



21세기 감성문화시대 컬러 트렌드 한눈에 조망

참관객 4만여명 몰려 성황 ... 직장인 84.7% 제품 구매시 컬러에 좌우

글 신종훈 기자 / 사진 이혜성 기자



21세기 감성문화시대의 핵심 마케팅 전략으로 부각되고 있는 '컬러' 관련 산업과 트렌드 등 모든 것을 한눈에 조망할 수 있는 '컬러엑스포 2004'가 지난달 10일부터 13일까지 4일간 코엑스 태평양홀에서 개최됐다.

한국색채학회와 코엑스, MBC문화방송의 공동주최로 열린 이번 엑스포는 '컬러 포 유(Color For You)'를 주제로 트렌드 제품관·색채소재관·디지털 컬러관·색채전문기기관·컬러 파크 등 세분화된 전문관 운영으로 다양한 분야의 관련 제품과 컬러 트렌드를 선보였다.

트렌드 제품관에서는 색채를 마케팅 전반적으로 사용한 다양한 제품이 산업별로 전시됐고, 디지털 컬러관에서는 입력된 색이 디스플레이, 프린터, 스캐너, LED등을 통해 출력되는 색에 대한 모든 제품과 이슈를 다뤘다. 또 색채전문기기관에서는 색을 측정하

고 새로운 색을 만들어 내는 시스템 등의 장비와 소프트웨어가 전시됐고, 색채소재관에서는 다양한 컬러를 지닌 제품의 생산과 컬러 마케팅을 가능하게 하는 기초재료인 안료, 도료, 내외장재 등이 전시됐다.

이와 함께 이번 행사에서는 컬러 마케팅 성공사례를 비롯한 각종 정보를 제공하는 세미나와 보디페인팅 퍼포먼스, 천연색 체험 등 색상의 세계를 체험할 수 있는 이벤트, 컬러 교육 프로그램 등 다채로운 행사가 이어졌다.

또 색채를 전략적으로 활용해 시장에서 대성공을 거둔 업체와 제품을 심사해 시상하는 '한국색채디자인 대상' 및 디자인의 모든 세분영역이 참여하는 색채디자인 경연대회인 '한국색채디자인대전'도 함께 개최돼 참관객들의 관심을 끌었다.

주최측 관계자는 "최근 컬러가 기업 경쟁력 및 국가경쟁력에 미치는 영향이 증대되고 있어 이번 행사가 기업의 트렌드 제품 개발 촉진 및 마케팅 효과 제고와 국내 색채관련 산업 발전의 전기를 마련하는 계기가 될 것으로 본다"고 밝혔다.

한편, 이번 엑스포를 맞아 컬러엑스포 사무국이 최근 코엑스몰을 방문한 직장인 221명을 대상으로 설문조사한 바에 따르면 조사 대상의 92.6%가 제품 구매시 시각적인 요소가 중요하다고 응답해 20~30대 직장인 소비자들은 제품을 구매할 때 색상에 큰 비중을 두는 것으로 나타났다. 또 상품 구매시 색상이 얼마나 중요한 영향을 미치는가에 대해서는 50~70% 정도의 비중을 두고 구매한다는 대답이 48%, 70~100%의 비중을 차지한다는 응답이 36.7%를 각각 차지했다.

상품 구매시 가장 선호하는 색상으로는 흰색이 27.1%로 가장 많았고, 검정 18.8%, 파랑 16.6%, 빨강 7.9%, 보라 7%, 녹색 5.7%, 노랑 2.6% 등의 순으로 나타났다. 앞으로 유행할 것으로 예상되는 색상은 보라 28.8%, 녹색 16.1%, 빨강 11.4% 등으로 원색 제품에 대한 구매의지가 강한 것으로 조사됐다.

컬러엑스포 사무국 관계자는 "컬러는 구매력을 증가시키는 가장 중요한 변수"라면서 "컬러TV와 영화, 비디오, 패션잡지 등의 영향 아래 자란 20~30대의 감성을 자극하는 컬러마케팅이 더욱 가속화 될 것"이라고 말했다.