



# 한불화장품 포장용기 디자인(1)

한불화장품(주)은 1989년 화장품 업계에 신선한 모습으로 등장하여  
매년 경이적인 성장과 함께 이제는 상위 메이커로서  
확실한 위치를 차지하고 있다.

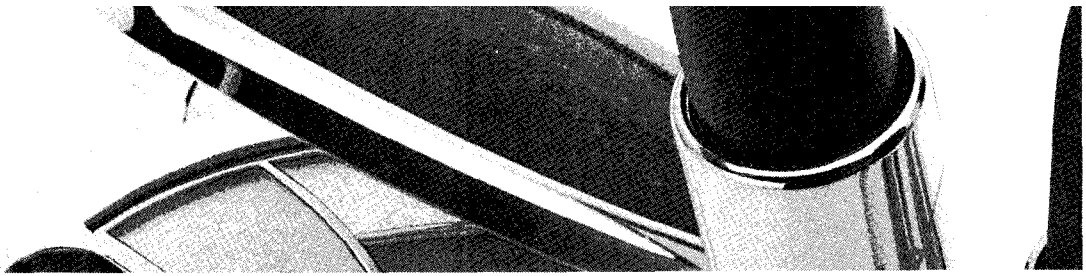
이는 차별화 된 마케팅 전략, 고객을 위한 경영,  
적극적인 토털패션 시스템 구축을 통한 것이다.  
한불화장품의 디자인은 어느 한가지에 고정되지 않은 시각으로  
아름다움의 정의를 다시 쓰겠다는 창조와 도전의 기업철학을  
사각형태의 단순함과 균형감으로 나타내고 있다.

또한 왕실을 상징하는 로열컬러는 품위,  
앞서가는 감각과 리더이미지를 동시에 상징하고 있다.  
이번 호에는 한불화장품의 화장품 변천사를 2회에 걸쳐 살펴보고자 한다.



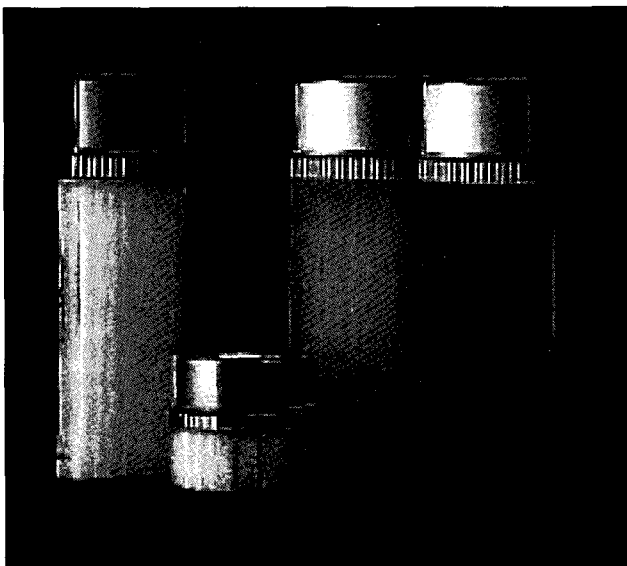
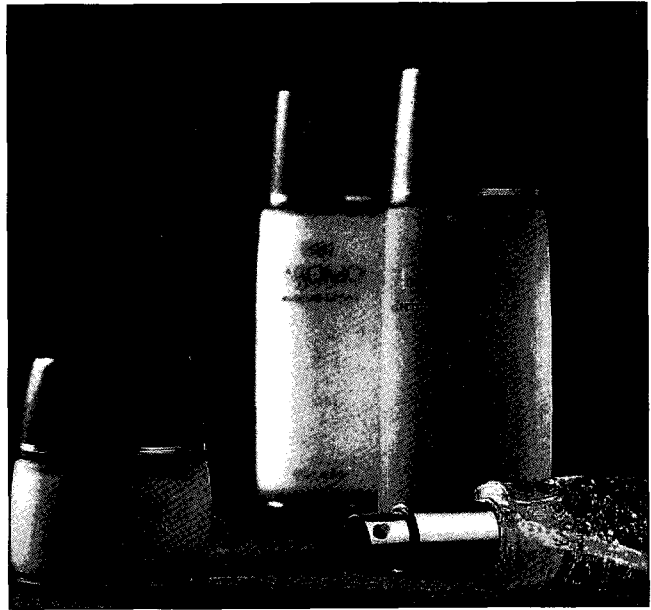
## 1993년 두앤비

젊은 층을 겨냥한 용기 디자인이 독특한  
제품이다. 장식의 재질(마블)을 최초로 개  
발하여 활용해 한불화장품의 기초 시장의  
밀비탕이며 신기원을 이룬 제품이다.



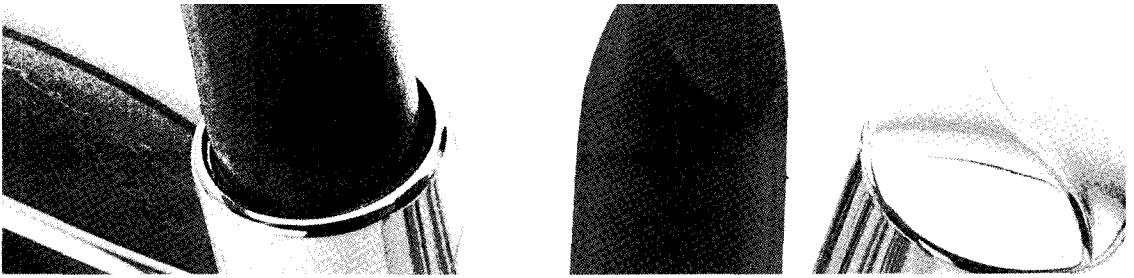
### 1993년 라소무와

한불의 첫 방문판매 때 화장품의 첫 시발점 제품으로 단순한 형태와 생산성을 극대화하여 지금까지의 방문판매의 비약적으로 발전시키는데 원동력이 되었던 제품이다.



### 1995년 에페르

30~40대를 겨냥한 고가의 제품이다. 로마시대의 기둥을 형상화하였고 어깨 장식의 화려함으로 그 시대의 이미지를 살린 제품이다.



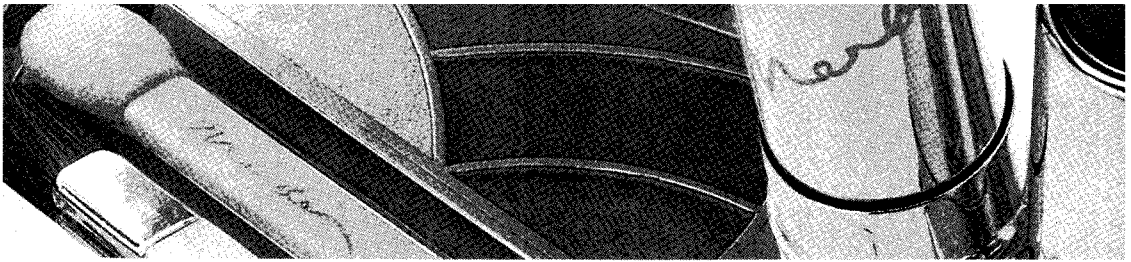
## 1996년 일레체

방문판매 제품의 제2도약기 제품이다. 색조제품으로서 자리 매김을 하며 차별화 된 용기디자인과 후가공, 재질을 다양화하여 고급스러움을 더하였다.

## 1996년 바센

20대를 위한 제품으로 기존의 투웨이 케익을 팩트화 시킨 새로운 개념의 제품이다. 새로운 헤어라인을 님의 명판에 도입함으로 미래지향적인 메탈릭 금속재질의 용기이다. 또한 기초는 손으로 잡기 편한 슬림한 원통형 디자인이고, 색조는 여성들의 편리성을 고려하여 슬림하게 디자인되었다.



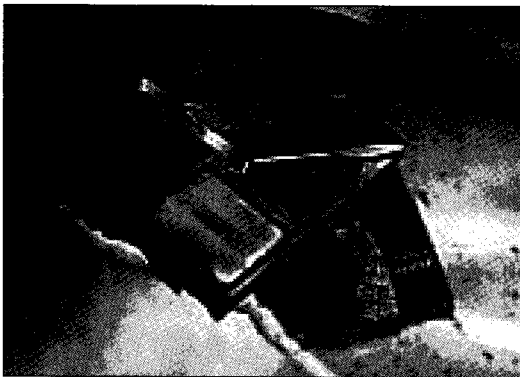


## 1996년 ICS

20~30대를 겨냥한 화장품 전문 브랜드이며 개인의 피부에 맞는 전문적인 시스템 화장품이다. 과학적인 접근을 위한 용기 형태로 실험용 도구에서 컨셉을 잡았다. 단순하고 심플하며 부자재비를 절감하고 브랜드의 이미지에 중점을 둔 제품이다.



## 1997년 라소무와



초창기 라소무와 브랜드를 리뉴얼하여 한 단계 더 높은 재질과 용기 디자인으로 고급화를 추구하였다. 캡을 투명화하여 내용물의 컨셉과도 일치하는 투명한 피부를 표현해 주는데 중점을 두었으며 용기의 단순화로 사용성의 편리함도 더하였다.