

Brands Meet Journalism

브랜드, 저널리즘을 만나다

Contents

| | |
|--------------------|-----------|
| Who We Are | 5 |
| The JoongAng | 6 |
| 이노베이션랩 히스토리 | 8 |
| 이노베이션랩 상품 | 15 |
| | |
| NATIVE AD | 17 |
| 네이티브 애드 제작 사례 | 18 |
| 네이티브 애드 게재 영역 | 26 |
| 네이티브 애드 제작 과정 | 28 |
| 네이티브 애드 상품 소개 | 29 |
| | |
| THE HIGHEND | 31 |
| 더 하이엔드 | 32 |
| 더 하이엔드 페이퍼 | 33 |
| 더 하이엔드 디지털 쇼룸 | 34 |
| OOH | 36 |
| | |
| BICNIC | 39 |
| 비크닉 | 40 |
| 비크닉 유튜브 | 44 |
| 비크닉 인스타그램 | 46 |
| 비크닉 뉴스레터 | 47 |
| 비크닉 상품 패키지 | 49 |
| | |
| SPECIAL | 51 |

Who We Are

뉴욕타임스 T brand Studio, 가디언 Labs 등 세계 우수 언론사는 임팩트 있는 네이티브 애드를 만듭니다. 중앙일보 이노베이션랩은 한국 언론계 유일한 네이티브 애드 전담팀입니다. 기자, PD, 디자이너, 개발자, 마케터 등의 전문가가 저널리즘에 기반한 신뢰할 수 있는 브랜드 콘텐츠를 만듭니다. 디지털, 페이퍼, 옥외 등 플랫폼을 가리지 않습니다. 이노베이션랩은 브랜드의 진심을 설득력있게 스토리텔링합니다.

중앙일보는 압도적인 디지털 1등 신문입니다. 혁신과 실험을 통해 남들보다 항상 한 걸음 앞서 나갑니다.

중앙일보 비즈솔루션본부는 기업의 광고와 마케팅, 홍보를 위한 원스톱 솔루션을 제공하고 있습니다. 이노베이션랩은 제작 스튜디오로서 크리에이티브와 콘텐츠 생산을 책임집니다.

중앙일보는 삼성역 코엑스와 파르나스 미디어타워, 인천공항 어메이징스퀘어, 홍대 커브드빌, 논현역 원앤원 전광판 등 다양한 OOH(Out-of-Home) 플랫폼을 보유하고

있습니다. JTBC와 메가박스, 휘닉스파크 등 중앙그룹 계열사의 채널도 활용할 수 있습니다. 스마트폰, 서울의 도심, 골프장과 공항, 일본 포털 뉴스사이트까지 어디에서든 중앙일보를 만날 수 있습니다. 중앙일보는 당신의 삶 가운데 스며든 미디어입니다.

'더 중앙에 두다'는 중앙일보의 슬로건입니다. 중앙일보는 균형 잡힌 시각으로 세상을 전합니다. 중앙일보 비즈솔루션본부는 광고주와 독자 모두를 만족시킬 수 있도록 신뢰를 중앙에 둡니다.

1965년

중앙일보는 1965년 9월 22일 창간한 대한민국 대표 신문사입니다. 가로쓰기, 한글전용신문, 섹션신문, 중앙SUNDAY, 베르를리너판 전환, 아시아 최초 인터넷 뉴스 사이트, 디지털 퍼스트 전략과 유료구독 서비스 등을 가장 앞서 도입하면서 신문 산업의 혁신을 이끌어왔습니다.

570만 명

중앙일보 네이버 뉴스 구독자는 2023년 8월 기준 570만명입니다. 압도적인 1위입니다. 중앙일보 신문 구독자, 온라인 회원, 다음과 구글 등 기타 포털로 접속하는 독자까지 포함하면 대한민국 국민 일곱 명 중 한 명은 중앙일보를 봅니다.

214만 명

중앙일보 페이스북 팔로워는 2023년 8월 기준 214만 명입니다. 중앙일보는 SNS에서 가장 적극적으로 독자와 소통하는 미디어입니다. 전통적인 신문 독자만이 아니라 더 넓은 독자층을 팬으로 만들어나갑니다. 뜬뚝라, 풀인, 헤이뉴스, 헬로 페어런츠 등 다양한 버티컬 서비스를 만들어 디지털 세대의 마음을 얻습니다.

이노베이션랩 히스토리

신문 구독자는 여전히 많습니다. 그러나 전성기에 비하면 점차 줄고 있습니다. 중앙일보는 디지털에서 미래를 봤습니다. 2012년 말 뉴욕타임스가 인터랙티브 뉴스 스토리텔링이라는 저널리즘의 새 장을 열었습니다.

새로운 방식은 광고에도 적용되어야 한다고 생각했습니다. 2016년 국내 최초이자 유일한 네이티브 애드 전담팀, 이노베이션랩을 조직한 이유입니다. TF팀으로 출발한 이노베이션랩은 '새로운 아름다움을 찾아서'(아모레퍼시픽), '가장 안전한 지구 설명서'(LG) 등의 작품을 만들어 센세이션을 일으켰습니다.

이후 끝없는 미디어 대변혁의 시대가 이어졌습니다. 중앙일보에도 수많은 조직과 서비스가 생기고 이내 사라졌습니다. 그러나 이노베이션랩은 여전히 건재합니다. 중앙일보 이노베이션랩은 한국 언론사 가운데 디지털 콘텐츠를 가장 잘 만드는 팀입니다. 브랜드의 품위를 지키면서 독자에게도 인사이트를 주는 브랜드 스토리를 만듭니다.

2022년에는 명품 브랜드에 특화한 매거진 더 하이엔드를 론칭했습니다. MZ세대에 소구하는 브랜드 스토리 전문 비크닉 뉴스레터와 유튜브 채널도 만들었습니다. 이노베이션랩은 시장의 변화와 독자의 눈높이에 맞춰 끊임없이 진화하고 있습니다.

2016

2016.07
LG
가장 안전한 지구 설명서

2016.07
LOTTE
123층 롯데월드타워
123가지 이야기,
랜드마크 오브 코리아

2016.08
아모레퍼시픽
새로운 아름다움을 찾아서

2016.09
SHINSEGAE
서울 풍수지리 명당은 어디?

2016.09
hyundai
미친 길을 질주하다

2016.12
hyosung
효성 50주년 "스미다"

2017

2017.01
대한적십자사
은지의 5.27m의 방

2017.02
대한적십자사
RED CROSS on Earth

2017.03
LG전자
손 안에 폭 넓은 세상 "나는 G6"

2017.04
LOTTE
Tower of Magic, 새로운
랜드마크 대한민국을 어우르다

2017.05
동화계약
흘러라 생명의 물,
불어라 맑은 바람

2017.05
Cartier
예술의 경계를 허문 "하이라이트"

2017.06
California Almonds
Almonds make you beautiful

2017.06
LG U+
캔 유 스피크 잉글리시?

2017.09
한화
태양을 잡았다

2017.09
NCSoft
2억 명이 모이는 놀이터

2017.09
한화
마침내 중력을 이겼다

2017.09
현대카드
영감의 순간을 위한 제안
INSPIRE CARD

2017.09
아모레퍼시픽
더 아름다운 세상을 꿈꾸다

2017.10
KT
5G+스포츠,
울겨울 5G 사용설명서

2017.10
보령제약
약국거리 원조에서 신약 개발까지
보령 60년 스토리

2017.10
청담러닝
우리 아이가 만날 미래

2017.11
한화
한화 해피 선샤인...
사랑 빛 쏟아지다

2017.11
KT
우리 섬이 달라졌어요

2017.12
KT&G
한류 3.0,
인도네시아에서 꽃 피우다

2018

2018.01
파루
기술 혁신의 종을 울리다

2018. 03
SC제일은행
당신의 목소리,
그들의 여행이 되기까지

2018. 04
인천국제공항
화성인도 반할 SMART 공항

2018. 04
NISSAN
더 날렵하고 똑똑해진
세계 1위 친환경차

2018. 05
청담러닝
새로운 시대, 새로운 인재

2018. 07
KT&G
인디 아티스트에게도 봄은 온다
상상사계 想像四季

2018. 08
GS건설
살래 (Buy), 살:래 (Live)?

2018. 09
아모레퍼시픽
아모레퍼시픽,
새로운 "미의 전당" 열었다

2018. 09
KT&G
KT&G, 아시안게임 현장서 감동의
"집짓기"

2018. 10
초록우산
커피 한 잔, 영화 한 편,
그리고 기부

2018. 10
SKY31컨벤션
구름 위에서 할 수 있는 모든 것

2018. 10
르노삼성자동차
세단, 어디까지 타 봤니?

2018. 11
대한적십자사
800g의 기적,
'이른둥이'를 아시나요

2018. 11
KT&G복지재단
몽골의 바람이
한국의 미세먼지가 되기까지

2018. 11
Mirae Asset
한국기업, 격변의 시대에
'금융강국 코리아'를 외치다

2018. 12
LH 한국토지주택공사
신나는 스마트시티 탐험,
함께해요!

2019

2019. 01
NISSAN
완전 새로운 경험,
X-Citing SUV

2019. 01
한화
세계는 이미 '태양광 시대'

2019. 01
한국수력원자력
종합에너지기업
한수원의 위대한 도전

2019. 01
롯데액셀러레이터
롯데를 망하게 할
사업아이템 61가지

2019. 02
SGI서울보증
꿈을 보증하다, 신용을 높이다

2019. 04
롯데 워크플렉스
Back to Work: 공유오피스,
프리미엄을 만나다

2019. 05
청담어학원
애가 머리는 좋은데,
공부를 안 해요

2019. 05
인천국제공항
여행 끝, 쇼핑 시작...
인천공항 입국장 면세점

2019. 06
하이트진로
대지라는 이름의 맥주_테라

2019. 06
KB증권
금융투자기업의 CSR은 뭐가
다들까?

2019. 06
롯데백화점
여성 우울증 예방 캠페인
당신의 리조이스를 위해

2019. 08
PARADISE CITY
Check-in to Fantasy

2019. 08
경희대학교
미래세대의 미래는 있는가

2019. 08
KT&G
안녕, 베트남! 고마워, 한국!

2019. 08
KT&G
상상에서 임팩트로! KT&G
상상스타트업캠프

2019. 10
한국수력원자력
힘이 되는 에너지,
대한민국을 충전하다

2019. 11
한국교통안전공단
내 차도 캠핑카로
튜닝할 수 있을까?

2019. 12
아모레퍼시픽
집착의 아름다움

2019. 12
포스코
INNOVILT,
도시의 미래를 그리다

2019. 12
동화약품
백세건강?
잇몸 저축이 비결!

2020

2020. 02
시몬스
무엇이 숙면을 완성하는가?

2020. 03
LH 한국토지주택공사
당신이 미처 몰랐던
이색 핫플레이스 9곳

2020. 04
더존비즈온
언제나 어디서나 사무실처럼

2020. 05
청담러닝
미래의 인재, 미래의 기술로
키웁니다

2020. 06
한국수력원자력
에너지의 실체, 위기 그리고 기회

2020. 07
더존비즈온
기업의 전쟁,
승리의 지도 더존 ERP 10

2020. 07
삼성제약
평생 건강을 위한 세가지 질문

2020. 08
인천국제공항
너의 바람이 시작되는 곳

2020. 10
NKMAX
내 몸을 지키는 천재 킬러,
NK세포

2020. 12
SK
오늘의 SK를 만든 결정적 순간들

2020. 12
한국공항공사
2030년의 스마트한 세계여행

2020. 12
시몬스
화재로부터
안전한 침대는 따로 있다

2020. 12
GS건설
살고 싶은 집의 미래가
궁금하다면?

2021

2021. 02
DSD삼호
성공한 도시는 어떻게
만들어지는가

2021. 06
더존비즈온
슬기로운 회사 생활
Amaranth 10

2021. 06
MSS그룹
가족의 24시간을 지켜라

2021. 07
SC제일은행
호구방지 자산관리 능력고사

2021. 08
더존비즈온
90년대 사무실로 시간 여행

2021. 08
SK텔레콤
스타트업도 ESG가 필요해

2021. 09
아모레퍼시픽
We make A MORE beautiful world

2021. 09
LH 한국토지주택공사
당신의 삶에 가장 가까운 도시

2021. 10
더존비즈온
당신의 업무는 왜 힘든가

2021. 11
ICM
엄마의 시간을 되돌릴 수 있다면

2021. 11
SK이노베이션
2031 도시유전 리포트

2021. 11
CJ제일제당
바다 쓰레기에 갇힌 물고기를 구하라

2021. 12
더존비즈온
세상에 없던 업무 도구를 만들다

2022

2022. 01
대웅제약
이젠 아프다고 말해요

2022. 02
청담러닝
크레버스 사고력 게임

2022. 02
불가리
로마를 담은 보석 이야기

2022. 03
시몬스
시몬스가 보내는 편지

2022. 04
더존비즈온
사장님은 슈퍼맨

2022. 05
한국전력
꿈의 화력발전소를 만나다

2022. 06
더 하이엔드
2022년 올해의 시계를 만나다

2022. 06
더존비즈온
2022 CEO 라떼력 테스트

2022. 09
프리베 테크놀로지
당신의 자산은 안녕하신가요?

2022. 09
텐마인즈
당신과 함께 잠들고 싶어

2022. 09
인스타그램
마케팅하려면 인스타그램

2022. 10
더존비즈온
2022 디지털 리더십 보고서

2022. 11
CJ제일제당
글로벌 한식 일상, 10년의 도전

2022. 11
업비트투자자보호센터
디지털자산, 올바른 투자의 디딤돌

2022. 11
롯데월드타워
석촌호수 클렌징

2022. 12
더 하이엔드
2022 홀리데이 아이템 리스트

2022. 12
더존비즈온
2023 업무상황령 실태보고서

2023

2023. 01
한화솔루션
내 아이가 맞이할 미래는

2023. 03
시몬스
침대로 어떻게 ESG를 하지?

2023. 04
더 하이엔드
좀 더 특별한 결혼을 꿈꾸는 이들을 위한 지침서

2023. 04
더존비즈온
디지털 시대, 명품의 조건

2023. 06
더존비즈온
디지털 혁명, 20년의 기록

2023. 06
더 하이엔드
혁신으로 무장한 2023년의 새 시계와 보석 이야기

2023. 09
더 하이엔드
아트와 패션의 동행



이노베이션랩 상품

네이티브 애드

중앙일보의 디지털 스토리텔링 능력을 집약한 브랜드 콘텐츠

기본형

인터랙티브 웹페이지에서 몰입감 있는 메시지 전달

영상형

고품격 영상으로 스토리텔링하는 브랜드 콘텐츠

더하이엔드

하이엔드 라이프스타일을 품위있게 전달하는 온오프 매거진

페이퍼

중앙일보와 함께 타깃 가구에 배달되는 고품격 매거진

디지털

인터랙티브 웹매거진으로 브랜드를 돋보이게

OOH

삼성동 옥외 전광판에서 브랜드 메시지 전파

비크닉

내게 맞는 브랜드를 찾아 떠나는 설레는 여정, 브랜드 피크닉

뉴스레터

취향과 브랜드 철학을 중시하는 MZ 세대 타깃 뉴스레터

유튜브

구독자 14만5000명을 확보한 비크닉 유튜브

인스타그램

팔로워 3만의 충성팬을 확보한 브랜드&트렌드 채널

스페셜

광고주의 니즈에 맞춘 모든 형태의 스토리텔링

콘텐츠 패키지

맞춤형 영상 혹은 칼럼 등 콘텐츠 종합 패키지

디지털 역사관

브랜드 역사를 일목요연하게 보여주는 웹 전시관

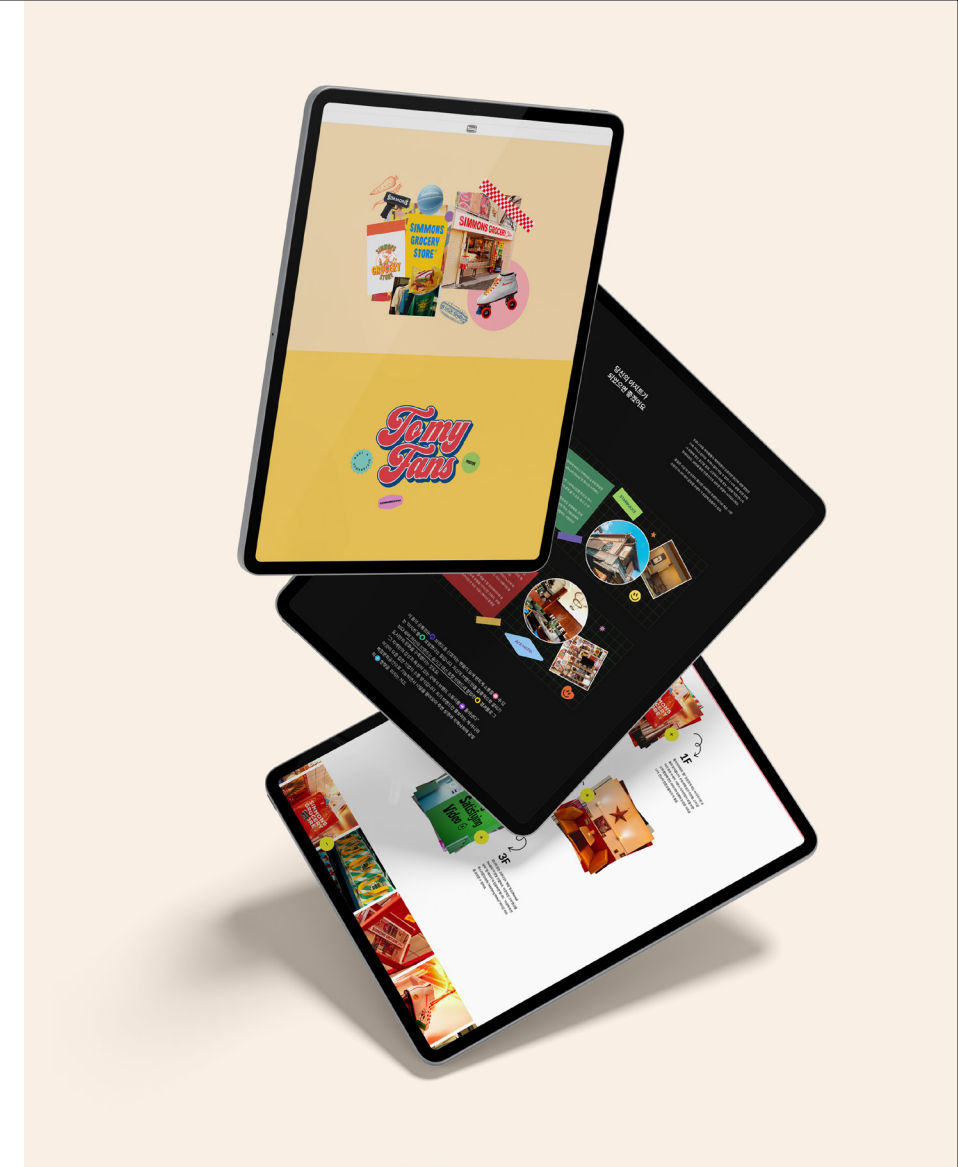
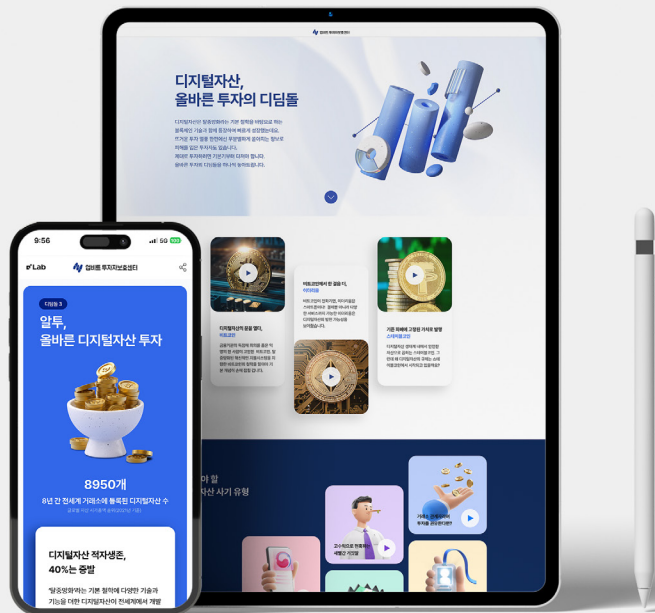
NATIVE AD

네이티브 애드 제작 사례

업비트 '디지털자산, 올바른 투자의 디딤돌'

뜨거운 디지털자산 투자 열풍은 여러 부작용을 낳았습니다. 두나무 업비트 투자자보호센터는 글보다는 영상이 더 익숙한 투자자의 눈높이에 맞는 지식과 정보를 흡인력있게 전달하길 원했습니다. 금융 취재 경험이 풍부한 이노베이션랩의 기자들이 PM을 맡아 전문가와 아나운서가 출연하는 10회 시리즈 영상을 제작했습니다. 더불어 이를 내용별로 모아볼 수 있는 웹페이지도 제작했습니다. 어려운 투자 개념을 좀 더 친숙하게 받아들일 수 있도록 3D 아트웍을 활용해 새로운 시각적 경험을 제공했습니다.

페이지 <https://innovationlab.co.kr/project/upbitcare2022>



시몬스 '시몬스가 쓴 편지'

시몬스 그로서리스토어는 젊은 소비자가 즐서서 구경하는 합플입니다. 시몬스는 그로서리 스토어가 단순히 합한 공간에 그치는 게 아님을 대중에게 전하고 싶어했습니다. 이노베이션랩은 로컬 전문가인 모종린 연세대 국제대학원 교수, 경신원 도시와 커뮤니티 연구소장을 섭외해 시몬스의 활동에 담긴 철학과 의미를 객관적이면서도 깊이있게 끌어냈습니다. 고객, 직원과 그의 가족, 지역주민까지 행복하게 만들고 사회적 책임을 다하고자 하는 철학에서 비롯된 것임을 설득력있게 전달했습니다.

페이지 <https://innovationlab.co.kr/project/simmons2022>



ICM '엄마의 시간을 되돌릴 수 있다면'

ICM은 퇴행성 질환을 위한 유전자 치료제를 개발하는 바이오기업입니다. 퇴행성 질환에는 약이 없다는 통념을 기술로 극복하고 현실화하고 있다는 걸 투자자와 대중에게 알리고자 했습니다. 임상실험 중인 퇴행성 관절염 치료제 ICM-203의 난해한 작동 원리, 어려운 유전자 치료의 개념이 장애물이었습니다. 이노베이션랩은 유전자 치료의 개념을 인터랙티브 그래픽과 3D 영상으로 제작해 이해하기 쉽게 스토리텔링했습니다.

페이지 <https://innovationlab.co.kr/project/icm2021>

메타 '마케팅하려면 인스타그램'

인스타그램은 기업 브랜딩의 필수 채널입니다. 메타는 릴스, 크리에이터, 커머스 등 인스타그램의 새로운 도구를 비즈니스 마케팅 캠페인에 활용하도록 기업의 의사결정권자들을 설득하고 싶어했습니다. 이노베이션랩은 릴스와 커머스 등의 툴을 잘 활용해 판매로 연결시키거나 브랜드 이미지를 끌어올린 실제 사례를 취재했습니다. 무신사, 케이스티파이 등의 담당자 인터뷰와 각종 근거 데이터, 운영 실무를 돕는 꿀팁까지 방대한 정보를 모바일에 최적화된 형태로 구현했습니다.

페이지 <https://innovationlab.co.kr/project/instagram2022>



더존비즈온 '2022 CEO 라떼릭 테스트'

더존비즈온은 기업용 ERP와 그룹웨어, 클라우드 등으로 사업을 키워온 ICT기업입니다. 국내 소프트웨어 1위 기업이지만 B2B 특성상 대중적 인지도는 다소 떨어지는 편입니다. 더존은 CEO급 리더들을 설득하는 동시에 대중에게도 친숙하게 다가가고 싶어했습니다. 이노베이션랩은 리더의 소통 유형을 커피에 빗댄 나눈 테스트를 만들어 흥미를 유발하고, 내부 커뮤니케이션 비용을 낮출 수 있는 더존의 상품을 자연스럽게 소개했습니다.

페이지 <https://innovationlab.co.kr/project/douzone2022-2>



SC제일은행 '호구방지 자산관리 능력고사'

SC제일은행은 2030 비교적 젊은 타깃에게 자산관리 서비스를 홍보하고 싶어했습니다. 자산관리가 노년의 고액자산가만의 전유물이 아니라 젊은 시절부터 자산관리가 필요하다는 점을 대중에게 어필하고자 했습니다. 이노베이션랩은 '호구방지 자산관리 능력고사'를 만들어 재미있고 간단한 테스트로 자산관리를 능력을 돌아보도록 만들었습니다. 테스트 뒤에는 전문가의 문제풀이 해설 영상, 기업 홍보 영상을 만들어 넣어 SC제일은행의 자산관리 역량을 인식할 수 있게 했습니다.

페이지 https://innovationlab.co.kr/project/sc_wealthcare/



인천공항공사 '섬마을 아리아'

인천 무의도에서 할머니와 단둘이 사는 열두살 소녀 리아의 이야기를 담은 단편영화입니다. 학생 수가 적어 교육 인프라가 매우 부족한 섬마을입니다. 극 중 리아는 '지역학교 특성화 수업' 덕분에 금요일마다 바이올린을 배우며, 바이올리니스트의 꿈을 키워갑니다. 극의 소재가 된 지역 학교 특성화 수업은 인천공항공사가 2007년부터 시행해온 사업입니다. 특성화 교육 기회가 적은 도서 지역에서 연극, 음악, 항공수업 등 다양한 프로그램을 진행했습니다. 이노베이션랩은 이를 단편 영화로 제작해 사회 공헌 활동의 가치와 의미를 감동적인 스토리로 만들었습니다.

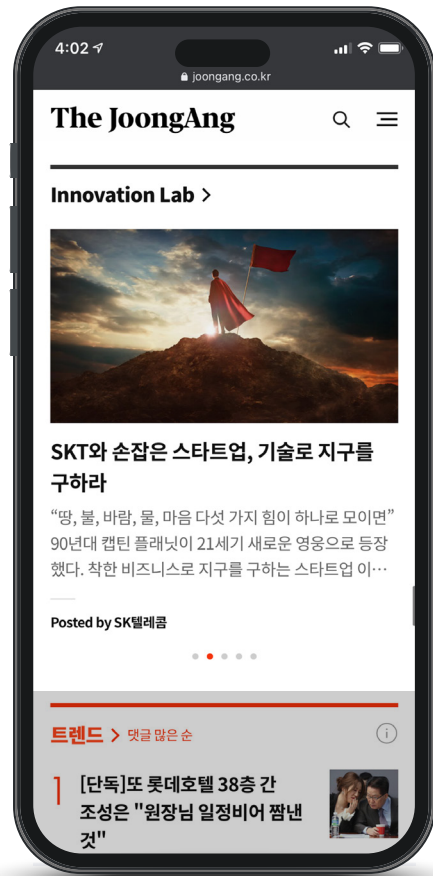
페이지 <https://innovationlab.co.kr/project/icn2020/>

네이티브 애드 게재 영역

이노베이션랩이 제작한 네이티브 애드는 중앙일보 홈의 기사영역, 중앙일보 모든 기사의 하단에 붙어있는 이노베이션랩 고유 영역 등에서 1주일간 집중 노출됩니다.



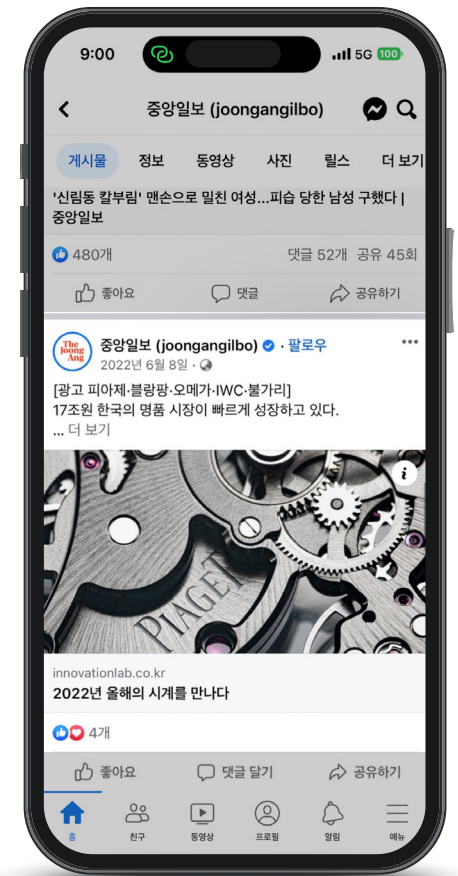
중앙일보 홈 기사 영역



중앙일보 홈 이노베이션랩 영역

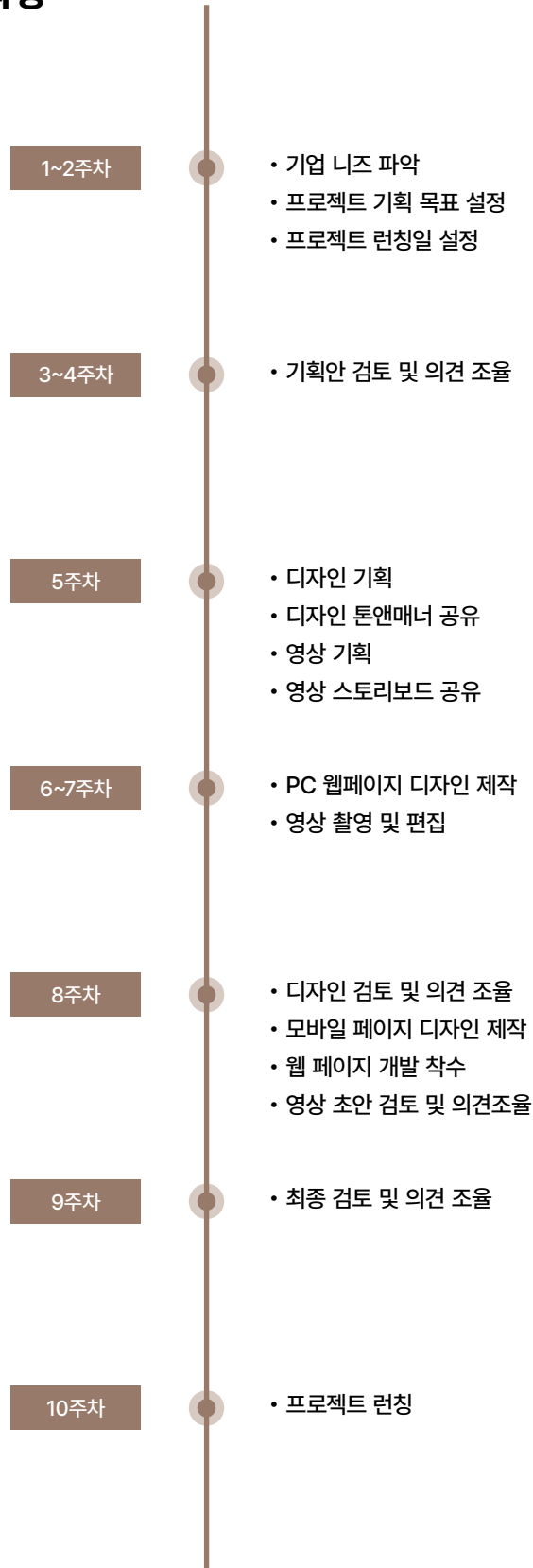


중앙일보 기사 하단 영역



중앙일보 페이스북

네이티브 애드 제작 과정



네이티브 애드 상품 소개

| | | |
|--------------------|--|--------------------|
| 네이티브 애드 기본형 | <ul style="list-style-type: none"> - 인터랙티브한 네이티브 애드 페이지 - 기본 영상 1편 - 중앙일보 채널 홍보 | 러닝타임 5분 내외 1억원~ |
|--------------------|--|--------------------|

| | | |
|--------------------|--|------------------------|
| 네이티브 애드 영상형 | <ul style="list-style-type: none"> - 미니 다큐형 - 지식 예능형 - 쇼 익스플레인형 | 러닝타임 5분~10분 5000만원~ |
|--------------------|--|------------------------|

| | | |
|--------------------|--|------------------------|
| 네이티브 애드 스페셜 | <ul style="list-style-type: none"> - 네이티브 애드 + 영상 시리즈 등 - 브랜드가 원하는 방식으로 스페셜 패키지 제공 | 구성·내용 별도협의 금액 별도 협의 |
|--------------------|--|------------------------|

* 1억원 이상 네이티브 애드는 중앙일보 채널 내 기본 확산 포함.
단, 납품형은 제외. 외부 채널 마케팅은 별도 협의.

* 1억원 이상 네이티브 애드는 광고주가 활용할 수 있도록 권리 공유.
단, 중앙일보 상표 등 고유 권리 및 제 3자의 권리 등은 제외.

THE HIGHEND

더 하이엔드

더 하이엔드는 하이엔드 라이프스타일과 브랜드 철학을 품격있게 다룹니다. 중앙일보 이노베이션랩의 취재력과 기획력을 바탕으로 다양한 플랫폼에서 높은 수준의 콘텐츠를 제공합니다. 디지털 페이퍼와 디지털 콘텐츠를 통해 하이엔드 라이프스타일을 추구하는 독자들에게 더 깊은 이해와 풍부한 경험을 선사합니다.



더 하이엔드 페이퍼

더 하이엔드 페이퍼는 럭셔리 스토리를 담은 고품격 매거진입니다. 강남, 서초, 송파구 등의 중앙일보 독자 6만 가구에 배달됩니다. 매호 테마를 선정해 심도있는 기획, 취재와 화보촬영 등을 직접 진행하며 하이엔드 분야의 전문적인 정보를 제공합니다.

판형 260×323mm

페이지수 최소 28페이지 (페이지단위 계약)

배포지역 강남구(개포동, 대치동, 도곡동, 삼성동, 압구정동, 역삼동 등)

타워팰리스 1~3차, 도곡렉슬, 도곡 삼성래미안, 아이파크 삼성, 레미안블레스티지, 레미안대치팰리스 1~2단지, 대치 아이파크, 센트럴 아이파크, 현대아파트 1/3/4/5/6/7/10차, 압구정신현대, 레미안그레이튼 1/2차 등

서초구(반포동, 서초동, 방배동 등)

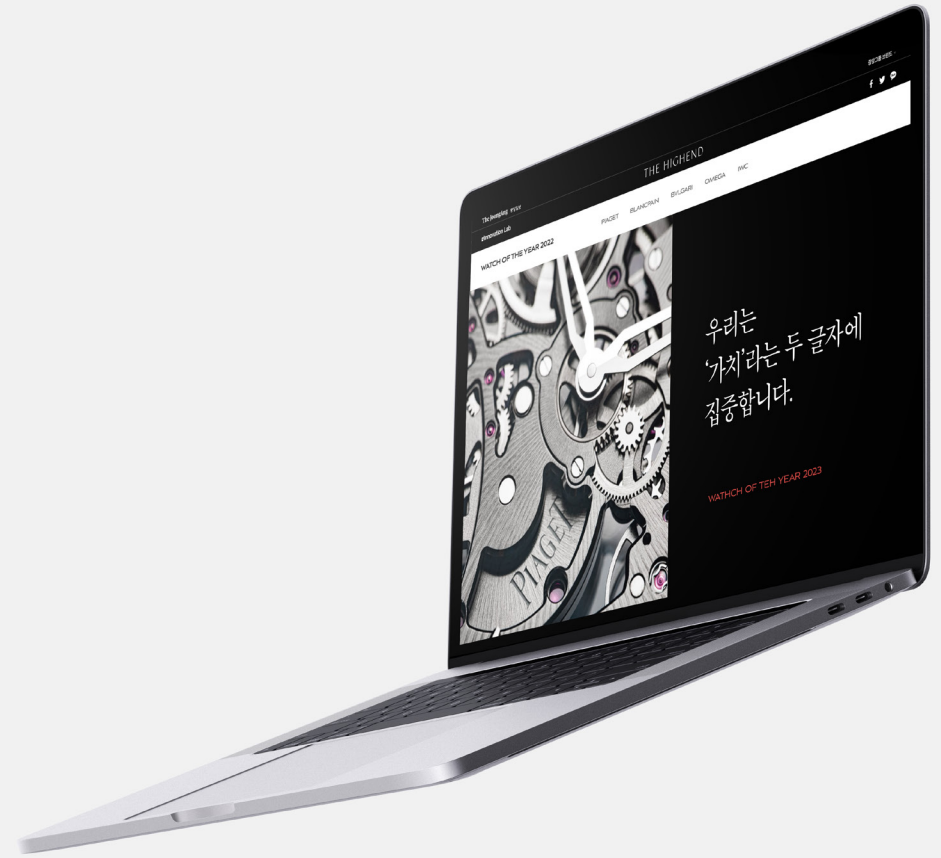
아크로리버, 반포자이, 레미안퍼스티지, 그랑자이 등

송파구(잠실동 등)

잠실엘스, 잠실리센츠, 잠실트리지움, 갤러리아팰리스, 우성아파트, 장미아파트, 신천파크리오, 아시아선수촌아파트, 올림픽선수촌 1/2/3단지, 문정래미안, 가락헬리오시티, 문정올림픽웨미리 등

더 하이엔드 디지털 쇼룸

더 하이엔드 페이퍼가 종이 잡지 느낌의 매거진이라면, 디지털 쇼룸은 이를 온라인으로 옮겨 핵심만 보여주는 디지털 잡지입니다. 웨딩, 워치, 아트 등 취향에 맞는 분야의 이야기와 사진으로 독자들의 눈을 사로잡습니다.



이노베이션랩 공식 웹 사이트와 중앙일보 웹 사이트(모바일·PC)에 필수 게재되며 더 많은 사람들이 볼 수 있도록 카카오톡, 페이스북 등을 페이지 유입 수단으로 활용하고 있습니다.

페이지 <https://innovationlab.co.kr/project/watch2022>

OOH

더 하이엔드 페이퍼와 디지털 쇼룸을 만들면서 나온 이미지나 영상을 국내 최고 높이의 양면형 LED인 코엑스·파르나스 미디어 타워에 송출합니다. 한국의 오피니언 리더들이 오가는 삼성역 코엑스몰과 파르나스몰 양방향 미디어 타워를 활용할 수 있습니다. 4개면 동시에 노출돼 국내에서 가장 높은 노출 수를 보유하고 있습니다.



| 코엑스 미디어타워 | 이름 | 파르나스 미디어타워 |
|-----------------------|-------|----------------------|
| 강남구 삼성동 봉은사역 코엑스 | 위치 | 강남구 삼성동 삼성역 5번출구 방면 |
| 10.7m × 29.6m | 패널 크기 | 12.3m × 26.0m |
| LED | 패널 방식 | LED |
| 2개 (양면형) | 패널 수 | 2개 (양면형) |
| 06:00~24:00 (일 18시간) | 운영시간 | 06:00~24:00 (일 18시간) |
| 20초 / 30초 | 노출시간 | 20초 / 30초 |
| 1주 단위 계약 (200회 이상 노출) | 송출기간 | 1주 단위 (200회 이상 노출) |

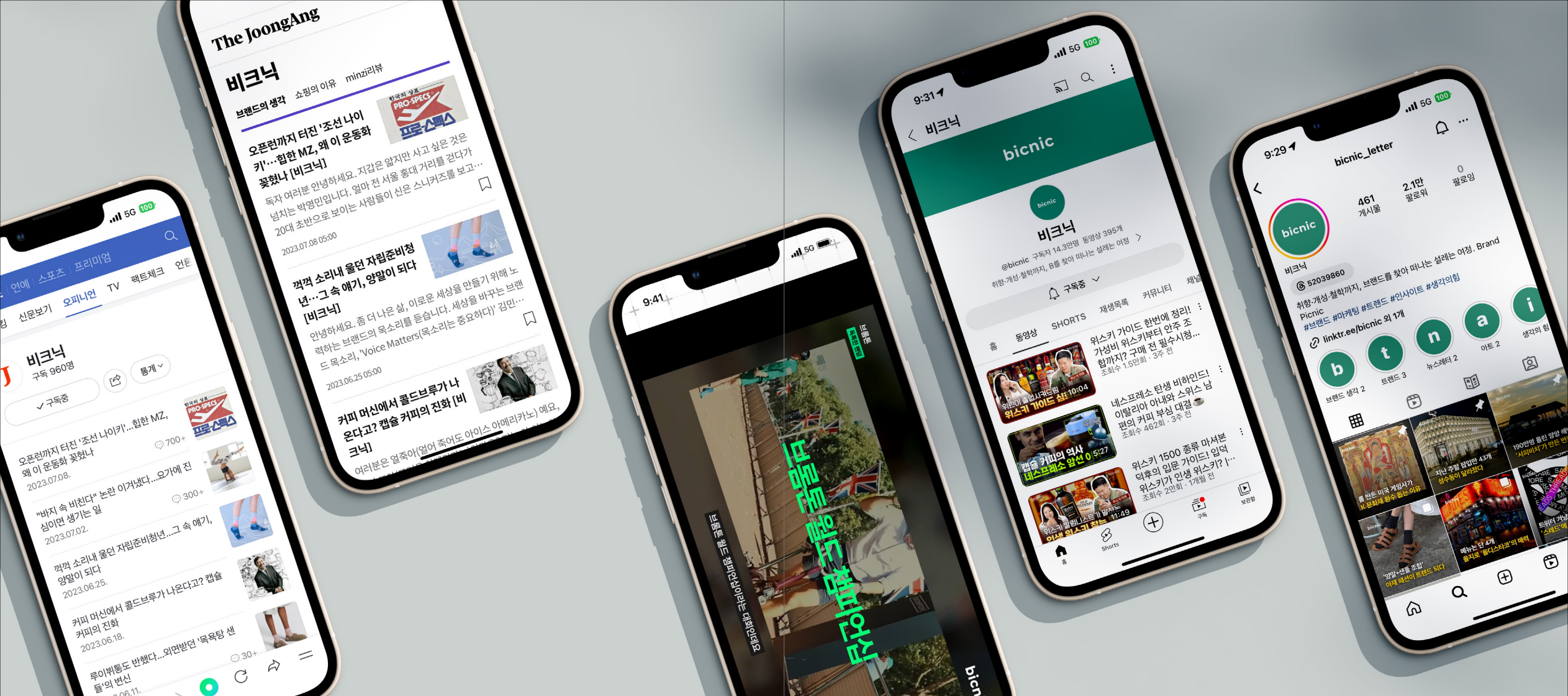
BICNIC



Trend Reader, Brand Story Leader!

사람들의 관심사는 끊임없이 움직입니다.

비크닉은 변화하는 시장의 트렌드를 놓치지 않기 위해 브랜드를 탐구합니다. 사람들이 왜 브랜드에 열광하는지, 소비자를 매혹하는 브랜드의 철학은 무엇인지. 취향·개성·철학까지, 브랜드를 찾아 떠나는 설레는 여정. Brand Picnic.



비크닉은 이노베이션랩 기자들의 브랜드에 대한 전문성을 더욱 갈고 닦으면서 트렌드에 민감한 독자들을 팬으로 확보하기 위해 만든 채널입니다. 기사와 뉴스레터, 인스타그램, 유튜브 등 여러 채널에서 다양한 형식으로 브랜드 스토리를 다룹니다. 뉴스레터와 인스타그램, 유튜브를 합한 비크닉 구독자는 2023년 8월 기준 약 17만명입니다.

브랜드의 생각

브랜드의 소셜 임팩트 캠페인, 사회공헌, ESG 활동에 대한 탐구

브랜드 인터뷰

브랜드 담당자를 만나 브랜드의 철학과 전략을 소개

쇼핑의 이유

힙한 브랜드에 사람들이 열광하는 이유를 심도 있게 분석

비크닉 유튜브

중앙일보가 2015년부터 운영해온 1020 타깃의 'tongTV' 유튜브를 비크닉 채널로 리브랜딩했습니다. 브랜드 히스토리부터 브랜드에 입덕한 사람까지 다양한 스토리를 발굴해 영상을 기획·제작합니다

비크닉 유튜브 계정 <https://www.youtube.com/@bicnic>



Re:Voice '마로코로호'

페이지 <https://youtu.be/LNqPgmVYvK8?si=XG7C8ema6f5yDLmY>



일풀루언서 '교보문고'

페이지 https://youtu.be/6_c9K0mN3Ew?si=62UcN1sKwFJqJT9



bicnic



입덕사유

브랜드에 진심인 덕후의 입으로 브랜드의 장점과 매력을 설파하는 스튜디오 영상.

러닝 타임: 10분 내외, 1~2편

제작 기간: 3주

페이지 <https://youtu.be/H5FSweBBXy4?si=Jb9wwxAXUJOfq8rW>



익스플레인

브랜드 스토리를 이노베이션랩 기자들이 설명하는 익스플레인 영상.

러닝 타임: 5분 내외

제작 기간: 2주

페이지 https://youtu.be/EMChuSNJVJY?si=Elr8DN6tY_HsQgiX



현장 취재 영상

현장을 찾아가 밀착 취재하고 브랜드 스토리를 흥미롭게 전달하는 영상.

러닝 타임: 7분 내외

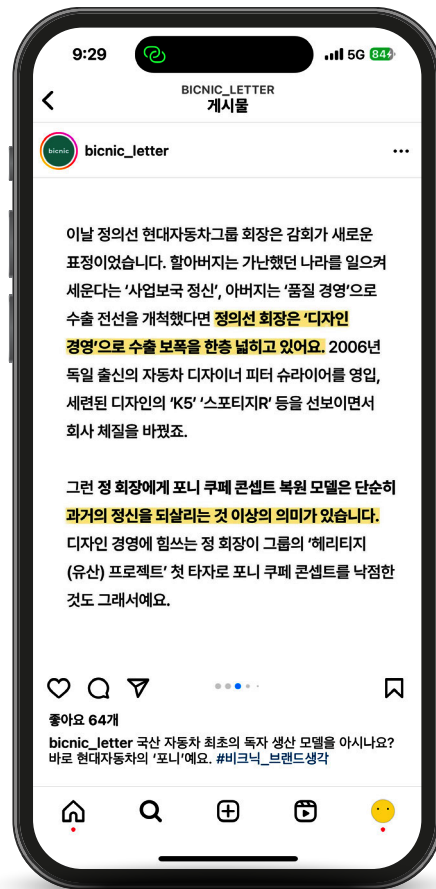
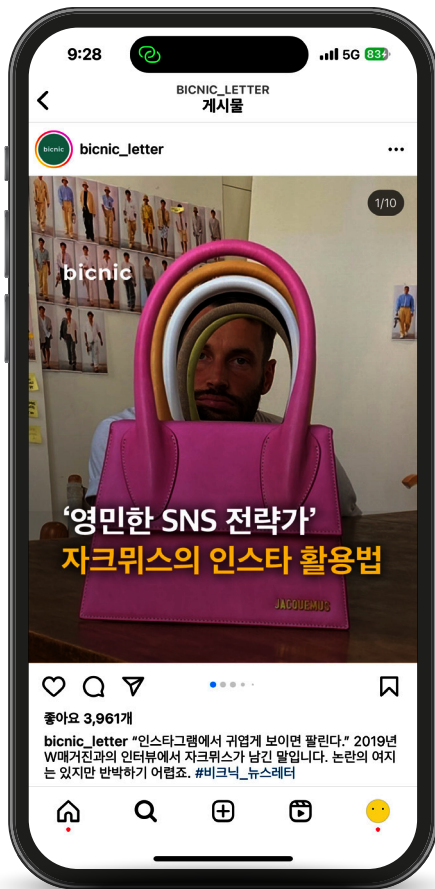
제작 기간: 3주

페이지 https://youtu.be/e2oWSI4kFLo?si=E3d8Y2_eeuSrukIM

비크닉 인스타그램

브랜드와 마케팅, 트렌드 관련 중앙일보 콘텐츠 큐레이션 채널입니다.
 브랜드의 여러가지 활동에서 얻을 수 있는 인사이트를 제공합니다.

비크닉 인스타그램 계정 https://www.instagram.com/bicnic_letter



비크닉 뉴스레터

취향·개성·철학까지, 나한테 딱 맞는 브랜드를 찾아 떠나는 설레는 여정.
 Brand Picnic. 매주 수요일 중앙일보 구독자에게 찾아갑니다.

비크닉 뉴스레터 구독 <https://www.joongang.co.kr/newsletter/bicnic>



비크닉 상품 패키지

영상

- 영상 1편 기획 및 제작
- 러닝타임 5~10분 내외
- 관련 쇼츠 2개 제작

뉴스레터+인스타그램

- 뉴스레터 제작
- 인스타그램 카드뉴스

OOH

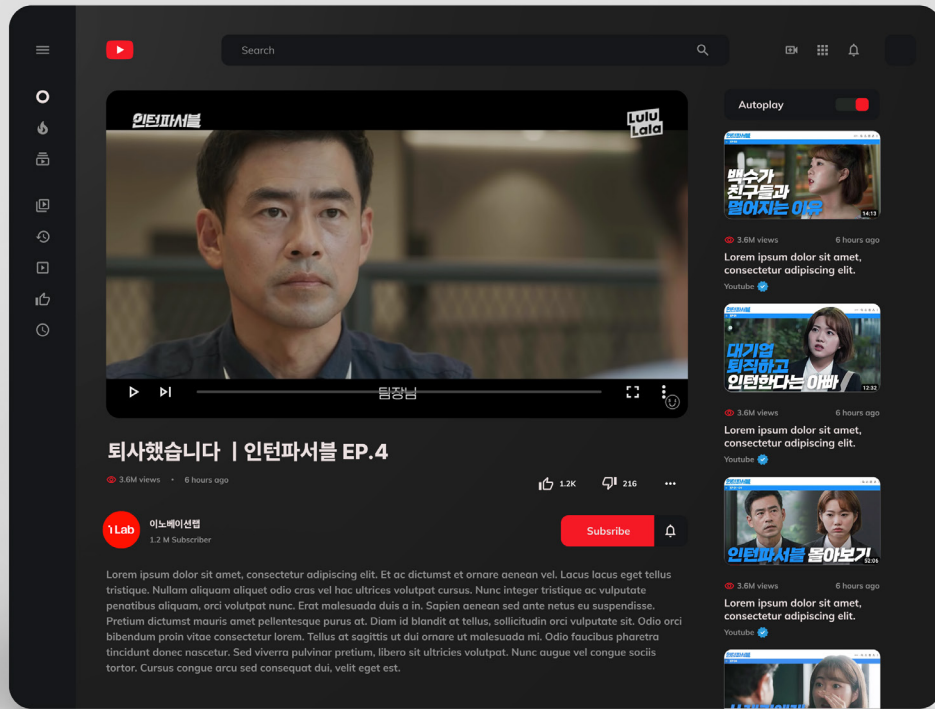
- 서울 삼성동 등 랜드마크에 위치한
OOH에 영상 콘텐츠 하이라이트 노출

* 브랜드 콘텐츠에는 스폰서 표기

* 영상의 2차 재가공은 초상권 이슈 등으로 비용 추가

콘텐츠 상품 패키지 견적: 5000만원

SPECIAL



더존비즈온 '인턴파서를 포토툰' 포스터(왼쪽)와 단행본(아래)

더존비즈온 '인턴파서를 웹드라마'

공무원 시험을 준비하던 딸과 경비원 계약이 종료된 아빠가 같은 회사 면접장에서 경쟁자로 만나 단 하나의 정직원 자리를 놓고 경쟁하는 오피스 코미디 웹드라마입니다. JTBC 룰루랄라 스튜디오(현 SLL)와 협업해 총 4개의 에피소드로 제작하고, 이를 포토툰으로 각색해 단행본으로도 만들었습니다. 더존비즈온의 상품 '아마란스10'은 드라마 속의 회사가 사용하는 톨로 활용됐습니다. 경험 없는 딸과 나이 많은 아빠도 아마란스10을 활용하면 손쉽게 일처리를 할 수 있음을 자연스럽게 보여줬습니다.

페이지 <https://youtu.be/a0fTsqAammo?si=1h8seuFtfagwy3Yv>



SK이노베이션 역사관

2022년 창립 60주년을 맞아 SK이노베이션 사사를 제작했습니다. 전통적인 60주년 본사사 책자 외에 가장 혁신적인 10가지 역사적 장면을 뽑은 스토리북도 발간했습니다. 경영학 교수 등 전문가들이 뽑아낸 인사이트와 SK이노베이션의 히스토리를 버무려 경영 지침서로 쓸 수 있게 만든 책입니다.

각종 멀티미디어가 포함된 디지털 역사관도 제작했습니다. 역사 하이라이트, 60주년 기념 행사와 전시 스케치 영상, 역대 신문광고와 CF, 숫자로 보는 60년 등을 담았습니다. 사사와 스토리북, 주요 4개 계열사의 미니사사 E-book도 실었습니다. 이노베이션랩의 디지털 스토리텔링 실력이 60년 기업 사사에서도 발휘될 수 있음을 확인한 작업입니다.

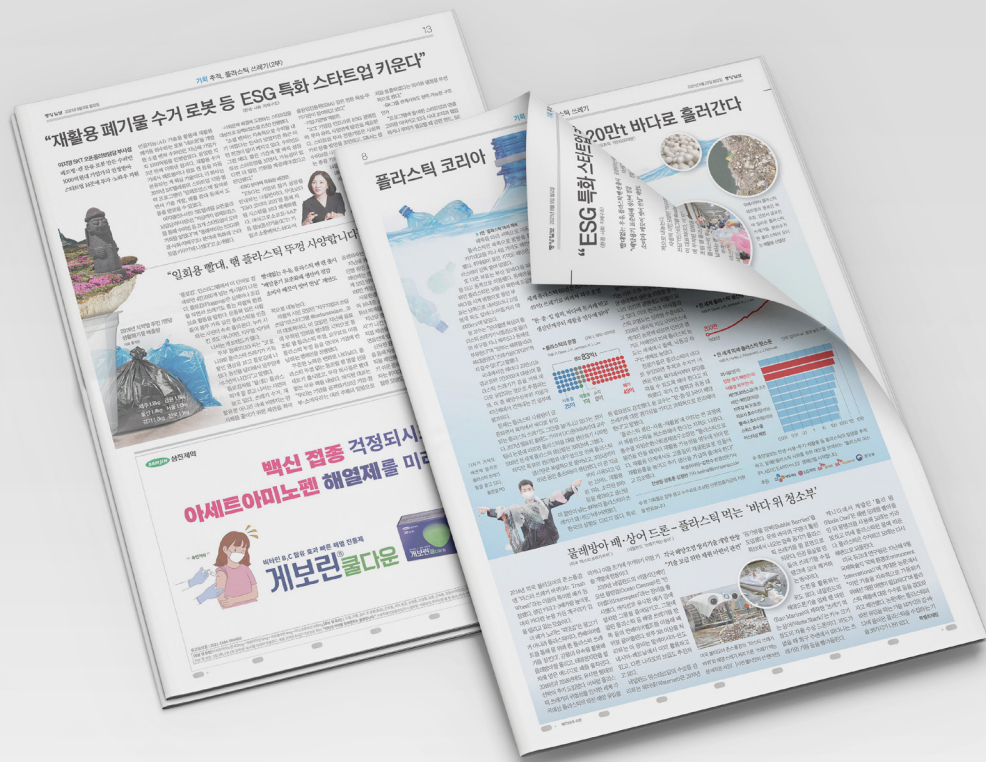
디지털역사관 <https://history.skinnovation.com/index.html>



SK이노베이션 60년 사사



SK이노베이션 60 혁신성장 이야기



플라스틱 어스 캠페인 신문기사



플라스틱 어스 캠페인 기획 영상

플라스틱 어스 캠페인

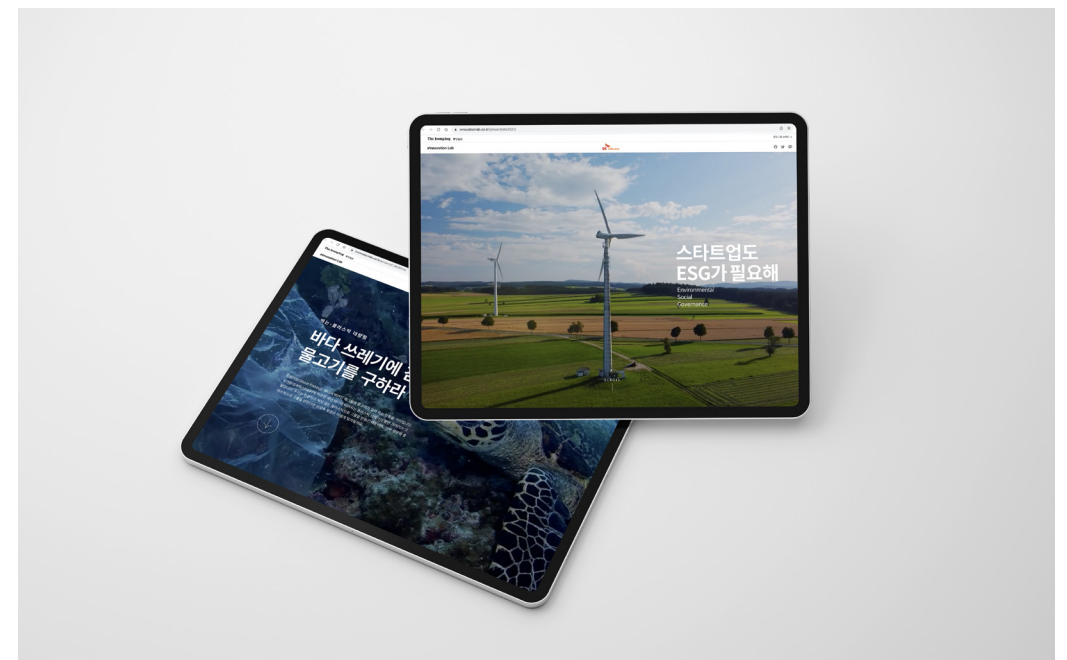
플라스틱 어스는 2021년 진행된 중앙일보의 캠페인입니다. 플라스틱 쓰레기가 지구 환경에 미치는 폐해를 적나라하게 보여주고, 이를 해소하기 위한 각계의 노력을 소개했습니다. 이노베이션랩은 플라스틱 어스 캠페인을 후원한 SK텔레콤, SK이노베이션, CJ제일제당의 이야기를 취재해 네이티브 애드와 영상으로 만들었습니다. 좋은 기술을 활용해 환경을 살리려 하는 스타트업의 성장을 지원하는 SK텔레콤, 바다에서 분해되는 플라스틱을 개발해 바다쓰레기 문제를 줄이려는 CJ제일제당, 플라스틱에서 기름을 뽑아내는 기술로 도시유전을 준비하는 SK이노베이션의 이야기는 많은 공감을 받으며 널리 공유됐습니다.

결과물 링크

CJ <https://innovationlab.co.kr/project/CJBIOPHA>

SK이노베이션 <https://innovationlab.co.kr/project/skt2021>

SK텔레콤 <https://innovationlab.co.kr/project/skt2021>



플라스틱 어스 캠페인 ESG 네이티브 애드

Brands Meet Journalism

브랜드, 저널리즘을 만나다

문의

기획·제작

이노베이션랩 ilab@joongang.co.kr

서울특별시 마포구 상암산로 48-6 중앙일보 11층 이노베이션랩 (우)03909

영업

마케팅솔루션팀 BAD35557@joins.net

서울특별시 중구 세종대로 55 부영태평빌딩 3층 중앙일보 비즈솔루션본부 (우)04513

©JoongAng Ilbo Co., Ltd. All Rights Reserved.