

# 한·중 화장품 패키지디자인 특성에 관한 비교 연구

## A Comparative Study of Characteristics On Package Design for Cosmetic in Korea and China

이정일

동서대학교 디자인 전문대학원

*Key words: Cosmetic, Package Deign*

### 1. 서론

화장품 패키지디자인의 경우에는 처음부터 판매촉진 기능이 상품보호 기능에 우선했던 대표적인 패키지디자인분야의 예가 하겠다. 요즈음과 같이 고도로 발달된 기술 문명사회에서의 1 차적인 상품보호 기능은 그다지 어려운 문제라고 볼 수 없게 되어 2 차적 기능이었던 판매촉진 역할 및 더 나아가서 상품의 브랜드이미지 전략이 패키지디자인에서 한층 더 요구되어지고 있는 실정이다.

### 2. 연구목적

한국과 중국은 화장품의 소비량이 많으며 세계에서 가장 큰 시장이기 때문이다. 이 연구에서 한국과 중국 여성소비자들이 화장품 패키지디자인에 대한 선호경향과 주요요인의 차이를 양국의 화장품 패키지디자인을 통해 실증적으로 검증 분석한 것이다. 연구는 집중을 위해 화장품 패키지디자인으로 국한하였다. 연구결과는 각 나라에 있어서 여성소비자의 선호 요인을 증가시키고, 구매에 연결시킬 수 있는 효과적인 화장품 패키지디자인을 수립하는 데에 기여하게 될 것이다.

### 3. 연구 조사 설계

본 설문은 여성 소비자의 패키지 디자인의 선호와 구매의도에 미치는 영향에 대한 결과를 분석하기 위해 대학생, 주부, 직장인등 여성만을 대상으로 자료를 수집 하였다.

설문대상: 표본은 10-50 대 여성 소비자 중국 및 한국 200 명을 대상으로 접근이 용이한 한국 부산의 동서대학교 교정, 중국 북경의 건축 디자인 단위 등을 설문 장소로 선정하였다.

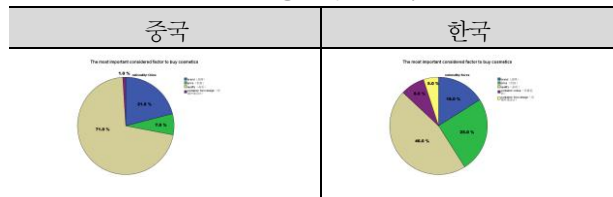
연구문제 1 : 화장품 유경험자를 대상으로 화장품 구입 시에 고려 중점 및 선호도, 용기 재질, 용기 외관 질감등 한·중 여성 소비자들의 화장품에 대한 구매 고려요인을 분석한다.

연구문제 2 : 한·중 화장품 패키지 디자인 나타난 여성 소비자들의 디자인 선호도에 공통점 및 다른점을 비교 분석한다.

### 4. 결과 분석

#### 4.1. 화장품 구입 시에 중요하게 고려요인

표 1. 화장품 구입 시에 중요하게 고려요인



결과는 표 1 과 같이 중국에서 품질 71.0%로 가장 많았으며, 브랜드 21.0%, 가격 7.0%, 용기 디자인 1.0% 순으로 나타났다. 반면 한국에서 품질 46.0%로 가장 많았으며, 가격 25.0%, 브랜드 16.0%, 용기 컬러 8.0%, 용기 디자인 5.0% 순으로 나타났다.

#### 4.2. 화장품 구입 시에 패키지 요소 고려요인

표 2. 화장품 구입 시에 패키지 요소 고려요인



결과는 표 2 과 같이 중국에서 표기사항(제품정보)과 기능성이 각각 33.0% 및 32.0%로 가장 많았으며, 디자인 28.0%, 형태 5.0%, 색채 2.0% 순으로

나타났다. 반면 한국에서 기능성 54.0%로 가장 많았으며, 디자인 26.0%, 표시사항(제품정보) 16.0%, 형태 3.0%, 색채 1.0% 순으로 나타났다.

#### 4.3. 화장품 구입 시에 용기 재질 선호도

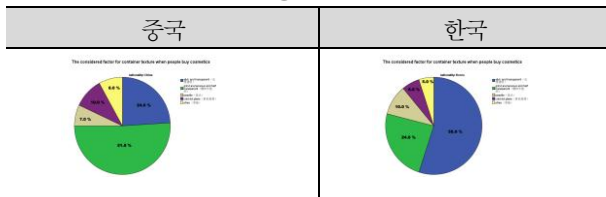
표 3. 화장품 구입 시에 용기 재질 선호도



결과는 표 3 과 같이 중국에서 유리 73.0%로 가장 많았으며, 플라스틱 14.0%, 종이 6.0%, 금속과 나무가 각각 4.0% 및 3.0% 순으로 나타났다. 반면 한국에서 유리 54.0%로 가장 많았으며, 플라스틱 30.0%, 나무 8.0%, 금속 5.0%, 종이 3.0% 순으로 나타났다.

#### 4.4. 화장품 구입 시에 용기 외관 질감 선호도

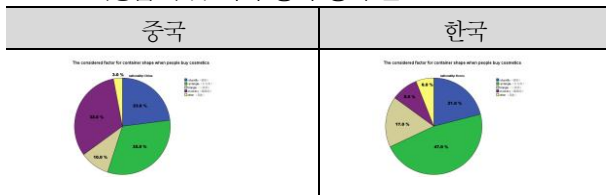
표 4. 화장품 구입 시에 용기 외관 질감 선호도



결과는 표 4 과 같이 중국에서 불투명 51.0%로 가장 많았으며, 매끄러움과 투명 24.0%, 착색 10.0%, 기타와 광택이 각각 8.0% 및 7.0% 순으로 나타났다. 반면 한국에서 매끄러움과 투명 55.0%로 가장 많았으며, 불투명 24.0%, 광택 10.0%, 착색과 기타가 각각 6.0% 및 5.0% 순으로 나타났다.

#### 4.5. 화장품 구입 시에 용기 형태 선호도

표 5. 화장품 구입 시에 용기 형태 선호도



결과는 표 5 과 같이 중국에서 장방형과 도자기 형태가 각각 32.0%로 가장 많았으며, 원형 23.0%, 삼각형 10.0%, 기타 3.0% 순으로 나타났다. 반면 한국에서 장방형 47.0%로 가장 많았으며, 원형 21.0%, 삼각형 17.0%, 도자기 형태 9.0%, 기타 6.0% 순으로 나타났다.

### 5. 결론

본 연구는 한국과 중국의 여성 화장품 패키지 디자인에 나타난 디자인 선호도에 있어서 양국 간의 표현차이를 비교분석하기 위한 연구이다. 화장품 구입 시에 중요하게 고려요인에 분석한 결과, 중국이 한국보다 좋은 품질, 표시사항(제품정보)에 패키지 요소, 유리 재질, 불투명 질감, 도자기 용기 형태를 선호하는 것으로 나타났다. 한국이 중국보다 가격, 기능성에 패키지 요소, 플라스틱 재질, 매끄러움과 투명 질감, 장방형 및 삼각형 용기 형태를 선호하는 것으로 나타났다. 한국과 중국의 화장품 패키지 디자인 표현의 특징적 차이를 보이는 이유는 근본적인 미의식, 지리적 스케일감, 환경적 영향, 문화와 유행트렌드, 민족성, 여성들의 미에 대한 관심과 유행 등인 것 같다. 정치, 경제, 문화적 상황의 차이, 전통과 관습 그리고 종교적인 영향, 정서적인 측면에서의 미의식이나 사상의 영향이라고 할 수 있을 것이다.

### 참고문헌

김정아, (2005). 선호도 높은 화장품 포장디자인의 시각디자인요소에 관한 연구 : 여성용 기초화장품을 중심으로. 서울.

서은혜, (2006). 중국 20 대 여성들의 한국 화장품에 대한 인지도 및 선호도 연구: 북경 지역을 중심으로. 서울.

김수연, (2007). 화장품 유형별 용기 외관에 관한 여성 소비자들의 색채 선호도 연구. 서울.

주해도, (2008). 중국 화장품 패키지 디자인에 관한 연구. 부산.

서정, (2009). 중국 여성소비자의 화장품 구매행동 연구 : 서안시 여성소비자의 구매행동을 중심으로. 대전.

이시내, (2011). 여성 소비자의 가치기준이 패키지 디자인의 선호와 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 저가 화장품 패키지 디자인을 중심으로. 서울.

김수연, (2011). 성별 화장품 패키지디자인 양식에 관한 비교 연구. 서울.