

Profile 홍은영 / HONG EUN YOUNG

Work contribution 재영 100%

Tool



대웅제약
RE DESIGN

CONTENTS

BRANDING ANALYSIS

- # Brand Overview
- # Rebranding Goals

RE-DESIGN

- # Design Concept & Keywords
- # Color
- # Typography
- # Logo Redesign

ARTWORKS

- # Mock-Up

DAEWOONG BRAND OVERVIEW

의약보국 醫藥輔國

‘좋은 약을 만들어 국민의 건강을 지키고 건강한 사회를 만든다.’

대웅제약은 ‘의약보국’의 신념으로 1945년 창립하였습니다.
좋은 약을 만들어 국민의 건강을 지키고, 건강한 사회를 만들어 가는
제약기업으로서의 사명으로 만들어왔습니다.

REDESIGN GOAL

대웅제약 O는 지혜와 끈기의 화신인 공을 형상화한 한국 ‘의(醫)’에서 탄생하여
상징적인 이미지를 지니고 있습니다.
최저한 브랜드의 발전과 성장을 위해 기존의 디자인의 집약점과
변화하는 시대에 맞추는 유연한 디자인을 추구하여 새로운 소비자층의 부합을 추구하고자 합니다.

AS IS

기존 디자인 로고 추가로
브랜드 확장에 어려움

심플 + 로고의 특징 불확실성

고정적인 공 디자인

TO BE

유연한 디자인 추구

심플 + 로고의 특징 확실성

현대적인 공의 디자인

DESIGN CONCEPT

공의 형상을 활용하여 따뜻하면서 친근한 이미지를 선보임
사람이 공 속에 기대어있는 모습을 통해
신뢰와 안정성을 시각적으로 전달하며,
대웅제약과 소비자 간의 공생관계를 나타내는 상징적 의미를 표현

KEYWORDS

친근 공생 신뢰

COLOR



#E9B300
DAEWOONG ORANGE



#565A5C
DAEWOONG DARK GREY

POINT



#F9E300

대웅이 추구하는 밝음과 활동성, 역동성, 무한한 성장 동력을 상징



#565A5C

제약기업으로서의 안정성과 신뢰감을 상징

TYPE FACE

조선포고체

Regular

‘의약보국’

좋은 약을 만들어 국민의 건강을 지키고
건강한 사회를 만든다.

Exo

Medium

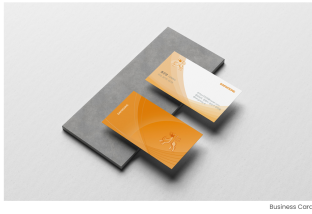
Global Healthcare Group DAEWOONG

Bold

Global Healthcare Group DAEWOONG



MOCK-UP



Business Card



Sign



Vitamin Bottle Packaging

