

DESIGN CENTER

design portfolio

From March 2011



Content

Prologue

Design center

portfolio

01.	Ofmom CI	25	09.	Nongshim	71	17.	COREE & COREE Therapeutics CI	105
02.	Oat Ofmom Package Design	31	10.	Life Ofmom APP	75	18.	Ofmom Milk Powder	111
03.	Ofmom Brand Book	35	11.	the Chef Ofmom / Meal Kit	79	19.	Ofmom Liquid Milk Powder	115
04.	Orga Kiddy package	41	12.	Ofmom Website	85	20.	Gaba	119
05.	Beijing Hanmi Pharmaceutical Drug Package	45	13.	RunMeiKang Drug Package	89	21.	Operational design	123
06.	Mamiai Character	57	14.	Calcium+Vitamin Package	93	22.	Centre Ofmom CI	127
07.	Mamiai Operational activity design	61	15.	Godis	97	23.	Ofmom Magazine	131
08.	Pulmuone	65	16.	Double Take	101			

Prologue

设计中心
的眼光

The vision
of the design center

ARTDESIGN

设计正处在艺术的入口

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789.

有关设计的许多理论主张“设计并非艺术”。许多设计领域的从业人员也认为，所谓艺术，更确切地说，纯美术就是远离实际生活的奇葩艺术，尤其认为，艺术家只表达了自己的主观想法。以此将设计置于纯美术的对立面。随之，设计成为通过创造人们生活所需，奉献社会的工作。这种观点最终导致设计与纯美术等艺术成为油水不容的关系，设计师的主观想法或个性失去了应有的地位。设计被局限在了经济领域而非艺术领域。

但最近明星设计师们的创作，蕴含了不亚于纯美术艺术家的个性与自由奔放，对提高企业销售额也起到了巨大的作用，附加价值方面也发生了翻天覆地的变化。将纯美术与设计视为油水不容的观点，逐渐失去意义。要求设计的艺术性与作品性的社会变化，成为了引起这种变化的背景，最重要的是，设计从一开始就与艺术没有区别。

艺术可以触动人心，即触动精神。所有的男女老少之所以喜爱好音乐、好绘画、好电影，正是因为它能带来感动。优秀的设计不亚于任何艺术，它会令人感动。企业或大众关注设计的最终原因在于，它能够给人们带来“感动”。感动具有“普遍性”和“持续性”两大特点。艺术之所以是艺术，是因为它能唤起许多人的感动，而且这种感动经得起岁月的考验。设计也需要利用艺术的这种特点——“普遍性”和“持续性”武装起来。

设计正处在艺术的入口。

The attitude of the design center

设计中心对待 项目的态度

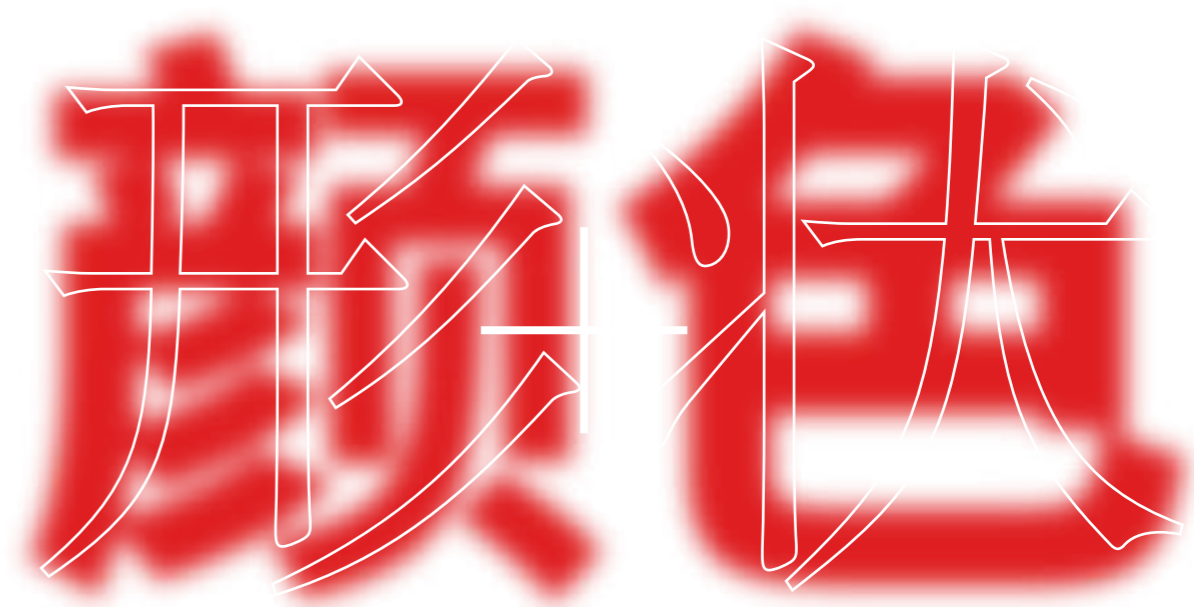
可以说,商品是商家从单方面角度打造的概念。但从买家立场来看,它并非仅仅购买商品,而是花钱确保自己需要的东西。从购买商品的瞬间开始,它已不是商品,而是变成了直接或间接影响买家生活的对象。事实上,设计从这个瞬间才开始“真正地工作”。

一般设计师都会努力到消费者付钱的瞬间为止。将设计视为商品,还是视为消费者日常生活使用的经验,设计师对待项目的方式和倾力程度都会截然不同。

设计中心秉承上述理念,在设计过程中,始终贯彻着这种哲学思考与关爱思想。

设计中心独有的 解决方案

缜密的分析能力
来自经验的远见卓识
各种市场调研



逻辑、体系化颜色管理
对光和颜色混合的理解

COREE Unique solutions of the design center

瞬间抓住消费者心理的力量源自外形，即形式。在设计中构成这种形式的两种要素是“形状”和“颜色”。

形状可谓设计的最外壳，首先要美观。无论世界如何变化，都不会轻视设计中的形状要素。可见，形状是最重要的要素之一。但所有看得见的东西并不一定相同。好的设计会以不同的情景和理由，吸引人们的眼球。

构成设计的要素，除了形状以外，还有颜色。颜色吸引人们眼球的力量巨大，与形状相比更具磁力。因此，很多人认为颜色属于感性要素，但它却比形状更具有逻辑性。

基于对项目的这种理解，设定目标，以这两种造型要素打造坚实的结构，构成内容的要素也会更容易找到其定位。

设计中心 的目标

The goal of the design center

无论多么实用的设计创意，都在充分考虑客户过程中被创造出来，进而会延伸到对项目的理解与见解。也就是说，开展项目必须以充分了解客户为前提。

秉承这种理念的设计，相信会感动更多普通人，也会取得更好的成果。即，为了吸引和感动更多人，设计需要具有目的性与普遍性，并蕴含社会意义。

设计中心秉承上述理念，相比需要或便利的设计，更会打造内心向往的、具有治愈效果的设计。

What we do

The right mix to make the magic happen

Insight

市场调查 / 精品分析 / 发掘 INSIGHT

Brand

品牌定位 / 品牌设计 / LOGO 设计

Product

产品策略 / 包装设计 / 平面设计 / 展示设计 / 建筑设计

Digital

视觉设计 / 网站设计 / APP设计 / 小程序设计 / 运营设计

Magazine

编辑设计 / 手册设计

IP

卡通设计 / 动效设计 / 模型设计 / 条漫设计

Operation promotion

口碑推广 / 媒体合作 / 网红直播 / 明星代言 / 广告执行

How we work

Design

1

Understand

了解需求

相互了解确认
客户需求和我们可以
为此项目提供的
最佳解决方案

2

Reserch

市场调研

从问题着手
找到服务设计痛点
进行市场调研
用户及竞品分析

3

Define / Proposal

定义/提案

发现探索并定义问题
建立服务用户画像
挖掘商业及
用户体验潜在机遇

4

Design & Sample

内容构建/提案/样品

内容规划故事搭建
根据市场目标作出
切实可行的设计方案

5

Design

定制设计

专属定制化设计
系统化的解决方案
并有效执行

6

Delivery

成品交付

交付最终设计产品
并为此负责

7

Review

设计复盘

复盘整个项目，
寻找可能提升
和优化的点，
完成设计最终交付

设计奖项申请

我司可以根据用户需求将设计作品提交国内外各个设计奖项参加评选，
支持中英韩三国语言。

35+ 国际品牌合作 150+ 设计项目案例

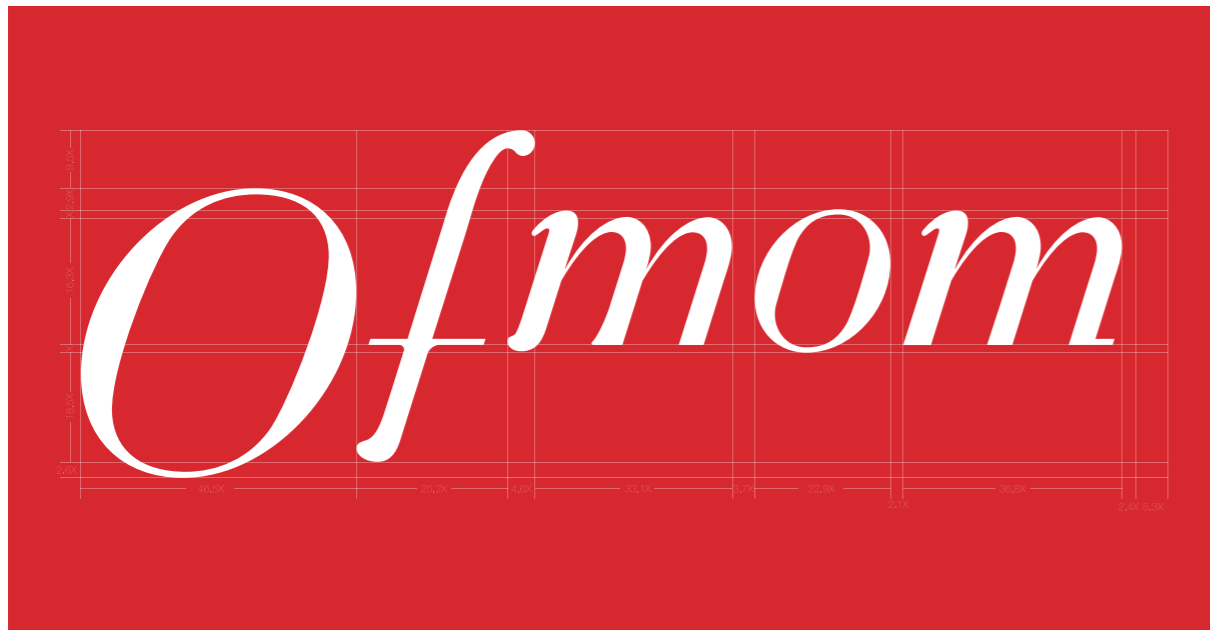
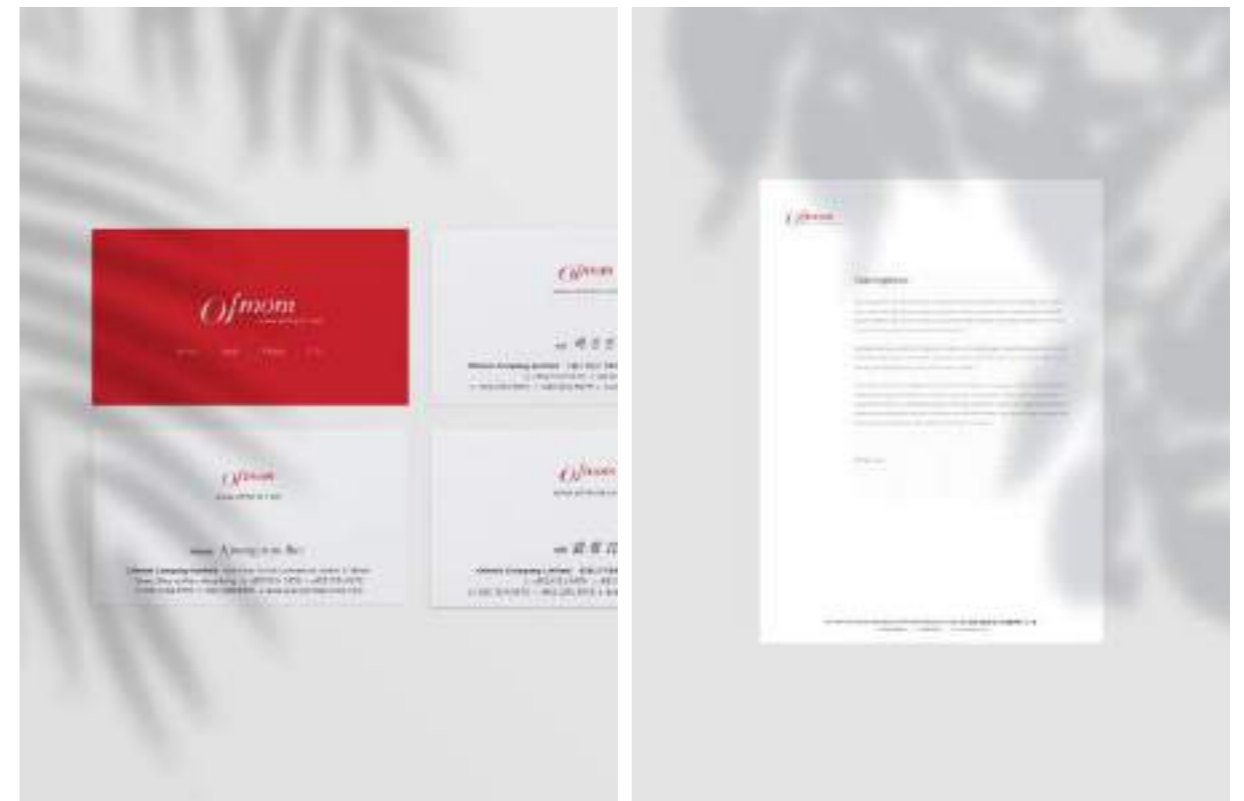
Nutrition / F&B / Travel / Baby Product / Postpartum care center



portfolio

6, 7.
5. 8.

5.
Logo standard
6.
business card
7.
Document
8.
Document



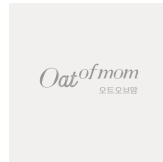


Ofmom

Ofmom is a combination of "of" and "mom", meaning "mother's" and "mother". It contains content related to mother's love, heart and sincerity

www.ofmom.cn

02. OatOfmom Package Design



Design insight

通过传统而又古典的设计概念，
表达了代表韩国燕麦奶的Oat Ofmom.

Comments

富含水溶性膳食纤维的燕麦含有蛋白质和必需氨基酸等，可以吸收体内多余脂肪，作为代替牛奶的植物奶备受关注。Oat Ofmom坚持选用100%有机燕麦片原材料，追求更健康、更经典的传统价值。另外，Oat Ofmom追求高品质的健康燕麦产品，满足消费者需求，通过更有效的方法，与消费者共同追求环保价值，以营造可持续发展的环境。与生产普通牛奶相比，使用燕麦可以降低用水量，以减少温室气体排放。该产品的设计特点是，整体以燕麦色背景为衬托，通过燕麦片的奶油质感象牙色，表现了燕麦固有的淡雅与香醇。

project

Oat Ofmom

Category

Package design

date

03. 2020



ABCDEF GHIJKLM
NOPQRSTU VWXYZ
0123456789.





Ofmom

03. Ofmom Brand book

project
Ofmom Brand Book
Category
Brand Book
date
03. 2021

Design insight

Ofmom品牌手册的设计特点是，以联想儿时拼图游戏的外形设计，各页面单独分离，犹如拼图一样完成后面巨大拼图，添加了趣味因素。

- 1.
- 2. 3.
- 1.
- 2.
- 3.
- Typeface



Comments

Ofmom品牌手册包含1967年开始的公司历史与品牌价值等，向消费者传递了企业与品牌故事。Ofmom品牌手册像其他品牌手册一样，包含品牌故事，LOGO故事、企业哲学与使命等有关企业品牌的故事，此外，还表现了Ofmom特有的研究专利及各种新产品制作计划与特点。



- 4. 5. 6. 7.
 - 8. 9. 10. 11.
 - 12. 13. 14. 15.
 - 16. 17. 18. 19.
- 4. Title Page
 - 5. List
 - 6. Brand Story
 - 7. Logo & Storytelling
 - 8. Mission
 - 9. Vision
 - 10. Value
 - 11. R&D Competitiveness

- 12. Global R&D Center
- 13. Global R&D Center
- 14. Nutrition
- 15. Nutrition
- 16. Service
- 17. The Ofmom Consumer
- 18. Our Philosophy
- 19. back cover



project

Ofmom Brand Book

Category

Brand Book

date

03. 2021



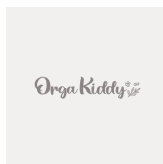
Ofmom Brandbook

Ofmom Brand Book is designed to deliver the story of the company and brand to consumers by placing the history and brand values starting from 1967 into one book.

Ofmom Brand Book not only contains the general story of the company such as brand story, logo storytelling, corporate philosophy and missions, which are common with other brand books, but also includes the unique research patents and features and plannings of various new products.

The design features of Ofmom Brand Book consist of an external format reminding of the puzzles that children played with when they were young and has added fun element to complete the large design puzzle by following each separated individual page. In addition, since it has the feature of 'extensibility' in terms of content, it does not finish with a single publication, but continuously adds new products, research results, and development contents such as the expansion of the global network. The brand book develops along with the speed at which the history of the company accumulates. Such flexible aspect is designed to be freely applied on various platforms such as mobile and web to make the content easily accessible and downloadable. Also, it uses eco-friendly paper material to express Ofmom's philosophy for mothers and children.





04. *Orga Kiddy* Package

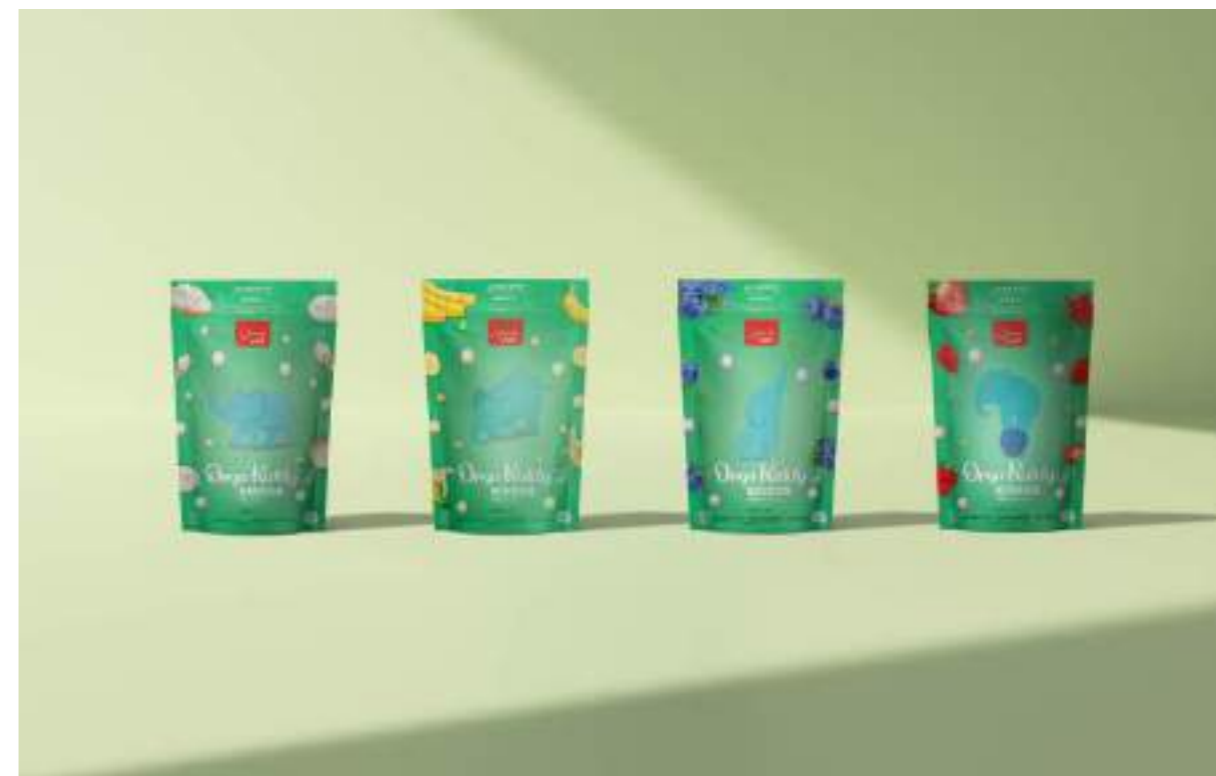
project
Orga Kiddy Package

Category
Package design

date
03. 2021

1.
2.

1-2.
Orga kiddy
酸奶溶溶豆



Design insight

通过利用孩子们喜欢的大象、长颈鹿、老虎、熊猫等动物插图，让消费者感觉更亲近。另外，除了安全的成分和健康的人生理念以外，还反应了拥护自然环境保护与爱护野生动物的Ofmom的价值。



Comments

过去 30 年, Ofmom 作为不断致力于宝宝营养与健康的专业品牌, 始终站在“给予宝宝最好呵护”的妈妈们的立场, 研发产品和服务。Orga Kiddy 属于 Ofmom 旗下品牌, 以建立全球儿童健康零食品牌为目标, 基于 Ofmom 营养哲学, 使用韩国本土栽培农作物原料, 通过纯自然之味, 努力增进宝宝“免疫力”与“活力”。

3. 5.
4. 6.

3. Orga kiddy
糙米夹心谷物棒

5. Orga kiddy
复合果蔬饮料
6. Orga kiddy
复合果蔬汁饮料



project
Orga Kiddy Package
Category
Package design
date
03. 2021



project
Orga Kiddy Package
Category
Package design
date
03. 2021

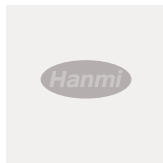


Orga Kiddy

Over the past 30 years, as a brand that strives for providing the best nutrition and healthcare for children, Ofmom has been developing products and services with the heart of a mother, 'giving the best things to our children'. Orga Kiddy, an affiliated brand of Ofmom family, aims to build a world-class children's snack food brand. Based on Ofmom's nutritional philosophy, it uses raw materials grown in Korea to enhance the child's 'immunity' and 'vitality' with the healthy and pure taste of nature.

In the product packaging design, images of animals familiar with children such as elephants, giraffes, tigers, and pandas are expressed in illustrations at the child's eye-level to give consumers a sense of friendliness. It also reflects the values of Ofmom, which actively advocates for safe ingredients and healthy living as well as natural environment protection and wildlife protection.





05. Beijing Hanmi Pharmaceutical Drug Package

project

Beijing Hanmi

Category

Package design

date

2013 - 2021

Design insight

与韩国檀国大学设计管理中心合作，进行了北京韩美药品的专业医药品包装设计。利用颜色和象征符号含义及有效传递产品信息，提高了区别于其他产品的分辨力与识别性，实现了审美价值最大化。

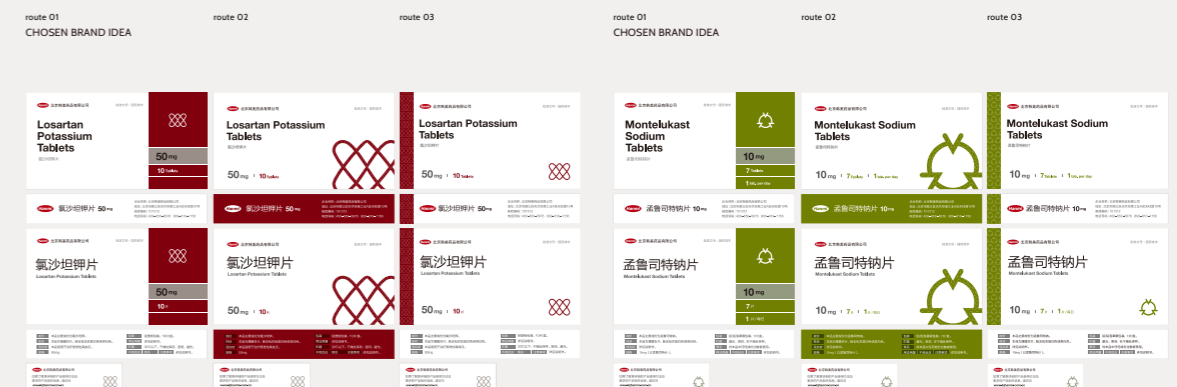
Comments

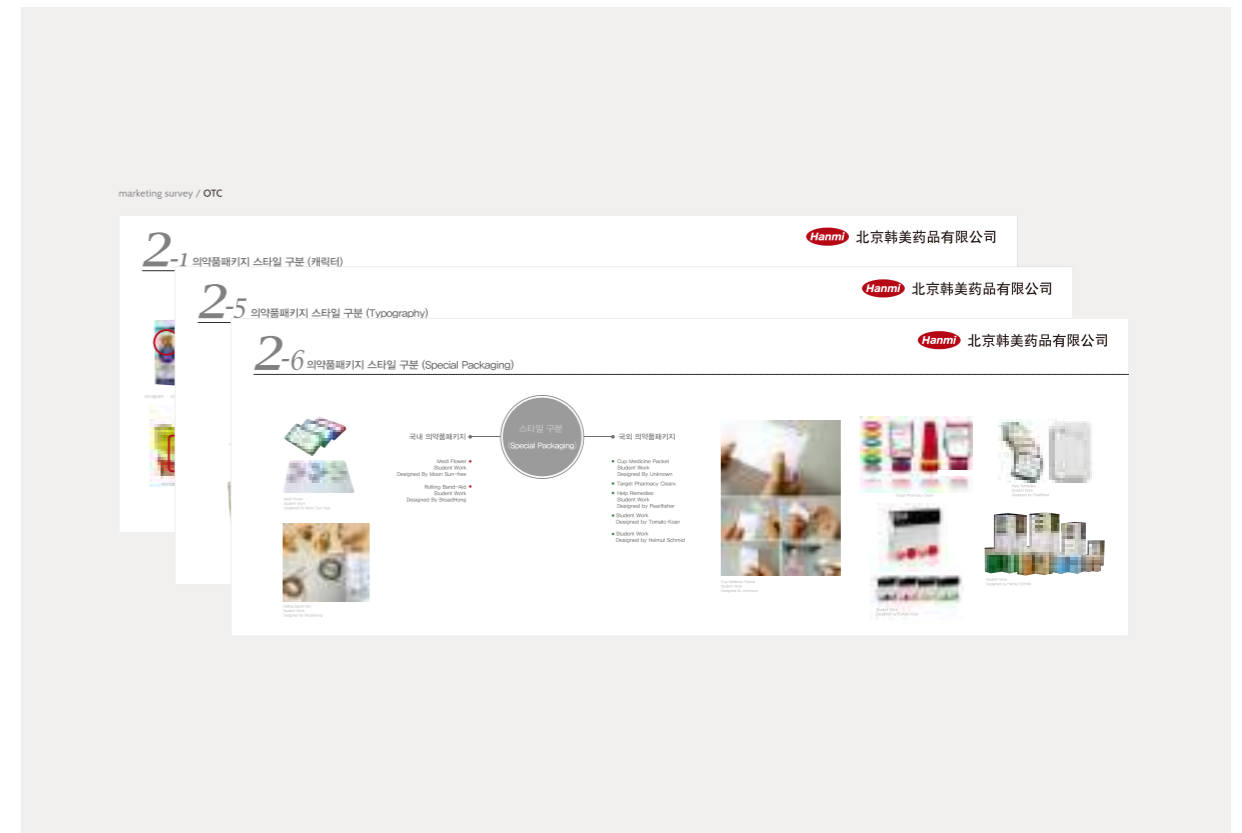
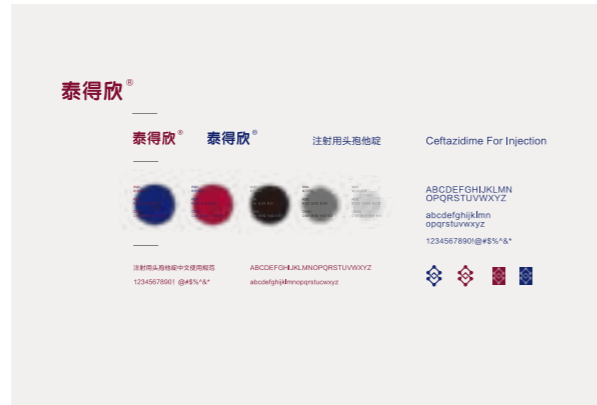
将人体根据五行学说搭配颜色，根据症状引导直观选择，根据成分含量调节明暗度，以实现按疾病程度准确制剂。另外，在全球通用的象征符号中，选择代表人体器官的ITEM，结合现代设计，以达到无需培训即可轻松了解产品功效的目的。

final design / ETC



work course / ETC

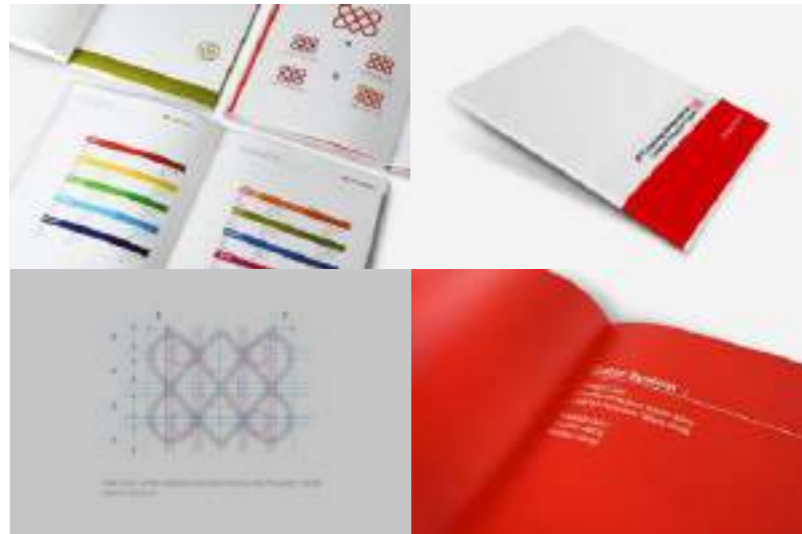




9. 10. 14.
11. 12.
13. 15.

9-12.
etc. Package design
13.
Design Guide Book

14-15.
etc. Package design



final design / OTC



project

Beijing Hanmi

Category

Package design

date

2013 - 2021





06. Mamiai Character

Mamiai

project

Mamiai

Category

Character

date

2021 - 2012

Design insight

为了让长期使用的Character更好地承载Mamiai哲学，从多个角度进行研究并与多名插图画家共同创作设计。



2012	Motivation	Sketch	Character
<p>MAMIAI CHARACTER</p> <p>It is designed to express Mamiai's long time beloved character with a sense of modern touch and yet maintaining Maimiai's philosophy.</p> <p>From the basic 2D sketch work with pencil drawing to 3D modeling, we continue to develop and communicate with our consumers to effectively promote the brand. In the future, we continue to contribute to the development of the brand and strive to make the character unique and distinctive through innovatives changes.</p>			

Comments

从2D基础素描开始到铅笔与冥想及通过描绘3D模型作业，一直到现在都未曾停下发展的脚步，为了让更多消费者了解我们的品牌，始终站在与消费者的交汇处进行沟通。今后我们也将继续致力于品牌发展，通过与时俱进的变化，实现品牌化。

2019



3-
4-5-

3-
2019
Calendar
design

4-
2020
Calendar
design

5-
Create 3D Model

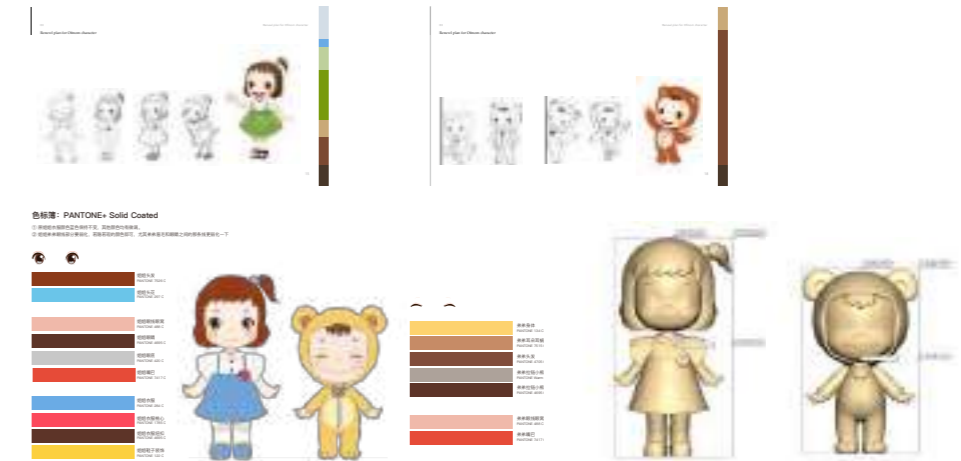
Renewl plan for Ofmom character

concept

현대 사회에서 만화 캐릭터는 매우 큰 영향력을 품고 있습니다. 만화 캐릭터 자체만으로도 다양한 연령층을 확보하고 있고, 만화 캐릭터 관련 상품 또는 브랜드는 매우 큰 잠재적 소비자 그룹을 보유하고 있습니다.

인기 있는 만화 캐릭터는 소비자의 열렬한 지지를 얻을 수 있으며 부가적인 가치를 제공합니다. 만화 캐릭터 자체만으로도 예술성과 친근함을 가지고 있기 때문에 캐릭터 콜라보는 브랜드 인지와 가치를 포지셔닝하는데 큰 도움이 될 수 있으며 제품 자체의 상업적 분위기를 줄여 제품 또는 브랜드의 경직된 이미지를 리포지션 할 수 있습니다.

명확하고 구체적이고 직관적인 만화 캐릭터의 이미지는 소비자들에게 더 개인적이고 매력적으로 다가오며, 만화 캐릭터 고유의 정서적 분위기를 통해 언어 장벽과 문화적 장벽을 쉽게 뚫을 수 있습니다.



2020



07. Mamiai Operational activity design

project
Mamiai
Category
Web design
date
2019-2021







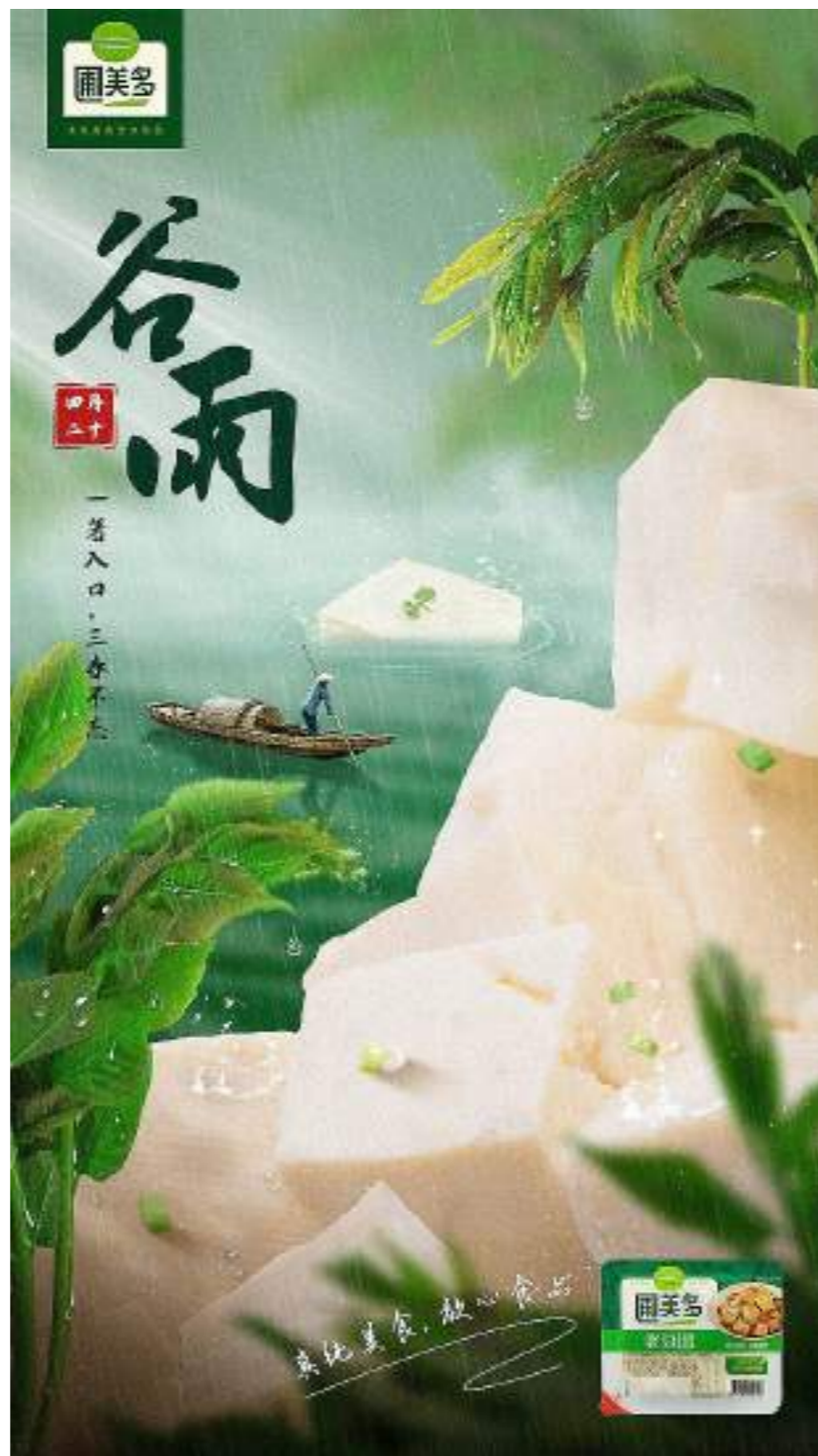
08. *Pulmuone*

project
Plumuone
Category
Website design
date
03. 2021

Design insight

通过自然风格设计表达品牌初心
通过统一性传达品牌内涵
直达消费者感官







09. Nongshim

Design insight

扩大品牌影响力
及产品本身
表现出白山水最真诚
及突出的特性，
而进行物料宣传设计

project

Nongshim

Category

Material design

date

06. 2021



project

Nongshim

Category

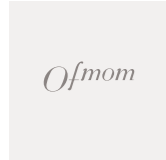
Material design

date

06. 2021



10. Life Ofmom APP



Design insight

Life Ofmom APP 通过为孕妇 提供简单便利的 UI/UX，可以有效 预防和管理“妊娠糖尿病”数据， 通过让孕妇获得符合个人 身体状况的妊娠信息及孕期知识， 以鼓励孕妇的健康管理及 分娩健康宝 宝。

project
Life Ofmom APP
Category
APP Design
date
01. 2020



Comments

2020年韩国总和生育率跌至0.84创下历史最低，全球生育率每年也以1%的速度递减，在这种情况下，Ofmom品牌为了鼓励全球孕育和分娩健康宝宝而推出了各种服务和产品。Life Ofmom APP是基于50多年的制药技术，提供孕产妇健康菜谱、育儿知识、健康数据管理服务的妊娠糖尿病(GDM)应用程序。另外，通过研究胎儿的成长过程，提供将512张图片编辑成册的服务。



Personal center and User login

3 Type Target User Log in Interface



Ready to Pregnant



Pregnant



Feeding Children





11. the Chef Ofmom / Meal Kit

project
the Chef Ofmom / Meal Kit
Category
Brand design
date
05. 2021

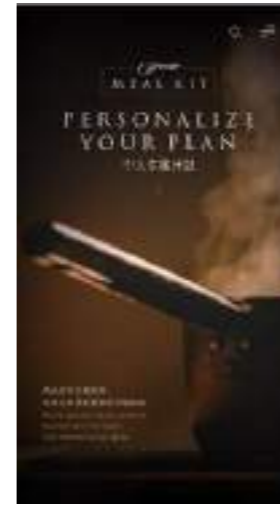
Design insight

五星级酒店的顶级厨师菜谱为基础，
提供高档的餐饮设计并以简约主义为原则。

Comments

想在家里享受高级餐饮服务的顶尖 1% 的
VVIP 客户为目标群，提供半成品饮食，
将健康饮食作为 Ofmom 的哲学标准，提供服务。

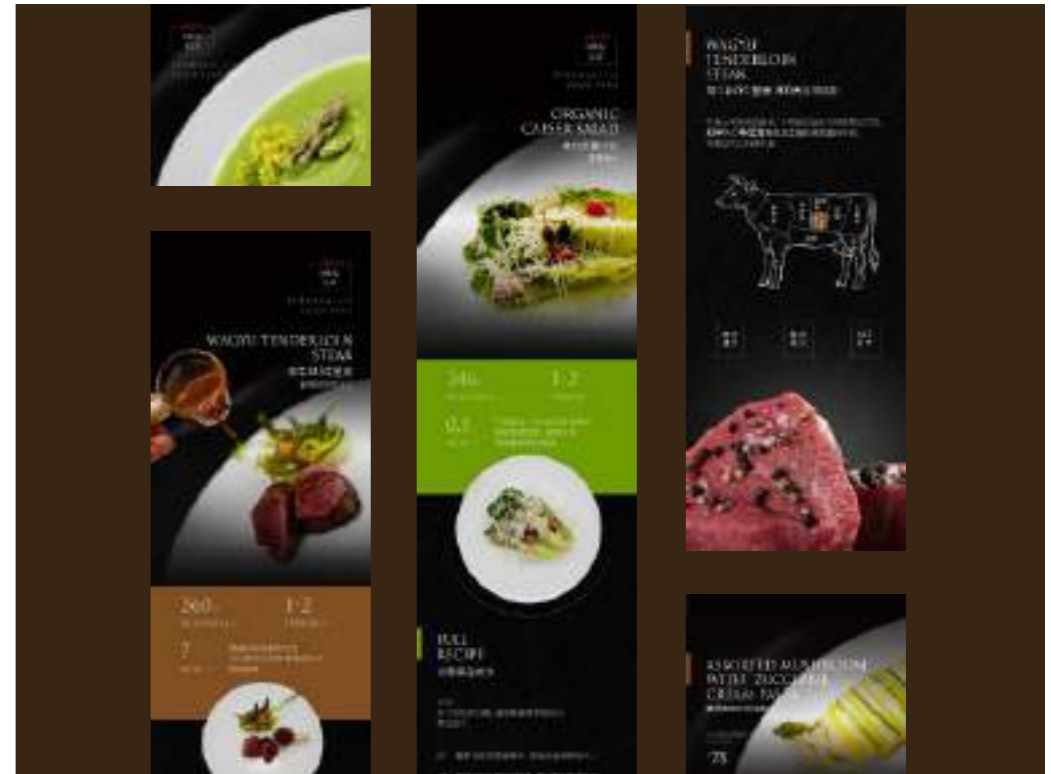
- 1.
- 2.
- 1. Main page
- 2. Sub page



MEAL KIT

Personalize your plan

High-quality food service,
Allows you to enjoy
the delicacies at home





- 3- 4-
- 5- 6.
- 3-
- Store
- 4-
- Sign
- 5-
- Poster
- 6.
- Tableware



project
the Chef Ofmom / Meal Kit
Category
Brand design
date
05. 2021



12. Ofmom Website

Ofmom

project

Ofmom Website

Category

Web design

date

07. 2021

Design insight

考虑用户的访问途径，
通过在任何环境登录都体现
直观而又具有一贯性的 UI/UX，按
照 Y 世代(他们熟悉各种
智能终端，是消费各种内容
产业的主力军)特点，
设计成了“实质反应型”结构。



Comments

Ofmom全球网站是通过整合原本分离的各区域本地网站，为凸显Ofmom品牌特点与企业哲学，事业领域而重新改编和策划的更新网站。Ofmom全球网站集中展现了Ofmom的历史和故事哲学及产品服务等，使消费者可以轻松、快速了解Ofmom品牌及其相关内容。

BRANDING - 通过确立Ofmom品牌的Heritage和Essence，强化高档品牌形象及特点；
MEANINGFUL - 构建品牌化感性，以及全球营销枢纽渠道功能得到提升的非面对面渠道；
FLEXIBLE - 构建可以灵活应对各种内外环境及商业需求的设计及运营指导方针。



project

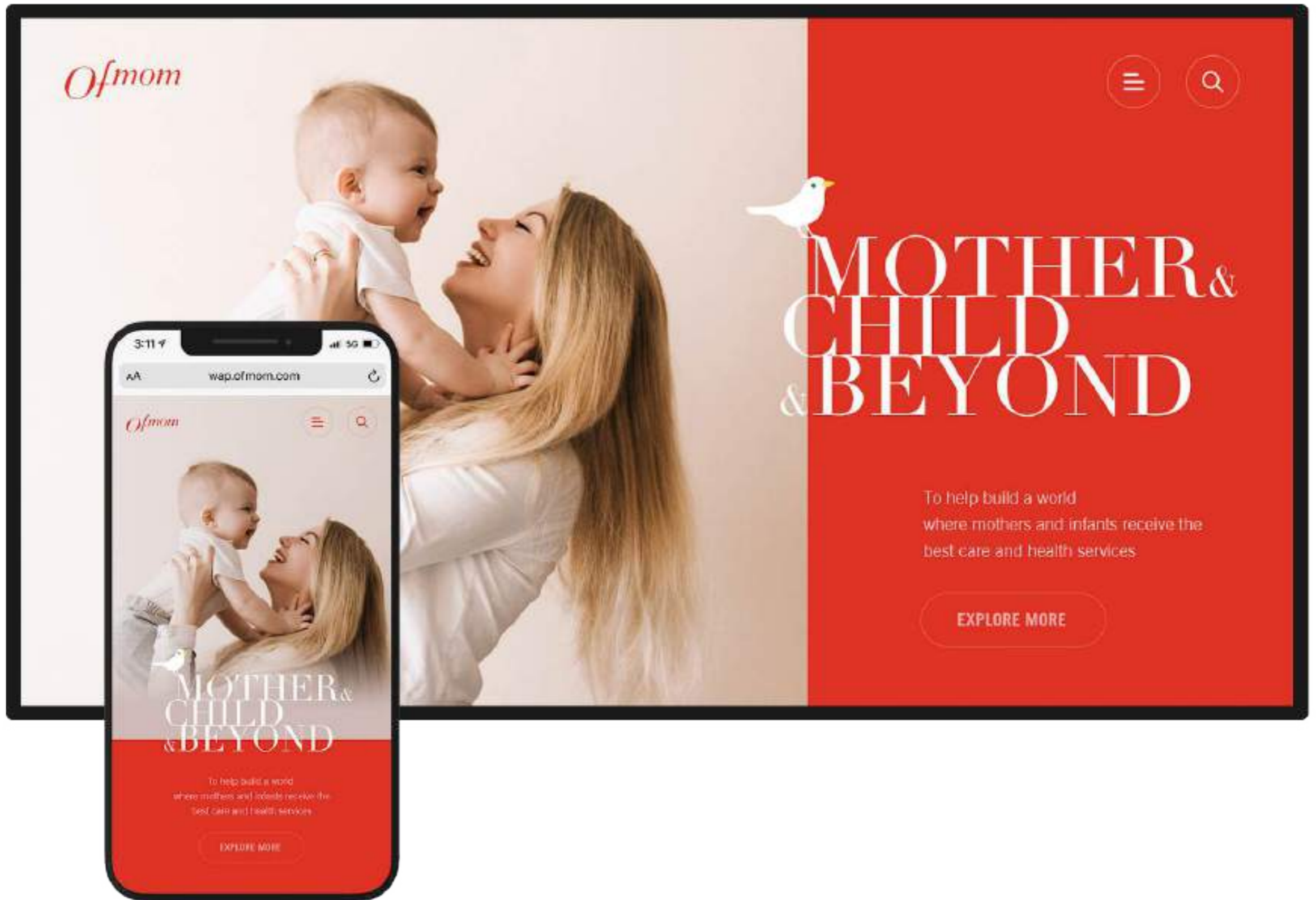
Ofmom Website

Category

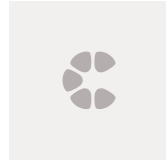
Web design

date

07. 2021



13. RunMeiKang Drug Package



project

RunMeiKang Drug Package

Category

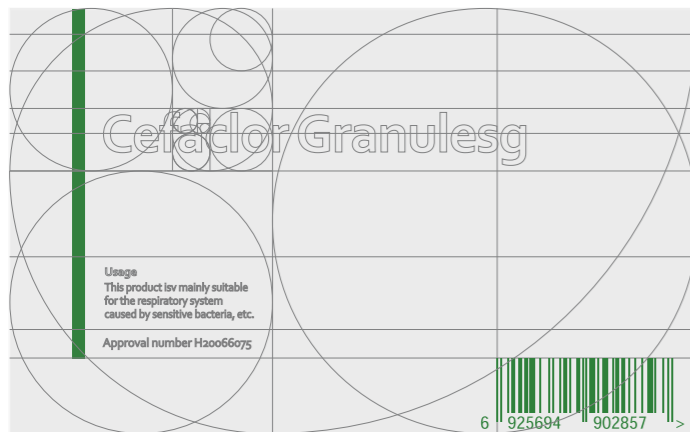
Package design

date

03. 2021

Design insight

以RUNMEIKANG的ETC Line
构建 RUNMEIKANG 品牌，
重点聚焦用户和销售商提高产品认知度。
在白色底板，根据药品功效分类颜色，
为了让消费者容易了解药品剂型，
采用了简单的插图形式。



- 2.
- 3.

1.
Proportion

2.
Package design

3.
Package design



Comments



迎合全球制药产业迅速发展的趋势，通过这次推出的Cefaclor产品，奠定了包括流通在内，可以直接生产医药品的基石。该产品为用于治疗气管炎、咽炎及扁桃体炎、尿路感染等各种细菌感染症状的处方药。设计特点是鉴于产品直观性和消费者的可读性，在纯白色底板提高了药品名称和插图比重。

project

RunMeiKang Drug Package

Category

Package design

date

03. 2021



14. Calcium+Vitamin Package

project

Ofmom Calcium+Vitamin Package

Category

Package design

date

2021

Design insight

通过利用孩子们喜欢的卡通形象熊一家人，让消费者感觉更亲近。

在信赖感的同时，增加了孩子的喜爱度，减少了对药品的排斥心理。

Comments

过去 30 年,Ofmom 作为不断致力于宝宝营养与健康的专业品牌,始终站在“给予宝宝最好呵护”的妈妈立场,研发产品和服务。钙维生素 D 维生素 K 咀嚼片呵护儿童及成人,保护全家。



project

Ofmom Calcium+Vitamin Package

Category

Package design

date

2021



Godis

15. Godis

Design insight

承载想要给予
宝宝无害产品的
妈妈的爱，
为表现诚实和
孩子般纯真概念
而进行包装设计。

project

Godis

Category

Package design

date

09. 2013

Godis

godis means "good thing" or "something good"
(good + -is [something] a suffix, in Swedish language)

Comments

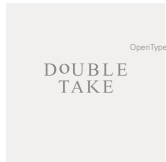
Godis 湿巾采用独创的阶段式育儿解决方案，第一阶段：以新生儿为对象；第二阶段排便次数增加的宝宝，6-12个月宝宝专用；第三阶段(12个月以上)宝宝外出擦拭，抗菌，保湿用途；第四阶段妈妈在日常生活中可以重复使用。另外，湿巾布料及厚度定制生产。设计开发独特的精灵形象，将可爱及精心制作产品运用于设计，利用背景图片，打造更加贴近自然的感觉。



project
Godis
Category
Package design
date
09. 2013



16. Double Take



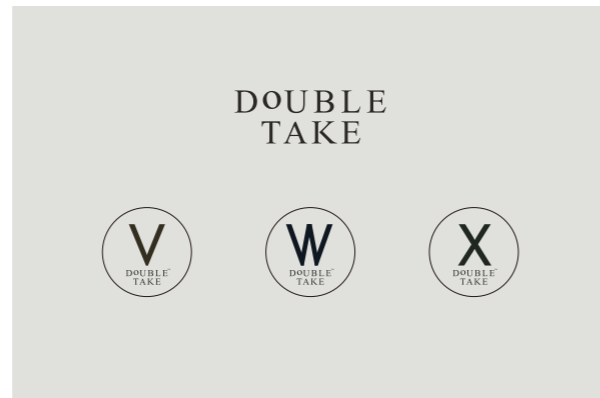
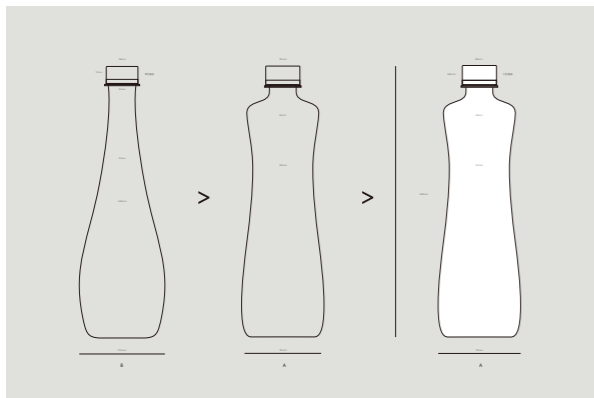
project
DOUBLE TAKE
Category
Package design
date
10. 2020

Design insight

以 16-24 岁年轻女性消费者为目标群，作为功能性饮料代替水饮用，表现青春美丽概念的包装设计。

Comments

产品系列包括 V 玉米须和糙米的自然甘甜，无糖 / 消肿，W 玉露和酸橙混合，酸橙香，无糖 美白，X 松香，无糖 / 保湿，防衰老。定位设计概念时，为了获得共鸣进行了拟人化表现。在中国年轻女性喜爱的职业群中，选择了最适合产品传递概念的典范作为主题，为了达到大气且醒目的产品定位，产品设计强调了V, W, X系列产品的特点。



1. 2. 3.

1.
Bottle

2.
Font

3.
Package design

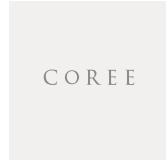
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789



project
DOUBLE TAKE
Category
Package design
date
10. 2020



17. COREE & COREE Therapeutics CI



Design insight

表现了有望成为全球生物产业龙头企业的综合医疗企业形象。

project
COREE CI
Category
CI
date
06. 2016



Comments

2007年7月在香港成立的COREE是以生物大数据为基础,自主研发医疗、新药、微生物组、合成生物学、数字疗法等各种可应用于生物产业的技术,提供个人定制型治疗剂开发及健康医疗解决方案的综合医疗企业(Fully integrated bio platform company)。

3.
1. 4.
2.

1-2.
Motivation
3-4.
font

specification

foundation typeface
Trajan Pro

TRAJAN PRO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!@#\$%&*()=+ = x÷#≤≥-?;∞]Σ[



typeface

title E - 01 Univers 65 Bold

focusing on baby feeding health, entered China 20 years ago, provided sound and effective protection for China baby health. Now, the love and caring from mamiai upgraded.

title E - 02 Univers 55 Roman

focusing on baby feeding health, entered China 20 years ago, provided sound and effective protection for China baby health. Now, the love and caring from mamiai upgraded.

contents E - 01 Univers 45 Light Regular

focusing on baby feeding health, entered China 20 years ago, provided sound and effective protection for China baby health. Now, the love and caring from mamiai upgraded.

title C - 01 Noto Sans CJK SC Black

母乳般超柔软硅胶,伸展性更佳,宝宝更容易接受奶嘴头
采用双环式设计有助于上下颌发育及预防虎牙;
仿母乳丰满弧线设计,宝宝更有亲密感;
奶嘴底部的排气阀,有效防止奶嘴扁塌,宝宝吃奶顺畅自如 ...

title C - 02 Noto Sans CJK SC Medium

母乳般超柔软硅胶,伸展性更佳,宝宝更容易接受奶嘴头
采用双环式设计有助于上下颌发育及预防虎牙;
仿母乳丰满弧线设计,宝宝更有亲密感;
奶嘴底部的排气阀,有效防止奶嘴扁塌,宝宝吃奶顺畅自如 ...

contents C - 01 Noto Sans CJK SC Light

母乳般超柔软硅胶,伸展性更佳,宝宝更容易接受奶嘴头
采用双环式设计有助于上下颌发育及预防虎牙;
仿母乳丰满弧线设计,宝宝更有亲密感;
奶嘴底部的排气阀,有效防止奶嘴扁塌,宝宝吃奶顺畅自如 ...

title K - 01 Noto Sans CJK SC Black

스테판 사그마이스터는 현재 뉴욕에서 가장 진보적인 디자이너로 각광받고있는 그래픽디자이너이다. 오스트리아 출생인 그는 뉴욕에서 석사 과정을 마치고 국제적인 그래픽 회사와 광고 에이전시에서 일을 하였으며 그 후 독자적인 스튜디오를 설립하여 활동하고 있다.

title K - 02 Noto Sans CJK SC Medium

스테판 사그마이스터는 현재 뉴욕에서 가장 진보적인 디자이너로 각광받고있는 그래픽디자이너이다. 오스트리아 출생인 그는 뉴욕에서 석사 과정을 마치고 국제적인 그래픽 회사와 광고 에이전시에서 일을 하였으며 그 후 독자적인 스튜디오를 설립하여 활동하고 있다.

contents K - 01 Noto Sans CJK SC Light

스테판 사그마이스터는 현재 뉴욕에서 가장 진보적인 디자이너로 각광받고있는 그래픽디자이너이다. 오스트리아 출생인 그는 뉴욕에서 석사 과정을 마치고 국제적인 그래픽 회사와 광고 에이전시에서 일을 하였으며 그 후 독자적인 스튜디오를 설립하여 활동하고 있다.

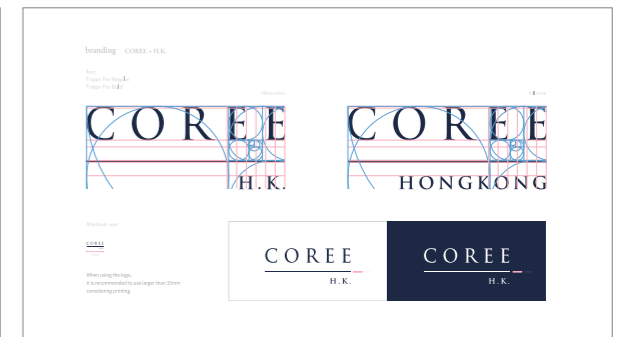
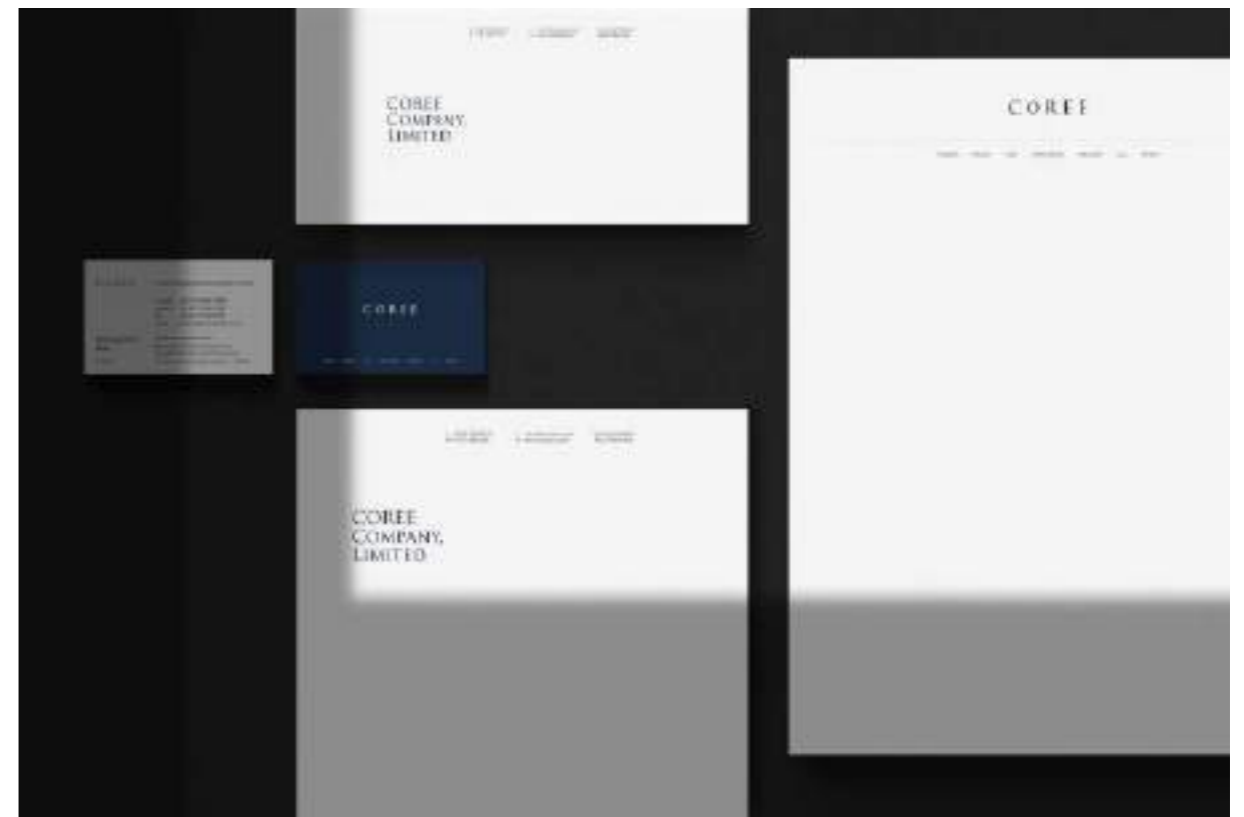
Sub_color_01
 PANTONE® solid coated 428 C
 CMYK 27/20/18/0
 Web color # C3C6C8

Point color
 PANTONE® solid coated 617 C
 CMYK 32/28/70/0
 Web color # C2B560

Main color
 PANTONE® solid coated 533 C
 CMYK 92/89/57/35
 Web color # 222944

Sub_color_02
 PANTONE® solid coated Black C
 CMYK 78/75/78/55
 Web color # 2E2A25

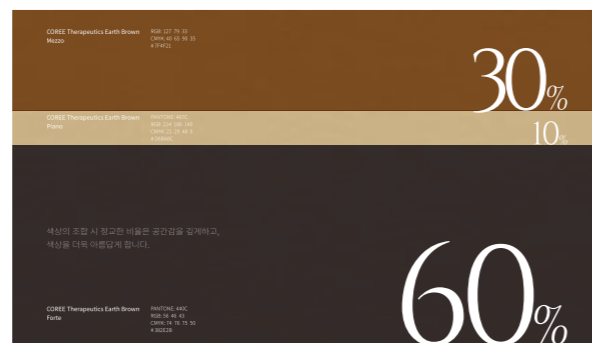
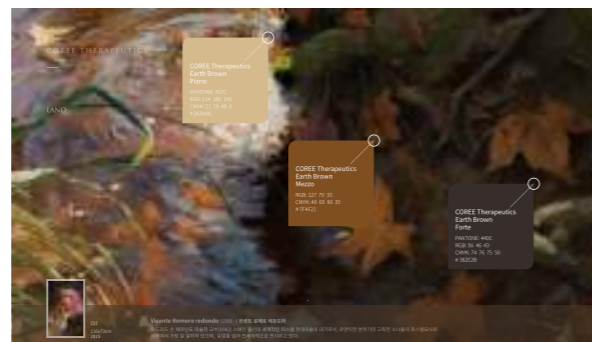
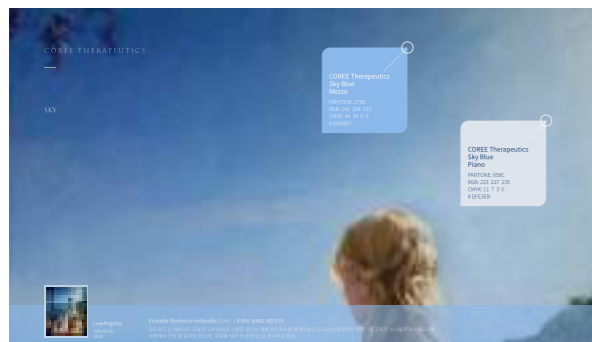
color



COREE THERAPEUTICS

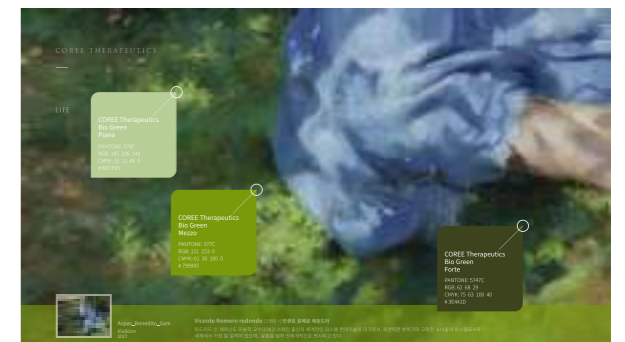
COREE Therapeutics의 철학은 인류의 질병을 현대 의학의 과학적인 치료 접근법 뿐만 아니라, 개인화 된 음식 패턴, 운동 가이드, 심리적인 케어와 품격 있는 문화 생활 양식등을 통해 Life Intervention 을 실현해 나아가는 데에 있습니다.

이러한 COREE Therapeutics의 정신과 철학은 하늘과, 대지 그리고 자연의 생명을 근간으로 하고 있습니다.



COREE Therapeutics의 哲学理念是针对人类的疾病，除了运用现代医学的科学治疗方法以外，通过个性化的饮食结构、运动指南、心理疏导及有品味的文化生活方式等进一步实现Life Intervention。

这种COREE Therapeutics的精神与哲学以天、地、自然生命作为主干。为了展现代表无限空间的蓝色“SKY”、象征树木与大地人类赖以生存的“LAND”，以及与大地共生扎根大地的自然生命“LIFE”而进行了设计。



18. Ofmom Milk Powder

Ofmom

project

Ofmom Milk Powder

Category

Package design

date

05. 2015

Design insight

妈妈要给予宝宝最好的美好愿望作为出发点，展现Ofmom哲学的奶粉包装设计。

Comments

Ofmom 为了给宝宝的成长提供营养解决方案，持续引进新技术、新产品、新创意。另外，为了提高企业的研发能力，设立了 Ofmom 营养研究中心，研究宝宝成长发育各阶段的营养需求，基于严谨、负责的科学态度，研发并推出了守护肠道健康助力宝宝成长的 Ofmom 妈咪爱“护”、“慧”、“健”系列婴幼儿奶粉。奶粉包装利用宝宝吃饭时必备的用品——代表妈妈关爱的围嘴作为主要设计因素，表现了 Ofmom 的哲学——为母婴定制的产品设计。

1.
2.

1.
milk powder
hu series
护

2.
milk powder
hui series
慧



project
Ofmom Milk Powder
Category
Package design
date
05. 2015



Ofmom

19. Ofmom Liquid Milk Powder

project
Ofmom Liquid Milk Powder
Category
Package design
date
05. 2015



Design insight

对于来到世界迈出第一步的宝宝，妈妈想要给予白雪一样纯净之爱的呵护成为设计的主题颜色，与宝宝围嘴及代表妈妈纯粹母乳形象的奶瓶共同布局，增添了高级感。



Comments

Ofmom 液体奶是意大利具有60年传统的全球乳制品No.1GRANAROLO与Ofmom共同开发生产的液体奶，这款产品反应了Ofmom努力研发接近母乳的液体奶的哲学。

project

Ofmom Liquid Milk Powder

Category

Package design

date

05. 2015





20. *Gaba*

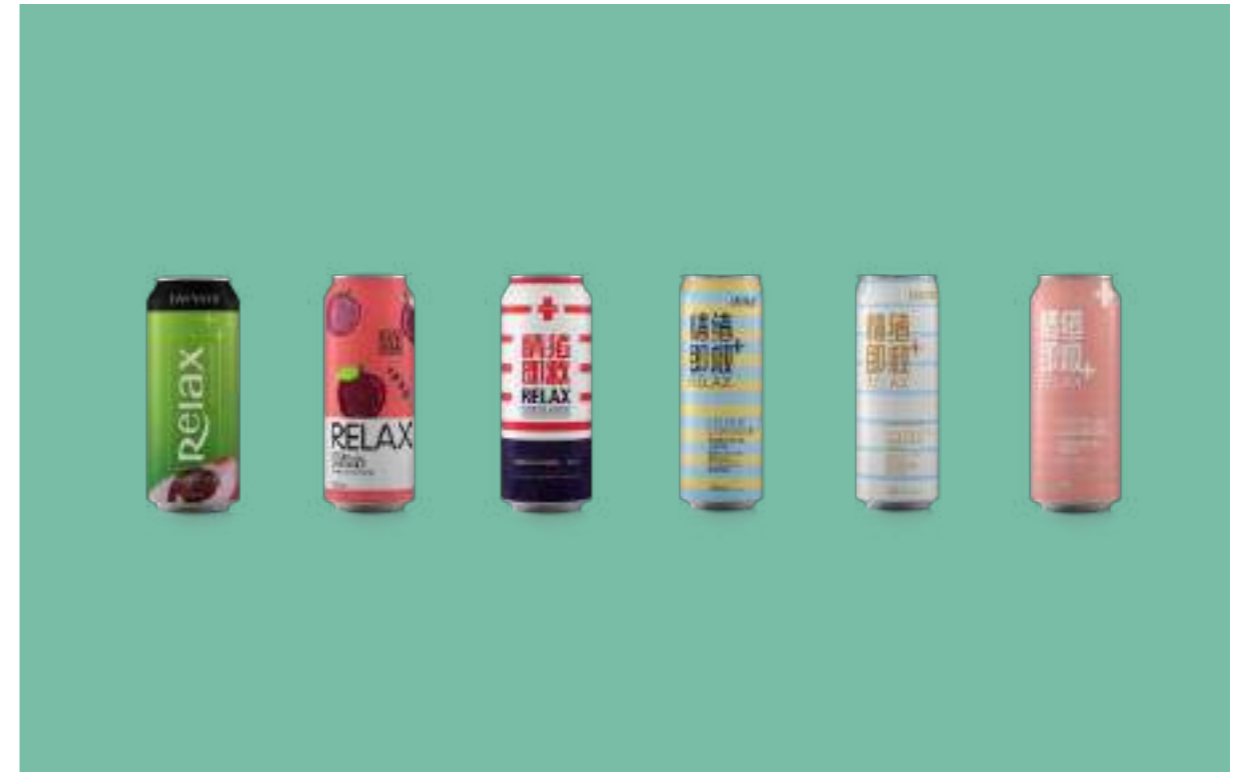
project
Gaba
Category
Package design
date
01. 2021

Design insight

针对传统健康饮料过于陈腐的年轻消费者，为其设计和开发兼具功能性和便利性的饮料。为了表现这种主题概念，进行了个性化、中性化倾向的包装设计。

Comments

产品系列预计包括 RELAX, SLIM, RECOVER, LMMUNE等四种，根据年龄段的喜好度进行分类。为了强调产品特点和中性感，个性化而进行了强调色彩的设计，为了提升高级感和选择产品的容易性，重点考虑了基于黄金比例的平面分割方式。



project

Gaba

Category

Package design

date

01. 2021



21. *operational design*

project

operational design

Category

web design

date

2015-2020

프리미엄 퍼퓸 핸드크림

FOR MAN

MULTI-FUNCTION HAND CREAM





22. Centre Ofmom CI

project
Centre Ofmom CI
Category
CI
date
04. 2016

Design insight

CENTRE OFMOM作为一家全球产后健康管理中心，不仅保证健康的新生儿成长发育与产妇健康管理，还致力于孕产妇和新生儿在产前产后获得足够的社会保护与管理。

1.

1.
font / color

foundation typeface
Trajan Pro

TRAJAN PRO

typeface

title E - 01
Univers 65 Bold

focusing on baby feeding health, entered China 20 years ago, provided sound and effective protection for China baby health. Now, the love and caring from mamiai upgraded.

title E - 02
Univers 55 Roman

focusing on baby feeding health, entered China 20 years ago, provided sound and effective protection for China baby health. Now, the love and caring from mamiai upgraded.

contents E - 01
Univers 45 Light Regular

focusing on baby feeding health, entered China 20 years ago, provided sound and effective protection for China baby health. Now, the love and caring from mamiai upgraded.

title C - 01
Noto Sans CJK SC Black

母乳般超柔软硅胶, 伸展性更佳, 宝宝更容易接受奶嘴头采用双环式设计有助于上下颌发育及预防虎牙; 仿母乳丰满弧线设计, 宝宝更有亲密感; 奶嘴底部的排气阀, 有效防止奶嘴扁塌, 宝宝吃奶顺畅自如 ...

title C - 02
Noto Sans CJK SC Medium

母乳般超柔软硅胶, 伸展性更佳, 宝宝更容易接受奶嘴头采用双环式设计有助于上下颌发育及预防虎牙; 仿母乳丰满弧线设计, 宝宝更有亲密感; 奶嘴底部的排气阀, 有效防止奶嘴扁塌, 宝宝吃奶顺畅自如 ...

contents C - 01
Noto Sans CJK SC Light

母乳般超柔软硅胶, 伸展性更佳, 宝宝更容易接受奶嘴头采用双环式设计有助于上下颌发育及预防虎牙; 仿母乳丰满弧线设计, 宝宝更有亲密感; 奶嘴底部的排气阀, 有效防止奶嘴扁塌, 宝宝吃奶顺畅自如 ...

title K - 01
Noto Sans CJK SC Black

스테판 사그마이스터는 현재 뉴욕에서 가장 진보적인 디자이너로 각광받고있는 그래픽디자이너이다. 오스트리아 출생인 그는 뉴욕에서 석사 과정을 마치고 국제적인 그래픽 회사와 광고 에이전시에서 일을 하였으며 그 후 독자적인 스튜디오를 설립하여 활동하고 있다.

title K - 02
Noto Sans CJK SC Medium

스테판 사그마이스터는 현재 뉴욕에서 가장 진보적인 디자이너로 각광받고있는 그래픽디자이너이다. 오스트리아 출생인 그는 뉴욕에서 석사 과정을 마치고 국제적인 그래픽 회사와 광고 에이전시에서 일을 하였으며 그 후 독자적인 스튜디오를 설립하여 활동하고 있다.

contents K - 01
Noto Sans CJK SC Light

스테판 사그마이스터는 현재 뉴욕에서 가장 진보적인 디자이너로 각광받고있는 그래픽디자이너이다. 오스트리아 출생인 그는 뉴욕에서 석사 과정을 마치고 국제적인 그래픽 회사와 광고 에이전시에서 일을 하였으며 그 후 독자적인 스튜디오를 설립하여 활동하고 있다.

color



PANTONE®
solid coated
DS 6-3 C

CMYK
0/15/75/10



PANTONE®
solid coated
DS 321-1 C

CMYK
80/90/100/30



PANTONE®
solid coated
DS 327-5 C

CMYK
15/0/0/60



PANTONE®
solid coated
DS 327-8 C

CMYK
5/0/0/40



PANTONE®
solid coated
DS 327-9 C

CMYK
3/0/0/30



PANTONE®
solid coated
DS 325-8 C

CMYK
0/0/0/15



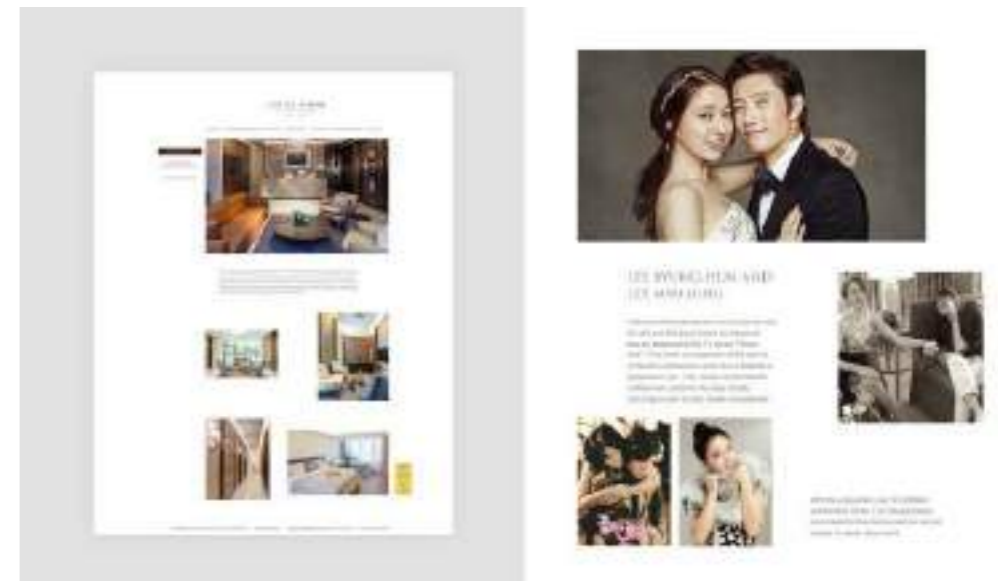
Comments

CENTRE OFMOM 是 Ofmom 与韩国明星级别的产后健康管理中心 DERAMA 联手，在 2016 年投巨资在中国国内设立的高级婴儿护理中心。位于距离北京站较近的五星级酒店，附近有多家专门医院。承载这种哲学与战略的设计包括品牌 VI 系统构建、网站开发、宣传册等内容。



- 2. 5.
- 3.
- 4. 6.

- 2. Logo
- 3. Business card
- 4. Magazine
- 5-6. Website / Mobile



Ofmom

23. Ofmom Magazine

project
Ofmom Magazine
Category
Magazine design
date
2011-2019

Design insight

没有利用中国当地育儿杂志的普遍布局与网上模特资源，而是通过选择适合每期杂志主题的模特与主题概念，进行设计，追求差异化。

Comments

中国国内母婴杂志 No1 杂志——《亲子 Ofmom》杂志除了在北京、上海、广州等主要大城市以外，还在 23 个二三线城市，以 25-35 岁女性为目标群，通过与公立或私立医院、育儿早教中心、儿童培训中心等合作，每月发行 20 万本以上。



1.

1.
Ofmom Magazine

years

2015.
2016.
2017.
2018.
2019.
2020.



project
Ofmom Magazine
Category
Magazine design
date
2011-2019



thanks.

商务合作 电话/微信

139 1052 0519 王瑶 138 1078 5614 潘大伟

Beijing

tel +86.10.8042.9920 | fax +86.10.8042.9920

北京市顺义区竺园二街2号院1号楼2层

Room 101, Building 1, No.2, Zhu Yuan Second Street,
Shunyi District, Beijing (Tianzhu Free Trade Zone)