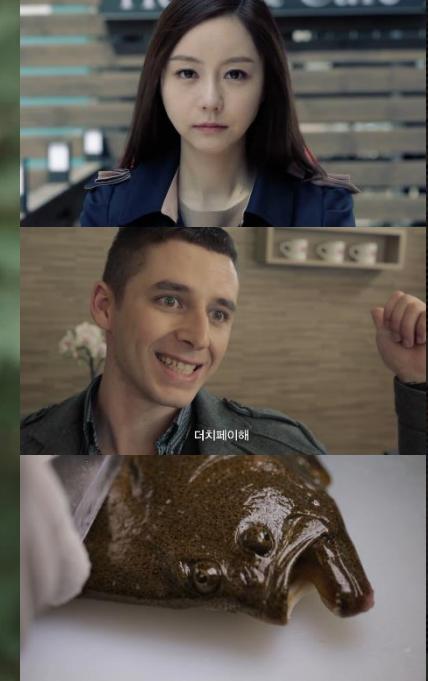


큰 사람 큰 그림, 엑스라지픽처스

엑스라지 픽처스

INTRO

이 영화를 보고 말이 나았습니다



2013년,

10분이라는 긴 러닝타임에도 불구하고 수십만 조회수를 돌파한 광고 KT<더치페이송>을 통해 더치페이 문화를 전파한 서준범 감독은 같은 해, KT<신의 GOODCHOICE>로 광어와 텔레파시가 가능할 경우 그려질 디스토피아를 사실적으로 묘사하며, 표현주의 감독으로써 자리매김 하고 싶어 하지만, 2014년 유병재 주연의 KT<올레와이브로하이브로에그>를 연출함으로써 명실상부 병맛 감독, 악쟁이 감독이라는 별칭을 얻게 되었다.

INTRO

이 영화를 보고 말이 나았습니다



그 후 2015년,

안재홍, 황승언 주연의 LG G4<찍었어?>를 통해 남녀 사이의 간질간질한 줄타기를 연출하는듯 하였으나, 실상은 감독 본인의 머리속한 경험담을 광고에 녹인 것은 아닌가하는 의혹만을 낳았고, 직후 연출한 박보영, 이동휘 주연의 LG IoT<한번해보실래요?>를 살펴본 주변인들은 ‘알고 보니 연애는 다 꿈!’이라는 막장 드라마스러운 결말을 보곤 그간의 의혹이 모두 사실이라고 단정짓기 시작했다.

INTRO

이 영화를 보고 말이 나았습니다



2017년,

TVCF인 ABC마트<아이린LIKE누오보>는 그간의 병맛 행보를 부정하는듯 섬세하고 애기자기한 터치를 통해 레드벨벳 아이린의 아름다운 면모를 온전히 전하는데 성공하여, '소녀감성 감독', '감수성 감독' 타이틀을 얻나 했지만, 주변의 평가는 '그동안 여자를 얼마나 많이 (몰래) 봐왔으면 이렇게 예쁘게 찍었나'라는 씹쓸한 피드백만이 전해질 뿐이었다.

INTRO

이 영화를 보고 말이 나았습니다



같은 해,

TVCF인 AUCTION<오션월드 핫해하태> 제작시엔, TVCF로는 병맛을 녹이는 것은 절대 불가능하다는 주변인들의 우려에도 불구하고 병맛 뮤즈인 유병재와의 작업으로 '병맛TVCF'라는 새장을 열어, '병맛 장인'이라는 새별칭을 얻었지만 서준범 감독 스스로는 타이틀을 부정하며 앞으로는 본인의 강점인 감성적인 터치가 가득한 광고만을 만들겠다고 돌연 선언!

INTRO

이 영화를 보고 말이 나았습니다



2017년 여름,

오구실 이채은과 미생 하대리 전석호를 전면에 내세워 만든 감동 광고인 **이마트<나의소중한세계>**를 연출함으로써
이 시대를 살아가는 우리들의 상처를 보듬고, 앞으로 나아가자는 희망찬 교훈을 전달하는 줄로만 알았으나
결국엔 어처구니 없는 병맛으로 엔딩을 만들어내며, 역시나 교훈이라고는 지버릇 개 못 준다는 교훈을 전할 뿐이었다.

INTRO

이 영화를 보고 말이 나았습니다



하지만 서준범 감독은 여전히, 병맛광고를 고집해온 것은 앞으로 제작할 감성광고의 효과를 극대화하기 위한 '큰그림'이며,
'큰그림'은 키가 한 190은 넘는 '큰사람'이여야 만들 수 있는 것 아닌가?라고 말하며
2017년, 광고/영상프로덕션 <엑스라지 픽처스>를 설립하게 된다.

DIRECTOR

이 영화를 보고 말이 나았습니다



서준범 감독

현 CF 감독 / <엑스라지픽처스> 대표

前 광고/영상프로덕션 <돌고래유괴단> 감독

CJ E&M 공채2기 PD (tvN)

경희대학교 국제경영학과 졸업

광문고등학교 졸업

PORTFOLIO

2019 KCC

<형이 왜 거기서 나와?> 투머치토커 박찬호편

창호, 유리, 실리콘, 홈씨씨인테리어 할 말 많은 KCC를 위해 말 많은 투머치토커를 활용하여 광고를 기획/제작했다.
온에어 되자마자 각종 커뮤니티에 자연적으로 바이럴되며 높은 인기를 얻고 있다.

- 본편 유튜브 조회수: 424만 / 유튜브 좋아요: 1.2만 / 댓글 수 : 2천

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)

▶ 범퍼애드 1편 보기 [\[클릭\]](#)

▶ 범퍼애드 2편 보기 [\[클릭\]](#)



2019 이마트

<이오를 찾아서> 이마트X오션월드

열대어 이오의 집을 찾아서 떠나는 감동적인 이야기..?!

유명 브랜드만 한다는 논버벌 브랜드 필름 스타일로 만들었다.

- 본편 유튜브 조회수: 140만 / 유튜브 좋아요: 600

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2019 SIDIZ

<함께 크는 가족> 웹드라마 광고 🥇

'여보, 우리 잘하고 있는 걸까?' 두 아이를 둔 서툰 부모의 이야기로 많은 부모들의 공감을 샀다.

2019년 1분기 유튜브 인기광고영상 1위로 선정 됐다. (Think with Google)

- 유튜브 조회수: 370만

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)



2018 ULU게임즈 제시의 <풍신> 시리즈 TVCF

실력파 뮤지션 '제시'의 워터파크 뮤직비디오 같은 반전위트 TVCF / 그리고 인터뷰 현장에서 '풍신'발음이 어려운 제시는 자꾸 'X신'이라고 한다.

게임 TVCF가 맞는지 의심스러울 정도로 심의의 경계를 넘나들었던 광고. 이전에 보지 못한 스타일로 인기를 끌었고,

본 광고가 온에어 된 뒤에 게임<풍신>은 앱스토어 인기순위 1위를 차지하기도 했다.

▶ MV편 보기 [\[클릭\]](#) / 인터뷰편 TVCF버전 보기 [\[클릭\]](#) / 인터뷰편 SNS버전 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2018 동서식품 양세형의 <디카페 스토리> 맥심 디카페인 커피믹스

디카페의 바리스타, ‘양세바리스타’가 디카페를 찾아온 손님들에게 편안함을 선사한다. 총 3부작.

역시나 엑스라지픽처스다운 반전으로 스kip광고임에도 불구하고 찾아와서 댓글을 달았다는 반응이 뜨거웠다.

- 유튜브 조회수: 인트로편 약 246만 / 1편 134만 / 2편 133만 / 총 조회수 510만

▶ 인트로편 보기 [\[클릭\]](#) / 1편 보기 [\[클릭\]](#) / 2편 보기 [\[클릭\]](#)



2018 롯데주류 박은빈의 <순하리 소다톡> 시리즈

인턴에, 알바까지! 20대 청춘을 응원하는 <순하리 소다톡>의 희망찬 메시지!

청춘을 위로하는 감성 영상으로 시작해 반전으로 끝나는 스토리로 호평을 얻었다.

- 1화 <인턴>편: 조회수 약 410만 / 2화 <알바편> 조회수 약 405만 / 총 조회수 약 810만

▶ 1편 페이스북 보기 [\[클릭\]](#) / 2편 페이스북 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2018 NEXON 심형탁의 <열혈강호M> 바이럴광고 / TVCF

'형이 왜 거기서 나와?' 유형의 매력적인 바이럴광고와, 짧은 15초 TVCF 시리즈.

본편은 시어머니와 며느리의 관계를 밀도 있게 풀어내어, 여러 네이즌에게 감동과 웃음을 선사했다.

▶ 바이럴광고 버전 보기 [\[클릭\]](#) / TVCF버전 보기 [\[클릭\]](#)



2018 NETFLIX 유병재 스탠드업 코미디 <B의 농담> 바이럴필름 시리즈

넷플릭스에 온에어 된 유병재 스탠드업 코미디 <B의 농담>의 바이럴필름 시리즈

스산한 분위기 속 택시기사가 들려주는 가벼운 농담인 <택시편>과

기자와의 인터뷰를 통해 위트와 함께 <B의 농담>을 각인시키고자 하는 <인터뷰편>이 있다.

▶ 택시편 보기 [\[클릭\]](#) / ▶ 인터뷰편 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2018 캐럿게임즈 박성웅의 <리버스> TVCF

배우 박성웅의 액션연기를 통해 한편의 영화를 보는 듯한 광고!

허세스러운 박성웅의 귀여운 실수를 통해 '다시 태어나고 싶다. 리버스 하고 싶다.'라는 메인 슬로건을 잘 담아냈다는 평을 받았다.

▶ TVCF버전 보기 [\[클릭\]](#) / SNS버전 보기 [\[클릭\]](#)



2018 ULU게임즈 <글로리> TVCF

15초라는 시간적 제약에도 불구하고 '절대악에 맞선 선과 악의 이야기'라는 컨셉을 일상 생활에 재미있게 녹인 광고로 평을 받았다.

회사 대표에 맞서는 당돌한 신입사원 <EP1>과 무서운 아저씨에 맞서는 아이 <EP2>가 있다.

▶ EP1 보기 [\[클릭\]](#) / ▶ EP2 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2018 YG Ent. 유병재의 <600만 빚의 사나이> 스케치 코미디

유명 외화 '600만 불의 사나이'를 패러디한 유병재의 '600만 빚의 사나이'.

X스바겐, X케아, X티브엑스 등 기존에 유명한 기업들을 위트있게 비꼬며, 국내엔 없었던 코미디를 선보였다.

- 유튜브 조회수: 34만 / 좋아요 1만 / 댓글 1025개

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)



2019 YG Ent. 라이브토크쇼 <유병재 SHOW>

엑스라지픽처스에서는 생방송 송출 기술과 유튜브를 통해 유병재와 함께 첫 생방송 토크쇼를 진행했다.

초대 토크쇼 게스트로는 개그맨 조세호씨가 함께 했으며,

토크쇼 중간의 스케치 코미디 <엄마 아빠는 PC충>을 통해 현대 인터넷 세상 속 PC충을 비꼬기도 했다.

▶ 토크쇼 풀버전 보기 [\[클릭\]](#) / ▶ 엄마 아빠는 PC충 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2019 트라메 웹시트콤 <전생에 내가 무슨 죄를 지었길래>

익명의 대기업이 제작지원한 16부작 시트콤으로, 웹에선 흔하지 않은 총 제작비 7억원 규모의 웹시트콤이다.

광고회사에서 벌어지는 광고감독과 직원들, 그리고 친구들의 유쾌한 이야기들을 재미있게 녹여냈다.

(2019년 전반기 온에어 예정)



2019 넷플릭스 오리지널 드라마 <좋아하면 울리는> 어플 예고편

천계영 작가의 다음 웹툰을 원작으로 하는 넷플릭스 오리지널 드라마 <좋아하면 울리는> 극중 내의 '좋알람 광고'를 엑스라지픽처스에서 제작했다.

드라마 내의 소품의 역할을 하는 광고임에도 불구하고 실제 TVCF와 똑같은 제작 과정을 가졌다.

(2019년 후반기 온에어 예정)



PORTFOLIO

2017 이마트 이채은, 전석호의 <나의 소중한 세계> 이마트 세계 맥주

평범한 우리들의 이야기를 다룬, 공감 가득한 감동 광고. 온에어와 동시에 tvcf 크리에이티브 1위를 달성했다.

- 페이스북 : 조회수 약 910만 / 공유 약 11만회

- 2017 서울영상광고제 '금상' 최고상 수상 / 2017 대한민국 광고 대상 동영상 광고 부문 '은상' 수상

▶ 본편 공식 계정 보기 [\[클릭\]](#) ▶ 본편 SNS 보기 [\[클릭\]](#)



2017 옥션 삼성전자 파워봇 스타워즈 에디션

삼성전자의 감동 광고 + 옥션의 반전 광고를 뒤섞은 바이럴 광고.

- 페이스북 : 조회수 약 450만 / 좋아요 약 3만회

▶ 본편 페이스북 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2017 옥션

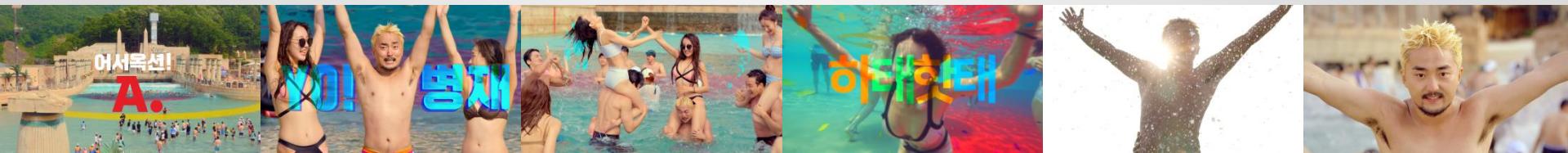
오션월드 X 어서옥션, 유병재의 <하태핫태> TVCF

기존 지코의 <하태핫태> 오션월드 광고느낌을 살리는 동시에 옥션만의 크레이티브한 반전으로 마무리한 TV광고.

- 페이스북 조회수 : 약 201만

▶ TVC 보기 [\[클릭\]](#)

▶ SNS 보기 [\[클릭\]](#)



2017 abc마트 레드벨벳 아이린의 <아이린 LIKE 버블리> TVCF

심쿵하게 만드는 레드벨벳 아이린의 여성 신발 브랜드 누오보 TV광고

- SNS 총 조회수 : 약 113만

▶ TVC 보기 [\[클릭\]](#)

▶ SNS 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

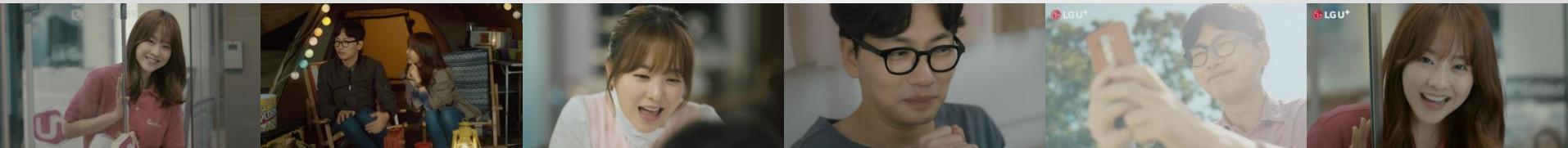
2015 LG U+ LG IoT 박보영, 이동휘의 <한 번 해보실래요?>

tvN 드라마 <오! 나의 귀신님>의 하로인 박보영의 캐릭터를 가져와, <응답하라1988>의 도룡농 이동휘와 케미를 이룬 코믹 광고

- 박보영 편 유튜브 조회수 : 약 330만 / 이동휘 편 유튜브 조회수 : 약 303만 / 총 633만 (페이스북 별도)

▶ 박보영 편 보기 [\[클릭\]](#)

▶ 이동휘 편 보기 [\[클릭\]](#)



2015 LG전자 LG G4 안재홍, 황승언의 <찍었어?>

<응답하라1988>의 정봉이 안재홍과 영화 <족구왕>에서 함께 했던 황승언이 케미를 이룬 코믹 광고

에피소드 위주의 본편과, LG G4의 카메라 사용법을 다룬 4개의 에피소드, 총 5편으로 이루어짐.

- 유튜브 총 조회수 : 약 514만 (페이스북 별도)

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2014 kt

olleh Egg <유병재의 극한첫사랑>, <유병재의 극한결혼>

<극한직업> 매니저 역할로 인기몰이 중이던 유병재를 활용한, 올레 와이브로 하이브리드 에그 바이럴필름

- 유튜브 총 조회수 : 약 143만

▶ 극한 첫사랑 편 보기 [\[클릭\]](#)

▶ 극한 결혼 편 보기 [\[클릭\]](#)



2014 kt

olleh giga internet 이동준의 <클레멘타인2가 개봉 못한 이유>

네이버 평점 만점의 전설의 영화 <클레멘타인>의 주연 이동준을 활용한 바이럴 필름

클레멘타인2가 개봉한다는 티저를 통해 네이버의 반응을 끌어올렸다. 본편을 런칭하여 효과를 극대화.

- 유튜브 조회수 : 약 33만

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2016 롯데제과 <옥동자 출산일기>

옥동자 영상 콘테스트 공모 형식의 광고로써, 저예산으로 큰 효과를 거둔 광고

별도 유튜브 광고 없이, 페이스북에서 자연 바이럴을 통해 좋은 반응을 얻음

- 페이스북 '광고의 모든 것' 페이지 조회수 : 약 111만 / 기타 페이스북 페이지 조회수 및 유튜브 조회수 : 약 25만 / 총 136만

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)



2014 kt

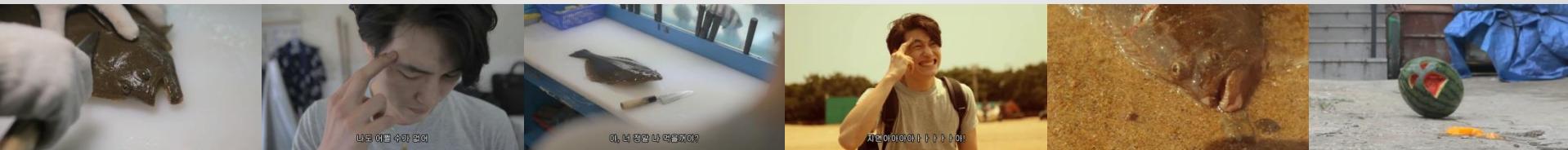
goodchoice <신의 굿초이스 - 동식물과의 텔레파시> 🥇

olleh의 새로운 슬로건인 '굿초이스'를 홍보하기 위한 바이럴필름

wikitree선정, '약 빨고 만든 광고 영상 9선'에 선정되는 등 여러 매체에서 기사화하여 다루기도 함. [\[기사 보기 클릭\]](#)

- 유튜브 조회수 : 약 22만 / 각종 페북 페이지 100만 이상 / 대한민국 웃긴 약빤 광고들 모음 영상 조회수 : 약 40만 / 총 162만

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)



PORTFOLIO

2014 kt

goodchoice <신의 굿초이스 - 신체>

olleh의 새로운 슬로건인 '굿초이스'를 홍보하기 위한 바이럴필름.

약빤 일본 광고 같다는 평을 받으며, 네이션들 사이에서 '티비풀 영상'으로 제작 되는 등의 성과를 냈. [\[티비풀 클릭\]](#)

- 공식 유튜브 조회수 : 총 57만 / 티비풀 영상 조회수 : 약 35만 / 총 92만 (페이스북 별도)

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)



2013 kt

zoomoney <더치페이송>

더치페이 어플인 zoomoney 어플의 바이럴 필름

별도 광고 없이, 자연적으로 바이럴된 바이럴 필름.

10분이라는 런닝타임에도 불구하고, 끝까지 봤다는 반응이 주를 이룸.

- 유튜브 조회수 : 약 16만 / 각종 페북 페이지 60만 이상 / 총 76만

▶ 본편 보기 [\[클릭\]](#)



엑스라지 픽처스

www.XLPICTURES.co.kr

서울시 관악구 남현2길 62 인성빌딩 302
302 INSEONG B/D 62 Namhyeon 2-gil Gwanak-gu
TEL/FAX +82.(0)2.525.0417

서준범 감독 JunBeom.Seo +82.(0)10.9502.0069
민미홍 조감독 Mihong.Min +82.(0)10.8341.0144
master@xlpictures.co.kr