

자료제공 : 2024. 5. 1 (수)

이 보도자료는 배포 즉시 보도할 수 있습니다.



보도자료

담당부서 : 홍보기획관 서울브랜드담당관

서울브랜드담당관

김지혜

2133-6185

사진없음

사진있음

쪽수: 2쪽

브랜드기획팀장

김현정

2133-6187

돈워리, 비 해치! (Don't worry, Be 해치!)

내친구 해치송, 발표 6일 만에 100만 뷰 넘겨

- 15년 만에 새롭게 탄생된 해치의 캐릭터송에 국내·외 폭발적인 호응
- 중독성 있는 후렴구와 라임으로 듣자마자 따라하게 된다는 반응
- 향후 '돈워리 비해치' 댄스도 만들어 챌린지할 계획

- 서울시는 지난 2월, 서울의 매력을 담은 상징캐릭터를 글로벌 캐릭터로 발전시켜 도시경쟁력을 높이고자 15년 만에 새롭게 단장된 해치를 발표하고, 아트벌룬 설치, 인스타툰(인스타그램+키툰), 해치 마법학교 운영, 해치 콘텐츠 공모전 등을 통해 시민들에게 다가가 좋은 반응을 얻었다.
- 이후 서울시는 해치의 정체성과 특징이 쉽게 이해될 수 있도록 누구나 따라 부를 수 있는 '해치송'을 제작하고 지난 4.25(목) 공개했다.
- '해치송'은 98만 유튜버 과나와 협업하여 만든 것으로 중독성 있는 후렴구와 재치있는 라임으로 공개 후 6일 만에 100만 뷰를 달성했다.

- 주요 반응으로 ‘너무 중독성이 강해 시험금지곡으로 정해야 한다’, ‘매일 듣겠다’, ‘역대급 콜라보’라는 의견이 많았으며, 댄스 챌린지를 한다면 나가고 싶다는 의견도 있었다.
- 실제 6세 아이를 키우는 서울시 직원은 ‘아이가 매일 아침 해치송을 틀어달라고 한다’며 관공서의 딱딱하고 무거운 느낌에서 벗어나, 트렌디하게 만들어졌다고 평가했다.

※ 영상 : <https://www.youtube.com/watch?v=YXJm6ylh nec>

- 서울시는 향후 ‘돈워리 비해치’ 댄스도 시민참여 등을 통해 다양한 버전으로 개발해 어린이부터 2030세대까지 참여할 수 있는 댄스챌린지도 추진할 계획이다.
- 오는 5월 2일부터 6일까지는 서울광장에 해치 최초 팝업〈해치의 마법마을〉 행사도 개최된다.
 - 도서관~시장실~시청업무공간 등 해치 탄생지를 투어하는 〈마법탐험대〉 프로그램과 해치 관련 미션 스탬프 랠리, 굿즈 랜덤뽑기 등 다채로운 행사가 준비된다.
- 김지혜 서울브랜드담당관은 “예상치 못한 시민 호응에 감사한 마음”이라며 “앞으로도 해치 캐릭터가 서울시민의 걱정을 행복으로 바꿔주는 친구로서 사랑받고, 서울의 매력을 전 세계에 알릴 수 있도록 노력하겠다.”라고 말했다.

첨부 : 해치송 영상 사진 1부



