

삼화엔피플

01월 · 02월 2013 vol.3



S P O T L I G H T

2013년, 희망과 열정으로 삼화가족은 페인트 세상을 이끌고,
창조적 혁신과 도전으로 삼화페인트는 세상의 중심이 됩니다
삼화엔피플은 2013년에도 도전과 열정이 담긴 그들의 이야기를 세상에 전합니다

CONTENTS

THE NEW YEAR

- 01 신년 인사말
- 02 신년 특집 - 반갑다. 2013!

THE STORY

- 04 테마 스토리 기업의 스포트라이트, 변화와 혁신에 달려 있다
- 06 파플 스토리 - 삼화를 만드는 사람들 _ 삼화페인트 반월대리점 장덕규대표
- 우리 팀을 소개합니다! _ 삼화페인트 전주영업소

THE COLOR

- 08 컬러 트렌드 삼화페인트가 제안하는 2013년 글로벌 컬러 트렌드
- 10 컬러 라이프 순백색의 우유, 무한한 변신으로 입맛을 사로잡다

THE CULTURE

- 11 문화, 두 개의 사선을 마주하다 영화<레 미제라블> VS 뮤지컬<레 미제라블>

THE FOCUS

- 12 마켓 인사이트 - 스마트폰용 아이생각 앱(APP)
- 13 소비자의 목소리에 귀를 기울이다
- 14 뉴스 포커스

THE COMMUNITY

- 16 삼화가 전하는 기분 좋은 이야기
- 17 문화를 드립니다!



cover story_SPOTLIGHT
2013년, 희망과 열정으로 삼화가족은 메인트 세상을 이끌고, 창조적 혁신과 도전으로 삼화페인트는 세상의 중심이 됩니다. 삼화인사들은 2013년에도 도전과 열정이 담긴 그들의 이야기를 세상에 전합니다.



04



10



11

01 + 02

The New Year
신년 인사말



2013년
辛巳年

새 아침이 밝았습니다.

올 한해도 삼화가족 여러분들의 가정마다 건강과 행복이 충만 하시기를 기원합니다.

삼화가족 여러분!

지난해 우리는 사업의 핵심가치를 높이고 새로운 기회를 확보하는데 한마음 한 뜻으로 노력했습니다. 그 결과 사상 최대 매출이라는 의미 있는 성과를 일구어 냈습니다. 이 자리를 빌어 지난 한해 동안 열정적인 노력으로 최선을 다해주신 삼화가족 여러분께 감사의 말씀 드립니다.

경쟁에서 이기기 위해서는 각자의 자리에서 최선의 결정을 내리고 소통을 원활히 하여 유연하게 대처해야 합니다. 특히 지금과 같은 경쟁상황에서는 소통의 중요성이 어느 때보다 강조될 때입니다. 이에 삼화페인트는 현장과 호흡을 같이하며 최대한의 자원을 아끼지 않을 것입니다. 또 적극적이고 실천적인 인재를 육성하고, 경쟁사보다 한발 앞서 글로벌 시장을 선도할 수 있는 차세대 제품과 핵심기술 개발에 모든 역량을 집중할 것입니다.

준비된 기업에게는 격랑의 파도도 하나의 도전에 지나지 않을 것입니다. 그 동안의 여러 어려움을 겪어낸 용기와 지혜로 또 한번의 성공을 이룩하는 한 해로 감사다. 감사합니다.

2013. 1. 2.

삼화페인트공업㈜
대표이사

김장연



반갑다. 2013! 해가 떠오른다, 올해도 최고를 향하여!!

2012년이 가고 2013년 계사년 새해가 밝았습니다.

업무시간이나 회의시간이나 평일이나 주말이나 시간과 날짜에 상관없이 언제나 삼화페인트를 위해 열심히 달려온 삼화가족분들, 올해 2013년 계사년에도 모두가 하나되어 삼화페인트와 함께 페인트세상의 중심에 서기 위해 열심히 달려갈 거라 믿어 의심치 않습니다. 2012년 삼화가족간의 소통을 위해 창간한 삼화엔피플은 삼화가족이 하나되는 행복 충만한 소통의 장을 만들기 위해 2013년에도 최선을 다하겠습니다.

신년을 맞이한 삼화엔피플에서는 신년이벤트로 삼화가족들의 신년맞이 포토 신년메시지 이벤트를 진행하였습니다. 삼화가족분들의 열화와 같은 성원으로 많은 분들이 참여해주었고, 이 중 세편의 신년맞이 포토메시지를 선정하였습니다.

삼화가족분들의 많은 관심에 감사드리며, 선정된 세편의 신년맞이 포토메시지를 소개해 드립니다.



또 다른 미래를 바라보며

삼화페인트 대구영업소 임상구 대리

어느덧 흑룡의 해가 가고 뱀의 해가 찾아왔습니다. 2012년 기쁘고 슬픈 일을 모두 뒤로하고, 2013년 계사년에는 뱀이 먹잇감을 포착 시 실패하지 않듯이 삼화가족도 목표를 설정하여 실패하지 않고 성공하시기를 기원합니다.



인생의 벚과 함께 열정의 시작점에서

연구기획팀 김필영 주임연구원

자연에서는 어제와 같은 일출이지만 우리에게 사람들에게는 어제와는 다른 새해의 일출이 되는 것은... 무언가를 새롭게 시작하겠다는 우리 마음속의 다짐이 들어 있기 때문이 아닐까? 2013년 계사년! 나의 인생의 벚과 함께 붉게 떠오르는 일출과 같이 열정을 불태워서 올해도 화이팅!



2012년 끝자락에서 희망을 보다

구메사업본부 김천범 본부장

2013년 어려운 해가 될 것이라고 이야기하고 있습니다. 그러나 계사년 구렁이 담 넘어가듯 어려운 일들을 자연스럽게 극복해 나갈 것이라고 믿습니다. 입으로만 다짐하는 새해가 아니라 실천할 수 있는 해가 되도록 하겠습니다. 2013년 당사 경영 목표를 달성할 수 있도록 구메사업본부의 핵심과제를 추진 하겠습니다. 마지막으로 2013년도에 좀 더 강한 의지와 긍정적인 생각과 더불어 무엇이든 할 수 있다는 도전의식을 가지고 시작하겠습니다. 삼화가족 여러분 새해 특 많이 받으세요.

2013년 계사년, 그 진정한 의미를 말하다

2012년 '임진년'의 태양이 저물고, 2013년 계사년의 아침이 밝았습니다. 2012년 임진년은 '흑룡의 해'로 불리며 많은 이슈를 낳았습니다. 2013년 계사년은 임진년과 마찬가지로 '검은 뱀'의 해입니다. 하지만 흑룡과는 다르게 검은 뱀이 가지고 있는 다소 부정적인 이미지 때문인지 좀처럼 언급이 되지 않습니다. 그러나 의외로 2013년 계사년의 의미를 풀어보면 긍정적인 깊은 속 뜻이 숨어 있습니다.

하나, 심간의 '계', 심이지의 '사'가 만나다

계사년의 '계'와 '사'. 각각이 의미하는 것은 무엇일까? 계(兌)는 북쪽 또는 겨울을 뜻하는 한자입니다. 심간의 마지막이기도 합니다. 뒤따르는 사(巳)는 심이지의 여섯 번째로 모두가 아시는 뱀을 뜻합니다.

둘, 풍요와 다산의 상징 내가 바로 뱀이요!

사람들은 뱀을 보면 일단 겁을 먹고 놀라서 피하기 마련입니다. 전문가가 아닌 이상 뱀을 멀리 합니다. 그런 뱀에게도 풍요와 다산의 의미가 있다는 걸 아십니까? 여러 개의 알을 낳는다 해서 옛 어른들에 의해 붙여진 다산의 의미. 그리고 집을 지키고 집안을 풍요롭게 한다 하여 신비의 영물로 불리며 '업'이라는 불린 구렁이. 이를 보면 2013년 모두가 소망하는 요소를 모두 갖춘게 뱀이 아닌가 생각됩니다.

셋, 불사와 재생의 용을

추운 겨울 산에서 뱀을 보거든 여간 힘든 일이 아닙니다. 뱀의 특성 상 땅 속에서 겨울잠을 지기 때문입니다. 그런 뱀이 지나간 겨울을 보내고 세상에 나오면 허물을 벗습니다. 이때 허물을 벗는 뱀의 모습을 본 사람은 재생 또는 불사를 얻는다 하였습니다. 2013년 계사년을 맞이하여 불사까지는 아니더라도 낡은 허물을 벗고 새로운 나로 거듭나는 한 해로 삼아보시는 건 어떨까 생각합니다. 알고 보면 좋은 의미와 일들이 많은 계사년 삼화가족 모두 2013년에는 지난 해와 다른 '또 다른 행복'이 가득한 한 해가 되시기를 기원합니다.



* 신년맞이 포토메시지에 선정되신 3분께 추유상품권 2만원권을 보내드립니다.



Spotlight

기업의 스포트라이트, 변화와 혁신에 달려 있다

역동적인 글로벌 경제상황에서 기업들은 경쟁자를 제치고 살아남기 위해 매일매일 고군분투를 한다. 이들은 정글 같은 세상에서 승리하기 위해 전략을 짠다. 그 전략은 바로 변화와 혁신이다. 이것이 없으면 결국 도태되고 뒤에 있던 경쟁자들이 어느덧 내 앞에서 서서 미소를 짓는 모습을 바라보는 신세로 전락하고 만다. 변화와 혁신은 모든 기업의 숙명. <삼화엔피플> 이번 호에서는 신년을 맞이해 변화와 혁신을 통해 스포트라이트를 받게 된 기업들을 알아본다.

모든 조직이 기업의 리더, 이것이 혁신이다 - 고어

아웃도어 소재 '고어텍스'로 유명한 회사 고어 <포춘>이 '미국에서 가장 일하기 좋은 100대 기업'에 매해 선정되는 이 기업은 조직문화의 혁신을 보여주는 대표적인 예다. 고어에는 보스는 없지만 많은 리더들이 있다. 기업의 방침으로 보스나 임원이라는 단어는 볼 수도 들을 수도 없다. 고어의 평등 이념과 상반되기 때문이다. 최고경영자(CEO)와 최고재무책임자(CFO)란 공식적인 직급은 있으나 어디까지나 회사 설립 요건으로 필요해서 만든 것일 뿐 회사에서는 '동료'로 통한다. 또한 고어에는 영원한 팀이란 없다. 재무, 영업, 개발, 구매 등 업무 영역을 팀으로 구분하지 않는다. 업무는 프로젝트 위주로 진행되는데, 한 프로젝트가 끝나면 직원들은 또 다른 새로운 프로젝트를 위해 다른 분야로 옮겨가는 식이다. 이런 방침을 둔 이유는 딱 하나다. 바로 고인 물에서는 새로움이 나올 수 없다는 것이다. 혁신은 다른 관점과 독특한 시각, 오히려 전문 지식이 없는 경우 더욱 창의적인 아이디어가 나온다고 생각하기 때문이다. '인사이트 마케팅'이 대표적인 예다. 고어텍스를 의류 업체에 공급할 때 로고를 반드시 옷 겉면에 붙여야 한다는 조건을 내세워 계약을 체결하면서 고어텍스 브랜드를 널리 알릴 수 있었다. 이 아이디어는 마케팅 전문가들이 아닌 비 마케팅 인력에서 나왔다. 이러한 기업문화의 혁신으로 1958년 설립 후 꾸준한 성장을 이어가고 있으며, 회사 직원비율은 5%에 지나지 않는다고 한다.



저렴한 가격으로 고객에게 더 많은 이익을 주는 것, 그것이 혁신이다 - 월마트

2012년 <포브스> 선정 세계 100대 기업 순위 16위, 유통업계 1위. 영업 이익률은 낮고, 지역별 장벽이 높은 유통업계에서 쉽게 넘볼 수 없는 거대한 산으로 여겨지는 이 기업은? 바로 월마트다. 매출액이 4470억 달러로 미국 식료품 판매의 19%를 장악하고 있는 명실공히 세계 최대 기업 중 하나다.

월마트가 유통업계 혁신의 주체가 될 수 있었던 것은 저가 전략 때문이다. '언제나 싼 가격, 고객의 만족을 보증합니다'라는 슬로건이 월마트의 전략을 단적으로 보여주는 예다. 이 슬로건에는 특별한 세일 기간이 없고, 언제나 세일 중이라는 인식을 갖게 해줘 낮은 가격에 대한 신뢰감을 가져다 줬다. 이렇게 형성된 신뢰감을 바탕으로 유통업의 대명제라고 할 수 있는 저마진의 현실화를 실현시키기 위해 저가 전략과 저비용, 공급업체와의 제휴강화를 적절히 연계하고 컴퓨터시스템 등 신기술을 적극 도입했다.

월마트는 저가 전략 실행을 위해 중점을 뒀던 사항이 물류정보 시스템 구축이었다. 그 단적인 예로 유통업계에서 상상할 수도 없었던 인공위성을 쓰아 올린 것이다. 1987년 2400만 달러의 비용을 들여 미국 내 전 지점과 본점을 음성 문자와 동영상으로 연결하는 시스템을 구축했다. 이것은 당시로서는 가장 큰 물류혁신이었다. 이를 통해 월마트의 물류정보 시스템은 납품기업과 연결돼 있고, 주문 정보를 중앙 컴퓨터에서 처리해 재고수준이 낮으면 자동으로 주문하고, 납품기업에서도 이를 활용할 수 있도록 했다. 또한 인공위성을 쓰아 올린 후 물류비용은 원가의 3% 수준으로 경쟁기업들보다 획기적으로 낮추는 계기가 됐다.

이 외에도 월마트 저가 전략으로 내세운 것이 사람이 직접 움직이는 시스템 구축이다. 마트에서 사람이 움직이는 것이 무슨 혁신이냐, 라는 생각이 들겠지만 월마트는 점장에게 전권을 주어 동기부여를 하고, 가격동향을 파악하도록 했다. 이는 사람이 곧 정보라는 개념을 바탕으로 소비자가 찾는 제품을 일반 경쟁업체들과는 달리 점장이 신속하게 주문할 수 있도록 했다. 또한 그 지역의 타 업체 가격을 사람이 실시간으로 확인하면서 최저가격을 유지할 수 있었다. 그 누구보다 앞선 물류 시스템을 가지고 있었지만 사람이 움직이는 시스템이 아니었다면 최저가를 유지하기 어려웠을 것이다.

K마트, 울코, 타깃 등 할인점이 잇달아 문을 열던 시절 후발주자로 나선 월마트가 지금의 유통 넘버원 기업이 될 수 있었던 것은 누구보다도 빨리, 더 많은 고객에게 이익을 줘야 한다는 혁신 정신이 있었기에 실현될 수 있었다.



경쟁사보다 더 좋은 제품, 그것이 혁신이다 - 삼성

'혁신의 아이콘'이라 하면 어떤 기업이 떠오르는가. 많은 사람들이 애플을 생각할 것이다. 하지만 이제는 삼성에게 그 자리를 내어줄 때가 된 것 같다. 미국 뉴스 웹사이트로 유명한 '마셔블(Marshable)'은 2012년 혁신 브랜드로 삼성을 선정했으며, 삼성의 성공은 절대 요행이 아니라고 전했다.

1938년부터 시작된 삼성은 식료품을 비롯하여 의류에서 의류장비까지 만들고 있지만 스마트 기기 분야에서 최고가 되었고, 애플과 유일하게 '맞짱' 둘 수 있는 경쟁자가 되었다. IDC가 발표한 지난해 스마트폰 판매량 및 점유율을 보면 삼성이 애플보다 2배 이상 많이 스마트폰을 판매해 스마트폰 판매량과 점유율에서 1위를 차지했다.

지금의 결과를 얻을 수 있었던 이유는 경쟁사보다 더 좋은 제품을 생산할 수 있는 기술의 혁신이 있었기 때문이다. 애플의 아이폰보다 한 발 느리게 출발했지만 끊임 없는 기술 혁신에 대한 노력으로 맹추격했다. 그 대표적인 예가 스마트폰 '갤럭시 S3'다.

갤럭시 S3는 스마트폰 카메라의 혁신을 선언하며, 이제까지 삼성이 준비해 온 모든 소프트웨어 기술들을 적용해 디지털카메라의 성능을 뛰어넘겠다는 목표로 출발했다. 800만 화소와 풀HD급 동영상 녹화가 가능한 화질을 바탕으로 DSLR 카메라에서 가능한 고급 기능들을 소프트웨어로 구현했다.

삼성의 품질혁신은 어제 오늘 일이 아니다. 핸드폰 사업을 하기 위해 관련 분야 최고의 인재들 스카우트했고, 제품 출시 후 많은 판매고를 보이며 들떠있을 때 "휴대폰 품질에 신경 쓰십시오. 고객이 두렵지 않습니다. 비싼 휴대폰 고장 나면 누가 사겠습니까?"라며 질적 강화에 힘을 쏟았다.

애플이 삼성에 애플의 디자인을 모방했다며 미국과 유럽시장에서 판매금지 처분 소송을 했지만 품질에 대한 신뢰로 오히려 삼성의 스마트폰 판매량은 상승했다.

스마트폰 시장이 애플에 의해 많이 변화되어 온 건 사실이다. 그래서 애플이 혁신의 아이콘이라 불렸던 것이다. 하지만 최근 스마트폰 시장의 경쟁이 치열해진 가운데 애플은 새롭게 창조적인 제품보다는 기존의 것에서 변형을 한 즉 혁신보다는 진화를 택했다는 평을 받기도 했다. 그러는 동안 삼성은 기술의 혁신을 내세우며 더 새로운 것, 더 좋은 것을 많이 선보였으며, 이제 뒤를 쫓던 기업이 아닌 명실상부 혁신의 주체로 자리매김을 했다.

신년이 되면 기업들은 신년사를 통해 그 해의 비전을 발표한다. 기업마다 내세우는 비전은 저마다 다르지만 변화와 혁신은 빼놓지 않고 언급한다. 변화하는 시장에 맞춰 함께 변하고 경쟁사보다 더 나은 것을 창출하기 위해 기술, 문화, 판로 등에서 혁신을 꾀한다. 2013년은 어떤 회사가 어떠한 혁신으로 세상의 스포트라이트를 받을지 기대해 본다.



좌측부터 진피미어 대리, 장유진 09에코제인트대표, 장덕규 대표, 김광숙 실장, 한승국 부장

#01. 삼화를 만드는 사람들

삼화페인트 반월대리점 장덕규 대표 | 취재_ 이승호

“마음을 다 하는 친절함, 그것이 저희의 강점입니다”

또 한 번의 한파가 찾아 올 무렵, 옷깃 단단히 여미고 '삼화'를 만드는 사람들의 2013년 첫 대리점으로 선정된 경기도 안산에 위치한 삼화페인트 반월대리점으로 향했습니다. 깔끔한 입구와 흐트러짐 없이 정리된 페인트들, 훈훈하고 아늑한 내부는 '페인트 = 공업 용품점'이라는 편견을 말끔히 날려보냈습니다. 이번 호에서는 삼화페인트 반월대리점의 장덕규 대표님을 만나 이야기를 나눠보겠습니다.

Q. 인터뷰에 응해주셔서 감사합니다. 먼저 반월대리점과 본인 소개 부탁드립니다.
A. 저희 삼화페인트 반월대리점은 삼화페인트의 안산에 시작이라 할 수 있는 안산 1호점입니다. 페인트 대리점을 하기 전에 인천에서 건축업을 했었어요. 그러다 고향 친구가 운영하는 페인트 대리점에 우연히 들렀는데 페인트 조색과 칠하는 모습이 좋아 보였어요. 그 계기로 1982년 봄에 대리점을 시작해 지금에 이르게 됐습니다.

Q. 건축업을 하시다 페인트 쪽으로 전향을 하셨는데, 그 중에서도 삼화페인트를 선택한 이유가 있었나요? 페인트 관계업자나 소비자들 사이에 삼화페인트 인지도가 높았고, 페인트 대리점을 하던 친구의 추천도 있었죠. 당시에 삼화페인트에서 페인트통에 가격표 가해서 나왔어요. 그때까지만 해도 가격을 표시해서 나오는 곳이 없었거든요. 그것을 보고 타기업과는 다른 유통업자들의 마음을 헤아리는 그들만의 경영철학이 멋있다는 생각이 들었어요. 고객의 입장에서 우리가 도매가와 소매가를 명확하게 보여드리니 고객들도 좋아하고, 서로 신뢰 있는 거래를 할 수 있거든요. 그리고 또 하나는 신뢰할 수 있는 제품의 품질입니다. 소비자의 눈은 속일 수 없죠. 삼화페인트 사용해보신 고객은 삼화페인트만 고집하시니 저의 선택도 삼화페인트인 것입니다.

Q. 오랜 시간 동안 페인트 대리점을 운영하셨는데, 반월대리점만의 특별한 영업 노하우가 있으신가요? 뭐 특별한 게 있나요(웃음). 안산유통상가 내 1호점은 공업용 전문매장으로 공단에서 입지를 구축했고, 상록구 사동 2호점은 건축용 전문매장이예요. 전문분야가 나눠져 있으니 다양한 고객 요구에 맞게 신속하게 제품을 맞춰 드려니 만족해하시고 거래가 계속 이루어지고 있어요. 그리고 마음을 다하는 친절함이 저희의 큰 강점입니다. 한 번 오신 고객의 마음 속에 페인트 하면 '삼화페인트 반월대리점'이라는 인식을 확실히 심어주어 한 번 오신 고객은 또 찾아오실 수 있도록 합니다.

Q. 마지막 질문 드릴게요. 파트너로서 삼화페인트에 바라는 점이 있다면 무엇인가요?
A. 그리고 2013년 바라는 것이 있다면 그것도 함께 말씀해 주세요. 지금과 같이 질 좋은 제품, 소비자가 계속 찾는 참 좋은 페인트를 계속해서 만들어 주시길 바랍니다. 그리고 지금까지 잘 풀어 주신 것처럼 대리점과 본사가 하나되어 갈 수 있었으면 하는 바람입니다.



#02. 우리 팀을 소개합니다

삼화페인트 전주영업소 | 글_사업관리팀 신용기

전북권 페인트영업의 일인자를 꿈꾸대!

전라북도에 많은 페인트 브랜드들 속에서도 삼화페인트의 패권을 위해 도전과 열정으로 영업하는 영업소가 있습니다. 바로 전라북도 내 영업활동을 담당하는 전주영업소입니다. 이번 호에서는 도전과 열정으로 전북권 페인트 점유율 1위를 목표로 달려가는 전주맨들, 삼화페인트 전주영업소를 소개합니다.

Q. 삼화엔피플 독자분들께 먼저 간단한 영업소 소개를 부탁드립니다.
A. **조경만 소장** | 저희 영업소는 삼화페인트의 전라북도 영업을 담당하는 전주영업소입니다. 한 마디로 전북권 영업의 중심지라 불리는 곳으로 설명할 수 있죠. 전북권에서 삼화페인트가 넘버원 브랜드가 될 수 있도록 최선의 노력을 다하는 최고의 직원들이 모여있는 영업소입니다.

Q. 그럼 영업소 직원 분들의 각자 자기소개와 함께 2013년 새해 포부를 부탁드립니다.
A. **조경만 소장** | 소리 없이 강한 카리스마로 전주영업소를 이끄는 조경만 소장입니다.(어색) 2013년 전주영업소는 책무를 다하기 위해 최선의 노력을 다하겠습니다. 삼화가족 여러분 모두 행복하시고 평안하시길 기원합니다.

전창민 과장 | 분체, 플라스틱, 단종 그리고 대리점까지 모두 내가 접수한다. 전주영업소에 최강창민 전창민 과장입니다. 기존의 노하우와 새로운 시장에 대한 융합을 통해 시너지 효과를 낼 수 있는 2013년이 너무 기대됩니다. 기사년 삼화페인트 아자아자 파이팅! 전주영업소 아자아자 파이팅!

이정화 대리 | 모든 갈등은 목소리만으로 종재한다. 전주영업소에서 가장 오래 근무한 총일점 이정화 대리입니다. 새해에도 삼화가족 모두 즐겁고 행복한 일들만 가득하시길 바랍니다~

조동선 대리 | 지역 내 모든 아파트는 나의 도화지일 뿐이다. 제2의 단원 김홍도, 남원 조동선 대리입니다. 부연 설명으로 조동선 앞에 남원은 제 고향을 뜻합니다.(ㅋㅋ) 2013년, 이젠 다섯 명이 된 우리가족을 위해 그리고 새로운 작품을 위해 발벗고 뛰어다니겠습니다. 삼화가족 여러분 꼭 지켜봐주세요!^^

윤재용 사원 | 진정한 전주 스타일, 전주 출신의 유일한 순혈! 전주영업소에 농구령이 막내 윤재용 사원입니다. 2013년 이제 일에서 깨어날 때가 왔습니다. 온실에서 벗어나 필드는 제가 접수해 보겠습니다.

Q. 각자 캐릭터가 확실한 영업소인 거 같습니다. 마지막으로 새해를 맞이 했으니 삼화엔피플 독자분들께 덕담한마디 부탁드립니다.
A. 삼화엔피플 독자 여러분 새해 복 많이 받으세요!! 그리고 2013년 기사년 삼화페인트가 업계 넘버원이 될 수 있도록 저희는 물론 삼화가족 모두가 목표를 향해 노력하고 소망을 이루는 한 해가 됐으면 합니다. 🍀



조경만 소장



전창민 과장



이정화 대리



조동선 대리



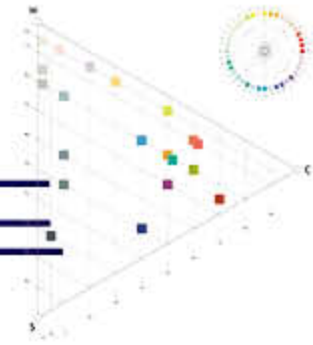
윤재용 사원



윤재용 사원

삼화페인트가 제안하는 2013년 글로벌 컬러 트렌드

[2013 Global Color Trends]



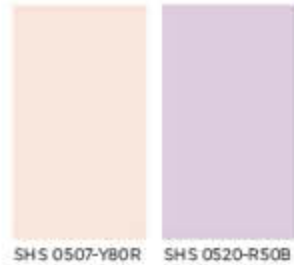
생활 속 언어 '컬러'는 우리 내 생활에 밀접한 관계를 가지고 있다. 이로 인해 전 세계적으로 그 해 컬러 트렌드는 누구나 궁금해하고 알고 싶은 유행의 척도이다. 삼화페인트에서 제안하는 2013년 글로벌 컬러 트렌드는 세계 최고의 컬러 시스템을 갖추고 있는 NCS COLOR AB와 Global Color Research TEAM 삼화페인트의 공동으로 제시하는 컬러 트렌드로 향후 주요 글로벌 컬러 트렌드 역시 Global Color Research TEAM - MIX Trend와 NCS, 그리고 삼화페인트가 함께 예측하여 제시될 예정이다.

이번에 제시하는 2013년 글로벌 인테리어 컬러 트렌드의 모든 컬러는 삼화페인트에서 새롭게 런칭한 SAMHWA-NCS COLLECTION 950에서 선정되어 국내시장에서의 활용도가 매우 높다. 2013년 글로벌 트렌드의 기본 컨셉은 인간 근원에 대한 성찰로 기분과 영혼을 움직일 수 있는 색의 강한 힘에 관한 관심이다. 나와 우리, 우리와 세계가 하나의 네트워크로 연결되고 글로벌한 다문화 사회로 변화하면서 시장이 다양화되고 확장되면서 수직된 컬러의 결과도 그에 따라 다채롭고 다양해진다. 2013년 컬러들의 특징은 각 컬러마다의 개별성과 그에 따른 강력함, 긍정적인 힘이 부여되고 있는데 있다. 특히 Red는 강하게 톤의 변화를 보이며, 강력함, 긍정적인 힘이 부여되고 있는데 있다. Vivid Tone의 Orange, Pink의 배색은 완벽한 인테리어

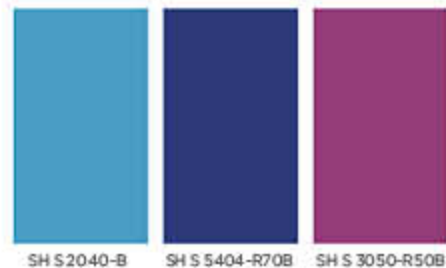
공간을 제시한다. 크림미(Creamy)한 버터 Yellow와 톤(Tone)다운 된 살구색은 집안의 환경을 환기시키고 부드러운 느낌으로 한결 가벼워진 기운을 느끼게 한다. 2013년에 가장 주목해야 하는 컬러는 True Indigo로 Decadent Violet과 함께 매치하거나 Warm Cobr들과 사용하여 공간에 강한 임팩트를 심어줄 수 있겠다. 고명도의 뉴트럴 컬러들은 다채롭고 역동적인 2013년 컬러 팔레트를 상쇄시킬 새로운 기반의 부드러운 톤(Tone)들로 구성된다. 밀키(Milky)한 톤(Tone)의 그레이(Gray)가 부드러운 팔레트로 제공되어 자연스럽게 편안한 인테리어 공간의 이미지를 연출해준다. Quieter Jade Green과 같은 색은 더 깊은 분위기를 제공하며, 에메랄드 계열의 색은 활동적 이미지를 보여주게 될 것이다.

PURPLES & BLUES

부드러운 Blue와 Pink의 배색은 편안하고 안정된 공간을 연출할 수 있으며, 고명도의 부드러운 톤을 사용한다면 한층 더 밝은 분위기로 연출이 가능하다. Blue와 Violet에 Pair Teal Green 색상이 매치되어 강조색으로 사용하면 임팩트 있는 이미지 연출이 가능하다.



SOFT HARMONIES



COLOUR CLASH



YELLOW & REDS

강렬한 Orange Red와 소프트한 Mustard 색상은 고급스러운 분위기를 제시한다. 연한 Yellow가 들어가 전체 배색에서 강조색으로 사용할 경우 시너지 효과를 볼 수 있다.



RICH & WARM



GREENS & LIMES

Green은 Well-being의 이미지를 가져다 주며 이들 인테리어의 입구 쪽에 사용하면 집중력을 가져온다. 회색계열과 어우러질 때 포인트로 사용하면 효과가 좋다.



FRESH & UPLIFTING



NEUTRALS

무채색 계열 톤의 공간은 색을 최소화함으로써 모던하고 현대적인 공간을 연출한다. 매트하고 광택감이 없으며 패턴과 텍스처가 거의 없는 소재를 사용할 경우 미니멀한 공간을 구성할 수 있으며, 클래식한 패턴과 형태의 가구와 함께 매치하면 클래식과 모던의 믹스 앤 매치의 분위기를 연출할 수 있다.



TRANQUIL GREYS





순백색의 우유, 무한한 변신으로 입맛을 사로잡다

대표적인 건강식품으로 꼽히는 흰 우유. 완전식품에 가까운 우유는 필수 아미노산이 풍부하고 철분을 제외한 기타 모든 영양소를 다량 함유하고 있어 모든 연령층이 꼭 챙겨먹어야 하는 건강식품이다. 건강식품의 아이콘 우유는 변신의 귀재이기도 하다. 치즈, 아이스크림, 생크림, 버터 등 우리 주변에서 쉽게 볼 수 있는 식품들이 대부분 우유가 바뀌어서 생긴 것들이다. 흰 우유 그대로 마셔도 좋고, 다른 형태로 바뀌어 음식과 곁들여 먹어도 좋은 우유. 그의 변신은 무한하다.

우유 속에 있는 카세인(Casein)을 뽑아 응고

발효시킨 치즈는 우유 가공식품 중 가장 대표적인 예다. 전 세계적으로 2000여 종 이상이 존재하는 것으로 추정되고, 프랑스에서만 400종 이상이 있는 것으로 알려지고 있을 만큼 그 종류의 수를 정확히 파악하기 어려울 정도다. 많고 많은 치즈 종류 중에서 꼭 먹어야 할 치즈가 무엇이나 묻는다면 까망베르를 적극 추천한다. 까망베르는 흰 곰팡이 치즈로 세상에서 가장 유명한 치즈 중 하나다. 약간의 곰팡이향과 바삭함이 나는 까망베르는 와인 과 치즈의 조화로운 맛을 아는 사람들이 보편적으로 즐기는 치즈이기도 하다.

어른, 아이 할 것 없이 모두가 좋아하는 아이

스크림 본래는 서양요리의 후식으로 이용됐으나 오늘날에는 기호품으로 널리 사용된다. 영양가가 높은 고지방 식품으로 간식, 환자 식, 유아식 등으로도 각광을 받고 있다. 아이스크림은 제품의 모양과 포장용기, 가공원료, 가공법에 따라 상품의 종류가 다양한데 기본적으로 바닐라 등의 향료를 사용한 단순한 것은 플레인 아이스크림이라 하고, 계란 노른자의 함유량이 많은 것은 프렌치 아이스크림 또는 커스터드 아이스크림이라고 부른다. 이외에도 과일, 초콜릿, 커피, 양주 등을 첨가한 것을 풍미 아이스크림이라 한다.

아이스크림을 더욱 맛있게 먹을 수 있는 팁을 소개하자면 차가운 것이 당연한 아이스크림이지만 너무 차가우면 안 된다는 것이다. 지나치게 차가우면 혀가 마비돼 참 맛을 느끼기 어려워 먹기 전 냉동실에서 잠시 꺼내두었다 먹어보자.

보는 순간 손으로 꼭 짊어 먹고 싶은 충동을 일으키는 생크림 케이크 위에 몽글몽글하게 발라져 있는 생크림은 보는 것만으로도 행복감을 준다. 생크림은 우유에서 비중이 적은 지방분만을 원심분리해 살균 충전한 식품이다. 생크림에도 종류가 있을까 하는 생각이 들지만 유지방 함유 정도에 따라 커피용(20%), 케이크나 과일용(30~50%) 등으로 나뉜다.

요즘에는 베이킹을 가정에서도 많이 하면서 생크림을 구입하는데 한 번 병을 만들고 나면 남은 생크림을 처리하기가 곤란할 때가 많다. 버리기는 아깝고, 그렇다고 그냥 냉장고에 넣어두기엔 불안하다. 이럴 땐 깨끗한 그릇에 남은 생크림과 백설탕 1큰술을 넣고 휘핑한 후 피퍼백에 넣어 냉동 보관을 하면 된다. 이렇게 보관해 두면 크림 파스타나 크림 스프를 만들 때 요긴하게 쓸 수 있다.



우유의 무한한 변신! 유제품을 식재료로 한 맛집

치즈 전문 레스토랑 '유로구르메' 유럽식 치즈 전문 레스토랑 '유로구르메'. 이곳에서는 치즈 종류만 해도 50~60가지가 돼 평소 접할 수 없는 치즈를 맛볼 수 있다. 치즈 문화에 어색할 수 있는 한국 사람들을 위해 나폴리 스타일의 카프레제, 고르곤졸라 가지 그라탱, 유러피안 피자 등 부담 없는 메뉴로 구성했다.

수제 아이스크림 전문점 '벨앤드폴'

아이스크림의 편견을 깬 수제 아이스크림 전문점 '벨앤드폴'. 핫밀 아이스크림, 구운 바나나 아이스크림 등 수제가 아니고서야 접하기 힘든 아이스크림을 맛볼 수 있다. 수제 아이스크림이라는 이름답게 꼭 집에서 만든 것 같은 맛을 보여준다. 세련된 맛은 아니지만 두 배하면서 정겨운, 은근하게 끌리는 아이스크림으로 사람들의 발길을 사로잡는다.



문화, 두 개의 시선을 마주하다. 영화 <레 미제라블> VS 뮤지컬 <레 미제라블>

똑같은 이야기, 똑같은 캐릭터, 똑같은 음악. 단지 다른 건, 하나는 스크린, 다른 하나는 무대 위에서 펼쳐진다는 것뿐이다. 영화 <레 미제라블>과 뮤지컬 <레 미제라블>은 똑같은 조건 속에서 자신만이 가지고 있는 색을 유감없이 발휘하며 대한민국을 <레 미제라블> 알리로 만들고 있다. <삼화엔터테인먼트> 이번 호에서는 높은 예매율을 보이며 흥행 고공행진을 하고 있는 영화 <레 미제라블>과 뮤지컬 <레 미제라블>을 비교해 본다.

영화는 원작소설을 바탕으로 재탄생 했다고 보다는 뮤지컬을 스크린으로 옮긴 것에 가깝기 때문에 두 버전은 내용면의 차이가 아닌 보여지는 방법에서 차이를 보인다. 두 버전 모두 노래로 감정과 대사를 표현한다는 공통점을 갖고 있지만 시각적인 디테일함에서 관객이 받는 감동의 정도가 다르다. 이 차이는 클로즈업의 위력 때문이다. 무대에서 배우가 가슴 절절하게 노래를 불러도 표정까지 보기란 쉽지 않다. 하지만 영화에서는 클로즈업으로 배우를 확대해 보여줘 이 캐릭터가 정말 죽을 것 같이 가슴 아프구나 하는 감정을 읽을 수 있다.

“사랑은 영원할 것이라 믿었고
신은 자비로운 것이라 여겼다”

'팡틴'이 돈을 위해 몸을 팔고 난 후 노래를 부르는 장면이 대표적인 예다. 판틴 역할을 맡은 영화의 앤 헤서웨이와 뮤지컬의 조정은 각자의 위치에서 열연을 펼쳤다. 하지만 무너진 꿈, 지난 시간들에 대한 억울함 등의 감정을 억누르다 끝내 울음을 터뜨리고, 이것을 표정으로 명확하게 보여줬던 영화 속 팡틴이 관객들의 마음에 좀 더 쉽게 다가갔다.

이번 영화 <레 미제라블>은 뮤지컬의 생동감을 스크린에서도 느낄 수 있도록 모든 노래를 현장에서 동시녹음으로 진행했다. 그래서 사전 녹음으로 진행되는 여타 뮤지컬 영화들과는 달리 생생함을 관객들에게 그대로 전해준다.

하지만 이것도 결국 녹음된 것. 눈 앞에서 배우가 직접 부르며 전하는 감동과 같을 수 있을까. 무대 위의 배우가 전하는 살아있는 음악이 파바로 와 달는 진동은 라이브가 아니면 절대 느낄 수 없다. 오케스트라 음악을 덧입힌 영화와 달리 현장의 '핑퐁한' 오케스트라는 심장을 울리는 라이브 음악의 진수를 보여준다.

“만약 제가 죽어야 한다면
귀여이 죽겠습니다.
그러니 그를 살게 하소서”

특히 뮤지컬에 딱 맞는 수트를 입은 배우 정성화는 이번 공연에서도 명블러전이었다. 그의 기존 음색을 바꿔가면서 부른 장발장의 대표곡 'Bring him Home(bring him home)'은 관객들의 몰입도를 최대로 끌어 올렸다는 평을 받는다.

몇 분 차이로 태어난 쌍둥이 같은 영화 <레 미제라블>과 뮤지컬 <레 미제라블>. 얼굴은 똑같지만 성격은 다른 쌍둥이처럼 이 둘도 영화와 뮤지컬이라는 다른 성격으로 관객들에게 감동을 전하고 있다. 세부적인 표현과 웅장함을 살리는 카메라 영상이 결합된 뮤지컬 한 편을 보고 싶은 사람에겐 영화를, 제한된 공간에서 펼쳐지는 스펙터클

함과 배우들과의 직접적인 교감을 얻고 싶은 사람에게는 뮤지컬을 보길 권한다. 지난 겨울보다 눈이 많이 내리고 한파가 잦은 이번 겨울, 감성을 자극하는 영화 뮤지컬 <레 미제라블>을 감상해 보는 것은 어떨까. 가슴 깊숙이부터 올라오는 울림이 몸과 마음을 따뜻하게 해줄 것이다.



© 사진제공: 뮤지컬(레 미제라블) 연출: 김기범 / 영화(레 미제라블) 유니버설픽처스인터내셔널코리아

아이생각! 이제 스마트 폰으로~ 스마트폰용 아이생각 앱(APP)



국내 스마트폰 4천만대 돌파가 눈앞에 있고, 앱(APP)이라 불리는 애플리케이션이 하루에 2천여개씩 안드로이드 마켓과 애플 앱스토어를 통해서 올라오고 있다. 스마트폰의 대중화 바람이 거세게 불면서 스마트폰 하나로 정보습득, 업무수행, 사회적 관계형성, 여가활동 등의 개인적 욕구를 해결하는 대중들이 증가함에 따라 단순히 광고문자나 전자쿠폰 제공 등으로 국한되던 기업들의 모바일 마케팅 역시 새로운 전환점을 맞이하고 있다. 삼화페인트도 2010년 안드로이드폰을 시작으로 '아이생각' 앱을 개발 출시하였다. 그럼 수 천건의 다운로드를 기록하고 있는 스마트폰용 아이생각 앱에 대해 알아보도록 하자. 아이생각 앱은 Color Collect(삼화 컬러검색, 사물의 사진을 찍어 비슷한 컬러 선택), 제품소개(아이생각 제품 등), 대리점 찾기(나와 가까운 대리점 찾기), 날씨정보메인트 도장에 적합한 날씨 추천, 아이생각 배색기준(유치원, 학교 등 교과교실에 안성맞춤) 등 다양한 정보를 담고 있다. 하나하나 기능을 살펴 보면.

1) Color Collect 기능
옆집에서 착상, 방문, 벽을 새로 페인팅 했는데 무슨 색인지, 길가다가 예쁜 색을 발견했는데 궁금 하다면, 고민하지 마시고 '아이생각 Color Collect' 기능을 이용해서 사진을 찍어보자. 애플리케이션을 실행하고 원하시는 사진을 촬영하시거나 촬영된 사진을 불러오고, 손으로 터치만 하게 되면 해당 색상에 가장 근접한 컬러 정보를 알려 준다. 색 정보가 필요한데 색견본을 갖고 있지 않을때, 삼화페인트에서 발행하는 4가지 색견본(03년~10년)과 서울50색 등 다양한 색견본을 담고 있어, 언제 어디서든 색상을 찾고 확인할 수 있다.



2) 아이생각 배색기준 시뮬레이션!!
교과수업의 전문성을 향상시키는 환경조성을 위해 시행된 교과교실제로 인하여 삼화페인트에서는 교실 및 공부방에 가장 적합한 배색기준을 공급해 하시는 선생님과 소비자에게 배색기준 시뮬레이션을 통하여 궁금증을 해결해 드립니다. 유치원부터 고등학생까지 EQ를 UP할 수 있는 색상으로 추천한다면 소비자의 만족도는 100%를 달성하지 않을까?



3) 아이생각 제품소개, 삼화페인트 대리점 검색기능, 날씨정보 기능
친환경에서 한걸음 더 나아가 유해한 환경으로부터 사람을 보호하는 페인트 '아이생각' 제품 정보를 손쉽게 제공하고 있으며 작업 중 페인트가 필요하면, 나와 가까운 삼화페인트 대리점을 찾을 수 있는 대리점 검색기능과 날씨에 민감한 도장 기술자를 위한 날씨 정보 기능으로 능률도 쏙쏙 오른다. 이처럼 많은 소비자가 좋아 할 수 밖에 없는 '아이생각' 앱은 앞으로 풍부한 이벤트와 대리점 홍보의 장이 될 수 있도록 추가 리뉴얼을 진행할 예정이다. 📌



아이생각 앱을 다운로드 받으려면?
구글, 애플 앱스토어에서 "아이생각" 또는 "삼화페인트" 검색 후 다운로드

소비자의 목소리에 귀를 기울이다

삼화페인트는 언제나 소비자를 존중합니다. 이번 소식지에서는 '소비자의 목소리에 귀를 기울이다'를 통해 소비자의 불만사례를 분석하고 함께 풀어가도록 하겠습니다.



Q 첫 번째 사례는 건물외벽에 아크로외부 도장 후 전면적으로 크랙이 발생한 사례입니다. 발생원인은 구도막 위에 수성바인더 도장 시 후도막 형성하여 상도 도장 시 크랙이 발생하였습니다.
A 보수방안은 다음과 같습니다. 크랙 발생한 도막을 전면 제거 후 다시 도장합니다. 대책 방안으로는 구도막 위에 수성바인더 도장시 후도막 도장되지 않도록 주의를 요합니다. - 도장시스템: 수성바인더200 / 아이생각 아크로외부



Q 두 번째 사례는 1시간 내화도료(SS-1500) 도장 후 주름이 발생한 사례입니다. 발생원인은 공명도료들 1회 후도막 도장한 후, 10일 이상 장기간 경과하여도 도막이 미 건조되어 내화도료 도장 시 주름 현상이 발생하였습니다.
A 보수방안은 다음과 같습니다. 주름 발생된 부위는 하도까지 전체를 제거한 후 하도를 얇게 1회 도장하여 충분히 건조시킨 다음 1시간 경과 후 내화도료로 재도장해야 합니다. - 도장시스템: KSM6030 1종2류 / 플레임케크SS-1500 / 조합페인트



Q 마지막 사례는 네오탄280샌딩실라 1회 도장하고 상도로 네오탄280상도투명 도장 후 기포 발생한 사례입니다. 발생원인은 전용신나인 우레탄신나를 사용하지 않고 락카신나로 희석 사용하여 경화불량이 발생한 상태에 상도 도장하여 기포가 발생하였습니다.
A 보수방안은 다음과 같습니다. 샌딩 처리 후 상도1회 작업으로 보수해야 합니다. 또한 우레탄 제품 사용시 제품에 맞는 해당 신나를 사용해야 합니다. - 도장시스템: 네오탄280 샌딩실라 / 네오탄280 상도투명
* 작업 시 건조를 빠르게 하기 위해 락카신나를 사용하는 경우가 있습니다. 우레탄계 도료에 락카신나로 희석하여 사용시 정상적인 반응 과정을 거치지 못하여 경화불량이 발생합니다. 희석제 사용시 주의를 요합니다.



News

삼화페인트 본사 쇼윈도 디스플레이 개선프로젝트



The Classy 및 아이생각, 국내 및 미국 아토피-알러지 인증 동시 취득



Korea Asthma Allergy Foundation

Focus

삼화페인트 본사 쇼윈도 디스플레이 개선프로젝트를 완료하였다.

삼화페인트 본사는 전문문화의 거린인 "국악 문화 보존의 길"에 위치하여 문화재인 창덕궁과 중묘 그리고 대각사 등이 주변에 자리잡고 있다. 이와 함께 최근에는 인사동거리와 같이 문화재 공방 및 도예점이 점차 늘어나면서 일반인뿐만 아니라 외국인 관광객들의 왕래가 점차 늘어나고 있다. 본 프로젝트는 이와 같은 삼화페인트 본사 사옥의 지리적 특징을 살려 본사 사옥 1층 쇼윈도의 디스플레이 디자인을 개선하여 삼화페인트 홍보의 장으로 활용할 계획으로 기획, 추진되어 개선프로젝트를 완료하게 되었다.

* 쇼윈도 디스플레이 컨셉

- 1) 삼화페인트의 주력제품에 대한 구체적인 설명과 과학적인 입증보다는 일상생활과의 어울림을 통해 편안하면서 사실적 느낌을 보여주는 것을 중점적으로 기획구성
- 2) 제품의 용도에 대한 정보를 쉽고 간결한 전달과 일상생활에서 많은 용도로 사용되는 다양성을 표현하여 그 중심에 삼화페인트가 있다는 기획의도를 표출
- 3) 전문적인 부분에서도 사용되고 있다는 것을 간접적으로 전달되면서 기업에 대한 신뢰감을 높여주고, 다양한 제품브랜드를 보유하고 있는 사실을 전달하는 것이 목적

취재기자 원유락[마켓지유티팅 과장]

국내 건축용 페인트 1위 기업인 당사의 고품격 프리미엄 페인트 "The Classy"와 친환경 대표 브랜드인 "아이생각"이 한국천식알레르기협회(KAF, 협회장 김유영)와 미국천식알러지협회(AAFA)의 아토피알러지 인증을 도로 업계 최초로 동시 취득하였다.

당사가 금번 취득하는 아토피알러지 인증의 경우, Valspar™ Paint가 미국 천식알러지협회로부터 미국 내 asthma & allergy friendly™ 인증을 취득한 사례는 있었으나, 도로 업계는 인증 취득 자체가 드문 경우이며, 자국 인증과 미국 AAFA의 asthma & allergy friendly™ 인증의 동시 취득은 세계 최초의 사례이다. 당사는 금번 인증 취득을 위해 장기간의 프로젝트를 운영, 기존 제품의 성능은 유지하면서 친환경성을 더욱 높이는 데 역량을 집중하였으며, 그 결과로 까다로운 임상실험과 ASTM 규격 기준을 충족시킬 수 있었다. 금번 도로업계 최초로 해당 인증을 취득한 것은, 당사의 앞선 기술력을 인정 받았다는 점에 의의가 있으며, 주거 및 교육시설의 실내 환경 악화로 최근 아토피 및 천식 질환이 급증하는 추세에, 일반 도로 대비 실내 환경 개선에 기여 할 것 이라는 점에서 건축, 도장업계 및 일반 소비자의 기대를 모으고 있다. 또한, 프리미엄 도로로서의 가치를 제공함으로써, 건축 마감재로서의 도로의 위치를 한 단계 UP-GRADE 시키는 계기를 마련하였다는 것에서 업계에 적지 않은 파장을 가져올 것으로 예상된다.

아토피알러지 인증을 취득한 당사 제품은 대표 브랜드 아이생각의 건축 내부용 도로 일부와 작년 5월 출시한 고품격 프리미엄 페인트 "The Classy Interior" 제품 등 다수 제품으로, 가능별 가격 구성대가 다양하여 APT, 상가 등 일반 건축물부터 병원, 관공서, 호텔 및 다용도실, 지하실까지 다양하게 적용할 수 있다. 특히, "The Classy Interior"의 경우, 미국 인증과 국내 인증을 동시에 취득하였으며, 서울 소재 모(某)초등학교에서 장기간의 임상실험을 진행하면서, 학교 시설의 특성에 맞는 내오염성, 항균성 및 미려한 외관 등으로 학교 관계자의 만족도가 매우 높았던 바, 금번 아토피알러지 인증 취득을 계기로, 기타 아이생각 브랜드와 함께 많은 매출 증대가 이루어질 것을 기대하고 있다. 취재기자 김태훈[마켓기획팀 선임과장]

News

삼화페인트, 불경기속 사회공헌 지속증가



삼화페인트, 2013년 대리점 세미나 개최

1액형 수용성 방수재 '뉴워터탄' 출시



Focus

어려운 경제불황속에서도 삼화페인트의 사회공헌 활동이 활발하다. 기업의 사회공헌 활동은 '하면 좋은 일'이 아니라 '반드시 해야 하는 일'이므로 그 추세에 맞춰 삼화페인트는 다양한 지역 사회공헌 활동을 펼치고 있다. 최근 대학생자원봉사단이 주최가 된 V원정대의 '평화를 그리다' 프로그램에 연명도가 평화지역이라는 것을 알리는 벽화작업에 협찬하였고, 국립과천과학단의 '과학예술 그래피티전'에는 청소년들이 페인트 사용으로 손도장 혹은 이어그리기를 통해 인성함양을 고취하기 위해 마련된 프로그램에 당사 친환경 페인트 제품을 제공하였다. 이외에도 서울시에서 주관한 '디자인프로젝트(범죄예방백신)'에 'The Classy'와 '아이생각'을, 청소년 자원봉사단체(안다미로)와는 장애인공동시설 숙소 벽화작업, 발달장애청소년 대안학교인 사랑나눔학교와는 지역 벽화사업을 진행하는 등 소외된 이웃들도 당사 제품으로 행복을 찾을 수 있도록 노력하고 있다. 삼화페인트는 사회공헌 활동을 기업이익의 사회환원이라기 보다는 기업과 사회가 모두 행복해지는 상생이라는 인식하에 앞으로도 사회적 기업으로의 활동을 지속적으로 넓혀 나갈 계획이다. 취재기자 안수용[재무팀 대리]

삼화페인트는 2013년 2월 6일(수), 7일(목) 대전 컨벤션센터에서 2013년 삼화페인트 대리점 세미나를 개최할 예정이다. 경기불황에도 본사와 대리점간의 관계 강화는 물론 최근의 시장 트렌드를 반영한 세미나 주제와 신제품, 특화품 등을 발표하는 장으로써 전국의 삼화페인트 대리점들이 대거 참여할 것으로 예상된다. 세미나 주요 내용은 삼화페인트 2013년 영업정책 설명과 다양한 제품을 소개하고, 세계적인 컬러전문 업체인 스웨덴의 "NCS Colour AB"사와 삼화페인트가 전략적으로 제휴한 삼화NCS컬러 시스템을 설명할 예정이다. 경기불황 극복을 위한 삼화페인트는 건축용 도로 시장점유율 1위에 걸 맞는 자사만의 차별화된 신제품과 특화 아이템 등을 한자리에 소개하고, 각종 이벤트도 실시할 계획으로 매우 뜻 깊은 행사가 될 것으로 전망된다. 어려운 경제 여건 속에서도 언제나 열심히 뛰어주는 전국의 대리점들은 삼화페인트가 매년 성장을 할 수 있는 원동력이었다. 이번 행사를 통해 삼화페인트와 대리점간의 관계를 더욱 돈독히 하여 대리점의 든든한 동반자로서 적극적인 지원을 아끼지 않을 예정이다.

취재기자 원유락[마켓지유티팅 과장]

삼화페인트는 자사 1액형 수용성 우레탄 방수재인 워터탄의 내후성 및 로라 작업성을 개선하고, 채도가 높은 녹색을 적용하여 색상 트렌드에 부합한 '뉴워터탄'을 출시한다. 노후 주택의 경우 일반적으로 타르 및 아크릴계 방수재가 주로 적용되었으며, 이로 인해 일반 유성계 방수바닥재 적용 시 도막을 녹여 부착불량 및 외관불량을 초래한다. 뉴워터탄은 이런 노후 주택에 대한 재도장 문제를 최소화할 수 있는 제품이다. 또한 유기용제를 사용하지 않아 작업시 냄새가 없으며, 인체에 무해한 친환경 제품으로 환경부로부터 환경마크를 획득하였다. '뉴워터탄'은 기존의 워터탄 대비 구성성분인 수지성분을 증량하여 내구성이 향상되고 건조성이 개량되어 끈적임을 개선하였다. 그리고 증점제를 변경하여 살오염성이 우수하고 로라 작업시 부드럽게 도장되는 장점을 가진다. 리뉴얼 제품인 '뉴워터탄'은 고품질의 원료를 적용하여 도로의 성능은 향상시키고 가격은 현재와 동일하게 책정하였으며, 새로운 브랜드 이미지 구축을 위한 별도의 전용용기에 담아 2013년 3월 출시 예정이다. 취재기자 김필영[연구기획팀 주임연구원]

삼화가 전하는 기분 좋은 이야기

바쁘고 반복되는 일상을 살다 보면 문득 따뜻한 마음 하나 그리워질 때가 있습니다. '삼화가 전하는 기분 좋은 이야기'는 누구나 들으면 기분이 좋아지는 이야기를 담아 삼화엔피플 독자분들에게 잠시 쉬어갈 수 있는 기분 좋은 여유를 드리하고자 합니다.

기쁜 사람이 되자

우리가 삶에 지쳤을 때나 무너지고 싶을 때
말없이 마주보는 것만으로도 서로 마음 든든한 사람이 되고
때때로 힘들게 인생의 무게로 좌여 속마음마저 막막할 때
우리 서로 위안이 되는 그런 사람이 되자

누군가 사람에는 조건이 따르다지만 우리의 바깥은
지극히 작은 것이게 하고
그리하여 더 주고 덜 받음에 성실해하지 말며
물들듯 스치고 지나가는 먼 힘살속에서도
우리 서로 기억마다 반가운 사람이 되자

어느날, 불현듯 지쳐 쓰러질 것만 같은 시간에
우리 서로 마음 기댈 수 있는 사람이 되고 혼자 견디기에
슬픔이 너무 클때
언제고 부르면 달려 올 수 있는 자리에
오래 약속으로 머물며...
기다리며 더 없이 강렬한 그리움으로 눈 저리도록
바라 보고픈 사람

우리 서로 끝없이 기쁜 사람이 되자

여러분의 의견을 듣고 싶습니다.

삼화엔피플 독자 여러분에게 보다 재미있고 알찬 정보를 제공하기 위해 독자 여러분의 관심 어린 의견을 받습니다. 독자 여러분이 꼭 필요로 하는 기사와 개선됐으면 하는 점을 이메일 (speople@spi.co.kr)로 보내주세요. 독자의 의견을 귀담아 더 나은 삼화엔피플이 되도록 노력하겠습니다.

독자의견

oso403@naver.com

삼화엔피플을 보니 시작인데도 구성이나 전체적인 내용이 매우 좋습니다 만드시는 분들의 많은 노력이 느껴집니다. 앞으로도 좋은 콘텐츠와 읽을 거리를 부탁드립니다.

geaf97@spi.co.kr

늘 재미있고 유익한 사보를 만들기 위해 노고가 많으십니다. 전 벌써 열 독자가 된 거 같습니다 앞으로 다양한 내용이 담긴 사보를 만들어주세요.

shjiang@naver.com

지난호에서 퀴즈로 NCS NATURAL COLOR SYSTEM 표기법도 알게 되어서 좋았습니다. 앞으로도 이와 같은 유용한 내용을 부탁드립니다.

QUIZ

<삼화엔피플>에서 독자 여러분께 문화를 선물해 드립니다

삼화엔피플 독자와 함께하는 독자참여 페이지 '문화를 드립니다'입니다. 아래 '가로세로퀴즈'에 참여하여 이메일로 보내주시면 추첨을 통해 문화상품권 2만원권을 상품으로 보내드립니다. 참가를 원하시는 분은 아래의 이메일로 보내주세요!
E-mail : speople@spi.co.kr

가로세로 퀴즈

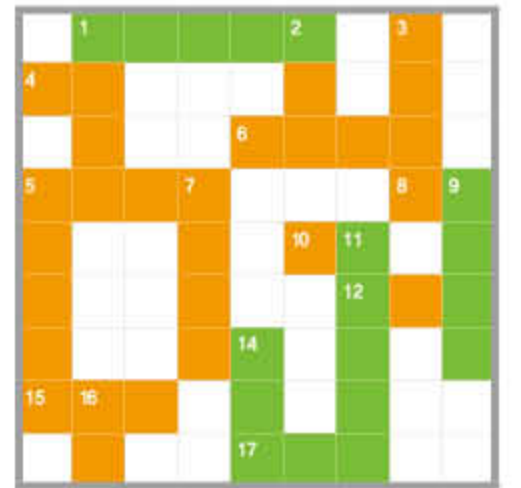
본 퀴즈에 초록색으로 표시된 가로 1, 17번과 세로 9, 11, 14번 문제를 맞춰주세요!

가로

1. 집안이 화목하면 모든 일이 잘 이루어진다는 것을 뜻하는 한자성어
4. 물렁하게 잘 익은 감
5. 한 개의 돌을 던져 두 마리의 새를 맞추어 떨어뜨린다는 뜻의 사자성어
6. 친척 편사 또는 겸사가 변호사로 개입하여 처음 맡은 소송에 대해 유리한 판결을 내리는 독해
8. 생후 1년부터 만 6세까지의 어린아이
10. 돼지고기 00볶음
12. 오래도록 살고 죽지 않는다는 열 가지 해, 산, 물, 돌, 구름, 소나무, 불로초, 거북, 학, 사슴
13. 어떤 것에 대하여 깊이 생각하고 이치를 따질 00을 즐기다. 00에 빠지다.
15. 돈 많이 벌면 뭐하겠노? 기분 좋~다고 000사목했지 (개그 콘서트 큰어르신 말씀하시길^^)
17. 육십간의 30 번째 해를 지칭하는 말. 2013년 병의 해 000이 밝았습니다.

세로

1. 앉아 있기에 아주 불인스러운 자리를 비유적으로 이르는 말
2. 고려말과 조선시대 최고의 교육기관. 최근에 "000스캔들"이라는 드라마가 있었죠.
3. 초콜릿 맛이 나는 우유
5. 이가(二價) 탄소의 산화물. 탄소 한 원자에 산소 한 원자의 비율로 결합된 화합물로, 무색무취의 기체로 독성이 있으며, 탄소나 탄소 화합물의 불완전 연소로 생긴다. 화학식은 CO
7. 아침에 세 개, 저녁에 네 개라는 뜻으로, 당장의 차이에 신경 쓰지않 결과에 대한가치라는 의미
9. 삼화엔피플의 대표브랜드. 웃어요 0000 숨쉬어요 0000 건강을 생각하는~
11. 1946년부터 시작된 삼화엔피플의 역사. 2013년에는 몇주년일까요?
14. 색채를 인간의 시각적 감각의 성분 또는 요소로 정의하는 방법. 삼화엔피플은 NCS 000 를 도입하여 더욱 자연친화적인 색을 보여줄것으로 기대됩니다.
16. 가짓과의 한해살이풀. 매콤한 맛이 입맛을 돋구죠. 청양00



congratulation



<당첨을 축하 드립니다!>

축하! 축하! 축하 드립니다! <삼화엔피플> 퀴즈 코너 '문화를 드립니다'에 응모해주신 모든 분들께 감사 드립니다. 편집장인 박정식 상무님과 레인보우기자단의 공정한 추첨을 통해 총 3분의 당첨자를 뽑았습니다.

이번 호 당첨자 경남 창원시 임준호님 / 경남 진주시 구용본님 / 경남 진주시 한경희님
당첨되신 모든 분께 축하 드리며, 앞으로도 많은 참여와 관심 부탁드립니다.

SAMHWA

삼화페인트



Premium Paints

The Classy

Premium Paints with Teflon surface protector



세계적인 통합과학회사, 듀폰의 Teflon 표면보호제 기술과 건축용페인트의 선도기업, 삼화페인트 기술과의 CO-BRANDING

프리미엄도 클래스가 다르다! THE CLASSY

고객상담실 1544-5357 / www.spi.co.kr



Teflon® is a registered trademark of E. I. du Pont de Nemours and Company and is used under license by Samhwa Paint Industrial Company, Ltd.