

중국 의료 회사의 로고 디자인에 대한 연구

A Study on the Logo Design of Chinese Medical Companies

석가심¹, 김희현^{2*}

KeXin Shi¹, Hee Hyun Kim^{2*}

요약

의학기술이 날로 발전하고 사람들의 생활수준이 제고됨에 따라 사람들의 신체 건강과 의료 보건의에 대한 수요가 갈수록 높아지고 있으며 또한 가정과 병원의 의료4기기에 대한 수요가 갈수록 높아지고 있다. 중국 의료기기 기업의 브랜드 로고 디자인을 연구하기 위해 시장 현황을 조사하고 분석하였다. 분석한 결과에 근거하여 의료기기 기업 브랜드 로고의 새로운 디자인 방안을 제시한다. 본 연구에서 2022년 중국 매출 순위 TOP9의 의료기기 브랜드 자료를 수집하고 의료기기 브랜드 디자인 구성요소 선행연구 정리 후 의료기기 브랜드디자인 요소(브랜드명, 브랜드로고, 심벌, 색상)를 분석하였다. STP 분석과 포지셔닝 분석을 통하여 경쟁 브랜드 시장 포지셔닝을 파악한 후 분석 결과에 근거하여 전략 방안을 제정하고 shanghai yongzhong Medical Technology Co., Ltd의 브랜드 로고 디자인에 대한 2가지 새로운 의견을 제출하였다. 디자인 측면에서는 기타 9개 브랜드와 구별되는 시장 방향성이 명확하고 더욱 경쟁력 있는 로고 디자인 방안을 제출하였다. 최종적으로 의료기기 브랜드에 대한 조사와 분석 결과에 따르면 끊임없이 변화하는 시장 환경에서 의료기기 브랜드 로고 디자인은 끊임없이 개발되고 혁신될 필요한 것을 알 수 있다. 경쟁력이 있는 로고 디자인을 더욱 정확하게 개발해 내기 위해 의료기기 브랜드에 관한 연구 대상을 확대해야 하였다. 앞으로의 연구에 더욱 힘찬 도움을 주고자하였다.

핵심어 : 로고 디자인, 중국의료기기 브랜드, 브랜드, 시장 전략분석

Abstract

With the continuous advancement of medical technology and the improvement of living standards, people's demand for physical health and medical care has been increasing, leading to a growing demand for medical devices in both household and hospital settings. To research brand logo designs for Chinese medical device companies, this study investigated and analyzed current market conditions. Based on the analytical results, new design proposals for medical device company brand logos are presented. This study collected data from China's top 9 medical device brands by sales revenue in 2022. After reviewing prior research on core elements of medical device brand design, key brand design components (brand name, logo, symbol, and color scheme) were analyzed. Through STP analysis (Segmentation, Targeting, Positioning) and competitive positioning analysis, the market positions of rival brands were identified. Building on these findings, strategic proposals were formulated, and two new design concepts were developed for the brand logo of Shanghai Yongzhong Medical Technology Co., Ltd. From a design perspective, the proposed logo

1 Department visual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Graduate Student]
e-mail: nysa030407sunny@gmail.com

2 Department Computer isual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Professor]
e-mail: kehechee2@naver.com (Corresponding author)

Received(January 30, 2025), Review Result(1st: February 18, 2025, 2nd: March 12, 2025), Accepted(April 11, 2025), Published(April 30, 2025)



© 2025 The Authors. Published by NCISS.
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/>.

concepts emphasize clear market differentiation from the other nine brands while presenting more competitive design solutions. The study aims to provide distinctive visual identities that align with evolving market demands and enhance brand competitiveness in China's medical device industry. In short, the research and analysis of medical device brands shows that in that in the ever-changing market environment, the logo design of medical device brands needs to be continuously developed and innovated. In order to design competitive logos more accurately, it is necessary to expand the research on medical device brands. It is hoped that more useful information will be provided for future research.

Keyword : Logo Design, Chinese Medical Device Brand, Brand, Market Strategy Analysis

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

중국 사회 경제의 전면적인 성장과 의료 기술의 지속적인 발전으로 인해 의료 기기는 사람들의 뗄 수 없는 연관성을 갖는다. 현재 중국에서는 173,769개 이상의 의료 기업이 있고 3,000개 이상의 정밀 기기 제조업체가 있다. 관련 기관의 통계에 따르면 2016년 3,700억 달러의 세계 의료기기 시장 경제는 2019년 6,285억 달러를 돌파했으며 2024년 말에 6,000억 달러를 초과할 것으로 예상된다 [1]. 이러한 관점에서 의료기기 산업은 건강 산업에서 가장 빠르고 유망한 분야가 되었다.

shanghai yongzhong Medical Technology Co., Ltd는 2016년 12월 19일에 설립되었으며 의약품 및 의료 기기의 생산 및 판매를 주요 사업으로 하는 의료 과학 기술 기업이다. 하지만 오늘날 의료 기업 수가 계속 늘어나는 사회 환경에서 기업의 발전은 단순히 고품질의 제품뿐만 아니라 기업의 빠른 성장을 촉진하는 홍보수단으로서의 좋은 기업이미지도 요구된다. 기업 홍보수단 중에서 로고는 기업 이미지가 지속적으로 개선되고 브랜드 가치가 축적되는 불가피한 과정과 기업 문화와 가치관의 구현이다. 그리고 우수한 로고는 업계에서 기업의 인지도를 높일 수 있으며 기업 발전의 중요한 부분이다. 하지만 현재 경쟁이 치열한 의료업계에서는 shanghai yongzhong Medical Technology Co., Ltd 로고는 소비자에게 깊은 인상을 줄 수 없기 때문에 로고 디자인의 정보 전달 기능을 할 수 없다. 로고 디자인이 좋지 않으면 회사의 인지도가 부족하여 회사의 제품 판매가 감소하여 회사의 발전을 방해할 수 있다. 그래서 본 논문은 shanghai yongzhong Medical Technology Co., Ltd 로고 리 디자인을 목적으로 한다. shanghai yongzhong Medical Technology Co., Ltd 로고 디자인 분석을 통해 의료업계 시장 분석을 거쳐 shanghai yongzhong Medical Technology Co., Ltd 로고를 리 디자인 한다. 기업 이미지를 높이고 기업에 대한 소비자의 인식을 제고하여 업계 내 상하이 의료 기술 유한회사의 인식과 제품 판매를 향상시킨다. 궁극적으로 로고를 통해 기업의 국제화 발전 의향을 전달하여 shanghai yongzhong Medical Technology Co., Ltd 는 세계화된 시장 에서 더 나은 발전을 할 수 있도록 돕기를 바란다. 또한 본 연구의 사례를 통해 의료 기업 로고의 디자인 특성을 논의할 수 있으며, 본 연구가 로고의 재설계 방법에 지침 역할을 하기를 바란다.

1.2 연구의 방법 및 범위

연구범위는 다음과 같다. 중국 의료기기 시장조사 결과를 [표 1]과 같이 정리하였다. 제외진단 속보 CAIVD 자료에 의하면 2022년 중국 의료기기 점유율 순위 1위부터 9위까지 그리고 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사(shanghai yongzhong)회사로 차지했다 [2]. 본 연구에서는 상위 5개 의료 브랜드를 연구 대상으로 선정하여 마케팅 분석 연구를 실시하였다.

의료기기 회사 홈페이지, 카페, 블로그, 인터넷 뉴스, 학회논문 등을 통한 자료를 수집하고, 의료 로고 조사, STP 분석, 포지셔닝 분석을 통해 경쟁 제품을 조사하고 분석한다. 분석 결과에 따라 타사와 차별화 된 마케팅 전략 방향을 설정한 후 상세한 마케팅 전략과 제품 포지셔닝 및 새로운 로고 디자인을 제안한다.

[표 1] 중국 2022년 의료기기 1-9점유순위

[Table 1] China's medical devices 1-9 all-electric ranking in 2022

2022년 중국 의료기기 회사 점유율 순위	의료기기 브랜드
1	민드레이 컴퍼니(Mindray)
2	상하이 유나이티드 이미징 메디컬 테크놀로지 주식회사(United Imaging Medical)
3	산둥 웨이가오 그룹 의료고분자제품유한회사(Weigao Group)
4	러부(북경)의료기기주식회사(Lepu Medical Technology)
5	상하이 마이크로포트 의료기기 유한회사(Shanghai MicroPort)
6	정저 우안투 생물공학 유한회사(Zhengzhou Antu)
7	심천신산업의 생명공학 유한회사(ShenZhen Mew Industry)
8	심천 화다 유전자 기술 유한 회사(Bgi Genomics)
9	상소 Yuyue 의료 장비 유한 회사(Jiangsu Yuyue)
10	상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사(shanghai yongzhong)

2. 이론 고찰

2.1 기업 로고의 개념

기업 로고 디자인에서 로고(logo)의 개념은 ‘활자’라고 할 수 있다. 기업의 명칭(name)을 고유의 활자체로 표현하는 것을 로고타입(logo type)이라 부르기도 한다. 기업 로고란 기업의 이름을 기업 이념 혹은 가치를 반영한 글자체로 나타낸 것을 지칭한다. ‘그래픽 앤 사이클로피디아(Graphic Anesaikellopidia)’의 정의에 의하면 로고는 ‘상표, 상호 또는 어떤 이름을 심벌(symbol)로서 나타내는 글자의 종합체이다.’ [3]. 따라서 좋은 로고 디자인은 그래픽이든 텍스트이든 사용자 그룹이 빠

르게 인식하고 기억할 수 있을 뿐만 아니라 상품의 품질을 보다 신속하고 정확하게 식별하고 판단할 수 있다. 우수한 LOGO는 개성이 뚜렷하고 시각적 임팩트가 있어 식별이 용이하고 많은 상품 중에서 돋보이는 데 도움이 된다.

2.2 브랜드의 구성 요소

일반적인 브랜드 구성 요소로는 브랜드명(brand name), 로고(logo), 심벌(symbol), 캐릭터(character), 슬로건(slogan), 징글(jingle), 포장(package) 등이 있다 [4]. [표 2]와 같이 정리하였다. 최근에는 인터넷의 발달에 따라 URL을 브랜드의 구성요소에 포함시키기도 한다 [5]. 로고의 구성요소는 서로 관련되어 있으며 기업 브랜드 가치를 극대화하는 데 서로 다른 기능과 역할을 하고 있으며 기업 브랜드 자산을 극대화하기 위해서는 이러한 요소들이 조화를 이루어야 사람들이 쉽게 식별하고 기억할 수 있고 로고가 기업 브랜드의 이미지와 가치를 높일 수 있다.

[표 2] 브랜드의 구성 요소

[Table 2] Components of the brand

구성 요소	요약
브랜드명(Brand Name)	브랜드의 시각적 표현
로고(Logo)	브랜드 시각적 표현
심벌(Symbol)	기업의 경영 이념 등을 시각적으로 상징화한 것
캐릭터(Character)	브랜드의 특징을 강조할 목적으로 브랜드를 인물 또는 동물화 한 것
슬로건(Slogan)	생각 또는 상품의 특성을 표현한 말 혹은 문장
징글(jingle)	브랜드 이름에 멜로디를 붙인 짧은 노래(곡)
패키지(Package)	시각 요소를 통한 소비자의 브랜드 이미지에 대한 소비자의 인식 전달

3. 중국 의료 회사의 로고 디자인 분석

3.1 의료 회사 로고 디자인 분석

3.1.1 민드레이 컴퍼니(Mindray)

민드레이 컴퍼니는 1992년에 설립된 의료기기 회사이다. 지금까지 글로벌 판매는 140개 이상의 국가 및 지역으로 확대되었다. 브랜드 로고는 간단한 빨강색 소문자 영문자모과 한자로 구성되어 있다. [그림 1]은 민드레이 컴퍼니의 로고에 관한 그림이다.



[그림 1] 민드레이 컴퍼니의 로고

[Fig. 1] Mindray's Logo

3.1.2 상하이 유나이티드 이미징 메디컬 테크놀로지 주식회사(United Imaging Medical)

상하이 유나이티드 이미징 메디컬 테크놀로지 주식회사는 2011년에 설립되었다. 브랜드 로고는 파란색 대문자 영문자모과 한자 구성 브랜드 오른쪽에는 기하학적 도형으로 구성된 방패 마크가 있다. 마음을 써서 꾸준히 하면 바꿀 수 있는 기업 이념을 구현한다. [그림 2]은 상하이 유나이티드 이미징 메디컬 테크놀로지 주식회사의 로고에 관한 그림이다.



[그림 2] 상하이 유나이티드 이미징 메디컬 테크놀로지 주식회사의 로고

[Fig. 2] Shanghai United Imaging Medical Technology CO., Ltd's Logo

3.1.3 산둥 웨이가오 그룹 의료고분자제품유한회사(Weigao Group)

산둥 웨이가오 그룹 의료고분자제품유한회사는 1998년에 설립되어 일회용 의료기기 및 의약품을 주도로 한다. 브랜드 로고는 간략한 파란색 대문자 영문자모과 한자로 구성되어 있다. [그림 3]은 산둥 웨이가오 그룹 의료고분자제품유한회사의 로고에 관한 그림이다.



[그림 3] 산둥 웨이가오 그룹 의료고분자제품유한회사의 로고

[Fig. 3] Shandong Weigao Medical Equipment Co., Ltd's Logo

3.1.4 러부(북경) 의료기기 주식회사(Lepu Medical Technology)

러부(북경)의료기기주식회사는 1999년 설립되었다. 회사는 주로 관상동맥 중재 의료 기기의 연구 개발, 생산 및 판매에 종사한다. 브랜드 로고는 대문자 영어자모로 그래픽 아이디어 진행된다. 전체적으로 파란색 계열의 영문 대문자모와 한자로 구성되어 있다. [그림 4]은 러부(북경)의료기기 주식회사의 로고에 관한 그림이다.



[그림 4] 러부(부경) 의료기기 주식회사의 로고
[Fig. 4] Lepu(Beijing) Medical Devices Co., Ltd's Logo

3.1.5 상하이 마이크로포트 의료기기 유한회사(Shanghai MicroPort)

상하이 마이크로포트 의료기기 유한회사는 1998년 5월 설립되었다. 혁신적인 프리미엄 의료기기 회사이다. 브랜드 로고는 대문자 영문자모, 소문자 영문자모와 한자 구성되어 있고 오른쪽에는 기하학적 문양으로 이루어진 도형이 있다. 브랜드 로고는 전체적으로 파란색이 주를 이루고 있다. [그림 5]은 상하이 마이크로포트 의료기기 유한회사의 로고에 관한 그림이다.



[그림 5] 상하이 마이크로포트 의료기기 유한회사의 로고
[Fig. 5] Shanghai Microprot Medical Devices Co., Ltd's Logo

3.1.6 정저 우안투 생물공학 유한회사(Zhenzhou Antu)

정저 우안투 생물공학 유한회사는 1999년 9월에 설립되었다. 의료 실험실 분야에 집중하고 사용자에게 포괄적인 제품과 서비스를 제공한다. 브랜드 로고는 대문자 영문자모, 소문자 영문자모와 한자로 구성되어 있으며 타원형이 영문자를 감싸고 있다. [그림 6]은 정저 우안투 생물공학 유한회사의 로고에 관한 그림이다.



[그림 6] 정저 우아투 생물공학 유한회사의 로고
[Fig. 6] Zhengzhou Antu Biotechnology Co., Ltd's Logo

3.1.7 심천신산업의 생명공학 유한회사(ShenZhen Mew Industry)

심천신산업의 생명공학 유한회사는 1995년 12월에 설립되었다. 임상 검사 장비를 전문적으로 생산하는 회사이다. 브랜드 로고는 대문자 영문자모, 소문자 영문자모과 한자 구성되어 있고, 파란색 중심으로 디자인을 한다. [그림 7]은 심천신산업의 생명공학 유한회사의 로고에 관한 그림이다.



[그림 7] 심천신산업의 생명공학 유한회사의 로고
[Fig. 7] Shenzhen New Industry Biomedical Engineering Co., Ltd's Logo

3.1.8 심천 화다 유전자 기술 유한 회사(Bgi Genomics)

심천 화다 유전자 기술 유한 회사는 2008년에 설립되었다. 세계 최고의 생명과학 첨단기관 중 하나이다. 브랜드 로고는 청색의 한자와 대문자 발음 알파벳으로 구성되어 봄과 생명을 뜻한다. [그림 8]은 천 화다 유전자 기술 유한 회사의 로고에 관한 그림이다.



[그림 8] 심천 화다 유전자 기술 유한 회사의 로고
[Fig. 8] Shenzhen Huada Gene Technology Co., Ltd's Logo

3.1.9 상소 Yuyue 의료 장비 유한 회사(Jian Yuyue)

상소 Yuyue 의료 장비 유한 회사는 1998년 10월에 설립되었다. 재활 간호 계열 및 의료용 산소 공급 계열 의료 기기의 전문 생산의 회사이다. 브랜드 로고는 빨강색 영문 소문자모과 한자로 구성되어 있다. [그림 9]은 상소 Yuyue 의료 장비 유한 회사의 로고에 관한 그림이다.



[그림 9] 심천 화다 유전자 기술 유한 회사의 로고
[Fig. 9] Jansu Yuyue Medical Equipment Co., Ltd's Logo

3.1.10 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사(shanghai yongzhong)

상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사는 2016년 12월에 설립되었다. 의료 과학 기술 분야의 기술 개발뿐만 아니라 상품 및 기술의 수출입 사업에도 종사한다. 브랜드 로고는 기하학적 도형을 이루어진 '뭉'자를 만들고 전체적으로 녹색과 블루 중심으로 디자인을 한다. [그림 10]은 하이 용중 의료 과학기술 유한 회사의 로고에 관한 그림이다.



[그림 10] 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사의 로고
 [Fig. 10] Shanghai Yongzhong Medical Technology Co., Ltd's Logo

3.1.11 의료기기 회사 10개 로고 분석

의료기기 회사 로고 구성요소 비교를 통하여 브랜드 로고와 몇 네이밍을 보면, 거의 영문자모과 브랜드 이니셜 위주이며 톤이 단조롭고. 브랜드 이미지를 선명하게 없다.

브랜드 영역으로 보면, 중국 의료기기 회사의 로고는 고루하고 독창성과 특성이 부족하여 의료기기 회사의 브랜드 인지도가 떨어지고 의료기기 회사의 브랜드 이미지를 형성하기 어렵다.

디자인 미적 감각으로 보며, 담체를 적용함에 따라 달라지지 않고 통일성을 강조하여 딱딱한 인상을 준다. 의료기기 회사의 정신적 기질과 모습을 제대로 반영하지 못할 뿐만 아니라 의료기기 회사에 대한 대중의 인식과 평가에도 영향을 미친다.

[표 3] 의료기기회사 로고디자인 분석

[Table 3] Analysis of Logo Design of Medical Device Company

	기업	브랜드 의미	브랜드 로고	메인컬러 (CMYK)	서브컬러 (CMYK)
1	민드레이 컴퍼니(Mindray)	인간을 모든 것의 근본으로 삼고 염 격한다.		C:26 M:97 Y:89 K:0	☐
2	상하이 유나이티드 이미징 메디컬 테크놀로지 주식회사(United Imaging Medical)	마음으로 느끼고 마음으로 만들고 마음으로 다가가고 마음으로 바꾼다.		C:93 M:71 Y:56 K:19	☐

3	산둥 웨이가오 그룹 의료고분자제품유한 회사(Weigao Group)	자강불식, 혁신발전, 더욱 정교하고 탁월함을 추구한다.		C:100 M:100 Y:57 K:10	☐
4	러부(북경)의료기기 주시회사(Lepu Medical Technology)	심혈관 환자를 위해 성심성의껏 봉사한다.		C:81 M:54 Y:12 K:0	C:52 M:18 Y:5 K:0
5	상하이 마이크로포트 의료기기 유한회사(Shanghai MicroPort)	사람 중심과 세부에 대한 추구와 혁신을 견지한다		C:94 M:71 Y:17 K:0	C:14 M:99 Y:78 K:0
6	정저 우안투 생물공학 유한회사(Zhengzhou Antu)	의학 실험실 기술의 보급과 향상에 힘써 인류의 건강을 위해 봉사한다.		C:87 M:48 Y:59 K:3	C:17 M:84 Y:100 K:0
7	심천신산업의 생명공학 유한회사(ShenZhen Mew Industry)	끊임없이 제품을 혁신하고 기술을 향상시켜, 인류 생명 건강 사업을 위해 끊임없이 가치를 창출한다.		C:100 M:90 Y:35 K:1	C:25 M:100 Y:100 K:0
8	심천 화다 유전자 기술 유한 회사(Bgi Genomics)	유전자 과학 기술이 인류에게 이롭다는 사명을 계승하고 '건강하고 아름다운, 생명 시대의 리더'를 품다.		C:74 M:17 Y:17 K:0	☐
9	상소 Yuyue 의료 장비 유한 회사(Jiangsu Yuyue)	신용을 근본으로 하고 사용자를 근본으로 한다.		C:12 M:97 Y:75 K:0	☐
10	상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사(shanghai yongzhong)	더 많은 사람들이 더 나은 건강 서비스를 누릴 수 있도록 한다.		C:100 M:98 Y:20 K:0 C:80 M:21 Y:93 K:0	☐

위의 10개 의료기기 회사와 상하이 용중 의료기기 유한 회사(shanghai yongzhong) 로고는 모두 영문자와 브랜드 약자로 디자인되어 혁신이 부족하다. [표 3]와 같이 정리하였다. 의료기기 회사의 브랜드 이미지를 구현하기 어렵다. 따라서 제안한 디자인 중 그래픽과 텍스트의 결합으로 디자인 했다.

3.2 의료기기 회사 브랜드 전략 분석

3.2.1 STP분석에 따른 뉴 브랜드 포지셔닝 전략

STP(Segmentation - Targeting - Positioning)분석이란 시장세분화, 목표시장 설정(Targeting), 포지셔닝(Positioning)이라는 3가지 마케팅 접근 전략을 말한다 [6].

1) Segmentation

본 연구에서는 제품을 사용하는 소비자의 연령별, 소득별, 직업별 등을 파악하여 시장을 세분화했다. 연구에서는 성별, 연령별, 소득별, 직업별 및 가족 구성원 수에 따른 4가지 항목으로 세분화하고자 하였다. [표 4]와 같이 정리하였다.

[표 4] 의료기기 회사 시장 세분화

[Table 4] Medical Device company Market Segmentation

Segmentation	기준	내용		
인구 통계적 변수	성별	여자/남자	여자/남자	여자/남자
	연령별	30대	40대	50대
	소득별	소득층	중산층	고소득층
	직업별	일반대중		
	가족구 성원 수	2인	3인	3인
행동적 변수	성능	중	중	고
	1대 평균 지출 비용	50-100미만	100-200이상	200-500이상
	구매 장소	온라인	온라인/ 전문점	전문점

인구통계학적에 따라 세분화 해보면, 의료기기 구매 특성상 남녀 구분이 없다. 통상적으로 30대 초기부터 인체에 질병이 생길 확률이 점차 높아지고 의하며 30대부터 구매 가능성이 매우 높아지고 있다.

행동적 변수에 따라 세분화 해보면 30대 초반부터 가정용 의료기기에 대한 수요가 점차 증가하고 있다. 다양한 연령대와 생활수준에 따라 가정용 의료 기기의 품질 요구 사항에 분명한 차이가 있다. 동시에 개인 소득 수준에 따라 가정용 의료기기를 구매하는 방식도 좀 다르다.

2) Targeting

① 메인타겟(Main Target)

40-50대 부부계층은 연령이 증가하고 임금소득이 증가함에 따라 1인당 가처분소득도 덩달아 올랐다. 이것은 이 계층의 부부가 더 높은 등급과 고품질의 가정용 의료기기를 선택할 수 있는 능력이 더 많다는 것을 의미한다. 그들은 브랜드 제품을 사용하는 경향이 더 강하다. 동시에 이 계층 부부 계층은 나이가 들수록 신체 기능이 현저히 저하되어 다양한 질병에 걸리기 쉽다. 따라서 가정용 의료기기는 40~50대 부부 층에서 비교적 잘 팔린다.

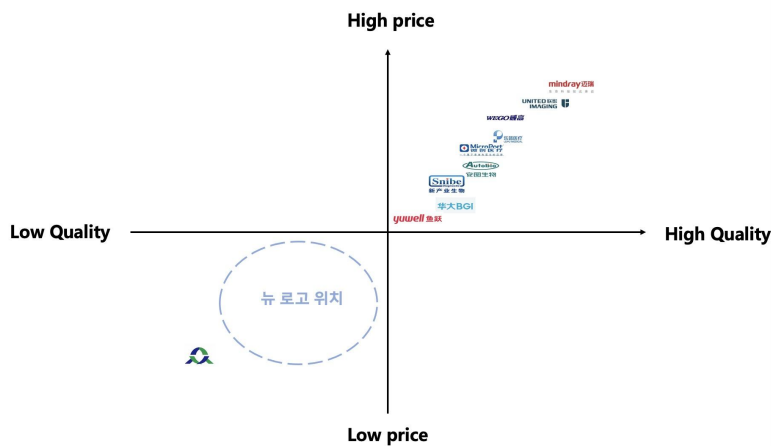
② 서브타겟(Sub Target)

30대 1인 가구의 사람들은 사업 발전기에 있으며 일반적인 소득 수준이 낮다. 또한 BTL 광고의

영향으로 의하며 인터넷에서 가정용 의료기기를 구매하는 사람이 더 많다. 그들은 기능이 우수하고 가격이 저렴한 제품은 더 많은 관심이 가지고 있다.

③ Positioning

2022년 의료기기 Top9 브랜드는 모두 고품질, 고가격, 인지도가 높은 의료기기 브랜드에 속한다. 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사가 2022년 의료기기 Top9의 브랜드를 비교해보면 품질이 낮으며 가격이 낮고 인지도가 낮은 위치에 있다. 따라서 좋은 품질과 가격 측면에서 경쟁력을 갖기 위해서는 포지셔닝 전략을 다시 짜야 한다. 오프라인 구매를 위주로 하고 온라인 구매를 보조로 하고 디자인을 한다. 창의성 측면에서 중년층과 중상류층의 미적 요구 사항을 충족해야 한다. [그림 11]의료기기 회사 브랜드 포지셔닝이다.



[그림 11] 의료기기 회사 브랜드 포지셔닝

[Fig. 11] Medical Device Company Brand positioning

4. 중국 의료기기 회사의 로고 디자인 제안

4.1 중국 의료기기 회사의 로고 디자인 컨셉 및 비주얼 요소

4.1.1 A Type 로고디자인 컨셉

상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사의 로고는 기업명 이니셜 'YZ'로 창의적인 디자인을 한다. 전체적으로 견고하고 성실하며 차분한 기업 이미지를 형성했다. 그래픽은 전체적으로 간결하고 명확하며 기억을 식별하기 쉽고 인민을 기반으로 하는 상하이 의료 유한회사의 취지를 반영한다. 디자인 요소 선택에 있어 교차 육각형 구조가 선택되며 육각형은 안정적인 견고한 특성을 가지고

있으며 동시에 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사의 안정적이고 견고하며 착실하게 인민 대중을 위해 봉사하려는 의지를 나타낸다. 글꼴에 영어와 중국어를 조합하여 디자인하여 전체적으로 안정적이다. 로고 전체적으로 파란색을 주색으로 하고 녹색을 보조 색으로 한다. [그림 12]와 같다.




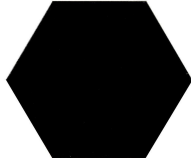
[그림 12] 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사 로고 디자인 A Type

[Fig. 12] Shanghai Yongzhong Medical Technology Co., Ltd's Logo Design A Type

비주얼요소로는 육각형은 독특한 구조로 인해 균형 잡힌 시각적 체험과 느낌을 주며 동시에 육각형은 대중의 일상생활에서 흔히 볼 수 있는 기하학적 형태이다. 색상은 크게 2가지로 파란색과 녹색의 그라데이션 페이스를 사용해 의료과학의 냉정과 생명력을 구현했다. [표 5]와 같이 정리하였다.

[표 5] 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사 로고 디자인 사용되는 비주얼요소

[Table 5] Shanghai Yongzhong Medical Technology Co., Ltd's Logo Design Used Visual Elements

브랜드 로고 네이밍	비주얼 요소	메인컬러(CMYK) 서브컬러
		<p>■ C:91 M:73 Y:9 K:0</p> <p>■ C:78 M:12 Y:96 K:0</p>

4.1.2 B Type 로고디자인 컨셉

상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사(shanghai yongzhong)의 로고는 기업 이름 ‘衆’ 자를 원형으로 창의적인 디자인을 한다. 전체적으로 간단명료하고 식별하기 쉽다. 라인 디자인을 사용하여 기울어진 라인 디자인으로 유동감이 뛰어나고 의료기기 업계의 속성을 반영한다. 동시 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사(shanghai yongzhong)의 활력과 급속한 발전 속도를 상징한다. 로고 전체적으로 파란색을 주색으로 하고 녹색을 보조 색으로 한다. [그림 13]와 같다.



[그림 13] 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사 로고 디자인 B Type

[Fig. 13] Shanghai Yongzhong Medical Technology Co., Ltd's Logo Design B Type

비주얼요소로는 ‘산’의 형상을 뜻한다. 믿음직하고 힘 있는 느낌을 준다. 색상은 크게 2가지로 파란색과 녹색의 그라데이션 페이스를 사용해 의료과학의 냉정과 생명력을 구현했다. [표 6]와 같이 정리하였다.

[표 6] 상하이 용중 의료 과학기술 유한 회사 로고 디자인 사용되는 비주얼요소

[Table 6] Shanghai Yongzhong Medical Technology Co., Ltd's Logo Design Used Visual Elements

브랜드 로고 네이밍	비주얼 요소	메인컬러(CMYK) 서브컬러
		<div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 10px;"> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #0056b3; margin-right: 5px;"></div> C:91 M:73 Y:9 K:0 </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #008000; margin-right: 5px;"></div> C:78 M:12 Y:96 K:0 </div> </div>

5. 결론

사람들이 자심의 건강의 대한 관심이 계속 높아지면서 의료 기기에 대한 수요 도 증가하는 추세를 보이고 있다. 동시에 의료기기 업체 간의 경쟁이 매우 치열해졌다. 우리는 시장 상황에 따라 경쟁 기업 브랜드의 디자인 특성을 이해하고 시각적 요소 등을 통해 기업에 대한 소비자의 인지도를 높일 수 있다. 따라서 기업 제품에 대한 소비자의 신뢰를 향상시킨다. 하지만 로고 디자인은 독특성을 필요하다. 시장 조사 및 설계를 통해 기업의 정신을 반영하고 시장에서 인지도를 보장해야 한다. 이러한 방향성과 전략을 바탕으로 본 연구를 통해 최종적으로 다음과 같은 제안을 한다.

첫째, 중국 의료기기 산업의 상위 9개 기업 로고의 디자인 특성을 분석하고 기업 브랜드 인지도를 높이기 위해 그림과 텍스트를 결합하여 디자인해야 한다. 둘째, 디자인 측면에서 간결하고 명료한 것이 포인트이다. 기업의 대표성을 고려하여 기업 문화와 이미지를 식별할 수 있는 그래픽으로 단순화하여 널리 보급되고 식별될 수 있다. 셋째, 색채에 있어서 서로 다른 색채가 서로 다른 정서

와 연상을 불러일으킬 수 있다. 의료 기업 로고의 색상 사용은 아름다움과 관련이 있을 뿐만 아니라 환자의 심리적 감정과 정서적 상태에 주의를 기울여야 한다. 넷째, 문형 디자인 측면에서는 로고 색상 및 모양과 조화를 이루어야 돌출감이 생기지 않다.

이상의 넷까지 방법을 통해서 마지막으로 두가지 로고디자인 컨셉을 제시했다. 하지만 본 연구는 9개 경쟁 브랜드를 대상으로 해서 일정한 한계성을 지닌다. 더 많은 브랜드에 대한 연구가 진행된다면 더 정확하고 의미 있는 연구 결과를 얻을 수 있다. 우수한 경쟁력을 갖춘 성공적인 디자인 개발을 위해서 앞으로 브랜드 대상을 더 많이 확장하여 연구가 지속되어야 한다.

References

- [1] M. Ai, "Medical device market report", baidu.com, <https://www.iimedia.cn/c460/66917.html>, (accessed December 14, 2023).
- [2] W. Ti, "Top 20 medical equipment enterprises", baidu.com, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1770112519679128765&wfr=spider&for=pc>, (accessed December 20, 2023).
- [3] H. R. Kim, *Graphic Character Design*, Mijinsa, 1998.
- [4] H. K. Quan, "Study on Logo Design for Start", Master's thesis, The Graduate School of Technology and Entrepreneurship, Pusan National University, Republic of Korean, 2020. [Online]. <http://www.dcollection.net/handler/pusan/000000147279>.
- [5] H. N. Zhao, "A Study on the relationship between the visual expression types of brand logos and consumer memory", Master's thesis, The Graduate School of Industrial Art, Hongik University, Republic of Korea, 2011, [Online]. <http://www.dcollection.net/handler/hongik/000000012980>.
- [6] S. H. Hong, "A Study on the STP Analysis For Native Food Restaurant", Master's thesis, The Graduate School of Livestock Management and Distribution Economics, Konkuk University, Republic of Korea, 2011.