

중국 10대 월병 포장디자인의 소비자 선호도에 대한 연구

Research on Consumer Preference of Top Ten Mooncake Packaging Design in China

한지에평, 서한석
동서대학교 일반대학원 디자인학과

Jie-Peng Han(784656617@qq.com), Han-Sok Seo(shs5829@gdsu.dongseo.ac.kr)

요약

월병은 아시아의 여러 나라들, 특히 중국 중추절의 중요한 전통 음식이다. 중국의 디자인이 발전하면서, 월병 포장 디자인에 대한 사람들의 관심도 높아지고 있다. CNPP 데이터에 따르면, 2018년 말, 86.17%의 사람들이 월병을 구매한 이유는 포장 디자인 때문이었다. 따라서 본 논문은 월병의 포장 디자인을 중심으로, 월병 포장 디자인에 대한 중국 소비자들의 선호를 분석하고, 월병 포장 디자인에 대해 방향성을 제안하는 것을 목적으로 한다.

CNPP의 시장 보고서에 따른 중국 10대 인기 월병 브랜드를 대상으로 선행연구를 진행함으로써 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질이라는 4가지 포장 디자인 요소를 도출하였으며 중국 소비자를 대상으로 선호도 설문조사를 진행하였다. 설문 결과에 따라, 월병 포장 디자인 4개 요소 중 소비자들이 가장 선호하는 디자인 유형을 분석해, 중국 월병 포장 디자인에 대한 디자인 방향을 제시했다. 본 논문이 소비자의 선호도를 높이는 월병 포장 디자인의 기초 자료가 되어, 앞으로 구체적인 포장 디자인 방안에 도움이 되기를 기대한다.

■ 중심어 : | 포장 디자인 | 월병 | 소비자 선호도 |

Abstract

Mooncakes are an important traditional food for the Mid-Autumn festival in many Asian countries, especially China. With the development of Chinese design, people pay more attention to the packaging design of mooncakes. Therefore, starting from the packaging design of mooncakes, this paper aims to study and analyze the preference of Chinese consumers for the packaging design of mooncakes and propose directional Suggestions for the packaging design of mooncakes.

According to the market report of CNPP, the ten most popular mooncake brands in China are taken as the object, and four elements of packaging design, including brand, color, shape and material, are derived through preliminary research, and a questionnaire survey on the preferences of Chinese consumers is conducted. It is hoped that this paper can become the basic material for moon cake packaging design to improve consumers' preference, which will be helpful for specific packaging design schemes in the future.

■ keyword : | Packaging Design | Mooncakes | Consumer Preference |

I. 서론

1. 연구 배경 및 목적

중국 브랜드가 세계적으로 막강한 영향력을 끼치기 시작하면서 사람들은 점점 중국 디자인의 중요성을 인식하기 시작했으며, 이와 동시에 점점 더 많은 외국인들이 중국 문화에 대해 깊은 관심과 흥미를 보이기 시작했다. 그 중에서 가장 대표적인 것이 바로 중국의 전통 명절인 중추절이다. 아시아권에 속하는 여러 국가들은 모두 중추절과 관련된 문화와 풍속을 가지고 있다. 특히 중국의 경우 중추절에 월병을 먹는 전통이 있다. 이러한 영향 때문에 매년 중추절 기간에 월병 시장의 매출액은 큰 폭으로 증가하고 있다.

CNPP[1]¹⁾ 데이터 연구 보고에 따르면, 2018년도의 월병 시장 매출액은 작년 동기 대비 11.03%가 증가한 9000천억 원을 기록했다. 이에 따라 월병 포장이 월병에 대한 소비자의 구매 욕구에 영향을 끼칠 수 있다는 의견이 제기되기 시작했다. 월병 포장에 대한 조사 연구 보고에 따르면, 86.17%의 소비자가 월병을 구매할 때 월병의 포장 디자인을 보고 상품을 구매하는 것으로 나타났다.

포장 디자인은 제품의 마케팅 전략과 제품 이미지를 형성하는 중요한 부분이며, 훌륭한 포장 디자인은 제품의 품질과 판매에 직접적 영향을 미친다. 포장 디자인은 아이디어 기획을 통해 만들어지는데, 훌륭한 제품 포장 디자인을 만들기 위해서는 예술과 기술을 결합시켜야 한다. 최근 월병 포장의 발전은 사람들의 소비 관념의 변화를 나타내고 있다. 월병 포장은 경제 발전이 이루어짐에 따라 함께 발전해 왔다. 1978년 12월 개혁 개방 이전에 판매되었던 월병은 포장이라고 말할 수 없을 만큼 포장 상태가 좋지 않았다. 당시 판매되었던 월병은 황색의 기름종이로 둘러싸고 그 위에 붉은 계통의 사각형 용지를 붙인 뒤 이를 끈으로 묶는 방식으로 포장되었는데, 이는 당시 가장 고급스러운 축에 속하는 포장 방식이었다.

개혁 개방 이후 월병 포장 산업이 새로운 활력과 원동력을 얻게 되고, 홍콩 및 대만의 식품에 영향을 받게 되면

서 중국 내의 월병 포장도 점차 기프트화 되는 방향으로 발전하기 시작했다. 소비자 또한 월병의 품질뿐만 아니라 월병의 포장까지 중요시하기 시작했다. 이러한 배경은 월병 포장의 다양한 발전을 촉진하는 계기가 되었다. 월병 포장은 기존의 사각형에서 원형, 타원형, 다각형 등으로 변화하였으며, 재료의 경우과거의 종이 박스, 철판 케이스에서 플라스틱 케이스로 바뀌었다. 재질의 경우 기존에 흔히 사용되고 있었던 상아, 명월에서 꽃잎, 신화, 풍경 등으로 훨씬 다양해졌다. 최근 상품 경제의 지속적인 발전에 따라 소비 관념과 소비 수준이 예전보다 훨씬 높아지면서 월병 포장은 점차 정교화, 고급화, 품격화되고 있는 추세이다.

오늘 날 월병 포장은 점점 더 복잡해지고 있다. 소비자의 선택 범위 또한 예전보다 훨씬 다양해졌다. 연구 배경에서 알 수 있듯, 대부분의 소비자들은 시중에 판매되고 있는 월병 제품 중 눈길을 끄는 포장의 제품을 구매하게 되는 경향이 있다. 즉, 월병의 포장이 소비자의 구매 욕구를 자극하는 것이다. 그러므로 월병 브랜드 포장 디자인이 소비자의 선호도와 취향에 있어 매우 중요한 역할을 한다고 할 수 있다. 소비자가 어떠한 유형의 포장 디자인을 선호하는 지에 관한 문제는 현재 월병 포장 업계가 직면한 과제이다. 그러므로 소비자의 선호도에 관한 조사 연구를 통해 실제 월병포장 동향에 부합하는 디자인 방안을 제시하는 과정이 반드시 필요하다.

2. 연구 범위 및 방법

본 연구에서는 2018년 중국내 가장 매출이 높은 10대 월병 브랜드, 미심월병(美心月餅), 룡화(元朗榮華), 리구복(廣州酒家), 화미(華美), 자바(嘉華月餅), 베이징 도향촌(北京稻香村), 썩화러우(杏花樓), 도향촌(稻香村), 원조(元祖), 공덕림(功德林)의 포장 디자인에 대한 연구를 진행하였다. 그 중에서도 특히 디자인의 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질 4 가지 요소를 분석 요소로 설정하여, 소비자의 선호도에 대한 조사를 진행하였다.

첫째, 현재 중국 시장에서 가장 높은 매출을 기록한 월병 브랜드를 중심으로 해당 브랜드 각각의 포장 디자인의 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질과 같은 요소에 대한 소비자 선호도 관련 설문 조사를 실시하였다.

둘째, 설문 조사의 데이터 결과에 대한 분석을 진행하

1) CNPP: Brand Research Institute(Asia), CNPP 브랜드 데이터 연구는 세계 시장의 기업 브랜드 데이터 연구를 추진하고 글로벌 기업이 자주 브랜드를 더 잘 구축하고 발전할 수 있도록 돕는 것을 목적으로 하는 기업 브랜드 데이터 연구이다.(www.cnpp.cn)

었다.

셋째, 설문 조사의 데이터 결과를 기반으로 이에 상응하는 월병 포장 디자인 방안을 제시하였다.

II. 이론적 고찰

1. 포장 디자인의 개념

포장은 브랜드 이념, 제품의 특성, 소비 심리를 종합적으로 반영하고 있으며, 소비자의 구매 욕구에 직접적인 영향을 준다. 포장이 제품과 소비자 간의 친화력을 강화시키는 가장 효과적인 수단이라 믿어 의심치 않는다. 실제로 포장은 생산, 유통, 매출, 소비 분야에서 매우 중요한 역할을 담당하고 있다. 이 외에도 포장은 기업 및 디자인 업계에서 결코 소홀히 할 수 없는 중요한 과제이기도 하다. 포장은 제품 보호, 제품 관련 정보 전달, 사용 및 운송의 편리함 제공, 판매 촉진, 제품 부가 가치 향상과 같은 여러 기능을 한다. 포장은 하나의 종합적인 학문 분야로서 제품과 예술이 결합된 양면적인 성격을 띠고 있다[2].

2. 포장 디자인의 요소

포장 디자인은 제품의 가장 직관적인 부분을 전달하고, 소비자들을 향해 효과적이고 빠르게 제품의 정보를 전달할 수 있다. 그러므로 포장 디자인의 구성요소를 고려한다면, 전달하고자 하는 정보를 시각화하여, 소비자의 선호도를 높일 수 있다. 쉽게 이해하고 사용할 수 있도록, 본 연구는 포장 디자인에 필요한 구성요소에 대한 선행 연구를 진행하였다.

표 1. 포장 디자인의 구성요소 선행 연구

연구자	제목	포장 디자인 구성요소
온아 (2018)	한·중 예코 포장 디자인의 상대적 중요도 비교 연구	크기, 컬러, 형태, 글자체, 그래픽
반동욱 (2017)	Display Shelf(貨臺) Dead Zone의 유목성(誘目性) 향상을 위한 패키지디자인 연구	색상, 로고, 이미지, 타이포그래피, 레이아웃, 형태
이나연 (2017)	국내 유아 완구의 패키지 디자인 개선 방안에 대한 연구, 2-4세 완구를 중심으로	심벌 마크, 로고, 일러스트레이션, 색채, 형태, 구조, 레이아웃
손재숙 (2016)	패키지디자인의 시각적 표현에 대한 전문가와 비전문가 소비자의 선호유형 연구	네이밍(Naming), 브랜드 로고(Brand Logo), 색채(Color System), 캐릭터(Character), 일러스트레이션(illustration)

	-단체급식 PB우유 제품을 중심으로-	이미지(Photography, Illustration), 레이아웃(Layout)
주오례 (2015)	브랜드이미지 강화를 위한 유기농우유 패키지디자인 연구	브랜드 로고타입, 컬러, 일러스트레이션, 레이아웃, 형태, 재질
박성혜 (2014)	어린이 건강기능식품 패키지디자인의 색채가 소비자태도에 미치는 영향 연구	브랜드 로고(Brand Logo), 네이밍(Naming), 타이포그래피(Typography), 색채(Color System), 레이아웃(Layout), 캐릭터(Character), 일러스트레이션(illustration)

[표 1]과 같은 포장 디자인의 구성요소를 참고로 하여 본 연구에서는 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질 4가지 요소를 포장 디자인 요소의 범위로 선정하였다.

- 브랜드 로고(Brand Logo)

인류가 무리 지어 살기 시작한 때부터 내부 구성원간의 구별, 혹은 외부 구성원들로부터의 구별이 필요했고 서로 간의 소통이 필요했다. 그러한 소통과 구별의 필요는 곧 특정한 의미와 상징을 나타내는 표시의 발달로 이어지게 되었다. 로고(Logo) 혹은 워드마크(Wordmark), 로고타입(Logotype)은 그 가운데서도 문자의 특징을 살린 대표적인 표시들이다[3].

로고디자인(Logodesign)은 아이디어 그램 혹은 아이디어그래프라는 그리스어에 근원을 두고 있으며 일반적으로 기업이나 제품 등의 이름을 특징이 드러나도록 디자인하며, 상표처럼 사용할 수 있도록 제작된 글자들의 조합을 말한다. 과거에는 로고(Logo)를 서명과 같이 주로 글자로 활용하여 주로 디자인했기 때문에 로고타입(Logotype)이라고 불렀다. 로고타입(Logotype)은 글자의 구별된 형태를 통해 신뢰를 획득하는 심리역사적 과정에서 시작됐다고 볼 수 있다[4].

- 색채(Color System)

색은 포장 디자인에서 많이 활용된다. 우선 브랜드의 아이덴티티 일부로 사용되어서 시각적으로 브랜드를 규정하는데 도움을 줄 수 있다. 시간이 지나면서 그리고 색의 일관적인 사용을 통해서, 소비자는 색을 볼 때 각 브랜드와 그 색을 연관시키게 되고, 색이 브랜드를 대표하게 된다[5].

색은 제품군에서 제품을 차별화하기 위해 광범위하게

사용된다. 색을 통해 식품이나 화장품 제품군을 '검색'하는데 도움을 받아서 필요에 적합한 제품을 찾고 싶어 한다[6].

따라서 소비자 감정에 호소하여 구매를 유발하는 포장 디자인의 색채 연구가 중요하다. 효과적인 포장 색채전략을 위해서는 색채에 대한 소비자의 문화적 반응을 이해해야 한다. 더 나아가 인구통계학적 특성, 심리상태, 퍼스널리티 특성과 색채 간의 연관이나 색채 선호도 등도 고려해야 한다. 색채에 대한 소비자의 반응은 감정적이기 때문에 제품의 용도, 기능, 사용상황 등에 따라 적합하다고 인정되는 색채가 뚜렷하게 달라지기 때문이다. 일반적으로 색채는 포장 디자인의 가치형성을 위하여 이렇게 끝나면 안될 것 같습니다[7].

- 형태(Shape)

형태는 대부분 내용물의 형태에 따라서 결정되는데, 상품을 보호하고, 과잉포장의 범위를 넘지 않으며, 가능한 한 시각적으로 아름다운 형태가 되도록 해야 한다. 또한, 제품의 구성요소와 제품의 질을 직접 보고 판단할 수 있도록 소비자의 시각적 인지를 자극하여 구매에 도움이 될 수 있도록 해야 한다.

외부적 요인이라 상품 포장의 외부형태로 크기와 형태를 말한다. 일상생활에서 볼 수 있는 형태에는 총 3가지가 있는데, 자연형태와 인조형태, 우연히 발생한 형태가 그것이다. 그러나 우리는 상품의 형태구성을 연구할 때 반드시 모든 성질에 공통적으로 적용될 수 있는 형태를 찾아야 하기 때문에 이를 추상형태라고 한다.

형태구성이란 일정한 방법, 법칙으로 구성되는 각종 형태를 말하는데 포장의 형태는 주로 정사각형, 직사각형, 원형, 육각형, 팔각형 등 다양한 형태로 이루어진다. 각종 형태로 구성된 포장은 소비자들의 시각 인지도에 매우 중요한 역할을 하고 있으며, 특이한 사각 형태는 소비자들에게 깊은 인상을 남기게 된다. 포장 디자인은 반드시 형태요인 자체의 특징을 완벽하게 알고 있어야 하며, 이를 통해 형식의미를 나타낼 수 있어야 한다[8].

- 재질(Material)

요즘은 거의 모든 소재를 상품의 포장 재료로 사용한다 해도 과언이 아니다[9].

포장 디자인의 품질 보전성, 안전성, 가공적합성, 편리성, 상품성을 고려하여 제품의 특성에 맞는 소재를 선택하는 것이 매우 중요하며, 재질은 형태의 정체성을 결정하는 중요한 요인이 된다. 특히, 자연의 오염과 자원의 고갈로 인해 포장 재료의 중요성이 부각되고 있는 상황에서, 일차적으로 포장의 재료는 내용물에 영향을 미치지 않고 내용물을 항상 신선하게 유지시켜야 하며, 시각적인 요소와 사용성이 요구된다.

재질 요인은 포장 디자인의 중요한 부분이며 직접적으로 포장의 전체 기능과 경제비용, 생산가공 방식 및 포장 폐기물 회수처리 등 여러 방면의 문제들과 관련된다[10].

논문 「패키지 디자인 이렇게 하라」와 「아이덴티티 디자인 or 로고 디자인 웬만큼 이해하기」에서 언급한 포장 디자인의 4요소 즉 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질을 통해 포장 디자인에 필요한 구성 요소들을 도출하였고 이에 대한 이론적 연구를 진행하였다. 그러나 이 논문들에는 모두 소비자 선호도에 대한 연구 분석이 부족하다. 본 논문은 소비자 선호도에 대해 중점적으로 연구하여 포장 디자인에서 포장 디자인 4요소에 대한 소비자 선호도 연구를 보완하고자 한다.

3. 소비자 선호도

소비자 선호도란 소비자의 특정 제품, 서비스의 구매 경험에 대한 감정적 반응으로 정의되고 있으며, 선호란 단지 인지적인 현상일 뿐만 아니라 소비자가 주관적으로 느끼는 만족을 통해서 얻는 좋은 감정, 불만족으로 인한 나쁜 감정의 요소이다[11]. 측정을 위해서 소비자 선호도의 방법을 활용하여 본 연구에 맞게 재수정했으며, 설문 문항은 4문항으로 분류 작성하여 '전혀 그렇지 않다' 1점에서 '매우 그렇다'를 5점까지 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

III. 월병 포장 디자인의 조사 및 분석

1. 중국 10대 월병 브랜드

CNPP자료 기반 중국 10대 월병브랜드를 선정하였다. 우선 중국 시장 월병 브랜드의 대략적인 소비배경에 기

초하여, 상응하는 소비 선호도를 참고해, 2018년도 12 월말을 기준으로 최종 조사 분석을 진행하였고, 최종적으로 상위 10개 월병 브랜드를 정리하고 선정했다(순위는 아래 [표 2]와 같다).

표 2. 2018년 중국내 월병 브랜드의 선호도 순위표[3]

번호	월병 브랜드	순위지수
1	미심월병(美心月餅)	89.89
2	룽화(元朗榮華)	87.81
3	리구복(廣州酒家)	85.25
4	화미(華美)	83.78
5	자바(嘉華月餅)	81.03
6	베이징 도향촌(北京稻香村)	79.82
7	싱화러우(杏花樓)	77.55
8	도향촌(稻香村)	77.37
9	원조(元祖)	76.86
10	공덕림(功德林)	74.18

2. 월병 포장의 조사 및 분석

2.1 설문 조사 표본 선정

본 연구는 중국 시장에서 10대 월병 브랜드를 바탕으로 설문 조사를 실시하였다. 설문 조사의 표본은 월병 포장을 구성하는 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질 4가지 요소로 선정하였다. 분석표는 아래 [표 3]과 같다.

각 브랜드마다 대표 포장디자인을 2개씩 선정하여 분석하였다.

브랜드 로고 표본 추출, [표 3] 총 10개의 브랜드로는 각각 미심월병, 룽화, 리구복, 화미, 자바, 베이징 도향촌, 싱화러우, 도향촌, 원조, 공덕림이 있다.




포장 색채의 표본 추출, [표 3] 총 5개의 포장 색채로는 각각 적색계열, 노란색계열, 회색계열, 블루계열, 보라색계열이 있다. 포장 색채의 수치 표본은 CMYK이다.

포장 형태의 표본 추출, [표 3] 총 4개의 포장 형태로는 각각 직사각형, 원형 직사각형, 원형, 육각형이 있다.

포장 재질의 표본 추출, [표 3] 총 3개의 포장 재질로는 각각 종이, 철판, 나무가 있다.

표 3. 월병 포장 디자인의 분석표

브랜드	패키지	로고	색채	형태	재질
1. 미심월병			34/77/59/0	<input type="checkbox"/>	종이
			60/71/74/23		
	8/8/37/23				
	3/1/9/0				
2. 룽화			58/69/77/19	<input type="checkbox"/>	종이
			44/49/84/1		
			7/33/73/0		
3. 리구복			11/17/75/0	<input type="checkbox"/>	철판
			9/83/65/0		
			79/36/21/0		
			9/16/67/0		
4. 화미			9/91/82/0	<input type="checkbox"/>	철판
			18/98/100/0		
			45/99/99/15		
5. 자바			11/13/85/0	<input type="checkbox"/>	종이
			5/29/76/0		
			7/65/88/0		
			11/99/95/0		
6. 원조			18/26/37/0	<input type="checkbox"/>	철판
			75/69/59/19		
			8/81/67/0		
7. 도향촌			24/99/98/0	<input type="checkbox"/>	종이
			22/60/48/0		
			32/50/11/0		
			9/27/82/0		
8. 베이징 도향촌			8/80/51/0	<input type="checkbox"/>	종이
			7/16/35/0		
			10/78/16/0		
9. 싱화러우			57/7/22/0	<input type="checkbox"/>	종이
			11/91/58/0		

6. 베이징 도향춘				29/99/100/1	<input type="checkbox"/>	나무
				10/10/25/0		
				65/78/88/50		
7. 쌍화려 우				11/33/88/0	<input type="checkbox"/>	종이
				3/11/21/0		
				11/57/93/0		
8. 도향춘				42/63/100/2	<input type="checkbox"/>	철제
				5/11/40/0		
				43/99/99/10		
9. 원조				29/68/8/0	<input type="checkbox"/>	철제
				19/56/16/0		
				54/29/4/0		
10. 고덕림				48/99/87/21	<input type="checkbox"/>	종이
				39/47/40/0		
				24/91/42/0		
10. 고덕림				16/95/89/0	<input type="checkbox"/>	종이
				3/9/18/0		
				91/88/88/79		
9. 원조				31/3/9/0	<input type="checkbox"/>	종이
				54/6/20/0		
				28/95/39/0		
10. 고덕림				27/37/3/0	<input type="checkbox"/>	종이
				8/10/8/0		
				71/26/15/0		
10. 고덕림				10/25/82/0	<input type="checkbox"/>	철제
				14/13/80/0		
				89/81/88/74		
10. 고덕림				27/99/100/0	<input type="checkbox"/>	철제
				44/99/98/12		
				7/4/43/0		

포장에 대한 주요 소비자 집단의 선호도를 고려하여 중국 소비자와 한국 소비자를 대상으로 진행하였다. 조사 시기는 2018년 12월 2일부터 7일까지 인터넷 설문지로 진행하였다. 대상은 중국인(50명), 한국인(52명), 총102명으로 조사 개요는 다음 [표 4]와 같다. 월병 포장의 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질 등 4요소에 대해 각각 설문 조사를 진행하였다.

표 4. 설문조사 개요

구분	내용
목적	중국시장 월병포장 적용 조사연구
기간	2018.12.02 ~ 12.07
장소	온라인 조사
설문지 구성	중국 월병 브랜드 10가지 포장 디자인의 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질 설문 총66개 문항.
대상	중국인(50명), 한국인(52명), 총102명
통계분석 설문부수	온라인 설문지 배포수는102부, 유효설문지 100부

IV. 설문조사 결과 분석

설문지를 기반으로 중국 10대 월병 브랜드 포장 디자인의 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질 4가지 요소에 관한 설문 결과에 대해 소비자 선호도 분석을 진행하였다.

1. 브랜드 로고에 따른 소비자 선호도의 분석

브랜드 로고에 따른 소비자 선호도의 분석 결과, “자바”의 선호도는 4.20점으로 그 중 “매우 만족한다”는 사람은 50명으로 49.02%를 차지했다. “쌍화려우”의 선호도는 3.54점이다. 평균점이 4점 이상인 브랜드 로고는 “미심월병”과 “자바” 로, 소비자 선호도가 높은 결과가 도출되었다.

2.2 설문조사 개요

본 조사는 “미심월병, 룽화, 리구북, 화미, 자바, 베이징 도향춘, 쌍화려우, 도향춘, 원조, 공덕림” 10대 월병

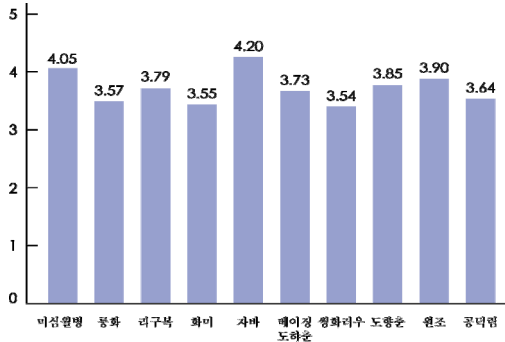


그림 1. 브랜드 로고에 대한 조사 결과

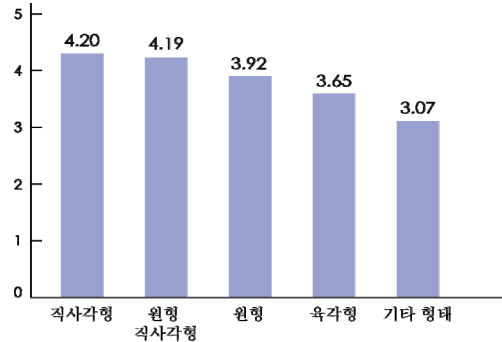


그림 3. 형태에 대한 조사 결과

2. 색채에 따른 소비자 선호도의 분석

색채에 따른 소비자 선호도의 분석 결과, 적색계열의 선호도는 4.29점이었는데, 그 중 "매우 만족한다"는 사람은 55명으로 53.92%를 차지했다. 블루계열의 선호도는 3.38점으로 "기타" 색채의 순위를 제외하고 가장 낮은 점수를 차지했다. 평균점이 4점 이상인 색채는 적색계열과 회색계열로 소비자 선호도가 높은 결과가 도출되었다.

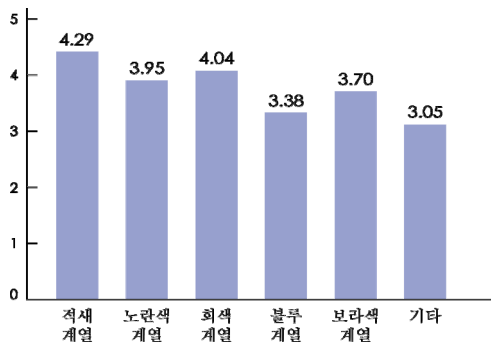


그림 2. 색채에 대한 조사 결과

4. 재질에 따른 소비자 선호도의 분석

재질에 따른 소비자 선호도의 분석 결과, 종이의 선호도는 4.21점이었는데, 그 중 "매우 만족한다"는 사람은 53명으로 51.96%를 차지했다. 나무의 선호도는 4.06점으로 "기타" 재질의 순위를 제외하고 가장 낮은 점수를 차지했다. 평균점이 4점 이상인 재질은 종이, 철과 나무로 소비자 선호도가 높은 결과가 도출되었다.

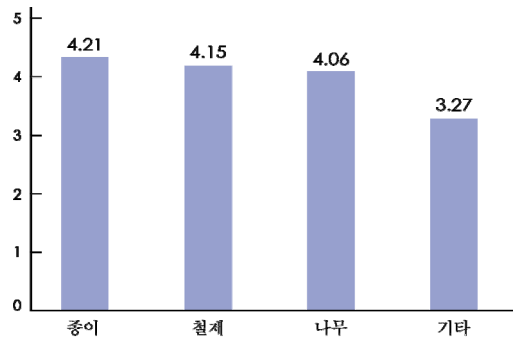


그림 4. 재질에 대한 조사 결과

3. 형태에 따른 소비자 선호도의 분석

형태에 따른 소비자 선호도의 분석 결과, 직사각형의 선호도는 4.20점으로 그 중 "매우 만족한다"는 사람은 49명으로 48.03%를 차지했다. 육각형의 선호도는 3.65점으로 "기타" 형태의 순위를 제외하고 가장 낮은 점수를 차지했다. 평균점이 4점 이상인 형태는 직사각형과 원형 직사각형으로 소비자 선호도가 높은 결과가 도출되었다.

5. 설문조사 결과에 대한 분석

설문 조사에 따르면 가장 인기 있는 브랜드는 "자바" 월빙이며, 가장 인기 있는 색채는 "적색계열", 가장 인기 있는 형태는 "직사각형"의 "종이 재질"로 조사되었다.

V. 결론

월빙은 전통적 특색이 강한 음식으로, 풍부한 영양과

좋은 맛으로 많은 소비자들에게 사랑 받고 있다. 하지만 대부분의 사람들의 인식 속에서 월병은 여전히 특정 명절에만 구매하는 음식으로 인식되고 있어 명절 이외의 시기에는 그리 높은 매출을 기록하지 못하고 있다. 소비자로서 하여금 평소에도 이러한 특색 음식을 즐길 수 있도록 하기 위해서 월병 브랜드 기업에서는 다방면으로 노력을 기울이고 있는데, 그 중에서도 특히 월병을 명절에만 먹는 특별한 음식이 아닌 일상에서 흔히 먹는 음식으로 각인시켜서 월병의 판매 범주를 확장시킬 수 있는 제품 포장 개발에 각고의 노력을 기울이고 있다.

본 연구에서는 월병 포장 디자인을 중심으로 월병 포장의 브랜드 로고, 색채, 형태, 재질 이렇게 4가지 디자인 요소에 관한 조사 분석을 시행, 소비자들이 가장 선호하는 색채, 형태, 재질을 파악해 보고자 하였다. 이 4가지 요소에 관한 본 연구의 연구 결과를 참고하여 이에 부합하는 포장 디자인 계획을 수립하기를 바라는 바이다.

이번 설문 조사에서 중국 소비자들은 중국 전통 특색이 있는 월병 포장 디자인을 선호하고, 한국의 소비자들은 현대적인 월병 포장 디자인을 선호한다는 결론을 얻을 수 있었다.

이번 설문조사 연구를 통해 소비자들이 “자바” 월병의 브랜드 로고에 대한 선호도가 가장 높고, 전통 요소와 현대 디자인 기법이 결합된 브랜드 로고를 선호한다는 결론을 도출할 수 있다. 브랜드 로고타입은 브랜드 기업의 성격을 직접적으로 표현해 줄 수 있다. 사회가 발전함에 따라 브랜드 로고 타입에 대한 사람들의 디자인 수요 또한 점차 높아지기 시작했다. 사람들은 더 이상 단순히 표면적인 디자인 혹은 브랜드 명칭표현에만 만족하는 것이 아닌 기업의 성격을 표현해 줄 수 있는 디자인을 추구하기 시작했다. 이번 조사 데이터 분석 결과를 통해 알 수 있듯, “자바”월병의 로고타입 디자인에 대한 선호도가 가장 높은 것으로 나타났다. 해당 브랜드의 로고 타입에는 현대적인 디자인 기법이 활용되었으며, 브랜드 로고타입을 통해 브랜드에서 전달하고자 하는 이념을 표현하여, 많은 소비자들의 사랑을 받고 있다. 반대로 선호도가 가장 낮았던 로고타입은 “쌍화러우” 월병의 로고타입이었다. 해당 브랜드는 전통적인 월병 브랜드 로고타입으로, 다른 기업에 비해 전통적인 기법을 고수하고 있다. 이처럼 현대 소비자들의 심미적 수준에 부합하지 않는 로고타

입으로 인해 홍보 방면에서도 그리 좋은 효과를 거두지 못하고 있는 것을 알 수 있다.

이번 설문조사 연구를 통해 월병 포장 색채에서 소비자들이 빨간색 계열에 대한 선호도가 가장 높고, 소비자들이 시각적 자극을 주는 색깔을 선호한다는 결론을 도출할 수 있다. 월병 포장의 메인 색채는 월병 포장에 있어 매우 중요한 요소인데, 그 이유는 바로 메인 색채가 소비자의 구매 욕구에 직접적인 영향을 끼치기 때문이다. 이외에도 색채는 다양한 포장 수요를 나타내 주는 역할을 하기도 한다. 현재 월병 시장에서 가장 높은 빈도로 활용되는 색채는 붉은색이다. 또한 명절 혹은 공휴일 제품 포장대 대부분 붉은 색채로 디자인되고 있다. 그 이유는 아마도 경사스럽고 즐거운 분위기를 상징하는 붉은색의 특성과 붉은색에 대한 많은 사람들의 공통된 인식 때문일 것이다. 두 번째는 황색과 회색 컬러였는데, 이러한 컬러는 붉은색과 같이 따뜻한 색조에 속하는 색채로 사람들의 식욕을 자극하는 대표적인 색채이다. 파란색과 보라색은 상대적으로 차가운 색조에 속하는 색채로, 식품 포장에 사용할 경우 명확한 효과를 보기는 힘든 색채이다.

이번 설문조사 연구를 통해 월병 포장 형태에서 소비자들의 사각형에 대한 선호도가 가장 높고, 비교적 보편적인 월병 포장 형태를 선호한다는 결론을 도출할 수 있다. 소비자가 가장 선호하는 월병 포장 형태는 “직사각형” 포장과 “원형 직사각형” 포장이었다. 이 두 가지 유형의 포장 방식은 현재 시중에 판매 중인 월병 제품 포장에 가장 많이 사용되는 포장 형태로, 소비자의 심미적 수요에 가장 부합하는 포장형태이다. 직사각형 포장과 원형 직사각형 포장은 월병을 진열하기에 가장 적합한 형태로 진열 공간을 절약해 주는 효과가 있다. 하지만 앞으로 월병 포장 형태가 더욱 다양해져야만 많은 소비자들에게 독특한 디자인의 월병 포장을 선보일 수 있을 것으로 보인다.

이번 설문조사 연구를 통해 월병 포장 재질에서 소비자들의 종이 재질에 대한 선호도가 가장 높고, 친환경적인 포장 재질을 선호한다는 결론을 도출할 수 있다. 소비자들은 나무, 플라스틱 재질보다는 종이와 철제 포장을 더욱 선호하는 것으로 나타났다. 종이 포장은 환경 친화적인 동시에 가볍고 편리한 것이 특징이다. 종이 포장은 자원 낭비를 줄여주는 역할을 하기도 하다. 선호도에 관

한 평균 데이터 결과에 따르면 종이 재질 포장에 대한 선호도가 가장 높았으며, 그 다음으로는 철제 소재에 대한 선호도가 높은 것으로 나타났다. 특히 철제 포장의 경우 사용 이후 다른 용도로 활용할 수 있다는 점에서 소장 가치가 높다는 장점이 있다.

가장 인기가 많은 월병 브랜드는 자바월병으로, 전통 문양과 현대 디자인을 접목시켜 창의성을 드러냄으로써 많은 소비자들의 사랑을 받고 있다. 월병 포장의 형태는 사각형 형태를 사용하였고 전체 포장 색깔은 빨간색 계열을 선택하였으며 포장 재질은 종이 재질이다. 이와 같은 인기가 많은 월병 포장 요소들을 종합하여 소비자들이 가장 좋아하는 월병 포장 디자인 제품을 디자인했다.

본 논문은 해당 방안만을 제시했고, 선택한 요소의 범위가 비교적 적다는 측면에서 한계점이 있다. 향후 연구를 통해 제안에 대한 검증 및 분석 부분이 추가되어야 할 것으로 보인다. 이 외에도 포장 디자인의 구성 요소가 매우 다양하기 때문에 향후 연구에서 구도, 도안, 글씨체 등 다른 요소들에 대한 추가적인 연구 분석이 이뤄져야 할 것으로 보인다. 또한 향후 연구에서는 설문 조사 시 중국, 한국인뿐 아니라 일본, 영어권 인원을 대상으로 실시 예정이다. 조사 집단 범위를 확대하여 조사 결과에 대한 객관적 분석을 진행해야 할 것으로 보인다. 이러한 분석을 통해 도출한 데이터를 기반으로 디자인 제안에 대한 개선 및 보완 작업을 진행, 월병 포장 디자인 방안을 제시하여 최종적으로 이러한 방안이 상품화될 수 있으면 하는 바람이다.

본 연구 결과를 통해 알 수 있듯, 월병 브랜드에 있어 광범위한 소비자들의 심미적 취향에 맞는 월병 포장을 디자인하는 것이 매우 중요하다는 것을 알 수 있다. 소비자들의 취향에 맞는 월병 포장을 디자인해내야만 비로소 소비자의 선호도를 높일 수 있게 된다. 또한, 전통 브랜드는 더 이상 전통적인 방식으로 디자인한 전통포장만을 고집해서는 안 된다. 기존의 포장을 고집한 채 그 어떤 변화도 시도하지 않으면 시장에서 도태될 수밖에 없다. 변화를 시도하고, 현대 대중의 심미적 기준에 부합하는 포장을 디자인하고, 전통과 현재가 공존하는 디자인 기법을 활용해야만 비로소 월병 브랜드의 시장 경쟁력을 높일 수 있게 된다. 이외에도 타 기업과 차별화 된 디자인 스타일을 고안하여 특색 있는 월병 포장 디자인을 도출, 소비자들

의 이목을 집중시켜야한다. 이에 월병 생산 기업에서는 반드시 다양한 소비자의 선호에 맞는 월병 종류와 각 월병 종류에 맞는 포장을 개발하는 데 많은 노력을 기울여야 할 것이다. 이번 조사 결과를 향후의 포장 디자인 방법에 활용할 수 있기를 기대하고, 국내 포장 디자인에 참고가 될 수 있기를 기대한다.

참 고 문 헌

- [1] “10대 월병 브랜드 순위, 월병 디저트 10대 브랜드, 최상의 월병,” 10대 명품 월병, 2018. https://www.china-10.com/china/045yb_index.html
- [2] 김경화, *패키지 디자인 이렇게 하라*, 디자인소호 출판부, p.2, 2015.
- [3] 김거수, *아이덴티티 디자인 or 로고 디자인 웬만큼 이해하기*, 드마북스, p.16, 2012.
- [4] 김거수, *아이덴티티 디자인 or 로고 디자인 웬만큼 이해하기*, 드마북스, p.17, 2012.
- [5] 김정훈, *브랜드 실패에 따른 패키지디자인 리뉴얼 개발 사례 연구 -815콜라 패키지 디자인을 중심으로-*, 홍익대학교 산업미술대학원, 석사학위논문, p.22, 2014.
- [6] Giles Calver, *What is Packaging Design?*, Replica Books, pp.146-148, 2007.
- [7] 박규원, *현대 포장디자인*, 미진사, p.140, 1995.
- [8] 왕준나, *한-중-일 그린 포장 디자인에 관한 비교연구*, 부경대학교 대학원, 석사학위논문, p.1, 2014.
- [9] 박규원, 최동신, 한백진, 김재홍, 고봉석, *패키지 디자인*, 안그래픽스, p.21, 2016.
- [10] 김경화, *패키지 디자인 이렇게 하라*, 디자인소호 출판부, p.27, 2015.
- [11] R. A. Westbrook and M. D. Reilly, “Value-percent disparity: an alternative to disconfirmation of expectations theory of consumer satisfaction,” *Journal of Consumer Research*, Vol.1, No.8, pp.84-91, 1983.

저 자 소 개

한지에평(Jie-Peng Han)

정회원



- 2018년 9월 ~ 현재 : 동서대학교 일
반대학원(석사)

〈관심분야〉 : 사진 디자인, 시각디자인

서 한 석(Han-Sok Seo)

정회원



- 2004년 3월 : 규슈대학교 석사과정
졸업(예술정보설계학)
- 2016년 3월 : 규슈산업대학교 박사
졸업(예술학)
- 2006년 3월 ~ 현재 : 동서대학교
디자인대학 교수

〈관심분야〉 : 시각디자인, 영상, 인터페이스