

중국 치킨 브랜드 배달 패키지 디자인의 비교 분석 연구 -상위 10개 브랜드를 중심으로-

Chinese fried chicken brand take-out packaging design comparative analysis research -Focus on the top 10 brands-

임기에¹, 김희현^{2*}, 심수연³

QiRui Lin¹, Hee Hyun Kim^{2*}, Su Yeon Shim³

요 약

최근 중국 치킨 배달 시장은 팬데믹으로 인한 비대면 소비 트렌드에 힘입어 폭발적인 성장을 이루고 있다. 이러한 성장 속에서 배달 패키지 디자인의 중요성이 높아지고 있다. 하지만 현재 많은 중국 치킨 브랜드 패키지는 단순한 플라스틱 상자나 비닐봉지만 사용하고 있어 디자인적 측면에서 약점이 발견된다. 본 연구는 2023년 중국에서 가장 많이 팔리는 배달 패키지 디자인을 상위 10개 브랜드를 중심으로 패키지 디자인의 요소 (컬러, 타입 페이스, 일러스트, 로고, 레이아웃)를 통해 중국 치킨 브랜드를 SWOT 분석과 시장 경쟁력 강화 그리고 브랜드 전략 및 시장 포지셔닝을 이해하고 분석하였다. 연구 결과 중국 치킨 브랜드의 배달 패키지 디자인은 지역 특성을 살리는 동시에 다른 지역 사람들의 문화와 식습관도 고려해야 할 것이다. 패키지 디자인에 전 국민이 수긍하는 중국 전통문화 요소를 추가해야 시민 만족도와 민족 정체성을 높일 수 있게 된다. 본 연구가 성장하고 있는 치열한 시장에서 차별화 된 패키지 디자인의 트렌드를 도출하여 상품의 구매 욕구를 증진해 브랜드 가치를 높이는데 기여하기 바란다.

핵심어 : 배달 패키지, 시각요소, 마케팅 전략, 중국 치킨

Abstract

Recently, the Chinese chicken delivery market is achieving explosive growth thanks to the trend of non-face-to-face consumption caused by the pandemic. Amid this growth, the importance of delivery package design is increasing. However, currently, many Chinese chicken brand packages only use plastic boxes or plastic bags, so weaknesses in design are found. This study understood and analyzed the SWOT analysis, market competitiveness enhancement, and brand strategy and market positioning of Chinese chicken brands through package design elements (color, type face, illustration, logo, layout) centered on the top 10 most-selling delivery package designs in China in 2023. As a result of the study, the delivery package

- 1 Graduate School of Visual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Graduate Student]
e-mail: yanyu.zhu.zhu@163.com
- 2 Department of Visual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Professor]
e-mail: keheehee2@naver.com (Corresponding author)
- 3 Department of Visual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Instructor]
e-mail: ssy0208@hanmail.net

Received(September 29, 2024), Review Result(1st: October 15, 2024, 2nd: November 7, 2024), Accepted(December 11, 2024), Published(December 31, 2024)



© 2024 The Authors. Published by NCSS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

design of Chinese chicken brands should take into account the local characteristics while also considering the culture and eating habits of other regions. Citizen satisfaction and national identity can be improved by adding elements of traditional Chinese culture that the whole nation accepts to the package design. It is hoped that this study will contribute to increasing the brand value by promoting the purchase desire of products by deriving trends in differentiated package design in the fierce market growing in the study.

keyword : Takeout package, Visual element, Marketing strategy, Chinese fried chicken

1. 서론

1.1 연구 배경 및 연구 목적

최근 수년간 세계 치킨 산업의 매장 수와 주문량이 폭발적으로 증가했다. 하지만 현재 중국의 치킨 시장은 한국식 치킨과 미국식 치킨이 장악했다. 최근 몇 년 동안 국조(國潮) 문화의 영향으로 소홀히 여겨졌던 중국식 치킨이 재포장을 통해 새로운 치킨 브랜드로 변모하고 있다 [1]. 외식 평가기관 NCBD가 2023년 발표한 중국에서 가장 인기 있는 치킨 브랜드 목록에 따르면 상위 10개 치킨 브랜드 중 6개가 중국식 치킨 브랜드였다.

중국 치킨 브랜드는 가격, 맛, 판매 방식 등에서 차별화 전략이 부족하다. 현재 중국식 치킨 시장에는 중소 체인 브랜드가 산재해 있고 이러한 중소 체인 브랜드는 대부분 매장 규모가 작고 고유한 특성을 형성하지 않아 자신만의 색깔이 부족해 시장에서 우위를 점하기 어려운 상황이다 [2]. COVID-19의 영향으로 중국 치킨은 테이크아웃이 주요 판매 채널이 되었다. 치킨 산업은 업체 수의 급속한 증가로 경쟁이 점점 치열해지고 있다. 그러나 많은 중국 치킨 브랜드의 배달 패키지는 단순한 플라스틱 상자나 비닐봉지만 사용하여 브랜드 경쟁력이 부족하며 일부 대형 치킨 브랜드만이 테이크아웃 포장을 개선하고 있다. 본 연구는 이러한 문제점을 개선하고자 한다. 이를 통해 향후 중국 치킨 산업의 새로운 패키지 디자인에 대한 방향성을 제공하기 위한 목적이다.

1.2 연구 방법과 범위

본 연구의 방법은 패키지 디자인의 5가지 시각적 요소를 통해 중국 치킨 브랜드의 패키지를 분석한다. 5가지 시각적 요소를 분석한 결과를 바탕으로 설문 조사를 실시한다. 조사 결과를 통해 중국식 치킨 브랜드 패키지의 디자인 및 개선을 제안한다. 본 논문은 온, 오프라인에서 중국 치킨 패키지 사례를 수집하고, 중국에서 가장 많이 팔리고 특색 있는 치킨 브랜드 사례 10개를 주요 연구 범위로 선정한다. 이러한 브랜드 패키지 디자인 사례를 컬러, 타입 페이스, 일러스트레이션, 로고, 레이아웃의 5가지 시각적 요소를 분석한다. 이후 SWOT 분석을 통해 시장 전략을 분석하고 연구한다. 이상의 분석 결과를 바탕으로 설문지를 작성하며, 설문 조사를 통해 중국 치킨 포장 개선에 대한 제안과 방향을 제시한다. 중국의 가맹점 데이터를 [표 1]와 같이 정리하였다.

[표 1] 브랜드별 매장 수(중국 가맹점 데이터)

[Table 1] Number of stores by brand (Chinese only)

브랜드명	매장 수	브랜드명	매장 수
화라이쓰 (華萊士)	20000+	장스이아 (張水几炸鷄)	450+
증신 치킨 (正新鷄排)	11000+	용상 치킨 (咏巷炸鷄)	170+
타스틴 (塔斯汀)	6100+	꾸리 치킨 (故里炸鷄)	100+
쩌우러거자지 (叫了只炸鷄)	3800+	쩌이유 포포 (解憂婆婆)	60+
림유닭다리튀김 (臨榆炸鷄腿)	1800+	후터우자 (虎頭炸)	50+

2. 이론적 고찰

2.1 중국 치킨 브랜드의 문제점

2023년 발표한 중국에서 가장 인기 있는 치킨 브랜드 목록에 따르면 상위 10개 치킨 브랜드 중 6개가 중국 치킨 브랜드이다. 치킨 브랜드는 낮은 투자 비용, 높은 이익, 빠른 자본 회수 등의 장점으로 창업자들이 지속적으로 늘어나고 있지만 중국 치킨은 가격, 맛, 판매 방식 등에서 차별화 요소가 상대적으로 부족하고 경쟁이 치열해지고 있다. 따라서 새로운 치킨 브랜드가 시장에서 우위를 점하기는 쉽지 않다. 현대인의 생활 리듬이 빨라짐에 따라 더 많은 사람들이 배달을 선택하게 되었고 동종 브랜드의 치열한 경쟁에서 성공하기 위해서 배달 패키지의 디자인이 상품의 매력을 높이는 중요한 수단이 되고 있다.

2.2 배달 패키지 디자인의 시각 요소

본 연구는 2023년 12월 10일을 기준으로 한다. RISS에서 ‘배달’, ‘치킨 패키지’, ‘시각 요소’, ‘패키지 디자인’이라는 주제로 검색하여 논문을 정리·분석해 다음 표를 만들었다. 시각 요소 분석 선행연구를 [표 2]와 같이 정리하였다.

[표 2] 시각 요소 분석 선행연구 및 정리

[Table 2] Visual Element Analysis Prior Study and Organization

저자	주제	연도	시각요소
위신	아이스크림 패키지 디자인 시각 요소에 관한 소비자 선호도 연구	2022	컬러, 일러스트, 레이아웃, 타이포 페이스, 형태, 로고
당혜령, 박현진	비디오에 에스노그래피(Video Ethnography) 및 정량 연구를 활용한 배달 음식 패키지 디자인 분석	2023	형태, 컬러, 재질
신재욱	치킨 브랜드 재활성화를 통한 리포지셔닝 전략에 관한 연구	2014	일러스트, 로고, 컬러, 재질

강민구	전통주 패키지 디자인의 시각적 구성요소 연구	2022	로고, 그래픽, 컬러, 레이아웃, 타이포그래피
노선영	헤리티지 콘셉트 브랜드에 따른 패키지 디자인의 시각적 표현에 관한 연구	2021	로고, 타이포그래피, 컬러, 레이아웃, 일러스트, 사진, 형태
닝걸	수산물통조림 패키지 디자인의 시각적 요소 분석 연구	2021	조형, 이미지, 컬러, 타입 페이스, 레이아웃
곡위광	중국 현지화 브랜드 강화를 위한 교촌치킨 패키지 디자인 연구	2023	로고, 형태, 레이아웃, 컬러
왕탁	에너지바 제품의 패키지 디자인 시각 요소 분석 연구	2023	로고, 컬러, 레이아웃, 일러스트, 형태

연구 결과 패키지 디자인의 시각 요소					
로고	컬러	재질	일러스트레이션	이미지	형태
타입페이스	조형	타이포그래피	레이아웃	그래픽	사진
패키지 디자인의 시각 요소 선정					
로고	컬러	레이아웃	일러스트레이션	타입 페이스	

3. 연구 대상 브랜드의 선택과 분석

3.1 중국 치킨 브랜드 패키지 디자인의 사례분석

본 연구는 판매량이 가장 높은 치킨 브랜드 패키지 10개를 연구 대상으로 선정하였다. 이러한 10개 브랜드 중 테이크아웃 포장의 시각적 요소를 중심으로 상위 10개 포장 디자인의 시각요소 분석을 [표 3], [표 4], [표 5], [표 6], [표 7]과 같이 정리하였다.

[표 3] 상위 10개 포장 디자인의 시각요소 분석

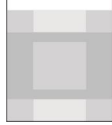
[Table 3] Analysis of Visual Elements in the Top 10 Packaging Designs

꾸리치킨(故里炸鸡)			화라이쓰(華萊士)		
겉포장	레이아웃	로고	겉포장	레이아웃	로고
					
컬러	일러스트레이션	타입페이스	컬러	일러스트레이션	타입페이스
● R:230 G:110 B:50 ● R:30 G:35 B:60			● R:230 G:0 B:21 ● R:0 G:0 B:0 ● R:200 G:120 B:45 ○ R:255 G:255 B:255		
종합분석			종합분석		

로고: 치킨을 먹고 있는 캐릭터를 로고로 하여 제품명과 병음을 포함 레이아웃: 중앙 정렬과 좌우 정렬을 사용 컬러: 오렌지와 네이비 컬러를 사용해 시각적인 효과를 강화 타입페이스: 소비자가 쉽게 읽을 수 있도록 중국어 인쇄체를 사용 일러스트: 부채로 닭다리를 먹는 캐릭터로 레이아웃의 중간에 위치	로고: 닭 머리 모양과 제품명 이니셜을 조합 레이아웃: 그림을 위쪽 글꼴 아래에 배치하는 방식을 채택 컬러: 붉은색을 주색으로 하고 소수의 온색을 보조색 타입페이스: 중국어 글꼴로 전통적인 요소를 강조 일러스트: 전통 의상을 사용한 흰색 캐릭터 치킨은 레이아웃 아래
--	---

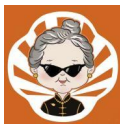
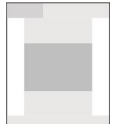
[표 4] 상위 10개 포장 디자인의 시각요소 분석

[Table 4] Analysis of Visual Elements in the Top 10 Packaging Designs

타스틴(塔斯汀)			장스이아(張水儿)		
겉포장	레이아웃	로고	겉포장	레이아웃	로고
					
컬러	일러스트레이션	타입페이스	컬러	일러스트레이션	타입페이스
● R:255 G:6 B:0 ● R:241 G:239 B:217 ● R:0 G:187 B:180 ● R:0 G:0 B:0			● R:235 G:105 B:50 ● R:55 G:35 B:25 ● R:225 G:125 B:125 ● R:255 G:255 B:255		
종합분석			종합분석		
로고: 중국 전통 상서기린의 머리를 로고 레이아웃: 상하좌우 대칭 레이아웃 형식을 채택 컬러: 채도가 높은 적녹색 대비 색상을 메인 색상으로 사용 타입페이스: 중국어 인쇄체를 사용하고 내용이 중국 전통 문화 일러스트: 중국 전통 원소를 사용한 태극팔괘도를 사용			로고: 치킨을 좋아하는 어린 소녀 캐릭터를 로고로 사용 레이아웃: 상하 대칭 레이아웃 형식을 채택 컬러: 오렌지색을 메인컬러로, 다크브라운을 보조색으로 사용 타입페이스: 중국어 필기체와 영어 민소매 선체를 사용 일러스트: 로고를 기반으로 다른 시각적 요소를 그림으로 추가		

[표 5] 상위 10개 포장 디자인의 시각요소 분석

[Table 5] Analysis of Visual Elements in the Top 10 Packaging Designs

페이유 포포(解憂婆婆)			후터우자(虎頭炸)		
겉포장	레이아웃	로고	겉포장	레이아웃	로고
					

컬러	일러스트레이션	타입페이스	컬러	일러스트레이션	타입페이스
R:200 G:100 B:32 R:240 G:228 B:213 R:255 G:255 B:255		解忧婆婆 新中式炸鸡	R:200 G:55 B:30 R:255 G:255 B:255 R:220 G:200 B:170		潮汕南乳炸鸡 The ChaoShan Red Fried Chicken 潮汕炸鸡
종합분석			종합분석		
로고: 선글라스를 착용한 할머니의 스타일링을 모티브 레이아웃: 중앙 정렬 레이아웃 형식을 채택 컬러: 오렌지색을 메인 컬러로, 화이트를 보조 컬러로 사용 타입페이스: 중국어 인쇄체를 사용하여 전체적으로 부드러운 느낌 일러스트: 포장 아래에 치킨 박스와 인물의 손그림			로고: 손으로 쓴 브랜드 이름을 세 개의 연결된 원 가운데에 로고 레이아웃: 상하 대칭 레이아웃 형식을 채택 컬러: 오렌지 레드, 화이트를 메인 컬러로 사용 타입페이스: 중국어로 된 필기체를 사용하였으며, 서체 선이 비교적 굵음 일러스트: 전체 레이아웃의 가운데에 브랜드와 관련된 호랑이 문양		

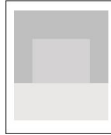
[표 6] 상위 10개 포장 디자인의 시각요소 분석

[Table 6] Analysis of Visual Elements in the Top 10 Packaging Designs

쩌우러거자지(叫了个炸鸡)			용상 치킨(咏巷炸鸡)		
겉포장	레이아웃	로고	겉포장	레이아웃	로고
컬러	일러스트레이션	타입페이스	컬러	일러스트레이션	타입페이스
R:226 G:30 B:28 R:250 G:245 B:1 R:255 G:255 B:255		叫了个炸鸡	R:200 G:30 B:5 R:80 G:130 B:150 R:285 G:135 B:35 R:255 G:255 B:255		老北京炸鸡 OLD BEIJING FRIED CHICKEN
종합분석			종합분석		
로고: 캐릭터 닭 한마리의 정면 형태를 로고로 사용 레이아웃: 이름과 로고는 중앙에 세로로 배열되며 레이아웃은 간단 컬러: 더 밝은 노란색을 주요 색상으로 사용 타입페이스: 중국어 인쇄체를 사용 일러스트: 로고를 그림으로 레이아웃의 가운데에 치우친 위치.			로고: 브랜드명과 궁궐의 지붕을 결합하여 로고를 형성 레이아웃: 삽화는 오른쪽으로 배치하고 전체적으로 상하 대칭 컬러: 빨강과 파랑의 냉난방 대비 색상을 메인 컬러로 사용 타입페이스: 중국어는 서예 필치가 있는 인쇄체를 사용 영어로는 선글씨를 사용 일러스트: 전통 경극의 옷차림을 캐릭터 닭 한 마리에 장식		

[표 7] 상위 10개 포장 디자인의 시각요소 분석

[Table 7] Analysis of Visual Elements in the Top 10 Packaging Designs

종신 치킨(正新雞排)			림유닭다리튀김(臨榆炸雞腿)		
겉포장	레이아웃	로고	겉포장	레이아웃	로고
					
컬러	일러스트레이션	타입페이스	컬러	일러스트레이션	타입페이스
● R:230 G:0 B:10 ○ R:255 G:255 B:255 ● R:255 G:240 B:0			● R:255 G:138 B:2 ● R:230 G:0 B:18 ● R:120 G:40 B:25		
종합분석			종합분석		
로고: 원 안에 왕관을 쓴 닭 머리를 로고로 사용 레이아웃: 로고는 가장 중앙에 배치되고 다른 요소는 중앙에 배치 컬러: 밝기가 높은 빨간색과 노란색을 메인 컬러로 사용 타입페이스: 획수에 약간의 변동이 있는 인쇄체를 사용 일러스트: 왕관을 쓴 닭을 그림			로고: 옛날 치킨을 팔던 사람의 캐릭터 프로필 사진을 로고로 사용 레이아웃: 로고는 가장 중앙에 배치되고 다른 요소는 위아래 컬러: 레드와 화이트를 메인 컬러로 사용 타입페이스: 비교적 깔끔한 필기체를 사용했으며 전통적인 요소 일러스트: 패키지의 맨 아래에 전통적인 문양		

이상 배달 패키지를 분석한 결과 패키지 디자인의 공통점과 차이점이 발견되었다. 첫째, 많은 브랜드가 중국 전통 요소를 배달 패키지에 사용하여 민족의 정체성을 강화하고 있다. 둘째, 글꼴 측면에서 일부 치킨 브랜드 패키지는 중국어로 된 필기체를 글꼴로 사용하고 있다. 중국의 전통문화를 부각시킬 수는 있지만 가독성은 떨어진다. 셋째, 일부 치킨 브랜드는 중국 브랜드의 특성과 다르게 비교적 깔끔한 인쇄체를 사용하고 있다. 넷째, 로고 디자인에서 화래사 외에 다른 브랜드는 로고가 비교적 구상적인 이미지를 사용하고 있다. 다섯째, 색상 면에서는 전체 패키지의 주요 색상으로 웜톤을 사용하였다. 여섯째, 시각적 요소의 배치 측면에서 모두 대칭적인 방식으로 배치하였다. 이러한 배치는 중국 전통 도안의 대칭적인 미적 방식을 이어오고 있다. 마지막으로 모든 브랜드는 자신의 지역 특성을 살리고 있어 중국 전체 지역에는 적합하지 않았다.

3.3 중국 치킨의 브랜드 마케팅 전략 분석 (치킨 브랜드 SWOT 분석)

다음은 기존 중국식 치킨 브랜드 10개를 총정리한 SWOT 분석이다. 치킨 브랜드 SWOT 분석을 [표 8]과 같이 정리하였다.

SWOT의 분석을 통해 첫째, SO 시장 전략에 따라 새로운 브랜드 디자인을 개선하고 시장에서

새로운 브랜드의 경쟁력을 높여 시장 가맹 조건을 낮추고 시장에 출시되는 점포의 수를 확대한다.

둘째, WO 시장 전략에 따라 외부 시장 환경을 관찰하여 새로운 브랜드는 홍보를 높이고 자체 브랜드 이미지를 구축하며 시장에서 잠재적인 소비자 그룹을 얻어야 한다.

셋째, ST 시장 전략에 따라 브랜드 자체의 장점을 활용하여 새로운 시장에 투입한다. 새로운 브랜드는 자체 판매 채널을 확장하고 다양한 배달 플랫폼의 판매 활동에 적극적으로 참여해야 한다.

넷째, WT 시장 전략에 따라 개선하거나 지양해야 할 내용이 있다. 새로운 치킨 기술을 개발하고 기존의 중국식 치킨 브랜드에 따라 장점을 계승하고 단점을 지양해야 한다.

[표 8] 치킨 브랜드 SWOT 분석

[Table 8] Analysis of chicken brand SWOT

강점 (strengths)	약점 (weaknesses)
1. 독특한 배달 패키지 디자인 2. 소비자 심리에 부합하는 판매 이념 3. 독특한 원료와 제작 방식	1. 브랜드의 시장 인지도 낮음 2. 소비자 집단의 다양성 3. 상품의 종류의 단일성
기회 (opportunities)	위협 (threats)
1. 거대한 중국 시장 2. 발전 잠재력 큼 3. 신세대 귀차오 문화의 확산	1. 많은 경쟁자 존재 2. 불완전한 공급망 체계 3. 소비자 입맛의 다양화

4. 설문조사와 분석

설문조사는 2023년 중국 TOP10 브랜드를 대상으로 치킨 배달 패키지의 시각적 요소가 소비자에게 미치는 영향을 조사하였다. 본 조사는 2024년 4월 8일 ~ 14일 까지 7일간 설문 스타업을 통해 실시하였다. 주 2회 이상 치킨을 주문한 40대 이하의 남녀를 대상으로 총 200명을 선정하였다.

4.1 설문조사 신뢰도 분석

설문조사를 통해 수집된 데이터의 진정성과 신뢰도 검정을 위해 수집된 178개의 설문 데이터에 대해 spss 분석 방법을 이용하여 신뢰도 검정 결과를 얻었다. 이 테스트의 데이터는 총 14개의 항목으로 구성되었다. 이 중 패키지 디자인 항목 신뢰도 계수 Cronbach's Alpha는 0.762이고 신뢰도 계수 Cronbach's Alpha는 0.716로 모든 항목을 합산한 신뢰도 계수 Cronbach's Alpha는 0.851이다. 최종 신뢰도는 0.7 이상으로 우수한 신뢰도를 나타내어 설문조사 결과의 신뢰성을 입증하였다.

4.2 설문조사 결과 분석

설문조사는 총 200명의 피실험자를 선정하였다. 40세 이상, 주 2회 미만으로 배달하는 설문지를

제외하고 총 178개의 유효한 설문지를 수집하였다. 조사 대상을 보면 전체 응답자 178명 중 남성이 96명(53.93%), 여성이 82명(46.07%)이다. 연령은 20~30대가 가장 많았고 30~40대, 20대 미만이 뒤를 이었다. 치킨을 주로 구매하는 사람들은 30대 이하 젊은 층에 집중되었다. 인구통계학적 데이터를 [표 9]와 같이 정리하였다.

[표 9] 인구통계학적 데이터

[Table 9] Questionnaire Demographic Data

구분		빈도	비율
성별	남	96	53.93%
	여	82	46.07%
연령	20세 미만	44	24.72%
	20세~30세	80	44.94%
	30세~40세	54	30.34%
교육정도	초중등 교육	16	8.98%
	대학생	133	74.72%
	석사	20	11.24%
	박사	9	5.06%
월급(위안)	2000-4000	50	28.09%
	4000-6000	39	21.91%
	6000-8000	65	36.52%
	8000이상	24	13.48%
합계		178	100%

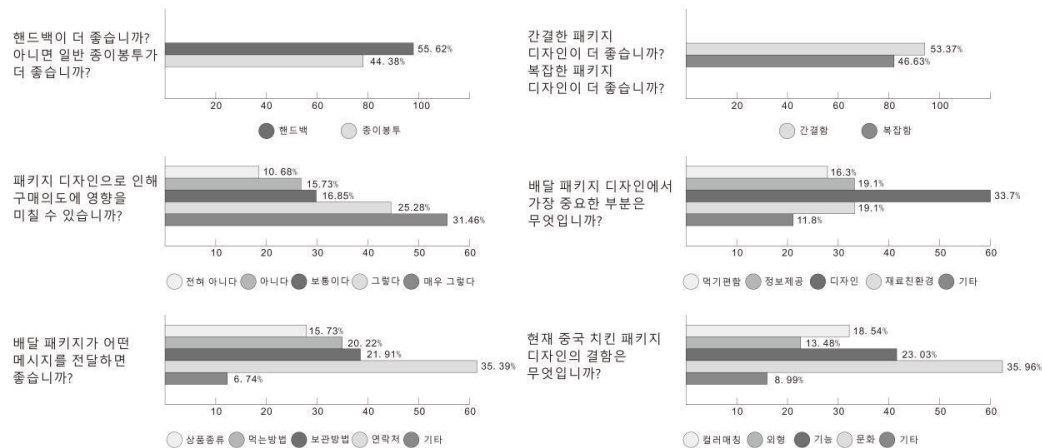
중국 치킨 브랜드 TOP10의 브랜드, 로고, 포장 일러스트 및 포장 선호도를 설문 조사한 결과 타스틴이 32명(17.98%), 로고는 용상치킨 선호도가 34명(19.1%)으로 가장 높아 중국 전통 이미지를 가진 로고가 더 인기를 끌고 있는 것으로 나타났다. 일러스트는 화라이쓰가 32명(17.97%)으로 가장 많았고, 중국 전통 요소 일러스트가 인기를 끌었다. 패키지 선호도는 쯡신치킨이 33명(18.54%), 장스이가 28명(15.73%)이다. 종이봉투보다 쇼핑백 형태가 더 인기 있었다. 브랜드 선호도 조사 결과를 [표 10]과 같이 정리하였다.

[표 10] 브랜드 선호도 조사 결과

[Table 10] Brand Preference Survey Results

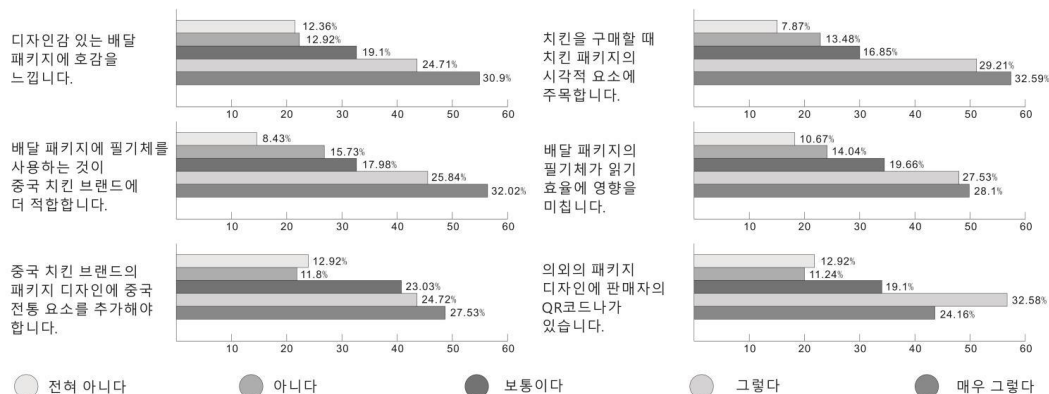
브랜드명	쯡신 치킨	림유	타스틴	쩌우러 거자지	후터 우자	용상 치킨	꾸리 치킨	페이유 포포	장스 이아	화래 이쓰
브랜드 선호도	20 11.24%	14 7.87%	32 17.98%	23 12.92%	21 11.8%	16 8.98%	16 8.98%	13 7.3%	13 7.3%	10 5.62%

로고 선호도	24 13.48%	12 6.74%	23 12.92%	25 14.04%	22 12.36%	34 19.1%	7 3.93%	6 3.37%	7 3.93%	18 10.11%
일러스트 선호도	17 9.55%	30 16.85%	20 11.24%	12 6.74%	9 5.06%	24 13.48%	4 2.24%	23 12.92%	7 3.93%	32 17.97%
패키지 선호도	33 18.54%	21 11.8%	8 4.49%	16 8.98%	12 6.74%	7 3.93%	22 12.36%	5 2.8%	28 15.73%	26 14.6%



[그림 1] 패키지 디자인에 관한 조사 결과

[Fig. 1] Package Design Survey Results

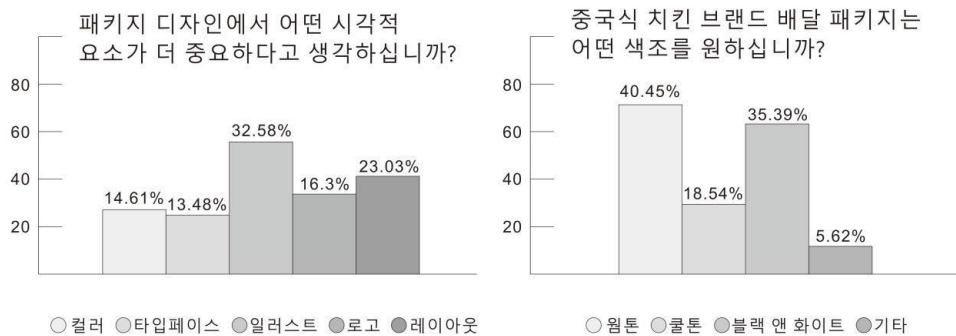


[그림 2] 패키지 디자인에 관한 조사 결과

[Fig. 2] Package Design Survey Results

[그림 1], [그림 2]는 패키지 디자인과 관련된 178개의 설문 조사 결과다. 쇼핑백과 일반 종이봉투 선호도는 쇼핑백이 99명(55.62%), 종이봉투가 79명(44.38%)으로 쇼핑백을 선호하는 응답자가 많았다. “패키지 디자인이 구매 의도에 영향을 미치는가?” 질문에는 ‘그렇다’와 ‘매우 그렇다’는 응답이 101명(56.74%)으로 나타나 기능적인 패키지 디자인이 소비자의 구매 의도에 영향을 미치는 것

으로 나타났다. “배달 패키지에서 가장 중요한 부분이 무엇인지 묻는가?” 질문에는 아름다운 디자인을 꼽은 응답자가 60명(33.7%)으로 가장 많았다. 배달 패키지에서 어떤 정보를 전달해야 하는지에 대해 63명(35.39%)이 업체의 연락처라고 답해 패키지에 업체 연락처를 기재할 필요가 있었다. “현재 중국 치킨 패키지 디자인의 결함을 묻는가?” 질문에 64명(35.96%)은 문화라고 답했고 41명(23.03%)은 기능이라고 답했다. 현재 중국 치킨 브랜드는 중국 문화와 브랜드를 잘 통합하지 못하고 관련 기능의 부족함을 보여주고 있음을 알 수 있었다.



[그림 3] 시각적 요소에 관한 조사 결과

[Fig 3] Findings relating to visual elements

[그림 3]은 시각 요소에 대한 설문조사 결과이다. 전체 응답자 178명 중 58명(32.58%)이 일러스트를 패키지 디자인에서 가장 중요한 시각적 요소로 꼽았고, 레이아웃 41명(23.03%), 로고 29명(16.3%), 컬러 26명(14.61%), 타입 페이스 24명(13.48%) 순이었다. “중국 치킨 브랜드 패키지 디자인에 어떤 컬러를 사용하는 것이 적절한지 묻는가?” 질문에 72명(40.45%)이 웜톤이 중국 치킨 브랜드 패키지에 더 적합하다고 답했고, 이어 흑백이 63명(35.39%)으로 뒤를 이었다. 응답자 178명 중 133명(74.72%)이 기능적인 패키지 디자인에 호감을 느꼈다. 또 110명(61.8%)은 치킨 패키지의 시각적 요소에 주목했다. 타입 페이스는 필기체가 중국 치킨 브랜드의 포장에 더 적합하다는 응답에서 긍정적인 응답이 103명(57.87%)을 차지한 것으로 보아 대부분의 피실험자가 필기체가 중국 전통문화를 더 잘 반영할 수 있어 더 적합하다고 생각했다. 그러나 “필기체가 가독성에 영향을 미치느냐?”는 질문에는 ‘그렇다’와 ‘매우 그렇다’가 99명(55.62%)이었다. 필기체는 인쇄체보다 소비자가 정보를 읽는 효율에 영향을 미쳤다. “치킨 배달 패키지에 중국 전통 요소를 넣어야 하느냐?”는 질문에는 ‘아니다’와 ‘전혀 아니다’는 답변 외에 134명(75.28%)이 중국 전통 요소를 넣어야 한다고 답했다.

5. 결론 및 제언

중국 치킨 배달 패키지의 발전과 방향성을 위해 중국 TOP10 치킨 배달 패키지에 대한 시각적 요소의 사례와 SWOT 분석을 수행했다. 분석 결과에 대한 설문 조사와 분석을 실시해 현재 중국 치킨 브랜드의 패키지 디자인의 장점과 개선점을 연구하였다. 결론적으로 중국 치킨 배달 패키지의 개선 방향성은 다음과 같다.

첫째, 아름다운 패키지 디자인은 소비자의 구매를 더욱 끌어들이 수 있다. 특히 배달 전화번호는 없어서는 안 될 요소이다. 현재 중국 치킨 브랜드의 포장 디자인은 여전히 문화 및 기능 측면에서 다소 약점이 있다.

둘째, 일러스트 측면에서 중국 전통문화 일러스트가 소비자들에게 많은 사랑을 받고 있다. 최근 점점 더 많은 중국 소비자들이 민족의식을 강화하고 전통문화가 있는 일러스트 패키지를 선호하는 경향이다. 대다수의 중국 치킨 브랜드 일러스트는 구체적인 치킨 사진 이미지보다 만화를 사용하고 있었다.

셋째, 컬러 측면에서 중국 치킨 TOP10 브랜드는 기본적으로 웜톤을 메인 톤으로 사용하고 있었다. 조사 결과, 웜톤이 중국 치킨 브랜드의 메인 컬러로 적합하다는 사실도 밝혀졌다. 웜톤은 식욕을 돋우고 기분을 좋게 한다. 또한 중국의 전통문화와 현대 중국 이념을 웜톤 컬러로 표현하면 붉은색을 연상시킬 수 있다.

넷째, 패키지 디자인의 타입 페이스에 중국 치킨 브랜드 TOP10 중 7개 브랜드의 글꼴은 패키지 디자인의 글꼴로 필기체를 사용했다. 나머지 3개 브랜드는 인쇄체를 패키지 디자인의 글꼴로 채택했다. 연구 결과, 필기체는 가독성에 영향을 미쳐 인쇄체 보다 중국 전통문화를 더 잘 보여준다는 것을 알 수 있었다.

다섯째, 로고 측면에서 로고 디자인에는 닭 관련 이미지 또는 중국 전통문화와 관련된 요소를 사용하면 소비자에게 더 쉽게 각인 될 수 있다. 레이아웃 측면에서는 간결하고 명확한 패키지 디자인이 설명 많은 패키지 디자인보다 치킨 브랜드에 더 적합하다는 것이다. 비대칭보다는 대칭적인 레이아웃을 사용하는 것이 중국 전통 미학에 더 부합하는 것으로 나타났다.

결론적으로 중국 치킨 브랜드의 배달 패키지 디자인은 지역 특성을 살리는 동시에 다른 지역 사람들의 문화와 식습관도 고려해야 할 것이다. 패키지 디자인에 전 국민이 수긍하는 중국 전통문화 요소를 추가해야 시민 만족도와 민족 정체성을 높일 수 있게 된다. 현재 중국 치킨 브랜드는 부상 단계에 있으며 배달 패키지 디자인은 판매의 중요한 수단 중 하나이다. 따라서 중국 치킨 브랜드의 배달 패키지 디자인 연구는 특정 의미와 가치가 있다. 그러나 본 논문에서는 분석 및 연구를 위해 중국 치킨 브랜드 TOP10의 샘플만을 선별하여 한계가 존재한다. 샘플의 폭을 넓히면 더

객관적인 결과를 얻을 수 있을 것이다. 본 연구가 향후 구축될 중국 치킨 브랜드에 패키지 디자인에 방향을 제시할 수 있기를 바란다.

References

- [1] Y. Wang, “What are the business opportunities behind the explosion of new Chinese fried chicken?”, baidu.com, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1778277452712385695&wfr=spider&for=pc>, (accessed September 28, 2023).
- [2] C. Yu, “wild Chinese fried chicken track actually has this hidden danger”, ifeng.com, <https://i.ifeng.com/c/8TL8Rh2xikm>, (accessed September 24, 2023).