

고급스럽고 독특한 차포장디자인 선보여

95 우수디자인 상품 선정제·성공사례서 동시 수상

최영범/정우식품 대표

우리나라 전통식품은 제품 그 자체만으로는 세계적으로 인정을 받고 있으나 그간 포장 디자인이 중요시 되지 않아 손해를 보는 경우가 많았다.

그러나 이제는 제품에 있어 포장의 비중이 높아지고 있는 추세며, 전통식품의 포장도 우리들만의 독특한 포장과 디자인으로 개선해야만이 경쟁력을 키울 수 있게 되었다.

정우식품이라는 중소기업이 기존의 과립형 또는 티백 차포장의 고정관념을 무너뜨리고 새로운 디자인을 선보여 지난 6월22일 개막된 우수디자인상품 선정제(GD) 및 우수디자인성공사례(SD)에서 동시에 수상하는 영광을 안았다. 이번 GD·SD는 포장 디자인 부문의 입상작이 많지않아 정우식품의 수상은 더욱 그 의미가 깊다.

이 회사 최 영범 사장은 "정우식품의 차들은 오랜시간 숙성시킨 농축원액이며 고가의 특산품으로 매장에 진열하였을 때 타제품과 차별화가 되는 것이 중요합니다. 또한 일반 차들과는 달리 건강식품에 포함되므로 외관의 고급스러움과 건강식품이 자칫 주기 쉬운 거리감을 느끼지 않게 하여야 하며 제품 보관사용의 편리함도 고려하여 제작되었습니다"라고 패키지에 대해 간단히 피력했고 특히 단순포장만이 아닌 병의 디자인에서 패키지, 리플렛에 이르기까지 통일감이 있으면서도 고급스러움을 느끼게 했다고 덧붙였다.

또한 최 사장은 우리나라는 지금까지 제품의 질을 우선으로 하고 패키지에 대한 많은 투자를 기피했으나 이제는 중소기업 들조차도 이러한 시대적 조류를 피해갈수 없다고 밝혔다.

최 사장이 직접 관여한 이 제품의 포장디자인을 자세히 살펴 보면 마크는 차의 주 원료인 열매를 상징화하였고 열매모양은 단순화하였다.

라인은 부드럽고 말끔하게 처리하였으며 용기자체도 가름한 모양의 병으로 하여 쥐기 쉽고 병의 표면에 양각을 주어 미끄러움을 방지한 것이 특징이다.

또한 패키지디자인도 전통문양이나 붓터치를 사용하는 대신 수목담채화를 활용, 새로운 감각을 표현했고 제품명은 로



▲ GD·SD수상식에서 포장디자인부문에 입상한 정우식품 최 영범 사장이 KIDP 유호민 원장파 악수하는 모습

고와 같은 체로 금박엠보싱으로 처리하여 차의 깊은 맛을 느끼게 했다.

국내보다 오히려 해외에서 더 잘 알려진 정우식품의 차 제품은 이미 일본 전통식품전시회에서 패키지디자인으로 큰 호평을 받은 바 있다고 자랑하는 최 사장은 젊고 패기있는 경영인으로 92년말부터 시작된 전통식품개발사업과 연계되어 제주도청과 KIDP의 협조로 포장디자인에 관심을 갖기 시작하여 지금에 이르고 있다고 한다.

"새로 제작된 디자인은 전체 포장단가를 상승시켜 업체 입장에서는 손해를 볼 것이 사실이나 제품의 고급스러움을 표현하기 위해 그 부분은 감수하고 있습니다"라고 밝히는 최 사장은 디자이너들에게는 까다로운 클라이언트이지만 우리의 전통식품을 세계에 알리는 작은 애국자의 역할을 수행하고 있다. ☞

(이선하 기자)