

# 현대 브랜드 포장 디자인에 대한 혁신적인 연구

원자함\*, 김치용\*\*

\*동의대학교 대학원 스토리텔링학과

\*\*동의대학교 ICT공과대학 게임애니메이션공학전공

Email : yzh874095332@gmail.com, kimchee@deu.ac.kr

## Innovative Research On Modern Brand Packaging Design

Zi-Han,Yuan\*, Chee-Yong, Kim\*\*

\*Dept. of Storytelling, Graduate of School, Dong-Eui University

\*\*Major of Game Animation Engineering, Dong-Eui University

### 요 약

현대 브랜드 포장 디자인 개념은 로고, 이미지, 색깔, 스타일, 재료 등의 구성 요소에 상품의 특성을 고려하는 토대에서 브랜드 디자인의 기본적인 원칙을 지키고 있다. 그래서 본 논문에서는 민족 특색 요소를 넣어서 사람들에게 새로운 느낌을 주는 데 목적을 두었다. 이렇게 하면 디자인 효과가 제품의 브랜드 혁신에 영향을 주고 이익을 극대화시키는 효과가 있다.

### 1. 서론

과학기술과 사회의 발전에 따라 제품의 포장 브랜드는 전체 상품 유통 영역 중에 가장 큰 역할을 담당하고 있다. 포장 디자인은 기업의 문화, 기업 시장의 영업전략, 각국 나라의 민족문화, 민족공업, 기술 수준도 반영한다. 우리는 브랜드와 포장 디자인을 관심하고 어떻게 더 좋게 융합한다. 어떻게 더 좋은 브랜드 효과를 잘 만든다. 포장 디자인 중에 선명한 빛깔, 도형, 개성찬 외모가 제품의 특성을 잘 표현한다. 포장 디자인과 브랜드의 위치를 잘 이해하고 브랜드 포장 디자인의 새로운 이념을 결합하고 형성한다.

### 2. 세계 포장 디자인 업의 탄생과 브랜드의 발전

포장 디자인은 인류의 발달에 따라 점진적으로 이루어지는 것으로 포장 디자인은 인류문명의 견증자라고 할 수 있으며 포장은 기나긴 역사와 발전을 거쳐 오늘날까지 이른 것이다. 포장 디자인의 발전은 대략 다음과 같은 몇 가지 역사적 단계로 나눌 수 있는데 원시 포장, 고대포장, 근대 포장과 현대 포장의 네 단계로 나눌 수 있다. 그 중 고대 포장과 근대 포장은 제가 전통적인 업계 포장으로 이해하는데 원시 포장은 제품을 보호하고 쉽게 저장과 휴대를 하게 위해서이다.

원시 시대의 포장 디자인은 구석기 시대인데 그 시대의 인류의 생산력은 매우 낮았고 기본적으로는 두 손과 간단한 도구로 야생식물을 채집하여 고기 잡이와 사냥으로 생계를 유지하였으며 인류는 자연계의 장기 관찰 및 발전으로부터 약간의 계시를 받아 식물의 줄기를 사용하여 묶고 식물의 잎, 동물의 가죽, 과일 껍질 등으로 물품과 음수를 전 이하였다. 현대 포장 디자인은 18세기말 영국 산

업혁명이 시작된 이후까지 일찍 이겨 줄 갈 수 있는데 이는 산업 혁명으로 대량생산된 물자의 저장과 운송을 보장하고 시장의 판매에 맞추기 위한 동시에 상품에 대한 소비자의 수요를 만족하기 위해서이다. 지금까지 200년의 발전 역사에서 진정한 출발과 발전이 시작된 것은 제2차 세계 대전 이후였다. 과학의 급속한 발전으로 생산력 이비약적으로 제고되면서 포장디자인에 대한 요구 가 높아지게 되고 상품의 포장 디자인 산업이 현저하게 변화 되면서 브랜드 포장이 급격히 증가 되었다.

### 3. 기존 포장 디자인 혁신 개념을 기반으로 한 혁신적인 연구

우리가 오늘 보고 있는 유명 브랜드들은 모두 예사롭지 않는 발전과정을 거쳤다. 브랜드 이름 부터제품에게 인지가 가능한 상상, 감정, 경지 부여했지만 내포된 체험은 자발적인 것이 아니라 더 많은 제품의 이미지로 유발 된 것이다. 제품의 이미지는 브랜드의 이름, 로고, 패턴, 색채, 스타일링, 재료 등의 구성 요소를 구체적인 포장 디자인에서 구현했다. 상품의 특성을 고려하는 기초에서 사회, 기업, 상품, 소비자를 이해하고 정확한 디자인 정위를 할 수 있도록 브랜드 디자인의 몇몇 기본 원칙에 따라야 한다. 선진국들은 “W”디자인 아이디어 즉 무엇인지(what)? 누구를 위해 설계 하는지(who)? 언제인지(when)? 어디인지(where)? 왜(why)? 독창적인 디자인 이념과 전통문화, 자막 설명 또는 새로운 재료를 사용하여 혁신적인 이념을 설계한다.

### 4. 전통문화를 바탕으로 포장 디자인의 혁신적 이념을

## 구현

브랜드 포장 디자인의 시대적 특성은 민족 문화와 모순되지 않고 “현대화”는 “서구화”와 같은 것 이아니 또한 “민족성”은 “한계성”과 같은 것 이 아니 전통적인 문화 예술은 넓고 도심 오하며 민족의 것이 세계의 것이다. 세계 각국의 포장 디자인 기술의 발전과정을 살펴보면 각 나라의 문화와 경제적 배경이 긴밀하게 연결되어 있다.

4.1 포장 디자인의 혁신은 국가의 풍부한 역사 문화유산을 깊이 발굴하고 민족 예술의 정수를 수집하며 현대의 심미관과 앞선 과학 기술적 방법으로 전통과 민족의 다양한 스타일링 방식을 본 받아 이를 재구조화하여 이미 양자의 완벽한 결합을 실현하였다.

4.2 디자인 요소는 고객을 끌어당기고 실제 생활에 맞게 시대 적동 맥을 확실히 파악해야 하며 생활의 실제 속으로 디자인 영감을 찾고 발견하고 디자인 아이디어를 확립하며 현실을 고려하지 않고 제주관대로 하는 것 이아니라 디자인 이상을 동경해야한다.

4.3 포장 디자인의 혁신은 신 공예, 신 재료, 신 재료의 운용에 중점을 두고 상품을 충분히 전시해야 한다.

4.4 상세한 문자 설명이 있어야 하고 포장 패턴에는 제품의 원료, 배치, 효능, 사용 등에 대한 구체적인 설명이 있어야 하며 간결한 설명도가 있어야 한다.

## 5. 결론

본문 포장 디자인의 탄생과 브랜드의 발전을 다루고 있으며, 다섯 개의 “W” 디자인으로 사상 브랜드의 개성과 위치를 설명하였으며, 민족 전통문화를 바탕으로 브랜드 포장 디자인을 구축하는 혁신적인 컨셉, 디자인 요소, 디자인 형식, 형식 콘텐츠를 만들어 제품 문화에서 구축 포장 디자인을 새롭게 만들어 시대와 더불어 현재 사회의 가장 큰 수요를 충족시켜야 브랜드 포장 디자인의 가치를 살릴 수 있다.

## 참고문헌

- [1] 안상락, “쌀 포장디자인의 미래,” 마케팅, 제32권, 11호, pp. 84-87, 1998.
- [2] 류정열, “하헌수, 한국 라면 포장지 디자인 속성과 라면포장지 이미지, 그리고 중국 소비자의 한국 라면 선택간의 관계에 관한 연구,” Culinary Science & Hospitality Research, 제22권, 4호, pp. 156-169, 2016.
- [3] 김태호, “연천군 브랜드 비즈니스 물 모델개발을 위한 분석 연구,” 한국엔터테인먼트산업학회논문지, 제8권, 4호, pp. 91-99, 2014.