

패키지 라벨디자인 시각요소의 브랜드 선호도 연구

- 중국 유기농 간장 10대 브랜드를 중심으로 -

Research on Brand Preference of Visual Elements of Packaging Label Design

- Centered on Top 10 Brands of Organic Soy Sauce in China -

주 저자

중앙대학교 대학원, 디자인학과 시각디자인전공

Ren Xiu Ye

석사과정 임수엽

교신 저자

중앙대학교 예술대학, 디자인학부 시각디자인전공

Kim Hee Hyun

교수 김희현

접수일자 : 2023.07.16.

게재확정일자 : 2023.09.15.

심사일자 : 2023.08.19.

Original Articles

BDAK (사) 한국브랜드디자인학회
BRAND DESIGN ASSOCIATION OF KOREA

www.kci.go.kr

패키지 라벨디자인 시각요소의 브랜드 선호도 연구

Research on Brand Preference of Visual Elements of Packaging Label Design

- 중심어 : 중국 유기농 간장 브랜드, 라벨디자인, 시각요소
- Keyword : Chinese Organic Soy Sauce Brand, Label Design, Visual Elements

목 차

1. 서론
 - 1.1. 연구배경 및 목적
 - 1.2. 연구범위 및 방법
 2. 이론적 배경
 - 2.1. 간장 포장의 역사 및 유기농 역사
 - 2.2. 중국 유기농 간장의 시장상황
 - 2.3. 라벨디자인의 정의 및 유형
 3. 유기농간장 브랜드 라벨디자인 시각요소 및 분석
 - 3.1. 유기농 간장 브랜드의 라벨디자인 시각요소
 - 3.2. 유기농 간장 브랜드의 라벨디자인 분석
 4. 유기농 간장 설문조사 및 분석
 - 4.1. 조사대상 및 분석
 - 4.2. 설문조사 및 결과
 5. 결론
- 참고문헌

초 록

본 연구는 유기농 간장 브랜드 라벨 디자인의 시각적 요소를 중심으로 브랜드 라벨 디자인의 문제점을 발견하고 중국 유기농 간장 브랜드의 라벨 디자인을 더욱 발전시키는 것을 목적으로 한다. 중국의 유기농 간장 라벨 디자인에서 로고타입(Logotype), 컬러(Color), 일러스트레이션(Illustration), 레이아웃(Layout), 라벨(Label)의 위치와 유형을 중심으로 유기농 간장의 라벨디자인을 설문조사를 실시했다. 리커트 5점 척도를 활용하여 유기농 간장 라벨디자인의 소비자 선호도를 분석하였다. 조사 결과 브랜드 라벨 디자인의 경우 소비자는 제품 컬러와 일러스트레이션 구분에 대한 명확한 요구가 나타났다. 앞으로의 발전방향은 브랜드 로고 디자인에서 로고 글꼴 디자인, 색상 세부 사항, 중국어 및 영어의 동시사용 형식을 통해 브랜드 간의 차별성을 확대하는 것이 매우 중요하다. 레이아웃에서는 일반적으로 라벨이 위에서 아래로 내려가는 형태가 무난하다. 라벨 위치는 전체형이 대부분의 브랜드에서 사용되었다. 연구 결과, 중국 시장에서 유기농 간장 브랜드의 라벨 디자인은 차이가 크지 않았으며, 유기농 간장의 라벨 디

자인에서 소비자는 간장의 감칠맛, 효능 및 유기농 이미지를 가진 제품을 선호하는 것으로 나타났다. 이 연구를 통해 경쟁 환경에서 소비자가 더 마음에 드는 유기농 간장의 라벨 디자인을 개발하고 중국 유기농 간장 시장과 라벨 디자인을 더욱 발전시킬 수 있기를 바란다.

Abstract

Focusing on the visual elements of organic soy sauce brand label design, this research aims to identify the problems of brand label design, and to further develop the label design of organic soy sauce brands in China. In the design of organic soy sauce labels in China, a questionnaire survey was conducted on the label design of organic soy sauce, centering on the location and type of "logotype, color, illustration, layout, and label". Consumer preference for organic soy sauce label design was analyzed using the Likert-five-point-scale. As a result of the survey, with respect to the brand label design, consumers put forward clear requirements for the distinction of product colors and illustrations. In the future direction of development, it is of vital importance for brand logo design to expand the differentiation between brands through logotype font design, color details, and the form of simultaneous use of Chinese and English. In terms of layout, the top-to-bottom layout is generally acceptable. As for the label position, the overall type was used by most brands. The research results show that there was no significant difference in the label design of organic soy sauce brands in the Chinese market. Additionally, in the label design of organic soy sauce, consumers preferred products with the umami, efficacy, and organic image of soy sauce. Through this research, I sincerely hope that we can develop more satisfactory organic soy sauce label designs for consumers in a competitive environment, and further develop the Chinese organic soy sauce market and its label design.

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

“2021년 중국 유기농 간장 시장 규모는 18억 10천만 위안으로 전년 동기 대비 115.8% 증가했으며 2023년 중국 유기농 간장 시장 규모는 25억 2200만 위안에 달할 것으로 예상된다.”¹⁾ 현재 유기농 간장은 맛과 풍부한 영양으로 인해 점점 더 많은 소비자들의 사랑을 받고 있으며 시장 경쟁의 영향으로 유기농 간장의 브랜드, 원료, 맛뿐만 아니라 유기농 간장 제품 패키지디자인 및 판매 분야의 경쟁이 더욱 치열해지고 있다. 브랜드의 경우 패키지디자인의 시각적 차별화는 제품 구매율에 큰 영향을 미칠 수 있으며 패키지디자인은 소비자들에게 정확한 정보를 전달하는 것이 중요하다. “패키지디자인에서 시각 기호는 상품의 정보를 전달하는 중요한 요소로 제품의 안전성 및 기본정보를 보여주는 중요한 정보원이다.”²⁾

본 연구는 중국 유기농 간장 10대 브랜드의 라벨 디자인을 대상으로 시각요소를 비교분석하고 일주일에 5번 이상 요리하는 소비자를 대상으로 온라인 설문조사(wen juan xing)를 통해 소비자 선호도를 파악함으로써 향후 중국 유기농 간장 라벨 디자인의 방향성을 제시하는 것이 목적이다.

1.2. 연구범위 및 방법

본 연구범위는 중국 인터넷 판매 사이트 타오바오(淘宝)에서 2022년에 판매되는 유기농간장 점유율 TOP10 브랜드를 대상으로 연구한다. <표. 1>에서 중국의 상위 10개 유기농 간장 브랜드를 정리했다.

연구 방법은 다음과 같다.

첫째, 간장 역사의 문헌자료를 수집하고 중국 유기농 간장의 역사에 대해 알아본다.

둘째, 중국의 유기농 간장 브랜드시장 및 현황을 조사 분석한다.

셋째, 중국 유기농 간장브랜드 상위 10개의 라벨 디자인에 나타난 시각요소를 비교 분석한다.

넷째, 중국의 유기농 간장 패키지 디자인이 소비자의 요구를 어떻게 충족시킬 수 있는지 분석한 결과를 가지고 유기농 간장 라벨디자인 발전 방향을 제시한다.

순위	중국 유기농 간장 브랜드
TOP.1	천화(千禾)
TOP.2	금룡어묵장(金龍魚丸庄)
TOP.3	신화화연(欣和禾然)
TOP.4	해천(海天)
TOP.5	응물(應物)
TOP.6	식상 농장(食尚農場)
TOP.7	미사달(味事達)
TOP.8	이금기(李錦記)
TOP.9	호기(好記)
TOP.10	중배(中坝)

<표. 1> 중국산 주류 유기농 간장 브랜드 순위

2. 이론적 배경

2.1. 간장 포장의 역사 및 유기농 역사

최초의 일본 기꼬만 브랜드의 경우 오래전부터 광구병, 소구병, 병 등 도자기와 도자기 용기를 사용해 왔으며, Wooden Barrel(간장 나무 통)은 에도 시대 초기(1603-1868)에 사용되기 시작했다. 당시 주요 생산지에서 간장이 대량 생산되어 전국 여러 곳으로 운송되었다. 이 용기는 재활용 및 세척이 가능했다.

메이지 시대(1868-1912)에는 유럽에서 유리병이 수입되었으며, 다이쇼 시대 중기(1912-1926)부터 간장 용기로 자주 사용되었다. 유리병에는 점차 라벨 디자인이 등장했다.

기꼬만 주식회사는 1977년 2월 PET를 사용하여 간장병을 만들었다. PET병은 일본 식품 산업에서 처음 사용되었다. 기꼬만 그룹은 비 PET 병뚜껑과 라벨을 쉽게 분해하여 재활용을 촉진하기 위해 노력하고 있다. 2000년에 접착제는 소비자가 쉽게 제거할 수 있도록 제품 라벨을 변경했다.

전 세계적으로 유기농 제품이 대규모로 생산되기 시작한 것은 1980년대와 1990년대에 미국이 '유기농 농산물 생산 법'을 공포한 것은 세계 최초로 유기농 제품 표준법을 공포한 국가였다. 중국은 타국

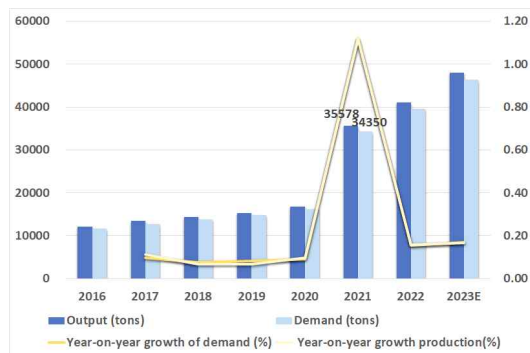
1) 2023-2029년 중국 유기농 간장 산업의 시장 현황 분석 및 시장 동향 예측 보고서, <https://www.gonyn.com/report/1385812.html>, 2023.03.14.

2) Guo YingYing, Application of protoecology in packaging design, Master Thesis of Nanchang University, 2019, p.5.

에서 1990년대부터 유기농 식품의 개념을 도입하고 유기농 식품 인증을 시작했다. 중국은 2004년에 '유기농 식품 인증 규범'을 시행하고 1년간의 실천과 탐색 끝에 유기농 제품에 대한 국가 표준을 공식적으로 발표하고 시행했다.

2.2. 중국 유기농 간장의 시장상황

소비자가 건강에 관심을 기울이고 생활수준의 향상에 따라 소비 업그레이드가 뚜렷해짐에 따라 “2021년 중국의 유기농 간장 생산량과 수요는 각각 35,578톤과 34,350톤으로 전년 동기 대비 110.33%와 111.32% 증가했다.”³⁾

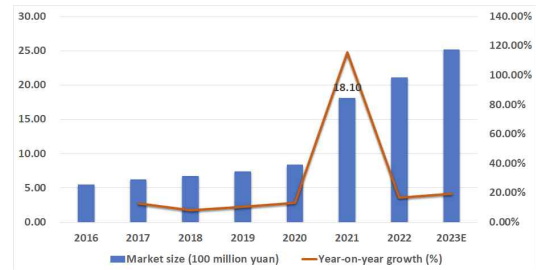


<표. 2> 2016-2023 중국 유기농간장 시장생산 및 수요 통계⁴⁾

소비 업그레이드로 기능적이고 건강한 간장 제품에 대한 시장의 수요가 증가하고 유기농 간장 시장은 좋은 발전 기회를 맞이했으며 <표. 3>을 보면 2021년 중국 유기농 간장 시장 규모는 18억 10천만 위안으로 전년 동기 대비 115.8% 증가했으며 2023년 중국 유기농 간장 시장 규모는 25억 2200만 위안에 달할 것으로 예상된다.

“2022년 중국 조미료 트렌드 통찰⁵⁾” 보고서에 따르면 현재 소비자의 건강 수요가 점차 증가하고 조미료의 건강화가 소비 트렌드가 되었으며 그 중 ‘비유전자’, ‘유기농’, ‘0 첨가’, ‘저염’, ‘천연’ 성분

샘’ 조미료 상품 인기 순위 5위를 차지했으며 ‘0 지방’은 2018년에 비해 관심도가 144% 증가했다.

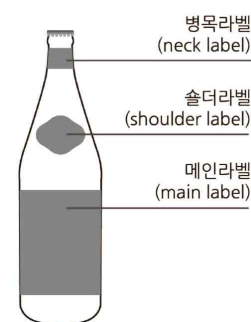


<표. 3> 2016-2023 중국 유기농간장 시장규모 통계 및 예측

2.3. 라벨디자인의 정의 및 유형

라벨 디자인은 “제품을 어느 회사 또는 누가 제조했는지를 알리기 위한 단순하고 실리적인 필요에서 그 사용의 유래를 찾아 볼 수 있다.”⁶⁾ 라벨은 용기 구조 및 포장의 미화된 장식 디자인의 역할을 하며, 그 기능은 상품 유통 과정에서 제품을 더 잘 보호하고 제품을 미화 및 홍보하며 제품 판매를 촉진하는 것이다. 간장 제품의 경우 라벨이 대부분 병에 직접 부착되어 소비자에게 브랜드 네임, 원료, 원산지, 생산일자 등 간장 제품과 관련된 상품 정보를 표시한다.

<그림. 1>은 라벨디자인의 유형으로 병목라벨(Neck Label), 숄더 라벨(Shoulder Label)과 메인 라벨(Main Label)로 구분된다.



<그림. 1> 라벨디자인의 유형⁷⁾

<그림. 2>는 라벨 디자인의 위치로 상단형, 중간형, 하단형, 전체형으로 구분할 수 있다.

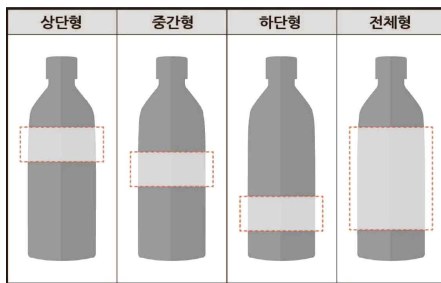
3) 2023-2029년 중국 유기농 간장 산업의 시장 현황 분석 및 시장 동향 예측 보고서, <https://www.gonyn.com/report/1385812.html>, 2023.03.14.

4) 2023-2029년 중국 유기농 간장 산업의 시장 현황 분석 및 시장 동향 예측 보고서, <https://www.gonyn.com/report/1385812.html>, 2023.03.14.

5) 2022년 조미료 트렌드 보고서, http://science.china.com.cn/2022-11/17/content_42174339.html, 2023.03.14.

6) 김광현, 「디자인 사전」, 미진사, 1994. p.254.

7) 이지선 · 이연준 · 임효정, 생수브랜드의 패키지디자인 유형 분석에 관한 연구, 브랜드디자인학연구, Vol.15 No.4, 2017, p.149.



<그림. 2> 라벨디자인의 위치⁸⁾

3. 유기능 간장 라벨디자인 시각 요소 및 분석

3.1. 유기능 간장 라벨디자인의 시각요소

선행연구 자료를 찾기 위해 한국 학술 정보 사이트(RISS)에서 관련 키워드를 검색을 통해 각 연구자의 라벨디자인 시각요소를 <표. 4>에 정리하였다. <표. 4>와 같이 연구자에 따라 라벨디자인 시각적 구성요소의 빈도를 <표. 5>로 정리하였다.

저자	연구주제	시각요소
친차오하오 한석원 (2022)	밀레니엄 세대와 Z세대를 위한 효과적 라벨디자인 시각 요소에 관한 연구 ⁹⁾	로고타입 컬러 레이아웃 일러스트레이션 라벨형태
유열 김희현 (2021)	중국 홍차 브랜드 라벨디자인의 선호도 연구 ¹⁰⁾	로고타입 컬러 레이아웃 일러스트레이션
김희현 맹아청 (2020)	맥주브랜드의 시각요소 비교연구: 중국과 글로벌 맥주패키지의 라벨디자인을 중심으로 ¹¹⁾	브랜드로고 컬러 일러스트레이션 레이아웃
한희석 이경현 (2017)	브랜드 라벨 디자인에 따른 소비자 선호도 연구 ¹²⁾	메인 배경 이미지 브랜드 로고와 서체 컬러 라벨의 위치
최인영 구범모 (2012)	리뉴얼 라벨 디자인의 브랜드 개성 차별화 전략 ¹³⁾	로고타입 일러스트레이션 레이아웃 컬러
손영수 (2010)	리뉴얼 라벨디자인이 브랜드 인식에 미치는 영향에 관한 연구 ¹⁴⁾	로고타입 레이아웃 컬러 레이블 형태 일러스트레이션 기타표시요소

8) Ibid., p.149.

9) 친차오하오 · 한석원, 밀레니엄 세대와 Z세대를 위한 효과적 라벨디자인 시각요소에 관한 연구, 브랜드디자인학연, Vol.20, No.3, 2022, pp.229-240.

10) 유열 · 김희현, 중국 홍차 브랜드 라벨 디자인의 선호도 연구, 한국디자인문화학회지, Vol.27, No.2, 2021, pp.259-270.

11) 김희현 · 맹아청, 맥주브랜드의 시각요소 비교연구, 한국콘텐츠학회논문지, Vol.20, No.1, 2020, pp.324-333.

12) 한희석 · 이경현, 브랜드 라벨디자인에 따른 소비자 선호도 연

<표. 4> 선행연구에 나타난 라벨디자인의 시각 요소 분류

시각 요소	개수
브랜드 로고	6
컬러	6
레이아웃	5
일러스트레이션	5
라벨유형 및위치	3
메인 배경 이미지	1
기타 표시요소	1

<표. 5> 라벨디자인의 시각 요소 빈도 분류

선행 연구 내용을 분류하여 비교 분석을 위해 라벨 디자인 요소 중에 빈도가 높은 4가지 라벨디자인 요소를 선택했다. 아래 각 라벨 디자인의 시각 요소는 다음과 같다.

첫째, 로고타입(Logotype) “소비자가 제품 혹은 브랜드를 접할 때 브랜드네임과 함께 가장 먼저 만나는 구성요소가 심벌마크와 로고다.”¹⁵⁾ “패키지디자인의 경우에 가장 확실하게 시각적으로 기억되는 것은 패키지디자인에 적용된 브랜드 로고타입이다.”¹⁶⁾

둘째, “컬러(Color)는 시각적 요소들 가운데 자극을 가장 빨리 전달할 수 있는 디자인 요소이다.”¹⁷⁾ 컬러 구성이 좋은 디자인 작품은 식별에 도움이 될 뿐만 아니라 추억을 불러일으킬 가치가 있으며 반복적인 소비 효과를 생성한다. “브랜드 디자인은 컬러를 사용하여 메시지를 커뮤니케이션하고, 수용자의 지각에 영향을 주고, 브랜드 메시지의 지속성/연속성을 만든다.”¹⁸⁾

셋째, “일러스트레이션(Illustration)이란 포장 속 내용물의 구체적인 이해를 돕기 위해 정보와 특성을 시각적 메시지로 표현하는 그림이다.”¹⁹⁾ 현대 패키

구, 커뮤니케이션 디자인학연구, Vol.58, 2020, pp.216-226.

13) 최인영 · 구범모, 리뉴얼 라벨 디자인의 브랜드 개성 차별화 전략, 브랜드디자인학연구, Vol.10, No.4, 2012, pp.203-214.

14) 손영수, 리뉴얼 라벨디자인 브랜드의 인식에 미치는 영향에 관한 연구, 상품문화디자인학연구, 2010, pp.39-52.

15) 김덕용, 「브랜드 심벌마크 와 로고, 브랜드 개념과 실제」, 국립중앙도서관, 2017, p.107.

16) 박규원 외 6인. 패키지디자인, 안그라픽스, 2006, pp.98-99.

17) Park, K. W. Modern Packaging Design. Mijinsa, 1995, pp.140-141.

18) 최인영, 「브랜드 디자인 브랜딩을 위한 커뮤니케이션 디자인」, 미진사, 2003, p.94.

19) 이철. 일러스트레이션을 활용한 식품 패키지 디자인 연구, 일러스트레이션포럼, 2016, p.61.

지 디자인에서 일러스트레이션은 주로 상업용 삽화미를 고려하면서 소재를 효과적으로 구성, 라벨 디자인은 일러스트레이션을 사용하여 최상의 상품 시각적 정보를 전달해야 한다.

넷째, “레이아웃(Layout)은 시각전달을 목적으로 조형미를 고려하면서 소재를 효과적으로 구성, 배열하는 것을 말한다.”²⁰⁾레이아웃 디자인은 정보 전달을 목적으로 글꼴 선택, 글꼴 크기, 글자 간격 설정, 행, 행 간격, 행 수, 칸막이 등 많은 세부 사항의 활용과 조합을 고려해야 한다.

다섯 째, 라벨(Label)의 위치는 상단형, 중간형, 하단형, 전체형으로 배치할 수 있다. 라벨의 유형은 병목 라벨(Neck Label), 어깨 라벨(Shoulder Label)과 메인 라벨(Main Label)로 구분된다.

3.2. 유기농 간장 브랜드의 디자인 분석

유기농 간장 라벨 디자인의 사례 분석은 중국 판매 사이트 타오바오에서 판매량 상위 10개 유기농 간장브랜드를 연구대상으로 선정하였다. <표. 6>과 같이 각 브랜드의 라벨 디자인 시각 요소 분석은 아래와 같다.

브랜드	로고타입	컬러	레이아웃	일러스트레이션	라벨 유형위치	시각요소 종합분석
천화						1. 로고타입: 한자만 구성하고, 글자는 소동파의 서예에서 유래했다고 한다. 2. 색채: 흑백의 대비되는 색상을 사용하여, 블랙 (c93,m88,y89,k80), 화이트 (c0,m0,y0,k0) 3. 일러스트레이션: 음과 양 그래픽과 간장 원료 이미지 표현한다. 4. 레이아웃: 전체적으로 상중하 분포하며 제품명은 위쪽에 있고 유기농 간장의 글자는 중앙에 있고 간장 원료 이미지는 병의 중하부에 있다. 5. 라벨 유형 및 위치: 병목라벨과 메인라벨의 두 가지 라벨유형이 있다. 라벨위치는 전체형이다.
금룡어목장						1. 로고타입: 한자타입 사용, 위에 붉은 단어 “庄”포인트. 2. 색채: 블랙 (c80,m76,y75,k53), 화이트 (c7,m11,y12,k0), 분홍색 (c24,m62,y44,k0), 초록색 (c47,m24,y47,k0) 3. 일러스트레이션: 블랙 백그라운드에 화이트 폰트로 일러스트 디자인이다. 4. 레이아웃: 로고는 중앙에 있고 슬로건과 ‘0’ 첨가 로고는 로고 주위를 둘러싸고 있다. 5. 라벨 유형 및 위치: 병목라벨과 메인라벨의 두 가지 라벨유형이 있다. 라벨위치는 하단형이다.
신화화연						1. 로고타입: 영문과 한자타입 동시사용, 가운데 원은 고대 문자를 사용한다. 하단에는 기업 슬로건이다. 2. 컬러: 화이트 (c1,m1,y2,k0), 초록색 (c42,m19,y47,k0), 갈색 (c67,m68,y75,k29), 블랙 (c60,m63,y63,k9). 3. 일러스트레이션: 녹색 식물과 작은 붉은 과일 이미지가 일러스트를 둘러싸인 형태 구성한다. 4. 레이아웃: 브랜드 로고는 중앙에, 일러스트는 로고 상단과 우측 하단에, 슬로건은 로고 좌측 하단과 바로 아래에 있다. 5. 라벨 유형 및 위치: 메인라벨 사용하고 라벨위치는 중간형이다.
해천						1. 로고타입: 한자타입 사용하며 같은 스타일을 사용한다 2. 컬러: 화이트 (c6,m5,y5,k0), 초록색 (c20,m8,y24,k0), 빨간색 (c7,m66,y44,k9). 3. 일러스트레이션: 녹색 식물 잎과 노란 꽃이 이미지가 일러스트를 둘러싸인 형태 표현한다. 4. 레이아웃: 전체적으로 상중하 분포되어 있으며 제품명은 위쪽에 있으며 라벨 주위에 식물 잎이 분포되어 있다. 5. 라벨 유형 및 위치: 병목라벨과 메인라벨의 두 가지 라벨유형이 있다. 라벨위치는 전체형이다.
응물						1. 로고타입: 한자타입 사용하며 같은 스타일을 사용한다. 2. 컬러: 회색 (c17,m16,y8,k0), 블랙 (c76,m71,y67,k34), 분홍색 (c51,m74,y56,k4). 3. 일러스트레이션: 양조간장의 원료인 '홍곡'의 사진을 위주로 붓 자국이 있는 사진이다. 4. 레이아웃: 로고는 라벨의 왼쪽 상단, 슬로건은 가운데, 일러스트레이션은 라벨의 중하부에 있다. 5. 라벨 유형 및 위치: 메인라벨 사용하고 라벨위치는 하단형 있다.

20) 박선익, 「디자인 사전」, 미진사, 1990, p.79.

브랜드	로고타입	컬러	레이아웃	일러스트레이션	라벨 유형위치	시각요소 종합분석
식상농장 일번						1. 로고타입: 한자타입 사용하며 같은 스타일을 사용한다. 2. 컬러: 화이트 (c4,m3,y4,k0), 초록색 (c82,m62,y86,k39), 노란색 (c40,m37,y71,k0). 3. 일러스트레이션: 간장 원료 이미지가 및 물방울무늬를 구성한다. 4. 레이아웃: 로고는 라벨 위에 배치하고 홍보 슬로건인 등은 중앙에 배치되어 있으며 삽화 분포 라벨의 모든 것이 배경이다. 5. 라벨 유형 및 위치: 메인라벨 사용하고 라벨위치는 중간형이다.
미사달						1. 로고타입: 영문과 한자타입 사용한다. 영어 글꼴과 중국어 글꼴은 스타일이 다르다. 배경은 황금색 가장자리가 있는 부채 모양의 검정색 배경사용.. 2. 컬러: 갈색 (c9,m16,y22,k0), 주황색 (c28,m46,y58,k0), 갈색 (c64,m67,y95,k31), 블랙 (c73,m66,y68,k25). 3. 일러스트레이션: 병목라벨은 병목 라벨 삽화는 고대 동전 패턴의 불규칙한 배열로 구성된다. 메인라벨은 물방울 이미지를 표현하였으며, 문양은 파도 물결무늬를 표현한다. 4. 레이아웃: 로고는 라벨 중간 위에 있고 슬로건은 가운데 왼쪽에서 오른쪽으로 배열되어 있으며 일러스트는 라벨의 오른쪽 하단에 있다. 5. 라벨 유형 및 위치: 병목라벨과 메인라벨의 두 가지 라벨유형이 있다. 라벨위치는 전체형 있다.
이금기						1. 로고타입: 영문과 한자타입 동시 사용한다. 2. 컬러: 회색 (c8,m8,y20,k0), 황색 (c26,m42,y78,k0), 주황색(c41,m68,y85,k2). 3. 일러스트레이션: 병목 라벨은 일부 'T' 그래픽의 불규칙한 배열로 구성된다. 메인라벨은 주로 생밀과 대두의 사진이 주를 이루며 배경은 농촌 주택과 농경지이다. 4. 레이아웃: 로고는 라벨의 윗부분, 가운데 유기농 단어와 슬로건, 일러스트는 라벨의 아랫부분에 있다. 5. 라벨 유형 및 위치: 병목라벨과 메인라벨의 두 가지 라벨유형이 있다. 라벨위치는 전체형 있다.
호기						1. 로고타입: 빨간색 원이 배경이고 중국어만 사용한 “好記”의 2단어는 흰색으로 동일한 서체 스타일 사용한다. 2. 컬러: 골드 (c10,m22,y66,k0), 블랙 (c76,m78,y88,k64). 3. 일러스트레이션: 중국어 “신선(鮮)”자와 원으로 구성된다. 4. 레이아웃: 병목라벨의 중간은 제품로고, 메인라벨의 왼쪽 상단은 로고, 중간은 일러스트, 하단은 제품 이름이다. 5. 라벨 유형 및 위치: 병목라벨과 메인라벨의 두 가지 라벨유형이 있다. 라벨위치는 전체형 있다.
중바						1. 로고타입: 원의 검은색과 금색 배경, “中坝”의 두 글자는 같은 스타일의 글꼴이며 중국어만 사용된다. 2. 컬러: 회색(c26,m24,y28,k0), 블랙(c74,m75,y80,k53), 초록색 (c64,m38,y62,k0),분홍색 (c31,m63,y48,k0). 3. 일러스트레이션: 식물 이미지를 표현한다. 4. 레이아웃: 로고는 라벨 중간 위에 있으며 이미지와 슬로건 하단 있다. 5. 라벨 유형 및 위치: 병목라벨과 메인라벨의 두 가지 라벨유형이 있다. 라벨위치는 전체형 있다.

<표. 6> 각 브랜드 라벨디자인의 시각 요소 분석

4. 유기농 간장 설문조사 및 분석

4.1. 조사 대상 및 방법

본 조사는 중국 최대 온라인 경매 사이트 타오바오에서 2022년에 유기농 간장 판매율이 높은 제품 TOP10 브랜드를 대상으로 라벨디자인의 시각요소가 유기농 간장브랜드 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위하여 온라인 설문조사를 진행하였다. 본 조

사는 2023년 8월31일부터 9월4일까지 5일간 wenjuan xing(설문 사이트)를 통해 설문조사를 실시하였다. 본 조사는 일주일에 5회 이상 요리를 하는 20~50대 남녀를 대상으로 하였다. 조사에 대한 분석은 설문지의 데이터 처리 방법에 코딩, SPSS v22.0의 프로그램을 사용하여 빈도분석, 리커트 척도(Likert Scale)에 맞춰 분석하였다.

4.2. 조사 분석 및 결과

설문 응답자 <표. 7>을 보면 총150명 중 남성 51명(34%)이고, 여성은 99명(66%)으로 여성 응답자가 가장 많았다. 연령대는 20대 52명(34.67%)이 가장 많은 응답률을 보여주었고, 요리한 빈도별은 매주5번 이상 요리한 사람이 90명(60%)으로 매우 높게 나타났다.

<표. 8> 유기농 간장 브랜드 라벨디자인 관심도는 관심이 많다(43.33%)가 가장 많았고, 그 뒤에 관심이 매우 많다(27.33%) > 보통이다(16%) > 관심이 적다(11.33%) > 관심이 전혀 없다(2%)의 순으로 나타났다.

<표. 9> 유기농 간장 구매 시 라벨디자인 요소별 중요도는 맛(4.25) > 디자인(3.64) > 브랜드(3.56) > 효능(3.45) > 가격(3.26)의 순으로 나타났다.

<표. 10> 조사 결과, 중국 유기농 간장 브랜드의 인지도는 ‘해천’이 79.33%로 나타났다. ‘해천’은 결과적으로 타 경쟁브랜드에 비해 디자인적 소구가 성공한 것으로 판단된다. <표. 11>에 나타난 브랜드

1. 로고의 선호도는 천화 > 호기 > 해천 > 신화화연 > 금룡어 목장 > 이금기 > 중바 > 미사달 > 응물 > 식상농장일변 순으로 나타났다.

2. 컬러는 신화화연 > 호기 > 식상농장일변 > 이금기 > 미사달 > 해천 > 중바 > 금룡어 목장 > 천화 > 응물 순으로 나타났다.

3. 일러스트레이션은 미사달 > 식상농장일변 > 신화화연 > 이금기 > 천화 > 해천 > 응물 > 호기 > 중바 > 금룡어 목장 순으로 나타났다.

4. 레이아웃의 경우는 해천 > 미사달 > 이금기 > 신화화연 > 식상농장일변 > 천화 > 호기 = 중바 > 금룡어 목장 > 응물 순으로 나타났다.

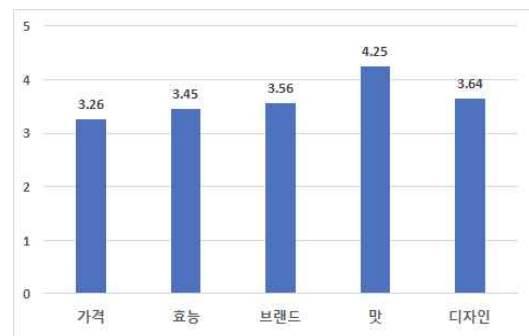
5. 라벨 위치는 해천 > 미사달 > 식상농장일변 > 신화화연 > 중바 > 천화 > 이금기 > 응물 > 금룡어 목장 > 호기순으로 나타났다. 이러한 조사 데이터에 따르면 소비자들은 유기농 간장 상위 10개 브랜드의 라벨 디자인 선호도를 평가했으며, 평균 점수는 3.46점이었다. 평균 이상의 브랜드는 천화, 미사달, 해천, 신화화연, 식상농장일변, 이금기, 호기가 나타났다. 평균 이하의 브랜드는 금룡어 목장, 중바, 응물로 나타났다.

구분		빈도	비율(%)
성별	남	36	24%
	여	114	76%
	합계	150	100%
연령별	20세 이하	1	0.67%
	20-29세	52	34.67%
	30-39세	35	23.33%
	40-49세	21	14%
	50세 이상	41	27.33%
	합계	150	100%
직업별	학생	39	26%
	회사직원	40	26.67%
	자영업	21	14%
	주부	45	30%
	기타	5	3.33%
	합계	150	100%
요리한 빈도별	1번/주 이하	25	16.67%
	1-4번/주	35	23.33%
	5번/주 이상	90	60%
	합계	150	100%

<표. 7> 설문 응답자의 성별 연령별 직업별 빈도

관심도	빈도	비율(%)
관심이 매우 많다	41	27.33%
관심이 많다	65	43.33%
보통이다	24	16%
관심이 적다	17	11.33%
관심이 전혀 없다	3	2%
합계	150	100%

<표. 8> 유기농 간장 브랜드 라벨 디자인의 관심도



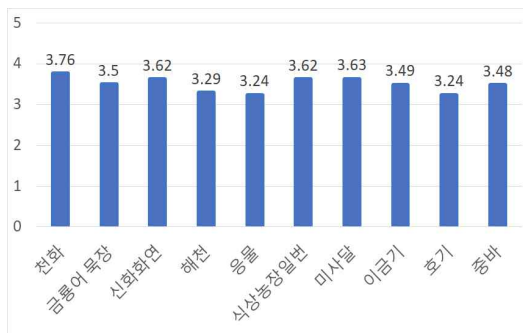
<표. 9> 유기농간장 구매 시 라벨디자인의 요소별 중요도

브랜드	빈도	분포(%)
천화	70	46.66%
금룡어 목장	18	12%
신화화연	68	45.33%
해천	119	79.33%
응물	2	1.33%
식상농장일변	9	6%
미사달	44	29.33%
이금기	64	42.66%
호기	10	6.66%
중바	4	2.66%

<표. 10> 중국 유기농 간장 브랜드의 인지도

브랜드	로고	컬러	일러스트레이션	레이아웃	라벨 위치 유형
천화	3.66	3.14	3.5	3.53	3.77
금룡어목장	3.5	3.15	3.2	3.43	3.49
신화화연	3.56	3.5	3.63	3.54	3.57
해천	3.58	3.39	3.46	3.63	3.64
응물	3.23	2.93	3.41	3.26	3.37
식상농장일번	3.22	3.46	3.7	3.51	3.62
미사달	3.31	3.42	3.72	3.59	3.64
이금기	3.47	3.45	3.59	3.54	3.54
호기	3.62	3.49	3.39	3.46	3.37
중바	3.34	3.16	3.23	3.41	3.5

<표. 11> 중국 유기농간장 TOP10브랜드의 시각요소 선호도



<표. 12> 중국 유기농 간장 TOP10브랜드 라벨디자인 선호도

유기농 간장 브랜드의 라벨 디자인의 선호도 조사결과는 <표. 12>와 같다. 천화(3.76) > 미사달(3.63) > 신화화연(3.62) = 식상농장일번(3.62) > 금룡어목장(3.5) > 이금기(3.49) > 중바(3.48) > 해천(3.29) > 응물(3.24) = 호기(3.24)순으로 나타났다. 따라서 천화의 라벨디자인은 소비자들이 가장 선호하는 라벨디자인이다.

<표. 13> 중국 유기농 간장 라벨디자인의 소비자 개선 요구를 보면, 컬러 > 일러스트레이션 > 라벨 위치 및 유형 > 로고타입 > 레이아웃 순으로 나타났다. 브랜드 라벨 디자인의 경우 소비자는 제품 컬러 구분에 대한 명확한 요구를 하고 있었다.

개선 요소	빈도	비율(100%)
로고타입	16	10.66%
컬러	58	38.66%
일러스트레이션	39	26%
레이아웃	14	9.33%
라벨 위치 유형	23	15.33%

<표. 13> 중국 유기농 간장 라벨디자인의 개선 요구

5. 결론

본 연구는 중국 최대 판매 사이트인 타오바오의 TOP10 유기농 간장 브랜드 라벨 디자인의 시각적 요소를 중심으로 비교분석하여 브랜드 라벨 디자인의 문제점을 발견하고 중국 유기농 간장 시장과 라벨 디자인을 더욱 발전시키는 것을 목적으로 실시했다. 유기농 간장 브랜드 라벨 디자인 분석 결과 결론은 다음과 같다.

첫째, 간장의 소비자들이 간장을 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 라벨디자인의 요소는 1. 컬러 > 2. 일러스트레이션 > 3. 라벨 위치 및 유형 > 4. 로고타입 > 5. 레이아웃 순으로 나타났다. 모든 브랜드가 그렇겠지만 특히 간장의 라벨 디자인은 제품 컬러와 일러스트레이션으로 명확한 구분이 되는 디자인을 요구하고 있었으며 이를 강화해야 한다.

둘째, 최근의 소비 트렌드 중 가장 중요한 두 가지 키워드는 건강과 가치다. 따라서 유기농 간장의 라벨디자인 역시 건강은 물론 가치에 대한 대중의 관심이 늘어나기 시작했다는 것을 알 수 있었다. 특히 '비유전자', '유기농', '제로슈가', '저염', '천연성분'의 인기가 높다. 따라서 간장 브랜드에도 이런 요소와 디자인이 한층 강화되어야 한다.

셋째, 유기농 라벨디자인의 개선점 다음과 같다.

브랜드 로고의 경우 TOP10 브랜드 로고에는 중국어만 사용하는 브랜드가 많은 반면, 중국어와 영어를 함께 사용하는 브랜드는 4개에 불과했다. 글로벌 시장에서 경쟁하기 위해서 브랜드 로고는 더 많은 식별력과 가독성을 확보해야 하며 브랜드 로고 디자인은 로고 글꼴 디자인, 색상 세부 사항, 중국어 및 영어의 동시사용 형식을 통해 브랜드 간의 차별성을 확대하는 것이 매우 중요하므로 이를 강화해야 한다.

컬러는 제품의 변별도와 기억기능을 향상시키기 위한 가장 중요한 요소이므로 색의 순도가 높을수록 고객에게 기억되기 쉬우며, 너무 혼란스러운 조합은 소비자가 기억하지 못하게 된다. 따라서 순도가 높고 선명한 컬러디자인을 강화해야 한다.

제품 일러스트레이션을 분석한 결과 유기농 간장

제품의 양조 원료가 유기농 간장의 풍미 정보와 맛 정보를 보다 직관적으로 전달할 수 있음을 알 수 있었다. 따라서 제품 사진의 선명도를 높여야 한다.

레이아웃 측면에서 유기농, 녹색, 제품 맛 및 기타 정보를 강조하기 위해 유기농 간장 제품의 라벨 디자인은 전체적으로 위에서 아래로 분포하며 제품 이름은 중간에 있었다. 유기농 간장의 문자는 중간, 식물 이미지는 중간 및 하부에 있다.

라벨의 유형과 위치 측면에서 병목 라벨은 주로 메인 라벨과 함께 사용되며, 병목 라벨의 제품 홍보 정보뿐만 아니라 병목 부분의 유기농 단어 홍보 및 제품 홍보를 볼 수 있었다.

본 연구는 2022년 중국 매출 상위 10개 브랜드만을 대상으로 하기 때문에 한계가 있으며, 더 많은 브랜드 제품을 추가하면 더 신뢰할 수 있는 결과를 얻을 수 있을 것이다. 본 연구는 주로 시각디자인 요소에 초점을 맞추고 있으며, 병 간장 포장뿐만 아니라 다양한 용기(상자형, 통형 등)의 유기농 간장 제품에 대한 비교 연구할 필요가 있다.

참고문헌

- 김광현, 「디자인 사전」, 미진사, 1994.
- 김덕용, 「브랜드 심벌마크 와 로고, 브랜드 개념과 실제」, 국립중앙도서관, 2017.
- 박규원 외 6인, 「패키지디자인」, 안그래픽스, 2006.
- 박선의, 「디자인 사전」, 미진사, 1990.
- 최인영, 「브랜드 디자인 브랜딩을 위한 커뮤니케이션 디자인」, 미진사, 2013.
- 김희현 · 맹아청, 맥주브랜드의 시각요소 비교연구, 한국 콘텐츠학회논문지, Vol.20 No.1, 2020.
- 손영수, 리뉴얼 라벨디자인이 브랜드의 인식에 미치는 영향에 관한 연구, 상품문화디자인학연구, Vol.26, 2010.
- 최인영 · 구범모, 리뉴얼 라벨 디자인의 브랜드 개성 차별화 전략, 브랜드디자인학연구, Vol.10 No.4, 2012.
- 천차오하오 · 한석원, 밀레니엄 세대와 Z세대를 위한 효과적 라벨 디자인 시각 요소에 관한 연구, 브랜드디자인학연구, Vol.20 No.3, 2022.
- 한희석 · 이경현, 브랜드 라벨 디자인에 따른 소비자 선호도 연구, 커뮤니케이션디자인학연구, Vol.58, 2017.
- 이지선 · 이연준 · 임효정, 생수브랜드의 패키지디자인 유형 분석에 관한 연구, 브랜드디자인학연구, Vol.15 No.

4, 2017.

- 이철, 일러스트레이션을 활용한 식품 패키지 디자인 연구, 일러스트레이션포럼, 17(46), 2016.
- 유열 · 김희현, 중국 홍차 브랜드 라벨디자인의 선호도 연구, 한국디자인문화학회지, Vol.27 No.2, 2021.
- Guo YingYing, Application of protoecology in packaging design, Master Thesis of Nanchang University, 2019.
- 共研网, <https://www.gonyn.com>, 2023.03.14.
- 中國科學網, <https://business.sohu.com>, 2023.03.14.