



# KOREA PACK STAR 2005



## 제14회 대한민국패키지디자인대전

한국패키지디자인협회가 제14회 대한민국패키지디자인대전 수상작을 발표하였다.

이번 대한민국패키지디자인대전 일반부문에서는 (주)팬택의 '핸드폰, 슬림시리즈'가 대상으로 선정된 것을 비롯 총 27개 작품이 팩스타상으로 선정됐다.

본고에서는 제14회 대한민국패키지디자인대전 일반부문 수상작품들 중 일부 제품의 패키지디자인 컨셉을 살펴보도록 한다.

- 편집자 주 -

핸드폰, 슬림시리즈 / (주)팬택



◆ 부문 : 전자부문(mobile phone) - 핸드폰, 슬림시리즈

◆ 디자인 컨셉

'Slim Series: PG-3500'은 블랙 계열 칼라를 이용, Slip간지의 불필요한 요소를 제거, 광고포스터를 연상시켰다. 'Digital Camera Look Series: PG-6100/8000'은 Box를 열었을 때 블랙 바탕에 팬택 로고와 함께 가로로 놓인 카메라를 보는 듯한 느낌으로 브랜드를 강조했다.

웰비만케이스레이션 105 / 이언디자인그룹



◆ 부문 : 전자부문

◆ 디자인 컨셉

양반브랜드 이미지인 격자무늬를 살리되 현대적인 감각으로 접근했다. 김 브랜드를 컬러별로 구분하여 소비자의 식별을 용이하게 했다.

맥스틸 마우스 패드 / 282 커뮤니케이션즈



◆ 부문 : 전자부문(주변기기)

◆ 디자인 컨셉

타의추종을 불허하는 빠른 슬라이딩을 할 수 있으며 반영구적인 내구성으로 인한 경제성과 부드러운 컨트롤이 가능한 패드로서 섬세하면서도 청소가 용이한 표면처리를 한 세계 최초의 특수 안전강화 유리 와 알루미늄 판을 이용한 마우스패드이다.

자연지향 땅칩 / (주)농심



- ◆ 부문 : 식품부문(스낵)
- ◆ 디자인 컨셉  
 스낵에 잘 사용하지 않는 블랙을 과감하게 사용, 땅이라는 중우함의 이미지를 살렸으며 제품의 신뢰성과 고급스러움을 더욱 부각 시켰다. 무거워 질 수 있는 제품의 분위기를 부드럽고 유익한 브랜드 로고체를 사용하고, 'green life' 라는 하나의 자연적인 마크를 사용하여 신선한 이미지를 살렸다.

장(匠)라면 / (주)디자인피플



- ◆ 부문 : 식품부문(인스턴트)
- ◆ 디자인 컨셉  
 로고체 개발에서 강한 임팩트를 표현했다. 장인정신에 의한 깊은 맛을 '장' 자에서 표현하고자 붓글씨 로고를 사용하였으며 메주를 형상화하여 하얀 사각 테두리를 이용했다. 전체적으로 깔끔한 감각적인 디자인으로 젊은 세대를 공략하고자 탄생된 디자인이다.

토마토마 / D&C



- ◆ 부문 : 식품부문(아이스크림)
- ◆ 디자인 컨셉  
 주스로 느낄 수 있는 원료의 이미지를 탈피하려 하였으며, 디자인적인 면에서도 상하 금적색과 백색을 적절하게 사용하여 매대에서의 주목성을 높였다. 토마토 캐릭터를 귀엽게 개발/표현하여 토마토로 만든 아이스크림이란 것을 소비자에게 어필함과 동시에 친근감을 유도하였다.

참 크래커 / 크라운제과



- ◆ 부문 : 식품부문(크래커)
- ◆ 디자인 컨셉  
가장 효과적으로 제품을 표현하기 위한 고찰은 Package Designer라면 한번씩은 겪었을 고충일것 같다. 기존의 제품을 re-Design하는 과정에서 제품의 속성과 주목성을 해치는 요소들은 과감히 제거하였다.

프레젠 / 크라운베이커리



- ◆ 부문 : 식품부문(제빵)
- ◆ 디자인 컨셉  
프레젠은 크라운베이커리가 자랑하는 최고급 선물제품류의 이름이다. 동화 '프레젠왕국'이라는 Story가 있는 패키지로써 크라프트지를 이용, 자연친화적이고 고급스러운 이미지를 표현하였다.

아름찬 김치 / 디자인클리닉센터



- ◆ 부문 : 식품부문(농산물)
- ◆ 디자인 컨셉  
김장독맛 저온숙성김치는 숙성김치의 깊은 맛을 나타내는 '김장독맛'으로 네이밍하여 장독에 담긴 먹음직스런 김치를 표현했다. 저온숙성을 상징적으로 표현하는 온도계를 넣어 아름찬의 '저온숙성' 김치시리즈 제품들과 공통으로 사용하여 브랜드 아이덴티티를 효과적으로 살릴 수 있도록 하였다.

## 교동한과 / 리그래픽스



◆ 부문 : 식품부문(전통한과)

◆ 디자인 컨셉

우리전통보자기의 이미지를 모던한 현대적 감각으로 정리하였으며, 크라프트지 소재와 색스런 빛깔로 곡물의 넉넉함과 전통의 화려함이 함께 올려진 디자인.

## 바디톤 / (주)리노컴즈



◆ 부문 : 기능식품부문

◆ 디자인 컨셉

특허받은 이중코팅유산균이라는 점을 부각시키기 위해 브랜드를 두겹의 테두리로 감싸주고 유산균을 상징하는 패턴을 깔아주어 유산균제품임을 좀더 알릴 수 있도록 했다. 밝은 청색계열을 사용하여 깨끗한 이미지와 신뢰성을 강조했고 건강기능식품의 이미지에 부합되도록 안정감 있고 깔끔한 구도로 구성했다.

## 지리산 차천지 녹차 / (주)신우



◆ 부문 : 음료부문(전통차)

◆ 디자인 컨셉

뚜껑과 몸체의 비율을 5:5로 함으로 비교적 심플한 지지구조디자인으로 녹차패키지만의 특징을 부여하였다. '심우도', '무이' 외관색상으로 종류로 나뉘는 녹차의 특징을 살려 주면서도 블루계열과 그린계열색상을 사용해 종류를 구분했다. 전체적인 색상의 채도를 낮추고 금색을 부분적으로 사용함으로써 고급스러움을 표현하였다.

폴무원 워터라인 / 디토



- ◆ 부문 : 음료부문(생수)
- ◆ 디자인 컨셉  
고급스럽고, 감성적이면 패셔너블한 디자인으로 자신의 몸과 생활을 사랑하는 현대 여성의 건강에 도움을 주는 물로 인식시키고자 했다.

동원 차애인 / 디자인터치



- ◆ 부문 : 음료부문(차)
- ◆ 디자인 컨셉  
시월에 국화차, 사랑애 자스민녹차, 시월에 보성녹차, 겨울애 다즐링 홍차로 계절에 맞는 이미지와 감성적 디자인을 유도하였다. 강한 컬러로 핑 잉크를 사용하여 차분한 분위기를 연출하였으며 차갑게 또는 따듯함을 오래 보존하게 NB캔을 사용하여 언제 어디서나 편하게 마실수 있도록 하였다.

국순당 백세주 / cd's



- ◆ 부문 : 주류부문
- ◆ 디자인 컨셉  
부식 용기를 투명 용기(재활용을 통한 원가절감 효과 동시 충족)로 전환하면서 보다 세련된 디자인의 개선이 요구되었다. 로고타입을 세로형에서 가로형으로 바꾸며 획의 둔탁함을 보다 세련되게 변경하였으며, 술 빛는 독을 형상화한 심볼을 전면배치함으로써 세련미와 고급감을 살리면서도 젊은 감각에 부합하는 디자인을 실현하였다.

보해 매취 청자, 백자 / 전남대학교



◆ 부문 : 주류부문(전통주)

◆ 디자인 컨셉

전통 매실주의 이미지를 위하여 청자, 백자 용기와 굳은 절개를 상징하는 매화 한국화를 접목시킨 한국적 감성을 발휘한 디자인이다. 5년 이상을 숙성시킨 매실주의 깊은 맛과, 한쌍을 이룬 청자, 백자의 격조 높은 용기가 그 품위를 자랑한다.

타나센 / 유한양행



◆ 부문 : 제약부문

◆ 디자인 컨셉

신뢰성과 정보성을 중점으로 시원하고 빠른 효과를 나타내줄 수 있는 디자인을 하고자 하였다. 고딕계열의 서체와 가로줄무늬를 사용하여 빠르고 정확한 제품의 이미지를 나타내고자 했다. 사람 일러스트를 통해 증상과 제품용도를 쉽고 알 수 있게 했으며 푸른 계열의 컬러를 사용, 빠르고 시원한 제품의 효과를 표현했다.

아로마 / (주)피죤



◆ 부문 : 생활용품부문(세제)

◆ 디자인 컨셉

자연의 실사가 더 잘 들어나도록 로고는 과감이 위로 올려버렸다. 한여름의 채도높은 녹색과 선명하고 달콤한 핑크로 실사를 더욱 돋보이게 했으며 기존 오른쪽에 있는 파우치의 손잡이를 왼쪽으로 바꾸고, 후면에는 확트인 자연경관을 반이상 넣었다. 손잡이를 원형으로 변형하여, 인위성을 배제하려고 노력하였다.

미니맥시티슈 / 문애드디자인



- ◆ 부문 : 생활용품
- ◆ 디자인 컨셉  
 한편엔 이미지, 다른 한편에 시를 배치, 마치 하나의 시집을 펼쳐 놓은 듯한 느낌으로 크리넥스 이미지와의 조화를 표현하였다. 생동감이 넘치는 컬러풀한 꽃의 이미지를 실사로 보여주고, 작은 크기로 많이 쓸 수 있다는 네이밍에 걸맞게 심플하고, 모던한 디자인을 적용, 매대 디스플레이의 주목성을 높였다.

산타페 카페프레소 / 한국야쿠르트



- ◆ 부문 : 음료부문(차)
- ◆ 디자인 컨셉  
 브랜드와 로고의 단순한 표현이 주를 이루던 기존 시장에서 경쟁사 제품과의 확실한 차별화를 위하여 강한 컬러를 통한 제품의 차별화를 시도하였고 깊고 풍부한 커피맛을 연상시키는 illust를 채택하여 산타페만의 브랜드 identity를 정립하고자 하였다.

바세린 키즈 / 유니레버코리아



- ◆ 부문 : 주류부문
- ◆ 디자인 컨셉  
 아이들에게 친근감을 줄 수 있는 형태와 캐릭터를 이용했다. 용기는 곡선을 사용하여 편리하고 부드러운 사용감을 주었고 양측면에 별모양을 넣어 줌으로써 미끄럼방지 기능과 키즈제품의 느낌을 강조하였다. 전후면 그래픽에는 아이들이 좋아하는 캐릭터를 사용, 목욕시간동안 이 제품을 보면서 놀 수 있도록 했다.