

브랜드와 소비자를 연결시키는 식품포장

상하이지사

64%의 소비자가 포장을 보고 신제품 구매

• 중국 FMCG(fast moving consumer goods, 일용소비재) 시장은 매우 활발한 움직임을 보이며 지난해 14%의 매출액 증가율을 보여주었다. 매출은 제품혁신, 소비활성화, 제품판매처의 증가, 전자 상거래 개발 등 다양한 원동력에 의해 늘어나지만, 그 가운데에서도 포장은 매우 중요한 요소라 할 수 있다. 소비자들의 구매패턴에 대한 신뢰할 만한 조사 결과를 보면, 신제품을 구매할 때 64%의 소비자들이 포장을 보고 선택하는 것으로 나타났으며 포장디자인에 투입한 자금이 광고에 대한 투자수익률보다 높은 것으로 보고되고 있다.

| 식품 포장디자인 트렌드 |

포장디자인은 브랜드와 소비자를 연결시키는 직접적인 요소로서 제품마케팅의 매우 중요한 부분이 되고 있다. 소비 트렌드는 끊임없이 변화하고 있기 때문에 매년 새로운 형태의 포장형태와 디자인으로 소비자에게 어필하는 것이 매출증대로 이어질 가능성이 높다. 2019년을 이끌고 갈 식품포장 트렌드를 살펴보면 다음과 같다.

1. 재활용 소재 사용



현대인들은 환경보호를 위해 디테일한 면까지 신경을 쓰고 있다. 몇 년 전까지만 해도 크라프트지 백(bag)이 친환경적 포장소재로 각광을 받았었지만, 2018년에 접어들면서 이탈리아의 시몬 카론니(Simone Caronni)를 비롯한 세 명의 디자이너가 감자껍질을 침적·건조시켜 만든 신소재 포장 등 장해 프렌치프라이 포장으로 사용되면서 식품업계를 주목시키고 있다.

2. 동식물과 자연 컨셉 디자인

꽃, 풀, 동물 등 자연을 컨셉으로 삼은 포장 비율이 더욱 높아지는 추세다. 영국 모 커피회사에서 출시한 제품인 '자연식물 커피'의 포장은 분홍색과 녹색을 융합한 단순한 디자인으로 인기를 얻고 있다.



3. 제품스토리를 전달하는 재미있는 삽화

포장디자인이 스토리를 전달한 것이라면 부호나 글자보다 삽화가 훨씬 효율적인 전달방식이 될 수 있다. 제품에 대한 스토리텔링을 직접 와 닿게 전할 뿐 아니라 제품에 '특정한 성격'을 부여하게 되면서 소비자와 감성적으로 소통하고 차별화 효과를 더할 수 있는 포장 방식이라 할 수 있다. 덴마크의 간식브랜드 Sea Man Seaweed Chips의 포장을 보면 오징어·랍스터가 칩을 먹고 있는 것같은 삽화로 소비자에게 어필하고 있다.



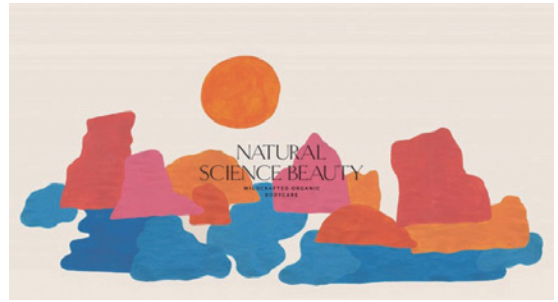
4. 차별화된 글꼴과 색상

제품 스토리텔링의 효과를 내는 또 다른 포장형태는 브랜드명을 창의적인 글꼴로 제작하는 방식이다. 제품과 브랜드에 대한 정보를 직관적으로 보여줄 수 있는 로고를 적용함으로써, 글꼴만으로도 제품의 특징을 짐작할 수 있도록 하며 동시에 재미를 부여하기도 한다. 여기에 바탕색과 글꼴의 색상 대비로 효과를 극대화하는 것도 하나의 트렌드가 되고 있다. 캐나다의 아이스크림 브랜드 nora's는 'n'자 꼬리를 살짝 뒤로 빼주며 특징을 부여했다. 바탕색은 핑크, 옐로, 그린, 민트 블루 등으로 딸기, 망고, 민트 등의 원재료가 연상되도록 제품에 따라 다른 컬러를 적용하고 있다.



5. 캔버스가 되고 있는 포장

마치 화가의 캔버스처럼 글자를 위주로 한 포장에 강렬한 색상을 입혀 미술작품을 감상하는 듯한 느낌을 부여하는 포장도 대세로 떠오르고 있다. 튀지않는 글꼴을 사용해 다양하고 강렬한 색깔을 더욱 강조하는 것이 트렌드이다.



6. 고급스러움의 대명사가 되어가는 심플함

'적을수록 더 좋다'는 말이 식품포장에도 적용되고 있다. 단순한 색상만으로 디자인하고 이미지를 거의 사용하지 않으며 공백 및 간단한 표시만으로 구성해 심플함의 정수를 보여주는 것도 2019년 식품포장의 하나의 흐름이 되고 있다.



직관적이고 세련된 포장찾는 중국소비자

• 제품의 맛과 품질 면에서 자신감을 가지고 있으나 포장디자인에는 관심이 부족한 기업들이 적지 않다. 그러나 포장디자인은 브랜드파워를 제고하는 주요 수단이 될 수 있어 간과해서는 안 될 부분이다. 또한 중국 소비자들의 눈높이가 높아지고 있어, 수많은 수입식품 가운데 가장 직관적이며 세련된 포장을 보고 신제품을 선택하는 경향이 짙어지고 있다. 변화하는 중국시장에서 성공을 거두려면 현지감각에 어울리는 포장디자인을 개발해 소비자의 감성에 소구할 필요가 있다.