

콘텐츠 및 리패키징 제작 가이드 [보해양조(주)]

1. 순희 막걸리

<p>주류 소개</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : 순희(도수: 5% / 용량: 750ml) - 원재료: 100% 국내산 쌀/ 제조공법: 보해만의 파스퇴르 저온살균 공법 - 맛: 과한 신맛 없이 깔끔하고 부드러운 탄산감, 한식·디저트 모두 어울림 - 타겟: 20~30대 MZ세대, 불안한 일상 속 작은 위로와 재미를 찾는 소비자 - 캐릭터: 라벨 속 '순희' 의인화 백호·나비·꽃 오브제 - 포지셔닝: '정화와 수호'의 가치를 담은 막걸리 - 세계관: 한국의 고사(告祀) 문화를 현대적으로 재해석하여, 일상의 액운을 막아주는 수호자 '순희' - 주요 상징(오브제) <ul style="list-style-type: none"> ○ 백호: 나쁜 기억이 범접하지 못하도록 지키는 수호자 ○ 나비: 허물을 벗고 날아오르는 변화와 자유 ○ 꽃: 액운이 빠진 자리에 피어나는 행운과 축복
<p>희망 콘텐츠 및 패키징</p>	<p><핵심 과업: 공식 브랜드 콘텐츠 및 스토리라인 구축></p> <ul style="list-style-type: none"> - '순희' 브랜드만의 독창적인 세계관을 시각화한 공식 마스터 콘텐츠 부재. - 일회성 홍보가 아닌, 향후 글로벌 마케팅의 근간이 될 고유의 스토리라인과 비주얼 자산 확보가 목적 <p>○ 주요 요청 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 공식 브랜드 콘텐츠: 특정 미디어에 국한되지 않고, 외국인이 거부감 없이 몰입할 수 있는 모든 형태의 콘텐츠(애니메이션, 숏폼 등) - 공식 스토리라인 구축: 고사(告祀) 문화를 현대적으로 해석한 '순희'의 탄생 배경, 수호자(백호)와 메신저(나비)의 역할 등 세부 스토리라인 정립 → 세계관을 직관적으로 보여줄 수 있는 공식 비주얼 모티프 및 아트웍 개발 → 국적을 불문하고 공감할 수 있는 '행운', '위로', '응원의 메시지를 담은 자유로운 형태의 콘텐츠 <p>* 제품 특징 결합: 5%의 낮은 도수와 부드러운 목넘김(이지 드링크)을 '편안한 안식과 위로'의 이미지와 연결</p> <p><외국인 타겟 콘텐츠 방향 (Soft K-Occult)></p> <ul style="list-style-type: none"> - 컨셉: "The Guardian of Your Moments" (당신의 순간을 지키는 수호자) - 톤앤매너: 무속·사이비 느낌이 나지 않도록 신비롭고 긍정적인 '판타지/힐링' 감성을 유지하며, 글로벌 MZ 친화적인 감각 유지 <p>* 제품의 핵심 키워드인 '정화, 수호, 액운, 행운'을 유지하는 선에서 업체가 가장 자신 있는 매체와 기술을 활용한 자율적인 제안 기대</p> <p>○ 리패키징 방향</p> <ul style="list-style-type: none"> - 수집 가치 극대화: 시리즈 별로 수호자 캐릭터를 전면에 내세워, 외국인 관광객이 '행운 아이템'으로서 전 라인업을 소장하고 싶게 만드는 디자인 - 제2 수호자(신규 캐릭터 제안): 백호에 이어 순희를 지켜줄 두 번째 수호자를 새롭게 설정하고, 그에 따른 고유의 서사와 능력을 부여할 것
<p>요청사항</p>	<p>주류 광고 관련 법규를 준수하며 음주 조장 표현은 지양</p>
<p>유사사례</p>	<p>빙그레 소원왕국 'Make a Wish' Official MV (feat. MRCH) [삼양라면 뮤지컬]"자극이 뭔지 알아?" 불닭 캐릭터 영상 대.공개!</p>

2. 앞새주 파티팩

<p>주류 소개</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 제품명: 앞새주 파티팩(도수/용량: 15.5%(예정) / 5L 대용량 파티팩) - 제품컨셉 <ul style="list-style-type: none"> ○ 캠핑, 홈파티 등 '여럿이 함께하는 모든 순간'에 특화된 라인업 ○ 기존 녹색 소주병의 틀을 깨는 대용량 경제성과 휴대성, 친환경성 ○ 이미지: 경제적이고 실용적이며, 언제 어디서나 즐길 수 있는 여유로움
<p>희망 콘텐츠 및 패키징</p>	<p><콘텐츠 방향></p> <ul style="list-style-type: none"> - 공식 홍보 영상 제작: 5L 대용량 파티팩이 낯선 소비자들을 위해, 기존 녹색 소주병과는 완전히 차별화된 사용 편의성 등을 보여주는 공식 고퀄리티 영상 확보 <ul style="list-style-type: none"> → 한 번에 다 마시는 술이 아니라, 냉장고에 넣어두고 퇴근 후 한 잔씩 꺼내 마시는 홈바 느낌 콘텐츠 → 에피소드형 슷폼: 캠핑 등 야외활동은 물론, 집안 한구석에 든든하게 자리 잡은 파티팩의 모습 → 단체 모임 및 대형 행사에서 디스펜서처럼 활용되는 모습을 통해 모임 필수 아이템으로 포지셔닝 * 제품 전면 일러스트를 활용해 시즌별 에디션의 서사를 시각적으로 전달 <p><리패키징 방향: 시즌별 리미티드 에디션></p> <ul style="list-style-type: none"> - 시즌 특화 라인업 구축: 기존 정규 패키지에 이어, 현재 크리스마스, 벚꽃, 월드컵 에디션(예정) 등 시즌별 한정판 에디션이 제작된 상황임 <ul style="list-style-type: none"> → 추가 스페셜 에디션 개발 요청: 상기 시즌 외에도 5L 파티팩의 대용량/디스펜서 특성을 극대화하고 브랜드의 트렌디한 이미지 및 소비자 소장 욕구를 자극할 수 있는 창의적 리패키징 안 요청
<p>요청사항</p>	<p>친환경 · 지속가능성 메시지 자연스럽게 반영(그린워싱 지양)</p>
<p>유사사례</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="371 1529 834 1989"> <p>하이네켄 케그(5L 대용량)</p> </div> <div data-bbox="930 1529 1393 1989"> <p>조니워커 블루 뱀띠 에디션</p> </div> </div> <p>그 외 각종 F&B 브랜드 시즌 별 에디션</p>