

**문화관광용 주얼리 Set 디자인 개발 연구**  
A Study of Jewelry Design Development of Tourism and Culture

**김세환 (Kim Sae Whan)**

동신대학교 대학원 보석공학과

**김판채 (Kim Pan Chae)**

동신대학교 대학원 보석공학과

## 1. 서론

- 1-1. 연구 배경
- 1-2. 연구 목적

## 2. 디자인 연구 분석

- 2-1. 수출 상품의 3C 환경 분석
  - 2-1-1. 자사제품의 환경분석(corporate)
  - 2-1-2. 경쟁사 제품의 환경분석(competition)
  - 2-1-3. 소비자 환경분석(customer)
- 2-2. 소비성향분석 및 문화 상품의 제품분석
  - 2-2-1. 소비자의 변화 욕구
  - 2-2-2. 수출상품의 제품분석

## 3. 디자인 연구개발

- 3-1. Design concept
- 3-2. 제품개발 프로세서
- 3-3. 디자인 전개

## 4. 결론

## (要約)

주얼리 상품의 디자인을 개발하려고 산학협동하여 수출상품을 개발하였다.

문화상품 전문제조업체인 (주)현대공방과 협약을 체결하여 한국의 특징적, 문화적 이미지를 표현하는 차별화된 디자인으로서 기업에 부가가치이익을 줄 수 있는 경쟁력 있는 상품이 되는데 디자인 방향을 정하였다.

국내의 첨단장비인 주얼 캐드와 R/P 시스템을 활용한 디자인의 고급화와 분업화, 전문성 확보, 아웃소싱의 제도적 정착을 기하고자 하였으며, 이러한 시도를 업계에 확산시킴으로서 경비절감과 협업화, 계열화, 조직화의 목적을 달성하여 수출산업에 기여하고자 하였다.

## (Abstract)

It was developed exporting jewelry products so that export those goods by industrial-educational corporation.

I concluded an agreement with Hyun-dai co. Ltd, known as a specialist of the cultural goods producing company.

By differentiation of the designs for expressing cultural images of Korea, we tried to make competitive goods so that it can give value-added profits to the company.

And we tried to settle specialization, securing specialty, outsourcing and utilize the spearheaded instrument Jewel CAD, R/P System.

Also we tried to contribute to achieve the aims that cost down, task cooperating, systematization by reporting those things to the jewelry business world.

## (Keyword)

Jewelry Design Develop culture & tourism

# 1. 서론

## 1-1. 연구 배경

본 연구는 주얼리 수출 상품을 활성화 하려고 산업체로서 문화상품 전문 제조업체인 현대 공방(서울특별시 종로구 종로 5가 소재)과 함께 금속 공예 주얼리 CAD와 R/P System을 활용한 금속문화상품 디자인 개발 연구를 시행하였다.

디자인 연구개발 업체인 현대 공방은 30년 간의 축적된 기술력과 노하우를 바탕으로 주얼리 수출상품과 귀금속 공예 전문제조판매 업체로서

- 1.벤처기업 지정-서울지방중소기업청(2000.9.6)
- 2.수출유망 중소기업 선정-중소기업진흥공단(1999.4.14)
- 3.한국 무역협회 회원-한국 무역협회장(2000.3.10)
- 4.총 수출 800만 불 달성-한국 무역 협회(2000.7.24)
- 5.다수의 의장특허와 귀금속 수출13위(200.8)와 중동 수출 3 위 달성으로서 그 능력이 공인된 우수한 업체이다.

우리나라는 시기적으로 늦은 감은 있으나, 21세기 밀레니엄 시대를 기점으로 수출 산업 및 문화상품 수출에 대한 새로운 인식의 전환으로 다양한 전통과 문화를 발전시키는 전략을 모색하고 다각적 진로 설정을 제시하고 있으며 문화 인프라 구축에 노력하고 있다.

문화 예술의 경쟁력 강화를 가지적으로 표현하는 디자인 한국의 이미지는 경제화와 산업화와 상품화에 따른 문화 산업과 수출 환경을 구축하는 것이다.

21세기의 문화 수출 산업을 발전시키려는 노력에도 불구하고 우리의 여건은 매우 불리하다 1.열악한 작업환경과 낙후한 개래식 생산방식, 2.디자인의 체계화 과정보다 없으며, 다품종 소량생산을 위한 기반도 마련되어 있지 못하다, 3.공동체 개발 한 제품도 수출시장의 적정가격을 맞추지 못하여 사장되고 있으며 유통 체계의 혼란으로 표적시장에 진입하지 못하고 있다., 4.제품의 질이 조악한 상품으로 수출대상국의 중저가 시장에 팔릴 수 있는 싸구려 제품의 개발에만 몰두하고 있다.

이와 같은 문제점을 타개하기 위한 광주대학교 문화 상품 혁신센터에서는 산학협력으로 첨단 디지털 장비인 주얼 캐드와 R/P 시스템(원본제작기)을 이용하여 국제화 수출 상품의 첨단 기술화와 창의적인 디자인으로 극복해야 할 내용으로

- (1)전근대적인 손기술과 정교하지 못한 수공업 방식에 따른 과도한 인건비 지출 탈피
- (2)구매 의연한 생산체계를 탈피하고 한국의 특성과 전통 문화와 기술, 디자인 요소를 창출할 것 곧 한국에 대한 이미지를 수출로 연결할 것
- (3)적정규모의 대량생산과 복제품 물량확보로 구매자의 경제 능력에 맞는 판매 가격 설정을 달성해야 한다는 것이다.

한국을 표출하고 독특한 문화권의 이미지를 특성화하여 장점으로 전환시키는 디자인을 차별화하여 해외 수출상품 시

장에서 우수성을 발휘하며 기업에 고부가가치화의 수익을 안겨주는 상품으로서 경쟁력을 강화하여 세계적 명품으로 나아갈 수 있도록 홍보, 보급하는데 기여하게 될 것을 전망한다.

## 1-2. 연구 목적

- 1) 디자인 요소
  - \* 한국 전통 이미지와 문화자원을 현대인의 감성과 기호에 맞출 것
  - \* 지역의 풍광과 색채와 한국적 이미지의 선과 형태
  - \* 활용 가능한 소재의 최대한 활용으로 디자인의 무한 창출과 생산 기술의 노하우 축적
  - \* 생활 디자인으로의 접근, 기능성 부여 감상용 공예품의 탈피
  - \* 각개의 제품마다 기능성 부여와 심미적 요소의 부가
  - \* 독창적 요소부여와 타 지역 정서 유입을 배제하여 구매 욕구 충족
- 2) 기능적 요소
  - \* 참여업체의 노하우를 바탕으로 제품의 견실성 확보
  - \* 첨단 장비인 주얼 캐드와 R/P 시스템을 활용한 형태와 문양을 입체화하고 규격화 고급화를 유도함
  - \* 소프트웨어의 활용을 뒷받침하는 첨단 자료의 체계적으로 관리하고 활용
  - \* 자동화 반자동화에 따라서 제품 형태를 규격화, 생산성 확보
  - \* 천연 보석과 귀금속 원자재를 과학적 합금처리하여 외관의 미적 향상과 기능성 부가가치 향상
  - \* 소재금속의 표면 처리와 기능성 부품의 합리적 사용, 탄성, 강도와 표면장력 유지
- 3) 생산적 요소
  - \* 생산비와 원가 절감 - 첨단장비를 사용하여 소모성 재료를 절감
  - \* 제품의 불량률 감소 - 기획 생산과 공정 관리할 수 있는 자료의 확보, 점검, 확인 기준 확보
  - \* 수속품과 기능적 부자재의 아웃소싱과 외주 가공으로 생산비 절감, 협업화, 계열화, 체계화 가능
  - \* 제품의 인접 활용 요소 개발 - 틈새 용도와 시리즈화, 셋트화 개발용이
  - \* 타지역 문화 상품과의 품질과 디자인 이미지 차별화와 독창성 확보에 의한 생산기반 확보

## 2. 디자인 연구 개발

### 2-1.수출용 주얼리 상품의 3C 환경 분석

#### 2-1-1. 자사 제품의 환경분석

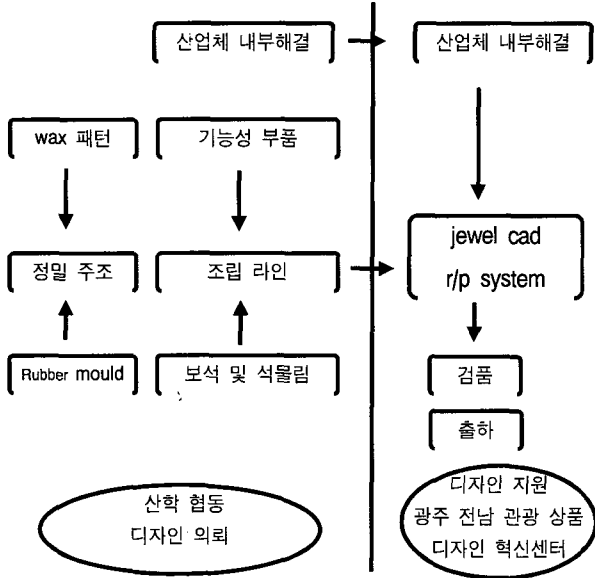
- (1)경영전략
  - \* 기존 업체들의 수출 상품, 다국적 상호 상품의 수입 상품들의 취약점을 보완하여 차별화, 특성화 전략 수립
  - \* 지역의 고유성, 전통성을 현저히 내세우기 위한 전문 디자

이내의 영입, 산학 협력을 통한 우수한 디자이너를 발굴  
 \* 기업 경쟁력 제고를 위한 특화상품, 기능성 장신구와 현대 생활 공간의 기능성 공예 소품으로 분류하여 시제품 개발

**(2)시설 현황**

주얼 캐드, R/P 시스템, 정밀 주조기 세트, 전동물러, 귀금속용해로 석고 진공탈포기, WAX 진공성형기, WAX카빙핸드피스, 초음파 세척기, 전자진동 바텔 연마기 등

**(3)제작 공정**



**(4)판매 전략**

- \* 중동과 미국의 해외 유명 바이어 유치와 판매 의뢰
- \* 인터넷 쇼핑 물 (사이버마켓), 관광 레저 안내 홍보 활용
- \* 상업방송(케이블, 공중파), 홈쇼핑
- \* 조달청과 대기업 행사 사은품 답례품 주문제작 판매
- \* 자차 매장 전시 판매와 백화점 특판 행사 할인 매장 특설 코너 참여

**(5)자체 제품**

- \* 전통 의상 장식용 장신구
- \* 현대 문화생활 용품

**(6)디자인 특성**

- \* 금속공예의 기술적 가공기법의 장점을 살릴 것
- \* 수공예의 맛을 느끼게 하는 전통 표면처리기법을 활용
- \* 부품, 기능성 부속 재료를 활용
- \* 섬세한 마무리 작업에 따라 작업의 성실성을 최대한 표출
- \* 다양한 귀금속과 합금 재료, 보석류, 준보석, 장식석, 칠보류를 활용
- \* 자연친화와 환경보호를 최우선하는 천연 재료를 사용

**(7)제조 생산 능력**

- \* 다품종 소량 생산과 주문자 생산에 따른 납품
- \* 자동화 생산과 조립, 마무리에 치중하는 상태유지
- \* 창업 이후 현재까지 매출액 : 90억원 예상

**(8)종업원수**

- \* 사무직 : 12명
- \* 기술직 : 13명
- \* 기능직 : 53명

**2-1-2. 경쟁사 제품의 환경분석**

**(1)경영전략**

전국 문화 상품과 금속 공방 제조업체 서울 소재에 따른 금속관련 업체 현황, 현재의 문화 상품 관련 업체 현황으로 볼 때 민관으로 나누어지며 문화관광부산하의 한국 문화재보호재단과 (사)한국 전통 생산업체 및 협동조합 등의 시설 단체들을 살펴볼 수 있다.

**(2)디자인**

이 분야의 디자인 경쟁 제품들은 88올림픽을 전후하여 전문성을 가지고 초보단계의 제품을 개발하여 오고 있다. 기존의 역사 유물이나 박물관의 기념품 매점에서 팔리는 신라 금관과 귀걸이의 모조품 종류들과 고미술 상점에서 유통하는 유물들의 복제품들을 만드는 것으로 인식되어 있다. 95년도 이후 정부의 지도로 문화관광 상품개발이 계몽기간을 거쳐서 겨우 도입기에 들어서는 것으로 판단된다. 2000년대 이후 지식문화 산업기반을 구축하기 위한 지역화 특화상품을 조형화, 패턴화하여 첨단 장비와의 접목을 시도하고 있으며, 제품의 현대화를 꾀하여 궁극적으로 국제화, 세계화 시장의 확산을 목표로 하고 있다.

**(3)용도**

장신구, 식탁 용구, 데스크 서비스, 사무용품, 기념품, 답례품, 시상품, 장식품 부엌살림도구 등 다양한 제품으로 개발이 가능하다.

**(4)가격 : 10.000 ~ 100.000원**

**(5)특징**

유적, 유물, 역사적 기록문물, 유형무형 문화재와 건축탑(파고다) 등의 문화 자원을 형상화, 패턴화하여 수출용 문화상품으로 현실화시키는 것이다. 용도의 개발과 새로운 재료의 활용과 참신한 디자인으로 합리적 가격과 성능 좋고 쓸모 있는 상품을 개발하는 것이다.

**(6)유통체계**

공예 전문화랑과 백화점의 특선코너, 박물관의 판매소와 공방 면세점을 활용한 통신판매를 위한 브로슈어 및 카달로그 제작 및 상업 tv 방송 판매, 인터넷 사이버 마켓 및 홈쇼핑 등을 확대 활용

**(7)재료**

금속(황동, 청동, 주석, 아연, 철) 및 초자, 목재, 철, 도자기 등 귀금속(은, 금)과 특수합금(티타늄) 소재 활용도 가능함

**2-1-3. 소비자 환경 분석(customer)**

**(1)생활방식, 양식**

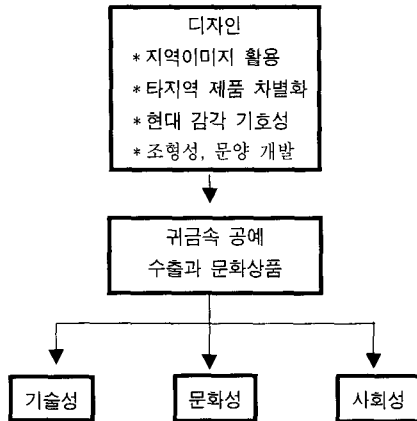
- \* 여가 생활 문화 생활 보편화
- \* 의식주와 기초생활 확보, 안전의 욕구 달성
- \* 소득 증대, 문화수준의 향상, 과학문명 이기의 첨단화
- \* 기능성 위주의 산업사회 디자인 상품에의 염증
- \* 심미성, 장식성, 조형성 디자인 품목으로 정서 안정 독창성
- \* 오리지널리티의 독점적 소유를 자극하는 시대이다.

**(2)구매 특성**

- \* 실용성과 조형성을 갖춘 동시 만족의 추구
- \* 소유자의 개성이 표출되는 독창적, 참신한 디자인

\* 자신의 기호에 맞으면 가격의 고하를 따지지 않으나 될 수록 저렴하게 제공되어야 한다.

**(3)경향 분석**



**2.2. 소비성향분석과 문화 상품분석**

**2-2-1. 소비자의 변화 욕구**

- ①매출가능 시기의 포착
  - \* 소비자의 구매욕구를 자극
  - \* 심미성과 독창성 부여
  - \* 행사용, 선물용, 문화 상품 개발
- ②새로운 디자인을 요구하는 소비시장으로서 제안
  - \* 다품종 소량 생산
  - \* 계절과 잔치, 축제와 지역 축제에 적용
  - \* 예고된 국제 행사에 사전에 대비하는 디자인
- ③소비자 개인의 독창적 문화 생활을 충족
  - \* 신분 상승의 욕구를 충족 - 고급화
  - \* 소득 증대와 소비성향 확대 - 기술적, 작업의 성실성부여
  - \* 개인적 창조적 삶의 환경 조성 - 독창성, 예술적 감각이 부여된 특성화 디자인

**2)수출 상품의 제품 분석**

- ①타사제품
  - 수입 제품의 모방 및 복제
  - 디자인의 정체성 결여 : 전문디자이너 부재
  - 제품의 질적 저하 : 고임금, 저능률, 원가 상승, 매출 부진
  - 생산 공정의 구태 답습 : 가격 상승
  - 고급재료 사용 불능 : 저가 재료, 저급 상품
- ②자사 제품
  - ⇒ 현재
    - 전문 디자이너의 부재
    - 14k 제품 위주의 단순 구색 제품
    - 수작업, 소량 생산, 원가 상승 요인
    - 노하우 축적, 활용 방안
    - 재래식 장비와 기능 답습에 따른 생산 능력과 원가 절감 무력
    - 품질 개선과 디자인 능력 부족
  - ⇒ 개발 방향

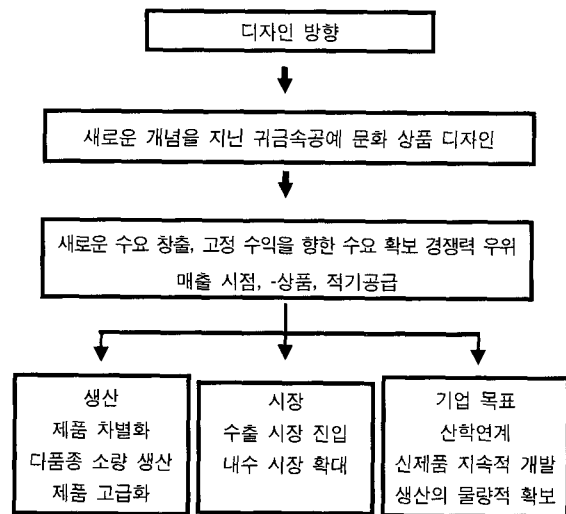
- 산학 협동의 지속적 디자인 개발
- 소개 다양화 고급화 및 소비계층의 다양한 포용 가능성
- 부품생산의 외주 발주 및 계열화, 체계화 가격 경쟁력 확보
- 업체 고유 브랜드 창출 및 이미지 개발
- 첨단 장비 활용, 생산력 향상, 가격 경쟁력 확보
- 지역 특성화 제품 창출과 새로운 디자인 접목으로 특성화 제품 출시

**3. 디자인 연구개발**

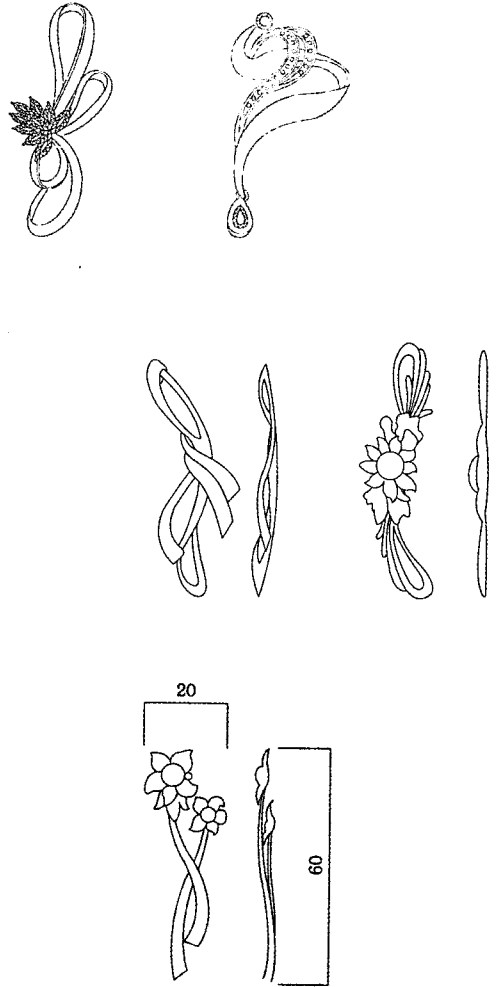
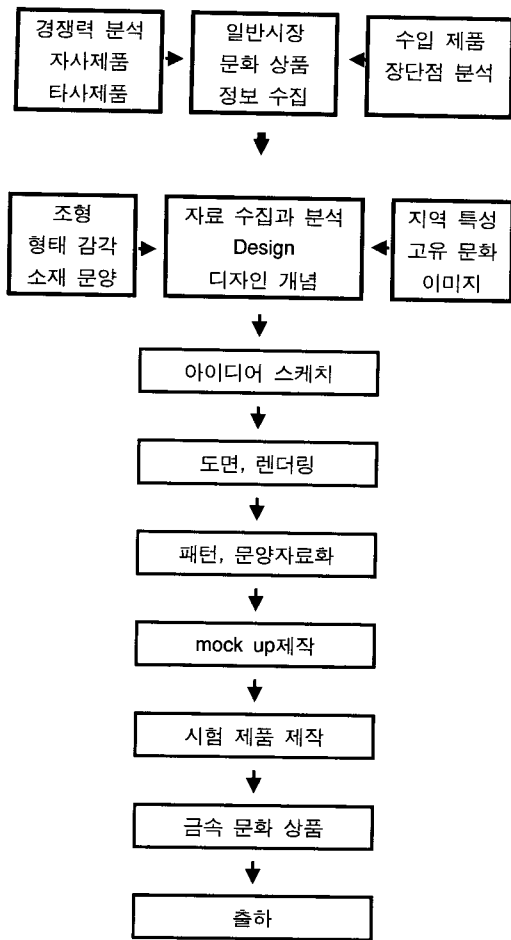
**3-1. 디자인 방향**

수출 상품의 업체 환경 분석, 소비자 환경 분석, 수출용 상품을 분석하여 통하여 지역의 특성화를 유도하여 지역 정서와 이미지를 확보한 디자인으로 제품의 질적 향상의 방법을 구체적으로 검증하여 기획, 완료된 디자인을 전파 장비를 활용, 고급화 제품을 생산한다. 해외의 수출 상품 시장에서 경쟁력 우위를 점하고 새로운 수요 창출과 수익의 극대화를 이루기 위하여 다음과 같이 개념을 설정한다.

- \* 다양한 소재 활용, 제품의 고급화 유도
- \* 지역 특성화 수출지향 문화 상품의 이미지 확보
- \* 유형적, 무형적, 문화 디자인 자원의 조형화, 패턴화, 모듈화
- \* 조형성, 심미성 극대화로 소비자 구매욕구 촉진
- \* 소비자 선호도에 최우선하는 자연 친화 생태 환경 보호 디자인의 도입
- \* 첨단 디지털 컴퓨터 장비 활용 디자인 비용, 제품 제조 경비, 절감 효과
- \* 여가 생활, 문화 공간을 충족시키는 감각적인 디자인
- \* 상품시장의 신수요 창출과 지속적 매출 확보를 위한 경쟁력 고수의 창출

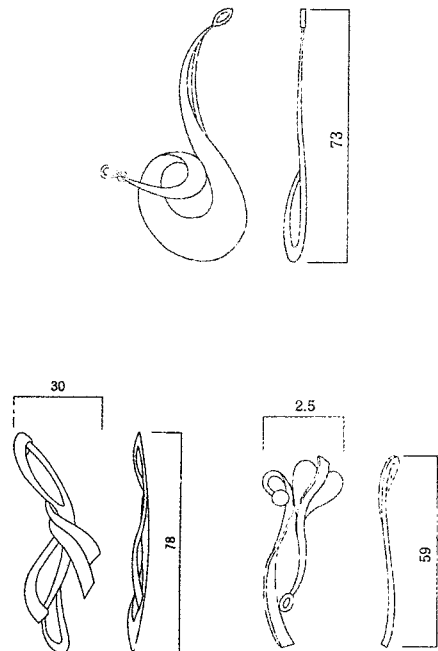
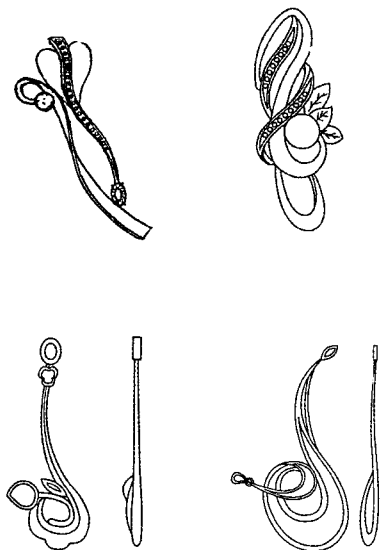


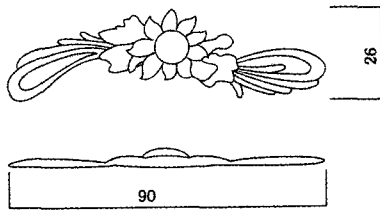
### 3-2. 제품 개발 과정



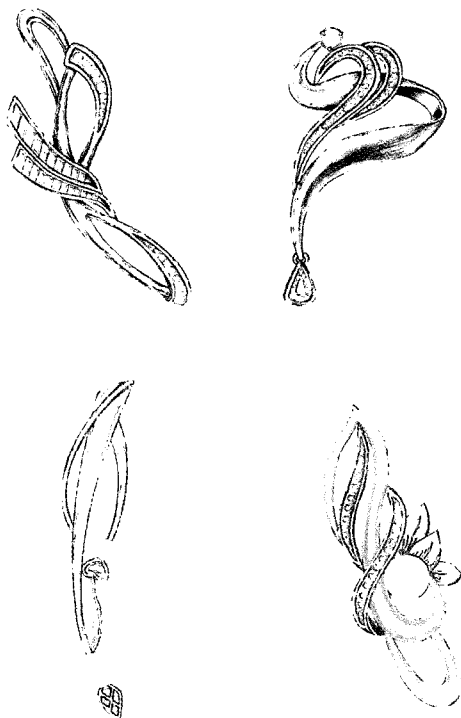
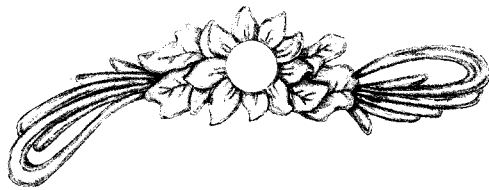
### 3-3. 디자인 전개

● 발상

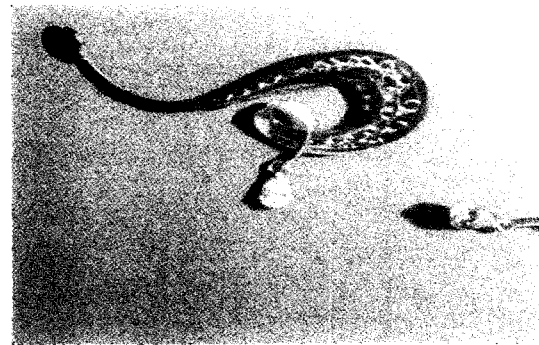
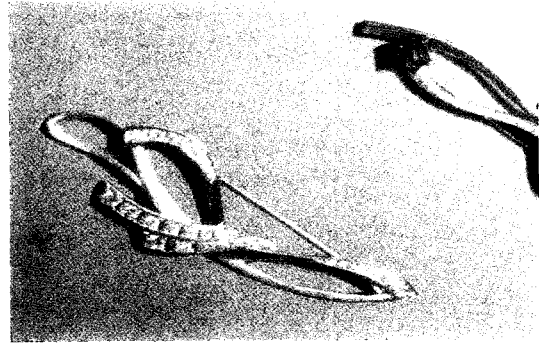




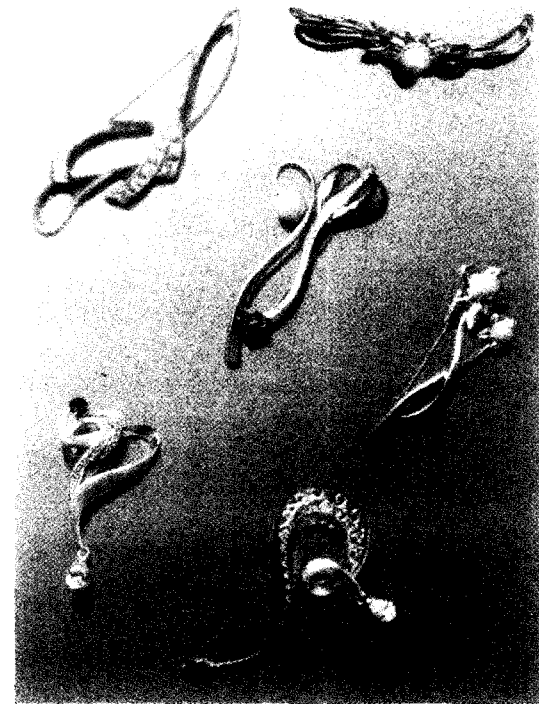
● 세부묘사



● 시제품 견본 사진

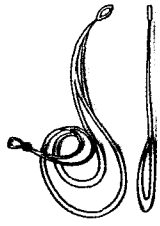

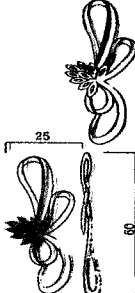

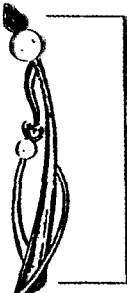


● 전체 시제품 견본 사진






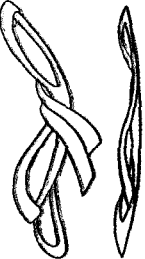
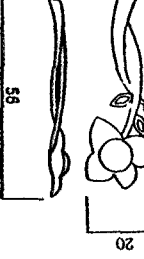
수출상품용 주얼리 디자인의 상품화요소를 분석하여 도표로 제시하였다. 개발된 제품 중에서 15개의 표본을 추출하여 감성영역과 감성언어별로 항목을 정하고 소구대상 고객층을 분류하여 시장지향성표적 상품으로 출하될 것을 제안하였다.

디자인의 상품화 요소분석

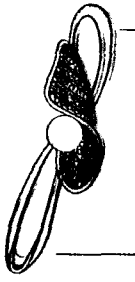
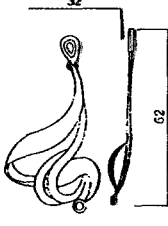
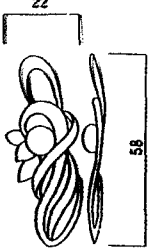
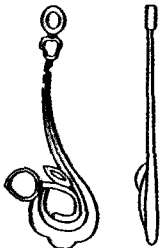
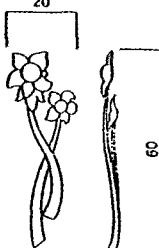
No.	제목(해설)	Design사양(그림)	규격, (재료)	감성영역	감성언어	(고객층) 소구대상
1	신라정신 : 신라초 신라금속공예전통에 대한 경 의 130×55×16m/m		W.G. 18K 블루 사파이어 에메랄드 Diamond	청색, 백색, 광휘 녹색, 투명 산란 Cool/Hard Cool/Casual	·도시적 ·시원함 ·정확, Clear ·명쾌, 진출	캐리어 우먼 25 ~ 40세
2	영원한 울동 110×47×12m/m		핑크골드+W.G 에메랄드 부루사파이어 Diamond	핑크, 녹색 청색, Romantic Warm/Soft Pretty(w.s)	헤미닌 청순, 봄날 5월의 아침	주부 35 ~ 40세
3	피비우스의 초대		Y18K. 루비 Dia 핑크 사파이어 95×42×12m/m	루비-빨강, 핑크 노랑금색 Warm/Hard	7월의 정점 다알리아꽃 은화함	주부 40 ~ 45세
4	헤조음 : 생명체의 창조와 성 장 진주구슬+헤조류와 울동 파도소리, 조개 껍각의 외신상 성장		W.G. 18K 진주(백색핑크) 사파이어, Dia 에메랄드 115×42×12m/m	백색, 진주광택 파도소리 Cool/Soft	바다이야기 젊은날의 추억 Clear(s/e) Ethnic(w/h)	캐리어 우먼 30 ~ 40세
5	Fusion & Kitch 상류사회에 대한 동경 모방과 홈모 : 신분 상승의 욕 구품위, 격식, 대접받는 삶에 대하여		W.G. 18K 진주 부루사파이어 Diamond 98×36×11m/m	백색, 진주광택 청색, 투명광택 Hard/Cool 신비한, 명상적	Dandy Modern 단정함 검소, 우수 안정된, 단단한	캐리어 우먼 35 ~ 45세



디자인의 상품화요소분석(계속)

No.	제목(해설)	Design시양(그림)	규격, (재료)	감성영역	감성언어	(고객층) 소구대상
6	Baroque - Hair Pin (비로크)		진주, 18 W.G 백색, 샌딩 50% 거울광택 135×48×15M/M	Hard/Cool 개성적, 신뢰감 Original 정숙한	Noble 우아, 규범 귀중한 안정적	주부 50~55세
7	아르누보의 화상 두루미(학)의 몸체와 무의선 뱀장어 꼭선-유연한 곡선 페미닌적 상상과 꽃의 이미지 합성		루비, 에베랄드 Y18K+핑크골드 Diamond 120×44×13M/M	Warm/Soft 밝은, 여성적인 파스텔조의 여자의 꿈과 같은	Sex Romantic 젊은, Naive한 감미로운, 서정적 Natural 방랑자적인	주부 40~45세
8	아르테코-기하학적인 단순 설 계도형에의 경도 대량생산, 기계미학에 대한 미 술, 디자인적 원리의 탐구		루비, 진주 Wg 18K, Y.G Diamond 98×39×15M/M	Warm/Hard 호화스러운 Moody-우아한 화려한 꾸밈	Gorgeous 매혹적, 관능적 요염한, 원숙	캐리어 우먼 35~40세
9	미니멀리즘-순수재료의 원소 적 포출, 단순 명쾌 재질감에 대한 미적원리의 접근		백금 W.G Diamond 청색사파이어 110×55×22M/M	Cool/Hard Original한 Modern한 차분한, 신비한	Formal 신뢰감, 권위있는 본격적인 단정, 고귀한	중후, 규범적 45~55세 주부
10	헤미닌 Brooch-헤미라기 Fusion 사랑의 온유함과 무드 를 추상하는 여성심리의 표방 을 위함		진주, 루비 에베랄드 Y18K 77×34×9M/M	Warm/Soft Romantic 감미로운, 유연한, 친밀감, 원만한	Pretty 귀여운, 예쁜 달콤한, 소녀적	오피스레이디 25~35세 경쾌, 발랄

디자인의 상품화요소분석(계속)

No.	제목(해설)	Design사양(그림)	규격, (재료)	감성영역	감성언어	(고객층) 소구대상
11	제 목 : Water Land를 추상함. 끝없는 항해, 돛과 바람, 파도 고이 간직한 사랑은 진주빛으로 영롱하 고, 보호받는 사랑의 아늑함을 그리 워함		백금 W.G Diamond 사파이어 진주φ 10M/M 10×35×12M/M	Cool/Hard 환상적인 Chic 매혹적인 Elegant-젊은 Flash-신선한	Original-Noble 규범적, 귀중한 Dandy 기품있는 아량이 있는	주부 30~40세
12	Brooch - 헨리무어 가정의 행복 - 모자상에 대한 영원 한 회구 - 모성본능에 대하여 - 시 대정신의 갈구함		Y토파즈, 루비 Y18K, 빨강 62×32×12M/M Diamond 에메랄드, 녹색	Warm/Hard Story-탄력있는 매혹적인, 인숙 풍요로운, 활기양성	Classic 건강, 튼튼한 Dynamic 대담한	40~45세 안정된 가정주부
13	Brooch - 디지털시대의 헤미닌적 관 찰 : 시대가 분주하고 열정적일수록 -가정과 여성의 아늑함은 더욱 요 구되어진다		18K Yellow Gold 루비, 진주 56×22×12mm Diamond	Warm/Soft 서민적인 진주 φ9mm 개방적인-온화, 원만	Warm-Natural 온화한, 즐거운 Casual한 사랑스러운	35~40세 중산층가정주부
14	화랑 - 깃털장식, 황금 수식, 활쏘 기, 심연형, 영락, 초원에서 말달리 기, 한구형 고유브랜드		72×25×9mm	Warm/Hard 무지개, 정열, 투어머린-하트 루비-Oval	Dynamic 대담한, 강렬한 역동적인 아생생적인	진취적 직업 30~35세 경력자 팽렬여성
15	자매수선 - 이른봄날, 맑음, 순수, 소녀, 숲속, 호수의 요정 환상 - 꿈 많은 첫사랑		18K Y Gold 에메랄드 Diamond 65×30×8mm	Warm/Soft 노랑꽃-시트린(토파즈) Preeety 초록-에메랄드	달콤, 귀여운 소녀적, 예쁜 따뜻한 사랑스러운	25~35세 하이미스 신혼초기

#### 4. 결론

- 1) R/P system을 이용한 주얼리는 타사 제품과의 차별화 및 인건비 경쟁력에서 우위를 점할 수 있다.  
(비싼 원본 세공료를 지불하지 않고 최첨단 장비에서만 가능한 정밀한 원본 제작을 통해 타사 제품과 차별화 하여, 경쟁력에서 우위를 점할 수 있다.)
- 2) 제품의 가격대는 타사제품과 유사하게 하여, 경쟁력에서 우위를 점할 수 있다.
- 3) 산학연계를 통하여 높은 학력과 최첨단 기술자원 결집을 이룰 수 있다.
- 4) 값비싼 가공 스톤을 수입하지 않고 가공되지 않는 저렴한 스톤을 구입하여 스톤 가공처리 후 주얼리 제품에 리레이 전시켜 대체 효과를 극대화시킨다.
- 5) 개발되어질 품목은 고가용 주얼리로 개발하여, 내수 및 수출 시장 점유율의 확대 가능성을 극대화시킨다.
- 6) 외국인의 기호에 적합한 합리적인 상품 개발로 수출 증대를 극대화시킨다.  
(우리나라 주얼리 중요 수출 대상국인 미국(44%), 중동(21%), 홍콩(13%), 일본(12%), 기타(10%)를 목표로 한 연구 제품 개발)
- 7) 2002년 월드컵 특수를 대비한 문화 관광용 선물용품 개발을 통하여, 타사제품과 제품의 차별화 및 경쟁력을 극대화시킨다.

## 참고문헌

1. Eleta : Jewelry By Artist In Italy(1945~1995), 1995
2. Schmuck (독일) '99년 1월~'00년 2월(월간지)
3. Jewelry Asia '02, June, Sept. (월간지 홍콩)
4. American Craft '96, '99, '01 (월간지 뉴욕)
5. Jewelry Styling No. 2~5 계간(1992~3 일본)
6. D. Cohen, 「Consumer Behavior」, New York : Random House Inc. '81
7. Neuman, Robert Von, The Design & Creation Of Jewelry Pennsylvania, Chilton Book Co. '89.
8. P.Harmon, Small Business Management. D. Vannostrand Co. '79.
9. Bovin Murray, Jewelry Making N.Y Bovin Publishers '76.
10. Choate Sharr Creative Gold and Silversmithing N.Y. Crown Publishers '70.
11. 오용경. 귀금속 보석, 장신구 판매증진을 위한 마케팅 전략 및 기법 '92 예림사
12. 이재국, 디자인 가치론 '97 청주대 출판부
13. 정경원, 세계디자인 기행 '96 미진사
14. 정경원, 디자인 경영, 2000. 3월, 안그라픽스, 서울
15. 정시화, 한국의 현대디자인 '76 열화당
16. 김세환, 귀금속 상품학 '02. 2월 귀금속과 보석, 출판부
17. 이종근, 한국보석용 Diamond 산업육성 방안에 관한 연구 '81 서울대학교 대학원
18. 클레어·필립스 저, 김숙 역 장신구의 역사, 시공아트 014(주)시공사 p75~195.