

약석원

Brand Guidelines

2025 09 ver

STUDIO DUGGUBI.

studioduggubi mail@studioduggubi.com

Our Brand

Who We Are?

약석원은 자연의 순환과 연결을 삶에 실현하는 치유 웰니스 브랜드입니다.

약석원에서의 '치유'란 특별한 사건이 아니라,
자연과 조화를 이루며 살아가는 일상의 감각에서 시작된다고 믿습니다.

약석원은 자연의 시간과 땅의 기운, 따뜻한 체온을 바탕으로
몸과 마음을 회복하는 실천적 치유 방식을 제안합니다.

강화 약쑥을 활용한 좌훈 체험과 몸에 닿는 건강한 식(食)을 통해,
스스로를 돌보는 감각을 되찾도록 돕고자 합니다.

약석원은 단순한 제품 브랜드가 아닌,
치유의 공간과 먹거리, 경험을 하나의 흐름으로 엮어
사람과 자연, 삶이 이어지는 구조를 만들어갑니다.

건강은 결과가 아니라 삶의 방식입니다.
약석원은 지속가능한 건강 순환을 설계하며,
일상 속에서 자연스럽게 실천되는 치유를 지향합니다.



Brand Identity



Brand Identity



Our Identity

Brand Identity

브랜드 아이덴티티

약석원의 브랜드 아이덴티티는 ‘자연–사람–건강’의 순환 철학을
시각 언어로 구현한 시스템입니다.

로고의 외곽 실루엣은 약석원의 터전인 강화도의 지형을 본떠,
이 땅에서 이어져온 약쑥과 치유의 맥락을 브랜드의 뿌리로 형상화합니다.

‘석’ 자에 담긴 ‘ㅅ’ 형태는 마니산 능선을 모티프로 삼아, 자연 속에서 회복을 얻는
삶의 태도를 상징합니다. 이는 운동감 있는 훈민정음의 조형성과 어우러져,
자연의 순리를 따르며 치유의 흐름을 실천하는 약석원의 철학을 담아냅니다.

로고 속 온점을 이루는 둥근 형태는 ‘약석(藥石)’–약이 되는 돌, 쌀알의 상징–
이라는 어원에서 비롯되었습니다. 이는 단순한 먹거리를 넘어, 치유를 시작하는
출발점으로 작용합니다.

약석원의 아이덴티티는 제품과 공간, 경험 전반에 걸쳐 자연과 사람, 삶이 조화를
이루는 구조를 구축하며, 일상 속에서 실현 가능한 치유의 방식을 제안합니다.





마니산을 형상화한 자소 ‘ㅅ’, 자연을 담은 약석원의 그래픽 조형



강화도의 지형을 본딴 약석원의 실루엣



건강의 시작, 쌀알을 본딴 약석원의 온점

Primary Logo

약석원의 철학이 담긴 기본형 로고(Primary Logo)입니다.

‘자연-사람-치유’의 선순환 구조를 시각화하고,
강화도의 실루엣과 마니산의 형상을 모티브로 설계된 이 로고는
약석원이 추구하는 자연치유 철학을 직관적으로 전달합니다.

기본형 로고는 브랜드를 대표하는 시그니처로,
가능한 한 우선적으로 사용할 것을 권장합니다.

‘약석원 그린’, 블랙, 화이트 세 가지 버전으로 제공되며,
다양한 배경 이미지나 그래픽 요소와 함께 사용해도
일관된 인상을 유지하며 약석원의 정체성을 담아냅니다.

Logo_Primary



Secondary Logo

약석원의 철학이 담긴 보조 로고(Secondary Logo)입니다.

보조형 로고는 기본형 로고의 구조와 의미를 유지하면서,
다양한 적용 환경에서 활용도를 높이기 위해 제작된 버전입니다

‘Secondary_A’은 ‘세로형’ 보조 로고입니다.
강화도 실루엣을 생략하고, ‘약석원’의 한글 로고타입 구조만으로 구성한 형태입니다.
공간이 좁거나, 단독 조형으로 간결한 인상을 줄 때 유용합니다.

‘Secondary_B’는 ‘가로형’ 보조 로고입니다.
브랜드명을 수평으로 배열한 가로형 로고입니다.
가독성이 가장 뛰어난 형태로,
작은 화면이나 인쇄물, 협업 콘텐츠 등에 적합합니다.

두 서브형 로고는 약석원의 시각 정체성을 유지하면서도
다양한 환경에서의 활용도를 높이기 위한
보완적 시그니처입니다.

가능한 경우 기본형 로고 사용을 우선하며,
상황에 따라 유연하게 서브형 로고를 활용해주시면 됩니다.

Logo_Secondary_A



Logo_Secondary_B



Logo | Clear Space

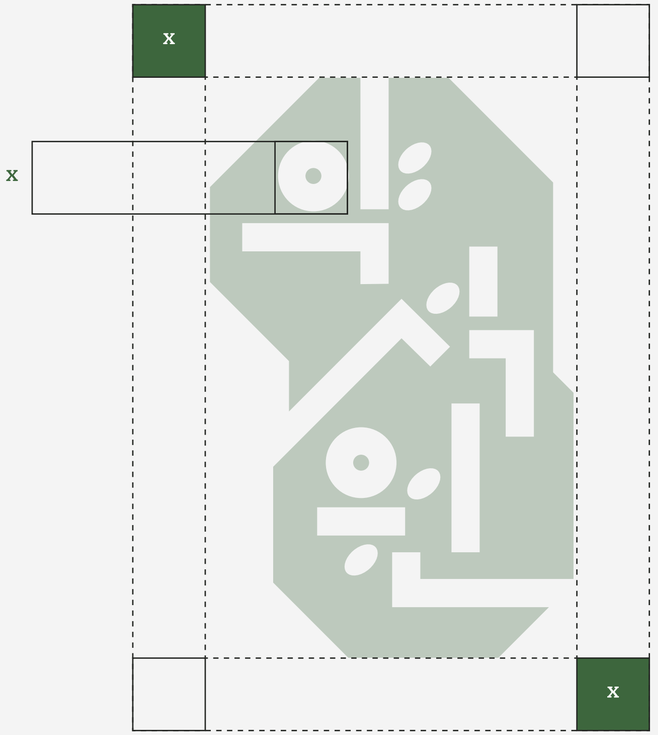
로고 보호 공간 규정

약석원의 로고는 언제나 주변에 충분한 여백(Clear Space)을
확보하여 브랜드의 시각적 일관성 가독성을 유지해야 합니다.

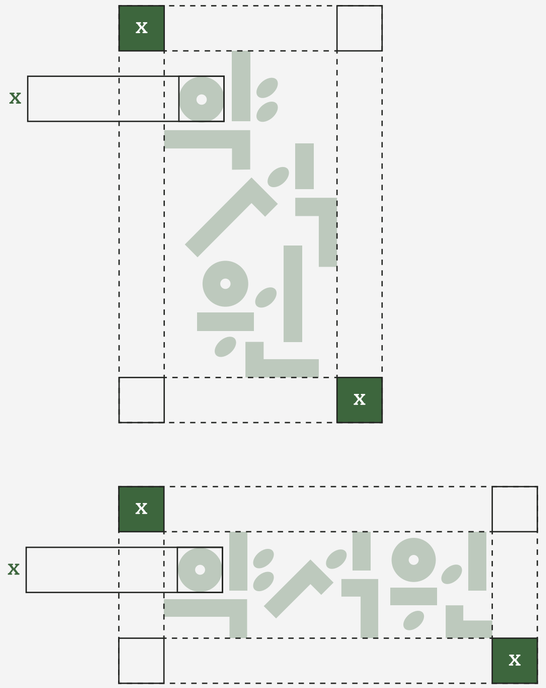
이때의 기준 단위인 'x'는 로고 내 'ㅇ' 자소의 지름을 기준으로
정의되며, 로고의 상하좌우 모든 방향에 최소 x만큼의 보호 공간을
확보해야 합니다.

이 공간 안에는 텍스트, 이미지, 도형 등
다른 시각 요소가 들어가지 않도록 사용에 주의해야 합니다.

Logo_Primary



Logo_Secondary



Logo | Minimum Size

최소 사용 사이즈 가이드

약석원 로고는 형태별 복잡도와 인식 특성에 따라 각기 다른
최소 사용 사이즈를 가집니다. 지정된 사이즈보다 작게 사용할 경우
가독성이 현저히 떨어질 수 있으므로 주의가 필요합니다.

Primary Logo는 강화도 실루엣으로 인해 상대적으로 복잡한 구조로,
40px / 10mm 이상에서 사용을 권장합니다.

Secondary Logo_A 세로형은 상대적으로 간결한 형태로,
32px / 8mm 이상에서 안정적인 사용이 가능합니다.

Secondary Logo_B 가로형은 가장 가독성이 높은 구조로,
14px / 4mm 이상에서도 식별이 가능합니다.

Primary Logo
10mm | 40 Pixels Tall



Secondary_Logo_A
8mm | 32 Pixels Tall



Secondary_Logo_B
4mm | 14 Pixels Tall



Logo | Lock-Ups

로고 락업 사용 가이드

약석원의 로고는 다양한 협력 기관 또는 브랜드와 함께 사용되는 경우에 활용되며, 일관된 기준을 통해 시각적 위계와 균형을 유지해야 합니다.

1. 락업 구성 원칙

기본적으로 Primary Logo를 사용하며, 외부 로고와의 높이, 비례, 시각적 무게를 고려하여 균형 있게 병치합니다.

2. 파트너 로고와의 관계성 고려

협력 기관 로고가 지나치게 커지거나 위계상 상단에 위치하지 않도록 주의하며, 양측의 대표성과 가독성을 함께 고려해 락업을 구성합니다.

Logo

한국관광공사

문화체육관광부

인천광역시

하나로마트

Logo | Framing System

프레이밍 시스템 가이드

약석원의 로고는 콘텐츠에 안정감을 더하고, 브랜드 고유의 조형미를 전달하기 위해 페이지의 4모서리에 배치됩니다.

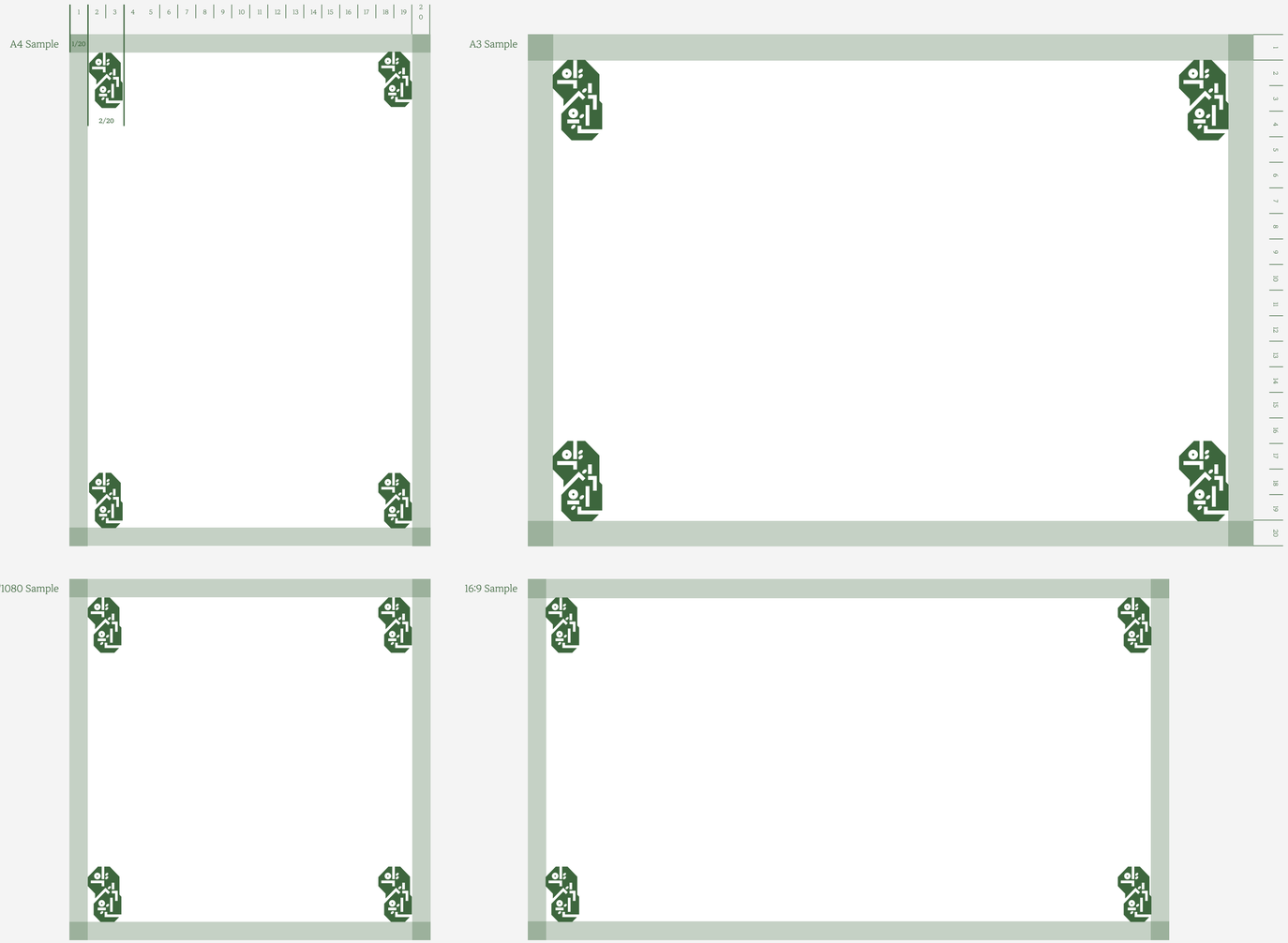
프레이밍 시스템은 다양한 매체에서도 일관되게 작동할 수 있도록, 다음과 같은 기준으로 구성됩니다.

1. 마진(Margin)

기본 마진은 가장 짧은 변의 5%로 설정되며, 텍스트 및 주요 시각 요소가 배치되는 안전 영역을 정의합니다.

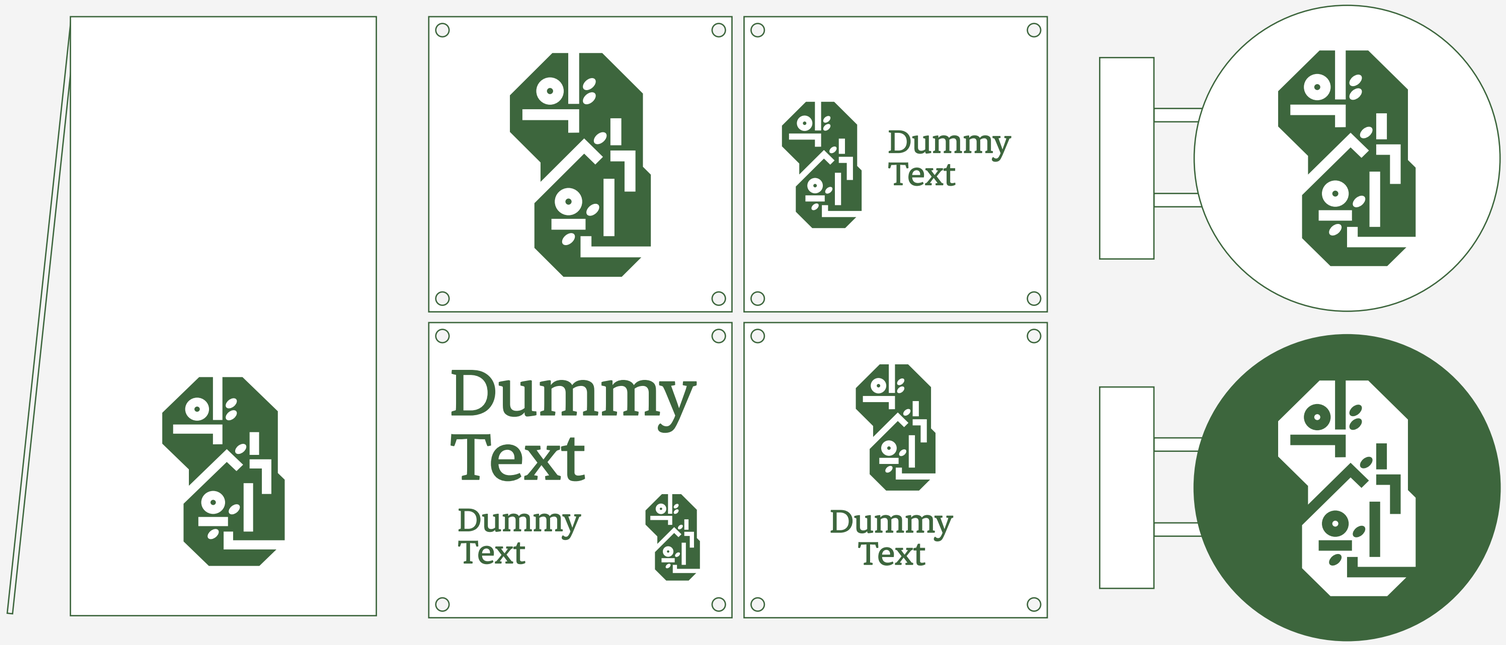
2. 로고 사이즈 및 위치

로고는 가장 짧은 변 기준 10% 크기로 설정하며,
프레임의 네 귀퉁이(좌상, 우상, 좌하, 우하)중 한 곳에 배치합니다.
이는 각 사이즈(A4, A3, 1080×1080, 16:9 등)에 따라
자동적으로 비례 적용되며, 다양한 매체에서 시각적
통일감을 유지하도록 합니다.



Logo | 환경별 로고 적용

Logo_Primary 사용 예시



Logo_Secondary 사용 예시
(Primary를 사용하기에 세로 폭이 부족한 경우)



Logo | Unacceptable Usage

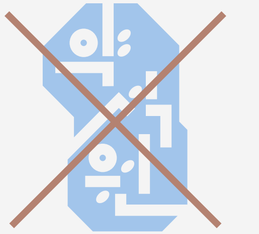
잘못된 로고 사용 예시

브랜드 로고는 정해진 형태, 색상, 구성 원칙을 지켜야 합니다.
아래와 같은 방식으로 사용하는 경우,
브랜드의 일관성과 인식에 영향을 줄 수 있으므로 피해야 합니다.

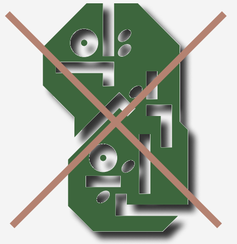
1. 로고를 뒤틀지 마세요	형태 왜곡은 브랜드 인식에 혼란을 줍니다.
2. 로고의 색상을 임의로 변경하지 마세요	브랜드 컬러는 고유 정체성을 전달하는 핵심 요소입니다.
3. 그림자나 다른 효과를 추가하지 마세요	시각적 일관성을 해치며 로고 본연의 형태가 흐려질 수 있습니다.
4. 로고의 구성이나 배치를 바꾸지 마세요	요소 간 비례와 조화가 깨지면 브랜드 정체성 전달이 어렵습니다.
5. 로고를 임의로 재구성하지 마세요	정해진 틀 외의 조합은 허용되지 않습니다.
6. 로고를 회전시키지 마세요	기울임, 회전은 인식성을 떨어뜨리고 혼란을 유발합니다.
7. 로고가 잘 보이지 않는 배경에 배치하지 마세요	충분한 명도 대비가 확보되어야 합니다.
8. 복잡한 배경에 로고를 사용하지 마세요	배경과 로고가 충돌하면 가독성이 심각하게 저하됩니다.



1. 로고를 뒤틀지 마세요



2. 로고의 색상을
임의로 변경하지 마세요



3. 그림자나 다른 효과를
추가하지 마세요



4. 로고의 구성이나 배치를
바꾸지 마세요



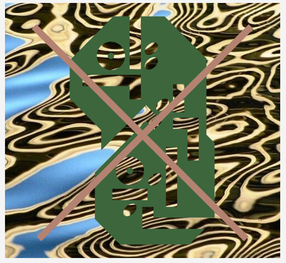
5. 로고를 임의로
재구성하지 마세요



6. 로고를 회전시키지 마세요



7. 로고가 잘 보이지 않는 배경에
배치하지 마세요



8. 복잡한 배경에 로고를
사용하지 마세요

Color | Logo Colors

약석원그린 배경 + 화이트 로고

브랜드 컬러가 배경일 경우,
로고는 화이트로 사용해 브랜드 컬러의 일관성을 해치지 않습니다.

화이트 배경 + 약석원그린 로고

브랜드 컬러가 화이트일 경우,
로고는 화이트로 사용하여 브랜드 컬러의 식별력을 확보합니다.



이미지 배경 + 화이트 로고

배경 이미지가 어두운 경우,
화이트 로고를 적용해 높은 시인성과 명확한 인상을 줍니다.



이미지 배경 + 약석원그린 로고

배경 이미지가 밝거나 흰색에 가까운 경우,
약석원그린 로고를 사용해 대비를 확보하고 가독성을 유지합니다.

Color | Color Palette



브랜드 메인 컬러,
약석원 그린

약석원의 메인컬러인 Yakseokwon_Green은 강화도 들녘에서 자라나는 사자발약쑥의 생명력에서 비롯된 색입니다.
햇살과 바람, 땅의 기운을 머금은 약쑥처럼, 이 색은 약석원이 지향하는 자연 순환, 건강한 회복, 실천적 치유의 철학을 시각적으로 상징합니다.

Color | Color Palette

컬러 팔레트 가이드

약석원의 브랜드 컬러 팔레트는 강화도의 자연과 약쑥이
자라나는 건강한 땅의 이미지를 담은 그린 계열을
중심으로 구성되어 있습니다.

브랜드의 핵심 가치인 '자연-사람-치유'의 철학을 시각적으로 전달하며, 신뢰감과 생명력을 동시에 표현합니다.

배경, 텍스트, 도형, 포장재 등 다양한 매체에서 컬러 간의
조화를 고려하여 사용하되, 브랜드 고유의 톤을 해치지
않도록 주색을 중심으로 구성하는 것이 중요합니다.

HEX(16진수 색상 코드)
웹 및 디지털 매체에서 사용하는 색상 표현 방식으로,
빨강(R), 초록(G), 파랑(B) 값을 16진수로 표현한 6자리 코드입니다

RGB (Red, Green, Blue)
디지털 환경에서 사용하는 컬러값입니다.
웹사이트, 디지털 배너, SNS 콘텐츠 등 화면 기반의 매체에 사용합니다.

CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black)
인쇄물 제작 시 사용하는 컬러값입니다.
일반적인 오프셋 인쇄, 패키지, 리플렛, 브로슈어 등에 활용됩니다.
모니터 화면에서 보이는 컬러와 실제 인쇄 결과는 차이가 있을 수 있습니다.

PANTONE (팬톤 컬러)
정확한 색상 일치를 위해 사용되는 표준 인쇄 색상입니다.
대량 인쇄나 특수 용지, 금박/은박 등 별색 처리가 필요한 경우 사용합니다.

Yakseokwon_Green	HEX	3D663D
	RGB	61, 102, 61
	CMYK	81, 34, 93, 25
	PANTONE	7743 C
Yakseokwon_Green _Deep_2	HEX	2E492E
	RGB	46, 73, 46
	CMYK	82, 43, 92, 48
	PANTONE	553 C
Yakseokwon_Green _Deep_1	HEX	2C552C
	RGB	44, 85, 44
	CMYK	85, 38, 100, 37
	PANTONE	350 C
Yakseokwon_Green _Light	HEX	5F8B56
	RGB	95, 139, 86
	CMYK	71, 24, 83, 7
	PANTONE	8305 C
Yakseokwon_White	HEX	FFFFFF
	RGB	255, 255, 255
	CMYK	0, 0, 0, 0
	PANTONE	-
Yakseokwon_Gray_1	HEX	F4F4F4
	RGB	244, 244, 244
	CMYK	5, 3, 4, 0
	PANTONE	Cool Gray 1 C
Yakseokwon_Gray_2	HEX	D9D9D9
	RGB	217, 217, 217
	CMYK	16, 11, 12, 0
	PANTONE	2330 C
Yakseokwon_Black	HEX	232622
	RGB	35, 38, 34
	CMYK	75, 62, 70, 75
	PANTONE	-
Yakseokwon_Gray_3	HEX	828581
	RGB	130, 133, 129
	CMYK	49, 37, 42, 13
	PANTONE	7539 C
Yakseokwon_herbs	HEX	DADA7D
	RGB	218, 218, 125
	CMYK	19, 4, 67, 0
	PANTONE	585 C
Yakseokwon_Earth	HEX	B58272
	RGB	181, 130, 114
	CMYK	22, 53, 50, 8
	PANTONE	7613 C
Yakseokwon_Ivory	HEX	CFC6A9
	RGB	207, 198, 169
	CMYK	20, 18, 37, 1
	PANTONE	9163 C
Yakseokwon_Sky	HEX	A2C5EB
	RGB	162, 197, 235
	CMYK	42, 11, 0, 0
	PANTONE	2717 C

Color | Identity Color System

아이덴티티 컬러 시스템

약석원의 아이덴티티 컬러 시스템은 브랜드 로고와 핵심 시각 요소에 적용되는색상 사용의 기준을 정의합니다.

로고와 배경 색상 간의 명도 대비, 브랜드 컬러 간의 조합 원칙 등을기준으로 설정하여, 브랜드의 시각적 일관성과 명료한 전달력을 유지하고자 합니다.

본 가이드는 로고 등 핵심 시각 자산에 우선 적용되며, 그래픽 요소나 콘텐츠 디자인 등 확장 응용 영역에서는보다 유연한 컬러 사용이 가능합니다.

메인컬러 + Gray Background



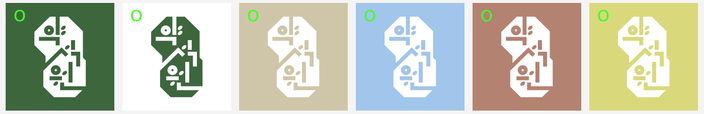
- Yakseokwon_Green 로고는 회색 배경에서도 본래의 채도와 명료도를 유지할 수 있도록, 밝은 회색(0–10%) 배경에서의 사용을 권장합니다.
- 배경이 10% 이하일 경우 로고 색상이 충분히 선명하게 인식되며, 안정적으로 사용 가능합니다.
- 30% 이상의 회색 배경부터는 로고의 시인성과 색상 인지가 떨어질 수 있으므로 가급적 사용을 피하는 것이 좋습니다.

블랙&화이트 + Gray Background



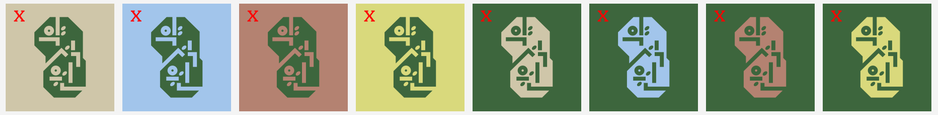
- Yakseokwon_White 및 Yakseokwon_Black 로고는 배경의 밝기에 따라 유연하게 선택하여 사용할 수 있습니다.
- 배경이 어두운 경우(30% 이상)는 Yakseokwon_White, 밝은 회색(0–25%)에는 Yakseokwon_Black 로고 사용이 보다 명확하게 인식됩니다.
- 두 로고 모두 대비가 확보된 환경에서 사용할 때 가독성과 시각적 안정감이 높아집니다.

브랜드 컬러 사용 규정



- Yakseokwon의 보조 컬러는 콘텐츠 영역, 키비주얼, 포스터 등 다양한 디자인 요소에 자율적으로 활용이 가능합니다.
- 다만 로고 사용 시에는 배경과의 명도 대비가 충분한 경우에만 적용하는 것을 권장합니다.
- 색상 간 충돌이 없는 조합 내에서는 로고 적용이 가능하며, 이 경우 White 또는 Black 로고를 선택해 사용합니다.
- 브랜드 컬러는 한 가지 컬러를 중심으로 사용하는 것이 가장 안정적이며, 단독으로 적용할 때 시각적 명료성이 잘 유지됩니다.

브랜드 컬러 중첩 사용 지양



- 두 가지 이상의 브랜드 컬러를 배경과 로고에 동시에 적용할 경우, 명도와 채도에 따라 시인성이 떨어질 수 있습니다.
- 특히 Green, Earth, Herbs 계열처럼 채도가 낮은 컬러들은 겹쳐 사용할 경우 시각적 혼란이나 가독성 저하가 발생할 수 있습니다.
- 이러한 경우 컬러 조합보다는 하나의 컬러만 사용하는 방식을 권장합니다.
- 디자인 상황에 따라 예외적으로 활용할 수 있지만, 한 면에 하나의 브랜드 컬러만 적용하는 것을 기본 원칙으로 삼는 것이 바람직합니다.

Typography | Brand font

타이포그래피 가이드

약석원의 ‘건강’과 ‘치유’ 철학을 시각적으로 구현하기 위해,
전통성과 완성도를 갖춘 네이버 마루부리를 브랜드 서체로 선정하였습니다.

웨이트는 Bold, Regular, Light 총 3가지 웨이트만 사용합니다.
본문에는 Bold, Regular를 우선적으로 사용하고,
특수한 경우 Light를 선택적으로 사용합니다.

반면, 실용적인 본문 또는 설명, 100자 이상의 장문을 표기 할 때에는 가독성이 높은 프리텐다드를 활용할 수 있습니다.

이는 디지털 매체, 인쇄물 등 다양한 환경에서도 시각적 명확성과 조형적 일관성을 유지하기 위함입니다.

Typography 스타일 샘플 안내

약석원의 디자인 톤앤매너를 기준으로 설정한 스타일 샘플입니다.

H1~Body까지 총 4단계로 계층을 나누었으며,
시각적 위계와 브랜드 고유의 분위기를 감각적으로 정리하고자 제안된 샘플입니다.

반드시 규격을 고정하여 사용할 필요는 없으며,
콘텐츠의 길이, 매체 특성, 디자인 흐름에 따라 유연하게 조정할 수 있습니다.

H1 (메인 타이틀)	48pt, 자간 0, 행간 130%
H2 (서브 타이틀)	32pt, 자간 0, 행간 135%
H3 (섹션 타이틀)	24pt, 자간 0, 행간 140%
Body (본문)	16pt, 자간 0, 행간 150%

자간은 기본적으로 0%를 권장하며, 행간은 인쇄/디지털 환경에 따라
130~150% 내에서 조정합니다.

제목과 본문은 2배 크기 비율(H1–Body: 48–24 등)을 지향하면
시각적 흐름을 만들기에 용이합니다.

네이버 마루부리 MaruBuri

네이버 마루부리 MaruBuri

Bold	**약석원은 ‘건강’을 삶의 중심으로 하는 강화 로컬 치유 웰니스 브랜드입니다.**
Regular	약석원은 ‘건강’을 삶의 중심으로 하는 강화 로컬 치유 웰니스 브랜드입니다.
Light	약석원은 ‘건강’을 삶의 중심으로 하는 강화 로컬 치유 웰니스 브랜드입니다.

국문 Sample

네이버 마루부리는
약석원의 브랜드 폰트입니다.

약석원의 ‘건강’과 ‘치유’에 대한 철학을 시각적으로 구현할 수 있도록, 전통성과 품격을 갖추면서도 완성도가 높은 세리프 서체를 채택하였습니다.

마루부리는 국문, 영문 2개 언어를 모두 지원하여, 글로벌 고객과의 소통에서도 약석원의 톤앤매너를 일관되게 유지할 수 있는 서체입니다.

영문 Sample

MaruBuri
is the brand font of Yakseokwon.

To visually reflect Yakseokwon’s philosophy of “health” and “healing,” we have selected a serif typeface that embodies tradition, elegance, and high completeness.

MaruBuri supports two languages—Korean, English—allowing Yakseokwon to maintain a consistent tone and manner in communication with global audiences.

국문 Sample

프리텐다드는
일반적인 정보 표기를 위한 약석원의 브랜드 폰트입니다.

약석원의 영양성분 표기 등 명확하고 실용적인 정보 전달을 위해 가독성이 높은 고딕 서체를 선정하였습니다.

프리텐다드는는 국문, 영문 2개 언어를 모두 지원하여, 글로벌 고객과의 소통에서도 약석원의 톤앤매너를 일관되게 유지할 수 있는 서체입니다.

영문 Sample

Pretendard
is Yakseokwon’s brand typeface for general information display.

For Yakseokwon, it is used in elements such as nutritional information, where clear and practical communication is required, thanks to its high readability as a sans-serif font.

Supporting both Korean and English, Pretendard ensures consistent tone and manner in Yakseokwon’s communication with a global audience.

MaruBuri Download	https://hangeul.naver.com/fonts/search?f=maru
Pretendard Download	https://cactus.tistory.com/306

Motif | Expanded Graphic Motif

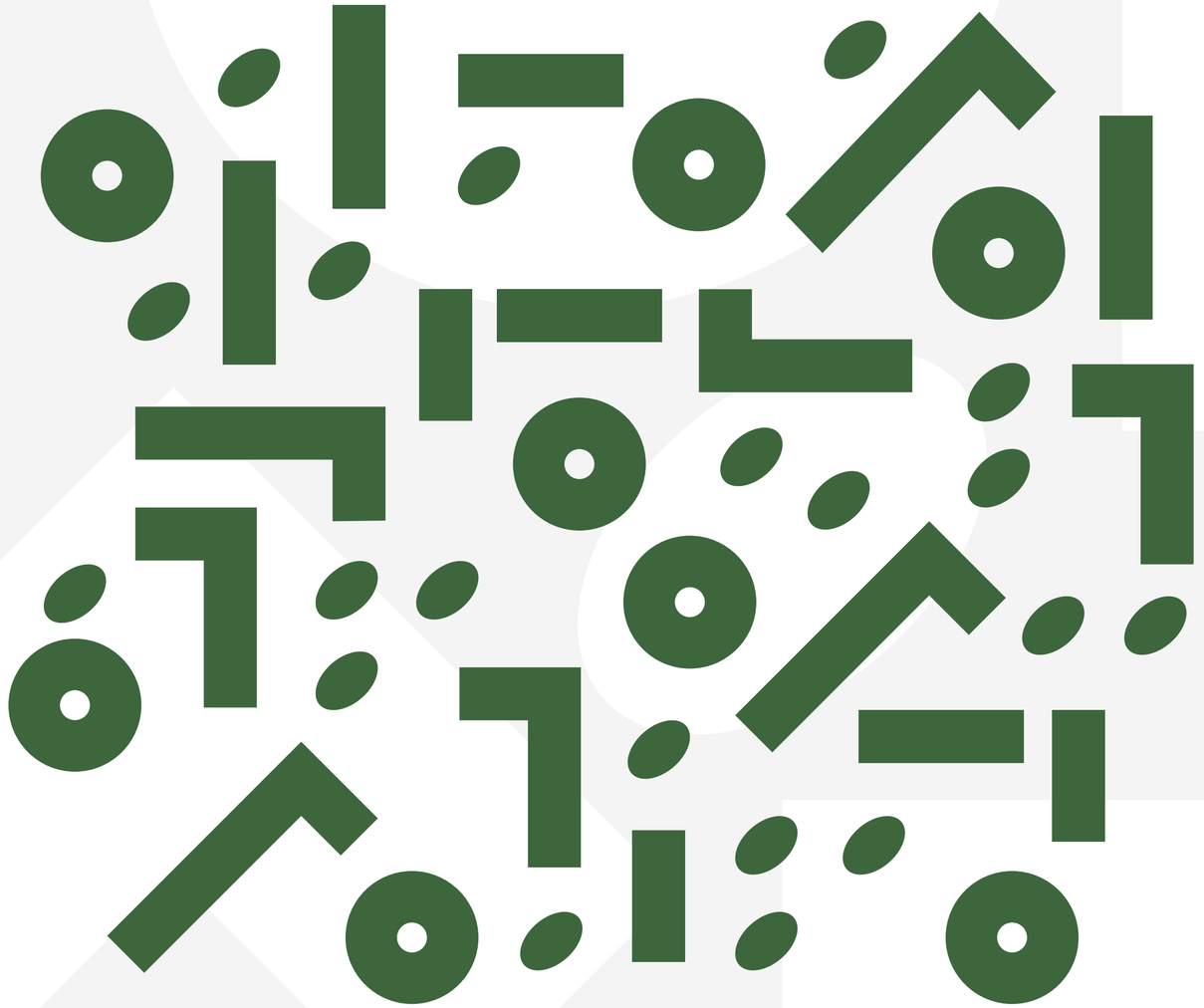
로고 확장 그래픽 모티프

약석원의 그래픽 모티프는 한글의 조형미와 강화도의 지형, 자연의 상징성을 담아낸 실루엣 로고에서 출발합니다.

이 모티프는 로고를 구성하는 한글 자소를 분해하고 재조합하여, '자연–사람–건강'이라는 브랜드 철학을 함축적으로 시각화한 그래픽 언어입니다.

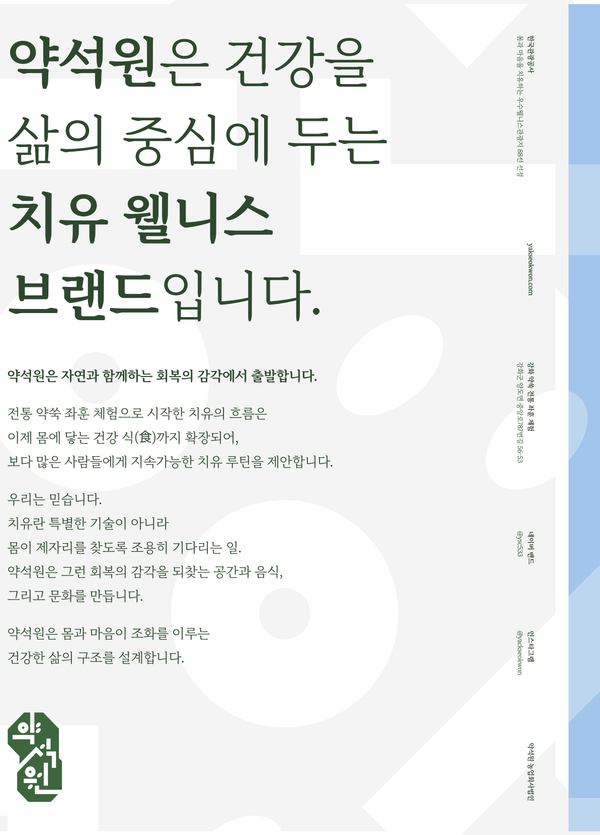
훈민정음의 '천·지·인' 원리에 착안해 초성·중성·종성을 유기적으로 배열함으로써, 한국적인 미감을 전하는 동시에 생동감 있고 확장성 있는 시각 시스템을 완성합니다.

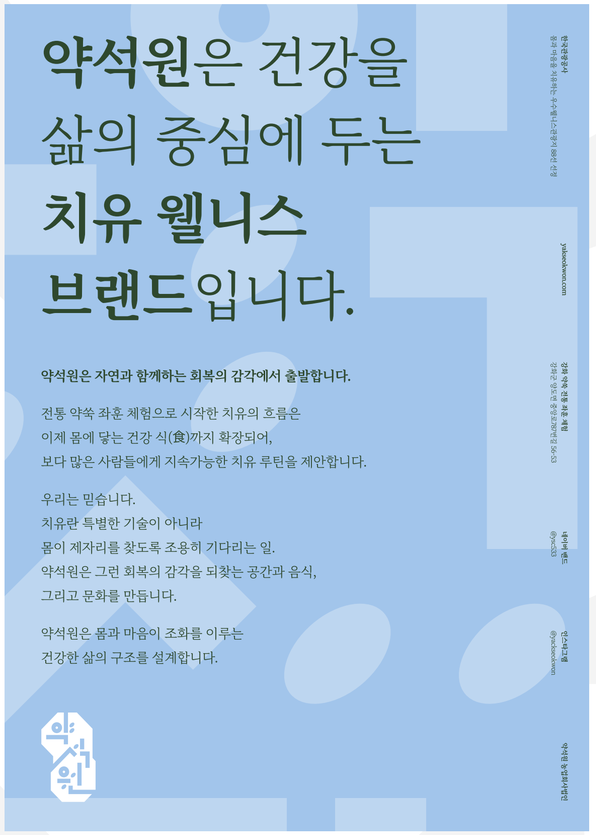
해당 모티프는 패키지, 배경 그래픽, 텍스타일 등 다양한 매체에서 활용되며, 약석원 브랜드의 정체성과 통일된 인상을 더욱 강하게 전달합니다.

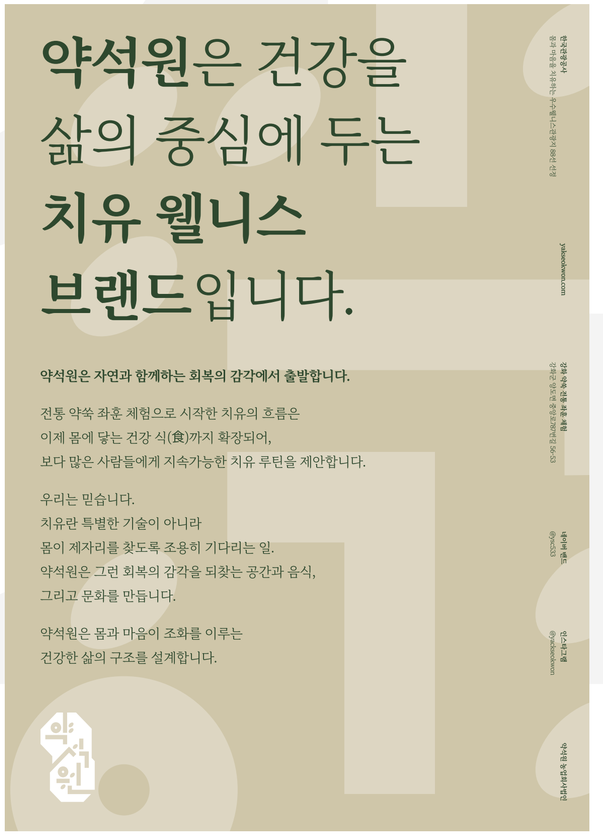


Motif | Poster Sample









Motif | Background Image Sample



Application | 좌훈복 Sample A



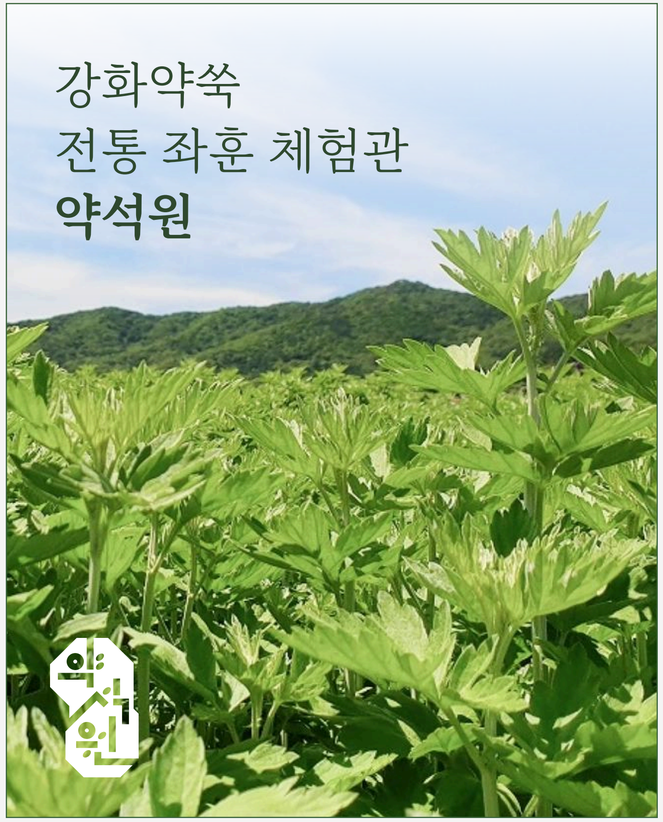
Application | 좌훈복 Sample B



Application | 안내 현수막 Sample



Application | SNS 피드 Sample

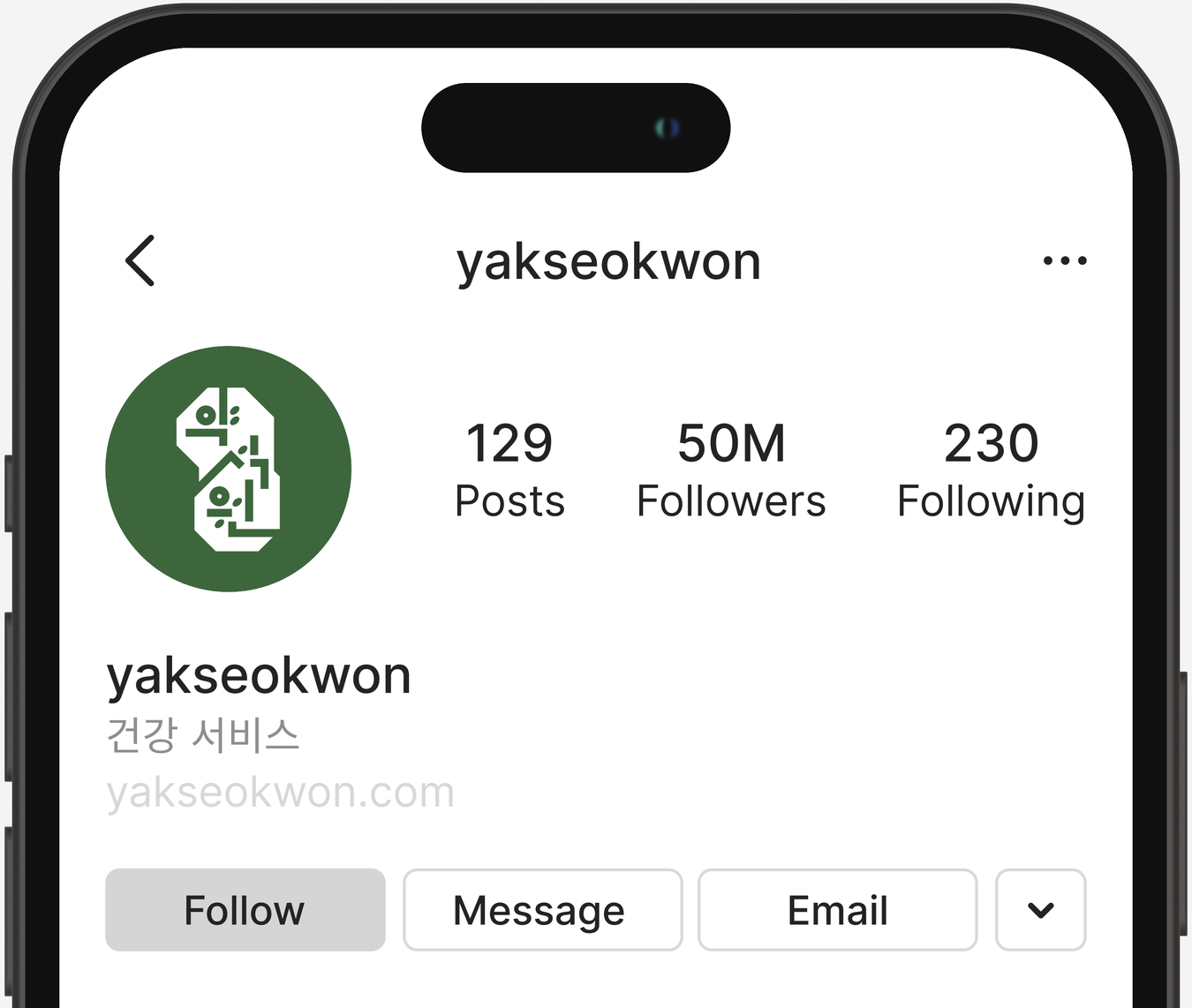




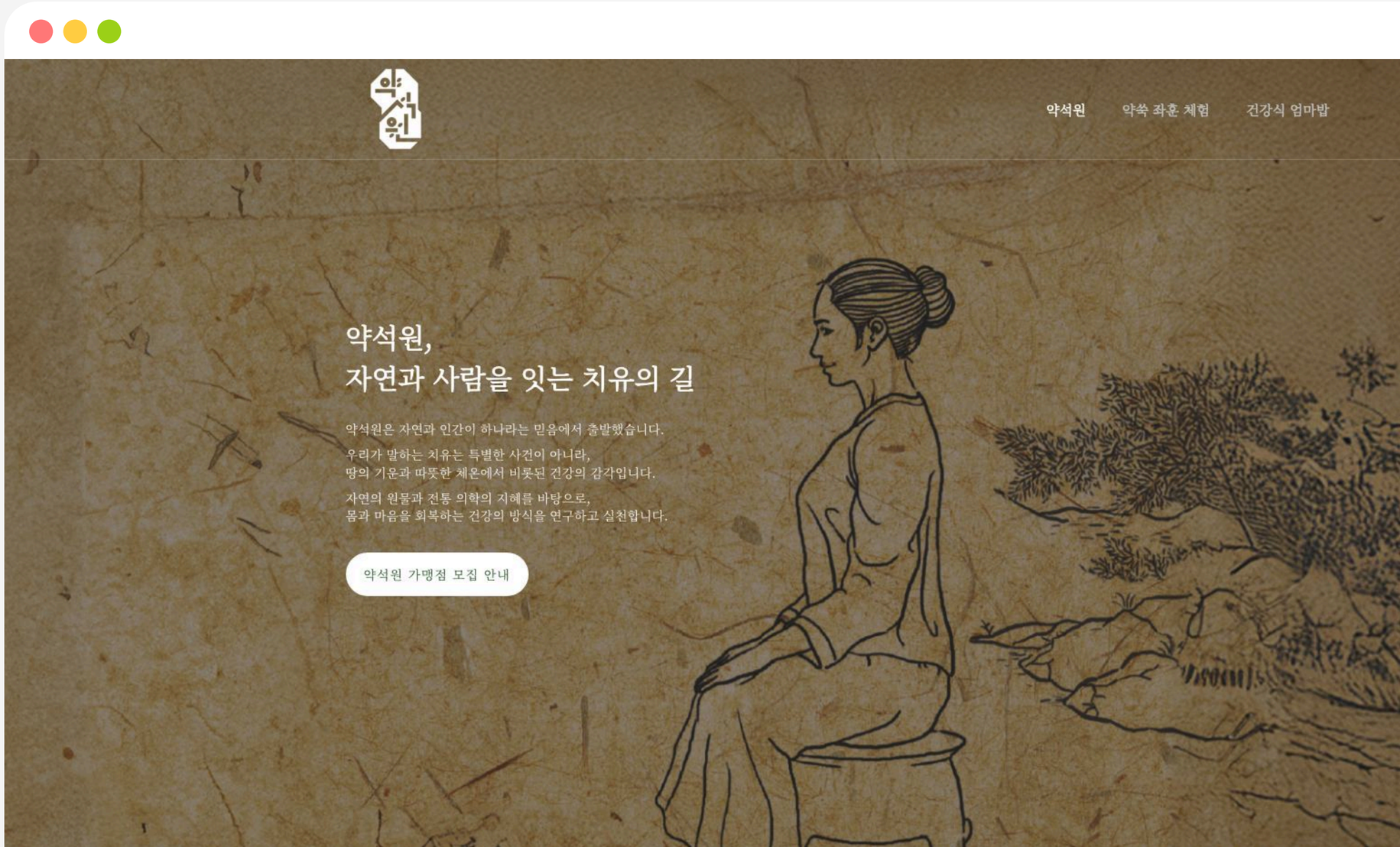
몸을 덥히고,
기운을 깨우는 강화 약쑥
좌훈(體驗)

다이어트	체내 순환을 촉진해 건강한 다이어트를 돕습니다.
혈액순환	혈류를 원활하게 해 몸을 따뜻하게 회복합니다.
수족냉증	손발이 차고 저린 증상을 완화합니다
자연치료	자연 치유력을 높이고 면역을 강화합니다.

Application | SNS 프로필 Sample



Web Site | 약석원

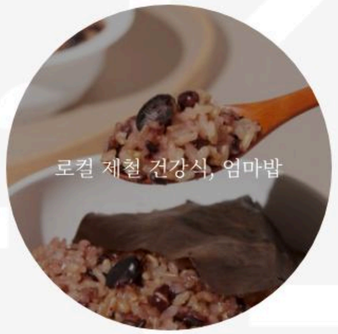

약석원
약석원
약쑥 좌훈 체험
건강식 엄마밥
약석원,
자연과 사람을 잇는 치유의 길
약석원은 자연과 인간이 하나라는 믿음에서 출발했습니다.
우리가 말하는 치유는 특별한 사건이 아니라,
땅의 기운과 따뜻한 체온에서 비롯된 건강의 감각입니다.
자연의 원물과 전통 의학의 지혜를 바탕으로,
몸과 마음을 회복하는 건강의 방식을 연구하고 실천합니다.
약석원 가맹점 모집 안내

건강을 연구하고 실천하는
다양한 체험

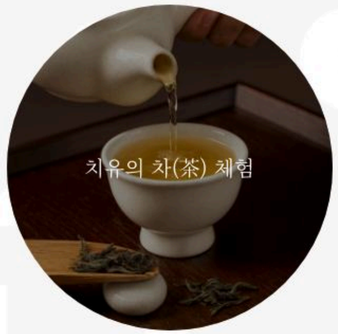
약석원에서의 체험은 단순한 프로그램이 아니라, 몸과 마음을 건강을 위한 연구와 실천의 과정입니다.



강화에서 자란 약쑥의 기운을 온전히 담은
'좌훈 체험'은 몸을 덥히고 기혈의 흐름을 통해
자연의 회복을 이끄는 전통 치유 방식입니다.



국내산 로컬 원료와 정성을 가득 담아낸
건강 식(食) 브랜드 **'엄마밥'**은
하루의 식탁에서 이어지는 치유의 확장입니다.



우리 땅의 약재와 전통을 담은 **'차(茶)'**는
몸을 맑히고 마음을 고요히 하여
쉼과 명상을 선사하는 치유의 시간입니다.



약석원

Brand Guidelines EOD

2025 09 ver

STUDIO DUGGUBI.

studioduggubi mail@studioduggubi.com