

— 브리크brique

‘창의적인 공간’과 ‘혁신적인 라이프스타일’을 제안하는 미디어 커뮤니티 플랫폼

Last update
2024.03.28

창의적인 공간과
혁신적인 라이프스타일을 제안하는
미디어 커뮤니티 플랫폼



혁신적인 라이프스타일을 담은 창의적인 공간을 아카이빙하고,
창작자-운영자-사용자가 함께 성장하는 ‘지속가능한 공간 생태계’를 만듭니다.

2017(공간 아카이빙 시작)

6월 법인 설립, 웹미디어 오픈
11월 매거진 창간



2018(미디어 개발)

7월 중기부 초기창업패키지
지원기업 선정



2019(콘텐츠 서비스 개시)

2월 SNS 서비스 시작
4월 웹미디어 리뉴얼
7월 매거진 리뉴얼
11월 뉴스레터 서비스 시작



2020(인지도 확보)

5월 고정 독자 확보
7월 뉴스레터, 인스타그램
디지털 채널 세팅, 운영
12월 멤버십 전략 수립

2021(브랜드 안착)

4월 체험 프로그램 론칭
6월 엔젤 투자 확보
7월 서울시 청년인생설계학교
청년주거세션 운영자 선정
9월 네이버 프리미엄 진입
11월 콘텐츠 확장
12월 Value up 계획 수립



2022(Value up)

3월 이음, 볼라 콘텐츠 파트너십
5월 잡지협회+문화부, '2022 우수 독립잡지' 선정
6월 에르메스 광고 파트너십
7월 서울시 광고 파트너십
10월 볼라 2023년 연간광고
11월 제주도 우도 공간재생 포럼 총괄
12월 Community & Platform 비즈니스 계획 수립



2023(Community & Platform)

1월 브리크 시즌3 전략수립 (디지털퍼스트, 커뮤니티)
3월 잡지협회+문화부, '2023 우수 콘텐츠 잡지' 선정
4월 행안부, 청년마을 청년주거 심사위원 위촉
중기부, 강한소상공인 글로벌 파트너 선정
5월 본사 이전 (로컬스티치 흥대2)
6월 레드 브리크 라운지 (공간창작자+에디터 커뮤니티) 오픈
7~8월 레드 브리크 라운지 '2023 Summer Camp' 운영
8~9월 공주 퍼즐랩과 로컬 콘텐츠 제작 과정 '에디터닷' 운영
9월 멤버십 기반 디지털 구독 유료화 전환
10월 행안부, 청년마을 청년주거 심포지엄 주관
12월 퍼즐랩과 로컬상권 아카이빙 사이트 '제민천 닷컴' 오픈

<시즌1> 2017년 11월 창간 (격월간)

<시즌2> 2019년 7월 리뉴얼 (계간)

<시즌3> 2023년 6월 리뉴얼 (연 2회)

매 호 2,500부 발행 (판매가 20,000원)

*2023년 12월 기준 누적 22권 발행

- (오프라인) 교보문고 및 전국 주요서점
- (온라인) 인터넷교보, 알라딘, YES24, 네이버 스마트스토어, 29CM
- 연령별 구독자 비율 (상위 2순위)
 - > 35~44세 33.03% / 25~34세 28.75%
- 직업별 구독자 비율 (상위 2순위)
 - > 공간 사용자 31.10% / 공간 디자이너 28.02%



Publications & Membership

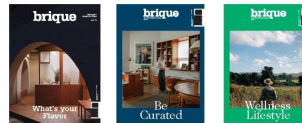
brique



Vol. 0 City, Space, People
Vol. 1 Life in Greenery
Vol. 2 Alternative Lifestyle / Scents in Space
Vol. 3 Near my home
Vol. 4 We still move
Vol. 5 Edit your Space



Vol. 6 Color your City
Vol. 7 no more room
Vol. 8 Heritage is ____
Vol. 9 Uncommon Living
Vol. 10 Stay here
Vol. 11 In your Area



Vol. 12 What's your Flavor
Vol. 13 Be Curated
Vol. 14 Wellness Lifestyle

MAGAZINE BRIQUE



No. 1 The Crevice / Orange Cube House
No. 2 The Square / Yellow Stone House
No. 3 Fighting House / Urban Live
No. 4 Cheongun-dong House / Hanok 3.0
No. 5 Happy House / Eunhye Community House

브리크 온라인 채널 brique.mag

<웹사이트> @brique (2024.1.31 기준)

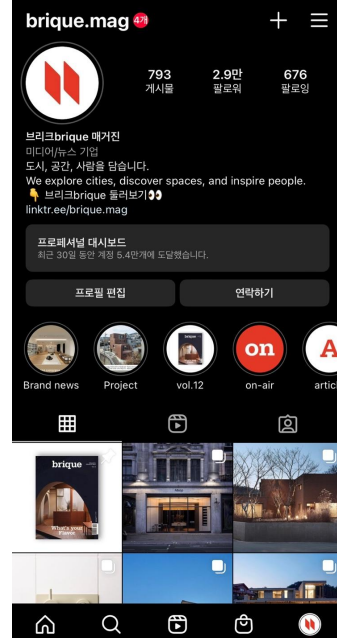
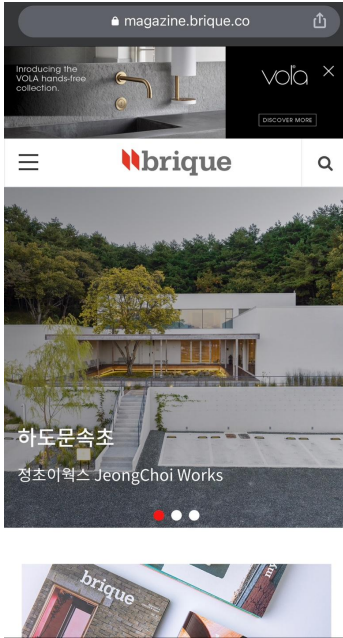
- 월 방문자 47,000명
- 회원가입자 5,200명
- 월 페이지뷰 370,000뷰
- 방문자당 클릭수 3.1 페이지
- 방문자당 체류시간 2분 30초

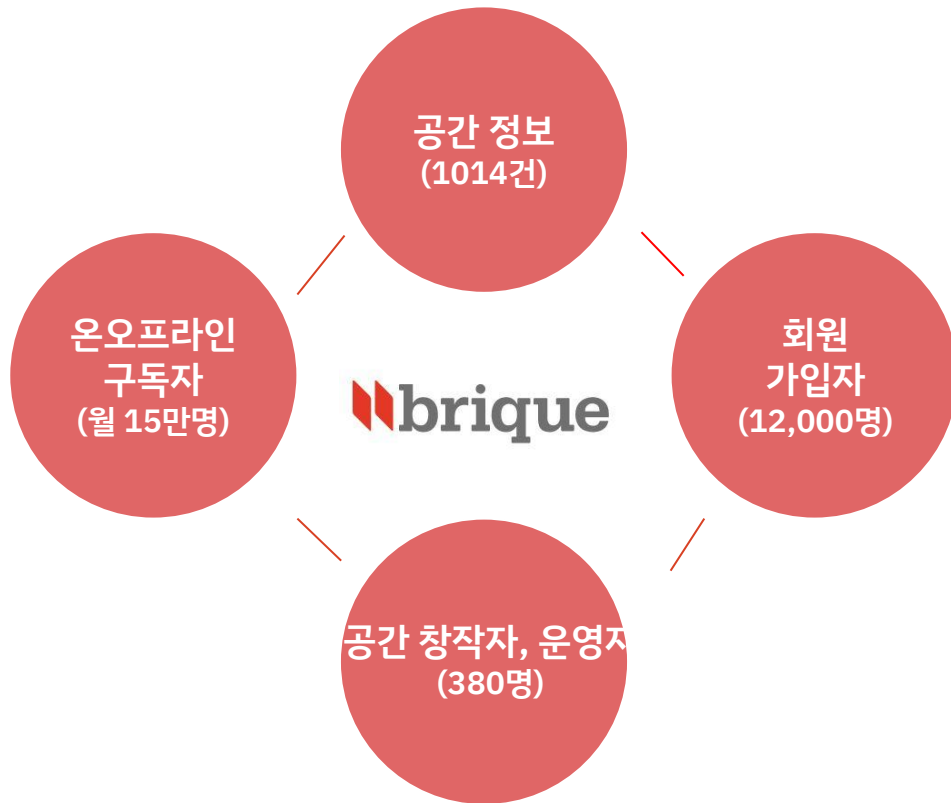
<인스타그램> @brique (2024.1.31 기준)

- 도달한 계정 42,525
- 노출수 348,000
- 누적 팔로워 33,000

<뉴스레터> @brique (매주 수요일, 누적 201회)

- 구독자 12,014명
- 평균 오픈율 36.6%
- 평균 클릭률 6.0%





시즌1 (창업 ~ 2019년 3월) : 혁신적인 도시주거 아카이브



과밀화된 도시

- 살(live) 집이 없다, 살(buy) 수도 없다.
- 획일화된 평면, 초고가 아파트 공화국
- 1인 가구 상당수는 4.2평 쪽방에 산다.
- 주거 불안이 사회 불안으로 증폭



선택지를 넓히는 다양한 도시 주거 사례

- 협소주택
- 공동주택
- 공동체주택
- 협동조합주택

시즌2 (2019년 4월 ~ 2023년 5월) : 도시인의 변화하는 라이프스타일을 담은 창의적인 공간



폭증하는 1인 가구, me 세대 증가

- 1인 가구 30% 넘어서고
- 슬세권 생활 지원 공간 늘고
- 공간을 소비하는 문화 확산



혼자 사는 나를 채워주는 공간

- 코리빙 / 코워킹 / 워케이션
- 스테이 / 체험공간
- 혁신적 상업 공간 / 복합문화공간

시즌3 (2023년 6월 ~) : 도시와 지역을 잇는 건강한 삶의 공간



지역살이를 꿈꾸는 사람들

- 도시살이에 대한 압박감 해소
- 저렴한 주거비와 생활비
- 한달 살이, 빈집 재생 문화 확산



도시와 지역을 잇는 거점 공간

- 듀얼라이프 지원 공간
- 로컬 커뮤니티 공간 / 청년마을
- 로컬 전통 상권 / 로컬 브랜드 상권

BRIQUE INSIGHT TALK

			
노경록	최재영	김창군	전수민
지랩Z_Lab 대표	더퍼스트랭킹 대표	유타건축 대표	서비스센터 대표
11:00-12:30	13:00-14:30	15:00-16:30	17:00-18:30
쉽과 위로를 얻는 스테이	통합 공간 사용자 경험 디자인	공간, 모든 것을 연결하다 - 주택부터 카페, 사무까지	서비스센터가 하는 브랜딩 이야기



- 주제 : 공간으로 읽는 라이프스타일 트렌드
- 일시 및 장소 : 2023년 4월 29일 (토) / 헤이그라운드 성수시작점
- 프로그램 : 4개 세션 40명씩, 2시간씩 강연 (총 160명)
- 성과1 : 전 세션 뉴스레터와 인스타그램 홍보만으로 **사흘만에 전좌석 판매매**
- 성과2 : 세션 결과 콘텐츠 구독을 위한 웹미디어 회원 가입 (**4주간 1,000명 추가**)



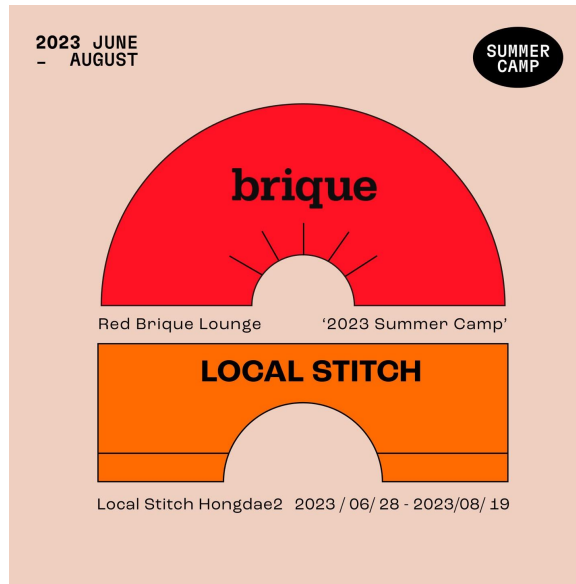
레드 브리크 라운지

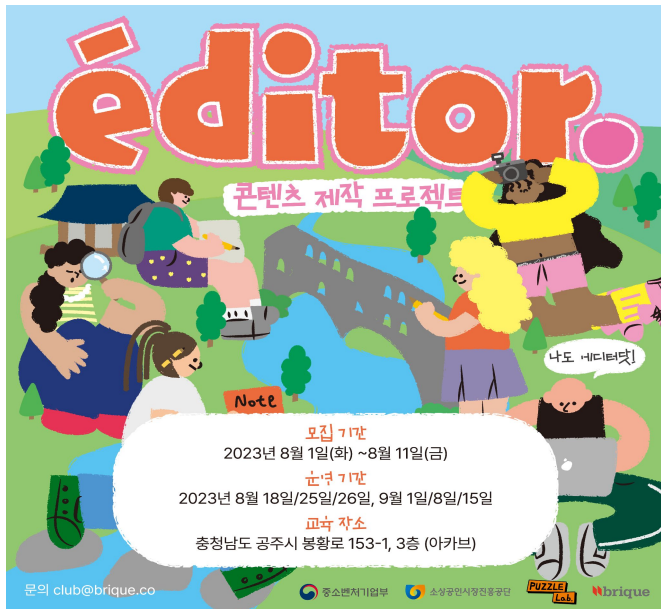
- 공간 기획자, 디자이너, 에디터 멤버십 라운지
- 인사이트 토크, 에디터 스쿨, 공간 디자이너 썸머캠프
- 공간 생태계 젊은 창작자 커뮤니티 구축



공간 디자이너 + 공간 에디터 2023 썸머캠프

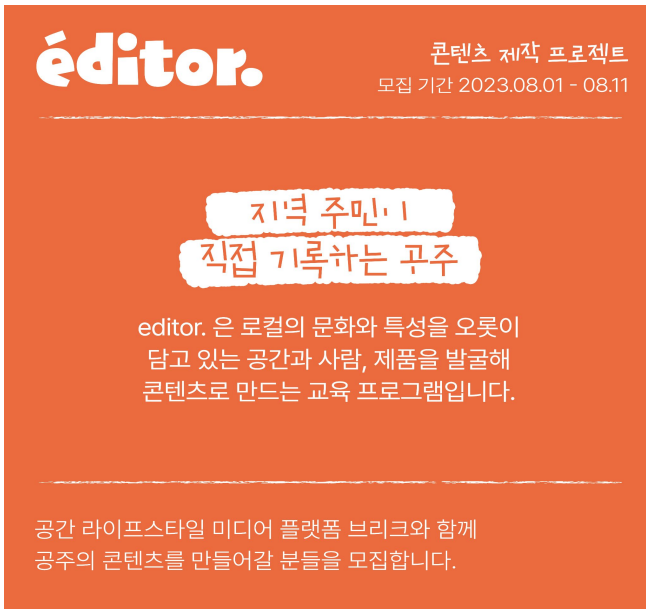
- 주제 : 1인 주거와 코리빙
- 구성 : 8주 실습 + 2회 특강
- 공간 크리에이터 해커톤 및 어워드 개최





로컬 콘텐츠 제작 프로젝트

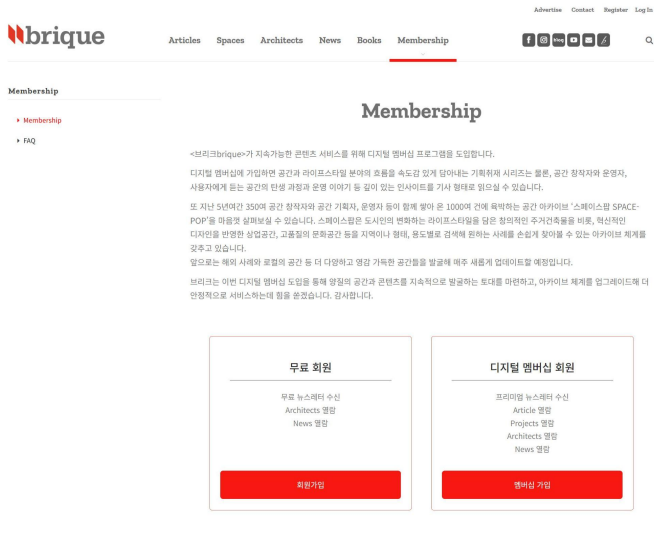
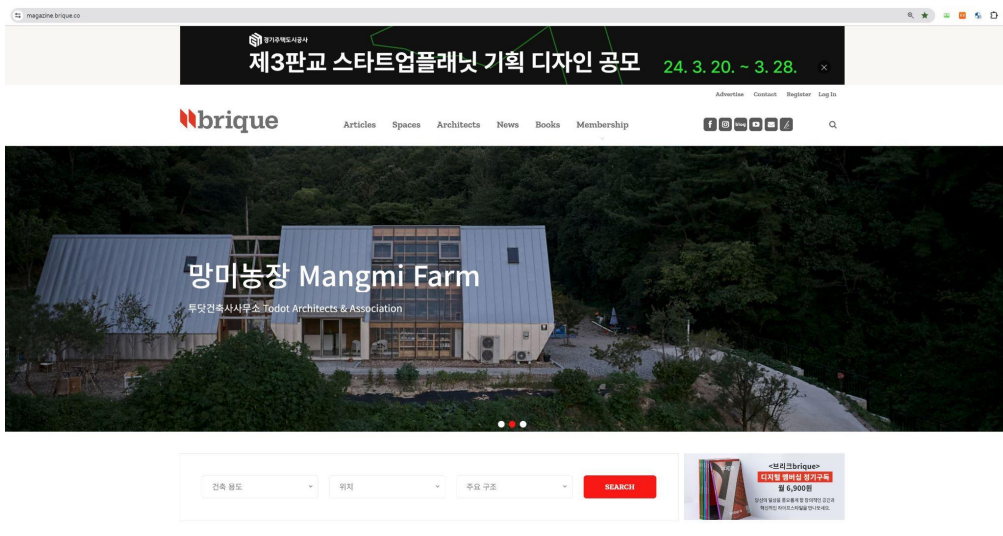
- 현지 지역민 대상
- 로컬 상권 브랜드 아카이빙
- 로컬 브랜드 홍보 및 창업 지원



에디터닷_공주

- 취재 및 편집 교육 5회 + 1회 현장 실습
- 공주 주요 상권 16곳 취재 및 아카이빙
- 제민천 닷컴 창간 지원

브리크brique 디지털 유료 멤버십



웹미디어 회원 가입 의무화 (2023년 5월 11일~)

- 총 5080명 가입 (2024년 3월 25일 현재)
- 첫 1개월 3500여명 가입, 이후 매월 10~20%p 증가세 유지



디지털 유료 멤버십 구독 결제 시작 (2023년 9월 1일~)

- 월 6900원, 가입 날짜 기준 1개월마다 갱신
- KG이니시스, 카카오페이 결제 연결
- 2단계 비즈니스 멤버십 준비 중 (디자이너, 브랜드 대상)



1. NEXT1000 글로벌 프로젝트 론칭

- 웹미디어 공간 아카이브 'SPACE-POP' 업그레이드 (국내외 공간디자이너 참여)
- 유럽, 일본 등 해외 주요 공간 소식, 아카이빙
- 한국어, 영문 병기해 글로벌 독자 유입 확대

2. 유료 멤버십 체계 확대

- 디지털 멤버십 업그레이드 : 멤버십 혜택 확대 (B2C)
- 공간디자이너 멤버십 도입 : 디자이너들의 포트폴리오 관리 및 퍼블리싱 지원 (B2B)

3. 공간 창작자 - 운영자 - 투자자 커뮤니티 구축

- 공간디자이너 + 공간에디터 연합 캠프 : 기초 강의 + 실습, 포트폴리오 확보 지원
- 건물주, 운영자, 투자자 등 공간 비즈니스 참여자를 위한 컨설팅 및 공간 전문가 연결
- 레드 브릭 라운지 포럼 : 공간디자이너 + 공간에디터 네트워킹 모임

1단계. 로컬의 주요 거점 공간 아카이브

- 지역의 주요 동네town 브랜드화
- 로컬의 상공간과 브랜드
- 로컬 커뮤니티 공간과 운영자

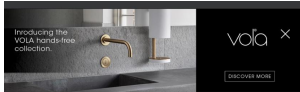
2단계. 로컬 콘텐츠 연결

- 로컬 미디어 연결, 로컬 라이프스타일 콘텐츠 확산
- 로컬 상권에서 만들어내는 상품과 서비스 홍보
- 로컬의 커뮤니티 활동과 관계인구 콘텐츠

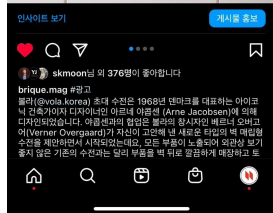
3단계. K라이프스타일 공간과 브랜드 경쟁력 제고

- 영어 버전, 중국어 버전
- 글로벌 서밋, 로컬 박람회, 페스티벌 개최 등

온라인 채널 광고 (2024년 단가)



에디터, 김지아 사진, 윤원기 자료, 인테리어티처



구분	노출위치	기간/횟수	단가(원)
웹사이트 배너광고 (PC, MOB)	메인 탑배너	1주	2,000,000
	기사 뷰페이지	1주	2,000,000
	중간 배너, 사이드바	1주	1,500,000
인스타그램 (MOB)	게시글 피드 + 스토리	1회	2,000,000
	스토리	1회	800,000
뉴스레터 (PC, MOB)	본문 내 배너 삽입	1회	1,500,000
	뉴스 큐레이션 + 링크 아웃	1회	2,000,000
	별도 뉴스레터 제작, 발행	1회	3,000,000
온라인 단신 기사 (PC, MOB)	웹사이트 뉴스 섹션 뉴스레터 뉴스 큐레이션 인스타그램 게시글 + 스토리	1꼭지	4,000,000
온라인 아티클 (PC, MOB)	웹사이트 아티클 뉴스레터 아티클 큐레이션 인스타그램 게시글 + 스토리	1꼭지	10,000,000

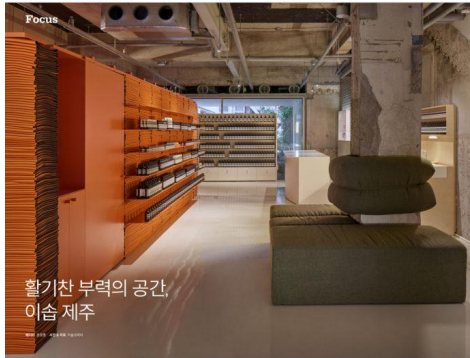
(부가세 별도, 대행사 수수료 별도)



종이 잡지 광고 (2024년 단가)



Invite to Next Luxury
Invite to dacor house



구분	지면	사이즈, 분량,노출위치	단가(원)
지면 광고	목차대면	1p	3,000,000
	편집자의 글	1p	3,000,000
	내지 스프레드	2p	5,000,000
	표3	1p	5,000,000
	표4	1p	12,000,000
기사형 광고	FOCUS	기사 4p + 온라인채널 4구좌	7,000,000
	FOCUS	기사 6p + 온라인채널 4구좌	10,000,000
	BRAND STORY	기사 6p + 온라인채널 4구좌	12,000,000
	BRAND STORY	기사 8p + 온라인채널 4구좌	15,000,000

(부가세 별도, 대행사 수수료 별도)



E.O.D

정지연 대표

joanne21@brique.co

010-8731-3558