

중국 디자인계 동향

2022 Vol.5

한국디자인진흥원 중국센터(KIDP China)

2013년부터 중국과의 협력을 통해 우리 디자인의 해외진출 확대를 위해 노력하고 있습니다. 베이징에 본부를 두고 광동성 포산시에 현지 비즈니스 거점을 운영하며 한국 디자인 서비스 및 생활상품의 판로개척을 지원하고 중국 디자인 시장 정보를 조사·제공하고 있습니다.

Kidp CHINA 한국디자인진흥원 중국센터

I. 경제/산업 현황

1. 中, RCEP 협정체결 6개월후 13개 회원국으로 확대

- RCEP(역내포괄적경제동반자협정) 발효 후 반년이 넘었고 회원국은 협정 발효 초기 10개국에서 현재 13 개국으로 확대되면서 국가 간 경제 교류가 많은 수출입기업과 소비자들에게 실질적인 혜택을 줌
 - 베이징 세관에 의하면 올 상반기 7.7억 위안 (한화 약 1,500억 원) 규모의 수출입상품이 RCEP 혜택을 누렸고 수출업체의 6.9억 위안 (한화 약 1,344억 원) 상품은 수입국에서 687만 위안(약 13.4억 한화)의 관세감면 우대를 받았음
 - * 특히 중국과 일본간 최초로 자유무역협정을 체결하면서 양국 간 무역증진 효과가 빠르게 나타나고 있음
 - 베이징(北京) 세관 왕웨이(王薇) 부처장은 현재 베이징 시에서 일본이 RCEP 최대 원산지증명서 발급 국가라고 소개했음
 - 광저우(广州) 세관 통계에 따르면 상반기 RCEP체결을 통한 수입규모는 29.1억 위안(한화 약 5,669억원)으로, 혜택을 누리는 것이 5,898만 위안(한화 약 114억 원)에 달하며 혜택 품목은 엔진부품, 열연강판, 과일 등이 주를 이뤘으며, 주로 일본, 태국으로부터 수입됨

2. 중국 신에너지 자동차 보유수량 1천만대 초과

- 중국 공안국(교통관리국) 집계에 따르면 22년도 6월말, 중국 내 전국 차량 보유수는 총 4.06억 만 대이며, 이 중 자동차 보유수는 3.1억 만대, 신재생 에너지 자동차 보유수는 1,001만대에 달함
 - 따라서 신재생 에너지 자동차 보유량은 전체 자동차 보유량의 3.2%이고 이 중 순수 전기차는 810만대로 전체 신재생 에너지 자동차의 80.9%를 차지함
 - 중국의 신재생 에너지 자동차의 생산량과 판매량은 7년 연속 세계 1위이며 2021년 코로나19 여파와 코로나 19 관련 정부 지원금이 감소된 상황에도 생산량과 판매량이 1.6배 상승하여 각기 350만대 이상을 돌파함
 - 2022년 신재생 에너지 자동차 지원금이 대폭 감소되어 연료 차량과 같은 처지가 되었다. 이후 과학 기술 혁신 역량을 키워 전고체 배터리, 차세대 전기 구동 시스템 등 핵심 기술을 발전시켜야 함

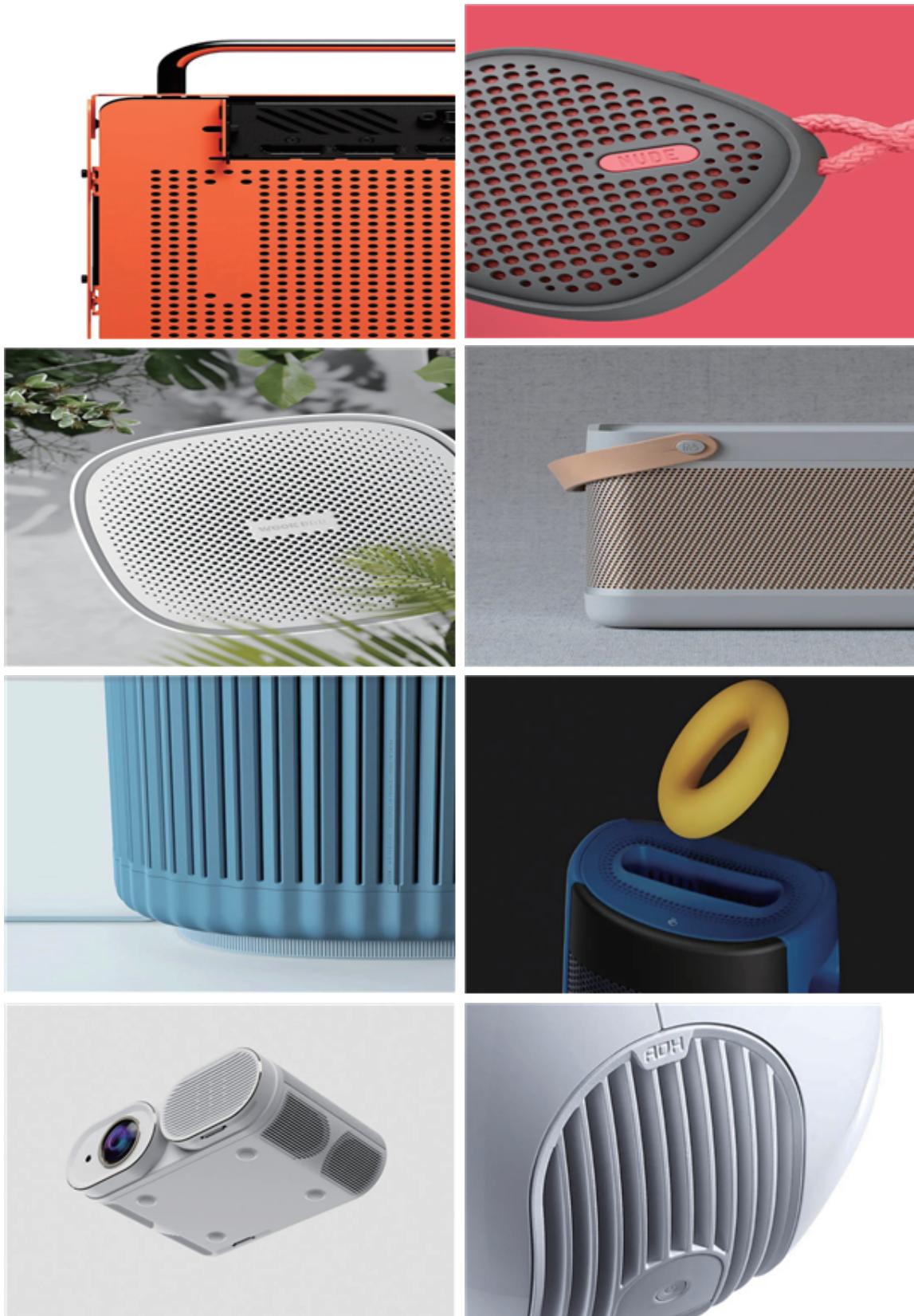
3. 스촨성(四川省) 성도 청두시(成都市) 신 경제, 기업 발전 정책 발표

- 7월 4일, 청두시(成都市) 정부가 발표한 '청두시 신경제기업 육성에 관한 정책'에 따르면 주로 기업 혁신성과 지원, 기업 인재모집 지원, 기업 융자혜택 지원 등이 포함
 - 기업 혁신성과 지원
 - *기업의 도시 미래 환경 실험실 조성 및 관련 프로젝트 수주 기업 매출 규모 등 목표에 따라 단계별로 사업비의 15%, 최대 200만 위안(한화 약 3억 8,700만 원) 지원
 - 기업 인재모집 지원
 - *조건에 부합되는 인재일 경우, 개인은 최대 300만 위안(한화 약 5억 8,100만 원), 단체는 최대 500만 위안(한화 약 9 억 6,900만 원)의 자금 지원과 주거, 자녀 입학, 의료 보험 등을 지원
 - 기업 금융혜택 지원
 - *기업 금융 원스톱 서비스를 제공하며 신경제 전문 은행 설립을 통해 맞춤형 상품 출시 후, 해당 상품을 구매한 기업에게 대출 금액의 2%이내 이자 보조금을 지급하는 서비스 지원

II. 디자인분야 동향

1. 100개(부분 선별) ---- 우수 제품 이미지





2. '풀'을 활용한 트렌드 반영 지역 브랜드 로고

#01

타이중(台中)지역 "초오계" 브랜드 디자인, 너무 재미있어요!



이것은 대만지역 타이중(臺中) 초오도 시(草道道)에서 최근에 설립한 새로운 거리 브랜드 '초오계'(草悟系)이다. 이는 디자이너 송정제(宋政杰)가 디자인 하였는데 초오계의 이름은 '일종의 행성과 같은 거리 시스템'에 기반 하여 불리게 되었다고 한다.



로고는 한자인 '풀'을 위주로 하고 거리 요소와 결합하여 추상적인 형태로 구성된다. 그 중에서 '풀'자를 필획으로 나누어 필획 간의 교차를 통해 요소 간 거리감을 형성하고 전체 로고는 도형을 추상적으로 표현한다.

한편, 브랜드 색감을 상큼하고 발랄한 초록색을 택하여 자연의 친구성을 더욱 두드러지게 하고 '풀'과 거리의 정취를 더욱 생동감 있게 해준다. 언뜻 보면 이 추상적인 로고는 사람들에게 '무엇인지 알 수 없다'는 느낌을 주고 심지어 '고작 이것뿐이야?'라는 의문을 불러일으킬 수도 있다.

하지만 로고를 기반으로 한 디자인은 톡톡 튀는 재미를 선사한다. 로고는 창의적인 연상을 가능하게 하고 불규칙한 기하학적 패턴이 각기 다른 요소를 구성하여 거리 브랜드의 다양성과 수용성을 돋보이게 한다.



#02

LOGO 디자인은 간단할 수는 있으나 재미있어야 한다

사실 우리가 일상적으로 보는 로고는 대부분 격식이 갖춰진 이미지이다. 그래서 과감하고 혁신적인 디자인들이 더욱 독특해 보인다.

이전 에피소드에서 공유한 'Piedmont Art Walk' 캠페인 로고처럼 직접 'Art'라는 알파벳을 이용하여 디자인 했다. 알파벳 'A'가 가운데 있고 'r'은 거꾸로 표현되었고 알파벳 't'는 두 발처럼 매우 역동적이다.



그리고 '미니멀리즘 대가' 인 웬앤짜이(原研哉) 작업실에서 디자인 된 직강진(直江津)의 바닷가 예술전을 위한 로고는 기이한 두 개의 얼굴을 직접 조합했다. 로고를 기반으로 한 디자인은 심플한 이미지에 깔끔한 '블루+화이트' 배색을 통해 전체적으로 매우 편안하고 아이코닉(상징적)하다. 특히 로고의 얼굴 이미지로 다양한 컨셉을 연출해 보는 재미가 쏠쏠하다!

이러한 깔끔한 로고 디자인은 간단해 보이지만 매우 생동감 있고 흥미롭다. 그래서 우리는 브랜드 디자인을 할 때, 단순히 보기 좋은 로고 이미지만을 내세우는 것이 아닌 그것이 '쓰기 좋은지'도 고려해야 한다.



#03

마무리

한편 '초오계(草悟系)' 거리 디자인도 위와 같이 대범하고 혁신적인 디자인이다. 대중과의 상호작용뿐만 아니라 친근하고 역동적인 이미지도 준다.



3. 디자인 영감-10대 아이디어 물컵 디자인

갈증이 나기 쉬운 계절인 여름에 제 때 수분을 섭취하는 것이 중요한 우리에게 물컵은 여름철에 없어서는 안 될 생활용품 중의 하나가 되었다. 생활수준이 향상됨에 따라 사람들은 컵을 '용기'에만 만족하지 않고 컵의 편리성, 심미성과 기능성 등 다른 특성들도 점점 중시하고 있다. 이에 따라 창의적인 물컵 디자인 몇 가지를 공유하고자 한다.

01 / 떠다니는 음료수 컵



이 컵은 빨대를 사용하지 않아도 편주(珍珠)를 마실 수 있는 「부유 진유컵(漂浮珍奶杯)」이다. 안쪽 컵에 토피ング을 담고 음료수 맨 위로 옮겨 고개를 들면 음료수와 토피ング을 함께 먹을 수 있다. 토피ング이 액체와 섞여 있지 않아도 가볍게 3-5번 흔들면 토피ング이 달라붙지 않게 한다. 뚜껑이 실리콘 재질로 마감되어 있어 외부의 충격이 없는 한 액체가 흘러넘치는 것을 방지한다.

컵 한 세트로 모든 음료를 마실 수 있고 외출할 때 다른 사이즈의 빨대나 빨대 세척 브러시를 휴대할 필요가 없다. 컵은 입구가 크고 컵 뚜껑에 사각(死角)이 없어 얼룩이 지는 것을 방지한다. 컵의 특수한 타원형 비율은 토피ング이 나올 때 음료가 양 쪽에서 흘러나오게 하고 마실 때 음료수와 토피ング의 비율을 조절할 수 있다. 기존의 빨대 컵과 달리 얼음이 위에 떠 있고 맨 밑의 식지 않는 부분까지 마실 수 있다. 안쪽 컵에 얼음을 토피ング 아래에 둠으로써 음료를 마실 때마다 얼음을 통과하여 식힐 수 있다. 안쪽 컵에는 토피ング만 담으면 된다. 과일차를 마실 때 과일을 안쪽 컵에 담아준다. 컵의 입구를 막지 않고 한 모금 한 모금 과일의 맛을 더하며 마실 수 있다.

02 / Bubble



Float 시리즈 중 첫 번째, Bubble은 둥근 디자인과 부드러운 라인으로 거품 모양을 만들어 빛이 투과되면 표면에 일곱 가지 빛깔의 광택이 반사된다. 유리의 투명함이 케이크가 거품 속에 떠 있는 것처럼 보이게 한다. 컵은 부드러운 선으로 둥근 디자인의 거품 형태를 띠며, 빛이 통과할 때 표면에 알록달록한 광택이 반사된다. 투명유리 기능을 사용하면 마치 케이크가 기포 속에 떠 있는 것처럼 보인다.

03 / KWORDS CUP



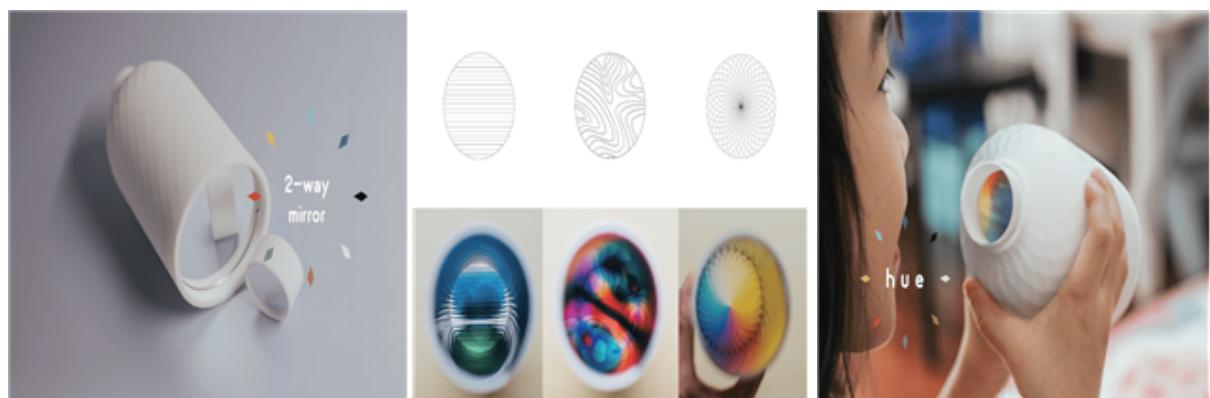
Kwords 컵은 한자(漢字)의 아름다운 형태에서 영감을 얻었다. 각 문자 형태는 Kwords 컵의 3D 디자인 개발의 기초로 활용되었다. Kwords 컵의 개발은 3D 프린팅 기술과 전통적인 수공 기술의 결합을 통해 이루어졌다.

04 / 애완동물 동반 물컵



여름에 사람들뿐만 아니라 동물들도 물이 필요하다. 이 물컵은 180°접이식 디자인으로 컵 전체를 끼웠다 뺄 수 있는 반려동물 물컵이다. 끼웠을 때 물병과 음료 부분을 하나로 합쳐서 부피를 반으로 줄이고 사용할 때에는 180°로 열고 190mm의 긴 음료 부분과 420ml의 충분한 저장 공간을 가진다. 디자이너는 전환구(转折扣)를 위해 이중으로 설계를 했다. 컵 홀더에 스냅이 내장되어 있어 8000회 이상 여닫을 수 있으며 4년간의 사용에도 견고하게 사용 가능하다. 물이 나오는 것은 컵 입구의 큰 버튼을 통해 조절할 수 있고 압력에 따라 물의 양을 조절하며 컵을 닫은 후 버튼을 눌러 휴대 시 물이 새는 것을 막는다. 컵 뒷면에는 끈을 부착할 수 있고 가슴이나 목 등에 착용할 수 있다. 사용할 때 반려견 주인은 한 손으로 물컵을 열어 물을 먹일 수 있다. 이는 사람과 반려동물 사이에 친밀감과 유대감을 형성할 수 있도록 한다.

05 / Hue



디자이너는 물병에 있는 거울에 다양한 색깔을 섞어 다채로운 세계를 볼 수 있게 한다. 아이들은 이 물병을 매우 좋아해서 물 마시는 것을 좋아할 것이다.

06 / PiCUT



PiCUT은 컵 뚜껑에 알약을 자르는 디자인을 추가해 미성년자나 노인들이 쉽게 알약을 복용할 수 있도록 한다.

07 / CLOSCA Bottle



CLOSCA BOTTLE은 컵 바닥에 필터와 외부에 실리콘 덮개가 설치되어 있어 보온을 할 수 있을 뿐만 아니라 독특한 자성 스트립을 가지고 있어 주변의 어떤 물건에도 CLOSCA BOTTLE을 고정시킬 수 있는 창의적인 디자인을 지니고 있다.

08 / Chá



중국의 차 문화에서 영감을 받은 Travel Tea Flask는 '여행 중의 차'를 실현한 물병이며 여러 기능을 가지고 있기 때문에 티 포트(tea pot)와 보온병으로 전환하며 사용할 수 있다. Chá 윗부분에는 투명한 뚜껑이 달려 있어 티백을 물에 담그면 티백이 우려지는 과정을 직접 볼 수 있고 투명한 부분에 우려내는 농도를 체크 함으로써 원하는 차 농도로 우릴 수 있다. 사용이 편리한 고무밴드를 이용하여 가방에 병을 묶어 차를 우려낼 수도 있다.

09 / Redo 재활보조 물컵



Redo는 상체에 장애를 지닌 장애인이 일상에서 물 마시기 활동(물 따르기, 물 마시기, 리필하기)을 통해 재활을 할 수 있도록 도와주는 재활 보조기구이다.

10 / Space Shaker



Space Shaker는 600ml 물병으로 일종의 파형관으로 내용물이 없을 때 거의 1/3 크기로 줄일 수 있어 마치 아코디언이나 상자 속의 나사 잭과도 같다. 물병은 폴리페놀a가 100% 함유되지 않은 식품용 플라스틱으로 만들어져 병을 마음대로 접었다 펴다할 수 있는 탄성을 가지고 있다. 병 입구에 실리콘이 있어, 물병을 이용하여 단백질 쉐이크를 만들 수 있다. 병 입구에는 일반적인 금속 뚜껑과 여분 뚜껑이 있어 물이나 우유에 수액이나 다른 혼합물을 만들 수 있다.

III. 행사/공모전

1. 2022 항저우시 부양구(杭州市富阳区) 무형문화유산 아이디어 디자인 공모전

- 접수기간 : 2022년 7월 27일~10월 7일
- 접수처 : fuyangwujie@163.com
- 참가대상 : 각종 생활 무형문화상품, 여가상품, 기념품 등 연구개발, 디자인, 생산, 판매 기업 혹은 단체, 관련학부 학생, 프리랜서 디자이너, 디자인 마니아 등
- 주최 : 항저우시 부양구 문화 및 방송TV여유체육국 등
- 주관 : 항저우시 부양구 비유보호센터 등
- 주제 : 무형문화는 아름다운 생활을 촉진한다
- 주요내용 : 창의적인 디자인을 통해 현지 무형문화 브랜드 마련
 - 현지 문화, 민속적 특성, 역사전통을 이용하여 무형문화유산 아이디어 디자인 및 제작하여 최종 제품으로 제출
 - 현지 풍토, 역사 등과 같은 요소를 발굴하여 예술성, 창의성을 접목하여 무형문화유산 브랜드 디자인컨셉 제출

2. 2022년(제5기) 중국(우한) 국제 공업디자인 박람회

- 행사일자 : 2022년 9월중(코로나사태로 현재 잠정)
- 행사장소 : 후베이성(湖北省) 성도 우한(武汉) 국제전시센터
- 주최 : 공업 · 정보화부 국제경제합작센터 등
- 주관 : 후베이성 우한시 경제정보화국
- 주제 : 디자인의 미래를 선도하고 친환경제조 추진
- 주요내용
 - 최근 중국 공업디자인 발전 관련 최근 성과 전시 및 국내외 업종 · 기업간 교류 · 합작
 - 국내 · 외 공업설계 종합전시, 창의 디자인 제품, 디자인적 요소 결여 제품(작품), 지역별 공업 디자인 어워드 선정제품 등 전시 · 교류
 - 국내 · 외 300여개 기업 · 기관 참가 중국내 공업디자인영역 최대 규모의 행사

중국 디자인계 동향

발행일	2022년 8월 30일
발행처	한국디자인진흥원
발행부서	중국센터
주소	13496 경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원
작성자	최기열, 조용암, 박현철
편집디자인	한국디자인진흥원
문의	ikpark@kidp.or.kr



kidp CHINA 한국디자인진흥원 중국센터

©한국디자인진흥원 | 이 책에 실린 글은 공개된 자료를 바탕으로 작성되었으며 한국디자인진흥원의 동의 없이 무단으로 사용·전재할 수 없습니다.

kidp 한국디자인진흥원