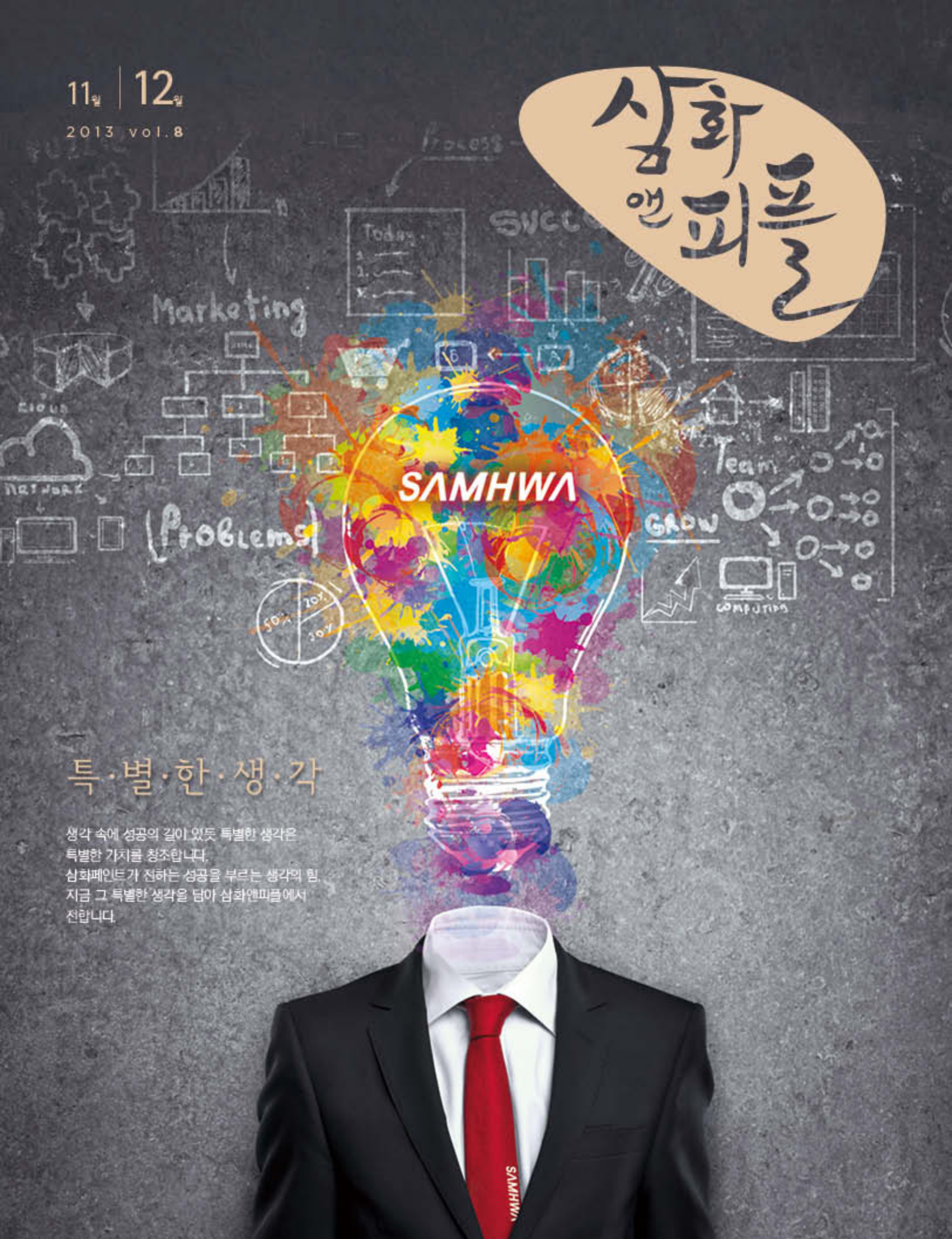
11월 | 12월

2013 vol.8

삼화 앤 피플



특·별·한·생·각

생각 속에 성공의 길이 있듯 특별한 생각은
특별한 가치를 창조합니다.
삼화페인트가 전하는 성공을 부르는 생각의 힘,
지금 그 특별한 생각을 담아 삼화앤피플에서
전합니다.

CONTENTS

02
The Story | 테마스토리 1
생각에 대한 생각을 묻다

04
The Story | 테마스토리 2
생각을 뒤집어 세상을 움직이는 힘, 발상의 전환을 말하다

06
The People | 삼화를 만드는 사람들
페인트, 너는 내 운명
수원 덕산건설 **최재갑대표**

08
The People | 우리팀을 소개합니다
무한 긍정 사람들의 유쾌한 영업소
삼화페인트 북서울영업소

10
The Color | 컬러메거진 1
Curating by Color
금속의 내추럴함 그대로
MADDER BROWN

12
The Color | 컬러메거진 2
삼화페인트,
아파트 BI컬러 개발
대우건설 푸르지오

13
The Color | 컬러메거진 3
'生生 Story'
SAMHWA COLOR TALK!
컬러를 말하다!!

14
The Paint | 페인트람구생활
1. 셀프페인트 초보를 위한 페인트 이해 상식
2. 셀프페인팅의 기초, 페인트 도구! 제대로 알고 쓰자

16
The Paint | 페인트 레시피
셀프인테리어의 시작,
알록달록 방문 페인팅

17
The Focus | 글로벌 삼화
중국시장 성공의 밑그림,
위해삼화도료 유한공사

18
The Focus | 삼화를 만나다
모두가 웃었던 시간,
삼화페인트 노동조합 체육대회

20
The Focus | 카툰 in 마켓
새댁의 선택

21
The Focus
뉴스포커스

22
The Community
삼화페인트 SNS 속 이야기

24
The Community
우리 회식 어디가?

25
The Community
문화를 드립니다!

cover story_특별한 생각

생각 속에 성공의 길이 있듯
특별한 생각은 특별한 가치를 창조합니다.
삼화페인트가 전하는 성공을 부르는 생각의 힘.
지금 그 특별한 생각을 담아 삼화앤피플에서 전합니다.

SAMHWA PAINTS
SAMHWA PAINTS IND.CO.,LTD.

[삼화앤피플] 2013년 11·12월호 발행일 2013년 11월 22일 / 발행인 김장연 / 편집인 박정식 /
발행처 삼화페인트 서울 종로구 묘동 125번지 문의 02)765-3641 / 기획·제작 코비즈 02)2272-1400

생각에 대한 생각을 묻다

사람들은 아침에 눈을 떠서 밤에 눈을 감을 때까지 무수히 많은 생각들을 하며 하루를 보낸다. '오늘 점심은 뭐 먹지?' 같은 가벼운 생각부터 '앞으로 내가 어떻게 살아야 할까?' 처럼 깊은 생각 등 끊임없이 생각을 한다. 이처럼 우리는 '생각하며 살아가는 존재'라 불리는데 도대체 '생각'이라는 것이 무엇일까? 지금부터 생각이라는 것이 무엇인지 다양한 시각을 통해 알아보자. 글 크비즈

생각하는 사람

사람이 하는 생각은 두 가지로 구분할 수 있다. 하나는 이성적 생각이다. 이것은 사전에서 정의하고 있는 것처럼 '사람이 머리를 써서 사물을 헤아리고 판단하는 작용'이다. 즉 생각이란 머리, 이성을 바탕으로 외부로부터 들어오는 정보를 있는 그대로 받아들이고 이를 지식화하는 것이다.

생각의 또 다른 면은 감성적 생각이다. 이것은 사람이라는 존재의 특징을 가장 잘 반영한다. 사람만이 가지고 있는 감성적 생각은 사람 고유의 능력으로 사람을 다른 생물들과 차별화시킨다. 감성적 생각은 생각을 뜻하는 한자들을 통해 알 수 있다. 상(想), 사(思), 념(念). 이 세 한자의 공통점은 '마음 심(心)'자를 포함하고 있다는 것이다. 생각은 마음에서부터 나온다는 것을 뜻한다. 평소 우리의 모습을 생각해보자. 그때 그때 감정에 따라서 긍정적인 생각, 부정적인 생각 등 다르게 나타난다. 그래서 중요한 일을 앞두고 있을 때 마음을 잘 다스리라 하는 것도 이 같은 이유 때문이다.

사람은 이 생각이라는 능력 덕분에 사상을 만들고 음악, 문학, 미술 등 다양한 문화를 창출해 내면서 현재까지의 발전을 지속해 올 수 있었다. 하지만 이러한 생각하는 능력이 오직 사람에게만 있는 것인가에 대한 의문이 들기도 한다. 여기에 대해선 다음을 보자.

생각하는 동물

생각을 사람만의 전유물이라 말할 수 있을까? 그렇지 않다고 본다. 동물들도 분명히 생각하며 살아간다. 야생동물들의 지능적인 사냥 방법을 보면 이들 또한 생각하는 존재다.

'바다 최고의 킬링머신'이라 불리는 범고래는 먹잇감에 따라 다양한 전술을 선보이며 '똑똑한' 포식자로 군림하고 있다. 자신보다 몇 십 배 더 큰 새끼 쇠고래를 사냥할 때 어미 쇠고래를 포위하며, 새끼 쇠고래를 공격한다. 그리고 시간차를 둬 방심할 때 즈음 위에서 눌러 숨구멍을 막아버려 익사시킨다. 사바나의 영악한 청소부 하이에나는 진짜의 달인이다. 하이에나는 자신의 튼튼한 목 근육을 활용해서 사자가 자신의 승동을 물었을 때 죽은 척을 하다 사자가 가버리면 유유히 일어나 제 갈길을 간다. 이것이 바로 사바나에서 살아남기 위한 하이에나의 지혜다.

협동, 의사소통, 변화무쌍한 사냥 전술, 진화. 이러한 것들이 단순히 본능에 의해 나오는 것이라고는 할 수 없다. 하지만 동물의 생각 범위는 사람의 범위보다 좁다. 생각하는 동물은 있을지언정 상상하는 동물, 철학적 사고를 하는 동물, 사상이 있는 동물을 없다. 동물도 뛰어난 발상과 생각으로 생존하고 있는 존재이지만 생각의 한계성이 있다는 것은 부정할 수 없다.

생각하는 로봇

이제까지는 생각하는 존재에 대해 사람과 동물만 화제로 올렸지만 과학의 발달로 생각하는 존재가 하나 더 생겼다. 바로 인공지능을 가진 로봇이다. 사람의 편의를 위해 주어진 상황을 스스로 판단하고 해결할 줄 아는 로봇이 필요한 것이다. 미래를 그린 영화를 보면 인간의 윤택한 삶을 위해 인공지능 로봇이 등장하는 것을 쉽게 볼 수 있다.

영화 〈바이센테니얼맨〉이 그 예다. 영화 속 주인공은 기계 모습의 로봇 형상을 하고 있지만 외모뿐 아니라 감정까지 사람을 닮아간다. 사랑, 자유를 갈망하고 자아의식에 대한 고민도 한다. 이렇게 보면 누가 사람이고 누가 로봇인지 구별하기 어렵다. 어쩌면 우리가 상상하는, 가장 완벽한 인공지능 로봇일 것이다. 이러한 로봇의 모습에 사람이 만들어 준 지능을 받은 로봇이 '진짜' 생각인지에 대한 의심을 품을 수 있다. 로봇은 사람이 뇌로 생각하는 것을 0과 1의 배열로 새로운 알고리즘을 만들어 생각을 확장해 나간다. 이는 명령어를 생각이라는 개념으로 바꿔 생각하는 로봇이 되는 것이다. 〈바이센테니얼맨〉의 주인공이 점차 자유의지를 갖고 자의식을 탐구하는 것과 비슷한 의미라 보면 된다.

현재 인공지능은 여전히 개발단계 중이지만 최근 온라인에서 인공지능 응답로봇 두 개가 서로 토론을 하며 때로는 격앙되게, 때로는 차분하게 자신의 의견을 피력하는 모습을 담은 영상이 화제가 되기도 했다. 이처럼 아무리 인공지능이 개발 중이라고는 하지만 하나의 일련 과정을 통해서 생각을 할 수 있는 존재임이 완전히 틀리지만은 않다.

사람도, 동물도, 로봇도 생각을 한다. 이 셋의 생각을 통해 나온 생각에 대한 본질이란 머리는 물론 감정, 자유의지, 스스로의 판단을 기반으로 하고 있다. 그리고 사고의 깊이와 범위를 확장하여 개개인의 정체성과 가치관을 확립하고, 존재하고 있는 것을 진짜 존재하고 있는 것답게 해주는 역할이 아닐까 생각해본다.

생각을 뒤집어 세상을 움직이는 힘, 발상의 전환을 말하다.

생각을 뒤집어 또 다른 생각을 창조한다는 의미의 발상의 전환은 상식의 틀을 벗어난 생각을 말한다. 하루가 다르게 생성되는 디지털시대에 사람들은 언제나 전혀 새로운 생각을 요구하고 이를 통해 욕구를 충족한다. 누가 자신의 생각을 얼마나 재미있고 기발하게 전하느냐가 곧 경쟁력이 된 시대. 발상의 전환은 생각을 넘어 시대적 흐름 속 우리에게 다가온 하나의 메시지인 것이다. 글 코비즈

Chapter 1.

발상의 전환으로 세상을 바꾼 기적의 연금술사들

누구나 생각하고 상상할 수 있다. 하지만 그 생각을 바라보는 시각은 모두 다르다. 생각을 뒤집어 바라보고 이를 통해 새로운 발상이 떠오르는 순간을 우리는 발상의 전환이라 말한다. 그리고 발상의 전환은 기적의 연금술이 되어 골롬부스가 달걀로 신대륙을 발견했고, 알렉산더대왕이 고르디우스 매듭을 잘라 아시아를 정복했듯이 세상을 바꿀 새로운 역사와 문화를 만들어간다.

중국을 바꾼 천하의 명장 '한신'

은 중국 역사상 가장 뛰어난 무장으로 중국 한나라의 개국공신이지만 '토사구팽' 속 주인공으로 항장의 이슬이 된 비운의 장수이기도 하다. 영웅에서 역적으로 극명히 갈리는 삶을 살았지만 초한대전의 중심에서 전술과 책략 속 발상의 전환으로 역사의 흐름을 어떻게 바꾸어 놓을 수 있는지를 몸소 보여주었다. 한신은 병법서에 '교과서적 원칙을 철저하게 파괴하되 이를 참고하여 상황에 맞는 전술을 펼쳐 병법서에 의존하는 적들의 허를 찌르는 전술을 주로 구사했다. 그 예로 배수진을 들 수 있다. 조나라와의 전투에서 '산을 등지고 강을 바라보면서 싸우라'는 병법의 용병술과는 정반대로 군대를 포진시켜 자신보다 열 배나 많은 병력을 상대해 승리할 수 있었다. 같은 시기 서쪽에 위치한 지중해에서는 유럽의 역사를 바꿀 사건이 벌어진다.

세계의 모든 길은 '로마'로 통한다

는 말이 있다. 이 말은 세계 역사상 가장 위대한 제국 '로마'를 지칭하는 말이다. 작은 도시국가에 불과했던 로마는 하나의 사건을 통해 대국으로 성장하게 된다. 바로 카르타고와 130년간 전쟁을 치른 포에니 전쟁이다. 해상국가 카르타고와의 전쟁은 해전 중심의 전쟁이었다. 보병을 중심으로 군이 편성된 로마에게는 불리한 전쟁이었고, 전쟁이 시작되자 해전의 약점을 드러낸 로마군은 해전마다 패배를 거듭했다. 실의에 빠진 로마는 위기극복을 위해 생각했고, '해전을 육지전으로 바꾸자'는 발상의 전환을 내놓는다. 그렇게 만든 신무기가 '코르부스(까마귀)'다. 무거운 쇠갑고리가 달린 이동식 다리인 코르부스는 해전 중 전함에 접근시켜 갑판 위로 떨어뜨려 고정시킨 후, 해전을 육지전으로 바꿔주었고 불리한 전세를 뒤집는데 결정적 역할을 한다. 이를 통해 로마는 3차례에 걸친 포에니 전쟁에서 승리를 거두게 되고 지중해는 물론 유럽을 지배하는 위대한 국가 '로마제국'탄생의 시발점이 되었다.

세계를 그린 천재화가 '살바도르 달리'

삶, 자체가 발상의 전환이라 말할 수 있는 20세기 초현실주의 화가의 대표주자다. 그는 스스로를 천재라 부르며 평생 남과 다른 생각을 가지고 행동하고 표현했다. 그 일환로 마드리드 왕립미술학교 시절 성모마리아 고딕조각을 눈으로 보는 그대로 그리라는 교수의 과제에 저울을 그려낸 달리는 교수가 물어보자, "다른 사람 눈에는 성모상으로 보일지 모르지만 저는 저울로 보입니다."라고 말했다. 이는 사물을 바라보는 관점이 남들과 다른 달리만의 독창적 발상법을 대변하고 있다. 최고의 걸작이라 불리는 '기억의 지속'도 두통 속에서 바라본 시계의 모습을 독특한 발상법으로 완성한 작품이다. 달리의 상상력은 미술을 모르는 우리의 마음을 사로잡았다. 그의 상상력은 그림을 통해 이 세상을 다시 바라보는 법을 알려주었다.

두부의 상쾌한 혁명, '오토코마에 두부'

는 사람들이 가지고 있는 두부에 대한 고정관념을 철저하게 파괴했다. 그리고 이 전략은 두부를 바라보는 사람들의 시선을 바꾸었다. 그들의 성공전략에는 그들만의 남다른 발상의 전환이 있다. 두부와 왠지 상관없을 것 같은 '남자스러움'이라는 마초적인 느낌을 컨셉으로, 남성적 느낌이 물씬 풍기는 '항구의 조니'라는 두부캐릭터, 바게트 모양, 눈물모양 등 다양한 형태의 두부를 만들어 판매한다. 더 놀라운 사실은 두부의 종류마다 캐릭터를 만들어 각 캐릭터의 이름으로 홍보하고 있다는 점이다. 이는 타 제품과의 차별화와 고객과의 친밀감을 높여주는 발상의 전환으로써 기발함을 넘어 사람들의 마음을 움직이는 것이다. 오토코마에 두부는 지금도 실험정신과 도전정신으로 자신만의 사업철학을 시너지 삼아 세계를 놀라게 할 발상을 지금도 계속하고 있다.

Chapter 2.

세기의 전쟁에서 만난 천재 전략가 '한니발 vs 스키피오'

북아프리카의 자마. 아버지의 복수를 위해 로마와 싸우는 한니발과 한니발을 본받아 그를 뛰어 넘고자 했던 스키피오. 뛰어난 전략과 발상으로 수많은 승리를 거둬온 두 전략가의 세기의 결전이 벌어진다.

한니발은 로마에 공포를 선물했다. 그는 로마제국의 역사상 개인의 힘으로 로마를 침공한 유일한 사람. 로마인이 가장 두려워한 남자였다. 2차 포에니 전쟁에서 한니발은 전략에 발상의 전환을 적용하여 수많은 전투를 승리로 이끌었다. 1. 알프스산맥을 넘어 로마를 침공한 것과 2.기병을 이용한 평지에서의 포위 섬멸하는 전술을 펼친 것이다. 이를 통해 한니발은 전략의 아버지란 칭호를 얻으며 역사적 전투인 칸나에 전투와 트라시메노 전투에서 대승과 함께 17년간 이탈리아 반도를 돌며 로마를 유린한다.

스키피오는 포스트 한니발을 꿈꿨다. 2차 포에니 전쟁을 바라보며 '한니발의 전략을 존경했다. 그리고 그의 전략으로 그에게 승리하는 것이 나의 목표이다.'라 말하고 그 꿈을 실천했다. 성인이 된 로마의 젊은 장수 스키피오는 한니발의 길을 거꾸로 밟아 실천에 옮겼다. 그의 본거지인 이베리아 정복과 북아프리카로 건너가 카르타고 본국을 공략했다.

천재 전략가들의 만남은 2차 포에니 전쟁의 막바지에서 이루어 졌다. 북아프리카의 자마에서 벌어진 이 전투는 각국을 대표하는 천재 전략가들이 벌인 처음이자 마지막 대결이었다. 전투는 스키피오의 승리로 끝난다. 한니발은 수적우위를 점하고도 병사들의 질적 문제와 전술의 핵심인 누미디아 기병대의 부재라는 전술적 핸디캡을 극복하지 못했다. 하지만 패배의 결정적 요인은 스키피오의 발상의 전환이었다. 스키피오는 한니발의 전술을 창조적으로 모방하여 전술의 질을 높였다. 즉 지극히 '로마다운 전투 방식을 버리는 전투에 임한 것이다. 이런 발상의 전환이 없었다면 승리는 한니발에게 돌아갔을 것이다. 그렇다면 로마의 역사는 달라졌을 것이고 세계사 역시 우리가 알고 있는 것과는 엄청나게 달라진 모습으로 존재했을 것이다. S

망명중인 한니발에게 스키피오가 물었다. "장군 생각에 최고의 명장은 누군가요?"
"알렉산더 대왕과 피로스 그리고 나, 한니발이오" "허허, 그러나 장군은 제게지지 않았습니까?" 자기 이름을 기대한 스키피오가 한니발에게 어이없다는 듯 물었다. "그러게 말이오 허허만 내가 그때 당신한테지지 않았다면, 나는 사상 최고의 명장이 되었을 거요"

페인트, 너는 내 운명

– 삼화페인트 수원 덕산건설 최재갑대표

사람들은 흔히들 연분은 따로 있다고 말한다. 억지로 찾아 다니려 하지 않아도 어느 순간 마주치고 서로를 잡아당긴다. 이 같은 연분은 사람들 사이에서만 일어나는 것은 아닌 것 같다. 어느 가게 하나를 지나갔을 뿐인데 이것이 천직이 되어 버리기도 한다. 이렇게 페인트와 연을 맺어 동반자로 살고 있는 수원 삼화페인트 대리점 덕산건설 최재갑 대표와 이야기를 나눴다. 취재 조비즈

페인트는 운명이었다

건설사를 다니다 퇴사 후 빈 점포 자리에 들어갈 수 있는 기회가 생겼다. 어떤 업종을 하면 좋을까 고민하며 주변 시장조사를 하던 중 눈에 딱 들어오는 것이 있었으니, 그것이 바로 페인트였다. 최재갑 대표에게 페인트는 익숙한 것이었다. 그 동안 건설현장에서 숫하게 봐 온 것 중 하나가 페인트였기 때문이다. "페인트를 보는 순간 '이거다' 싶었어요." 그리곤 수도권을 중심으로 발품 팔아가며 시장조사에 들어갔다.

다양한 페인트 회사가 있지만 최재갑 대표가 손을 잡은 것은 삼화페인트다. 무엇이 마음을 잡아 끌었을까. "수도권 내 인지도와 선호도가 높습니다. 특히 현장에서 일하는 사람들에게 구매력이 높은 브랜드가 삼화페인트라는 것을 시장조사를 통해 알게 됐죠. 아무리 건설분야에 몸을 담아 익숙한 페인트라지만 판매와는 전혀 다르니 우선적으로 인지도를 많이 생각할 수 밖에 없었어요."

이렇게 해서 최재갑 대표는 삼화페인트와 함께 인생 제2막을 시작하게 되었다.

고객의 고민을 해결해 드립니다

수원에서 덕산건설이 문을 연지 올해로 딱 12년째다. 강산이 한 번 변하고도 2년이 지난 시간 동안 쌓아온 노하우로 괄목할 만한 성과를 거뒀다. 경기도 관내 오백 여 개의 도장전문점 중 상위 4% 안에 들어간 것이다. "건설사 근무시절 직접 시공 경험이 있어 건축물에 대한 구조 원리와 물량을 보면 감이 딱 옵니다. 이런 전문가적인 조언을 많이 해주다 보니 자연스레 사람들의 입소문도 타게 됐고, 자문도 구하러 많이 옵니다. 그래서 지금의 결과를 얻을 수 있었던 것 같습니다."

덕산건설이 지금의 자리까지 올 수 있었던 것은 현장 노하우도 노하우지만 '고객 고민 해결사'라는 경영 철학이 있었기 때문이다. "고객 중심의 친절, 신뢰, 편의, 이것을 항상 마음 속에 가지고 있습니다. 찾아와 주는 모든 고객들에게 친절히 응대하고, 뭐 하나라도 더 알려드리려 노력하고, 그렇게 하면서 자연스레 고객과의 신뢰를 쌓아가고 있어요. 또 고객들의 편의성을 위해 제품은 물론 부자재 한 종류라도 더 비치해서 우리 가게에서 모든 것을 해결할 수 있도록 최선을 다합니다. 이렇게 나름 노력을 하고 있는데 고객들은 어떻게 생각하는지 모르겠네요."

페인트는 고마운 존재일 수밖에

삼화페인트와 십년지기 동반자로 지내오면서 삼화페인트에 대한 애정도 깊다. 특히 제품에 대해 무한 신뢰를 보였다. "친환경이 트렌드인 시점에서 '더 클래시 아토프리' 같은 제품을 보면 정말 우수합니다. 요즘 친환경 페인트로 직접 칠을 하려는 일반인들이 늘고 있는데 저희도 적극 추천하고 있습니다. 권해서 써본 사람들의 반응도 좋으니 제가 어떻게 삼화페인트에 신뢰를 안 할 수 있겠어요."

최재갑 대표는 삼화페인트에 대한 애정만큼이나 앞으로의 방향에 대한 조언도 아끼지 않았다. "좋은 제품은 홍보를 통해 많이 알려져야 하는데, 그 부분에서 조금 아쉬워요. 대리점에서 자체적으로 하는 홍보에는 한계가 있습니다. 본사에서 좀 더 공격적으로 홍보를 해주셨으면 좋겠어요. 그럼 대리점은 대리점대로, 본사는 본사대로 서로 도와가면서 소비자들에게 제품을 알릴 수 있는 기회가 더 많이 생기지 않을까요."

최재갑 대표와 이야기를 나누면서 페인트는 인생에 있어 남다른 존재일 것 같다는 느낌이 들었다. 새로운 시작을 위해 시장조사를 다니던 중 운명처럼 다가왔고, 이제는 페인트로 경기지역에서 당당히 상위권을 차지하고 있다. 최재갑 대표에게 페인트란 어떤 존재인지 물었더니 한치의 망설임 없이 '고마운 존재라고 말했다. "페인트와 인연을 맺으면서 삶의 질 자체가 업그레이드된 것은 사실입니다. 그러니 고마운 존재일 수밖에 없죠."

지금까지 고객들에게 최선을 다 해 왔다. 그 노력에 대한 보상으로 지금의 덕산건설이 나올 수 있었다. 더 이상의 욕심도 없고 그저 지금처럼 건강하고 지금처럼만 잘 되면 그것이 최고의 행복이라 한다. 고객들에 대한 진솔한 마음과 페인트에 대한 애정으로 가득 찬 덕산건설의 그 행복이 오랫동안 지속되길 바란다.

무한 긍정 사람들의 유쾌한 영업소
삼화페인트 북서울영업소

'유쾌함', 삼화페인트 북서울영업소의 첫 인상이다. 시끌벅적 모두가 바쁜 오전 시간임에도 불구하고 반갑게 맞이해 준다. 영업소의 특성상 외근 업무가 주를 이뤄 영업소원 전체가 시간을 비우기 쉽지 않아 사진촬영부터 진행했다. 초면에 짧은 대화도 나눌 겨를도 없이 카메라부터 들이대는 어색한 상황에서도 영업소원들은 유쾌함을 잃지 않고 적극적이다. 웃음소리가 끊이지 않는 북서울영업소. 이들에게는 뭔가 특별한 것이 있다. 취재 코비즈

"우리 북서울영업소는 말이죠……."

"북서울영업소는 2006년 경인영업부에서 한강이북의 경기도지역의 영업을 담당하기 위해 '의정부영업소'로 분리·개소되어, 2010년 서울북부 3개구(도봉, 노원, 강북)와 경기도 북부지역으로 확대 개편하였고 현재의 북서울영업소로 명칭이 변경된 중부권의 주요 영업소 중 하나입니다."

햇수로 7년밖에 되지 않은 짧은 이력의 영업소지만 개소 이후 매년 두 자리 수 매출 증가를 보이고 있는 저력을 갖춘 영업소다. 특히 건축용 도료 외에도 목공용 도료에서 두각을 보이고 있다. "3년 전부터 목공용 도료가 출시됐어요. 목공용 도료는 이미 타사가 많은 점유율을 차지하고 있는 상황이었지만 삼화페인트의 이미지와 철저한 애프터서비스로 매출폭이 많이 늘어났어요. 기간대비 많이 높였죠. 경기가 어려운 것에 비해 긍정적으로 보이고, 우리 또한 다각도로 많은 시도를 하고 있으니 앞으로 더 기대할 만 하다고 생각합니다."

이렇게 단단한 속을 가지고 있는 영업소답게 소원들은 자신만의 캐릭터가 뚜렷하다. 편안함을 주는 외모와 부드러운 목소리의 소유자 한승석 소장, 다양한 경험이 만들어 낸 도료영업의 달인 박상업 과장, 이효리 눈웃음 빰치는 이왕수 대리, 영업소 터줏대감이자 미모를 담당하고 있는 이시현 대리, 영업소의 차세대 에이스이며 포인트를 아는 남자 엄용성 사원, 아름다운 백조가 되길 꿈꾸며 고사생 마인드로 업무에 임하는 신입 우정식 사원. 다들 모여 있는 모습이 캐릭터 페어에 온 느낌이다.

"우리의 자랑은 소원들입니다"

"이 사람들이 우리 영업소의 자랑이자 장점입니다. 자신만의 소리를 내면서도 서로 조화를 이루며 멋들어진 하모니를 이루는 오케스트라 같은 사람들입니다. 그리고 압정형 인재들이라 할 수 있죠." 압정형 인재, 그것은 무엇을 뜻하는 것일까. "저희는 대리점에서 주로 판매하는 건축용 제품을 중심으로 지역적으로 가구생산이 많은 지역대리점들의 목공용 제품을 함께 판매하고 있습니다. 그리고 저희가 영업소이기 때문에 기타 도료도 다 취급을 하고 있죠. 그렇다 보니 압정의 머리처럼 넓게 알면서도 압정의 핀처럼 전문분야가 있어야 합니다. 그래서 저희 소원들 모두는 끊임없이 자기계발을 충실히 하고 있습니다."

사람이 자랑거리라 자부하는 북서울영업소는 업무에 있어서도 사람을 중시한다. 대리점주들과의 상생과 협력이다. 대리점과 삼화페인트, 각자만의 이익을 바라보며 걸어가는 것이 아니라 서로 손을 잡고 '함께' 나아가야 한다는 것이다. "한 번 팔고 마는 건 아니잖아요. 그래서 기술적인 면에서도 서포트하며 대리점들이 잘 판매할 수 있게 도와드립니다. 그래야 저희를 믿고 대리점주님들이 삼화페인트 제품을 판매할 수 있다고 생각해요." 대리점 서포터로서의 역할도 함께 수행하면서 이에 따른 에피소드도 있을 터. "한 번에 1억 원어치를 납품한 적이 있었어요. 그 정도면 굉장한 양이거든요. 근데 구입한 대리점에서 당장 보관할 장소가 지하 창고밖에 없는 거예요. 그래서 '몸으로 뛰는 영업'을 실천하고 있는 저희가 옮기기로 했어요. 영업 하면서 이 정도의 페인트를 날라본 건 처음이었어요. 다음날 근육이 뭉쳐서 다들 고생 좀 했죠. 그게 제일 기억에 남아요."(웃음)

"더도 말고 덜도 말고 매일 삼오데이만 같아라"

언제나 긍정파워로 임하는 북서울영업소에는 사기를 높이기 위한 영업소만의 문화가 하나 있다고 한다. "삼오데이(3·5 Day)예요. 매일 매출을 확인해요. 당일매출로 제일 정확하게 알 수 있는 것이 출고량인데, 3만 5천 리터면 준수한 편이에요. 이정도 되면 기념할 만 하다면서 다 함께 저녁 회식을 합니다. 삼겹살을 먹기도 하고, 치맥을 먹기도 하고.(웃음) 다같이 기념하며, 서로 으쌰으쌰 할 수 있는 시간이 있으니 더욱 돈독해지는 것 같아요. 지난 9월 삼오데이가 3번 있었어요. 그래서 매출 달성을 할 수 있었죠. 이번 달도 기대하고 있습니다."

남은 2013년, 이들에게 목표는 하루하루가 삼오데이가 되는 것이다. "하루하루 열심히, 치열하게 살고 있습니다. 매일 좋은 일만 있었으면 좋겠지만 살면서 그게 쉬운 가요. 그래도 지금까지 열심히 해왔고, 차곡차곡 매출도 쌓아가고 있습니다. 야구로 따지면 주자 만루 같은 거죠. 이제 남은 기간 홈런을 치면 됩니다. 매일 매일 삼오데이가 이어져 크게 홈런 치며 한 해 매출을 마감하고 싶네요. 그리고 소원들이랑 거하게 축배를 올려야죠."

인터뷰 동안 웃음이 끊이지 않았다. 일하면서 힘들었던 일들은 힘든 만큼 경험치가 쌓인다고 웃으며 말한다. "역경을 뒤집으면 경력이 됩니다."라고 말했던 박상업 과장의 말이 떠오른다. 북서울영업소에게 특별한 무언가는 바로 이 웃음이었다. 북서울영업소, 그들은 유쾌했고, 유쾌하고, 앞으로도 유쾌할 것이다. S

한승석 소장

박상업 과장

이왕수 대리

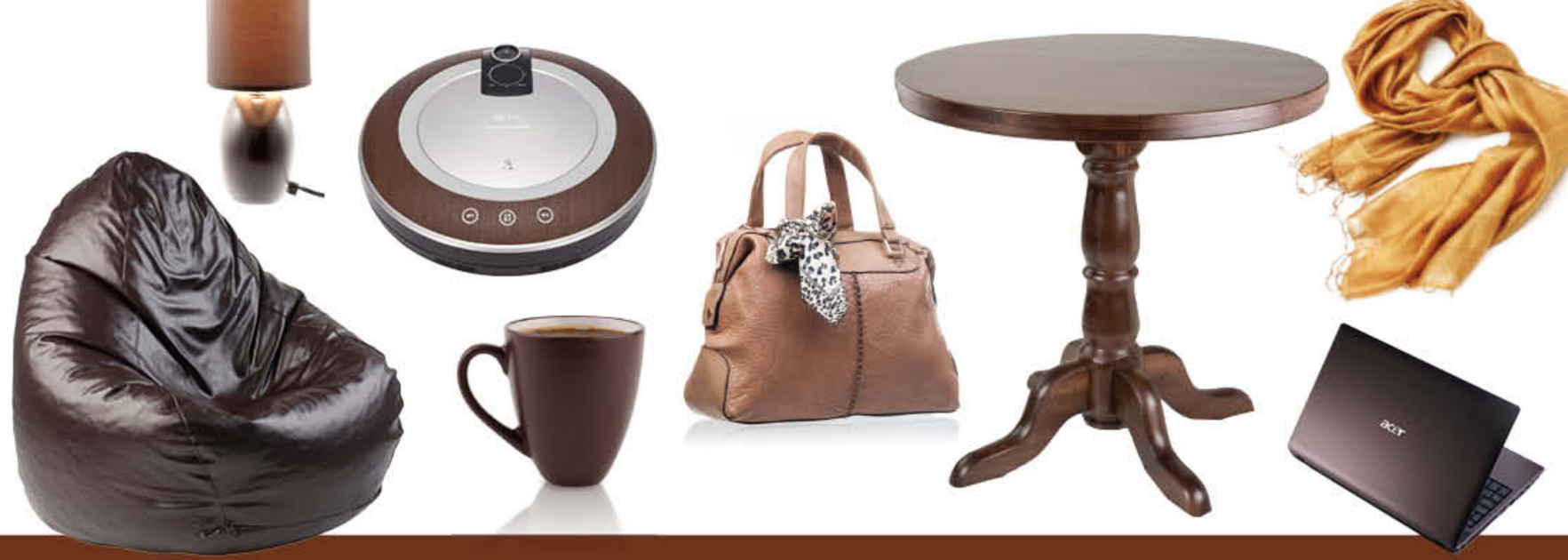
이시현 대리

엄용성 사원

우정식 사원

Curating by Color
금속의 내추럴함 그대로
MADDER BROWN

Curating by Color에서는 올해 트렌드 컬러와 시즌 컬러를 반영한 Key Color를 선정하여, 패션, 제품, 인테리어, 익스테리어 등 각 분야에서 활용되는 Key Color의 다양하고 유용한 정보를 소개한다. 글 이미리[컬러 개발팀 연구원]



2013년 가을 시즌 브라운은 매트하면서도 텍스추얼한 느낌으로 혹은 금속의 내추럴 컬러 그대로를 보여주며 나타났다. 보면 볼수록 다양한 브라운의 영역은 우리의 생활 이곳 저곳에서 만날 수 있다. 블루감이 살아있는 자주빛 브라운은 서서히 사라지고 가죽이나 천연 소재에서 보여지는 전통 브라운 컬러가 돋보이는 시즌이다. 이런 깊은 레드빛의 브라운은 이탈리아의 B&B에서 인테리어 벽면에 사용되어 깊은 영감을 주기도 했다.

사진출처_삼성 / LG / acer

인테리어에서 사용될 때는 무채색의 그레이 컬러와 매치시켰을 때 고급스러운 공간으로 연출이 가능하며, 서재방에 클래식한 가구와 매치에서 고급스러움을 한층 살릴 수 있다. 감각적인 인테리어가 돋보일 수 있는 공간에서는 채도 높은 컬러와의 매치나 금속 소재를 사용한 가구와 소품을 함께 두었을 때 올드한 분위기에서 벗어나 돋보일 수 있다. 특히 파스텔 컬러와 베색은 이국적인 분위기를 자아낸다.

브라운 컬러는 아파트 외관에서도 자주 사용되는 컬러이다. 컬러가 주는 안정감과 무난한 배색을 만들 수 있다는 특징으로 대중적으로 많이 사용된다. 하층부는 브라운 컬러의 질감 있는 제품으로 도장하면 단조로운 배색에서 벗어날 수 있다. 질은 브라운의 컬러를 상층부에 포인트로 사용하는 것도 포인트가 될 수 있다.

가전이나 모바일에 자주 사용되는 컬러는 아니지만 최근 에어컨이나 소형가전에서는 볼 수 있다. 가전에서는 값은 브라운에 광택을 살려 매끈하고 리치한 컬러를 선택한다. 자동차에는 올드한 브라운 컬러보다는 레드를 더해 보다 세련된 느낌을 전달하고 있다. 이 때문에 최근에는 다양한 레드 컬러를 적용하여 출시된 자동차를 만나 볼 수 있다. 자동차의 외장에서 인기가 많은 컬러가 아니지만 내장에서는 그레이 컬러의 가죽과 우드의 소재감을 살린 브라운 컬러가 인기다.

컬러디자인센터에서 진행하는 Research & Development

삼화페인트, 아파트 BI 컬러 개발 _ 대우건설 푸르지오

브랜드시대에 사는 지금, 우리가 사는 주거공간 아파트도 시대의 흐름에 따라 각양각색의 브랜드로 우리를 찾고 있다. 이중 대한민국의 대표적 아파트 브랜드인 대우건설 '푸르지오'에서 아파트 외벽 BI 도장 컬러 개발을 삼화페인트에 의뢰했다. 그리고 컬러개발팀에서 개발한 새로운 BI용 페인트가 시흥 6차 푸르지오에서 그 첫 선을 보였다. 글 이희석[컬러개발팀 연구원]

컬러개발팀에서 대우건설 BI 도장을 위한 컬러를 개발했다. 대우건설 푸르지오는 이번에 BI가 변경되면서 기존 BI에 대한 교체작업을 진행했다. 하지만 단지가 작고 오래된 아파트에 경우 간판 형태의 BI로 교체하기에 어려움이 있었다. 낡은 아파트의 경우 건물과 간판의 조화가 이루어지지 않는 미관상 문제와 고비용의 설치비로 인한 금전적 문제 발생이었다. 대우건설은 이 같은 문제를 도장으로 해결해 보고자 BI의 컬러 개발을 의뢰하였다.

기존 아파트의 외관은 수성페인트로 도장된다. 하지만 시각적으로 눈에 잘 띄지 않고, 고채도 구현이 어려운 수성페인트로는 BI 컬러로 사용하기에 부적절하다는 결론이 나왔고, 이 대안으로 유성 페인트를 생각했지만, 유성페인트를 사용할 경우 기존 콘크리트 벽에 도장한 수성페인트와 이질감이 느껴질 뿐 아니라 자연광에서 가시적으로 효과가 떨어질 것을 고려해야 했다. 그래서 수성페인트를 사용하되 광택감을 적절하게 살릴 수 있는 컬러를 개발하게 되었다. 또한 대우건설의 BI 컬러는 채도가 높은 그린 컬러로 여러 가지 조건에 부합된 컬러를 개발하는 일은 시행착오가 필요했다. 시각적인 면에서 돋보여야 하며, 환경적인 면에서 수성으로 도장된 아파트 건물과 어울리는 컬러를 개발해야 했기 때문이다. 시범 도장된 시흥 현장은 성공적이었다. 자연광에서 가시적 효과도 좋고, 보기에도 어색하지 않았다.

페인트로 도장된 BI는 재도장 아파트뿐 아니라 신축에도 적용되었다. 신축아파트의 완공 전 홍보를 위해 아파트 전면에 큰 현수막을 설치하는데, 날씨에 약한 현수막은 시간이 지나면 훙측해지는 경우가 많으며, 이를 대신해 상대적으로 날씨에 영향을 덜 받는 페인트는 현수막보다 더 깔끔하고 고급스러운 느낌을 주었다. 이번 시범 도장을 통해 페인트 도장의 단가 대비 높은 효율성을 알 수 있는 기회가 되었다. 시범 도장된 현장은 시흥 죽율동 현장과 하중동 푸르지오에서 직접 확인할 수 있다.

소비자 트렌드 및 디자인 관련 컬러 트렌드 '生生 Story'

SAMHWA COLOR TALK!
컬러를 말하다!!

여름과 가을의 경계 사이 8월의 마지막 끝자락인 8월 30일, 중앙대학교 법학관에서 올해로 두 번째를 맞는 삼화페인트의 컬러세미나 〈2013 SAMHWA COLOR TALK〉가 열렸다. '컬러를 말하다'라는 부제만큼 컬러에 대한 다양한 담론을 꽃피웠던 세미나 현장으로 여러분을 안내하고자 한다. 취재 조지현[컬러개발팀 연구원]

〈2013 SAMHWA COLOR TALK〉 세미나는 작년 2012년 8월 31일, 〈SAMHWA-NCS Collection 950 런칭 프로모션〉 이후 맞이하는 삼화페인트의 두 번째 컬러세미나로 2012년 진행된 세미나에서는 다양한 분야의 디자이너분들을 모신 것과 달리 전문가를 대상으로 하는 타겟마케팅으로 공략하였다. 삼화페인트 마켓개발팀 담당 대형 건설사, 빅 클라이언트 디자이너, 자동차 디자이너 분들 중 사전 신청을 통해 선별된 단 100명의 실무 디자이너만을 초대해, 국내외 석학을 모신 수준 높은 강연회로 기존의 세미나와는 다른 참신한 준비로 진행하였다.

1부는 일본 무사시노 대학의 요시다 신고 교수를 초빙해 '일본 환경색채에 대한 연구와 경향'에 대해 들어보는 시간을 가졌다. 특히 무분별한 광고판에 의해 해쳐졌던 미관이 환경과 구조물, 축제 여부 등 도시의 정체성을 반영하고 주변환경과의 조화를 고려한 색채계획을 통해 지역의 활기와 우아함을 되찾은 '후지산의 사례'를 통해 자연과 동화되는 색채, 주변과 조화로운 색채의 중요성에 대해 다시 한 번 깨달을 수 있었다.

요시다 신고 교수의 강연이 아시아 환경색채의 관점과 발전하는 모습을 보여줬다면, Per Jutterstrom(NCS 세일즈 & 프로젝트 매니저)의 2부 첫 번째 순서는 북유럽 및 서구에서 체계화된 NCS 컬러 활용의 실제에 대한 강연으로 이어졌다. Mr. Per는 한국의 대표 상징물인 태극기와 국내에도 곧 입점하는 세계적 가구기업 이케아(IKEA)의 로고 등을 통해 NCS 컬러시스템이 실제로 어떻게 적용되는지 생생하게 설명했으며, 이런 사례를 통해 삼화페인트를 비롯한 수많은 회사들의 실무자들이 NCS 컬러시스템을 디자인, 마케팅 현장에서 어떻게 활용할 지 함께 고민할 수 있었다.

이어진 마지막 순서는 삼화페인트 컬러디자인센터의 김향란 본부장의 '컬러 워크샵과 SAMHWA-NCS 컬러트레이닝'으로 진행되었다. 이 시간은 특별히 삼화페인트와 홍익대학교 박연선 교수, C&D연구소가 합작하여 제작된 〈SAMHWA-NCS Collection 950 컬러교육 콘텐츠 copyright ©〉를 활용하여 컬러교육 트레이닝을 함께하며 이론과 실무 마케팅 관점까지 공유할 수 있는 자리가 되었다. 계절은 시간에 따라 스스로 색을 드러내지만, 우리가 사는 도시환경과 인테리어는 수많은 디자이너들의 땀과 연구, 그리고 노력으로 발전할 수 있다. 〈2013 SAMHWA COLOR TALK〉은 바로 그런 색채전문가들에게 충전의 장을 만들고자 하였으며, 삼화페인트에서는 매년 8월의 마지막 날, 그 즐거움을 함께하는 자리를 마련할 계획이다.

셀프페인트 초보를 위한 페인트 이해 상식

페인트 하나로 무엇이든 가능해지는 셀프인테리어의 관심이 높아지고 있다.
하지만 선뜻 다가서기에는 어려운 페인트의 세계. 이번 페인트 탐구생활에서는
초보들이 궁금해하는 페인트 상식의 모든 것을 이야기한다.

글 박정민[마켓기획팀 대리]

네일아트로 배우는 페인트 칠하기

샌딩작업

매니큐어를 바를 때 손톱표면을 매끄럽게 하기 위해 샌딩블록을 이용해서 손톱을 문질러주는데 이와 마찬가지로 페인트 작업 전에는 사포로 표면을 문질러 준다.

페인트 도장

이제 기초작업이 끝났으니 본격적으로 페인트를 칠해보자. 평소 네일샵에 가면 매니큐어를 3번씩 바른다. 1번만 바르면 색이 연하게 나오기 때문인데 이는 페인트도 마찬가지다. 1회 도장만으로는 페인트 본연의 색이 나오지 않으며 심한 경우 얼룩이 생길 수도 있다. 그래서 건조과정을 거쳐서 총 2~3회는 발라야 본연의 색이 예쁘게 나올 수 있다.

네일아트를 알면 페인트 칠하기가 보인다?

페인트 칠하는 것에 관심이 많은 주부A씨(35세)는 선뜻 페인트 칠을 하지 못하고 있다. 페인트 칠의 순서나 젯소, 샌딩 등 생소하고 어려운 용어가 많기 때문이다. 하지만 페인트 바르는 순서는 의외로 간단하여, 여성들의 필수품인 매니큐어를 바르는 방법과 매우 흡사하다.

그럼 지금부터 네일아트의 순서를 통해 페인트의 기본 개념을 잡아보도록 하자.

네일아트의 기본 순서는 간단하게 4가지로 구분할 수 있다.

1. 손톱표면을 샌딩블록으로 매끄럽게 해주기
2. 베이스코트 발라주기
3. 건조 후 매니큐어로 원하는 색상 발라주기
4. 건조 후 마지막으로 코트를 이용해서 탑 코팅하기 (코팅&지속효과)

젯소 페인팅

베이스코트는 네일컬러를 바르기 전 손톱에 흥하게 색이 베어드는 착색을 막아주기 위해 바르는 투명 제품으로 네일 컬러의 색을 더 돋보이게 해주는 역할을 한다. 젯소 역시 마찬가지로 페인트 도장을 하기 전 페인트를 바를 면에 발라주어 발색효과를 뛰어나게 하고 더 나아가 페인트와 피도면간의 접착력을 강화해 준다. 둘의 다른 점이라면 네일아트의 베이스코트는 투명색이지만 페인트의 젯소는 흰색이라는 점이다.

코팅하기(바니시)

네일아트는 칠한 부분을 보호하기 위해 탑코트를 진행한다. 페인트도 역시 칠을 완료했다면 마지막으로 코팅작업인 탑코팅이 필요하다. 페인트는 사실 유광, 무광, 반광으로 광택도가 구분되어 상황에 따라서 코팅을 생략해도 되지만 오염방지와 페인트 표면을 보호하려면 탑코팅을 해주는 것이 좋다.

셀프페인팅의 기초, 페인트 도구! 제대로 알고 쓰자

과거 인테리어를 무조건 전문 업체에 맡겨서 진행했던 것과는 달리 최근 나만의 공간을 스스로 인테리어하고 꾸미는 셀프 인테리어가 이슈로 떠오르고 있다. 단순한 인테리어도 좋지만 공간을 좀 더 특별하고 감각적으로 연출하고 싶다면 도전해볼 수 있는 것이 바로 셀프페인팅! 집 안 구석구석, 작은 소품까지도 멋진 인테리어를 완성할 수 있는 셀프페인팅에 대한 관심이 높아지는 요즘, 페인팅도 잘 알아야 잘할 수 있다. 오늘은 페인팅에 필요한 페인트 도구들에 대해 알아보도록 한다. 글 박정민[마켓기획팀 대리]

1 셀프페인팅을 위한 페인트 도구_붓(브러시)

브러시는 좁은 곳이나 구석진 곳에 사용하기 좋은 페인팅 도구이다. 브러시는 크기와 용도에 따라 분류되기도 하지만 먼저, 털의 종류에 따라 크게 합성모와 천연모로 나누어진다.
유성페인트에 적합한 천연모 브러쉬는 합성모에 비해 월등히 부드러운 것이 특징이다. 또한 사용하는 방법에 따라 마모가 진행되기 때문에 사용자가 원하는 대로 자연스럽게 길들어지는 매력이 있지만 높은 가격과 까다로운 관리법 때문에 페인팅 전문가에게 적합한 도구이다.
반면 합성모는 천연모에 비해 흡수성이 약간 떨어지지만 털 끝이 섬세하게 가공이 되어 있어 건조가 빠른 수성페인트 작업을 할 때 편리하게 작업을 진행할 수 있다는 장점이 있다.

2 셀프페인팅을 위한 페인트 도구_롤라

좁은 면적이나 구석진 곳을 작업할 때에 효율적인 붓과는 반대로, 다소 넓은 면적을 칠할 때는 롤라가 가장 효율적이다. 롤라도 종류가 다양하게 나뉘어 지나 가장 인기 있는 롤라는 순모롤라이다. 우리가 주변에서 쉽게 볼 수 있는 가구를 보면 매끈하게 마무리되어 있는데, 이는 전문적으로 도장업을 하는 분들이 전문 도장장비인 압축기를 이용하여 스프레이 작업을 한 것이기 때문에 일반인들에게는 굉장히 어려운 작업이다. 특히 셀프페인팅을 처음 시도하는 사람들은 페인트 자국 때문에 매끈한 마무리를 못하는 경우가 많은데 롤라로 페인팅을 진행했을 때에는 페인트 자국이 덜 남는 큰 장점이 있다.
어느 정도 매끈한 마무리 상태를 확인하기 위해서는 페인트의 물성도 중요하지만 도장용품의 성능과 함께 칠하는 사람의 숙련도도 중요한 요소 중 하나이다. 따라서 페인팅을 처음 준비하는 초보자라면 순모 롤라를 선택하는 것을 추천한다. 매끈한 도장 결과를 얻기 위해서는 페인트 칠 후 롤라 자국이나 붓 자국이 남지 않도록 해야 하는데 순모 롤라가 가장 효과적이기 때문이다.

3 셀프페인팅을 위한 페인트 도구_마스킹, 커버링 테이프

페인트 작업을 할 때 가장 유의할 점 중 하나가 바로 페인팅을 하는 면 외에 페인트가 묻지 않도록 해야 하는 것이다. 마스킹 테이프는 페인트가 묻으면 안 되는 부위를 보호하는 역할을 하는 제품으로 종이 재질로 되어 있어 손으로 쉽게 찢어서 사용할 수 있다. 보다 넓은 면적은 커버링 테이프로 감싸서 페인트가 묻지 않도록 보호해야 한다.
간혹 마스킹 테이프나 커버링 테이프 작업 단계를 건너뛰고 셀프페인팅을 진행하는 경우가 있는데 아무리 페인팅을 예쁘게 진행해도 다른 부분에 페인트가 묻게 되면 광장히 속상하다. 이때는 페인트가 묻은 면을 바로 닦아 오염된 부분을 신속하게 정돈해준다.

4 셀프페인팅을 위한 페인트 도구_트레이

트레이는 페인트를 덜어 사용하는 용품으로 일자형과 박스형으로 분류한다. 페인트를 적당량 덜어서 사용할 수 있기 때문에 페인팅 시 꼭 필요한 도구이며, 페인트가 바닥으로 흐르지 않도록 브러시나 롤러에 묻은 양을 조절하는 용도로 사용하기도 한다.
트레이를 여러 번에 걸쳐서 사용하고 싶다면 청소가 용이할 수 있도록 비닐을 씌워 사용한다. 비닐로 트레이를 보호하면서 사용한다면 영구적으로도 사용이 가능하다.

날씨가 점점 쌀쌀해지면서 새로운 집안 실내 인테리어를 고민하는 사람들이 많아지고 있다. 본격적인 페인팅에 앞서 페인트 도구에 대한 정보를 알고 진행하면 더 효과적인 셀프페인팅을 할 수 있을 것이다. 오늘 알려드린 페인트 도구에 대한 내용을 꼼꼼하게 확인하고 올 겨울, 페인팅의 달인이 되어보는 건 어떨까.

셀프인테리어의 시작,
알록달록 방문 페인팅

계절이 바뀌면 거주 공간의 분위기도 함께 바꾸고 싶어지죠? 예쁜 인테리어 소품을 사기도 하고, 가구 배치에도 변화를 주면 덩달아 기분전환도 됩니다. 최근 셀프인테리어의 붐이 불면서 인테리어에 다양한 시도를 하는 사람들이 많아지는데요, 그 중 가장 간편하게 집안 분위기를 바꿔줄 수 있는 방문 페인팅을 추천할게요. 방문은 면적이 넓어서 색 하나만 바꿔도 전혀 다른 느낌을 받을 수 있답니다. 그럼 지금부터 과정 하나하나 소개해 드릴게요. 글 덕클레시 리빙작가 '핸드미'

준비재료 : 더클레시 아토프리 멀티 SH 0560-Y10R (조색), 더클레시 아토프리 멀티 SH S 4550-B20G (조색), 작은 페인트 붓, 미니 롤러, 커버링 테이프, 삼화페인트 젯소

❶ 원래 방문 색입니다. 현관을 들어서면 보이는 이 칙칙한 색을 볼 때마다 기분이 어두워지곤 했어요.

❷ 페인트 칠하기 전 커버링 테이프로 방문틀을 잘 막아주고, 그 다음 *젯소를 2회 정도 칠해주세요. 젯소를 칠하면 페인트의 접착력이 높아지고 발림성도 좋아 색이 선명해지고 페인트 낭비도 막을 수 있습니다.
〈TIP〉 흠집이 나거나 파인 부분, 구멍 난 부분은 메꾸미로 메워주세요. 그러면 감쪽같이 숨길 수 있습니다.

❸ 방문 중 하나는 노란색 계열로 하기로 했습니다. 삼화페인트 컬러보드에서 마음에 드는 색을 찾아 조색을 했습니다. 그렇게 해서 사용한 색이 SH 0560-Y10R 입니다. 시중에 나와 있는 색상이 마음에 들지 않는다면 조색을 해보세요. 미묘한 차이지만 칠한 후 전혀 다른 느낌을 받을 수 있습니다.

❹ 몰딩 사이사이는 작은 붓으로 꼼꼼하게 칠하고 약간 넓은 부분은 미니 롤러로 칠하면 작업을 빨리 마칠 수 있습니다. 그리고 전체적으로 3회 정도 칠해주는 것 꼭 잊지 마세요.

❺ 또 다른 방문은 파란색 계열을 칠했습니다. 마찬가지로 조색을 했고, 사용한 색은 SH S 4550-B20G 입니다.

❻ 모든 과정을 거쳐 새롭게 변신한 방문입니다. 분위기부터 다르지 않나요? 페인팅으로 방문만 바꿨을 뿐인데 어둡던 집안 분위기가 생동감 넘치는 공간이 되었습니다.

*젯소에 대한 자세한 설명은 페인트팅구생활 'DIY 페인트 초보를 위한 페인트 이해 상식' 페이지를 참고해주세요.

중국시장 성공의 밑그림, 위해삼화도료 유한공사

위해삼화도료(유)가 선진화된 투명경영, 우수한 인적자원, 환경친화적 기술을 바탕으로 우수한 품질을 생산, 공급하며 중국 성공신화의 밑그림을 그리고 있다. 취재 권혁준[마케지원팀 사원]

● 중국의 거대 도료 시장을 공략하다

위해삼화도료가 소재한 위해시는 한국과 가장 근접한 도시(인천과 600km)로 2001년 목공용 도료 사업을 기반으로 사업을 시작했다. 당시 위해시는 낮은 인건비로 인해 한국의 OEM기지로 활용되었는데, 주로 노동집약적인 기업들이 진출해 있었다. 최근 중국의 인건비는 수교 이후 10배가 상승되어 노동집약적인 기업들이 철수하고 있으나, 반대로 기술집약적인 기업들은 지속적으로 경쟁력을 유지하고 있다. 위해삼화는 이런 환경에 적극적으로 대응하여 기존의 바닥재, 공업용, 목공용 도료뿐만 아니라 모바일 및 분체도료로 아이템을 증가시켜 도약의 기반을 마련하였다.

●● 환경 기업, 중국 정부도 인정하다

중국 내 대표적인 환경 도시인 위해시의 정책에 발맞추어 환경 및 안전 관리에 집중한 결과로 소방서의 소방 훈련을 본 법인에서 진행할 만큼 관리에 인정을 받고 있으며, 중국 내 환경 보호 정책 강화에 발맞추어 분체도료 공장이 2012년 10월에 준공됨에 따라 중국 정부의 많은 관심을 받고 있다. 아울러 2013년 매출액에서도 1억 1천만 RMB가 예상, 본 법인이 위치하고 있는 위해시 장촌 공단의 관심을 받는 기업이 되고 있다. 최근에는 중국 서부에 있는 학생들을 돕는 활동에도 참여하여 언론에도 소개되었으며, 연말에는 고아원방문, 소년소녀가장 지원 등을 통해 나눔을 실천할 계획이다.

●●● 현지 인력 양성과 조직 관리에도 투자

급속도로 성장하는 중국 시장에 대한 공략을 위해 현지 인력 교육을 진행하고 있다. 2년 째 진행된 중간관리자 워크샵에서 직원들은 내부고객관리와 회사의 전력분석을 학습하였으며, 올해 초부터 관리자를 대상으로 실시한 한국어 학습은 직원들의 업무 능력을 높여 현지화 정착의 밑거름이 되고 있다.
삼화의 경영 방침과 완전히 부합하는 자연친화, 인간 중심의 경영방침을 철저히 실천하며, 기술과 실력을 겸비 사회 발전에도 기여하는 현지를 대표하는 경쟁력 있는 회사로 발돋움할 것이다. 나아가 한국 본사의 도움을 받던 법인에서 한국에서 벤치마킹을 하는 법인이 되도록 최선을 다하겠다.

모두가 웃었던 시간, 삼화페인트 노동조합 체육대회

지난 11월 9일 신안산대학교 대운동장에서 제8회 삼화페인트 노동조합 체육대회가 열렸다. 갑작스런 가을 추위와 겨울을 재촉하는 비가 운동장에 내려앉았지만 삼화인들의 승부욕은 막을 수 없었다. 그 뜨거웠던 체육대회 현장 속으로 들어가보자. 글 코비즈

체육대회는 총 8개조(1조 생산1팀&생산관리팀, 2조 생산2팀&QA팀, 3조 생산3팀&안전관리본부, 4조 생산4팀&자재팀, 5조 생산5팀&공장관리팀, 6조 2공장&고객지원팀, 7조 연구소, 8조 물류팀&영업부)로 나눠 팀을 구성했다. 경기는 축구, 족구, 피구, 단체줄넘기, 혼합 장애물 릴레이 순으로 진행됐다.

예선을 거쳐 올라온 팀들이 맞붙는 결승전은 그 무엇보다 치열했다. 3조와 8조의 축구 결승전은 탄탄한 조직력과 공격력으로 최고의 기량을 뽐낸 8조가 우승을 차지했다. 족구의 경우 예선전부터 강팀으로 꼽혔던 4조와 1조가 붙었다. 초반부터 강한 서브와 경기장 안으로 정확하게 내리 꽂히는 스파이크로 기선을 제압한 4조가 최종 우승팀으로 결정됐다.

이어서 치러진 피구와 단체줄넘기 결승전에서는 4조와 6조가 승리하였다. 마지막으로 체육대회의 백미이자 하이라이트 경기인 혼합 장애물 릴레이에서는 가장 빠른 발과 유연성으로 장애물을 날렵하게 넘은 6조에게로 돌아갔다.

접전에 접전을 펼치며 치른 모든 경기에서 7조가 종합우승을 차지해 우승기를 손에 거머쥐었으며, 즐거웠던 삼화페인트 노동조합 체육대회를 마무리 했다.

경기 외에도 캐리커처 그리기, 요술풍선, 낙하산 이어달리기, 에어 축구골대 골 넣기, 경품 추첨 등 다양한 이벤트 및 게임도 진행되어 삼화 직원뿐 아니라 가족들도 모두 즐길 수 있는 시간이 되었다.

> “오늘 하루 모든 것을 잊고 서로간의 화합을 다지며 즐거운 체육대회가 됐으면 좋겠습니다.”

카툰 in 마켓

제 2 화 새댁의 선택

글 박정민[마켓기획팀 대리] / 그림 정현영

Samhwa News Focus 11월 | 12월

삼화페인트, 국제 표면공학 컨퍼런스 PCM 전시회 참가

삼화페인트 기술연구소 PCM도료팀은 지난 11월18일(월)~20일(수)까지 부산 해운대 그랜드호텔에서 개최된 제1회 국제 표면공학 컨퍼런스(ICSE2013) PCM 전시회에 참가했다.

한국표면공학회 50주년을 맞아 전시회 및 국제학술대회 등 대규모로 진행된 이번 컨퍼런스는 동북아 및 유럽 등 철강 유관 업체 담당자들이 대거 참석하여 성황을 이루었다.

컨퍼런스의 일환으로 진행된 PCM 전시회는 39개 업체가 참가하였으며 삼화페인트는 PCM도료 거래처인 포스코의 추천으로 전시회에 참가하였다. 삼화페인트는 이번 전시회 참가로 기업 이미지 제고와 주요 홍보 아이템인 접착제, 프린트 강판용 도료, 표면처리제 등을 홍보하여 제품 인지도를 향상시키는 기회가 되었다. 이와 함께 유관업체 인맥 확보 및 개별 상담을 통한 신제품 공동 개발 협의 등이 활발히 진행되어 향후 PCM도료 시장확대의 작은 디딤돌이 될 것으로 사료된다. 취재 강준석[PCM도료팀 선임연구원]

삼화페인트 맞춤형 방문교육 실시

2013년 9월 12일 오후 4시 삼화페인트 서울사무소 8층 강당에서 공시제도에 대한 방문교육 및 공시체크프로그램 설명회가 진행됐다. 공시의 중요성이 날로 부각되고 있는 가운데 삼화페인트도 공시업무의 정확성과 적시성의 증대를 위해 공시와 관련된 부서로부터의 정확하고 신속한 공시정보의 전달을 위해 '공시체크프로그램'을 개발했다. 프로그램 교육뿐만 아니라 현업 담당자의 기본적인 공시 규정의 이해도 향상을 위해 한국 상장회사에서 실시하고 있는 방문 교육프로그램인 맞춤형 방문교육을 신청하여 실시했다.

이날 바쁜 업무와중에도 현업 공시관련 담당자 전원이 참석하여, 당사를 방문한 상장회사 협의회 김연수 과장의 열정적인 강의아래 우리나라 기업 공시제도에 대한 강의를 경청하였습니다. 공시프로그램에 대한 설명과 더불어 전문 강사님의 공시제도에 대한 강의를 통해 정확하고 신속한 공시정보의 개제와 우수한 기술력을 외부에 알리는 삼화페인트가 되길 기대해 본다. 취재 김현진[재무팀 과장]

삼화페인트 SNS 속 이야기

다양한 이야기로 서로 소통하고 공감하는 삼화페인트 페이스북!
〈삼화 SNS 속 이야기〉는 페이스북에서 일어나는 다양한 이야기를 전하는 코너입니다.
페이스북에서는 어떤 이야기들로 가득할까요?

상상놀이터

기발한 광고를 보고 느낀 '창의적 생각'을 들어보는 상상 놀이터입니다.
광고 속 한 장면을 보며 다들 무슨 상상을 하셨나요?

Q. 사진 속 여자는 왜 늙지 않을까?

아! 이런 광고였어!! ANTI-AGING 스킨케어 광고

Good Answer!

아내로봇 광고 | 작성자 : 백승희

아내로봇 광고!! 영화를 너무 많이 봤나 봅니다. 하하. 나에게 예쁘고 섹시하고 늘 변함없는 미인의 아내가 필요하신가요? 1688- 8282로 전화주세요! 아침에 일어나 보글보글 된장찌개를 끓여줄 아내, 변함없는 외모, 늘 사랑스러운 미소를 짓는 사랑스러운 아내로봇이 당신의 평생을 지켜주고, 당신만을 사랑할 것입니다! !

타임머신 광고 | 작성자 : Yunsun Choi

타임머신 광고~ 사진 찍을 때마다 젊을 때 그 모습 그대로 만들어주는 타임머신카메라요~ 아, 그런 거라도 있음 매일매일 사진 찍고 싶을 듯!!!

Q. 여자에게 무슨 일이?

아! 이런 광고였어!! 동물원 사파리 광고

Good Answer!

서리제거제 광고 | 작성자 : Si Im

차유리에 서리가 껴서 차 안의 여자가 사자처럼 보인거죠! 그러니까 서리제거제 광고 같아요!

음주운전 공익광고 | 작성자 : 한상천

음주운전공익광고~ 우리는 술 먹으면 개 된다고 하잖아요 저 여자는 해외니까 사자된 거죠~ 인사불성 근데 차문을 내리니까 여자?? 음주운전은 아니 아니 아니되요~ 아마 남자버전은 개가 아닐까요 하하

SNS 캠페인 - 드림페인팅 캠페인

국내 최초 한국과 미국 천식알러지협회의 인증을 받을 만큼 안전한 친환경 프리미엄 페인트 더클래시 아토프리가 SNS를 통해 특별한 캠페인을 선보였습니다! 이름하여 건강하고 행복한 꿈의 공간을 선물하는 '드림페인팅 캠페인'!

그 첫 번째 주인공은 삼화페인트 페이스북을 통해 치열한 경쟁률을 뚫고 선정된 다섯 살 기정이네입니다. 태어날 때부터 아토피 때문에 고생한 기정이. 2년전 이사온 새집에서도 기정이 방만큼은 새집증후군으로 인해 아토피가 심해질 까봐 꾸며주지도 못했을 정도였다고 하는데요. 아토피가 호전되면서 아이방 페인트에 관심을 갖던 중 삼화페인트의 드림페인팅 캠페인에 응모하게 됐다고 합니다.

그래서 기정이 엄마를 대신해 삼화페인트 더클래시 아토프리가 기정이만의 행복한 꿈의 공간을 만들어 주기 위해 팔을 걷어붙였습니다! 컬러리스트와 벽화 작가, 전문시공팀 등 각 분야의 전문가들이 함께 기정이네를 방문해 삼화페인트 NCS 950의 다양한 컬러 중 기정이의 성향에 맞는 벽 색상을 컬러리스트의 도움을 받아 선택했습니다. 빨간 자동차를 타고 세계여행을 가고 싶다는 기정이의 꿈을 반영한 벽화그림이 그야말로 아주 예술! 이것으로 기정이는 앞으로 아토피 걱정 없는 건강한 방에서 씩씩하게 꿈을 무럭무럭 키워나갈 수 있게 되었습니다~

이번 캠페인 이벤트의 모든 진행 과정은 삼화페인트 블로그(blog.spi.co.kr)를 통해 자세히 볼 수 있습니다. 그리고 또 한가지! 드림페인팅 두 번째, 세 번째 주인공을 찾는 이벤트가 오는 12월10일까지 삼화페인트 페이스북(www.fb.com/samhwapaint)을 통해 다시 진행될 예정입니다. 기회를 놓쳤다고 아쉬워하지 마세요~

사용된 벽 페인트 색상

더클래시 아토 프리 월페이퍼

SH S 1030-R60B	SH S 1555-R80B

우리 회식 어디가?

삼화페인트 대동단결 프로젝트 〈우리 회식 어디가?〉! 삼화앤피플이 매일매일 열심히 일하며 열정을 쏟는 삼화가족들을 위해 회식비를 지원하는 '큰손 형님'으로 변신했습니다. 삼화페인트 메일로 보내주신 사연을 받아 첫 회식 당첨의 주인공으로 생산2팀 조색반이 뽑혔습니다. 다들 맛있게 드셨나요?

안녕하십니까?

생산2팀의 조색반 이상영입니다.

저희 조색반은 생산2팀에서 생산되는 제품에 색상이 들어가는 모든 제품의 색상을 조색하는 조색사로 총 10명이 근무하고 있습니다. 에나멜류, 소부류, 캔가드류 및 플라스틱 제품 등을 다루며 각자의 역할을 하고 있습니다.

특히 성수기로 들어오면서 잔업 및 특근으로 지쳐가는 동료들을 보면서 같이 모여 스트레스를 풀 수 있는 기회가 있었으면 하는 마음이 있었으나, 각 제품군을 책임지고 생산을 하다 보니 같은 조색반원이면서도 한자리에 모여서 이야기 할 기회가 적어 이번에 삼화가족을 위한 회식비지원이 있어 신청하여 모임을 가지고자 합니다.

한 해가 끝나기 전에 회식비지원금을 받아 잘 마무리 지었으면 좋겠습니다.

삼화페인트가 삼화 가족들을 위해 푸짐한 회식비를 지원합니다!

꼭 회식해야 하는 이유를 '삼화앤피플' 이메일로 보내주세요. 당첨된 팀에게는 고된 하루 업무 끝에 찾아오는 회식의 달콤함을 드립니다. 삼화 가족 여러분들의 많은 참여 바랍니다.

E-mail : speople@spi.co.kr

삼화앤피플 에서 독자 여러분께 문화를 선물해 드립니다

삼화앤피플 독자와 함께하는 독자 참여 페이지 '**문화를 드립니다**' 입니다.
아래 흩어진 퍼즐 조각을 맞춰 번호를 이메일로 보내주시면 추첨을 통하여 **문화상품권 2만원권**을 경품으로 보내드립니다.
참가하시는 분은 아래의 이메일 주소로 정답과 연락처를 함께 보내주세요!
E mail : speople@spi.co.kr

Samhwa & Quiz

이번 삼화 & 퀴즈는 삼화앤피플 09·10월호 표지 맞추기 퍼즐입니다.
삼화앤피플 09·10월호 표지를 자세히 확인하시고, 9등분으로 나눠져 있는 조각을 바르게 맞춰 숫자를 배열해 주세요.

❶ ❷ ❸ ❹ ❺ ❻ ❼ ❽ ❾

당첨을 축하합니다!

축하! 축하! 축하 드립니다. 삼화앤피플 창간호 퀴즈코너 '문화를 드립니다'에 응모해주신 모든 분들께 감사를 드립니다.
편집장이신 박정식 상무님과 레인보우기자단의 공정한 추첨을 통해 총 5분의 당첨자를 뽑았습니다.

지난 호 당첨자

경북 안동시 이옥향님 / 경기 부천시 한광순님 / 서울시 종로구 박철희님 / 경기 안산시 김순희님 / 부산시 부산진구 김성희님

※ 당첨되신 모든 분께 축하 드리며, 앞으로도 많은 참여와 관심 부탁 드립니다.

여러분의 의견을 듣고 싶습니다.

삼화앤피플 독자 여러분께 보다 알찬 내용으로 다가가고자 항상 문을 열고 기다리고 있습니다. 좋았던 내용, 개선점, 기사로 다뤘으면 하는 내용 등을 이메일(speople@spi.co.kr)로 보내주세요. 독자 여러분의 소중한 의견들은 삼화앤피플에서 커다란 힘이 됩니다. 의견을 보내주신 분들께는 삼화앤피플에서 준비한 소정의 상품을 보내드립니다. 많은 관심 부탁 드리며, 독자의 의견을 귀담아 더 나은 삼화앤피플이 되도록 노력하겠습니다.

삼화페인트 고객상담실 1544-5357 / www.spi.co.kr
아토피 때문에 벽은 가렵다
아이는 더 가렵다
아토피알러지 걱정을 지우는 힐링페인트
ATO FREE
INTERIOR
습기가 많은 내부에도
탁월한 항균력을 가진
하이테크 내부용도료
인테리어
실내 벽면전용
MULTI
방문, 가구등의
리폼에 적합한
다목적 리폼용 도료
멀티
가구 방문 전용
WALL PAPER
다양한 색상,
은은한 에그쉘 광택의
프리미엄 벽지용 도료
월페이퍼
벽지전용
HIGH CHROMA
채도높은 강렬한 색상의
인테리어용 도료
하이크로마
고채도 인테리어 전용
Premium Paints
The Classy
Premium Paints with Teflon surface protector
ATO FREE
더클래시 아토프리
삼화페인트, 업계 최초
아토피알러지케어 인증 취득!
1등 생각이 더 건강한 세상을 만듭니다! 삼화페인트
인증제품 : The Classy Interior
적용건축물 : 아파트,상가,병원,관공서,호텔 및 교육시설 관련 건축물(유치원,어린이집,학교 등)
듀폰의 Teflon® 하이테크
아토피 알러지케어인증 바이오테크
우수한 항균성능과 뛰어난 지속성
인증받은 깨끗한 품질보증 QUALITY ASSURANCE
아토프리(ATO FREE)? 아토피알러지 케어 인증을 획득한 삼화페인트의 새로운 바이오테크놀로지 브랜드
"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".