

★²⁰²⁶
Portfolio★





PROFILE



HOBBIES

MOVIES

MUSIC

DRAWING



EDUCATION

2026.09

그린컴퓨터아트학원 편집 디자인 실무과정 수료(예정)

2026.02

CAREER

2024.02

~2026.03

2022.07

~2024.02

EXPERIENCE

2026.09

대구인쇄출판 디자인 공모전

2026.06

라우드소싱 출장산후 마사 지 온결 로고 콘테 스트

2026.05

라우드소싱 든든스튜디오 캐릭터 콘테스트

CERTIFICATES

2026.07

컴퓨터그래픽기능사 필기 합격

2026.07

GTQ포토샵1급

2026.08

GTQ일러스트1급

2026.06

GTQ인디자인1급

SKILLS

PHOTOSHOP



ILLUSTRATOR



INDESIGN



DRAWING



CONTENTS



01 캐릭터 디자인 - 행복한 해바라봐

02 달력 디자인 - 세상을 뵈씨!

03 브로슈어 디자인 - 블리자드 엔터테인먼트

04 리플렛 디자인 - 창작뮤지컬 월곡

05 상세페이지 디자인 - 몬테베르테 오 드 퍼퓸



1. 행복한 해바라봐! 캐릭터 디자인

DURATION

2026.06 (5일/20h)

PROJECT

개인 100%

USE TOOL

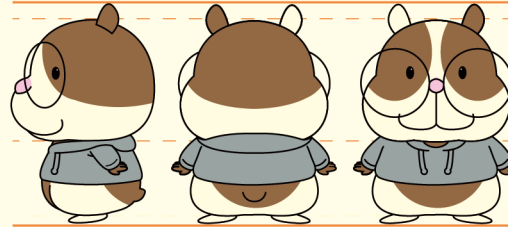
Illustrator

CHARACTER DESCRIPTION

낮선 사회에 첫발을 내딛는 사회초년생들은 새로운 환경에 적응하는 과정에서 크고 작은 어려움과 외로움을 마주하게 됩니다. '햇씨'는 그런 사회초년생들의 일상에 선물처럼 찾아와 곁을 지켜주는 친구 같은 캐릭터를 만들고자 탄생했습니다.

CHARACTER INTRODUCTION

햄식이 HAMSİK



애니와 굿즈를 좋아하는 평범한 사회초년생.
타지에서 홀로 생활하며 낯선 회사와 새로운 환경에
적응하기 위해 고군분투하고 있다.
조금 소심하고 걱정도 많은 성격이라 직장에서
실수하거나 혼나는 날이면 쉽게 풀이 죽지만, 맛있는
간식과 좋아하는 애니메이션을 보며 금세 작은
행복을 찾아내기도 한다.

햇씨 HAETSSI



작은 해바라기씨에서 태어난 밝고 긍정적인 햇씨.
세상의 모든 것이 신기해 엉뚱한 행동을 하기도
하지만, 힘들고 외로운 햄식의 마음을 누구보다 먼저
알아채고 곁을 지켜주는 따뜻한 친구다. 햄식이와
함께 소소한 일상을 보내며 즐거운 추억을
만들어간다.



HAMSIGI & HAETSSI GOODS

햄식이와 헛씨의 특징을 일상에서 자연스럽게 즐길 수 있도록 캐릭터 굿즈를 디자인하였습니다. 햄식이의 얼굴과 헛씨를 상징하는 해바라기를 아이콘으로 활용해 캐릭터의 개성을 표현했으며, 이를 인형과 슬리퍼 등의 굿즈로 확장하여 실용성과 캐릭터의 귀여운 이미지를 함께 담았습니다.



AI-Driven Character Branding

사회초년생 햄식이와 햇씨의 사회생활 경험기를 콘셉트로, 일상에서 겪는 다양한 에피소드를 AI를 활용한 카드뉴스로 시각화하였습니다. 또한 캐릭터의 세계관을 실제 공간으로 확장한 가상의 팝업스토어를 AI로 연출하여, 캐릭터와 굿즈가 하나의 브랜드 경험으로 이어질 수 있도록 구성하였습니다.



AI IMAGE GENERATION

POP-STORE

내일은 내일의 해바라기가 뜰거야!

THE HYUNDAI DAEGU B2F
08.13(THU) - 08.16(SUN)

내일은
내일의 해바라기가
뜰거야!

POP-STORE

내일은
내일의 해바라기가
뜰거야!

THE HYUNDAI DAEGU B2F
08.13(THU) - 08.16(SUN)

AI IMAGE GENERATION

목천 → 참원
okcheon → changwon



2. 세상을 봤씨! 캐릭터 달력

DURATION

2026.06 (10일/40h)

PROJECT

개인 100%

USE TOOL

Illustrator InDesign



CHARACTER DESCRIPTION

세상에 태어난 지 얼마 되지 않아 모든 것이 신기한 햇씨는 새로운 친구 토리우스를 만나 함께 전국 일주를 떠나게 됩니다. 처음 마주하는 장소와 사람들, 다양한 경험을 통해 햇씨는 자신이 알지 못했던 세상을 하나씩 발견하고 성장해 나갑니다.

“햇씨가 여행하며 만나게 될 세상은 얼마나 넓을까?”

OVERVIEW

「세상을 봤씨!」는 자체 기획 캐릭터 브랜드 「행복한 해바라바!」의 등장인물 햇씨를 중심으로 제작한 캐릭터 달력 프로젝트입니다. 작은 해바라기씨에서 태어난 햇씨가 프랑스에서 온 도토리 친구 토리우스를 만나 함께 여행하며 새로운 세상을 경험하는 이야기를 담았습니다.

월별 여행지와 계절의 특징을 캐릭터 일러스트로 표현하여, 햇씨의 시선으로 바라본 세상의 아름다움과 여행의 설렘을 달력 속에 담아내고자 하였습니다.







3. 블리자드엔터테인먼트 브로슈어 디자인

DURATION

2026.07 (6일/24h)

PROJECT

개인 작업 100%

USE TOOL

InDesign Photoshop

REDESIGN BACKGROUND

블리자드 엔터테인먼트는 2008년 Activision Blizzard 출범과 2023년 Microsoft 인수를 거치며 기업 구조에 변화를 맞이하였습니다. 이 과정에서 블리자드의 역사와 브랜드 정체성을 보여주는 독립적인 브로슈어를 확인하기 어려워, 고유한 세계관과 브랜드 가치를 효과적으로 전달하고자 브로슈어를 기획하였습니다.



OVERVIEW

블리자드의 기업 이념, 대표 IP, 게이머를 핵심 키워드로 설정하여 브랜드의 정체성을 효과적으로 전달하는 브로슈어를 기획하였습니다. Diablo, Warcraft, Hearthstone, Overwatch 등 대표 IP의 개성과 세계관을 시각적으로 활용하고, 오랜 팬부터 새로운 게이머까지 블리자드만의 브랜드 경험을 직관적으로 느낄 수 있도록 구성하였습니다.

KEY 1

뜨겁고
파란

KEY 2

차분하면서
열정적인

KEY 3

신뢰감
있는

COLOR PALETTE



#0F1129

#2A4472

#316BAB

#AFC7E5



Creating
New Worlds
Where Stories Begin

CEO Message

플레이어 여러분께

블리자드는 9월 동안 게임을 통해 사람과 사람을 연결하고, 오레도록가년에 남는 경험들만을 이었습니다. 그 모든 역사의 중심에는 언제나 플레이어 여러분이 함께했습니다.

오늘날 플레이어들은 새로운 게임을 기다리는데 그치지 않고, 자신이 사랑하는 세계를 지속적으로 경험하며 함께 성장하기를 기대하고 있습니다. 이러한 기대를 충족하기 위해 블리자드는 더욱 예측 가능하고 안정적인 콘텐츠 제공 체계를 구축하고자 합니다. 신작과 대규모 업데이트를 꾸준한 주기로 선보이면서 새로운 플레이어들과 도전할 만한 수 있는 환경을 만들어 가고 있습니다.

이와 함께 새로운 가능성을 모색하는 동시에, 워크래프트, 디아블로, 오버워치 등 오랜 시간 사랑받아 온 블리자드의 대표 IP를 더욱 깊고 풍성하게 발전시켜 나가겠습니다. 플레이어 여러분이 소중한게 이어온 세계관과 이야기에 새로운 가치를 더해, 새로운 날에 함께 즐길 수 있는 경험을 제공하겠습니다.

요한나 페리스 Johanna Faries

Professional Experience
 NFL과 Activision Blizzard에서 부연도 전직해 글로벌 비즈니스 경험을 쌓았으며, 2024년부터 블리자드는 연대위원회 위원(leader)으로서 주요 팀의 성장과 미래 진척을 이끌고 있습니다.

The Heart of Blizzard

우리의 핵심 가치는 블리자드의 신념과 정신이 담겨 있습니다. 블리자드 문화의 근간이자, 서로와 동행하기를 대하고 역사 경험을 내리는 우리의 자비와 방식에 치료 역할을 합니다.

Obvious philosophy

Our History

Crafting Worlds Since 1991

우리가 게임을 통해 역사적 경험을 만들어 온 시간. 블리자드는 플레이어와 함께 성장하며 새로운 세상을 만들어가고 있습니다.

1991 ▶ 첫 번째 게임, 크래프트와 어드벤처, 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다.

1996 ▶ 첫 번째 게임, 크래프트와 어드벤처, 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다.

1998 ▶ 첫 번째 게임, 크래프트와 어드벤처, 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다.

2006 ▶ 첫 번째 게임, 크래프트와 어드벤처, 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다.

2016 ▶ 첫 번째 게임, 크래프트와 어드벤처, 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다.

2018 ▶ 첫 번째 게임, 크래프트와 어드벤처, 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다.

2024 ~ 2025 ▶ 첫 번째 게임, 크래프트와 어드벤처, 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다.

2026 ▶ 첫 번째 게임, 크래프트와 어드벤처, 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다. 블리자드는 새로운 세계를 창조하는 데 첫 걸음을 내딛었습니다.

혼자가 아닌 함께

블리자드의 다섯 가지 기업 이념 중 세 가지 핵심 가치를 중심으로, 기업의 메시지와 사회적 가치가 자연스럽게 전달될 수 있도록 구성하였습니다. 게임을 만드는 기업을 넘어, 블리자드가 사람과 사회를 바라보는 방향성과 브랜드 철학을 보여주고자 하였습니다.

지속 가능한 미래를 위한 우리의 약속
 Our Commitment to a Sustainable Future

다양성의 힘
 The Power of Diversity

기업의 사회적 책임
 Corporate Social Responsibility

게임들 넘어, 사회와 함께 성장합니다
 Growing Beyond Games, Together with Society

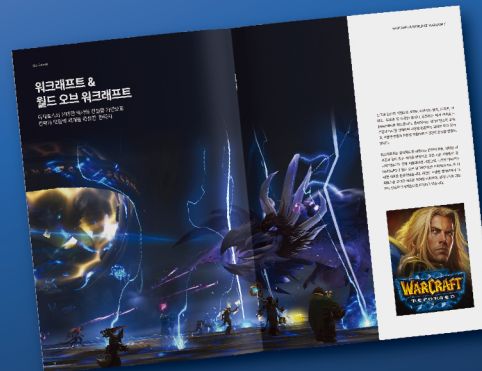
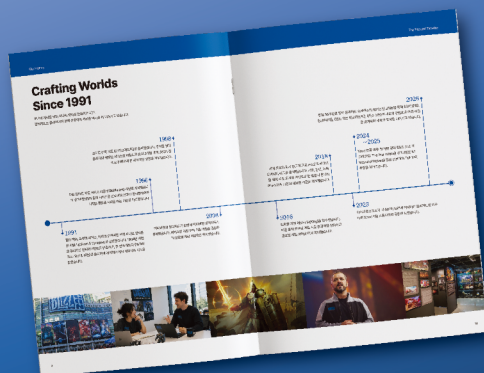
EVERY GAME, A NEW WORLD

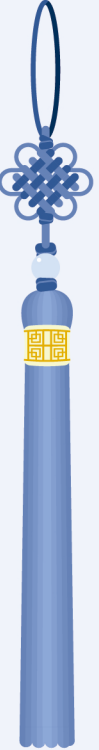
블리자드는 ‘놀이의 사랑’과 ‘무한한 호기심’을 바탕으로 끊임없이 새로운 세계와 이야기를 만들어온 기업입니다. 이러한 브랜드 가치를 시각적으로 전달하기 위해, 블리자드의 창립부터 현재까지 이어진 게임과 대표 IP의 흐름을 중심으로 콘텐츠를 구성하였습니다. 각 게임이 가진 고유한 세계관과 이미지를 활용하여 블리자드가 만들어온 다양한 세계를 경험할 수 있도록 디자인하였습니다.

놀이의 사랑



무한한 호기심





4. 창작 뮤지컬 “월곡” 리플렛 디자인

DURATION

2026.07 (5일/20h)

PROJECT

내부 프로젝트

USE TOOL

InDesign Illustrator Photoshop



CLIENT REQUEST

내부 프로젝트로, 달서아트센터에서 공연한 창작 뮤지컬 「월곡」의 리플렛 디자인을 기존 포스터의 분위기를 유지하되 새로운 그래픽 접근이 더해진 디자인을 요청하셨습니다.

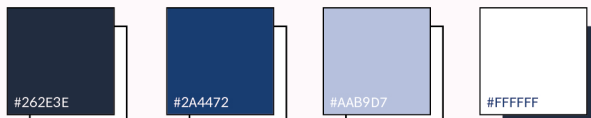
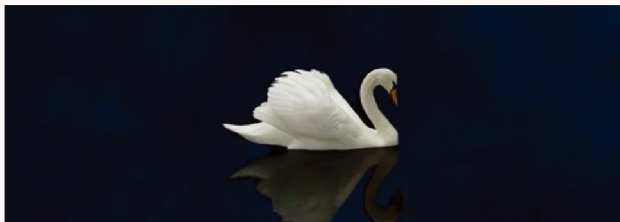
뮤지컬 월곡은 한국적 정서와 묵직한 서사를 담고 있는 창작 뮤지컬로 임진왜란 당시 의병장 ‘우배선’의 이야기를 바탕으로 한 작품이며 역사성과 감성, 그리고 공연 브랜드 이미지를 효과적으로 전달할 수 있는 방향으로 제작하고자 하였습니다.

OVERVIEW

기존 포스터의 감성을 존중하면서도, 리플렛만의 새로운 해석과 그래픽 아이디어가 공연의 깊이와 울림을 확장시키기, 차분하고 깊이 있는, 동양화 계열의 정서와 블루그레이 계열의 절제된 컬러감이 느껴지고 공연의 서사성과 감정을 담아낸 한국적인 미감과 여백 중심의 구성의 레이아웃으로 작품의 분위기를 담겨지는 것을 목표로 합니다.



COLOR PALETTE



MODE BOARD



주연배우 이충주, 박시원과 함께
더욱 화려해진 무대와 넘버로 돌아온
2026 뮤지컬 <월곡>



의령장 수레신의 의병전 공적에 영감을 받아
탄생한 후면 드라마,
7월, 나라를 지키고자 했던 의병들의
 뜨거운 신념과 사랑이
다시 한번 무대를 가득 채워진다.

뮤지컬 <월곡>은
월곡대첩 관련, 한때 말기에서 찾아낸 의병장으로서
“독립운동가의 유망후손”이라 칭하고 아이들을 이끌고 무탈코로
환향길 떠나지만, 대가족이었던 집안에서는 배움살을 꾸려야 할 의무가
무엇보다 앞섰던 월곡씨(박시원)는 처절한 자결을... 직관적 이야기,
실제 기록에 낯선 유서와 더불어, 최후의 영광과 포성의 공격에 관여해 온
젊은 솔밭과 월암강을 선사했다. 특히 올해는 확장된 스페셜 무대
세트는 두루넷과 화의 비를 선보이며, 한눈 갈라진 사자와
타래로운 불거리와 강물을 만난다.

관객력 후기

★★★★★

「나라를 지킨 한 사람의 신념. 부대 위에서 다시 살아났다.
뜨거운 감동과 오장만 움직이지 않았다.
창작뮤지컬 <월곡>을 만나보지요.

★★★★★

한 시대의 결단이 적자를 물었다.
잊혀진 병영의 이야기가 지금, 무대 위에서 펼쳐진다.

★★★★★

역사를 배우듯 우리, 세계를 움직인 이야기.
의령장 수레신의 삶과 신념을 담은 뮤지컬

공연정보

미 캐 켄트 9월 1일 상사극단 1만 5천
는 합 전 형 주동형 이상 권민아
공 전 건 110초
예 매 1캐팅 크릭스(ckric.co.kr)

발표정보	
10%	DGAC 공연도 발전 KASO와 함께 공연도 발전하며 DGAC 발표도 DGAC 개회식에서 열린 1년치 방송을 제하 —그런데도 소사사(소사문헌)
30%	DGAC 1년차 발표도 —대행 —도시 통일(10월 10일) 국립중앙도서관(소사사)출판물 대구광역시(소사사), 소사사(소사문헌) 국립중앙도서관(소사사)출판물 —그런데도 소사사(소사문헌)
50%	—도시 통일(10월 10일) 국립중앙도서관(소사사)출판물 국립 중앙도서관, 1년차(10월 10일) —도시 통일(10월 10일)

오시는 길



● 버스정류장 - 상사301사 - 세한-강가-아산 다나

2026 로케이션 특성상 지원 사업 선정 공문

DGAC크리틱

月谷
조각감
안다나

자민다는 것 우리의 생명



문의처

디켄트 9월 1일 상사극단 1만 5천
1588-7890

당사비밀 처리 및 문의사항
당사비밀 처리 및 문의사항
053-584-3719, 8720

2026. 7. 9.(목) ~ 2026. 7. 11(토)

목14시 / 금14시, 19시 30분 / 토 14시, 18시

달서아트센터 청룡홀

CAST



유인식 역 이종수

"그런다는 것, 우리의 사명."
아더로 아워다트 홀로 돌리길 것이다."



가게요시 유 박시한

"크고 아름다운 특이함과
괴상함이 있는 자야"



혁이 조창선

"기차 열에서 열매처럼,
꽃을우리를 지키기로"



율이 권병민

"여러날 후 두드려 주기를
지키라고 습니다."

일본 극단 카구치 나데의 연가비로 시작 된 여중생
사건은 유럽전통 춤과 노래를 '당나라'로 옮겨와
악극으로 재탄생시킨다. 그 악극으로 일본에서 열려온 악연정

양상발

강희태·김민우·김학용·서현호·나재진
이영희·박성미·박승민·백경민·배영진

CREATIVE TEAM

각본 송승훈	공동각본 이상민	교도제작 김기하
무대 연출 김준석	무대 연출 최원익	무대 연출 최원익
연출 조영택	연출 안소혜	조연출 이재형
캐릭터 디자인 송지혜	사무 기획팀 나광기·박정민	음향팀 이갑호
프로그래밍 손동철	프로덕션팀 윤관필	아트디렉터 제르메노스

DSAC PRODUCTION TEAM

제작총괄 박원호	운영관리 박원호
제작감독 손해웅	제작지원 이윤율
최초메이크업 김명자	프로그래밍 채종홍

“지킨다는 것, 우리의 사명 -”

SYNOPSIS

주연인 왕보노가 생애에서 ‘혁’이라는 무로를 잃고 ‘열매’가 드린다고
어릴 적부터 ‘왕복’이 가엾음이 있어 길로 다니고 있다.
‘율’이 ‘무선선’을 발견하고, ‘혁’이는 “그 무선에 목숨이 걸렸는단다.”

소름이 돋는 일화 ‘무선선’은 도깨비들의 괴담집으로
4월 1일부터 본격적인 방송이 시작된다.
왜냐하면 ‘무선선’이라는 전설과 더불어 죽음의 위험을 감수해야 한다.

이 시대를 살아가는 한 가족이 유가족인 ‘왕복’의 사명을 부여받은
포스트라이프라고 그 사이에서 벌어지는 일화까지 그려진다...

2020년 리딩극으로 첫선을 보인 달시아트센터의 자체 제작 대표 창작뮤지컬

해야! 끊임없는 연구와 새로운 시도들 거듭하며 작품의 완성도
를 높였습니다!! 올해 공연된 2020년 본연의 달시아트센터의 공연사
업을 통해 전국 최대 규모의 국공립 확보하며 한층 더 충실한 구
도로 계획되었으며 신규 무대세트와 더욱 철저적인 연습, 새롭고
추가된 뮤지컬 팀, 그리고 탄탄한 캐스팅까지 더해져 어벤저스
만큼 절친한 공연장을 선사합니다.

"남다른 살아간 사건의 회화를 관객들이 잘 느낄 수 있도록
언젠가 있는 캐릭터를 만드는 데 집중했다"

제작자인 남순희는 영웅의 이야기를 전달하는 데 크게 알고, 시
대를 살아가는 인물들의 갈등과 선택, 사랑의 희생정신을 세세하게 담
아내고 완성도 높은 연출로 관객들에게 새로운 감동을 선사하며,
사극 뮤지컬의 새로운 가능성을 보여주는 작품으로 자리매김하
고 있습니다.

역사와 공동, 그리고 현대적인 감각이 조화를 이루는 창작뮤지컬
'달곡', 매 공연 새롭게 진화하는 무대 위에서 계속 그려진 이야
기와 뜨거운 감동을 직접 만나보시길 바랍니다.



DESIGNPOINT

우배선에게서 느껴지는 조선시대 선비의 책임감과 올곧은 마음을 블루그레이 컬러에서 영감을 받아 표현하였습니다. 또 그의 호인 '월곡'이 지닌 이미지를 바탕으로, 달빛이 고요히 내려앉은 분위기를 담아 나라와 백성을 지켜야하는 책임감의 무게를 은유적으로 나타냈습니다. 차분하게 내려앉은 달빛처럼 묵직한 사명감과 산님이 자연스럽게 전달될 수 있도록 색감과 분위기를 구성하였습니다.

The image displays a collection of promotional materials for the film "The Moon Valley" (월곡), produced by DSAC.

- Poster:** Features the title "월곡" in large, stylized Korean calligraphy. Below it, smaller text reads "이름은 월곡이다" (The name is Moon Valley).
- Map:** A small inset map shows the location of the filming site, labeled "월곡" (Moon Valley), near Gyeongju.
- Press Kit / Brochure Pages:**
 - Top Left:** Contains contact information for the production office, including phone numbers and email addresses.
 - Top Right:** Lists the main cast members: Kim Yoon-seok (김윤석), Lee Min-woo (이민우), and others.
 - Middle:** Provides details about the film's release date (September 9, 2026) and its genre (Historical Fiction, Action).
 - Bottom:** Includes a synopsis of the film, describing it as a story of a man who becomes a hero through his actions.



5. 몬테베르테 향수 상세페이지 리디자인

DURATION

2026.05 (5일/20h)

PROJECT

내부 프로젝트

USE TOOL

Photoshop

REDESIGN BACKGROUND

몬테베르테 향수의 기존 상세페이지는 제품 정보를 텍스트 위주로 전달하는 구성으로 이루어져 있어, 향수가 가진 분위기와 브랜드의 감성을 충분히 전달하지 못한다는 아쉬움이 있습니다.

향수는 향뿐만 아니라 이미지와 감성까지 함께 전달 되는 제품인 만큼, 제품의 특징과 매력을 보다 직관적이고 효과적으로 표현할 수 있도록 상세페이지를 리디자인 하였습니다.

OVERVIEW

몬테베르데 오드 퍼퓸 상세페이지의 개선하고 싶은 점

- 텍스트 중심의 정보 전달
- 향을 시작적으로 전달하는 요소가 부족함
- 제품 이미지의 반복성이 높음
- 정보의 위계가 명확하지 않음
- 브랜드 스토리와 제품 이미지의 연결 부족
- 구매를 위한 제품 정보가 감성적인 이야기 속에 묻힘



COLOR PALETTE



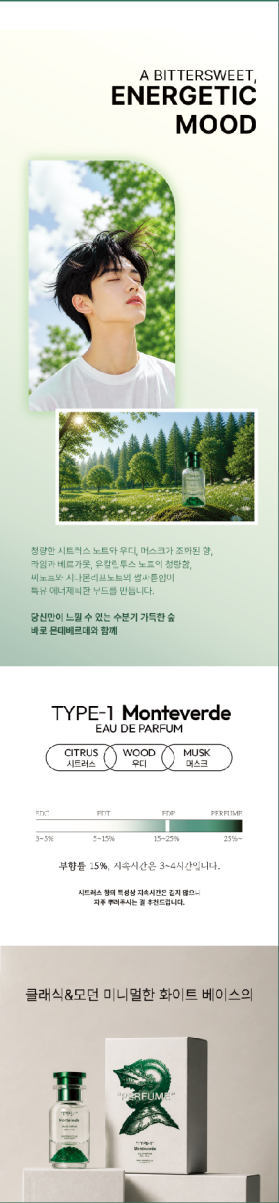
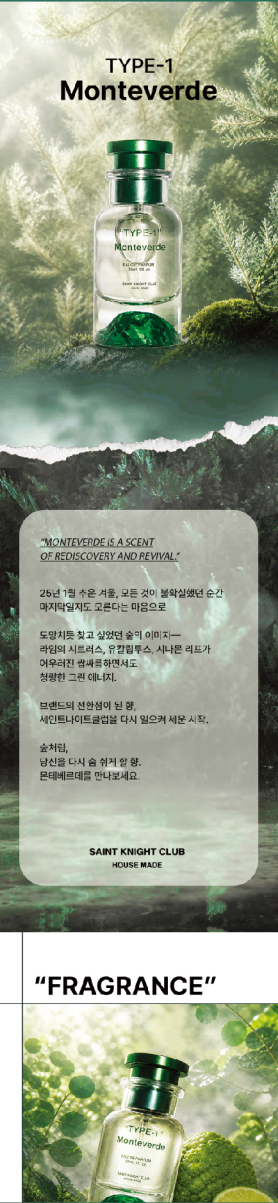
DESIGN IMPROVEMENTS

긴 브랜드 메시지 대신 타이틀과 향수의 이미지를 형상화한 비주얼을 배치하여 첫 화면에서 제품의 분위기를 직관적으로 느낄 수 있도록 구성했습니다.

브랜드 메시지는 대표 이미지 다음에 배치하고, 긴 설명을 핵심 내용으로 축약하여 브랜드 스토리에 자연스럽게 흥미를 이어갈 수 있도록 구성했습니다.

향수의 노트와 향을 글로만 설명하기보다, 향수와 주요 재료를 시각화하고 시 모델을 활용하여 브랜드와 향수가 가진 분위기를 직관적으로 전달하고자 했습니다.

BEFORE



향수가 가진 분위기와 이미지를 보다 효과적으로 전달하기 위해 AI를 활용해 제품 콘셉트에 어울리는 일관된 모델을 활용해 향수를 자연스럽게 합성하고, 제품의 메인 컬러와 어울리는 배경과 분위기를 구성했습니다. 또한 다양한 연출컷을 통해 제품을 보다 자세히 보여주어 소비자의 관심과 구매 욕구를 높이고자 했습니다.

AI IMAGE GENERATION



몬테베르테가 전하는 5가지 향의 감상

VIBRANT GREEN VIBE



LIME&BERAMOT

뿌리는순간 머릿속이 맑아지는 느낌
긴장을 풀고 싶을때 어울려요



EUCALYPTUS

숨을 들이쉬면 공기가 달라지는 느낌
머리가 맑아지는 향이에요



GREEN GRASS/SEA NOTES

넓은 공간에 있는 것 같은 향
답답함이 사라지는느낌이에요



CINNAMON

은근하게 따뜻한 향
몸이 데워지는 느낌이에요



OAKMOSS/MUSK

시간이 지날수록 피부에 녹아드는 향
타인이 먼저 알아채는 진향이에요

AI IMAGE GENERATION





TYPE-1 Monteverde



"MONTEVERDE IS A SCENT
OF REDISCOVERY AND REVIVAL."

25년 1월 추운 겨울, 모든 것이 불확실했던 순간
마지막일지도 모른다는 마음으로

도망치듯 찾고 싶었던 숲의 이미지—
라임의 시트러스, 유칼립투스, 시나몬 리프가
어우러진 향을 하면서도
청량한 그린 에너지를

산의 전환점이 된 향,
여름을 다시 일으켜 세운 시작.

"FRAGRANCE"



TYPE-1
Monteverde

TOP

LIME & BERGAMOT
EUCALYPTUS

HEART

GREEN GRASS
SEA NOTES
CINNAMON

BASE

OAKMOSS MUSK

몬테베르테가 전하는 5가지 향의 감상 VIBRANT GREEN VIBE



LIME & BERGAMOT
뿌리는 순간 머릿속이 맑아지는 느낌
간장을 푼 듯 시원하게 어우러요

EUCALYPTUS
숨을 들이쉬면 공기가 달라지는 느낌
머리가 맑아지는 향이에요

GREEN GRASS/SEA NOTES
넓은 공간에 있는 것 같은 향
답답함이 사라지는 느낌이에요

CINNAMON
온근하게 따뜻한 향
물이 데워지는 느낌이에요

OAKMOSS/MUSK
시간이 지날수록 피부에 녹아드는 향
타인이 먼저 알아채는 간향이에요

A BITTERSWEET, ENERGETIC MOOD



청량한 시트러스 노트와 우디, 머스크가 조화된 향,
라임과 베르가못, 유칼립투스 노트의 청량함,
시나몬과 시나몬리프 노트의 보온감이
특유 에너지 넘치는 무드를 만듭니다.

당신만이 느낄 수 있는 수분이 가득한 숲
바로 몬테베르테와 함께

PREMIUM FRAGRANCE PACKAGE



고급스러운 녹색의 라벨,
그리고 아래 산맥 모양 보석의 디테일
단단함과 유려함을 표현했습니다.



반짝이는 증세기사의
세심하게 조각한
자석이 있어 편리하게 여닫

제품정보
제품명 | 몬테베르테 오드 퍼퓸
용량 | 30ml
제조사/제조국 | 세인트 나
피부타입 | 모든 피부 타입
사용기한 | 개봉 후 18개
전성분 |
변성알코올, 향료,
시트러스 노트, 베르가
몬테베르테 오드 퍼퓸
벤질살리실레이트
사용방법 |
구멍이나 손가락으로
타지 않고 발라주세요
있으니 주의
사용 시 주의
1. 화장
사용 후
충전
상지

THANK
YOU

