

Modern commercial package design - Theory - Idea - Practice

Modern commercial package design - Theory - Idea - Practice

現代商業包裝學 — 理論・觀念・實務

Modern commercial package design - Theory - Idea - Practice

紙張包裝的基本形式與結構 (附)

許吉雲 著

Basic form and structure of carton package (CD in clu

國家圖書館出版預行編目資料

現代商業包裝學：理論、觀念、實務 = Modern
commercial package design: theory, idea,
practice / 許杏蓉著. -- 初版. -- [臺北縣]
永和市：視傳文化，2003 [民92]
面：公分. -- (包裝設計系列)

ISBN 986-7652-02-9 (平裝附光碟片)

1.包裝-設計 2.工商美術

964

92011427

包裝設計系列

現代商業包裝學—理論、觀念、實務

每冊新台幣600元

著 作 人：許杏蓉
編 輯 人：曾大福
編輯設計：黃偉發、林俊傑
插圖繪製：楊玉麗
封面設計：許杏蓉
光碟版面設計：許杏蓉
多媒體光碟製作：林俊傑

總經銷：北星圖書公司
地址：永和中止路458號B1
TEL: (02) 2922-9000
FAX: (02) 2922-9041
郵撥：0544500-7 北星帳戶
網址：www.nsbooks.com.tw
E-mail: nsbook@nsbooks.com.tw

發 行 人：顏義勇
出 版 者：視傳文化事業有限公司
永和市永平路12巷3號1樓
電 話：(02) 29246861 (代表號)
傳 真：(02) 29219671
郵政劃撥：17919163 視傳文化事業有限公司
網片輸出：華剛製版印刷有限公司
印 刷：裕華彩藝股份有限公司

行政院新聞局局版臺業字第6068號
版權所有·翻印必究

◎本書如有裝訂錯誤破損缺頁請寄回退換◎

ISBN 986-7652-02-9

2003年9月1日 初版一刷

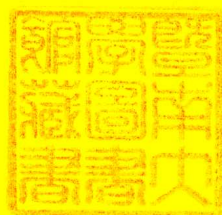
J524.2
20044

港台書室

現代商業包裝學

理論・觀念・實務

Modern commercial package design - theory · idea · practice



許杏蓉 著

視傳文化事業有限公司

由於經濟繁榮與社會進步，國民生活水準日漸提高，設計教育隨之蓬勃發展，包裝設計教育亦漸受重視，尤其現代商業包裝設計又是促銷商品的一大利器，因此，不論產業界或學術界對於包裝設計人才的培育皆不遺餘力。

許老師於國外求學時期便對包裝設計產生濃厚興趣，甚至於教學至今十多餘年對於包裝設計的研究未曾中斷過，其包裝論文曾獲得日本「原弘設計獎」，並於各研討會、學報及設計相關雜誌中，發表過多篇包裝設計相關之文章，對於包裝設計之各項觀點，具有其獨到之處。

目前，國內包裝設計相關之理論書籍甚感缺乏，在此必需積極培養下一代包裝設計人才的時期，若能藉重其專長，出版理論、觀念與實務並重的專業書籍，為增加各種包裝之專業知識，灌輸新的包裝設計觀念而努力，相信對於包裝設計界，必定具備其正面的意義。

此本「現代商業包裝學－理論、觀念、實務」著作，內容具體實際簡明扼要，針對所謂現代商業包裝設計具備詳細的說明，而且關於現代商業包裝設計的未來趨勢，具有其特殊的見解，書中大量舉例目前消費市場上各種商業包裝設計之範例，並加以說明，使學習包裝者更容易融會貫通，同時作為學習過程之參考資料。

從事包裝設計養成教育十五年的許杏蓉老師，執教期間熱衷教職，對於包裝設計課程的教授更是經驗豐富，深受學生的愛戴。「現代商業包裝學－理論、觀念、實務」一書的出版，便是其教學與研究成果的最佳寫照，值得產業界、設計教育界與包裝專業從業人員之參考，付梓之際，為之著序並致祝賀之意，特為推介。

國立台灣藝術大學 校長

王毓穎

台灣多年來蛻變成已開發的經濟環境之後，Made in Taiwan的商品在科學技術進步與國際商品市場競爭的壓力下，已生產相當具水準的優良商品。而隨著商品品質的提高，相對著「包裝設計」亦漸漸受到企業界的重視，因此「包裝設計」已被列為設計教育中的重點課程，尤其是「商業包裝設計」因為具備其一定程度的附加價值，能夠達到商品行銷的目的，所以在此競爭激烈的商業市場中，「商業包裝設計」的地位更日趨重要。

筆者有感於此，於是綜合十多年來教授「商業包裝設計」的經驗，將牽涉範圍廣泛的「商業包裝設計」由淺入深，理論與實務並重的觀念，融入本書讓學習者了解有關「商業包裝設計」的專業知識。一般的「商業包裝設計」較偏重於平面設計；而忽略了「優良的商業包裝設計」所應具備的條件，並非只有平面設計的部份，其他如造形、結構的設計、材質的選擇等等方面的知識亦相當重要，本書為了平衡「商業包裝設計」整體的學習概念，於是加強理論的部份結合實務的應用，以期達到「商業包裝設計」課程學習過程的良好效果，同時期望藉此提供國內研究商業包裝設計教育之專家學者作為參考。

本書主要內容分為：（一）理論篇（二）觀念篇（三）實務篇共三部份。

（一）理論篇－由包裝的語義、現代包裝的分類、現代商業包裝發展史、至現代商業包裝的定位與重要性等方面的說明，全篇以敘述基礎理論為重點。

（二）觀念篇－以建立現代商業包裝設計新的思考方向、了解現代商業包裝設計的趨勢為主要内容。

（三）實務篇－自包裝創意思考的方法、商業包裝的設計程序、至平面設計中的圖文訊息、包裝的印刷與完稿製作的說明。同時附「紙器包裝之基本造形的平面展開圖」光碟片，作為初學者學習的參考。

本書的出版由衷感謝國立台灣藝術大學校長 王銘顯先生為本書寫序與多年來的鼓勵，以及劉鎮洲院長和已退休的林瑞蕉教授長久以來的支持。另外，希望將此書獻給日本武藏野美術大學 下村千早教授和已故的日本筑波大學 朝倉直巳教授，衷心感謝其栽培與愛護，筆者才有機會在此編寫本書，為培育更多優秀的下一代而努力。並承蒙正隆紙業股份有限公司資料的提供、視傳文化 顏經理的協助與支持本書惠予出版，筆者才疏學淺，行筆倉促，倘若有疏忽遺漏之處，

許杏蓉

2003年6月 台北

目 錄

〔理論篇〕

第一章 何謂包裝	6
第一節 「包裝」的含義	8
第二節 包裝的範圍為何	10
第三節 現代包裝的定義	18
第四節 現代包裝的分類	20
第二章 概說現代商業包裝	24
第一節 商業包裝的定位與重要性	26
第二節 商業包裝的發展	28
第三節 超級市場出現後的商業包裝	32
第四節 商業包裝的相關學識領域	36

〔觀念篇〕

第三章 建立現代商業包裝設計的新觀念	38
第一節 商業包裝設計與機能性	40
第二節 商業包裝設計與行銷	52
第三節 商業包裝與企業形象識別系統設計	56
第四章 現代商業包裝設計的新趨勢	62
第一節 立體造形設計的多樣化	64
第二節 包裝功能的多元化	70
第三節 儲運系統的一貫作業化	76
第四節 成本計算的合理化	82
第五節 傳統包裝造形的現代化	84
第六節 包裝設計的環保化	88
第七節 整體包裝設計的輕量化	94
第八節 生產技術的完全自動化	98
第九節 設計過程的電腦化	102
第十節 管理的科學化	106

〔實務篇〕

第五章 商業包裝的創意思考	114
第六章 商業包裝的設計程序	124
第七章 紙器包裝的基本造形與結構（附光碟片）	132
第八章 圖文訊息於包裝設計上的應用	182
第一節 商標於包裝之中	185
第二節 圖像於包裝之中	190
第三節 企業造形於包裝之中	196
第九章 包裝的印刷與完稿製作（以紙器為例）	200
第一節 紙材的絲流與包裝	202
第二節 紙器包裝與印刷	206
第三節 包裝的完稿製作	210

The background is a solid yellow color. Overlaid on this are several thin, white, geometric lines. These lines form various shapes, including rectangles and polygons, some of which are solid and others dashed. The lines are arranged in a way that creates a sense of depth and structure, with some lines intersecting and others running parallel. The overall effect is a minimalist, architectural design.

第一章 何謂包裝

What is package ?

第一節 「包裝」的含義

第二節 包裝的範圍為何

第三節 現代包裝的定義

第四節 現代包裝的分類

第一節

「包裝」的含義

「包裝」一詞並非中國人的專利，自古至今，不論中外，對於「包裝」的語義各有其不同的詮釋。《說文解字》曰：「包，妊也。乃說字形非字義，孕者裹子也，引伸之為凡外裹之稱。」「裝，裹也。束其外曰裝」（註1-1），由此可知「包」字依照其字形的演變可追溯得知，是基於子體孕育於母體子宮中的情形，所形成的象形文字，引伸為凡外裹內皆稱為「包」。所以目前所使用的一般字典中，若是名詞意為「裹起來的東西稱為包」，依動詞則解釋「把東西裹起來亦稱包」（註1-2）。

[圖1-1]「包」的字形演變：



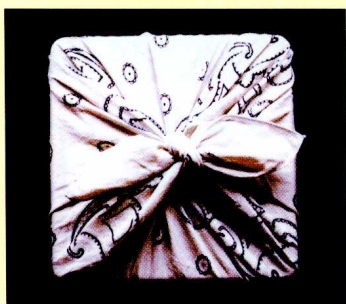
[圖1-1] 「包」的字形演變

至於「裝」，若依《說文解字》謂：「裹也。」而一般字典中常見的名詞解釋是「合在一起的衣物」，動詞則是「把東西放進去」之意（註1-3）。

英文字典中有關「包裝」常見的文字：
 “Pack”（名詞為包、捆、包裝之意。動詞為包裝、捆紮、打包、收藏之意）。
 “Package”（名詞，意為包裹、包裝之容器）、“Packing”（名詞意為，包裝、填物、填料）。

鄰國日本對於包裝文化的熱衷是有目共睹的，所以「包裝」一詞對他們而言並不陌生，日文中「包み」（動詞，意與中文之「包」相似），「包裝」（名詞，《大漢和字典》解釋為：準備行李、打理行李），最近則常取用英文 package 的發音所形成的外來語「パッケージ」代之。

雖然各國對於「包」、「裝」或「包裝」各有其不同的文字表現方式，但其語義與用法卻有異曲同工之妙，亦可說雖源自不同歷史背景，對於「包裝」的認同卻是很相近的。綜合各家分析其所代表的語義為：打包、捆裝、收拾準備行李、打包收藏、包裝、包裹、包裝之容器等等。[圖 1-2, 1-3]



[圖 1-2]



[圖 1-3]

[圖 1-2] 以傳統素材（布）打包

[圖 1-3] 以現代素材（塑膠）打包

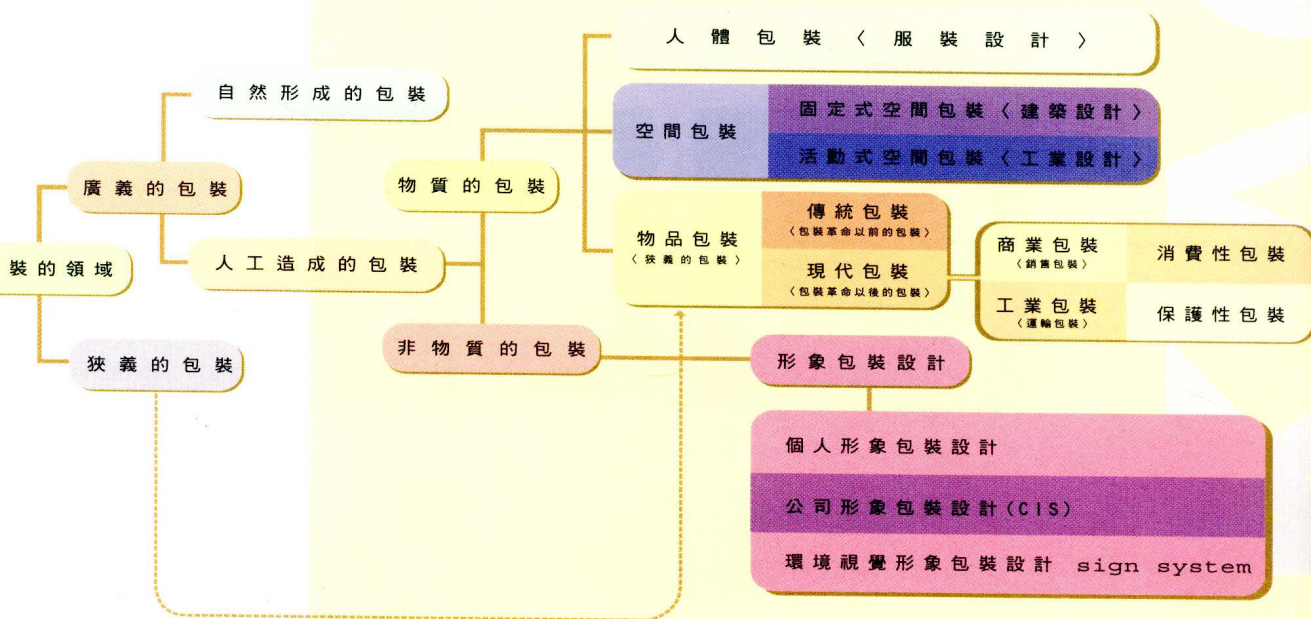
因此「包裝」一詞亦意味著：

- （一） 整理的功能
- （二） 保護的功能
- （三） 收藏的功能
- （四） 可搬運的功能
- （五） 具密封的功能
- （六） 進行管理動作的功能

第二節 包裝的範圍為何

一般人所了解的包裝領域是狹隘的「包裝物品」而已。每當有人提到「包裝」一詞，即聯想到是為了保護或美化市面上琳瑯滿目的商品所製作的商品包裝。其實「包裝」應有其更廣泛的領域，並非局限於一般所見的商業包裝或工業包裝等等的現代包裝。綜合各種觀點，以分析圖將包裝的領域作更廣義的解釋與分析。

根據包裝領域分析圖可見，若廣義探討包裝的範圍，可將其區分為自然形成的包裝與人工造成的包裝兩大類。[表 1 — 1]



— 1] 包裝領域分析圖

(一) 自然形成的包裝－大自然的奧妙

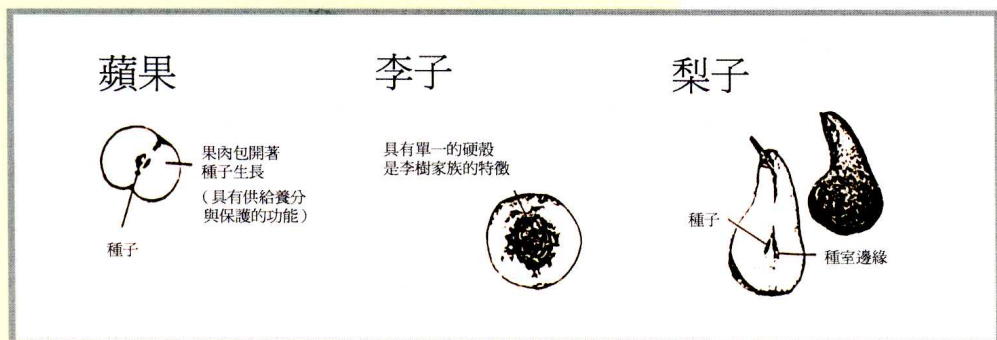
自然是奥妙的，在生活周遭，其實早已蘊藏著無數的自然包裝，這些自然包裝在包裝的機能上均能達到相當的保護功能，而不需要任何人工裝飾。

以人為出發點，觀察自然的完美包裝，如：胎兒在母體中受到層層保護，無形中形成一種包裝。動物的蛋，由最外層的蛋殼、氣室、卵膜至具有緩衝、保護與提供養分功能的卵白，皆是為了使卵黃不容易遭受外力破壞所自然形成的保護層。

除了動物的蛋，植物的果實如柳橙、蘋果、李子、杏子、梨子等等，皆由果肉包著種子生長，除提供種子在生長過程中足夠的養分以外，且防止受到侵害。由此可知，植物的果實與堅果，本身亦是良好的天然包裝，如栗子、開心果、花生、核桃等等。

[圖 1—4]

[圖 1—4] 果肉與種子的關係



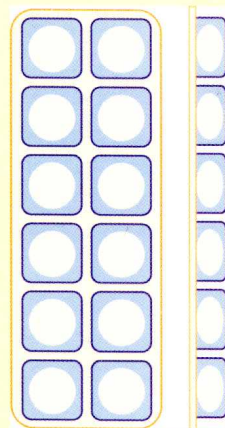
豆類中的豌豆莢，將種子一粒粒串連起來，使它充分地發揮了包裝的功能，義大利造形藝術家 Bruno Munar 以近代包裝之理論觀點做了一個分析，認為豌豆莢是一個頗富經濟性的包裝。類似這樣的包裝功能用於現代包裝中，以藥品及電子零件的包裝方式上利用最多，就是所謂可剝式包裝 [strip package]。

[圖 1-5]

以此類推，蠶之結繭、蝴蝶羽化過程之蛹、貝類之殼，甚至於包裝地球之大氣層，自然界已經形成很多機能性良好的包裝，而這些往往是後來人們製作包裝設計時，對於機能性與造形方面皆是很好的參考或模仿的對象。[圖 1-6]



[圖 1-6] 豌豆夾



[圖 1-5] 可剝式包裝

（二）人工造成的包裝－人類生活經驗的累積

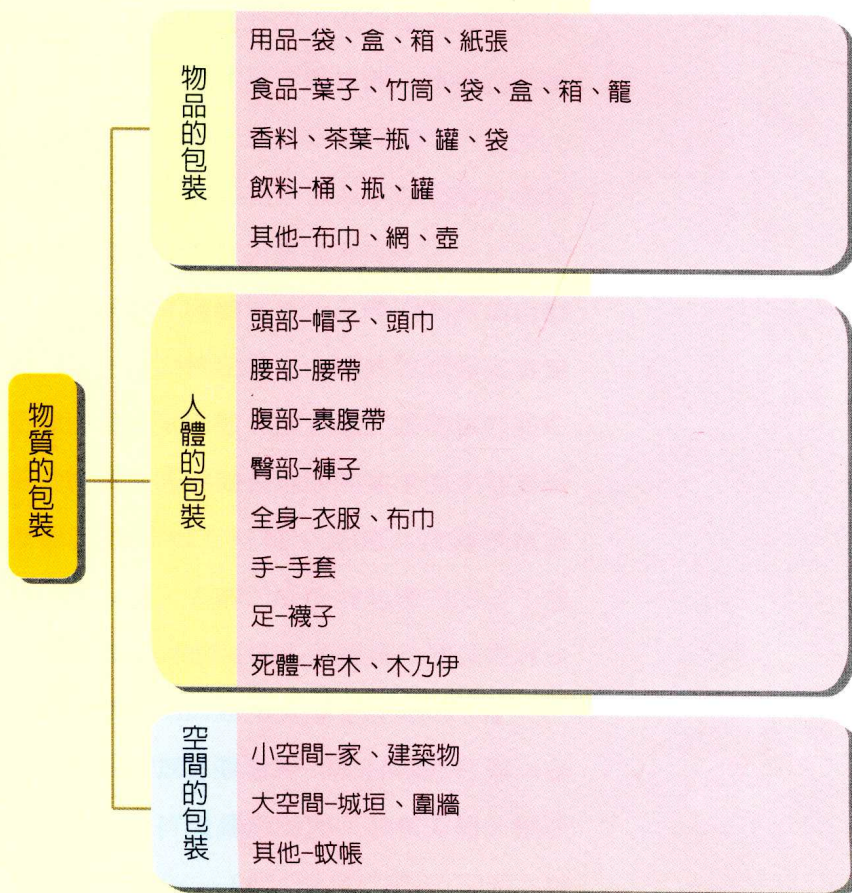
包裝的歷史亦可稱為人類的生活史，因為它是結合人的智慧與反應當時人類生活形態的歷史。

若將人工造成的包裝區分為二：一則是物質的包裝（亦稱硬體包裝），另一則是非物質的包裝（亦稱軟體包裝）。

（1）物質的包裝（硬體包裝）平常很容易接觸到，根據其用途可以分為三種類：

[表 1－2]

[表 1－2] 物質包裝分析圖



(a) 人體的包裝

(b) 空間的包裝

(c) 物品的包裝

(a) 人體的包裝[圖 1-7]



圖 1-7] 人體的包裝

人體的包裝主要是指服裝方面，人類為了禦寒與保護軀體，從原始時代利用動物皮製作衣物到現代使用各種素材來設計服裝，這一系列的演變過程並非三言兩語所能敘述，在人的生活品質愈見提高的前提下，服裝並不只是為了保護身體，它兼具美化功能與保護功能，由於涉及其他專門領域，所以在現代的設計界中人體包裝已歸屬於另一個專門的領域——服裝設計。

(b) 空間的包裝

人造的空間包裝重點在於建築物。建築物可以包裝空間，從小空間到大空間，最近的建築設計界為了追求高品質的住宅，已出現一體成型的衛浴空間，這便是很典型的空間包裝。由小空間的包裝擴展到建築物、城垣等方面的大包裝，雖然它具有包裝的概念，但由於牽涉範圍過於廣泛，所以並不屬於包裝設計的範疇，而是建築設計的專屬。

對於「包裝」概念的詮釋，著名的包裝藝術家 克里斯多福 便曾經嘗試包裝島嶼、海岸、橋樑等等，對於包裝更有其特別的見解。例如：克里斯多福 1980 — 1983 年在美國

佛羅里達州邁阿密海邊「包裝海島」，利用桃紅色塑膠尼龍布漂浮包圍著十幾個小島，藉以表達其包裝藝術。

除了固定的空間包裝外，移動式的空間包裝亦常見，如：火車、飛機、船在移動時，除了人體跟著移動外，內部的各項設備也跟著移動，所以也可稱為移動式的空間包裝。當然這些工業產品的外觀雖然有空間包裝的概念，但乃是屬於工業設計的專業領域。

（c）物品的包裝

人類穴居時代，為了儲存或攜帶食物，開始利用自己生活周圍環境的一些自然材料進行包裝的行為。起初是使用現成的果殼、樹葉、獸皮、魚皮等來包或盛裝食物，慢慢的演變成以製造土器或編織等方法做成簡單的容器、袋子或籠子等，於是開始所謂容器的使用。更因為包裝為人類的生活帶來愈來愈多的方便，隨著生活經驗的累積與物質生活的提高，人類對於包裝的要求也更加多樣而複雜，因此物品包裝已發展成其專屬的系統。



圖 1-8] 扁食亦是一種可食性的物品包裝

物品包裝的發展系列已經演變成目前所稱的包裝設計，其中尚包括兩方面：

- 傳統包裝：指包裝革命以前的包裝，以傳統的包裝材料，如：葉子、稻草、麥草、竹子、木材