

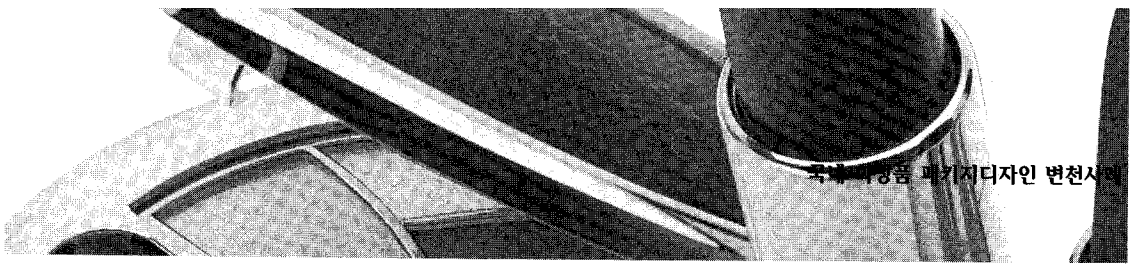
쥬리아화장품 포장용기 디자인(2)

지난호에 이어 계속적으로 쥬리아화장품 포장용기 디자인을 살펴보고자 한다.
 이번호에 1994년 제품인 수세미클렌징 시리즈를 비롯해 현재 출시되고 있는
 이시스에 까지 쥬리아화장품의 대표적인 몇가지 제품을 소개하였다.



1994년 수세미 클렌징 시리즈

탁월한 효과를 가져다준 용기 디자인
 - 클렌징워터에서 크림까지 다양한
 시리즈 개발로 타입별 구분과 Green
 계열로 전체적인 통일감을 주고, 수
 세미 캐릭터를 이니셜화 시켜 용기에
 적용. 제품 컨셉의 극대화를 가져다
 주었다.

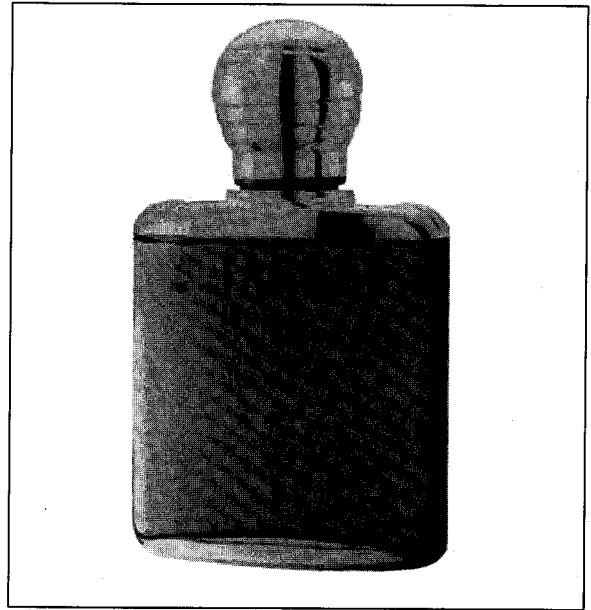


국화 화장품 패키지디자인 변천사

1994년 타게트월드

안정감을 살린 남성화장품

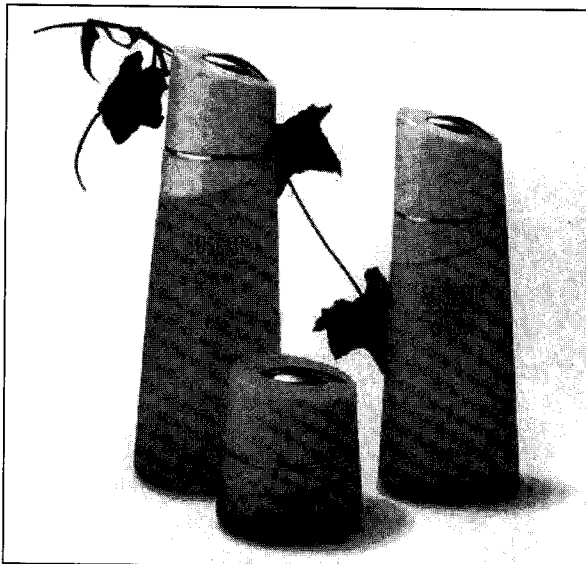
- 남성화장품이라는 강한 느낌을 전달하기 위해 어깨부분의 넓이를 최대화하여 편안함과 안정성을 살린 제품이다. 또한 용기 중간부분을 돌출시켜 사용 시 미끄러짐을 방지하게 하였다. 또한 캡 형상에 지구본 모양을 형상화시켜 브랜드와의 컨셉일치를 가져왔다.

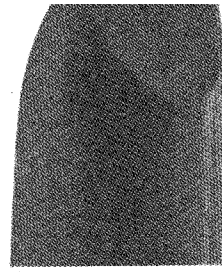
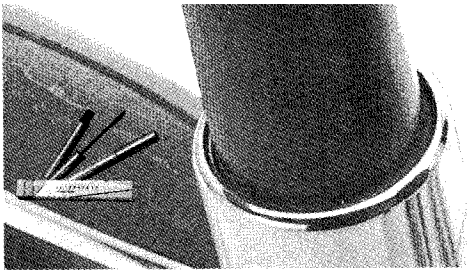


1995년 수세미 오픈러스

용기와 캡의 정교한 일체감

- 전체적 형상은 변형 사다리꼴로 안정감을 이루었으며, 캡 상단면을 사선으로 처리하여 깔끔한 이미지를 전달하였다. 색상은 미색계열의 차분함으로 내용물에 대한 신뢰성을 유도하였으며 정교한 용기와 캡의 일체감을 이루었다.





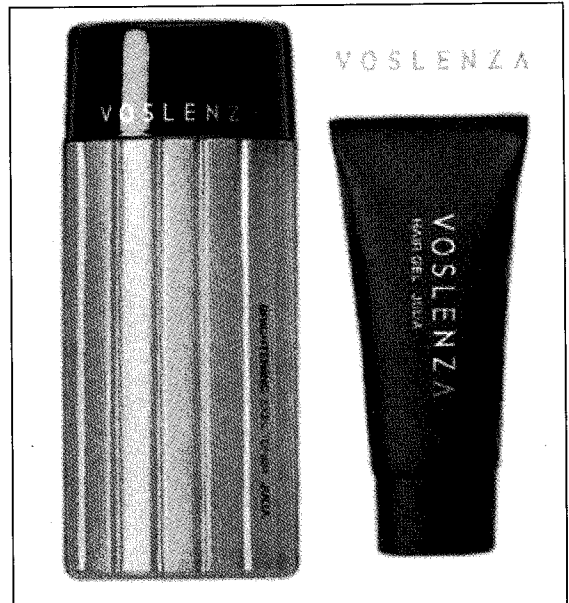
1997년 수세미 클린 앤 화이트

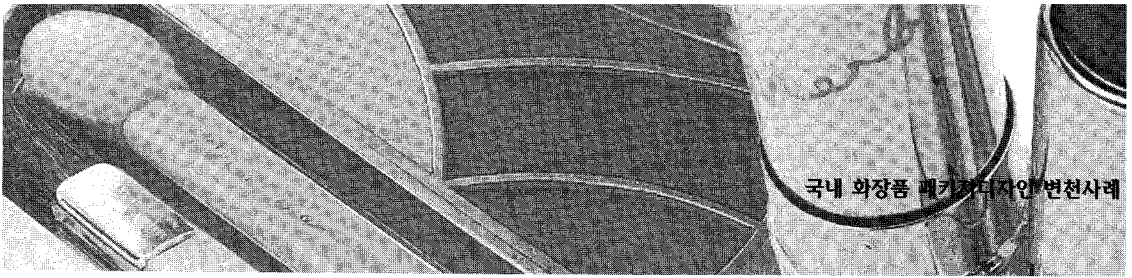
세련되고 장식성을 배제한 디자인
 - 기존에 히트한 수세미 클렌징을 리뉴얼한 제품으로 장식성과 후가공을 배제하여 원가 절감과 생산성을 극대화 하였으며, 전체적으로 유광처리하여 청결감을 유도하고 반투명한 느낌을 주어 유행의 패턴에 맞추었다.

1998년 보스렌자 2

기존 보스렌자를 리뉴얼한 제품

- 인기 브랜드의 시장 가격 저하를 막고 홍보 등의 개발비 절감을 가져다 준 제품. 기존의 유니섹스적인 이미지에서 보스렌자(2)는 선의 교차와 감각 그 자체만을 이용하여 단순하면서도 고급성을 강조한 제품이라고 할 수 있다. 용기 후가공을 국내 최초로 반투명 금뿔을 이용한 제품이다.

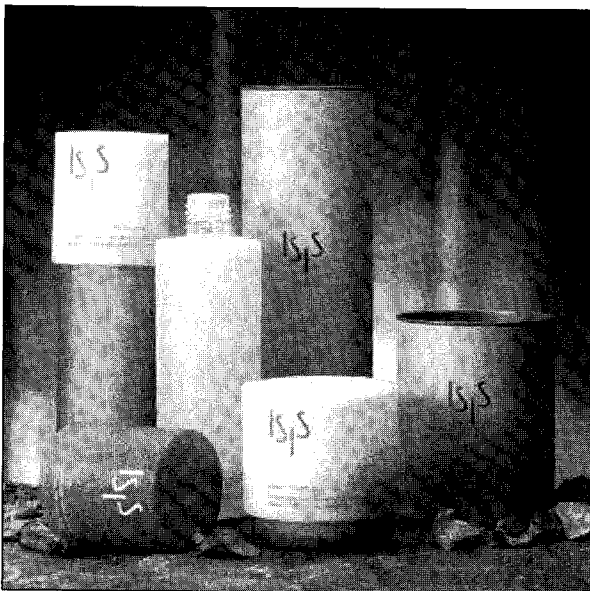
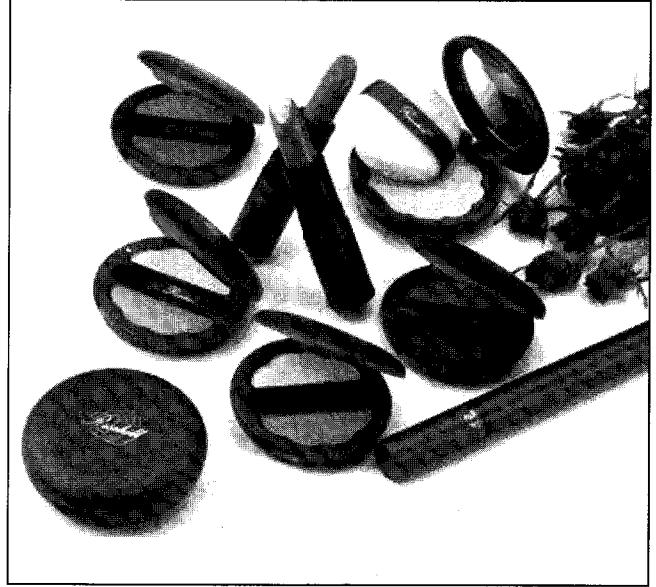




2000년 로즈힐 색조 시리즈

장미를 담은 용기

- 한눈에 장미라는 것을 알아보게끔 전 시리즈를 레드계로 통일하여 이미지를 전달하였다. 차별화 된 사라(내용물 접시)를 꽃 모양을 적용하여 브랜드와의 일치화를 가져왔다. 또한 내용물 색을 제일 잘 받쳐주는 블랙 접시를 이용하여 시각화하였다.



2000년 이시스

환경 친화적 포장디자인

- 2000년 GD전에서 포장부문 산업자원부 장관상을 수상한 제품으로 재활용이 가능한 재봉지를 이용하여 포장방법에 있어서도 지합방식을 이용하여 사용 후 필름이나 연필꽂이로도 사용이 가능케 하였다. 캡이 용기보다 큰 형상으로 파격적인 변화와 더불어 로고의 형상은 보는 이로 하여금 추상적인 의미를 전달하게끔 한 제품이다.