



Messenger of the Product

Samsung Wearable Package Design Story



패키지 디자인의 성패를 좌우하는 기준 중 하나는 패키지가 제품과 브랜드의 메신저 역할을 수행해야 한다는 것입니다. 패키지는 제품 이미지와 같은 일차적 정보뿐만 아니라 제품이 추구하는 가치나 사용 환경 등을 담아내는 통합적인 브랜드 경험입니다. 그래서 패키지 디자인은 제품이 사용자에게 하고 싶은 말이자 사용자와 나누려는 대화 그 자체입니다. 이제 삼성 웨어러블 패키지 디자인을 통해 그 안에 그려진, 제품이 걸어오는 말을 들어보려 합니다.

일관된 브랜드 경험을 위한 변화

기존 삼성 웨어러블 패키지들은 각기 다른
카테고리 제품의 개성과 장점이 잘 드러나는 디자인이었지만,
그를 아우르는 브랜드의 인상을 전달하기는 어려웠습니다.
우리는 패키지를 통한 통합적인 브랜드 경험을 만들기 위해
다양한 경쟁 제품을 분석하고, 패키지 및 리테일 전문가와의 인터뷰를
진행했습니다. 그리고 그 과정에서 일관된 브랜드의 아우라를
느낄 수 있으면서도, 제품을 손에 쥐기까지의
오픈 경험이 디테일하게 향상된 패키징 시스템을
디자인 목표로 정의하게 되었습니다.

카테고리를 통합하는 콘셉트



Precious

“패키지는 사용자에게 대화를 건네는
좋은 방법입니다.”

- 대니 밀러, High Tide 소속 크레이티브 디렉터

직접 제품을 구매하더라도, 제품이 포장된 선물처럼 소중하게 느껴진다면
새로운 감동을 경험할 수 있을 것입니다. 삼성 웨어러블 패키지는 진열 상태에서
패키지 스스로 자신을 세일즈해야 하는 역할이 있습니다. 이런 특성을 반영한
‘Precious’ 라는 콘셉트는 프리미엄한 선물이라는 키워드를 현대적으로
해석한 결과입니다. 처음 Upper box를 열었을 때 사용자에게 기대감을 전달하는
Welcome Door와 매뉴얼, 케이블 등의 박스 내 아이템들은 정갈하게
배치하여 섬세한 배려를 느낄 수 있도록 디자인하였습니다.

360° Consideration

“사람들의 시선을 사로잡기 위해서 패키지 디자인은 활기, 독창성, 심플함 사이의 세밀한 균형을 맞춰야 합니다.”

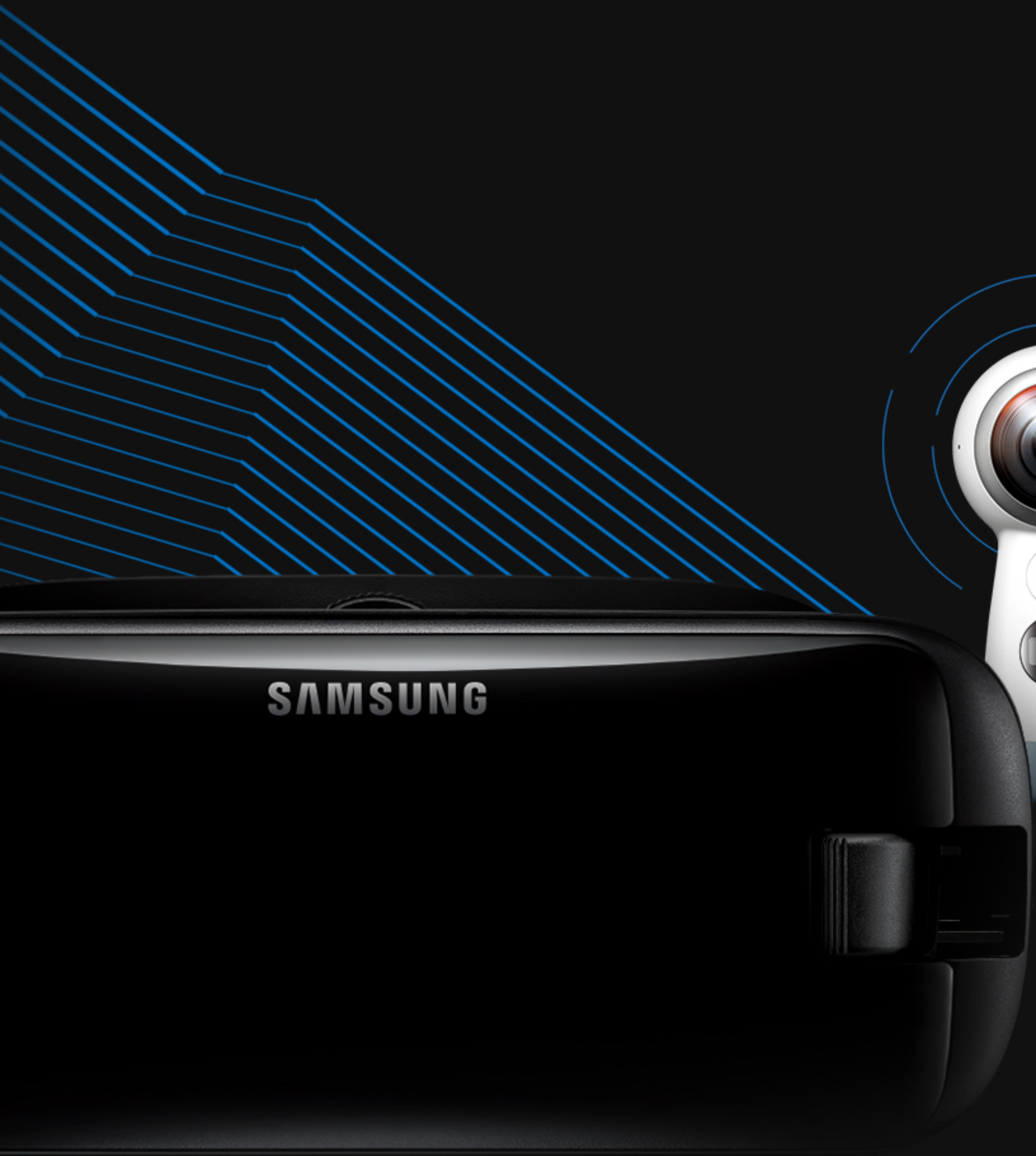
- 케이트 나이팅게일, 소비자 심리학자 및 Style Psychology Ltd 설립자



‘360° Consideration’이라는 콘셉트 아래 패키지의 모든 면은 각기 다른 정보를 담고 있으면서도 유기적으로 연결되도록 디자인되었습니다. 특정 면에서 정보의 과부하가 일어나지 않도록 전체 여섯 개 면에서 조정된 텍스트와 이미지의 밸런스는 사용자에게 대한 체계적인 배려를 느낄 수 있게 합니다. 이어졌다가도 다시 대조되는 구성은 자연스럽게 시선을 끌며, 단순 스펙 정보 이상의 감성적인 스토리로 사용자에게 다가갑니다.

디테일의 깊이로 완성되는 메시지

재료에서부터 컬러, 폰트, 사진, 그래픽, 구조 등 모든 요소의 디테일이 정교하면서도 전체적인 조화를 이룰 때 패키지는 강렬한 메시지를 완성하게 됩니다. 삼성 웨어러블 패키지 디자인은 일관성 위에 디테일의 깊이를 더해, 사용자에게 제품의 언어를 효과적으로 전달할 수 있도록 구성되었습니다.



매력적이며 강력한 이미지

사용되는 제품 이미지는 모두 정면을 바라보는 정직한 모습으로 촬영되었습니다. 제품 뒤로 펼쳐지는 깔끔한 배경과 제품 안으로 스며드는 부드러운 빛은 자신감 있고 모던한 인상을 줍니다. 기어 핏2 Pro처럼 밴드 컬러가 중요한 경우는 예외적으로 이미지를 회전하여, 정면에서도 밴드 컬러를 확인할 수 있도록 했습니다.



체계적인 정보 전달

제품명, 브랜드명과 같은 핵심 요소들은 모든 카테고리에서 같은 자리에 위치하여 일관성을 유지합니다. 그 외 USP, 아이콘, 제품 설명 등 부가 정보들은 사용자의 시선이 먼저 닿는 순서에 따라 중요도대로 배치하여 체계적으로 정보를 인지할 수 있도록 돕습니다.





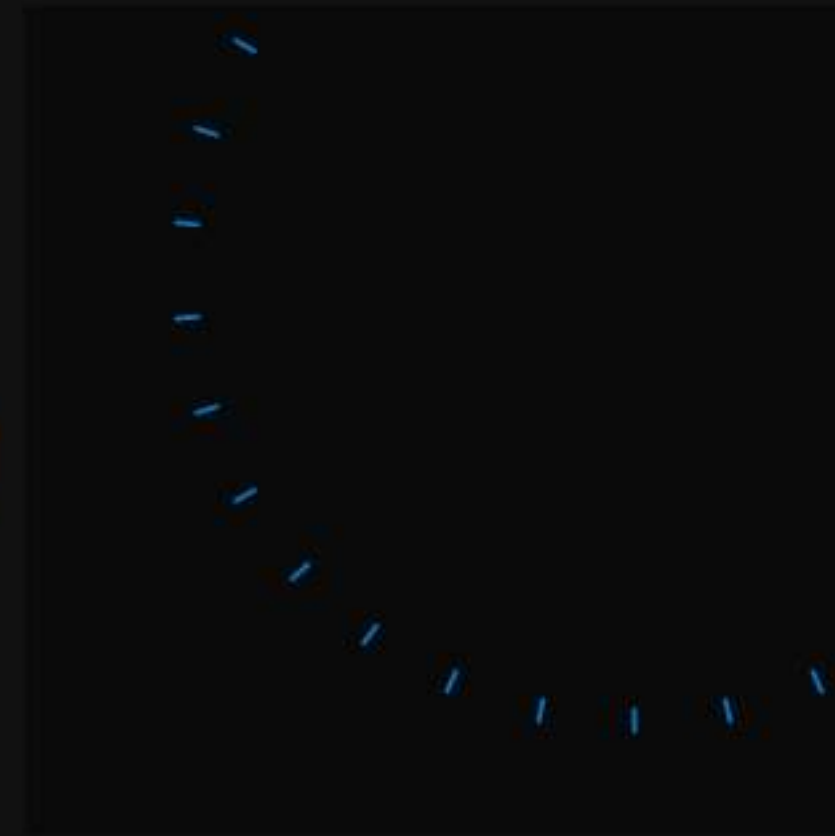
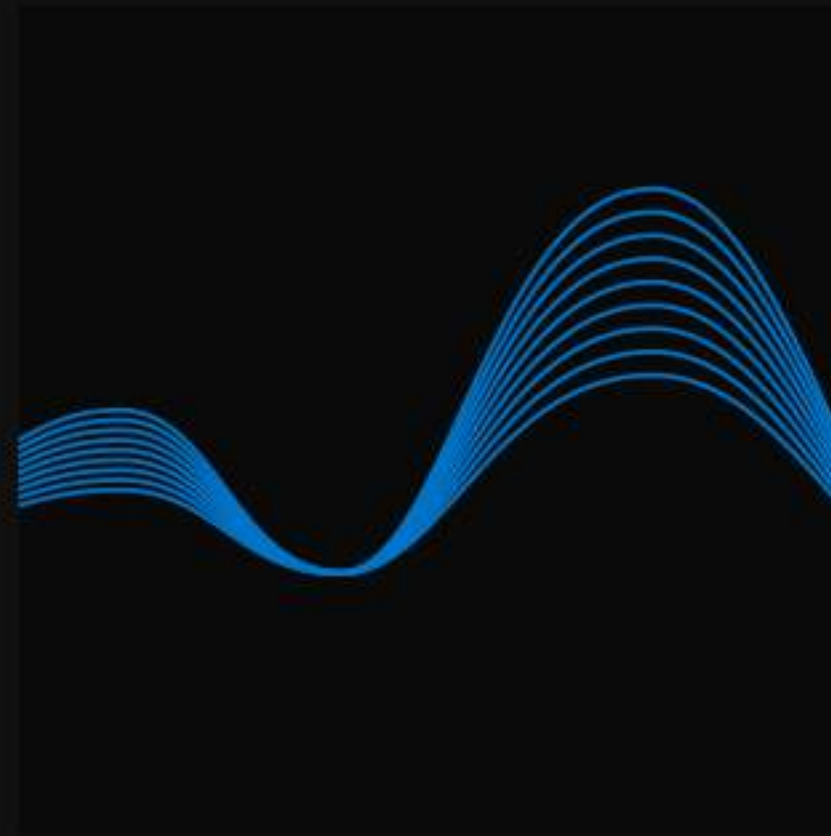
브랜드를 표현하는 컬러

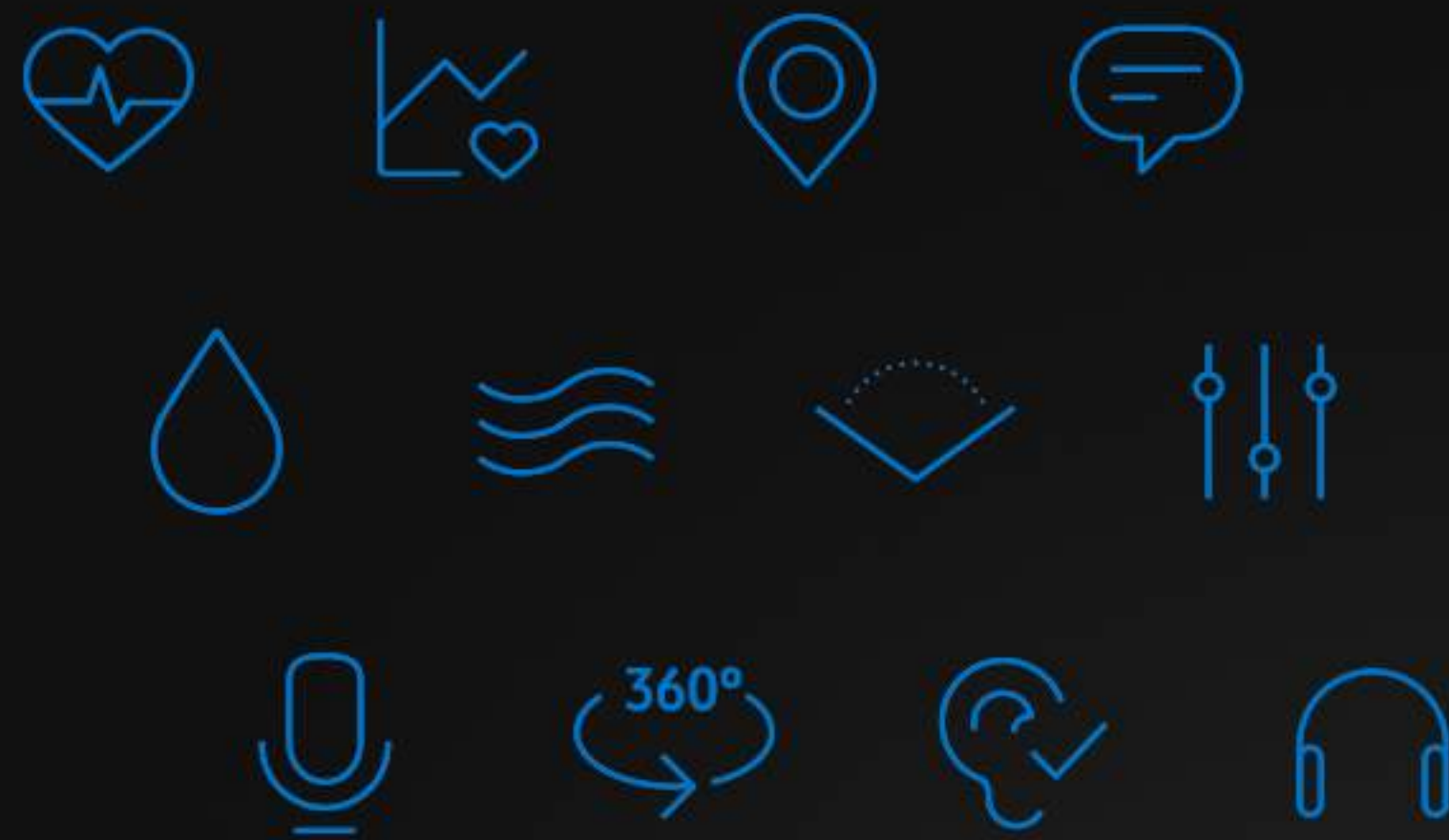
제품 이미지를 제외한 컬러는 4가지로 제한하며, 각 컬러별 사용 비율도 용도에 따라 섬세하게 정의되었습니다. 삼성 브랜드 제품에 일관적으로 드러나는 프리미엄한 블랙 컬러는 패키지 전체를 감쌉니다. 시그니처 악센트(Signature Accent)로 사용되는 삼성 악센트 블루는 최소한의 사용으로도 브랜드의 분위기를 느낄 수 있도록 합니다. 흰색과 옅은 회색은 타이포 그래픽에 사용되어 정보를 깔끔하게 정리합니다.



제품 정서를 담은 패턴

제품에 따라 그 형태를 달리하는 패턴은 각 제품의 속성을 메타포로 하여, 정서적인 공감대를 이끌어낼 수 있도록 디자인했습니다. Gear 360은 360도 촬영을 대표할 수 있는 사진에서, Gear VR은 다층적인 차원, Gear Fit 2 Pro는 심박 수를 나타내는 이미지에서 그 형상을 불러왔습니다.





직관적인 아이콘 그래픽

아이콘 그래픽은 심플한 라인을 기본으로 삼성 악센트 블루를 사용해 디자인되었습니다. 직관적이며 단순한 형태의 아이콘은 제품 USP를 쉽게 이해할 수 있도록 돕습니다.

구조로 완성되는 경험

삼성 웨어러블 패키지는 2가지 구조, 2가지 사이즈 안에서 제작되어 진열되었을 때도 브랜드의 일관성을 완성합니다. 특히 추가되는 액세서리 등으로 인해 패키지의 부피가 커져야 할 경우 X, Y축이 아닌 Z축의 길이를 확장하여 앞면에서는 균일한 크기로 보일 수 있도록 조정하였습니다.





마음에 드는 제품 패키지를 버리지 않고 모아둔 경험이 누구에게나
있을 것입니다. 때로 패키지는 제품만큼, 혹은 제품 이상으로
사용자에게 깊은 반향을 불러일으킵니다. 상품을 보호하던 패키지의 본래 역할에서
나아가 패키지 자체가 하나의 의미가 된 지금, 삼성 웨어러블 패키지
디자인은 새로운 패키지의 역할을 정의하고 있습니다.



design.samsung.com >

