칙으로 선정되지만 "레드닷 베스트 오브 베스트상"만큼은 만장일치로 선정된다.

응모

레드닷디자인상은 국제적인 상이다. 2003년에는 44개국에서 4,000점의 응모작이 접수되었고 응모작의 13.5퍼센트가 수상자로 선정되었다. 전년에 수상작으로 선정된 응모작의 비율을 보면 2002년에 13.4퍼센트, 2001년에 13.3퍼센트, 2000년에 10.4퍼센트, 그리고 1999년에 10.9퍼센트에 이른다.

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

커뮤니케이션 디자인 부문 레드닷 그랑프리 수상자는 1만 유로를 상금으로 받는다. 이는 유럽에서 커뮤니케이션 디자인에 수여되는 가장 높은 상금을 자랑한다. 커뮤니케이션 부문의 레드닷 주니어상의 수상자에게는 2,500유로가 상금으로 돌아간다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램 수상자에게 제공되는 마케팅 서비스는 다음과 같다.

- 1) 제조업체나 디자이너에게 증명서 발급
- 2) 기자 회견
- 3) 언론 및 일반대중 대상의 홍보
- 4) "레드닷" 레이블의 사용 허가
- 5) 레드닷디자인상 국제연감에 수록
- 6) 온라인 전시
- 7) 레드닷미술관에 상설전시
- 8) 레드닷디자인미술관 가이드 투어
- 9) 오프닝과 각종 이벤트에 초대
- 10) 이메일 뉴스레터 발송

What year was the award established?

1955

Since then, how many times has the award been held?

The award is held annually.

What is the main purpose of the awards?

The purpose is to promote good design and make it visible not only to the design community but also to the general public. We communicate the award through an exhibition, with a book, and via the Internet. The winners are also free to use the label "red dot" as an efficient communication and marketing tool. It helps in positioning the companies and designers on the market.

Award Structure

The award is organized into the following categories:

red dot award: product design

Living rooms and bedrooms; households, kitchen and bathrooms; leisure, hobby, sports and caravanning; architecture and the environment; industry and crafts; public areas and transportation; trade and trade fairs; medicine and rehabilitation; offices and administration; media and home electronics; jewellery, fashion and accessories.

red dot award: communication design

Advertising; corporate communication; financial communication; product communication; public space; printed valuables publishing; television and electronic media; culture and sport; publishing; multimedia

There is no fixed number of winners. The jurors select the winners depending on the quality of the entries. If there are 20 good products, they all might receive the red dot. If only 2 are worthy, only 2 will get it.

When is the deadline for submissions and when is the award ceremony held (approximately, usually)?

The deadline for red dot award: product design is usually around beginning of February. The award ceremony is in the summer, beginning of July.

The deadline for red dot award: communication design is around April/May, and the award ceremony is in November/December.

Jury

In each discipline, product design and communication design, there are about 25 to 27 jurors. In the selection process they split up into 11 different groups, categorised after the product group. This makes it possible to have the special knowledge needed for each product group. Each single product group jury consists of three members: an independent design professional, a design journalist and a design professor. The jurors are internationally renowned design experts, invited by the Design Zentrum Nordrhein Westfalen.

The jurors change every year to guarantee the highest level of objectivity and fairness and the selection criteria to become a jury member are very high. In the red dot design award it is impossible for a juror to select his own product or that of one of his clients. About 60 percent of the jury members are foreign and all of them are experts within the field of design. The final selection of jurors is made shortly before the judging process begins, but their names are not disclosed until after the award ceremony, in order to protect the jurors.

Judging Standards and Process

The entries are split up into several product groups to increase the quality of professional knowledge. We therefore ask three different jurors for each product group to select the winners. Each product group has no more entries than 250 products. So the winners can be selected in one day. The whole selection process of all the entries, however, lasts throughout one week.

The jurors change every year to guarantee the highest level of objectivity and fairness. The winners of the "red dot" are selected by a majority decision, while the winners of the "red dot: best of the best" are selected by a unanimous decision.

Entries

The red dot design award is an international award. In 2003 it received more than 4.000 entries from 44 countries.

In 2003, 13.5 percent of the entries were selected as winners. In previous years, the percentage of entries selected as winners were as follows: 2002, 13.4 percent; 2001, 13.3 percent; 2001, 13.3 percent; 2000, 10.4 percent, and in 1999, 10.9 percent.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

There is a cash prize in the red dot award: communication design: The winner of the "red dot: grand prix" receives a cash prize of 10,000 Euro. That makes it the most valuable prize for communication design in Europe. Another cash prize of 2,500 Euro goes to the winner of the "red dot: junior prize" in the discipline of communication design.

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

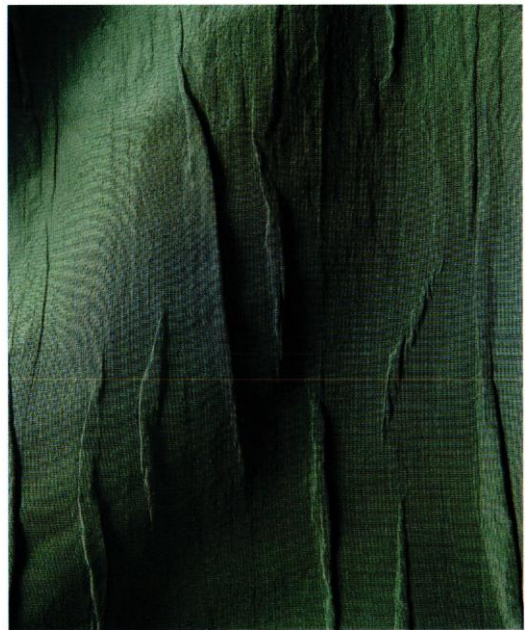
The following marketing services are provided to the winners: certificate for manufacturer and designer; press conference; press and public relations; use of the "red dot" label; presentation in the International Yearbook; presentation in the online exhibition; presentation in the permanent exhibition of the red dot design museum; guided tours in the red dot design museum; invitations to openings and events; E-mail-newsletters.

플래쉬 | FLASH

다양한 색실을 사용한 풍부한 진주빛의 태피타가 탄생되었습니다. 총 가로 길이 310cm로 자카드식 직조기술을 이용하였습니다. 직물 뒷면에는 특수 제작된 수축 실을 사용하여 자카드 테크닉이 만들어낸 환상적인 삼각무늬들이 새겨져 있습니다. 최소의 열을 가하여 관리 가능할 정도로 수축시키고, 수축 과정에서 입체적이고 눈부신 표면이 만들어집니다. 이 제품의 뛰어난 점은 여러 가지 복잡한 기술을 사용하면서도 놀랍도록 심플한 효과를 만드는데 있습니다.

The colors are achieved by using different yarns and their iridescent effect gives this taffeta its richness. The total width is 310cm and it is woven on a jacquard loom. With the help of this jacquard technique, on the reverse side small fantasy triangles are gathered by using a special shrinking yarn. Minimal heating then results in a controllable shrinkage. This shrinking process gives the face of this material its astonishing, three-dimensional effect. The innovation lies, despite all the complicated technology used, in the stunning simplicity of the effect.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 인테리어 부문
 제조사 : 니아노르디스카텍스타일 디자인 : 하인츠 뢰텐겐
 red dot award : product design 2003 / Category: Interior
 Company: nya nordiska textiles gmbh, Dannenberg, Germany
 Design: Heinz Roentgen, Dannenberg, Germany



티치아노 | TIZIANO

고전풍 섬유인 플리세를 주름잡은 후 본래 너비의 약 절반 정도를 위로 세웠습니다. 티치아노는 320cm 너비로 짠 후, 최신 가공법을 사용하여 최하 200cm 너비로 주름 잡아 마무리 한 섬유입니다. 염색사인 이 태피타는 씨 실과 날실의 이중 색을 통해 무지개 빛을 창조합니다. 무엇보다 이 섬유가 매우 독특하고 기발한 창조물로 여겨지는 것은 광택과 무광택 사이를 오가는 효과 때문입니다.

A classical fabric, plissee, ends up, after pleating, being approximately half of its original width. Tiziano is woven at a width of 320cm and by method of a brand-new procedure, finishes as a pleated fabric with a width of no less than 200cm. This dyed yarn taffeta obtains its iridescent effect through the bicolour of weft and warp. The play between gloss and mat makes this fabric a very special, innovative creation.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 인테리어 부문 | 제조사 : 니아노르디스카 텍스타일 디자인 : 하인츠 뢰텐겐
 red dot award : product design 2003 / Category: Interior
 Company: nya nordiska textiles gmbh, Dannenberg, Germany Design: Heinz Roentgen, Dannenberg, Germany



톨 커트리세트 | TOL CUTLERY SET

톨 커트리세트(스푼, 포크, 나이프세트)는 깔끔한 라인으로 처리된 아이슬란드풍의 디자인입니다. 날카로우면서도 부드러운 윤곽선이 상호 교차하는 각 기구들의 느낌이 색다른 디자인을 만들어냅니다. 인체공학적인 효과를 살리기 위해 직선을 극도로 배제하면서 기기가 손에 꼭 맞도록 되어 있습니다. 무광택으로 처리된 표면은 움직이는 감각을 만들고, 최대 3mm의 두께로 되어 고급스러움과 견고함을 보여줍니다. 18/10의 고급 무광택 스테인리스로 제작된 이 커트리세트는 보관하기 쉬울 뿐 아니라 식기세척기에서도 사용할 수 있습니다. 표면이 테두리 없이 평평하여 항상 깨끗함을 유지할 수 있습니다.

The Tol cutlery set has an Icelandic-polar appearance and has been designed with clear lines. The interplay of edged and soft contours creates an extraordinary appearance. A reduced straightness has the effect that Tol has an ergonomic shape which fits well in the hand. The matte surface creates a kinesthetic experience. The high thickness of up to 3mm creates a high-quality, robust look. The matte version in 18/10 high-grade steel is stainless, easy-care and dishwasher-proof. Nothing sticks to the flat surfaces, which have no edges.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 가정용기구 및 기계 부문 | 제조사 : 아우어한 베슈테케 디자인 : 데이비드 테일러
 red dot award : product design 2003 / Category: Household appliance and machines
 Company: Auerhahn Bestecke GmbH, Altensteig, Germany Design: David Taylor, Stockholm, Sweden



2742 커트리리세트 | 2742 CUTLERY SET

2742 커트리리 세트(스푼, 포크, 나이프세트)는 길이가 긴 디자인입니다. 불과 몇 센티미터라는 근소한 차이에도 불과하고 2742 모델은 식탁 위에서 커트리리 세트가 접시에 비해 작아 보이는 기존의 비례 문제를 해결하였습니다. 이 세트는 큰 접시 옆에서는 길게, 일반 접시 옆에서는 작게 보이는 다기능적인 결과를 가져왔습니다. 극도로 집약된 품위 있는 디자인입니다.

The 2742 cutlery set has an overlength design. Although it is only a few centimetres, the 2742 model straightens out the current proportions on the table, according to which the plates have become larger whereas the cutlery seems to have become smaller. The multifunctional consequence is a long cutlery set next to large plates and a slim one next to normal plates. The design is purist and reduced to the essentials.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 가정용기구 및 기계 부문

제조사: C. 휴고 팟 디자인: 랄프 크래머

red dot award: product design 2003 / Category: Household appliance and machines

Company: C. Hugo Pott, Solingen, Germany Design: Ralph Kramer, Saarbrücken, Germany

잔지스윙 | ZANZI SWING

잔지 스윙(Zanzi Swing)은 흔들의자로, 몸의 균형을 유지하면서 움직이고, 특정한 필수 조정부품을 이용하여 안락하게 착석할 수 있게 되어 있습니다. 잔지 스윙은 사무실, 집, 홈 오피스에서 다양하게 사용할 수 있고 현재 9가지 색이 나와 있습니다. 앉는 부분은 중합처리가 되어 있고, 다리 부분과 기반부는 크롬으로 도금된 철제로 이루어져 있습니다.

Zanzi Swing is a swinging stool which fulfils a need for fun, keeping the body in balanced movement, and also the specific practical requirement of enabling objects to be reached while remaining comfortably seated. Its versatility of use makes it suitable for the office, home and home office. Zanzi Swing is available in nine colors. The seat is made of engineering polymer, the leg and base of chromium plated steel.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 가구 부문

제조사: 렉시테스파 디자인: 라울바르비에리

red dot award: product design 2003 / Category: Furniture

Company: Rexite Spa, Cusano, Italy Design: Raul Barbieri, Milano, Italy





홉 회전의자 | HOB SWIVEL CHAIR

홉은 나무로 제작된 물체가 얼마나 감성적인 매력을 지닌 물체로 전환될 수 있는가에 대한 가능성을 탐구합니다. 미니멀 경향의 디자인으로, 완벽한 주조물 위에 최상급의 펠트천이나 질긴 가죽으로 의자를 덮었습니다. 홉 회전의자는 바닥 위를 파편적으로 떠다니는 듯한 가벼운 느낌을 주는데, 이러한 인상은 자연스러운 광택이나 다양한 색을 발하는 정교한 구조의 알루미늄 회전 받침대로 인해 더욱 돋보입니다.

Hob exploits the possibilities of formed wood to the utmost, resulting in an object with a strongly emotional appeal. The design is minimalist. Perfectly molded and covered with high-quality felt or robust leather, Hob creates an impression of lightness, of fractionally floating above the floor. This impression is reinforced by the delicate-seeming structure of the aluminum swivel pedestal which can be supplied in a gleaming natural finish or a variety of colors.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 가구 부문

제조사: 레다비덴브뤼크 COR가구 디자인: 페르티엣스튜디오

red dot award: product design 2003 / Category: Furniture

Company: COR Sitzmöbel, Rheda-Wiedenbrück, Germany

Design: Studio Vertijet, Halle, Germany

갈릭 원더 마늘프레스기 | GARLIC WONDER GARLIC PRESS

타파웨어에서는 주방용품인 마늘프레스기에 기능적인 면과 인체공학적 면을 부각시켜 새롭게 해석하였습니다. 이것은 마늘을 효과적으로 분쇄할 뿐 아니라 마늘 껍질을 쉽게 벗겨낼 수 있게 하고 마늘 끝부분도 잘라낼 수 있습니다. 마늘이 으개져 나오는 체 부분은 날카로운 스테인리스 스틸로 기기에 정확히 들어맞도록 제작되어 마늘의 손실을 최소화하였습니다. 동글게 제작된 손잡이는 혁신적인 기능성을 보여주고 시각적으로도 인체공학적 편안함을 주며 왼손잡이와 오른손잡이 모두가 사용할 수 있게 디자인 하였습니다. 손잡이는 작은 힘으로도 부드럽고 쉽게 누를 수 있습니다. 세척할 때는 체 부분만 위로 들어내면 됩니다.

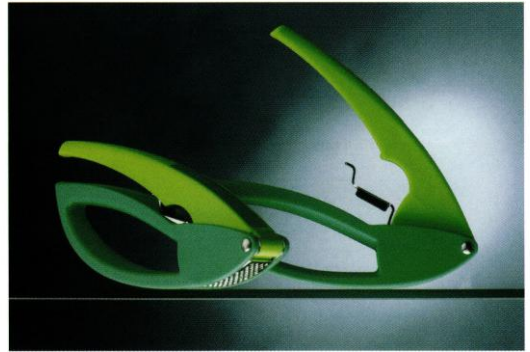
The Tupperware garlic press re-interprets this kitchen tool, adding functional and ergonomic features. Not only does it crush garlic cloves effectively, it also makes them easier to peel by cracking the skin and cuts the ends off. The holes in the stainless steel sieve through which the garlic is pressed have sharp edges; a precise fit of the sieve in the housing maximises the yield. The arrangement of the rounded levers is with an eye to ergonomic convenience as an additional functional innovation, they are equally suitable for right and left handers. The lever action is smooth and easy, requiring minimum effort. To clean the garlic press, the hinged sieve can be simply tilted out.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 주방액세서리 부문

제조사: 벨기에 타파웨어 디자인: 덴마크 에릭 헤로우 텍네스튜

red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Kitchen accessories

Company: Tupperware Belgium N.V. Design: Erik Herlow Tegnestue A/S, Hellerup, Denmark



피조플래닛40 접시 | FIGGJO PLANET 40

피조플래닛40이라는 이름의 이 획기적인 디자인의 접시로 식사를 하면 매우 특별한 경험을 할 수 있습니다. 피조플래닛40은 덮개 접시와 사발의 퓨전 형태로서 다양한 푸드 프레젠테이션을 시도할 수 있습니다. 이것은 내구성이 매우 강한 자기로 제작되어 그 형태와 어울려 전문 조리용으로도 매우 적합합니다.

The Figgjo Planet 40 plate is an unconventional eating platform and provides the guest with a special gastronomic experience. Figgjo Planet 40 opens up for various food presentations as it is a fusion of a cover plate and a bowl, with an extreme shape. In addition the Figgjo Planet 40 is made of vitrified china which is very durable, and in combination with its shape, well suited for the professional kitchen.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 주방액세서리 부문 | 제조사: 피조 디자인: 옌스 올라브 헤틀란트

red dot award: product design 2003 / Category: Kitchen accessories

Company: Figgjo AS Design: Jens Olav Hetland

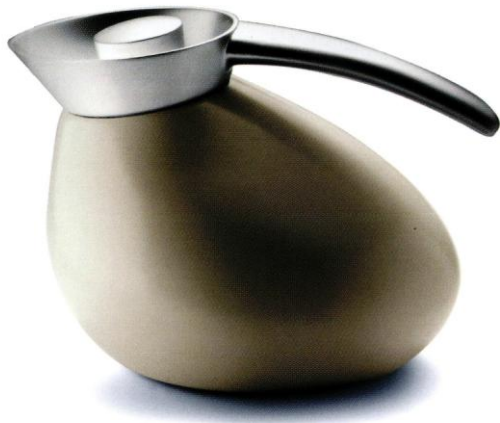


로모 | LOMO

로모는 풍부한 양모로 제작된 가정용 카펫입니다. 이것은 순수한 새 양털로 카펫을 만들어 시각과 촉각적인 면을 강조하면서도 모가 갖는 장점을 살리기 위한 목적으로 만들어졌습니다. 뉴질랜드산 고급 새 양모를 사용하여 이 느낌을 강조할 수 있도록 하였으며, 각각의 카펫에 고도로 정교한 수공처리가 이루어졌습니다. 독특한 실과 정교한 수공 정신의 만남으로 획기적인 카펫에 이채로운 특징을 더하였습니다. 로모의 고른 표면은 특수 제작된 실을 사용하여 특별히 두드러지는 줄무늬 효과를 내는 링크와 대조를 이루지만, 두 가지 모두 모던 스타일의 가정 인테리어에 안락한 분위기를 연출합니다.

Lomo, along with Link, is a deep-pile carpet for domestic comfort. The aim was to create carpets made of pure new wool, redefined with regard to look and feel yet nonetheless offering the positive wearing characteristics of wool. A new woolen yarn was developed specially for this quality from New Zealand wool and crafted into individual carpets to high standards of workmanship. Craftsmanship combined with this unique yarn are what make these innovative carpets stand out. The surface uniformity of Lomo contrasts with the distinctive stripes of Link where the special yarn is used to particularly distinctive effect. Both create islands of comfort in modern domestic interiors.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 플로어커버링 부문
 제조사: JAB Teppiche Heinz Anstoetz KG, Herford, Germany
 red dot award: product design 2003 / Category: Floor coverings
 Company: JAB Teppiche Heinz Anstoetz KG, Herford, Germany
 In-house design: Elke Klar



오리모양 보온병 | QUACK THERMOS FLASK

오리모양의 꽤크보온병은 유기적인 형태로 감성적인 호소력을 갖고 있습니다. 이 보온병은 이갈이 감성적 측면에 중점을 두어 제작되었으며 유난히 두드러진 타원형 모양은 첨단 제작기술을 반영합니다. 특정한 한계점에서 수축하는 원료의 특성을 방지하기 위해 특수 플라스틱 주조 기술을 이용하여 비대칭적인 외형을 완성하였습니다. 이 기술은 미래에 더욱더 새롭고 창조적인 보온병 제작에 활용될 것입니다. 꽤크는 최대 0.9 리터를 담을 수 있고 보온병의 본체부분은 알루미늄으로 주조되었으며 흐름방지 처리된 주둥이 부분과 손잡이는 고도의 광택 처리가 되어있습니다.

The Quack thermos flask appeals directly to the emotions through its organic design. The styling of Quack focuses on these emotions. The result should be design that communicates in the long term. The striking oval form of the Quack thermos flask has been made possible by innovative production technology. The asymmetrical shape is attained using a special plastic moulding technique which prevents the material from collecting at certain points. This will enable more new, creative forms to be devised for thermos flasks in the future. Quack has a capacity of 0.9 litres. The body of the flask is made of casted aluminium and the non-drip pourer and handle of highly polished metal.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 주방액세서리 부문
 제조사: 조지 젠슨 디자인: 마리아 베른텐
 red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Kitchen accessories
 Company: Georg Jensen A/S, Frederiksberg, Denmark
 Design: Maria Berntsen, Copenhagen, Denmark



IHC-25PC조리기 | INDUCTION HEATER IHC-25PC

가정용 조리기구에 다양한 혼합방식으로 가열기술을 도입한 IHC-25PC 조리기는 조리기구에 대한 새로운 해석을 보여줍니다. 이 제품은 분리 구조로 되어 있고 도기 내부는 전통과 문화를 반영하는 다양한 원료와 혁신적인 기술로 제작되었습니다. 또한 전통적인 도자기의 밝은 느낌으로 디자인 한 후 포셀린이라는 열을 유지해주는 재질로 만들었습니다. 이 제품은 성능과 모듈방식, 그리고 재료의 활용 면에서 모두 혁신적입니다. 제품의 틀은 철제 주조회사와 협력하여 유행을 타지 않는 철제 요리냄비를 연상시키는 느낌으로 자연적인 재료와 신기술을 통합하여 만들었습니다.

Varying and combining induction heating technology with familiar cooking utensils, the Induction Heater IHC-25PC creates a new interpretation. This induction heater has a detachable superstructure and the pot inside offers innovative developments. Pots made of various different materials can be used, taking into account specific traditions and cultures. The design combines the lightness and traditional appeal of a clay pot with the heat-retaining characteristics of porcelain. The design of the Induction Heater IHC-25PC is innovative with regard to functionality, modularity and use of materials. The housing has been designed in collaboration with a manufacturer of cast ironware to recall the timeless cast iron cooking pot, combining natural materials with new technology.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 주방액세서리 부문 제조사: 도시바 디자인: 도시바디자인센터
 red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Kitchen accessories
 Company: Toshiba Corporation Design: Toshiba Corporation Design Center

에스카르고트 싸이클론 무선진공청소기

ESCARGOT CORDLESS CYCLONE VACUUM CLEANER

에스카르고 싸이클론 무선 진공청소기는 일상의 집안일을 덜어주면서 주변을 아름답게 만들어주는 기능적인 도우미입니다. 싸이클론의 디자인은 먼지 주머니가 필요 없어 내부가 깨끗합니다. 불과 1.8kg 무게에 불과하지만 뛰어난 성능을 발휘합니다. 손잡이와 조절기는 한 손으로 조작이 가능하도록 인체공학적인 면을 고려하였고, 콤팩트한 디자인으로 어깨끈을 이용하여 이동할 수도 있습니다. 이 기계는 진공청소기처럼 보이지 않고 인테리어 장식의 일부로 보인다는 것이 미적인 매력이고 표면처리 또한 미적인 느낌을 두드러지게 합니다. 검은색과 금속 표면의 조합은 대조적이고 울퉁불퉁해 보이지만 매끄럽고 부드러운 촉감을 줍니다.

The Escargot cordless cyclone vacuum cleaner is a functional helper whose styling lends an aesthetically appealing lightness to everyday chores. The cyclone design dispenses with dust bags and assures clean exhaust. Weighing only 1.8kg, it nevertheless provides high performance. The carrier grip and the one-hand control are ergonomically positioned. Compact and maneuverable, it can be carried on a shoulder strap. Its aesthetic appeal makes it seem not so much a vacuum cleaner as part of the interior decoration, an impression that is reinforced by the look and feel of its surfaces. A combination of black and metallic surfaces creates contrasts and an impression of unevenness that is nevertheless velvety and agreeable to the touch.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 가정용기구 및 기계 부문

제조사 : 도시바 디자인 : 도시바디자인센터

red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Household appliance and machines

Company: Toshiba Corporation Design: Toshiba Corporation Design Center



서보 레버 잔디깎기 | SERVO LEVER GRASS SHEARS

수동 잔디깎기로 작업을 하다 보면 문제가 자주 발생하곤 하는데, 이것은 잔디가 깔여나가는 대신 칼날 사이로 잔디가 끼기 때문입니다. 이 제품은 이러한 단점을 줄이기 위해 매우 강력한 스프링으로 칼날을 함께 누르도록 설계되어 있습니다. 또한 칼날이 더러울 때는 날이 서로 엉겨 붙게 됩니다. 서보 시스템은 잘리는 힘이 칼날의 지레를 거쳐 전달되고 그 장력이 칼날을 눌러주는 식으로 이러한 문제를 해결하였습니다. 잔디가 많이 깎일수록 칼날이 더 가까워지면서 서로 눌러주게 됩니다. 따라서 강력한 스프링의 필요가 사라지고 잔디가 깎일 때에는 지레의 원리로 인해 칼날이 다시 벌어지게 됩니다.

Problems frequently occur when cutting grass with manual shears. The grass is crushed between the blades instead of being cut. In order to counteract this effect, very strong springs are used to press the blades together. As a consequence, however, the blades then stick together when they are dirty. The design with a servo system helps to solve this problem. The cutting force is transmitted to the blades via a lever and creates a tension which presses the blades together. The more grass is cut, the tighter the blades are pressed against each other. There is therefore no need for a strong spring. When the grass has been cut, the lever mechanism presses the blades apart again.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 원예도구 및 원예가구 부문

제조사 : 피스카스 디자인 : 피스카스

red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Garden equipment and furniture

Company: Fiskars Consumer Oy Ab Design: Fiskars Consumer Oy Ab



319 쇠톱 | HACKSAW FRAME 319

바코 319 톱은 인체공학적 해석으로 몇 가지 장점을 도입하여 사용자에게 대한 친숙함과 가벼움, 그에 따른 편안함과 편리성에 주안점을 두고 있습니다. 가벼운 톱의 골격은 두 종류가 섞인 플라스틱으로 철심을 감싸 내구성과 강도를 높였습니다. 칼날은 100kg 정도로 정확한 커팅에 적합합니다. 무엇보다 미적인 외관과 손잡이의 촉감에서 혁신성이 돋보이는데, 모서리가 둥글고 손이 미끄러지지 않는 고무를 사용하여 장시간 작업에도 무리 없는 높은 수준의 편안함과 편리함을 제공합니다. 전체적으로 조화로운 색상과 디자인이 눈에 띄는데, 일상적인 도구에 새로움과 기술 개발적인 면이 부가되어 이 점이 더욱 강조되고 있습니다.

The Bahco 319 hacksaw adds several aspects to this interpretation of ergonomics. The focus is on user-friendliness, lightness, comfort and convenience. The lightweight frame has a steel core jacketed in two-component plastic for strength and durability. The blade is rated for 100 kg for precision cutting. An innovative feature is the aesthetic appeal and tactile quality of the handle, which is made of non-slip rubber with rounded ends, promoting a high degree of comfort and convenience even when working for long periods. The whole is underscored by a harmonious color scheme and visual appearance. The design of the Bahco 319 hacksaw re-interprets a familiar tool, adding new and innovative aspects.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 공구 부문

제조사 : 바코 메탈 소스 디자인 : 에르고노미디자인

red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Tools

Company: Bahco Metal Saws AB, Lidköping Design: Ergonomidesign, Bromma



미니 트롤리백 | MINI TROLLY BAG

이 작고 다루기 쉬운 미니 제품은 1960년대부터 이미 기능성의 상징으로, 휴가를 갈 때도 가져갈 수 있습니다. 긴 형태에 수평으로 색을 분리한 디자인으로 되어 가벼우면서도 견고한 느낌을 동시에 줍니다. 미니 트롤리 백의 기능적이고 인체공학적 요소들은 안으로 집어넣을 수 있는 손잡이와 바퀴 사이를 넓힌 디자인에서 잘 나타납니다. 여행시 가방덜개 안에 액세서리를 넣을 수 있는 두 개의 포켓과 가방 안에 여권을 넣을 수 있는 작은 포켓은 매우 기능적입니다. 특정한 디자인 태도를 강조하는 눈에 띄는 안감 컬러 계획이 미니를 더욱 부각시킵니다. 부드러운 방수용 인조섬유로 제작된 미니 트롤리 백은 현대 여행객에게 필요한 성공적인 제품이 되었습니다.

Since the 1960s the compact, highly maneuverable Mini has symbolized the spontaneity of its owner. You can even take it on vacation. Its proportions correspond to those of the Mini: large radii and colors divided horizontally convey an impression of lightness and solidity at one and the same time. Functional and ergonomic components of the Mini Trolley Bag are the fully retractable telescopic handles and a broad wheelbase for easy handling. Functional features for traveling are two pockets on the inside of the lid for accessories and a smaller inside pocket for passports. The analogy with the Mini also comes to the fore in the striking interior color scheme that underscores a specific attitude to design. The soft, water repellent synthetic material of the bag is pleasant to the touch. The Mini Trolley Bag successfully styled as a direct analogy with the Mini marque combines good design with authenticity for today's traveler.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 취미, 레저 및 스포츠 부문

제조사: BMW 디자인: BMW그룹디자인워크 디자인팀

red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Leisure, hobbies and sports

Company: BMW AG, Muenchen Design: Designteam der BMW Group / Designworks



미니 시티백 | MINI CITY BAG

미니 시티 백 디자인은 과거와 현재를 성공적으로 연결하면서 미니를 연상시키는 독특한 라이프스타일을 표현합니다. 기능적이고 모던하게 디자인된 이 가방은 노트북 컴퓨터 형식으로 되어있습니다. 넓은 반경과 수평적인 레이아웃을 의도적으로 적용하였고 형태상의 가벼움과 견고함이 혼합되어 미니와의 연결고리를 드러냅니다. 연결 끈에 부착된 위로 여는 뚜껑은 기능성을 보여줍니다. 미니 시티 백의 윗부분은 부드러운 촉감의 합성방수 원단으로 만들어져 있습니다. 이러한 기능적 요소들은 미니 시티 백을 '미니' 그 자체와 조화시켜 간결함과 사용상의 편리함을 강조합니다.

The design of the Mini City Bag expresses the specific lifestyle feeling of the Mini, linking it successfully with the marque and the present day. The functional and contemporary design is in laptop format. Large radii and a horizontally oriented visual layout have been deliberately chosen. The language of form combines lightness with solidity, clearly underscoring the link with the Mini. A functional feature is the upwards-opening lid on a connecting strap. The top layer of the Mini City Bag is made of a water repellent synthetic material that is soft to the touch. These functional elements make the Mini City Bag uncomplicated and easy to handle matching the Mini itself

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 취미, 레저 및 스포츠 부문

제조사: BMW 디자인: BMW그룹디자인워크 디자인팀

red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Leisure, hobbies and sports

Company: BMW AG, Muenchen Design: Designteam der BMW Group / Designworks



프로콘3 | PROCON 3

프로콘 3은 여성의 생리기간 중에 임신가능 여부를 알아보기 위한 최첨단기술의 혁명적인 기계입니다. 소형 통합컴퓨터는 공식적으로 입증된 세 가지 측정법(기분온도, 달력법, 침 테스트)의 결과를 평가하고 다음 주기를 위해 정확히 예측합니다. 프로콘 3은 자연피임 뿐만 아니라 가장 이상적인 임신가능 날짜를 결정하는 데에도 적합합니다. 사용자 친화 인터페이스는 사용자가 쉽게 사용할 수 있도록 도와주며, 알람기능이 있는 통합시계, 다양한 언어지원 시스템, 잠금장치 또한 편리하게 이용할 수 있습니다. 간결한 모양의 사각 케이스는 온도계와 현미경을 보호하는 기능성뿐만 아니라 품격 높은 디자인을 반영합니다.

The ProCon 3 is an innovative device for determining the fertility status during a woman's period. An integrated mini computer evaluates the results of three proven measuring methods (basal temperature, calendar method, saliva test) and makes a precise prognosis for the following day. ProCon 3 is suitable for natural birth control as well as for determining the ideal time of conception. A user-friendly interface ensures easy use. An integrated clock with alarm, a variety of languages and a key lock guarantee comfortable use. The clear, closed design of the casing protects the thermometer and microscope and conveys functionality as well as high quality.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 의료 및 재활기구 부문

제조사: 원월드 라이프스타일 프로젝트 디자인: DESIGN3프로덕트디자인

red dot award: product design 2003 / Category: Medicine and rehabilitation

Company: Oneworld Lifestyle Products AG, Zug Design: DESIGN 3 Produktdesign, Hamburg



솔리스F 사무용의자 | SOLIS F OFFICE CHAIR LINE



솔리스 F 라인은 완고할 정도로 단순한 형태와 앉았을 때의 최고의 편안함이 특징입니다. 이 의자는 미래와 진보, 투명성이 요구되는 모임 공간에 맞도록 디자인되었습니다. "F"는 기본 구조를 나타내며, 앉는 부분과 등받이 부분을 구분해줍니다. 투명한 느낌을 잘 보여주는 재료가 알루미늄으로 구성된 외형에 부착되어 있습니다. 앉는 부분과 등받이 부분에 외형을 잡아 주는 곡선의 두 버팀대는 알루미늄으로 만들어져 각각의 프레임에 단단하게 고정하고 있습니다. 자동 높이 조절기능이 있어 좌석의 높낮이 조절이 가능하며, 최상의 편안함을 제공하는 착석감과 올바른 착석습관이 결합된 의자입니다.

The Solis F line is characterised by an uncompromisingly purist form and a high degree of comfort. It has been designed for management and representational areas which require a clear commitment to transparency, the future and progress. "F" stands for frame and marks the distinct structures of the seat and backrest. A transparent, high-performance material is attached to specially constructed aluminium profiles. Two curved braces in die-cast aluminium on both the seat and backrest provide the profiles with taut support to form a distinct frame. The automatic synchro-adjustment, with automatic lowering of the seat area combines healthy sitting with sitting quality on the highest level of comfort.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 사무가구 부문

제조사 : 빌케닝 + 한네 발칸 디자인 : 비게 엔트워크롱스게젤샤프트

red dot award: product design 2003 / Category: Office furniture

Company: Wilkhahn, Wilkening + Hahne GmbH + Co., Bad Munder

Design: wiege Entwicklungsgesellschaft, Bad Munder

노키아 6800 | NOKIA 6800



아름다운 외형의 노키아 6800은 정보의 내부체계 또한 기술혁신으로 훌륭하게 이루어졌습니다. 문자와 이메일은 일반 워드프로세서에서처럼 빠르게 입력할 수 있도록 하였고, 전화기와 키보드의 조합은 인체공학적인 면을 강조하여 설계되었습니다. 덮개가 완전히 열려 사용자가 익숙하게 키패드를 조작할 수 있고, 키패드는 SMS, MMS 혹은 이메일 사용시 쉽게 타이핑할 수 있도록 네 방향의 조이스틱으로 만들어져 있습니다. MMS는 메시지, 음성, 영상을 MMS 기능이 있는 다른 이동전화로 동시에 전송 가능합니다. 고해상도 컬러화면의 노키아 6800은 노트북 기능과 전자수첩의 기능이 완벽하게 결합되어, SyncML은 개인정보의 동기화를 가능하게 하고 자바를 사용하여 다양한 응용프로그램을 인터넷에서 다운로드 받을 수 있습니다.

In an aesthetically appealing housing the Nokia 6800 mobile phone combines information and organisation in innovative quality. Rapid writing of messages and e-mails is optimized and there is direct access to commonly available word processing programs. The combination of telephone and keyboard is styled functionally and ergonomically. Opening the cover reveals a complete, user-friendly keypad for input. The keypad is combined with a four-way joystick which facilitates rapid text input using the thumb for SMS, MMS or e-mails. MMS makes for simultaneous effective use of multi-media messages text, audio and video to other phones with MMS capability. The Nokia 6800 has a high-resolution color display, a notebook function and an integrated electronic wallet for WAP shopping. SyncML facilitates remote synchronization of personal data (for example, with the company intranet). A wide variety of applications can be downloaded from the Internet using Java.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 인텔리전트디자인 / 미디어 및 가전제품 부문

제조사 : 노키아 모바일폰 디자인 : 망고디자인 (컨셉디자인)

red dot award: product design 2003 - intelligent design / Category: Media and home electronics

Company: Nokia Mobile Phones, Espoo Design: Mango Design (Concept Design), Braunschweig

사운드버그 | SOUNDBUG

사운드버그는 테이블이나 문, 창문처럼 딱딱하고 평평한 표면을 목소리나 음악이 나오는 사운드보드로 만들 수 있습니다. 철과 광물의 결합물이 첨가된 혁신적인 조립으로 자기장을 넓히고 자심을 축소시켜 오디오신호로 전환시키는 에너지를 만들어 냅니다. 전환된 오디오신호를 이용하여 사운드버그가 붙어있는 표면에 전달한 다음 그 표면이 하나의 커다란 스피커가 되도록 진동을 만들어냅니다. 매력적인 스타일의 사운드버그는 디스크맨이나 MP3 플레이어, 워크맨, 캠코더, 노트북의 스피커나 헤드폰의 대안으로 만들어졌습니다. 컴퓨터마우스보다 작고, 오디오장치의 3.5mm 잭에 꽂을 수 있습니다. 75 데시벨까지 볼륨을 높일 수 있으며, 많은 사람들이 모이는 곳이나 노트북, 비디오 프레젠테이션에도 적합합니다.

Soundbug can transform a hard, flat surface such as a tabletop, door or window into a soundboard for voice or music. It is equipped with an innovative assembly that has a Terfenol D core (a composite of iron and mineral substances), which generates a magnetostriction effect: a magnetic field dilates and constricts the core, producing a powerful force that is then converted to audio signals. Soundbug's unique actuator harnesses the audio signals and transfers them to the surface to which Soundbug is attached, setting up vibrations that effectively turn that surface into a loudspeaker. Attractively styled, the Soundbug is intended as a portable alternative to headsets or speakers for Discman, MP3 player, Walkman, Gameboy, Camcorder and laptop. Smaller than a PC mouse, it can be plugged into the 3.5 mm jack of any audio appliance. A Soundbug can produce a sound volume of up to 75 dB, sufficient for a group of people or a laptop or video presentation.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인-인텔리전트 디자인 / 미디어 및 가전제품 부문 | 제조사: 올림피아-유럽 디자인: 런던 PDD

red dot award: product design 2003 - intelligent design / Category: Media and home electronics

Company: Olympia-Europe GmbH, Schortens Design: PDD Ltd., London



미니 손목시계 | MINI WRIST WATCH

미니 손목시계의 형태와 기능은 다방면에서 수준 높은 디자인을 보여줍니다. 직물로 제작된 손목띠는 철 스프링으로 내강되어 있고, 이음새가 없는 쪽에는 스프링이 들어가지 않습니다. 기능적이고 혁신적인 디테일은 태두리를 하나로 잇는 손목띠에서 볼 수 있으며, 날짜표시 연동장치와 사파이어글래스 커팅 등의 재료에서도 알 수 있습니다. 기하학적이면서도 결코 딱딱하지 않은 디자인의 미니 손목시계는 미니 브랜드의 전형적인 특징을 반영하고 있습니다.

The Mini wrist watch's form and function defines a state-of-the-art design. A textile strap has been reinforced with a spring steel core, the springiness of which holds the watch to the wrist without a catch. Functional and innovative details are a one-piece strap, which runs through the casing, an interlocking date and day display, a cut sapphire glass as well as the materials chosen. With its geometrical, but nevertheless tight design, the Mini wrist watch reflects attributes typical of the Mini brand.

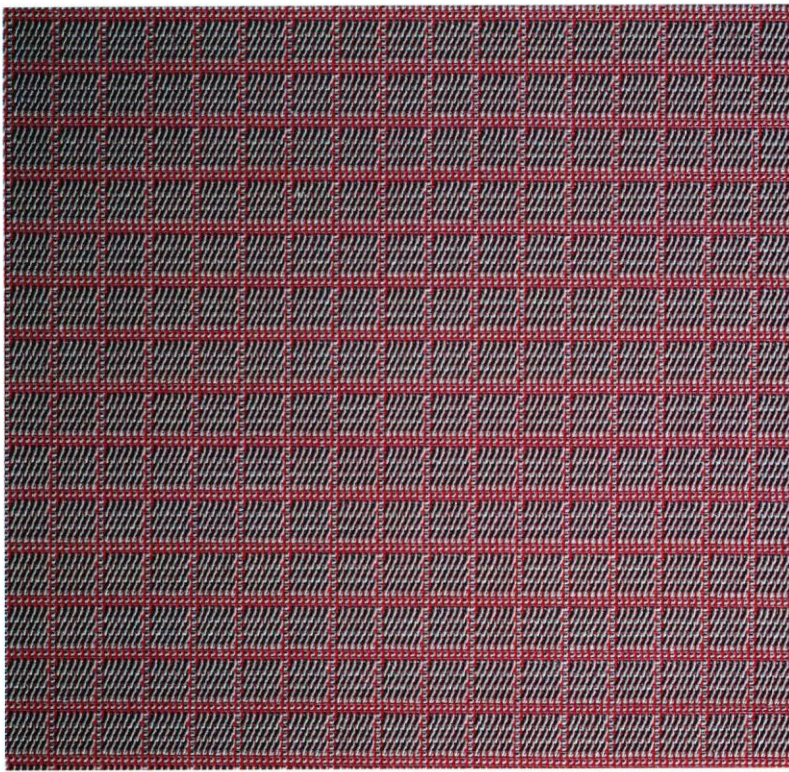
2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 귀금속, 패션 및 액세서리 부문

제조사: BMW 디자인: BMW그룹 디자인워크 디자인팀

red dot award: product design 2003 / Category: Jewelry, fashion and accessories

Company: BMW AG, München Design: Designteam der BMW Group/ Designworks





테크 웨이브 카펫 | TEC WAVE WOVEN CARPET

그물 모양으로 짜인 카펫이 혁신적인 특징을 갖게 되면서 테크에서는 새로운 카펫 재료를 개발하였습니다. 금속 느낌의 광택은 마치 베일처럼 카펫 전체에 고르게 퍼져 있습니다. 테크의 카펫은 조도를 변화시킬 때 그 특징이 더욱 살아납니다. 반짝이는 직물에 광선이 반사되고 부서짐에 따라 건축적인 강한 효과를 나타내는 빛과 그림자의 변화를 더욱 강렬하게 만들어 냅니다. 테크 웨이브는 카펫과 바닥을 하나로 만드는 테크의 프로그램입니다. 살짝 끈 평평한 직물은 컬러풀한 바닥 위에 패턴을 형성합니다. 테크 웨이브는 자카드 직조술의 품격 높은 정확성과 놀라운 직조의 조밀함으로 바닥에 내구성을 제공합니다. 네 가지 웨이브 구조의 디자인이 가능합니다.

Tec defines a new quality of material, since the woven carpet has innovative characteristics. Thus, metallic brilliance evenly hovers over the ground like a veil. Tec comes to life in the changing incidence of light. Its glistening yarn reflects and breaks the rays of light, thus intensifying the change of light and shadow for the strong effect of architecture. Tec Wave, a programme of the Tec generation, formulates the parity of loop piles and ground. The lightly twisted flat yarn forms patterns on a colored ground. With the jacquard weave's formal precision and its enormous density of threads, Tec Wave gives the floor strength. Four Wave Structure design are available.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 사무실비 부문
 제조사 : 카펫 컨셉 오브젝트-테피히보덴 디자인 : B+T 디자인엔지니어링
 red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Office equipment
 Company: Carpet Concept Objekt-Teppichboden GmbH, Bielefeld
 Design: B+T Design Engineering AG, Hamburg

스타빌로 무브 더 엑스-라이터 화인라이너 STABILO'S MOVE THE X-WRITER FINELINER

산악자전거 바퀴무늬를 모델로 한 스타빌로 무브 더 엑스-라이터 화인라이너는 특허를 받은 엑스트라 플렉서블 엑스팁 서스펜션의 특별한 촉감을 주는 표면을 갖고 있습니다. 부드럽게 잘 써지는 엑스-라이터는 글을 쓰는 개인의 힘에 따라 다르게 적용됩니다. 잘록하게 들어간 부분은 인체공학적으로 설계되어 펜을 꽉 쥐지 않고도 편안하게 글을 쓸 수 있도록 합니다. 블루 잉크는 노란 펜대, 검정 잉크는 초록 펜대로 디자인되었습니다. 스타빌로의 무브 컬렉션은 끊임없는 발전과 혁신적인 기술의 결정체로서, 편안한 필기감, 인간공학, 현대적인 필기기술, 최신 유행 디자인의 결과라고 할 수 있습니다.

The design of the STABILO's move the X-writer fineliner is modelled on the tread of a mountain bike tire and combines a surface with excellent grip with a patented X-tra flexible X-tip-suspension. The X-writer glides across the paper in a relaxed way and adjusts to individual writing pressure. The tapered, waisted shape ergonomically supports a relaxed writing process and counteracts a cramped hand posture. The ink colors are blue in combination with a yellow shaft and black in combination with a green shaft. It is the fifth successful model in the STABILO's move collection and is the result of the consistent development and combination of innovation, writing comfort, ergonomics, modern writing technology and up-to-date-design.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 사무용품부서 부문
 제조사 : 슈완하우저 스완-스타빌로 디자인 : 팩터프로덕트
 red dot award: product design 2003 / Category: Office accessories
 Company: Schwan-STABILO Schwanhauser GmbH & Co., Heroldsberg
 Design: factor product GmbH, Munchen



PDR-T14 디지털카메라 | PDR-T14 DIGITAL CAMERA

PDR-T14 디지털카메라는 하드 디자인과 소프트 디자인영역이 혼재하는 디자인세계에서 디지털 카메라의 신 경향을 보여줍니다. 이 카메라는 ABS 재질로 가공된 제품입니다. 특히 사용자 인터페이스는 인터랙티브 디자인의 시각에서 제작되었습니다. 201만 화소이며 터치 스크린 작동이 가능합니다. SD 카드가 메모리 카드로 사용되고, 정면 패널을 교체할 수 있어 카메라의 이미지를 쉽게 바꿀 수 있습니다.

The PDR-T15 digital camera sets a new trend for digital cameras, due to the overlapping fields of hard and soft design. It is made of an ABS-coated material. The user interface in particular was designed visually from the viewpoint of interactive design. The camera effectively uses 2.01 mega pixels and is operated by touch screen. An SD-card is used as a storage medium. Due to its exchangeable front panel, the camera's image can quickly be altered.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 미디어 및 가전제품 부문
 제조사 : 도시바 디자인 : 도시바디자인센터
 red dot award: product design 2003 / Category: Media and home electronics
 Company: Toshiba Corporation, Tokio Design: Toshiba Corporation Design Center



라도 V10K | RADO V10K

이 시계 제품의 모델 명인 V10K라는 약어는 바이킹의 최상급 다이아몬드가 지닌 10,000 경도를 뜻합니다. 다이아몬드는 혁신적인 가공을 통해 다른 형태를 가진 탄소 구성물로 변화합니다. 이렇게 해서 높은 강도를 지닌 시계가 완성되는 것입니다. 사파이어 글래스와 손목 스트랩의 우아한 연결 부분과 옆면에는 다이아몬드로 광을 낸 부품이 사용됩니다. 시계와 손목의 바닥 부분에는 인간 피부에 잘 맞는 티타늄을 사용하였습니다. 전체적으로 아름다운 디자인을 만들기 위해 시간 조절 돌림쇠를 없애고 대신 자석핀을 이용하여 시간을 조절합니다.

In this watch model, the abbreviation V10K stands for the Vickers 10,000 degree of hardness, the top value in diamond technology. Due to an innovative production method, diamonds can grow on a shaped carbide component, thus resulting in a watch with a very high degree of hardness. The elegant connections between the sapphire glass and the watchstrap as well as the sides have diamond-coated components. The bottom of the watch and the strap's catch consist of a skin-friendly titanium. To achieve an overall aesthetic design, the watch does not have a crown; the time is set with the help of a magnetic pin.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 귀금속, 패션 및 액세서리 부문

제조사 : 라도시계 디자인 : 라도프로덕트랩

red dot award: product design 2003 / Category: Jewelry, fashion and accessories

Company: AGRado Uhren AG, Lengnau Design: Rado Product Lab



미니 선글라스 | MINI SUNGLASSES

이 미니 선글라스는 매우 정확한 비례와 강한 명암대비의 그래픽으로 디자인되었습니다. 이러한 디자인과 전체적으로 둥근 형태를 통해 이 선글라스는 미니라는 브랜드의 전형적인 특징을 나타내고 있습니다. 앞부분의 가장자리를 따라 알루미늄 테를 둘러 "자동차적인" 특성을 강조하고 있습니다. 미니 선글라스는 연한 파란색과 좀 더 작은 사이즈로 연한 갈색의 디자인이 나와 있습니다.

The Mini sunglasses have been designed with extreme proportions and high-contrast graphics. This design and the use of big radii throughout lend the sunglasses the character typical of the Mini brand. Part of the aluminium frame runs along the front part like a trim, thus additionally underlining the "automotive" character. The Mini sunglasses are available in light blue and the smaller version is available in light brown.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 귀금속, 패션 및 액세서리 부문

제조사 : BMW 디자인 : BMW그룹디자인웍스 디자인팀

red dot award: product design 2003 / Category: Jewelry, fashion and accessories

Company: BMW AG, Munchen Design: Designteam der BMW Group/ Designworks





프레스토 디지털팔찌 | PRESTO DIGITAL BRACELET

프레스토 시계디자인은 나이키의 스포티한 개성과 가벼움, 순수함의 극치를 결합한 것입니다. 이 제품의 디자인 솔루션은 착용하기 편하고 가벼운 손목시계로, 즉 C 모양의 디자인입니다. 이음새 없는 팔찌형태는 나이키가 안경 제품에서 사용했던 고성능 폴리머에서 고안된 것입니다. 인체공학적인 모양으로 착용자의 손목에 맞게 세 부분에서 이어집니다. 시계의 아래 부분과 부드러운 촉감의 마이크로 핀으로 맞추어진 끝부분은 손목을 감싸면서 힘을 건드리지 않고 그 사이로 자연스럽게 통풍이 됩니다. 프레스토의 컨셉은 계절에 따른 컬러 선택과 세 가지 사이즈에서도 나타납니다. 인터페이스, 시간과 날짜 표시, 스톱워치 디자인은 스포츠와의 기능적인 면을 고려하였습니다.

The vision for Presto was a wristwatch that is light and comfortable to wear. The solution is an agreeably comfortable C ring design. The movement is integrated in the bracelet in a seamless, flowing language of form, inspired by the high-performance polymers Nike uses for its eyewear. The fit is ergonomic with a three-point contact established with the wearer's wrist. The underside of the watch and the end-pieces fitted with soft, tactile micro-fins embrace the wrist, while avoiding contact with tendons and permitting a free flow of air. The Presto concept incorporates a wide range of seasonal colors and three sizes. The design of the interface, displaying time, date and a stop watch, establishes a functional bridge with sports.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 귀금속, 패션 및 액세서리 부문

제조사: 나이키 디자인: 스콧 윌슨

red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Jewelry, fashion and accessories

Company: Nike, Beaverton Design: Scott Wilson

재활용가능한 0.33리터 용량 개인용 맥주병

INDIVIDUAL FLASCHE 0.33 l RETURNABLE BEER BOTTLE, 2003

투커사에서 만든 개인용 병은 수출용으로도 적합하며, 맥아와 소맥으로 잘 발효시킨 거품이 풍부한 맥주 바이첸비어뿐만 아니라 필스비어에도 알맞은 용기입니다. 이 병은 전통성과 현대성을 조합시킨 훌륭한 디자인으로 창조되었습니다. 인체공학적으로 움푹쑹 들어간 그립 부분에는 투커사의 로고가, 병 어깨부분에는 전통적인 회교도 문장이 새겨져 있습니다. 낙관적인 소비량과 탁월한 브랜드경영 뿐만 아니라 외관과 느낌이 특별히 강조할 만합니다. 병목 부분에 있는 좁은 라벨의 컬러코드와 병뚜껑 디자인에 따라 종류를 구별할 수 있습니다.

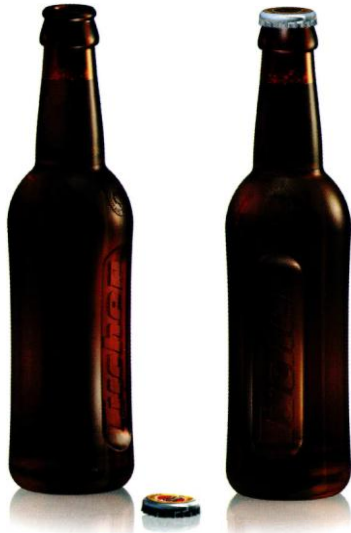
The Tucher Individualflasche is suitable for export and pils beers as well as "Weizen" beers, a very fizzy type of beer, which is made by using wheat, malt and top-fermentation. The bottle combines tradition and modernity in a high-quality design. It has ergonomically formed grip indentations with an integrated Tucher logo and a traditional Moor code of arms on the shoulder. Special emphasis is placed on the look and feel as well as optimised consumption and a positive brand experience with a clear distinction. The varieties can be distinguished by colour code on a narrow label on the bottleneck and by different crown cap designs.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 귀금속, 패션 및 액세서리 부문

제조사: 튀링거유리공업사 디자인: 폼게스탈통 알렉산더 슈날-발텐베르거

red dot award: product design 2003 / Category: Jewelry, fashion and accessories

Company: Thüringer Behälterglas GmbH, Schleusingen Design: Formgestaltung Alexander Schnell-Waltenberger, Pforzheim



30인치 와이드LCD모니터 MW-30LZ10

WIDE LCD MONITOR 30" MW-30LZ10

와이드 스크린에서부터 제품의 아래쪽으로 흐르는 듯한 외관을 가진 이 30인치 와이드 LCD 모니터의 모델링은 위대한 자연유산인 폭포에서 모티브를 가져왔습니다. 이 디자인은 디지털 시대에 맞서는 알루미늄 재활용, 재료와 품질의 극대화, 직선과 곡선의 조화와 같이 서로 다른 요소에 새로운 접근을 시도하였다는 점에서 주목할 만합니다. 알루미늄의 광택은 LCD 모니터와 스피커의 외관에 흐르면서 30인치 LCD 모니터의 고급스럽고 조화로운 모습을 보여줍니다.

With its timeless aesthetic design, this 30" LCD monitor fits well into all living areas. It is equipped with a 16:9 wide format screen with a diagonal of 76 cm (30 inches) and a resolution of 1280 x 768 pixels. Furthermore, it has a PIP (picture in picture)/double window function Faroudia DCDi_Deinterlacing and inputs for VGA, DVI-D, video components, S-Video and AV. Its power output is 2 X 10 Watts (RMS). The design includes a matching set of stereo loudspeakers as an option (AL-30SA30).

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 미디어 및 가전제품 부문

제조사: LG전자 디자인: LG전자

red dot award: product design 2003 / Category: Media and home electronics

Company: LG Electronics Design: LG Electronics



Qi, 5종 자기그릇세트 | QI, 5 PIECE PORCELAIN BOWL SET

Qi 접시의 순수한 디자인은 아시아의 삶의 철학에 기초하고 있습니다. 다섯 개 그릇 세트는 제작되었으며 이들의 조화로운 비례는 생명력과 순수함의 상징인 연꽃이 서서히 피어오르는 모습을 형상화하고 있습니다. Qi 세트로는 처음으로 표면에 유약을 바른 도자기입니다. 이것은 우아하고 섬세한 블루-그린 빛의 미광과 실크 같은 효과를 가져옵니다. 디자인은 명암대비를 보여 줍니다. 유약을 바르지 않은 바깥쪽과 달리 부드럽고 희미한 빛을 발하는 그릇 안쪽에서는 시각과 촉각을 자극하는 경험을 하게 됩니다. Qi 그릇은 영구적인 지속성의 느낌, 그리고 성적인 경험과 명상을 불러일으키는 풍수의 향취를 떠오르게 합니다.

The purist design of the Qi bowls draws its inspiration from the Asian philosophy of life. The harmonious proportions of the five bowls making up the set intentionally recall the slow opening of a water lily, the symbol of vitality and purity. An innovative surface glaze, used for the first time on porcelain in the Qi set, produces a shimmering, silky effect in delicate blue-green. The design includes contrasts. The smooth, shimmering inside of the bowls stands in opposition to the unglazed outside, creating a visual and tactile experience. The Qi bowls convey an impression of timeless durability and an aesthetic appeal reminiscent of Feng Shui that stimulates sensual experience and contemplation.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 - 베스트오브더베스트 / 유리제품 및 도자 부문

제조사: 포셀란만ufaktur 디자인: 황갑순

red dot award: product design 2003 - best of the best / Category: Glass, ceramics, china

Company: Porzellanmanufaktur Fuerstenberg, Fuerstenberg/Weser Design: Kap sun Hwang, Kellinghusen



DLP 백 프로젝션 TV RE-44SZ20RD

DLP BACK PROJECTION TV RE-44SZ20RD

완전 평면 플랫론프로젝션 TV 세트는 혁신적인 DLP 기술과 만나고 있습니다. 스크린의 대각선 길이는 112cm이며 폭은 34cm에 불과합니다. ACMS+, 스테레오 확성 스피커 2×10 와트, AV-PIP 등의 설비가 갖추어져 있습니다. 탑 비디오 텍스트, 생생한 돌비 서라운드, S-Video/AV 데이터와 자동 볼륨조절시스템(AVL) 등의 특징적인 요소가 있습니다. R-44SZ20 TV-rack과의 연결은 옵션으로 사용할 수 있습니다.

The highly flat Flatron projection TV-set features an innovative DLP technology. The screen diagonal is 112 cm with a small depth of only 34 cm. It is equipped with ACMS+, stereo loudspeakers 2 x 10 Watts and AV-PIP (picture in picture). Further features are TOP video text, Virtual Dolby, S-Video/AV input and automatic volume leveller (AVL). The matching R-44SZ20 TV-rack is optional.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 미디어 및 가전제품 부문

제조사: LG전자 디자인: LG디자인랩

red dot award: product design 2003 / Category: Media and home electronics

Company: LG Electronics, Willich Design: LG Design Lab

23인치 와이드 LCD모니터 플래트론 L2320A | WIDE LCD MONITOR 23" FLATRON L2320A

빌트인미디어 플랫폼개념은 23인치 와이드 LCD모니터 플래트론 L2320A의 핵심디자인 요소입니다. 이것으로 인해 케이스 두께가 더욱 얇아졌고 모니터의 사용이 더욱 용이해졌습니다. 본체와 연결되는 선들은 두 대의 PC와 TV 그리고 A7V와의 연결 등 다양하게 추가되었습니다. 색 대비를 이룬 디자인은 모니터의 16:9 너비를 강조합니다. 이 제품의 특징적인 실행 검사기능은 사용자 친화기능을 지원합니다. 케이스 뒷면의 디자인은 우아하면서도 고급스러움을 강조합니다.

The concept of a built-in media platform is the key design feature of the Wide LCD Monitor 23" Flatron L2320A. This concept allows for a slimmer casing and provides an easier-to-use monitor. Connected in a line with the main casing, the PC1, PC2, TV and A7V multi functions increase this arrangement of lines. The color contrast employed in the design emphasizes the monitor's 16:9 width. A characteristic performance check supports the user-friendliness. The design of the back casing has an elegant and luxurious look.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 미디어 및 가전제품 부문

제조사 : LG전자 디자인 : 피닉스프로덕트디자인

red dot award: product design 2003 / Category: Media and home electronics

Company: LG Electronics, Seoul Design: Phoenix Product Design, Koeln



LG-KP6300 이동전화 | LG-KP6300 MOBILE PHONE

LG-KP6300 휴대전화기는 투명 홀로그램을 새긴 이미지를 업계 최초로 유행시키면서 손쉽게 조작할 수 있는 멀티키 사용에 중점을 두어 제작되었습니다. 이 휴대전화는 지금까지 45-50mm 정도의 너비로 제작되었던 것을 40mm까지로 줄여 가장 안정적으로 한 손에 잡히는 사이즈를 현실화시켰고, 아름다운 레이저빛을 발하는 선의 모양으로 모던한 이미지를 보여주고 있습니다.

The LG-KP6300 mobile phone has a streamlined look with the application of transparent hologram stamping, emphasizing the phone as a fashion accessory for the first time in the industry, while also emphasizing usability through multi-key groupings for easy operation. Through such features, the width of the phone was reduced to 40 mm, compared to the average 45-50mm width of existing phones (45-50mm) for a more comfortable grip; in addition, the beautiful laser line pattern gives the phone a modern look.

2003년 레드닷디자인상: 제품디자인 / 미디어 및 가전제품 부문

제조사 : LG전자 디자인 : LG전자

red dot award: product design 2003 / Category: Media and home electronics

Company: LG Electronics, Seoul Design: LG Electronics



ITALY



Compasso d'Oro



Premio Compasso d'Oro ADI

'황금컴퍼스'라는 의미의 콤파소도로(Compasso d'Oro)는 1954년 지오 폰티가 제창하여 라리나센테백화점의 후원으로 운영되다가, 1964년부터는 ADI(이탈리아산업디자인협회: The Italian Association for Industrial Design)가 독자적으로 운영하고 있는 디자인상입니다.

- 1950년대 이탈리아가 전후 산업재건에 힘쓰고 있을 시기에 제정된 콤파소도로는 자동차, 계산기, 타자기, 가구, 램프, 전자 제품 등을 단순히 생산하기에만 급급하던 당시 산업체들에 한차원 높은 생산 미학을 제공하여 세계 다른 나라들과의 경쟁에 적극 나서도록 자극하였습니다. 뿐만 아니라 디자인과 관련된 다른 수상제도에 고무적인 선례가 되었습니다.

- 3년에 한번씩 수상하는 콤파소도로는 최근 2001년까지 19회에 이르는 동안 1,800여 점의 수상작을 배출하였는데, 그 중 350여 점은 세계적인 수준의 이탈리아 디자인의 완벽한 컬렉션을 보여주고 있습니다. ADI의 중요한 자산인 역대 수상작들의 상설전시 공간인 칸투의 갤러리아 델 디자인 에 델라레다멘토(Galleria del Design e dell'Arredamento)에서 열리고 있습니다.

The Compasso d'Oro ADI award, set-up in 1954 by Gio PONTI, has become in time the most important award in this field in Europe thanks also to the support of the department stores La Rinascente. From 1964 it has been managed exclusively by the ADI.

- Awards are granted by qualified international juries to design projects ranging from the car interiors, tools, machines, sports items, electric appliance down to editorial graphic and Web design.

- During each edition of the award, which reached its 19th edition, the latest edition, over 1,800 prizes are awarded. Over 350 of these prizes are property of ADI and part of the most complete collection of Italian design of the world: the permanent exhibition held in the Galleria del Design e dell'Arredamento (Gallery of Design and Interior Decor) of Cantù, which manages and organizes reviews and theme exhibitions both in Italy and abroad.



1956년 설립된 산업디자인협회 ADI(Associazione per il Disegno Industriale)는 이탈리아 전역의 산업디자인, 그래픽디자인, 실내디자인 분야 디자이너와 디자인마케팅 컨설턴트, 평론가, 저널리스트, 기업체 등 약 700여의 개인 또는 단체 회원을 갖고 있습니다.

- 디자인문화의 꾸준한 발전을 도모하는 ADI는 혁신적인 전략을 배양하고 사회경제적 변화를 해석하여, 새로 부상하는 사회적 이슈 또는 트렌드와 관련한 질적 발전을 촉진하고 드러내는 것을 목적으로 합니다. ADI는 전국경제직업협회의회 (CNEL: il Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro)와 협력하여 전문직 관행규정을 제정하고, 유럽연합의 새로운 법규정에 따라 전문 디자이너를 대표하고 있습니다.

- *Associazione per il Disegno Industriale (ADI) represents the entire Italian design system: designers, manufacturers, communication, education and research. Formed in 1956 on the initiative of a nucleus of prominent architects, designers and manufacturers who were engaged in the revolution of industrial production, it became the protagonist and interpreter of a complex phenomenon.*

- *ADI's objective is to implement innovative strategies, to interpret socioeconomic changes, to promote and reveal the evolution of quality in relation to trends as well as emerging social issues. ADI collaborates with il Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro (CNEL) for the regulation of professional practice; moreover, it is willing to represent the professional designer within the new legislative domain of the European Union.*

황금콤파스상의 제정년도

1954년

제정 이후 총 개최 횟수

19회

주요목적

제품디자인, 인테리어 디자인, 그래픽 디자인, 서비스 디자인 등 부문에 상관없이 문화적, 사회적 그리고 경제적인 현상으로서의 디자인 진흥과 확산을 추구한다.

조직과 부문

황금콤파스상은 9개의 부문으로 구성되어 있고 각각의 부문은 여러 하위 부문으로 다시 나뉜다. 별도의 특별 부문도 있다. 부문별 수상자의 수는 정해져 있지 않아서 수상자들의 수가 해마다 다르다. 각 부문은 다음과 같다.

- 가구 디자인 부문

가정용 가구와 비품 / 사무실과 작업장 가구와 비품 / 야외용 가구와 비품 / 가정용 액세서리

- 조명 설비 부문

가정용 조명 설비 / 사무용 및 작업장용 조명 설비 / 산업 공간과 공공 공간을 위한 조명 설비

- 소비자 제품 부문

의류와 액세서리 / 사무용 액세서리 / 여가용 액세서리 / 개인 공구와 도구 / 아동을 위한 놀이도구

- 커뮤니케이션을 위한 제품 부문

전화 / 컴퓨터 / 소프트웨어 / 가정용 전자 제품

- 제조업을 위한 제품 부문

산업 기계류와 부속품 / 전문 제조업체를 위한 도구와 용구 / 자재 / 리서치 프로젝트

- 사회 복지 용품 부문

응급 및 구급장비와 시스템 / 청소 및 위생장비 / 병원 의료기기와 개인용 의료기기 / 공동설비를 위한 장비 / 거리 시설물 / 공공사업

- 욕실 비품과 설비

욕실 가구 / 욕실 부속 및 물품 / 욕실 배관 비품 / 위생 설비 / 욕조, 사우나, 샤워부스 / 바닥재와 코팅재

- 그래픽 디자인과 멀티미디어 디자인 부문

공공 및 사회 그래픽 디자인 / 패키지 / 출판 / 사인 시스템 / 코퍼레이트 디자인(CI) / 타입페이스 디자인 / 웹디자인

- 교통수단 부문

개인 교통수단 / 대중 교통수단 / 산업 교통수단

- 특별 부문

디자인이론 연구 프로젝트를 비롯한 디자인 비평연구와 디자인사 연구

출품 마감 시한과 시상식 개최

2001년 이후 ADI는 새로운 선별 기준과 참가 기준을 명시하는 황금콤파스상의 규정 요건을 갱신해오고 있다. 프로젝트들은 다양한 분야에서 활동하는 전문가들(비평가, 역사가, 출판인, 디자이너)이 모인 종신디자인위원회의 평가를 받는다.

종신디자인위원회는 각 디자인 분야마다 최고의 작품들을 선별하는데 이렇게 선별된 작품들은 ADI 디자인 인덱스를 위한 우수제품 명단에 실리게 된다. 이 작품들이 황금콤파스상의 심사위원들을 위한 기초자료가 된다. 심사위원이 주목하는 작품들은 'ADI 디자인 인덱스'에 수록된다. 이 모든 제품들은 수상자 발표 전에 발행되는 ADI 디자인 인덱스에 포함되어 황금콤파스상에 참여할 수 있게 된다. ADI 디자인 인덱스에 실리기 위한 제출마감시한은 매해 1월이며 시상식은 보통 10월에 열린다.

심사위원

황금콤파스상의 심사위원은 총 7명으로 국제적으로 구성되어 있다. 심사위원은 황금콤파스상의 다양한 부문에서 각각 권위를 인정받은 학자들과 전문가들 중에서 공개 추천으로 선출한다.

심사위원장은 심사위원들의 첫 모임에서 선출한다. 심사위원단 중 외국인 심사위원의 비율이나 디자인계 바깥에서 활동하는 전문가의 비율에 대해서는 제한이 명시되어 있지 않다. 그러나 심사위원들은 ADI가 제공하는 전문가들에게 자문을 구할 수 있는데, 이들 전문가들은 특정 기술이나, 환경, 입법, 경제 분야를 비롯한 기타 분야의 참고내용을 제공할 뿐 투표권이 부여되어 있지는 않다. 법률문제에 대한 자문은 기우리 델 디자인(Giuri del Design)이라는 종신디자인심사위원회가 임명한 전문가들에게 구한다.

부문별로 심사위원이 나뉘어져 있지 않다. 심사위원들은 시상식 5개월 전에 수상자를 선정하며 수상자 이름은 시상식 4개월 전에 공개한다.

심사 기준과 과정

심사에는 2-3일 정도 걸린다. 평가기준은 다음과 같다.

- 1) 성능과 디자인 면에서의 혁신성
- 2) 물리적 환경에 제품이 미치는 영향(제조에서 소비, 재활용 등 전 과정에 이르는 영향)
- 3) 기술과 소재, 부품의 적절한 사용
- 4) 제품이 지닌 커뮤니케이션의 가치

1차 심사 과정에서 심사위원들은 앞서 언급한 ADI 디자인 인덱스에 나온 자료를 기초로 약 300점에 이르는 많은 제품들을 심사한다. 2차 심사에서는 이들 가운데 200점 이하로 후보작들을 가려낸다. 3차 심사과정에

서 황금콤파스상의 수상자들과 각 부문별 베스트 제품을 선정한다. 보다 엄밀히 설명하면 황금콤파스상의 구성은 다음과 같다. 심사위원들이 ADI 디자인 인덱스 내에서 1차로 추린 후보작(총 200점 이하의 후보작들)이 있으며, 각 제품 부문에서 가장 탁월하다고 평가된 제품들에 대한 부문별 베스트 제품들이 있고, 황금콤파스상이 수여되는 절대적 우위를 갖는다고 평가된 제품으로 나뉘어진다. 최종 선별 과정에서는 각 심사위원들이 단 한 표만 행사할 수 있다. 최소한 5표를 얻은 제품이라면 어느 심사위원이라도 항의를 제기하지 못하며 바로 수상자로 선정된다.

응모

ADI 디자인 인덱스에 이전 3년 간의 누적된 제품의 총계로 보면 약 700점 정도 된다. 우리가 ADI 디자인 인덱스에 제출한 응모작을 계산한다면, 그 수는 3년에 2,100점 정도 될 것이다.

황금콤파스상은 이탈리아 디자이너의 디자인이 아니더라도 이탈리아 회사가 제조하고 설계한 제품에 수여될 수 있다. 다시 말해 이탈리아 국적의 디자이너나 이탈리아에 거주하는 디자이너의 제품이 아니더라도 그리고 이탈리아 밖에서 제조된 것이라 하더라도 전년도 황금콤파스상 시상식 이후 이탈리아 시장에 첫 선을 보인 제품이라는 조건을 만족하면 된다.

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

상금은 없다. 홍보 면에서 돌아가는 혜택이라면 카달로 그일 것이다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

ADI는 시상식이 열리는 몇 달 전부터 신문이나 잡지에 홍보를 시작하며, 황금콤파스상 콜렉션 베스트 전시를 전 세계 순회전 형식으로 조직할 뿐 아니라 특정 주제를 선정해 전시를 조직하기도 한다.

What year was the award established?

1954

Since then, how many times has the award been held?

19 times

What is the main purpose of the awards?

Promotion and spread of design as a cultural, social, and economic phenomenon, whether this be product, interior, graphic, or service design.

Award Structure

The award is structured into nine categories and each category is divided into a number of subcategories. There is also one special category. There is no fixed number of winners for each category so the number of winners varies from year to year. The categories are as follows:

1. Furniture Design, including 1A. Home furnishings and complements; 1B. Office and workplace furnishings and complements; 1C. Outdoor furnishings and complements; and 1D. Home accessories.
2. Light Fittings, including 2A. Home light fittings; 2B. Office and workplace light fittings; and 2C. Industrial and public space light fittings
3. Consumer Goods, including 3A. Clothing and accessories; 3B. Office accessories; 3C. Leisure time accessories; 3D. Tools and utensils for private work; and 3E. Games and articles for infants.
4. Goods for Communications, including 4A. Telephony; 4B. Computers; 4C. Software; and 4D. Electrical household appliances.
5. Goods for Production, including 5A. Industrial machinery and components; 5B. Tools and utensils for production; 5C. Materials, and 5D. Research projects
6. Social goods, including 6A. Emergency and first aid equipment and systems; 6B. Cleaning and hygiene equipment; 6C. Medical instruments for hospital and personal use; 6D. Equipment for communities; 6E. Street furniture; and 6F. Services.
7. Bathroom Fittings, including 7A. Furnishing; 7B. Complements and articles; 7C. Plumbing fixture; 7D. Sanitary fittings; 7E. Bath-tubs, saunas and shower cabins; 7F. Floors and cladding materials.
8. Graphic and multimedia design, including 8A. Public and social graphic design; 8B. Packaging; 8C. Installations; 8D. Publishing; 8E. Sign systems; 8F. Corporate identity; 8G. Typeface design; and 8H. Web design
9. Transportation, including 9A. Private transport; 9B. Collective transport; and 9C. Industrial transport
10. Special category: Theoretical research projects, critical and historical studies about design.

When is the deadline for submissions and when are the award ceremonies held?

Since the 2001 edition, ADI has updated the Award regulations which provide new selection and participation criteria.

The projects will be evaluated by a Permanent Design Committee, formed by experts of different fields (critics, historians, publishers, designers, specialists).

During the year, the Committee will select the most qualified works in different branches. These selected works will be given an ADI Design Index quality denomination. These works will be the basis for the Compasso d'Oro Jury.

The works marked out by the Jury will be collected in an accurate book entitled 'ADI Design Index'. All the goods included in the three annual editions of the ADI Design Index issued prior to the presentation of the Awards will then participate in the Prize.

The annual deadline for submission to the ADI Design Index is January.

The Compasso d'Oro ADI Award ceremonies are usually held in October.

Jury

The Jury of the Compasso d'Oro Award is international and comprised of seven members, selected by lottery held in the public from a pool of qualified scholars and experts in the various categories of the Award. Members of the jury may not enter for the Award.

The President of the jury is elected by the jury itself from among its members in the course of its first meeting. There are no requirements regarding the percentage of foreign jurors on the jury or the percentage of jurors whose area of expertise is outside the field of design. However, the jury may consult with experts provided by ADI (who are not entitled to vote) for the purpose of providing assistance in specific technological, environmental, legislative, economic or other fields. For legal questions, the jury may ask for the assistance of an expert nominated by the President of the Giurì del Design (the Permanent Design Jury).

The jurors are not divided into different categories. They are selected five months prior to the award ceremony and their names are disclosed four months before the ceremony.

Judging Standards and Process

The judging process takes two to three days. Entries are evaluated on the basis of the following criteria: the performance of the good and innovation in its design; its impact on the physical environment (from production to consumption, to recycling or the recuperation of components); the appropriate use of technologies, materials and components; and the object's communication values.

In the first phase of the judging process, the jury, on the basis of the documentation presented in the aforementioned three editions of the ADI Design Index,

asks to examine a number of goods (about 300). In the second phase, among these goods the jury selects the Nominations (no more than 200). In the third phase, the jury chooses the winners of the Compasso d'Oro Award and the best of each of the categories.

Specifically, the Compasso d'Oro Award comprises:

Nominations (no more than 200 in total) for the goods short-listed by the jury within the editions of the ADI Design Index corresponding to the previous three years of production, and 'the best of categories' for those goods that are judged to be excellent within their product categories. In addition, Compasses of the Golden Section are given to those goods that are judged to be of absolute excellence.

In making the final selection, each member of the Jury is entitled to one vote. The Jury assigns the Awards, without right of appeal, to the goods that obtain at least five votes.

Entries

Usually, about 700 products are submitted for the award. This is the cumulative number of products selected in the three previous editions of the ADI Design Index. If we consider the submissions to the ADI Design Index, the number increases to 2,100 over the last three years.

The Award is presented to goods produced or engineered by Italian firms, even if the designer is not Italian, or to designs created by designers of Italian nationality or resident in Italy, even if they are produced elsewhere, on condition that they made their first market appearance after the last edition of the Compasso d'Oro Award.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

No cash prize is provided. The promotional support is the catalogue.

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

ADI plans a program of publicity on newspapers and magazines starting months before the Award ceremony, and organizes exhibitions on specific topics, as well as organizing travelling exhibits of the best of the Compasso d'Oro collection worldwide.

허브아방가르드 | HUB AVANTGARDE and PINNA 'VOLO'

바로니와 다마토가 디자인한 <허브아방가르드>는 호흡장치와 안전장치가 있는 스쿠버다이빙시스템입니다. 오류를 유발할 수 있는 동작을 최소화하면서도 최대한 자유로운 움직임을 보장하며, 다이버의 안전성을 높이는 자동조작 장치의 특성을 결합함으로써 다이빙 이전에 필요한 준비 과정을 최소화합니다. 바로니가 디자인한 <볼로>는 특허를 받은 OPB시스템을 특징으로 하는 개방형 다이빙물갈퀴로, 발차기를 할 때 자동으로 이상적인 각도를 만들어줍니다. 새로운 중합재질로 제작하여 탄성력을 최대화하였고 인체해부학적으로 디자인된 ABS버클이 특징적입니다.

Designed by Baroni and D'Amato, the Hub Avangarde is an integrated scuba diving system that includes all the necessary breathing and stabilisation equipment. The product allows for maximum freedom of movement, while reducing the gestures that have been found to lead to errors and at the same time simplifying pre-dive preparations by incorporating automatic features to increase diver safety. Designed by Baroni, the Volo is an open diving flipper that features the patented OPB system that automatically makes the flipper blade adopt the ideal angle in both the kick phases, thus increasing yield for effort. It makes use of new polymeric materials to maximise elastic return and features an anatomical closure with a buckle made of ABS.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: HTM스포츠다이빙마레 | 디자인: 아리스티드 바로니, 니콜라 다마토
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: HTM Sport-Divisione Mares / Design: Aristide Baroni, Nicola D'Amato



스코피오270 | SCORPIO 270

들고 다니기에 편리하도록 최대한 작고 가볍게 만드는 것이 트레킹장비 제작의 기본입니다. 이 캠핑스토브는 완전히 접히기도 하고 폼 때때는 안전하며, 조리기구를 얹기에 충분한 공간을 제공합니다. 받침대의 세 다리 중 하나를 가스통 겸용으로 디자인하여 전체적인 부피와 무게를 줄이고 있습니다. '이지클릭'이라 불리는 스토브와 가스통의 연결부분은 장비의 안전성과 단순함을 최대한 보장하는 디자인입니다.

Minimum weight and maximum compactness are absolute essentials for maintaining ease of transport in the accessories used for trekking. In addition to folding up completely, being stable when open and providing a large surface for cooking utensils, this camping stove is designed to use the gas cartridge itself as the third leg of its support tripod, which obviously saves on components and thus on total weight and bulk. Considering the use it is intended for, the connection between the stove and the cartridge, called the Easy Click, was designed to guarantee maximum safety and simplicity of application.

2001년 황금콤파스상 수상제품
제조사: 캠프가즈 | 디자인: 디자인컨티눔이탈리아
Compasso d'Oro Award 2001
Company: Campingaz | Design: Design Continuum Italia



소닉 | SONIC



이 사이클링헬멧에는 견고함과 내구성을 주는 '인몰딩'이라는 혁신기술이 사용되었습니다. 폴리스틸렌 재질로 된 내부 구조는 외부의 폴리카보네이트 재질과 함께 하나의 구조를 형성합니다. 이 모든 과정은 사용자의 안전성을 기본으로 한 것입니다. 22개의 통풍구가 있으며 매우 가벼운 것이 특징입니다. '헤드락시스템'은 사이클을 타다 넘어져도 헬멧이 벗겨지지 않도록 하는 안전장치입니다.

This road cycling helmet incorporates an innovative technology (called in-moulding) that makes it more compact and resistant: the internal polystyrene shell is moulded to the external polycarbonate housing to form a single structure. The whole process favours safety, despite the twenty-two ventilation gaps and the product's light weight. Stability is guaranteed by the Head Lock System, which ensures that the helmet will remain fitted to the head securely even when the cyclist takes a fall.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 브랑칼 디자인: 모니카 필렌기

Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Brancale Design: Monica Pileghi

X-901 (오토바이헬멧) | X-901



오토바이 운전자들에게 반드시 필요한 이 헬멧은 경주에 참가하거나 빠른 스피드를 즐기기에 적합한 제품입니다. 보호장치의 강도를 높이고 음향조절, 기후변화 적응력, 편안한 착용감 등을 고려하였습니다. 또한 이 헬멧의 중요한 특징은 공기의 흐름을 방해할 수 있는 표면 돌출부가 전혀 없다는 것입니다. 이 헬멧의 이와 같은 외형 디자인과 여러 기술적인 혁신 요소들은 특허로 보호받고 있습니다.

This integral motorcyclist's crash helmet is suitable for competition and high-speed uses. In addition to increasing the degree of protection provided, the product research also aimed at achieving acoustic, microclimate and wearer comfort. Its main features include the fact that there are no projections from the surface that would disturb the air flow. Its outer shape and many of the technological innovations introduced by this helmet are protected by patent.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 놀란 디자인: 루카 가포르오, 오나미디자인

Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Nolan

Design: Luca Gafforio, O-NAMI Product Design

인테이크 | INTAKE



최대한의 운동성을 고려하여 디자인된 농구화로 특히 측면이동을 잘 할 수 있도록 제작되었습니다. 신발 내부에 공기가 함유되어 발이 땅에 닿는 순간의 충격을 흡수하여 안정성을 증가시킵니다. 충격 파동을 매우 잘 흡수하는 특수 천연고무인 '크라톤'을 사용하였습니다.

This basketball shoe features an intermediate sole designed to allow for maximum mobility, with supports and restraints intended to cope specifically with lateral shifts. The technique adopted comprises using the air trapped inside the structure as a shock absorber during the phase when the foot comes into contact with the floor, thus increasing the stability of its hold. The shoe uses a special elastomer, Kraton™, which absorbs high frequency shock waves.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 필라 디자인: 데니스 데코비

Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Fila Design: Denis Dekovic

루나로사 | LUNA ROSSA

매우 복잡한 메커니즘으로 된 제품의 경우, 디자인은 제품개발실행을 완결하는 데에 요구되는 최첨단 기술 사이에서 중재와 조정의 역할을 하게 됩니다. 세계적인 경쟁력을 갖춘 이 제품은 낚을 잃고 바라 볼만큼 뛰어난 형태를 만들어내었습니다. 기술공정과 재료연구, 앞선 기능을 종합하는 데에 기여하는 디자인이 바로 이 제품의 성공요인입니다.

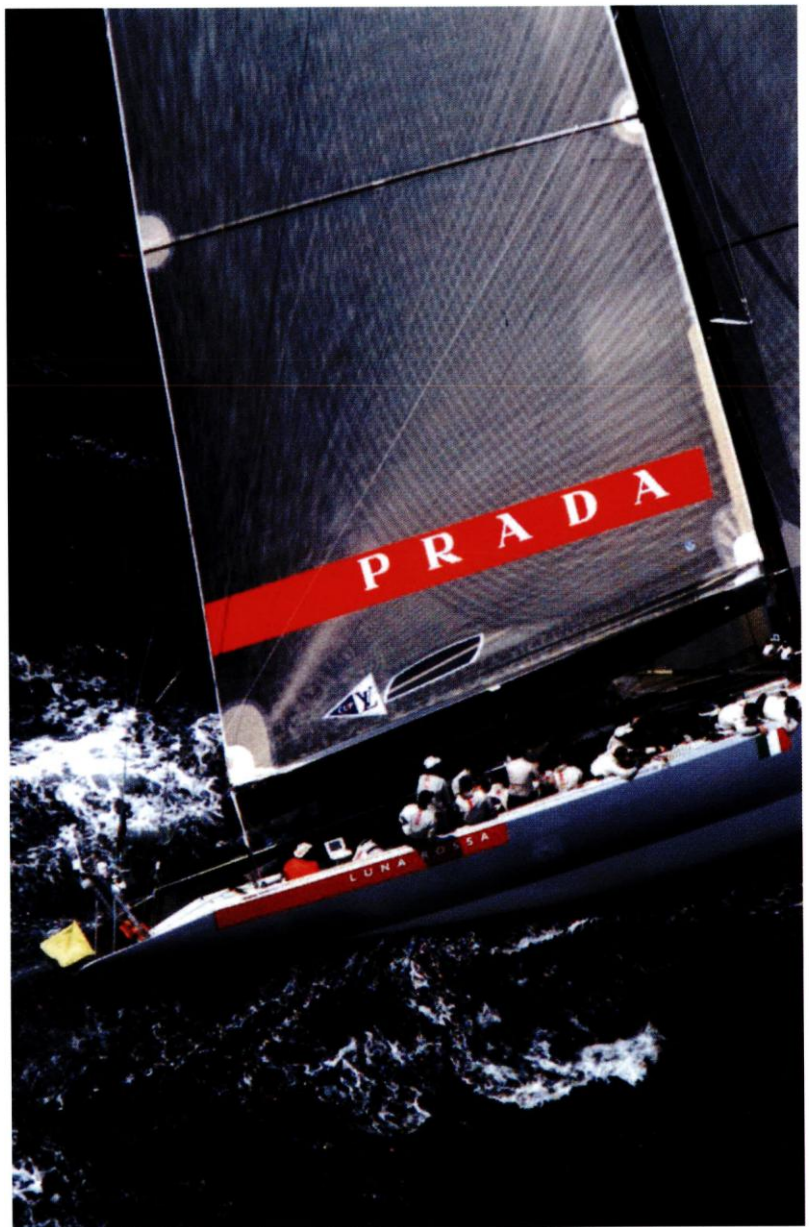
An extremely complex product in which design plays the part of the arbiter and co-ordinator of the high tech solutions necessary for absolute performance. The creation of this single unit capable of competing at world level relied on design as a success factor that, in addition to providing a breathtaking look, also contributed to the synthesis between technical processes, research of materials and advanced functionalism.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 프라다아메리카스컵

디자인: 저먼 프레르스, 더그 피터슨, 스튜디오 체리 앤 아소시아티

Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Prada America's Cup

Design: German Frers, Doug Peterson, Studio Cerri & Associati



XHAY (선글라스) | XHAY

지난 몇 년 사이 안경 제품과 특히 선글라스에 사용되는 재질이나 제작방식은 거의 표준화되었지만, 이 제품은 이처럼 획일화된 관례를 벗어나는 새로운 시도를 하고 있습니다. 우선, 안경의 렌즈와 다리가 경첩 없이 하나로 이어져 있으면서도 탄력성이 있는 재질의 특성으로 인해 일반적인 안경처럼 접을 수가 있습니다. 또한 일반적으로 안경테에 있는 렌즈 고정 홈을 렌즈 쪽으로 옮겨왔습니다. 이 안경테에 사용된 재질과 기술은 안경 산업의 혁신을 보여줍니다.

Although the materials and methods used on Company eyewear, especially sunglasses, have become fairly standardised over the years, this design makes inroads into some of these established conventions. First of all, as the front section and the ear pieces are all in one piece, there are no hinges: the structure relies on the elasticity of the material, which enables it to be folded back into place like an ordinary pair of glasses. Secondly, the groove in the frame that normally holds the lens in place has been moved over from the frame to the lens itself. Both the material used to make the frame (harmonic steel) and the technologies used (chemical photo-etching) are innovative for the eyewear industry.

2001년 황금콤파스상 선정제품

제조사: 오라익닷컴버추얼컴퍼니 | 디자인: 살바토레 모치아로

Compasso d'Oro Selection 2001

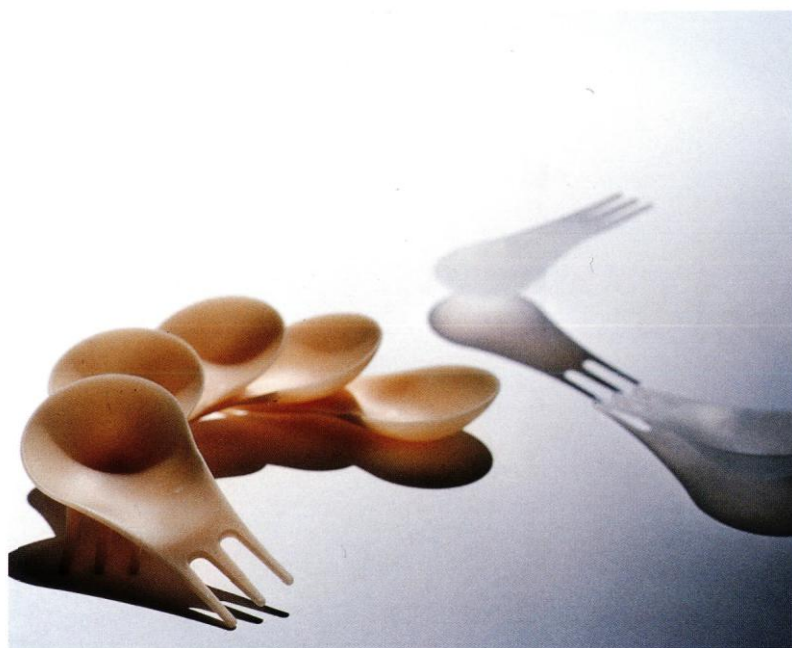
Company: Oraic.com Virtual Company | Design: Salvatore Moccia

핀구이노팩50 | PINGUINO PAC 50

이 온도조절기는 작고 경제적이며 사용이 편리하게 디자인되었습니다. 또한 재활용이 가능한 재료와 오존층을 파괴하지 않는 천연 냉각가스를 사용하였습니다. 이중공기와 수작용시스템으로 되어 있어 다양한 전원설정기능과 밤에도 사용할 수 있는 저소음기능을 선택할 수 있습니다. 프로그래머와 에어필터가 함께 사용되며, 흰색과 파란색, 금속재질의 회색 등 다양한 색상선택이 가능합니다.

The designer's task here was to make this one-piece mobile climate control unit particularly compact and easy to use. Recyclable materials and a natural coolant gas without any ozone layer impact were used. With the dual air and water functioning system, the user can select from a variety of power settings and choose a low-noise regime for the night. The unit comes with a programmer and an air filter. The choice of colours is white, blue and metallic grey.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 드론기 디자인: 지아코모 보린
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: De'Longhi spa Design: Giacomo Borin



미래 유산상
Legacy for the Future Eco-friendly Design Award

모스카르디노 | MOSCARDINO

어린이들이 사용하기에도 알맞은 크기의 일회용 포크겸용 스푼으로, 옥수수, 밀, 감자녹말에서 추출한 바이오플라스틱 '마타-비'로 만들어졌습니다. 수많은 국제특허를 취득하고 쓰레기 처리방식에 대한 연구와 혁신으로 세계적인 찬사를 받은 바 있는 이탈리아 회사 노바몬트에서 생산한 제품입니다.

A throwaway eating implement that combines the functions of the fork and the spoon in a single piece and is also small enough to be ideal for children to use. The material of which this implement is made is Mater-Bi, a bioplastic derived from the starch of maize, wheat and potatoes and produced by Novamont, an Italian firm that has registered many international patents and won world acclaim for its research and innovation in waste disposal methods.

2001년 황금콤파스상 수상제품
제조사 : 판도라디자인 디자인 : 줄리오 라체티, 마테오 라니
Compasso d'Oro Award 2001
Company: Pandora Design Design: Giulio Iacchetti, Matteo Ragni



디아볼로 | DIABOLO

원뿔형 행잉램프로, 천정에 고정되는 역원뿔형 부분 속에 내장된 코튼 케이블을 이용하여 길게 늘어뜨릴 수도 있습니다. 이 두 부분은 도장 알루미늄으로 제작되었습니다. 최대 150W(E27) 전구를 사용할 수 있습니다.

A suspension luminary with a conical diffuser that can be run out to extend, with a cotton cable contained in an upturned counter-cone (or rose) fixed to the ceiling. The two parts of the lamp are made in painted aluminium. The luminary takes a maximum 150W bulb (E27).

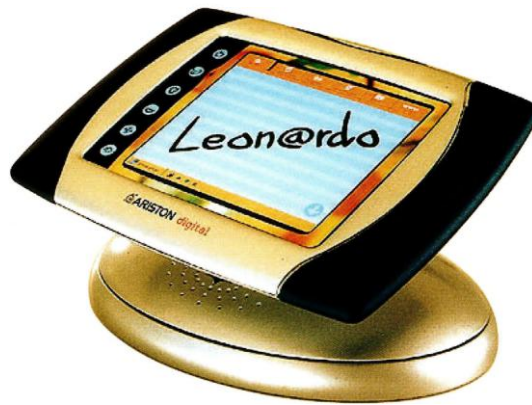
2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 플로스 디자인: 아킬레 카스틸리오니
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Flos spa Design: Achille Castiglioni

레오나르도 | LEON@RDO

뉴디지탈시대 가전제품의 토템, 최초의 '부엌모니터'입니다. 인터랙티브, 멀티미디어 기능이 있는 터치스크린 <레오나르도>는 브라우저를 담고 있어 웹사이트 검색과 인터넷서비스 연결이 가능합니다. 온라인구매와 조리법 선택, 이메일송신 외에 가족에게 메모를 남길 수도 있습니다. 원격진단, 원격알람 등 온라인 연결을 위한 프로비전이 제작됩니다. 소형스크린은 가능한 단순하게 사용할 수 있도록 디자인된 인터페이스를 갖추고 있습니다.

This is the first "kitchen monitor", the totem of the new digital age of household appliances. Fitted with a touch screen, interactive and multimedia, it contains a browser for surfing the web and connecting into all Internet services. You can also use it for on-line shopping, choosing recipes, sending e-mails and leaving messages for the rest of the family. Provision is made for an on-line connection to the help line for telediagnosis and telealarms. The small screen has an interface designed to make use as simple as possible.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 메를로니 엘리트로오메스티키 디자인: 이데오
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Merloni Elettrodomestici spa Design: Ideo



시그마 | SYGMA

기존의 옷걸이와 사뭇 다른 형태의 이 벽부착용 옷걸이는 채워져 있는 듯하면서도 비어 보이기도 하며, 기초 도 형태태를 조합하는 방식에 근거하여 컬러구성에 따라 각기 다른 그래픽 사인을 창출하고 있습니다. 매우 심플한 일상생활용품이지만 강한 시각적 효과를 지니고 있어 장식물로도 손색이 없습니다.

A wall-mounted coat hanger with an unprecedented shape, based on primary geometries that combine to create a graphic sign that lends itself to be seen as either full or empty and is highlighted by the colour scheming. An everyday object of extreme simplicity but marked visual impact, it makes no concession as a decorative addition whatsoever.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 알레시 디자인: 마크 뉴슨
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Alessi spa Design: Marc Newson





티에이지슈트 | T-AGE SUIT

이 가죽소재 오토바이복은 어깨와 무릎 부분에 티타늄을 덮어 아스팔트 도로에 넘어졌을 때 가장 노출되기 쉬운 신체 부위를 보호하고 공중으로 튕겨나갈 위험을 방지합니다. 견고한 케이블라 탄산섬유를 주입하여 보호 강도를 높이고, 두 개의 사선형 지퍼로 열기 편하게 제작하였습니다. 쿨맥스 소재의 안감은 땀과 열기를 외부로 배출하는 역할을 합니다.

The shoulders and kneecaps in this leather motorcyclist's suit are titanium-clad so that the most exposed points of the body will slide on asphalt in the case of a fall, avoiding the somersault effect that often afflicts the motorcyclist. Protection is also provided by rigid kevlar-carbon inserts, while a pair of oblique zips make for comfortable opening. The suit comes complete with an undersuit in Coolmax that re-routes the body's humidity outwards.

2001년 황금콤파스상 수상제품

제조사: 다이네스 디자인: 센트로 스튜디오 다이네스, 알도 드루디

Compasso d'Oro Award 2001

Company: Dainese Design: Centro Studi Dainese, Aldo Drudi



아트젯프린터 | ARTJET PRINTER

올리베티 테크노스트의 잉크젯프린터 〈아트젯〉은 혁신적인 산업디자인 제품입니다. 기술과 디자인의 완벽한 중합을 보여주고 있는 〈아트젯〉 프린터는 소비자를 중심으로 생각하는 올리베티의 뛰어난 기술해석 능력을 보여줍니다. 최초로 세우거나 눕혀서 설치할 수 있도록 고안되었으며, 작업의 성격과 공간, 사용자의 필요에 맞추어 활용이 가능하도록 디자인된 기기입니다. 작고 경제적인 〈아트젯〉은 선명한 해상도와 사용의 용이성을 지닌 제품으로 다양한 종류의 종이를 출력할 수 있습니다.

This example of the innovative industrial design creativity of the Artjet printer implements Olivetti Tecnost's proprietary ink-jet technology. As a perfect synthesis of technology and design, the entire ArtJet range demonstrates Olivetti's talent at creating superior technological solutions for the consumer. The ArtJet is the first printer that can be installed in either a horizontal or a vertical position, depending on work requirements and available space, thus adapting to the needs of the user rather than forcing the user to adapt to the tool. The compact ArtJet offers excellent printing resolution, ease of use and support for a full range of paper.

2001년 황금콤파스상 수상제품

제조사: 올리베티 테크노스트 디자인: 미첼 데 루치, 마사히코 구보

Compasso d'Oro Award 2001

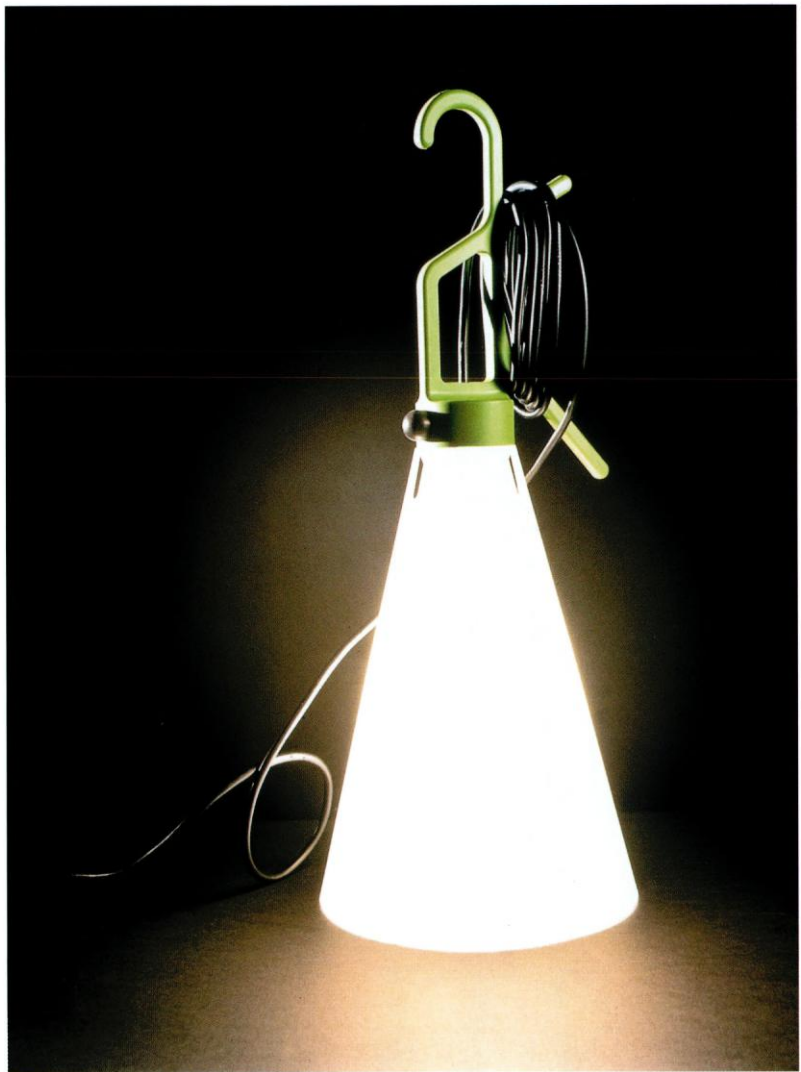
Company: Olivetti Tecnost Design: Michele De Lucchi, Masahiko Kubo

메이데이 | MAY DAY

고정되고 안정적인 설치보다는 다양한 용도를 고려하여 디자인된 조명입니다. 유기적인 형태의 램프 손잡이를 통해 이 제품의 다양한 접근 방식을 알 수 있습니다. 즉 고리에 걸 수도 있고 손에 들고 이리저리 옮길 수도 있으며 바닥에 놓을 수도 있습니다. 폴리프로필렌으로 제작되었고 네 가지 색상의 손잡이와 두 가지 타입의 전구가 있습니다.

This luminaire was designed for multiple uses, rather than for a fixed, stable position. With its articulate design, the handle suggests there are various ways of approaching this object. The lamp can be suspended from a hook or held in the hand; it can be shifted around and also put on a flat surface, where it will produce diffused light. Made of polypropylene, there is a choice of four different colours for the handle, while the luminaire itself takes two different types of bulbs.

2001년 황금콤파스상 수상제품 | 제조사: 플로스 디자인: 콘스탄틴 그라치치
Compasso d'Oro Award 2001 | Company: Flos spa Design: Kostantin Grcic

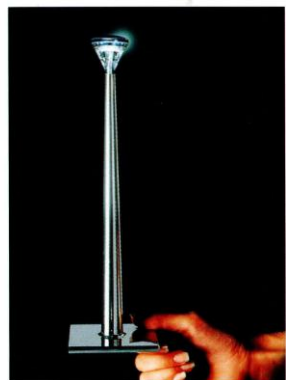


아가리콘 (조명) | AGARICON

조각비형태의 이 램프는 이랑 무늬가 새겨진 반투명한 합성수지로 제작되었으며 100W 또는 150W(E27) 전구를 사용합니다. 전등의 몸체와 덮개 부분은 덩어리에 색을 넣으면서 높은 압력을 주입하는 몰딩방식으로 제작됩니다. 전체 틀을 감싸고 있는 센서디머로 빛을 조절할 수 있습니다. 전등의 받침부분에는 아연, 구리, 알루미늄, 마그네슘의 합성물인 자마를 사용하였습니다.

A light shell made of ribbed, semi-transparent polycarbonate contains a 100/150W E27 bulb. The lighting body and the upper cover are made by high pressure injection moulding, while the colour is inserted in the mass. The sensorial dimmer, which covers the entire perimeter ring, can be controlled. The lamp's counterweight is made of zama (an alloy of zinc, copper, aluminium and magnesium).

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 루체플란 디자인: 로스 러브그로브
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Luceplan spa Design: Ross Lovegrove



스타 LED | STAR LED

평균치보다 좀더 밝은 빛을 내는 백색광 LED 기술을 사용한 이 조명은 꺼져있을 때에도 극소량의 빛을 방출합니다. 수직으로 된 몸체부분은 알루미늄으로, 윗부분은 투명한 메타아크릴로, 렌즈는 도장 메타아크릴로 만들어져 있습니다. 알카리건전지를 사용하여 빛을 냅니다.

As this luminous object uses a white light, LED technology that generates more light than average, it actually continues giving off a very slight amount of light, even when it is not being powered. The upright is made of aluminium, the head of transparent metacrylic and the lens of coloured metacrylic (red or blue). The LEDs are powered by alkaline batteries.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 루체플란 디자인: 알베르토 메다
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Luceplan Design: Alberto Meda



라 마리 | LA MARIE

투명합성수지라는 새로운 소재로 만들어져 가벼움을 자랑하는, 원-피스 몰딩으로 제작된 의자입니다. 견고한 구조에 기초한 심플한 디자인은 마치 실체가 없는 듯한 이 의자의 이미지를 돋보이게 합니다.

A chair made in a one-piece mould, using an unprecedented transparent polycarbonate that makes it particularly lightweight. The simple design, constructed on the basis of a very resistant structure, highlights an almost impalpable image.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 카르텔 디자인: 필립 스타크
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Kartell Design: Philippe Starck

벨리니 의자 | THE BELLINI CHAIR

저렴한 가격과 다양한 색상이 특징적인 초경량(340그램) 스택킹체어(포개어 쌓을 수 있는 의자)입니다. 전체적으로 하나의 재질, 즉 유리섬유강화합성수지를 사용하여 진공성형방식으로 제작되었습니다. 재료의 특수조합으로 인해 제품의 탄력성이 유지됩니다. 등받이 부분은 이 제품 고유의 내구성을 완성하며, 움푹한 의자 다리는 회전시에도 견딜 수 있는 탄력을 가지고 있습니다.

A particularly lightweight (340 grams) stacking chair that comes at a low cost and can also be specified in various colours, all made with one material: a vacuum-moulded, composite resin strengthened with fibreglass. The particular composition of this material maintains a certain elasticity in the finished product. The slabbed backrest offers resistance intrinsic to its shape, while the hollow legs create the necessary resistance to torque.

2001년 황금콤파스상 수상제품 | 제조사: 헬러 디자인: 마리오 벨리니
Compasso d'Oro Award 2001 | Company: Heller Incorporated Design: Mario Bellini



포드렌즈 | POD LENS

특이한 형태를 지닌 이 램프는 기둥이나 벽에 부착하는 방식으로 실내외에서 모두 활용이 가능합니다. 자동차 헤드라이트의 자체 반사요소에서 착안하여 빛이 나오는 부분에 프리즘 형태의 렌즈를 부착하였습니다. 외형은 폴리카보네이트 주입성형방식으로 주조되었습니다.

An unusual shape for the diffuser in this lamp, the nucleus of a system that can be used indoors and outdoors alike, fitted on a pole or attached to a wall. In its conception, the lamp draws its inspiration from the built-in reflective elements in car headlights: the illuminating part of its shell is fitted with prism-shaped lenses, while the shell itself is injection-moulded in polycarbonate.

2001년 황금콤파스상 선정제품 | 제조사: 루세플란 디자인: 로스 러브그로브
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Luceplan spa Design: Ross Lovegrove





FPE 의자 | FPE

〈FPE〉는 평행으로 놓인 두 개의 알루미늄 튜브에 한 장의 플라스틱(유색 열가소성 테크노폴리머)을 구부려 고정시켜 만든 우아한 곡선의 스택킹 체어(포개어 쌓을 수 있는 의자)입니다. 여섯 가지 강렬한 색상으로 견고하면서도 탄력 있는 구조에 생기를 더해줍니다.

A stacking chair with a slinky curved line, whose seat is made by curving a single sheet of plastic (thermoplastic technopolymer coloured in the mass) fixed to a pair of aluminium tubes running parallel. The solid yet elastic structure is enlivened by six intense colours.

2001년 황금곰패스상 선정제품 | 제조사: 카르텔 디자인: 론 아라드
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Kartell Design: Ron Arad

알리에보 (스툴) | ALLIEVO

세 개의 다리로 구성된 이 스툴은 학교 가구에 알맞은 외관이며 기록대가 함께 부착되어 있습니다. 비치우드(너도밤나무목재)와 다층구조 비치우드로 전체 구조를 제작하였습니다.

A three-legged stool with a built-in writing extension whose look is a clear reference to school furniture. The structure is made of beechwood and multilayered beechwood ply.

2001년 황금곰패스상 선정제품 | 제조사: 몬티나인터내셔널 디자인: 콘스탄틴 그리치치
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Montina International Design: Konstantin Grcic



에어원 | AIR ONE

가벼운 스택킹체어(포개어 쌓을 수 있는 의자) 에어원은 전체를 확장 폴리프로필렌으로 제작하였습니다. 야외에서도 사용할 수 있습니다.

As this lightweight stacking chair is made entirely of expanded polypropylene, it is also suitable for outdoor use.

2001년 황금곰패스상 선정제품 | 제조사: 에드라 디자인: 로스 러브그로브
Compasso d'Oro Selection 2001 | Company: Edra Design: Ross Lovegrove

J A P A N



Good Design Award



G-Mark을 수여하는 굿디자인상(Good Design Award)은 1957년 시작되었습니다. 1958년 일본의 세계적인 그래픽디자이너 유사쿠 카메쿠라가 고안한 G-Mark는 수준이 높고 편리하며 균형잡힌 제품에 대한 상징이 되어 국민의 65% 정도가 G-Mark의 가치를 인지하고 있습니다.

- 굿디자인상의 전신인 G-Mark 시스템은 1957년 국제무역산업부가 시작한 이래 40여 년간 25,000점의 제품에 G-Mark를 수여하였습니다. 그 후 1998년 제 42회부터 JIDPO가 후원하는 '굿디자인상'으로 재탄생하였습니다.

- 굿디자인상은 제품디자인부문, 건축 및 환경디자인부문, 새로운 영역개척부문으로 나누어 심사되며, 수상작 중 특별히 우수한 작품과 사회, 문화 라이프스타일 등 각 주제별로 우수한 디자인에 수여하는 특별상에는 대상과 금상이 수여됩니다. 그리고 주제별로는 인터랙션디자인상, 에콜로지디자인상, 도시디자인상, 평생디자인상, 디자인경영상, 애뉴얼테마상, 중소기업상, 장기판매 굿디자인상 등이 주어집니다.

- The Good Design Award was inaugurated in 1957. The "G-Mark" symbol was designed by renowned graphic designer Yusaku KAMEKURA in 1958. Only products that are recipients of the Good Design Award are authorized to display the "G-mark," a symbol of high-quality, convenient, well-balanced products. It has been shown that approximately 65% of the Japanese public recognize the symbol.

- The Good Design Selection System (G-Mark system), the antecedent to the Good Design Award, was established in 1957 by the Ministry of International Trade and Industry. In the more than forty years since its inauguration, 25,000 products have been selected to bear the G-Mark. In 1998, the 42nd year, the G-Mark system was reborn as the Good Design Award under the auspices of the Japan Industrial Design Promotion Organization (JIDPO).

- The Good Design Award is divided into three categories: products, architecture and environments, and new territories. Moreover, special awards such as the Grand Prize, Gold Prize and Theme Prize are conferred on particularly superior Good Design Award products, according to various themes such as society, culture and lifestyle. Additional theme prizes include the interactive design award, ecological design award, urban design award, lifetime design award, design management award, annual theme award, small and medium enterprises award, and long-selling good design award.



Japan Industrial Design Promotion Organization

일본산업디자인진흥원(이하 JIDPO: The Japan Industrial Design Promotion Organization)은 디자인 활동에 대한 전폭적인 장려를 목표로 하는 일본 유일의 기관으로, 국제무역산업부 디자인협의회가 제출한 보고서를 기초로 1969년 설립되었습니다. 설립 이래 JIDPO는 정부기관, 산업단체 그리고 개별 디자이너들의 협력을 통해 디자인 진흥사업을 펼치고 있습니다. • 오 늘날의 디자인은 비단 경제적인 성공을 보장하는 수단으로서가 아니라 새로운 비전을 제안하고 인식하기 위한 확실한 방법론입니다. 다시 말해 디자인은 사회를 이끌어가는 하나의 선봉이자 활기입니다. 다양한 유형의 기업과 개인이 디자인을 활용하고 그 비전을 사회에 제시하며 창조적이고 추진력 있는 사회를 창조해 가는 것이 JIDPO가 추구하는 디자인 진흥의 궁극적인 목표입니다. •

Japan Industrial Design Promotion Organization (JIDPO) was founded in 1969 on the basis of a report submitted by the Design Council of the Ministry of International Trade and Industry. It is the only organization in Japan involved in the comprehensive promotion of design activities. Since its foundation, it has been involved in an ongoing series of promotional activities with the cooperation of government agencies, industrial bodies, and individual designers. • Today, design is not considered merely as a means of ensuring economic success, but rather as an explicit methodology for proposing and realizing new visions. In other words, it is part of the very vitality that propels our society as a whole forward. Creating a society in which companies and individuals of various types are able to use design, to present their visions to society, and to realize their conceptions together with those who sympathize with them. In other words, the creation of a creative and fulfilled society is the main topic that needs to be tackled by design promotion today.

굿디자인상의 제정년도

1957년에 일명 G-마크 시스템이라고도 하는 굿디자인 셀렉션 시스템이라는 명칭으로 처음 제정되었고, 현재와 같이 굿디자인상이라는 이름으로 다시 태어난 것은 1998년이다.

제정 이후 총 개최 횟수

47회(매년 개최)

주요목적

일반 소비자 제품뿐 아니라 산업 제품, 공공 제품을 포함하여 모든 사업에 디자인을 결합시키는 것이다.

조직과 부문

3가지의 주요 부문으로 나뉘어져 있다. 특별 수상자는 주요 부문별 수상자들 사이에서 선정된다.

A) 굿디자인상: 이 부문은 3부문에 나뉘어진다.

제품 부문

개인이 사용하거나 가정에서 사용되는 제품에서부터 의료, 교육 그리고 사회복지와 같은 사업이나 공공 부문에서 사용되는 제품에 이르는 산업적으로 생산된 모든 제품.

건축 및 환경 부문

- 공장, 연구실을 비롯한 그 밖의 산업 및 에너지 관련 시설
- 상점, 호텔, 오락 시설을 비롯한 그 밖의 서비스 관련 시설
- 기차역, 공원, 병원, 미술관을 비롯한 그 밖의 사회 문화 시설

새로운 영역 개척 부문

지구 환경 문제나 노령화 사회 문제, 그리고 기술의 인간화를 다루는 등 그 밖의 여러 문제들을 적극적으로 표명하는 데 실험을 시도한 새로운 영역들.

B) 특별상

대상: 모든 부문의 제품을 통틀어 가장 뛰어난 제품에 수여되는 상.

금상: 각 부문별 제품을 가운데 가장 뛰어난 제품에 수여되는 상.

유니버설디자인상: 기존 수상 제품과 시설 가운데 특히 복지의 관점에서 디자인된 가장 뛰어난 제품과 설비에 수여되는 상.

인터랙션디자인상: 기존 수상 제품과 설비 가운데 특히

사용자와 더욱 친밀한 쌍방향성을 가질 수 있도록 디자인된 가장 뛰어난 제품과 설비에 수여되는 상.

에콜로지디자인상: 기존 수상 제품과 설비 가운데 특히 사회와 환경간의 균형을 맞추려는 시각에서 개발된 가장 뛰어난 제품과 설비에 수여되는 상.

도시디자인상: 전략적 디자인과 그 경영의 관점에서 개발된 제품과 설비 가운데 특히 뛰어난 제품과 설비에 수여되는 상.

애뉴얼테마상: 사회가 디자인에 대해 요구하는 안건과 문제들을 해결하는데 일조한 가장 뛰어난 제품과 설비에 수여되는 상.

중소기업상: 각 부문별로 가장 뛰어난 중소기업의 제품과 설비에 수여되는 상

장기 판매 굿디자인상: G-마크를 받은 지 10년이 지나서도 여전히 시장에 판매되어 좋은 디자인으로 인정받는 제품과 설비에 수여되는 상.

출품 마감 시한과 시상식 개최

출품 마감 시한은 대개 6월이며 시상식은 10월에 열린다.

심사위원

최전방에서 활동하고 있는 디자이너와 건축가, 그리고 그 밖의 디자인 전문가들을 비롯하여 전문지 편집장이나, 바이어, 상품 및 유통 전문가들로 구성된 심사위원들이 장르별로 세부 그룹으로 나누어 진행한다.

심사 기준과 과정

심사과정은 1차와 2차에 걸쳐 진행된다. 1차 심사과정인 서류 심사에서 심사위원들은 소정의 규정을 충족시키는 응모작을 가려낸다. 이 과정은 7월에 이루어지고 2주 넘게 소요된다. 제품을 선별해내는 2차 심사과정에 모든 제품들이 모아진다.

후보작들을 평가할 때 심사위원들은 다음과 같은 질문을 고려한다. 굿디자인 제품인가? 이 질문은 수상 제품이나 설비가 매력, 안전성, 환경, 사용자 친화, 기능성, 그리고 성능, 공공의 선, 독창성과 같은 기본적인 디자인 조건을 충족시켜야 한다는 것을 의미한다. 모든 응모작들은 굿디자인에 대한 모든 조건을 충족시켜야 한다. 게다가 응모작들은 우수 디자인에 대한 조건이나 앞으로의 미래에 새로운 지반을 깔고 나갈 디자인 조건 중 적어도 하나를 충족시켜야 한다. 그렇게 하기 위해서 디자인은 다음과 같은 조건을 갖추고 있어야 한다.

- i) 디자인의 형식적 측면, 개념적 측면, 또는 프로세스/경영의 측면

ii) 사용자에 대한 배려

iii) 산업적인 측면

iv) 사회적인 측면

선정 기준을 통과한 제품들은 굿디자인상의 영광을 안게 된다. 그리고 특별상 수상자는 굿디자인상 수상자들 중에 선별된다. 이 상들은 경제·무역·산업부 장관이 수여하며 부문별 심사위원장들이 선정을 하는데, 다만 대상은 수상자들과 심사위원들, 그리고 일본 굿디자인상 자문위원들의 투표로 시상식에서 선출한다.

응모

응모작은 최근에 시장에 출시됐거나 일본 시장에서 판매될 계획인 제품에 한정한다. 응모작 제출은 제조업체나 생산업체, 그리고 이를 디자인한 디자인 스튜디오나 제품 제조에 전권을 가지고 있는 회사가 하도록 되어 있다.

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

수상자들에게 상장을 수여한다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

수상작은 일본 굿디자인상 연감에 실린다. 그리고 JIDPO는 전시와 미디어, 인터넷을 포함하여 홍보 기회를 적극적으로 제공한다. 수상 제품의 마케팅에 도움이 되도록 원조를 하는 것은 물론 모든 수상자들은 수상 제품에 G-마크를 붙이는 것도 허용한다.

What year was the award established?

The award was first established in 1957 as the Good Design Selection System (G-Mark system), and was re-born in 1998 as the Good Design Award.

Since then, how many times has the award been held?

The award is held annually. It is now in its 47th year.

What is the main purpose of the awards?

To integrate design into all industries including industrial and public goods in addition to consumer goods.

Award Structure

The award is structured into three main categories. In addition, a number of special award winners are selected from among the winners in the main categories.

A) Good Design Award

Divided into three categories:

- 1) Products, which includes all industrially produced goods from products used by individuals or in the home, through to products used in business or public arenas such as medicine, education and social welfare.
- 2) Architecture and Environments, which includes factories, laboratories and other industry and energy-related facilities; shops, hotels, recreation facilities and other distribution and service-related facilities; and train stations, parks, hospitals, art galleries and other social and cultural facilities.
- 3) New Territories, which covers experiments in actively addressing global environmental problems, the issue of the graying society and other issues dealing with the humanization of technology.

B) Special Awards

Grand Prize (for the most outstanding product among all categories); Gold Prize (the most outstanding product or facility in each category); Universal Design Prize (particularly outstanding products and facilities designed in view of the welfare from all the awarded products and facilities); Interaction Design Prize (for particularly outstanding products and facilities designed to have more interaction with users from all the awarded products and facilities); Ecology Design Prize (for particularly outstanding products and facilities among

those developed with a view to achieving a balance between society and the environment from all the awarded products and facilities); Urban Design Prize: (for particularly outstanding products and facilities among those developed with a view to achieving strategic design and its management); Annual Theme Prize (for particularly outstanding products and facilities among those developed with a view to resolving agendas and questions which the society asks for design); Small and Medium Enterprises Prize: (for particularly outstanding products and facilities produced by small and medium enterprises in each of the categories); and Long-selling Good Design Prize (for products and facilities which have been in the market for more than 10 years after receiving a G-mark and are still recognized as good design in the current market).

When is the deadline for submissions and when is the award ceremony held?

The deadline is usually around June and the award ceremony is held in October.

Jury

The screening of Good Design Award candidate products is conducted by genre-specific subgroups of jury members comprising designers, architects and other design specialists working in the forefront of this field, as well as editors, buyers and other product and distribution specialists.

Judging Standards and Process

There is a two-phase screening process. In the first phase, document screening, the judges screen the applications to ensure the fulfillment of specified standards. This process takes place over a two-week period in July. In the second phase of the screening process, product screening, all the products are gathered at a single location for judges to inspect.

In evaluating the candidates, the judges consider the following questions: Is it a good design? This means the product or facility must meet basic design qualifications such as attractiveness, safety, environment appropriateness, user friendliness, functionality and performance, good value, and originality. All entries must satisfy all the requirements for a good design. In addition, the entries must meet at least one of the qualifications

for a superior design, or a design that breaks new ground for the future. To do so, the design must reveal superior or ground-breaking qualities in terms of i) the formal, conceptual, or process/management aspects of the design; ii) consideration of the user; iii) industrial aspects; or iv) social aspects.

Products that pass the adjudication standards are honored with Good Design Awards. Also, Special Prize winners are chosen from among the Good Design Award winners. These prizes are given by the Ministry of Economy, Trade and Industry and adjudicated by the chief jury of each of the categories, while the Grand Prize winner is chosen by a vote of the award winners, jury members and advisory board members at the Award Ceremony.

Entries

Entries are limited to products that are currently on the market or are planning to be sold on the market in Japan. The products should be entered by the producer or manufacturer of the product, the design studio or entrepreneur who designed the product, or those who can take responsibility for manufacturing the product.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

Winners are presented with a certificate.

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

The winning entries are published in the Good Design Award Yearbook. In addition, JIDPO actively seeks publicity opportunities, including exhibitions, media tie-ins and through the Internet. Marketing support is provided to award-winning products, and of course all winners are permitted to display the G-mark in association with their winning products.



IHC-25PB 전자식조리기 IHC-25PB ELECTROMAGNETIC COOKER

기존의 스테인리스 조리기를 도기와 철제조리기로 발전시킨 것입니다. 전골과 스키야키를 좋아하는 일본인의 식습관과 도자기나 철기를 선호하는 일본인의 감성을 고려하였습니다. 가스레인지보다 열 세기 조절이 자유롭고, 불로 가열하지 않아 조리기를 깨끗하게 유지할 수 있어 특히 부엌과 거실이 분리되지 않은 공간에서 사용하기에 적합합니다. 소재의 장점을 최대한 살린 단아한 색상과 질감으로 일식, 양식 조리 모두에 어울립니다.

Expanding the IH stainless steel pot, Toshiba has developed two new items for its IH cookware series: an earthen pot and an iron pot. They have created these elegant household appliances to function like the traditional cookware used for cooking nabemono, sukiyaki and barbequed meat, the most typical dishes cooked at the Japanese table. IH technology allows users to control the amount of heat and emits no flames or fumes. These features make IH cookware ideal for indoor tabletop cooking.

2002년 굿디자인 금상 / 제품디자인 부문

제조사: 도시바 디자인: 도시바디자인센터 마츠모토 히로코

Good Design Gold Prize 2002 / Category: Product Design

Company: Toshiba Corp. Design: Hiroko Matsumoto, Design Center, Toshiba Corporation

BTL1100 레이저마커 | BTL1100 LASER MARKER

레이저 직사광선의 특성을 살린 제품으로 건축공사에서 벽이나 천정 등에 기준점이나 기준이 되는 수평선, 수직선을 표시할 수 있습니다. 마츠시타는 소형 레이저 기술을 응용하여 최소형 레이저마커를 출시했습니다. 휴대와 사용의 편리함, 우수한 성능, 은색과 검정색의 심플한 디자인으로 기존의 붉은색과 황색이 주종을 이루던 대형 레이저기들과 차별화된 새로운 이미지를 만들어 내고 작업능률도 향상시켰습니다.

The Laser marker is a tool that utilizes the natural straightness of the laser beam to cast vertical and horizontal lines on the walls, ceilings and other surfaces to serve as guides and set standard measures for building construction and other fields. This new product, the smallest industrial marker, was developed to solve the problems of conventional marking tools, which tend to be heavy and costly. With a silver and black two-tone color effect, the laser marker provides greater contrast for improved visibility, operability and safety in dim work places.

2002년 굿디자인 금상 / 제품디자인 부문

제조사: 마츠시타전자 디자인: 마츠시타전자 정보기기디자인실 테라지마 마사유키

Good Design Gold Prize 2002 / Category: Product Design

Company: Matsushita Electric Works, Ltd.

Design: Masayuki Terashima, Design Office, Information Equipment & Wiring Products Company, Matsushita Electric Works, Ltd.



60W형광전구 네오볼Z | 60W TYPE FLUORESCENT LIGHT BULB NEO BALL Z

도시바라이팅은 1980년 세계 최초로 전구형 형광램프를 개발하여 발매한 이래, 1998년에 전구 사이즈에 가까운 새로운 형광램프 스타일인 <네오볼Z>의 개발에 성공, 전구형광등을 보급한 바 있습니다. 이 전구형 형광램프는 일반전구와 비교하여 동일한 밝기의 경우, 소비전력 약 1/5, 발열량 약 1/5, 그리고 형광등의 특징을 살려 6배의 긴 수명을 가진 초절약형 제품입니다. 또한 L컬러(전구색 3000K), N컬러(주백색), D컬러(6700K)의 3종류 광색에서 선택할 수가 있어서 라이프스타일과 계절에 맞게 풍부한 조명효과를 즐길 수 있습니다.

Neo Ball Z, the bulb-sized fluorescent lamp developed by Toshiba Lighting in 1998, made a successful debut in the world bulb-shaped fluorescent lamp market. Toshiba Lighting already proved its cutting edge technology with the world's first bulb-shaped fluorescent lamp in 1980. Compared with the regular incandescent light bulb, this new energy efficient bulb-shaped fluorescent lamp, Neo Ball Z, offers one fifth less the energy cost and one fifth the heat, while promising 6 times more life. Moreover, three different colors, color L (bulb color 3000K), color N (white light color), and color D (6700K), allow people to enjoy the full spectrum of light in accordance with different life styles in each season.

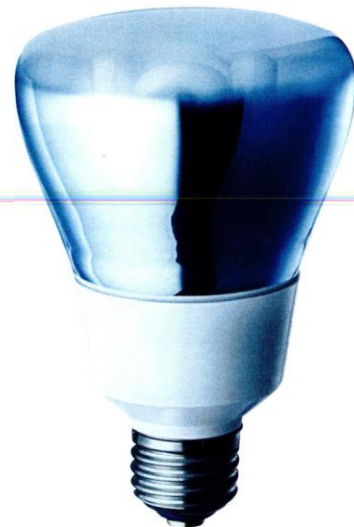
2002년 에콜로지디자인상 / 제품디자인 부문

제조사: 도시바라이팅애펙테크놀로지 디자인: 도시바라이팅애펙테크놀로지 디자인팀 에가와 카즈오, 타케우치 에이키

Ecology Design Prize 2002 / Category: Product Design

Company: Toshiba Lighting & Technology Corp.

Design: Kazuo Egawa, Eiki Takeuchi, Design Group, Toshiba Lighting & Technology Corp.



만다리나덕 카푸치노 FBMD990

MANDARINA DUCK CAPPUCCINO FBMD 990

투명한 느낌의 배색과 피부에 감기는 촉감의 실리콘을 사용한 여성용 손목시계입니다. 강화 실리콘의 신축성을 살렸으며, 단추를 채우듯이 손목에 차는 독특한 고정방식이 특징적입니다.

The silicon wristwatch for women features a transparent body and feel of wrapping firmly around the skin. Reinforced silicon adds more elasticity to the strap. And a unique button clasp is used to fasten the watch onto the wearer's wrist.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 개인용품류

제조사: 세이코시계 디자인: 세이코인스트루먼트디자인팀

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Personal Care Products

Company: Seiko Watch Corp. Design: Seiko Instruments Inc., Design Division



HD-N12 히타치 헤어드라이어

HD-N12 HITACHI HAIR DRYER

머리카락을 말릴 때 공기 중의 미세한 수분들을 머리카락에 공급하여 적절한 수분과 윤기를 유지하면서 머리모양을 만들 수 있는 헤어드라이어입니다. 은색과 보라색을 주요 색상으로 사용하여 제품군의 이미지를 통일하였습니다.

This hair dryer activates tiny water particles in the air to maintain sufficient moisture and shine as the user creates various hair styles. Silver and purple are the main colors used to create a consistent look for this line of products.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 개인용품류 | 제조사: 쿠슈 히타치 맥스웰 디자인: 히타치사 디자인부

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Personal Care Products

Company: Kyushu Hitachi Maxwell, Ltd. Design: Hitachi Manufacturing, Design Division



돌츠 : EW1011 전동칫솔

DOLTZ: EW1011 ELECTRIC TOOTHBRUSH

음파진동으로 양치질을 보다 쉽게 할 수 있는 전동칫솔입니다. 모터의 진동이 치아에 미세한 기포를 만들어 양치질을 보다 손쉽고 청결하게 할 수 있도록 도와줍니다. 잇몸을 마사지할 수 있는 실리콘 솔이 포함되어 있습니다.

This automatic toothbrush helps users to more effectively and efficiently clean their teeth with its unique sound wave method. The rapid vibration of the motor creates fine bubbles with the moisture on the user's teeth, for maximum effectiveness. In addition, a silicon brush is included to massage the users' gums.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 개인용품류 | 제조사: 마츠시타전자 디자인: 마츠시타전자 가전제품디자인실

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Personal Care Products

Company: Matsushita Electric Works, Ltd. Design: Home Appliance Design Office, Home Appliances Company, Matsushita, Electric Works, Ltd.

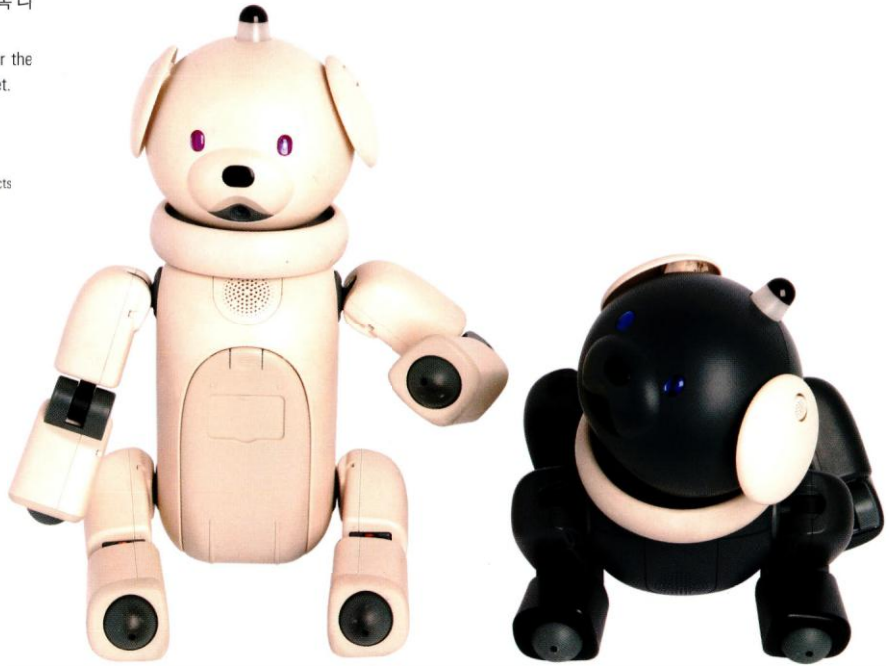


아이보 ERS-300시리즈 라테와 마카론 AIBO ERS-300 SERIES "LATTE & MACARON"

젊은 여성들을 주요 타겟으로 한 캐릭터 가치가 높은 로봇 제품입니다. 작고 세련된 인형이나 애완동물처럼 감정이입의 대상이 될 수 있도록 디자인되었습니다.

Designed to appeal to young women, this robot can easily win over the kind of affection that is often showered onto a small doll or beloved pet.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 엔터테인먼트 및 취미용품류
제조사: 소니 디자인: 소니엔터테인먼트로봇컴퍼니 소니디지털디자인
Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Entertainment and Hobby Products
Company: Sony Corp
Design: Sony Digital Design, Sony Corporation Entertainment Robot Company



아이보 ERS-220 | AIBO ERS-220

〈아이보〉에 랜카드를 장착하여 PC로 조절할 수 있습니다. 단순히 귀여운 기존의 이미지와는 달리 테크놀로지 지향의 사이버이미지를 채택하였습니다. 애니메이션 시리즈에 나온 로봇의 이미지를 3차원의 입체로 구현한 디자인입니다.

By installing a LAN card, AIBO can easily be controlled by a personal computer. Therefore, unlike previous models that were designed to look cute, AIBO is a three dimensional version of the robots featured in popular animation series.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 엔터테인먼트 및 취미용품류
제조사: 소니 디자인: 소니엔터테인먼트로봇컴퍼니 스튜디오누에
Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Entertainment and Hobby Products
Company: Sony Corp. Design: Studio Nue, Sony Corporation Entertainment Robot Company



아플리케스테이션 아플리케제조기 APPLIQUESTATION EMBROIDERED APPLIQUE CREATOR

바늘과 실을 합친 카세트로 자수장식의 견장이나 아플리케(이름표)를 쉽고 안전하게 만들 수 있습니다. 모양선택 화면에 보이는 다양한 형상과 애니메이션을 통해 설명서 없이도 재미있고 쉽게 사용할 수 있습니다. 저장된 도안 데이터를 활용할 수 있으며, 다른 도안 메모리를 따로 구입할 수도 있습니다. 바늘과 기계작동 부위에 덮개가 씌어져 있어 어린이도 안전하게 사용할 수 있으며 투명한 몸체를 통해 기계가 수놓는 과정을 눈으로 확인할 수 있습니다.

This safe and easy-to-use machine featuring a specialized thread cassette creates embroidered badges by using patterns stored in its memory or extra patterns in separately sold ROM cartridges. The needle and mechanical parts are covered to ensure safety, while the transparent cover shows the ongoing embroidery operations, so children can have fun watching the process. The machine is easy to operate; it can be operated without even reading the manual since simple icons and animation on the pattern selection screen easily guide the user.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 개인용품류 | 제조사: 브라더 디자인: 브라더 퍼스널엔홈컴퍼니디자인그룹
Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Personal Care Products
Company: Brother Industries, Ltd.
Design: Corporate Design Group, Public Relations Dept. and Development Dept., Personal & Home Company, Brother Industries, Ltd.



EV-204/5(090) 야마하 전자바이올린

EV-204/5(090) YAMAHA ELECTRIC VIOLIN

팝이나 록 음악 연주용 전자바이올린입니다. 새롭게 개발한 픽업장치에 의해 저음부터 섬세한 고음까지 폭넓은 음을 표현합니다. 클래식한 실루엣을 기본 디자인으로 하고 파격적인 조형성을 더했습니다.

An electric violin for pop or rock music. Due to a newly developed pickup, this instrument can produce a wide range of sounds from rich low sounds to high refined sounds. Unconventional formative features are added to the basic design of the classic silhouette.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 엔터테인먼트 및 취미용품류

제조사: 야마하 디자인: 야마하디자인연구소 미치다 켄

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Entertainment and Hobby Products

Company: Yamaha Corp. Design: Yamaha Corporation, Product Design Laboratory, Supervisor, Ken Michida



소니 SS-LA500ED 스피커 | SONY SS-LA500ED SPEAKER

캐비닛에 강한 마그네슘 다이캐스트를 사용한 스피커입니다. 둥근형태의 입체적 디자인은 개성적인 조형성을 강조하며, 음질에 나쁜 영향을 미치는 전파를 처리하는 효과도 있어 생생하고도 자연스러운 고음질을 재생합니다.

This speaker features a strong die-cast magnesium cabinet. The rounded form of the speaker creates a unique shape, while at the same time effectively eliminating interfering sound waves and enabling the transmission of a natural refined high quality sound.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 엔터테인먼트 및 취미용품류 | 제조사: 소니 디자인: 소니디자인센터

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Entertainment and Hobby Products

Company: Sony Corp. Design: Sony Corporation, Design Center



내셔널 BF-130 방충기능랜턴 | NATIONAL BF-130 LANTERN

랜턴하부에 방충기능 성분이 내장되어 있어 야외나 캠핑에서 사용할 수 있습니다. 방충성분이 있는 하부와 랜턴의 몸체를 분리시킬 수 있어 목적에 맞게 사용할 수 있습니다.

With an insect repellent installed in the lower part of this lamp, this product can be used in the outdoors and on camping trips. In addition, the lower part can be separated from the upper part of the lamp to suit the needs of the user.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 스포츠 레저용품류

제조사: 마츠시타전자 디자인: 마츠시타전자 파나소닉디자인사 내셔널디자인그룹

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Sports and Outdoor Leisure Products

Company: Matsushita Electric Industrial Co., Ltd.

Design: National Design Group Panasonic Design Company, Matsushita Electric Industrial Co., Ltd.



빅터 인터링크 MP-XP7210 VICTOR INTERLINK MP-XP7210

A5크기로는 최고 수준인 800MHz의 CPU를 장착한 노트북 컴퓨터입니다. 휴대성이나 사용시 편리하도록 버튼 등 돌출 부분을 모두 제거하여 단순하게 디자인하였고, 여러 개의 단자와 연결할 수 있어 다양한 주변기기와 무리 없이 접속할 수 있습니다.

This A5-sized notebook computer is supported by a top-notch 800MHz processor. For enhanced convenience and portability, the computer has a simple design without protruding parts such as buttons, and it can easily be connected to a variety of accessories for greater versatility.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 이동전화 및 휴대용기기류

제조사: 빅터 디자인: 빅터디자인센터

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Cellular and Mobile Devices

Company: Victor Company of Japan, Ltd.

Design: Design Center, Victor Company of Japan, Ltd.



클리에 PEG-NR 70V | CLIE PEG-NR 70V

카메라와 키보드를 장착한 PDA입니다. 폴더형식의 대형 윈도우를 다양한 용도에 맞추어 회전할 수 있습니다. 모든 면에서 조금도 파손되지 않도록 배려한 다기능의 깔끔한 제품입니다.

This PDA utilizes both camera and keyboard. A large folder style window can be rotated to serve various purposes. This multi-functional new product is designed to evade possible damages in every position.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 카메라 및 디지털카메라류 | 제조사: 후지필름 디자인: 후지필름디자인센터

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Cameras and Digital Cameras

Company: Fuji Photo Film Co., Ltd. Design: Fuji Photo Film Co., Ltd., Design Center



바이오 PCV-W101 | VAIO PCV-W101

주거공간의 인테리어 소품으로 활용할 수 있을 만큼 세련된 디자인의 제품입니다. 개폐식 키보드와 액정모니터를 일체화하여 최소 공간을 지향하였으며, 키보드를 닫은 상태에서도 액정화면을 이용할 수 있도록 개발하였습니다.

The aesthetic qualities of this product are high enough to make it a part of the room's decor. The integration of the LCD monitor and the keyboard maximizes space efficiency, and the keyboard can be closed when only the monitor is in use.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 개인용컴퓨터 및 주변기기류 | 제조사: 소니 디자인: 소니HNC디자인센터

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Personal Computers and Devices

Company: Sony Corp. Design: Sony Corporation, HNC Design Center



캐논 IXY i (APS컴팩트카메라)

CANON IXY i (APS camera)

APS(Advanced Photo System) 필름 카메라시장을 활성화하기 위해 카메라의 일반적인 형태와 달리 APS 필름의 특성을 살려 보다 새로운 방향을 추구했습니다. 거울처럼 반사되는 원통형 몸체로 휴대성과 뛰어난 디자인마감을 동시에 겸비하고 있는 제품입니다.

In order to activate the APS camera market, this camera was designed to break away from the conventional shape of cameras to seek new features of APS film. Its main body is wrapped with a mirror-like tube, so that it is highly portable and has a very stylish finish.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 카메라 및 디지털카메라류

제조사: 캐논 디자인: 캐논디자인센터 코마추 히로시

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Cameras and Digital Cameras

Company: Canon Inc. Design: Hiroshi Komatsu, Design Center, Canon Inc.



MW-100 휴대용프린터 | MW-100 MOBILE PRINTER

재충전가능한 리튬전지를 사용하여 언제, 어디에서나 작업할 수 있는 휴대용프린터입니다. 용지교환이 쉬운 페이퍼캐세트방식이며, 다양한 종류의 종이를 출력할 수 있습니다. A4 자동축소 등 조작이 간단한 다양한 기능이 있는 제품입니다. PDA와 적외선통신을 통해 정보를 받아 인쇄하거나 USB포트로 PC에 연결하여 사용할 수 있습니다.

This printer can be used anywhere and any time, as it contains a lithium ion rechargeable battery. This printer features a user-friendly paper cassette system (the first in the industry). It can be used for a wide range of printing papers. Also, it uses cut paper to ensure a beautiful finish without any curl. It can receive data via infrared communication from PDAs, and via a USB connection from PCs.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 개인용컴퓨터 및 주변기기류 | 제조사: 브라더 디자인: 브라더디자인그룹

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Personal Computers and Devices

Company: Brother Industries, Ltd. Design: Corporate Design Group, Public Relations Dept., Brother Industries, Ltd.



후지필름 넥시아Q1 (APS컴팩트카메라)

FUJI FILM NEXIA Q1 (APS camera)

어깨끈의 특성을 살려 패션 액세서리 감각으로 가볍게 가지고 다닐 수 있도록 둥근 형태로 디자인하였습니다. 자동초점조절기능과 눈이 붉게 찍히는 현상을 방지하는 램프 등 기본기능에 충실하면서도 가격이 저렴한 카메라입니다.

Playing on the fact that cameras usually dangle from a strap, a round shape was chosen for this camera so that it can be worn like a fashion accessory. The camera offers plenty of functions such as automatic focus and a red eye reduction lamp at an amazingly low price.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 카메라 및 디지털카메라류 | 제조사: 후지필름 디자인: 후지필름디자인센터

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Cameras and Digital Cameras

Company: Fuji Photo Film Co., Ltd. Design: Fuji Photo Film Co., Ltd., Design Center



럭키우드 T-519 | LUCKYWOOD T-519

손가락이 부착된 찻잎 보존용기입니다. 손가락은 용기 안에 수납하거나 부착할 수 있습니다. 홍차, 일본차, 중국차 등 모든 종류의 차에 어울리는 형태와 소재로 된 명쾌한 디자인입니다.

A jar with a matching spoon to store loose tea. The spoon can be stored in the jar or attached to it. With a distinct design, the material and form of this jar is perfect for holding any kind of tea.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 주방용품류

제조사: 고바야시 디자인: 고바야시

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Cooking and Kitchen Products

Company: Kobayashi Industrial Co., Ltd. Design: Kobayashi Industrial Co., Ltd.



EPR- U15B 쓰레기처리바이오시스템

EPR-U15B BIO SYSTEM RAW GARBAGE DISPOSAL SYSTEM

미생물로 쓰레기를 분해처리하는 바이오방식의 쓰레기처리기로 가정용으로는 처음 생산된 제품입니다. 탈취성 분이 뛰어나 악취를 98% 감소시켰으며, 스테인리스 몸체의 단순하고 날렵한 디자인은 주방을 돋보이게 합니다. 공간을 많이 차지하지 않으며, 쓰레기를 버리기에 적당한 높이로 디자인되었습니다. 어린이가 오작동시킬 위험을 방지하는 잠금장치가 있습니다.

The bio system (microbial decomposition) raw garbage disposal system for family use is the first such system manufactured by this industrial sector for indoor installation. Based on a careful consideration of environmental factors, the bio system takes full advantage of the principles of natural decomposition. The product also features a compact design that minimizes the space required in kitchens and an installation height selected for the most convenient disposal of raw garbage. Its stainless steel and white exterior give it a clean look and the product is also equipped with a child safety lock.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 주방가전제품류 | 제조사: 도시바 디자인: 도시바디자인센터 디자인그룹3

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Cooking Devices and Home Electronics

Company: Toshiba Corp. Design: Toshiba Corporation Design Center Design Group 3



내셔널 BH-220 비상부저 | NATIONAL BH-220 EMERGENCY BUZZER

끈을 잡아당기면 큰 소리를 울려 긴급상황을 알릴 수 있는 방법용 부저입니다. 여성들이 거부감 없이 가지고 다닐 수 있는 세련된 디자인으로, 패션 액세서리처럼 가방에 넣고 다니기에 적합합니다. 긴급상황시에 즉각적으로 사용할 수 있습니다.

This emergency buzzer gives off a loud noise when the string is pulled to signal that the user is in a dangerous situation. With a sophisticated feminine design, this product has the look of a fashion accessory and is suitable for carrying around at all times and can be swiftly activated in urgent situations.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 일상생활용품류

제조사: 마츠시타전자 디자인: 마츠시타전자 파나소닉디자인사 내셔널디자인그룹

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Everyday-use Products

Company: Matsushita Electric Industrial Co., Ltd.

Design: National Design Group Panasonic Design Company, Matsushita Electric Industrial Co., Ltd.



SX-XD303 스피커시스템 SX-XD303 SPEAKER SYSTEM

5.1채널 홈씨어터 DVD플레이어용 스피커시스템입니다. 알루미늄 소재로 된 날씬한 막대형의 공간절약형 디자인이며 성형합판 재질에 의한 콘트라스트로 음이 앞으로 퍼져 나갑니다.

This 5.1-channel speaker is for home theater DVD players. Made of aluminum, and with a stick-like form, this speaker occupies minimum space. With a plywood back, sounds from this speaker spread forward.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 가정용 정보통신기기류

제조사: 빅터 디자인: 빅터디자인센터

Good Design Award 2002 /

Category: Product Design / Household-use Media and Communications

Company: Victor Company of Japan, Ltd.

Design: Design Center, Victor Company of Japan, Ltd.



내셔널 NP-P45D1S1 식기세척기 | NATIONAL NP-P45D1S1 DISH WASHER

긴 컵이나 넓은 쟁반도 씻을 수 있는 깊고 넓은 대용량 식기세척기입니다. 모듈설계로 여러 형태의 주방에 설치할 수 있으며, 폴 오픈방식으로 허리를 숙이지 않고 편한 자세로 식기를 취급할 수 있어 사용이 편리합니다.

The deep and wide body of this dishwasher is spacious enough to hold everything from a tall glass to a wide tray. Due to its modular design, it fits well into various kitchen layouts. Moreover, with a pull open door, this dishwasher provides easy and comfortable access to the dishes.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 주방가전제품류

제조사: 마츠시타전자 디자인: 마츠시타전자 파나소닉디자인사 내셔널디자인그룹

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Cooking Devices and Home Electronics

Company: Matsushita Electric Industrial Co., Ltd.

Design: National Design Group Panasonic Design Company, Matsushita Electric Industrial Co., Ltd.



XV-PZ330 DVD플레이어 XV-PZ330 DVD PLAYER

프로그레시브방식(이중주사방식)을 통해 고화질의 디지털영상을 구현하는 DVD플레이어입니다. 파란색 테두리로 강조된 얇은 몸체는 DVD플레이어의 오락성을 잘 표현하고 있습니다.

With a circuit that can directly read DVDs and Video CDs recorded in progressive mode, this DVD player can play high-resolution images. The slim body highlighted with blue edges appropriately reflects the product's function as an entertainment tool.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 가정용 정보통신기기류

제조사: 빅터 디자인: 빅터디자인센터

Good Design Award 2002 /

Category: Product Design / Household-use Media and Communications

Company: Victor Company of Japan, Ltd.

Design: Design Center, Victor Company of Japan, Ltd.

FU-N60CX-S 공기청정기

FU-N60CX-S AIR CLEANER

플라즈마 클러스터 이온방식의 공기청정기입니다. 본체에서 발생시키는 양이온, 음이온을 공기 중에 방출하여 공간의 구석구석까지 깨끗하게 정화시킵니다. 작동상태를 표시하는 단순한 트윈타워형태의 LED발광체는 간접조명으로도 사용할 수 있습니다. 소음이 없고 공기정화기능이 뛰어납니다.

An air cleaner in a shape of twin towers that uses the plasma cluster ion method. The main body emits positive ions and anions that purify every corner of space. Its LED, the operating indicator, can also be used as indirect lighting. This is a low-noise appliance with excellent air cleaning functions.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 주택설비류

제조사: 샤프 디자인: 샤프디자인센터

Good Design Award 2002 / Category : Good Design Award / Housing Materials and Devices

Company: Sharp Corporation

Design: Design Center, Appliance Systems Group, Sharp Corporation



HX-CC1-B 탁상용온풍기

HX-CC1-B FAN HEATER

플라즈마 클러스터방식(기존의 음이온방식이 아닌 음이온과 양이온을 동시에 발생하여 공기 중 유해물질을 분해하고 깨끗한 공기를 생성하는 방식)에 의한 공기청정기능을 지닌 탁상용 온풍기입니다. 인공지능을 통해 자동으로 작동되고 정지되며 화장실이나 어린이방 설치에 알맞도록 기능이 간편한 것이 장점입니다. 협소한 공간에서도 활용이 가능한 작고 경제적인 크기의 원통형 제품입니다.

A ceramic fan heater plasma cluster ion air cleaner. This appliance turns itself on and off through artificial intelligence and features simple functions and a compact cylindrical shape. It can be installed in a child's bedroom or in a small bathroom.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 주택설비류

제조사: 샤프 디자인: 샤프디자인센터

Good Design Award 2002 / Category : Good Design Award / Housing Materials and Devices

Company: Sharp Corporation

Design: Design Center, Appliance Systems Group, Sharp Corporation



엡손 TM-T90 영수증프린터

EPSON TM-T90 RECEIPT PRINTER

열전사방식으로 1초당 45.3행이 인쇄되는 고속프린터입니다. 소음이 없으며 눕히거나 세워서 설치할 수 있습니다. 두루마리형태의 영수증 용지를 뽑아내는 방식으로, 개성적이고도 심플한 디자인입니다.

Using a line thermal accelerator method, this receipt printer achieves the unprecedented high speed of 45.3 lines per second. This noiseless gadget can be installed either horizontally or vertically. The clever outer form in the shape of a roll of receipt paper results in a simple yet original design.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 점포용품 및 기기류

제조사: 세이코엡손 디자인: IDEO일본, 세이코엡손디자인센터

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Commercial-use Products and Devices

Company: Seiko Epson Corp. Design: IDEO JAPAN, Design Center, Seiko Epson Corp.



JS레터커터 III | JS LETTER CUTTER III

봉투, 메모지, 포장지 등의 접힌 부분을 잘라낼 수 있는 종이용 칼입니다. 내장된 칼날은 세라믹소재를 사용하여 내구성이 뛰어납니다.

This is a paper knife for opening envelopes, and cutting notepaper, or wrapping paper. Its ceramic blade has great durability.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 사무용품류 | 제조사: 미도리 디자인: 미도리기획부 모치즈키 사토시

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Office-use Products, Furniture and Systems

Company: Midori Co., Ltd. Design: Satoshi Mochizuki, Planning Dept., Midori Co., Ltd.



F-WBD101YR 문구용펀치

F-WBD101YR WILL STATIONERY ACTIC STAND-UP PUNCH

사용하지 않을 때에는 세워서 보관할 수 있는 공간절약형 디자인으로 된 아공펀치입니다. 활 모양을 모티브로 활용한 제품으로 통일감을 주었으며 다른 문구제품과 함께 놓였을 때 장식효과도 뛰어납니다.

With a sleek arch design, this two-hole puncher can be stored in a vertical position to save space on the user's desk. This is part of the company's bow-shaped series of stationery products and together with the other products in the line forms a nice set.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 사무용품류 | 제조사: 고쿠요 디자인: 고쿠요 판타지스타사업부 제품개발팀

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Office-use Products, Furniture and Systems

Company: Kokuyo Co., Ltd. Design: Products Development Group, Fantasia Division, Kokuyo Co., Ltd.





올림푸스 MIC-D 디지털현미경 OLYMPUS MIC-D DIGITAL MICROSCOPE

컴퓨터에 연결하여 모니터화면으로 대상을 볼 수 있는 디지털현미경입니다. 교육현장에서의 사용을 고려하여 조작과 편리성을 면밀히 검토한 끝에 제작되었습니다. 가동부분의 강도를 높게 하였고, 각이 없는 디자인과 쉽게 분해할 수 없는 견고한 구조로 만들었습니다.

By connecting this digital microscope to computer, images can be viewed on a monitor. As a product to be used in educational environments, it was closely reviewed to ensure maximum convenience and operability. It is highly operable, has rounded corners for safety and a solid structure that cannot be easily disassembled.

2002년 굿디자인상 / 제품디자인부문 교육기자재류

제조사: 올림푸스 디자인: 올림푸스이미징시스템그룹디자인센터

Good Design Award 2002 / Category: Product Design / Education Systems and Devices

Company: Olympus Optical Co., Ltd.

Design: Design Center, Imaging Systems Group, Olympus Optical Co., Ltd.

엑슬림 디지털카메라 | EXLIM EX-S1 (digital camera)

<엑슬림>디지털카메라는 첨단기술을 사용하여 새로운 디지털기기를 최대한 집약적인 형태로 만들어낸 제품입니다. 11.3mm 두께의 이 카메라는 1초 안에 전원이 켜지고, 0.01초의 릴리스타임 래그(셔터버튼을 누르고 나서 촬영될 때까지의 시간)동안에 기본적인 기능이 모두 작동될 만큼 기동시간이 빠른 점이 특징입니다. 사용자가 디자이너의 의도와 그 뒤에 담긴 아름다움을 느끼게 하고 싶다는 단순한 바람이 이 제품디자인의 컨셉입니다.

The EXLIM digital camera derives its extreme compactness from only new digital-specific forms and uses leading-edge device technologies. With only 11.3mm thick body, approximately one second start-up time from the moment the power is turned on, and a 0.01 release time lag, the basic framework for the EXLIM was in place. The design concept was simply a desire that users sense the designers' intent and feel the 'beauty' behind it.

2002년 굿디자인 금상 / 제품디자인부문 | 제조사: 카시오컴퓨터 디자인: 카시오컴퓨터디자인센터

Good Design Gold Prize 2002 / Category: Product Design | Company: Casio Computer Co., Ltd. Design: Design Center, Casio Computer Co., Ltd.



K O R E A



GOOD DESIGN

Korea Good Design Product Award



GOOD DESIGN

우수산업디자인(GD)상품선정제도(이하 GD)는 1985년부터 시행되어오고 있는 제도로, 현재 국내외에서 판매 중이거나 판매예정인 상품을 대상으로, 조형성, 경제성, 편리성 등의 기준으로 디자인을 평가하여 종합적으로 우수한 제품에 대해 정부에서 우수디자인상품임을 인증하여 GD마크를 부여하는 제도입니다.

- GD는 우수한 산업디자인상품을 선정·장려하여 상품의 디자인개발을 촉진하고 아이디어 창출을 유도합니다. 또한 품질의 우수성은 물론 사용에도 편리하고 생활공간에 아름다움을 더하는 상품의 개발과 발굴을 촉진합니다. 결과적으로 독창적이고 우수한 상품디자인을 개발하여 상품의 경쟁력 강화를 통한 수출증대와 국민경제 발전에 기여하고 있습니다.
- GD마크선정제는 상품의 디자인 수준을 향상하여 국민의 다양한 욕구를 충족시키고 국민생활의 질적 수준을 높이며 산업디자인에 대한 일반인의 인식과 관심을 고취시킴으로써 산업디자인 발전을 촉진하는데 그 목적을 두고 있습니다.

The Good Design (GD) product selection system was inaugurated in 1985 as a system through which the government officially endorses products that are sold or will be sold nationally or internationally as superior products in terms of overall design taking into consideration factors such as form, functionality, and economic competitiveness.

The GD system, by recognizing and rewarding excellent industrial design products, promotes the advancement of design and encourages innovation and creativity through quality products that contribute to aesthetically and practically enhancing our daily lives. In addition, the promotion of design excellence to create competitive products also contributes to increasing exports and the development of the national economy.

Ultimately, the GD system aims to improve the quality of life by improving product designs and meeting the diverse demands of consumers, and to contribute to the development of industrial design by expanding public awareness of the field.



Ministry of Commerce, Industry and Energy

산업자원부는 산업, 무역, 에너지 및 지하자원에 관한 정책을 책임지고 있는 실물경제의 주무부처로서, 1948년 이후 상공부에서 출발하여 현재에 이르기까지 우리나라의 경제발전을 선도해온 부서입니다. 산업자원부의 조직과 기능은 경제의 근대화, 공업화, 개방화, 세계화 등 발전사에 따라 변화해왔습니다.

- 1994년에는 급변하는 대외통상환경에 적극 대응하기 위하여 상공자원부를 통상산업부로 변경하고 조직을 재정비하였습니다. 1998년에는 IMF 경제위기 극복과 공공부문의 생산성 제고를 위한 정부조직 개편이 이루어져, 대외통상기능과 중소기업정책기능이 각각 외교통상부와 1996년 신설된 중소기업청으로 이관되고, 통상산업부가 산업자원부로 변경되었으며, 1999년에는 기술표준원이 중소기업청 소속에서 산업자원부 소속으로 변경되었습니다.

- 산업자원부에 부여된 기본적인 임무는 산업, 대외무역, 투자의 진흥 및 공정한 거래질서의 확립, 산업경쟁력의 강화 및 균형 있는 발전의 도모, 에너지 수급의 안정 및 합리적·효율적 에너지 이용의 증진을 통해 국민경제의 발전과 복지의 증진을 도모하는 것으로 요약될 수 있습니다.

- The Ministry of Commerce, Industry and Energy (MOCIE) is the ministry responsible for the real economy, more specifically policies concerning industry, trade, energy and resources. Since this ministry was initially launched as the Ministry of Commerce in 1948 when the first Korean government was inaugurated, its role and function has changed as the Korean economy developed and grew in size.

- To overcome the economic crisis and boost productivity in the public sector, government ministries were reorganized in 1998. As a result, functions related to trade and small and medium-sized enterprises were transferred to the Ministry of Foreign Affairs and Trade and the Small and Medium Business Administration, respectively.

- Thus MOCIE's role can be summarized as promotion of industry, international trade and investment and the establishment of fair trade, the enhancement of industrial competitiveness and promotion of balanced development; and provision of stable energy supply and efficient use of energy, thus contributing to the national economy and people's welfare.

우수산업디자인(GD) 상의 제정년도
1985년

제정 이후 총 개회 횟수
19회(매년 개회)

주요목적

- 상품의 디자인개발을 촉진하고 아이디어 창출을 유도하며, 품질이 우수할 뿐만 아니라 사용하기에 편리하고 생활공간에 아름다움을 갖춘 상품개발 및 이를 발굴하여 디자인 개발을 촉진한다.
- 독창적이고 우수한 상품디자인을 개발하여 상품의 경쟁력 강화를 통한 수출증대와 국민경제 발전에 기여한다.
- 상품의 디자인 수준향상으로 국민의 다양한 욕구충족 및 국민생활의 질적 수준을 높인다.
- 산업디자인에 대한 일반인의 인식과 관심을 고취시켜 전반적인 산업디자인의 발전을 촉진한다.

조직과 부문

- 제품디자인:** 품질이 우수한 물론 사용하기 편리하며 우리생활에 사용되거나 유통되는 모든 상품으로서 디자인이 우수한 상품
- 전기전자제품류: TV, VTR, 냉장고, 세탁기, 오디오, 청소기, 에어컨 등
 - 통신기기류: 컴퓨터, 전화기, 팩시밀리, 휴대폰, 도어폰, P/C컴퓨터 주변기기 등
 - 생활용품류: 카메라, 핸드백, 지갑, 압력솥, 주방기기, 가스렌지, 산업도자기 등
 - 귀금속/보석류: 시계, 반지, 목걸이, 팔찌, 귀걸이 등
 - 산업기계류: 지게차, 굴삭기, 도자, 로타, 전류계, 엘리베이터, 농업용 양수기 등
 - 섬유류: 우산, 섬유핸드백, 섬유지갑, 넥타이, 스카프, 손수건, 침구류 등
 - 아동용품류: 원구, 유모차, 보행기, 게임기, 실내놀이용품 등
 - 교육용품류: 현미경, 지구본, 미술용품, 자연학습교재, 반사투명기 등
 - 사무기기 및 문구류: 필기구, 타자기, 연필 깎기, 복사기, 문서편집기 등
 - 운송기기류: 중/소형 승용차, 버스, 화물자동차, 덤프트럭 등
 - 취미 및 레포츠용품류: 악기, 등산장비, 테니스라켓, 낚시용품, 자전거, 스포츠용품 등
 - 가구류: 책상, 식탁, 사무용 캐비닛, 의자, 침대, 장롱, 소파 등
 - 주택설비용품류: 선풍기, 수전기구, 위생도기, 타일, 도어설비류 등
 - 의료기기류: 고압증기멸균기, 수술용기, 의료용 소독기, 치과용 의료대 등
 - 문화/관광상품 및 공예류: 공예품, 민예품, 생활자기, 장신구 등
 - 기타류: 우리 생활에 사용될 목적으로 유통되는 상품

포장디자인: 우리생활에 사용 및 유통되는 모든 포장상품으로 환경보호 측면과 폐기물 처리과정, 재활용성 등을 고

려한 포장의 기능과 디자인이 우수한 상품
- 제과류, 화장품류, 의약품류, 주류, 음료, 농/축/수산물, 가전제품류, 생활용품류, 잡화 등 기타 유통중인 상품

환경디자인: 자연미와 인공미가 조화되어 쾌적한 생활환경을 조성기 위한 옥외시설물
- 환경조형 및 시설물: 택시/버스정류장, 지하철 관련 시설물, 가로사인시스템, 휴지통, 가로등, 화분대, 공중전화부스, 벤치, 키오스크, 교량, 방파제, 축대 등

캐릭터 디자인: 자기만의 성격과 특징 생명력을 갖는 형상을 그림이나 사진 등으로 표현한 모든 것
- 캐릭터 관련 상품 및 시각이미지 등

외국상품디자인: 국내외에서 유통 판매되는 외국 브랜드 상품류

시상내역

- 대상(대통령상) 1점
- 최우수상(국무총리상) 1점
- 우수상: 산업자원부장관상 15점 내외, 조달청장상 10점 내외, KIDP위원장상 20점 내외(환경, 인간공학, 유니버설디자인상 포함)
- *우수산업디자인상:
대상: 대상 및 최우수상 수상 디자이너 각 1명
선정: 출품물 중 평균 36% 선정

출품 마감 시한과 시상식 개최

1차 신청접수: 5월 중순경, 2차 신청접수: 8월 말경, 시상식: 10월 중순 이후

심사위원

심사위원은 예비위원을 포함해 총 70명 이내로 구성되며, 디자인전문가, 마케팅, 환경 및 인간공학 전문가, 디자인기초기술분야 전문가(금형, 칼라 등) 등을 대상으로 하여 관련협회 및 유관기관 등에서 추천을 받아 위촉

심사는 서류심사, 현물심사, 수상품(상격결정) 심사로 구성되며 각 위원회별로 20명 이내의 위원이 다음과 같은 안건과 방법에 의해 심사에 참여한다.

서류 심사위원회

- 안건: 부문별 서류심사로 선정후보상품을 결정
- 심사방법: 분과별 심사 후 채점제 실시, 최종안은 심사위원회에서 의결

현물 심사위원회

- 안건: 현물심사, 선정상품 확정 및 수상후보상품 결정
- 심사방법: 분과별 심사 후 채점제 실시

수상품 심사위원회

- 안건: 상격결정
- 심사방법: 수상후보업체 프리젠테이션 실시

심사 기준과 과정

1차, 2차, 3차 심사 모두 각각 1일씩, 총 3일에 걸쳐 심사

가 진행된다. 1차심사는 서류심사로, 각 5명씩 3개 분과의 심사위원이 담당한다. 3개 분과는 다음과 같다.: 1분과) 전기전자제품류, 통신기기류 / 2분과) 산업기계류, 의료기기류, 사무기기 및 문구류, 섬유류, 아동용품류, 교육용품류, 주택설비용품류, 가구류, 환경디자인, 외국상품디자인 / 3분과) 포장디자인, 귀금속 및 보석디자인류, 생활용품류, 문화관광상품 및 공예류, 취미 및 레포츠용품류, 캐릭터디자인류, 기타류

각 분과 총 5명의 심사위원 점수를 합산하여 고득점 순으로 선정후보 상품을 결정한다. 2차 심사는 심사위원 15명이 5명씩 3개 분과를 편성하여 각 분과별 심사위원 전원이 심사한다. 3차 심사는 심사위원 11명이 분과의 구분 없이 통합심사한다. (*심사위원의 수는 2003년 기준이며 매년 약간의 변화가 있음)

심사 기준은 필수평가와 종합평가로 구분된다. 필수평가 항목은 평가점수 80점 만점으로, 심미성, 품위성, 독창성, 안전성, 사용의 편리성, 품질의 우수성, 환경친화성, 경제성을 평가한다.

평가점수 20점의 종합평가에서는 1) 의도와 표현이 부합되는가 2) 컨셉이 진보적인가 3) 유니버설한가 4) 체계가 효율적인가 5) 인터페이스가 편리한가 6) 전반적인 디자인 감각이 어떠한가 등의 내용으로 디자인의 탁월성을 평가한다.

응모

최근 3년간 매년 평균 840점이 응모하였으며, 1퍼센트 미만으로 미비하긴 하나 2002년도부터는 해외신청을 받고 있다. 응모작중 2003년에는 42.1퍼센트가 선정되었으며 최근 3년간의 평균치는 37.8퍼센트이다.

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다?

- 대상 및 최우수상 디자이너 2명에 대한 상금
- 산업기술개발자금 지원시 우수산업디자인(GD)상품 선정업체에 우선지원
- 우수산업디자인(GD) 선정업체가 디자인혁신상품개발사업 신청시 우선지원(3년이내)
- 우수산업디자인(GD)에 선정된 상품은 KIDP 인터넷 홈페이지에 국·영문으로 상시 무료게재
- 우수산업디자인(GD)에 선정된 수상업체(우수상 이상)가 원할 경우 KIDP에서 운영하는 '디자인 e마켓' 전자상거래서비스에 무료입점(가맹점 등록비, 보증보험 가입비 지원) 및 배너광고 무료게재

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

- 우수산업디자인(GD)에 선정된 상품은 한국디자인진흥원 홈페이지 VR전시
- 전시
- 신문 등 매체 광고

What year was the award established?

1985

Since then, how many times has the award been held? 19 times

What is the main purpose of the awards?

- to encourage the development of high quality, attractive, user-friendly products by advancing the development of design and fostering creativity.
- to contribute to the growth of exports and economic development by boosting product competitiveness through the development of creative, high quality product design.
- to enhance the quality of people's lives and meet their diverse demands by improving the quality of product design.
- to promote the overall development of industrial design by increasing public awareness and interest in industrial design.

Award Structure

The award is organized into the following categories:

i. Product design: Every day products that are convenient to use, and are distributed in the market, with superior design including,

- Electronic products: TVs, VCRs, refrigerators, washing machines, audios, air conditioners, etc.
- Communication products: computers, telephones, facsimile machines, mobile phones, door phones, computer peripherals, etc.
- Household goods: cameras, handbags, wallets, pressure cookers, kitchen appliances, industrial ceramics, etc.
- Jewelry: watches, rings, necklaces, bracelets, earrings, etc.
- Industrial equipment: forklifts, fork cranes, loaders, ammeters, elevators, farm water pumps, etc.
- Textiles: umbrellas, cloth handbags, cloth wallets, neckties, scarves, handkerchiefs, bedding, etc.
- Baby products: toys, baby carriages, baby walkers, games, indoor play object, etc.
- Educational products: microscopes, globes, art tools, nature study materials, transparent reflectors, etc.
- Office supplies and stationery: pens, typewriters, pencil sharpeners, copy machines, document organizers, etc.
- Transport: passenger cars, buses, trucks, dump trucks, etc.
- Leisure and sports: musical instruments, mountain-climbing equipment, fishing equipment, bicycles, sports equipment, etc.
- Furniture: desks, tables, office cabinets, chairs, beds, closets, sofas, etc.
- Residential building equipment: sinks, faucets, sanitary ceramics, tiles, door equipment, etc.
- Medical equipment: high pressure steam sterilizers, surgical equipment, medical sanitizers, dental equipment, etc.
- Cultural products/souvenirs/crafts: craft products, folk art, ceramic ware, decorative products, etc.
- Miscellaneous: other products distributed on the market and used in daily life.

ii. Package design: Packaging of products used and distributed in the market that consider the environment, disposal process, recycling and superior design.

- food, cosmetics, medicine, liquor, beverages, agricultural/livestock/marine products, electronic appliances, suppliers, miscellaneous goods, and other goods in the market.

iii. Environment design: Outdoor facilities that harmonize natural and artificial aesthetics, to provide a pleasant environment.

- outdoor structures and facilities: taxi/bus stations, subway facilities, street sign systems, garbage cans, street lamps, flowerpots, phone booths, benches, kiosks, bridges, breakwaters, etc.

iv. Character design: All pictures and photographs expressing unique vibrant characters.

- character-related products and visual images, etc.

v. Foreign product design: Foreign brand products that are distributed and marketed internationally.

Awards

Awards are presented as follows:

- President's Award: 1 winner
- Prime Minister's Award: 1 winner
- Good Design Awards
- Commerce, Industry and Energy Minister's Award: about 15 winners
- Public Procurement Services Administrator's Award: about 10 winners
- KIDP President's Award: about 20 winners (including the categories of environment, ergonomics, and universal design)

*Excellent Industrial Designer Award: Conferred to the designers of the President's Award-winning product and Prime Minister's Award-winning product.

When is the deadline for submissions and when is the award ceremony held?

The deadline for the first phase of the application process is in mid-May, followed by a second phase deadline at the end of August. While the award ceremony is held after mid-October.

Jury

The jury, including the preliminary jurors, is comprised of about 70 members selected from a list of nominees recommended by related associations and institutions and includes design experts, marketing professionals, ergonomics experts, and experts in basic design technologies.

The judging process, which consists of an evaluation of application documents, evaluation of actual products, and selection of award-winning products, is carried out as follows by committees of up to 20 jurors.

Review of Application Documents

- Purpose: To decide on a shortlist of GD mark selection candidates through an examination of application documents.
- Method: All applications are examined by category and a point system is applied. The final shortlist of selection candidates is decided by the jury.

Product Evaluation

- Purpose: To examine the actual products to decide on the final list of selected products and award candidates.
- Method: After an evaluation of the products in each category, a point system is applied.

Selection of Award-Winners

- Purpose: To select the final award winners
- Method: Firms that have submitted products selected as award candidates give presentations to the jury.

Judging Standards and Process

The entire judging process takes three days, with each

phase of the three-phase screening process taking up one day.

In the first phase, applications are reviewed in document form. The jury is divided into three groups. The three groups are assigned to the various award categories as follows: Group 1: electronic goods, communication equipment; Group 2: industrial machines, clothing machines, office equipment and stationery, textile products, baby products, educational products, foreign product design; and Group 3: package design, jewelry design, appliances, souvenirs, craft, leisure, character design and miscellaneous. Each juror examines all the applications in the categories assigned to him or her, giving each applicant a score. The scores assigned by the five jurors are then consolidated, and the candidates with the top scores are selected as award nominees.

In the second phase, another group of jurors participate in the same process as in the first phase, this time examining the products directly, and narrowing down the number of nominees for the awards.

In the third and final phase of the judging process, a number of jurors (11 in the case of 2003) from the second phase examine all the nominated products to select the final winners.

In rating the products, jurors use a point system as follows:

For essential design elements (a score out of 80 points) as follows: aesthetics, dignity, originality, safety, convenience, quality, environment-friendliness, and economical efficiency.

For design excellence from a more comprehensive perspective (a score out of 20 points) as follows: 1) Does the expression correspond with the original intent? 2) Is the concept innovative? 3) Is the design universal? 4) Is the system efficient? 5) Is the interface convenient? 6) How is the overall finish of the design?

Entries

Over the last three years, 840 entries, on average, were submitted each year.

Since 2002, the awards have been open to foreign entrants. However foreign entries still make up less than 1% of the submissions. In 2003, 42.1% of the entries received an award. The average percentage of winning entries over the last three years is 37.8%.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

Award winners, including the two winners of the Excellent Industrial Designer Award, receive cash prizes. In addition, GD award-winning firms have a priority position in applying for the Industrial Technological Development Fund. They also have a priority position, for three years after winning the award, in applying for the Design Innovation Products Project. If they desire, GD award winners can also participate in "design e-market", an electronic commerce service operated by KIDP, with all the related charges (registration and insurance fees and banner advertising fees) waived.

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

GD award winners are featured in an Internet exhibition on KIDP's homepage, as well as in an off-line exhibition. GD products are also promoted through newspapers and various other media.



싸이킹미니 | CYKING MINI

LG전자 <싸이킹미니>는 어느 곳에서든 누구나 손쉽게 사용할 수 있는 보조 청소기입니다. 먼지봉투가 따로 필요없는 싸이클론 집진방식으로 투명 먼지통을 사용하며, 보관이 편리한 충전식 받침대가 있습니다.

This product is not meant to replace the conventional vacuum cleaner. Rather, it is meant to be a supplementary cleaning tool. It can be used easily by persons of all ages, in all kinds of dwellings. With a transparent dust collector, there is no need for a dust bag.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 전기전자 부문

제조사 : LG전자 디자인 : 김형기, 신현선

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Electrical and Electronics

Company: LG Electronics Co., Ltd. Design: Kim Hyunki, Shin Hyunseon

세이즈-3100 | SEISE-3100 (four-plug extension electric cord reel)

세신이엠씨의 세이즈-3100은 12m 전기코드릴(4구 콘센트)로 심플한 디자인과 편리한 기능성을 가지고 있습니다. 언제 어디서나 코드를 연장하여 쉽게 사용할 수 있고 휴대하기에도 적합한 제품입니다. 또한 과부하방지장치를 내장하여 안전도를 높였고 플러그에 손잡이가 있어 사용이 편리합니다. 전기접속구부분이 불에 타지 않는 난연소재로 되어 있어 안전하며 외부재질은 특수강화 복합 PP재질을 사용하여 내구성이 강합니다.

SEISE-3100 is an easy-to-use four-plug electrical extension cord reel. The cord is easily accessible, safe, easy-to-use, and can be hung for convenient storage. The product also features a main shut off switch and lamp and breaker. Its maximum rating current and voltage is 10A 125V.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 전기전자 부문

제조사 : 세신이엠씨 디자인 : 리디자인

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Electrical and Electronics

Company: SESIN EMC Co., Ltd. Design: LEE Design



멀티채널헤드폰 | MULTICHANNEL HEADPHONES

멀티채널헤드폰은 엠엠기어의 독특한 특허기술이 채택한 리얼 서라운드사운드 헤드폰입니다. 헤드폰내의 구조만으로 공간감과 현장감이 극대화된 입체음향을 재현하기 때문에 DVD 영화나 3D 게임 등에서 탁월한 음향효과를 그대로 즐길 수 있는 세계 유일의 디스크리트 채널타입 멀티채널헤드폰입니다.

Real Surround-Sound Headphones are the most advanced surround-sound headphones in the world. They are not virtual 3D sound, but REAL discrete channel type sound systems. Real Surround-Sound Headphones, the state-of-the-art, are made with highly innovative acoustic technologies and outstandingly creative patents of MM Gear.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 한국디자인진흥원장상 수상 / 전기전자 부문

제조사 : 엠엠기어 디자인 : 이강희, 정훈재

Korea Good Design Product 2002, KIDP President's Award /

Category: Electrical and Electronics

Company: MM Gear Co., Ltd. Design: Brandon, Andy



휴대용 DVD플레이어 DVD-L100

PORTABLE DVD PLAYER DVD-L100

삼성전자의 휴대용 DVD플레이어 DVD-L100은 최고의 가치를 추구하는 소비자들을 타겟으로 고급스러움과 전문가용으로 보이는 귀족적인 우아함과 직선을 살린 물결문양의 모던한 이미지로 디자인되었습니다. 또한 기존 휴대용 DVD플레이어 이미지와 달리 사용이 쉬운 느낌을 주도록 버튼 배열로 바꾸었고, 배터리를 뒷부분에 장착하여 세계 최초로 23mm의 얇은 두께를 실현함으로써 사용자의 만족도를 높이고자 하였습니다.

Since the target consumers of PADIS (Portable All Disc Integrated System) DVD-L100 seek products of the highest value, its design had to be of the highest quality, while conveying a professional yet elegant image. The design concept is based on the modern look of waves. Furthermore, the knob alignment maximizes user convenience, marking a great improvement from existing portable DVD players. By placing the batteries in the rear, the product's thickness was reduced to 23mm, making it the thinnest DVD player in the world.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 국무총리상 수상 / 전기전자 부문

제조사 : 삼성전자 디자인 : 임현택, 변원갑

Korea Good Design Product 2002, Prime Minister's Award /

Category: Electrical and Electronics

Company: SAMSUNG Electronics Co., Ltd. Design: Lym Hyuntaek, Byun Wongab



트루아이 홍채인식시스템 | TRUEEYE

세넥스테크놀러지의 <트루아이>는 홍채인식에서 가장 중요한 부분인 카메라 각도를 인체공학적으로 디자인하여 위에서 아래를 편안히 내려다 볼 수 있는 구조를 적용하였습니다. 또한 랜(LAN)방식을 사용하여 하나의 등록기로 여러 대의 인식기를 사용할 수 있으며, 하나의 툴(tool)로 인식기, 등록기, 벽걸이, 데스크탑형 등 다양한 연출이 가능합니다. 재활용가능한 알루미늄 소재를 활용하여 환경친화적 요소를 강화하였습니다.

TrueEYE is a machine that verifies a person's identity by analyzing the iris of his or her eye. Camera angle, an essential part of iris authentication, was a central design consideration; thus, the camera can be comfortably accessed by users of varying heights. TrueEYE also enables the registration camera to be linked to several recognition cameras through a LAN connection and can easily be installed in various modes such as on the wall or on a desk, using one simple tool. Moreover, TrueEYE, made with recyclable aluminum, is an environment-friendly product.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 전기전자 부문 | 제조사 : 세넥스테크놀로지 디자인 : 조영길

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Electrical and Electronics

Company: SENEX Technologies Co., Ltd. Design: Cho Younggil



애플오 DMK | NPIO DMK

사용자가 컴퓨터에서 음악을 다운로드 받아 이동하면서 들을 수 있는 소형제품으로, 단순조작이 가능하고 목이나 팔에 착용하여 편리하게 휴대할 수 있도록 디자인된 디지털오디오입니다. USB 케이블을 통한 다운로드방식을 채택하였습니다. 인지성과 가독성이 높은 LCD 화면을 사용하였고 다국어 지원기능이 있습니다.

The user can download music from a computer to the device, which can be carried around as a tiny audio device for easy operation. It has straps for the neck and arm for the user's convenience. A USB cable connection can be used for downloading. This product has an LCD monitor for a clear and bright view and it also has a multiple language supporting system.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 전기전자 부문

제조사 : 디지털웨이 디자인 : 김영태, 구본승

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Electrical and Electronics

Company: Digitalway Co., Ltd. Design: Kim Youngtae, Gu Bonseung

참새반상기세트 | THE SPARROW DINNERWARE SET

인스나인의 참새반상기세트는 전통 도자기제조기법에 충실하게 제작되었습니다. 자체개발하여 생산한 고순도의 정제원료인 파인스트롱으로 만든 도자기는 고온에서 장시간으로 소성시켰을 때 높은 강도를 지니며 투광성이 우수하고 순백색의 질감도 미려합니다. 파인스트롱을 원료로 만들어진 참새 반상기세트는 기능성과 형태미가 뛰어난 도자제품입니다.

Using traditional methods, the sparrow dinnerware set is carefully crafted with "fine strong" clay. This is a highly pure type of clay created through the company's internally developed refining process. After a long firing process at extremely high temperatures, the clay produces a lovely translucent white ceramic piece that combines the beauty of form with function.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 한국디자인진흥원장상 수상 / 문화관광상품 및 공예 부문

제조사 : 인스나인 디자인 : 황인욱, 박태후, 박유복

Korea Good Design Product 2003, KIDP President's Award / Category: Culture and Tourism / Crafts

Company: INSNINE Co.,Ltd. Design: Hwang Inok, Park Taehoo, Park Youbok



무수 테이블웨어세트 | MUSOO TABLEWARE SET

무수 테이블웨어세트는 품질의 고급화, 디자인의 선진화 및 차별화를 추구하는 골든벨의 대표적인 상품입니다. 유럽풍의 심플함과 모던함으로 고급스럽게 디자인하였고, 블랙과 실버를 조화시켜 모던함을 더욱 강조하였습니다. 보다 나은 삶의 질을 추구하는 무수 테이블웨어세트는 고급화된 테이블웨어에 대한 새로운 제안입니다.

The MUSOO tableware set, an exceptional product by Goldenbell Co., Ltd, is an elegant European style tableware set with a modern, simple and luxurious design. Its main colors are black and silver. MUSOO design aims to enhance the quality of life; its brand strategy is to use advanced and discriminatory design to create quality products.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 한국디자인진흥원장상 수상 / 생활용품 부문

제조사 : 골든벨금속 디자인 : 이상준

Korea Good Design Product 2002, KIDP President's Award /

Category: Household Products

Company: GOLDENBELL Co.,Ltd. Design: Lee Sangjun



가스레인지 GRA-31D1 | GAS RANGE GRA-31D1

동양매직의 가스레인지 GRA-31D1은 비대칭의 곡면유리를 사용하여 전체적으로 곡선미를 살린 라운드형 디자인으로 부드럽고 고급스러운 이미지를 부각시켰습니다. 오븐형 핸들도와와 조절 손잡이를 볼륨감 있는 형상으로 조화시켜 사용상의 편리성을 더하고 고급스러움을 강조하였습니다.

The GAS Range GRA-31DI by Tong Yang Magic was given an elegant look with the use of asymmetrically rounded glass. In addition to the luxurious look, functionality was also emphasized with the oven-style door handle and control knobs.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 생활용품 부문

제조사 : 동양매직 디자인 : 김승호

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Household Products

Company: Tong Yang Magic Co., Ltd. Design: Kim Sungho



케이맨 청정기 | CAYMAN

웅진코웨이의 <케이맨> 청정기는 청정기 수요증가와 주거환경변화에 빠르게 대처하여 청정기시장의 새로운 트렌드를 선도하며 차별화된 이미지를 표현함으로써 부가가치를 극대화하려 하였습니다. 과감한 선진기술의 도입으로 기존 청정기와의 확실한 차별화를 이루었으며 소비자의 요구에 맞도록 음이온발생기능과 가습기능 등 다양한 기능을 갖추었습니다.

Through its design, Cayman intends to be a trendsetter in the air cleaner market, which is rapidly changing with the increasing and diversifying market. A unique image and advanced technology are ways in which Cayman is differentiated from the other cleaners on the market. However, consumers are being offered even more benefits through additional functions such as negative ion emissions and humidifying functions.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 조달청장상 수상 / 생활용품 부문

제조사 : 웅진코웨이 디자인 : 웅진코웨이 디자인

Korea Good Design Product 2003, Public Procurement Services Administrator's Award / Category: Household Products

Company: Woongjin Coway Co., Ltd. Design: Woongjin Coway Design Gr.



KH5000 | KH5000

LG전자의 KH5000은 CDMA2000 1x EVDO 캠코더 카메라폰으로, 2.2인치 TFT LCD가 장착되고 11만 화소 고성능디지털카메라가 내장된 제품입니다. 고급스런 패션소품을 연상시키는 사이버감각의 모던 스타일로서, 디지털적이고 감각적인 개성을 표현하는 사이드메탈데코링과 텅스텐데코로 슬림하고 컴팩트한 고품격 디자인을 추구하고 있습니다. 다양한 기능을 하나로 모았으며, 재미있고 편리한 인터랙션디자인, 개성과 품격을 표현하는 프리미엄 디자인제품입니다.

KH 5000 is a CDMA2000 1x EVDO Camcorder Camera phone, equipped with a 2.2 inch TFT LCD. With an elegant and fashionable look, the phone has a built-in 11,000 pixel digital camera. The phone's slim and compact design and clean, smart style, along with its side metal deco.ring and tungsten deco, expresses the individuality of the digital generation. The KH 5000, which is fun to use, multifunctional, and features a convenient interactive design, is a high quality premium design product.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 대통령상 수상 / 통신기기 부문 | 제조사 : LG전자 디자인 : 김영호, 장인원, 이승일

Korea Good Design Product 2002, President's Award / Category: Telecommunications Equipment

Company: LG Electronics Co., Ltd. Design: Kim Youngho, Jang Inwon, Lee Seungil



26"어테인에이스 21단 | 26" ATTAIN ACE 21 S/P

26"어테인에이스 21단은 보급형 듀얼서스펜션 산악자전거로, 알루미늄 프레임의 전삼각 구조를 트러스트구조로 하여 강도는 높이면서 무게는 가볍게 줄인 합리적인 구조로 디자인 되었습니다. 보급형으로 설계되었으나 디자인에서는 고급스러움을 강조하여 고급 자동차의 이미지를 연상시킵니다.

The 26" ATTAIN ACE 21 S/P is a popular dual suspension mountain bike designed with lightness and strength as the main priorities. Thus, the bike's triangular aluminum frame features a truss structure, which strengthens the bike while maintaining its light weight. Despite being an economical bike, its design gives it a high-end look.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 취미 및 레포츠용품 부문

제조사 : 삼천리자전거공업(주) 디자인 : 김진영

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Sports and Leisure

Company: Samchully Bicycle Industrial Co.,Ltd. Design: Kim Jinyoung



사운드플러스 SP-S1 | SOUND PLUS SP-S1

사운드플러스 SP-S1은 파이조우폴리머필름을 이용한 접촉형 마이크로폰을 채택하여 체 표면의 진동을 중간 공기층 없이 직접 들리게 함으로써 여러 전자청진기에서 발생할 수 있는 임피던스의 부정합을 최소화하였습니다. SP-S1은 ECG 전극을 투입하여 제1심음과 제2 심음을 분리하고 일반청진기의 14배로 증폭시켜 줍니다. 분석기인 SP-A1을 이용하면 심장과 폐의 소리를 디스플레이와 기억장치를 통해 출력할 수 있습니다.

Sound Plus SP-S1 uses a patented piezopolymer film contact microphone to pick up internal body sounds directly from the body surface. The SP-S1 eliminates distortions caused by layers of air and improves the low frequency sound levels to provide better diagnostic information, amplifying sounds up to 14 times the traditional stethoscope, enabling the classification of 1st and 2nd heart sounds. It also has an output terminal for the display and storage of heart/lung sounds, which can be used with an analyzer SP-A1.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 의료기기 부문

제조사 : 한벌메디텍 디자인 : 토란디자인 인터내셔널

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Medical equipment

Company: Hanbyul Meditech Co.,Ltd. Design: Toran Design International



도큐먼트센터 235/285플러스, 도큐먼트센터355/405 DOCUMENT CENTRE 235/285 PLUS, DOCUMENT CENTRE 355/405

한국후지제록스의 도큐먼트센터 235/285플러스, 도큐먼트센터355/405 시리즈는 네트워크와 문서관리 소프트웨어(제록스 도큐웍스, 도큐웨어) 등과의 연계를 통한 토탈솔루션을 제공하는 IT환경에 적합한 차세대 디지털복합기입니다. 즉, 네트워크환경 및 인터넷환경에서 네트워크스캔, 메일링, 팩스송수신을 직접 처리하며, 워드, 엑셀 등 다양한 포맷의 문서를 다큐웍스 포맷으로 통일하여 저장하였다가 언제든지 일괄 출력할 수 있습니다.

Featuring key functions such as printing, scanning, copying and faxing, the Document Centre 355/405 is designed to be the most comprehensive digital network multifunction system available. With seamless system connectivity, it can be integrated into any office network to provide the perfect solution in a demanding work environment.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 외국상품디자인 부문

제조사 : (주)한국후지제록스 디자인 : 니시에 아키히코, 마쓰오 토시히코

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Foreign Product Design

Company: Fuji Xerox Korea Co.,Ltd. Design: Nishie Akinori, Matsuo Toshihiko



엔시아 티플러스 | ENTIA TEA PLUS

엔시아 티플러스는 자연주의 컨셉 하에 홍(紅), 녹(綠), 황(黃)을 주조색으로 하여 소비자의 스트레스 해소를 도모하고 편안함을 제공하기 위해 디자인되었습니다. 투명한 용기로 식물성 제품의 이미지를 부각시키고 코팅공정을 배제하여 자원낭비를 최소화하였습니다. 완전원형의 상단부에서 하단 정육면체로 이어지면서 만들어지는 측면 수직선 구조는 사용시 손의 미끄러짐을 방지합니다.

Since the products contain natural ingredients, the concept of nature was emphasized in these bottles: Therefore, we used soothing colors of red, green and yellow, and also made the container transparent to further emphasize the nature theme. In addition, the coating process was eliminated to minimize waste of material. The vertical lines, which connect the round top of the bottle with its hexagon base, allows for improved grip and prevents slipping for greater user convenience.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 한국디자인진흥원장상 수상 / 포장디자인 부문

제조사 : 코리아나 디자인 : 박흥수, 이원희

Korea Good Design Product 2002, KIDP President's Award / Category: Packaging

Company: Coreana Co., Ltd. Design: Park Heungsoo, Lee Wonhee



데스크맨101 | DESK MAN 101

데스크맨101은 공간절약형 문서거치용 홀더입니다. 감각적이고 감성적인 고품격 디자인의 제품으로 책상 위에 작은 변화를 연출할 수 있습니다. 컴퓨터 사용시의 문서거치는 물론 사진 및 명함홀더 등으로 다양하게 사용할 수 있으며 인테리어 소품으로도 활용 가능합니다.

DESK MAN 101 is a paper and memo holder. DESK MAN displays as a smart product on your desk. It does not take much desk space and can be used with great versatility as a paper holder, picture holder or business card holder.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 사무기기 및 문구 부문

제조사 : 아이디어디자인 디자인 : 이철우

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Office Equipment and Supplies

Company: IDI DESIGN Design: Lee Cholwoo



잡상 페이퍼나이프 명함꽃이

JABSANG PAPER KNIFE AND PAPER HOLDER SET

잡상(雜像) 페이퍼나이프 명함꽃이는 궁궐 건축물 처마의 자연스러운 형태와 유려한 곡선을 모티브로 디자인된 문화상품으로, 페이퍼나이프와 명함꽃이가 하나의 세트 구성된 사무용품입니다. 순은으로 제작되어 화려함 보다는 단아하면서도 은은한 분위기가 돋보이며 독특한 은 재질과 한국적 모티프의 조화는 한국적 모던 디자인의 새로운 가능성을 보여줍니다.

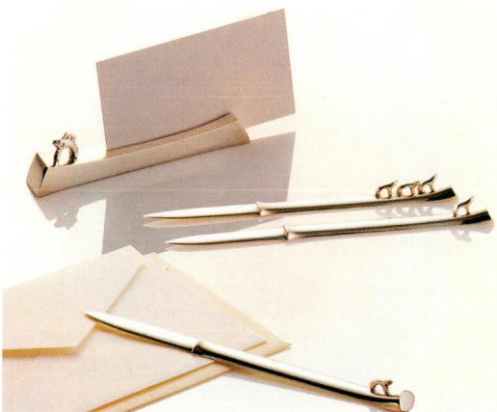
The design of the Jabsang Paper Knife and Paper Holder Set was inspired by the random shapes and elegant curves of the eaves on traditional Korean royal palaces. The set consists of a letter opener and a name card holder. Made of pure silver, this set presents a modern version of traditional Korean motifs.

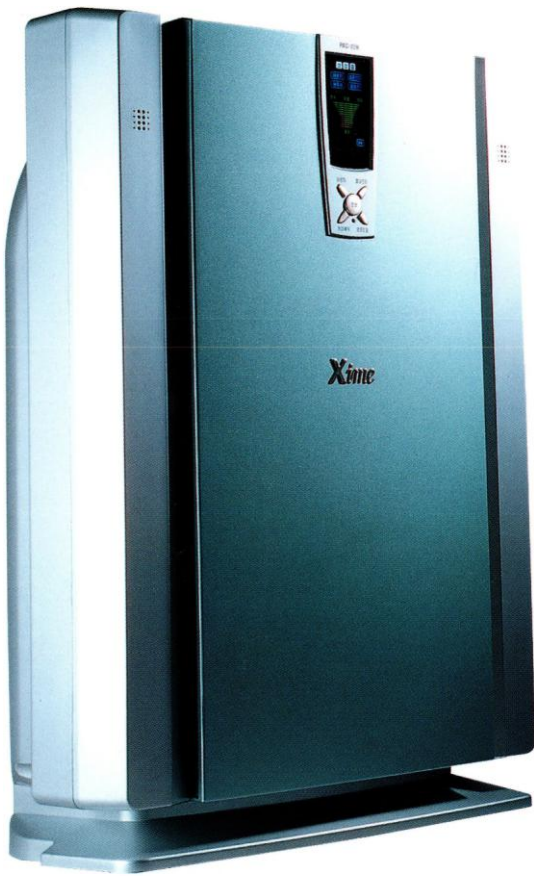
2002년 우수산업디자인(GD) 상 한국디자인진흥원장상 수상 / 문화관광상품 및 공예 부문

제조사 : 아우라 디자인 : 이재익

Korea Good Design Product 2002, KIDP President's Award / Category: Culture and Tourism / Crafts

Company: aURa Design: Lee Jaek





자임 | XIME

파세코 공기청정기 자임은 9단계 입체청정시스템(프리필터→3M 헤파 필터→3M 카본필터→플라즈마살균→자외선살균→광촉매필터→아로마기능→음이온기능→나노실버항균그릴)을 적용하여 완벽에 가까운 청정율과 집진율을 자랑하며, 실내공기를 축축하고 상쾌하게 유지시켜 줍니다. 뛰어난 기능성과 함께 심플한 디자인과 색감으로 인테리어 기능을 강화하였습니다.

In addition to its simple and appealing design, PASECO's Xime air cleaner has a purifying rate and dust collection rate that is near perfection. This was achieved by adopting a nine-step three-dimensional cleaning system (Antibacterial Pre Filter→3M HEPA Filter→3M Carbon Filter→Plasma (Cluster Ion)→UV Sterilization→Photo-Catalytic Filter (TiO₂)→Aroma (Aroma Diffusion)→Anion→Nano Silver Antibacterial Grill).

2003년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 전기전자 부문

제조사 : 파세코 디자인 : 김영근

Korea Good Design Product Selection 2003 / Category: Electrical and Electronics

Company: PASECO Co., Ltd. Design: Kim Younggoun

슬림형에어컨 | SLIM-TYPE AIR CONDITIONER

LG전자의 슬림형에어컨은 심플하고 모던한 디자인의 고품격 인테리어제품으로 거실과 조화를 이루며 고급스럽고 감각적인 공간을 구성합니다. 다양한 색상적용이 가능한 '트림 키트' 타입 패널구조로 소비자의 선택의 폭을 확대하였으며, 2단계 연동식 슬라이딩 도어를 채택하여 사용자 중심의 편리성과 용이성을 강화하였습니다. 또한 새로운 타입의 터치스크린 컨트롤과 블루 LED디스플레이를 적용하여 첨단이미지를 구현하였습니다.

The slim-type air conditioner is a deluxe product, featuring a simple modern form designed to blend harmoniously into a luxurious home interior setting. It offers a wider choice of styles for consumers with its Trim Kit front panel and 2-stage linked type sliding door, while also offering greater convenience through a user-friendly interface. A multicolor TRIM-KIT panel structure displays unit settings digitally, using the latest touch screen control and blue LED display.

2002년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 전기전자 부문 | 제조사 : LG전자 디자인 : 심규승, 성재석

Korea Good Design Product Selection 2002 / Category: Electrical and Electronics

Company: LG Electronics Design: Shim Kyuseung, Seong Jaeseok



레벤 식기세척기 DWA-5201B | LEBEN DISH WASHER DWA-5201B

동양매직의 레벤 식기세척기 DWA-5201B는 시장의 고급화를 지향하는 빌트인 가전의 기능주의와 합리적인 형태에 주안점을 두면서 럭셔리하고 심플한 이미지로 디자인되었습니다. 주방가구와 일체화될 수 있도록 최적의 시스템 사양에 맞추어 기능기를 도어탑에 보이지 않도록 디자인하였고 최고급 인테리어에 어울리는 디자인 요소를 강조하였습니다. 또한 첨단 열 센서시스템을 도입하여 사용자가 갑자기 문을 열었을 때 자동으로 물분사 로터가 잠기도록 함으로써 사용자의 편리와 안전을 최대한 고려하였습니다.

The Leben Dishwasher, emphasizing quality and function, was targeted for the built-in appliance market. To create a deluxe yet simple look, the machine features easy-to-use function keys hidden at the top of the door. In addition, a highly advanced thermal sensor system maximizes user safety by automatically locking the water injection rotor when the door is opened abruptly.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 한국디자인진흥원장상 수상 / 전기전자 부문 | 제조사 : 동양매직 디자인 : 최정희

Korea Good Design Product 2003, KIDP President's Award / Category: Electrical and Electronics

Company: Tong Yang Magic Co., Ltd. Design: Choi Jeonghui



23인치 플랫론 LCD모니터

23" FLATRON LCD MONITOR

LG전자의 23인치 플랫론 LCD모니터는 기계적이고 차가운 이미지에서 벗어나 사용자와의 인터페이스를 강조한 친근하고 감성적인 이미지를 지향하였으며, 조형과 기능면에서 차별화를 추구하였습니다. 조형적인 면에서는 사용빈도가 높은 전원스위치에 독창적인 캐릭터를 적용하였고, 뒤쪽 캐비닛부분은 부드럽고 고급스러운 볼륨의 단일 형태로 이루어져 깨끗한 이미지를 보여줍니다. 또한 앞부분은 넓은 스크린을 강조하기 위해 블랙컬러와 메탈재질을 사용하였고, 원형 받침대로 인테리어적인 측면을 강조했습니다.

While other LCD products have a cold mechanical image, the 23" FLATRON LCD monitor has a warm and friendly look that emphasizes the user interface. Creative characters are applied on the most frequently used button, the on/off button. In addition, the unit's slim profile gives it an attractive, compact appearance. The back front panel, which is supported by a round metal base, enhances screen image.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 산업자원부장관상 수상 / 전기전자 부문

제조사 : LG전자 디자인 : 박세라, 정재능

Korea Good Design Product 2003, Commerce, Industry and Energy Minister's Award /

Category: Electrical and Electronics

Company: LG Electronics Introduction of Digital Design Center

Design: Park Seola, Jung Jaeneung



김치냉장고 하우젠

KIMCHI REFRIGERATOR HAUZEN

김치냉장고 하우젠은 '쿨링커버시스템'의 5면 입체냉각으로 확실한 냉각효과를 보여줍니다. 국내 가전제품으로는 최초로 컬러 리모텔링 시스템을 도입, 주방분위기를 바꾸고 싶을 때 컬러판을 교체할 수 있어 다양한 인테리어를 연출할 수 있습니다. 또한 제품의 크기를 싱크대의 높이와 폭에 맞추어 빌트인 개념으로 디자인하여 사용의 편리함을 더하였습니다.

The Hauzen kimchi refrigerator has a five-directional cooling cover system. Materials and colors were chosen to create an elegant look that blends well with home interiors. The refrigerator offers stability and convenience in terms of both storage and operation.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 산업자원부장관상 수상 / 전기전자 부문

제조사 : 삼성전자 디자인 : 박상호, 박남규, 김소희

Korea Good Design Product 2003, Commerce, Industry and Energy Minister's Award / Category: Electrical and Electronics

Company: SAMSUNG Electronics Co., Ltd. Design: Park Sangho, Park Namgyu, Kim Sohee



파브 TV시스템

PAVV TV SYSTEM

삼성전자의 파브 TV시스템은 PDP의 슬림한 느낌을 표현하기 위해 스크린 면을 얇게 분리하여 썬스크린의 이미지를 느끼도록 하였고 두께도 59mm로 최소화하였습니다. 제품의 고품격 이미지를 위해 고광택 표면처리를 하고 기능기를 보이지 않게 디자인하였으며, 노 팬(no fan) 방식으로 소음이 없고 스탠드의 높이조절과 회전이 가능하여 사용이 편리합니다.

Only 59mm thick with a distortion-free screen, the PAVV TV system delivers unequalled convenience and performance. High-gloss surface and hidden knobs make this a truly elegant viewing system. Designed at an angle, the PDP protrudes when attached to the base. The front panel is decorated with buffed aluminum. The harmonious system unifies the images of the speakers and the PDP floor stand. The no-fan design eliminates noise. The stand can be adjusted and rotated for improved comfort and efficiency.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 산업자원부장관상 수상 / 전기전자 부문 | 제조사 : 삼성전자 디자인 : 김영준, 양준호

Korea Good Design Product 2003, Commerce, Industry and Energy Minister's Award / Category: Electrical and Electronics

Company: SAMSUNG Electronics Co., Ltd. Design: Kim Youngjun, Yang Junho

드림시스 슬림 PC | DREAMSYS SLIM PC

삼보컴퓨터의 드림시스 슬림 PC는 곡선과 수직선을 활용하여 간결하고 날씬한 이미지를 한층 부각시킨 제품입니다. 중앙에 투명 PC 재질을 이용하여 더욱 세련된 느낌을 부각시켰으며 두께를 최소화하여 공간을 보다 편리하게 활용할 수 있도록 디자인하였습니다. 하단케이스에는 사출물을 사용하지 않아 원가를 절감시켰습니다. 또한 포트가 있는 하단부분을 도어 처리함으로써 심플한 디자인을 시도하면서 편리성을 고려한 제품입니다.

The curved and vertical lines of the DREAMSYS SLIM PC create a simpler and slimmer look, while the transparent material in the center creates a deluxe image. The PC has been reduced to a width of 94mm. Along with its compactness, other features help maximize convenience for the users.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 한국디자인진흥원장상 수상 / 통신기기 부문

제조사 : TG 삼보컴퓨터 디자인 : 손동호, 류지형

Korea Good Design Product 2003, KIDP President's Award /

Category: Telecommunications Equipment

Company: Trigem Computer Inc. Design: Son Dongho, Ryu Zeehyoung



싸이언 KP6300 | CYON KP 6300

LG싸이언의 KP6300은 디지털 이미지를 생동감있게 나타내는 형태, 소재, 색채를 적용하여 싸이언만의 독창성을 살렸습니다. 여성적인 스타일의 액세서리 이미지와 함께 독특한 금속재질의 데코, 하이글로시한 서브윈도우의 대비로 단순함과 깨끗함을 강조한 제품입니다. 또한 사이드부분을 투톤으로 처리하여 얇게 보이도록 하였습니다. KP6300은 국내 최초로 휴대폰에 스트롱스틸을 적용하여 견고함을 강조하였고 서브LCD의 홀로그램 처리로 고급스러움을 더했습니다.

KP 6300 reflects the original creativity of CYON phones by applying shapes, materials and colors to express the life-like digital images. With the look of a fashion accessory, the product has a simple and clean image, with a unique metal quality and high glossy sub-window. Its two-tone finish creates a streamlined look. The use of strong steel creates a solid design image, while the use of a hologram in the sub LCD creates a unique effect.

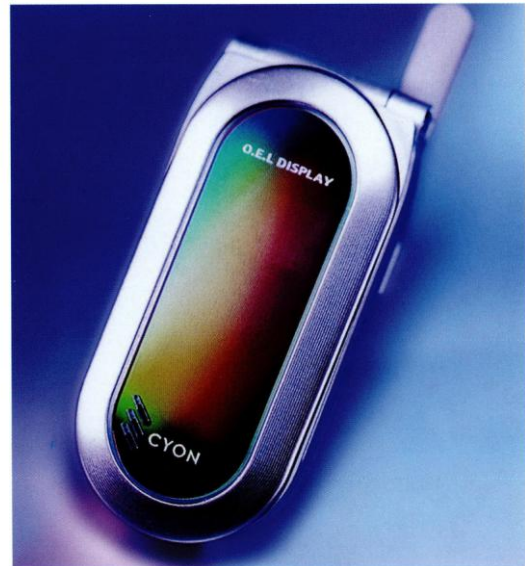
2003년 우수산업디자인(GD) 상 한국디자인진흥원장상 수상 / 통신기기 부문

제조사 : LG전자 디자인 : 조유석

Korea Good Design Product 2003, KIDP President's Award /

Category: Telecommunications Equipment

Company: LG Electronics Design: Cho Yooseok



애니콜 무선통신휴대단말기 SCH-X430

ANYCALL MOBILE PHONE SCH-X430

무선통신휴대단말기 SCH-X430은 손안에 부드럽게 잡힐 정도로 얇고 인체공학적인 라운드스타일로 되어있습니다. 라운드스타일의 역학구조와 마그네슘소재 내부설계로 뒤틀림이 없고 튼튼하며, 고급스러운 금속 컬러는 견고한 이미지를 더욱 부각시킵니다. 대형 컬러TFT LCD를 탑재하여 고선명, 고화질의 화면을 즐길 수 있으며, LCD그래픽 색상을 자유 자재로 표현할 수 있어 자신만의 컬러를 표현할 수 있습니다.

The Wide TFT LCD Screen is built into the Anycall SCH-X430 and displays colors, which are of an entirely different dimension from other color phones. Express yourself with high-resolution, and high-definition color with this rounded sleek design phone in luxurious metal tone. The curvy line of the dynamic structure and the magnesium interior promise a strong body that will not warp.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 통신기기 부문

제조사: 삼성전자 디자인: 이창수, 현상민

Korea Good Design Product Selection 2003 / Category: Telecommunications Equipment

Company: SAMSUNG ELECTRONICS CO., Ltd. Design: Lee Changsoo, Hyun Sangmin



삼성전자의 센스 노트북컴퓨터는 삼성만의 독특한 디자인인 라운드트랙 형태를 채택하여 자연스러운 그림감을 제공하고 슬림한 느낌을 주는 동시에 단단해 보이도록 합니다. 또한 블랙과 블루의 사이드 컬러바와 마그네슘재질의 소재는 심플하면서도 견고한 이미지를 보여줍니다. LCD 뒤에 붙는 고급스러운 알루미늄 금속판은 독창성과 고급스러움을 중시하는 소비자의 요구에 부응하는 디자인을 반영합니다.

The SENS Notebook Computer incorporates Samsung's unique round track form to create a natural picture-like image, which is compact yet, strong. The use of blue and black side color bars along with the use of magnesium give the product a sleek and simple look. Applying aluminum plating attached to the back of the LCD provides the special touch of quality and style demanded by consumers.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 통신기기 부문

제조사 : 삼성전자 디자인 : 김은영, 문영주, 김명중

Korea Good Design Product Selection 2003 / Category: Telecommunications Equipment

Company: SAMSUNG Electronics Co., Ltd.

Design: Kim Eunyoung, Moon Youngjoo, Kim Myungjoong

싱크마스터 박막액정모니터 | SYNCMASTER TFT LCD MONITOR

삼성전자의 싱크마스터 박막액정모니터는 슬림하고 컴팩트하여 작업공간을 효율적으로 활용할 수 있으며, 사용자의 편의에 따라 벽에 걸거나 데스크탑 형태로 사용할 수 있습니다. 또한 상하로 높낮이를 쉽게 조절할 수 있어서 어느 각도에서나 편하게 볼 수 있습니다. 싱크마스터 박막액정모니터는 피벗기능이 있어 화면에 고정시킨 상태에서 모니터를 90도 회전하여 작업 중인 파일을 보다 넓게 또는 길게 볼 수 있도록 해줍니다.

The SYNCMASTER TFT LCD MONITOR has a slim and compact design for a practical workspace and reduces the cost of logistics through a folding structure. The high-tech, masterpiece monitor is easy to use with a simple user-friendly design. Particular care is applied for the user's benefit. Height, angle and portrait (embodiment of the PIVOT function) can be adjusted according to consumers' needs. For neatness of space, the cable is placed inside, and the connection unit is at the back. The monitor can be used both on a wall or a desk.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 통신기기 부문 | 제조사 : 삼성전자 디자인 : 김의석, 김영준

Korea Good Design Product Selection 2003 / Category: Telecommunications Equipment

Company: SAMSUNG Electronics Co., Ltd. Design: Kim Euisok, Kim Youngjun



바코 | BACO

한국메티시스템의 바코는 세계 최초로 영어-일본어-한국어 또는 영어-중국어-한국어 등 필요에 따라 최대 3개 국어를 동시에 학습할 수 있는 최첨단 디지털 교육프로그램입니다. 바코드리더를 교재의 바코드부분에 갖다대면 자동으로 해당음성이 나오므로 사용이 매우 편리합니다. 디지털 기술을 사용함으로써 시간의 경과에 따른 음질의 저하 없이 초기음질을 반영구적으로 즐길 수 있으며, 바코드로 간편하게 반복기능, 녹음기능, 연속재생기능 등을 선택할 수 있습니다.

Baco has created a sophisticated digital education program combining English, Japanese and Korean, or English, Chinese, and Korean. It is truly the first of its kind in the world. A scanner is used to scan barcodes in the textbook, which automatically sets off a voice, making this machine very convenient to use. The digital technology gives the device the finest permanent sounds. By selecting a barcode, the user can operate functions like repeat, record, and continually read.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 한국디자인진흥원장상 수상 / 교육용품 부문

제조사 : 한국메티시스템 디자인 : 이재선, 소장원

Korea Good Design Product 2003, KIDP President's Award /

Category: Educational Products

Company: MTSYSTEM Korea Co., Ltd. Design: Lee Jaeseon, So Jangwon



루체 이온수기

ROOCHE IONIZER WATER PURIFIER

웅진코웨이의 루체 이온수기는 안전한 물, 깨끗한 물에 대한 필요성에 더하여 사람의 건강까지 생각하는 물을 개발하기 위해 만들어진 제품입니다. 주로 병원 등에서 특수목적으로 사용되는 의료기기의 느낌을 배제하고 소비자가 보다 친근감을 가질 수 있도록 최근 부엌디자인 트렌드인 메탈이미지와 하이글로시한 느낌을 반영하여 디자인하였습니다.

The need for safe, clean water has led to the development of the water filtration system. However, this product breaks away from the sterile and clinical image of conventional water purifiers. By incorporating a metallic finish and high glossy finish, this product has been designed to harmonize with current trends in kitchen design and to appeal to everyday users.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 생활용품 부문

제조사 : 웅진코웨이 디자인 : 이상화

Korea Good Design Product Selection 2003 / Category: Household Products

Company: Woongjin Coway Co., Ltd. Design: Lee Sanghwa



전기쿡탑 HEC-2000B

ELECTRIC COOKTOP HEC-2000B

하츠의 전기쿡탑 HEC-2000B는 전기 하이라이트방식으로 일산화탄소 배출이 없어 인체에 무해한 제품입니다. 반영구적인 특수열선과 고강도 세라믹글라스를 사용하고 온도과열방지장치와 잔류열표시등을 설치하여 안전하고 편리하게 사용할 수 있습니다. 또한 사이즈가 다른 두 개의 구를 사용하여 불필요한 열손실을 줄이고 효율적으로 에너지를 사용할 수 있도록 설계하였습니다.

The Electric Cooktop HEC-2000B by Haatz Co., Ltd eliminates carbon monoxide emissions by adopting the electric Hi-light system. This product incorporates semi-permanent special thermic rays and super-strong ceramic glass. It has its own system for preventing overheating as well as an indicator for remaining heat.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 생활용품 부문 | 제조사 : 하츠 디자인 : 최용균, 신인철

Korea Good Design Product Selection 2003 / Category: Household Products

Company: Haatz Co., Ltd. Design: Choi Yongkyun, Shin Inchul



에어윙 | AERWING

플라이스톤의 에어윙은 심폐에 무리가 가지 않는 유산소운동 기구입니다. 체조 형식으로 사용함으로써 전신에 많은 양의 산소를 공급하고 폐와 심장의 기능을 촉진시켜 신체건강을 증진시킵니다. 신선함을 강조한 '사과' 이미지와 사람의 '웃는 입' 모양을 함성하여 디자인하였습니다.

AERWING is designed for performing cardiovascular exercises which strengthen lungs and heart. Using this product enhances heart and lung functions and ensures adequate oxygen circulation, which prevents excessive fatigue of the cardio-respiratory system. Design-wise, it combines the fresh and friendly image of an apple smiley face.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 취미 및 레포츠용품 부문 | 제조사 : 플라이스톤 디자인 : 플라이스톤, 디자인드림

Korea Good Design Product Selection 2003 / Category: Sports and Leisure

Company: FLYSTON Inc. Design: FLYSTON Inc., DESIGN DREAM



스페셜 5002 화이트-H | SPECIAL 5002 WHITE-H

에넥스 스페셜 5002 화이트-H는 단순한 선과 구조의 수평적 모티프를 이용하고, 장식보다는 합리성과 편리성을 강조하였습니다. 스페셜 5002 화이트-H는 세계적인 부엌가구 트렌드에 맞게 손잡이를 과감히 없애고 고급스러운 단순미와 모던함을 강조한 제품입니다. 보석처럼 빛나는 UV 고광택 도장으로 마감처리하여 깊이 있는 분위기를 느낄 수 있으며, 심플한 도어 디자인과 화이트컬러의 정갈함으로 격조 높은 부엌을 꾸밀 수 있습니다. 또한 유럽형 레이아웃을 적용해 수납공간을 효율적으로 활용할 수 있도록 하였습니다.

The concept behind the Special 5002 White-H was to emphasize practicality and functionality over decoration. Using a horizontal motif with simple lines and structure, a pure white image was realized. Design keywords include: pure, urban style, emotional function, and convenience. The layout reflects the concepts of: co-work and communication, open cross dresser, and flexible kitchen.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 대통령상 수상 / 주택설비용품 부문

제조사 : 에넥스 디자인 : 이윤한, 최경애

Korea Good Design Product 2003, President's Award / Residential Building Supplies

Company: Enex Co., Ltd. Design: Lee Yonghan, Choi Kyungae

알렉스 | ALEX

퍼시스의 <알렉스>는 기존 도서관가구의 개념을 뛰어넘는 제품으로 전문가가 연구하고 디자인하여 도서관 환경을 개선하는 동시에 사용자의 심미적, 기능적 만족도를 높이고 있습니다. 온라인 정보검색을 통한 디지털 학습 환경이 가능하도록 기능적인 측면을 보완하였고, 내구성과 관리 측면을 모두 만족시킵니다. <알렉스>시리즈는 전도방지 및 착탈식 사인시스템, 높은 생산성을 특징으로 하는 서가, 전원공급 및 LAN을 통한 네트워크연결이 가능한 열람대와 검색대, 모서리를 플라스틱 압축물로 보강하여 외관과 내구성을 개선한 복트럭으로 구성되어 있습니다.

The ALEX series was created after extensive research on how to create a new concept for library furniture; the series is sure to satisfy users in terms of both its beauty and functionality. Furthermore, Fursys has supplemented its functions to create a digital study environment in which on-line information searches are possible and management needs are met, while also satisfying the requirement of durability.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 산업자원부장관상 수상 / 가구 부문

제조사 : 퍼시스 디자인 : 주홍규

Korea Good Design Product 2003, Commerce, Industry and Energy Minister's Award / Category: Furniture

Company: FURSYS, Inc. Design: Joo Hongkyu



아이티스 | ITIS

<아이티스>는 인체공학적으로 설계된 편안한 맞춤형으로, 우수한 통기성과 신축성으로 새로운 차원의 편안함을 제공합니다. 슬림한 형태로 세련미를 더해주는 세계적인 트렌드 소재 '메쉬' 마감등판을 사용하였으며, 인체의 특성에 따라 부드럽고 손쉽게 조절되는 다양한 조절기능이 특징적입니다. <아이티스>는 기능성과 디자인 모두를 충족시켜주는 사무의자입니다.

ITIS is a chair just made for you. It offers not only complete comfort along with excellent permeability and elasticity, but also provides refined beauty and convenience through its slim design. The chair incorporates the latest trend of "mesh", It is the perfect chair for leaders with an artistic sensibility.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 조달청장상 수상 / 가구 부문 | 제조사 : 퍼시스 디자인 : 홍석진

Korea Good Design Product 2003, Commerce, Public Procurement Services Administrator's Award / Category: Furniture

Company: FURSYS, Inc. Design: Hong Seokjin



앞새물병 | LEAF BOTTLE

아폴로산업의 앞새물병 캡 부분의 나뭇잎 형상은 길 가던 나그네가 우물가 아낙에게 물을 청하자 아낙이 급하게 마시지 말라는 뜻으로 나뭇잎을 띄워주었다는 옛 이야기에서 모티프를 얻은 것입니다. 또한 한복을 입은 아낙네의 아름다운 모습을 응용하여 용기를 디자인하였습니다. 캡의 뚜껑이 외부로 돌출된 독특한 형태로 타제품과 차별화하였으며 현대적인 감각과 컬러, 전통적인 이미지가 적절한 조화를 이루도록 디자인하였습니다.

The cap on the Leaf Bottle is in the shape of a leaf. It was inspired by the story of a lady who floated a leaf in a water dipper so that she would not drink too quickly when a traveler asked her to draw water from a well. The container's design is motivated by the shape of the lady in traditional Korean clothes. The lid of the cap is unique, projecting outward. The colorful modern colors of the product are harmonized with the traditional image, creating a very Korean style.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 포장디자인 부문

제조사 : 아폴로산업 디자인 : 김중선, 최경수, 권태웅

Korea Good Design Product Selection 2003 / Category: Packaging

Company: APOLLO Industrial Co., Ltd. Design: Kim Jongsun, Choi Kyongssoo, Kwon Taeung



로만손 트로피쉬 NN3118HM | ROMANSON TROFISH NN3118HM

로만손 트로피쉬 NN3118HM은 자신의 개성을 존중하고 유행에 민감한 20, 30대 패션리더를 위한 제품으로, 기존의 화려한 색채감각에서 벗어나 블랙과 화이트 색상을 기본컬러로 설정하였습니다. 시계의 각 부품별(유리, 숫자판, 큐빅)로 블랙과 화이트의 경계에 자유스러운 곡선을 사용하여 기하학적인 조형미를 느낄 수 있도록 디자인하였으며, 흑백대비의 독특한 패션감각이 살아있는 것이 특징입니다.

ROMANSON Trofish targets fashion conscious consumers in their twenties and thirties who value their individuality, and are sensitive to fashion trends. In contrast to the previous line which used brilliant colors, this line sticks to the basic colors of black and white. A natural curve is used to create a black and white border for each watch part (glass, dial, cubic), evoking the geometrical beauty of design. The special point is the unique fashion sensitivity expressed through the contrast of black and white.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 선정 / 귀금속, 보석 부문 | 제조사 : 로만손 디자인 : 민은호

Korea Good Design Product Selection 2003 / Category: Precious Metals and Jewelry

Company: ROMANSON Co., Ltd. Design: Min Eunho



더히스토리오브후 | THE HISTORY OF WHOO

엘지생활건강의 더히스토리오브후(后)는 서양의 여왕이나 왕비들이 사용하던 호리병 모양의 향수와 동양 황실의 화려한 장식도자기에서 그 형태를 얻고, 연꽃 또는 불꽃처럼 화려한 왕후의 머리장식 이미지를 용기뚜껑으로 장식하였습니다. 투명과 반투명의 용기질감에 차분한 금속성 느낌을 조화시켜 옛 황실의 분위기와 화려한 현대적 고급스러움을 동시에 담았습니다.

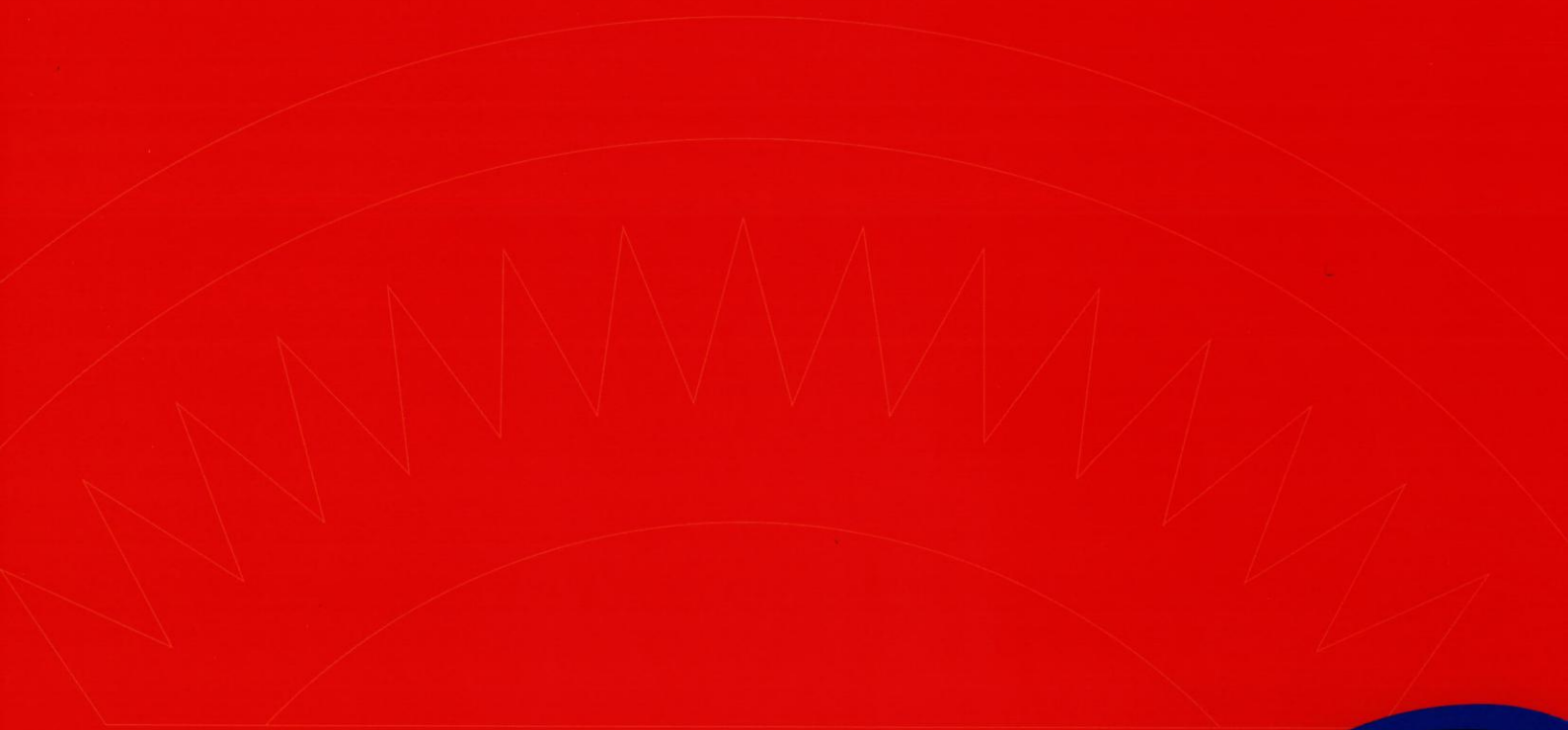
The bottle design for the History of Whoo was derived from the gourd shaped perfume bottles used by the queens of Europe and the ceramic wares used in oriental imperial households. The cap, which is in the shape of lotus blossoms or flames, reflects the splendid royal hair accessories. The combination of glitter and elegance in the translucent bottle, combined with a metal texture evokes the atmosphere of the old imperial households and contemporary luxuriousness at the same time.

2003년 우수산업디자인(GD) 상 국무총리상 수상 / 포장디자인 부문 | 제조사 : 엘지생활건강 디자인 : 주소희

Korea Good Design Product 2003, Prime Minister's Award / Category: Packaging

Company: LG Household & Health Care Design: Ju Sohee

NETHERLANDS



Dutch Design Awards



네덜란드디자인상(Dutch Design Awards)은 과거 17년간 지속되어 온 우수산업디자인상(Good Industrial Design Awards)의 연장선상에서 전통을 이어받음과 동시에, 2003년부터는 제품디자인에서부터 디자이너, 기업, 일반 소비자를 대상으로 하는 디자인 진흥활동에까지 그 범위를 확장하여 새롭게 시행되고 있습니다.

매년 시행되는 이 수상제도는 디자인분야의 가장 큰 행사이자 축제로서, 이 제도를 처음 시작한 BNO(네덜란드디자이너협회)와 디자인링크(Designlink) 외에 다양한 단체의 후원으로 이루어집니다. 소비자 제품디자인, 코퍼레이트디자인, 그래픽디자인, 일러스트레이션, 인테리어디자인, 패션상품, 뉴미디어, 공공장소, 패키지디자인, 공공장소를 위한 제품, 사무용품, 전문가용품, 상업디자인, 전시와 박람회, 세일즈 환경 등 총 16개의 분야별로 수상합니다. 네덜란드 국적이 아니어도 참가할 수 있고, 상금은 없으며, 수상자에게는 명예와 함께 수상작을 전시하고 홍보할 수 있는 기회가 주어집니다.

The Dutch Design Awards were established in 2003 and are an extension of the Good Industrial Design Awards which have been held for 17 years. In addition to expanding its domain from product design to design in general, the awards have expanded its role to focus also on promotional activities aimed at designers, companies and the general consumer.

Designlink and the Association of Dutch Designers (BNO), representing the demand and supply side respectively, were the initiators of this large-scale project to establish the new awards. They were supported by many sponsors and subsidizers, as there was increasing recognition of the event's importance. The awards are organized into sixteen categories: consumer products, corporate design, graphic design, illustrational design, interior design, fashion products, new media, public space, packaging design, products for public spaces, office products, professional products, retail products, exhibitions and trade fairs, and sales environments. Foreign participants are accepted. There is no monetary reward; honor and the opportunity to promote design are considered compensation.



Dutch Design Awards Foundation

네덜란드디자인상재단(이하 DDAF: Dutch Design Awards Foundation)은 2003년 처음 설립되었습니다. 이러한 거대규모 프로젝트의 창시자들은 클라이언트, 디자이너, 사용자의 네트워크인 디자인링크와 네덜란드디자이너협회(BNO: Association of Dutch Designers)입니다. DDAF위원회는 BNO와 디자인링크 대표자들과 위원장인 요스 반 데르 잘로 구성됩니다. • 이 재단의 주 업무는 해마다 네덜란드디자인상을 조직하는 것입니다. 네덜란드 디자인의 특성에 대한 특별한 기준을 정의하고, 그 기준을 근거로 심사, 상을 수여하여 광범위한 최신의 디자인 시각을 제공함으로써 일상에서 디자인을 중요한 요소로 인식시키는 것이 DDAF의 목표입니다. 2004년 네덜란드디자인상은 2003년의 성공을 발판으로 계속 이어질 것입니다. •

The Dutch Design Awards Foundation (DDAF) was first set up in 2003, under the initiation of Designlink (network for clients, designers and users) and the Association of Dutch Designers (BNO). The board of the foundation is formed by representatives of both founding organizations, with Jos van der Zwaal as an independent chairman. • The objective of the foundation is to organize the Dutch Design Awards on a yearly basis. It is also devoted to promoting design as an important element in our daily surroundings; to defining a specific standard of quality in design (Dutch design); to judging and granting awards on the basis of that standard; and to presenting a broad, up-to-the-minute view of design. In 2004 the Dutch Design Awards will continue on its success of 2003.

네덜란드디자인상의 제정년도

2002년

제정 이후 총 개최 횟수

1회

주요목적

네덜란드의 굿 디자인 진흥이다.

조직과 부문

다음과 같은 16개 부문별로 한 명의 수상자를 선정한다. 코퍼레이션 디자인 / 그래픽 디자인 / 패키지 디자인 / 일러스트레이션 / 뉴미디어 / 소비자 제품 디자인 / 패션 상품 / 전문가용 제품 / 사무용 제품 / 상업 디자인 / 공공장소를 위한 제품 / 상업 환경 / 인테리어 디자인 / 전시와 박람회 / 공공장소 / 디자인 일반

출품 마감 시한과 시상식 개최

출품 마감 시한은 매해 봄이다.

심사위원

5명의 심사위원으로 구성된 본선 심사위원단과 각각 3명의 심사위원으로 구성된 부문별 심사위원단이 16부문에 걸쳐 나뉘어져 있다. 본선 심사위원단에는 디자인외 분야의 전문가가 한 명 있다. 그러나 그 밖의 다른 심사위원들은 디자인 관련 전문가들이다. 심사위원은 심사 3개월 전에 선정된다.

심사 기준과 과정

심사 과정에는 3일 정도가 소요된다. 모든 응모작은 2단계의 심사 과정을 거친다. 1차 심사에서 부문별 심사위원은 후보 제품 리스트를 결정하는 동일 부문의 다른 응모작들과 관계하여 각 응모작의 작품 수준을 한정한다. 심사위원들은 주어진 여러 평가 요소 면에서 얼마만큼 혁신을 이루고 있는지 그 혁신도에 초점을 맞춘다. 기능성(인체공학적인가?, 다루기 쉬운가?, 재료의 선택은 적절한가?, 유지에 편리한가?)과 사회적 측면에 대한 기여도(지속 가능한 발전에 기여하는가?, 만인을 위한 디자인인가?, 환경적 측면을 고려하고 있는가?), 그리고 의사소통과 상업성 면에서 작품이 성취하고 있는 혁신성의 정도를 평가하는 것이다.

2차 심사단계에서 본선 심사위원단은 1차 심사에서 선발된 후보작들 가운데 최종 수상자를 선별한다. 본선 심사위원은 해당 제품에 대한 사회적인 관계와 개인의 관계에 초점을 둔다. 디자인이 명확하고 솔직한 개성을 드러내는지, 작품이 전반적으로 창조적인지, 그리고 혁신적인지를 최종 평가한다. 최종 선별에 사용되는 방식은 투표이다.

응모

2003년 네덜란드디자인어워드에 출품된 응모작은 800점이었다. 공모전 형식의 네덜란드디자인어워드는 원칙적으로 외국 참가자들에게도 개방되어 있다. 그러나 2003년에는 외국에까지 상을 홍보할 만한 시간과 자금이 부족했다. 그래서 전체 응모자들 가운데 단 0.5퍼센트만이 외국 응모자였다. 전체 응모자 가운데 2퍼센트가 2003년 수상자로 선정되었다.

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

상금은 없다. 전시와 카탈로그 그리고 웹사이트에 수상 내역이 소개된다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

제품을 전시하고 카탈로그나 웹사이트, 회보, 광고 등을 이용하여 언론(신문, 잡지, 국영방송국)의 주목을 최대한 받도록 한다.

What year was the award established?

2002

Since then, how many times has the award been held?

once

What is the main purpose of the awards?

To promote good design in the Netherlands.

Award Structure

One winner is selected for each of the following 16 categories: Corporate design; Graphic Design; Packaging design; Illustrational design; New media; Consumer products; Fashion products; Professional products; Office products; Retail design; Products for the public space; Retail environment; Interior design; Exhibitions and trade fairs; Public Space; and the overall category Design for all

When is the deadline for submissions?

The deadline for submissions is in the spring of each year.

Jury

a) How many jurors are on the jury and how are they selected?

The jury is made up of one main jury consisting of five jurors, and sixteen category juries consisting of three jurors each. There was one foreign juror on the main jury but all the other jurors were Dutch. There was also one member of the main jury whose area of expertise was outside the field of design; However all the other jurors were design experts. Jurors are selected three months prior to the judging.

Judging Standards and Process

The judging process takes three days.

All entries are evaluated in two stages.

In the first stage, the category juries define the quality level of each entry in relation to the other entries in the same category to decide on a list of nominated products. The juries focus on the level of innovation in it's given context; functional qualities (ergonomics, manageability, choice of material, ease of maintenance); contribution to social aspects (sustainability, design for all, environmental aspects); and communicative and commercial effectiveness.

In the second stage, the main jury selects the final winners from among the nominees. This jury focuses on social and personal relevance of the object; clear and outspoken character of the design; general level of creativity; and general level of innovation. A voting system is used to make the final selection.

Entries

800 entries were submitted for the 2003 Dutch Design Awards. The competition is open to foreign participants. However, there was insufficient time and money to promote the award in other countries in 2003, so only 0.5% of the total entries submitted were from foreign countries.

Among the total entries, 2 percent were selected as winners in the year 2003.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

No cash prizes. There is an exhibition, a catalogue and a website

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

An exhibition of the products, a catalogue, a website, newsletters, advertisements and much attention in the press (newspapers, magazines and national television).

솜벨리 | SOAP BELLY

코머 코스는 차별화된 소비제품을 원하는 클레버라인사의 요구에 따라 솜벨리를 디자인하게 되었습니다. 이 제품은 다른 용기디자인에서는 볼 수 없는 펌프원리를 활용하여 전혀 새로운 형태를 만들어 내었습니다. 부드러운 고무로 제작되어 있어 뚜껑 부분을 누르거나 용기를 짜면 압력에 의해 액체비누가 밖으로 나오도록 되어 있습니다. 단순한 원리이지만 매우 작동이 편리한 혁신 디자인입니다.

The request to Kommer Kors was thus fairly simple: design a consumer product which differs from all existing consumer products. Kommer Kors came up with the SoapBelly, a soap dispenser in which the pump principle is completely different from that of existing dispensers. This enabled the creation of a totally new shape. The reservoir is made of soft rubber. Pressing the cap or squeezing the reservoir causes an excess pressure and liquid soap comes out. In spite of the simple principle, it works astonishingly well.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 소비제품 부문
 제조사: 클레버라인 디자인: 온트웍스튜디오 코머 코스
 Dutch Design Selection 2003 / Category: Consumer Products
 Company: Cleverline Design: Ontwerpstudio Kommer Kors



클릭커 | CLICKER

〈클릭커〉는 의약품 패키징으로는 매우 혁신적인 디자인입니다. 여러 기능을 통합함으로써 기존의 의약품 패키징에 비해 더욱 많은 장점을 갖게 되었습니다.

Clicker medical packaging is a genuinely innovative kind of packaging. It's integration of functions gives it a number of advantages over most existing kinds.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 패키징디자인 부문 | 제조사: 파르마케미 하렘 디자인: 시닛디자인어소시에이츠
 Dutch Design Selection 2003 / Category: Packaging Design | Company: Pharmachemie Haarlem Design: Sinot Design Associates



로직라이트 | LOGIC LIGHT

〈로직라이트〉는 자전거의 핸들 부분과 헤드라이트를 하나의 컨셉으로 통합한 제품입니다. Logic Light has succeeded in combining the handlebar support and headlight into a single concept.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 소비제품 부문 | 제조사: 바타부스 디자인: 안드레 나버만
 Dutch Design Selection 2003 / Category: Consumer Products | Company: Batavus Design: Andre Naberman



에르고마틱스스템 | ERGO MATIC STEM

최근 자전거 여행자가 점차 늘어나고 있는 추세입니다. 이 제품의 인간공학적 핸들바 마운트는 탑승자가 운행 중에도 한 손을 이용한 간단한 조작만으로 핸들바의 위치를 바꿀 수 있게 되어 있습니다. 이는 탑승자의 자세를 변화시키거나 근육 또는 압박 부위에 생기는 스트레스를 줄여주는 효과를 갖고 있습니다.

The number of bicycle tourists has increased significantly in recent years. The ergonomic handlebar mount allows the rider to change the position of the handlebars with one simple hand movement during a bicycle tour. This changes the rider's posture and reduces the stress on muscles and pressure points.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 소비제품 부문 | 제조사: 바타부스 디자인: 안드레 나버만
 Dutch Design Selection 2003 / Category: Consumer Products | Company: Batavus Design: Andre Naberman

알레시에서 처음으로 출시한 데스크액세서리 시리즈입니다. 종이클립 홀더와 테이프디스펜서, 레터오프너로 구성되어 가정이나 직장에서 모두 사용할 수 있는 제품입니다. 형식적, 미적인 관점보다는 기능성을 더욱 고려하여 디자인되었습니다. 즐겁게 사용할 수 있는 다양한 색상의 실용적인 제품입니다.

This family of objects consisting of a paper-clip holder, a tape-dispenser, and a letter opener are the first series of desk accessories for Alessi and are designed for use at home or at work. Their animated image is not derived from formal aspects but rather from their neutral functionality. They come in a variety of colours and are a practical family of objects which perform simple tasks with a smile.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 소비제품 부문

제조사: 알레시 디자인: 코디 페이즈

Dutch Design Selection 2003 / Category: Consumer Products

Company: Alessi Design: Khodi Feiz



트레블러 | TRAVELLER

휴대용 전자확대경, 즉 시력이 약한 사람들을 위한 독서용 안경입니다. 눈이 나쁜 사람들뿐만 아니라 지도를 자세히 보려는 사람, 우표수집가들에게도 적합한 제품입니다.

This portable and easy to use reading glass has been designed for visually handicapped people, but is also very well suited to a broader consumer group, including stamp collectors, map readers and others.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 소비제품 부문 | 제조사: 티먼그룹 디자인: 티먼 네덜란드

Dutch Design Selection 2003 / Category: Consumer Products | Company: Tieman Group Design: Tieman Nederland



바코 PG-에르고 가정 & 원예용전정기

BAHCO PG - ERGO HOME & GARDEN ERGONOMICAL SECATEUR

이 제품은 전정기의 실제 사용에 대한 충분한 연구를 통해 손잡이를 유선형으로 손에 꼭 들어맞도록 디자인하였습니다. 이것은 힘을 고르게 분산시켜 민감하거나 신경계 가까운 압박 부위를 편안하게 해 줍니다. 아래쪽을 향해 비스듬한 각도로 디자인 된 날은 기존의 전정기와 비교하여 손목을 덜 구부러지게 하여 손잡이 쪽에 가해진 힘이 보다 효율적으로 전달되고 적절한 위치에서 손의 자세를 유지할 수 있도록 해 줍니다.

This product is designed to fit the contours of your hand. The fluid shape of the handgrip results from comprehensive studies on the way secateurs are used. The force is more evenly distributed, thereby relieving pressure points in sensitive areas and near nerve endings. The downward and sideways angled blade, compared with traditional secateurs, reduces the amount of bend in the wrist, enabling more force to be transferred through the handgrip, keeping the hand in a neutral position.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 소비제품 부문 | 제조사: 바코 디자인: 바코 툴스

Dutch Design Selection 2003 / Category: Consumer Products | Company: Bahco Design: Bahco Tools





컴프리HX | COMPRI HX

컴프리HX는 조명, 공기청정기, 태양광선차단, 접근통제, 안전, 화재보호기능을 하나의 시스템으로 쉽게 통합할 수 있는 완벽한 건물 관리 방법을 제시하여 줍니다. 특히 이것은 주문제작시스템으로 제작됨으로써 각 사용자의 상황에 맞는 특화된 해결책을 제시해 줍니다. 기본 레일에 여러 구성요소들을 끼워 크기와 형태를 다양하게 변형할 수도 있고, 또한 밝은 색으로 제작되어 참신함과 사용자 중심적인 측면을 부각시켜줍니다.

Compri HX supplies smart solutions for integral building management. Lighting, air-conditioning, solar shading, access control, security, and fire protection can be smoothly integrated into a single system. Compri HX can provide a truly customized system, resulting in the specialized solution demanded by the user's particular situation. The different elements are clicked onto the basic rail, creating a compact unit with the possibility to change size and configuration. The fresh colors support the new, user-orientated approach to this mere technical product.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전문제품 부문 | 제조사: 프리바빌딩인텔리전스 디자인: 플렉스디벨롭먼트
Dutch Design Selection 2003 / Category: Professional Products | Company: Priva Building Intelligence Design: Flex Development

일회용 마이크로핀셋홀더 DISPOSABLE MICROFORCEPSHOLDER

디자이너 리처드 버슬루이즈는 프로몰딩사의 마이크로핀셋홀더(안과용 수술도구) 디자인을 혁신적으로 개선하였습니다.

Eye-surgical instrument. Designer Richard Versluys succeeded in improving the design of Promolding's micro-tweezers holder.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전문제품 부문
제조사: 프로몰딩 디자인: 리처드 버슬루이즈
Dutch Design Selection 2003 / Category: Professional Products
Company: Promolding Design: Richard Versluys



트락스 세이프티슈즈 | TRAXX SAFETY SHOES

트락스는 보호력과 착용감이라는 양립하기 어려운 조건을 완벽하게 조화시킨 제품입니다. 가벼운 소재와 기술적 디테일이 특수한 구조 안에서 만나고 있습니다. 에너지의 손실을 줄이기 위해 발의 움직임에 최대한 밀착되어 외부 날씨에 관계없이 신발의 내부환경이 일정하게 유지됩니다. 갑작스런 움직임에서 발생하는 충격은 스프링과 뒤꿈치의 충격흡수제를 통해 완화됩니다. 이 모든 솔루션을 디자인을 통해 실제로 확인할 수 있습니다.

In Traxx, Bata Industrials has found the perfect balance of protection and wear comfort that are actually opposing demands. With a combination of lightweight materials and well thought out technical details implemented in a special construction. Traxx facilitates the natural flexing of the foot, utilizing less energy. Whatever the weather, the internal climate in Traxx is always agreeable. Sudden movements are cushioned by extra springiness and built-in shock absorbers in the heel. You can literally see these solutions in the design.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전문제품 부문
제조사: 바타인더스트리얼즈 유럽 디자인: 바타인더스트리얼즈 유럽
Dutch Design Selection 2003 / Category: Professional Products
Company: Bata Industrials Europe Design: Bata Industrials Europe



캐피탈컬렉션 (미용가구) | CAPITAL COLLECTION (hairdress furniture)

캐피탈컬렉션의 주요 특징은 형태상의 유연성과 인간공학적인 디자인입니다. 특히 실용적인 모듈식 구성으로 된 8개의 의자에서 이를 확인할 수 있습니다. 모든 주요 부분이 상호 교환이 가능하고, 완전히 새로운 컨셉을 적용한 두 개의 트롤리(손수레)로 헤어드레서의 기호에 따라 가구를 배열할 수 있습니다. 다른 제품들과 맞추어 트롤리, 커팅스틀, 세면대 등의 높이를 쉽게 조정할 수 있습니다.

Flexibility in shape as well as ergonomic design was a main point in the development of the Capital Collection-Hairdresser furniture. This flexibility shows in various ways such as in the practical modular construction of the eight chairs. All important parts can mutually be exchanged. The total new concept of the two trolleys enables the hairdresser to arrange it completely to his own specific wishes. Entirely in line with the remaining products, the trolleys, the wash points and cutting stools can easily be adjusted in height.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 사무제품 부문

제조사: 알텍인터내셔널 디자인: 뉴프러덕트인더스트리얼디자인

Dutch Design Selection 2003 / Category: Office Products

Company: Altek International Design: New Products Industrial Design



필 유니케어 호출기 | PHILL UNICARE NURSECALL

입원환자용 서비스기기인 필 시스템은 TV, 라디오, 조명의 작동과 간호사의 호출, 그리고 전화기의 기능까지 통합되어 있습니다. CLB사의 유니케어시스템 중 하나인 필의 혁신적인 키패드디자인은 병원 환경의 위생 기준에도 적합합니다. 훌륭한 유저인터페이스 설계로 되어 있어서 쉽게 사용법을 익혀 빠른 시간 안에 능숙하게 사용할 수 있습니다. 호출시스템은 모듈식으로 되어있어 다양한 기능을 조합할 수 있습니다.

Phill (with cable) is a patient service device for hospital patients. It operates TV, radio, and lighting and serves as a telephone and nurse call. Phill is also part of CLB's Unicare system. The innovative keypad design meets the hygienic standards of hospital environments. The well-designed user interface allows users to quickly acquire proficiency in using the device. The nurse call system is modular and can be assembled in a variety of functionalities.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전문제품 부문

제조사: CLB베네룩스 디자인: 스코프디자인 앤 스트래티지

Dutch Design Selection 2003 / Category: Professional Products

Company: CLB Benelux Design: Scope Design & Strategy



시트로엥CS루프시스템 | CITROEN CS PLURIEL ROOF SYSTEM

복합기능의 자동차 루프시스템으로, 해치백, 쿠페, 스파이더, 픽업 등 4가지 종류의 자동차로 변형이 가능합니다. 사이즈와 최고 굴곡도, 분리식 루프프레임 등과 관련하여 동력을 조정하는 독특한 메커니즘으로 디자인되어 있으며, 전혀 새로운 대형 접이식루프의 모범사례로 주목받은 바 있습니다. 올 봄 유럽 시장에 출시되어 큰 성공을 거두었습니다.

Multi-purpose roof system for cars. The Citroen Pluriel multifunctional roof system can transform the vehicle into four different cars: hatchback, cabriolet, spider and pick-up. It features a complete new standard for large folding roofs. A unique mechanism was designed to handle the high forces associated with its size, the extreme curvatures of the car and the dividing roof frame. Launched in Europe in spring this year, the Pluriel has already turned out to be an extreme success.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전문제품 부문 | 제조사: 이날파루프시스템 디자인: 이날파루프시스템/플렉스디벨롭먼트

Dutch Design Selection 2003 / Category: Professional Products | Company: Inalfa Roof Systems

Design: Inalfa Roof Systems / Flex Development



라플러스 디스플레이시스템

LAPLUS DISPLAY SYSTEM

매력적인 디자인의 다면(多面) 디스플레이시스템입니다. 우산처럼 접히고 쉽게 운반이 가능합니다.

The attractive, multifaceted display folds up like an umbrella and is easily transportable.

2003년 네덜란드디자인상 수상 / 리테일제품 부문

제조사: 라호벤디자인인터내셔널 디자인: npk인더스트리얼디자인

Dutch Design Award 2003 Winner / Category: Retail Products

Company: Laarhoven Design International Design: npk industrial design



쿠오 | KUO

절제된 모던 클래식 디자인이 돋보이는 기능적인 램프로 모든 인테리어에 잘 어울립니다. 이 제품을 디자인한 마르크 페르밀렌은 다음과 같이 말합니다. "사람들이 일체감을 가지고, 관계맺고 싶어하는 무언가를 창조하고 싶었다. 이 제품은 독특하고 개성적인 특징을 가진 독창적이고 기능적인 조각작품이다. 주변환경을 지배하거나 그 속으로 사라져버리는 것이 아니라 주변환경에 기여하는 조명이다. 소유자의 필요에 기여하는, 순수하고 단순한 어떤 것을 창조하고자 하는 마음으로 디자인했다. 궁극적으로 인간과 제품 사이의 상호작용을 창조하는 것, 이것이 바로 <쿠오>의 방식이라고 생각한다."

Its sober, modern classical design will make this functional lamp suitable for many different interiors.

Marc Vermeulen: "I wanted to create something that people could identify with and relate to. An original and functional piece of sculpture that has a unique, individual character. The object that contributes to its environment, rather than dominating or getting lost in it. I like to design with a clear idea in mind, to create something pure and simple that will also serve the needs of its owner. To create ultimately an interaction between the person and the product, which I believe is the way of Kuo."

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 사무제품 부문

제조사: 리히트 포커스 디자인: 바비크스튜디오 / 마르크 페르밀렌

Dutch Design Selection 2003 / Category: Office Products

Company: Licht Focus Design: Warwick Studio's / Marc Vermeulen

탈레XT | TALLE XT

다양한 형태의 매장 환경에 모두 잘 어울리도록 디자인된 안경진열대로, 시각적인 매력과 함께 완벽한 기능성을 갖춘 제품입니다. 모듈시스템으로 된 여러 형태의 선반으로 구성되어 있어 원하는 대로 인테리어디자인을 연출할 수 있습니다. 자체 디자인도 뛰어나지만 진열대보다는 안경이 더욱 부각될 수 있도록 디자인되었습니다.

The product is designed in a way that is suitable for every retail environment and is visually attractive as well as fully functional. With a variety of brackets that create a modular system, you are free to create your own interior design. When you use these columns you will notice that despite its' designer shapes, your customers' attention remains on the eyewear and not on the display.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 리테일제품 부문 | 제조사: 탑비전그룹 디자인: 윌렘-잔 카크

Dutch Design Selection 2003 / Category: Retail Products | Company: Top Vision Group Design: Willem-Jan Kaak





로스트보이즈시스템 | L.B.O. (LOST BOYS SYSTEM)

〈로스트보이즈〉의 가구디자인은 명확하고 직접적인 이미지를 찾는 것에서 시작되었습니다. 다리 이미지가 특징적인 테이블은 여러 면에서 이 시스템가구를 대표하는 아이콘입니다. 테이블의 다리가 가장자리까지 밀려나 있어서 사용자가 다리를 움직이기에 충분한 공간이 확보됩니다. 테이블의 높이조절도 가능하고 바퀴 또한 탈부착이 가능합니다. 테이블과 맞추어 설치할 수 있는 수납함이나 액세서리도 있습니다.

The starting point in designing the Lostboys furniture programme was to find a clear and direct image. The table, based on the image of a trestle, in many ways represents the icon of work. The legs are pushed until the end of the table leaving the maximum space for your legs. The tables are height adjustable and are designed with or without wheels. In conjunction with the table, there are a range of storage elements and accessories.

2003년 네덜란드디자인상 수상 / 사무제품 부문 | 제조사: 켈보 디자인: 코디 페이즈
Dutch Design Award 2003 Winner / Category: Office Products | Company: Kembo Design: Khodi Feiz



하이브리드+퓨전 | HYBRIDS + FUSION

재료와 기술의 혁신적인 활용을 보여주는 하이테크 패브릭디자인입니다. 이제 디자이너들에게 이 패브릭으로 흥미로운 어플리케이션을 창조할 수 있는 기회가 제공될 것입니다.

Hightech fabric design. The innovative use of materials and techniques will inspire other designers to create interesting applications for this rich collection.

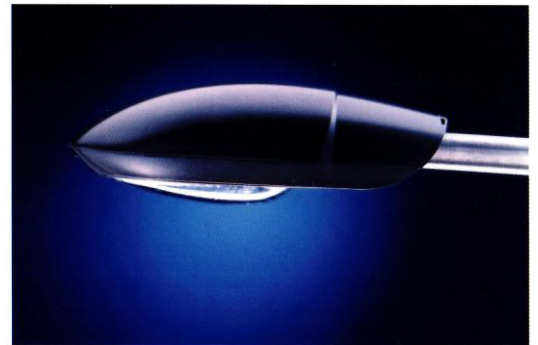
2003년 네덜란드디자인상 수상 / 인테리어디자인 부문 | 제조사: 페르디난드 피셔 디자인: 페르디난드 피셔, 알렉산드라 가카
Dutch Design Award 2003 Winner / Category: Interior Design | Company: Ferdinand Visser Design: Ferdinand Visser, Aleksandra Gaca

아르크 | ARC

이 가로등은 지방도에서부터 다차선 고속도로에 이르기까지 모든 도로에서 완벽하게 사용할 수 있는 제품으로, 낮과 밤 어떤 환경에서도 시각적으로 돋보입니다. 〈아르크〉는 안전한 교통상황을 만드는 데 초점을 두고 있습니다. 또한 〈아르크〉의 우아하고 견고한 디자인은 완벽한 기능성과 고품질의 발광성, 합리적인 가격 등과 완벽하게 조화를 이루고 있습니다. 알루미늄으로 된 중심부 아래는 다른 가로등과 구별되는 독특한 형태의 조합으로 이루어집니다.

This product is perfectly suitable for a range of applications from residential streets to multi-lane highways. It graces any environment, day and night. And last but not least, the Arc strongly focuses on safe traffic situations. Arc, a graceful and timeless design, has a perfect balance between a complete functional, high quality luminaire, and an attractive price. Underneath its aluminum body lies a unique combination of distinguishing features.

2003년 네덜란드디자인상 수상 / 공공장소를 위한 제품 부문
제조사: 인더스트리아테크니쉬페어라히팅 디자인: 제로엔반데어부호트/핌베르버그
Dutch Design Award 2003 Winner / Category: Products for Public Space
Company: Industria Technische Verlichting Design: Jeroen van der Vught / Pim Verburg

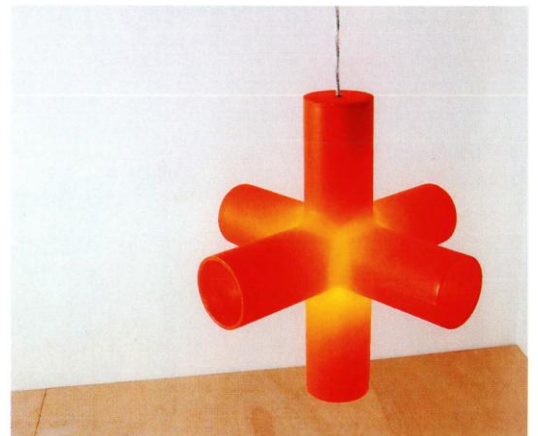


크로스라이트 | CROSSLIGHT

1920년대 게리 리트펠트가 디자인한 행잉램프의 정신이 MNO디자인의 〈크로스라이트〉에서 발현되고 있습니다.

The spirit of Gerrit Rietveld hanging lamp from the 1920's shines through in MNO Design's Crosslight.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 인테리어디자인 부문
제조사: 다크 디자인: MNO디자인
Dutch Design Selection 2003 / Category: Interior Design
Company: Dark Design: MNO Design





하프타임 축구테이블

HALFTIME FOOTBALL TABLE

지친 하루일과에서 우리는 축구 한 게임을 통해 완벽한 휴식을 얻습니다. 이 제품은 '하프타임' 하면 떠오르는 느낌을 담고 있는 제품입니다. 일과 놀이의 구분이 희미해지면서 작업자들은 일 안에서 휴식을 취할 수 있는 순간을 필요로 하게 되었습니다. 이 제품은 기계를 거의 사용하지 않고 수공 위주로 소량 생산되는 전통적인 가구제작 방식과 유사하게 만들어 집니다. 굵은 '블론드우드', 투명한 부분, 내부조명 등 재료와 형태의 독특한 결합으로 참신하면서도 풍부한 느낌을 주는 테이블입니다.

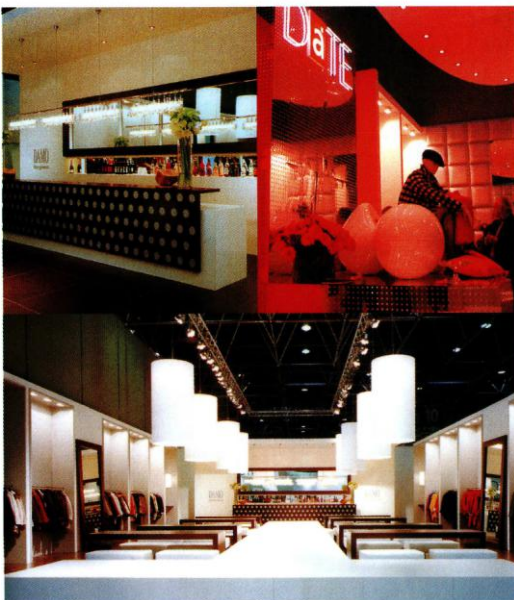
One game of football is the perfect break in a hectic day. Following this line of thinking one name comes to mind: 'Halftime.' The separation between work and play is fading. Employees want and need some time to relax on the job. The production of the football table is similar to the traditional production of furniture; small series, intensive labor and little use of machinery. The unique combination of form and materials like bent 'blond wood', transparent parts and internal lighting, provide the table with a fresh and rich look.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 사무제품 부문

제조사: 가르란도 디자인: 스프링타임

Dutch Design Selection 2003 / Category: Office Products

Company: Garlando s.r.l. Design: Springtime



다모스탠드 | DAMO STAND

〈다모〉는 베르크하우스사에서 생산하는 네덜란드의 대표적 외투 브랜드로, 매년 뒤셀도르프에서 새로운 컬렉션을 발표하고 있습니다. 300㎡ 규모의 다모스탠드는 컬렉션의 주제와도 일관되고 많은 사람을 수용할 수 있어야 합니다. 바와 상담테이블이 구비된 탁 트인 디자인으로, 2003 컬렉션에서는 모델들이 워킹하는 캣워크가 스탠드 중앙에 배치되었습니다. 이 캣워크와 상담 및 주문테이블이 곧바로 연결되어 직접적이고 인터랙티브한 세일즈 장소를 마련하였습니다.

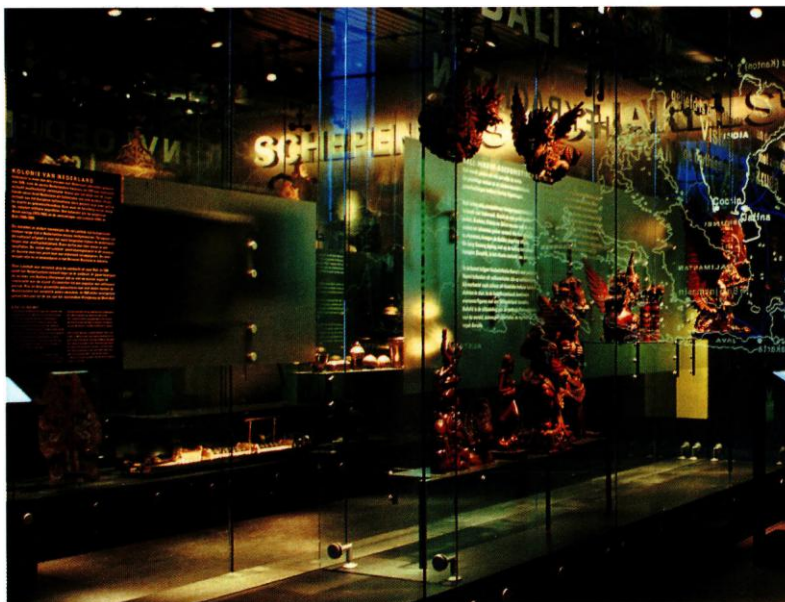
Damo is a Dutch trademark of coats from the Berghaus Company. Every year Damo presents her new collection in Duesseldorf. The stand of 300m² has to be connecting at the theme of the collection and has to have a large capacity. Spacious design, with a bar and conversation tables. In 2003 a catwalk is situated in the centre of the stand. The conversation and order tables are placed directly at the catwalk. Herewith is created a very direct, interactive sales location.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전시 및 무역박람회 부문

제조사: 베르크하우스 / 비트디자인 디자인: 비트디자인 페터 힌스, 한드 드 비트

Dutch Design Selection 2003 / Category: Exhibitions and Trade Fairs

Company: Berghaus BV / Wit Design BV Design: Wit Design BN (Peter Hoens, Hans de Wit)



레이덴국립민속박물관

HERINRICHTING RIJKSMUSEUM VOLKENKUNDE, LEIDEN

오페라디자인의 건축가들이 그래픽디자이너들과 함께 새 박물관의 공간적 환경과 타이포그래피, 인포메이션센터, 카페, 로비, 하우스스타일, 인터랙티브인포메이션 등을 디자인하였습니다. 시선을 끄는 전시공간 뿐만 아니라 이들의 독특한 디자인프로세스를 통해 국제 박물관계에 혁신적인 모델로 제시될만한 인테리어와 아용이 편리한 디지털아카이브도 탄생하였습니다.

Opera's architectural designers worked with their graphic colleagues to produce the new museum's spatial environment, its typography, information centre, cafe, lobby, house style and its interactive information provision. In addition to a series of remarkable display areas, this unique design process led to the development of an easily accessible digital archive as well as an interior that provides a model for similar innovative processes in the international museum world.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전시 및 무역박람회 부문

제조사: 레이덴국립민속박물관 디자인: 오페라 루임테릭 온트베르프스

Dutch Design Selection 2003 / Category: Exhibitions and Trade Fairs

Company: National Museum of Ethnology Design: Opera Ruimtelijk Ontwerpers

더 도어 | THE DOOR

〈더 도어〉는 실제 사용자가 최대한 자유롭게 사이즈나 재료를 선택할 수 있도록 디자인된 문입니다. 벽돌이나 파티션 벽, 실내외 모두에 사용할 수 있는 주문형도어로, 건축업자나 최종 수요자들이 문의 설치나 이후 보수작업 등을 빠르고 손쉽게 처리할 수 있게 하였습니다.

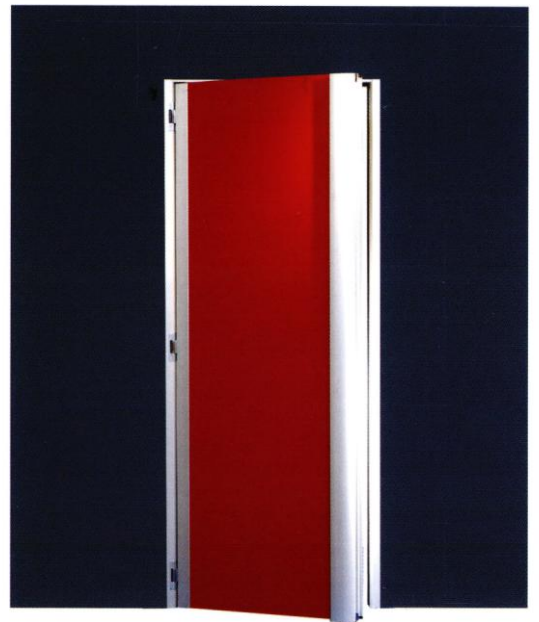
The product organisation of The Door has been designed in such a way that the end user has a completely integrated product at his/her disposal, offering maximum freedom in application, size and choice/composition of the material used on the door body. Finally, the builder/end user finds the answer to the logistic question in the speedy and flexible way of installing The Door, doing away with later adjustments and extra work, due to the customized door frame that can be used with both brick and partition walls, either inside the house or outside.

2003년 네덜란드디자인상 수상 / 전문제품 부문

제조사: 로젠그렌스 유럽 디자인: 피터 하스 / 퍼스트프로덕트디자인

Dutch Design Award 2003 Winner / Category: Professional Products

Company: Rosengrens Europe Design: Peter Has, First Product Design



드레르세약국 디자인 | DE LAIRESSE PHARMACY

홀 중앙에 놓인 나무 기둥이 특징적인 혁신적 약국디자인입니다.
Pharmacy design. The tree trunk column is a particularly striking innovation.

2003년 네덜란드디자인상 수상 / 판매환경 부문

제조사: 마르얀 테르프스트라 디자인: 콘크리트아키텍처디자인

Dutch Design Award 2003 Winner / Category: Sales Environment

Company: Marjan Terpstra Design: Concrete Architectural Design



아이모드스토어 디자인 | I-MODE STORE

아이모드는 2002년 네덜란드의 대중소비시장을 겨냥한 최초의 2.5세대 이동통신기술 GPRS(General Packet Radio Service)로 소개되었습니다. 이 매장디자인 디자인컨셉의 출발은 "아이모드 세상으로 통하는 문"으로, 아이모드의 가상세계를 독특하고 실질적이면서 입체적인 경험의 세계로 옮겨놓았습니다. 아이모드스토어는 인터랙티브한 방식으로 아이모드의 모든 세계로 안내합니다. 서비스, 하드웨어, 콘텐츠프로바이더, 퍼스널어플리케이션 등 모든 것이 이 곳에 있습니다.

I-mode has been introduced as the first portal on GPRS for the mass consumer market in the Netherlands in 2002. "The gate to the world of i-mode" is what the design team took as a starting point for their work. The virtual world of i-mode had to be transformed to a unique, physical, three dimensional experiences. In an interactive way, the i-mode store has become a guide to all aspects of i-mode. Everything has its own place in the store: services, hardware, content providers, and personal applications.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 판매환경 부문

제조사: KPN모바일 디자인: 스테판 판그라츠, 알렉세이 드로즈도프

Dutch Design Selection 2003 / Category: Sales Environment

Company: KPN Mobile Design: Leo, retail by burnett (Stefan Pangratz, Alexei Drozdov)

리빙인어박스 | LIVING IN A BOX

〈리빙 인 어 박스〉는 주거공간의 기능을 재평가하려는 SODA의 사내 연구결과입니다. '가구는 실내 경험이나 로지스틱스를 어떤 식으로 결정하는가?', '가구 자체가 건물의 일부가 되는 순간은 언제인가?' 와 같은 질문에서 시작하여 진전된 삶의 새로운 단계를 반영하는 디자인을 시작하였습니다. SODA는 이 같은 삶의 새로운 지평에 대한 일종의 코멘트 몇 가지 용도가 결합된 박스를 고안하였습니다.

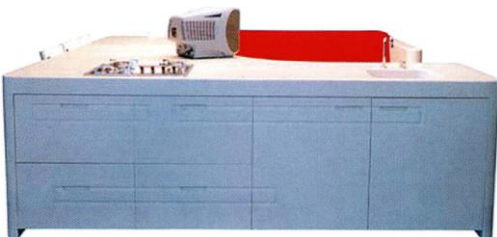
"Living in a box" is an internal study of Soda, in which the designers want to reassess the functions of the living space. How do pieces of furniture determine the experience and logistics in a room? When does furniture itself become part of a building? These questions are the starting point for new, unattached designs in which developments in living are reflected. As a comment on this development, Soda has designed a volume in which several purposes have been assembled.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 인테리어디자인 부문

제조사: 코라테크니크 디자인: SODA

Dutch Design Selection 2003 / Category: Interior Design

Company: Cora Techniek (Hans van der Goor Interieurbouw) Design: SODA





SI 68 접지기계 | SI-68 PAPER FOLDING AND INSERTING MACHINE

SI 68은 문서를 꼭 맞는 사이즈로 접어서 봉투에 넣고 봉합하는 기계입니다. 기계가 직접 봉투와 문서크기를 감지하여 정확하게 접어줍니다. 이 제품은 거의 대부분 스틸과 알루미늄으로 만들어져 쉽게 재활용할 수 있습니다. 새로운 레이저커팅 제조설비를 통해 정교한 세부처리와 새롭고 자유로운 커브 형태를 만들어 냈습니다. 독특한 조개형의 디자인으로 되어 용지 투입구부터 배출구까지 전 과정에 쉽고 안전하게 접근할 수 있습니다.

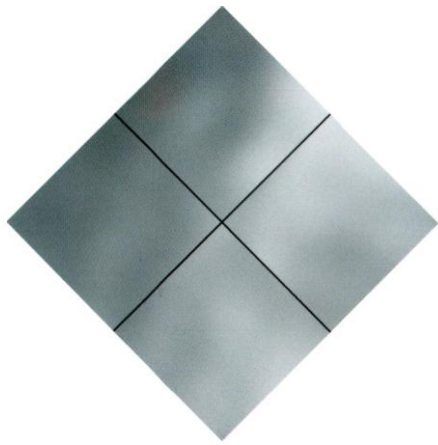
The SI 68 is a machine that folds documents to the right size and inserts them into envelopes, which it then glues and seals. The machine itself measures envelopes and documents, and sets the folds accordingly. The product is almost completely made from steel and aluminum, facilitating reasonably easy recycling. New laser-cutting manufacturing facilities enable beautiful detailing and new free curves. The unique clam-shell design means easy and safe access to the whole paper path from feeder to exit.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전문제품 부문

제조사: 네오포스트인더스트리에 디자인: 마르텐 반 웰리벨트

Dutch Design Selection 2003 / Category: Professional Products

Company: Neopost Industrie Design: Maarten van Lelyveld



트레스파 메테온오리지널 | TRESPA METEON ORIGINALS

최근 트레스파인터내셔널의 선진 제조기술로 2,5D 패널이 압축되는 단계에 이르렀습니다. 디자이너들은 이 소재가 식상해지지 않도록 아주 특별한 아이덴티티를 부여하고자 하였습니다. 트레스파 오리지널 패널은 약간 경사진 표면으로 되어 있습니다. 물결무늬 패턴은 컴퓨터에 의한 것으로, 표면의 유기성과 무작위성을 강조합니다. 보는 사람의 움직임이나 빛의 변화에 따라 그림자 효과와 반사, 색, 빛의 놀라운 향연이 펼쳐집니다.

Recently, the advanced manufacturing techniques of Trespa International have reached a stage where the pressing of 2,5 D panels has become possible. The designers have tried to give the material a very specific identity, without falling in the trap of the material becoming boring. The panels of Trespa Originals have a gently sloping surface. A chaotic pattern of waves was defined on the computer, resulting in an organic and seemingly random appearance of the facade. With the movements of the observer or changes in light, the panels lead to a fascinating play of light, reflection, colour and shadow effects.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 공공장소를 위한 제품 부문

제조사: 트레스파인터내셔널 디자인: 질버

Dutch Design Selection 2003 / Category: Products for Public Space

Company: Trespa International Design: Zilver

이젤카데 방파제디자인 | IJSSELKADE QUAY

이젤강과 뉘스부르크시를 잘 이어주고 있는 신축 이젤카데 방파제입니다.
The new IJsselkade quay carefully links the river IJssel and the city of Doesburg.

2003년 네덜란드디자인상 수상 / 공공장소 부문

제조사: 워터샤프 린 엔 이젤 디자인: OKRA 마틴 크누이트

Dutch Design Award 2003 Winner / Category: Public Space

Company: Waterschap Rijn en IJssel Design: OKRA (Martin Knuijt)

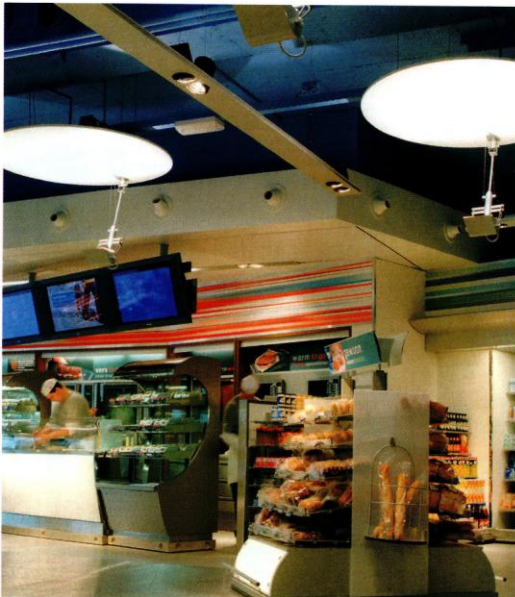


노마드 키즈트레블베드 NOMAD KIDS TRAVELBED

노마드 키즈트레블베드는 여행 중인 어린이에게 편안하고 안전한 잠자리를 제공합니다. 어디든 가지고 다닐 수 있도록 제작된 초경량 소형제품으로, 안전하고 설치도 간단합니다. 이 제품의 가장 큰 장점은 모든 특질을 자연스럽게 통합하여 통합시킨 점입니다. 이 제품은 산업디자인이 레저/아웃도어 시장에서 성공적으로 이익을 창출하는 방법을 보여주는 명쾌한 사례입니다.

The Nomad Kids Travel Bed provides a comfortable and safe shelter for kids on the move. The bed is easy to erect, safe, extremely lightweight and compact so it can be taken anywhere. The key quality of the product lies in the very natural and clear way all these product features have been integrated. The product is a clear-cut example of how good industrial design can generate profit in the leisure/outdoor market.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 소비제품 부문 | 제조사: 노마드 디자인: 질버
Dutch Design Selection 2003 / Category: Consumer Products
Company: The Nomad Company Design: Zilver



AH to go | AH to go

AH to go 디자인은 레디메이드 식품이 진열된 매장의 분위기와 잘 조화를 이루고 있습니다.
The design of AH to go matches the assortment, which contains many ready-made meals.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 판매환경 부문
제조사: SVT브랜딩 앤 디자인그룹 디자인: SVT브랜딩 앤 디자인그룹
Dutch Design Selection 2003 / Category: Sales Environment
Company: SVT Branding & Design Group Design: SVT Branding & Design Group

시로 | SIRO

〈시로〉는 사업장용 커피자판기입니다. 우아한 곡선형으로 자칫 딱딱한 느낌을 줄 수 있는 사무적인 외형에 인간적인 느낌을 더하였습니다. 정제된 세부처리는 커피를 즐기는 경험의 질적 차원을 보장하는 것이기도 합니다. 쉽게 작동할 수 있을 뿐만 아니라 앞면패널을 교체할 수 있어 사업장 환경에 따른 다양한 연출도 가능합니다. 텍스처와 광택처리의 조합이 기계를 한층 더 아름답게 합니다.

The Siro is a coffee machine for business environments. Its elegant curves bring a humane touch to its businesslike appearance. The refined detailing supports the experience of the quality of coffee. The user interface makes intuitive operation possible. The changeable front panel makes the Siro a chameleon in its business habitat. The combination of texture and gloss also give the machine a beautiful appearance.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전문제품 부문 | 제조사: 드중듀크 디자인: 스코프디자인앤스트래티지
Dutch Design Selection 2003 / Category: Professional Products | Company: De Jong DUKE Design: Scope Design & Strategy



오체 바리오스트림7000 OCE VARIOSTREAM 7000

고도의 기능성을 가진 연속 프린팅시스템으로 전문가용임에도 불구하고 부드러운 형태로 모든 모듈을 통합하여 친근하면서도 견고한 디자인을 구축하는 데 주안점을 두었습니다. 또한 시스템은 데이터센터나 메일링 회사, 그래픽아트산업 특유의 마무리작업에 필요한 표준 구성요소와 인라인/오프라인으로 연결될 수 있습니다. 에너지 효율성과 낮은 전력소비, 경제적인 소재의 사용은 이 제품이 지닌 생태학적 측면을 보여주고 있습니다.

This machine is a high performance continuous feed printing system. Although this is a product to be used by professionals only, much care was given to a friendly yet robust design that integrates all modules in a smooth contour. Besides the system can be combined inline and offline with standard components for typical finishing in data centers mailing companies and in the graphic arts industry. Energy efficiency, low power consumption and economical use of materials are ecological benefits of the Oce Variostream series.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 전문제품 디자인 부문

제조사: 오체 디자인: 오체디자인

Dutch Design Selection 2003 / Category: Professional Products

Company: Océ Design: Océ Design



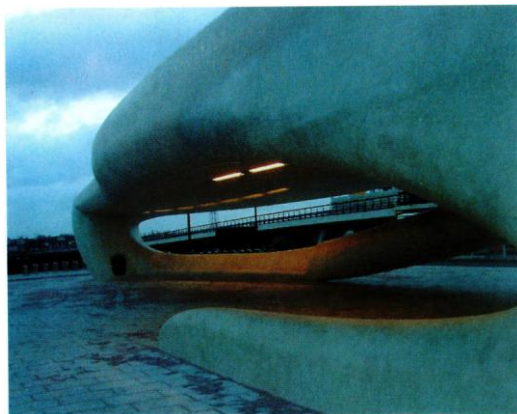
프러덕트포물레 주이트탄젠트 | PRODUCT FORMULE ZUIDTANGENT

이 디자인은 주이트탄젠트의 전체 컨셉과 잘 어우러지면서 일반 시내버스에 재치 있는 디테일을 성공적으로 더하고 있습니다. 주이트탄젠트 버스라인의 디자인은 여러 제한요소들과 함께 승객을 고려합니다. 노인이나 어린이, 휠체어 사용자, 유모차나 쇼핑 카트나 무거운 짐이 있는 사람들이 쉽게 올라탈 수 있도록 출입구가 낮게 디자인되어 있습니다.

The designers succeeded in adding intelligent details to the standard regional bus, which fit within the Zuidtangent concept as a whole. The design of the Zuid Tangent bus line takes people with limitations into account. The bus has a low threshold, allowing easy entrance for elderly people, small children, wheelchair users, and people with baby carriages, shopping trolleys or a heavy suitcase.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 공공장소를 위한 제품 부문 | 제조사: 카넥시온 디자인: 프롬A투B

Dutch Design Selection 2003 / Category: Products for Public Space | Company: Conexion Design: From A to B



플루이드비히클 | FLUID VEHICLE

〈플루이드비히클〉은 마치 삼치처럼 생긴 시내버스환승장입니다. 대개 버스정류장은 별다른 특색이 없는데 비해 〈플루이드비히클〉은 일반성을 탈피하면서 강하고 개성적인 이미지를 창조하였습니다. 전체가 폴리스티렌 발포체로 만들어진 〈플루이드비히클〉은 세계에서 가장 큰 합성물질 구조물(50m×10m×5m)입니다. 기존의 건설방법으로 결코 불가능하였을 만한 예산이 투입되었습니다.

Fluid Vehicle is a public area in the form of an island that serves as a junction for the local bus service. The design of this kind of building is generally neutral, but here the aim was to create a strong, individual image that was less austere and generic. The building is completely made of polystyrene foam and polyester and is, as such, the world's largest structure in synthetic materials (50m x 10m x 5m). The available budget meant that it could never have been created using conventional construction methods.

2003년 네덜란드디자인상 선정 / 공공장소 부문 | 제조사: 쉬폴프로젝트컨설트/돔스보우마차파 디자인: NIO아키텍텐

Dutch Design Selection 2003 / Category: Public Space | Company: Schiphol Project Consult/ Doms Bouwmaatschappij

Design: NIO Architecten

SPAIN

premios

premios
NACIONALES
de diseño

diseño



National Design Prize



스페인정부 과학기술부와 바르셀로나디자인센터가 공동으로 주관하는 내셔널디자인상(National Design Prize)은 디자인 분야에 있어 우수하고 모범적이며 전문적인 경력에 대해 제도적인 차원에서 인정하는 의미를 갖습니다. • 기업을 대상으로 수상하는 것과 디자이너와 팀을 대상으로 수상하는 두 가지 상이 있으며, 2등상이나 선외가작 등은 주어지지 않습니다. 내셔널디자인상은 명예상으로서 상금은 주어지지 않습니다. 기업을 대상으로 하는 상은 규모나 경제적 활동의 범위에 상관없이 산업과 서비스 분야의 업체들이 참여할 수 있습니다. • 우수한 디자인경영과 정책으로 괄목할만한 성과를 거둔 소비자 제조업체나 서비스업체를 대상으로 제품과 그래픽커뮤니케이션, 환경 등에 적용된 전반적인 디자인정책을 평가합니다. • The

National Design Prizes are organized together by the Spanish Ministry of Science and Technology and the Barcelona Design Centre (BCD). The prizes seek to recognize, at an institutional level, excellent and exemplary businesses or professional careers in the field of design.

• Two prizes are awarded: one to a company and the other to a designer or team of designers. No second prizes, certificates of merit or special mentions are given. The National Design Prizes are honorary awards and therefore involve no cash endowment. Companies from the industrial and service sectors are eligible to enter, regardless of their size or sphere of economic activity, as are designers and design teams based in Spain who have been nominated by the National Design Prize advisory council. • The overall strategy of design applied to products, graphic communication and environments is assessed in order to select winners among manufacturers of consumer goods or teams and service companies with an outstanding track record of well-chosen policies and good design management.



비영리 민간재단인 바르셀로나디자인센터 (이하 BCD: Barcelona Centre de Disseny)는 1973년 바르셀로나 아빈구다 디아고날 거리에 공기로 부풀린 거대한 천막에서 처음으로 대중 앞에 선보였습니다.

- BCD는 디자인을 기업의 혁신과 경쟁력 증진의 주요 요소로서, 그리고 삶의 기준을 개선하기 위한 수단으로서 진흥한다는 목적 아래 정부, 사업가, 디자인전문가들과 협력하고 있습니다. BCD는 디자인을 중대한 사업전략으로 인식하고 지원함으로써 산업디자인의 현황과 문제점을 파악하고, 정보를 제공하며, 기술적인 혁신과 진흥을 이루고 있습니다.
- BCD는 디자인의 경제적, 사회적, 문화적 관련성을 강조하고, 디자인도시로서의 바르셀로나를 국제적으로 차별화하여 홍보하며, 디자인 증진을 위해 정부와 지역 행정기관, 자치단체와 협력하는 것을 목표로 합니다. 이를 위해 BCD는 스페인의 전문 교육기관이나 전문 문화기관은 물론 세계 여러 나라의 디자인 진흥기관과 협력하고 있습니다.
- Barcelona Design Centre (BCD) is a private non-profit foundation, which made its public debut in 1973. Its stated aim was "to promote, and provide information on, the status and problems of industrial design and technological innovation."
- BCD collaborates with the main professional, training and cultural institutions of Spain, as well as with the international promotional design bodies of other countries around the world in order to promote design as a key factor for company innovation and competitiveness, as well as a discipline improving our life standards.
- Among other goals, BCD's funding aims to emphasize the economical, social and cultural relevance of design, to achieve increased international recognition and promotion of Barcelona as a design capital and to co-operate with central, autonomous and local administrations to encourage attention on design.

내셔널디자인상의 제정년도

1987년

제정 이후 총 개최 횟수

13회

주요목적

디자인계에서 모범이 될만한 뛰어난 비즈니스 경력이나 전문 경력을 국가의 제도적 차원에서 인정해주는 것에 목적을 둔다.

조직과 부문

제조업계 부문, 디자이너 부문, 그리고 학제적인 그룹 부문 등 3부문으로 나뉘어져 있으며, 부문별로 한 명의 수상자가 선정된다.

출품 마감 시한과 시상식 개최

응모작은 12월에 접수되며 시상식은 통상 이듬해 1-3월 중에 열린다.

심사위원

심사위원단은 최소 5명 이상 9명 이하의 심사위원으로 구성되어 있다. 심사위원은 그래픽디자인 및 커뮤니케이션 디자인 전문가와 커뮤니케이션 전문가, 경제학 이론가, 그리고 경영 전문가가 각각 한 명씩 포함되어 있어야 한다는 기준에 따라 조직위원회에서 임명한다.

스페인 과학기술부 기술정책처 국장과 바르셀로나 디자인센터 소장도 심사에 참여한다. 지난 번 수상에서는 전체 8명의 심사위원 중 외국인이 한 명, 디자인이외 전문 분야 인사가 한 명이 있었다. 심사위원은 부문별로 나뉘어지지 않는다. 최종 선별은 9월에 이루어지며 수상자 명단은 이 때 함께 공개된다.

심사 기준과 과정

심사 과정에는 이틀 정도가 소요된다. 작품 선별에 적용되는 평가 기준에서 초점을 두는 사항은 다음과 같다. 국가적 차원에서 공적으로 인정받을 만한 디자인 분야에서의 경험 정도, 기업 내에서의 디자인 경영 능력, 일관된 경력, 시장에서의 성공적인 반응, 디자인 혁신 추구, 문화적 가치, 개념적 특성과 기술적 특성, 그리고 환경에 대한 고려 등이 중심적인 평가 기준이다. 전문가들의 선별에서 고려되는 사항은 전문 경력, 경력에서의 일관성과 연속성, 창조성과 실험성, 현대 문화 발전에 대한 사명감, 디자인 보급과 홍보 교육 등이다.

평가는 1, 2차 심사로 나뉘어 진행된다. 우선 심사위원들이 모든 응모작들을 하나하나 검토하고 다음 절차로 토론이 이어지면서 최종 투표로 수상자가 결정된다.

응모

50점에서 80점 정도의 응모작이 출품된다. (외국인은 응모할 수 없다)

상금이 주어지는가? 그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

내셔널디자인상은 명예상이어서 상금을 수여하지 않는다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

기자회견, 웹사이트, 출판, 포스터, 시상식 등.

What year was the award established?

1987

Since then, how many times has the award been held?

13 times

What is the main purpose of the awards?

The prizes seek to recognize, at a institutional level, an excellent and exemplary business or professional career in the field of design.

Award Structure

The award is structured into the three categories of manufacturers and designers or interdisciplinary teams and only one winner is selected in each category.

When is the deadline for submissions and when are the award ceremonies held?

Submissions are collected in December and the Award Ceremony is usually held in the first trimester of the following year.

Jury

The jury is made up of no less than five and no more than nine members. Jurors are appointed by the organizers according to the following criteria: one expert in graphic design and communication, one expert in product design, one expert in environmental design, one communication professional, one economics theoretician and an expert in business management. The director-general of Technological Policy of the Ministry of Science and Technology and the director-general of the Barcelona Design Center are also jury members. In the last case, one of the total eight members was a foreigner, and one of the eight members was someone whose field of expertise was not design. The jurors are not divided into different categories. The final selection is made in September and their names are also disclosed then.

Judging Standards and Process

The judging process takes two days. The assessment criteria used to select companies focus on the following factors: experience publicly recognized at a national level in the field of design, capability of design management in the company, consistency and continuity in career, success in the market, innovative features through design, cultural value, conceptual and technological quality, and respect for the environment. In the selection of professionals, the following factors are taken into account: professional background, coherence and continuity in career, creativity and experimentation, commitment to the development of contemporary culture, dissemination, promotion and teaching of design.

The judging process follows two phases. First, the jurors individually review all of the entries. This is followed by a discussion and a final vote to decide on the winners.

Entries

Between 50 and 80 entries are usually submitted to the competition. And only Spanish entries are accepted.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

The National Design Prize is an honorary award and therefore involves no cash endowment.

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

A press conference, website, publication, poster, and an award ceremony.

마르퀴나61 | MARQUINA 61

오일이나 식초를 담아두는 용기로, 입구를 포함하여 전체적으로 원뿔형태로 되어 있습니다. 정교하고 효율적인 방법으로 내용물이 흐르는 문제를 해결함으로써 식탁보를 더럽혀 치우는 문제가 생기지 않도록 투명하고 깔끔한 디자인에 중점을 두었습니다. 이 마르퀴나 오일용기는 지중해의 전통에 따라 일상적인 용기를 재해석한 것으로, 라인을 현대화하고 기능적인 면도 개선하였습니다.

An original oil and vinegar container by Rafael Marquina, it consists of a conical recipient with a spout for the liquid to glide down. This sober and clear-cut design resolves the drip problem with ingenuity and efficacy: it absorbs every single drip of oil and vinegar, does not stain the tablecloth and does not need a handle. The Marquina 61 oil container reinterprets an object of daily use, in this case from the Mediterranean tradition, to improve its performance and bring its lines up to date.

2001년 내셔널디자인상/기업부문 | 제조사: 모블스 114 | 디자인: 라파엘 마르퀴나
National Design Prizes 2001 / Category: Company | Company: Mobles 114 / Design: Rafael Marquina



마리포사830 | MARIPOSA 830

마리포사는 대기실용 안락의자로 디자인과 구조가 매우 가볍고 미학적입니다. 선택사양인 팔걸이를 포함한 의자의 지지구조는 에폭시 페인트와 폴리아마이드 플로어그라이드로 마감한 타원형 강철관으로 제작되었습니다. 통으로 구성된 의자의 외피는 P.E.T로 만들었고, 우묵하게 들어가도록 전체 구조를 고정시켰습니다. 외피는 쿠션이나 탄력성 있는 폴리우레탄으로 덧씌울 수 있도록 되어 있습니다. 쿠션은 볼트로 반투명 재질의 외피에 고정됩니다. 쿠션을 벗기면 흰색의 반투명 P.E.T 재질의 의자가 되어 두 가지 버전으로 모두 이용할 수 있습니다.

Mariposa is an armchair designed specifically for waiting areas. The design and construction of Mariposa makes it aesthetically as well as physically very light weight. The supporting structure and armrests (optional) are made from oval section steel tubes finished with epoxy paint and polyamide floor glides. The one piece seat shell is made from formed P.E.T. and is fixed to the structure by means of recessed mechanical fixings. The shell can be upholstered using a cushion of flexible polyurethane.

1987년 내셔널디자인상/ 기업부문 | 제조사: 카사스M | 디자인: 아프라 토비아 스카르파
National Design Prizes 1987 / Category: Company | Company: Casas M / Design: Afra y Tobia Scarpa



홈 | HOME

선반과 컨테이너로 된 가구 컬렉션으로, 거실이나 식당에서 오디오나 텔레비전, 비디오의 부속 장비를 수납할 수도 있고, 사무실 겸 집에서는 독서나 집필, 밤 시간을 위한 라운지에 배치하여 사용할 수 있도록 고안되었습니다. 슬라이딩 셔터 도어를 사용한 독특한 미니멀 라인으로 실내에 특별한 센수얼리티와 따스함을 불어넣습니다. 바닥에 놓거나 다리를 떼고 벽에 부착할 수도 있습니다. 네 가지 높이와 세 가지 깊이, 세 가지 넓이 중에서 고를 수 있고 문의 종류도 선택할 수 있습니다.

A furniture collection of shelving and containers, thought for living and dining rooms; music, television, and video equipment; the lounge as well as reading, writing, or night areas, for the office-at-home. The scarce and minimal lines, together with the language expressed by its sliding shutter-doors, give a special warmth and sensuality to the Home collection. With or without legs, hanging on the wall or on a legged platform.



1997년 내셔널디자인상/ 기업부문
 제조사: 푼트 모블스 | 디자인: 테런스 우드게이트
 National Design Prizes 1997 / Category: Company
 Company: Punt Mobles / Design: Terence Woodgate

우편함 | MAILBOXES

3-5개의 칸으로 구성되는 우편함입니다. 최소 단위는 3개로, 높고 좁지만 깊어서 선반에 책을 꽂아두듯이 벽면에 설치할 수 있습니다. 열쇠가 없는 잠금장치가 있으며, 여러 개의 블록을 단순히 쌓아 놓아 하나의 단위를 구성할 수 있습니다. 이 제품은 스틸판에 스테인리스스틸 문, 카드보드 이름표와 방풍유리창으로 이루어져 있으며 스페인우체국의 인증을 받았습니다.

Block of three, four and five pigeonhole letterboxes. In combination, they provide the total number of pigeonholes starting from 3 units. High, narrow and deep their relation to the wall is similar to that of a book on a shelf. The lock can be opened and closed without using a key, if so desired. The unit is formed simply by placing the various blocks against the wall. These mailboxes have been approved by the Spanish post and telecommunications authority.



1988년 내셔널디자인상/ 디자이너 부문 | 1989년 내셔널디자인상/ 기업부문
 제조사: Bd 에디시오네스 드 디세뇨 | 디자인: 오스카 투스케츠, 루이스 클로넷
 National Design Prizes 1988 / Category: Designer | National Design Prizes 1989 / Category: Company
 Company: Bd Ediciones de Diseno / Design: Oscar Tusquets and Lluís Clotet

책이 가득 차 더 이상 여유가 없을 때, 앞에 이중으로 두 번째 선반을 만들어 사용할 수 있게 디자인되었습니다. 이동레일을 이용하여 모듈과 선반의 조합을 조절할 수 있으며, 이로써 공간 활용도가 두 배로 높아졌습니다. 나무 문과 나무 프레임으로 된 다양한 깊이의 선반구성으로 작은 책과 큰 책, 레코드, CD, 비디오 등 다양한 크기의 여러가지 물건을 효과적으로 수납할 수 있습니다.

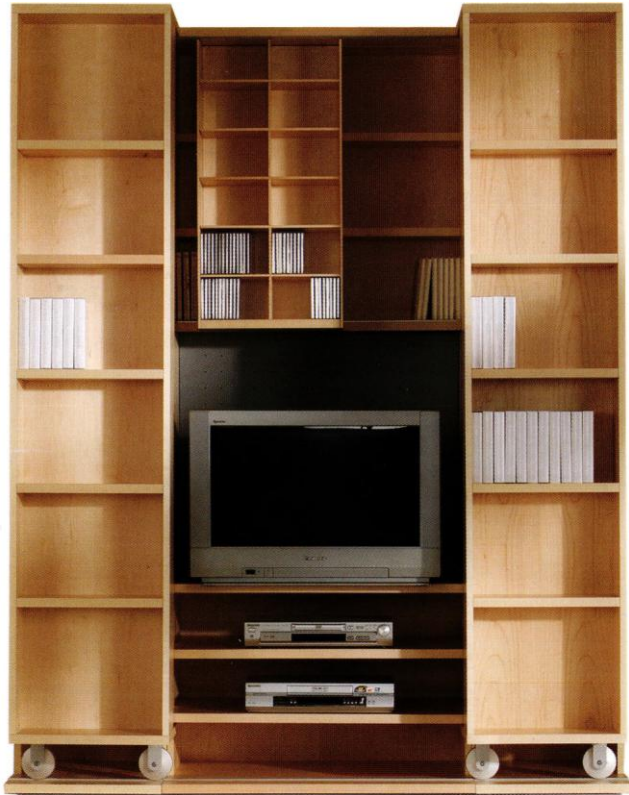
Designing from the perspective of solving a problem. When there is no more room for new books on a bookshelf, they end up forming a second line, making many books disappear behind others. A collection of modules and shelving is combined with mobile trolleys, duplicating thus the space capacity. The different depths make it possible to store adequately small or big books, files, long play records, compact disks, video films, etc.

1997년 내셔널디자인상/ 기업부문

제조사: 푼트 모블스 | 디자인: 빈센트 마티네즈

National Design Prizes 1997 / Category: Company

Company: Punt Mobles / Design: Vicent Martinez



엘스 | ELX

벽에 세로로 부착하는 코트걸이입니다. 체리목이나 너도밤나무목을 이용한 굽은 E1 합판 행어와 돌출된 산화피막을 입힌 알루미늄 프로파일 구조로 되어 있습니다. 푼트 모블스는 형식적으로 깔끔하고 논리적이며, 기능적이고 센스 있는 제품으로 성공을 거두게 되었습니다. 이러한 점들은 제품이 건축공간과 훌륭하게 융합되도록 해줍니다.

Vertical clothes rack for wall. A structure of extruded and anodised aluminium profile with beech wood or cherry hangers made of bent E1 plywood. Finishings in their natural colour. The success of Punt Mobles products is linked to the fact that they are logical products, formally clear, functional and with a sense. These are products that integrate discretely with architectural spaces.

1997년 내셔널디자인상/ 기업부문

제조사: 푼트 모블스 | 디자인: 빈센트 마티네즈

National Design Prizes 1997 / Category: Company

Company: Punt Mobles / Design: Vicent Martinez

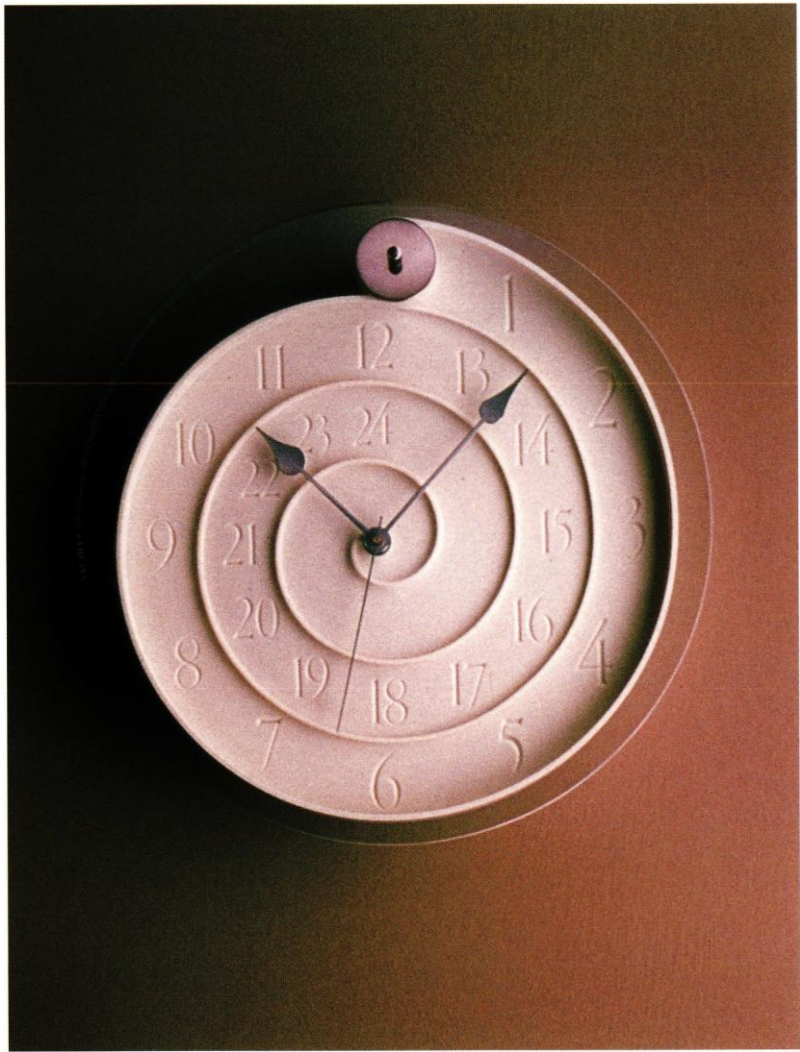


노틸러스 | NAUTILUS

소용돌이 모양의 벽시계로 시간의 무한한 흐름을 상징하고 있습니다. 오스카 투스케트는 서예가인 리카르도 루셀롯과 협력하여 끌로 판 숫자판이 새겨진 정교한 우주를 창조하여 24시간이 끊임없이 흘러가는 것을 형상화하였습니다. 디자인의 고전주의적 특성으로 지중해적 특질을 강조하면서 시계의 몸체와 완벽한 조화를 이루고 있습니다.

A wall clock with an original spiral-shaped design, symbol of the infinite magnitude of time. In collaboration with calligrapher Ricardo Rousselot, Oscar Tusquets has created an ingenious sphere with chiseled digits, allowing uninterrupted twenty-four hour reading of the day. The classicism is in perfect harmony with the body of the clock, emphasizing its Mediterranean attributes.

1988년 내셔널디자인상/ 디자이너 부문
2001년 내셔널디자인상/ 기업부문
제조사: 모블스 114 | 디자인: 오스카 투스케트
National Design Prizes 1988 / Category: Designer
National Design Prizes 2001 / Category: Company
Company: Mobles 114 / Design: Oscar Tusquets



쿠오럼 향수 | QUORUM

박력있고 활기찬 남성을 위한 향수입니다. 절도 있는 선은 품위와 고급스러운 느낌을 선사하며, 세련되고 납작한 외형은 공격적이지 않은 역동성을 드러내줍니다. 금빛의 마감처리로 전체 실루엣을 강조하는 이 용기디자인은 장식의 호화로움이 아니라 기본적인 형태를 특징으로 합니다. 이 디자인의 진정한 미학적 가치는 각 요소의 배치와 균형에서 온다고 볼 수 있습니다.

A high perfumery line for men, created for the vigorous and active man. The bottle has class and character with sober lines. It has an extra-flat appearance, dynamic without being aggressive. Its golden trim underlines the stylized silhouette of the whole presentation. The quality of the bottle is founded on its basic form rather than the luxury of its trimmings. A true aesthetic quality is given by its configuration.

1987년 내셔널디자인상/ 디자이너 부문 | 1988년 내셔널디자인상/ 기업부문
제조사: 안토니 푸그 | 디자인: 안드레 리카르도
National Design Prizes 1987 / Category: Designer | National Design Prizes 1988 / Category: Company
Company: Antoni Puig / Design: Andre Ricard



루즈 향수 | LUZ

캐주얼한 옷차림만큼이나 우아한 옷차림을 즐기는 젊고 활동적인 여성을 대상으로 한 향수의 컨셉을 명확하게 표현하고 있는 디자인입니다. 깔끔하고 부드러운 곡선적 기하형의 용기는 마치 원판처럼 납작합니다. 내용물의 투명성을 강조하여 새벽녘의 광명과 신선함을 표현하고 있습니다. 용기 상부의 라인은 현대적으로 세공된 보석을 연상시킵니다.

This design is a clear embodiment of a perfume created for a young and active woman, who dresses in an elegant as well as casual style. A bottle with clear and gentle circular geometry, it has a very flat and lens-like disk, enhancing the transparency of its contents and capturing the freshness and luminosity of the morning. The spare lines of its containing top call to mind the shape of modern jewellery.

1987년 내셔널디자인상/ 디자이너 부문 | 제조사: 안토니 푸그 | 디자인: 안드레 리카르도
National Design Prizes 1987 / Category: Company | Company: Antoni Puig / Design: Andre Ricard



세스타 | CESTA

미구엘 밀라의 미술같은 랜턴, 세스타는 체리목 구조의 휴대용 전등입니다. 바닥이나 탁자 위에 놓기에 적당하며 달걀형태와 손잡이는 가히 하나의 작품이라 할 만큼 매력적입니다. 1960년대 중반에는 마닐라 줄기와 플라스틱 전구로 만들었지만 디자이너의 의도에 따라 1990년대 중반부터 산타앤콜에서는 증기로 가공한 체리목과 전구가 담긴 유백색의 크리스탈을 사용하고 조절기를 더하여 한층 업데이트 시켰습니다. 이 디자인은 향수를 자아내는 제식용 램프를 연상시키는 동시에 새로운 세대에게도 매력적으로 다가옵니다.

Cesta is the magic lantern of a consecrated designer such as Miguel Mila. A cherry wood portable structure containing a light globe. Its oval shaped volume and handle make it a lamp-object. It can be placed on the floor or on a tabletop alike. In the middle of the 1960s the Cesta was made in Manila cane and the globe was in plastic. According to the author's indications, in the mid-1990s Santa & Cole updated and improved it with steam curved cherry wood and opaline crystal containing the lamp bulb; they also added a lighting regulator.

1987년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문

1999년 내셔널디자인상 / 기업부문

제조사: 산타앤콜 | 디자인: 미구엘 밀라

National Design Prizes 1987 / Category: Designer

National Design Prizes 1999 / Category: Company

Company: Santa & Cole / Design: Miguel Mila



라 벨라 더미엔테 | BELLA DURMIENTE

조명의 토텐이자 빛나는 위대한 메타포인 벨라 더미엔테는 색색의 램프를 수직으로 펼쳐놓아 몬드리안의 기하 추상을 연상시키는 듯합니다. 벨라는 유명 화가들의 그림 같은 빛 그림자를 만들어냅니다. 벨라 더미엔테는 조명 중앙부의 강한 빛과 주변의 빛 그림자가 만들어내는 색색의 풍부함이 어우러진 형광등 램프입니다. 할로겐과 메탈 램프가 주조를 이루는 최근의 흐름을 따르지 않고 대신 차갑고 영혼이 사라진 듯한 형광등에 색을 부여하는 창조적 작업으로 평가됩니다.

Bella Durmiente is a totem of light, a luminous great metaphor, spreading vertically its chromatic light. Bella Durmiente is a fluorescent light which combines the luminous intensity of its central structure with the chromatic richness of its surrounding shade. This piece was born against the tide, in an era of halogen and metal lamps. It is the work of creative minds who proposed the colouring of the fluorescence, in a time when this light source was considered as cold and soulless.

1999년 내셔널디자인상 / 기업부문 | 제조사: 산타앤콜 | 디자인: 가브리엘 오데이그

National Design Prizes 1999 / Category: Company | Company: Santa & Cole / Design: Gabriel Ordeig



헤레라 포 맨 | HERRERA FOR MEN

고품격 생활을 지향하는 대도시 남성용 제품입니다. 이중 사다리꼴 크리스탈 라인의 기하형의 용기 형태는 빛의 반사로 인해 용기의 경사면에 독특한 효과를 불러일으킵니다. 견고한 은색의 뚜껑은 마치 왕관을 씌운 듯 하며, 전체적인 남성적 분위기와 함께 고전적이며 건축적인 면모를 가지고 있습니다. 정제된 남성성과 개성, 우아함과 품격이 풍기는 디자인입니다.

This Eau de Toilette has been designed for the cosmopolitan man, who demands quality in everything around him. The shape of the bottle is formed by the geometry of two superposing crystalline trapezoids where the reflections of the perfume against the light play on its bevel edges. A solid silver top crowns the whole. Notoriously masculine, its shape has the same classicism, the same architectural focus. It expresses class, elegance, refined masculinity and personality.

1987년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문 | 1988년 내셔널디자인상 / 기업부문

제조사: 안토니 푸그 | 디자인: 안드레 리카르드

National Design Prizes 1987 / Category: Designer | National Design Prizes 1988 / Category: Company

Company: Antoni Puig / Design: Andre Ricard

필라400-5 | PILA 400-5

필라 의자는 오사카 세계무역센터 프로젝트의 결과로 탄생한 제품입니다. 기본적인 요구사항은 최대한 의자를 쌓아올릴 수 있어야 한다는 것과 가벼워야 한다는 것이었습니다. 총 3개월 동안의 디자인 개발과정 동안 기술적인 면에 집중하였는데, 특히 의자를 겹쳐 쌓을 때 생기는 모든 접촉을 지지할 수 있도록 팔걸이를 알루미늄으로 만들었습니다. 또한 의식적인 분위기를 표현하기 위해 등받이가 높은 디자인을 채택했습니다.

The Pila chair was born as a solution for a project carried out in Osaka's WTC, where the basic request was maximum stackability and lightness. All of three months designing efforts were concentrated in the technological aspect, particularly in the armrests, made of aluminium as they had to support all the contact in the stacking. The search for a certain ceremonial air, being a necessary item in the project, led us to design a version with a high back rest.

1987년 내셔널디자인상/ 기업부문

제조사: 카사스M (2003년 이후 산타 앤 콜사에서 제작) 디자인: 알프레드 아리바스

National Design Prizes 1987 / Category: Company

Company: Casas M (Santa & Cole since 2003) | Design: Alfred Arribas



수베이바야 테이블 | SUBEYBAJA

수베이바야 램프는 다용도 목재 라운드 테이블입니다. 각각의 목적에 따라 7단계로 높이를 조절할 수 있고 다리를 없앨 수도 있습니다. 이처럼 다양한 높이의 테이블은 좀처럼 찾아보기 어려운 것이었습니다. 수베이바야는 식탁, 사이드 테이블, 어린이용 탁자는 물론 사용자가 원하는 대로 활용할 수 있습니다. 간단한 톱니바퀴 메커니즘으로 높이를 조절할 수 있고 작동법도 간단합니다. 한 손으로 테이블 아래 레버를 누르고 다른 한 손으로 위 아래로 높이를 조절할 수 있습니다.

The Subeybaja is a multipurpose round wooden table, with shear legs, adjustable to seven heights to satisfy different needs. Never was there a table with so many heights. The Subeybaja becomes a dining, side, children's table, a stretcher or almost anything, according to the wishes of the user. Its height is adjusted with a simple cogged mechanism in wood and metal. Its usage is very simple: the cogged mechanism is freed by pushing a lever under the table top with one hand and with the other a small downwards or upwards pressure is made in order to adjust it to the desired height.

1990년 내셔널디자인상 / 기업부문 | 제조사: 디스폼 디자인: R. 헤리티지, R. 웹
National Design Prizes 1990 / Category: Company | Company: Disform Design: R. Heritage, R. Webb



듀플렉스 스톨 | DUPLEX

발렌시아의 듀플렉스바 인테리어를 위한 가구의 일부로 마리스칼이 디자인한 스톨입니다. 이 스톨은 1981년 아모랄가구박람회회에서 크게 주목받은 바 있습니다. 이후 재떨이나 등받이가 있는 프로토타입을 포함, 몇 차례의 마감 및 모델변경을 통해 지금의 형태를 완성하였으며, 1983년 이후부터 Bd에서 생산되고 있습니다. 채색된 스틸로 구성되어 있고 앉는 부분에는 검은 인조가죽을 사용하였습니다.

Designed by Mariscal as part of the furniture for the interior of the Duplex bar in Valencia. The stool, which was featured in the 'Amoral Furniture' show (Sala Vincon, 1981), has evolved through several generations of models and finishes-including a prototype with a back and ashtray incorporated to achieve its present form, produced by Bd since 1983. Duplex in Tri-colour has the structure of painted steel. The upper ring is white, the lower ring black, and the three legs are yellow, red and blue. The seat is upholstered in black artificial leather.

1989년 내셔널디자인상 / 기업부문 | 1999년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문
제조사: Bd 에디션오네스 드 디제노 디자인: 자비에르 마리스칼
National Design Prizes 1989 / Category: Company | National Design Prizes 1999 / Category: Designer
Company: Bd Ediciones de Diseno Design: Javier Mariscal





스플래시 | SPLASH

스플래시 의자와 테이블 컬렉션은 실내외에서 모두 사용이 가능한 제품으로, 고품질의 소재로 사용하였고 강한 생태학적 성격을 가지고 있습니다. 재활용이 가능한 부품과 환경친화적인 제조 공정을 거쳐 생산되었습니다. 가볍고 쉽게 닦지 않으며 겹쳐 쌓을 수 있고 유지보수가 용이합니다. 편안함과 인간공학을 고려하여 디자인되었고 14 종류의 컬러가 생산되기 때문에 테이블과 의자의 다양한 컬러 매치가 가능합니다. 테이블은 알루미늄 캐스트로 만들어지며, 테이블 판은 스테인리스스틸과 MDF 등 여러 마감재 중에서 선택할 수 있습니다.

The Splash table and chair collection has been created to be used in both indoor and outdoor environments. They are produced in materials of the highest quality, with a strong ecological character. Of recyclable components and environmentally friendly production processes. They are light, wear resistant, stackable, of easy maintenance and with comfort and ergonomic characteristics. Available in 14 standard colours.

1997년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문
1998년 내셔널디자인상 / 기업부문
제조사: 아마트-3 디자인: 조르제 펜시
National Design Prizes 1997 / Category: Designer
National Design Prizes 1998 / Category: Company
Company: Amat-3 Design: Jorge Pensi

코르셋 | CORSET

〈코르셋〉이라는 이름에서 알 수 있듯이, 여성의 실루엣을 강조하는 딱딱한 속옷에서 아이디어를 얻은 디자인입니다. 이 의자를 통해 오스카 투스켓은 영원한 여성성을 담은 외피 안에 앉아 보기를 권하고 있습니다. 아마트는 기 다림과 휴식, 모임, 사색 등 실내 공간에서 필요한 모든 기능을 만족시키는 새로운 의자 시리즈를 발전시켰습니다. 폴리프로필렌 재질의 6가지 컬러의 외피, 너도밤나무 목 합판과 메탈릭한 폴리에스터 또는 보크사이트 마감재, 스틸 기둥, 100% 재활용이 가능한 폴리머로 이루어져 있으며, 팔걸이 있는 모델과 없는 모델이 있는 스택체어(겹쳐쌓을 수 있는 의자)입니다.

Being a great admirer of beauty, not only natural, but also the kind of beauty that can be attained through artificial nature, Oscar Tusquets has given form to its 'Corset', as an homage to hidden beauty. With this, he is inviting us to take a seat inside a shell with clear timeless feminine connotations. Technical description: polypropylene shell (6 standard colours), beech plywood structure: steel column, metallic polyester or bauxite finishings, 100% recyclable polymers. With or without armrest stacking chair.

1988년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문 | 1998년 내셔널디자인상 / 기업부문
제조사: 아마트-3 | 디자인: 오스카 투스켓
National Design Prizes 1988 / Category: Designer | National Design Prizes 1998 / Category: Company
Company: Amat-3 / Design: Oscar Tusquets



니테 | NITE

니테 컬렉션은 환경과 잘 어우러지고 송고함을 고양시키는 유리를 사용하여 우아함과 단순함이 깃든 신성한 빛을 만들어내고 있습니다. 형식미와 비례미는 니테를 하나의 오브제화하고 있으며, 다른 유사 제품과 차별화되는 이 램프의 가장 근본적인 특징은 유리성형에 많은 주의를 기울였다는 것입니다. 저소비형 백열등이나 형광등처럼 분위기 있는 광원을 사용하는 니테가 비추는 빛의 따스함과 고급스러운 주목해야 할 사항 중에 하나입니다. The NITE collection (table and suspension lamps) responds to the search of an elegantly simple sanctuary light, using glass as a symbol of nobility and respect for the environment. Its formal aspect and proportions make NITE an object that entails many difficulties and much attention in the glass blow, being perhaps at the bottom of its meaning against other similar products. An important aspect to consider is the QUALITY and WARMTH of light that is emitted by NITE, using such odd light sources as low consumption incandescence or fluorescence.

1997년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문 | 제조사: B. 룩스 / 디자인: 조르제 펜시
National Design Prizes 1997 / Category: Designer | Company: B.Lux / Design: Jorge Pensi



코마 | COMA

코마는 사적인 장소나 공적인 장소 모두에 잘 어울리는 스툴입니다. 750mm와 650mm, 450mm 등 세 가지 다른 높이의 제품이 있으며, 가장 최신 모델은 다목적용으로 욕실이나 바의 작은 의자 또는 발을 올려 놓는 의자 등으로 다양하게 사용됩니다. 모든 모델의 좌석 부분은 미네랄 섬유조직으로 둘러싼 폴리프로필렌으로 만들어져 내구성이 높습니다. 스탠드는 밝은 은색 또는 재질감이 살아있는 어두운 회색으로 되어있고 좌석 부분에는 다양한 색을 사용하였습니다.

Coma is an adequate seat for public as well as private spaces. It is manufactured in three different heights: tall (750mm), medium (650mm) or low (450mm). This last model is very versatile, it can be used as a small chair for bathrooms, in bars, discos, etc, or as a footrest ancillary to a bench or an easy chair. In all models, seating is made in polypropylene with a charge of mineral fibres resulting in high resistance. The stand is made in bright silver grey or textured dark grey. The seating comes in a wide range of colours.

1990년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문
 제조사: 에레두 디자인: 조셉 룰루스카
 National Design Prizes 1990 / Category: Designer
 Company: Eredu Design: Josep Llusca



카티파 | CATIFA

러그를 의미하는 카티파는 최대한의 행위와 최소한의 움직임을 종합한 메타포입니다. 최소한의 움직임이란 각각의 장소와 분위기, 각 사람에 걸맞는 최대한의 변화일 수도 있습니다. 외관상 중립적일 수도 있는 이러한 심플함은 나름의 개성이 표현된 환경에 모두 잘 어울리며, 가죽, 플라스틱, 편성물 등 마감재의 느낌을 최대한 끌어냅니다. 카티파는 초경량의 외형이 특징적인 의자 세트로, 8가지 서로 다른 색이 입혀진 폴리프로필렌은 섬유나 가죽, 여러 형태의 균열을 담고 있는 식물성 섬유로 코팅할 수 있습니다.

Catifa means rug. This is a metaphor that synthesizes the maximum generosity with the minimal gesture. This minimal gesture allows us the maximum number of variations adjusted to each place, each atmosphere, each person. Of an apparent neutrality, it allows the maximum focal point to the finishing materials. Knitting, leather and plastic, they all contribute to each personalized proposal. Catifa is a family of chairs distinguished by its extremely light weighted shell, of bicolour injected polypropylene (8 colours) can be coated with fabric, leather, and vegetable fibres with different kinds of seams.

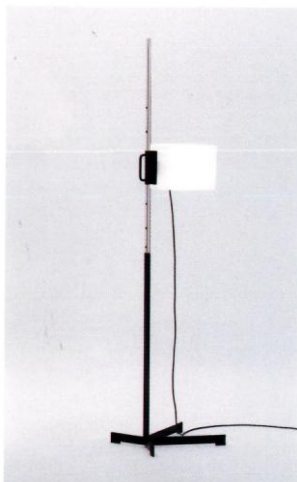
1999년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문 | 제조사: 아르퍼 디자인: 리보레 알데아 몰리나
 National Design Prizes 1999 / Category: Designer | Company: Arper / Design: Lievore Altherr Molina

플로어램프 TMC | TMC FLOOR LAMP

1983년부터 Bd에서 생산해오고 있는 TMC는 미구엘 밀라가 계속 진행 중에 있는 자체 광원 스탠드 램프 디자인에 관한 연구와 작업을 보여주고 있습니다. 이 Bd 모델은 밀라가 Bd 기술팀과의 협업을 통해 디자인한 것으로, 위아래로 움직이는 간단한 메커니즘을 이용한 것입니다. 받침대는 황동 재질로 검게 코팅되었고, 스탠드의 상반부는 유색의 스틸로 되어 있습니다. 검정색 나일론의 연결부위로 전등갓과 스탠드가 연결되며 100W/220V의 백열전구를 사용합니다.

The TMC represents the fruition of the whole ongoing process of Miguel Mila's work in and around the design of a standard lamp with its own light source. The Bd model, developed by Mila in conjunction with the firm's own technical team, went into production in 1983. The light source can be moved up and down by means of a simple mechanism. Stand of brass, polished and varnished or painted black. Top half of the upright in chromed steel. A perspex shade with support studs of black nylon. 100W/220V incandescent bulb compatible.

1987년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문 | 1989년 내셔널디자인상 / 기업부문
 제조사: Bd 에디션 디제노 드 디세뇨 디자인: 미구엘 밀라
 National Design Prizes 1987 / Category: Designer | National Design Prizes 1989 / Category: Company
 Company: Bd Ediciones de Diseño / Design: Miguel Mila





기라 | GIRA

이 테이블램프는 스페인 디자인의 고전적인 전형을 보여주는 제품으로 평가받고 있습니다. 제품 전체에 안정감과 확고함을 부여하는 견고한 철재 또는 대리석 받침대 위에 크롬으로 도금된 얇은 전등갓이 씌워집니다. 해외 시장에서 성공을 거두면서 기라 램프는 독서용 램프로 자주 언급되기 시작하였고 전 세계적으로 널리 알려지게 되었습니다.

This table lamp is considered one of the classic paradigms of Spanish design of the last 30 years. The chromed arm, fragile, stands on a solid iron or marble base which gives great stability and firmness to the piece. Thanks to its success in the international markets, the lamp Gira has become a point of reference as a reading lamp, and well known throughout the world.

2001년 내셔널디자인상 / 기업 부문

제조사: 모블스 114 / 디자인: 마사나-트레몰레다

National Design Prizes 2001 / Category: Company

Company: Mobles 114 / Design: Massana - Tremoleda

레지나 | REGINA

1988년 말에 출시된 이래 레지나 램프군은 B.룩스의 대표적인 제품이자 고전이 되었습니다. 급격한 시장의 변화 속에서도 레지나가 성공을 거두어 온 비결은 장식용등에서 알루미늄의 고상함을 강조한 것이었습니다. 이것은 채색도금이 주류를 이루었던 당시에는 인정받지 못했지만 시간이 지나도 유행을 타지 않고 자체의 미적 가치를 발하는 최초의 샘플이 되었습니다. 수공 기술에 의한 반짝이는 마감효과로 인해 산업제품을 넘어선 최고의 장인정신이 표현된 제품으로 인정 받았습니다.

From its launch into the market, at the end of 1988, the family of lamps REGINA (wall mounted, table and suspension) has become a CLASSIC and a representative B.Lux s.a. product. The unquestionable success of REGINA is based on its priority for recovering the nobleness of aluminium in decorative lighting. At first, being at the end of a stage where chrome plating was being abused, this lamp was not understood and often it was confused, without realising that it constituted the first sample of a tendency that was to become fashionable in the years to come.

1997년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문 | 제조사: B. 룩스 / 디자인: 조르제 펜시

National Design Prizes 1997 / Category: Designer | Company: B.Lux / Design: Jorge Pensi



와비 | WABI

와비는 '사과하다'라는 의미의 일본어 동사 '와리부'에서 따온 이름입니다. 실내 공간에서 대부분의 시간을 보내는 일상적인 도시 생활을 관찰한 결과와 캠퍼의 감성을 바탕으로 한 제품입니다. 여기에서 나아가 대부분의 신발이 발의 모양은 고려하지 않는다는 사실을 바탕으로 캠퍼에서는 실내용 신발인 와비를 개발하였습니다. 와비 개발에서 캠퍼의 디자이너들은 산업적인 제조 과정을 단 네 단계로 줄였을 뿐만 아니라 구성 요소도 최대한 줄여 재활용이 쉽도록 만들었습니다.

Wabi is a Japanese word. It comes from the verb Waribu (to apologise to sb.). Based on this concept as camper's inspiration, and after having observed that most of our life in the cities we spend in closed spaces, and furthermore, most shoes do not respect the foot's shape, Camper has created Wabi, a shoe for indoor wear. With it, Camper has reduced its industrial manufacturing processes to only four. Furthermore, given that they are made with a minimal number of components, makes it easier to recycle.

1998년 내셔널디자인상 / 기업부문 | 제조사: 캠퍼 디자인: 캠퍼

National Design Prizes 1998 / Category: Company | Company: Camper / Design: Camper

아무라 | AMURA

이 프로젝트는 마케팅과 제조 프로젝트 매니지먼트와 디자이너 사이의 연계 개발에 의한 것으로 전 세계적으로 관심을 모았던 바 있습니다. 전체적인 형태에서 풍기는 힘과 섬세함, 기능성과 미학적인 측면에서의 완전함이 성공적인 요소로 평가 받았습니다. 밝은 노랑과 코발트블루, 그린 등의 전통적이고 풍부한 마감 처리와 함께 고급스러운 느낌은 욕실에 새로운 미학적, 장식적 가능성을 열어주었습니다. 9가지의 다른 표면 마감처리로 선택의 폭을 넓혀주어 상상력이 풍부하고 장식적인 콤비네이션이 가능하게 되었습니다.

This project was of utmost interest from the point of view of its global dimension since it had to face a new joint planning mode between designer, production project management and marketing. Strength and delicacy in its whole shapes. A full stop from a functional and aesthetic point of view. Luxury, as well as traditional and imaginative finishings, such as bright yellow, cobalt blue or frond green open new aesthetic and decorative possibilities to the bathroom. A range of nine different surface finishings is available for choice.

2002년 내셔널디자인상 / 기업부문
제조사: 로카 디자인: 슈미트-라크너
National Design Prizes 2002 / Category: Company
Company: Roca Design: Schmidt-Lackner

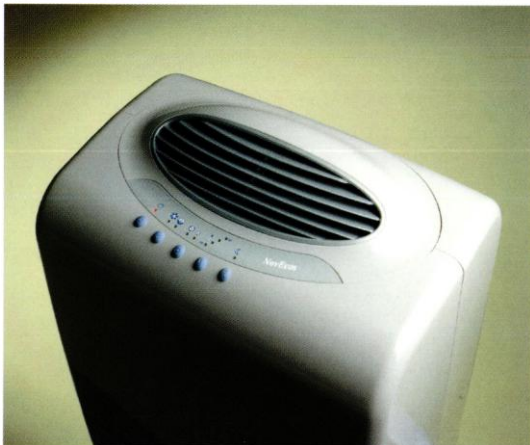


코페르니코 | COPERNICO

전통적으로 뜨거운 물과 차가운 물이 한 꼭지에서 나오게 되어 있는 수도 설비는 대부분 같은 모양을 하고 있습니다. 물이 나오는 꼭지 부분과 조정하는 레버가 맨 위에 있기 마련인데 반해, 코페르니코는 조절 레버를 대신하는 커다란 링과 함께 수도꼭지를 앞쪽 바닥 쪽으로 위치시키는 새로운 유형을 창조하였습니다.

Traditionally, almost all hot and cold water cartridge mixer fittings use the same configuration: the cartridge and lever are placed at the top of the fittings. With Copernico, we are creating a new typology placing the cartridge at the bottom front and using a big ring to activate it. This gesture underlines a typological change.

1989년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문 | 제조사: 판티니 디자인: 산티아고 미란다
National Design Prizes 1989 / Category: Designer | Company: Fantini Design: Santiago Miranda



세코레알 | SECCO REALE

깔끔하고 새롭고 콤팩트한 내부 형태를 보여주는 투명한 재질의 제습기로, 부피를 줄이고 효율성을 강화하였습니다. 마감과정에서 플라스틱소재와 인그레이빙기법을 사용하고 있는 이 제품은 대기 중의 공기에서 불필요한 습기를 제거하고, 이 습기를 응축하여 물받이에 고이게 하는 제습기의 원리와 기능을 잘 보여주고 있습니다.

To make a dehumidifier a transparent thing showing a clean new and compact internal configuration, reducing the dimensions and enhancing the efficiency. Using engraving techniques and plastics in the finishings in order to communicate a concept: "A dehumidifier is, in the last instance, a container that through processing the air in the atmosphere, eliminates the unwanted humidity, condensing it as water in a deposit".

1989년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문 | 제조사: 올림피아 스피렌디드 디자인: 산티아고 미란다
National Design Prizes 1989 / Category: Designer | Company: Olimpia Splendid Design: Santiago Miranda



CABALLO

카발로 / 마리오네타 레이 / 마리오네타 니노 | CABALLO / MARIONETA REY / MARIONETA NINO

무가의 토이컬렉션은 고전적인 장난감 재료인 나무를 사용하고, 스페인의 우수한 장인정신에 바탕을 둔 산업기술을 활용하고 있습니다. 무가는 1940년대와 50년대 플라스틱으로 대체되기 이전의 목재 장난감 제작법 연구 프로젝트를 실시하였고 그 결과 이 컬렉션이 탄생하였습니다. 상상력과 추억 속의 작업으로 부드러움과 조화로운 움직임에 바탕을 둔 새로운 형식적 레퍼토리가 창안되었습니다. 전통 안료를 사용하여 다양한 컬러를 표현하였습니다.

The Muga toy collection recovers a classical material for toys: Wood. At the same time, it attempts to take advantage of the good craftsmanship-industrial technology that exists in Spain. The Muga project researches the way in which wooden toys would have developed had they not been replaced by plastics in the 1940s and 1950s. This imaginative work of memory and imagination has resulted in a new formal repertoire based on soft and harmonic movements, with a wide colour range based on traditional pigments.

1995년 내셔널디자인상 / 디자이너 부문 | 제조사: 무가 디자인: 다니엘 네보트
National Design Prizes 1995 / Category: Designer | Company: Muga Design: Daniel Nebot



MARIONETA REY



MARIONETA NINO

U K

INTERNATIONAL
DESIGN
EFFECTIVENESS
AWARDS



International Design Effectiveness Awards



클라이언트와 디자이너, 디자인회사가 공동으로 참가하는 것이 특징적인 IDEA (International Design Effectiveness Awards)는 상업적으로 성공한 우수한 디자인에 수여되며 산업과 상업분야에서 두각을 나타낸 인사들이 심사위원으로 위촉됩니다. 이 상은 디자인이 비즈니스에 중요한 영향을 미친다는 사실을 증명하고, 성공을 위한 전략적 도구로서의 디자인의 의미를 부각시키기 위한 목적에서 수여됩니다.

- CI 및 BI, 제품(소비재, 산업재), 인테리어(사무실, 상업시설, 판매시설, 레저시설), 인쇄(기업, 소비자, B2B), 패키징(브랜드 식품, 브랜드 비식품, 자체브랜드 식품, 자체브랜드 비식품), 전시, 디지털미디어(B2B 웹사이트, B2C웹사이트, 온라인 프로모션, 인트라넷), 인터널 커뮤니케이션, 디자인경영, 환경, 인종차별철폐, 범죄율을 낮춘 디자인, 공공의 선을 위한 디자인 등 총 13개 분야가 있으며, 효율적인 디자인프로젝트나 재 디자인된 제품, 새 제품들을 대상으로 합니다.

Entered jointly by clients and designers, the Design Effectiveness Awards reward outstanding examples of commercially successful design. They are judged by senior figures in industry and commerce from all sectors in which design operates. Winning an Award is proof that design can deliver great value to a business. Winning an Award can help raise the profile of design both internally and externally, helping to reinforce a company's commitment to design as a strategic tool for success. Winning an Award also identifies managers and designers capable of the greatest returns.

- There are 13 Award categories: Corporate/Brand Identity; Product (Consumer/Industrial); Interiors (Office & Commercial/Retail & Leisure); Print (Corporate/Consumer/Business to Business); Packaging (Branded Food/Packaging Branded Non-food/Own-brand Food/ Own-brand Non-food); Exhibitions; Digital Media (Business to Business Websites/Business to Consumer Websites/Online Promotion/Intranets); Internal Communications; Design Management; Environment; Inclusive; Designing Out Crime; and Design for Good.



Design Business Association

디자인비즈니스연합(이하 DBA: Design Business Association)은 사업분야에서 디자인의 중요성이 처음 인식되기 시작할 무렵인 1986년에 설립되었습니다. 비영리조직인 DBA는 회원들의 권익을 위해 회원들이 자체적으로 운영하고 있는데, 이는 회원들이 모든 분야의 디자인비즈니스의 이해관계를 헌신적으로 대표할 수 있음을 의미하는 것이기도 합니다. 현재 230개 이상의 회원사를 확보하고 있으며, 분야와 규모를 막론하고 모든 사업체가 회원으로 등록할 수 있습니다.

- DBA의 목표는 매우 단순하고 명확합니다. DBA는 디자인이 비즈니스 성공을 촉진시키고 디자인의 공급과 구매에 있어서 최고의 전문적인 실행을 장려하며, 디자인비즈니스와 관련된 서비스를 지속적으로 발전시켜 시장 경쟁에서의 성공을 돕는 것을 목표로 명시하고 있습니다.

The Design Business Association (DBA) was founded in 1986 when design first became recognized as a significant business sector in its own right. A non-profit organisation, it is run by members for members, and as such, is dedicated to representing the interests of design businesses of all disciplines. Businesses of all sizes, in any location, from any discipline can join the DBA.

- Our objectives are simple: to promote design as an effective and measurable contributor to the commercial success of a business; to promote best professional practice in the provision, management and purchasing of design; to continuously develop relevant services for design businesses to help them succeed in a competitive market.

디자인이펙티브니스상의 제정년도

1989년

제정 이후 총 개최 횟수

13회(1991년과 1993년에 미개최)

주요목적

상업적 성공을 거둔 훌륭한 디자인 사례에 상을 수여하기 위해서이다.

조직과 부문

13개 부문으로 나뉘어져 있으며 각 부문 별로 다시 하위 총 24개 부문으로 나뉜다. 일반적으로 부문마다 한 명의 수상자가 선정되며, 간혹 공동 수상자가 있는 경우도 있다.

각 부문은 다음과 같다.

1. CI 및 BI 부문

- 디자인과 개발비용이 10만 파운드 이상인 부문
- 디자인과 개발비용이 10만 파운드 이하인 부문

2. 제품 부문: 일반 소비자 제품 / 산업 제품

3. 인테리어 부문

일반 인테리어 / 산업 인테리어

4. 인쇄물 부문

기업 인쇄물 / 일반 소비자 인쇄물 / 기업 간 인쇄물

5. 패키지 부문

기업 브랜드 식품과 음료 / 기업 브랜드 비식품류 / 개인 브랜드 식품과 음료 / 개인 브랜드 비식품류

6. 전시 부문

7. 디지털 미디어 부문

기업 간(B2B) 웹사이트 / 기업-소비자간 웹사이트 / 온라인 홍보 / 인트라넷

8. 인터널 커뮤니케이션 부문

9. 디자인경영 부문

10. 환경 부문

11. 인종차별철폐 부문

12. 범죄율을 낮춘 디자인부문

13. 공공의 선을 위한 디자인 부문

기업의 활동을 향상시키고 발전시킬 수 있는 최고의 방식을 보여주는 디자인 작품에 대상이 돌아간다.

출품 마감 시한과 시상식 개최마감

시한은 4월이며 시상식은 통상 가을에 열린다.

심사위원

1차 심사위원단과 2차 심사위원단으로 나뉘며, 각 심사위원단에는 10명의 심사위원이 있다. 심사위원은 산업계의 중견이며 비즈니스 경력을 고려하여 세심하게 선별된다. 예전에 수상 경력이 있는 수상자들을 대상으로 심사위원을 물색하기도 한다. 지난 해엔 외국 심사위원도 한 명이 있었다.

디자인이펙티브니스상은 비즈니스 관련상이므로 심사위원들은 모두 클라이언트쪽 인사들이며 디자인에 대한 지식 정도보다는 비즈니스 경험을 우선시하여 선출된다. 그러나 많은 작품들이 디자이너와 밀접하고 디자인 프로세스에 대한 확실한 이해와 관련이 있다. 심사위원들은 부문별로 나뉘어져 있지 않다. 각 심사위원단은 모든 부문의 응모작들을 살펴본다. 심사위원은 3월에 선정되며 심사위원 명단은 DBA 웹사이트인 www.dba.org.uk에 공개된다.

심사 기준과 과정

심사위원단에게 각 사례를 읽어보고 메모를 해두는 시간으로 심사일 전까지 3주 정도 주어지지만 본격적인 심사 과정은 총 이틀이 소요된다. 공모전의 응모자들이 심사위원들에게 설득력 있게 다가가려면, 프로젝트의 상업적인 성공에 디자인이 엄청난 공헌을 했다는 점을 부각시킬 필요가 있다. 심사위원들은 독창성을 살펴보고, 해당 응모자들이 비즈니스 맥락에서 중요한 역할을 했는지 아닌지, 그리고 성공을 거두었는지, 남보다 더 뛰어난지 등을 결정한다. 클라이언트의 수익성을 보장한 디자인이라는 확실한 증거를 보여주어야 하는 것 또한 중요하다. 디자인이펙티브니스상의 주요한 특징은 경제적 효율성을 평가한다는 것이다. 이를 위해 각 프로젝트에 적용되는 공식은 없다. 왜냐하면 각 프로젝트는 그 자체만의 독자적인 뉘앙스와 특징을 가지고 있기 때문이다.

1차 심사에서는 모든 응모자들이 상업적인 효율성에 대한 모범 사례가 될 수 있는가를 살펴본다. 2차 심사에서는 클라이언트 입장에서 경제적 효율을 가장 잘 나타내는 사례를 선별함으로써 각각의 부문별 수상자들을 고른다. 심사위원들은 수상자들을 결정하기 전에 각각의 부문별 참가자들에 대해 상세한 논의를 펼친다. 그러한 논의를 통해 만장일치로 수상자를 선정하지 못할 경우 투표가 이어진다.

응모

해외 응모자들도 참여 가능하다. 전체 응모자들의 약 2.5퍼센트가 순수 해외출신이다.(다시 말해 클라이언트 회사와 디자인컨설턴트 모두가 해외에 기반을 두고 있다.) 영국디자인회사와 파트너쉽을 맺고 있는 해외의 클라이언트 회사가 응모하는 경우는 약 4퍼센트에 이른다.

상금이 주어지는가?

그 외에 포상으로 수여하는 것이 있다면?

클라이언트와 디자인 회사 모두에 트로피만 주어진다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

디자인이펙티브니스상에 대해서 국가적 차원의 PR 프로그램이 준비되어 있다. 수상 프로젝트에 대한 대대적인 홍보가 시상식 이듬해 내내 세미나나 인쇄물 그리고 트레이닝 프로그램을 통해 이루어진다. 수상자들은 DBA 웹사이트인 www.dba.org.uk에 전시되며 각종 이벤트와 컨퍼런스에서 사례 연구로 발표할 기회가 주어진다. 또한 수상자들에게 국제 전시에 참여할 수 있는 기회도 주어진다.

What year was the award established?

1989

Since then, how many times has the award been held?

Thirteen times (they were not held in 1991 and 1993)

What is the main purpose of the awards?

To reward outstanding examples of commercially successful design.

Award Structure

There are thirteen awards categories, which are subdivided to create twenty-four in total. Although the judges normally select one winner per category, on occasion there have been joint winners.

The categories are as follows:

1. Corporate/Brand Identity, subdivided into Design and implementation costs over £100,000; and Design and implementation costs under £100,000.
2. Product, subdivided into 2.1 Consumer; and 2.2 Industrial.
3. Interiors, subdivided into 3.1 Consumer; and 3.2 Industrial.
4. Print, subdivided into 4.1 Corporate; 4.2 Consumer; and 4.3 Business to Business.
5. Packaging, subdivided into 5.1 Branded Food & Drink; 5.2 Branded Non-Food; 5.3 Own Brand Food & Drink; and 5.4 Own Brand Non-Food
6. Exhibitions
7. Digital Media, subdivided into 7.1 Business to Business Websites; 7.2 Business to Consumer Websites; 7.3 Online Promotion; and 7.4 Intranets.
8. Internal Communications
9. Design Management
10. Environment
11. Inclusive
12. Designing Out Crime
13. Design For Good

The Grand Prix Award goes to the entry which best demonstrates the way in which design can improve and enhance a business's performance.

When is the deadline for submissions and when is the award ceremony held?

The deadline for submissions is April and the ceremony is normally held in the autumn.

Jury

There are two panels of judges (Stage One and Stage Two) and there are ten judges on each panel. Judges are senior figures from industry and commerce and are carefully chosen for their business experience. Often previous winners from the client companies will be approached. Last year there was one foreign judge on the jury.

As these are business awards, the judges all come from the client side and are selected for their business experience rather than their knowledge of design. However many work closely with designers and have a sound understanding of the design process. The jurors are not divided into different categories. Each panel views the entries across all of the categories. The jurors are selected in March and their names are disclosed in April in the Call for Entries and on the DBA website www.dba.org.uk

Judging Standards and Process

The judging process takes two days in total, although each panel is given the entries three weeks in advance of the judging days to read the case studies and make notes.

To persuade judges, entrants need to make a convincing case for design having made an outstanding contribution to the commercial success of their project. The judges will look at the original goals, decide whether they were significant in a business context, and whether or not they were achieved or exceeded. It is also crucial that the entrants show convincing evidence that other influencing factors, such as reduction in price or a major advertising campaign, did not cause the results claimed by the design. A key feature of these Awards is that the onus to establish effectiveness is on the entrant. There is no predetermined formula which is applied to each project in order to assess effectiveness, as each project has its own nuances and peculiarities.

The Stage One judges review all of the entries received and reject any that do not make a case for commercial effectiveness. The Stage Two judges select the winners in each category by choosing the case study that best demonstrates the effectiveness of design in significant situations for the client companies. The panel of judges discuss each of the entries in each category in detail before deciding as a

group, which is the winner. If the discussion has not produced a unanimous winner, a vote will be taken.

Entries

Overseas entries are accepted in the competition. On average about 2.5% of the entries are fully international (both the client company and design consultancy are based overseas). In addition about 4% of the entries are submitted by overseas client companies in partnership with a UK design consultancy.

Is the award accompanied by a cash prize or other promotional support from the institute?

The Award is accompanied by trophies for both the client and design consultancy.

What kind of publicity program is used to promote the winning products?

There is a national PR campaign around the Awards. Extensive promotion of winning projects throughout the following year at seminars, in print items and in training programmes. Winners are showcased on the DBA website www.dba.org.uk and may have the opportunity to present their case studies at events and conferences. Winners also have the opportunity to contribute to international exhibitions.



아즈다 어린이아침식사용 시리얼 ASDA CHILDREN'S BREAKFAST CEREAL

엘름우드에서는 대부분의 시리얼포장지에 나타나는 '시리얼이 담긴 그릇'의 이미지를 과감히 버리고 대신 손가락손잡이 모양을 측면에 디자인하여 진열대에 놓였을 때 손가락들이 죽 이어져 있는 것 같은 연쇄효과를 통해 소비자들의 관심을 끌 수 있도록 독창적인 변화를 주었습니다. 새로운 디자인의 결과 판매율이 31.25% 증가하였고 매주 평균 판매율이 4%정도 증가하였습니다. 아즈다 조사결과 소비자들이 이 포장을 선호하는 것으로 나타났으며, 다섯 가지의 다양한 디자인도 성공적이었습니다.

Elmwood chose to break from the traditional 'bowl of cereal' picture which dominates cereal packaging. They also introduced a clever twist on the design, adding extra spoon handles so that the packs sit side by side on the shelves creating a chain effect and drawing the customer's attention. Since the re-design there has been a 31.25% increase in sales, with average weekly sales up by nearly 4%. ASDA's independent research findings show that consumers like the packaging and it has been so successful that a further five varieties have been added.

2000년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 패키지- 자체고유브랜드 부문
제조사: 아즈다스토어스 디자인: 엘름우드디자인
Design Effectiveness Awards 2000 Winner / Category: Packaging - Own brand
Company: ASDA Stores Design: Elmwood Design

워러 오티마포트 와인 | WARRE'S OTIMA PORT

영국시장에서 포트와인은 다른 주류와 달리 별다른 성공을 거두지 못하고 있었습니다. 워러는 젊은층을 겨냥하여 가볍게 마실 수 있는 포트와인시장을 개척하기 위해 모든 전통적인 요소들을 극복하는 디자인이 필요했습니다. 그 결과 탄생한 이 제품은 워러의 황갈색 포트와인 시장점유율을 0.2%에서 10%로 증가시켰습니다. 1999년 출시 후 계속 정체되어 있던 황갈색 포트와인부문에서 27%까지 증가율을 보인 것이 전적으로 오티마에 의한 것이라는 사실에는 이의가 없습니다.

Unlike the growth areas for other alcoholic beverages, the UK market for port was until recently very flat. Warre's wanted to create a lighter port for a younger market. This necessitated a design which broke from tradition in every way. This product enabled Warre's to raise its share in the tawny port market from 0.2% (1998) to 10% (2000). After the launch in 1999, the previously static port market grew by 27% in the tawny sector. Many agree that this is due to Otima.

2000년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 패키지 - 브랜딩 부문
제조사: 시밍턴패밀리포트컴퍼니스 디자인: 디자인브릿지
Design Effectiveness Awards 2000 Winner / Category: Packaging - Branding
Company: The Symington Family Port Companies Design: Design Bridge



애니웨이업컵 마크2 | ANYWAYUP CUP MARK 2

애니웨이업컵 마크2는 흘림방지조 특허를 받은 유아용 컵입니다. 흔들거나 굴려도 새지 않으며 아기가 음료를 빨 때에만 액체가 흘러나옵니다. 생산단가를 낮추고 새롭게 디자인한 마크2는 마크1 보다 3000%이상 판매율이 증가하면서 출시된 지 2년 만에 33%의 시장점유율 증가를 보이면서 유아용 제품부문에서 가장 빠르게 성장했습니다. 컵 판매는 1997년 이래 668%까지 증가하였고, 1999년 판매율은 334만 파운드에 이릅니다. 제품 자체의 성공에는 수익성을 증가시키기 위한 부가적인 마케팅이 거의 필요하지 않는다는 것을 보여줍니다.

This baby cup's unique selling point is its patented non-drip valve, which prevents spillage even when shaken or dropped. With reduced manufacture costs and new design, the Mark 2 cup outsold the Mark 1 model by over 3000%, achieving a 33% share of the market within 2 years of its launch, making it the fastest growing baby product to hit the sector. The cup's sales have increased by 668% since 1997 and annual sales in 1999 were £3.34 million. This success as a product has meant that there is little need for additional marketing, all of which increases profitability.

2000년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 소비제품, 3M 이노베이션어워드 부문
제조사: 하버만어소시에이츠 디자인: 콘랜앤파트너스
Design Effectiveness Awards 2000 Winner / Category: Product - Consumer, 3M Innovation Award
Company: Haberman Associates Design: Conran & Partners



미니어처히어로 초콜릿 | MINIATURE HEROES

영국의 유명한 초콜릿제조회사 캐드버리는 자사의 가장 인기있는 제품들을 혼합하여 젊은층을 겨냥한 새로운 형태로 출시하였습니다. 새 패키지 디자인에는 재미있고 현대적이며 활동적인 그래픽디자인을 개발, 적용하였습니다. <미니어처히어로>는 20년 캐드버리 역사상 가장 성공적인 제품입니다. 출시된 지 2년 만에 제과업계에서 가장 빠른 성장을 이룬 <미니어처히어로>는 기존 캐드버리의 고정 소비자층에서 더 많이 소비되었고 특히 젊은 여성소비자들의 인기를 끌었습니다.

Cadbury wanted to launch a mixture of their most popular products in a new format aimed at a younger market. The new graphics have a fun, contemporary, active feel, and together with the popcorn-style tub, appealed to a younger audience. Miniature Heroes was the most successful Cadbury's launch for 20 years. Two years after launch it was the fastest growing brand in the confectionery market. Miniature Heroes has attracted a younger, more predominantly female customer base as well as encouraging established Cadbury's consumers to buy more.

2001년 디자인이펙티브니스상 공동수상제품 /
코퍼레이트 브랜드아이덴티티 부문 (10만파운드 이하)
제조사: 캐드버리트레버바셋 디자인: 콜리포트벨
Design Effectiveness Awards 2001 Joint Winner /
Category: Corporate/Brand Identity under £100,000
Company: Cadbury Trebor Bassett Ltd. Design: Coley Porter Bell



아반티 토스터 | AVANTI TOASTER

SEB는 빵굽는 구멍이 하나인 유럽식 토스터로 독보적인 위치를 점하였으나 영국에서 기본적으로 판매되는 두 개짜리 토스터로는 실적을 올리지 못하고 있었습니다. 그러나 이 혁신적인 새 디자인이 나오면서 테팔 UK는 모든 토스터시장에서 1997년 5.6%까지 점유율이 상승하였고 1999년 5월에는 12.0%까지 성장했습니다. 두 개짜리 토스터의 경우 2.4%에서 12%까지 점유율이 상승하였습니다. <아반티>가 출시되기 전 점차 쇠락하던 테팔 UK의 토스터사업은 출시하던 해 25%, 그 다음해 27%로 증가했습니다.

SEB has always led the market with single-slot European-style toasters but failed to perform similarly with two-slot toasters, which are the kind primarily sold in the UK. But with an innovative new design, Tefal UK's total market share in toasters rose from 5.6% in 1997 to a high of 12.0% in May 1999. Its share in the two-slot segment rose from 2.4% to 12%. Having been in gradual decline prior to Avanti, Tefal UK's toaster business showed a 25% increase in the year after launch, with a further 27% improvement the following year.

2000년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 소비자제품 부문
제조사: SEB Sa, 테팔 디자인: 시모어파월
Design Effectiveness Awards 2000 Finalist / Category: Product - Consumer
Company: SEB Sa and TEFAL Design: Seymour Powell



조이코그룹 | JOYCO GROUP

조이코제과회사는 국제적으로 11개사를 보유한 다국적회사입니다. 서로 다른 문화와 언어를 아우르며 회사의 새로운 비전과 가치를 효과적으로 반영할 수 있는 새로운 기업아이덴티티가 필요했습니다. 새 아이덴티티는 총 매출을 21%까지 증가시켰고 투자가치를 높이고 새로운 브랜드의 출시를 성공으로 이끌었습니다. 또한 새 아이덴티티 출시를 보강하기 위한 자체적인 혁신이벤트를 연출하여 고용자들의 의욕을 고취시켰습니다.

The JOYCO confectionery company (formerly General de Confitaria Group) was created from 11 companies based in different countries. A shared name and strong corporate identity were needed which would effectively reflect the company's new vision and values across different cultures and languages. The new launch has increased group turnover by 21%; record investment levels; and the successful launch of several new brands. In addition, internal motivation has increased significantly with employees producing innovative events of their own to complement the launch of the new identity.

2000년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 코퍼레이트 브랜드아이덴티티 부문 (10만파운드 이하)
제조사: 조이코그룹 디자인: 펜타그램
Design Effectiveness Awards 2000 Finalist / Category: Corporate/Brand Identity under £100,000
Company: The JOYCO Group Design: Pentagram



와일드브루 | WILD BREW

〈와일드브루〉 출시 초기에는 주류 음료시장에서 혁신적인 제품으로 보였지만 판매량은 기대에 못 미쳤습니다. 그러나 병에서 모든 문자를 제거하고 눈길을 끄는 호피문양 인쇄로 병 전체를 감싸는 새로운 디자인으로 재출시한 결과 영국 남동부지역 등의 특정지역에서는 500%이상의 성공적인 판매실적을 올렸습니다. 심플한 디자인은 제조비용을 첫째 22,000 파운드 절감하는 효과를 낳았습니다. 병 디자인의 효과로 판매를 위한 다른 부가적 요소가 필요 없어지고 비용도 절감되었습니다.

Wild Brew was initially seen as an innovative product, but its sales never matched initial expectation. To increase its impact, the bottle was redesigned with an eye-catching tiger skin print. The relaunch gave Wild Brew a 28.5% lift in sales. Sales rocketed in certain areas such as South East England where they rose by 500%. In addition, the simplicity of the design created production savings of £22,000 in the first year. The impact of the bottle design meant there was far less need for supporting point of sale materials, which also created savings.

2001년 디자인이펙티브니스상 공동수상제품 / 패키지 - 브랜딩 부문

제조사: 인터브루UK 디자인: 윌리엄스 머레이 햄

Design Effectiveness Awards 2001 Joint Winner / Category: Packaging - Branding

Company: Interbrew UK Ltd. Design: Williams Murray Hamm

리처드슨셰필드 레이저가위 | RICHARDSON SHEFFIELD LASER SCISSORS

레이저가위는 리처드슨 셰필드의 대표적인 제품이지만 매출은 감소하는 추세였습니다. 포장은 소비자의 관심을 끌고 제품들의 장점을 보여주어 강한 브랜드이미지를 나타낼 수 있도록 새롭게 디자인되어야 했습니다. 이 포장은 기존 포장의 '날카롭게 보이고, 날카로움을 유지하자'라는 마케팅 메시지 하에 좀더 촉각적이고 접근하기 쉬운 디자인으로 대체하였습니다. 포장을 새롭게 디자인 후 6개월 사이 판매율이 30% 증가하였고, 영국과 벨기에에 체인점이 확장되었습니다.

The Laser range of scissors is a flagship brand for Richardson Sheffield. However, sales were dropping. Packaging needed to be redesigned to inspire consumers, sharing a strong brand identity while communicating the products' benefits. This was replaced with more tactile, accessible packaging with a clear marketing message 'Looks Sharp, Stays Sharp.' Since the new packaging sales have risen by over 30% for a comparative 6-month period, and distribution has expanded into major retail chains in the UK and Belgium.

2002년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 패키지 - 브랜딩 부문 (비식품)

제조사: 리처드슨셰필드 디자인: 엘름우드디자인

Design Effectiveness Awards 2002 Winner / Category: Packaging Branded non food

Company: Richardson Sheffield Design: Elmwood Design



미래유산상
Legacy for the Future 2003 WBDE Audience Choice Award

핫스프링 | HOT SPRING

비스크의 〈핫스프링〉은 혁신적인 디자인의 난방기입니다. 매년 20% 정도 성장하고 있는 난방기시장에서 비스크는 1996년 이래 약 48%의 성장률을 보이고 있습니다. 〈핫스프링〉의 판매는 매년 100% 이상 성장하고 있으며, 365개 타입으로 사이즈와 마감재 조합한 비스크의 제품 가운데 4개의 〈핫스프링〉 모델이 베스트셀러 40위 안에 들었습니다. 〈핫스프링〉에 대한 긍정적인 언론보도, 그리고 주기적인 TV와 광고는 비스크의 이미지에 매우 긍정적인 효과를 더해 주었습니다.

Bisque's Hot Spring is a new radiator which marks a complete break with traditional designs. In a market that is growing at around 20% each year, Bisque's turnover has grown by about 48% each year since 1996. Sales of Hot Spring have grown by over 100% each year. Of 365 size and finish combinations of radiators stocked by Bisque, 4 Hot Spring models are in the top 40 best sellers. Hot Spring's favourable press coverage and regular appearances on TV and advertising has had an extremely positive effect on Bisque's company image.

2001년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 소비제품 부문 | 제조사: 비스크 디자인: 프리스트맨굿

Design Effectiveness Awards 2001 Finalist / Category: Product - Consumer | Company: Bisque Ltd. Design: Priestman Goode



프린지페스티벌 | FRINGE

에든버러프린지는 모든 음악가들이 참여할 수 있는 예술축제입니다. 이 행사의 새로운 브랜드디자인에는 다양성, 자유분방함, 실험, 유희라는 행사정신을 담고자 하였습니다. 이를 위해 효과적인 지출이 필요했고 오래 가면서 다양성을 충분히 충족시킬만한 전략이 필요했습니다. 새로운 브랜드디자인은 판매와 수입을 성공적으로 촉진시켰습니다. 2000년에는 735,196장이 팔리고 550만 파운드 수입을 올린 데 비해 2001년에는 873,887장이 팔리고 660만 파운드의 수입을 거두었습니다. 강력한 새 아이덴티티는 2000년에 18,500건이었던 공연을 2001년 역사상 처음 20,000건으로 증가시켰습니다.

The Edinburgh Fringe is a diverse arts festival open to all performers. The branding aimed to capture the spirit of the festival, reflecting its values of diversity, irreverence, experimentation, and enjoyment. It also needed to be cost-effective, long lasting and versatile enough to be used in a variety of marketing situations. The new branding was a success prompting record ticket sales and box office income - 873,887 in 2001 making £6.6 million compared to 735,196 in 2000, making £5.5 million. The strong new identity also meant that performances exceeded 20,000 in 2001 - up from 18,500 in 2000 - which was a historical first.

2002년 디자인이펙티브니스상 수상 제품 /

코퍼레이트 브랜드아이덴티티 부문 (10만파운드 이하)

제조사: 에든버러페스티벌프린지 디자인: 프론트페이디자이너

Design Effectiveness Awards 2002 Winner /

Category: Corporate/Brand Identity under £100,000

Company: The Edinburgh Festival Fringe Design: Front Page Design



핏프리 그로잉미디어 | PEAT FREE GROWING MEDIA

최근 유기농 제품의 대중화에 따라 테라에코시스템에서는 1996년 유기농 비료를 출시하였습니다. 그러나 처음의 인기가 사라지면서 판매가 감소했습니다. 새로운 디자인전략은 제품의 환경적인 장점들을 잘 나타낼 수 있는 포장으로 바꾸는 것이었습니다. 그 결과 경쟁과 홍보를 줄였음에도 불구하고 테라는 2001년 목표 판매량의 113%를 달성하고 주식은 286% 성장했습니다. 또한 첫 출시 때보다 364% 이상의 높은 판매율을 보이고 있으며 2001년 3월에서 2002년 5월 사이의 거래량은 285% 성장했습니다.

Capitalising on the recent popularity of organic produce, Terra Ecosystems launched a range of organic composts in 1996. After an initial popularity, sales slowed. The company updated the packaging, clearly showing the product's environmental credentials. Despite tougher market conditions, and with reduced promotion, Terra achieved 113% of their 2001 sales target, increasing market share by 286%. Sales are now 364% greater than those after the original launch and Terra's distribution base increased 285% between March 2001 and May 2002.

2002년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 패키지 - 브랜드 부문 (비식품)

제조사: 테라에코시스템 디자인: 글레이저

Design Effectiveness Awards 2002 Finalist / Category: Packaging Branded non food

Company: Terra Eco Systems Design: Glazier



퍼펙트리 밸런스 | PERFECTLY BALANCED

<퍼펙트리 밸런스>는 4% 내외의 지방을 함유한 120가지 종류의 건강식품으로, 2001년 9월 영국 식품소매 회사 웨이트로즈가 출시한 것입니다. 웨이트로즈는 소비자들이 저지방식품은 양이 적고 맛이 없다는 잘못된 견해를 가지고 있다는 점을 인식하였습니다. 시판 이후 판매율은 예상 목표량의 21%가 넘었습니다. 새롭게 디자인한 엠비엔트 샐러드드레싱 경우 75%, 멀티팩 요거트 98%, 엠비엔트 쿠키소스 경우 심지어 309%의 판매 성장률을 기록했습니다. <퍼펙트리 밸런스>는 매해 2천2백만 파운드의 이윤제도에 올라섰습니다.

Perfectly balanced, a range of 120 product lines of healthy food containing 4% fat or less, was launched by Waitrose in September 2001. Conscious of customers' misconception of low fat brands as unsatisfying and not tasty, the company designed packaging to change these perceptions. Since the launch, sales are running at 21% above estimated targets. There have been remarkable sales results with some sales increasing by as much as 75% for ambient salad dressings, 98% for multipack yoghurts, or even 309% for ambient cooking sauces. Perfectly balanced is on track to be worth £22 million in year one.

2002년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 자체고유브랜드 부문 | 제조사: 웨이트로즈 디자인: 인터브랜드

Design Effectiveness Awards 2002 Finalist / Category: Packaging - Own brand | Company: Waitrose Design: Interbrand



아큐-체크액티브앤크포트 당뇨병관리시스템

ACCU-CHEK ACTIVE & COMFORT-DIABETES CARE CONSUMER SYSTEMS

로체 브랜드인 <아큐-체크>는 당뇨병관리분야의 선두주자입니다. 새로운 디자인의 전략은 당뇨병 진단을 받는 다양한 연령층의 소비자들에게 좋은 이미지를 심어주는 것이었습니다. 시판 이후 67만개의 측정기가 판매되었고 세계 모든 국가에서 거래량과 시장점유율이 증가하였습니다. 품질도 기타 홍보용 제품부터 주요 상품까지 모두 개선되었습니다. 소비자의 인식도 현대적인 외관과 편안한 느낌으로 긍정적으로 변화되었습니다.

Roche's umbrella brand 'Accu-Chek' is a market leader in the field of Diabetes Care. A new design strategy created a new image that appealed to different types of consumers - for example teenagers, those newly diagnosed and the elderly. Since the launch, 670,000 meters have been shipped worldwide, with increases in total sales and market share in all countries. The product's status has been upgraded from an additional promotional product to a main line product. Customer perceptions have also changed for the better because of its contemporary look and comfortable feel.

2002년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 소비제품 부문

제조사: 로체다이어노스틱스 디자인: 카나이크 두포트

Design Effectiveness Awards 2002 Finalist / Category: Product - Consumer

Company: Roche Diagnostics GmbH Design: Kinnair Dufort



아큐-체크 인폼 | ACCU-CHEK INFORM

혈당측정기 시장은 경쟁이 치열하고 이미 포화상태에 이르렀습니다. 이에 로체는 입지를 다지기 위해 새로운 디자인이 필요성을 절감했습니다. 기존의 기술을 수용하면서 동시에 벗어나는 전략으로, 사용하기 편리한 형태를 유지하면서 매력적이고 인체공학적인 디자인을 선보였습니다. 새 디자인으로 인해 어떤 상품보다도 집약적이고 사용자 친화적이며 소지하기 편리해졌습니다. 아큐-체크인폼 시스템은 시장점유율을 3%에서 53.6%로 끌어 올렸고, 경쟁사들보다 국제시장점유율이 3%이상 앞서 로체 역사상 가장 성공적인 상품이 되었습니다.

The market for Blood Glucose Meters is a highly competitive, saturated one. Roche wanted a re-design which would assure its position. The re-design broke from tradition by incorporating the existing technology and easy-to-use format into a more attractive, ergonomic casing. This made it more compact, user-friendly and portable than any other product on the market. The Accu-Chek Inform system was one of Roche's most successful product launches ever, increasing market share from 3% to 53.6% and enabling Roche to win a further 3% of its global market share directly from its competitors.

2000년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 산업제품 부문

제조사: 로체다이어노스틱스 디자인: 카나이크 두포트

Design Effectiveness Awards 2002 Winner / Category: Product - Industrial

Company: Roche Diagnostics GmbH Design: Kinnair Dufort



닥터스튜어트 보태니컬티 | DR. STUART'S BOTANICAL TEAS

닥터스튜어트의 이천 과일차와 허브차 포장은 차 전문점에서는 선호했지만 일반상점에서는 주목받지 못했습니다. 다른 브랜드의 차와 차별화하고 중장년층의 소비자들을 외면하지 않으면서 젊은이들의 호감을 끌어 시장을 확장하기 위해 디자인에 변화를 주었습니다. 새로운 디자인으로 일반시장의 12% 성장률과 비교하여 연간 41% 성장하였고, 2002년 4월 닥터스튜어트는 영국 허브차 및 과일차 분야에서 가장 빠른 성장을 보였습니다.

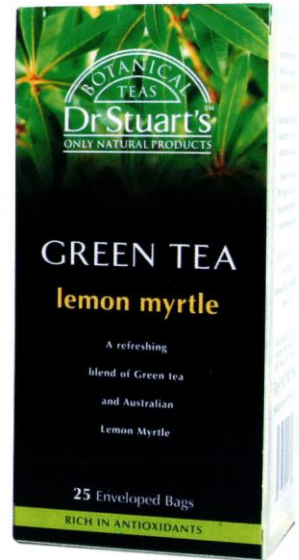
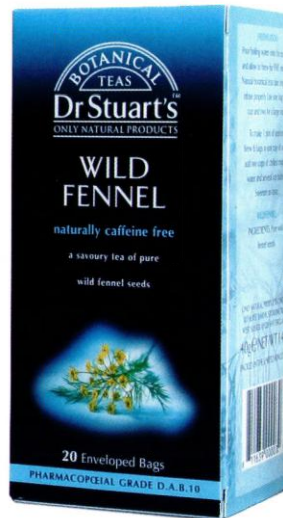
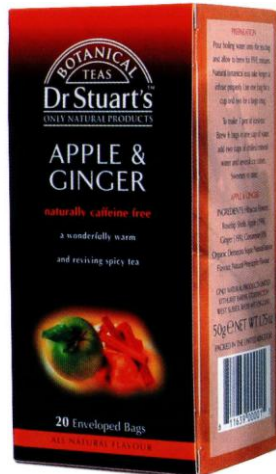
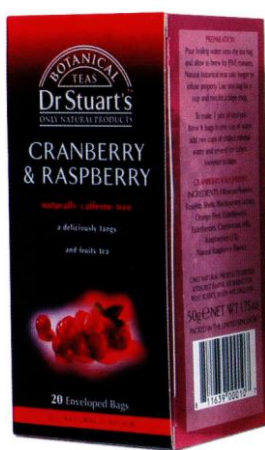
The original packaging of these fruit and herbal teas worked well in specialist outlets, but not mainstream stores. The design brief was to widen appeal and distribution, achieve strong standout from other teas and appeal to younger consumers without alienating the existing, older ones. The re-design resulted in an overall increase in annual sales of 41% compared to an underlying market growth of 12%. The brand's presence in major chain stores, health and fine food outlets and export sales increased. In April 2002, the Dr Stuart's brand was the fastest growing in the UK Herbal and Fruit tea sector.

2002년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 패키지 - 브랜드 부문 (식품)

제조사: 온리네추럴프로덕츠 디자인: 셰퍼드데이어소시에이츠

Design Effectiveness Awards 2002 Winner / Category: Packaging Branded food and drink

Company: Only Natural Products Design: Sheppard Day Associates



GVX 증기다리미

GVX IRON AND STEAM GENERATOR

테팔이 증기다리미를 생산했을 당시 기술은 우수했지만 외형은 일반모델과 차별성이 없어 비싼 비용으로 인식되어 구입하기를 꺼렸습니다. 새로운 디자인의 목적은 기술을 구체화시키면서 장점을 분명하게 전달할 수 있도록 하여 타경쟁사에 비해 높은 가격을 정당화시키는 것이었습니다. 시판 후 2년 동안 시장점유율은 200%, 판매율은 250% 증가하였습니다. 3년 동안 상품가격을 30% 인상할 수 있었고 2001년에는 80%의 시장점유율을 달성하였습니다.

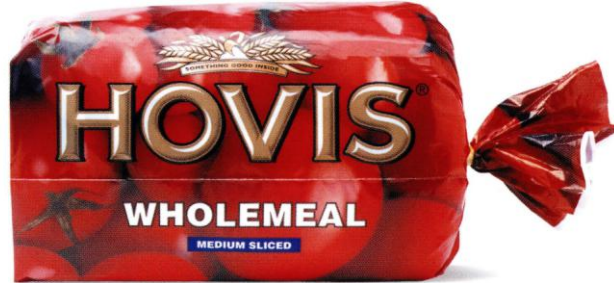
When Tefal first developed its steam generator ironing system, it was technically superior but looked so similar to regular models that customers were reluctant to pay more for it. The brief was to re-design the range to incorporate the existing mechanics but communicate the advantages more clearly, thereby justifying the higher price. In the two-year period following the launch, market volume grew by over 200% and sales value grew by 250%. Over a three-year period Tefal was able to increase the price of the product by 30%, and achieved an 80% share of the market in 2001.

2002년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 소비제품 부문

제조사: 테팔 디자인: 시모어파월

Design Effectiveness Awards 2002 Winner / Category: Product - Consumer

Company: TEFAL UK Design: Seymour Powell



호비스의 새로운 브랜딩 | HOVIS RE-LAUNCH

호비스빵은 일반 소비자들에게 구식이라는 것으로 인식되고 있어, 단지 저렴한 가격으로 유지되고 있었습니다. 새로운 포장디자인을 통해 소비자들의 신뢰를 향상시키고 가격상승을 정당화시키면서 회사의 이미지를 '우수함'으로 인식시키고자 하였습니다. 또한 타 브랜드와 차별되는 강하고 혁신적인 디자인을 개발하려고 하였습니다. 디자인개발 이후 호비스는 115년 역사상 최초로 업계 1위를 차지하였습니다. 2002년 4월 호비스는 비주류 식품부문에서 가장 빠르게 성장한 브랜드가 되었고 상품가치도 31% 성장했습니다.

UK consumers thought of Hovis bread as an out-of-date brand, which was bought mostly for its cheap price. The packaging re-design aimed to raise consumer confidence in the brand and justify a price increase, keeping the idea of "goodness" associated with Hovis but using a bold, innovative design to set it apart from all other brands. Following the re-design, Hovis became overall number one in both brown and white bread sectors for the first time in its 115 year history. In April 2002 Hovis became the fastest growing non-alcoholic grocery brand, and its brand value has increased by 31% since the re-design.

2002년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 패키지 - 브랜드 (식품 부문)

제조사: 브리티시베이커리스 디자인: 윌리엄스 머레이 햄

Design Effectiveness Awards 2002 Winner / Category: Packaging Branded food and drink

Company: British Bakeries Design: Williams Murray Hamm

힐스 기름/식초/조미료 | HEALS OILS, VINEGARS & CONDIMENTS

힐스는 크리스마스시장을 목표로 식료품을 판매하는 런던의 유명한 가구점입니다. 스타일리시한 삶의 이미지를 담은 브랜드를 만들어 소비자들로 하여금 디자인적인 판단만으로 제품을 구입하게 하는 것이 목적입니다. 새로운 디자인으로 선보인 첫해 82%의 판매성장률을 기록하였고 이듬해 25% 성장했습니다. 새 디자인은 기존의 라벨 생산 비용을 1/3로 줄였습니다. 처음에는 2년을 목표로 하였으나 20,000파운드의 비용을 절감하면서 3년으로 연장되었습니다.

Heals is a celebrated London furniture store which sells a range of food items targeted at the Christmas market. The aim is to create a brand synonymous with the idea of stylish living so that consumers buy the products purely on the strength of their looks. In the year following re-design, sales increased by 82% and in the second year there was a year on year increase of 25%. The new design also reduced labelling production costs by one third. Intended to have a life of two years, the design has been extended to a third creating design budget savings of £20,000.

2002년 디자인이펙티브니스상 코멘디드 / 자체고유브랜드 부문

제조사: 힐앤선 디자인: 윌리엄스 머레이 햄

Design Effectiveness Awards 2002 Commended / Category: Packaging - Own brand

Company: Heal & Son Ltd. Design: Williams Murray Hamm





드라이나이트 | DRY NITES

하기스드라이나이트는 4-15세 어린이들의 야뇨증을 방지하기 위해 고안된 유일한 제품입니다. 기존의 포장은 부정적인 이미지들을 부각시켰던 반면 새로운 포장은 어린이의 정상적인 성장단계의 일부라는 인식을 심어줍니다. 재출시된 지 한 달 만에 제품가치가 12% 증가하였고, 5개월 만에 유럽에서 23.1%의 가치성장을 하게 되었으며 영국에서는 21.8%까지 성장하였습니다. 유럽에서 15%의 수익률 상승이 있었고 영국에서는 4%의 상승률을 보였습니다. 새 디자인은 출시 2개월 만에 흑자를 보게 되었습니다.

Huggies Dry Nites is the only product designed to address bed-wetting - a sensitive but common problem, affecting 7% of 4-15 year olds. However the original packaging reinforced the negativity surrounding the problem. The re-design aimed to place the product as part of a child's normal development. In the first month after relaunch, UK value sales grew by 12%. Within five months, value growth rose 23.1% across Europe and 21.8% in the UK from the previous year. The re-design also increased profits by 15% across Europe and 4% in the UK. As a result, the re-launch paid for itself within two months.

2003년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 패키지 - 브랜드 부문 (비식품)

제조사: 킴벌리-클락 디자인: 콜리 포터 벨

Design Effectiveness Awards 2003 Winner / Category: Packaging Branded Non Food

Company: Kimberly-Clark Design: Coley Porter Bell



파우와우 생수 | POWWOW

파우와우워터는 영국의 생수를 유럽으로 확장시키기 위해 만들어졌습니다. 출시 2년 만에 파우와우는 팩상품시장을 포함한 전체 생수시장에서 5.1%를 점유하였습니다. 이전의 파우와우는 13%의 점유율로 업계 3위에 머물렀으나 현재는 점유율 23%로 업계 1위를 달리고 있습니다. 또한 영국 생수병 제조에서는 네 번째로 크고, 생수회사로는 두 번째 규모입니다. 시판 이후 1년 동안 파우와우는 50-60%의 판매증가율을 기록하며 시장의 선두주자가 되었습니다.

Powwow water was the result of the drive to create a new brand for UK water operations that would also have the potential to expand into Europe. Two years after the launch, Powwow has 5.1% share of the total bottled water market including the consumer pack market where Powwow has no products. Before the rebranding, Powwow was third in the watercooler market with 13%, now it is number one with 23%. It is the fourth largest bottled water brand in the UK and the second largest UK-produced water brand. In the first year after launch, sales increased by 50-60% making it the market leader.

2002년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 /

코퍼레이트 브랜드아이덴티티 (10만파운드 이상)

제조사: 파우와우워터 디자인: 윌프 올린스

Design Effectiveness Awards 2002 Finalist /

Category: Corporate/Brand identity over £100,000

Company: Powwow Water Design: Wolff Olins



피아도르 와인 리디자인 | PIAT D'OR REVITALISATION

1980년대에 명성을 떨쳤던 피아도르와인의 이미지는 점차 그 위력을 잃어가고 있었습니다. 브루어 리디포드는 피아도르 와인병을 기존 소비자는 물론이고 새로운 소비자의 관심을 끌 수 있는 새로운 브랜드의 고전적인 병으로 디자인하였습니다. 상표의 유려한 금속활자체는 품격있고 고상하며 친근합니다. 고객들은 더 많은 제품을 구입하기 시작하였고 18-24세의 새로운 소비자층이 생겼습니다. 리런칭 이전 피아도르의 판매량은 연간 450,000상자였던 데 비해 2001년 10월에는 지난 10여년 역사상 처음으로 판매율이 증가하여 2001년 11월에는 2000년보다 54% 성장하였습니다.

The image of Piat d'Or wines worked well during the 1980s, but was less successful over the following years. Brewer Riddiford retained the classic bottle shape with a new label to bring relevance and appeal to a new generation of Piat d'Or customers without alienating existing ones. Core consumers are buying more of the product and there are new customers aged 18-24. Before the re-launch, Piat d'Or was selling around 450,000 cases per year. By October 2001 it had achieved its first year on year sales increase for over a decade, and by December 2001 sales were up 54% over the same period in 2000.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 패키지 -브랜드 부문 (식품)

제조사: 퍼시폭스앤코 디자인: 브루어 리디포드

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Packaging Branded Food & Drink

Company: Percy Fox & Co. Design: Brewer Riddiford



애드넘스 병맥주 | ADNAMS BOTTLED BEERS

45세 이상의 남성을 주 대상으로 하는 애드넘스는 19세기 영국 이미지를 담은 맥주입니다. 경쟁이 심한 주류시장에서 살아남기 위해서는 젊은이들을 끌어들이는 필요가 있었습니다. 새로운 디자인은 전통을 살리면서 현대 소비자들의 관심을 끌어야 했습니다. 새로운 디자인에 소비자들이 열광적으로 반응하면서 유통과 판매량이 증가하였습니다. 연간 9%의 성장을 보이던 시장에서 연말에는 가정용 판매량이 102% 성장하였습니다. 애드넘스는 현재 프리미엄 맥주시장에서 상위 15위권 안에 있습니다.

Regional beers such as Adnam's often have an identity rooted in the 19th century images of Britain, appealing to males over 45. In order to survive, Adnam's needed to attract younger clients. The company adopted a new design that kept the company's classic values but made them appealing to modern consumers. The new design was a success, increasing distribution and sales across the off trade market. Total take-home volume sales grew by 102% at year-end in a market where annual growth is a 9% increase in off trade sales. Adnams is now one of the top 15 premium ale suppliers in the premium bottled ale market.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 패키지-브랜드 부문 (식품)

제조사: 애드넘스 디자인: 디자인브릿지

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Packaging-Branded food and drink

Company: Adnams Plc. Design: Design Bridge



매노어본소시지 패키지 리디자인 | MANOR BORN PACKAGING REINVENTION

매노어본 소시지는 좋은 품질임에도 불구하고 판매율이 저조합니다. 이 제품의 새로운 포장은 밝은 색과 검정색 배경으로 시선을 끌었고, 특별판매와 추가광고 없이도 한 슈퍼마켓에서만 판매량이 26% 증가했습니다. 호감을 주지 못한 포장 때문에 과거에 판매를 꺼렸던 42개 점포에서도 현재는 소시지를 판매하고 있고 점차 전 지역으로 확산시켜 갈 계획입니다. 2년 전 데비와 앤드류의 일년 매출액이 30,000 파운드였으나 새로운 디자인으로 출시된 이후 올해 자금 회전율은 1백만 파운드를 초과하였습니다.

Manor Born sausages were not selling well despite their high quality. The re-design used a black background with bright colours to attract attention. With no special offers on price and no additional advertising, sales in one supermarket chain alone increased by 26%. Another major chain that previously refused to list the sausages because of the unattractive packaging is now carrying them in 42 stores and planning to distribute them nationwide. Two years ago Debbie and Andrew were selling £30,000 sausages a year. This year, turnover will exceed £1 million, mostly thanks to re-branding.

2003년 디자인이펙티브니스상 수상제품 / 패키지 -브랜드 부문 (식품)

제조사: 매노어본 디자인: 엘름우드디자인

Design Effectiveness Awards 2003 Winner / Category: Packaging - Branded food and drink

Company: Manor Born Ltd. Design: Elmwood Design

MK1 컨티넨탈디지털무선전화

MK1 CONTINENTAL DIGITAL CORDLESS TELEPHONE

홍콩에 본사를 둔 전화기제조회사 선코프는 유럽에서 큰 성공을 거두지 못했습니다. 알로이에서는 유럽 판매율을 증가시키기 위해 내부기기는 같지만 다양한 성향을 충족시키는 세 가지 디자인을 생산하였습니다. 새로운 디자인은 일년 만에 판매량이 600% 증가하였고 2003년 말에는 2001년보다 2150% 증가했습니다. 시장거래량은 2002년 700%, 2003년 말 1900% 증가했습니다. 2002년 유럽의 DECT-디지털무선전화기 판매순이익은 1천 410만 파운드였는데, 이는 출고된 후 첫 해 투자 회수액이 11,000%임을 의미합니다.

SunCorp, a Hong Kong based telephone manufacturer, was failing to make an impact in Europe. In order to increase sales in Europe, Alloy created three designs for the same product, aimed at different areas of Europe. In the first year of availability, sales increased by 600%. By the end of 2003 they will be up 2150% against 2001. SunCorp's volume share of the market increased by 700% in 2002 and will reach 1900% over two years by the end of 2003. European sales revenue in 2002 from DECT-digital cordless phones grew by a net £14.1 million, which means an 11,000% return on investment in the first year alone.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 소비자제품 부문

제조사: 선코프커뮤니케이션(유럽) 디자인: 알로이토탈프러덕트디자인

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Product - Consumer

Company: SunCorp Communications (Europe) Ltd. Design: Alloy Total Product Design



마르코니 넵튠1000 인터랙티브

MARCONI NEPTUNE 1000 INTERACTIVE

마르코니넵튠1000은 유연성과 미래적응성, 비용절감 등을 함께 고려하여 인체공학적이고 미적으로 디자인되었습니다. 독특하고 도상적인 이미지는 나이, 성, 문화, 사회 경제적 지위에 관계없이 누구나 이용하기 쉽게 제작되었습니다. 이 제품으로 마르코니는 새로운 IPT 시장에서 살아남을 수 있었고, 목표달성 직후 최대 고객인 영국 텔레커뮤니케이션회사 BT에 IPT 업계 최대 통신망인 넵튠1000이 1억 파운드의 상품임을 입증하였습니다.

The Marconi Neptune 1000 was designed to put users first, considering their ergonomic and aesthetic needs. It also takes into account flexibility, future-proofing and cost effectiveness with an iconic visual identity that provides ease of use for various users across age, gender, cultural, and socio-economic groups. This product enabled Marconi to establish itself in new markets, and soon after completion, Marconi's most prestigious customer, the UK telecommunications company BT, confirmed the Neptune 100 as the subject of a £100 million contract to roll out the world's largest ever network of IPTs.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 산업제품 부문

제조사: 마르코니인터랙티브시스템스 디자인: 키나이르 두포트

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Product - Industrial

Company: Marconi Interactive Systems Design: Kinneir Dufort



아즈다 애완동물사료 | ASDA PET FOOD

아즈다의 애완동물 사료는 새로운 브랜딩으로 재출시 된 초기 제품들 중의 하나입니다. 아즈다 사료는 현재 고급 애완동물 사료로 인식되고 있습니다. 이것은 아즈다가 얼마나 최상의 효과를 낼 수 있는가에 대한 좋은 사례입니다. 시장 총성장률이 3% 증가한 데 비해 이 제품의 거래량과 가치는 10% 증가했습니다. 새롭게 디자인된 후 판매량 성장은 주간 평균 20,000파운드를 웃돌고 있습니다.

ASDA's Pet Food was one of the first ranges to be relaunched under the new ASDA branding. ASDA Pet Food is now seen by consumers as the highest quality of own brand pet food. Internally it is viewed as a shining example of how to use the ASDA brand to maximum effect. Volume and value on this range are both up 10%, in the context of a total market growth of only 3%. The increase in sales since the re-design equates to an average of £20,000 per week in sales.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 자체고유브랜드(비식품) 패키지 부문

제조사: 아즈다스토어스 디자인: FLB

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Packaging - Own brand non-food

Company: ASDA Stores Design: FLB



그린애플블랙 초콜릿

GREEN & BLACK'S ORGANIC CHOCOLATE

그린애플블랙의 유기 초콜릿은 잊혀져가는 브랜드가 아닌 주류 시장의 고급 제품으로 다시 자리잡길 원했습니다. 또한 공정한 상업, 전통의 중시, 고품질의 유기 재료사용 같은 브랜드의 기본 원칙을 지키고자 했습니다. 새로운 그린애플블랙의 아이덴티티와 포장에서는 마케팅 전략에서 유리한 그래픽을 사용하였습니다. 2002년 10월 리랜칭한 뒤, 100g짜리 초콜릿은 그린애플블랙 전 제품 판매량의 55%를 차지하면서 판매가 83% 증가하였습니다.

Green & Black's wanted to reposition their organic chocolate bars from being a niche brand to being a luxury product in the mainstream market. However they also wanted to stay true to the founding principles of the brand such as fair trade, an emphasis on heritage, and the use of high quality organic produce. The re-design of Green & Black's identity and packaging used new graphics which were influential in terms of general marketing strategy. Following the re-launch in October 2002, there was an 83% sales increase in 100g bars which constituted 55% of Green & Black's total brand sales last year.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 패키지 브랜드 부문 (식품)

제조사: 그린애플블랙스 디자인: 펄피셔

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Packaging: Branded food and drink

Company: Green & Black's Design: Pearlfisher



뉴코벤트가든 수프 | NEW COVENT GARDEN SOUP

뉴코벤트가든 수프는 건강에 좋은 식품으로 영국 도시 여성들에게 매력적인 제품입니다. 14년 동안 약간의 변화밖에 없던 포장을 새롭게 디자인하여 지난 2년간 제자리걸음이던 판매를 늘려야 했습니다. 그 결과, 새 그래픽의 신선한 외양으로 출시 이후 거래량이 15퍼센트의 목표량을 넘어서 35퍼센트의 성장을 보였고, 7퍼센트의 수프 시장 성장을 이루었습니다. 뉴코벤트가든의 시장 점유율은 3퍼센트에서 37퍼센트로 뛰었고 판매율은 20퍼센트 가량 늘었으며 로열티는 51퍼센트로 상승했습니다.

New Covent Garden Soup (NCG) is a healthy, convenient food that appeals to urban women in the UK. In 14 years of existence the packaging design had only been slightly altered. A new design was needed to increase sales, which had been flat for two years. New graphics created a new look and as a result of the launch, volume sales increased by 35% in contrast to the aim of 15%. Fresh soup market growth increased by 7% compared to the aim of 5%. NCG market share increased 3% to 37% of what was by now a larger market. The rate of sale increased by 20% and brand loyalty increased to 51%.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 패키지 - 브랜드 부문 (식품)

제조사: 뉴코벤트가든푸드컴퍼니 디자인: 리치

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Packaging: Branded food and drink

Company: New Covent Garden Food Company Design: Reach



요키 '소녀들을 위한 것이 아닙니다'

YORKIE 'IT'S NOT FOR GIRLS'

요키는 영국에서는 잘 알려져 있지만 시장경쟁에서는 뒤쳐져 있습니다. 디자이너는 고급스러운 이미지보다는 허기를 채운다는 측면을 강조했습니다. 강하고 '현실적인' 이미지는 '소녀용이 아니다'라는 핵심 슬로건을 뒷받침했습니다. 성을 구분하는 것은 모험이었으나 디자이너는 시도 할만한 아이디어라고 생각했습니다. 출시 이후 곧바로 판매가 41.5% 증가하였고 20%의 지속적인 성장률을 보이고 있습니다. 이들은 공공단체와 무역단체로부터 1천 통 이상의 긍정적, 부정적인 편지와 이메일을 받았으며 이것은 결과적으로 요키를 유명하게 만들었습니다.

The Yorkie chocolate bar is well known in the UK but was getting left behind in a competitive market. The designers wanted to emphasise Yorkie's role in combating hunger rather than being a luxury item. Bold, 'no-nonsense' visuals supported the core slogan 'Not for Girls.' This emphasis on gender division was an adventurous move but the risk paid off. The long-term decline in sales reversed with an immediate increase of 41.5% and a sustained increase of 20%. The campaign provoked nearly 1,000 letters and emails, both positive and negative, in public and trade circles, all of which boosted Yorkie's profile.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 /

코퍼레이트 브랜드아이덴티티 부문 (10만파운드 이상)

제조사: 네슬레 로운트리 디자인: 인터브랜드

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist /

Category: Corporate/Brand Identity over £100,000

Company: Nestle Rowntree Design: Interbrand





프로젝트 메이플라워 PROJECT MAYFLOWER

이전의 플라이마우스진은 시장에서 최고의 위치에 있었지만 포장은 명성에 어울리지 않았습니다. 젊은이와 여성 소비자를 사로잡기 위한 새로운 병 디자인은 이 제품의 최고의 위상을 표현하고 있습니다. 2002년 9월 미국과 유럽에 이어 2003년 3월 영국에서 출시된 후 미국과 영국 시장에서 모두 판매량이 급증하였고 플라이마우스진은 점차 영국 최고의 진 브랜드로 빠르게 성장하고 있습니다. 연간 판매량이 예년보다 8배 가량 뛰었는데, 이러한 유통망의 증가는 새로운 디자인의 결과라고 할 수 있습니다.

Prior to the re-design, Plymouth Gin had premium status but its packaging did not reflect this. The bottle was re-designed to convey a more premium look with better standout in order to appeal to younger consumers and females. Following the launches in the US and Europe in September 2002, and in the UK in March 2003, sales increased dramatically for Plymouth Gin in both the US and UK. Plymouth Gin is the fastest growing British premium gin. Annual sales have increased by eight times that of the previous year and these results have been directly attributed to the re-design.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 패키지 - 브랜드 부문 (식품)

제조사: 플라이마우스 진 디자인: 웹 스칼렛

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Packaging Branded food and drink

Company: Plymouth Gin Design: Webb Scarlett

머큐리 레인지 | MERCURY RANGE COOKER

1999년 린캣그룹은 국내 소비자를 위한 판매에 의존하던 주방기기 사업에 변화를 시도했습니다. 회사 재정상 광고 비용으로는 경쟁을 할 수 없기 때문에 순수하게 최고의 디자인으로 승부해야 했습니다. 디자인 전략은 전문 요리사도 편히 사용할 수 있는 혁신적인 가정용 기기를 만드는 것이었습니다. 이후 머큐리가 탄생하였고, 출시 이후 4년 동안 판매율이 매해 평균 80퍼센트 성장하였고 2002년에는 이 분야에서 세 번째로 큰 브랜드가 되었으며, 내년에는 2001년 판매량의 340퍼센트 이상 판매될 것으로 예상됩니다.

In 1999, the Lincat Group decided to expand their trade-oriented kitchen appliance business towards domestic consumers. Lincat could not compete on the basis of advertising spend, so the appeal had to come purely through superior design. The design brief was to produce an innovative domestic cooker which a professional chef would be happy to use. Thus, the Mercury was created. During the product's first four years, sales grew at an average of 80% year on year. By 2002, Mercury had established itself as the third largest brand within the sector. By next year Mercury will be selling 340% more than in 2001.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 소비제품 부문

제조사: 머큐리애플라이언스 디자인: 시모어파웰

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Product - Consumer

Company: Mercury Appliances Design: Seymour Powell



피즈빈셀프태닝 | PIZ BUIN SELF TAN

피부암과 셀프 태닝에 대한 지대한 관심으로 2001년 셀프 태닝 제품시장이 25퍼센트나 성장하면서 영국은 유럽에서 가장 큰 시장이 되었습니다. 2002년 3월에 재출시된 이래 피즈빈셀프태닝 제품은 일년 만에 시장 점유율이 두 배로 늘어나 영국에서 독보적인 브랜드가 되었습니다. 20퍼센트의 가격인상에도 불구하고 판매량은 출시 이전에 비해 세배에 이르렀습니다. 디자인으로 이익이 증대되면서 210퍼센트의 성장률을 이루었고, 그 결과 62.4 퍼센트의 시장 성장률을 보여 주었습니다.

Increasing concerns about skin cancer coupled with a desire to look tanned means that the UK is the biggest European self tan market, having grown by 25% in 2001. Following the re-launch in March 2002, Piz Buin self tan is now the brand leader in the UK, having doubled its market share in 12 months. Despite a 20% price premium, sales are three times their pre-launch level. This means that the brand has outstripped market growth of 62.4% with growth of 210%, with increased profits paying for the design within days of launch.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 패키지 - 브랜드 부문 (비식품)

제조사: 피즈빈 포 존슨앤존슨 디자인: 르위스 모벌리

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Packaging Branded non-food

Company: Piz Buin for Johnson & Johnson Design: Lewis Moberly



히어 | HERE

히어는 영국 런던 첼시의 농산물 시장에 위치한 유기농 식품상점입니다. 판매의 핵심은 좋은 유기농 식품을 원산지에서 완벽하게 유통하여 소비자에게 제공하는 것입니다. 히어는 식품의 배경을 거슬러 올라가는 아이디어를 핵심으로 재치 있게 표현한 디자인을 원했습니다. 현재 90킬로 파운드의 당초 목표량을 넘어서 매달 130킬로 파운드가 유통되고 있습니다. 침체된 시장에서도 지속적으로 성장하고 있는 히어의 90퍼센트 이상의 고객은 재주문을 하는 소비자들입니다. 일반소비자들의 소비량은 5파운드에서 21파운드로 증가하였습니다.

'Here' is an organic food store located in the farmer's market in Chelsea, London, UK. Their main selling point is to offer not just good organic food but the ability to completely trace where the food has come from. 'Here' wanted an image that was intelligent, witty and incorporated the idea of tracing the food's background. The results exceeded targets, delivering £130k per month compared to the original target of £90k. 'Here' has achieved consistent growth in a depressed market, developing a strong customer base with 90% repeat business. The average customer spend has increased from £5 to £21.

2003년 디자인이펙티브니스상 수상 /
코퍼레이트 브랜드아이덴티티 부문 (10만파운드 이하)
제조사: 히어 디자인: 윌리엄스 머레이 햄
Design Effectiveness Awards 2003 Winner /
Category: Corporate/Brand Identity under £100,000
Company: Here Design: Williams Murray Hamm



플래그십 보드카 | FLAGSHIP VODKA

플래그십 보드카는 러시아시장을 겨냥한 디자인이었지만 소비자들로부터 찾는 수입보드카와 세계적인 품질로 경쟁을 해야 했습니다. 따라서 러시아인들에게 신뢰감을 주고 25-35세 중산층 러시아 애주가들을 끌 수 있으면서 동시에 러시아 보드카의 전통도 전달해야 했습니다. 최근 디자인이 성공하면서 현재 판매량의 95퍼센트가 러시아에서 판매되고 있고 고급 보드카 시장에서 26.4퍼센트의 시장 점유율을 확보하고 있습니다. 이 회사는 지속적인 성장을 내다보며 미국 시장 출시도 계획 중에 있습니다.

Although Flagship Vodka was designed for the Russian market, it had to be of international quality in order to compete with popular imported vodka. The brand had to be credible to Russians and communicate Russian vodka heritage while appealing to the emerging middle class of Russian drinkers aged 25-35. Attesting to the success of the final design, 95% of Flagship's sales are currently in Russia, where it now has a 26.4% share of the premium vodka category. The company forecasts continued growth and is now planning to launch into the US market.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 패키지 - 브랜드 부문 (식품)
제조사: 러시아와인앤보드카컴퍼니 디자인: 데이빗테일러디자인컴퍼니
Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Packaging Branded food and drink
Company: Russian Wine & Vodka Company, Moscow Design: The David Taylor Design Company



클리퍼 홍차 | CLIPPER TEAS

클리퍼홍차는 공정하게 유통되는 고품질의 유기 홍차입니다. 영국에서 유기 제품에 대한 관심이 높아지면서 클리퍼는 주류 제품으로 성장할 수 있는 기회를 얻게 되었습니다. 새로운 포장은 영리적인 측면과 비영리적인 측면 모두에 긍정적인 영향을 미쳤습니다. 연간 판매량은 51퍼센트로 뛰었고 현재 12개국에 수출되고 있습니다. 인권 차원에서는 새로운 기업의 이미지로 영국 내 새로운 직업을 창출하였고, 공정한 유통거래를 통해 주거환경과 교육, 의료 환경을 개선시키는 방향에 투자하고 있습니다.

Clipper Teas are high quality fairly traded organic teas. The growing interest in such products in the UK gave Clipper the chance to reposition itself as a viable alternative to mainstream products. The re-design of the packs has had a positive impact in both the commercial and non-commercial sense. Annual sales are up 51%; listings have increased in most major multiples; and a thriving export business to 12 countries has been created. In human terms, the new identity has created new jobs in the UK, and contributed to increased spending on housing, schooling and health services on the fair trade estates that supply Clipper.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 패키지 - 브랜딩 부문
제조사: 클리퍼 티 디자인: 윌리엄스 머레이 햄
Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Packaging Branded food and drink
Company: Clipper Teas Ltd. Design: Williams Murray Hamm



오이 CI/BI | OI CORPORATE/BRAND IDENTITY

브라질의 거대한 텔레커뮤니케이션회사인 텔레말은 비용절감적이고 심플하며 이해하기 쉬운 이동통신설비라는 컨셉의 브랜드개발을 위해 윌프 올린스와 협력하였습니다. '오이'라는 이름은 친근한 인사말로써, 서로 비슷한 발음을 가진 경쟁사들의 이름과는 발음이나 시각적인 면에서 대조적입니다. 재출시 첫해에 오이는 2,235,545명의 가입자들을 끌어들이 12%의 시장을 점유하였고, 기존의 통신사와 해악한 사람들이 새 가입자의 75%를 차지합니다. 놀라운 성장과 함께 엄청난 이익이 발생하였고 대중문화에 자연스럽게 흡수되어 이제는 '오이'가 곧 '이동통신'을 대표하는 단어가 되었습니다.

Brazilian telecom giant Telemar worked with Wolff Olins to develop this brand based on the concept of presenting a simple, easy to understand mobile provision. The name 'Oi' was chosen because it is a common informal greeting and stands out verbally and visually from the similar sounding names of competitors. Pre-launch registrations reached 4,450,000. In its first year Oi attracted 2,235,545 signed up customers, a 12% market share. 75% of the brand's new clients had switched from competitors. In addition to this measurable success, there have been intangible gains. The brand has infiltrated popular culture; 'Oi' is now a popular word for 'mobile.'

2003년 디자인이펙티브니스상 그랑프리 수상

코퍼레이트 브랜드아이덴티티 부문 (10만파운드이상)

제조사: 오이 디자인: 윌프 올린스

Design Effectiveness Awards 2003 Winner and also Grand Prix Winner

Category: Corporate/Brand Identity over £100,000

Company: Oi Design: Wolff Olins

세푸라 SRP2000 휴대용라디오

SEPURA SRP2000 HAND-HELD PORTABLE RADIO

SRP2000 디자인은 공공안전 장비업계를 겨냥한 제품으로, 시모코라는 회사에서 제작하였고 2001년 테트라 세계대회에 선보여 좋은 결과를 얻었습니다. 이 대회 이후 시모코는 곧이어 실행에 돌입하여 뛰어난 디자인을 통해 눈부신 활약을 보여주었고 그 결과 런던의 벤처회사가 시모코를 사들이면서 세푸라가 되었습니다. 세푸라는 일년간 모토로라나 노키아와 같은 대기업들을 상대로 80퍼센트 이상의 시장 점유율을 기록하였고 매출이 1000 퍼센트 증가하면서 처음으로 수익을 창출했습니다. 직원 수 또한 60퍼센트 이상 증가했습니다.

This SRP 2000 design, aimed to meet the needs of the public safety industry, was commissioned by a company called Simoco and presented at the Tetra World congress in 2001. Following the Tetra World congress, Simoco went into administration. However, due to the appealing visual design and outstanding performance of the SRP2000, Simoco was purchased by a London venture capital company and became Sepura. Within a year Sepura, trading against giants like Motorola and Nokia, had taken over 80% of the market share, increased its sales by 1,000% and become profitable for first time. Its staff has also increased by over 60%.

2003년 디자인이펙티브니스상 파이널리스트 / 산업제품 부문

제조사: 세푸라 디자인: 라이트디자인

Design Effectiveness Awards 2003 Finalist / Category: Product - Industrial

Company: Sepura Design: Wright Design

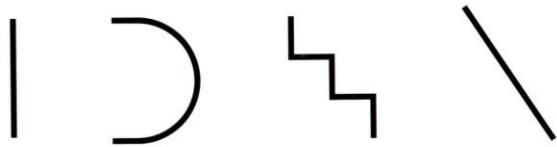


USA



Industrial Design Excellence Awards

INDUSTRIAL DESIGN EXCELLENCE AWARDS



미국산업디자인협회가 주최하고 <비즈니스위크(Business Week)>가 후원하는 IDEA(Industrial Design Excellence Awards) 공모전은 삶의 질과 경제를 향상시키는데 있어서 산업디자인의 중요성을 대중적으로 이해시키고 관련 사업을 육성하는 데 그 목적이 있습니다. IDEA 상을 수상한다는 것은 전 세계의 클라이언트, 소비자, 디자이너들로부터 최고의 디자인으로 인정받는 것이며, 자신의 디자인을 브랜드화하는 것과 같습니다.

- 실질적으로 모든 상업 제품이 출품될 수 있으나 해외 출품작의 경우 미국에서 전시, 제작, 생산이 가능한 것이어야 합니다. 상업설비나 중장비 같은 비즈니스/산업 제품부문, 컴퓨터 기기부문, 하우스웨어, 전자제품, 장난감, 스포츠제품 등의 소비자제품부문, 환경부문, 디자인전략과 경영부문, 디자인컨셉과 리서치에 관계된 디자인개발부문, 디지털미디어와 인터페이스부문, 학생디자인부문, 가구부문, 의학/과학 제품부문, 패키지/그래픽부문, 운송부문 등 총 50개의 부문으로 구성되어 있습니다.

- The Industrial Design Excellence Awards (IDEA) are dedicated to fostering business and public understanding of the importance of industrial design excellence to the quality of life and the economy. Winning the IDEA is a distinction like no other that brands your design as the very best in the business, among your peers, among your clients, and among consumers around the world.

- Designs for practically any commercial product may be entered. The 50 subcategories run the gamut from little desk doodads to giant mechanical equipment. The special Design Explorations category even makes it possible to enter work that will never be produced. Entries need to fit into one of the following categories: Business & Industrial Products; Computer Equipment; Consumer Products; Design Explorations; Design Strategy; Environments; Digital Media & Interface; Student Designs; Furniture; Medical & Scientific Products; Packaging & Graphics; and Transportation.



Industrial Designers Society of America

미국산업디자이너협회(이하 IDSA: the Industrial Designers Society of America)는 디자인의 우수성과 긍정적인 영향을 증진시키기 위해 산업디자인 전문가들이 뜻을 모은 조직입니다. 1965년 산업디자이너협회 (IDI: The Industrial Designers Institute), 미국산업디자인협회(ASID: the American Society of Industrial Design), 산업디자인교육협회(IDEA: The Industrial Design Education Association)가 협력적으로 통합되면서 오늘날의 IDSA가 구성되었습니다.

• IDSA의 주된 임무는 1) IDSA의 지평과 네트워크, 영향력과 회원 서비스를 확대하여 산업디자인을 이끌어나가고, 2) 산업디자인 분야의 계발과 교육을 통해 디자인의 우수성과 책임감을 고무시키며, 3) 디자인사업을 고양하고 산업의 가치를 발전시키는 것입니다. IDSA는 현재 북동부, 중동부, 남부, 중서부, 서부에 5개 지역 지구를 가지고 있고, 학생부문과 전문가 분회가 있습니다.

• The Industrial Designers Society of America (IDSA) is the voice of the industrial design profession, advancing the quality and positive impact of design. In 1965, after over ten years of careful negotiations, IDSA was formed by the collaborative merger of IDI, ASID and IDEA.

• IDSA's mission is threefold: 1) Lead the profession by expanding our horizons, connectivity and influence, and our service to members. 2) Inspire design quality and responsibility through professional development and education. 3) Elevate the business of design and improve our industry's value. IDSA has five districts (Northeast, Mideast, South, Midwest and Western) and professional interest sections and student chapters.

산업디자인우수상의 제정년도 1980년

제정 이후 총 개최 횟수

산업디자인우수상은 <비즈니스 위크>와 IDSA의 후원을 받아 해마다 개최된다.

주요목적

산업디자인우수상은 삶의 질과 경제에 대해 우수한 산업디자인이 하는 역할에 대한 업계와 일반인의 이해 수준을 향상시키기 위해 제정된 상이다.

조직과 부문

12개 부문으로 나뉘어져 있으며 그 아래 50개의 하위 부문이 있다.

1. 비즈니스 및 산업 제품 부문

상업 장비 / 커뮤니케이션 장비 / 중장비 및 산업 장비와 전문가용 장비

2. 컴퓨터 기기 부문

컴퓨터 / 컴퓨터 입력 장치 / 컴퓨터 주변기기를 비롯한 그 밖의 컴퓨터 기기

3. 소비자 제품 부문

액세서리 / 가전제품 / 소비자 전자제품 / 소비자용 도구 / 가정용품 / 아동용 제품 / 스포츠와 피트니스 제품 / 장난감과 게임류

4. 디자인 탐험 부문

사업 컨셉트 및 산업 컨셉트 / 컨셉트 컴퓨터 / 컨셉트 가구 / 컨셉트 교통수단 / 소비자 제품 컨셉트 / 디지털 미디어 컨셉트 / 의료 및 과학 컨셉트 / 디자인 리서치

5. 디자인 전략과 경영 부문

6. 디지털 미디어와 인터페이스 부문

그래픽 유저 인터페이스(GUI) / 소프트웨어 / 웹디자인과 멀티미디어 디자인

7. 환경 부문

회사 인테리어와 공공장소 인테리어 / 환경 그래픽과 신호 시스템 / 박물관 전시와 세트디자인 / 소품과 상업 머천다이즈 / 박람회 전시

8. 가구 부문

주요형 가구 / 불박이 비품 / 조명 / 주택용 가구

9. 의료 제품과 과학 제품 부문

병원 제품과 검진 제품 / 가정용 치료 제품과 자가치료 제품 / 과학 도구 제품들 / 수술 제품과 치료 제품

10. 패키지와 그래픽 부문

패키지 그래픽 / 패키지 구조

11. 학생 디자인 부문

대학생 디자인제품 / 대학원생 디자인 제품

12. 운송부문

자동차 / 오토바이 / 부품 / 레저 교통수단 / 교통수단 인테리어 / 트럭과 상업용 교통수단

심사위원들은 각 세부 부문별로 20점 이상의 응모작이 있는 부문에만 반드시 만장일치로 금상을 수여한다. 또한 만장일치로 한 부문에 두 개의 금상 수여를 하는 것도 가능하다.

다. 은상도 마찬가지이다.

출품 마감 시한과 시상식 개최

2004년 출품 마감 시한은 2004년 2월 10일이다. 응모에 늦을 경우 소정의 비용을 내면 2월 17일까지는 제출할 수 있다. 수상자들은 IDSA 미국 국립디자인컨퍼런스 마지막 날 저녁에 펼쳐지는 시상식에서 상상의 영예를 안게 된다.

심사위원

심사위원단에는 현재 16명의 심사위원이 있다. 이들 심사위원들은 각각의 전문성에 의거하여 선출되며 수상한 경력이 있는 사람 중에 선정된다. 외국 심사위원의 비율은 매해 다르다. 2004년 심사위원단에는 인도와 스위스의 IDSA 회원 3명이 있었다. 산업디자인우수상 심사위원들은 모두 산업 디자인에 대한 폭넓은 배경을 갖추고 있어야 한다.

심사위원 선출은 늦여름이나 초가을에 이루어지며, 심사위원 명단은 심사위원단이 구성되자마자 바로 공개된다. 산업디자인우수상 사무국에서 고용한 디자이너들과 심사위원의 수업에 강의를 듣는 학생들은 그 해에 응모할 수 없다.

심사 기준과 과정

심사에는 사흘 반나절이 걸린다. 심사위원들은 응모작들을 평가할 때 우수한 산업 디자인 제품을 가려내는 다음의 다섯 가지 기준을 적용한다.

- 디자인 혁신성
- 사용자 편의
- 클라이언트가 입는 혜택
- 재료의 사용과 생산 과정에서 생태에 대한 책임
- 미의 적절성

심사위원의 전공에 따라 한 두 부문에 걸쳐 각각 두 명씩 심사위원이 한 팀을 이루어 각 응모작을 평가한다. 각 팀의 심사위원은 대략 70점에서 80점 정도의 응모작을 심사한다. 심사위원이 자신에게 할당된 부문의 심사를 마치면, 파트너에게 응모작 서류를 건네준다.

심사위원들은 점수표에 따라 각 제품에 대한 서류를 훑어보고 점수를 매기면서 하루 반나절을 보낸다. 조직위원회는 모든 심사위원들에게 이해하기 어렵거나 혼동스러운 응모작에 대해서는 파트너 심사위원이나 다른 심사위원과 함께 토론을 함으로써 다양한 관점과 전문성을 작품에 조명하며 심사하도록 권장한다.

이제 IDSA 직원이 각 응모작의 점수를 수집해서 가장 높은 점수를 얻은 제품을 각 심사위원 팀에게 되돌려준다. 그러면 심사위원들은 최종 심사를 살펴보고 이에 대한 수상 근거를 제시할 수 있는 준비 시간을 갖는다. 또한 심사위원들은 다른 심사위원들 간에 최고 점수를 얻은 제품의 평가표를 서로 돌려보며 의견을 수렴하기도 한다.

이제 심사위원단은 각각 2인 1조의 8팀으로 나뉘어진다.

두 명의 심사위원으로 구성된 각 팀은 자신들이 선정한 최종 결과를 발표하는데 각 최종 심사 제품의 디자인 특징을 설명하면서 어떤 상을 수여할 것인지 상의 수위에 대해 의견을 제시한다.

최종 수상자들을 선별하는데 각 8팀은 각각의 최종 심사결과에 대해 토론을 하고 투표를 하여 상의 수준 여부를 결정한다. IDSA는 이 같은 전 과정을 감시할 책임이 있다.

응모

해마다 1,200점 이상의 응모작이 제출된다. 디자인을 미국 시민이 했거나 북미 지역에서 유통되는 제품이라면, 해외에서 응모하는 것이 가능하다. 그러나 2003년 공모전은 말 그대로 국제적이다. 첫 해 이후 IDEA 프로그램은 전 세계의 모든 디자이너들이 디자인한 제품에 문을 활짝 열어두고 있다.

2003년에 1,279점의 응모작이 접수되었고 이들 가운데 선정된 수상자는 122명이다. 지금까지 전체 응모작 중 선정된 수상자 수를 보자면, 2002년에는 총 1,265의 응모작 가운데 174명, 2001년에는 총 1,265명의 응모작 가운데 174명, 그리고 2000년에는 총 1,290의 응모작 가운데 161명이 수상의 영예를 안았다.

수상자나 수상 제품을 홍보하기 위해 이용하는 프로그램

- 산업디자인우수상 수상업체들이 IDEA 로고를 패키지나 광고에 사용할 수 있도록 하며 판매할 때에 사용하도록 권장한다. 톰슨 멀티미디어 주식회사(Thomson Multimedia Inc.), 피스카(Fiskar), 옥소 굿그립스(OXO Good Grips), IBM, 캐논(Canon), 포드(Ford), 삼성(Samsung)을 비롯한 여러 디자인 회사들이 산업디자인우수상을 수상한 제품을 홍보하는데 IDEA 로고를 모두 사용하였다.

- 산업디자인우수상 수상자들은 매해 IDSA 미국국립디자인컨퍼런스에서 시상식을 갖는 영예를 안는다.

- 후원업체인 <비즈니스위크>가 해마다 7월호 에디토리얼 리포트에 수상자들을 특집으로 실어준다. 잘 알려져 있듯이 이 잡지는 전 세계에 판매된다. 금상, 은상, 동상 수상자들은 이 잡지에서 주요 기사로 다루어진다. 모든 수상자들의 명단이 <비즈니스위크>의 웹사이트는 물론 IDSA 웹사이트에 소개된다.

- CNN, NBC, PBS, CNBC, <뉴욕타임즈>, <로스앤젤레스 타임즈>, <워싱턴 포스트>를 비롯한 디자인 전문지 등 수백 종의 신문과 방송사가 해마다 IDEA 소식을 다룬다. - 수상자를 발표하면서 보도 자료를 발송한다.

- 수상자들은 IDSA의 IDEA연감에 소개되는데, 이 연감에는 금상 수상자들이 직접 쓴 사례 연구를 담고 있다. IDEA 연감은 고위 경영자들과 여러 경영대학원, 정부 관리와 디자이너들에게 국제적으로 배포된다.

What year was the award established?

The Industrial Design Excellence Awards (IDEA) program was established in 1980.

Since then, how many times has the award been held?

The IDEA award is a yearly award that is sponsored by BusinessWeek magazine and IDSA.

What is the main purpose of the awards?

The Industrial Design Excellence Awards are dedicated to fostering business and public understanding of the importance of industrial design excellence to the quality of life and the economy.

Award Structure

There are 12 categories and 50 subcategories as follows:

- 1) Business & Industrial Products (includes Commercial equipment; Communication equipment; Heavy machinery & industrial equipment; and Professional tools)
- 2) Computer Equipment (includes Computers; Computer input devices; Computer peripherals; and other Computer devices)
- 3) Consumer products (includes Accessories; Appliances; Consumer electronics; Consumer tools; Housewares; Juvenile products; Sporting & fitness products; Toys & games)
- 4) Design Explorations (includes Business & industrial concepts; Concept computer; Concept furniture; Concept vehicles; Consumer product concepts; Digital media concepts; Medical and scientific concepts; and Research)
- 5) Design Strategy and Management
- 6) Digital Media & Interfaces (includes Graphical user interfaces; and Software, web & multimedia design)
- 7) Environments (includes Corporate and public interiors and spaces; Environmental graphics & signage systems; Museum exhibits & set designs; Showrooms & retail merchandising; and Trade show exhibits)
- 8) Furniture (includes Contract furniture; Fixtures; Lighting; and Residential furniture)
- 9) Medical & Scientific Products (includes Clinical & diagnostic products; Home-care & self care products; Scientific instruments products; and Surgical & therapeutic products)
- 10) Packaging & Graphics (includes Packaging graphics; and Packaging structures)
- 11) Student designs (includes Undergraduate designs; and Graduate designs)
- 12) Transportation (includes Automobiles; Motorcycles; Parts; Recreational vehicles; Transportation interiors; and Trucks & commercial transportation)

The jury may give a Gold in any subcategory. It must give a Gold in any subcategory with more than 20 entries, unless it unanimously agrees not to. It may give two Golds in any subcategory, provided it is a unanimous decision. It may give as many Silvers and Bronzes as it deems appropriate.

When is the deadline for submissions and when is the award ceremony held?

The 2004 IDEA deadline is February 10, 2004. Entrants can submit until February 17 if submitted with a late fee. The IDEA winners are honored during a ceremony on the final evening at the IDSA National Design Conference.

Jury

There are currently 16 members on the IDEA jury. They are selected based on their expertise and whether they have ever won an IDEA. The percentage of foreign jurors changes each year. The 2004 jury includes 3 foreign IDSA members representing India and Switzerland. All members of the IDEA juries have an extensive industrial design background.

Jury selection is made in late summer or early fall and the names of the jurors are disclosed as soon as the jury is completed. Designers employed by offices-and students attending schools-represented on the jury may not enter the competition that year.

Judging Standards and Process

The judging takes place over three and a half intense days. The jurors apply the following five criteria of industrial design excellence in evaluating entries: design innovation; benefits to the user; benefits to the client; ecological responsible use of materials and processes; and appropriate aesthetics.

Each entry is reviewed by a team of two jurors who are assigned one or more subcategory in an area he or she specializes in. Each member of the team reviews approximately 70-80 entries. After reviewing the assigned subcategory, the juror will pass the entry materials to his or her teammate for review.

Jurors spend the first day and a half with their team member reading and scoring each kit, according to a rating sheet. Jurors are encouraged to take advantage of other perspectives and expertise by discussing with their team member and other jurors particular entries that are difficult or confusing to understand.

IDSA staff then compiles the score of each entry and returns to each team the kits with the highest scores.

The teams will have time to review their finalists, select the level of award and compose their rationale. The jurors may also spread out their high scores to get

feedback from their colleagues.

The jury then splits into two groups of eight. Each team of two jurors presents their finalists to their group of eight, describing the design merits of each finalist and suggesting the levels of award they feel are appropriate. In making the selection of final winners, each group of eight discusses and votes on each finalist, deciding which level of award, if any, to give. IDSA is responsible for monitoring the entire process.

Entries

Over 1,200 entries are submitted to the IDEA competition each year. Entries from other countries have always been accepted, as long the design was by a U.S. citizen or the product was for distribution in North America. However, this year the IDEA competition is truly international. For the first year ever, the IDEA program is open to all designs from all designers worldwide!

In 2003, 1,279 entries were received and 122 winners were selected from among those entries. In previous years, the portion of winners selected from the total entrants was as follows: 174 winners selected from a total 1,265 entrants in 2002; 189 winners in 2001; and 161 winners from a total 1,290 entrants in 2000.

What kind of publicity program is used to promote the award or the winning products?

- We welcome replication of the IDEA logo on packaging, advertising and merchandising materials. Thomson Multimedia Inc., Fiskars, OXO Good Grips, IBM, Canon, Ford, Samsung and a legion of design firms have all used the mark to promote their award-winning designs.
- The IDEA winners are honored during a ceremony at the IDSA National Design Conference every year.
- The sponsor, BusinessWeek magazine, annually features the winners in a July editorial report, which is distributed worldwide. Gold, silver and bronze winners may be featured in the magazine. All winners are listed on BusinessWeek's website, as well as on IDSA's website.
- Hundreds of newspapers and networks, including CNN, NBC, PBS, CNBC, The New York Times, the Los Angeles Times, the Washington Post and design press, pick up the IDEA story each year.
- IDSA sends out press releases announcing winners.
- The winners are showcased in IDSA's annual Yearbook of Industrial Design Excellence, which publishes case studies written by the Gold winners themselves. The Yearbook is distributed internationally to business executives, business schools, federal officials and designers.

마이크로소프트 인포메이션워크센터

MICROSOFT CENTER FOR INFORMATION WORK

‘몰입형’ 멀티미디어환경이 구축되어 있는 마이크로소프트 인포메이션 워크센터는 기업간부, 언론사관계자, 재정분석가, 파트너의 방문을 맞이하는 공간입니다. 마이크로소프트 연구조사팀 및 여타 부서에서 계획하고 있는 다양한 구상과 현재 기획단계에 있는 제품 계획 등, 마이크로소프트사의 생산에 관련된 장기적인 아이디어를 보여줍니다.

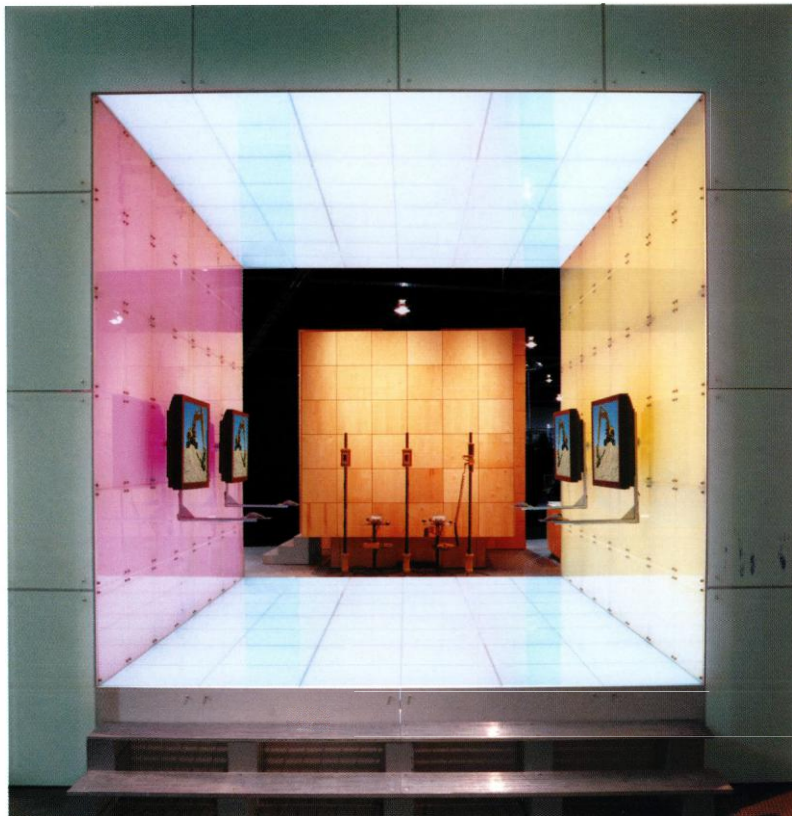
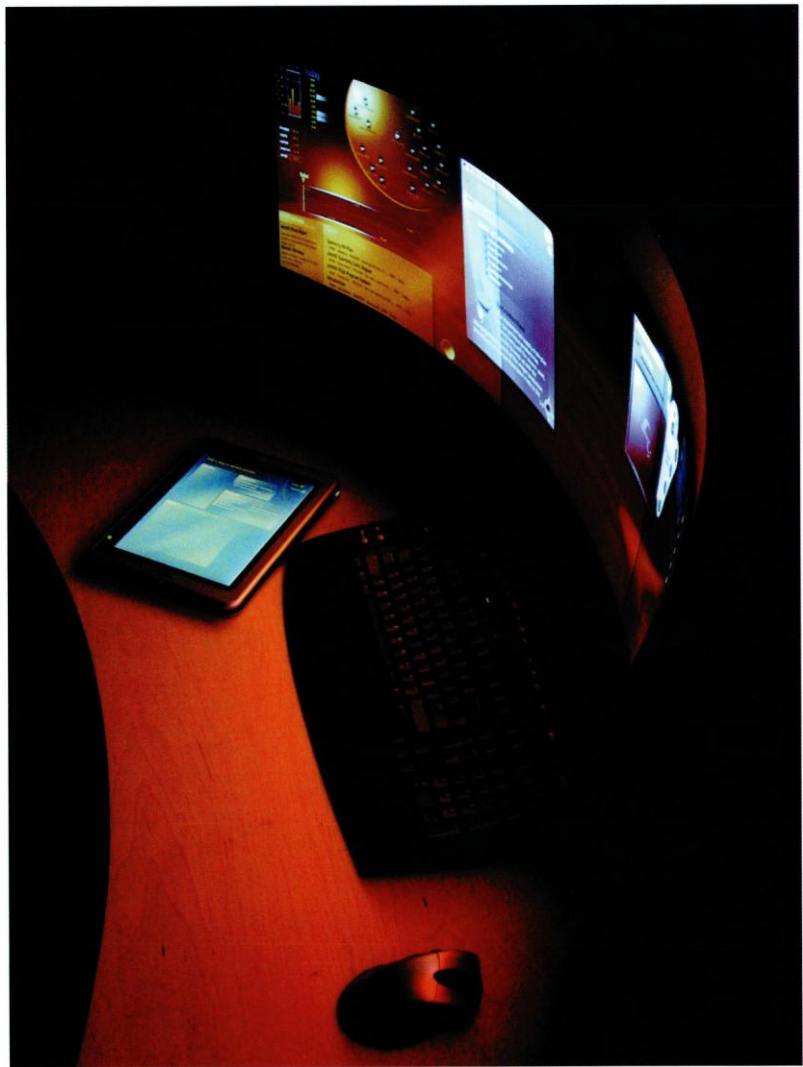
The MS Center for Information Work (MSCIW) is an immersive environment. The center is aimed at visiting executives, press, financial analysts and partners. The exhibit is a visualization of Microsoft's longer-term ideas around productivity, including ideas from products currently being planned as well as broader ideas from Microsoft Research and other Microsoft divisions.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 디자인팀 부문

디자인: 마이크로소프트 오피스디자인팀

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Design Explorations

Design: Microsoft Office Design Team



탑콘 무역박람회 전시

TOPCON TRADE SHOW EXHIBIT

탑콘 무역박람회 전시에서는 제품과 테크놀로지 각 분야를 큐브 면으로 명확하게 분리하는 새로운 브랜딩 요소를 선보였습니다. 이 전시는 시각적으로 맞물리는 큐브로 구성되었습니다. 벽은 건축자재와 정밀도, 논리 개념을 보여주는 목재와 유리로 만들고 가벼운 콘크리트로 마무리하였습니다. 큐브형태의 중심 공간에서 각 벽체가 확장되어 나와 만들어지는 각 공간에 4가지 종류의 제품분야를 전시합니다. 중심 큐브는 16피트 높이 유리로 제작되었으며 부스 내부의 색이 계속 변화합니다.

The TopCon Trade Show Exhibit created a new branding element that clearly separates each product and technology category into the facets of a cube. The exhibit is made of visually interlocking cubes. The walls are made of wood, glass and a lightweight concrete finish, referencing construction materials, precision and logic. From the center cube, the walls extend out so that the four product areas are exhibited. The center cube is a 16-foot tall glass space and the interior color constantly changes.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 환경부문

제조사: 탑콘 디자인: 퓨즈프로젝트

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Environments

Company: TopCon Design: fuseproject, inc. and volumes

판도라 포글 에볼루션 | PANDORA POGLE EVOLUTION

판도라 포글 에볼루션에서는 조절과 맞춤형이 가능한 디지털 필름 포스트-프로덕션 컨트롤러를 하나의 단위로 묶어 개발하였습니다. 이것은 대여섯 개의 모니터와 최대 여섯 개의 랙-마운트 서버를 관리합니다. 이 컨트롤의 외부에서는 총 여덟 명의 사람들이 오른손/왼손잡이에 관계없이 모든 업무를 컨트롤 할 수 있으며, 모든 주요 요소-광 트랙볼과 와콤 태블릿-들이 중앙에 집결되어 있습니다. 기존의 키보드를 무선 옵션 유동 트레이 위에 놓아 컨트롤 외부에 추가 공간을 확보하였습니다.

The Pandora Pogle Evolution creates a flexible and customizable digital film post-production controller in one unit. It controls several monitors and up to six rack-mounted servers. The new control surface allows every task to be controlled by either right or left-handed individuals and the most important elements--the three illuminated trackballs and Wacom tablet--are combined in a central location. To create additional space on the control surface, the existing keyboard was placed on an optional floating tray with a wireless version.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 비즈니스 산업제품 부문 | 제조사: 판도라 인터내셔널 디자인: PDD Ltd., 영국
IDEA 2003 Gold Winner / Category: Business and Industrial Products | Company: Pandora International, Ltd. Design: PDD Ltd., UK



원웍스 유틸리티윈치스 스트레티지 | WARN WORKS™ UTILITY WINCHES STRATEGY

무거운 배를 끌거나 경사진 길에서 자동차를 끌어올릴 때 필요한 윈치(밧줄이나 쇠사슬을 감았다 풀었다함으로써 물건을 위아래로 옮기는 기계; 일명 권양기)를 사용하는 사람들은 주로 완고한 성격의 개인주의자들이라는 것이 조사를 통해 밝혀졌습니다. 이들은 자기 스스로 일을 처리하는 과정에서 만족감을 얻고 자존심을 세우게 되기 때문에 원웍스 브랜드를 각인시킴으로써 전체 상품 라인에 신뢰를 더하고 유용한 도구로 선전하면서 산업브랜드에 영향을 미치게 되었습니다. 이 윈치는 강력하고 전문적인 이미지로 디자인되었으며 심플한 디자인을 위해 불필요한 부분을 모두 생략하였습니다.

Research showed utility winch consumers are rugged individualists looking for an extra hand when doing tasks like loading boats or hauling a car up a trailer ramp. Because these individuals derive satisfaction and pride through self-sufficiency, branding the winch line WARN Works™ positions the complete line as reliable, no-nonsense tools and leveraged its industrial brand. The winch is designed to look powerful and professional, and all unnecessary parts were eliminated for a simplified design.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 디자인탐구 부문 | 제조사: 원인더스트리츠 디자인: 지바디자인팀
IDEA 2003 Gold Winner / Category: Design Explorations | Company: Warn Industries, Inc. Design: ZIBA Design Team



퍼스트이어즈 컴포트케어 유아용품

FIRST YEARS COMFORT CARE BABY PRODUCTS



부모와 갓난아기 모두를 위한 최첨단 인체공학 제품으로, 각 제품마다 사용시 발생하는 스트레스를 없애주는 유용하고 독특한 특징을 갖고 있습니다. 이 아기용 제품세트는 작은 가위 날과 큰 가위 날이 합쳐진 가위, 쿠션이 첨가된 어른 손가락 크기의 고리, 아기의 작은 손가락을 쉽게 볼 수 있는 돋보기가 달린 손톱깎이, 이가 나는 단계별로 구성된 세 종류의 칫솔로 구성되어 있습니다. 광범위한 시장조사 결과를 반영하여 유쾌한 색상과 촉감을 살린 제품입니다.

With world class leading ergonomics for both parent and baby, each product eliminated the stress of providing care by high-value and unique features. Features include: scissors that combine small blades with large, cushioned adult-sized finger rings; nail clippers with a magnifying lens for seeing a baby's tiny fingers; and a gum and toothbrush that have three different brushes for three different levels of teething. The product's pleasing colors and textures were achieved after extensive market research.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 소비제품 부문

제조사: 퍼스트이어즈 디자인: 허브스트라벨

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Consumer Products

Company: First Years Design: Herbst LaZar Bell, Inc.



뉴로스미스 무시니 | NEUROSMITH MUSINI

뉴로스미스 무시니는 3세 이상의 어린이를 위한 놀이기구로, 이 제품 위에서 춤을 추거나 여기저기를 밟으면 소리가 나게 됩니다. 음악과 함께 다양한 빛을 발하는 LED로 풍부한 피드백을 제공합니다. 손이나 발로 제품을 작동시킬 수 있으며 약 113kg까지 무게를 견딜 수 있습니다.

The product enables children three and up to create music through dancing and tapping on a surface on or around the product. Final form gives plenty of secondary feedback to children with music and various LED's that light up various areas of the product in unison with the music. Children can use both hands and feet to activate the unit. The unit is able to endure the weight of a person of up to 250 pounds standing on it.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 소비제품 부문 | 제조사: 뉴로스미스 디자인: RKS 디자인팀

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Consumer Products | Company: Neurosmith Design: RKS Design Team



벌켄스톡 풋프린츠 | BIRKENSTOCK FOOTPRINTS

벌켄스톡은 기존의 단화에 새로운 밑창을 부착시켜 편안함을 증대시켰으며, 굽과 앞부분의 패드 등의 요소로 견고함을 더했습니다. 편안한 착용감과 환경친화적 디자인이라는 원칙 아래 신발의 바깥쪽에 피혁을 덧붙이고 밑창의 무게를 가볍게 하였으며 특별한 편안함을 주도록 밑창에 테크노젤을 사용하였습니다. 이 신발은 폭넓은 안창을 따라 형태를 잡아 활동성과 경쾌함을 더합니다.

Birkenstock built on its existing sandal model by reshaping the sole and adding comfort and stabilizing features (heel and front pad). In order to employ Birkenstock's principle of comfort and green design, the firm added an external skin to the shoe, while lightening the mass of the sole and using techno gels in the sole for extra comfort. Sculpted around the wide insole, the shoe appears more dynamic and visually lighter.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 소비제품 부문 | 제조사: 벌켄스톡USA 디자인: 퓨즈프로젝트

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Consumer Products | Company: Birkenstock USA Design: fuseproject, Inc.

로버트쇼 LP탱크 모니터링시스템 ROBERTSHAW LP TANK MONITORING SYSTEM

이 무선 주파수장치는 지속적으로 프로판가스가 채워지는 것을 모니터링하여 서비스센터에 리필 주문데이터를 자동으로 전송합니다. 기본소비자서비스, 상업용서비스, 고급소비자서비스 등 3가지 형태로 되어 있는 이 시스템은 프로판가스의 일정한 사용량을 유지하는 과정을 간단하고 능률적으로 해결하고 있습니다. 사용자의 접촉이나 관리를 요하거나 기술자의 수리가 필요하지 않기 때문에 제품수명이 확실히 개선될 것입니다. 부정확한 측정이나 불필요한 서비스요청을 초래했던 이전의 제품들에 비해 에너지 효율성도 뛰어납니다.

This radio frequency device continually monitors fill levels in propane levels and transmits data to service centers to automatically order refills. Three different platforms include the Basic Consumer Unit, Commercial Unit and High-End Consumer Unit. This system simplifies and streamlines the process of maintaining constant levels of propane gas on property. Since this device requires no customer intervention or contact, and technicians make repairs, the product life cycle will improve significantly. It is energy efficient as the previous device resulted in inaccurate readings and unnecessary service calls.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 소비제품 부문

제조사: 로버트쇼 디자인: 허브스트라자벨, 로버트쇼

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Consumer Products

Company: Robertshaw Co. | Design: Herbst LaZar Bell, Inc. and Robertshaw Co.



로지텍 포켓용 디지털카메라 | LOGITECH® POCKET DIGITAL CAMERA

슬림하고 세련된 디자인의 로지텍 포켓용 디지털카메라는 알루미늄소재로 된 명함홀더와 같이 아주 얇은 액세서리에서 아이디어를 얻은 제품입니다. 두 개의 조종버튼과 한 개의 셔터버튼으로 사용자 인터페이스를 단순화하였습니다. 최고 해상도로 1.3 MB 최대 52개 이미지를 저장할 수 있습니다.

The Logitech® Pocket Digital Camera is a slim, stylish camera that took design cues from ultra thin accessories like aluminum business card holders. Two handle buttons and one shutter button make for a simple user interface. Maximum 52 images (at 1.3MB full resolution) in memory chip.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 소비제품 부문 | 제조사: 로지텍 디자인: IDEO, 모토디벨롭먼트그룹, 로지텍

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Consumer Products | Company: Logitech, Inc.

Design: IDEO, MOTO Development Group and Logitech, Inc.



로지텍 휴대용 무선 플렉스루프 헤드폰 LOGITECH® MOBILE CORDLESS AND FLEXLOOP™ HEADSET

로지텍 휴대용 무선 플렉스루프 헤드폰은 탁월한 착용감, 패션의 자유로움을 특징으로 합니다. 로지텍사가 사용한 플렉스루프 쿠션은 이어폰이 귀에서 흘러내리는 것을 방지할 뿐 아니라 사용자들의 다양한 귀 형태에 편안하게 들어맞도록 디자인되었습니다. 옵션품목인 미니-붐 마이크와 일반 마이크폰이 신축소재로 제작된 코드에 장착되어 있으며 깔끔한 디자인마감은 이 제품의 가치를 한층 높여 줍니다.

The essence of the Logitech® Mobile Cordless and FlexLoop™ headset is fit, fashion and freedom. With the Logitech® product the FlexLoop™ cushion keeps the earpiece from falling out of the ear and allows for custom fit in different ears. Features include an optional mini-boom microphone or microphone in the cord; retractable cords; design and finish give the headsets a jewel-like quality.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 소비제품 부문 | 제조사: 로지텍 디자인: 지바디자인

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Consumer Products | Company: Logitech, Inc. Design: ZIBA Design

나이키 트라이엑스 | NIKE TRIAX

트라이엑스 시계 시리즈는 대표적인 스포츠용품회사 나이키에서 만든 첫 전자제품으로 매년 2백만 개가 판매되어 매년 약 1억 달러 규모의 이윤을 창출하였습니다. 이 제품이 큰 인기를 모으면서 속도계와 거리계, 스톱워치, 심장박동측정시스템 등의 기능이 추가되었습니다. 나이키 트라이엑스는 지난 6년 간 100가지의 모델을 런칭하면서 1999년 IDEA의 소비자제품부문 금상을 수상하였고, 같은 해 디케이드어워드 올해의 디자인으로 선정되었습니다.

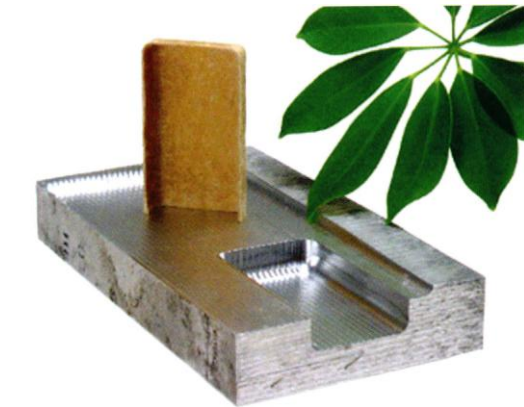
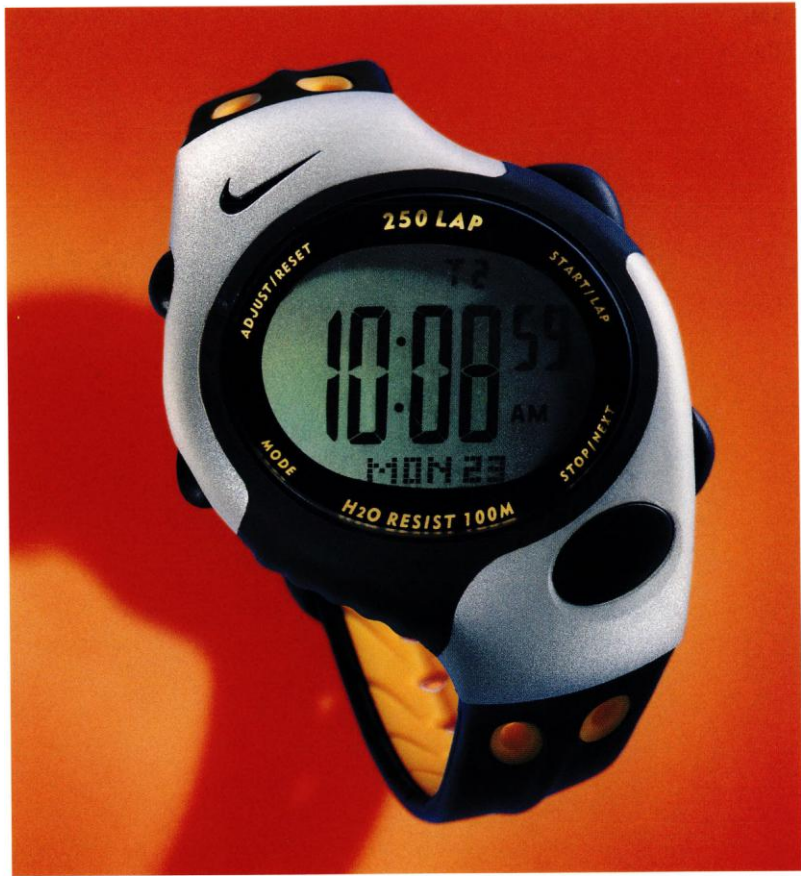
The Nike Triax Watch series was the first electronic product for the giant sports apparel firm. The product sells at an annual rate of 2 million units, generating nearly \$100 million each year. Spin off products include speed and distance versions, stopwatches and heart rate monitoring systems. The Nike Triax has launched over 100 subsequent models over the past six years. The Nike Triax was a 1999 IDEA Gold winner in the Consumer Products category and was awarded a Designs of the Decade Award in 1999.

2003년 카탈리스트상 수상

제조사: 나이키 디자인: 아스트로스튜디오, 나이키

2003 Catalyst Award Winner

Company: Nike, Inc. Design: ASTRO Studios, Inc. and Nike, Inc.



지속가능한 디자인 | SUSTAINABLE DESIGN

〈지속가능한 디자인〉은 에너지 비용을 줄이고 재활용이 가능하며 자연환경을 파괴하지 않고 무한히 이용할 수 있는 재료를 탐구합니다. 9가지 원료 조합과 6가지 섬유 혼합물, 그리고 6가지 형태 개발을 통해 44가지 재료가 창조되었습니다. 7개 그룹 단위에도 기대할만한 가치가 담겨 있는 것으로 밝혀졌습니다. 모든 재료들이 기존의 플라스틱과 비교되며 세공 비용, 재활용 비용, 개발비용 또한 감소하게 될 것입니다.

Sustainable Design is an exploration of low energy, renewable and potentially sustainable materials that can degrade without causing damage. Forty-four materials created from nine developed ingredient combinations, six fiber fillers and six form types. Seven groups are also noted as having desirable properties. All materials are compared to traditional plastics for each design. Tooling, recycling and development costs would be reduced.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 학생디자인 부문 | 디자인: 캔사스대학교 브라이언 카터

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Student Designs | Design: Brian Carter, University of Kansas



100% 제네라시티백 | 100% GENEROSITY BAG

래디컬미디어는 회사고객들에게 연휴 선물을 전하는 대신에, 헌옷 기증을 부탁하며 옷을 담을 수 있는 세탁물 가방을 디자인하여 나누어주었습니다. 캔버스천과 검정색 리본 위에 실크스크린으로 무늬를 넣어 세탁물 가방을 만들었습니다. 각 회사 사무실에서 픽업과 배달을 맡아 헌옷이 든 가방을 100개 이상 돌려 보냈습니다. 25개가 넘는 옷 뭉치들은 쓰레기봉투나 상자에 담겨왔는데, 이는 그만큼 사람들이 이 가방을 개인적으로 갖고 싶어 했기 때문입니다.

Holiday innovation twist: instead of giving clients a gift for the holidays, @radical asked their clients to give clothing to those in need by supplying an original design of a laundry bag for clients to put donated clothes in, rather than a gift from @radical. The bag features artwork silk-screened onto canvas fabric and black ribbon; manufactured into laundry bags. Each of the company's offices coordinated pickup and delivery; over 100 bags were returned with clothing and more than 25 donations were returned in garbage bags or boxes because clients wanted to keep the bag.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 그래픽 및 패키지디자인 부문 | 디자인: 래디컬미디어

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Graphics and Packaging | Design: @radical.media

팜 자이어 휴대용컴퓨터

PALM ZIRE HANDHELD COMPUTER

자이어는 유명한 팜과는 구분되는, 세계시장을 능가할만한 새로운 형태와 컬러를 지니고 있습니다. 팜 m100보다 얇고 약 20퍼센트 정도 사이즈가 줄어든 자이어는 충전지 1회 충전으로 1개월간 사용할 수 있습니다. 새로운 플립형 뚜껑은 여타 팜 모델의 1/3 가격입니다.

Departing from the familiar Palm™, the Zire™ was given a new shape and color, which would transcend the world market. Thinner and about 20% smaller by volume than a Palm™ m100, the Zire™ is portable and can go as long as a month on a single charge of its rechargeable batteries. To save money, the new flip lid is a third of the cost of other Palm™ models.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 컴퓨터기기 부문

제조사: 팜 디자인: 뉴딜디자인, LLC, 팜

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Computer Equipments

Company: Palm, Inc. Design: newdealdesign, LLC and Palm, Inc.



STX 퓨즈 라크로스스틱

STX: FUSE LACROSSE STICK

STX는 스틱의 중심 부분에 부드러운 소재를 첨가하여 경기수행능력과 안전성을 강화시키는 차세대 라크로스 스틱을 개발하였습니다. 기본 틀 구조에 부드럽고 신축성이 높은 재료와 견고한 나일론을 사용하여 공을 쉽게 잡고 네트가 공을 담아내도록 하며 상대편의 몸을 쳤을 때 생기는 충격을 최소화하였습니다. 스틱 내벽의 부드러운 소재로 만들어지는 홈(ribs)이 경기수행능력을 향상시킵니다. 백색 라크로스스틱 시장에서 퓨즈 라크로스스틱의 색은 매우 돋보입니다.

STX has developed the next generation of lacrosse sticks by embedding a soft material in key areas of the stick enhancing performance and safety. Rigid nylon is used as the basic framework with a soft, low durometer material to deaden the ball when caught, help retain the ball in the stick's pocket and to be less abusive when struck against an opponent's body. By growing ribs out of the soft material on the inside walls of the stick, performance increases. In a market of white sticks, the color choice of the Fuse Lacrosse Stick stands out.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 소비제품 부문 | 제조사: STX 디자인: 프라이머리타디자인 & STX

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Consumer Products | Company: STX Design: Priority Designs and STX



이븐플로 트라이엄프 컨버터블카 시트

EVENFLO TRIUMPH CONVERTIBLE CAR SEAT

이븐플로 시트를 고정하는 5가지 방법 중에는 유아가 차 뒷면을 바라보도록 고정하는 방법 한 가지와 정면을 바라보게 하는 네 가지 방법이 있습니다. 아기의 의자의 안전벨트 착용법을 개선하면서 의자를 승용차의 안전벨트에 쉽게 장착시킬 수 있게 되었습니다. 특별히 고안된 어깨 끈 고정장치는 마찰을 줄여주고 어깨 끈이 어린이의 몸을 가로질러 적절한 곳에 위치하도록 하며 의자를 차에서 꺼내는 번거로움 없이 앞자리에서 빠르고 쉽게 조절할 수 있습니다. 의자 기반부의 정면 중앙에 있는 둥근 모양의 커다란 노란색 손잡이는 마찰과 압박을 쉽게 조절할 수 있는 장치입니다.

The Evenflo seat has a five-position mechanism-one for rear-facing infants and four for forward-facing children. An improved seatbelt path provides quick access to the vehicle's seatbelt. Molded shoulder belt positioners ensure the harness is properly positioned across the child's body and allows quick and easy adjustments from the front of the seat without removing the seat from the vehicle. A large yellow knob in the base's front center allows for easy harness tension adjustments.

2003년 산업디자인우수상 은상 수상 / 소비제품 부문 | 제조사: 이븐플로 디자인: IDEO, 이븐플로

IDEA 2003 Silver Winner / Category: Consumer Products | Company: Evenflo Design: IDEO and Evenflo



워터콘 | WATERCONE™

태양력을 이용한 증류기 워터콘은 소금기 있는 물을 증류시켜 하루에 1~1.4 l 의 물을 만들어냅니다. 바닥 순환호의 안쪽과 원뿔 끝에 있는 분화뚜껑을 투명한 열성형 폴리카보네이트 재질로 만들었습니다. 소금기 있는 물은 1㎡당 8.8 l 의 평균 증발량을 기본으로 원뿔 내부 벽에 물방울이 되어 맺힙니다. 증류수를 비워내려면 뚜껑을 돌려 빼낸 뒤 엎어놓으면 됩니다. 이 간단하고 실용적인 방법은 인류의 삶을 개선할 것이며, 근본적인 문제해결의 효과적 사례가 될 것입니다.

The Watercone™ is a solar water still, making distilled water from salty/brackish water, yielding 1 to 1.4 liters of water per day. The design is a conical self-supporting, stackable unit made from transparent, thermoformable polycarbonate material outfitted with a screw cap spout at the tip and inward circular collecting through at the base. Based on the evaporation rate of 8.8 liters per square meter, the salty/brackish water evaporates and forms droplets on the cone's inner wall. To empty the distilled water, unscrew the cap at the tip of the cone and turn the cone upside down. This simple, utilitarian solution will improve the lives of the world's population and is a powerful example of back to basics problem solving.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 소비자제품 부문

제조사: 독일 젤텍엔지니어링 디자인: 어거스틴프로덕트디벨롭먼트

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Consumer Products

Company: Zeltec Engineering GmbH, Germany Design: Augustin Product Development



메소드데크 | METHODS DECK

메소드데크는 디자인팀원들이 자신의 디자인방법론의 적합한 정도와 타당성, 그리고 실제 디자인 제품에 적용시키는 방법을 설명하는 데 다양하게 활용될 수 있는 디자인연구도구입니다. 이 도구는 디자이너팀과 개인 디자이너들이 프로그램을 기획하고 실행하는 모든 단계에서 정보를 제공하고 디자인적 영감을 줄 수 있도록 고안되었습니다. 학습, 관찰, 질문, 시도라는 네 가지 구성 테마로 이루어진 이 데크는 IDEO에서 디자인 제품 개발에 사용한 방식을 잘 보여줍니다.

The Methods Deck is a design research tool making a large number of different methods accessible to all members of a design team, to explain how and why the methods are best used and to demonstrate how they have been applied to real design projects. Based upon observation of designers' needs, activities and contexts, the tool is designed to be used as both information and inspiration to human-centered design teams and individuals at various stages within both the planning and execution of programs. The four suits are: learn, watch, ask and try. The deck describes and illustrates the method IDEO uses to design products.

2003년 산업디자인우수상 은상 수상 / 디자인탐구 부문 | 디자인: IDEO

IDEA 2003 Silver Winner / Category: Design Explorations | Design: IDEO



슈뢰더우유 패키지 | SCHROEDER MILK PACKAGE

깨끗하고 불투명한 하얀색 패키지에 'One'이나 'Skim'(탈지우유) 등 내용물의 지방층을 수직으로 배치하고 유럽적 감성에 호소하고 있습니다. 소비자들은 우유의 상표보다는 지방 함유량에 관심이 높다는 조사결과도 나와 있습니다. 우유병의 등근 표면을 따라 썩어진 신비로운 문구 또한 소비자들의 관심을 끄니다.

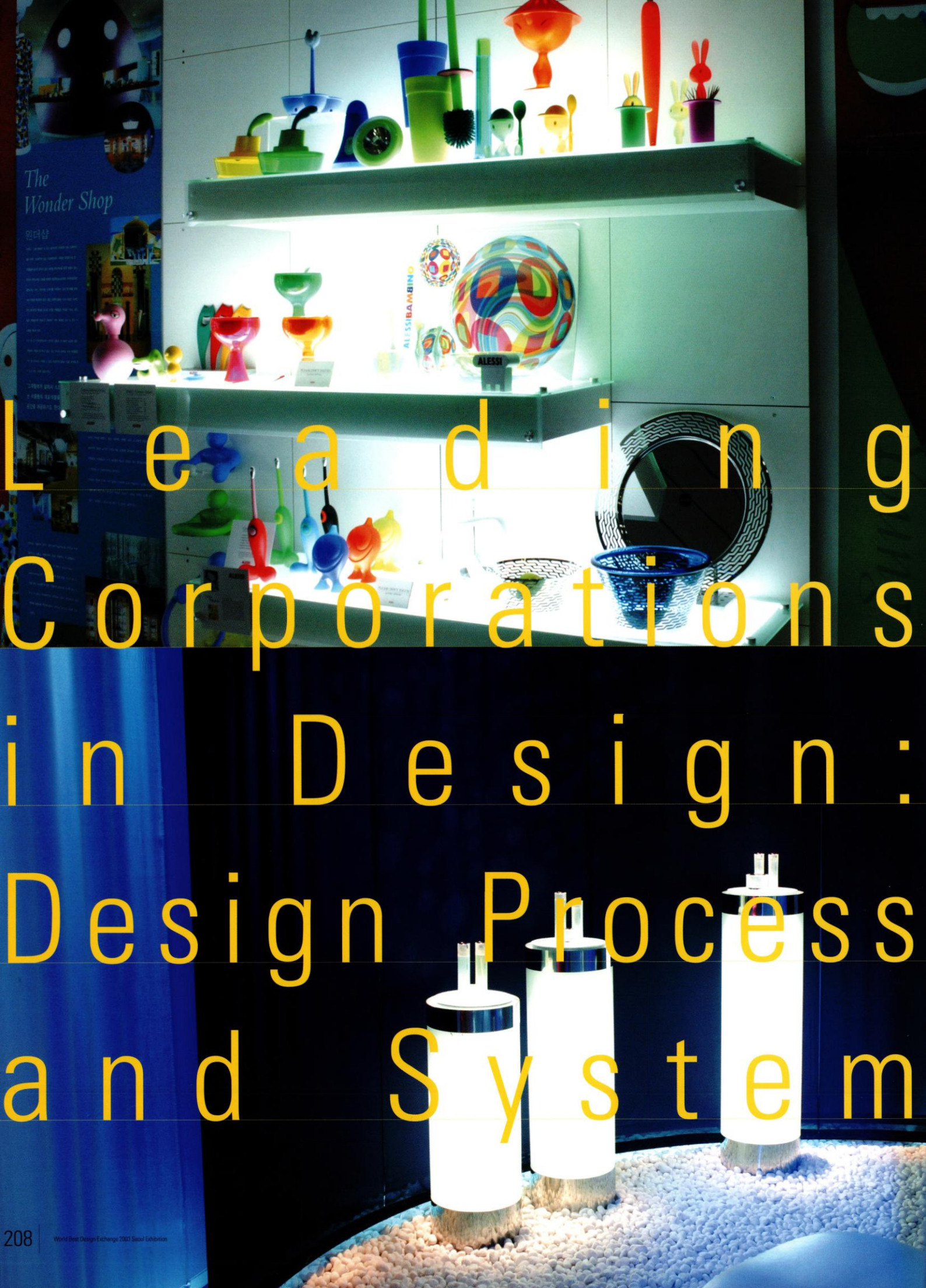
The clean, white opaque package communicates a European sophistication with vertical use of the fat-level designation of the contents, such as One or Skim. Research showed consumers were more interested in the fat content of the milk, rather than the brand on the label. Also uses rotating esoteric phrases that speak to the consumer.

2003년 산업디자인우수상 금상 수상 / 그래픽 및 패키지디자인 부문 | 제조사: 슈뢰더우유 디자인: 캡슐

IDEA 2003 Gold Winner / Category: Graphics and Packaging | Company: Schroeder Milk Design: Capsule

디 자 인 선 도 기 업 관
Leading Corporations in Design





Leading Corporation in Design: Design Process and System

디자인 선도 기업 관

Leading Corporations in Design



디자인 프로세스와 시스템

디자이너와 기업의 관계는 현대디자인과 현대문화의 관계를 규정합니다. 현대문화는 대량생산과 대량판매의 고리사이에 존재합니다. 그리고 대량생산과 대량판매의 고리에는 디자인이 있습니다. 어떤 기업은 디자인의 문화경제적 기능을 평가절하하여 상품의 경제성, 안정성, 효용성, 기술적 정교함을 강조합니다. 그러나 어떤 기업은 상품의 제작 자체를 디자인프로세스라고 생각합니다. 더 나아가 특정기업은 디자인 자체를 기업의 이미지와 매력으로 간주하기도 합니다.

- 보통 기업은 현대디자인 미학의 상업적인 장점을 단순히 활용하면서 디자인을 상품의 생산과 판매를 보조하는 수단으로 생각합니다. 이러한 기업의 디자이너들은 상품을 포장하는 사람으로서 혹은 엔지니어로서 개인의 역할이 극단적으로 세분화됩니다. 그러나 디자인과 디자인프로세스는 상품의 생산과 판매를 포괄하는 통합적인 것입니다.
- 세계의 베스트디자인상품을 만들어내는 기업들의 구조를 보면 디자인부서의 역할이 기업의 다른 중요한 부서와 겹치는 독특한 시스템을 가지고 있습니다. 이러한 환경에서야 비로소 기업의 혁신이 이루어지고 이러한 기업의 베스트디자인상품이 시장을 주도하는 것은 물론 인류의 새로운 문화를 만들어내고 선도하는 것입니다.

Design Process and System

The relationship between designers and enterprises defines the relationship between modern design and modern culture. Modern culture exists in the link between mass production and mass sales and design also exists within that link. Some enterprises underestimate the cultural and economic functions of design but emphasize the economical, safety, effectiveness and technical aspects of products. And, some enterprises consider the production process as a part of the design process. There are even some that consider design as the key to the image and appeal of their firms.

- Generally, enterprises simply use the commercial aspects of the aesthetics of modern design or consider design as a supporting element to production and sales. The role of designers in enterprises is divided into the two extremes of packaging and engineering. However, both design and design process, are elements which are an integral part of the whole process surrounding the production and sales of products.
- Examining the enterprises that produce best design products, it can be seen that their design departments are closely overlapped with other important departments. This work environment makes it possible for these enterprises to lead in the innovation of best design products and the market, and also create a new culture for humankind.

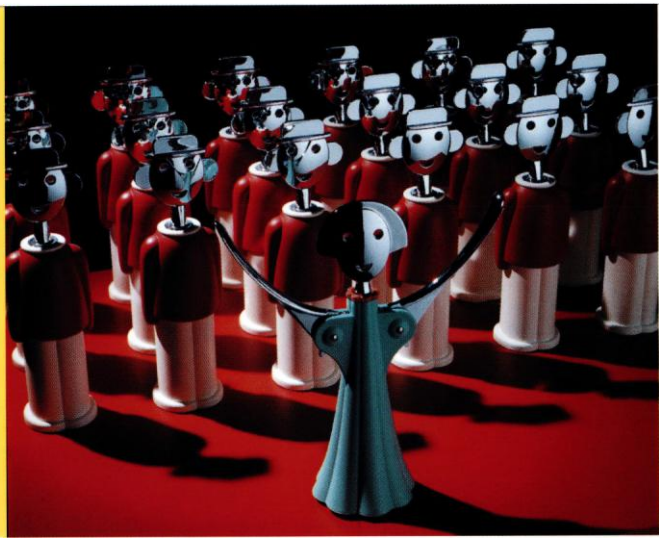
알 레 시

Alessi

이탈리아

Italy

www.alessi.it



알레시는 1921년 지오바니 알레시가 알프스 산맥 자락에 위치한 오르타호수 근처의 작은 마을 오메그나에 설립한 회사입니다. 오늘날 알레시의 차별화된 특성 중 하나는 전통적 의미로서의 산업디자인을 추구한다기보다는 디자인을 응용예술분야의 일부로 받아들여 감성이 풍부하고 이야기가 있는 제품을 만들어내는 능력을 가지고 있다는 점입니다. 알레시는 끊임없는 연구와 실험을 통해 영감을 불어넣고, 최근 30여 년간 새로운 재료와 기술을 사용하면서 새로운 시도를 보여주어 왔습니다.

The Alessi company was founded by Giovanni ALESSI in 1921 at Omegna, a village on Lake Orta in the foothills of the Alps near Novara. One of Alessi's special features today is its ability to reconcile its typically industrial needs with its tendency (at the intellectual and spiritual level) to consider itself more as a 'research laboratory in the field of the applied arts' than an industry in the conventional sense. This is what inspires Alessi's tireless research and experimentation, which has led it over the last few years to use new materials and new technologies: wood, porcelain and ceramics, plastic, glass and crystal, electricity and electronics.

ALESSI

알 밀 모

Allmilmö

독일

Germany

www.allmilmoe.de



독일의 작은 도시 자일 암마인(Zeil am Main)에 위치한 알밀모는 1964년 이후 줄곧 고품격의 맞춤형 부엌시스템을 생산하고 있습니다. 알밀모의 부엌시스템은 세심하게 연구된 기능적 구조와 최고급의 소재와 마감, 우아한 구조의 디자인이 특징이자 강점입니다. 알밀모는 개별적인 디자인과 취향 및 선택에 따른 제품개발에 초점을 두고 있으며, 전문가들이 직접 부엌플래닝, 디자인, 설치까지 책임시공합니다. 독특하고, 기능적이며, 누구나 쉽게 이용할 수 있고 시각적으로도 아름다운 알밀모의 제품들은 싱크, 수납, 조리의 세 분야로 구성되며, 모두 공간절약형으로 디자인되었습니다.

Among those who follow architectural design, Allmilmö is recognized worldwide as a leading contributor to the form and function of today's contemporary kitchens. Allmilmö has been producing high-quality fitted kitchens of premium brand in Zeil am main since 1964. Allmilmö focuses its product development on individual design, taste, and choice. The manufacturing creates products that are based on layout; kitchens are designed to be unique, functional, accessible, and visually appealing. Each line has three main areas - sink, storage, and cooking - which each have space-saving features.

allmilmö

태 평 양

AMOREPACIFIC

한국

Korea

www.amorepacific.co.kr



태평양은 1945년 '기술과 정성으로 아름다움과 건강을 창조하여 인류에 공헌한다'는 이념으로 설립된 이래 오늘에 이르기까지 한국 화장품산업 1위를 고수하고 있습니다. 'Dream of Beauty'라는 슬로건을 가지고 미와 건강을 축으로 하는 생활문화사업을 기반으로 '감성 마케팅'을 통한 차별적 디자인경영을 펼치고 있는 태평양은 B/E/S/T-Beauty-oriented, Ecology-oriented, Service-oriented, Technology-oriented 디자인경영전략으로 글로벌 브랜드컴퍼니 실현을 추구하고 있습니다.

The number one company in the Korean cosmetic industry, AMOREPACIFIC corporation was established in 1945 based on the idea of contributing to society, while creating beauty and health with leading technology and outstanding devotion. AMOREPACIFIC is moving forward with a distinctive management style in accordance with a marketing strategy under the slogan of "Dream of Beauty," with the pursuit of a cultural life industry as its fundamental concept. Additionally, its BEST management strategy (beauty-oriented, ecology-oriented, service-oriented, technology-oriented) is the force behind its drive towards becoming a global brand company.

AMORE PACIFIC

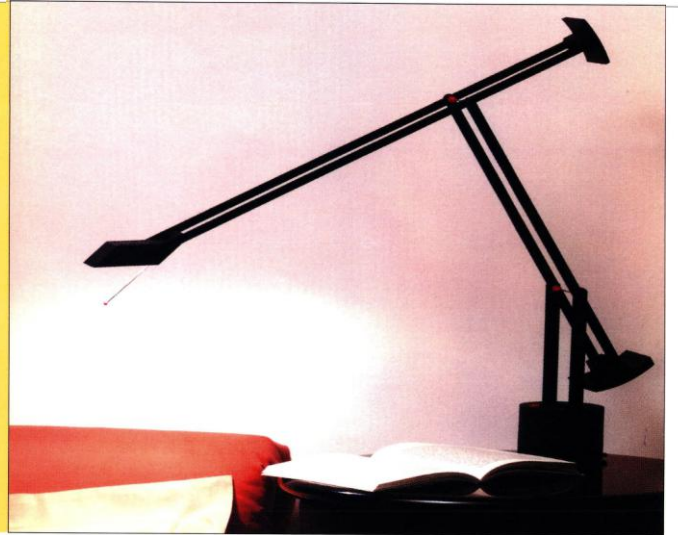
아 르 테 미 데

Artemide

이탈리아

Italy

www.artemide.com



1959년 에르네스토 지스몬디와 세르지오 마짜가 설립한 아르테미데는 오늘날 전 세계적으로 16개의 자회사와 계열회사, 그리고 35개의 배급사들을 두고 있으며 이탈리아, 프랑스, 독일, 미국, 헝가리, 체코슬로바키아에 생산본부를 두고 있습니다. 40년 이상 아르테미데는 사람들에게 빛을 하나의 친구로, 신체적 즐거움과 정신적 위안의 원천으로 제공하는 것을 목표로 삼아 왔습니다. 아르테미데는 '인간적 조명'이라는 가치를 내걸고 다양한 작업그룹으로 하여금 전 디자인공정에서 그 의미를 탐색하게 함으로써 이러한 목표를 이루어왔습니다.

The Artemide Group, founded by Ernesto GISMONDI and Sergio MAZZA in 1959, today operates throughout the world, through 16 subsidiary and affiliated companies, and 35 exclusive distributors. They have production centers in Italy, France, Germany, the USA, Hungary and the Czech Republic. The Artemide light has never been solely a function of seeing. For more than 40 years, the Artemide Group has aimed to propose light as a companion to people, as a source of physical pleasure and mental comfort. And they have done so, with different work groups, searching through the whole design process, starting with a declaration of values: The Human Light.

Artemide

뱅 앤 올루슨

B&O

덴마크

Denmark

www.bang-olufsen.com



“놀라움과 오래도록 지속되는 경험을 탐구하기 위해 일상에 끊임없이 질문을 던지는 용기.” 이것이 바로 미래를 향한 뱅앤올루슨의 비전인 동시에 지난 79년간 뱅앤올루슨이 지켜온 가치이자 문화입니다. 뱅앤올루슨의 역사는 기술 및 디자인의 발전과 함께 해왔습니다. 이는 평범함을 거부하고 기존의 관념에 도전하고자 하는 회사의 철학과 문화의 결과입니다. 뱅앤올루슨은 자신들의 철학과 생각을 담아 개개인에게 다가갈 수 있는 디자인을 선보이며 소비자들로 하여금 단순히 오디오를 구입하는 것이 아니라 생활의 동반자로 느끼도록 하는 것을 목표로 합니다.

“Courage to constantly question the ordinary in search of surprising, long-lasting experiences.” This is Bang & Olufsen’s vision for the future, but it also encapsulates the values and culture that have played a part in defining the company throughout its first 79 years of existence. The Bang & Olufsen history is a series of technological and design firsts, which are the result of a company philosophy and culture rooted in the desire to create products that are out of the ordinary and challenge existing perceptions.

BANG & OLUFSEN B&O

브라운

Braun

독일

Germany

www.braun.de



독일 소형가전의 명품인 브라운은 1921년 독일 프랑크푸르트에서 막스 브라운에 의해 설립되었고 1967년에 질레트가 인수하였습니다. 40여 년간 이어져 온 ‘단순미 & 기능성’을 강조한 흑백디자인은 이제 ‘브라운의 아이콘’이 되었습니다. 기능성디자인이라는 세계적인 디자인철학의 흐름에서 영향을 받은 브라운의 디자인은 단순함과 정확한 성능으로 대표되는 ‘기능적 아름다움’으로 유명합니다. 또한 독일인 특유의 정확성과 기술, 엔지니어링이 돋보이는 브라운제품은 심미적인 디자인과 함께 최고의 성능과 품질을 자랑하고 있습니다.

Founded in 1921 by Max BRAUN in Frankfurt, Germany. Braun has been a member of the Gillette Group, Boston, Massachusetts, since 1967. Braun products are world-renowned for their design, quality and innovative ingenuity, in particular focusing on design-oriented consumers. The design of the products was characterized by consistent styling and by features such as geometric shapes, clearly structured elements and a reserved use of color. With its unmistakable design philosophy, the company has frequently established new trends in the market. Braun’s innovative performance features, unobtrusive aesthetics and high quality down to the last detail explain the special fascination of the appliances.

BRAUN

에 넥 스

ENEX

한국

Korea

www.enex.co.kr



에넥스는 국내 최초로 입식 부엌문화를 도입한 부엌가구의 선구자입니다. 1971년 창립 이래 30여 년 동안 아름답고 편리한 부엌만들기에 주력해온 부엌가구전문화사로, 에넥스의 역사가 곧 한국 부엌가구의 변천사이기도 합니다. 업계 최초로 주방가구연구소를 설립하여 주방가구디자인의 이론적 토대를 마련하였고, 이를 토대로 보다 과학적이고 인체공학적인 디자인 접근이 가능하게 되었으며 산학협동 등을 통해 디자인인프라를 구축하는 주도적 역할을 하고 있습니다. 에넥스의 디자인경영전략의 핵심은 사용자에게 가장 이상적인 부엌인 휴먼키친의 완성입니다.

ENEX is a pioneer in the domestic kitchen furniture industry. It introduced the culture of the stand-up kitchen for the first time in Korea. Since its foundation in 1971, ENEX has strived to provide customers with beautiful and convenient kitchen environments. As a company specializing in kitchen furniture, ENEX has written the history of Korean kitchen furniture. The core of the company's management strategy is the concept of the Human Kitchen, an ideal kitchen for the user.

ENEX

조 반 네 티

Giovannetti

이탈리아

Italy

www.giovannetticollezioni.it



피렌체 북서쪽의 피스토니아에 위치한 조반네티는 산업가 베니토 루이지 조반네티에 의해 1960년대 중반에 설립되어 국제적으로 인정받고 있는 이탈리아의 가구생산기업입니다. 조반네티는 휴식과 모임, 대화의 필요성이 점차 증가함에 따라 이를 충족시킬만한 새로운 방법과 형태를 강구하던 무렵에 설립되었고, 당시의 이러한 실험적 분위기에 완벽하게 부응하는 혁신적이고 탐구적인 디자인으로 즉시 명성을 얻기 시작하였습니다. 2003년 토탈휴식시스템인 <베리아노>로 '영앤디자인공모전'에서 금상을 수상하면서 다시 한번 이를 증명하고 있습니다.

Giovannetti was founded in the mid-sixties by Chevalier of Industry Benito Luigi GIOVANNETTI and immediately gained worldwide attention with its innovative and research products, perfectly matching the experimental climate of those years, when new forms were being created and new ways were sought to satisfy the growing necessity of relaxing, meeting and conversing. This endless research brought Giovannetti to carry out the total relax Gabbiano, the latest and successful model, winner of the golden medal at the "Young and Design" Contest 2003 (April 2003).

Giovannetti

한 국 도 자 기

Hankook Chinaware

한국

Korea

www.hankook.com



1943년 설립된 한국도자기는 동양 최초로 개발한 도자기의 여왕 '본차이나'와 세계 최초로 개발한 특수도자기인 초강자기 '슈퍼스트롱'을 전문으로 생산하며 생산량 월평균 350만개로 세계 최대의 생산량을 자랑하고 있습니다. 세계 최대의 생산량과 세계정상 수준의 품질과 기술력을 인정 받고 있는 한국도자기는 현재 세계 50여 개국에 수출되고 있으며 도자기 분야 세계 5대 메이커로 인정받고 있습니다. 한국도자기는 지금까지의 성과를 바탕으로 2010년까지 세계 정상을 목표로 계속 도전하고 있습니다.

Established in 1943, Hankook Chinaware Co., Ltd. is Korea's most prestigious manufacturer of high quality fine bone china and super strong china. Hankook's monthly capacity is well over 3 million pieces of chinaware. Hankook is the best chinaware brand in its domestic market and known as prestige class dinnerware maker. Hankook has engaged extensively in business with well-known top-brands; therefore, its capability in project achievement is world class. Hankook has acquired the International Certificates of Quality (ISO 9001) and Environmental Management (ISO 14001), and the IQNet Award recently. All these achievements have contributed to firmly establishing Hankook Chinaware as an international company producing a range of products of the highest quality.

 한국도자기주

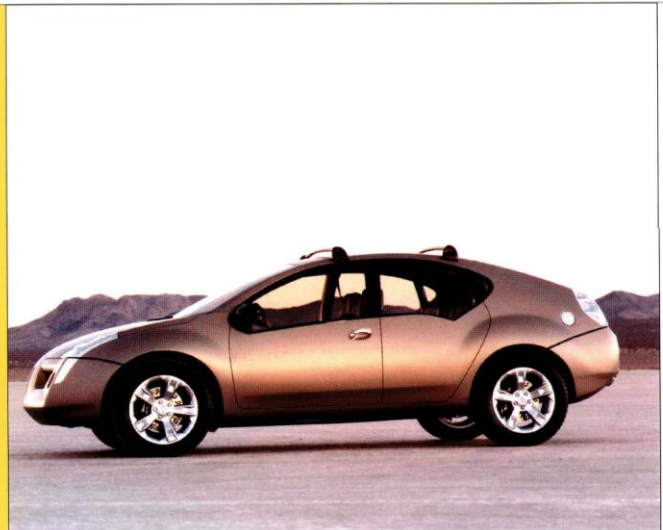
현 대 자 동 차

Hyundai Motor Company

한국

Korea

www.hyundai-motor.com



현대자동차는 1967년 설립 이래 도전과 개척정신으로 세계적인 자동차회사로 성장해왔습니다. 현대자동차의 디자인연구소는 차량개발의 핵심인 컴퓨터를 통한 차량해석단계에서 디자인 전 과정을 디지털로 처리하여 신차 개발기간을 단축시켰습니다. 이러한 단계를 거쳐 탄생되는 자동차는 디지털컴퓨터 해석, 3차원 설계과정, 가상 실험 등을 통해 안정성과 주행성능은 물론 인간공학까지 고려하는 우수성을 지니게 됩니다. 현대자동차의 국내연구소와 해외 디자인스튜디오는 인터넷데이터베이스를 통해 시공간을 초월하여 정보를 공유하고 있습니다.

Since its founding in 1967, Hyundai Motor Company has put extraordinary effort into research and development to improve its own technology. This increases efficiency through several stages of design and decreases time to market for new car models. The company utilizes three-dimensional computer-aided styling systems, which provides front, rear and side views of the cars, as well as a chance for a first check for engineers assessing the feasibility of a design. The role of computer-aided engineering extends well into the testing of a model for features such as environmental friendliness, safety, noise and performance.

 HYUNDAI

이 구 짜 니

iGuzzini

이탈리아

Italy

www.guzzini.it



1958년 설립된 이구찌니는 이구찌니그룹의 피마그사를 지주회사로 두고 있습니다. 총 직원 848명 규모의 이구찌니는 현재 마르케 주 르카나티에 본사가 있고 이탈리아 내에 17개의 직영판매점과 독일, 프랑스, 스페인, 영국, 노르웨이, 덴마크, 스웨덴, 벨기에, 중국에 지사를 두고 있으며 전 세계 64개국에 독점 대리점을 두고 있습니다. 이구찌니의 활동은 '빛을 효율적으로 이용할 수 있도록 디자인하고 기획한다'는 말로 요약할 수 있습니다. 1998년에는 문화계에 대한 지속적인 공헌을 인정받아 구겐하임 상을 수상하기도 하였습니다.

iGuzzini illuminazione was founded in 1958 and belongs to the Fimag holding company, which controls the companies in the Guzzini Group. The company's head office is situated in Recanati, in the Marche region and the company has 17 sales agencies throughout Italy, 9 branch offices (situated in Germany, France, Spain, England, Norway, Denmark, Sweden, Belgium and China) as well as sole distributors in countries the world over. Designing and planning the efficient use of light. This phrase summarizes the characteristic trait of what is done at iGuzzini illuminazione. In 1998, iGuzzini was awarded the Guggenheim Prize, in recognition of the company's constant commitment to the world of culture.

iGuzzini

엘 지 전자

LG Electronics

한국

Korea

www.lge.co.kr



국내 가전업계 최초로 산업디자인의 개념을 도입한 LG전자는 지난 40여 년간 한국 산업디자인의 발전과 함께 성장해왔으며, 디지털환경과 인간을 조화시켜 새로운 제품가치를 창출하는 '디지털생활창조'를 목표로 합니다. 디지털시대에 LG디자인의 역할은 사용자에게 제품으로 편리함과 아름다움을 제공하고 기업의 문화와 브랜드가치를 새롭게 만들며, 사람들의 생활양식이나 사회, 문화, 환경까지 포괄하는 '통합적 디자인'을 수행하는 것입니다. LG전자는 해외 디자인센터를 연결하는 글로벌 디자인네트워크를 구축하여 세계 디자인흐름에 적극 대응하고 있습니다.

LG is the first corporation ever to form an in-house Industrial Design Center in Korea. For the last 40 years, LG has contributed to the development of Korean Industrial Design as a 'Digital Life Creator' creating value in new products. The vision of the LG Corporate Design Center is to form innovative concepts of its products and designs that suit high standards of daily human life in the new digital environment. This environment acts as a 'consolidation of design' including lifestyles, societies, cultures, and environments. LG built its Global Design Network, building up a global design network to keep pace with the flow of design and to meet the needs of customers worldwide.

LG전자

삼 성 전 자

Samsung Electronics

한국

Korea

www.sec.co.kr



디자인이 '21세기 기업경영의 최후 승부처'라는 최고 경영자의 신념을 바탕으로 1996년 초 '디자인 혁명의 해'를 선언하는 등 조직, 인력, 프로세스 전반에 대한 혁신을 통해 글로벌 디자인경영체제를 갖추고 있습니다. 전 회사의 디자인을 총괄하는 CDO 산하에 350명 이상의 디자이너가 기존 상품에 대한 디자인개발 뿐만 아니라 라이프스타일, 소비자 사용행태분석, 컬러, 소재, 유저인터페이스 연구 및 뉴비즈니스 개발활동을 전문적으로 수행하는 디자인연구소를 운영하고 있으며, 샌프란시스코, LA, 런던, 동경 4개 지역에 해외디자인연구소를 별도로 운영하고 있습니다.

According to the conviction of its CEO that design will provide the final edge in corporate management in the 21st century, Samsung has declared its intent to pursue a design-driven management policy. In addition to the CDO (Chief Design Officer) overseeing the company's design-related activities and over 350 designers developing product designs, Samsung has established the Design Research Institute dedicated to research and new business development activities regarding lifestyle, user behavior, color, material and user interface. Moreover, the company set up a global design network with key sites in the US, UK and Japan.



쌈 지

SSAMZIE

한국

Korea

www.ssamzie.co.kr



'쌈지=주머니'라는 순수 우리말 브랜드로 1992년 이후 핸드백, 지갑, 구두에 이르는 패션 잡화를 선보여 왔습니다. 쌈지는 '핸드백을 입는다'는 파격적 발상으로 새로운 개념의 패션 아이템들을 개발해왔습니다. 쌈지의 대표 브랜드인 쌈지와 아이삭을 비롯해 유니섹스 브랜드인 놔, 톡톡 튀는 캐릭터 브랜드 딸기, 진리, 쌈지스포츠, 쌈 등의 브랜드를 런칭하고, 차별화된 감각과 독특한 디자인을 선보이고 있습니다. 또한 쌈지는 아트마케팅을 통해 실험적인 예술가들과 공동 작업함으로써 예술적 기운을 회사 내로 끌어들이고 있습니다.

Since 1992, the Korean brand 'SSAMZIE=Pocket', which produces fashion accessories like handbags, purses and shoes, has developed new fashion items with the sensationally bold idea of 'Wearing a Handbag.' It launched its major brands: 'SSAMZIE' and 'Issac', a unisex brand: 'Nom', and its character brand: 'Dalki', and 'Gili', 'SSAMZIE Sport', and 'Ssam' with distinct and exquisite designs. In addition, SSAMZIE fosters artistic energy inside the company through its art marketing by coordinating with experimental artists.

ssamzie

비 트 라

Vitra

스위스

Switzerland

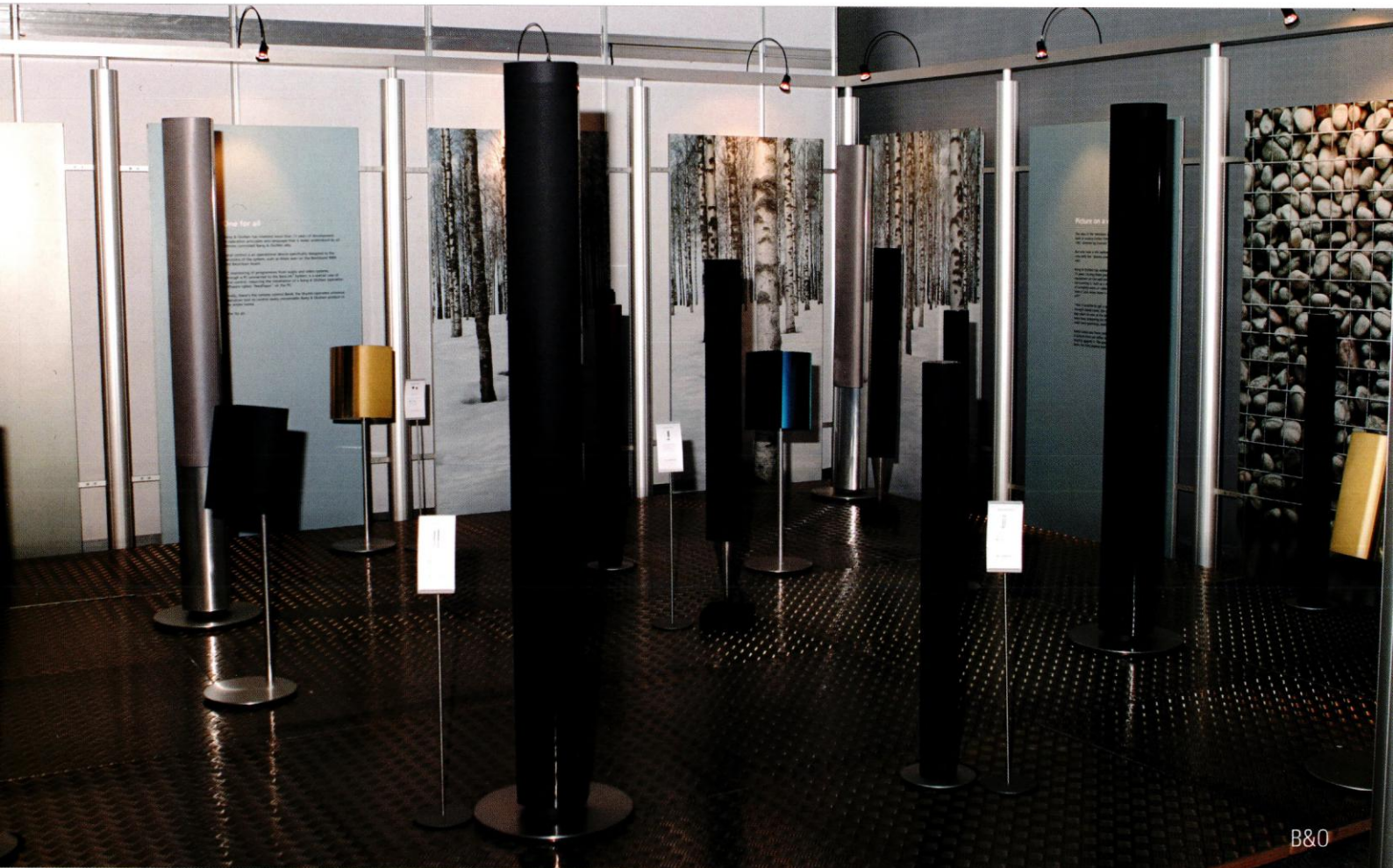
www.vitra.com



비트라의 역사는 1957년 유럽의 찰스와 레이 임즈, 조지 넬슨 디자인에서 시작되었으며, 1950년대부터 지금까지 디자인계를 이끌어온 제품으로 평가 받고 있습니다. 베르너 판톤, 마리오 벨리니, 안토니오 시테리오, 필립 스타크, 재스퍼 모리슨 등 세계 유수의 디자이너들을 기용하여 인체공학적인 제품을 생산하고 있습니다. 국제적인 은행이나 메르체데스 벤츠, 루프트한자, 애플, 코카콜라 등 세계적인 기업들이 비트라의 주요 고객입니다.

The Vitra story began in 1957, with the launching in Europe of designs by Charles and Ray EAMES and George NELSON. Such was the timeless appeal of these creations from the 50's and 60's that they are still being manufactured today. The company's product range was further extended with models from Verner PANTON, Mario BELLINI, Antonio CITTERIO, Philippe STARCK, Jasper MORRISON, and other eminent designers. Vitra's clients also include leading international banks and businesses such as Mercedes-Benz, Lufthanza, Apple in San Francisco and Coca-Cola in Atlanta.

vitra.



B&O

A&E Design / AEG / Alcatel / Blanco / Burkhard Leitner constructiv / Crown /

DaimlerChrysler / Duravit / Electrolux / Fiskars / Grupo Di / Herend Porcelain / IBM /

Ittala / Intra / Irizar / JACOB JENSEN DESIGN / Kärcher / LG Electronics / Ludwig /

MADEG / Makio Hasuike & Co / Miele / Molteni / mono / Niessing / Nissan / Nya

Best Design Corporations

Nordiska / O Luce / Propagandist / Rado / Randstad / Samsung / Schwan Stabilo /

Sedus / Siemens / Sony / Studio Idea / TATA / Toyota / Tupperware / Vivero / Vorwerk /

Yamaha / ZAG Industries / Zucchetti / Zumtobel Staff

베스트 디자인 기업 영상관

Best Design Corporations



20세기에 전개된 디자인개념은 기업의 구조와 정책에 의해 발전되고 결정되었습니다. 실제로 1960년대 이후 디자인프로세스를 합리화하고 체계화하는 과정은 기업이라는 환경에서 가능했습니다. 점차 디자인은 기업 최고경영자의 의사결정에 중요한 요소가 되었고 디자인은 곧 경영을 의미하기 시작했습니다. 기업의 발전과 변화에 따라 디자인도 발전하고 변화하게 된 것입니다. • 기업과 관계하는 베스트디자이너들은 상품의 실용적인 측면들을 개선하고, 기술과 예술을 통합하고, 상품의 인간공학적 속성과 안정성을 고려하며, 지구촌의 환경과 지역의 문화적 정체성을 디자인상품에 반영합니다. 이렇게 탄생된 기업의 베스트상품은 시장을 선도하는 것은 물론 지구촌 문화를 선도합니다.

The design concepts that were developed in the 20th century were improved and determined by both the structure and policy of corporations. In fact, the corporate environment made the design process both rational and systemized after the 1960s. Design became an important element in the decision-making process of corporate leaders and also became a meaningful factor in management. Design developed and changed along with the development and changes of corporations. • The leading designers, who are associated with corporations, enhance the practical side of products, synthesize both technology and art, consider both nature and safety in terms of human engineering and reflect global environments and cultural identities in the best design products. Corporations that create best products through such processes, not only lead the markets, but the culture of the global village as well.



A&E Design 스웨덴 Sweden | www.aedesign.se

"미와 기능, 그리고 시장의 요구 사이에서 최적의 균형을 잡기 위해 전력을 기울인다."

스웨덴 제품디자인의 위대한 스승으로 일컬어지는 한스 에리히는 톰 알스트룀과 함께 1968년 스톡홀름에 A&E Design 스튜디오를 설립하였습니다. 이들은 실용적인 어플리케이션과 우아한 솔루션으로 장 애인을 위한 제품디자인 뿐만 아니라 플라스틱 소재를 새롭게 적용시키는 방법을 개발하는 데에 역점을 두고 있습니다.



AEG 독일 Germany | www.aeg-hausgeraete.de

AEG는 독일에서 최초로 기업 컨셉과 제품디자인을 담당하는 예술고문(아티스틱 어드바이저) 직책을 만든 제조업체입니다. 1907년 페터 베렌스가 입사하면서 AEG는 명성을 얻기 시작하였습니다. 굴곡 많은 변화의 역사를 거쳐 오면서도 AEG의 가전제품은 항상 독창적이고 혁신적인 디자인이라는 특징을 고수해오고 있습니다. AEG의 제품은 수준 높은 품질, 환경친화적, 뛰어난 디자인을 자랑합니다.



Blanco 독일 Germany | www.blanco.de

75년이 넘는 역사를 자랑하는 블랑코는 주방기술, 식품서비스 설비, 의료엔지니어링 제품을 주로 공급하는 업체입니다. 블랑코의 디자인은 사람들의 미적, 인체공학적, 의사소통적인 욕구를 충족시켜왔습니다. 블랑코는 항상 혁신을 추구하며 디자인을 차별화와 브랜드 구축의 수단으로 인식합니다. 블랑코의 디자이너와 경영자들은 제품의 가치를 강조하기 위해 깔끔한 라인, 고품질의 재료에 대한 중요성을 강조합니다.

Blancoaxia

이 싱크대 디자인의 핵심은 아크릴과 화강암을 조합하여 대리석의 느낌을 내는 실그라니트(Silgranit)라는 재료를 사용하고 있는 것입니다. 넓고 깊은 개수대, 대형 여과기를 갖춘 매우 실용적인 디자인입니다.



Alcatel 프랑스 France | www.alcatel.com

프랑스의 통신회사 알카텔은 혁신적인 통신제품의 디자인, 개발, 구축은 물론 음성, 데이터, 멀티미디어와 같은 다양한 종류의 콘텐츠 서비스를 제공해왔습니다. 알카텔은 아름다움과 기능성의 융합이 얼마나 중요한 것인지 잘 알고 있습니다. 알카텔의 젊은 디자이너들은 독창성 면에서 참신함과 대담함을 보여줍니다.



DaimlerChrysler

독일 Germany / 미국 USA | www.daimlerchrysler.com

세계에서 가장 오래된 유명 자동차브랜드 메르세데스 벤츠는 일반적으로 디자인혁신의 주역으로 일컬어집니다. 이와 동시에 벤츠만이 가지고 있는 오랜 전통과의 급격한 단절을 피하여 아이덴티티의 손실을 최소화하고 있습니다.

메르세데스 벤츠 디자인의 3가지 기본사항

1. 메르세데스 벤츠는 항상 메르세데스 벤츠처럼 보여야 한다.
2. 메르세데스 벤츠는 벤츠 자동차가 지닌 모든 가치는 물론, 벤츠를 타고 다니는 사람이 기대하는 모든 가치까지 상징화해야 한다.
3. 메르세데스 벤츠의 전통을 존중함과 동시에 최대의 혁신성을 담은 디자인이어야 한다.

Mercedes SL

전설적인 모델 1954년형 300 SL에서처럼 이 차에서도 벤츠의 여러 특성 가운데 다이내믹한 스포츠카의 면모를 강조하고 있습니다. 새로운 SL 55 AMG는 시속 후 시속 100km에 도달하는데에 4.7초밖에 걸리지 않습니다. SL 클래스는 이 세상에서 만들어진 그 어떤 다른 차와도 비교할 수 없는 다이내믹한 최첨단 핸들링제어시스템이라는 독특하고 인상적인 패키지를 보유하고 있는 스포츠카입니다.



Burkhard Leitner constructiv

독일 Germany | www.burkhardleitner.de

1988년에 슈투트가르트에 설립된 부르크하르트 라이트너 콘스트루kti브는 모듈러 건축시스템분야의 선두업체로 성장해왔습니다. 슈투트가르트와 베를린에 사무소를 둔 이 회사는 전시, 인테리어, 디스플레이, 매장, 사무실 시스템을 개발하고 배급합니다. 이 회사는 기업이 사회적이고 문화적인 책임을 모두 인식하고 있어야 하며, 비즈니스는 디자인과 예술을 촉진시키는 데 적극적으로 관여해야 한다는 것을 철학으로 갖고 있습니다.



Crown 미국 USA | www.crown.com

1945년 창립된 크라운은 국제적인 산업 리프트장비 제조업체이자 판매업체입니다. 크라운은 두 가지 이유에서 디자인에 각별한 노력을 기울입니다. 첫째는 좋은 디자인이 곧 좋은 비즈니스를 의미한다는 것입니다. 우수한 디자인은 차량 운전자들의 업무를 보다 쉽고 안전하고 편안하게 하기 때문에 생산성을 높여줍니다. 두 번째 이유는 훌륭한 디자인조작은 비즈니스의 혁신과 가치를 지속적으로 발견해 간다는 점입니다.

Crown Wave

매우 정교하고 까다로운 작업에 사용되는 콤팩트한 느낌의 보조차량입니다. 운전자와 수하물을 동시에 들어올리는 기능을 더하여 작업자의 작업능력을 확장하도록 디자인되었습니다. 운전자의 시야를 가리지 않으면서 조종자가 원하는 작업을 정확하게 수행합니다.



Duravit 독일 Germany | www.duravit.de

Duravit의 역사는 184년 전 게오르크 프리드리히 호른이 도기류 생산공장을 호른베르크에 설립하면서부터 시작되었습니다.

Happy D

"적은 것이 더 많은 것이다(Less is More)"라는 명제는 본질에 집중하고 그러한 본질에 형식과 표현을 부여함으로써 성립됩니다. 디터 지거와 미하엘 지거는 '진정한 원형'이라는 독창적인 컨셉을 지켜오고 있습니다. 완벽하고 확실한 원형의 욕망을 만드는 것은 바로 기하학적 형태에 대한 철학입니다. 위에서 아래로 내려다보았을 때 이 Happy D 시리즈의 모든 제품은 알파벳 "D"의 모양을 하고 있습니다.



Grupo Di 멕시코 Mexico | www.grupodi.com

그루포디의 역사는 1970년 멕시코시티의 뛰어난 사무공간 플래너들이 팀을 이루어 활동하면서부터 시작되었습니다. 그루포디는 기능성과 이미지 사이의 균형을 추구하는 아방가르드 컨셉에 기반하여 멕시코시정에 필요한 솔루션을 제공하였습니다. 기능성과 이미지를 통한 결과 능률적이고 생산적인 작업환경이 나타났습니다.

Euro Sistema

1999년에 그루포디가 개발하여 2000년 6월에 런칭한 제품으로 엄청난 반응을 얻었습니다. 이 시스템은 기술과 기능이라는 중요한 기준이 상호작용한 결과입니다. 그루포디 디자인팀의 경험과 지속적인 연구는 생산성과 편안함을 희생시키지 않으면서 모든 사무공간의 요구사항을 충족시키는 Euro Sistema를 탄생시켰습니다. 인체공학적인 라인과 탁월한 재료를 선택한 Euro Sistema는 어떠한 사무 환경과도 조화를 이룹니다.



Electrolux 스웨덴 Sweden | www.electrolux.com

현재 130여 명의 디자인 전문가들로 구성된 일렉트로룩스의 디자인팀은 전 세계 13개 주요 도시에서 활동하고 있습니다. 다수의 수상 경력을 자랑하는 이들 디자이너들은 세계 최대 규모의 가전제품 제조업체인 일렉트로룩스 그룹에 전략적이고 실천적인 디자인을 제공하고 있습니다. 매년 5500만 점 넘는 일렉트로룩스 그룹의 제품이 전 세계 150여 개국에서 판매되고 있습니다. 일렉트로룩스는 초기에 레이몬드 로위(Raymond Loewy), 그 후에는 식스텐 세손(Sixten Sason)과 같은 디자이너들을 고용하여 이미 오래 전부터 효율적인 디자인경영의 전통을 만들어 왔습니다.

일렉트로룩스디자인센터는 일렉트로룩스그룹을 위한 주요 전략적인 디자인 틀을 제공하고 있으며 전 세계의 주요 지점에 있는 일렉트로룩스 디자인스튜디오들이 상호 네트워크를 형성하여 디자인 센터를 보완합니다. 일렉트로룩스 코퍼레이트 디자인팀은 일렉트로룩스그룹의 비즈니스 성장과 성공에 큰 기여를 하였습니다. 이 팀들은 미래의 제품에 대한 실험적인 연구를 수단으로 새로운 시장을 자극하는 데 적극적으로 활동하고 있습니다.



Herend Porcelain

헝가리 Hungary | www.herend.com

1826년에 처음 시작된 헤렌드는 세계에서 가장 독특한 도자기를 생산하는 업체 중 하나입니다. 헤렌드 도자기 공장은 손으로 만들어서 손으로 그림을 그려 넣는 도자예술로 오랫동안 추앙 받아왔습니다. 헤렌드 도자기는 독특한 수공과 디테일에 남달리 주의를 기울이며 절교한 예술성으로 175년간 명성을 이어오고 있습니다.

Prima Babos 식기세트

헝가리응용미술대학 도예과를 졸업하고 일레 슈라멜에게 사사한 여류 도예가 팔마 바보스의 작품입니다. 바보스는 1996년부터 헤렌드 도자기에서 근무하고 있습니다. 바보스의 식기세트는 헤렌드 도자기 예술을 능률적이면서도 감각적으로 해석하고 있습니다.



Fiskars 핀란드 Finland | www.fiskars.com

피스카스는 350여 년 전, 핀란드 남부에 창립자의 이름을 따라 설립되었습니다. 이미 1820년대부터 피스카스는 식기류, 가위, 식탁용 칼과 같은 철제제품을 생산하였으며, 1967년에 밝은 오렌지색 손잡이 가위로 국제적 명성을 얻게 되었습니다. 이 가위는 장시간 사용해도 손에 무리가 없습니다. 무게는 730g, 가위날은 스테인리스스틸이며, 절삭 부분에는 서로 들러붙지 않도록 코팅이 되어 있어 마찰을 최소화합니다. 조인트 부분의 완충장치는 부담을 덜어주며, 가위 끝부분으로 자를 때에도 팔 근육에 필요 이상의 무리를 주지 않습니다.



IBM 미국 USA | www.ibm.com

"위대한 디자인은 하급의 제품을 팔지 않는 것이 아니라 최대의 가능성을 획득하는 것이다"

IBM은 우아한 디자인과 사용자의 새롭고 지적인 경험을 조합한다는 가치를 지속적으로 창출하기 위해 노력하고 있습니다. IBM이 중요하게 생각하는 디자인원칙은 고객의 욕구와 고객의 열망을 모두 이해하여 독창적인 디자인을 만들어 내는 것입니다. 또한 IBM의 디자인 결정은 스타일이나 개성과는 상관없이 목적에 부합하는 형식을 통해 정통성을 추구하는 경향이 있습니다. 고객의 삶을 단순하게 만들고 복잡성을 제거하여 고객이 제품을 사용할 때 편안함을 느끼도록 디자인한다는 것이 IBM의 원칙입니다.



iittala 핀란드 Finland | www.iittala.fi

이탈라 유리공장은 1881년에 설립되었고, 이탈라라는 브랜드는 1956년에 티모 사르파넬라가 자신이 디자인한 현대적 감각의 유리제품을 위해 빨간색 소문자 'i'를 디자인하면서 탄생하였습니다. 소문자 'i'는 곧 모든 이탈라 제품의 심벌이 되었습니다. 이탈라의 모든 제품은 각 디자이너만의 개성적인 창작성을 강하게 반영합니다. 이탈라의 역사는 새로운 물건을 만들어 낼만한 용기를 가지고 있는가? 성공의 열쇠라는 것을 증명하였습니다.



Intra 노르웨이 Norway | www.intra-group.com

"인트라는 디자이너가 원하는 모든 형태를 스테인리스틸로 만들어 내는 선진 기술을 발전시켜오고 있다"

인트라는 1947년 노르웨이의 트롬하임에 설립되었습니다. 인트라는 북유럽의 일류 부엌싱크대 및 세면대 제조업체로서 우아하고 기능적인 디자인으로 유명합니다. 인트라가 사용하는 재료는 독특한 특성을 나타내는 스테인리스틸입니다. 디자인에 대한 인트라의 사명은 기능적인 제품과 미적으로 즐거움을 주는 형태로 귀결됩니다. 인트라의 목표는 전통과 기능적 특성을 유지하면서 각 제품만의 아이덴티티를 갖도록 하는 것입니다.

Intra Millinox

이 제품은 공중화장실에 완벽하게 어울리는 컨셉으로, 스테인리스틸을 주재료로 하여 제작된 세면대입니다. 철단을 같은 노르웨이 디자인의 현수소를 상징합니다. 수도꼭지를 돌리지 않고 자동으로 손을 씻을 수 있는 기능이 있어 형태 면에서 최고의 단순성을 보여줍니다.



JACOB JENSEN DESIGN

덴마크 Denmark | www.jacobjensen.com

"창조는 재창조를 요구한다. 창조의 성공이 완벽에 이르는 것은 사명감, 아이디어, 커뮤니케이션, 그리고 진보된 프로세스에 달려있다. 이러한 요구를 잘 알고 있는 사람이라면 통속성을 줄이고 명성과 생존을 높이는 결과를 얻을 수 있을 것이다. 사실 이것은 매우 간단하다." 1958년 제이콥 젠슨은 덴마크의 코펜하겐에 제이콥 젠슨 디자인이라는 이름으로 스튜디오를 설립하였습니다. 제이콥 젠슨식의 해결법을 보여주는 가장 최근의 제품으로는 마그리트 보울을 들 수 있습니다. 단순한 주방용 믹싱 볼인 이 제품이 오늘날까지 계속 생산되고 있는 이유는 기능적이면서도 고풍한 아름다움까지 갖추고 있기 때문입니다.



Kärcher 독일 Germany | www.karcher.com

Kärcher의 목표는 "더 깨끗한 세상을 위해"입니다. 1935년에 설립된 Kärcher는 여러 장소에서 다양하게 사용되는 청소기술과 장비를 개발, 제조, 판매해 오고 있습니다. Kärcher의 제품은 단순하게 외관만 보기 좋게 디자인하는 것이 아닙니다. Kärcher의 디자인은 매력적인 스타일링과 기능성, 그리고 인쇄공학을 종합적으로 작용되어 탄생한 것으로, 이미 오래 전부터 디자인을 개발과정의 통합적인 부분으로 취급해왔습니다.

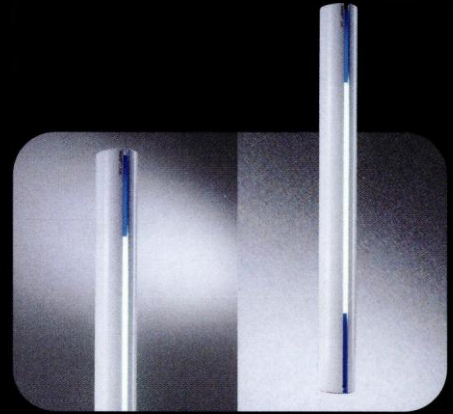


Irizar 스페인 Spain | www.irizar.com

이리자는 1889년에 마차 제조업체로 시작한 디자인 회사입니다. 세심한 주의를 요하는 전통적인 수공/제련기술이 오늘날 사용되는 첨단 기술과 프로세스로 점점 진화하여 현재는 고급 코치를 제작하고 있습니다. 개성적인 외관과 인테리어 디자인은 이리자의 트레이드 마크가 되었습니다. 이리자의 추진력은 이리자만의 접근법, 다시 말해 "사람에 기분을 두는 프로젝트"에 있습니다.

Irizar PB coach

공기역학을 이용한 이 버스는 견고함과 안전성을 자랑합니다. 안전과 편안함, 신뢰, 그리고 비용효율성에 대한 고객의 요구에 부응하도록 디자인되었습니다. 이 버스는 현 유럽의 규정과 앞으로 미래에 제한될 규정에 모두 맞추어져 있습니다.

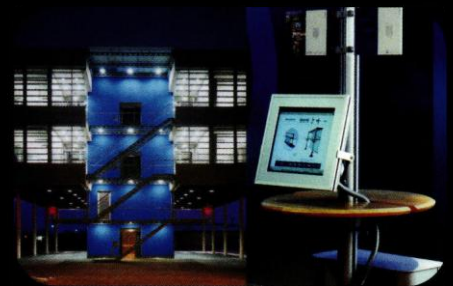


Ludwig 독일 Germany | www.ludwig-leuchten.de

1949년에 설립된 루트비히는 최상의 질과 디자인으로 명성을 얻은 회사로 성장하였습니다. 알렉산더 루트비히는 디자인이란 다양한 평가기준을 충족시키는 것이라고 믿고 있습니다. 굿디자인은 기존의 노동과 수준 높은 장인정신을 상호 소통시키고, 조절합니다. 조명은 시각적 자극에도 좋아야 하며 주관적인 감수성을 만족시키고 감성적 흥분도 불러일으킬 수 있어야 합니다.

The Tube

J. 리델의 1994년 작품입니다. 극장이나 호텔의 로비, 미술관, 갤러리, 쇼윈도 뿐만 아니라 가정에도 어울리는 조명시스템입니다. 각 부품들은 교환이 쉽고 상황에 따라 달리 적용할 수 있습니다. 모든 제품에 전자스위치와 조도 조절 장치가 부착되어 있습니다. 벽걸이형, 천정에 걸어 늘어뜨리는 형, 스탠드 램프 등으로도 사용이 가능합니다.



MABEG 독일 Germany | www.mabeg.de

1921년에 설립된 MABEG은 현대인의 생활공간을 최적화합니다. MABEG은 공공공간, 도시 가구, 공공교통수단을 위한 인포메이션 시스템의 선두 제조업체로서 프로젝트 설비에 시스템을 제공하고 있습니다. MABEG 디자인은 시원스런 컨셉과 빈틈없는 디자인이 특징적입니다. MABEG은 성공적인 솔루션의 실현을 위해 유연한 기능성과 개방적인 차단기능을 갖춘 모듈러시스템을 개발하고 있습니다.

Profile One

빌딩 내부의 서로 다른 공간을 주제적인 연속성으로 연결, 구축하는데 사용되는 모듈러 파티션 시스템입니다. 언제라도 레이아웃의 변경이 가능하며 최대한 유연하고 자유로운 연출을 보장합니다. 재료의 절묘한 혼합과 노출기술시스템을 갖춘 Profile One시리즈는 사용자에게 강한 메시지를 전달하는 매우 차별화된 환경을 창출합니다.



LG Electronics 한국 Korea | www.lge.com

LG전자는 한국에 산업시설이 거의 전무 하디시피 하던 1958년에 설립되어, 창립 이후 국내 최초의 라디오를 시작으로 하여 시장에서 명성을 얻기 시작하였고 그 후 일류업체가 되어 한국 전자제품사업의 수준을 올리는 데 공헌하였습니다. LG전자에서 디자인은 종합적인 장기 전략의 한 요소입니다. "디자인에 투자함으로써 우리는 미래에 투자를 한다." 새로운 밀레니엄을 맞아 새로운 비전을 가지고 전 세계 일류 전자업체와 IT 회사들 가운데 손꼽히는 회사가 되기 위한 노력 속에서 디자인을 핵심적인 경쟁력의 하나로 삼고자 하는 사명감을 천명하였습니다.

G-510 이동전화

18mm의 얇은 두께로 기능성을 향상시켰습니다. 더구나 이 제품은 한 손으로 열 수 있도록 디자인되었습니다. 70g의 가벼운 중량에 8줄 와이드스크린 등 슬림하면서 콤팩트한 형태를 하고 있어 정보 검색이 더욱 손쉬워졌습니다.



Makio Hasuike & Co

이탈리아 Italy | www.makiohasuike.com

일본 출신의 디자이너 마키오 하스이케는 1968년 밀라노에 스튜디오를 설립하였습니다. 마키오 하스이케의 스튜디오는 이탈리아의 일류 산업디자인 사무소 중 하나입니다. 마키오 하스이케는 하이테크놀로지 기기와 도구에서부터 패션 액세서리에 이르는, 크고 작은 가전제품에서부터 가구와 가정용 소품까지, 그리고 그래픽디자인과 포장디자인에서 전시디자인에 이르는 광범위한 분야를 다룹니다.



Miele 독일 Germany | www.miele.de

"결국 성공이란 제품의 질에 대한 전체적이고 완전한 확신을 통해서만 얻어지는 것이다."

Miele의 성공의 초석은 설립자인 카알 밀러와 라인하르트 진칸에 의해 마련되었습니다. 이들이 내건 "영원히 더 낮게"라는 슬로건은 창립자의 기업철학입니다. Miele라는 이름이 곧 품질과 정확성, 신뢰의 동의어입니다. Miele 디자인은 기능성을 강조하고 독특하면서도 일반인들에게 쉽게 인식되는 외관을 창조하는 데 목적을 둡니다. 다시 말해 품질의 시각화입니다.



Molteni 이탈리아 Italy | www.molteni.it

몰테니는 1930년대에 이탈리아의 귀사노에 창립되었습니다. 1980년 이후 몰테니는 단순하고 우아한 가전환경을 연출하기 위해 모듈러 퍼니처를 포함한 광범위한 컬렉션을 선보이고 있습니다. 몰테니는 두 가지 접근법을 적용합니다. 하나는 정교한 수공기술, 자재에 대한 노하우, 세심한 마감, 제품의 개인주의를 고수합니다. 그리고 다른 하나는 새로운 솔루션을 창조하는 지속적인 실험에 기반한 기술적인 연구입니다.

Less

장 누벨이 파리의 카르티에 재단을 위해 책상처럼 보이는 테이블을 디자인하였는데 바로 이것을 몰테니에서 제작했습니다. 몰테니가 제작한 이 제품은 우아한 미니멀리즘 디자인의 상징이 되었습니다. 누벨의 특징인 테크니컬한 기술이 여기서도 나타납니다.

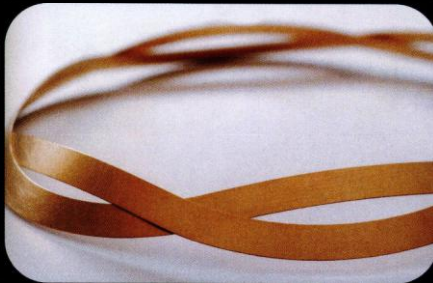


mono 독일 Germany | www.mono.com

빌헬름 자이벨은 1895년에 Seibel Britannia Goods Factory를 설립하였습니다. 독일 메트만에 세워진 모노는 여러 세대를 거쳐 내려오면서 완벽성과 미적으로 유행을 타지 않는 포크, 스푼, 나이프세트와 테이블 액세서리를 제조해오고 있습니다. mono의 목표는 삶의 질을 향상시키는 새로운 기반을 마련하기 위해 매일 사용하는 일상용품을 소중하게 여기고 계속 새롭게 만들어가는 것입니다.

mono-a 포크 나이프세트

mono-a는 모노의 포크 나이프세트의 정수라 할 수 있습니다. Peter Raacke가 1959년에 디자인한 이 제품은 형태와 기능에 있어 순수주의자의 결정판, 그 상징이라고 할 수 있습니다. 고전으로 인식되는 mono-a는 전후 독일에서 가장 많이 팔린 포크 나이프세트로 잘 알려져 있습니다.

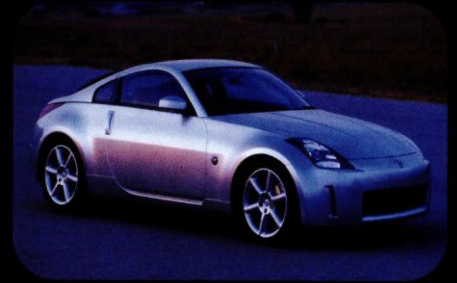


Niessing 독일 Germany | www.niessing.com

니싱은 현대적인 보석을 디자인하고 판매하는 보석제조업체입니다. 1873년에 금세공 장인인 헤르만 니싱이 독일의 브레덴에 이 회사를 설립하였습니다. 니싱 제품은 각각의 보석의 주제가 '분명하게 공식화' 되고 '논리적인 사고'에 입각한 하나의 단일하고 명확한 생각에서 만들어집니다. 니싱의 제품은 그 자체로 자각적이고 설득력 있는 외관을 자랑합니다.

Braided Jewelry

금속판을 잘라 만든 이 제품은 원을 이루어 꼬여 들어갑니다. 두 개 혹은 세 개의 밴드로 만들어진 무한한 그리, 컴퓨터로 계산된 곡률 모델, 정확한 커팅을 위한 레이저, 그리고 정확하게 형태를 고정하는 특수합금 등이 바로 이 제품의 솔루션입니다. 이 제품의 두께는 불과 4분의 1mm에 불과하며, 모서리는 둥글게 처리되어 있습니다. 값비싼 금속으로 만들었지만 그러면서도 극도로 가볍고 견고한 피스, 재료와 힘, 유연성과 균형이 특징적입니다.



Nissan 일본 Japan | www.nissan-global.com

닛산은 1933년 소형 Datsun 여객차량과 자동차 부품의 제조와 판매를 목적으로 설립되었습니다. 고객을 완벽하게 만족시키는 자동차를 디자인하고 엔지니어링한다는 사명감을 가진 닛산은 교통안전에서부터 국제적인 환경에 대한 배려에 이르는 자동차 사용에 관련된 여러 이슈들을 표명해왔습니다.

ideo- 2001년 도쿄모터쇼

ideo의 외관과 인테리어는 사용자 친화적인 진보적인 디자인으로 처리되었습니다. ideo는 탑승자들의 좌석을 외부 세계로 연결하는 하나의 매체입니다. 이 세상의 무수한 정보에 효율적으로 접근하는 통로를 제공함으로써 커뮤니케이션을 즐길 수 있도록 하는 것이 이 컨셉터의 목표입니다.

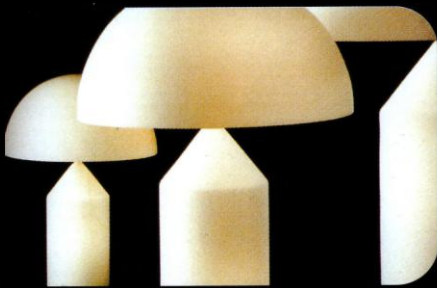


Nya Nordiska 독일 Germany | www.nya.com

니아 노르디스카는 35여 년전 하인츠 쾨트겐이 설립한 텍스타일 회사입니다. 니아 노르디스카는 항상 현대적이면서도 유행을 타지 않는 디자인을 추구하고 있습니다. 그리고 이것은 현재까지 오랜 기간 동안 니아 노르디스카의 트레이드 마크가 되었습니다.

Bijoux

니아 노르디스카의 화학 유리섬유 산업은 더욱 새롭게 창조된 제품과 함께 텍스타일 디자인의 지평을 확장하고 있습니다. 금, 은, 황철광, 구리 그리고 심지어 수은의 원광인 진사와 같은 금속 세계에의 탐험을 통해 금속의 박판, 스틸, 프린트, 염색 공정으로 만들어지는 슈퍼파인 소형밴드를 만들고 있습니다. 현재 이처럼 불가능해 보이는 공정을 거쳐 니아 노르디스카는 가정용 제품을 만들고 있습니다. 하인츠 쾨트겐이 장식한 페브릭은 50%는 폴리에스테르, 50%는 폴리에스테르 금속으로 만들어져 있습니다.

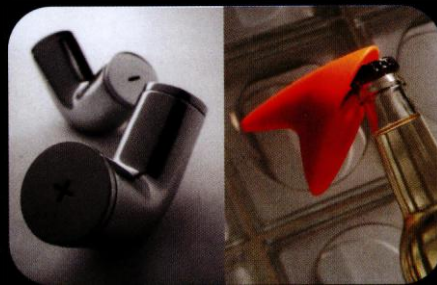


O Luce 이탈리아 Italy | www.oluce.com

1945년 취세페 오스투니가 밀라노에 설립한 오 루체는 오늘날에도 여전히 왕성한 활동을 하고 있는 가장 오래된 이탈리아 조명디자인회사입니다. 1990년대 후반 오 루체는 이탈리아와 유럽의 디자이너들에게 문을 열어, 자신들이 갖고 있는 최신의 트렌드 지식으로 오 루체에 기여할 수 있도록 하였습니다. 오 루체의 경험은 이들에게 큰 힘이 되었고, 오 루체는 이들이 자신들의 언어로 스스로 자유롭게 표현할 수 있는 자유를 부여하였습니다.

Atollo

램프란 이런 것이어야 한다는 램프의 정의를 유감없이 보여주는 그레픽적인 실루엣으로 오 루체의 상징적인 아이콘이 된 작품입니다. 아몰로의 비밀은 아마도 기하학적인 형태에 있을 것입니다. 실린더 위의 원뿔, 그리고 모든 형태에는 반구체가 올라가 있습니다. 탁상용 램프의 경우 직접 조명은 물론이고 조명의 밝기조절이 가능합니다. 유백색의 무라노유리로 빛이 부드럽게 퍼지도록 만들었습니다.



Propagandist

태국 Thailand | www.propagandaonline.com

"우리 디자이너들은 회사의 심장이자 영혼이다. 하나의 회사 안에서 우리는 국내에서 독자적으로 갖춘 우리의 재능에 대한 불굴의 의지와 신념으로 목표에 도달하기 위해 고군분투한다."

1994년에 설립된 프로파간다스트는 태국의 제품디자인 세계에 새로운 시대를 연 초석이 되었습니다. 새로운 형태를 창안하되 각각의 기능성을 갖도록 하는 것이 주요 디자인 목적입니다. 이 회사의 이름에 들어있는 프로파간다스트는 일상용품으로 간주되는 품목에 재미를 더함으로써 일상생활에 변화를 주는 것입니다. 이러한 목표는 단순히 다른 것이 아니라 근본적인 차이를 주는 것으로서, 침울한 분위기의 제품을 스릴 넘치는 개인주의적 물건으로 변형시킵니다.



Rado 스위스 Switzerland | www.rado.com

라도는 단단한 금속을 주재료로 한 미적으로 정제된 최초의 손목시계로 40여 년 전에 이미 새로운 기반을 형성하였고, 1962년에는 세계 최초의 스크래치방지 손목시계를 발명했습니다. '완전히 새로우면서 완벽하고 참되게'는 모든 라도의 개발품이 강조하는 철학이며, 형태와 기능의 조화, 시대를 앞서가는 디자인, 그리고 그것이 미래 지속성을 갖기 위해 새로운 재료로 창출하는 것이 라도의 목표입니다.

Ovation

시계와 밴드가 조화로운 모습을 창출하면서 서로 부드럽게 흘러 들어갑니다. 스크래치 방지 세라의 재료로 만든 깔끔한 조형적 언어가 돋보입니다.



Samsung 한국 Korea | www.samsungelectronics.com

"모든 사업에서 가장 중요한 자산은 그 회사의 디자인과 그 밖의 창조적인 능력에 달려있다. 나는 21세기의 최종 승자는 이러한 기술에 의해 결정될 것으로 믿는다."

삼성은 1938년 이병철회장이 창립한 회사입니다. 1969년에 삼성전자가 출범한 이후 오늘날 혁신적인 전자제품 솔루션을 제공하고 공급하는 업체로서 세계적인 리더가 되었습니다. '이성과 감성의 균형'이라는 디자인철학에 기반을 둔 삼성디자인센터는 차별화된 제품을 창조하는 것은 물론 고객의 예상을 뛰어넘는 새로운 경험과 가치를 창출하고자 합니다.

GSM 방식의 이동전화 SGH-T100

TFT LCD 화면이 장착된 최초의 GSM 방식의 이동전화입니다. 미래적 느낌의 공기역학적인 디자인은 전화기에 적용될 수 있는 최첨단 기술을 구현합니다. 폴더식의 이 전화기는 컬러 LCD 화면에 128x160 픽셀의 화질을 자랑합니다. 사용자가 원하는 바탕화면을 TFT LCD 디스플레이에 펼칠 수 있으며, 고해상도의 화면 외에도 16화음 전화벨로 사용자 개인의 독특한 개성을 표현할 수 있습니다.



Randstad

네덜란드 Netherlands | www.randstad.com

란스타드는 1967년 토탈디자인의 공동작업으로 새로운 디자인스타일을 도입하였습니다. 란스타드의 하우스스타일은 로고나 레이아웃에 관한 것이 아니라 전반적인 란스타드의 서비스 중심적인 성격에 뿌리를 두고, 란스타드의 사내와 회사 외부의 커뮤니케이션을 전반적으로 활성화시켰습니다. 이 회사의 철학에서 로고를 분리하거나 로고에서 회사의 철학을 분리하는 것은 불가능한 일입니다.



Schwan Stabilo

독일 Germany | www.stabilo.com

1885년 설립된 슈반 스타빌로는 스타빌로라는 브랜드명으로 전 세계에 다양한 필기구와 드로잉 도구를 제조하고 판매하는 회사입니다. 스타빌로 제품개발 연구소의 목표는 트렌드의 변화를 묻고 올 테마를 찾아 신제품의 아이디어 개발에 활용하는 것입니다.

스타빌로 보스, 1971년

1971년에 스타빌로 디자인팀이 디자인한 후 1994년에 에발트 빈켈바우어가 재디자인하였습니다. 이 제품이 처음 선보일 당시에는 디자인과 기능면에서 국제적인 혁신을 이루었습니다. 즉 세계 최초의 독서용 전문 펜이었습니다. 그 형태와 기능성은 30여 년이 넘는 지금까지 인정받으면서 전 세계의 소비자들에게 사랑 받고 있습니다.



Sedus 독일 Germany | www.sedus.de

1971년에 설립된 세두스는 1995년 이후 사무실 의자, 회의실 가구, 척추 보호용 건강 가구, 그 외 다목적 의자를 제조, 생산하는 유럽의 일류 회사로 발전하였습니다. 세두스가 강조하는 부분은 이상적인 인체공학적인 디자인과 미적인 외관의 조화를 염두에 두면서 의자의 기능성과 유용성을 높이는 것입니다.

Turn Around

Udo Hasenbein이 디자인한 이 의자의 컨셉은 놀랄 정도로 단순합니다. 의자와 다리부분은 고정되어 있고 등받이는 360도 회전 가능합니다. 이 제품의 디자인은 휴식공간이나 리셉션 공간에서 이루어지는 모든 만남의 자리에서 자유를 제공하는 의자를 목표로 하였습니다. 회전식의 이 의자는 유연한 자세를 취할 수 있도록 해줍니다.



Siemens 독일 Germany | www.siemens.com

“굿디자인은 브랜드 이미지를 규정하고 공고히 해주고 개인적인 라이프스타일을 상징할 수 있어야 한다. 그러나 굿디자인은 아름다운 외관 그 이상을 갖추고 있어야 한다. 굿디자인은 아름다운 외관보다 다루고 만지고 작동하는 것에서 출발되어야 한다. 굿디자인은 제품을 유용한 것으로 만든다.”

지멘스는 150여 년 이상 상업적이고 기술적인 문제에 대한 솔루션을 찾는 혁신적인 기술과 광범위한 노하우로 고객에게 서비스해왔습니다. 지멘스는 정보와 통신, 자동차, 제어, 동력, 교통, 의료기술과 조명 분야에서 왕성하게 활동하고 있습니다. 지멘스에서 디자인은 경험을 전달할 수 있도록 기획되고 결과적으로는 단순한 작동을 유도합니다. 지멘스의 디자인은 혁신을 이해 가능한 개인적인 경험으로 해석하면서 기술의 혜택을 전달하는 것을 목적으로 합니다.



TATA 인도 India | www.telcoindia.com

“아무리 작은 일이라도 최고와 완벽을 추구해야 한다. 절대 2위에 만족해서는 안 된다.”

타타엔지니어링은 1945년에 기관차 제조업체로 출발하여 1954년에 상업용 차량을 생산하기 시작했고 오늘날 세계 상업용 차량 제조업체 중 최대 규모를 자랑하는 회사로 성장하였습니다. 인도 최대 규모를 자랑하는 타타는 기술인, 디젤, CNG 등을 사용하는 상업용 승용차와 다목적 차량 등을 생산하는 인도의 유일한 자동차회사입니다. 타타그룹은 삶의 질을 향상시키려는 목적으로 130여 년을 이어왔습니다.

Indica

작은 크기에 탁월한 내부 공간이 특징입니다. 인디카의 디자인은 현대적이고 스포티하고 발랄한 개성을 전달하면서 가격 경쟁력을 갖추었습니다. 인도에서 인디카의 런칭은 성공적이었습니다.



Studio Idea

폴란드 Poland | www.ideadesign.com.pl

스튜디오 이데아는 폴란드의 일류 디자인회사입니다. 스튜디오 이데아의 디자인작업 샘플로는 하이테크 연구실 장비, 휴대용 현금등록기, 장애인용 위한 일인용 골프차량 등이 있습니다. 이 작업들은 모두 국제적인 기업들을 위해 디자인되었습니다.

1인용 골프차량

골프를 즐기고 싶어 하지만 걸을 수 없는 장애인을 위하여 디자인되었습니다. 미국시장을 겨냥한 제품입니다.

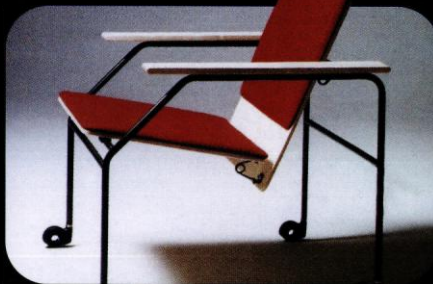


Sony 일본 Japan | www.sony.net

“이전에 어느 누구도 시도하지 않은 것을 만든다.”

“철학을 가진 제품을 디자인한다”

1946년 설립 이후 소니의 혁신은 여러 혁명적인 제품과 강력한 브랜드 파워를 창출해왔습니다. 소니는 소니만의 차별화된 열정을 가진 아름다운 면서 사용하기에 편리한 고품질의 제품을 창출하고자 합니다. 소니의 디자인은 ‘독창성’, ‘형태는 기능을 따른다’, ‘라이프스타일의 향상’, ‘쉬운 작동법’이라는 4가지 키워드로 정리할 수 있습니다.



Vivero 핀란드 Finland | www.vivero.fi

1980년 창립된 비베로는 제품과 기능적인 솔루션 뿐만 아니라 전반적인 디자인의 임팩트에 관련한 이미지와 지식을 판매합니다. 비베로는 현대건축의 통합적인 일부가 되었으며, 비베로의 디자인은 공간디자인을 수반하면서 그 수준을 향상시켰습니다.

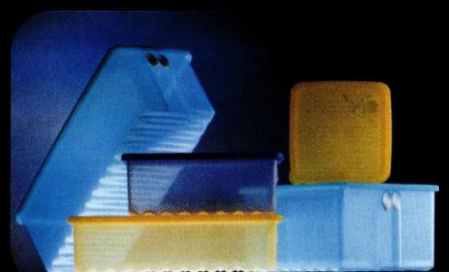


Toyota 일본 Japan | www.toyota.co.jp

도요타 자동차는 세계 일류의 방직 기계제조업체인 도요타 자동차방직 공장을 모기업으로 하여 1937년에 설립되었습니다. 도요타는 1947년에 ‘SA 모델’이라는 소형 자동차를 런칭하였습니다. 각지에 위치한 도요타의 해외 디자인스튜디오는 해당 지역 시장을 타겟으로 디자인하는 현지 디자이너 그룹이 아니라, 서로 다른 사고방식으로 새로운 아이디어를 자극하는, 일종의 문화적으로 통합된 독특한 네트워크입니다.

Prius

도요타 본사 디자인센터에서 디자인한 2000년형 차입니다. 프리우스는 세계에서 최초로 대량생산에 들어간 하이브리드 차량 컨셉의 좋은 사례입니다. 1997년에 처음 선을 보인 이후 프리우스는 도요타의 하이브리드시스템(THS)과 진보적인 디자인이 결합된 21세기에 걸맞는 차세대 세단으로 격찬을 받았습니다.



Tupperware 미국 USA | www.tupperware.com

타파웨어의 성공적인 성장은 가정용품에 처음으로 폴리프로필렌을 사용한 화학자 알 S. 타파가 타파플라스틱컴퍼니를 창립한 1944년부터 시작되었습니다. 최초의 제품 중 하나인 원더볼은 1946년 시장에 처음 소개되었습니다. 오늘날 타파웨어는 직접판매까지 담당하는 다국적기업으로 세계 일류의 자리를 차지하고 있습니다.

Fridge Smart 시리즈, 2000년

이 제품의 용기시스템은 과일과 채소를 보다 오래 보관하는 혁신의 과학적인 발견에 의해 개발되었습니다. 용기의 형태는 자연법칙을 반영합니다. 바닥 면의 주름으로 신선함을 더욱 오래 유지할 수 있습니다. 용기 내부의 공기를 빼는 흰색 버튼에도 바닥 면처럼 주름이 있습니다. 오돌토돌한 표면처리하는 이 주름의 시각적인 인상을 더욱 높여줍니다.

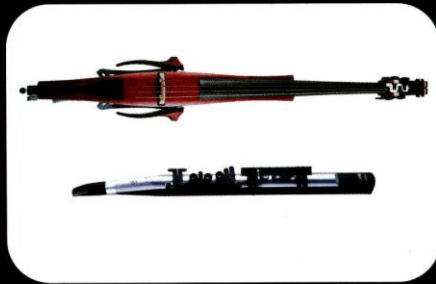


Vorwerk 독일 Germany | www.vorwerk.de

1883년 출범한 보어베르크는 70여 년 동안 독일의 부퍼탈 지역에서 고품질의 진공청소기를 제조해왔습니다. 보어베르크의 목표는 항상 놀랍고 혁신적인 디자인을 종합하면서 매우 기능적이고 인체공학적 인 품질을 보유하는 것입니다.

카펫브러시 코볼트 EB 351를 부착한 진공청소기 Kobold 131

1997년에 탄생한 Kobold 131은 최대 700와트의 전력에 정교한 필터 시스템을 자랑합니다. 따라서 알레르기 환자에게 적합합니다. 가볍고 새로우면서 디자인도 상당히 독특합니다. 전기 카펫 브러시는 먼지 부스르기와 실까지 빨아들여 일의 능률을 높여줍니다.



Yamaha 일본 Japan | www.global.yamaha.com

1887년에 오르간 제조업체로 시작한 야마하그룹은 피아노와 하모니카로 제조영역을 확장하였고, 1940-50년대부터 기타와 전자오르간을 제조하였습니다. 현재 야마하의 제품은 악기, 오디오와 통신기기, 전자장치, 방음, 스포츠장비에 이르고 있습니다. 야마하의 디자인철학은 통합, 혁신, 미, 질제, 그리고 사회적 책임입니다.



ZAG Industries 이스라엘 Israel | www.zag.co.il

1987년에 설립된 ZAG의 개발팀은 사용과 조립에 편리하고 한 손으로 작동할 수 있는 도구를 개발하면서 제한된 작업공간을 최대화하는 문제를 연구합니다. ZAG은 기능성을 추구하여 보다 넉넉하게 수납하는 새로운 디자인 방법을 모색하고 DIY 제품의 개발을 지속적으로 연구합니다.

모바일 프로젝트 센터

작업을 할 때 공구를 올려놓거나 보관하는 다목적 제품입니다. 작업에 편리한 인체공학적인 높이는 험하고 고된 일에 이상적입니다. 이동이 쉽고 편리하도록 알루미늄 손잡이를 부착하였습니다.

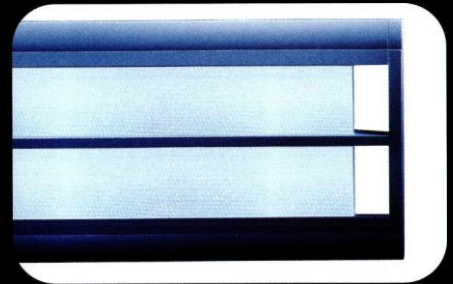


Zucchetti 이탈리아 Italy | www.zucchettionline.it

1929년에 이탈리아의 발두지아에 세워진 주케티는 마리오 주케티가 회장이 된 1946년에 옥실 금속제품으로 업종을 변경하였습니다. 주케티 제품의 성공은 무엇보다 디자인을 잘 이해하는 엔지니어, 건축가, 디자이너의 공동작업으로 이루어진 것이었습니다. 이들은 기술, 재료, 새로운 트렌드에서 영감을 받은 디자인을 통해 예술의 경지를 보여주는 제품을 제공하고 있습니다.

이지스틱

마테오 천은 이 제품에 대해 "이것은 새로운 수도꼭지가 아니라, 서로 다른 언어를 사용하는 사람들에게 단순함이라는 언어로 말을 거는 시스템"이라고 말하면서, 이것을 디자인프로세스가 아닌 물에 의해 디자인된 아이디어라고 하였습니다. 이와 더불어 이지스틱의 또 다른 강력한 아이디어는 모듈화입니다.



Zumtobel Staff

오스트리아 Austria | www.zumtobelstaff.com

"조명을 통해 지적으로, 감각적으로, 감성적으로 어필하는 것이다. 따라서 빛은 경험을 창조한다."

이 회사는 1950년에 오스트리아의 도른비른을 중심으로 설립된 회사입니다. Zumtobel 슈타프는 최적의 품질과 기술적 혁신 역량, 그리고 미적이고 기능적으로 뛰어난 디자인의 완벽한 조합이 조명의 창조적인 힘을 결정짓는다고 믿으며 이를 증명하였습니다. Zumtobel 슈타프는 조명의 형식언어에 대해 기술적인 특성과 광도측정의 특성이 한데 어우러진 대화의 한 부분으로 강조되고 개발되어야 한다고 생각하였습니다.

Aero

소트사스아소시이티(Sottsass Associati)는 Aero의 혁신적인 전자도파관 조명기술의 사례를 통해 어려운 도전을 감행했습니다. 사무실 조명을 전혀 다른 방식에서 접근하고, 새로운 질의 빛을 창조하기 위한 적절한 표현형식으로 디자인을 시도하였습니다.

디자인 전문회사관
Leading Design Firms





Leading Design Firms: Endless Adventures for Self-innovation



자기혁신을 위한 끝없는 모험

디자인은 사회적 조건으로부터 자유로울 수 없습니다. 20세기의 디자인은 대량 생산과 대량소비라는 사회적 조건 속에서 발전해오면서 이러한 사회적 조건과 환경 속에서 물질세계를 풍요롭게 하고 인간생활의 질을 향상시키는데 봉사해왔습니다. • 그러나 디자인은 자기표현의 언어이기도 합니다. 특히 21세기의 철학적이면서 양식적인 경향은 다원주의와 문화적 정체성을 강조합니다. 이러한 다원주의적이고 지역의 문화적 정체성이 강조되는 시대에서 디자이너들에게 가해지는 책임의 무게는 또한 더욱 커지고 있습니다. • 물론 디자인은 상품의 생산과 소비의 증대라는 기업의 목적을 반영해야 함과 동시에 인간공학과 미학적인 완성에 초점을 두어야 합니다. 또 다른 한편으로 디자이너들에게는 사회적이며 상징적인 언어를 개발해야 하는 문화적 책임이 있습니다. 그러나 이러한 두 가지 측면이 서로 배타적인 것만은 아닙니다. • 현재, 세계 각국의 디자이너들과 디자인전문회사들은 무한한 실험을 계속하고 있습니다. 분명 20세기의 디자인은 인류의 삶을 풍요롭게 하였고 대량생산과 대량소비에 따르는 물질의 민주화에 큰 기여를 했습니다. 이제 21세기의 새로운 구조 속에서 디자이너의 역할은 새롭게 규정되고 있으며 동시에 디자이너 스스로 혁신을 통해 새로운 정체성을 만들어가고 있습니다.

Endless Adventures for Self-innovation

Design can never be free from social conditions. The design of the 20th century was developed within the social conditions of mass production and mass consumption. Under the circumstances of the time, design contributed to the enrichment of the material world and the quality of life. • At the same time, design is a language of self-expression. In particular, the tendencies of the 21st century in terms of philosophy and style underline both pluralism and cultural identity. In such an era, where the pluralism and cultural identity of regional cultures is being stressed, the responsibility born by designers is becoming heavier. • Of course, design, which should reflect the purpose of enterprise and increase a product's production and consumption, has to focus on human engineering and aesthetic quality as well. At the same time, designers have a cultural responsibility to create a social and symbolic language. But these two aspects are not mutually exclusive. • Designers and design firms all over the world perform endless experiments. It is true that design in the 20th century enriched people's lives and contributed greatly to the democratization of material along with mass production and mass consumption. In the new structure of the 21st century however, the role of the designer has been redefined; designers have established a new design identity through innovation.



압 솔 뤼 리 얼 리 티 | Absolut Reality

www.absolut.fr

압솔뤼리얼리티는 세계 제 5위의 국제적인 커뮤니케이션/마케팅 기업인 하바스에버타이징에서 가장 큰 유닛인 Euro RSCG에 소속된 세계적인 디자인에이전시입니다. 1991년 설립되어 파리에서 활동하고 있는 압솔뤼리얼리티는 브랜드전략 및 프로젝트매니지먼트의 컨설팅 분야, 제품, 패키지, CI, 커머셜아키텍처 등의 디자인서비스 분야, CAD모델링과 공학적 분석의 테크놀로지 분야 등 세 가지 핵심 노하우 서비스를 제공하고 있습니다.

absolutreality

Based in Paris, Absolut Reality is the design division of Havas Advertising, the 5th largest communications and marketing group worldwide and belongs to the network Havas/EuroRSCG. Absolut is built around three core know-how: Consulting (brand strategy, project management), Design (product, packaging, corporate, commercial architecture) and Technology (CAD modelling, engineering analysis).



앤 파 흐 테 네 르 디 자 인 | And Partenaires Design

www.and-partenaires.com

프랑스 태생 페트리시아 바스타드와 이탈리아 태생 지아니 비아넬로 빈치가 설립한 앤파흐테네르스는 프랑스 파리와 이탈리아 베니스를 중심으로 활동하고 있습니다. 자동차, 스쿠터, 대중교통수단 등의 운송기기디자인, 식품, 화장품, 가정용 기기, 멀티미디어 등의 제품디자인, 인테리어디자인, 머천다이징과 웹, 편집 등의 그래픽커뮤니케이션디자인, 도로, 퍼블릭퍼니처, 설비, 도로시스템과 같은 도시개발과 프로젝트안내 및 기획, 디자인경영에 이르는 모든 디자인분야의 서비스를 제공합니다.



And Partenaires figures among multi-disciplinary, European players structured around a double geographic presence in France (located in Paris) and in Italy (located in the Friule-Venice region). Patricia BASTARD, French and Gianni Vianello VINCI, Italian co-founded And Partenaires in 1994. And Partenaires operates in all design areas such as transportation design, product design, architecture and merchandising, urban development, and graphic communication in all the various sectors: industry, services and trade.



앤 저 빈 | ANGEVIN

www.angevin.co.kr

이상미가 설립한 앤저빈은 미학적이고 실용적인 면을 모두 만족시키는 핸드메이드 고품질 주얼리를 생산해온 보석디자인 전문회사입니다. 자연친화적인 디자인의 고품질 핸드메이드 주얼리만을 고집해온 앤저빈은 세계적인 주얼리전문지 '보그 지오이엘로', '바젤'에 인터뷰 기사가 보도된 바 있고, 국내 최초로 홍콩 크리스티 경매에서 제품을 판매하는 등 국내외적으로 가치를 인정받고 있습니다.

ANGEVIN

Founded by LEE Sangmi, ANGEVIN has grown through consistent development with its philosophy to produce high-quality handmade products with exquisite nature-friendly designs. ANGEVIN earned strong international recognition as major jewelry magazines such as 'Vogue Gioiello' and 'Basel' have shown an interest in their products. The company's products have been sold in Hong Kong Auction Houses like Christie's, a first for a Korean jewelry business.

아트인 | ARTIN

www.artsin.com / www.artsin.co.kr

ART+인(아트인)은 1999년 설립되어 국내 유명화가의 작품을 통하여 텍스타일디자인, 넥타이, 스카프, 손수건, 티셔츠, 지갑 등의 새로운 문화상품을 개발해 왔습니다. ART+인은 서울시립미술관 문화상품개발 지명 공모 선정, 한국디자인진흥원 SUCCESS DESIGN 상품인정 획득, 우수공예 문화상품대전 100선 선정, 청주 국제공예문화상품대전 대상수상, 서울 우수관광기념품공모전 장려상 등을 수상하였습니다.



Art+인
아트인

ART+In(human) was founded in 1999 to become a leader of the national image of advertisers by studying, designing and developing the organic features of cultural goods, and promoting Korean design. ART+In was selected as a cultural goods developer by the Seoul City Art Gallery, and has obtained a certificate of Successful Design Goods by the Korea Institute of Design Promotion. In addition, its products have been selected among the best 100 works in the Best Handicraft Cultural Contest and have been awarded the Grand Prize at the Cheongju International Handicraft Cultural Goods Contest.

아우름 백승철 주얼리디자인 | AURUM Paik's Jewelry Design

www.jewelry-academy.com

아.우.름.은 1992년 백승철주얼리아카데미라는 이름으로 창립된 이래, 지난 10년간 전문 주얼리디자이너를 양성하는 데 심혈을 기울여 왔습니다. 아.우.름.은 국내 최초로 체계적인 주얼리디자인교육시스템을 소개해왔고, 과학적이고 실무위주의 독특한 자체시스템을 갖추고 있습니다. 주얼리디자인, 주얼리CAD, 주얼리제작, 금속공예 등 10개 과정을 온라인·오프라인 강좌로 운영하면서 주얼리교육의 선두주자로서 그 입지를 굳건히 지켜가고 있습니다.



Since AURUM was founded under the name of Paik's Jewelry Academy in 1992, it has devoted all its energies into training jewelry designers. For the first time, AURUM introduced a systematic jewelry design training system and has also firmly established its leading position through its own practice-centered education programs. The company runs a website, along with 10 off-line programs on various topics including jewelry design, jewelry CAD, jewelry production, metal craft.

601비상 | 601 Bisang

www.601bisang.com

1998년 설립된 601비상은 젊고 강한 디자인을 추구하는 크리에이티브집단으로, 커뮤니케이션디자인601비상, 601비상디자인연구소, 도서출판601비상 등 3개의 조직으로 구성되어 있습니다. '아트북'으로 주목받고 있는 601비상은 예술지향적인 책 디자인으로 세계적인 권위의 뉴욕아트렉터즈클럽 골드메달을 비롯하여 각종 국제 디자인전과 해외 유명 숍에서 수상, 전시, 판매되는 등 가치를 인정받고 있는 디자인전문회사입니다.



Founded in 1998, 601 Bisang is a creative group which pursues young and strong design. 601 Bisang has developed three business areas: Communication Design 601 Bisang, Design Institute of 601 Bisang and 601 Bisang Publications. 601 Bisang has won recognition with its artistic book design. The company has been awarded a Gold prize from the New York Art Directors Club, and has been invited to international design shows. Their products are sold in famous shops overseas.



B M W 그룹 디자인웍스USA | BMW Group DesignworksUSA

www.designworksusa.com

남부 캘리포니아의 최첨단 디자인과 자동차문화의 생명력에서 태어나 세계적인 디자인전문회사로 성장한 디자인웍스USA는 30여 년간 국제적인 디자인컨설팅회사의 선두로 군림해왔습니다. BMW그룹의 일부인 디자인웍스USA는 1972년 국제적으로 명망 있는 디자이너 찰스 펠리에 의해 설립되었습니다. 디자인웍스USA는 특히 인포테인먼트, 라이프+레저, 오브제+스페이스, 산업+여행, 자동차+모터사이클의 다섯 분야에서 전문적인 활동을 하고 있습니다.

BMW Group
DesignworksUSA



Born out of the cutting-edge vitality of Southern California's design and car culture, and continually enriching itself with the highest levels of global design expertise, DesignworksUSA has enjoyed thirty-plus years as a leading, award winning international design consultancy. This enduring creativity brings enduring value. Today part of the BMW Group, DesignworksUSA was founded in 1972 by internationally acclaimed designer Charles Pelly. DesignworksUSA specializes in five distinct design landscapes: Infotainment, Life + Leisure, Objects + Space, Industry + Travel, and Cars + Motorcycles.



캐럿투 (주)시스템주얼리디자인연구소 | Carottwo System Jewelry Design Institute

www.carattwo.co.kr

1989년 설립된 캐럿투는 국내 최고의 디자인과 실질적인 경제성과 실용성이 강조된 생활 속의 장신구로 전환하면서, 하나의 장신구로 다양한 패턴을 연출하고 변화를 이루어 다용도로 활용할 수 있는 다기능 신개념 시스템주얼리를 개발, 보급하고 있습니다. 귀금속 디자인분야에서는 시스템주얼리로 굿디자인에서 산업자원부장관상을 수상하면서 4회 연속 수상을 기록하였고, 한국디자인진흥원장상의 수상으로 세계적으로 주목받고 있습니다.



Founded in 1989, Carottwo has developed a new concept 'System Jewelry' for multiple-use by changing one ornament into various patterns. This System Jewelry was inspired by the changing trend of focusing on practical designs as jewelry becomes an everyday product. Carottwo has been selected to receive the GD mark for four consecutive years and has also won the KIDP President's Prize and Prize of the Minister of Commerce, Industry and Energy for its System Jewelry.



시디알어소시에이츠 | CDR Associates

www.cdrkorea.com

1973년 설립된 CDR은 한국에 아이덴티티디자인개념을 최초로 소개하면서 디자인문화 발전에 선구적인 역할을 하고 있습니다. CDR은 국내외 네트워크구성과 각국의 마케팅환경 및 트렌드 파악 등을 통해 세계적인 기업들과 네트워크 시스템을 구축하고 있습니다. CDR은 이와 같이 국제적인 수준의 프로젝트를 수행 능력을 갖추고 브랜드 컨설팅분야(아이덴티티, 전략, 네이밍)를 총괄하는 브랜드 전문회사입니다.

CDR Associates

CDR has a worldwide network system. CDR global network system includes integrating brand consulting and design offices in other countries. Capable of providing total branding systems, CDR is the nation's most accomplished branding and design consultancy, offering a various range of services from brand strategy, design, and naming to research services. CDR's team consists of the most qualified professionals. The eclectic blend of talented people in the area of brand strategy, naming and CI/BI helps our clients create, renew and strengthen their brand power.

코 스타 디 자 인 | Costa Design

www.costadesign.es

코스타디자인은 설립자 마리오 루이즈 루비오와 13명의 전문가들이 함께 소비자 전자제품과 기계 툴, 가정용 기구, 사무용 가구 등 제조분야에서 수많은 하이테크 엔지니어링/리서치 산업프로젝트를 수행하고 있습니다. 현재 바르셀로나를 중심으로 전자제품, 가정용기기, 의학용기기, 운송수단, 레저용 제품디자인 등을 서비스하고 있습니다.

costadesign



In 1995, Mario Ruiz RUBIO founded Costa Design studio, where, with a team of thirteen professionals, he currently carries out hi-tech engineering and research on industrial projects in a number of productive sectors, such as consumer electronics, machine tools, home appliances, office furnishings and others.

다 담 디 자 인 어 소 시 에 이 트 | Dadam Design Associates

www.dadam.com

1992년 설립 이후 중소기업과 대기업의 500여 신상품의 디자인을 컨설팅해온 다담디자인은 SOFT INNOVATION STRATEGY와 기업이 추구하는 마케팅전략을 바탕으로 디자인프리미엄의 전략상품을 개발하고 있습니다. 핸드폰, PDA 등의 정보통신 관련 아이템에 주력하고 있으며, 이외에도 다양한 제품디자인 컨설팅뿐만 아니라 기구설계, 금형개발까지의 종합개발솔루션을 제공하고 있습니다.

dadam DESIGN ASSOCIATES INC.



Established in 1992, Dadam has long been engaged in research and development in the field of industrial design. With its extensive experience, the company is building strategic partnerships with companies worldwide by implementing its strategy of "Soft Innovation," timely market responses. Dadam has established a flawless Concord System and carries out everything from product planning and design to molding, sample production and promotional events. This integrated system enables the customer to shorten product development periods.

디 자 인 컨 티 뒀 | Design Continuum

www.dcontinuum.com

1983년에 설립된 디자인컨티눔은 네트워크전략, 디자인, 제품개발에 주력하는 세계적인 디자인컨설팅 전문회사입니다. 사용자 중심의 사고와 비즈니스 창출을 목표로 하며, 전문적 연구를 바탕으로 비즈니스전략, 혁신적인 프로세스, 조직구성 등 총체적인 디자인컨설팅을 제공합니다. BMW, 모엔, 필립스, 프로cter앤갠블, 삼성전자, 선빔, 마스터락 등의 수많은 고객을 상대로 문화와 언어, 생활환경을 연결하는 디자인솔루션을 제공해왔습니다.

U CONTINUUM SEOUL BOSTON MILAN



Founded in 1983, Design Continuum is a globally networked strategy, design, and product development consultancy. Through its interdisciplinary nature, user-centric philosophy and business-building focus, Continuum provides clients with the design of new business strategies, innovation processes and organizational structures. Continuum has served distinguished clients such as BMW, Moen Incorporated, Philips, Procter and Gamble, Samsung, Sunbeam and Master Lock.



디자인블루 | Designblue

www.designblue.co.kr

1994년 애드뱅크로 출발한 디자인블루는 1999년 5월 창립, 2000년 아시아 최초로 칸 광고제 사이버부문에서 파이널리스트가 되었습니다. 디자인블루는 광고제작 및 대행, 웹사이트 제작, 사진, 브로슈어, 리플릿, CI, BI, 엠블렘, POP, 포장 등 국내 유수의 광고대행을 수행하며, 그래픽사업부, 웹사업부, 사진사업부, 마케팅사업부의 유기적인 업무협조로 통합마케팅커뮤니케이션을 실현합니다.



Fresh ideas and strategic thinking that break stereotypes have led to the success of advertising company, Designblue, which believes these are the factors that make it one of the best and most qualified advertising firms. Based on professional know-how and practical experience, Designblue's professionals, ranging from account executives, copywriters, creative directors, marketers, and strategy consultants, continuously make their best efforts to satisfy clients' needs.



디자인몰 | Designmall

www.designmall.co.kr

디자인몰은 1994년 제품디자인 전문회사로 출범하여 국내외 유수의 중소기업에서 대기업에 이르기까지 창의성이 발휘된 수많은 히트상품을 개발해왔습니다. 특히, 디자인, 설계, 생산업무를 연계시키고, 공학적 디자인프로세스 외에 소비자/시장 트렌드 분석에 의한 제품컨셉과 기획력을 토대로 소비자 만족을 위한 히트상품 창출에 최선을 다하고 있습니다.

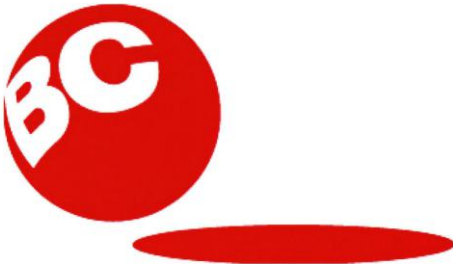


Designmall, nominated as one of the top ten Korean design studios for four consecutive years by the Korea Institute of Design Promotion, has developed original designs and numerous hit products for minor and major companies both within and beyond Korea. For each client, Designmall proposes new concepts and ideas, solving problems to create products that meet the end users' needs, and look good, feel good, tell a good story, work well, and have manufacturing economics.

디자인파크 | Designpark

www.designpark.co.kr

1984년에 설립된 디자인파크는 많은 기업들의 기업마케팅과 이미징마케팅을 성공적으로 지원해오고 있습니다. 1997년에는 인터랙티브커뮤니케이션을 위한 뉴미디어사업부를 신설하여 체계적인 브랜딩서비스 시스템을 갖추고 기업의 강력한 브랜드구축을 지원하기 위해 심혈을 기울이고 있습니다.



Since its establishment in 1984, Design Park has been successfully supporting many enterprises with corporate marketing and image marketing services. In 1997, the company established its New Media Department, which focuses on interactive communication. With its systematic branding services, the company is devoted to helping its clients build stronger brands.

에코디자인 | ECCO Design

www.eccoid.com

뉴욕에 위치한 에코디자인은 1989년 에릭 찬이 설립한 산업디자인 전문회사입니다. 사무실 제품, 텔레커뮤니케이션, 컴퓨터장비, 가정용 기구, 스포츠용품 외 광범위한 소비자재디자인 서비스를 제공하고 있습니다. 설립 후 15년 동안 에코디자인은 수많은 디자인상을 수상하고 광범위한 국제 클라이언트들 사이에 명성을 쌓아 왔습니다. 디자이너의 역할이 점차 변화함에 따라 브랜드전략, 사용자리서치, 인터랙션디자인, 제조업과의 연계 등으로 그 영역을 확장하고 있습니다.



Eric CHAN founded ECCO Design in 1989. Since the beginning, the New York City based group has believed in creating strong brands, utilizing a powerful design language resulting in user-centered design. ECCO Design is an industrial design firm specializing in a variety of consumer products, including consumer electronics, office furniture, interactive technologies, and consumer goods. As the role of designer has changed, the team's capabilities have grown beyond industrial design to brand strategy, user research, interaction design, and manufacturing liaison.

에드디자인 | Ed-Design

www.ed-design.fi

에드디자인은 북유럽의 대규모 디자인컨설팅회사 중 하나로, 1990년 핀란드에서 가장 큰 디자인 회사인 에르고노미아디자인과 데스탐이 합병하면서 탄생하게 되었습니다. 에드디자인은 의료기기, 이동통신기기 및 액세서리 등의 정보통신기술제품, 오펜, TV 등의 가정용기기, 휘트니스제품, 선박, 트랙터, 산림관리용 기계 등의 디자인을 서비스하고 있으며, 산업디자인부, 운송수단디자인부, 정보통신테크놀로지부, 모델스튜디오 등 4개 부서로 운영되고 있습니다.



ed-design

ED-Design was founded in 1990 with the merger of the two biggest industrial design offices in Finland, Ergonomia design Oy (founded in 1973) and Destem Oy (founded in 1976). It has been a major design consultancy in Finland and one of the largest ones in the Nordic region. Main types of products include medical equipment; information and communication technology products, such as accessories for mobile communication; Home appliances, such as faucets, washing machines, and ovens; Fitness equipment; Ships, tractors and forestry machinery; TV's and data displays.

엔토벤어소시에이츠 | Enthoven Associates

www.enthovenassociates.com

엔토벤어소시에이츠는 설립자 악셀 엔토벤이 1976년 IDEA(산업디자인엔토벤악셀)라는 이름으로 문을 연 뒤, 1989년 회사이름을 변경하고 사업파트너 알랭 드니스와 장-피에르 길렌, 그리고 11명의 디자이너들과 함께 운영하고 있습니다. 엔토벤 어소시에이츠는 소비자재, 대중운송수단, 가구, 전자제품, 위생설비, 디자인경영, 국제마케팅, 시장조사 등 특정한 전문분야를 정해놓고 있지는 않지만, 매출의 약 50 %가 가구와 운송수단디자인에서 발생합니다.



Enthoven Associates started in 1976 as IDEA (Industrial Design Enthoven Axel), and changed its name in 1989 when it became a partnership with Alain DENIS and Jean-Pierre GEELEN. It now has 3 partners, 11 designers and 3 support staff. In the last 26 years, more than 600 projects were executed, and approximately 1200 products were designed and developed for various branches of industry. The bureau has no sectorial specialisation, although approximately 50% of sales are done in furniture and transport.



프 로 그 디 자 인 | frog design

www.frogdesign.com

프로그디자인은 하트무트 에슬링어에 의해 1969년 설립되었습니다. 프로그디자인은 경쟁력 있는 기업체의 도전 의욕과 디자인능력을 완벽하게 결합하고, 동시다발적으로 여러 분야를 개발하면서 영향력 있는 제품과, 소프트웨어, 브랜드 가치를 개발하는 것으로 정평이 나 있습니다. 제품디자인, 디지털디자인, 브랜드/스페이스 디자인서비스를 제공합니다. 현재 캘리포니아 실리콘밸리에 본사를 두고 샌프란시스코, 텍사스, 뉴욕, 오스틴, 독일에 지사를 두고 있으며, 14개국에서 온 다양하고 창조적인 200여 명의 직원이 일하고 있습니다.

frog

Founded in 1969 by design visionary Hartmut ESSLINGER, frog has an unparalleled history of successfully applying its fully integrated design talent to address the challenges of companies competing in rapidly changing marketplaces. frog has distinguished itself by developing a process of concurrent, multidisciplinary innovation, which rapidly delivers high impact products, software and brand enhancements. Headquartered in California's Silicon Valley, frog has additional offices in San Francisco, New York, Austin, and Altensteig/Germany, and employs over 200 creative individuals from more than 14 different countries.



지 나 | Gina

지나는 1997년 설립된 개성 있고 독창적인 주얼리제품을 창작하는 회사이며, (사)한국귀금속보석디자인협회 및 (재)한국귀금속보석기술협회 회원사입니다. 2000년 8월 우수산업디자인 선정, 2001년 10월 특허청장상 수상, 2002년 우수산업디자인 선정 등의 수상경력을 갖고 있고, 2001년 10월 성남에서 개최된 성남 국제패션, 주얼리 디자인페어, 2002년 5월 제3회 상해국제주얼리페어 등에 참가하면서 해외 시장개척도 함께 병행하고 있습니다.



Gina Fine Jewelry Creator, a company founded in 1997 and a member of the Korea Jewelry Design Association and the Korea Jewelry Technique Association, has supplied jewelry products that are unique and individual in order to maximize the latent beauty of jewelry. It has a history of winning prizes held in Korea, as well as in China and Hong Kong such as Sungnam International Fashion & Jewelry Design Fair held in October 2001, and the 3rd Shanghai International Jewelry Fair held in May 2002.



G K 디 자 인 그 룹 | GK Design Group

www.gk-design.co.jp

1952년에 설립된 GK산업디자인협회를 모체로 한 GK디자인그룹은 처음에는 산업디자인분야의 서비스를 주로 해 오다가 현재는 산업, 환경, 그래픽디자인 뿐만 아니라, 시장조사, 상품계획, 지역사회 개발, 이벤트기획, 회사 아이덴티티개발 등, 디자인과 관련된 포괄적인 서비스를 제공하고 있습니다. 동경 신주쿠에 본사를 두고 있는 GK 디자인그룹은 말 그대로 11개의 디자인회사라는 독특한 그룹 조직체계를 가지고 있습니다.

GK Design Group

Established in 1952, GK Industrial Design Associates (the original name of the GK Design Group) started primarily with industrial design. Since then, GK has grown to equip itself with comprehensive designing capabilities. The GK Design Group offers a comprehensive range of design related services. GK's activities in the area of design include market survey, product planning, community development, event planning, and corporate identity development as well as industrial, environmental, and graphic design.

굿 윌 컴퍼니 | Good Will Company

www.minusung.com

굿윌컴퍼니는 2001년에 설립된 회사로, 디자이너 출신인 대표자의 이름을 따른 브랜드 마이너스웅(minus_ung)을 유럽시장에 런칭했습니다. 유럽시장에는 2001년 7월 세계 최대규모 진즈 단독 건본사인 독일 쾰른 인터-진스를 기점으로 출시하고 2002년까지 2회에 걸쳐 참가하였습니다. 2002년 8월에는 파리 WHO'S NEXT에, 2003년 1월과 6월에는 ITALY PITY UOMO에 참가하였습니다.



Minus_ung is a brand that was created for the European high-end casual market by Goodwill Company founded in 2001. After just two years on the world mainstream market, Minus_ung has gained respect, getting off to a powerful start on the road to becoming a top world-class, high-end casual brand. After another successful fair at Cologne Messe Inter-Jeans in 2001, the 2002 S/S collections could be seen in more places around Europe, including the Netherlands, shops all around Germany, and also in Australia.

하 앤 달 | Ha & Dahl

www.handahl.com

하앤달은 디자이너 권성하(Ha)와 김성달(Dahl)의 니트 전문브랜드입니다. 1987년 설립 이후 한국 패션계에서 탄탄한 입지를 구축해온 (주)레만의 '에콜드파리'와 '클럽코코아'의 뒤를 이어 2003년에 출시되었습니다. 이는 국내패션 수준이 세계적이면서도 해외에서 인정받지 못하고 있는 현실을 타파하고, 국내시장의 패션 브랜드 포화 현상을 극복하면서 국제적인 브랜드와 세계적인 디자이너를 탄생시키기 위한 도전입니다.



'Ha & Dahl' is a high quality knit wear brand designed by designer couple Sung Ha KWON & Seong Dahl KIM. The company was launched in January 2003 by one of the leading fashion companies in Korea, Leman Co. Ltd., which has owned two other fashion brands, Ecole de Paris and Club Cocoa, since 1987. Ha & Dahl is embracing the challenge of breaking into the leading fashion countries of the world to overcome the saturation of the brand fashion industry in Korea and to produce a global fashion designer brand through famous international fashion exhibitions.

에 이 치 오 엔 미 니 골 드 | HON miniGold

www.minigold.co.kr

1996년 설립된 에이치오엔은 미니골드라는 브랜드로 주얼리의 대중화를 선도하는 패션주얼리 디자인전문회사입니다. 체스, 도깨비, 퍼플골드 등의 구체적인 타깃층이 있는 서브브랜드의 확장으로 전문화를 추구하고 있습니다.



MiniGold is a representative brand of HON, a company founded in 1996 that specializes in jewelry. As a leading jewelry design company, minigold has tried to popularize jewelry with a fashion jewelry concept. By expanding sub-brands like Chess, Dokkebi, and Purple Gold, miniGold aims to specialize its creativeness through the method of concrete targeting.



인 프로 세 스 | In Process

www.inprocess.fr

2002년 설립된 인프로세스는 제품개발 매니지먼트, 서비스디자인, 인터랙션디자인, 인간공학, 산업디자인 등 소비자의 사용행태 분석을 바탕으로 제품개발매니지먼트를 전문으로 하는 디자인회사입니다. 소비자의 사용행태 분석을 위해 인프로세스의 설립자이자 디렉터인 크리스토퍼 레보르는 크리에이터와 디자이너 외에 크리에이티브 연구센터를 설립하여 인문과학분야의 전문가인 인류학자, 인간공학연구자, 민족학자들로 별도의 팀을 구성하였습니다.

inprocess

In Process is a design agency, specializing in product innovation based on user behavior observation in the fields of services design, interaction design, ergonomics and industrial design. To detect possible gaps in the "advanced user," Christophe REBOURS, president-founder of the agency, has put together a team of ergonomists, anthropologists and ethnologists, placing human sciences at the center of creative research, at the sides of the creators and designers.



이 뉴 | INHUE

inhue.koreasme.com

이뉴는 영자 'in' 과 한자 '休'의 합성어로 동서양의 만남이라는 의미와 함께 '휴식 속에서', '사람이 휴식하는'이라는 의미를 담고 있습니다. 이뉴는 서구의 주거생활인 침대문화와 한국적인 전통문화를 디자인이라는 작업을 통해 재 표현하는 패브릭 전문브랜드입니다. 이뉴는 한국적인 문양과 색감을 깊이 연구하여 감도 있게 개발되는 제품들을 통해 전통문화의 생활화, 더 나아가 한국문화의 세계화를 추구하고 있습니다.



The name INHUE was created by combining the English word "in" and the Korean word "hue," which in addition to combining the elements of East and West, also means in rest, or being in a restful state. As a professional fabric brand, our design work includes western bedding and Korean traditional culture; we attempt to develop our creative goods through a deep study of Korean patterns and culture and thus contribute to the globalization of Korean culture.

이 노 디 자 인 | INNODESIGN

www.innodesign.com

이노디자인은 1986년 세계 첨단기술산업의 중심지인 미국 실리콘밸리에 설립된 후, 1997년 서울에 이노디자인 코리아를 설립함으로써 미국과 한국에서 기반을 확고히 다져왔습니다. 미국 (비즈니스위크)지와 미국산업디자인 협회(IDSA)가 주관하는 IDEA 금 . 은 . 동상 등 세계적인 디자인상을 수상해왔습니다. 2002년부터는 라이프스타일 브랜드 'by INNO DESIGN COLLECTION'을 출시하여 패션액세서리와 리빙소품 등의 다양한 제품을 소개하는 디자인브랜드사업을 병행하고 있습니다.



INNODESIGN, Inc. is a professional design consulting group founded in 1986 in Silicon Valley in the US. In 1997, INNODESIGN Korea was established and thus, the firm gained a strong foothold in both Korea and the US. INNODESIGN has been awarded Gold, Silver and Bronze IDEA prizes, which are sponsored by the American Industrial Designers Association (IDSA) and Businessweek, and many other awards. In 2002, INNODESIGN launched a design-based lifestyle brand, the INNO DESIGN COLLECTION, introducing fashion accessories and living products to the market.

코 다 스 디 자 인 | KODAS Design

www.kodasdesign.co.kr

코다스디자인은 1992년 설립되었습니다. 이윽섭 대표 아래 디자이너팀 19명, 기구설계팀 3명, 경영지원팀 4명으로 구성되어 있습니다. "쓰임이 좋은 차이"를 소리 없이 신중하게 만들어내는 것이 코다스디자인의 목표이자 비즈니스입니다. 잘 만들어진 제품이라도 소비자와 함께 할 때만이 빛을 발할 수 있기 때문입니다.

KODAS

enthusiasm for revolution

Kodas Design was established in 1992. Director LEE You-sup leads the company which is made up of 19 designers, 3 engineers, and 4 administrative staff. To create 'difference for good use' is Kodas Design's goal and also its business. This is because the company believes that the best-designed products are only meaningful when they are embraced by consumers.



룬 드 버 그 디 자 인 | LundbergDesign

www.ollelundberg.se

1991년 스웨덴산업디자이너협회 회장 올레 룬드버그가 설립한 룬드버그디자인은 스웨덴 스톡홀름에 위치한 산업디자인회사로, 스칸디나비아 각국과 유럽뿐만 아니라 전 세계적으로 명망 있는 브랜드를 주 고객층으로 확보하고 있습니다. 룬드버그 디자인은 사무실가구, 전등, 스포츠용품 등의 제품디자인, 그래픽디자인, 커뮤니티디자인 서비스를 제공하고 있으며, 그래픽/커뮤니케이션 스튜디오인 디자인랩 아래-오길비와 사업제휴를 맺고 있습니다.



Lundbergdesign is an industrial design office in Stockholm, Sweden. In 1991, the company was founded by Olle LUNDBERG, president of the Society of Swedish Industrial Designers. Major clients include many of Scandinavia's best known brands operating in the European and the global market. They offer design services in the fields of product design, graphic design and community design. The company is partners with a graphic/communication studio called DesignLabAre - Ogilvy.

마 그 마 디 자 인 | Magma Design

www.magmadesign.net

산업분야의 전문가 8명이 한 팀을 이룬 마그마는 1965년 토니 클라리아나와 크리스티나 타버너에 의해 설립되었습니다. 바르셀로나를 기반으로 활동하는 마그마는 산업디자이너와 그래픽디자이너, 마케팅컨설턴트와 광고전문가, 크리에이티브전문가들이 모여 최상의 아이디어와 기술적, 전문적 기법을 바탕으로 디자인, 경영, 프로젝트 실행, 운송수단디자인, 모바일 기기디자인, 제품디자인, CI, 패키지, 커머셜 아티팩트 등의 서비스를 제공합니다.

magma



Established in Barcelona in 1995 by Toni CLARIANA and Cristina TAVERNER, Magma Design offers services to various industries. Magma is a multi-disciplinary business based on a team of eight professionals with top-class creative, technical and professional skills, including industrial designers, graphic designers, marketing consultants, advertising experts and creative artists, qualified to manage projects, either wholly or in part. The company provides integrated services including design, management and execution of projects in the fields of transport design, mobility design, product design, corporate identity, packaging, and commercial architecture.

엠 아 이 디 자 인 | MI Design

www.midesign.co.kr

1997년도에 설립된 M.I Design은 총 8명의 직원이 함께 하고 있는 제품 디자인 및 디자인 중심의 제품 제조 전문 회사입니다. LG전자, 삼성전자, KDS, Saturn Bath, 웅진코웨이, SPC, 만도위니아, NICE, Esto, DSI, gamma Nu 등의 주요 고객을 보유하고 있으며, 논리적인 과정을 통해 문화적 언어를 디자인에 함축하여 사용하기에 즐거운 제품을 만드는 것이 이들의 컨셉입니다.



M.I DESIGN

Established in 1997, MI Design offers design services, specializing in product design and design-driven manufacturing. MI has practiced its vision and mission "optimized design for client's business success," melting cultural language, through logical process and providing 'fun' to users. Major clients include LG, Samsung, KDS, Saturn Bath, Woongjin Coway, SPC, Mando Winia, NICE, Esto, DSI, and gamma Nu.

엠 케 이 주 얼 리 | MK Jewelry

www.kimminwhee.com

언제나 기억되기를 희망하는 아름다운 이야기를 모티브로 하여 디자인하는 엠케이주얼리의 디자이너 김민휘는 금과 은으로 취향에 맞추어 쓰는 다기능 주얼리와 현대화된 전통 신라왕조의 주얼리를 생산합니다. 직영 주얼리숍 운영과 함께, 널리 사랑받는 우리의 전통왕조보석의 생산을 목표로 예술의전당, 덕수궁, 국립현대미술관 등에 납품하고 있습니다.



 **MK Jewelry**

MK Jewelry can be described as 'Jewelry with tales'. In MK Jewelry, you can meet Minwhee KIM's world of creative works and see her collection of special jewelry designed to be used for various purposes according to individual tastes, plus contemporary versions of Korea's traditional jewelry from the Silla dynasty. With the goal of developing the jewelry culture of traditional Korean imperial jewelry, MK Jewelry has run its own retail shop and supplied its products to the Seoul Art Center, Deoksugung Palace, the National Museum of Contemporary Art and so on.

모 토 디 자 인 | MOTO Design

www.motodesign.co.kr

1988년 설립된 모토디자인은 제품디자인과 디자인경영 컨설팅업무를 하는 디자인전문회사입니다. 전 세계 각 지역에 맞는 다양한 제품을 디자인해 왔으며, 글로벌 디자인 네트워크 조직과 경험을 바탕으로 문제의식과 내용을 담은 독특한 트렌드를 개발해 왔습니다. 연간 70-80여 제품디자인 및 디자인경영 컨설팅 프로젝트를 수행하고 있으며, 15명의 스태프로 구성되어 있습니다.



MOTO

MOTO design is a product design company based in Seoul, Korea. Since 1988, the company has been carrying out 70 to 80 project-based product design and design management consulting accounts annually. MOTO has produced a variety of designs, each of which fits the unique culture of many different regions of the world. From its worldwide experience and system of global design networks, MOTO is able to compete and succeed in any market in the world. MOTO design practices critical thinking and has its own style that can bring success to its clients.

노 벨 / 뤼 그 디 자 인 | Novell/Puig Design

www.novell-puigdesign.com

1992년 설립자 조셉 노벨과 조셉 뤼그의 이름을 따라 스페인 바르셀로나에 세워진 노벨/뤼그디자인은 디자인, 프로젝트개발, 자문을 통해 제품 컨셉화서비스를 제공하고 있는 산업디자인스튜디오입니다. 가정용 설비, 설치나 공사에 필요한 부분요소들, 과학/공학 기구, 포장, 조명, 가구, 기계와 도구, 박물관설비, 전시장의 디자인서비스를 제공하고 있으며, 교육, 디자인컨설팅, 연구, 저술, 회의 활동도 전개하고 있습니다.

NOVELL/PUIG DESIGN

Novell/Puig Design is an industrial design studio formed in Barcelona in 1992 by Josep NOVELL and Josep PUIG with the aim of offering services from consulting to new product conceptualisation through to design and the complete project development. Their activities range from designing household equipment, elements for installations and construction, scientific and technical instruments, packaging, lighting, furniture, machines and tools, museum equipment and exhibitions to consulting, teaching and research.



세 미 성 | Semisung

www.semisung.co.kr

세미성은 설립 이후, "세미성"이라는 브랜드이름의 독특하고 고급스러운 이미지를 창출하는 데 성공하였습니다. 다이내믹하고, 기하학적인 조화로 생명력, 생활의 활력, 남성적인 힘을 느낄 수 있도록 하는 면, 그리고 오랜 풍화와 침식에 의해 완만한 곡선을 이룬 산과 들, 강의 모습처럼 평화로움과 모성을 느낄 수 있는 형태 등이 세미성 디자인의 고유한 특징입니다.

Semisung
New Classic Art Jewelry
세 미 성



Semisung New Classic Art Jewelry has succeeded in creating a high-class image with its brand name "Semisung." From designs which evoke the power of life through the harmony of dynamics and geometrics, to designs that reflect a sense of peace and nurturing like a gently curved river and an aged mountain which has been eroded over time, the core of the company's design focus is harmony in which nature and culture are fused together.

시 모 어 파 월 | Seymour Powell

www.seymourpowell.co.uk

1984년 영국왕립미술학교 출신의 리처드 시모어와 딕 파월이 설립한 시모어파월은 세련되면서도 급진적이고 혁신적인 제품으로 전 세계 소비자 제조업계에 기여하고 있는 런던의 디자이너그룹입니다. 전체 서비스의 약 40%를 자동차, 모터사이클, 기차, 비행기 등의 운송수단디자인이 차지하고 있습니다. 이 외에 전자제품, 디지털기기, 가정용/개인용 기기, 구조패키지 등의 서비스를 제공하고 있습니다.

seymourpowell



Seymour Powell (SP) is a London group of designers dedicated to the cause of informed, radical product innovation for worldwide manufacturers of consumer goods. SP was founded by Richard SEYMOUR and Dick POWELL in 1984. Around 40% of its business is in transportation and designing cars. Also SP has designed innovative consumer products for international markets in a wide spectrum of product areas - from consumer electronics to computers, domestic appliances and structural packaging.



탠덤 디자인 어소시에이츠 | Tandem Design Associates

1987년 'KYS-Design'으로 설립되어 1990년에 현재의 탠덤디자인어소시에이츠로 명칭을 바꾼 탠덤디자인은 산업제품 전반에 걸쳐 제품디자인개발, 제품컨셉 및 엔지니어링개발, 마케팅자문, 제품디자인 아이덴티티를 개발하고 있습니다. 1993년 산업디자인 발전유공자 상공자원부장관 표창, 1999년, 2001년 KAID 주최 한국산업디자인대상 등 다수의 상을 수상하였습니다.

Tandem
DESIGN
ASSOCIATES

KYS - Design was founded in 1987 and changed its name to Tandem Design Associates in 1990. The company offers services in the fields of product design development, product concept and marketing development, product engineering development and product identity development. Tandem has been included among the best 100 Designs of Korea (1993/ KAID) and has won numerous other awards including the Excellence Design Awards from KAID and an Official Commendation from the Korean Minister of Commerce, Industry and Energy.



탠저린 | tangerine

www.tangerine.net

올해로 창립 14년을 맞는 탠저린은 전 세계적으로 클라이언트를 확보하고 있는 유럽의 선도적인 제품디자인컨설팅회사입니다. 설립자 마틴 다비셔는 현 대표로서 경영과 디자이너를 겸하고 있습니다. 영국왕립미술학교 출신의 한국인 이돈태가 중국과 한국 시장을 담당하면서 탠저린의 부사장 직을 맡고 있습니다. 탠저린은 다양한 소비자 전자제품, 운송수단, 광범위한 비즈니스 설비디자인 외에 하우스웨어와 건강기기 디자인 서비스를 시행하고 있습니다.

tangerine
direction and design

Founded in 1989, tangerine is one of Europe's most enabled product design consultancies. Martin DARBYSHIRE is the founder and president of Tangerine - direction and design. In 2003 Tangerine became a Limited Company and Korean LEE Dontae became Vice President to take on the responsibilities for markets in Korea and China. tangerine's focus has covered a broad spectrum of consumer electronics, transport and a wide range of business equipment. Other areas of activity include housewares and healthcare.



테자인 | TESIGN

www.tesign.de

1992년 게오르그 테오도레스쿠 교수가 쾰른에 설립한 국제적인 디자인에이전시 테자인은 CD-DVD, 진공청소기, 프린터 등의 하이테크제품으로 시작하여, 현재 멀티미디어디자인과 가정용 제품디자인, 디자인연구조사로 점차 분야를 확장하고 있습니다. 독일 로마르에 본사를 두고, 쾰른지사와 1997년 오픈한 슈투트가르트지사, 2002년에 오픈한 루마니아의 부카레스트지사를 운영하고 있습니다.

tesign

Founded in Cologne Germany in 1992 by George TEODORESCU, TESIGN is an international design agency. Starting with high tech products such as CD-DVD mastering installations, vacuum machines and printing equipment, the company has extended its speciality to multimedia design, household goods design and design research. Today, headquartered in Lohmar Germany, TESIGN has branch offices in Cologne and Stuttgart (opened in 1997) and in 2003 opened an office in Bucharest, Romania.

신 세 대 디 자 이 너 관
New Generation Designers





New Generation Designers: I Design with the World

신 세 대 디 자 이 너 관

New Generation Designers

나 는 세 계 를 디 자 인 한 다

서울에서 뉴욕까지, 동경에서 모스크바까지, 부에노스아이레스에서 몬트리올까지, 파리에서 상하이까지 이제 디자인은 신세대들의 언어이자 정체성입니다. 이들은 끊임없이 자기표현을 하며 새로움을 상상합니다. 20세기 디자인을 승화 발전시키기 위한 이들의 모험과 실험은 거침없이 실천되고 있습니다. • 현 대사회의 경제, 기술, 문화를 반영하며 동시에 거부하는 신세대들의 역동성은 새로운 디자인의 탄생을 예고합니다. 한국의 신세대디자이너들은 이제 세계로 향합니다. 수동적이고 기계화된 디자인을 거부하는 이들의 혁신은 디자인과 비(非)디자인이라는 개념을 거부하며, 동양과 서양, 예술과 디자인의 이원론적인 사고의 틀을 부정합니다. • 언젠가 한국의 신세대디자이너들은 베스트디자이너가 될 것입니다. 서울에서 뉴욕까지, 동경에서 모스크바까지, 부에노스아이레스에서 몬트리올까지, 파리에서 상하이까지 한국의 신세대디자이너들은 자기를 표현하고 세계를 이끌어갈 것입니다.

I Design the World

From Seoul to New York, from Tokyo to Moscow, from Buenos Aires to Montreal, and from Paris to Shanghai, design is now a language and identity of the new generation, who consistently express themselves and long for the new. Their adventures and experiments have been practiced with no hesitation in order to improve design in the 20th century. • While reflecting the economics, technologies, and cultures of modern society and rejecting them at the same time, the energy of new generations anticipates the birth of new designs. Korea's new design generation now aims for the world. The innovation of new designers, who refuse passive and systemized designs, refuse to accept the division between design and non-design concepts as well as double ideas of East and West and art and design. • Korea's new design generation will be best designers someday. They will express themselves and lead the world from Seoul to New York, from Tokyo to Moscow, from Buenos Aires to Montreal, and from Paris to Shanghai.

경동대학교
Kyungdong University
www.kyungdong.ac.kr
윤병철 YOUN Byungchul



비밀의 화원 | The Secret Garden

도시 속 소외된 공간을 활용하여 자신만의 비밀의 화원을 계획. 지극히 개인적인 공간으로 작은 공간을 채워가며 삶의 여유를 찾길 바라는 곳... The Secret garden
The architects plan to create a "secret garden" within an undeveloped area of the city. An extremely private place, it will have a relaxing ambiance and will be a place to rest from daily life ... The Secret garden

계원조형예술대학
Kaywon School of
Art and Design
www.kaywon.ac.kr
신동명 SHIN Dongmyoung
정현주 JUNG Hyunju
황수락 HWANG Soorak
김준철 KIM Junchul



Mira Zen (Miracle Zen)

바쁜 직장 여성들의 화장 시스템을 책임지는 'Digital Furniture' 라는 새로운 개념에 접근. 바쁜 일상 속에서 여성들의 화장하는 습성이 변하면서 직업을 가진 직장여성들은 아침에 늦지 않고 서두르는 것이 필요합니다. 이 제품을 사용하면 여성들은 쉽게 화장을 할 수 있고 지친 피부를 마사지할 수 있습니다. 그리고 그들이 직장에서 돌아와 증기 수건 찜질을 합니다. Mira Zen은 아침부터 밤까지 여성들의 피부를 책임지는 종합적인 시스템 체계입니다.

New concept of 'Digital Furniture' that is responsible for busy business women's make up! As the habit of women's make-up is changing, business women need to hurry up not to be late in the morning. But once they use this product, they can wash away the make-up easily. Also, they can massage the tired skin, and do steam towel pack when they come back from work. Mira Zen is a total system that cares of women's skin from morning to night.

광주대학교
Gwangju University
www.gwangju.ac.kr
최대성 CHOI Daesung



뷰티 3 디자인(피부미용기기디자인) | Product Design (Beauty 3 Design)

첫째, 본체의 형태를 우아하고, 캐주얼한 느낌의 형상으로 사용과정에서 착지감이 좋게 하여 손목에 부담을 덜어 줄 수 있도록 인간공학적 접근을 시도하였습니다. 둘째, 본체와 스탠드를 결합한 형태가 조형성을 강조하여 산뜻하고, 일체감을 이루어서 보관시에도 오브제 느낌이 되도록 고려하였습니다. 셋째, 기존 상품의 LED 디스플레이와 작동 스위치의 배열을 LCD 디스플레이를 채용하여 사용과정을 시각화하고 경쟁상품과 차별화 되도록 하였습니다.

First, an ergonomic approach which can get better feeling of touching so that burden of wrist and can make the thing in itself more elegant and casual may be relieved was attempted. Second, It was considered to make a form combined the work itself and stand to emphasize figurative character. It gives feeling of coolness and as a body. Third, LCD display was adopted to visualize former LED display and operating of product, it makes difference with competed product.

극동정보대학
Keukdong College
www.kdc.ac.kr
이연주 LEE Eonju



Pleasure

21세기에는 대가족에서 핵가족으로 가족형태가 변화하였고, 개인중심적으로 변해가고 있습니다. 이렇게 사회상이 변화에 감에 따라 사람들은 의상에 있어서도 각각의 개성을 드러낼 수 있는 실용적인 의상을 찾을 것입니다. 그래서 이 작품에서는 실용성과 자신만의 개성을 찾는 흐름에 맞추어 활용성과 편안함을 주는 진소재에 스관 성질을 사용하였으며, 상의 전체에 삼각형 구조의 다용도 주머니를 디자인하였고, 또한 각자의 개성에 따라 떼었다 붙였다 할 수 있는 앞 가방을 만들어 보았습니다. 하의에는 각자의 취향에 맞추어 길이를 조절할 수 있는 끈을 안에 넣어 디자인하였습니다. A large family is changed into a nuclear family in 21c. Moreover, in this period, many people have individualism. They are looking for a cloth which shows their own personality and utility. That's why I designed clothes using denim which make people comfortable and utilize. Also, I use a elastic material as a point. For a jacket, I designed pockets as a form of a triangle and also, I designed a bag which can remove or attach. For trousers, depend on a person's taste, the string can adjust.

독서와 놀이를 통해 유아기의 감성을 키울 수 있도록 외부놀이공간인 기존의 놀이터에 내부공간의 도서체험을 연결함으로써 유아기에 적, 간접적으로 체험 경험을 할 수 있도록 하였습니다. 이것은 기존의 놀이터에서 벗어나 생각하고 표현하고 직접적인 참여할 수 있는 신개념의 어린이 체험터로, 유아기의 신체적, 정서적 발달 뿐만 아니라 사회성을 증진시키고 창의력과 상상력의 발달을 최대화 하게 하는 어린이 전용 문화공간입니다.

To develop a child's EQ through reading and playing, in an outdoor playground that connects directly and indirectly with a books theme and the playground's experience. We designed a new-concept children's experience space (= SYNERGY) so that they can think, express and participate. This is a child exclusive-use culture space where it not only helps develop a child physically and emotionally in childhood but also promotes social skills and can maximize originality and the imagination's development.



대림대학

Daelim College

www.daelim.ac.kr

김은애 KIM Eunae

조윤정 CHO Yunjung

조민정 CHO Minjung

녹차포장 | Package of Green tea

기존 제품은 획일화된 녹차잔 및 녹차의 고유색에서 벗어나지 못하고 있어서 한층 고급스럽고 세련된 디자인을 위해 상품명에 면과 색의 대비를 통해 제품을 더욱 강조했으며, 흐린 붓글씨의 느낌을 사용함으로써 동양적인 이미지를 부각시키고 제품의 부드러운와 편안한 느낌을 표현하기 위해 색연필 효과를 사용하여 녹차의 맛을 강조하였습니다. 또한 녹차 잎의 모양에 따라 구분되는 맛과 향을 색상으로 표현하여 각각 차 (매과차, 응조차, 작설차)의 느낌을 시각적으로 나타내었습니다.

Most existing designs about green tea's package are standardized. Their theme is limited to an image of green tea cup and green tea. This design is different from them. Products look better through a harmony of colors. It emphasize a soft and comfortable feeling trough a brush writing and colored pencil effect. The principal point of this design is orientalism. The color represents the taste and sweetness of green tea.



백제예술대학

Paekche Art College

www.paekche.ac.kr

전환석 JEON Hwansuk

M-glee

M-glee는 "my glee"의 약자로 나의 큰 기쁨이란 뜻을 가지고 있습니다. 음악을 좋아하는 사람이라면 누구나 어디서든 음악을 듣고 싶어할 것입니다. 그래서 다양한 형태와 개성을 가질 수 있도록 하였는데, 운동을 하거나 레저 스포츠를 즐길 때 불편한 점을 개선하여 휴대가 용이하도록 하였습니다. 기본적으로 들고 다닐은 물론 목에 걸 수 있도록 되어있으며, 자체적으로 밴드를 장착하게 되어 있어 시계처럼 손목은 물론 어디에나 부착할 수 있도록 하여, 개성을 연출 할 수 있는 소품이 되기도 합니다. MP3의 전반적인 이미지는 한국의 노리개에서 가지고 왔습니다. 노리개의 특징을 살려 장식효과가 뛰어나게 하여 심플하면서도 개성을 더욱더 살리는데 중점을 두었습니다.

M-Glee initial of My Glee which means "My great glee". Everyone who likes music will want to be with the music all the time. Because of that I designed it in many different styles with individuality that even on leisure sports you can use it with out any problems. Basically you can hang on the neck or with wrist band that you can put it on like a wrist watch. Also mp3's design was based on long time ago from Korea's Norigae (ornaments). By using and developing Norigae's characteristic, my design is focused on simple design with variety on characteristics.



삼척대학교

Samcheok National University

www.samcheok.ac.kr

장성열 JANG Sungyoul

눈물 | Tear of star

별의 반짝이는 형태에서 응용하여 디자인 전개한 귀걸이 목걸이 세트로 통일감있게 디자인하였습니다. 그린 시트린과 자수정을 물방울 무늬로 커팅하여 떨어지는 눈물을 표현하고, 별의 반짝임과 함께 영롱한 아름다움을 표현하고자 하였습니다. 컬러스톤으로 화려하면서 환상적인 느낌을 부여하였으며, 달랑거리는 움직임으로 재미를 주도록 하였습니다.

"Tear of star" is designed by applying shape of sparkling star. Waterdrop-shaped cutting of green citrine and amethyst expresses falling tears and the work expresses the lucid beauty as a whole. The hanging gorgeous color stone gives fantastic feeling and the pleasure of movement.



서울산업대학교

Seoul National University of Technology

www.snut.ac.kr

백경원 BAIK Kyoungwon

서울호서전문학교
Seoul Hoseo Institute of
Technology
www.hoseo.or.kr
김민관 KIM Minguan

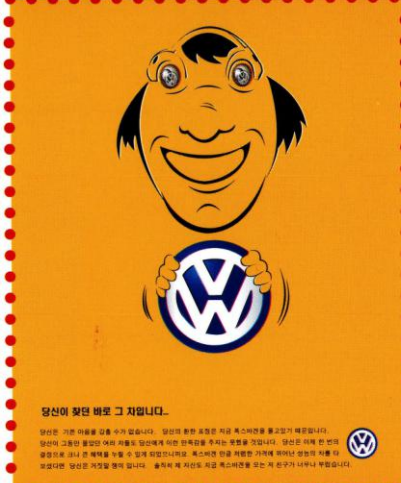


BOTA PLANET

색상을 두 가지로 나누어 식물의 별인 보타 행성(bota planet)의 캐릭터는 밝은 녹색으로 처리하였고 적대세력인 버그 스톰(bug storm)은 강한 느낌을 주기 위해 적색이나 원색에 가까운 색을 사용하였습니다. 보타 행성(bota planet)은 크게 두 가지의 세계관으로 나눌 수 있습니다. 평온하고 다소 자유로운 평화주의지만 행성의 지배자에 의해 길러지는 식민지생활의 보타 행성(bota planet)과 군사적, 경제력으로 남의 나라나 후진 민족을 정복하여 자기 나라의 영토와 권력을 넓히려는데 목적을 가진 제국주의 버그 스톰 행성(bug storm planet)입니다. 그 두 세계관의 대립과 긴장감이 전반적인 내용입니다.

Two colors of a character divided scope. A ton of the bota character is bright green and bug storm planet is red in order to give strong feeling. But it is to use the color which is close to a primary color. Bota planet can divide two world views. There are a little bota planet and military affairs of the colony life that is calm, and is nourished by master(god kourch) of an a bit free free peace man planet, and it is me of the south with economic strength, but gained in order subjugates a junior race, and to enlarge a native territory and authority, but it is the imperialism bug storm planet which had a purpose. The contents that a contraposition and a tension of the two world view are general will work, but this will rise on an area to have made voluntar.

세일대학교
Seoil College
www.seoil.ac.kr
방용덕 BHANG Yongduk



폭스바겐 광고디자인 | Volkswagen

폭스바겐의 뉴비틀을 모델로 한 광고작품입니다. 운전자 머리의 뉴비틀과 눈동자에 비치는 폭스바겐 로고가 즐거워하는 운전자의 표정과 조화를 이룹니다. 이것이 이 작품의 컨셉입니다. 옐로우와 블랙을 사용하여 깔끔한 느낌을 주었고 곡선을 사용하여 폭스바겐, 뉴비틀의 부드러운 이미지를 나타냈습니다.

New Beetle frame of Volkswagen by a main model advertisement work New Beetle frame image and Volkswagen logo that shine in pupil amused driver's expression of head. Justly itself is concept of this work. Gave smart feeling and uses curved line and shows Volkswagen, soft image of New Beetle frame to use Yellow and Black.

세명대학교
Semyung University
www.semyung.ac.kr
최원석 CHOI Wonsuk



사운드 페스티벌(Sound Festival)에 걸맞게 화려하고 생생한 음향을 표현하는 데 중점을 두었습니다. 살아 움직이는 문어의 형상과 그 문어의 팔팔을 스피커로 표현함으로써 살아 움직이는 생생한 음향을 시각화 하였습니다. 또 행사포스터디자인에서 중요한 항목인 주목성을 최대한 살리기 위해서 배경색을 강렬한 레드로 설정하였으며, 그 안의 오브젝트들도 강한 색상대비를 사용함으로써 포스터의 주목성을 살리며 강력하고 화려한 음향을 나타내는 일석이조의 효과를 노렸습니다.

I focused on expressing splendid and fresh sound being well balanced with Sound Festival. I visualized vivid sound by representing shape of an octopus in motion and acetabulums of an octopus as a speaker.

송의여자대학
Soong Eui Women's College
www.sewc.ac.kr
민영애 MIN Youngae



몽별 | Mongbyul

몽별은 송의여자대학의 교화인 목련과 빛나는 이미지인 별을 합친 송의여자대학의 캐릭터 이름입니다. 별이 머리에 목련꽃을 쓰고있는 것으로 머리에 목련은 교화를 상징하고, 몸통인 별은 미래 지향적인 송의 여대의 이미지를 표현하였습니다. 그리고 별의 각각 5 꼭지점은 믿음, 진리, 사랑, 소망, 꿈을 향한 송의인의 진취적인 자세를 상징하게 하였습니다. 이런 느낌을 살리기 위해 선을 매끄럽게 하기보다는 특특 튀는 느낌으로 선의 느낌을 살려 주었고, 갈라지는 느낌을 주어서 막히지 않은 자유로움을 주었습니다. 자칫 정신없어 보일 수 있는 선을 파스텔 톤의 단순한 색상을 사용해서 차분하게 통일감을 주었습니다.

Mongbyul is character of Soong Eui Women's College combining mokryun(magnolia blossom)school flower of Soong Eui Women's College with byul(star). Shape is a star with putting mokryun(magnolia blossom) over its head and mokryun over its head symbolizes school flower, the body expressed future oriented image of Soong Eui Women's College. Each 5 tops of star symbolizes progressive attitude of Soong Eui Women's College people to warding to trust, love, hope and dream. In order to make the most of such feeling, gave life to feeling of line of spring instead of smooth line and gave feeling of spiriting and gave freedom of not being checked. At oversight, it may seem to be distracted line, in use of simple color of pastel tone, gave united composed feeling.

Fusion+Sports+Fashion+Style

스포츠웨어의 아이템들을 일반 패션에 응용시킨 것으로 흔히 스포츠룩이라하면 운동복과 연관시켜 생각하지만 이번 작품에선 운동복의 기능성보다는 스포츠자체의 느낌을 강조하여 모터사이클 특유의 파워풀함과 여성의 섹시함을 믹스매치하여 디자인하였습니다.

We often think of "Sports - look" as sportswear, which has a lot of merit of sportsclothes. But this product is designed to emphasize tough and sexy character which is needed in motor - cycle above simple training suit. So, it is expected to capture the concern of consumer.

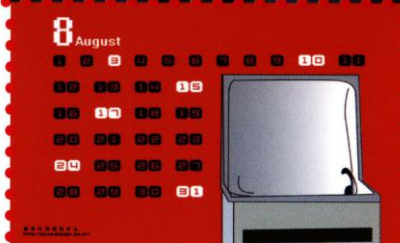


안성여자기능대학
Ansung Women's
Polytechnic College
www.ans.ac.kr
유미희 YOO Mihee

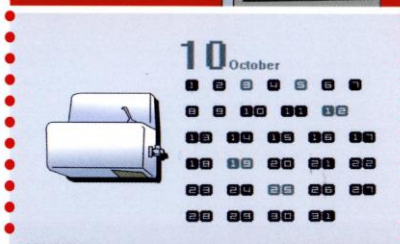
일상 | everyday

만화 속에 사진으로 찍은 인물이 들어간단다가 반대로 사진 속에 만화 주인공이 들어갔을 때 새로운 변화를 줄 것이라는 생각이 들어 캘린더 디자인에 응용해 보았습니다. 평범함이 묻어나는 일상의 모습을 찍은 사진을 선택하고 이것을 일러스트레이션을 이용하여 형태를 댄후, 몇가지 색으로 구성하여 만화적인 느낌을 살렸습니다. 여백은 일상의 평범함을 의미하며, 혼합색을 이용한 바탕이 사람들의 시선을 모이게 합니다.

I try to draw new design of using cartoon, which is based on pictures. I chose common picture and used illustrator program to change expression with multiplex color or eliminate own color. Its effect is the change of feeling and emphasizes image like cartoon. Margin means common life and mixed color is used for concentrating on image.

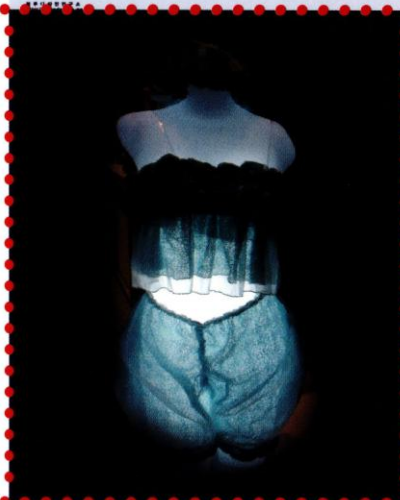


안양과학대학
Anyang Technology College
www.anyang-c.ac.kr
김중재 KIM Jungjae



첫번째 작품은 귀엽고 사랑스러운 파스텔 색조의 소녀적 감각이 돋보이는 로맨틱 란제리 롱 슬립과 바지, 모자입니다. 울룩불룩한 엠보싱 느낌의 귀여운 디테일로 바스트 부분과 바지 밑단을 강조하였고, 셔링과 하얀색 레이스, 구슬로 포인트를 주었습니다. 두번째 작품은 블랙 컬러로 우아한 여성스러움을 표현한 란제리 롱 슬립입니다. 힙 라인의 섹시함을 강조하였고, 숨을 이용하여 만든 바스트 부분의 꽃과 큐빅 장식을 한 어깨 끈으로 여성스러운 우아함을 살려 주었습니다. 세번째 작품은 섹시함과 귀여움이 어우러진 섹시 로맨틱 란제리 롱 슬립입니다. 블랙 컬러의 도트가 새겨진 레이스 천을 사용하였습니다. 바스트 부분에 셔링을 잡아 섹시함과 귀여움을 주었고, 기존에 나와있는 일반적인 것과는 다르게 끈을 앞에서 리본모양으로 두 번 매듭지어 주고, 팬티는 힙부분에 귀여운 레이스 끈 장식을 하여 포인트를 주었습니다.

The first one is lovely and romantic lingerie slip, trouser and a hat in pastel color with eminent girlish sense. It is highlighted with embossed details, emphasized bust and trouser cuffs, shirring, white laces and beads. The second work is a lingerie look with elegant lady's beauty in luxurious black color. It has sexy looking hip line, a flower ornament on the bust using cotton and shoulder strap with cubic beads will make more elegant. The third work is the sexy romantic lingerie look with sensuousness and cuteness. It uses lace with black dots and has shirring in the bust to emphasize sensuousness and cuteness. It is different from the usual ones to have a long ribbon to tie twice in the front. Panties have straps with cute details on the hip.



용인송담대학교
Yongin Songdam College
www.ysc.ac.kr
주송영 JU Soyoung

한국의 자랑 중 하나는 4계절이 있다는 것입니다. 그러나 요즘 이상기온 현상으로 봄, 가을이 짧아지고 예측할 수 없는 온도 변화로 환절기에 감기 발생률이 높아졌습니다. 환절기 뿐만이 아니라 겨울에는 더욱 온습도 차이로 인한 질병에 걸리기 쉽습니다. 그러나 이 제품을 사용할 시 실내에서는 계절에 상관없이 항상 같은 온습도를 유지할 수 있어서, 온도의 차이로 오는 질병을 최소화하며, 높은 습도에 의한 집안의 부패지수를 낮출 수 있습니다.

Our four seasons is one of Korea's pride. These days, however, it became easy to get a cold during a change of season due to abnormal temperature. Especially, in winter as well as in a change of season, it is much easier to get a disease. So we want to minimize the diseases caused by the difference of temperature and of humidity. The same temperature and humidity can be kept indoor regardless of season. So the diseases caused by temperature difference can be minimized. And the degree of rotting owing to high humidity can be reduced.



인덕대학
Induk Institute of Technology
www.induk.ac.kr
박송희 PARK Songhee
김현진 KIM Hyunjin

인제대학교
Inje University
www.inje.ac.kr
홍경미 HONG Kyungmi



SOAPPY - Family communicator

욕실에서 나누는 가족들의 사랑 이야기... 가족에 대한 사랑은 여전하지만 차츰 서로의 바쁜 생활로 인하여 멀어져 가는 가족 구성원을 연결시켜주는 중개자로서의 욕실을 바라보았습니다. 나만의 공간인 동시에 가족 모두의 공간인 욕실을 이용하여 가족들의 사랑을 불러 넣어주기 위해 욕실의 가장 중심인 세면기의 거울에 디스플레이를 하여 소통하고자 하였습니다.

Shining moment in your bathroom. Must people still love their family members, but it is true that they seldom have chances to express their affection due to their own busy lives. 'SOAPPY' enable you to communicate frequently with your family members and confirm their love, installed on a mirror in your bathroom where is not only your own space but also all of your family member's space.

청강문화산업대학
Chungkang College of
Cultural Industries
www.chungkang.ac.kr
최지현 CHOE Jihyeon



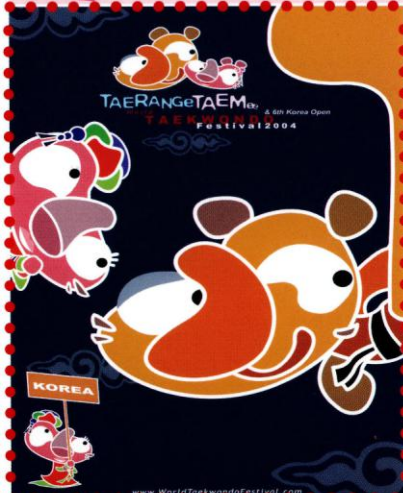
캐릭터(berry) 및 이를 응용한 캐릭터제품 | Synopsis of Berry

베리는 딸기를 무척 좋아합니다. 그래서 늘 딸기밭을 가꾸며 하루하루 살아갑니다. 베리가 바라는 것은 늘 웃고 긍정적으로 삶을 살아가는 것입니다. 하지만 세상엔 고민이 너무 많고 내가 하고자 하는 일이 잘 안될 때가 있어 화가 나기도 합니다. 그럴 때면 토끼모자를 쓰며 용기를 얻고 자신감을 가지려고 노력합니다. 그리고 여기에 달콤한 딸기까지 먹으면... 난 딸기를 좋아해서 맛있는 딸기를 상상하면 기분이 좋아집니다. 베리처럼 온 세상 모든 아이들이 맛있는 상상을 하며 기분 좋은 하루를 보내길 바라는 마음으로 베리가 구성되었습니다.

Berry loves strawberry very much. So berry carries on life always caring strawberry pad. What berry wants is to carry a positive life without losing happy smiles. But there are so many troubles in the world and unhappy occasions things are not going well that it makes Berry angry from time to time. At such time, Berry tries to get being revived with courage and confidence by wearing the Rabbit Hat... even enjoying sweet strawberry...

I love strawberry so that whenever I think about sweet berry I become so happy. Berry has been composed and born with a wish that people in the world may have a very pleasant day thinking about something sweet and delicious like Berry.

충청대학교
Chung Cheong College
www.chch.ac.kr
소영섭 SO Youngsub
정성훈 JUNG Sunghun
최영화 CHOI Younghwa



충청대학교는 자랑스런 우리의 정신문화인 태권도를 더욱 발전시키기 위하여 지난 98년부터 세계태권도문화축제를 개최하고 있습니다. 이에 발맞춰 이번 2004세계태권도 문화축제에서는 '태랑이'와 '태미'라는 캐릭터를 내세워 온라인(e-card 및 캐릭터상품)과 오프라인에서의 활약이 기대됩니다. 태랑이와 태미는 호랑이라는 기본캐릭터에 한국 전통탈을 결합하여 만들어진 것으로 해학적인 행동과 재미있는 동작으로 대회 참가자들에게 친숙하게 다가갈 것입니다.

ChungCheong University has a special program to broaden the spirit of TAEKWONDO and sponsored the World Taekwondo Festival since 1998. 'Taerangee' and 'Taemee' the characters of World Taekwondo Festival 2004 have been developed for promoting on-line and off-line design products. The characters were to be designed in combination with traditional tiger and mask. They appeal with their own character, funny and playful which will make closer all the participating nations and participants together.

국립 한경대학교
Hankyong National
University
www.hankyong.ac.kr
정진성 JUNG Jinsung



패키지디자인 | PACKAGE DESIGN

메인 로고로 사용된 BLINK는 '깜짝 놀라다', '놀라서 보다'의 의미로 BLINK의 용품을 사용한 소비자들이 '만족감에 깜짝 놀랄 것이다'라는 뜻에서 사용하였습니다. 나비의 화려한 컬러에 바탕을 두어 날개를 단순화하였고, 이를 적용하여 새로운 로고를 제작하였습니다. 기존의 프린터용품 회사와의 차별에 중점을 두고, 현란하고 많은 이미지 위주의 기존의 포장에서 좀더 세련되고 깨끗한 이미지로 제작하기 위해 활자와 컬러로 라벨을 표현하였고, 재생잉크를 주요품목으로 생산하는 회사의 이점을 살려 환경 친화적인 재생지로 마감하였습니다. 9개와 4개의 구멍은 시각적인 느낌과, 제품투시에 목적을 두었고, 또한 구멍마다 '인간, 화합, 창조, 색, 삶, 자연, 감성, 소통, 디자인'라는 의미가 있습니다.

The brand name of BLINK means astonishing with surprise which is representing the customer satisfaction. The butterfly, the symbol of future aspiration works as a major motif of project. By using recycling paper, it transforms the mood of nature friendly product. Typography is the major means of communications and nine holes on the package represents the human, harmony, creative, color, life, nature, feeling, communication and design.

경기장용 티켓발매 시스템 | Ticket selling system for stadium

경기장용 티켓발매 시스템은 경기장을 찾는 관람객들이 티켓을 구매하기 위해 보내는 시간을 최소 한으로 줄여줌으로써 경기에 대한 흥미를 유지시켜주며, 필요한 정보를 제공함으로써 경기에 더욱 집중할 수 있도록 도와주기 위한 것입니다. 이 시스템을 사용함으로써 사용자는 티켓을 보다 짧은 시간에 구매할 수 있으며, 휴대전화를 이용한 무선 데이터 통신방식을 사용함으로써 휴대전화로 직접 지불하고, 티켓을 휴대전화로 다운로드 받을 수 있으며, 이를 통하여 불필요한 종이의 낭비를 없앨 수 있고, 사용자가 원하는 날짜의 경기를 예약할 수 있으며, 경기 혹은 필요한 정보를 다운로드 받음으로써, 경기에 더욱 몰입할 수 있도록 하였습니다.

The ticket selling system is helping customers, who visit stadium for watching game, that keeping their interests of the game through reducing time as a minimum when they are buying ticket and will absorb customers in the game though offering information which they need. User can buy ticket in a short time through this system and can reserve ticket on time when they want. User can be more interested in game because it is offering information of the game or whatever they need. It is using wireless data communication network by cellular phone so that user can pay their fee when they buy ticket and can download ticket to their cellular phone, and can stop wasting paper.

Ticket selling system for stadium

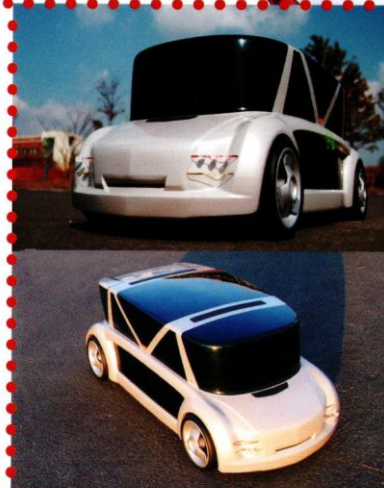


한국기술교육대학교
Korea University of
Technology and Education
www.kut.ac.kr
 이준석 Yi Joongseock
 백인학 BAEK Inhak
 성준호 SUNG Junho
 최준호 CHOI Junho

MediAn

환경을 생각하는 여행자, 워터 시스템의 발전, 도시내 셔틀시스템, 환경 파괴 없는 도시 발전, 환경을 생각하는 마을을 목적으로 진행중인 앙코르 왓(Angkor Wat) 유적 관광프로젝트의 일환으로 진행된 한동대학교 2003 교통수단 디자인 프로젝트입니다. MediAn 은 중간에 위치하다+앙코르 왓(Mediate+Angkor Wat)의 합성어로서 앙코르 왓 내에서의 정보 역할을 하는 존재를 의미합니다. 앙코르 왓 관광객 뿐만 아니라 현지인이 함께 사용 할 수 있는 가족 단위 셔틀카(Commuter Car)인 MediAn은 '환경과 사람, 사람과 사람, 과거와 미래'를 연결시켜주는 도구로서의 교통수단'이란 개념으로 디자인 되었습니다.

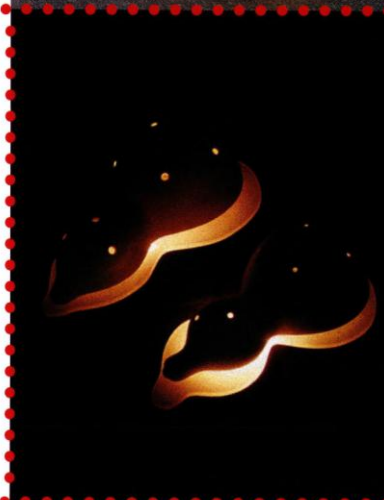
Eco-Tourism, developing water system, city commuter transportation system, sustainable city development, and eco-village are the aim of Site Celebration Project for Cambodia siem reap and 2003 Vehicle design degree project for Angkor wat is a part of Site Celebration project. Median is a Commuter Vehicle Car for both of tourist and residence. 'Mediation of Environment to People, People to People, Past to Future' is the concept of MediAn.



한동대학교
Handong Global University
www.handong.edu
 정호련 JUNG Horyun
 김성훈 KIM Sunghun
 김명은 KIM Meungeun

강원도 양구군과 산학협동으로 이루어진 공동작업으로 양구군의 관광상품현황을 조사, 분석하여 보다 더 효과적인 관광 상품을 개발하고자 하였습니다. 디자인에서 가장 중시했던 부분은 현대적이고 신세대 기호에 맞으면서 실용적인 상품을 개발하는 것이었습니다. 따라서 옛날에 실생활에 이용되었던 자연소재인 조롱박을 이용하여 다양한 환경친화적인 상품을 개발하였습니다. 이번에 제작한 작품은 총 7가지로 조롱박을 이용한 방향제, 등조명, 스탠드, 조명연필꽂이, 화분, 소품걸이, 연필꽂이입니다. 각각의 제품은 조롱박이 주는 함축적인 이미지와 형태적 특성, 소재의 특징을 살려 미적인 면이나 실용적인 면 모두 만족할 수 있도록 디자인 하였습니다.

The purpose of this work is to develop more effective tourist goods by researching and analyzing present condition of tourist goods of Yanggu area with cooperative arrangement with government office at Yanggu-gun in Gangwon-do. Development of practical goods that are modern and suitable for young people's taste. Development of eco-friendly goods considering cucurbit is nature material. This project is composed of seven products to use cucurbit - Air freshener, pen holders, lighting, pen lighting holders, stand, flowerpot, things-hanger (Bukdu). All things have cucurbit characters ?shape, feeling, material and so on. These design are artistic and useful.



한림정보산업대학
Hallym College of
Information and Industry
www.hallym-c.ac.kr
 박희선 PARK Heesun

디자인은 우리들의 삶과 자연에서 비롯되어집니다. 우리가 행복하기를 바라고 자연에서 편안하게 호흡하기를 바라듯 변화는 환경에 적합한 디자인을 만들었습니다. 개인적인 라이프 스타일을 추구하는 삶의 태도와 사고방식을 반영하였으며, 제품의 가장 기본이 되는 기능을 개선하였습니다. 디자인이 인간과 밀접한 관계에 있듯 인간이 누리는 삶, 무위적인 자연의 원리로 부드러운 곡선미를 살려 보았습니다. 사용자의 입장에서 디자인된 제품, 이상만 좇는 제품이 아닌 실 사용자를 위한 현실감 있는 디자인, 인간과 자연 속에 어울려져 승화할 수 있는 디자인을 추구하고자 하였습니다.

Design starts from man's life and nature. Just as we expect ourselves to feel happy and to be malleably adapted in nature, so we have been producing design appropriately with environmental change. Design seeks to individual life-style, reflects his attitude toward life and thoughts, and revises the basic function of products. Design has so close relationship with our life that it focuses on the curved lines in the principals of nature. We'll seek products' design in consideration of real users and advance design in the harmonization between man and nature.



한서대학교
Hanseo University
www.hanseo.ac.kr
 최영은 CHOI Youngeun



Digital Design V R Hall: Design Innovation

디지털 디자인 VR 체험 영상관

Digital Design VR Hall

디자인 혁신

미국의 디지털도메인 회장 스콧 로스가 "서비스산업을 넘어 지식기반산업이라는 큰 파도가 밀려오고 있다"고 말한 것과 같이 컴퓨터그래픽 등 디지털콘텐츠 분야가 차세대 성장산업으로 발전해 갈 것입니다. 특히 VR(Virtual Reality)은 공간적, 물리적 제약으로 현실세계에서는 직접 경험하지 못하는 상상의 세계를 실제와 같이 표현할 수 있는 솔루션을 제공합니다. 항공기 모의조종훈련, 아파트단지설계, 가구의 배치, 게임, 인터넷 등 다양한 분야에서 VR 기술은 이미 적용되고 있습니다. 이제 기술의 발달은 산업의 형태는 물론 디자인프로세스와 디자인개념 자체를 바꾸고 있습니다.

알리아시스템 | Alias Systems

www.alias.com/korea

알리아시스템은 지난 20년간 3D 컴퓨터그래픽 테크놀로지의 선두기업으로서 자동차 및 소비재 시장에서 사용되는 3D 소프트웨어를 개발, 공급해왔습니다. Studio와 Maya로 일본의 2003 Good Design Award와 2003년 오스카기술상을 수상하는 등 컴퓨터그래픽 업계 최고로 자리매김하고 있습니다.

As the world's leading innovator of 3D graphics technology, Alias develops award-winning software, support, custom development and training solutions for the film, video, game development, interactive media, industrial design and visualization markets. And in January 2003 Alias became the first 3D software company to receive an Oscar.

(주)에버소프트 | Eversoft Co., Ltd.

www.eversoft.co.kr

(주)에버소프트는 창립 이래 지속적으로 축적해 온 최첨단 VR(Virtual Reality) 테크놀로지 기술을 바탕으로 VR 솔루션 및 시스템 분야의 VR 전문 벤처기업으로서 원자력발전소와 같은 산업시뮬레이션에서 인터랙티브 콘텐츠 크리에이션, 3D 아바타, 온라인 AD, VR기반 디지털디자인에 이르기까지 산업기반기술의 생산성을 향상시키고자 끊임없이 노력하고 있습니다.

Since its establishment, Eversoft has specialized in the Virtual Reality technology industry. Eversoft invests in research and development in VR software and VR hardware systems to lead the market. Eversoft's expertise in application development is represented in industrial simulation systems such as nuclear power plant training simulation and VR based digital design systems. Eversoft also focuses on areas such as interactive content development like 3D avatar and on-line advertising content. Lastly, Eversoft has the know-how to construct complex multi-channel stereo immersive systems.

Design Innovation

Scott ROSS, president of an American digital domain company, says a large wave of knowledge-based industries is rushing over to the service industry. The computer graphics and digital contents field will be a growing industry in the next generation. VR (Virtual Reality), in particular, provides a solution that makes it possible to experience an imaginary world that is just like reality. The technology of VR has already been applied in various areas such as flight simulation, the design of apartment complexes, the arrangement of furniture, games and the Internet. Now, the advancement of technology has changed design processes and design concepts as well as industrial styles.

바코코리아 | Barco nv. : BARCO

www.barco.com

바코코리아는 1997년, 벨기에 Barco nv의 100%투자로 한국 현지법인으로 설립되었습니다. 본사의 다양한 프로젝트 관련 제품군을 한국시장에 공급하며 고객의 환경에 꼭 맞는 영상솔루션을 제공하고 있으며 제품판매 후 사후관리 역시 한국 법인인 바코코리아가 담당함으로써 고객들에게 신뢰를 얻고 있습니다.

BARCO was established in 1934 in Belgium, where its headquarters are still based. BARCO has been listed on the Brussels Bourse since 1986, and is now listed on Brussels/Euronext. BARCO is a BEL 20 and a Next 150 company. Barco and its partners provide state-of-the-art products and solutions for immersive and stereoscopic displays, from curved-screen BR Centers and multi-channel CADWALLTM, to portable light-valve 3D display systems.

(주)써드아이 | Thirdeye Inc.

www.thirdeyeinc.net

전세계적으로 빠르게 확산되는 디지털 기술의 공급과 변화는 이제 디자인산업에 있어서 새로운 틀을 요구하게 되었습니다. 디지털디자인 프로세스는 국가의 발전을 리드하는 차세대 성장동력으로 부각되고 있습니다. 이와 같은 변화환경 속에서 (주)써드아이는 3D 디지털디자인프로세스에 관련된 솔루션을 공급, 교육하고 있으며, 클라이언트의 중요한 의사결정(CAS)을 공동수행하고 있습니다.

Digital Design is attracting public attention as the new development engine for the next generation. In a rapidly changing environment, Thirdeye Inc. provides solutions education services related to the 3D Digital Design process, while also serving clients through CAS (Computer Added Styling).



Cultural
Heritage Hall:
The Root of
Design

디자인 문화 유산관

Cultural Heritage Hall



디자인의 뿌리

디자인의 뿌리는 박물관이나 미술관에 있는 것이 아닙니다. 디자인의 뿌리는 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 여러 생활용품 속에 있습니다. 일상을 풍요롭게 하는 재미있고 아기자기한 생활용품들, 자연을 거스르지 않으면서도 문화적 정체성을 반영하는 생활용품들은 베스트디자인의 원형이자 뿌리입니다. • 우리 옛 조상들의 지혜와 혼이 담겨 있는 친숙한 전통 생활용품은 한국디자인의 원형입니다. 이러한 우리의 전통 생활용품 속에는 환경친화적이며 지속가능한 발전 등 동시대 디자이너들이 고민하는 지혜가 이미 담겨 있습니다. 일상의 생활공간에서 묵묵히 자기자리를 지키고 있었던 생활용품들은 단순히 필요한 물건이나 상품 이상의 미학적 감동을 주는 조형물이며 이미 그것이 베스트디자인입니다. • 한 나라의 전통문화를 소중히 여기고 그것을 현대문명과 접목시키는 일은 베스트디자이너들의 문화적 역할입니다. 베스트디자이너들의 이러한 문화적 노력이 바로 베스트디자인의 정신이며, 21세기의 다원화된 문명을 반영하는 혁신적인 베스트디자인 상품을 탄생시키는 동력입니다.

The Root of Design

The root of design is not found in museums. Instead, it is detected in the various life goods around us. Interesting goods that enrich daily life and follow the laws of nature but also reflect cultural identity are the genuine forms of Best Design. • Familiar traditional goods that contain our ancestors' wisdom, spirit and minds are genuine forms of Korean design. Moreover, such traditional goods embody the wisdom of being environment-friendly and 'sustainable', the very issues that concern contemporary designers today. The everyday products that quietly take their place in our daily lives, are not merely necessary objects or commodities but aesthetically impressive art forms, and they are already best design. • Comprehending the great value of a traditional culture and fusing it with contemporary civilization is the cultural role of best designers. Such cultural efforts exude the spirit of best design and generate the innovative best design products that reflect the multiple cultures of the 21st century.

협찬 Supported by

한국전통공예산업진흥협회 KATCI (Korea Association of Traditional Craft Industry)

이영희한복 Maison de Lee Younghee

플래티늄하우스 Platinum House

세계베스트디자인상품관 Award-Winning Design Products

- 1 Korea Good Design Product : 한국 Korea
- 2 Good Design Award : 일본 Japan
- 3 Prijs Henry van de Velde : 벨기에 Belgium
- 4 Dutch Design Awards : 네덜란드 Netherlands
- 5 Observateur du Design : 프랑스 France
- 6 National Design Prize : 스페인 Spain
- 7 Compasso d'Oro : 이탈리아 Italy
- 8 Fennia Prize : 핀란드 Finland
- 9 Danish Design Prize : 덴마크 Denmark
- 10 Design Effectiveness Awards : 영국 UK
- 11 Industrial Design Excellence Awards : 미국 USA
- 12 red dot design award : 독일 Germany

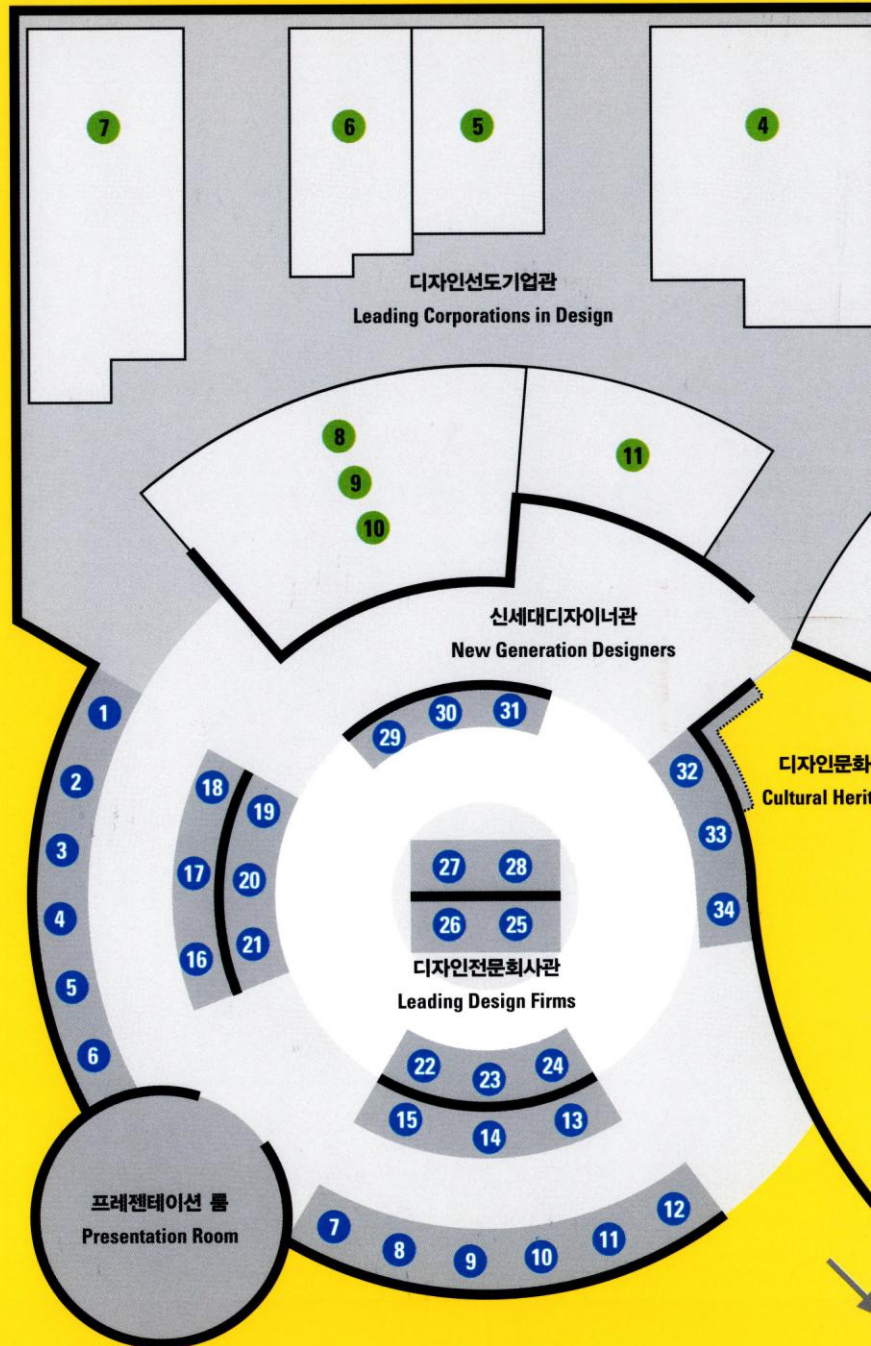
디자인선도기업관 Leading Corporations in Design

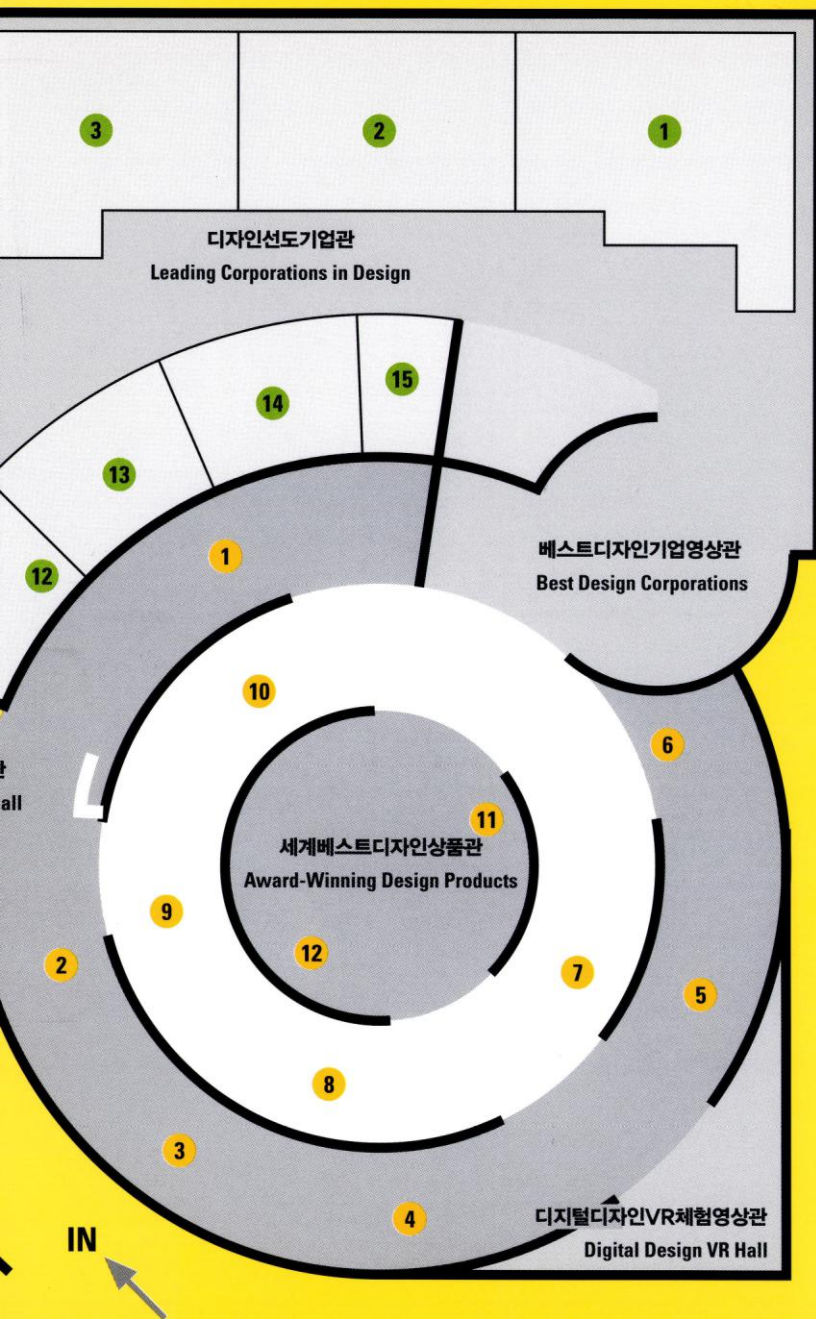
- 1 현대자동차 Hyundai Motor Company 한국 Korea
- 2 뱅앤올룹슨 B&O 덴마크 Denmark
- 3 삼성전자 Samsung Electronics 한국 Korea
- 4 엘지전자 LG Electronics 한국 Korea
- 5 비트라 Vitra 스위스 Switzerland
- 6 삼지 SSAMZIE 한국 Korea
- 7 에넥스 ENEX 한국 Korea
- 8 아르테미데 Artemide 이탈리아 Italy
- 9 조반네티 Giovannetti 이탈리아 Italy
- 10 이구찌니 iGuzzini 이탈리아 Italy
- 11 알밀모 Allmilmö 독일 Germany
- 12 알레시 Alessi 이탈리아 Italy
- 13 한국도자기 Hankook Chinaware 한국 Korea
- 14 태평양 AMOREPACIFIC 한국 Korea
- 15 브라운 Braun 독일 Germany

디지털디자인VR체험영상관 Digital Design VR Hall

협찬기업 Supporting Corporations

바코 코리아 BARCO
(주)써드아이 Thirdeye Inc
알리아스시스템 Alias Systems
(주)에버소프트 Eversoft co





디자인전문회사관 Leading Design Firms

- ① 앤파흐테네르디자인 And Partenaires Design 프랑스 France
- ② 601비상 601 Bisang 한국 Korea
- ③ 디자인컨티눔 Design Continuum 미국 USA
- ④ 시디알어소시에이츠 CDR Associates 한국 Korea
- ⑤ 에코디자인 ECCO Design 미국 USA
- ⑥ 디자인블루 Designblue 한국 Korea
- ⑦ GK디자인그룹 GK Design Group 일본 Japan
- ⑧ 앤저빈 ANGEVIN 한국 Korea
- ⑨ 에드디자인 ED-design 핀란드 Finland
- ⑩ 세미성 Semisung 한국 Korea
- ⑩ 엠케이주얼리 MK JEWELRY 한국 Korea
- ⑩ 지나 Gina 한국 Korea
- ⑪ 시모어파월 Seymour Powell 영국 UK
- ⑫ 아우름 백승철주얼리디자인
AURUM Paik's Jewelry Design 한국 Korea
- ⑫ 캐럿투 (주)시스템주얼리디자인연구소
Carattwo System Jewelry Design Institute 한국 Korea
- ⑬ 룬드버그디자인 LundbergDesign 스웨덴 Sweden
- ⑭ 에이치오엔미니골드 HON miniGOLD 한국 Korea
- ⑮ 테자인 TESIGN 독일 Germany
- ⑯ 인프로세스 In Process 프랑스 France
- ⑰ 디자인파크 Designpark 한국 Korea
- ⑱ 엔토벤어소시에이츠 Enthoven Associates 벨기에 Belgium
- ⑲ 프로그디자인 frog design 미국 USA
- ⑳ 다담디자인어소시에이트
Dadam Design Associates 한국 Korea
- ㉑ 압솔튀리얼리티 Absolut Reality 프랑스 France
- ㉒ 이노디자인 INNODESIGN 한국 Korea
- ㉓ 탠저린 tangerine 영국 UK
- ㉔ 코다스디자인 KODAS Design 한국 Korea
- ㉕ 아트인 ARTIN 한국 Korea
- ㉖ 노벨/푸그디자인 Novell/Puig Design 스페인 Spain
- ㉖ 마그마디자인 Magma Design 스페인 Spain
- ㉖ 코스타디자인 Costa Design 스페인 Spain
- ㉗ 디자인몰 Designmall 한국 Korea
- ㉘ BMW그룹디자인웍스USA
BMW Group DesignworksUSA 미국 USA
- ㉙ 엠아이디자인 MI Design 한국 Korea
- ㉚ 모토디자인 MOTO Design 한국 Korea
- ㉛ 탠덤디자인어소시에이트
Tandem Design Associates 한국 Korea
- ㉜ 이뉴 INHUE 한국 Korea
- ㉝ 굿윌컴퍼니 Good Will Company 한국 Korea
- ㉞ 하앤달 Ha & Dahl 한국 Korea

ㄱ

(주)씨드아이	253
(주)에버소프트	253
100% 제너라시티브	204
23인치 와이드 LCD모니터 플레트론 L2320A	92
23인치 플레트론 LCD모니터	135
26"어테인에이스 21단	132
2742 커트러리세트	81
30인치 와이드LCD모니터 MW-30LZ10	90
319 쇄톱	84
3보르네 아르쉬텍테	67
3B레크라마뷰로디자인	39
3PART	38
601비상	231
60W형광전구 네오볼Z	112
가르란도	152
가브리엘 오데이그	167
가스레인지 GRA-31D1	131
갈릭 원더 마늘프레스기	82
고바야시	118
고쿠요	121
골든벨금속	130
교통정보관리 드라이브터미널	54
구분승	129
구이 쉐그렌	53
굿윌컴퍼니	237
권태웅	140
그녀를 위한 파코라반	74
그로필렉스	67
그린애플블랙스	190
그린애플블랙스 초콜릿	190
글레이저	183
기라	172
김명은	251
김명중	137
김민관	248
김성훈	251
김소희	135
김승호	131
김영근	134
김영준	135, 137
김영태	129
김영호	131
김은애	247
김은영	137
김익석	137
김종선	140
김준철	246
김중재	249
김진영	132
김치냉장고 하우젠	135
김현진	249
김형기	128
까이망디자인	66
계슈아 자가난방장갑	71

ㄴ

나이키	90, 204
나이키 트라이엑스	204
난나 디젤	42
내셔널 BF-130 방충기능랜턴	115
내셔널 BH-220 비상부저	118
내셔널 NP-P45D1S1 식기세척기	119
내셔널디자인그룹	115, 118, 19
네다 엘-아스마	27
네슬레 로운트리	191

네오포스트인더스트리에	154
노마드	155
노마드 키즈트레블베드	155
노벨/썬디디자인	241
노키아	54
노키아 6800	86
노키아 모바일폰	86
노키아5210 이동전화	54
노틸러스	166
녹콘우드	26
놀란	99
뉴딜디자인, LLC	205
뉴로스미스	202
뉴로스미스 무시니	200
뉴코벤트가든 수프 리디자인	191
뉴코벤트가든푸드컴퍼니	191
뉴프러덕트인더스트리얼디자인	149
니시에 아끼노리	132
니아 노르디스카 텍스타일	80
니아노르디스카텍스타일	80
니오스	27, 32
니콜라 다마토	98
니콜라이 벤튼	38
니테	170
닐 풀통	66

ㄷ

다겐	43
다겐신문	43
다겐신문 타이포그래피	43
다니엘 네뭇	174
다담디자인어소시에이트	233
다모스텐드	152
다이너스	103
다크	6, 28, 30, 151
다트 빙산등반경주용스파이코	72
닥터스튜어트 보테니컬티	185
달 램프	64
대니 벤헛	27
대비 그로세만즈	30
더 도어	153
더그 퍼터슨	100
더블페이스	27
더샤토리오부후	140
데니스 데코빅	99
데스크맨101	133
데이빗 테일러	80
데이빗테일러디자인컴퍼니	193
데지노르, 핵만	56
데카트론	70, 71
델타 덴스크 일렉트로닉	41
도시바	83, 84, 88, 112, 118
도시바디자인센터 디자인그룹3	118
도시바라이팅애펬테크놀로지	112
도조름	73
도큐먼트센터	132
독일 켈렉앤지니어링	206
돌츠 : EW1011 전동칫솔	113
동양매직	131, 134
뒤퐁에디칼	69
듀플렉스 스톨	169
드라이나이트	187
드레르세악국 디자인	153
드론기	101
드리삭	29
드림시스 슬림 PC	136
드종듀크	155

디스폴	169
디아볼로	102
디자인스아소시에	72
디자인드림	138
디자인모듈	234
디자인브릿지	180, 188
디자인블루	234
디자인컨다눔	233
디자인컨타눔이탈리아	98
디자인파크	234
디지털웨이	129
뜨랑스페르	67
띠어즈 라이너락세트	73

ㄹ

라 마리 의자	104
라 벨라 더미엔테	167
라그랑담 프래젠테이션백	73
라도 V10K	89
라도시계	89
라도프로덕트랩	89
라디오미터 메디컬	39
라스머스 드뤼커 임펠트	43
라씨	66
라씨 데이트뱅크	66
라씨 D2 U&I 하드드라이브	66
라울바르비에리	81
라이트디자인	194
라파엘 마르퀴나	163
라퓨마	72
라플러스 디스플레이시스템	150
라호벤디자인인터내셔널	150
락사이클 F. 캐런	72
랄프 크래머	81
래디컬미디어	204
램프스네이크	44
램프스네이크 컨베이어벨트	44
러시안와인앤보드카컴퍼니	193
럭키우드 T-519	118
런던 PDD	87
레고	38
레고 마인드스톰즈	38
레다비덴브릭 COR가구	82
레벤 식기세척기 DWA-5201B	134
레오 아에르츠	30
레오나르도	102
레이덴국립민속박물관	152
레이덴국립민속박물관 전시디자인	152
레지나	172
렉시테스파	81
렌 바트 젠슨	40
로만손	140
로만손 트로피쉬	140
로모	83
로버트쇼	203
로버트쇼 LP탱크 모니터링시스템	203
로스 러브그로브	104, 105, 106
로스보이츠시스템	151
로시놀 스노우보드	71
로열 반데버크	29
로열 코펜하겐	40, 42
로젠그렌스 유립	153
로지텍	203
로지텍 포켓용 디지털카메라	203
로지텍 휴대용 무선 플렉스루프 헤드폰	203
로지라이프	146
로체다이어노스틱스	184

로카	173
록울	39
록울 환경친화팔레트	39
론 아라드	106
롤러블라인드용 텍스타일디자인	42
롤라팩 배터리	70
루나로사	100
루이스 클로렛	164
루즈 향수	166
루체 이온수기	138
루체플란	104, 105
루카	51
루카 가포르리오	99
루트 데 보젤레르	26
론더버그디자인	239
뤼크 르마외	27, 32
류지형	136
르노	68
르방크 벤치	29
르위스 모블리	192
리뉴 호제	65
리디자인	128
리보레 알데어 모닐라	171
리방인어박스	153
리사운드에어 보청기	41
리스토 피로이엔	57
리차드 버슬루이즈	148
리차드슨세필드	182
리차드슨세필드 레이저가위	182
리치	191
리터라투라	165
리토스	29
리트바-리사 포자라이넨	55
리프트백 운반시스템	72
리히트 포커스	150
월스	55
월스 디자인어컬렉션	55

ㄴ

마그마디자인	239
마르맹 켈켈리	67
마르양 테르프스트라	153
마르코니 님툼1000 인터렉티브	189
마르코니인터렉티브시스템스	189
마르쿠 헬레니우스	57
마르쿠스 팔로하이모	50
마르퀴나61	163
마르크 페르윌렌	150
마르텐 반 켈리벨트	154
마르텐 스투어	32
마리아 베르첸	83
마리오 벨라니	105
마리오네타 니노	174
마리오네타 레이	174
마리포사830	163
마샤나트레몰레타	172
마사히코 구보	103
마쓰오 토시히코	132
마이크로소프트 오피스디자인팀	200
마이크로소프트 인포메이션워크센터	200
마이클 리마크	40
마츠모토 히로코	112
마츠시타전자	112, 113, 115, 118, 119
마카론 전화기	66
마크 뉴슨	102
마크뉴슨 주방용품세트	64
마테오 라니	4, 5, 101

마티 알로-세태래	58	백인화	251	소니 SS-LA500ED 스피커	115	아우라	173
마틴 크누트	154	뱅앤올룹슨	212	소니디자인센터	115	아반티 토스터	181
막심 시프	3	버굴	27	소니디지털디자인	6, 7, 114	아스트로스튜디오	204
만다리너덕 카푸치노 FBMD990	113	버스컴	54	소니엔터테인먼트로봇컴퍼니	6, 7, 114	아우라	133
망고디자인	86	벌소디자인	52	소닉	99	아우름 백승철주얼리디자인	231
매노어본	188	벌켄스톡 풋프린츠	202	소영섭	250	아우어한 베슈테케	80
매노어본소시지 패키지 리디자인	188	벌켄스톡USA	202	소장원	137	아이디아이디자인	133
머큐리 레인지	192	베라 의자	56	소프트화이트메모리	26	아이모드스투어 디자인	153
머큐리어플라이언스	192	베르크하우스	152	손동호	136	아이보 ERS-220	114
멀티채널헤드폰	128	벨기에 타파웨어	82	솔리사F 사무용의자	86	아이보 ERS-300시리즈 라테와 마커론	6, 7, 114
메트로니 엘리트로오메스티키	102	벨리니 의자	105	습벨리	146	아이엠로우 I	28
메소드데크	206	변원갑	129	수베아바야 테이블	169	아이콘	42
메이데이	104	복스웨이 접이식전기휠체어	69	순토	58	아이티스	139
모니카 필렌기	99	빅브 클리코	73	쉐퍼드데이머소시에이츠	185	아즈다 애원동물사로	190
모듈러 스페이스세이버	30	블로	27	쉬즈 컵	74	아즈다 어린이아침식사용 시리즈	180
모벨	58	브라더	114, 117	쉬폴프로젝트컨설트	156	아즈다스토어스	180, 190
모벨오리지널디자인	55	브라운	212	슈나이더전자	66	아큐-체크 인폴	184
모블스	114 163, 166, 172	브라이언 카터	204	슈뢰더우유 패키지	206	아큐-체크액티브엔컴포트 당뇨병관리시스템	184
모스카르디노	4, 5, 101	브람칼	99	슈뢰더유업	206	아퀼레 카스틸리오니	102
모치즈키 사토시	121	브로엔	38	슈미트-랙너	173	아트인	231
모토디벨업먼트그룹	203	브루어 리디포드	188	슈반호이서 스완-스타빌로	88	아트젯프린터	103
모토디자인	240	브리티시베이커리스	186	스코프디자인 앤 스트레티지	149, 155	아폴로산업	140
몬티나인타내셔널	106	비게 엔트윙크롱스게젤사프트	86	스코피오270	98	아프라 토비아 스카르파	163
무가	174	비버 수확기	53	스콧 월슨	90	아폴리케스테이션 아폴리케제조기	114
무수 테이블웨어세트	130	비스크	8, 9, 182	스타 LED	104	악산느 (에어 리퀴드)	70
무오트일루토이미스트 린자	58	비트디자인	152	스타빌로 무브 더 엑스-라이터 화인라이너	88	안드레 나버만	146
문영주	137	비트라	217	스테판노 조반노니	53	안드레 리카르드	166
미구엘 밀라	167	빅스포츠	70	스테판 판그라츠	153	안토니 푸그	166
미구엘 밀라	171	빅터	116, 119	스튜디오 체리 앤 아소시아티	100	안토니오 시테리오	56
미니 선글라스	89	빅터 인터링크 MP-XP7210	116	스튜디오오누에	114	알도 드루디	103
미니 손목시계	87	빈센트 마티네즈	165	스트라다	26	알레시	102, 147, 210
미니 시티백	85	빌레 힌티카	56	스티브 맥거건	39, 41	알레시 데스크오브제	147
미니 트롤리백	85	빌케닝 + 한네 빌칸	86	스페셜 5002 화이트-H	139	알렉산드라 가카	151
미니어처하어로 초콜릿	181	人		스폰 어번파니처	69	알렉세이 드루조프	153
미도리	121	사리 안토넨	57	스프링타임	152	알렉스	139
미첼 데 루치	103	사운드버그	87	스플래시	170	알로이토탈프러덕트디자인	189
미치다 켄	115	사운드플러스 SP-S1	132	슬림형에어컨	134	알리네아	30
미카 프리하	51	산타앤콜	167, 168	시그마	102	알리아스시스템	253
민영애	248	산티아고 미란다	173	사네티디자인어소세이츠	146	알리에보	106
민은호	140	살바토레 모치아로	100	시로	155	알밀로	210
ㅂ		삼성전자	129, 135, 136, 137, 216	시로 의자	55	알베르토 메다	104
바비크스튜디오	150	삼천리자전거공업주	132	시모어파월	181, 185, 192, 241	알텍인타내셔널	149
바이오 PCV-W101	116	상 드그레	74	시밍턴패밀리포트컴퍼니스	180	알프레도 베를리	55
바이오핏	56	새로운 관	28	시테리오 식기구세트2000	56	알프레도 아라바스	168
바이오핏 이라인전자피켓	56	사프	120	시트로엥CS루프시스템	149	암슬워라덜리티	230
바이올렛	64	샬롯 하우만	42	산동영	246	앙드레 베로르	27
바코	137, 147	서보 레버 잔디깎기	84	신안철	138	애니웨이업컴 마이크2 유아용컴	180
바코 메탈 소스	84	선오브에디	30	신현선	128	애니콜 무선통신휴대단말기 SCH-X430	136
바코 톨스	147	선코프카뮤니케이션(유림)	189	심규승	134	애드님스	188
바코 PG-에르고 가정 & 원예용전기	147	성재석	134	싱크마스터 박막액정모니터	137	애드님스 병맥주	188
바코코리아	253	성준호	251	싸이브	26	앤 배닉	40
바타부스	146	세렉스테크놀로지	129	싸이언 KP6300	136	앤저빈	230
바타인더스트리얼즈 유럽	148	세닉II	68	싸이킹마니	128	엔파흐테네르디자인	230
바트 스피레마에커	29	세미성	241	쌈지	216	아마하	155
박남규	135	세스타	167	쌈니엄 16:9 30인치 LCD스크린	74	아마하디자인연구소	115
박상호	135	세신이엠씨	128	씨디알어소시에이츠	232	양준호	135
박세라	135	세이즈-3100	128	○		어거스틴프로덕트디벨롭먼트	206
박송희	249	세이코시계	113	아가리론	104	에가와 카즈오	112
박유복	130	세이코엡손	121	아놀드 크로그	42	에넥스	139, 213
박태후	130	세이코인스트루먼트디자인팀	113	아르보피로이넨	57	에드디자인	235
박홍수	133	세코레알	173	아르코	151	에드라	106
박희선	251	세퓨라	194	아르테미데	211	에든버러페스티벌프린지	183
반 에쉬	31	세퓨라 SRP2000 휴대용라디오	194	아르퍼	171	에레두	171
밥 데넨	30	센스 노트북컴퓨터	137	아리 루카넨	56	에르고노미디자인	84
방용덕	248	센트로 스튜디오 다이네스	103	아리스티드 바로니	98	에르고마틱스팀	146
백경원	247	소니	6, 7, 114, 115, 116	아맛-3	170	에릭 헬로우 텍네스튜	82
						에버네스트 페이퍼	65

에베 헬트 포울젠	39	윌렘-잔 카	150	접이식 경기장좌석	67	캐피탈컬렉션	149
에센스 유리제품	55	윌리암스 머레이 햄	182, 186, 193	정성훈	250	캔사스대학교	204
에스카르고트 싸이클론 무선진공청소기	84	윌 세게르	28	정재능	135	캠퍼	172
에어원	106	유미희	249	정진성	250	캡슐	206
에어윙	138	윤병철	246	정현주	246	커넥키온	156
에이치오엔 미니굴드	237	이강희	128	정호련	251	케이맨 청정기	131
에코디자인	235	이구아나	26	정훈재	128	캠보	151
엑슬림 디지털카메라	122	이구찌니	215	제네렉	50	코다스디자인	239
엑실 웨란드	2, 3, 39	이그젝트 파이프절단기	51	제네렉 6040A액티브확성기	50	코디 페이지	147, 151
엔시아 티플러스	133	이그젝트툴스	51	제로엔반데어부호트	151	코라테흐니크	153
엔토벤어소시에이트	235	이날파루프시스템	149	젠스 벨쉬우	40	코르셋	170
엘름우드디자인	180, 182, 188	이노디자인	238	젠스 피터	41	코리아나	133
엘라나 후오터리	52	이뉴	238	조나스 핵서 젠스 카주스	43	코마	171
엘리스 세데르스트림	58	이데오	102	조로	32	코마추 히로시	117
엘스	165	이디르 메시바	28	조르제 펜시	170, 172	코바 의자	58
엘지생활건강	140	이리오 수업용현미경	73	조민정	247	코스타디자인	233
엘케 클라	83	이보 니스텐	26	조심 룰루스카	172	코페르니코	173
엘미아디자인	240	이븐폴로	205	조영길	129	콘랜애포터너스	180
엠엠기어	128	이븐폴로 트라이엠프 컨버터블카 시트	205	조유석	136	콘스탄틴 그리치치	104, 106
엠케이주얼리	240	이상준	130	조윤정	247	콘크리트아키텍추얼디자인	153
엠피오 DMK	129	이상화	138	조이코그룹	181	콜로플라스트	2, 3, 39
엡슨 TM-T90 영수증프린터	121	이승일	131	조지 젠슨	83	콜리 포터 벨	187
연인 안락의자	65	이언주	246	쉴린	73	콜리포르텔	181
영화관용 커피석	67	이영희한복	255	쵸반네티	213	콤포라HX	148
엔스 올라브 헤틀란트	82	이용한	139	주름장식 블루차이나	42	쿠글	38
오나미디자인	99	이원희	133	주바주바	30	쿠르시브	44
오라스	53	이재선	137	주소영	249	쿠르시브 CI	44
오라스 수도꼭지	53	이재익	133	주소희	140	쿠슈 히타치 맥스웰	113
오라익닷컴버추얼컴퍼니	100	이젤카데 방파제디자인	154	쥬인스나인	130	쿠오	150
오리모양 보온병	83	이중석	251	주코 재르비살로	55, 58	쿠오렘 향수	166
오스카 투스켓	164, 166, 170	이지라이더	27	쥬한국후지제록스	132	큅업	64
오시 코르호넨	58	이지플렉스 인공향문주머니	2, 3, 39	주홍규	139	큅업 맥주병따개	64
오이	194	이창수	136	줄리오 라체티	4, 5, 101	크레오	67, 74
오체	156	이철우	133	지나	236	크로스라이트	151
오체 바리오스트림7000	156	이탈라	55	자바디자인	201, 203	크리스티안 비요른	38
오체디자인	156	익스트리미스	31	자속가능한 디자인	204	크사비에 루스트	9
오페라 루임테릭 온트베르퍼스	152	인더스트리아테크니쉬페어리히팅	151	지아코모 보린	101	클레버라인	146
온리나추얼프로덕츠	185	인벤텔	66	질버	154, 155	클리에 PEG-NR 70V (PDA단말기)	116
온트워프스튜디오 코머 코스	146	인조	27			클릭커	146
올 젠슨	40	인코니토	71, 72	ㄸ		클리퍼 티	193
올라비 린덴	50	인터브랜드	183, 191	참새반상기세트	130	클리퍼 홍차	193
올리베티 테크노스트	103	인터브루UK	182	최경수	140	클린라인 가스용기구	38
올림푸스	122	인테이크	99	최경애	139	키나이트 두포트	184, 189
올림푸스 MIC-D 디지털현미경	122	인팀	29	최대성	246	키스 의자	57
올림피아 스피커랜드	174	인프로세스	64, 238	최영은	251	킴오 페르누 / 순토	58
올림피아 유럽	87	일카 콘카이넨	58	최영화	250	킴벌리-클락	187
와비	172	일화용 마이크로핀셋홀더	148	최용균	138		
와수 카누	70	임현택	129	최원석	248	E	
와일드브루	182	일새물병	140	최정희	134	타케우치 에이키	112
오키 '소녀들을 위한 것이 아닙니다'	191			최준호	251	타파웨어	30
우편함	164	ㄸ		최지현	250	타피오 스보라이넨	58
울프 울린스	187, 194	자가	26			타피오 후시	57
웁스보우마차파	156	자르모 레토넨	54	ㄹ		탈레XT	150
웅진코웨이	131, 138	자비예르 마리스칼	169	카르텔	104, 106	탈비전그룹	150
웅진코웨이 디자인	131	자스민 줄린-아로	51	카발로	174	탑콘	200
워러 오티마포트 와인	180	자임	134	카사스M	163, 168	탑콘 무역박람회 전시	200
위타샤프 린 앤 아젤	154	잔 H 한센	41	카스퍼 살토	41	태평양	211
위터콘	206	잔-마르크 헤링	54	카시오컴퓨터	122	텐덤디자인어소시에이트	242
원그룹	53	잔지스윙	81	카이 최렌슨	41	텐저린	242
원셀	40	잡상 페이퍼나이프 / 명함꽂이	133	카트린 그랜홀름	58	테라에코시스템	183
원셀 플타이트	40	장 누벨	74	카티파	171	테라지마 마사유키	112
원릭스 유틸리티원치스 스트레티지	201	장성열	247	카펫 컨셉 오브젝트-테피히보덴	88	테렌스 우드게이트	164
원월드 라이프스타일 프로덕트	85	장인원	131	캄핀가즈	98	테우보 카르보넨	53
원인더스트리즈	201	재활용가능한 0.33리터 용량 개인용 맥주병	90	캐논	117	테자인	242
웨이트로즈	183	저먼 프레르스	100	캐논 IXY i (APS컴팩트카메라)	117	테크 웨이브 카펫	88
웹 스칼렛	192	전기콕탑 HEC-2000B	138	캐드버리트레버바셋	181	테크닐름	69
위난츠 앤 러스트	31	전환석	247	캐럿투 (주)시스템주얼리디자인연구소	232	테팔	64, 185

토란디자인 인터내셔널	132	포첸라마누파투어	91	한별에디텍	132	IHC-25PC조리기	83
통 커트러세트	80	존세	53	한스 올 닐슨	41	JAB 테파워 하인츠 안스틱츠	83
통스	74	폴라일렉트로	58	햇스프링 난방기	8, 9, 182	JS캐터커터 III	121
투투 실란패	52	폴루 카펫	52	해리 코스키넨	50	KG486자전거	72
튀링거유라공업사	90	폼게스탈통 알렉산더 슈넬-발텐베르거	90	허브스트라자벨	202, 203	KH5000	131
튜블러스DB	31	픽닉스프로덕트디자인	92	허브아방가르드	98	KPN모바일	153
튜블러스G+	31	퀴포켓	27	헤레라 포 맨	167	L-패션그룹	51, 55
트락스 세이프티슈즈	148	큐즈프로젝트	200, 202	헨렉 닐센	41	LG전자	90, 91, 92, 128, 131, 134, 135, 136, 215, 222
트레블러	147	프라다아메리카스컵	100	헨릭 제페센	41	LG생활건강	140
트레스파 메테온오리저널	154	프라이어리티디자인스	205	헬러	105	LG-KP6300 이동전화	92
트레스파인터내셔널	154	프라덕트포올레 주이트탄젠트	156	현대자동차	214	LTL-X 레트미터	41
트루아이 홍채인식시스템	129	프레데리카가구	42	현상민	136	M71ti, M91ti 심장박동모니터	58
트리보르 FLP500물갈퀴	70	프레스토 디지털팔찌	90	호비스의 새로운 브랜딩	186	MBD디자인	68
트리안 메르빙	41	프로그디자인	236	홈	164	MDF 이탈리아	29
티먼 네덜란드	147	프로몰딩	148	홈 회전의자	82	MGE UPS시스템즈	66
티먼그룹	147	프로젝트 메아플라워	192	홍경미	250	MIT 공동개발	38
티무 재르비/스튜디오드나	56	프로콘3	85	홍석진	139	MK1 컨티넨탈디지털무선전화	189
티볼 데송브르	69	프론트페이징디자인	183	황갑순	91	MK2	67
티에이지슈트	103	프롬A투B	156	황수락	246	MNO디자인	151
티치아노	80	프리바빌딩인텔리전스	148	황인옥	130	MW-100 휴대용프린터	117
틴비에르제 앤 꼬마르	65	프리스트맨곳	8, 9, 182	후오네칼루테다스 코호넨	56	NIO아키텍텐	156
표		프리취 앤 아소시에	70	후지필름	116, 117	npk인더스트리얼디자인	150
파나소닉디자인사	115, 118	프리츠한센	41	후지필름 넥시아Q1	117	OKRA	154
파르마케미 하렘	146	프린지페스티발	183	휴대용 DVD플레이어 DVD-L100	129	One40 보트	53
파베르	42	플라스틱 진공 물주전자	40	히어	192	PDD Ltd.	201
파브 TV시스템	135	플라이마우스 진	192	히타치사 디자인부	113	PDR-T15 디지털카메라	88
파세코	134	플라이브	28	힐스 가름/식초/조미료	186	Qi, 5종 자기그릇세트	91
파스칼 무르게	65	플라이스톤	138	힐앤선	186	R. 웹	169
파시 비하비이넨	58	플란메카	52	AEF	73	R. 히리티지	169
파우와우 생수	187	플란메카 프로맥스엑스레이	52	AH to go 디자인	155	RKS 디자인팀	202
파우와우워터	187	플래그십 보드카	193	B. 룩스	170, 172	RPC그룹	54
파울 부덴스	32	플래쉬	80	B+T 디자인엔지니어링	88	RS스노우보드용 신발	71
파울 부덴스 작품집	32	플래티늄하우스	255	Bd 에디시오네스 드 디세뇨	164, 171	SEB Sa, 테팔	181
파이디자인	70	플렉스디벨롭먼트	148, 149	BMW	85, 87, 89	Si 68 접지기계	154
파코라반 향수	74	플로스	102, 104	BMW 그룹디자인웍스USA	85, 87, 89, 232	SNCF	68
판도라 인터내셔널	201	폴로어랩프 TMC	171	BTL1100 레이저마커	112	SODA	153
판도라 포글 애플루션	201	플루이드비히클	156	BVBA 게스끼에르 - 베로켄	27	SRO 모터사이클북	51
판도라디자인	4, 5, 101	피나볼로	98	C. 휴고 팻	81	STX	205
판티니	173	피스카스	50, 84	CLB베네룩스	149	STX 퓨즈 리크로스틱	205
팜	205	피스카스 전정가위와 원예용가위	50	CPH디자인	44	SVT브랜딩 앤 디자인그룹	155
팜 자이어 휴대용컴퓨터	205	피아도르 와인 리디자인	188	DESIGN3프로덕트디자인	85	SX-XD303 스피커시스템	119
팜콘	40	피조	82	DLP 백 프로젝트 TV RE-44SZ20RDD	91	TCM400	39
팜콘 테이블웨어	40	피조플래닛40 접시	82	E203전자고도계 / 기압계	58	TG 삼보컴퓨터	136
팩터프로덕트	88	피즈빈 셀프태닝	192	e-타입스	43	TGV 인터리어	68
퍼스트이머즈	202	피즈빈 포 존슨앤존슨	192	e-타입스 조나스 헤서	43	TSA 이눅스	67
퍼스트이머즈 컴포트케어 유아용품	202	피크닉	31	EDDS	64, 67	W. 콰드라트	28
퍼스트프로덕트디자인	153	피터 바누테켄	8, 26	EPR- U15B 쓰레기처리바이오시스템	118	X-901	99
퍼시스	139	피터 하스	153	EV-204/5(090) 아마하 전자바이올린	115	XHAY	100
퍼시픽스앤코	188	핀구이노팩50	101	FLB	190	XV-PZ330 DVD플레이어	119
퍼팩츄리 밸런스트	183	필 유니케어 호출기	149	FPE 의자	106		
핀트 모블스	165	필라	99	FU-N60CX-S 공기청정기	120		
필사 CL8 텔레 파워서지프로텍션	66	필라400-5	168	F-WBD101YR 문구용편치	121		
필피쉬	190	필립 스탱	104	GK디자인그룹	236		
페르노 리카르	74	핀베르버그	151	GN 리사운드	41		
페르디난드 피셔	151	핏프리 그로잉미디어	183	GVX 증기다리미	185		
페르티 엑솔름	56	ㅎ		HC4000웍크스 스노우보드바인딩	71		
페르티엣스튜디오	82	하버만어소시에츠	180	HD-N12 히타치 헤어드라이어	113		
페울브루호트 1	32	하얏달	237	HDW-2 노키아 무선헤드셋	54		
페출	72	하이브리드 + 퓨전	151	HNC디자인센터	116		
페카 링크네바	53	하인츠 쾨트겐	80	HTM스포츠타미전아레	98		
페터 그라벡	44	하츠	138	HX-CC1-B 탁상용온풍기	120		
페터 힌스	152	하프타임 축구테이블	152	ICE 의자	41		
펜타그램	181	한국도자기	214	IDEO	203, 205, 206		
포드렌즈	105	한국염티시스템	137	IDEO일본	121		
포르메르디자인	69	한국전통공예산업진흥협회	255	IHC-25PB 전자석조리기	112		
포르웨디자인	66	한드 비트	152				

A

@radical.media	204
100% Generosity Bag	204
23" Flatron LCD Monitor	135
26" Attain Ace 21	132
2742 cutlery set	81
3 borne architects	67
30" 16/9eme Scenium LCD screen	74
3B Reklamebureau	39
3Part	38
601 Bisang	231
60W Type Fluorescent Light Bulb Neo Ball Z	112
A&E Design	220
Aalo-Setaelae, Matti	58
Absolut Reality	230
Accu-Chek Active and Comfort Diabetes Care	
Consumer Systems	184
Accu-Chek Inform	184
Adnams Bottled Beers	188
Adnams Plc.	188
AEF	73
AEG	220
Aerts, Leo	30
Aerwing	138
Afra y Tobia Scarpa	163
Agaricon	104
AGRado Uhren Ag	89
AH to go	155
AIBO ERS-220	114
AIBO ERS-300 series "Latte & Macaron"	6, 7, 114
Air One	106
Akinori, Nishie	132
Alcatel	220
Alessi	147, 210
Alessi Desk Objects	147
Alessi spa	102
Alex	139
Alias Systems	253
Alinea	30
Allievo	106
Allimilmo	210
Alloy Total Product Design	189
Alteq International	149
Amat-3	170
AmorePacific	211
Amura Faucets	173
And Partenaires	230
Andre Naberman	146
Angevin	230
Antoni Puig	166
Anttonen, Sari	57
Anycall Handheld Mobile Phone	136
Anywayup Cup Mark 2	180
Appliquestation Embroidered Applique Creator	114
Appollo Industrial Co., Ltd.	140
Arad, Ron	106
Arc	151
Arper	171
Arribas, Alfred	168
Artemide	211
Artin	231
ArtJet Printer	103
Arvo Piironen, Ltd.	57
ASDA Children's Breakfast Cereal	180
ASDA Pet Food	190
ASDA Stores	180, 190
Astro Studios	204

Auerbahn Bestecke GmbH	80
Augustin Product Development	206
ALiRa	133
Aurum Paik's Jewelry Design	231
Avanti Toaster	181
Axane (Air Liquide)	70

B

B. Lux	170, 172
B+T Design Engineering AG	88
BACO	137
Baek, Inhak	251
Bahco	147
Bahco Metal Saws AB	84
Bahco PG-ERGO Home and Garden Ergonomical	
Secateur	147
Bahco Tools	147
Bahng, Youngduk	248
Baik, Kyoungwon	247
Bang & Olafsen	212
Bannick, Anne	40
Barbieri, Raul	81
Barco	253
Baroni, Aristide	98
Bata Industrials Europe	148
Batavus	146
Bd Ediciones de Diseno	164, 169, 171
Beaver harvester	53
Bellini Chair	105
Bellini, Mario	105
Bentsen, Nikolaj	38
Berghaus BV	152
Berntsen, Maria	83
Bic sport	70
Biohit E-line electronic pipette	56
Biohit Plc.	56
Birkenstock Footprints	202
Birkenstock USA	202
Bisque Ltd.	8, 9, 182
Bjorn, Christian	38
Blanco	220
Blue Fluted China	42
BMW AG	85, 87, 89
BMW Group Designworks	85, 87, 89, 232
Borin, Giacomo	101
Boudens, Paul	32
Boxway foldaway electric wheelchair	69
Brancale	99
Brandon, Andy	128
Braun	212
Brewer Riddiford	188
British Bakeries	186
Broen	38
Brother Industries, Ltd.	114, 117
BTL1100 Laser marker	112
Bulo	27
Burkhard Leitner Constructiv	220
Buscom Oy	54
BVBA Gesquiere - Verroken	27
Byun, Wongab	129

C

C. Hugo Pott	81
Caballo	174
Cadbury Trebor Bassett, Ltd.	181
Caimand Design	66
Camper	172
Campingaz	98
Canon Inc.	117
Canon iXY i	117
Capital Collection	149

Capsule	206
Carattwo System	232
Carpet Concept Objekt-Teppichboden GmbH	88
Carter, Brian	204
Casas M	163, 168
Casio Computer Co., Ltd.	122
Castiglioni, Achille	102
Catifa	171
Cayman	131
CDR Associates	232
Cederstroem, Ellis	58
Cent Degres	74
Centro Studi Dainese	103
Cesta	167
Cho, Minjoung	247
Cho, Yoosok	136
Cho, Younggil	129
Cho, Yunjoung	247
Choe, Jiyeon	250
Choi, Daesung	246
Choi, Jeonghoi	134
Choi, Junho	251
Choi, Kyongsoo	140
Choi, Kyungae	139
Choi, Wonsuk	248
Choi, Yongkyeun	138
Choi, Youngeun	251
Choi, Younghwa	250
Christian Bjorn Design	38
Cinema seat for two	67
Citroen CS Pluriel Roof System	149
Citterio Collective Tools 2000	56
Citterio, Antonio	56
CLB Benelux	149
Cleanline Gas Fitting	38
Cleverline	146
Clicker	146
CLIE PEG-NR 70V	116
Clipper Teas	193
Clipper Teas Ltd.	193
Clotet, Lluís	164
Coley Porter Bell	181, 187
Coloplast	2, 3, 39
Coma Stool	171
Compri HX	148
Concrete Architectural Design	153
Conexion	156
Conran & Partners	180
Copernico Faucets	173
COR Sitzmobil	82
Cora Techniek	153
Coreana Co., Ltd.	133
Corset Chair	170
Costa Design	233
CPH Design A/S	44
Crosslight	151
Crown	220
CYBE	26
Cyking Mini	128
Cyon KP6300	136

D

D'Amato, Nicola	98
Dadam Design Associates	233
Daenen, Bob	30
Dagen	43
Dagen, The newspaper	43
Daimler Chrysler	220
Dainese	103
Dal lamp	64
Damo Stand	152

Dark	26, 28, 30, 151
Dart icefall climbing competition crampon	72
David Taylor Design Company	193
De Jong Duke	155
De Lairesse Pharmacy	153
De Lucchi, Michele	103
de Vogelaere, Lut	26
De Wit, Hans	152
De'Longhi spa	101
Decathlon	70, 71
Dekovic, Denis	99
Delta Dansk Elektronik, Lys & Akustik	41
DESIGN 3 Produktdesign	85
Design Bridge	180, 188
Design Continuum	233
Design Continuum Italia	98
Design Dream	138
Designblue	234
Designers Associes	72
Designmail	234
Designor Oy Ab, Hackman	56
Designpark	234
Desk Man 101	133
Desombre, Thibault	69
Diabolo	102
Digitalway Co., Ltd.	129
Disform	169
Disposable Microforceps holder	148
Ditzel, Nanna	42
DLP Back Projection TV RE-44 SZ20RD	91
Document Center	132
DOLTZ: EW1011 Electric Toothbrush	113
Door, The	153
Dormeuse Lover	65
Doubleface	27
Dozorme	73
Dr. Stuart's Botanical Teas	185
Dreamsys Slim PC	136
Drisag	29
Drozdov, Alexei	153
Drudi, Aldo	103
Dry Nites	187
Duplex	169
Dupont medical	69
Duravit	221

E

e-Types	43
e-Types A/S	43
E203 Electronic altimeter, barometer	58
Easiflex Colostomy Bag	2, 3, 39
Easyrider	27
Ecco Design	235
ED Design	235
EDDS	64, 67
Edinburgh Festival Fringe	183
Edra	106
Eeh Nieuwe Generatie van Doodskisten	28
Egawa, Kazuo	112
Ekholm, Pertti	56
El Asmar, Nedda	27
Electric Cooktop HEC-2000B	138
Electrolux	221
Elmwood Design	180, 182, 188
Elx	165
Enex Co., Ltd.	139, 213
Enthoven Associates	235
Entia Tea Plus	133
EPR-U15B Bio System Raw Garbage Disposal	
System	118
EPSON TM-T90 Receipt Printer	121

Eredu	171
Ergo Matic Stem	146
Ergonomidesign	84
Erik Herlow Tegnestue A/S	82
Escargot Cordless Cyclone Vacuum cleaner	84
Essence glassware	55
EV-04/5(090) Yamaha Electric Violin	115
Evanescence powdered paper	65
Evenflo	205
Evenflo Triumph Convertible Car Seat	205
Eversoft Co., Ltd.	253
Exact Pipe Cutter	51
Exact Tools, Ltd.	51
Exlim EX-S1 Digital Camera	122
Extremis	31

F

F-WBD101YR Will Stationery Actic Stand-up	
Punch	121
Faber	42
Factor product GmbH	88
Fantini	173
Feiz, Khodi	147, 151
Figgio AS	82
Figgio Planet 40	82
Fila	99
First Product Design	153
First Years	202
First Years Comfort Care Baby Products	202
Fiskars	221
Fiskars Consumer Oy Ab	50, 84
Fiskars garden pruners and shears	50
Flagship Vodka	193
Flash	80
FLB	190
Flex Development	148, 149
Flos spa	102, 104
Fluid Vehicle	156
Flybe	28
Flyston Inc.	138
Formare design	69
Formgestaltung Alexander Schnell	90
FPE	106
Fredericia Furniture	42
Frers, German	100
Fringe	183
Fritsch & Associes	70
Fritz Hansen A/S	41
Frog Design	236
From A to B	156
Front Page Design	183
FU-N60CX-S Air Cleaner	120
FUJI Film Nexia Q1	117
Fuji Photo Film Co., Ltd.	116, 117
Fuji Xerox Korea Co., Ltd.	132
Fursys, Inc.	139
Fuseproject, Inc.	200, 202
Future interior of the TGV	68

G

Gaca, Aleksandra	151
Gafforio, Luca	99
Garlando s.r.l.	152
Garlic Wonder Garlic Press	82
Gas Range	131
GastroNormes	67
Genelec	50
Genelec 6040A Active Loudspeaker	50
Georg Jensen A/S	83
GH Intake	99
Gina	236

Giovannetti	213
Giovannoni, Stefano	53
Gira Table Lamp	172
GK Design	236
Glazer	183
GN ReSound	41
Goldenbell Co., Ltd.	130
Good Will Company	237
Goode, Priestman	8, 9, 182
Graabaek, Peter	44
Grcic, Kostantin	104, 106
Green & Black's	190
Green & Black's Organic Chocolate	190
Groenholm, Katrine	58
Grosemans, Davy	30
Grosfillex	67
Grupo Di	221
Gu, Bonseung	129
GVX Iron and Steam Generator	185

H

Ha&Dahl	237
Haatz Co., Ltd.	138
Haberman Associates	180
Hacksaw Frame 319	84
Halftime Foosball Table	152
Hanbyul Meditech Co., Ltd.	132
Hankook Chinaware	214
Hansen, Jan H.	41
Has, Peter	153
Hberli, Alfredo	55
HC4000 Works snowboard bindings	71
HD-N12 Hitachi Hair Dryer	113
Heal & Son Ltd.	186
Heals Oils, Vinegars & Condiments	186
Hecksher, Jonas	43
Helenius, Markku	57
Heller Incorporated	105
Herbst LaZar Bell, Inc.	202, 203
Here	193
Herend Porcelain	221
Hering, Jean-Marc	54
Herinrichting Rijksmuseum voor Volkenkunde, Leiden	152
Heritage, R.	169
Herrera for men	167
Hetland, Jens Olav	82
Hintikka, Ville	56
History of Whoo	140
Hitachi Manufacturing, Design Division	113
HNC Design Center	116
Hob Swivel Chair	82
Hoens, Peter	152
Højland, Eskil	2, 3, 39
Home	164
HON Minigold	237
Hong, Kyungmi	250
Hong, Seokjin	139
Hot Spring	8, 9, 182
Houman, Charlotte	42
Hovis Re-launch	186
HTM Sport-Divisione Mares	98
Hub Avantgarde	98
Huonekalutehdas Korhonen Oy	56
Huotari, Elina	52
Hussi, Tapio	57
Hwang, Inok	130
Hwang, Kap Sun	91
Hwang, Soorak	246
HX-CC1-B Ceramics Fan Heater	120
Hybrids + Fusion	151

Hyun, Sangmin	136
Hyundai Motor Company	214

I

I.M. Low	1 28
Iacchetti, Giulio	4, 5, 101
Ibfelt, Rasmus Drucker	43
IBM	221
ICE Chair	41
Icon	42
IDEO	102, 203, 205, 206
IDEO Japan	121
IDI Design	133
Iguana	26
IGuzzini	215
IHC-25PB Electromagnetic Cooker	112
iittala	221
Ijsselkade Quay	154
In Process	64, 238
In Team	29
Inalfa Roof Systems	149
Inconito	71, 72
Individualflasche 0.33L returnable beer bottle	

	90
Induction Heater 1HC-25PC	83
Industria Technische Verlichting	151
Inhue	238
Inno Design	238
Insne Co., Ltd.	130
Interbrand	183, 191
Interbrew UK Ltd.	182
Intra	222
Inventel	66
Inzo	27
Irio school microscope	73
Irizar	222
ITIS Series	139
Ittala	55

J

JAB Tepiche Heinz Anstoetz KG	83
Jabsang Paper Knife and Paper Holder Set	133
JACOB JENSEN DESIGN	222
Jaervi, Teemu	56
Jaervisalo, Jouko	55, 58
Jaga	26
Jang Inwon	131
Jang, Sungyul	247
Jensen, Lene Vad	40
Jensen, Ole	40
Jeon, Hwansuk	247
Jeppesen, Henrik	41
Jeulin	73
Joo, Hongkyu	139
JOYCO Group	181
JS Letter Cutter III	121
Ju, Sohee	140
Ju, Soyoung	249
Julin-Aro, Jasmine	51
Jun, Jinsung	250
Jung, Horyun	251
Jung, Hyunju	246
Jung, Jaeneung	135
Jung, Sunghun	250

K

Kaak, Willem-Jan	150
Kai Sørensen, Kai	41
Kajus, Jens	43
Kansas University	204
Karcher	222

Kartell	104, 106
Karvonen, Teuvo	53
Kembo	151
KG486 Bike	72
KH5000	131
Kim Youngho	131
Kim Youngtae	129
Kim, Euihoek	137
Kim, Eunae	247
Kim, Eunyoung	137
Kim, Hyungi	128
Kim, Hyunjin	249
Kim, Jinyoung	132
Kim, Jongsun	140
Kim, Junchul	246
Kim, Jungjae	249
Kim, Minguan	248
Kim, Myungeun	251
Kim, Myungjoong	137
Kim, Sohee	135
Kim, Sungho	131
Kim, Sunghun	251
Kim, Younggoun	134
Kim, Youngjun	135
Kim, Youngjun	137
Kimberly-Clark	187
Kimchi Refrigerator Hauzen	135
Kimmo Pernu/Suunto Oy	58
Kinneir Dufort	184, 189
Kiss chair	57
Kitchen articles by Marc Newson	64
Klar, Elke	83
Knockonwood	26
Knuijt, Martin	154
Kobayashi Industrial Co., Ltd.	118
Kodas Design	239
Kokuyo Co., Ltd.	121
Komatsu, Hiroshi	117
Korea Association of Traditional Craft Industry (KATCI)	255
Korhonen, Ossi	58
Koskinen, Harri	50, 56
Kova chair	58
KPN Mobile	153
Kramer, Ralph	81
Kreo	67, 74
Krog, Arnold	42
Kubo, Masahiko	103
Kugle	38
Kuo	150
Kursiv Corporate Identity	44
Kwon, Taeung	140
Kyushu Hitachi Maxwell, Ltd.	113

L

L-Fashion Group, Ltd.	51, 55
La Bella Dormiente	167
La Cie	66
La Cie D2 U&I Hard Drive	66
La Cie Databank	66
La Grande Dame presentation bag	73
La Marie	104
Laarhoven Design International	150
Lafuma	72
LaPlus Display System	150
LBO (Lost Boys System)	151
Le Banc	29
Leaf Bottle	140
Leben Dish Washer	134
Lee Design	128
Lee, Seungil	131

Lee, Changsoo	136
Lee, Cholwoo	133
Lee, Enju	246
Lee, Jaek	133
Lee, Jaeseon	137
Lee, Sanghwa	138
Lee, Sangjun	130
Lee, Wonhee	133
Lee, Yonghan	139
Lego	38
Lego Mindstorms	38
Lehtonen, Jarmo	54
Lemahieu, Luc	27, 32
Leo, retail by burnett	153
Leon@rdo	102
LG-KP6300 Mobile Phone	92
LG Electronics	
90, 91, 92, 128, 131, 134, 135, 135, 215, 222	
LG Household and Health Care	140
Licht Focus	150
Lift Back Portage system	72
Lign Roset	65
Linden, Olavi	50
Linja, Muotoilutoimisto	58
Literatura Shelves	165
Lithos	29
Living in a Box	153
Llusca, Josep	171
Lockcycle F. Carron	72
Loeningren, Guy	53
Logic Light	146
Logitech Mobile Cordless and FlexLoop	
Headset	203
Logitech Pocket Digital Camera	203
Logitech, Inc.	203
Lomo	83
Lovegrove, Ross	56, 104, 105, 106
LTL-X Retrometer	41
Luceplan	104
Luceplan spa	104, 105
Luckywood T-519	118
Ludwig	222
Luna Rossa	100
Lundberg Design	239
Lust, Xavier	29
Luukkanen, Ari	56
Luz	166
Lym, Hyuntaek	129

M

M91ti & M71ti heart rate monitors	58
MABEG	222
Macaron TM telephone	66
Magma Design	239
Mailboxes	164
Maison de Lee Younghee	255
Makio Hasuiki & Co.	223
Mandarina Duck Cappuccino FBMD 990	113
Mango Design	86
Manor Born Ltd.	188
Manor Born Packaging Reinvention	188
Marconi Interactive Systems	189
Marconi Neptune 1000 Interactive	189
Marioneta Nino	174
Marioneta Rey	174
Mariposa 830 Chair	163
Mariscal, Javier	169
Marjan Terpstra	153
Marquina 61	163
Marquina, Rafael	163
Martinez, Vicent	165

Massachusetts Institute of Technology	38
Massana-Tremoleda	172
Matsumoto, Hiroko	112
Matsushita Electric Industrial Co., Ltd.	
115, 118, 119	
Matsushita Electric Works, Ltd.	112, 113
May Day	104
MBD design	68
McGugan, Steve	39, 41
MDF Italia	29
Mecibah, Idir	28
Meda, Alberto	104
Mercury Appliances	192
Mercury Range Cooker	192
Merloni Elettrodomestici spa	102
Mervig, Trine	41
Methods Deck	206
MGE UPS systems	66
MI Design	240
Michida, Ken	115
Microsoft Center for Information Work	200
Microsoft Office Design Team	200
Midori Co., Ltd.	121
Miele	223
Mila, Miguel	167, 171
Min, Eunho	140
Min, Youngae	248
Mini City Bag	85
Mini Sunglasses	89
Mini Trolley Bag	85
Mini Wristwatch	87
Miniature Heroes	181
Miranda, Santiago	173
Mk 1 Continental Digital Cordless Telephone	
189	

MK Jewelry	240
MK2	67
MM Gear Co., Ltd.	128
MNO Design	151
Mobel Original Design	55
Mobel Oy	58
Moberly, Lewis	192
Mobles	114 163, 166, 172
Mocciaro, Salvatore	100
Mochizuki, Satoshi	121
i-mode store	153
Modular Space Savers	30
Molina, Lievore Altherr	171
Molteni	223
Monica Pileghi	99
mono	223
Montina International	106
Moon, Youngjoo	137
Moscardino	4, 5, 101
Moto Design	240
Moto Development Group	203
Motorcycle outfit SRO	51
Mourgue, Pascal	65
MPIO DMK	129
MTSYSTEM Korea Co., Ltd.	137
Muga	174
Multichannel Headphones	128
Musoo Tableware Set	130
MW-100 Mobile Printer	117

N

National BF-130 Lantern	115
National BH-220 Emergency Buzzer	118
National Design Group	15, 118
National Museum of Ethnology	152
National NP-P45D1S1 Dishwasher	119

Nautilus	166
Nebot, Daniel	174
Neopost Industrie	154
Nestle Rowntree	191
Neurosmith	202
Neurosmith Musini	202
New Covent Garden Food Company	191
New Products Industrial Design	149
Newdealdesign, LLC	205
Newson, Marc	64, 102
Nielsen, Hans Ole	41
Nielsen, Henrik	41
Niessing	223
Nijsten, Ivo	26
Nike Triax	204
Nike, Inc.	90, 204
NIO Architecten	156
Nios	27, 32
Nissan	223
Nite	170
Nokia 5210 mobile phone	54
Nokia 6800	86
Nokia Mobile Phones	86
Nokia Plc.	54
Nokia Wireless Headset HDW-2	54
Nolan	99
Nomad Company, The	155
Nomad Kids Travelbed	155
Nouvel, Jean	74
Novell/Puig	241
Npk industrial design	150
Nya Nordiska	223
Nya nordiska textiles gmbh	80

O

O-Nami Product Design	99
O Luce	224
Oce	156
Oce Design	156
Oce VarioStream 7000	156
Oi	194
OKRA	154
Olimpia Splendid	173
Olins, Wolff	187, 194
Olivetti Tecnost	103
Olympia-Europe GmbH	87
Olympus MIC-D Digital Microscope	122
Olympus Optical Co., Ltd.	122
One 40 Sailboat	53
One Group Ab	53
Oneseal	40
Oneseal Pulltight	40
Oneworld Lifestyle Products AG	85
Only Natural Products	185
Ontwerpstudio Kommer Kors	146
Ooms Bouwmaatschappij	156
Opera Ruimtelijk Ontwerpers	152
Oraic.com Virtual Company	100
Oras faucets	53
Oras Ltd.	53
Ordeig, Gabriel	167
Quassou canoe	70

P

Paco Rabanne for her	74
Paco Rabanne Parfums	74
Palm Zire Handheld Computer	205
Palm, Inc.	205
Paloheimo, Markus	50
Panasonic Design Company	115, 118
Pandora Design	4, 5, 101

Pandora International, Ltd.	201
Pandora Pogle Evolution	201
Pangratz, Stefan	153
Papcorn	40
Papcorn Tableware	40
Park, Heesun	251
Park, Heungsoo	133
Park, Namgyu	135
Park, Sangho	135
Park, Seala	135
Park, Songhee	249
Park, Taehoo	130
Park, Youbok	130
PASECO Co., Ltd.	134
Paul Boudens Works Volume	1 32
PAVV TV System	135
PDD Ltd.	87, 201
PDR-T15 Digital Camera	88
Pearlfisher	190
Peat Free Growing Media	183
Pekka Rinkineva	53
Pensi, Jorge	170, 172
Pentagram	181
Percy Fox & Co.	188
Perfectly Balanced	183
Pernod Ricard	74
Peter, Jens	41
Peterson, Doug	100
Petzl	72
Peulvrucht 1	32
Pharmachem Haarlem	146
Phoenix Product Design	92
Phi design	70
Phill Unicare Nursecall	149
Phojalainen, Ritva-Liisa	55
Piat d'Or Revitalisation	188
PicNik	31
Piironen, Risto	57
Pila 400-5 Chair	168
Pinguino Pac 50	101
Pinna Volo	98
Piz Buin for Johnson & Johnson	192
Piz Buin Self Tan	192
Planmeca Oy	52
Planmeca Promax X-ray unit	52
Platinum House	255
Plymouth Gin	192
Pod Lens	105
Polar Electro Oy	58
Polku carpet	52
Ponsse Plc.	53
Porsche Design GmbH	66
Portable DVD Player	129
Porzellanmanufaktur Fuerstenberg	91
Poulsen, Ebbe Helt	39
Poulton, Neil	66
Powwow	187
Powwow Water	187
Prada America's Cup	100
Presto Digital bracelet	90
Priha, Mika	51
Priority Designs	205
Priva Building Intelligence	148
ProCon 3	85
Product Formule Zuidtangent	156
Project Mayflower	192
Promolding	148
Propagandist	224
Puiforcat	27
Pulsar CL8 TelTV power surge protection	66
Punt Mobles	164, 165

Q

Qi, 5-piece porcelain bowl set	91
Quack thermos flask	83
Quechua Selfheat glove	71
Quick'Up	64
Quick'Up beer bottle opener	64
Quorum	166

R

Radiometer Medical	39
Rado	224
Rado Product Lab	89
Rado V10K	89
Ragni, Matteo	4, 5, 101
RampSnake	44
RampSnake Conveyor Belt	44
Randstad	224
New Covent Garden Soup	191
Reach	191
Regina	172
Remark, Michael	40
Removable stadium seat	67
Renault	68
ReSound AIR Hearing Aid	41
Rexite Spa	81
Ricard, Andre	166
Richard Versluys	148
Richardson Sheffield	182
Richardson Sheffield Laser Scissors	182
Ril's	55
Ril's designer collection	55
RKS Design Team	202
Robertshaw Co.	203
Robertshaw LP Tank Monitoring System	203
Roca	173
Roche Diagnostics GmbH	184
Rockwool	39
Rockwool Environmental Pallets	39
Roentgen, Heinz	80
RollerPac battery	70
Romanson Co., Ltd.	140
Romanson Trofish	140
Ronkainen, Ilkka	58
Rooche Ionizer Water Purifier	138
Rosengrens Europe	153
Rosignol snowboard	71
Royal Copenhagen	40, 42
RPC Group, Ltd.	54
RS Snowboard shoe	71
Rukka	51
Russian Wine & Vodka Company	193
Ryu, Zeehyoung	136

S

Salto, Kasper	41
Samchuly Bicycle Industrial Co., Ltd.	132
Samsung Electronics	129, 135, 136, 137, 216, 224
Santa & Cole	167, 168
Scarlett, Webb	192
Scenic II	68
Schirphol Project Consult	156
Schmidt-Lackner	173
Schneider Electric	66
Schroeder Milk	206
Schroeder Milk Package	206
Schwan-STABLO Schwanhauser GmbH&Co.	88
Schwan Stablio	224
Scope Design & Strategy	149, 155

Scorpio 270	98
SEB Sa	181
SeccoReale	173
Sedus	224
Segers, Wim	28
Seiko Epson Corp.	121
Seiko Instruments Inc.	113
Seiko Watch Corp.	113
SEISE-3100	128
Semisung	241
SENEX Technologies Co., Ltd.	129
SENS Notebook Computer	137
Seong, Jaeseok	134
Sepura	194
Sepura SRP2000 Hand-held Portable Radio	194
Servo Lever Grass Shears	84
Sesin EMC Co., Ltd.	128
Seymour Powell	181, 185, 192, 241
Sharp Corporation	120
Sheppard Day Associates	185
Shim, Kyuseung	134
Shin, Dongmyoung	246
Shin, Hyunseon	128
Shin, Inchul	138
SI-68 Paper folding and inserting machine	154
Siemens	225
Sillanp, Tuttu	52
Sinot Design Associates	146
Siro	155
Siro Chair	55
Slim-Type Air Conditioner	134
SNCF	68
So, Jangwon	137
So, Youngsub	250
Soap Belly	146
Soda	153
Soft White Memory	26
Solis F Office Chair Line	86
Son of Eddy	30
Son, Dongho	136
Sonic	99
Sony Corp.	6, 7, 114, 115, 116, 225
Sony Corporation Entertainment Robot Company	6, 7, 114
Sony Corporation, Design Center	115
Sony Digital Design	6, 7, 114
Sony SS-LA500ED Speaker	115
Sound Plus	132
Soundbug	87
Sparrow Dinnerware Set	130
Special 5002 White-Handleless	139
Spillemaeckers, Bart	29
Splash chair	170
Spoon Urban Furniture	69
Springtime	152
Ssamzie	216
Stabilo's move the X-writer fineliner	88
Star Led	104
Starck, Philippe	104
Strada	26
Studio Cerri & Associati	100
Studio Dna	56
Studio Idea	225
Studio Nue	114
Studio Vertijet	82
Stuer, Maarten	32
STX	205
STX: Fuse Lacrosse Stick	205
Subeybaja	169
SunCorp Communications (Europe) Ltd.	189
Sung, Junho	251

Sustainable Design	204
Suunto Plc.	58
Suze glass	74
Svolainen, Tapio	58
SVT Branding & Design Group	155
SX-XD303 Speaker System	119
Sygma	102
Symington Family Port Companies	180
Syncmaster TFT LCD Monitor	137
Szekely, Martin	67
Szyf, Maxime	31

T

T-Age Suit	103
Takeuchi, Eiki	112
Talle XT	150
Tandem Design Associates	242
Tangerine	242
TATA	225
Taylor, David	80
TCM400	39
Tec Wave	88
Technilum	69
Tefal	64, 181, 185
Teppe, Bruno	64
Terashima, Masayuki	112
Terra Eco Systems	183
Tesign	242
Textile design for roller blinds	42
Theirs Liner Lock range	73
Thibierge & Comar	65
Thirdeye Inc.	253
Thompson	74
Thuringer Behälterglas GmbH	90
Tieman Group	147
Tieman Nederland	147
Tiziano	80
TMC Floor lamp	171
Tol cutlery set	80
Tong Yang Magic Co., Ltd.	131, 134
Top Vision Group	150
TopCon	200
TopCon Trade Show Exhibit	200
Toran Design International	132
Toshiba Corporation	83, 84, 88, 112, 118
Toshiba Design Center Design Group 3	118
Toshiba Lighting & Technology Corp.	112
Toshihiko, Matsuo	132
Toyota	225
Traffic Information Manager Driver Terminal	54
Transfert	67
Traveller	147
Traxx Safety Shoes	148
Trespa International	154
Trespa Meteon Originals	154
Tribord FLP500 fins	70
Trigem Computer Inc.	136
True Eye	129
TSA Inox	67
Tubulus DB	31
Tubulus G+	31
Tupperware	30, 82, 225
Tusquets, Oscar	164, 166, 170
Typography for the newspaper DAGEN	43

V

Vacuum jug in plastic	40
VAIO PCV-W101 desktop PC	116
Van der Goor, Hans	153
Van der Vught, Jeroen	151
Van Esch	31

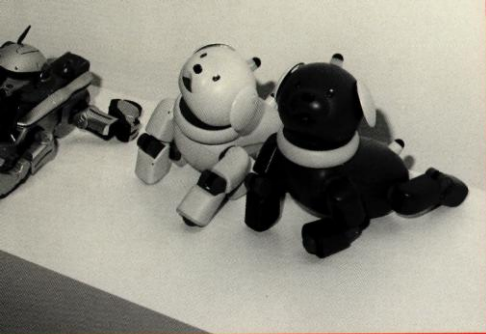
Van Lelyveld, Maarten	154
Vandebeek, Roel	29
Vanootehem, Peter	26, 28
Velschou, Jens	40
Venlet, Danny	27
Vera Chair	56
Verburg, Pim	151
Vermeulen, Marc	150
Verroken, Andre	27
Verso Design Ltd.	52
Veuve Cliquot	73
Victor Company of Japan Ltd.	116, 119
Victor Interlink MP-XP7210	116
Vihavainen, Passi	58
Violet	64
Virgule	27
Visser, Ferdinand	151
Vitra	217
Vivero	225
Vorwerk	226

W

W. Kwadraat	28
Wabi Shoes	172
Waitrose	183
Warn Industries, Inc.	201
Warn Works Utility Winches Strategy	201
Warre's Otima Port	180
Warwick Studios	150
Watercone	206
Waterschap Rijn en IJssel	154
Webb, R.	169
Wide LCD Monitor 23" Flatron L2320A	92
Wide LCD Monitor 30" MW-3DLZ10	90
Wiege Entwicklungsgesellschaft	86
Wild Brew	182
Wilkahn, Wilkening+ Hahne GmbH +Co.	86
Williams Murray Hamm	182, 186, 193
Wilson, Scott	90
Wit Design BV	152
Woodgate, Terence	164
Woongjin Coway Co., Ltd.	131, 138
Woongjin Coway Design Gr.	131
Wright Design	194
Wynants & Lust	31

X, Y, Z

X-901	99
Xhay	100
XIME	134
XV-PZ330 DVD Player	119
Yamaha Corp.	115, 226
Yang, Junho	135
Yi, Joongseock	251
Yoo, Mihee	249
Yorkie, It's not for Girls!	191
Youn, Byungchul	246
ZAG Industries	226
Zanzi Swing	81
Zelttec Engineering GmbH	206
Ziba Design	201, 203
Zilver	154, 155
Zorro	32
Zuba Zuba	30
Zucchetti	226
Zumtobel Staff	226



Design as a Driving Force for the Future

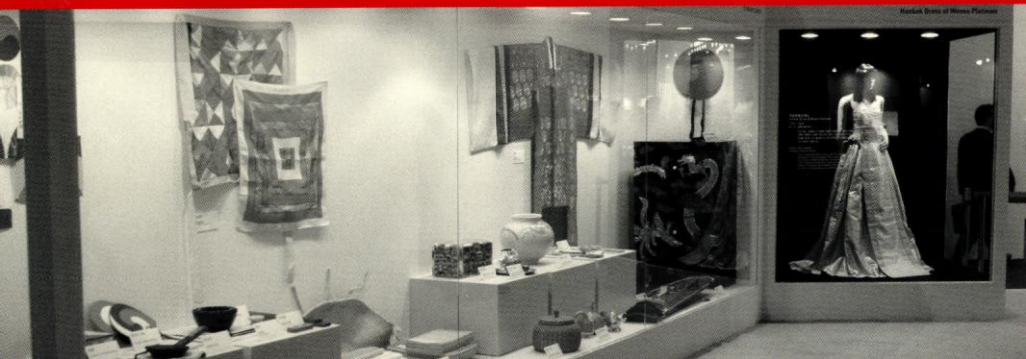
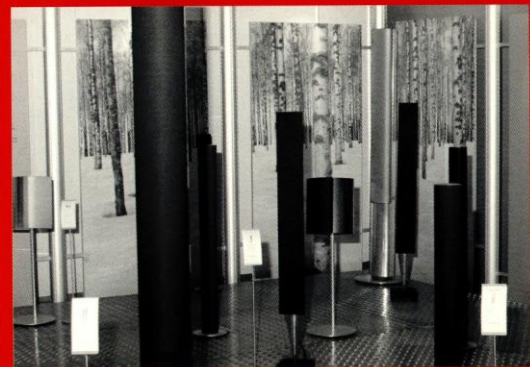
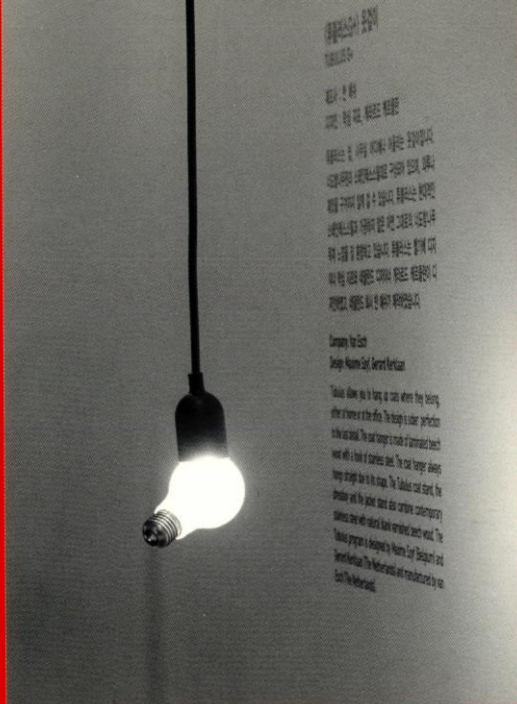
World Best Design Exchange 2003

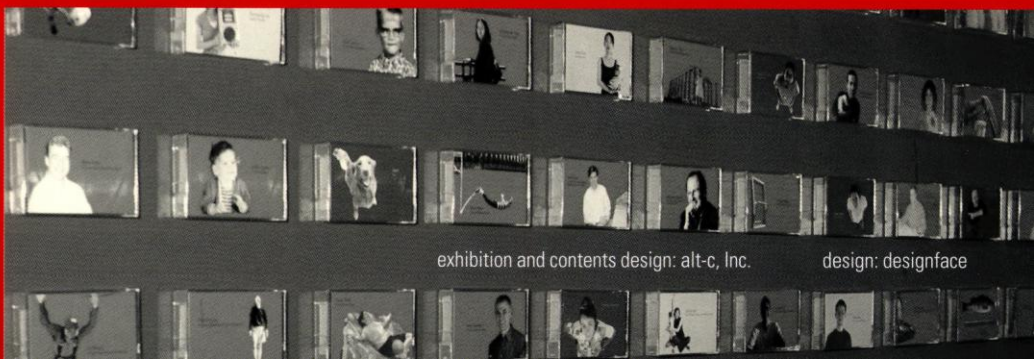
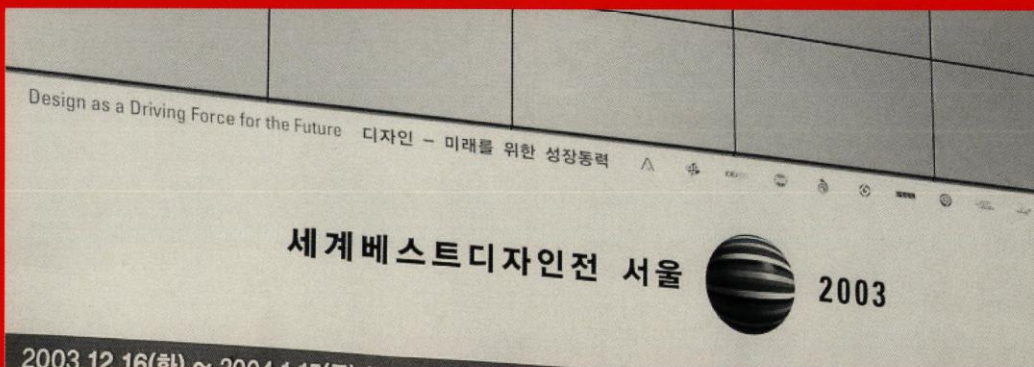
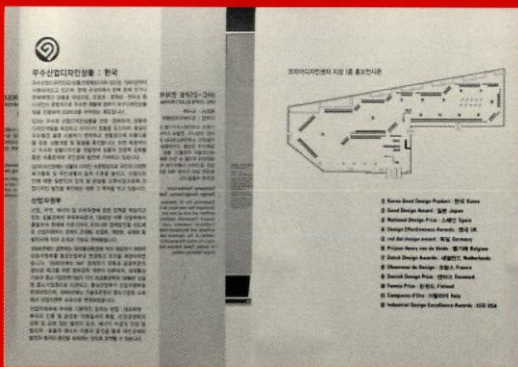
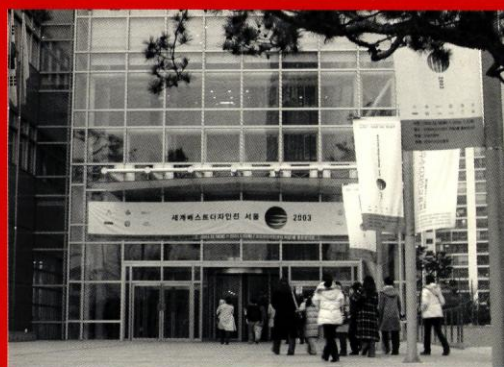
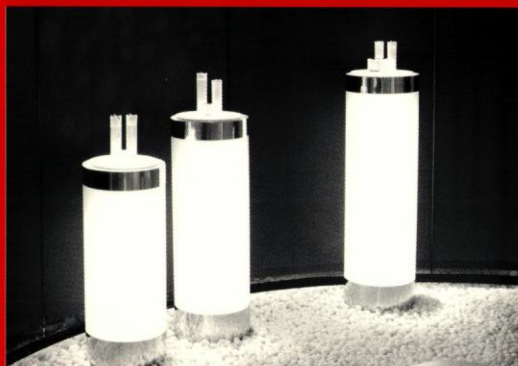
Seoul Exhibition

Convention on Design Industry Promotion

International Conference on Design Innovation

세계베스트디자인전 서울 2003





exhibition and contents design: alt-c, Inc. design: designface

www.designkorea.or.kr

발행일 : 2003년 12월
발행인 : 김철호
발행처 : 한국디자인진흥원
경기도 성남시 분당구 아탑동 344-1
코리아디자인센터
전화 031-780-2164
팩스 031-780-2166

Date of Publication: December, 2003
Publisher: KIM Chul-ho
Publishing Office: Korea Institute of Design Promotion
Korea Design Center, 344-1 Yatap 1-dong,
Bundang-gu Seongnam City, Gyeonggi-do
463-828 Republic of Korea
Tel. +82-31-780-2164 Fax. +82-31-780-2166



KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION