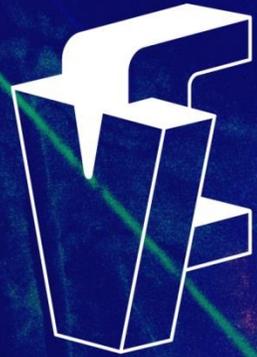


A black and white photograph of a musician with long hair, wearing a dark jacket, playing an electric guitar. The musician's head is tilted back, and their eyes are closed. The background is a plain, light-colored wall. Several microphones on stands are visible around the musician. Overlaid on the center of the image is the word "INSTINCT" in large, bold, red, sans-serif capital letters.

INSTINCT



VINCENT COSMIC



MAIN CONFIRMED BY
LEE YOUNG-JUN

MAIN EDITORIAL
PARK JUN-WON

VISUAL
PARK JUN-WON CHO HYEON-SEO KIM TAE-MIN

SECOND EDITORIAL
LEE SANG-EUN HEO JIN-SEO YOO YEONG-HWAN

BASED ON
EDGERANK

SPECIAL THANKS TO
LIM DAE-SEONG LEE YONG-MIN SHIN HYUN-CHEOL
BAE MIN-AH EOM IL-HYUN LEE HYUN-SOOK SONG GUN-HEE
KIM HEE-HYUN KIM TAE-MIN KIM JI-HYE
CHOI JAE-KYUNG



VINCENT

The aggressive definition led by Vincent Cosmic means the desire and expressiveness of creativity without boundaries.

What we seek is not intangible passion, but rather form and meaning, and deliver the most popular and subjective message.

COSMIC



01 PROLOGUE

02 BIOGRAPHY

03 TRACK COMPOSITION

04 PORTFOLIO

05 EPILOGUE

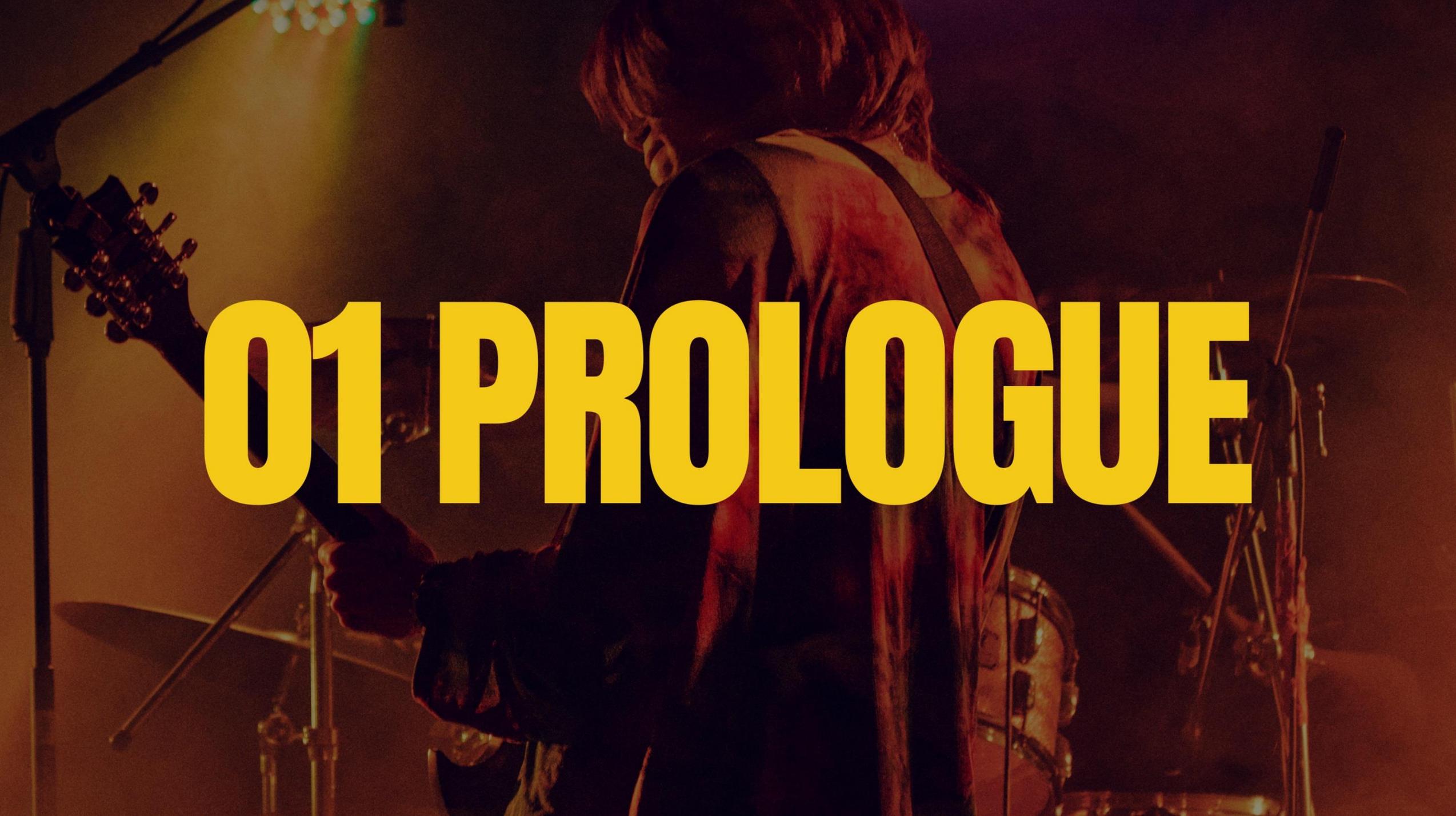
Special Comment
From The COO.

Brief description of the company introduction
From The [VINCENT COSMIC]

A guide to the various products and services we have
Especially, everything about the track

A portfolio of all our creative needs

Making Film on the memory



01 PROLOGUE

하나의 Track[음악]에 대해서 갖는 감성과 인상은 모두가 다르다.

장르로써 구분 지을 수 있는 곡이라고 한들,
이것을 받아들이는 쪽의 다양한 스토리나 상상력이 함께
조화를 이루면서 서로 전혀 다른 맥락의 이미지를 부여한다.

우리가 생각하는 콘텐츠와 마케팅, 그리고 주된 커뮤니케이션의 일환으로
규정 지을 수 있는 항목은 단순한 프레임과 가이드라인으로 설명할 수 있는 것이 아니다.

하나의 Track으로써 우리를 필요로 하는 모든 이들에게 저마다의 의미가 담긴
감성과 크리에이티브, 그에 따른 명분을 제공하고자 하며 이러한 논리와 표현법은 굳이
이론적·공식화 된 프로세스으로써 정립화 시킬 필요는 없다.

그저 필요한 건?

Moment By Moment - Step By Step으로 전개되는 우리만의 크리에이티브 플로어와
자유롭게 발산하고 뿜어내는 에너지와 열정의 시발점이다.

바로 이 포인트에서 지향할 수 있는, 정체되어 있지 않은 가장 공격적이고 본능적인
크리에이티브의 확장성이 VC가 갖는 본질이자 무형의 에너지가 될 것이다.

그리고 우리는 이를,

의심하지 않는다.

The emotions and impressions of each track are all different. Even if it's a song that can be distinguished by its genre.
The stories and imaginations of the people who accept it in harmony,
while images of completely different contexts are given.

As part of what we think is content, marketing, and major communication, items defined are not
explained by simple frames and guidelines.

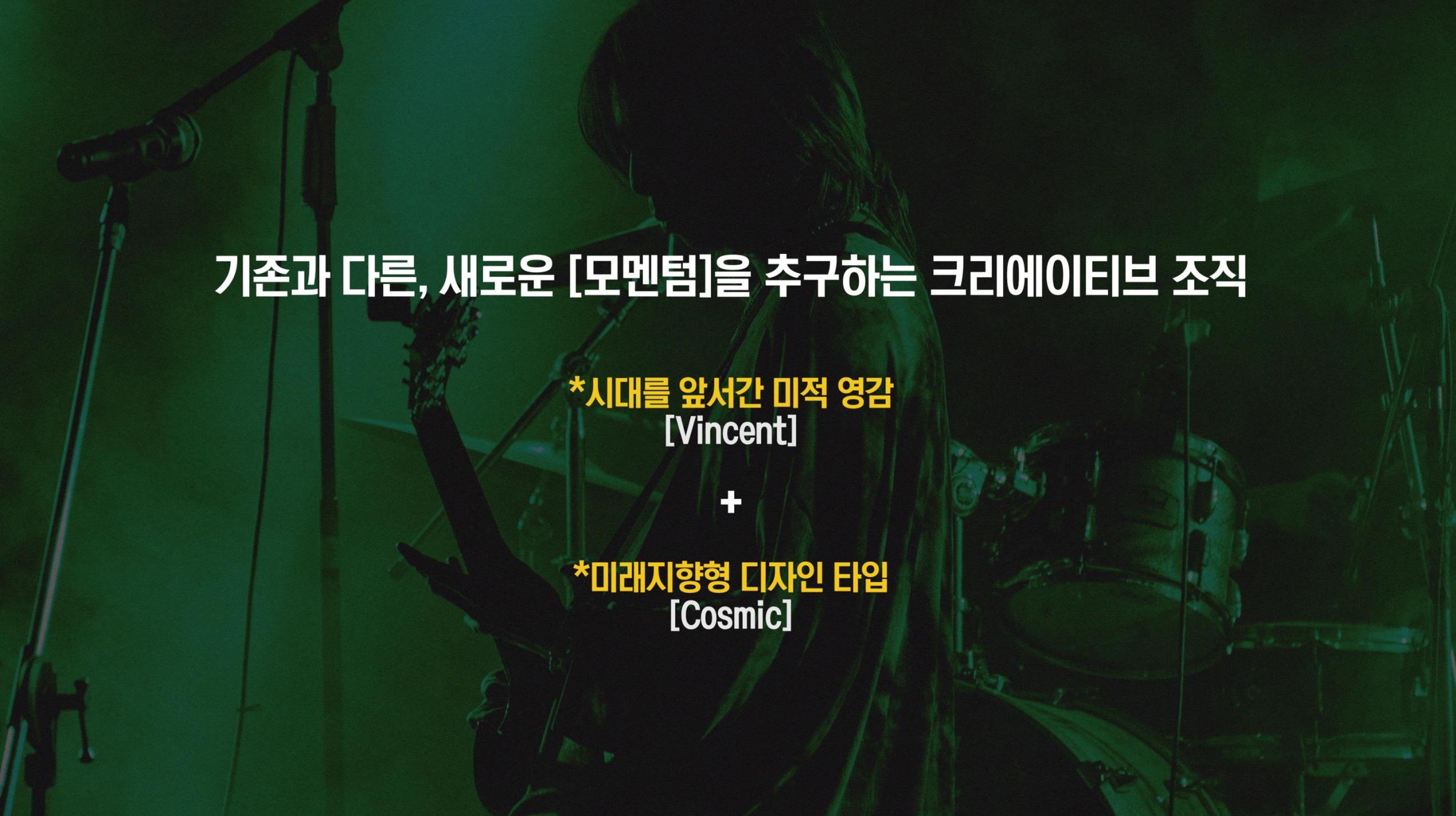
It has its own meaning to everyone. Those who need us as a track, we want to re-establish emotions, creativity,
and the cause accordingly. This logic and expressive method does not
have to be established as a theoretical and formal process

What do you need?

Moment By Moment - Step By Step, our own creative floor It is the starting point
of energy and passion that freely radiates and exudes.
At this point the scalability of the most aggressive and instinctive creativity that's
ever been refined will be the essence and intangible energy of VC.

And we're going to do this,

I don't doubt it.

A musician is shown in profile, playing an electric guitar on a stage. The scene is dimly lit with a strong green color cast. A microphone on a stand is visible in the foreground on the left. In the background, a drum set is partially visible. The overall mood is artistic and focused.

기존과 다른, 새로운 [모멘텀]을 추구하는 크리에이티브 조직

***시대를 앞서간 미적 영감**
[Vincent]

+

***미래지향형 디자인 타입**
[Cosmic]



02 BIOGRAPHY

BEYOND CONTENTS, FROM CONTENTS-TRACK

〈빈센트 코스믹〉은 기존의 고정된 형식의 콘텐츠 타입이 아닌,
브랜드와 제품에 맞는

스토리 와 콘텐츠 기술의 융합을 지향



CREATIVE FLOOR ON CONTENTS FLOOR



IMC 통합 마케팅 전략과 각 카테고리 별 특성화된 테크닉을 접목시킨 제작 플로어,
이를 총괄하는 VC만의 독보적인 <크리에이티브 디렉팅>이 아우르는 하나의 <브랜딩>으로 확장되는 <콘텐츠 트랙>

A group of people are gathered around a computer workstation in a room with blue lighting. A man with glasses is leaning over the desk, looking at the monitor. Other people are visible in the foreground and background, some looking at the screen. The scene suggests a collaborative work environment or a classroom setting. The text '03 TRACK COMPOSITION' is overlaid in large, bold, yellow letters.

03 TRACK COMPOSITION

VARIETY CONTENTS TRACK

각 제품의 특성을 고려한 스토리 설정, 고유한 감성에 맞는 **사운드를 중심으로**
적합한 라이프스타일을 함께 매칭한 콘텐츠 포맷을 라인에 구성



VARIETY CONTENTS TRACK

브랜드에서는 일관된 콘텐츠 스토리 라인 구성을 통해
다양한 콘텐츠를 적재적소에, **통일된 비주얼적 톤앤매너**로 활용



VARIETY CONTENTS TRACK

브랜드는 산발적으로 이루어지는 광고 소재 제작에 대한 **비용적 효율화**가 가능하며
소비자는 일관된 광고주 콘텐츠 노출로 인한 **브랜드 인지에 용이**



PACKAGE

PACKAGE	CONTENTS
VISION CONTENTS TRACK	브랜드 룩북 8개 테마 촬영 (A-B컷 30장제공)
VARIETY CONTENTS TRACK	브랜드 룩북 8개 테마 촬영 (A-B컷 30장제공) + 브랜드 음원
VALUABLE CONTENTS TRACK	브랜드 룩북 8개 테마 촬영 (A-B컷 30장제공) + 브랜드 음원 +뮤직 클립영상

A woman with long dark hair and black-rimmed glasses is sitting on an orange couch, looking towards the camera. She is wearing a blue Champion jacket with yellow stripes on the sleeves and a white t-shirt with a colorful graphic that says "Parmalee". Her left hand is resting on her cheek, and her right hand is holding a smartphone. To her left, a man with short blonde hair and a beard is sitting on the same couch, looking towards her. He is wearing a dark blue jacket. The background features a patterned wall with floral and leaf motifs. Large, bold, yellow text "04 PORTFOLIO" is overlaid across the center of the image.

04 PORTFOLIO



CHIL LABEL

 롯데칠성음료

*Client: 롯데칠성음료 & 칠레이블

*Detail: 공식 인스타그램/유튜브

*Style: #패션 #음악 #뮤비 #음원 #룩북 #시리즈

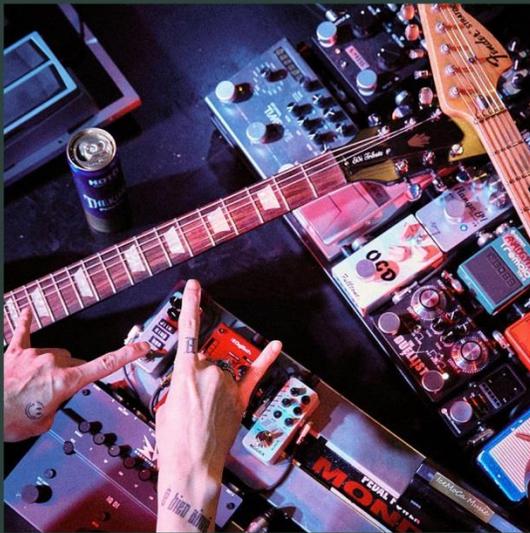
*Comment:

롯데칠성음료에서 출시하는 다양한 음료 브랜드와 패션+모델+음원+뮤비
발매 형식의 월별 시리즈 연재를 통해 디지털 컬러 룩북 형식을 갖춘,
VC 최고의 퍼포먼스로 평가받는 커리어 중의 하나.

<칠 레이블>이라는 새로운 브랜드 채널 생성을 통해 단독 운영으로 진행-







CREATIVE DIRECTOR **PARK JUN-WON**

AE **LEE HYUN-SOOK KWEON KYUNG-RUEL JUNG SEO-WOON**
BAE MIN-AH LEE HO-BUM

VIDEO CLIP & PHOTO **KIM HEE-HYUN SONG GUN-HEE KIM TAE-MIN**
CHO HYEON-SEO



C.A.T WORK

 롯데칠성음료

*Client: 롯데칠성음료&칠레이블 on 에스팀 에이전시

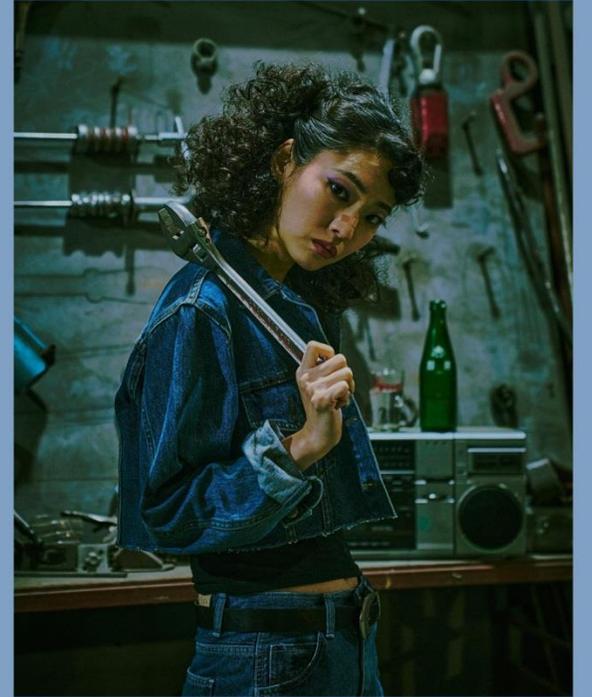
*Detail: C.A.T Work 2023 페스티벌

*Style: #패션 #뮤비 #오픈갤러리 #전시 #캠페인

*Comment:

〈칠성사이다〉의 60년 헤리티지를 현대적 재해석으로 보여주는 새로운 브랜드적 모티프의 근간이 된 프로젝트.

국내 최대 규모의 모델 에이전시인 〈에스팀 엔터테인먼트〉가 주체하는 〈캣 워크 페스티벌〉의 단독부스에서 3일간-사진전으로 진행된 캠페인.





A woman with dark hair and a pearl earring is blowing out a candle on a birthday cake. The scene is dimly lit and has a blue tint. The text is overlaid on the image.

CREATIVE DIRECTOR **PARK JUN-WON**

AE **JUNG SEO-WOON JANG DONG-SUN YOO NA-EUN**

VIDEO CLIP & PHOTO **KIM HEE-HYUN SONG GUN-HEE KIM TAE-MIN**



EAU DE- SALON.N

 롯데칠성음료

*Client: 오드칠성 바이 살롱드느바에 - 롯데칠성음료&칠 레이블

*Detail: 캠페인

*Style: #패션 #퍼퓸 #룩북

*Comment:

<칠성사이다>의 행에서 모티브를 차용한 퍼퓸 굿즈의 출시에 맞춰서 오프라인 콘텐츠로 제작한 룩북 컬렉션.

기존의 통상적인 럭셔리 무드 위주의 퍼퓸라인 보다 <동양의, 오리엔탈>무드를 부각시킨 한지 공예와 한국화 콜라보를 활용한 아이디어로 신선함을 더했다.



A woman with dark hair tied back is shown in profile, looking down at a small glass bottle of beer she is holding. The background is a warm, golden-yellow color with soft, out-of-focus light spots. The text is overlaid in white, bold, sans-serif font.

CREATIVE DIRECTOR **PARK JUN-WON**

AE **LEE HYUN-SOOK** **LEE HO-BUM** **KWEON KYUNG-RYUEL**

VIDEO CLIP & PHOTO **KIM HEE-HYUN** **SONG GUN-HEE** **KIM TAE-MIN**



DOYAJI BARCONS

 LOTTE WELLFOOD

*Client: 도야지바르송 - 롯데웰푸드 (구)롯데제과

*Detail: 캠페인

*Style: #패션 #어패럴

*Comment:

발매 40주년을 맞이하는 롯데웰푸드-빙과의 대표적인 제품인 <돼지바>와 패션 콜라보레이션을 진행한 스페셜 프로젝트. 기존의 일회성 굿즈가 아닌 실제 기성제품 라인과 동일한 퀄리티와 완성도의 패션 굿즈, 모자/트렌치코트/타비 슈즈-를 직접 디자인 및 제작하여 진행한 최초의 패션 캠페인으로 손꼽힌다.







CREATIVE DIRECTOR **PARK JUN-WON**

AE **JUNG SEO-WOON CHAI JEONG-YEON JANG DONG-SUN**
HAN JUNG-HO KIM MIN-JUNG

VIDEO CLIP & PHOTO **KIM HEE-HYUN SONG GUN-HEE CHO HYEON-SEO**
LEE SANG-EUN



THE NATUUR

 LOTTE WELLFOOD

*Client: 나무루 - 롯데웰푸드 (구)롯데제과

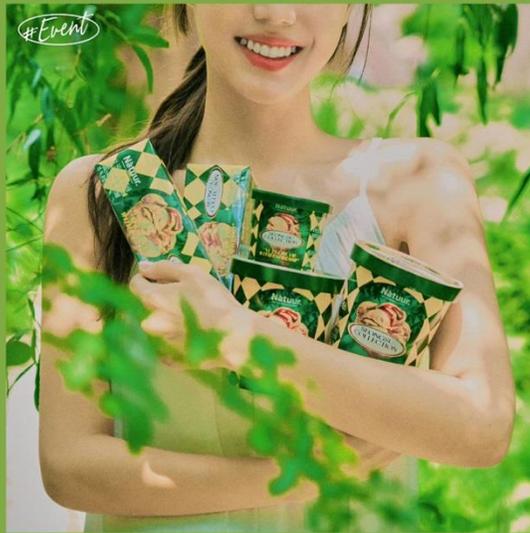
*Detail: 인스타그램/오프라인 캠페인/브랜딩 영상 제작

*Style: #F&B #패션 #공간 #아이스크림

*Comment:

자연-프리미엄 아이스크림 타이틀을 지닌 <나무루>의 22년도, 리뉴얼을 주도하여 새로운 록앤필을 형성한 프랜차이즈 운영 사례. 모델과 록복이라는 최초의 시도로 클라이언트 자사 내에서 많은 주목도를 받은 커리어로 평가받는다.





CREATIVE DIRECTOR PARK JUN-WON SHIN HYEON-CHUL

AE SHIN HYEON-CHUL SON JI-YAE LEE JI-EUN

VIDEO CLIP & PHOTO KIM HEE-HYUN SONG GUN-HEE CHO HYEON-SEO
KIM TAE-MIN



COMMON
GROUND

COMMON GROUND

KOLON INDUSTRIES

*Client: 커먼그라운드 - 코오롱 인더스트리 그룹

*Detail: 인스타그램/카카오톡 플러스 친구/브랜드 배너&영상 소재

*Style: #패션 #룩북 #스냅 #F&B #스트릿

*Comment:

성수 지역을 대표하는 핫플인 <커먼그라운드>의 최초 오피셜 디지털 공식 운영을 시작하면서 월별 <커먼그라운드 매거진>이라는 컨셉의 스냅 잡지 컨셉을 차용하였다. 어패럴 분야 외에 <커먼그라운드> 내부에 자리잡은 다양한 다이닝-키팅 스팟 또한 함께 촬영을 진행-

COMMONTHLY

APRIL 2023
커먼틀리, 04월호

"New Spring"

봄의 출발
<더센토르>와 함께하는 HIP의 메카 성수동 OOTD LOOK

4월 드로우 이벤트
<스투시 | Nike x Stussy NRG FL SS 8 Ball T-Shirt White>

COMMONTHLY

MAY 2023
커먼틀리, 05월호

"Kidult's day"

5월은 어른이 날
순진무구한 성수동의 어른아이

5월 드로우 이벤트
<아식스 쉐 벤처 6 SPS 글레이저 그레이>

COMMON PLAY GROUND
키덜트 플라마켓 | 이글루토이 팝업스토어

COMMONTHLY

AUGUST 2023
커먼틀리, 08월호

"A Piece of Memory"

반짝였던 여름의 추억
성수에서의 추억 한 조각 OOTD

8월 드로우 이벤트
삼로몬 XT-6 고어텍스 블랙 에보니

COMMON PLAY GROUND
아날로그카친 신메뉴 출시 | 애플루트 팝업

COMMONTHLY

JUNE 2023
커먼틀리, 06월호

"Summer fiesta"

"여름이었다..."
<낫유어로즈>로 여름의 시작을 알리는 페스티벌 look

6월 드로우 이벤트
모남희 블랭키 가랑이안 반주 블랙

COMMON PLAY GROUND
더 부스 비어워크 | 디드마켓



고프코어족 세계의
최종 보스 등장
“살로몬 KIJUL리아~”
#살로몬XT-6



COMMON GROUND

“요즘 대세는 실버”
메탈릭 무드 포인트로
힙스터 아웃핏 완성!
#디젤1DR미니백



COMMON GROUND

레인부츠의 대명사
“완판 행렬”
장마도 패션으로!
#헌터슈트부츠블랙



COMMON GROUND

2023 KOREA BURGERS CHAMPIONSHIP



COMMON GROUND

COMMON PICK

#블랙&화이트 조합!

VS

#바지와 신발의 어반기!

#의현

#김나영

COMMON GROUND

COMMON PICK

#귀트한 스포티 이게 되네?

VS

#카고바자워커의 Hip 레벨 업!

#우브건

#Na hyeon

COMMON GROUND

COMMON PICK

단이 (@154.55555)

COMMON GROUND

COMMON PICK

리진 (@heee...j)

COMMON GROUND

CREATIVE DIRECTOR **PARK JUN-WON**

AE **YOO NA-EUN LEE-JIEUN**

VIDEO CLIP & PHOTO **KIM HEE-HYUN SONG GUN-HEE CHO HYEON-SEO**

ALLING HAZARD. DO NOT LEAN ON FENCE.
DO NOT FALL OBJECTS.

COMMON

IME

TIM



SHINSEG- SIMON

 SHINSEGAE

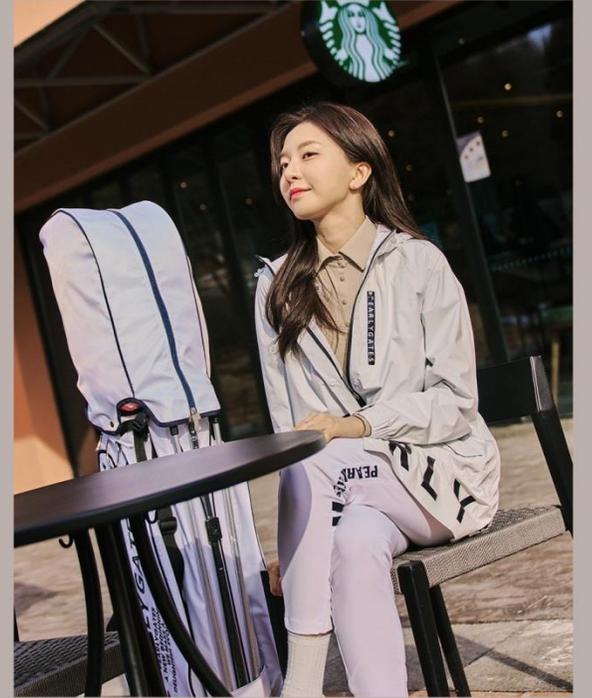
*Client: 신세계 프리미엄 아울렛 - 신세계 그룹

*Detail: 인스타그램/브랜드 영상

*Style: #패션 #룩북 #스냅 #세일즈 #프로모션

*Comment:

신세계 프리미엄 사이먼 아울렛의 소셜 콘텐츠,
주로 현장에서 직접 코디 및 스타일링 기획을 진행하여
브랜드별 오피셜 외, 자체적인 룩북 형태의 카테고리를 월별로
발행하여 패션 아울렛으로써의 인지도 강화에 집중.





AE DIRECTOR **EOM IL-HYUN**

AE **KANG JAE-GU KIM HWA-RANG LEE EUN-SONG**

VIDEO CLIP & PHOTO **KIM HEE-HYUN SONG GUN-HEE KIM TAE-MIN**



MADECA DERMA

 MADECA DERMA

*Client: Madeca Derma - 동국제약 코스메틱

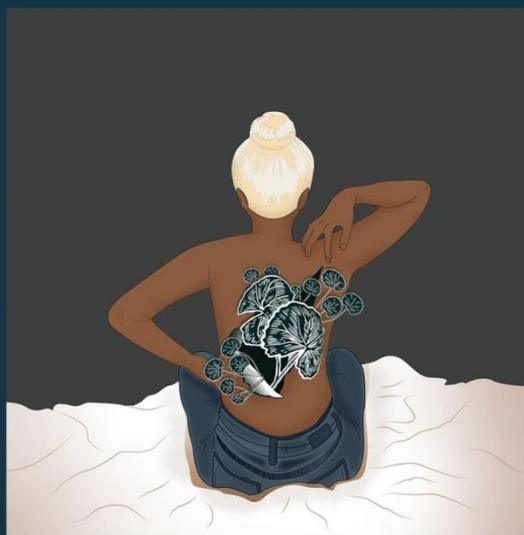
*Detail: 인스타그램/브랜드 영상/오피셜 사이트 제작/아마존 콘텐츠 제작

*Style: #패션 #룩북 #뷰티 #코스메틱 #프로모션

*Comment:

동국제약을 대표하는 코스메틱 브랜드 <센텔리안 24>의 미국형 라이선스 브랜드인 <마데카 더마>의 국내 런칭 및 패키지-오피셜 사이트 제작부터 초기 프로젝트 Depth에 참여. 국내 마케팅보다는 주로 아마존 사이트와 SNS 상의 활동 영역이 넓은 만큼 US 무드에 집중한 T&M에 포커스를 두었다.





CREATIVE DIRECTOR PARK JUN-WON

AE PARK JI-IN BAE MIN-AH

VIDEO CLIP & PHOTO KIM HEE-HYUN SONG GUN-HEE KIM TAE-MIN



CENTELL- GLOBAL Centellian 24+

*Client: 센텔리안24 글로벌 - 동국제약

*Detail: 인스타그램/온라인 사이트

*Style: #뷰티 #패션 #모델 #룩북 #데일리 #스냅 #팝아트 #일러스트

*Comment:

동국제약의 <센텔리안 24> 코스메틱의 동남아시아 마케팅 용
글로벌 인스타그램 채널 운영. 해외 정서와 스타일을 고려한
웨스턴 풍의 그래픽 이미지와 아시아계 무드가 도드라지는
모델-룩북촬영을 더해 채널 내 고유의 톤앤매너를 형성하는데 집중하였다.



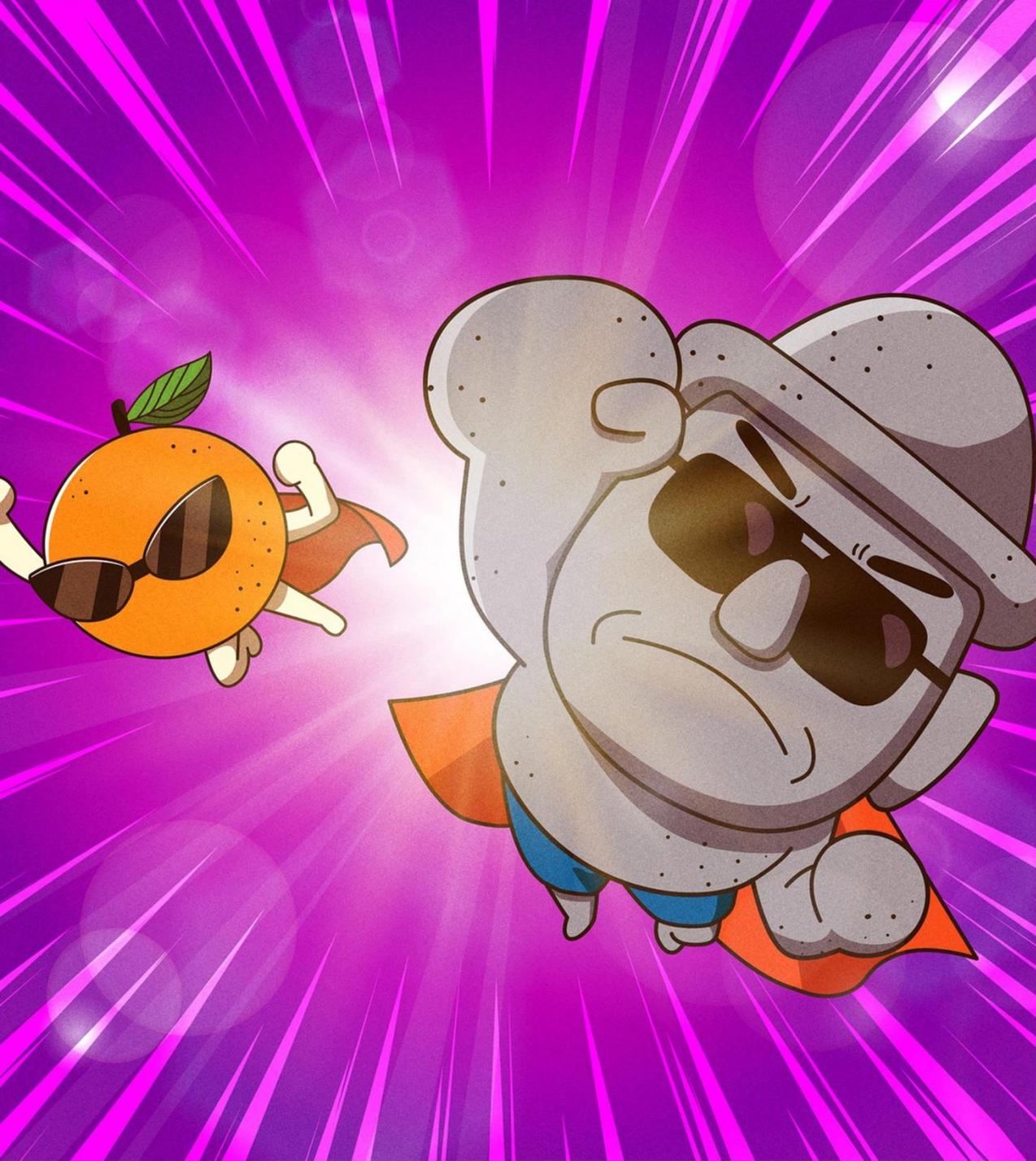




AE DIRECTOR **PARK JUN-WON** **BAE MIN-AH** **PARK JI-IN**

AE **BAE MIN-AH** **PARK JI-IN**

VIDEO CLIP & PHOTO **OH SO-YEON** **KIM TAE-MIN** **CHO HYEON-SEO**



THE KASH- GVNG



롯데칠성음료

*Client: 깨수강-롯데칠성음

*Detail: 인스타그램/디지털 캠페인/게임캐릭터

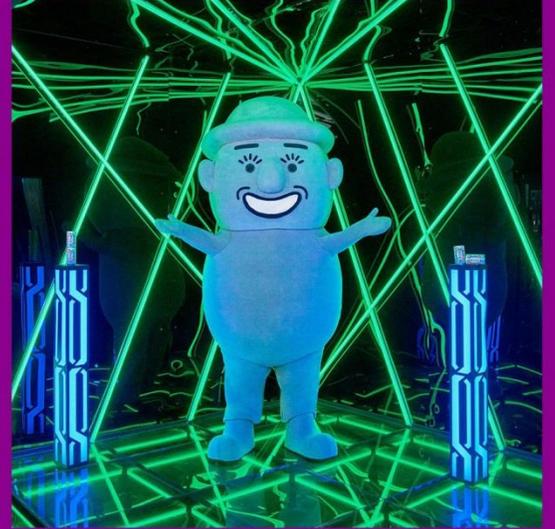
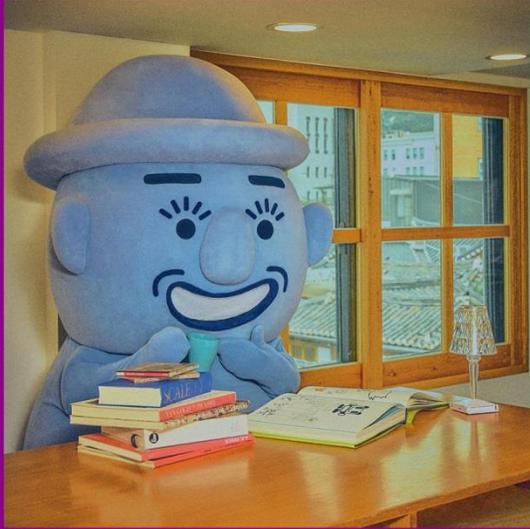
*Style: #일러스트 #캐릭터 #애니메이션 #게임캐릭터

*Comment:

롯데칠성음료의 숙취 음료 브랜드인 <깨수강>의 깨르방 캐릭터를 하이퀄리티-애니메이션 텍스처로 개발하여 높은 완성도를 구현한 케이스. 일러스트 콘텐츠 외에 직접 인형 탈을 활용한 오프라인형 콘텐츠도 함께 개발하여 채널 활성화에 기여한 대표적인 사례이다.









AE DIRECTOR PARK JUN-WON LEE JI-EUN KIM KI-HWAN

AE LEE JI-EUN KIM-KIHWAN LEE HO-BUM
SHIN HYEON-CHUL

VIDEO CLIP & PHOTO HEO JIN-SEO KIM TAE-MIN SONG GUN-HEE



DONGOOK HEALTH

Dongkook
동국제약

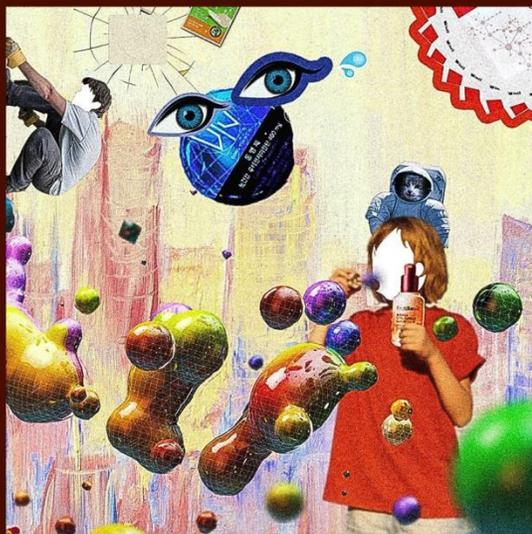
*Client: 동국제약 헬스케어-동국제약

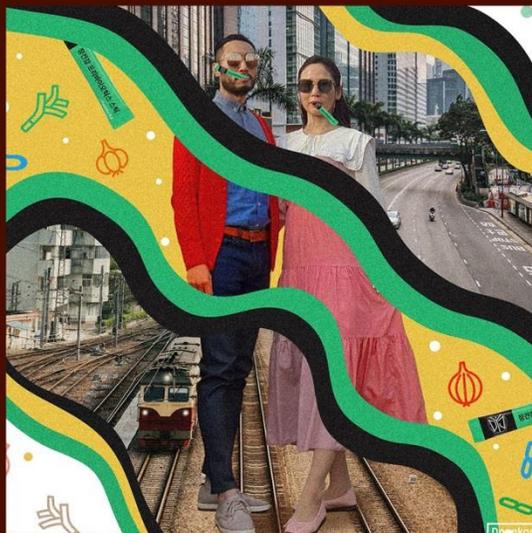
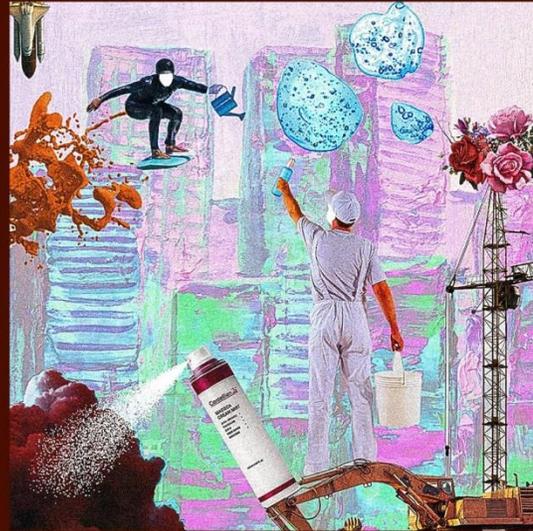
*Detail: 인스타그램/디지털 캠페인

*Style: #일러스트 #팝아트 #꼴라주 #에디토리얼

*Comment:

다소 투박하게 보여질 수 있는 제약&헬스케어 제품들을 팝아트+꼴라주 라는 새로운 디자인 장르로 재해석하여 많은 주목을 받았던 커리어. 각 제품들이 지닌 인품과 USP를 중심으로 전위적 퍼포먼스의 꼴라주 포맷으로의 제작을 통해 VC 초기를 대표한 사례이다.





AE DIRECTOR PARK JUN-WON BAE MIN-AH EOM IL-HYUN

AE BAE MIN-AH EOM IL-HYUN

VIDEO CLIP & PHOTO KIM SOO-JUNG KIM JI-HYE OH SO-YEON
CHOI JAE-KYUNG



OKF BEVERAGE



*Client: OKF음료

*Detail: 인스타그램

*Style: #음료 #룩북 #데일리룩 #스냅 #F&B

*Comment:

세계 최대 규모의 음료 공장을 보유하고 총 180개의 국가로 수출하는

글로벌 브랜드 OKF음료 사의 국내 런칭 인스타그램 운영

데일리 요소와 OKF LAB 사에서 건강한 음료를 연구하는 여성 페르소나를

주제로 상금하면서도 Fresh한 스냅컷 톤앤무드를 형성하였다.



AE DIRECTOR **PARK JUN-WON** **SHIN HYUN-CHUL** **SON JI-YAE**

AE **SHIN HYUN-CHUL** **SON JI-YAE**

VIDEO CLIP & PHOTO **CHO HYEON-SEO** **PARK JI-SUNG**



YAKSON- MYEO.GA

 약손명가

*Client: 약손명가 에스테틱

*Detail: 인스타그램/북북

*Style: #뷰티 #에스테틱 #북북

*Comment:

국내 최대 규모의 피부 에스테틱 프랜차이즈사인

〈약손명가〉의 디지털 퍼포먼스 이미지 촬영본.

무형의 서비스와 모델-관리-뷰티 무드의 에스테틱 컨셉 차용을

통해 완성도 높은 촬영 이미지로 표현하였다.





AE DIRECTOR PARK JUN-WON KIM BANG-MI

AE KIM BANG-MI

VIDEO CLIP & PHOTO KIM TAE-MIN YOO YEONG-HWAN

A photograph of three people in a laboratory or classroom setting. They are all wearing face masks. The person on the left is a man in a green shirt and glasses, leaning over a table. The person in the middle is a woman in a white lab coat and a white face mask, looking down at the work. The person on the right is a woman in a black and white long-sleeved shirt and white pants, also leaning over the table. They are working with a pile of dark soil on the table. A small white container is on the table. A bag of soil or fertilizer is visible in the background. The text '05 EPILOGUE' is overlaid in large, bold, yellow letters across the center of the image.

05 EPILOGUE

요즘 들어 하루에 수백 번, 수만 번 생각하고
또다시 되뇌이는 명제가 있다.

내가, 혹은 우리가 - VC가

압도적인 퍼포먼스를 내는 것,
그 누구도 생각지 못한 콘텐츠를 창작해 내는 것,

그리고

끝까지 안정적으로 끈질기고 치밀하게 살아남는 것.

기이상향적인 소셜 네트워크의 개발과 성장에 따른 콘텐츠 카테고리의 확장은
우리뿐만 아니라, 이 업계에 몸 담은 모든 이들에게 마치 숙명적인
과제와 명시적 타이틀을 던졌다. 어쩌면 뒤죽박죽인 우리의 이러한 일상적(?) 고민은
당연한 왕관의 무게이자 지극히 생산적인 업보이기도 하다.

이러한 업보들, 철학과 취향들이 존재하는 이 중심에서도 한 가지 룰이 있다.
모두 다 그동안 접하지 못한 새로운 아이디어, 콘텐츠에 대한 열망과 본능적인 갈증이 있고
이에 동반하는 월등한 테크닉과 맨파워들이 갖는 중요성은 더더욱 커진다는 것.
이를 컨트롤하고 적재적소에서 최적화된 전략을 전개해야만 하고
이에 대한 물리적·멘탈적 소요 또한 너무나 절대적인 것이다.

단지 우리만의 문제가 아니면서도 조금만 달리 생각한다면?
어쩌면 대단히 쉬운 명제일지도 모르지.
유행을 만들어내는 자, 그리고 그 유행을 주도하는 자와 이를 완벽하게 복제하고 활용하는 자,
마치 처음부터 짜여진 시나리오 대로 트렌드가 흘러가면서도?

VC, 우리가 목표로 하는 것은 비교적 단순하다는 것이다.

그저 우리가 하고 좋아하는 것,
우리가 하고 싶은 것,
우리가 만들어내고 싶은 것,
우리가 주도하고 싶은 것,
그리고
우리가 따라하고 싶은 것,

모든 건 하나의 믿음으로 통한다.

이것이 우리 VC의 아집이 될지, 쫄셈이 같은 식견이 될지,

혹은

독보적인-압도적인 하나의 스텝이 될지, 그 누구도 모르지만
우리에게 너무 당연하고 명확한 인사이트가 있다는 것.

기계적으로 숙련돼 있고 관습화된 콘텐츠 흐름은
우리에게 큰 의미가 없다.

우리가 좋아하고 사랑하며, 소중히 여기는 이러한 가치를 네트워크 내의 모든 이들과
공유하고, 나누고 싶다. 가치의 유무를 떠나, 혹은 가치의 완성도를 떠나 우리가 공유하는 모든
감정과 감성은 그 하나하나의 의미와 자유도를 지녔다.

때문에 절대적인 평가 잣대에 올리고 싶지 않다. 소통하고 나누고,
함께 열광하며 탄생하는 모든 프로세스 속에서 정의되는
단 하나의 콘텐츠와 소통, 그리고 그 끝에는 다양한 엔딩이 있을 것이다.

설령 우리가 원치 않는 엔딩을 맞이한다고 한들,
그리 크게 실망할 필요는 없다.

시대는 끊임없이 변할 것이고 우리가 원하던 원치 않든,
우리는 끝이 보이지 않는 이 콘텐츠 전쟁에서 살아남기 위해
가장 공격적인, 스텝을 가져갈 것이고 이 굳건하고 끈질긴 정신이야말로
VC를 지탱하는 생명이 될 것이다.

그리고 꼭 증명하고 싶다.

결코 우리가 틀리지 않았다는 것을.

CEO
Lee Young-Jun

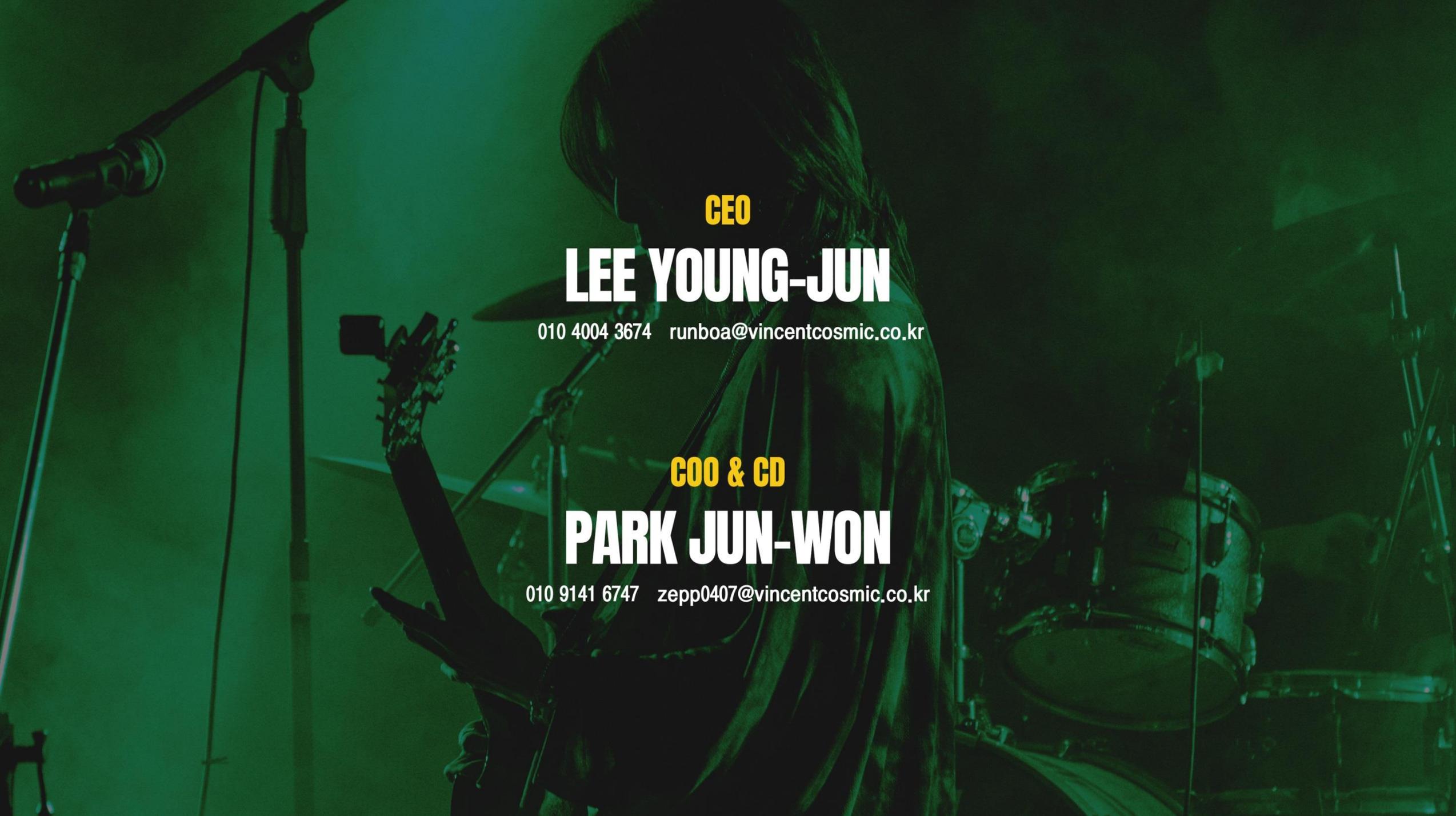
COO & Creative Director
Park Jun-Won

Account Executive
Han Jung-Ho Shin Hyun-Cheol Chai Jung-Yeon
Lee Ji-Eun Jang Dong-Sun Son Ji-Yae Zheng Shu-Yun

Design Group
Lee Sang-Eun Heo Jin-Seo Yoo Young-Hwan
Park Ji-Sung Lee A-Ro

Video Art
Kim Hee-Hyun Song Gun-Hee Cho Hyeon-Seo



A musician with long hair is shown from the side, playing a guitar on a stage. The entire scene is bathed in a deep green light. In the background, a drum set and a microphone stand are visible.

CEO

LEE YOUNG-JUN

010 4004 3674 runboa@vincentcosmic.co.kr

COO & CD

PARK JUN-WON

010 9141 6747 zepp0407@vincentcosmic.co.kr

VINCENT



The aggressive definition led by Vincent Cosmic means the desire and expressiveness of creativity without boundaries.

What we seek is not intangible passion, but rather form and meaning, and deliver the most popular and subjective message.

GOSMIC



**VINCENT
COSMIC**