

쥬리아화장품 포장 용기 디자인

쥬리아 화장품은 1956년 설립하여 끊임 과학으로, 생활을 예술로 만드는 화장품화 창조에 끊임없이 노력하며 최고의 품질 향상에 매진하고 있다.
또한 깊은 전통과 노하우가 다방면의 디자인을 고취한 포장재질 연구와 더불어 환경친화적 포장 산업에 기여하고 있다.

단순히 포장이라는 국한적 개념에서 벗어나 뜻을 깨는 디자인,
그러나 절대 편리성을 간과하지 않은 디자인문화 창출에 기여하고 있으며,
화장품의 생명선 청결, 아름다움 추구 그것은 화장품을 담은 용기와 포장방법에 따라 달라지는 것이므로 철저한 A.C Test를 통한 최고 품질을 우선으로 생각한 포장 디자인을 하고 있다.
또한 다양한 용가공 연구와 더불어 화장품 패션 리듬을 한발 앞서 주도해 나가고 있으며,
늘 소비자와 함께 하는 쥬리아 화장품의 포장디자인 변천사를 살펴보고 있다.

-편집자주-



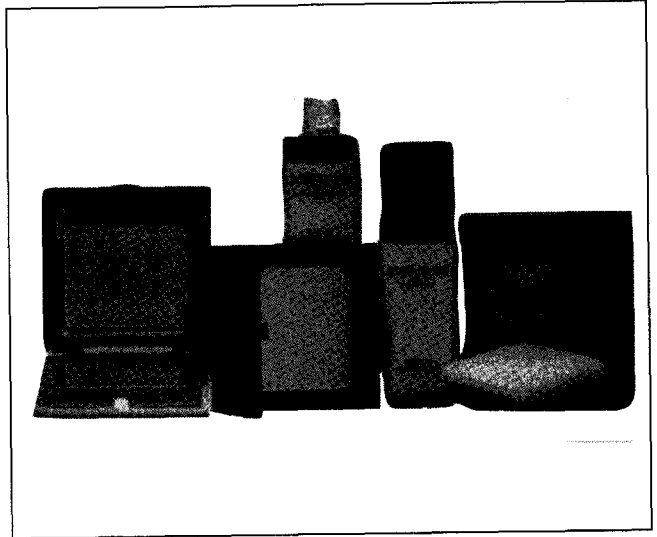
1985년 타겟트

편리함을 추구한 디자인 - 월드 스타상을 수상한 제품이며, 당시 국내 남성 시장 최대 히트를 누렸던 제품으로 자사 장수 브랜드 중의 하나이다. 캡의 구조를 잡기 편리한 구조로 손잡이 모양을 형상화 시켜 실용성을 살렸으며, 복잡하지 않으면서도 깔끔한 로고를 이용하여 이미지를 전달하였다.



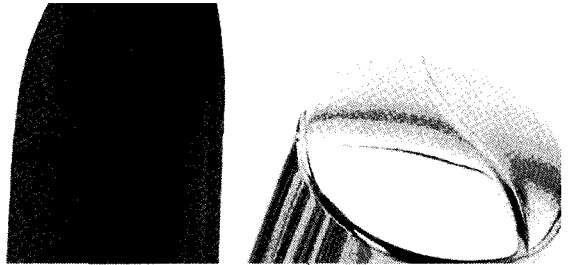
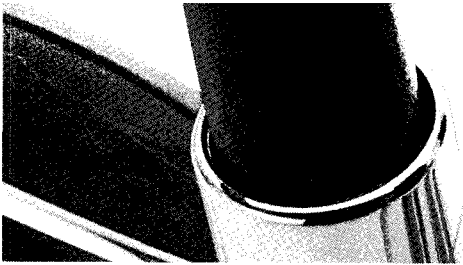
1985년 로제드비

단순처리된 고급성 - 솔더와 캡의 통일된 질감 처리로 용기의 사각처리와 캡의 원형의 이질적 분위기를 통일시켜 주었으며, 넓은 면적의 자연스런 처리로 인해 고급스러움에 주인공을 둔 제품이다. 또한 정면 로고 자체를 용기 이미지에 걸맞는 서체로 마무리하였다.



1986년 에스뎀

안정감을 살린 한국적인 디자인 - 타 제품과는 달리 전통적 도자길감과 Shape으로 차별화를 주고, 용기와 캡의 청결을 위해 모든 표면처리를 유광 처리했으며, 전체적인 비례감과 안정감을 살렸다. 캡의 여닫기가 편리하게끔 낮으면서 실용적인 디자인에 주안점을 두었다.

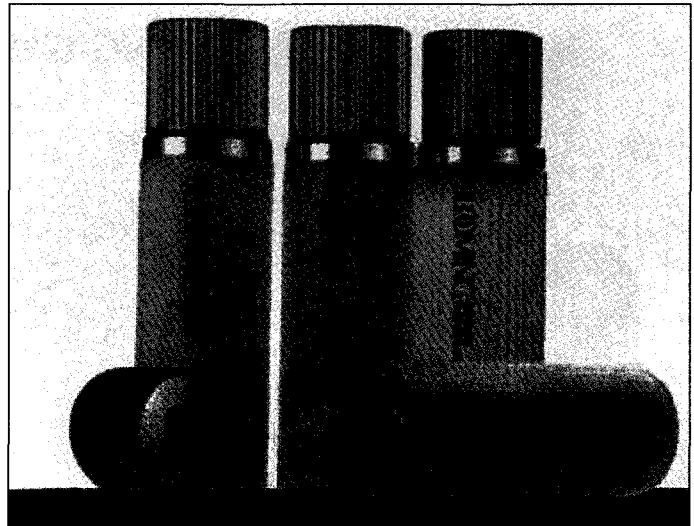


1989년 타케트 로열

기둥형상의 조형화 - 기둥형상이 보통 사각이나 원형인 반면 변형된 타원 형상으로 변화시켜 조형성을 살린 제품으로 용기의 전체적인 분위기를 캡에 적용하여 통일감을 주었다. 어깨장식 등 불필요한 요소를 제거하여 생산성과 경제성을 감안한 제품이다.

1989년 브루밍 기초

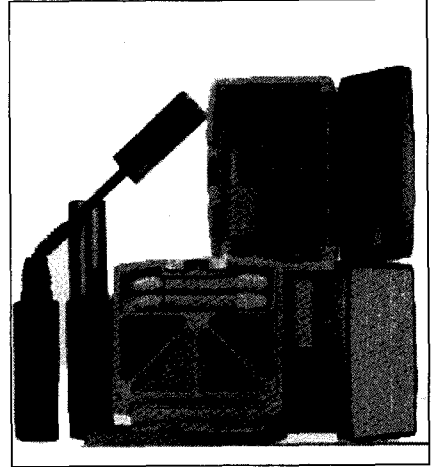
시각적인 통일감과 일체형 - 용기와 캡 넓이의 일체화로 전체적인 형상은 기둥형상을 점목하여 안정감을 이루었다. 용기와 캡의 일체형 줄무늬로 밸런스를 맞추었으며 기초 시리즈의 통일감을 위해 전체적인 줄무늬가 디자인 기본 틀이다.





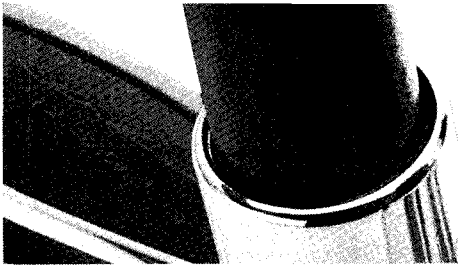
1990년 브루밍 색조 시리즈

악어케이스를 이용한 디자인 - 타용기의 평면적인 고정 개념에서 벗어나 표면을 악어 케이스 문을 적용하여 이미지를 전달하였다. 다양한 Color와 디자인으로 소비자의 구매용과 일치한 제품이며 당시 최대 히트 브랜드 중의 하나였다.



1991년 소네트

금속과 사출물 조립으로 장식성을 살린 제품 - 작은 원 캡 상단에 문양이 새겨진 장식성을 살린 금속을 조립하여 그 특징을 살린 제품으로 전체적인 형상이 안정감을 이루었다. 어깨 솔더와 캡 상단 장식에 통일된 금속성의 질감을 살려 시선 집중을 유도하였다.



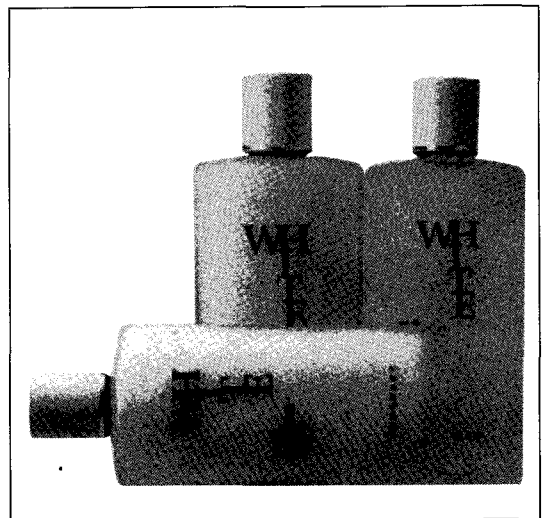
1991년 타게트 멤버스

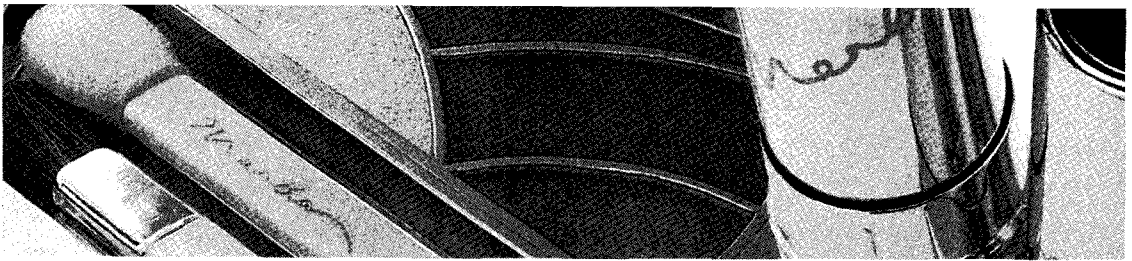
강한 남성 이미지를 닮은 디자인 - 용기와 로고 자체를 곡선이 아닌 직선을 이용하여 사각틀로 강한 이미지를 전달하였으며, 도금과 청색계의 색상으로 계절성을 가미한 제품이다. 캡을 도금처리하여 이물질 등 청결을 고려하였다.

1991년 라데쓰

White Image를 강조한 제품 - 금속 캡 처리를 깔끔한 White로 처리하여 시각적 청결함을 유도하였으며, 불필요한 장식적 요소가 전혀 없는 꼭 필요한 요소만을 적용하여 심플한 감을 살린 제품이다.

White라는 로고를 미니멀화 하여 미백이라는 기능성 제품임을 강하게 전달하였다.





1993년 수세미 기초

고급성을 강조한 제품 - 증착과 도금을 적용하여 용기 받침대를 접목 시켜 전체적인 안정감과 비례감을 살린 제품이다. 또한 용기의 그래픽적 요소로 수세미를 케릭터화 하여 한눈에 수세미라는 이미지를 강하게 느낄수 있게 디자인 하였다.



1994년 타겟 수세미

돌조각을 이용한 남성화장품 용기 - 여성 제품으로 히트한 수세미 제품을 남성 화장품에 접목시킨 제품으로 사다리꼴의 변형으로 안정감을 주고 용기 뒷면에 돌조각을 주어 투명한 용기의 정면에서 보이는 시각적 신선함으로 어필하였으며, 캡 크기의 최소화로 여닫기 편한 구조를 이루었다.