



## 중국 화장품 산업 패키지 디자인 보고서



**Part I. 중국 화장품 패키지시장의 발전 현황 및 전망**

Part II. 중국 화장품 패키지 디자인 주요 요소

Part III. 중국 화장품 패키지 안전 및 법률 규정

## 중국 패키지 재료 발전 역사

### 자연재료

중국 고대인들은 식물의 잎과 동물의 가죽, 뿔 등의 천연재료 예를 들면, 나뭇잎, 대나무 잎, 연 잎, 파초 잎, 나무 피, 소 가죽, 양 가죽, 호리병, 계란껍데기, 소라딱지, 대나무 뿌리, 소뿔, 뼈 등을 이용하여 용기를 만들었음. 속이 빈 호리병과 동물의 뼈는 유리병보다 먼저 사용되었고, 동물의 가죽과 나뭇잎은 오늘날 종이 가방과 비닐 봉지 같은 용도로 사용되었음

### 도기

신석기 시대 도자기의 출현으로 대나무와 나무 등 자연 재료를 통해 직접적으로 용기를 만들어 포장 하던 것과는 다르게 사람이 가공을 통해 원료 본래의 속성을 변화하여 내구성, 방부성, 조형성, 가소성 등 많은 새로운 특성을 얻었음 또한, 대량 제작이 되었으며 지속적으로 발전하여 디자인적 요소도 증가하였음

### 견직물

중국 고대 일찍이 견직물과 자수로 제조된 포장 물이 있었음 어떤 것은 직접적으로 포장 용기로 제작되었고, 어떤 것은 “채색단자,” 비단상자” 등으로 제작되었음. 견직물로 만든 포장 용기와 포장 상자는 중국 고대 고급 장식품, 보석 및 옥기, 고급 공예품, 귀중 약재 및 다른 진귀한 물품을 포장하는데 사용 되었으며, 오늘날까지도 이용되고 있음



## 중국 패키지 재료 발전 역사

### 청동기 / 철

중국의 하(夏), 상(商), 주(周) 나라의 시기에는 청동기 제작이 변화한 시대임. 특히 상(商), 주(周) 시대에는 정(鼎)이 제(祭)기와 예(禮)기로 주요 사용되었음. 당시 제조된 청동기의 종류가 다양하고, 형태가 아름답고 정교하며 높은 공예가치와 예술적 가치를 가졌음. 춘추전국 시대부터 시작되어 철(鐵)주전자, 철(鐵)상자 등의 용기가 제작되었음. 원(元)대 이후 금속을 개발하여 합금 재료도 제작 되었으며, 금속을 사용한 용기의 사용범위가 확대되었음

### 자 기

도자기를 포장에 사용한 역사 또한 오래되었음. 한(漢)대에 이미 광범위하게 도자기를 사용해 양식과 다른 식품을 저장했음. 송 대에는 대량으로 도자기를 사용해 술을 포장하였으며, 매우 정교했고, 어떤 때에는 품명을 유약을 사용해 자기에 새겼음

### 종 이 / 인쇄술

동한(東漢)시기 공예가 채윤(蔡倫)이 서기150년에 제지기술을 발명하고 서기200년 동한시대의 제지공예가 좌백(左伯)이 좌백지(左伯紙)라는 종이를 만들며 종이제작과 방충 기술을 높였음. 송(宋)대에는 각종 색상의 포장지를 생산하였고 북송(北宋)시대에는 활자인쇄술을 발명했음. 인쇄술이 일찍이 포장 기술에 사용되었음

### 유 리

한(漢)대에 유리를 사용하여 용기를 제작하는 기술이 발전되어 푸른 유리그릇, 푸른 유리컵 등이 생산되었음. 유리용기 제작 시 입으로 부는 기술이 한(漢)대 시대에 로마에서 중국으로 들어왔음. 명(明)대에 유리 용기를 대량 생산하였으며, 동남아 각지로 수출하였음

## 중국 화장품 패키지 역사적 특징

화장은 고대부터 오늘날까지 바뀌지 않는 여자의 취미 중 하나  
중국에서 제일 먼저 화장품이 사용된 시기는 하(夏)상(商)주(周)시기였음  
고대에 일반적으로 사용한 화장품은 “화전”, “연지”, “화장가루”, “액황” 및 “눈썹 먹분”이 있었으며,  
화장품 산업 발전에 따라 화장품 패키지 시장 또한 동시에 발전해왔음



## 중국 화장품 패키지 시장의 발전 역사



[칠자염(七子奩)과 칠자염합(七子奩盒)]

### 염합 (화장상자) 奩盒

염합은 고대에 화장품을 보관하던 용기로,  
일반적으로 작은 상자(5개, 6개, 9개)로 구성되는 함이며,  
작은 상자 안에는 흔히 각종 화장품을 넣을 수 있음  
예를 들면 일곱 개의 작은 상자로 구성된 염합 중 일곱 개의 작은 상자는  
“칠자염(七子奩)”이라 불리며,  
일곱 개의 작은 상자를 담는 커다란 함은 “칠자염합(七子奩盒)”이라고 했음

## 중국 화장품 패키지 시장의 발전 역사



[만청(晚淸) 연지합]



[송(宋)대 연지합]

### 연지합 (연지상자) 胭脂盒

고대 연지(胭脂)는 연지(燕脂), 언지(焉支)로 불렸으며, 연지의 기원에 대하여는 두 가지 상이한 설(說)이 있음 하나는 연지가 상(商)나라 주(紂)황제 시기에 연(燕)나라에서 생산되어 연지(燕脂)라는 이름이 생겼으며, 다른 하나는 중국서북 흉노지역의 연지 산(焉支山)에서 생겨났고, 흉노 귀족 부녀들이 연지로 화장 한 것에서 유래되었음 연지를 넣는 작은 함은 연지함 이라 불리며 연지함은 원형에 뚜껑과 용기 두 부분으로 구성됨

## 중국 화장품 패키지 시장의 발전 역사



[동한(东汉)시대 자수 분 주머니]

### 분대 (분 주머니) 粉袋

중국 고대 여성들은 천을 사용하여 휴대하기 쉬운 작은 주머니를 만들고, 주머니에 다양하고 화려한 자수를 넣었으며, 향분(香粉)을 넣어 어디서나 화장을 고칠 수 있게 사용하였음  
선진(先秦)시대의 여성은 다른 시대에 비해 분을 바르는 것을 특별히 선호하였으며, 이러한 화장법은 현대 중국 여성의 화장 트렌드에 커다란 영향을 끼쳤음

## 현대 중국 내 화장품 패키지 시장에서 자주 사용되는 재질



플라스틱

유리

금속

종이

## 현대 중국 내 화장품 패키지 시장에서 자주 사용되는 재질 “플라스틱”



### ✓ 플라스틱으로 제작된 패키지는 약품과 화장품에 주로 사용되는 포장 용기임

- 플라스틱 패키지의 응용 범위는 매우 넓고, 제작이 빠르고, 무게가 가볍고 가격 또한 저렴하며, 대규모 생산이 가능함 또한 각종 규격과 모양으로 생산이 가능하고, 투명도 또한 자유자재로 선택이 가능하며 다양한 색상 또한 제작이 가능함
- 플라스틱 용기에 비교적 쉽게 인쇄를 진행할 수 있음. 온도 조절을 통한 글자 프린팅, 색상 변환 등의 방법을 통해 제품 설명서, 심볼, 바코드 등을 플라스틱 케이스에 직접 새길 수 있음
- Anna Sui, Olay

## 현대 중국 내 화장품 패키지 시장에서 자주 사용되는 재질 “유리”



### ✓화장품 포장에서 유리는 여전히 상당히 중요한 자리를 차지함

- 유리의 우수한 격리성으로 화장품의 품질을 변함 없이 유지할 수 있음
- 유리의 투명도와 표면의 매끄러운 강점 및 다양한 유리 공예로 우아하며 프리미엄의 느낌을 전달함
- 유리용기는 보통 프리미엄 화장품 및 향수에 사용됨
- Estee Lauder, Oshadhi

## 현대 중국 내 화장품 패키지 시장에서 자주 사용되는 재질 “금속”



### ✓금속패키지가 화장품 시장 내 지닌 독특한 존재가치

- 금속을 사용한 패키지는 화장품 패키지 중 자주 사용됨. 주로 립스틱, 파우더에 많이 사용됨
- 초기에 사용되던 황동재질의 패키지가 알루미늄으로 바뀌면서 잘 새지 않고, 파열되지 않으며, 안전성이 높으며 위생적이고, 유리용기와는 다르게 회수하기 쉬움
- L'occitane, Benefit, Jurlique

## 현대 중국 내 화장품 패키지 시장에서 자주 사용되는 재질 “종이”

蜂花®  
BEE&FLOWER



### ✓종이포장은 여전히 중점적으로 사용되고 있음

- 제작비용이 상대적으로 저렴하고 환경을 보호는 종이포장은 소비자들이 꾸준히 소비 하게 만드는 강점임
- 회수가 용이하며, 휴대하기 편하지만, 제품에 대한 보호성 및 견고성은 다른 패키지 재질에 비해 떨어짐
- 중국 브랜드 평화(蜂花, bee&flower)는 두피에 맞는 천연 약재를 사용해 비누를 판매하며 수 십 년 동안 오직 작은 갈색종이에 포장을 함. 포장지에는 슬로건을 프린팅 하였으며 현재까지도 많은 소비자가 선호하는 자연스럽고 건강한 이미지를 전달하고 있음

## 현대 중국 화장품 패키지 시장 트렌드

환경보호

실용성

소비자 중심

차별화

## 중국 화장품 패키지 시장 트렌드 “환경보호”



✓친환경은 향후 지속적으로 추구하는 방향으로 패키지 시장에서도 예외가 아님

- 2010년11월10일 - 12일 홍콩에서 개최된 아시아 태평양 미용 전시회 기업 인터뷰 중 패키지 제작 기업 모두 친환경, 환경보호에 집중한 개발의 일환으로 식물성 플라스틱, 재생용기, 대나무 용기를 언급함
- 2010년, 한국 화장품 패키지 생산업체 FSKorea사가 나무와 플라스틱의 합성 재료로 만든 새로운 케이스를 선보여 소비자의 주목을 받았음
- 2013년9월15일-17일, 한 해에 두 번 개최되는 제39회 광동 국제 미용 박람회에 “국제 패키지 감상 문화제”가 개최된 본 문화제에선 화장품의 친환경적 패키지 디자인 및 향후 중시 될 “그린 패키지”에 대한 트렌드를 알 수 있었음

## 중국 화장품 패키지 시장의 트렌드 “화장품 패키지의 실용성”



### ✓화장품 패키지는 중국 소비자가 화장품 구매 결정에 영향을 끼치는 주요 요소임

- 화장품구매 여성의 59.52%는 화장품 사용 후, 화장품 케이스를 진열하는 습관이 있으며 제품 용기는 향후 소비자의 구매에 엄청난 영향을 가져 올 것임
- 대만의 유명 화장품 브랜드 NARUKO 제품은 케이스 포장을 접을 수 있거나 작은 수납장을 만들 수 있으며 필기구 상자, 사무용 수납 상자 등 다용도로 사용 가능함. 본 디자인은 2011년 국제패키지디자인 대상(IPDA)을 수상함

## 중국 화장품 패키지 시장의 트렌드 “소비자 편의 디자인”



### ✓상품 자체 특징 이외에도 소비자의 편의를 고려한 패키지가 트렌드를 이룸

- 여성 소비자 화장품 평가 보고서 조사에 따르면 조사대상 소비자의 78%는 소비자는 대부분의 화장품 패키지가 개성이 부족하여, 사용 시 불편함도 있다고 답함. 또한 64%의 소비자는 “병의 입구가 너무 커 사용량을 조절하기가 쉽지 않아 낭비함”이라 답하였음. “ 패키지 내 화장품이 남아있지만 쉽게 나오지가 않아 남아있는 화장품을 그냥 버리게 됨”이라는 소비자가 72%에 도달함. 그 외 24%의 소비자들은 “병 입구가 너무 작아서 내용물이 잘 나오지 않아 병을 거꾸로 두드려 나오게 해야 하며 불편을 느낌”이라고 답함
- 펌프 식의 패키지가 소비자들의 편의를 위해 디자인 됨. 이러한 병 입구 디자인은 사용량을 조절하기 쉽고, 위생적이며, 편리함. 입구에 구슬이 들어간 디자인이나 스포이드 같은 디자인 또한 소비자의 습관에 따라 디자인 되었음

## 중국 화장품 패키지 시장의 트렌드 “디자인의 차별화”



### ✓차별화된 제품 패키지는 소비자가 브랜드에 더욱 주목하게 만들

- 차별성이 강조된 화장품 패키지는 화장품 브랜드의 이미지를 높일 뿐만 아니라, 제품 진열 시 판매에도 중요한 요소임
- Harajuku의 디자인은 도쿄 변화가의 패션 트렌드에서 영감을 얻었으며, 가수 Gwen Stefani의 음악과 가사에 맞춰 디자인 하였음. 본 향수는 가수 Gwen Stefani를 선호하는 팬들을 위해 “치명적인 사랑스러움”이라는 컨셉으로 제작되었음
- 유명한 디자이너 Marc Lalique 가 디자인한 “L’Air du Temps(시대의 바람)”의 독창적인 디자인은 소비자들의 마음을 사로잡았으며, 전체적인 디자인은 수정으로 만든 한 쌍의 날개를 펴고 날아오르는 비둘기를 표현하였으며 인류의 평화를 표현함



Part I. 중국 화장품 패키지시장의 발전 현황 및 전망

**Part II. 중국 화장품 패키지 디자인 주요 요소**

Part III. 중국 화장품 패키지 안전 및 법률 규정

## 중국 화장품 패키지 디자인 분석



### 그래픽 디자인

디자인 작업시, 다양한 그래픽 패키지 디자인을 통해 소비자에게 브랜드의 차별적 가치 제공과 제품에 대한 연상을 전달함

제품 디자인을 통해 대량의 제품 정보를 전달하며, 브랜드에 대한 인지도를 구축하는 데는 한계가 있음

그러므로 특정 도형을 선정한 후 디자인을 진행하여 특정 그래픽을 소비자가 연상하였을 시, 브랜드에 대한 연상이 같이 떠오를 수 있는 효과를 발휘함

그래픽디자인  
진행 시  
주의해야 할  
5가지 요소

1

**한번에 소비자의 눈길을 사로잡아라**

화장품 포장 디자인의 성공은 용기를 통해 소비자를 끌어들이는 뿐만 아니라, 시각적인 자극과 동시에 브랜드의 이미지를 소비자에게 전달하는 중요한 요소임

2

**명확한 브랜드 포지셔닝**

화장품 포장의 그래픽 디자인은 반드시 해당 상품이 전달하려는 메시지와 일치해야 하며, 명확한 메시지 전달에 중점이 되어야 함

3

**그래픽 디자인은 미학적 법칙에 부흥해야 함**

제품 패키지 그래픽의 각 디자인의 조합은 다양하게 가능하며 단일하게 고정된 규정이 없고 미학적으로 디자인 되어야 함

4

**진실정과 정확성**

그래픽 디자인을 통해 다양한 선택범위와 표현방법이 있지만, 디자인을 통해 소비자에게 합당하지 않는 메시지 전달은 불법임

5

**패키지 그래픽 디자인은 일반 소비자들이 식별하기 쉬워야 함**

제품 패키지 그래픽 디자인의 구도를 잡을 때, 소비자의 시선을 끌며 알맞은 순서와 효과적인 식별 방식으로 구성되어야 함

## 중국 화장품 패키지 디자인 분석



### 컬러 디자인

심리학 연구에 따르면 사람의 시각이 처음 물체를 관찰하는 20초 중, 컬러에 대한 지각이 80%를 차지하고 물체 인자가 20%를 차지하며, 2분 후 컬러는 60%를, 물체는 40%를 차지하고, 5분 후 각각 50%으로 지속됨

컬러가 사람에게 주는 이미지는 빠르고, 강렬하며, 오래 유지 됨  
컬러는 일종의 눈길을 사로잡는 유혹 작용을 일으키며 화장품 패키지 제작시 컬러의 강점을 충분히 살려, 여성소비자의 구매욕구를 유발해야 함

## 컬러 디자인 “성별과 컬러”



[남성화장품]



[여성화장품]

### ✓성별과 컬러

- 성별 관련 색상 보고서에 따르면, 남성이 생각하는 유행 색상 배열은 검정, 회색, 흰색, 빨강, 파랑이었으나, 여성이 선택한 색상은 검정, 녹색, 흰색, 회색 그리고 빨강이었음. 남성이 선정한 전통적 색상 배열은 빨강, 검정, 회색, 파랑 및 갈색이었지만, 여성이 선택한 색상은 빨강, 검정, 흰색, 노랑 및 갈색이었음. 남성들은 비교적 어두운 검정과 회색의 무채색을 선호하고, 이러한 무채색은 남성 화장품 패키지에 반영되어 남성의 차분함과 위엄을 부여함
- Biotherm, Golf, Estee Lauder

## 컬러 디자인 “연령과 컬러”



### ✓연령과 컬러

- 조사에 의하면, 화장품 사용자의 주요 연령은 20~40대이며 그 비율은 최고 84.6%임. 20세 이하나 40세 이상의 사용자는 비교적 적으며 이러한 연령대의 사람들은 대상으로 특정 색상이 있음. 20~40대의 소비자들이 선호하는 색상은 녹색이나 보라색이었음
- 녹색계열, 파란색, 청록색 등은 풀과 나무 등의 식물을 떠올리게 하여 젊음, 생명, 평화 등의 느낌을 연상함. 보라색, 남색은 수정 등과 같은 고급스러움 및 신비한 이미지를 느끼게 하며 이러한 화장품 패키지 컬러는 소비자들에게 젊고 생생한 느낌을 전달함
- CLINIQUE 패키지는 녹색과 노란색 계통이며, 랑콤, H2O 등의 유명 화장품은 파란색을 주로 사용함

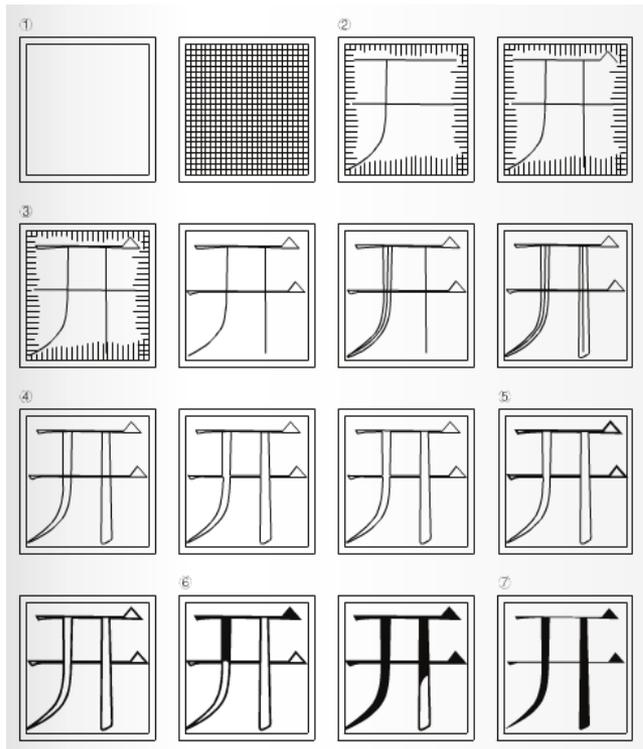
## 컬러 디자인 “지역과 컬러”



### ✓지역과 컬러

- 각 나라 및 다양한 민족은 색상에 다른 선호를 가지며, 각종 색상에 상징적 의미를 부여함. 예를 들어, 중국에서 빨강색은 활력, 따뜻함, 건강, 즐거움을 연상시키나 다른 나라나 민족에겐 빨강색은 위험과 금지의 의미를 표현함  
화장품 포장 디자인의 색상 선택에 있어, 해당 국가나 지역의 사회적 문제 및 문화적 이슈를 주의 깊게 고려해야 함
- 중국 하(夏)왕조 시기에는 검정색이 유행하였으며 상(商)왕조에는 하얀색이, 주(周)왕조에는 빨강색이 유행하여 현재까지 이어지고 있음. 빨강색은 중국 소비자가 선호하는 색상 중 하나이며, 중국인은 즐거운 명절이나 행사에 빨강색 옷을 입을. 이러한 빨강색을 비달사순(VS)는 헤어 케어 제품 케이스에 적용시켜 동일한 제품을 미국에선 하얀 색 패키지에, 중국에선 빨강색 패키지에 디자인하여 판매함

## 중국 화장품 패키지 디자인 분석



### 문자 디자인

문자는 그래픽에 대비해 또 다른 중요한 메시지를 전달하는 방법임  
 화장품 디자인 중 브랜드 네임과 설명서는  
 모두 브랜드의 이미지를 대표하며,  
 광고 홍보와 제품 특징 설명 역할을 하는데,  
 이는 소비자에게 상품과 브랜드에 내포되어 있는  
 특정 의미와 브랜드이미지 그리고 상품자체의 특성을 전달할 수 있음



**주요문자** ① ② ③ ④

주요문자는 상품의 브랜드 네임과 제품 명 등의 타이틀을 가리키며 장식화면의 주요부분으로 가장 두드러지는 시각 효과를 가지고 있음. 면적, 위치, 색채, 명암 등 모든 방면에서 두드러지며 일반적으로 패키지의 주요 부분에 디자인함

**설명문자** ⑤

중국 화장품 제품설명 법규 GB 5296.1에 따르면, 화장품 패키지상의 제품 명 및 브랜드 명 외, 생산 허가 번호, 상품용도, 생산일자, 유효기간, 생산 공장 명 및 주소, 용량 ,주요원료, 사용방법, 사용시 주의사항 및 안전경고, 상품 보관 방법을 표기해야 함. 이러한 문자설명은 간결하고 명확하게 상품의 특징을 전달하며 패키지 디자인 시, 문자편집을 통해 패키지의 제한적 공간에 효과적으로 디자인해야 함

## 중국 화장품 시장 내, 본토화 전략 참고 케이스



### 사복춘(谢馥春)

사복춘(谢馥春)은 중국 본토 화장품의 시작이며 청 도광(清道光) 10년인 1830년에 창립되었음 사복춘 전통화장품의 주요 제품인 오리알 향분, 식물성 오일 사향가루 헤어팩 및 향건(香件:동방 고체 향수)는 사복춘을 “대표하는 베스트셀러”임

사복춘의 패키지는 “중국 전통 화장품을 대표하는” 브랜드에 걸맞게, 고전적인 요소를 사용하여 디자인 되었으며, 그 중 헤어 오일과 연지는 도자기로 된 용기에 담겨 중국 특유의 전통 분위기를 전달하며 분향 주머니는 전통의 자수가 새겨진 주머니에 담겨 고전적 요소를 표현함

## 중국 화장품 시장 내, 본토화 전략 참고 케이스



### 설화수 (雪花秀)

설화수가 중국시장에 출시된 것을 기념하기 위해, 한국의 유명 민속 화가인 신선미 화가를 초청하여 설화수 베스트 상품 윤조에센스를 위해 한국특유의 민속 화 패키지 및 기념품 책갈피를 디자인하였음  
패키지 상의 민속 풍경은 함축적이고 수려하며 설화수의 브랜드 퍼스널리티에 적합함

민속화에는 한복을 입고 있는 소녀의 손에 설화수의 윤조에센스가 들려있으며

치파오를 입은 중국소녀에게 권하고 있음  
설화수가 한방 화장의 간결한 이념과 우수성을 중국에 전달해 준다는 것을 상징하고 있음

## 중국 화장품 시장 내, 본토화 전략 참고 케이스



### MAC (魅可)

글로벌 메이크업 대표 브랜드 MAC은 중국 시장 내 한정제품을 출시함  
악어 가죽무늬의 금속상자에 중국인이 선호하는  
모란의 이미지를 추가하였으며  
비단으로 된 술 장식과 꽃을 수놓아 동양의 프리미엄과 기품을 전달함

MAC



Part I. 중국 화장품 패키지시장의 발전 현황 및 전망

Part II. 중국 화장품 패키지 디자인 주요 요소

**Part III. 중국 화장품 패키지 안전 및 법률 규정**

## 패키지 포장검사



[화장품 포장 종이 상자]



[포장 패키지 압축강도 실험기계]

- 화장품은 다양한 유통 경로를 통하여, 진열대 전시 후 최종적으로 소비자에게 구매되기 때문에 제품을 안전하게 보호하기 위한 다양한 운송 포장이 필요함
- 현재 중국 내 화장품 운송 패키지는 주로 골판지 상자를 사용하며 주요 검사 항목은 다음과 같음
  1. 종이박스의 압력 저항 강도 측정 ; 2. 종이박스 압축 강도 실험 ; 3. 운송 진동 시뮬레이션 실험 ; 4. 박스 추락 실험
- 종이박스의 적층 실험을 통해 박스가 높은 압력을 견뎌낼 수 있어야 하며, 압력에 무너지지 않는지 확인하기 위해 압력 저항 강도를 측정함

## 인쇄 검사



[마모 실험기]



[원판 마모 측정 실험기 및 접착 테이프 기계]



- 화장품 패키지의 좋은 디자인을 위해 정교하고 균일한 인쇄를 진행하는데, 중국에선 제품 패키지의 인쇄 또한 엄격한 검사가 진행됨. 현재 중국 화장품 인쇄 품질 검사 항목으로는 인쇄 잉크의 마모성(마찰에 대한 저항성)과 부착지속성 검사, 색채 구별로 이루어짐

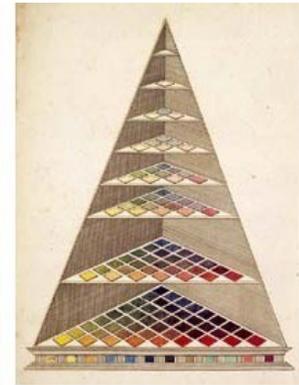
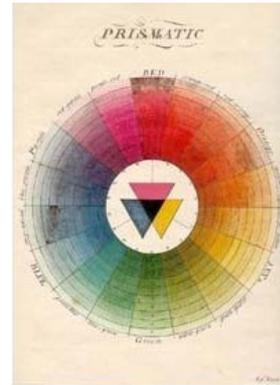
### 1. 마모성과 지속성 검사

- 인쇄가 된 제품 패키지이기 때문에 운송 중 마찰을 통해 표면이 손상되거나 제품 품질에 영향을 끼침 심지어 제품의 판매량에 영향을 끼치기 때문에 반드시 마모 실험기를 사용하여 잉크의 마모성에 대한 검사를 진행해야 함
- 실험은 전용 마찰기계를 통해 인쇄가 된 부분을 일정한 수와 빈도로 오가며 마찰시키는 것으로, 측정기계를 사용하거나 혹은 직접적으로 인쇄된 제품 표면이 손상된 정도를 관찰함

## 인쇄 검사



[VERIVIDE COLOR ASSESMENT CABINET]



### 2. 색채 구별

- 화장품 업계는 소비자들의 시각적인 요구를 만족시키기 위해 색의 선명도, 정확도, 지속성 등을 고려함
- 소비자들은 매장에서 빛에 반사된 색을 볼 가능성이 많기 때문에 생산과정에서 인쇄기술은 특히 세심함이 요구됨
- 패키지 색상 구별 작업에는 CIE(국제조명위원회)에서 규정한 D65 표준과 같은 자연광을 모방한 빛을 조명하여 색을 분별하는 작업이 필수임

## 접착 스티커 상표검사



[스티커 점성 테스트 기계]



[스티커 점성 테스트 기계]

- 화장품 패키지의 접착용 상표 응용이 광범화 되고 있으며 이에 대한 검사항목은 주로 최초 접착 시 얼마나 잘 붙는지, 접착 후 얼마나 지속되는지, 어떠한 강도에서 벗겨지는지를 중점으로 접착 스티커 상표 (접착 스티커 혹은 감압접착)의 부착성능 테스트에 초점을 둠

### 1. 초기 접착성 검사

- 초기 접착 성 검사는 경사면에서 접착 스티커가 붙여진 경사면에 쇠구슬을 가장 윗부분 부터 굴려 샘플과 접착할 때 쇠구슬이 멈추는지를 보는 실험임
- 쇠구슬의 무게를 조절하여 샘플 위에서 접착성능을 측정함

## 접착 스티커 상표검사



[지속성 측정 기계]



[지속성 측정 기계]

### 2. 지속성검사

- 지속성 검사는 위 사진과 같이 서로 무게가 다른 실험 추에 접착 샘플을 붙이고 바르게 매달아 일정시간 경과 후 샘플의 이동량을 통해 지속성능을 측정함

## 접착 스티커 상표검사



[전자 박리기계(가로형)]



[전자 박리기계(수직형)]

### 3. 박리 강도 측정

- 박리 강도 측정은 접착 상표 평가의 중요한 검사 기준임
- 일반적으로 중국에선 다양한 검사 기준이 있으며, 그 중 전자 박리 실험기를 예로 들면, 접착 샘플을 25mm의 폭으로 잘라, 실험판 위에 붙인 후 압력을 가하고 샘플을 실험기에 부착함. 실험속도는 300mm/min로 설정해 놓은 후, 실험기를 작동시켜 최종 강도 단위 KN/M까지 설정하여 검사함

## 기타 물리적 수치 검사



[인장강도 테스트 기]



[방법 열 접착 강도 테스트 기]



[절단강도 테스트기]

- 화장품 패키지 기계는 화장품 패키지 가공, 운송, 진열기간에 있어 상당히 중요한 작용을 함. 제품 품질의 상당 요소는 안정적인 유통의 영향을 받음. 이러한 운송 관련 검사는 종합적으로 인장강도, 박리 강도, 밀봉 강도, 제품 누출 정도, 충격 저항 성능, 외부 재료 표면 매끄러움 등이 있음

### 1. 인장 강도, 박리 강도, 밀봉 강도, 절단 강도

- 인장강도(Tensile strength)는 재료 강도 측정 기준의 하나이며 실험을 통해서 외부작용에 의해 상품이 손상되고 끊어지는 것을 방지함; 박리강도(Peel strength)는 복합강도라고도 하며 층이나 층간의 접합강도를 측정하는 것임. 방법 열 접착강도(Heat sealing strength)라고도 불리는 밀봉강도는 입구의 강도를 측정하며, 밀봉강도가 낮을 경우 상품의 보존과 운송 과정 중 밀봉한 곳에서 내용물이 새어 나오기도 하는 문제가 발생할 수 있음

## 기타 물리적 수치 검사



[자유 낙하 충격 시험기]



[진자 충격시험기(Pendulum impact Tester)]

### 2. 충격 저항도 측정

- 포장재료의 충격 저항도 측정으로 패키지 재질로 인한 문제 발생을 낮출 수 있으며, 상품이 유통되는 과정 중 포장재료의 충격 또는 낙하 성으로 인한 손실 발생을 효과적으로 피할 수 있음
- 일반적으로 충격 저항도 측정은 낙하 충격 실험을 통해 측정을 하며 낙하 충격 실험기로 진행함
- 낙하 충격 실험기는 자유 낙하를 통해 플라스틱으로 된 용기의 충격 저항성을 실험하며 이것은 대다수 화장품 패키지 제조업체와 화장품 제조업체가 사용하는 빠르고 간단한 방법임

## 기타 물리적 수치 검사



[내식성 실험 기계]



[내식성 실험 기계]

### 3. 부식성 실험(Corrosion Resistance Test)

- 상품이 해운을 통해 운반되거나 연해지역을 통해 운반 될 때 해상의 공기나 안개의 영향을 받아 부식될 가능성이 있으므로 내식성 실험을 통해 패키지 상 각종 화학 물질(예: 페인트, 도금, 무기 화합 물, 유기 화합물, 부식 방지 기름)을 통한 방부 처리를 통해 부식성을 측정함

## 화장품 로고 관리 규정

화장품 로고 관련 관리를 강화하기 위해 화장품 로고의 표기를 규범화 하고, 품질적 문제를 방지하며, 소비자의 건강과 안전을 보호함. 중국 내 생산(제품 개별 포장 포함), 판매하는 화장품의 로고 표기 및 관리는 본 규정을 적용함. 본 규정 내 의미하는 화장품 로고는 화장품의 명칭, 품질, 사용방법, 생산과 판매자 정보 등 관련 문자, 부호, 숫자, 도안 및 기타 설명 문안의 통칭을 가리킴

### 1. 표기 내용

- ☑ 화장품 표기는 마땅히 진실하여야 하며 정확하고 과학적이며 합법적이어야 함
- ☑ 화장품표기는 마땅히 화장품명칭을 표기해야 함
- ☑ 화장품의 “이상하고 독특한” 명칭은 마땅히 서로 인접한 위치에 있어야 하고, 본 규정의 제6조 규정에 따라 명칭을 표기하되, 국가 및 사회에 부정적인 요소를 가져오는 규칙은 위반하여서는 안됨
- ☑ 화장품 표기는 마땅히 화장품의 실제 생산가공지를 표시 해야 함
- ☑ 화장품 표기는 생산자의 명칭과 주소를 표시해야 하며 생산자 명칭과 주소는 등기등록 되어있어야 하며 이는 상품 품질에 책임질 수 있는 생산자의 명칭과 주소여야 함
- ☑ 화장품 표기는 화장품 생산 일자와 품질 보증 기간, 생산 제품 번호와 유통 기간을 분명하게 표기해야 함
- ☑ 화장품 표기는 제품의 용량을 표기해야 하며 용량의 표시는 <패키지 상품 계량 감독 관리 방법>에 따라야 함. 액체 화장품은 부피 단위로 용량을 나타내야 하며 고체화장품은 질량단위로 용량을 나타내야 함. 반고체나 점성화장품은 질량 또는 부피로 용량을 표기해야 함
- ☑ 화장품 표기는 제품 성분을 표시해야 함. 표기방식 및 요구사항은 상응하는 표준규정에 부합해야 함
- ☑ 화장품 표기는 국가 표준 및 산업 표준, 또는 등록된 기업 표준을 표기해야 함
- ☑ 화장품 표기는 생산 허가 표시와 번호가 표기되어야 하며 생산 허가 표기와 번호는 <중화 인민 공화국 공업 생산 허가증 관리 조례 실시 방법>의 관련규정에 부합해야 함
- ☑ 화장품은 제품 사용방법 표기 중 상품 전체의 정보를 반영하기 힘들 때, 설명서를 첨부해야 함. 설명서는 이해하기 쉽고 이미지가 추가된 예시가 필요함
- ☑ 화장품 표기는 이하 내용이 포함대서는 안됨
  - (1)과장된 제품 기능, 허구적인 광고문구, 고의적으로 유사 제품을 비난하는 문구 및 설명
  - (2)의료 작용과 관련된 내용 암시 및 명시
  - (3)소비자가 오해를 사게 하는 내용 및 소비자를 현혹시키는 내용
  - (4)기타 법률, 중국 법규 내 금지된 내용

## 2. 표기 형식

- ☑ 화장품 표기는 화장품 포장(용기)과 분리되어서는 안됨
- ☑ 화장품 표기는 각 최소 단위의 화장품 패키지에 직접 표기되어야 함  
제품 설명서가 있는 화장품은 최소 판매 포장 내를 설명서가 포함되어 있어야 함
- ☑ 투명 포장 제품은 내부 제품 용기상의 모든 혹은 부분적인 제품 표기 내용을 분명하게 식별할 수 있게 해야 하며, 투명 포장에는 제품 표기를 중복하지 않아도 됨
- ☑ 화장품 표기 내용은 명확하고 두드러지며 오래 유지되고, 소비자로 하여금 쉽게 알아보고 이해할 수 있게 해야 함
- ☑ 화장품 표기 중 상표 등록 표기를 제외하고, 다른 내용은 반드시 규범에 맞는 중문을 사용하고, 병음을 사용하며, 소수 민족 문자 또는 외래어는 한자로 설명이 되어야 하며, 본 규정 제6조 규정에 부합해야 함

- ☑ 화장품 포장물(용기) 최소 표면 면적은 20 mm<sup>2</sup> 보다 넓어야 하며, 화장품 표기 중 글자체의 높이는 최소 1.8mm보다 커야 함. 상표 등록을 제외한 모든 표기 중 병음(拼音) 및 영문 제품 표기는 한자보다 규격이 크면 안됨
- ☑ 화장품 표기는 이하 표기 형식이 금지되어 있음
  - (1) 글자체의 크기나 색의 차이 또는 슬로건, 그래픽, 부호가 소비자에게 정확한 내용을 전달하지 못할 시, 사용이 불가능 함
  - (2) 자유자재로 화장품표기 중 화장품 명칭, 생산일자, 품질보증기간, 생산번호와 유통기간 수정이 불가능함
  - (3) 기타 법률, 법규 내 금지된 다른 표기 형식 또한 사용 불가능 함

## 화장품 외관 패키지 요구사항

### 제 1조. 인쇄와 접착

- ☑ 화장품 포장 인쇄의 그래픽과 문서는 정결해야 하며 쉽게 벗겨지지 않으며, 색과 광택이 고르게 일치해야 함
- ☑ 화장품 포장 중 잘못 접착되거나, 접착이 되어있지 않거나, 거꾸로 접착되어서는 안되며 견고하고 정확한 곳에 부착되어야 함
- ☑ 화장품 표기는 <화장품 소비 사용 설명-화장품 통용 상표>의 규정을 따라야 함

### 제 2조. 병 (플라스틱 병 및 유리 병 포함)

- ☑ 병 자체는 안정되고 흔들리지 않아야 하며, 표면이 매끄럽고, 두께는 얇고 균일하며, 시각적으로 보이는 변형이 없고, 온도의 변화로 터지거나 균열이 생기지 않아야 함
- ☑ 병 입구는 단정하고 윤이 나며 잔가시(거친 부분)나 지문이 없어야 하고, 뚜껑을 닫을 때 뚜껑과 병의 입구가 완전히 봉합되어야 함
- ☑ 병 내부와 외부 모두 간결 및 청결해야 함

### 제 3조. 내부덮개(막)

- ☑ 내부 덮개는 깔끔하고 청결해야 하며, 변형이 없어야 함
- ☑ 내부 덮개와 케이스는 뚜껑과 잘 맞물려야 함
- ☑ 내부 덮개는 필수적으로 포함되어야 함



## 화장품 외관 패키지 요구사항

### 제 4조. 뚜껑

- ☑ 뚜껑은 단정하고, 매끄러워야 하며, 부서지거나 금간 곳 및 잔가시(거친 부분)가 없어야 함
- ☑ 뚜껑의 색과 광택은 고르며 일치해야 하며 뚜껑과 제품 본체 부분은 맞물려야 함
- ☑ 금박을 입힌 뚜껑의 색과 광택은 고르며 일치해야 하며, 덮는 형태의 뚜껑은 원활하게 봉합되어야 하고 끊어짐이 없어야 함
- ☑ 뚜껑과 병의 맞물림이 빈틈이 없어야 하고, 미끄러지거나, 크기가 맞지 않는 문제가 없어야 함

### 제 5조. 패키지 (종이 패키지, 비닐패키지, 합성패키지 포함)

- ☑ 외적으로 주름, 굵은 자국, 기포가 있으면 안되며 패키지 색과 광택이 고르고 일치해야 함
- ☑ 패키지의 봉합하는 부분이 견고해야 하며, 열린 곳, 뚫린 곳이 없고 제품이 새는 현상이 없어야 함
- ☑ 합성재질로 제작된 패키지는 견고해야 함

### 제 6조. 튜브 (플라스틱 튜브, 합성재질 튜브, 금속 튜브 등 포함)

- ☑ 튜브 용기는 매끄럽고 깔끔하며 깨끗하고 두께가 고르고 굽힘이 없어야 함. 또한 색과 광택이 고르면서 봉합부분은 견고하고, 단정하며, 열리거나, 주름지는 현상이 없어야 함
- ☑ 튜브의 뚜껑 및 덮개는 상단의 제3조 및 제4조에 부합해야 함
- ☑ 튜브의 합성재질로 만들어진 막은 들뜨는 현상이 없어야 함



## 화장품 외관 패키지 요구사항

### 제 7조. 팩트(플라스틱 팩트, 종이 팩트, 금속 팩트 등 포함)

- ☑ 팩트 용기는 매끄럽고 단정하며, 주름이 없고 잔가시(거친부분)이 없어야 하며 찌그러지거나 손상된 부분이 없어야 함
- ☑ 팩트 용기 오픈 시 쉽고 편리해야 하며, 외간 패키지 외에 쉽게 망가지거나 깨지지 않아야 함
- ☑ 팩트 용기 내 거울 및 제품은 견고하게 붙어있어야 하며, 거울은 굽힘이 없고 손상이 없어야 함

### 제 8조. 스프레이 용기(알루미늄 용기, 철 용기 등)

- ☑ 스프레이 용기의 밑 부분은 평평하고 녹슨 부분이 없고 틈새가 없으며 굽힘이 없고 찌그러짐이 없어야 하고 색상은 균일해야 함
- ☑ 스프레이 용기 입구는 평평하고 주름이 없으며 찌그러지거나 변형되지 않아야 함
- ☑ 스프레이 용기의 뚜껑은 제 4조에 부합해야함

### 제 9조. 버물리 용기(립스틱 용기, 파운데이션 용기, 마스크라 용기 등 포함)

- ☑ 버물리 용기는 전반적으로 단정하고 매끄러우며 굽힘 및 잔가시(거친 부분)가 없어야 하며, 색상이 균일해야 함
- ☑ 버물리 용기는 사용하기 편리하되 사용 시 외 내용물이 새어 나오지 않아야 함



## 화장품 외관 패키지 요구사항

### 제 10조. 화장 브러쉬

- ☑ 화장 브러쉬는 전반적으로 매끄럽고, 단정하며 벌어지지 않으며 갈라지지 않아야 함
- ☑ 화장 브러쉬는 브러쉬 손잡이와 브러쉬 솔이 부드럽고 자연스러우며 자극이 없어야 함. 또한 색상은 균일해야 함

### 제 11조. 노즐 (압력 식 및 펌프 식 포함)

- ☑ 노즐은 단정하고 깔끔하며 굽힘이 없어야 하며 파손되지 않아야 함
- ☑ 노즐의 전반적인 부분은 완전하고 원활하게 화장품 제품이 통할 수 있어야 함

### 제 12조. 외관 패키지

- ☑ 외관 패키지는 제품 고정 박스와 공간이 없고 꼭 맞아야 하며 깔끔하고 단정하며 평평하며 박스 봉합이 가능해야 하며 주름이 없고 박스가 온전해야 함. 또한 외관 패키지 봉합 부분은 견고해야 하며 재 봉합된 흔적이나 누출 및 손상되지 않아야 함
- ☑ 외관 패키지는 정확한 제품을 포장하고 누수 되거나 거꾸로 포장하고 있으면 안됨



## 화장품 외관 패키지 요구사항

### 제 13조. 제품 고정 박스

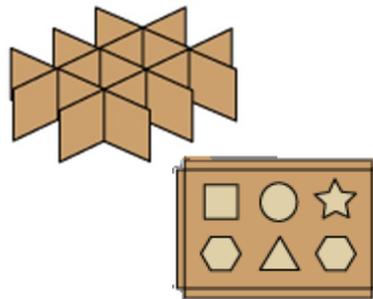
- ☑ 제품 고정 박스는 포장 박스와 공간이 없고 꼭 맞아야 하며 깔끔하고 단정하며 평평하고 규격이 맞아야 함
- ☑ 제품 고정 박스는 견고하게 부착되어 있어야 하며 두께가 고르고 굽힘이 없어야 하며 누기 되거나 거꾸로 위치하면 안됨
- ☑ 제품 고정 박스는 표기에 따라 제품 명, 규격, 박스 수량, 생산자 명이 적혀 있어야 함

### 제 14조. 비닐 코팅

- ☑ 비닐코팅은 제품의 크기에 맞춰 포장이 되어야 하며 굽힘이 없어야 하며 간결하고 파손되지 않아야 함
- ☑ 비닐코팅은 제품을 정확한 제품을 포장해야 하며, 거꾸로 포장이 되면 안됨

### 제 15조. 운송 포장

- ☑ 운송포장 상 제품에 대한 표기가 간결하고 명확하게 표시되어야 하며 알맞은 위치에 있어야 함. 표기는 브랜드 명, 생산자 명 및 주소, 용량, 제품 수량, 전체 중량, 부피, 생산일자 및 유통일자, 생산 번호 등이 포함되어야 하며 이러한 내용은 중국 GB/T 191기준에 적합하여야 함
- ☑ 운송포장은 간결하고 단정하며, 봉합되어야 하며 정확한 제품이 포함되어 있고, 누수가 되지 않아야 함



## 화장품 외관 패키지 제한 요구사항

2009년 중국 검열 국과 중국 국가 표준 검사국이 발표한

〈제품 과대 포장 낭비 제한 요구- 식품 및 화장품 (GB23350-2009)〉은 2010년 4월 1일 정식 실행 되었으며, 식품 및 화장품 과대 포장을 감시하고 제품 원가와 포장원가를 관리하는 규정임

### 1. 화장품 패키지 공간 율

- 일반적 화장품의 내부 제품 패키지의 공간 율은  $\leq 50\%$ 여야 하며, 내부 제품의 용량이 30ml 및 30g이하일 경우, 패키지 공간 율은  $\leq 75\%$ 이어야 함. 내부 제품의 용량이 30ml 및 30g을 초과하고 50ml 및 50g이하일 경우 패키지 공간 율은  $\leq 60\%$  이어야 함. (패키지 공간 율은 제품 패키지 내 불필요 공간 부피와 제품 패키지 부피의 비율임)

### 2. 화장품 겹층 패키지

- 화장품 패키지는 3겹 이하로 포장이 되어야 함 (겹층 포장: 완제품의 패키지 수)

### 3. 화장품 패키지 원가

- 기초 패키지를 제외한 기타 패키지의 총원가는 제품 판매 가격의 20%를 초과하면 안됨(기초 패키지: 직접적으로 제품을 포장하는 부분)



# Thank you

\* 본 리포트는 2013디자인해외진출지원사업의 일환으로 작성되었습니다.