

매운 라티아오 브랜드의 일러스트가 매출에 미치는 영향연구

A Study on the Impact of Illustration of Spicy Latiao Brand on Sales

양검흔¹, 김희현^{2*}

Yang Jian Xin¹, Kim Hee Hyun^{2*}

요약

본 연구는 중국 매운 간식 브랜드 라티아오(辣條)를 중심으로 간식 포장 디자인에서 일러스트 표현을 탐구하였다. 최근 소비자들의 생활 방식 변화와 소비 업그레이드로 인해 중국 간식 시장은 급속히 성장하고 있으며, 특히 매운 라티아오 브랜드에 대한 수요가 증가하고 있다. 이러한 상황에서 포장 디자인은 단순한 제품 보호를 넘어 소비자의 구매 결정을 유도하는 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 본 연구는 일러스트가 브랜드 이미지와 제품 특성을 효과적으로 전달하고 소비자의 감정적 공감을 강화할 수 있음을 이론적으로 분석하고, 이를 실증적으로 검토하였다. 연구 결과, 일러스트가 포함된 포장 디자인은 브랜드의 문화적 상징성을 강화하고, 소비자의 구매의사를 긍정적으로 자극하며, 특히 젊은 소비자층의 감정적 공명을 효과적으로 유도하는 데 기여하는 것으로 나타났다. 본 연구는 간식 산업의 포장 디자인 혁신과 브랜드 마케팅 전략 수립에 있어 실질적인 시사점을 제공하며, 미래에는 감정적 연결과 문화적 의미를 강화하는 창의적이고 차별화된 포장 디자인이 더욱 중요해질 것이다.

핵심어 : 포장 디자인, 문화적 상징, 간식 시장, 일러스트 디자인

Abstract

In this paper, we explore the application of illustration in snack packaging design, focusing on the Chinese spicy snack brand Latiao (辣條). Due to recent changes in consumer lifestyles and the upgrading of consumption, the Chinese snack market is experiencing rapid growth, particularly in the demand for the spicy Latiao brand. In this context, packaging design has become an important element that goes beyond simple product protection to influence consumers' purchasing decisions. This study theoretically analyzes how illustrations can effectively convey brand image and product characteristics while enhancing consumers' emotional resonance, and it empirically reviews this. The results indicate that packaging design that includes illustrations strengthens the cultural symbolism of the brand, positively stimulates consumers' purchasing intentions, and effectively evokes emotional resonance among younger consumer groups. This study provides

1 Graduate School of Visual Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Graduate Student]
e-mail: 1034953997@qq.com

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

Received(January 3, 2026), Review Result(1st: February 1, 2026), Accepted(April 10, 2026), Published(April 30, 2026)



© 2026 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/>.

practical insights for innovation in packaging design and the establishment of brand marketing strategies in the snack industry. It is expected that in the future, creative and differentiated packaging designs that enhance emotional connections and cultural meanings will become increasingly important.

Keyword : Packaging Design, Cultural Iconic, Snack Market, Illustrated Design

1. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

최근 몇 년간 소비 업그레이드와 생활 방식 변화에 따라 중국의 간식 시장이 빠르게 성장하고 있으며, 특히 매운 라티아오와 같은 지역 특산물이 널리 인기를 끌고 있다. 소비자들은 제품 포장에 대한 관심이 점차 높아지고 있으며, 포장 디자인은 단순히 제품을 보호하는 도구가 아니라 소비자를 끌어들이는 중요한 요소로 자리 잡고 있다. 일러스트는 독특한 시각적 표현 형태로, 브랜드 이미지와 제품 특성을 효과적으로 전달하고 소비자의 감정적 공명을 강화할 수 있다. 따라서 간식 포장 디자인에서 일러스트 표현, 특히 매운 라티아오 브랜드의 적용을 연구하는 것은 시각적 요소를 통해 제품의 시장 경쟁력을 향상시키는 방법을 이해하는 데 도움이 된다.

본 연구의 목적은 매운 라티아오 포장 디자인에서 일러스트의 활용을 탐구하고, 그것이 소비자의 구매 결정 및 브랜드 인식에 미치는 영향을 분석하는 것이다. 매운 라티아오 브랜드의 포장 디자인을 연구하여 일러스트 표현이 어떻게 감정과 문화적 의미를 전달하고, 매출에 영향을 미치는지를 밝혀내고자 한다. 또한 본 연구는 간식 산업의 브랜드 구축 및 포장 디자인에 대한 이론적 지원과 실천적 지침을 제공하고자 한다.

1.2 연구 방법 및 범위

본 연구는 문헌 분석법과 사례 연구법을 결합하여 진행된다. 먼저 관련 문헌을 정리하여 포장 디자인에서 일러스트의 이론적 기초와 응용 현황을 파악한다. 다음으로, 대표적인 중국 매운 라티아오 브랜드를 선택하여 사례 분석을 실시하고, 그들의 포장 디자인에서 일러스트 표현 형태, 색상 사용, 패턴 디자인 등을 탐구하며 소비자의 감정과 브랜드 가치에 미치는 영향을 분석한다. 본 연구는 중국 시장 내 매운 라티아오 브랜드의 포장 디자인에 초점을 맞추며, 다양한 브랜드의 포장 사례를 포함한다. 연구는 포장 디자인에서 일러스트의 다양성과 브랜드 이야기, 문화적 배경 및 감정적 연결을 전달하는 데 있어 그 역할을 중점적으로 분석할 것이다. 시장 현황 분석을 통해 향후 간식 포장 디자인의 발전 추세와 혁신 방향을 탐구하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 매운 라티아오의 정의

[그림 1]은 중국의 매운 라티아오이다. 매운 라티아오는 주로 밀가루 또는 기타 곡물, 콩류를 주요 원료로 하여 만든 식품이다. 이 제품은 1998년 중국 후난성 핑장현 산스진에서 청년 추핑장, 리명닝, 중칭위안 등이 대홍수로 인해 대두 생산량이 감소한 상황에서 밀가루를 이용해 혁신적으로 개발한 제품이다. 이들은 핑장의 전통적인 장건(醬干, 간장에 절인 두부) 제조 기술을 결합하여 최초로 마라(麻辣, 매운맛과 얼얼한 맛) 맛 매운 라티아오를 창조하였다 [1].



[그림 1] 매운 라티아오 외관도

[Fig. 1] Image of the appearance of spicy strips

2.2 문화 표상의 정의

문화 표상(Cultural Representation)은 문화가 기호, 언어, 이미지, 예술, 의식, 이야기 등 다양한 형태를 통해 그 가치관, 신념, 관습, 정체성 등의 내적 의미를 표현하고 개별 혹은 집단에게 전달하는 과정을 말한다. 이는 문화적 의미를 생산하는 중요한 방식으로, 사람들이 특정 문화의 특징과 내포를 이해하도록 돕는 동시에 자신과 타자에 대한 인식을 형성한다.

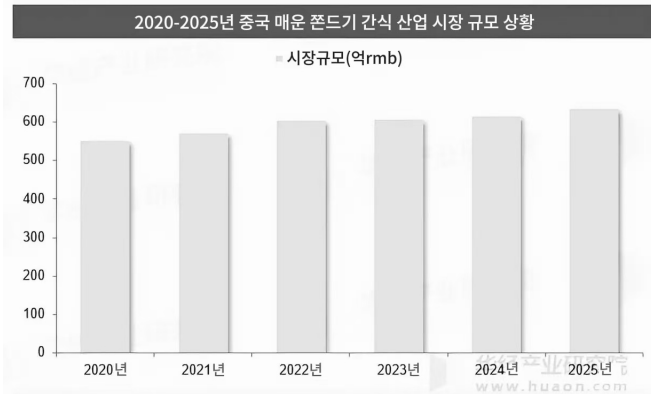
문화 표상은 포장 디자인에서 없어서는 안 될 요소이다. 이는 상징화된 문화적 요소, 지역적 특색, 민족적 상징 및 감정적 연결 등을 통해 제품과 문화적 내포를 밀접하게 결합한다. 이를 통해 제품의 매력을 높이고 소비자의 문화적 정체성을 강화한다. 글로벌화와 지역화가 공존하는 현대 시장에서 문화 표상은 포장 디자인의 중요한 전략 중 하나가 되고 있다 [2].

2.3 매운 라티아오의 시장 현황

마라 매운 라티아오는 밀가루, 고추, 산초 등 조미료로 만들어진 중국에서 인기 있는 마라 맛

간식이다. 이 간식의 주요 특징은 매운맛과 얼얼한 맛을 결합하여 미각을 자극하고 식욕을 돋우는 데 있다. 이는 입맛을 돋우는 간식이나 스트레스를 해소하는 간식으로 적합하다.

2024년 기준으로 중국 매운 라티아오 산업의 시장 규모는 약 615.1억 위안에 달하며, 매운맛을 선호하는 문화가 확산됨에 따라 마라 맛 매운 라티아오는 그 독특한 자극성과 중독성 덕분에 소비자들에게 큰 인기를 얻고 있다. 2024년 소비자들의 마라 맛 매운 라티아오에 대한 선호도는 49.3%에 달하며, 소비자 선호도에서 두드러진 비중을 차지하고 있다 [3]. 아래 [그림 2]는 2020-2025년 중국 매운 라티아오 간식 산업 시장 규모 상황이다.



[그림 2] 2020-2025년 중국 매운 라티아오 간식 산업 시장 규모 상황
[Fig. 2] 2020-2025 Chinese Spicy Chews Snack Industry Market Size

2.4 포장 디자인의 이해

포장 디자인은 보호, 판촉, 정보 전달 및 미학을 통합하는 제품의 외부 포장을 만드는 프로세스이다. 그것은 고대 운송 및 저장의 수요에서 비롯되었으며 산업혁명의 발전과 함께 점차 브랜드 커뮤니케이션 및 마케팅 분야로 확장되었다. 현대 포장 디자인은 제품의 물리적 보호에 중점을 둘 뿐만 아니라 시각적 디자인을 통해 소비자 경험과 브랜드 인지도를 향상시킨다. 제품의 안전을 보호할 수 있을 뿐만 아니라 눈길을 끄는 디자인을 통해 구매 욕구를 자극함과 동시에 제품 정보를 전달하여 브랜드의 개성과 문화를 보여줄 수 있다 [4][5].

2.5 포장 디자인의 시각적 구성 요소

포장 디자인의 시각적 요소는 소비자의 결정에 중요한 영향을 미친다. 다음은 포장 디자인에서 흔히 볼 수 있는 시각적 구성 요소이다:

2.5.1 로고

포장 디자인의 시각적 구성 요소 중에서 로고는 브랜드의 핵심 아이콘으로서 매우 중요한 역할을 한다. 효과적인 로고는 독창성과 간결성을 갖추어 소비자가 신속하게 인식하고 기억할 수 있도록 하며, 브랜드의 핵심 가치와 감정에 부합해야 한다. 로고 디자인은 적응성을 고려해야 하며, 다양한 크기와 배경에서도 선명하게 보일 수 있어야 하며, 브랜드의 일관성과 연속성을 강화한다. 합리적인 색상, 형태 및 글꼴 선택을 통해 로고는 소비자의 주목을 끌 뿐만 아니라 브랜드의 개성과 철학을 전달하여 전체 포장 디자인의 시각적 효과를 향상시킨다.

2.5.2 색상

색상은 포장 디자인에서 중요한 심리적 및 감정적 영향을 미친다. 서로 다른 색상은 서로 다른 감정 반응을 유발할 수 있다. 예를 들어:

빨간색: 일반적으로 열정, 활력 및 식욕과 관련이 있으며, 식품 및 음료 포장에 자주 사용된다.

초록색: 건강, 자연 및 환경 보호와 관련이 있으며, 유기농 또는 건강식품 포장에 적합하다.

파란색: 차분함, 신뢰 및 전문성을 전달하며, 음료 및 의약품 포장에서 흔히 볼 수 있다.

2.5.3 그래픽 및 일러스트

그래픽과 일러스트는 포장 디자인에서 필수적인 요소이다. 이들은 시각적 매력을 강화할 뿐만 아니라 브랜드 스토리와 제품 특성을 전달할 수 있다. 효과적인 일러스트는 소비자의 공감을 이끌어내어 브랜드의 감정적 가치를 높일 수 있다. 예를 들어, 만화 캐릭터나 손으로 그린 스타일의 일러스트는 젊은 소비자의 주목을 끌 수 있다.

2.5.4 글꼴 및 타이포그래피

글꼴의 선택과 타이포그래피 방식은 포장의 가독성과 정보 전달 효과에 직접적인 영향을 미친다. 명확하고 읽기 쉬운 글꼴은 소비자가 제품 정보를 빠르게 얻는 데 도움을 주며, 독특한 글꼴 스타일은 브랜드의 개성을 강화할 수 있다. 예를 들어, 고급 브랜드는 우아한 글꼴을 사용하여 고급 이미지를 전달하며, 젊은 브랜드는 더 활기차고 현대적인 글꼴을 선택할 수 있다.

2.5.5 재료 및 구조

포장 재료의 선택은 제품의 보호성에 영향을 미칠 뿐만 아니라 소비자의 경험에도 영향을 준다. 지속 가능한 재료의 사용은 점차 트렌드가 되고 있으며, 많은 브랜드가 재활용 가능하거나 생분해성 재료를 채택하여 소비자의 환경 보호 기대에 부응하고 있다. 또한, 포장의 구조 디자인은 사용

의 편리성도 고려해야 하며, 쉽게 열 수 있고 보관하기 편리한 형태가 요구된다 [6][7].

3. 사례 분석

매운 라티아오 시장의 이론적 배경과 포장 디자인의 중요성을 이해한 후, 다음으로 특정 브랜드의 사례 분석을 통해 이러한 이론의 실제 적용에 대해 논의할 것이다. 아래 [표 1]은 2025년 중국에서 가장 인기 있는 10개의 매운 라티아오 브랜드에 대한 포장 디자인의 시각적 요소를 상세히 분석한 자료이다. 이 브랜드들은 포장 디자인에서 어떻게 시각적 요소를 활용하여 소비자를 끌어들이고 브랜드 가치를 전달하는지 보여준다.

[표 1] 중국 라티아오 포장디자인의 시각적 요소

[Table 1] Visual Elements of China's Latiao Packaging Design

브랜드	LOGO	색채	일러스트	레이아웃	시각요소 분석
Weilong (웨이룽)		 C (Cyan): 0% M (Magenta): 60% Y (Yellow): 70% K (Black): 10%			LOGO: 빨간색과 흰색을 사용하고, 글꼴은 현대적이고 역동적인 느낌을 준다. 색채: 레드와 옐로우의 비비드한 컬러 조합 일러스트: 귀엽고 친근한 외계인 이미지를 채택하고 중국 전통 문화 요소를 융합하여 어린이 같은 재미와 활력을 지닌 시각 이미지를 나타낸다. 레이아웃: 화면은 상하 두 개의 주요 영역으로 나누어지며, 중앙에는 외계인 구성이 배치되어 있다.
Mala Wangzi (마라왕자)		 C (Cyan): 0% M(Magenta): 70% Y (Yellow): 60% K (Black): 10%			LOGO : 금색 왕관 패턴이 브랜드 이름과 조화를 이루며, 노란색과 흰색의 색상 조합을 사용한다. 색채: 상단은 노란색과 흰색을 사용하고, 중하단은 빨간색을 채택한다. 일러스트: 회사를 대표하는 창립자의 이미지가 브랜드의 발명 기원과 역사를 강조한다. 레이아웃: 상단은 브랜드의 대표적인 왕관으로 구성되고, 중간에는 기업 문화를 강조하는 일러스트가 배치된다.
Feiwang (비왕)		 C (Cyan): 20% M(Magenta): 50% Y (Yellow): 70% K (Black): 10%			LOGO : 검은색 번체 글씨가 있으며, 뒤쪽에는 붓터치의 빨간색 배경이 사용된다. 색채: 전판 적황 배색 일러스트: 카툰 셰프 이미지를 통해 선명한 색상 조합으로 브랜드의 독특한 개성을 생동감 있게 표현한다. 레이아웃: 상단은 브랜드 로고로 구성되고, 중간에는 투명한 부분과 일러스트가 배치된다.

<p>Fantianwa (판천아)</p>		 C (Cyan): 0% M(Magenta): 60% Y (Yellow): 70% K (Black): 5%			<p>LOGO : 빨간색 한자 글씨로 구성되어 있으며, 테두리에는 구름 무늬가 있다. 색채: 빨간색을 주색으로 하고, 금색을 보조색으로 사용하며, 흰색으로 포인트를 준다. 일러스트: 원형 로고와 구름 모양, 선명한 빨간색을 통해 브랜드의 독특한 개성을 생동감 있게 표현한다. 레이아웃: 상, 중, 하의 레이아웃으로 상단에는 브랜드 로고로 구성되었으며 가운데에는 투명한 부분과 일러스트가 배치되어 있습니다.</p>
<p>Junzai (군자)</p>		 C (Cyan): 0% M(Magenta): 50% Y (Yellow): 80% K (Black): 10%			<p>LOGO : 레드 컬러 원형에 화이트 캐릭터 라인 패턴, 그 아래 중국어와 영문 브랜드 이름 색채: 빨간색과 노란색의 조합에 흰색으로 포인트를 준다. 일러스트: 카툰 닭 이미지를 통해 선명한 색상 조합과 간결한 텍스트 정보로 이 브랜드의 독특한 개성을 생동감 있게 표현한다. 레이아웃: 상단은 브랜드 로고로 구성되고, 중간에는 투명한 부분과 일러스트가 배치된다.</p>
<p>Xiange (현형)</p>		 C (Cyan): 0% M(Magenta): 90% Y (Yellow): 90% K (Black): 10%			<p>LOGO : 밑부분은 블루와 화이트 배색의 타원형 패턴에 앞면은 브랜드 중국어 색채: 대면적의 흰색 바탕에, 하단은 빨간색이고 상단에는 금색 로고가 있다. 일러스트: 입술의 형태에 생동감 있고 재미있는 혀 일러스트를 결합하여 시각적 충격력이 매우 강하다. 레이아웃: 상단에 로고, 가운데에 제품 실물, 하단에 재미있는 일러스트</p>
<p>Qiongyu (충위)</p>		 C (Cyan): 5% M (Magenta): 90% Y (Yellow): 95% K (Black): 10%			<p>LOGO : 검은색 붓글씨에 뒤는 검은색 붓터치 색채: 전체적으로 블랙과 화이트 배색 일러스트: 매우 유명한 "신조협려" 중국 사극의 고전적인 이미지. 레이아웃: 바로 위 문화 스토리 일러스트 상하단 좌우 화이트 컬러의 제품 투명 포장</p>
<p>Yuanshi (겐지 매운맛)</p>		 C (Cyan): 0% M(Magenta): 50% Y (Yellow): 60% K (Black): 3%			<p>LOGO : 흰색 붓글씨에 빨간색 사각 배경 사용 색채: 바닥 화이트 바탕에 위아래 레드 옐로우 컬러 배합 일러스트: 기업의 문화를 강조한 사브사브와 향신료의 일러스트레이션으로 레이아웃: 왼쪽 상단 로고 정중앙에 제품 이름 및 일러스트 배열</p>

Zhouxiao ling (주소령)		 <p>C (Cyan): 10% M(Magenta): 70% Y (Yellow): 60% K (Black): 10%</p>			LOGO : 브랜드 창립자의 사진과 이름 색채: 빨강 노랑 흰색의 조합 배열 일러스트: 브랜드 창업주 사진과 이름으로 기업문화 살리기 레이아웃: 상단은 브랜드 로고로 구성되고, 중간에는 투명한 부분과 일러스트가 배치된다.
Xiaolala (소라라)		 <p>C (Cyan): 10% M(Magenta): 40% Y (Yellow): 70% K (Black): 10%</p>			LOGO : 노란색 원형 바탕에 빨간색 고추 캐릭터, 흰색 글씨 사용 색채: 본체는 옐로우 레드 포인트 일러스트: 빨간 고추 소인 캐릭터에 재미있는 글씨로 브랜드 네임 고희의 함축적 표현 레이아웃: 위쪽은 브랜드 네임 로고 가운데는 제품 실물 그림 일러스트와 아래쪽 레터링으로 구성되어 있다.

사례분석에 따르면, 대부분의 브랜드는 선명한 빨간색, 노란색 등 따뜻한 색조를 통해 열정과 활력을 전달하며, 동시에 문화적 함의를 담은 일러스트(예: 카툰 이미지, 전통 문화 상징 등)를 결합하여 브랜드의 감정적 매력을 강화한다. 이러한 디자인 전략은 브랜드의 인지도를 높일 뿐만 아니라 소비자의 감정적 공감과 구매 의욕을 효과적으로 증진시킨다.

4. 설문조사

4.1 가설

본 연구는 매운 라티아오 브랜드의 일러스트가 매출에 미치는 영향을 탐구하는 것을 목표로 한다. 관련 문헌을 바탕으로 다음과 같은 가설을 제시한다:

- H1: 일러스트 포장디자인은 소비자의 매운 라티아오 브랜드에 대한 호감도와 구매의사를 향상시킬 수 있다.
- H2: 문화적 이야기성과 재미가 풍부한 일러스트 스타일은 단순한 사실적 일러스트보다 젊은 층의 감정 공명을 효과적으로 유도할 수 있다.

소비자의 태도와 감정 반응에 대한 정량적 분석을 통해 본 연구는 브랜드 마케팅에서 일러스트 디자인의 적용에 대한 실증적 데이터를 제공할 것이다.

4.2 연구 대상과 방법

본 설문조사는 2025년 12월 2일부터 12월 16일까지 WenJuanXing, Wechat, XiaoHongShu 등의 소

설 플랫폼을 통해 라티아오를 구매해본 적이 있는 소비자를 대상으로 설문지를 수집하였다. 최종적으로 139개의 설문지를 수집하였고, 설문조사 데이터분석에 SPSS27의 프로그램을 사용하여 빈도 분석, 리커트(Likert) 5점 척도로 분석하였다. 참여자의 연령대는 18세에서 40세 사이로, 주로 젊은 소비자 집단에 집중하여 브랜드 포장 디자인에 대한 민감성을 반영하고자 한다. 샘플의 다양성과 대표성을 확보하기 위해, 참여자는 다양한 도시에서 모집되었다.

4.3 결과

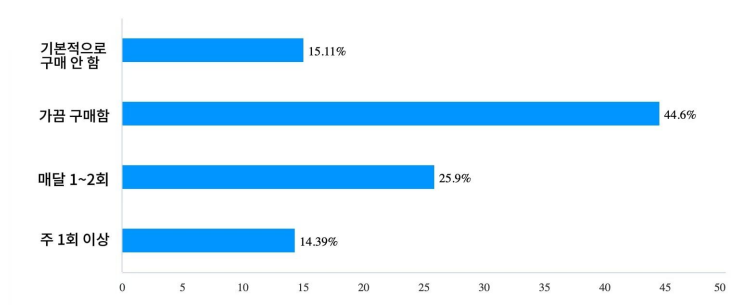
4.3.1 소비자 분석

[표 2]는 설문 응답자 기초 빈도 분석에 관한 표이다. 설문 응답자 중 남성은 45.32%, 여성은 54.68%를 차지한다. 연령 분포를 보면, 20-29세 응답자가 가장 높은 비율(50.36%)을 차지하며, 그다음으로 20세 미만(21.58%), 30-39세(17.99%), 40세 이상(10.07%) 순이다. 그 세부 내용은 아래 [표 2]와 같다.

[표 2] 설문 응답자 기초 빈도 분석

[Table 2] Survey Respondent Basis Frequency Analysis

		빈도	비율
성별	남자	63	45.32%
	여자	76	54.68%
연령층	20대 이하	30	21.58%
	20세-29세	70	50.36%
	30세-39세	25	17.99%
	40세 이상	14	10.07%
합계		139	100%



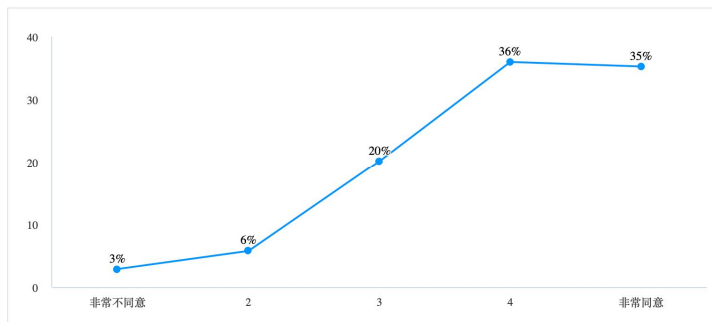
[그림 3] 구매 행위 관한 빈도 분석

[Fig. 3] Analysis of Purchase Behavior Frequency

[그림 3]은 구매 행위 빈도 분석에 관한 도표이다. 설문 응답자 중 44.6%의 응답자가 가끔 매운 라타아오를 구매하며, 25.9%는 매달 1-2회 구매한다고 응답했다. 14.39%는 매주 1회 이상 구매한다고 밝혔다. 15.11%의 응답자는 기본적으로 매운 라타아오를 구매하지 않는다고 응답했다.

4.3.2 매운 라타아오 일러스트 표현 응용 선호도 분석

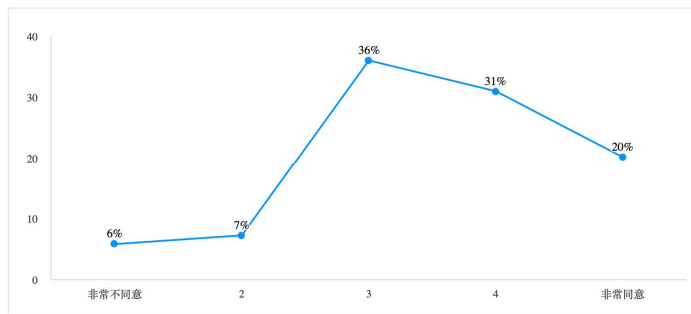
[그림 4]는 일러스트가 시각적인 흡인력에 미치는 영향에 관한 도표이다. 설문 응답자 중 35.25%의 소비자가 ‘매우 동의’한다고 답했으며, 재미있는 일러스트가 제품에 대한 첫인상에 영향을 미친다고 생각한다. 또한, 35.97%의 소비자가 ‘다소 동의’한다고 답했다. 이는 70% 이상의 소비자가 재미있는 일러스트 디자인을 선호한다는 것을 보여준다.



[그림 4] 일러스트가 시각적인 흡인력에 미치는 영향

[Fig. 4] Effects of Illustration on Visual Attraction

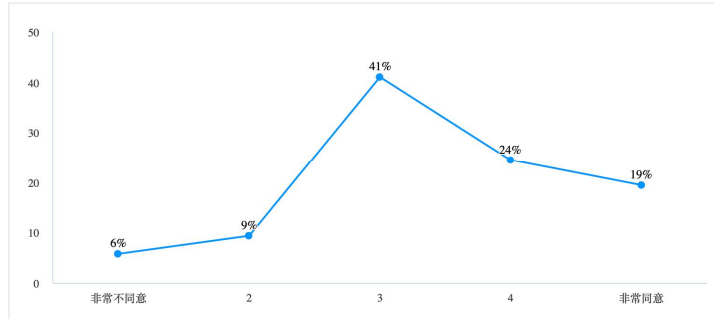
[그림 5]는 문화 스토리텔링 일러스트의 공감 효과에 관한 도표이다. 설문 응답자 중 35.97%의 소비자가 ‘다소 동의’한다고 답했으며, 20.14%의 소비자가 ‘매우 동의’한다고 답해 문화적 이야기성이 풍부한 포장이 감정적 공감을 더 잘 이끌어낸다고 생각한다.



[그림 5] 문화 스토리텔링 일러스트의 공감 효과

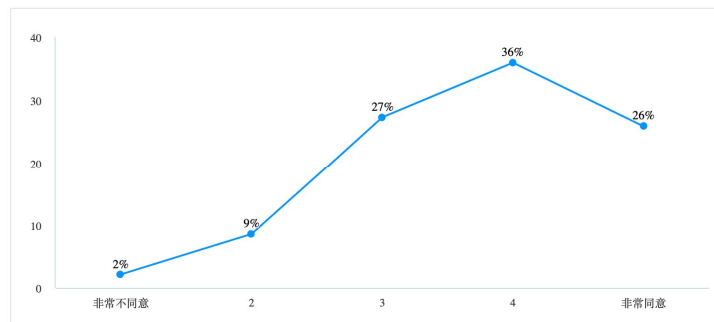
[Fig. 5] Empathy Effect of Cultural Storytelling Illustration

[그림 6]은 문화 스토리텔링 포장이 브랜드를 더욱 상징적으로 만드는 것에 관한 도표이다. 설문 응답자 중 41.01%의 소비자가 ‘다소 동의’한다고 답했으며, 19.42%의 소비자가 ‘매우 동의’한다고 답해 문화적 이야기성이 있는 포장이 브랜드를 더 상징적으로 만든다고 생각한다.



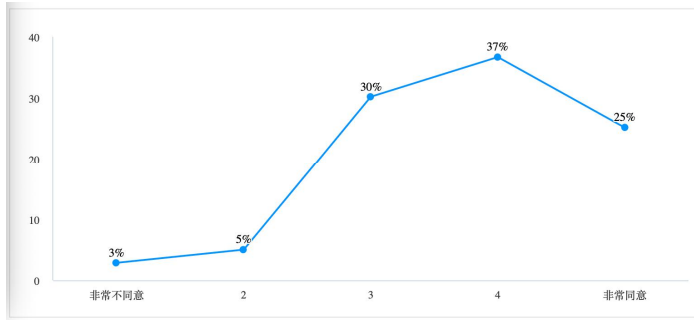
[그림 6] 문화스토리텔링 포장은 브랜드를 더욱 상징적으로
[Fig. 6] Cultural storytelling packaging makes brands more symbolic

[그림 7]은 일러스트 포장이 구매 의사에 미치는 영향에 관한 도표이다. 설문 응답자 중 35.97%의 소비자가 ‘다소 동의’한다고 답했으며, 25.9%의 소비자가 ‘매우 동의’한다고 답해 동일한 맛과 가격대에서 일러스트 포장이 있는 매운 스낵 제품을 더 선호한다고 생각한다.



[그림 7] 일러스트 포장이 구매 의사에 미치는 영향
[Fig. 7] The impact of illustrated packaging on purchase intent

[그림 8]은 전체적인 시각 디자인이 구매 선호도에 미치는 영향에 관한 도표이다. 설문 응답자 중 36.69%의 소비자가 ‘다소 동의’한다고 답했으며, 25.18%의 소비자가 ‘매우 동의’한다고 답해 매운 스낵 포장의 전체적인 시각 디자인이 구매 선호에 영향을 미친다고 생각한다. 위의 설문 조사 결과에 따르면 본 연구의 가설은 성립된다.



[그림 8] 전체적인 시각 디자인이 구매 선호도에 미치는 영향

[Fig. 8] The impact of overall visual design on purchasing preferences

5. 결론

본 연구는 중국의 매운 라타아오 브랜드를 사례로 하여 일러스트가 간식 포장 디자인에 미치는 소비자 행동에 대한 영향을 종합적으로 탐구하였다. 연구는 이론 분석, 시장 현황 조사 및 소비자 행동 연구를 통해 포장 내 일러스트 디자인의 다중 역할과 가치를 밝혔다. 첫째, 일러스트는 독특한 시각적 표현 형식으로서 색상, 그래픽, 글꼴 등 다양한 디자인 요소를 통해 브랜드의 개성과 문화적 함의를 전달할 수 있으며, 포장의 시각적 매력과 브랜드 인지도를 현저하게 강화한다. 둘째, 일러스트에 문화적 표상과 감정적 요소가 결합되면 브랜드의 상징적 의미를 강화할 뿐만 아니라 소비자의 감정적 공감을 효과적으로 유도할 수 있으며, 특히 젊은 소비자 집단에 대한 매력이 더욱 두드러진다. 또한, 소비자 조사 결과는 재미있고 문화적인 일러스트 포장이 제품 구매 의향을 높이는 데 긍정적인 영향을 미친다고 나타났으며, 소비자들은 동일한 조건에서 일러스트 디자인이 있는 제품을 더 선호하는 경향이 있다. 이는 일러스트를 활용한 디자인이 브랜드 마케팅에서 중요한 전략 중 하나가 되었음을 보여준다. 마지막으로, 본 연구는 매운 라타아오 산업의 포장 디자인에 이론적 지원과 실천적 지침을 제공할 뿐만 아니라 다른 간식 산업의 브랜드 구축 및 혁신 디자인에 대한 참고 자료를 제공한다. 앞으로 포장 디자인은 감정적이고 문화적인 표현을 더욱 중시해야 하며, 혁신적인 일러스트 디자인을 통해 소비자의 증가하는 미적 요구와 감정적 가치 추구를 충족시켜 브랜드의 시장 경쟁력을 더욱 높여야 한다.

References

- [1] Baidu Encyclopedia, "Spicy strips," *baike.baidu.com*, <https://baike.baidu.com/item/%E8%BE%A3%E6%9D%A1/7465795> (accessed Dec. 12, 2025).
- [2] P. Yu, "Meaning Generation and Discourse Power of Stuart Hall's Cultural Representation Theory," *Foreign Language Research*, no. 3, pp. 91-98, May 2024, doi: 10.16263/j.cnki.23-1071/h.2024.03.013.
- [3] Sina Finance, "Market Size, Key Enterprise Analysis, and Industry Development Trends for the Chinese Spicy and Spicy Strips Industry in 2025," *baijiahao.baidu.com*, <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1845389166752656610&wfr=spider&for=pc> (accessed Dec. 12, 2025).
- [4] L. Huang, "The Application and Practice of Traditional Chinese Design Elements in Food Packaging Design As an example, consider the packaging design of Hakka 'Beastherd' fermented bean paste," Master's thesis, Xi'an University of Foreign Languages, Xi'an, China, 2022. [Online]. Available: <https://doi.org/10.27815/d.cnki.gxawd.2022.000389>
- [5] Baidu Encyclopedia, "Packaging design," *baike.baidu.com*, <https://baike.baidu.com/item/%E5%8C%85%E8%A3%85%E8%AE%BE%E8%AE%A1/19417> (accessed Dec. 2, 2025).
- [6] L. Li, "Research and Innovation in Beer Packaging Design in Qingdao," Master's thesis, Qingdao University, Qingdao, China, 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.27262/d.cnki.gqdau.2021.002119>
- [7] J. Qie, "On Visual Elements in Packaging Design," *Packaging Engineering*, vol. 26, no. 3, pp. 174-176, Apr. 2005, doi: 10.3969/j.issn.1001-3563.2005.03.067.