

박카스 패키지디자인 변천

The changing history of BACCHUS package design

우리나라의 대표적 장수상품인 박카스의 첫 생산시기는 1960년 9월이다. 20세기 중엽부터 21세기인 오늘날까지 박카스는 동종 음료 최고의 자리를 지키고 있다. 한 상품이 반세기이상 지속 출시되기까지는 여러 가지 요인이 있다. 여기에서는 박카스 패키지 디자인을 중심으로 장수하게 된 원인을 분석해 보았다.

1. 박카스의 발매 배경

전후 1960년대 초 국민들은 심각한 영양부족으로 비타민제 선호 풍조가 강했다. 이에 제약 업체들은 각종 비타민제를 생산 공급하기 시작했다.

동아제약에서는 박카스 정, 동인화학에서는 동인 구론산, 천도제약은 단발 구론산 등 자양 강장제류의 각종 비타민제를 발매하기 시작했다.

이중 치열한 경쟁에서 살아남은 것은 동아제약 박카스였다.

2. 박카스의 초기 패키지 디자인

박카스는 초기 알약으로 발매되었다.

박카스라는 이름으로 현재의 종합비타민제처럼 당의정 형태로 1960년 9월 판매되기 시작했다.

초기 패키지 디자인의 형태는 다른 경쟁업체와 별반 다른 것이 없었다. 그러나 여기서 당시의 소비자들이 드링크류의 선호 성향을 캐치하여 재빨리 변신을 시도한 것은 동아제약의 박카스였다. 1962년 8월 '박카스 내복액'의 이름으로 앰플 제품을 생산, 판매하기 시작했다. (사진1 참조)

소비자들이 비타민제의 속효성을 중시 한다는 점에 착안하여 즉시 드링크류로 전환한 것이다.

[사진 1] 박카스의 초기 패키지 디자인



3. 박카스-D의 패키지 디자인

박카스 하면 연상되는 색이 파란색이다. 약국에 가서 보면 약 포장에는 유달리 청색이 많이 사용됨을 알 수 있다. 청색은 희망과 청춘을 상징하는 색이다. 박카스를 복용하면 청춘으로 돌아가리라는 희망을 암시하고 있기 때문에 사람들이 박카스를 선호한 것으로 생각된다.

초기 당의정과 앰플을 거쳐 현재의 패키지 디자인에 근접하게 된 것은 1963년 8월 박카스-D가 발매되기 시작한 시점이다. 여기서 주목해야 할 점은 박카스-D의 마개 모양이다.

[사진1]에서 보면 알 수 있듯이 초기 박카스-D의 마개는 여러 가지 변형을 거쳤다.

[사진2]의 모양으로 정착되기까지 소비자의 취향과 편리성에 따라 마개 모양의 변형을 가져 왔음을 알 수 있다.

[사진 2] 박카스-D의 패키지 디자인



4. 박카스-F의 패키지 디자인

1963년 박카스-D가 발매된 후, 1991년 5월 박카스-F가 나오기까지 박카스의 패키지 디자인에는 변형이 없었다.

박카스-F의 라벨에서 달라진 것은 좀더 진한 청색을 사용하고 제품명을 적색으로 표기함으로써 색의 대비를 통해 소비자의 상품인지도를 높였다는 점이다. 1990년 중반에 경쟁음료(영진 구론산 바몬드-S, 원비-D 등)의 발매로 박카스의 시장을 잠식하기는 했지만 박카스의 시장 점유율은 현재까지 동종업계 최고이다.

(사진 3) 박카스-F의 패키지 디자인



5. 경쟁음료와의 패키지 디자인 비교

영진약품의 구론산 바몬드-S의 패키지 디자인의 주색은 적색이고 일양약품 원비-D의 주색은 황색, 동화약품 알프스-D의 포장 라벨은 박카스와 유사한 청색이다. 사실 이들 제품의 효능이나 맛에서는 별반 차이가 없다.

그런데 소비자들은 약국에서 습관적으로 박카스를 찾게 된다. 이에 박카스의 브랜드 인지도가 타제품에 비해 월등하기 때문이다. 여기에는 박카스의 청색 라벨과 적색 글씨도 한몫 단단히 하고 있다. 청색과 적색은 패키지 디자인에서 가장 선호하는 색이다. 가장 잘 팔리기 때문이다.

예를 들어 1990년대 조선맥주의 하이트 맥주가 나오기 전까지 OB맥주의 시장 점유율은 부동의 1위였다. 조선맥주가 크라운이라는 상표를 과감히 버렸기 때문에 시장을 역전할 수 있었다.

현실에 안주했다면 현재까지도 조선맥주는 만년 2위의 자리에 머물러 있었을 것이다. 박카스의 아성은 견고하고 단단하다.

경쟁업체의 파격적 패키지 디자인이 시장을 역전시킬 가능성은 있지 않을까? 병색을 투명색으로 사용한다든가 초록라벨을 붙인다든가 해서 말이다.

현재 우리나라 가공 식음료 상품의 라이프사이클은 몇 년이나 될까? 불과 몇 년 되지 않는 것이 현 상황이다. 그런데 박카스는 40여 년의 세월동안 시판되고 있는 원인에는 맛, 효능, 브랜드이미지의 확립 등의 요인에는 포장 라벨의 지속성도 기여했다고 할 수 있다.

6. 맺음말

코카콜라 하면 연상되는 색은 적색이고, 후지필름은 녹색이듯이, 박카스는 초기부터 청색을 사용하여 청색이 연상된다. 1962년 현재와 같은 형태의 박카스가 생산된 시점부터 청색의 라벨을 현재까지 유지하고 있다. 1990년 초반 약간의 변형을 가하긴 했어도 그 기조는 초기의 패키지 디자인에서 크게 벗어나지 않고 있다.

앞에서 서술한 박카스의 패키지 디자인 측면에서의 요인은 전체 성공 요인의 작은 부분일 수도 있지만 근래 들어 식음료 포장에 있어서 패키지 디자인은 제품의 브랜드명을 소비자들에게 인지시키는 중요한 수단이 되고 있다.


자양강장음료의 대표주자인 박카스가 패키지 디자인측면에서 성공한 점은 생산 초기 재빨리 소비자의 기호에 부응하여 드링크로 포장용기를 개선하고, 포장라벨의 지속성을 통해 브랜드 이미지를 확고하게 확립했다는 점이다. ☐

BLOW 용기 제조 전문업체



취급 품 목

- CHEMICAL 용기
- WAX 용기
- 위험물 용기
- 각종 액체 포장용기



한석유화(주)

本社 : 서울시 용산구 이촌동 302-79
TEL: 02-799-3100, FAX: 02-798-7250

工場 : 인천 남동구 고잔동 700-6(125B 7L)
TEL: 032-819-2011, FAX: 032-819-2016