

現代設計叢書 13

包裝設計

金子修也著
編輯部編譯

審訂 / 陳俊宏



藝風堂

包裝設計

原著／金子修也

編譯／藝風堂出版社

審訂／陳俊宏

包裝設計

原 著 金子修也
編 譯 編輯部
審 訂 陳俊宏
發行人 羅東釗
文字編輯 鄧玉祥、胡敏琪、吳文嬋
美術編輯 張碧珠、余淑芳、曾燕珍
出版者 藝風堂出版社
行政院新聞局出版事業登
記證局版臺業字第 2940 號
地 址 台北市泰順街 44 巷 9 號
電 話 (02) 3632535
傳 真 機 (02) 3622940
郵 撥 郵政劃撥 1265604-7 號
藝風堂出版社帳號
印 刷 大勵彩色印刷股份有限公司
出 版 中華民國八十年十月初版
定 價 350 元
本書如有缺頁或裝訂錯誤，請寄回更換

版權所有・翻印必究

目錄

- 2 • 作者簡介
 - 3 • 序言
 - 7 • **【壹】包裝的世界**
 - 8 • (-)包裝的擴展
 - 8 • ◆夜晚與地球都是包裝
 - 9 • ◆生活中的包裝
 - 9 • ◆空中之旅的包裝
 - 10 • ◆收容於包裝之中
 - 10 • ◆非物品的包裝
 - 12 • ◆機能的包裝
 - 12 • ◆表達心意的包裝
 - 14 • (二)包裝的概念
 - 14 • ◆做到何種程度才稱得上是包裝
 - 15 • ◆包裝的機能概念
 - 16 • ◆包裝的領域
 - 23 • **【貳】包裝設計的魅力**
 - 24 • (-)現代包裝的形成
 - 24 • ◆走上現代的準備
 - 25 • ◆現代的原型
 - 26 • ◆包裝革命
 - 28 • (二)包裝的道具性與訊息性
 - 28 • ◆5項機能的相互關係
 - 28 • ◆包裝的道具性
 - 30 • ◆包裝的訊息性
 - 32 • (三)何謂設計
 - 32 • ◆用以維生的裝備
 - 35 • ◆設計是在生活裝備上多費心思
 - 35 • ◆設計的領域與包裝設計
 - 37 • ◆設計所隱含的意思
 - 37 • ◆破壞式的設計
 - 41 • ◆惡魔與天神之間的夾縫
 - 45 • **【叁】包裝設計的現場**
 - 46 • (-)設計程序
 - 46 • ◆商品即提案
 - 46 • ◆設計程序
 - 54 • ◆程序計劃
 - 54 • ◆提案計劃
 - 55 • (二)企劃與調查的技巧
-

-
- 55 • ◆企劃的技巧
- 57 • ◆構想的技巧
- 58 • ◆設計調查的技巧
- 62 • ◆女用醫藥品
- 66 • (三)設計的技巧——作為道具的形態
- 66 • ◆包裝形態
- 70 • ◆將棒與器合為一體的技巧
- 71 • ◆瓶類的造形技巧——瓶為態勢之美
- 80 • ◆鉢類的造形技巧——鉢為盛置之美
- 84 • ◆筒類的造形技巧——筒為簡潔之美
- 87 • ◆桶類的造形技巧——桶為結構之美
- 90 • ◆箱類的造形技巧——箱為轉換之美
- 95 • ◆殼類的造形技巧——殼為構造之美
- 96 • ◆袋類的造形技巧——袋為瀟灑之美
- 98 • ◆台類的造形技巧——台為並列之美
- 100 • ◆編類的造形技巧——編為浪漫之美
- 102 • ◆包類的造形技巧——包為成就之美
- 106 • (四)設計的技巧——作為訊息的形態
- 106 • ◆圖文訊息 (Graphic Message)
- 106 • ◆圖文訊息的類型
- 107 • ◆商標類型與其技巧
- 117 • ◆企業造形 (吉祥物 , Character)
與其技巧
- 121 • ◆色彩型式與其技巧
- 126 • ◆內容型式與其技巧
- 130 • ◆解說型式與其技巧
- 131 • ◆聯想型式與其技巧
- 132 • ◆裝飾紋樣型式與其技巧
- 136 • ◆型式的合成與感情形成
- 137 • (五)包裝設計與CI、VI、BI
- 137 • ◆何謂CI
- 138 • ◆VI在CI中所扮演的角色
- 138 • ◆包裝與CI
- 139 • ◆包裝與VI、BI
- 141 • ◆結論
-

包裝設計

原著／金子修也

編譯／藝風堂出版社

審訂／陳俊宏

作者簡介

金子修也

●1937年出生於日本東京。東京藝術大學美術學院圖案計劃系（現今的設計系）畢業，現任GK印刷美術董事會副會長、GK設計機構董事、日本包裝設計協會會員、包裝設計公會會員、日本工業產品設計協會會員。

●著作／工業產品設計（1965年）／講談社（藍皮書）。

工業產品設計（1961年）／社會思想社（設計手冊）

序言

可口可樂以其性感的外瓶包裝設計而普及於全世界，日本的醬油產品中，亦有許多桌上瓶堪稱絕妙的包裝，開始向世界各地的餐桌與廚房伸展其觸角。在日本大阪有一家昆布的專賣老店，採用金色包裝袋後，極受人們喜愛而用作結婚典禮上的饋贈品，訂單源源不絕，銷售非常成功。雖然昆布在日文中與「喜悅」的發音有相通之處，但是在這之前，由於其包裝一直都是採用黑沈沈的形式，所以沒能成為祝賀的禮品。

由此可知，一件商品若能藉著包裝來傳達其適當的機能與表情，則對商品的成功將有極大的幫助。此外，包裝的功能不應只站在銷售的立場來看，還必須考慮到是消費者生活上的組合才是。由上述昆布的例子來看，在這物資過剩的時代，其因果是不難讓人理解的，唯有如此，考慮到結婚典禮上的效果，才能成為讓人樂於接受的禮品，不論如何，新人總是傾向於用包裝來評價或選擇物品。

我們往往會以包裝的優劣來選購或使用物品。除了用作一般包裝商品販售的食品、清潔劑、化粧品等物品外，實際上包裝還跨越了許多範疇，好比「包裝旅遊」，包裝甚至連「非物品」也滲透進去了，而大都市中用來供不知落腳於何處的遊客歇腳的大型飯店，也有如包裝一般。大飯店除了住宿的功能外，同時還將飲食、聚會、購物，甚至辦公處所等機能都包含在那金壁輝煌的外表之下。大飯店可說已將那足以和小鎮匹敵的服務包裝起來，將舒適便利做為一種銷售物，這也是包裝的一種。現代的社會中，所有的場合都已將包裝視為營業的關鍵了。

本書的主旨，即在於對包裝設計做更進一步的認知。此外，本書還可作為設計科系學生的入門書籍，以及有心將包裝設計導入企業內之人士的基本書籍。而對於以設計師為職志的筆者而言，這本書純粹是筆者進行著作的一個嘗試及進行問題的整理，同時也希望藉著此書，引起一般讀者對生活與包裝的關係有些許興趣，如能有所裨益，實感榮幸。

目錄

- 2 • 作者簡介
 - 3 • 序言
 - 7 • **【壹】包裝的世界**
 - 8 • (-)包裝的擴展
 - 8 • ◆夜晚與地球都是包裝
 - 9 • ◆生活中的包裝
 - 9 • ◆空中之旅的包裝
 - 10 • ◆收容於包裝之中
 - 10 • ◆非物品的包裝
 - 12 • ◆機能的包裝
 - 12 • ◆表達心意的包裝
 - 14 • (二)包裝的概念
 - 14 • ◆做到何種程度才稱得上是包裝
 - 15 • ◆包裝的機能概念
 - 16 • ◆包裝的領域
 - 23 • **【貳】包裝設計的魅力**
 - 24 • (-)現代包裝的形成
 - 24 • ◆走上現代的準備
 - 25 • ◆現代的原型
 - 26 • ◆包裝革命
 - 28 • (二)包裝的道具性與訊息性
 - 28 • ◆5項機能的相互關係
 - 28 • ◆包裝的道具性
 - 30 • ◆包裝的訊息性
 - 32 • (三)何謂設計
 - 32 • ◆用以維生的裝備
 - 35 • ◆設計是在生活裝備上多費心思
 - 35 • ◆設計的領域與包裝設計
 - 37 • ◆設計所隱含的意思
 - 37 • ◆破壞式的設計
 - 41 • ◆惡魔與天神之間的夾縫
 - 45 • **【叁】包裝設計的現場**
 - 46 • (-)設計程序
 - 46 • ◆商品即提案
 - 46 • ◆設計程序
 - 54 • ◆程序計劃
 - 54 • ◆提案計劃
 - 55 • (二)企劃與調查的技巧
-

-
- 55 • ◆企劃的技巧
- 57 • ◆構想的技巧
- 58 • ◆設計調查的技巧
- 62 • ◆女用醫藥品
- 66 • (三)設計的技巧——作為道具的形態
- 66 • ◆包裝形態
- 70 • ◆將棒與器合為一體的技巧
- 71 • ◆瓶類的造形技巧——瓶為態勢之美
- 80 • ◆鉢類的造形技巧——鉢為盛置之美
- 84 • ◆筒類的造形技巧——筒為簡潔之美
- 87 • ◆桶類的造形技巧——桶為結構之美
- 90 • ◆箱類的造形技巧——箱為轉換之美
- 95 • ◆殼類的造形技巧——殼為構造之美
- 96 • ◆袋類的造形技巧——袋為瀟灑之美
- 98 • ◆台類的造形技巧——台為並列之美
- 100 • ◆編類的造形技巧——編為浪漫之美
- 102 • ◆包類的造形技巧——包為成就之美
- 106 • (四)設計的技巧——作為訊息的形態
- 106 • ◆圖文訊息 (Graphic Message)
- 106 • ◆圖文訊息的類型
- 107 • ◆商標類型與其技巧
- 117 • ◆企業造形 (吉祥物 , Character)
與其技巧
- 121 • ◆色彩型式與其技巧
- 126 • ◆內容型式與其技巧
- 130 • ◆解說型式與其技巧
- 131 • ◆聯想型式與其技巧
- 132 • ◆裝飾紋樣型式與其技巧
- 136 • ◆型式的合成與感情形成
- 137 • (五)包裝設計與CI、VI、BI
- 137 • ◆何謂CI
- 138 • ◆VI在CI中所扮演的角色
- 138 • ◆包裝與CI
- 139 • ◆包裝與VI、BI
- 141 • ◆結論
-

包裝的世界

【壹】包裝的世界

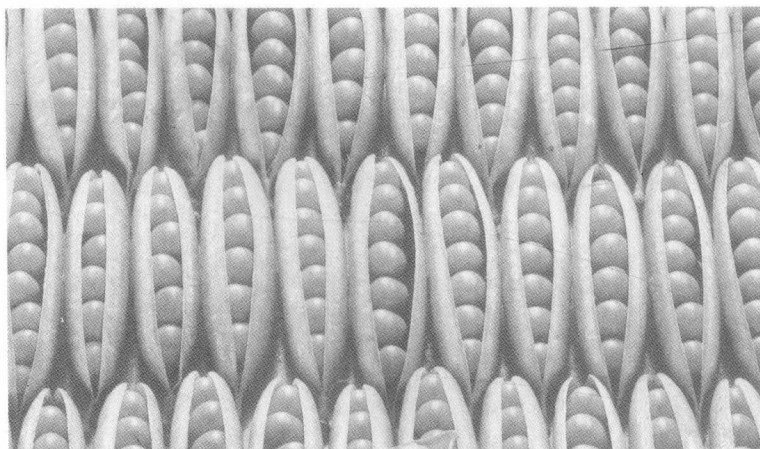
(一)包裝的擴展

◆夜晚與地球都是包裝

「藉著將某種東西圍攏包裹起來，以使某種東西存在，並使這種東西產生作用」，如果這樣稱為包裝，那麼，夜晚也可說是一項優秀的包裝，因為夜晚將今天一天包裹起來，運向明天，明天將有明日的太陽再度升起。

柳橙的果實可說是大自然所創造出來最具魅力的包裝，將陽光的顏色如實運用的表皮，充份將柳橙的美味傳達出來。其外皮內側，將柔軟如綿狀且飽含果汁的果粒，緊密地包裹著，而存在果粒中的，即為硬實的種子，在此便充滿了生命的記號。由於被其誘惑的鳥兒或野獸的取食，使種子分散在各處，這些種子暫時留在鳥或野獸的體內，而後才被送到很遠的地方，於是，就有新生命與新芽發生。蒲公英的種子有如滑翔機般的包裝，乘著風將後代傳送出去；豆子的莢，在完全乾枯之後即會蹦開，而後散出種子。在英語裡，稱豆莢便是使用Capsule（膠囊；蒴，莢）這個字，意即將內部與外界隔離開來的包裝。維持著人的生命系統的太空船，也被稱為「Space Capsule」（太空艙），屬於太陽系第3個行星的地球，對生命體而言，也是一個「Capsule」。地球是利用大氣層與磁場為包裝材料，將過強的宇宙射線和太陽光線與內部隔離開來，以使內部得以有物質與生命的環鏈存在，目前存在的這個環鏈，是自地球誕生的那一刻起，由地球所孳孳不息地營造出來的，所以，在生物學上乃將地球的最初狀態視為一巨大的生命體，而古希臘神話中有地母神（大地女神），名為吉雅（Gaea）；的確，地球正是一個「吉雅牌」的生命包裝，而這包攏著繁星的宇宙，亦為一個包含了一切存在體的包裝，當我身處山巔海濱的夜空下，仰望那子人無限遐思的宇宙包裝時，心中不由因敬畏而一顫。

從小自基本粒子、原子、分子，而至細胞、種子、器官、個體、地球



●豌豆仁／大自然的包裝。



●「包」是基於子孕育於子宮中所形成的文字。

、宇宙等許許多多的事物，皆是藉由各種不同規模的單位或集合，形成包裝而存在這個世界上。如此倒讓我想起了，人可說是來自遺傳基因包裝的精子與卵子的結合，而後在子宮中孕育誕生的，接著又以被皮膚包裝的軀體渡過一生，終而為棺柩包裝著離開這美好的世界。

◆生活中的包裝

我們將視野從自然中轉移出來，且讓我們走進超級市場看看，這裡可說是個千真萬確的包裝世界，所有商品皆以某種形式的包裝存在著，商品唯有依附於包裝才成其為商品，而也唯有如此，才得以用貨幣交換之，超級市場正可說是以包裝為催化劑的交換裝置。

陳列在超級市場的這些包裝，將又被人以各種形式的包裝來運送。平常，我們對於超級市場背後的進出貨情形都毫不在意，也不會去注意，但是如果我們找個機會繞到超市背後去看，將會發現那裡有堆積如山的硬紙箱，若運氣好還可看到為數眾多用來運輸的包裝，正一一自卡車這個大型鋁質包裝中被輸送下來。

在超市及其他地方買的東西，被各個家庭消費使用後，便成了垃圾，而用來盛裝垃圾的垃圾袋也是包裝。

◆空中之旅的包裝

以搭飛機旅行為例，可發現其中也存在著許多形形色色的包裝。旅行可抒解人心，特別是空中旅行，效果尤其顯著，一旦進了海關，日常的一切事物都被隔絕在外，此時，洋溢著解放感的心，所感受到的事物都是很新鮮的。

自候機室眺望廣闊的停機棚，可看到載滿旅客行李的牽引式搬運車有如蜈蚣般地來回穿梭，這些行李大多都是皮箱，皮箱這種包裝，在旅行中是不可或缺的，用來將旅行過程中用得到的大大小小物品裝起來。將視線移回候機室中，身旁的旅客皆隨身攜帶手提袋、公事包、紙袋等提上飛機的各式各樣包裝，在這些形形色色的包裝中，各有其主人的生活縮影。手提包中是一個女性隨身用品、化粧品的世界，公事包中是一個企業人的世界，至於老先生老太太手中的紙袋，則是一個用來送給乖孫的親情世界。

以下所要談的，或許與正題無關，但還是附帶地提一下。對那些比較沒有膽量的男人而言，窺伺女人手提包的內部狀況，便相當於侵犯了「禁止進入」的異性世界，這將會使他心生畏懼，至於同性的手提包，情形也是一樣。筆者有位朋友是鬻文為生的，他將一大堆資料全塞在一只大公事包中，以便隨處皆可工作，每天提著讓人覺得好沈重的公事包，四處遊走，我這位朋友稱他的公事包為「體外化的頭腦」、「工作場所的包裝」，如此一來，為了想知道他的內心世界與工作內容，便不由得想要一窺究竟，但這種念頭總在思及侵犯他人隱私的行為時打住，所以，所謂的包裝，多少都帶有「隱藏」的心理意識。

日本古老傳說中浦島太郎的故事，浦島太郎為那隻被他所救的海龜載

到龍宮城（龍王殿）遊玩一番，再度返回人境時，受贈一只禁止打開的玉匣，但是浦島在回到海邊後，却禁不起誘惑而將玉匣掀開，隨即一股白煙升起，被白煙拂籠的浦島，剎那間便成了一名老頭。原來，這玉匣中所盛裝的，是他在龍宮城中渡過的一段相當於人世很長的時間。這裏有個寓意，告訴我們，不該看的事物千萬不要隨便窺視。

好啦！讓我們將話題再度拉回到機場。我們寄存在寄物台的皮箱中，占最大容積的可說是衣服，衣服是事先準備好，用來適應旅遊地區的氣候，這些用來包裹身體的衣服，也是一種包裝，這種包裝有避寒隔熱的功能，並可用來遮蔽身體之「羞」，營造身段；而那些浮游於太空中的太空人，則以太空衣來保護身體，在太空衣內，已事先預設適合人類生存的狀態，太空衣即可說是地表環境的縮版。

現在讓我們將視線從天空的彼端，拉回地面上來。在停機棚上，我們看到一羣作業員與升降機，正將行李與貨櫃運入艙口敞開的巨無霸。想必大家都知道，貨櫃也算是一種包裝。而在作業羣旁邊不遠處，駛來了一輛接運旅客的巴士，乘客們有如小螞蟥般地魚貫踏上登機梯，而隱沒身影於機艙內。當我們看到其中一個有小旗做前導的旅行團時，簡直叫我們覺得這就是一個「包裝旅行團」。

◆收容於包裝之中

兀自環顧四周思考之際，傳來了一陣指示搭機安全注意事項的廣播。此時，我也成了一隻小螞蟥，加入機內的成員之中，就座後，如釋重負的感覺利時浮現。一旦被這大如巨鯨的機艙所收納，一切未完的工作都為我拋諸腦後。空中小姐藉著麥克風傳達出注意事項，並一一為乘客檢視安全帶是否繫上，就在這過程中，飛機已慢慢滑出跑道，接著引擎的聲音提高了八度，只見窗外的風景迅速地向後閃逝，待風景動態突然緩慢下來的利那，巨鯨般的機體已浮昇空中，地面漸行漸遠，飛機切入雲間；而後，在穿出雲層之後，禁煙的燈號利時熄滅，同時，機長的聲音傳來，為乘客報告這次飛行的預定時程、航線、航速，以及機外的高空氣溫，此時，我突然覺得，這隻巨鯨的軀體也有如一件包裝。有了這堅實巨大的包裝，才得以將音速的風壓，與零下不知幾度的低溫隔絕在外，讓我們有一趟舒適的空中之旅。

天空藍得好深沈，待維持一段水平飛行後，便開始有空姐推來機上餐飲，盤架上可說是包裝的行列。這些整齊的包裝乃是機上用來將食物與餐具，劃分為一人份、一餐份或一次份的小單位，以確保衛生服務旅客的。為了改變一下氣氛，因而將視線移向酒推車，在這上面亦羅列了形形色色用來服務乘客的包裝。

◆非物品的包裝

待飽餐微醺之際，想要來點音樂調劑一下，於是拿起耳機撕開上面標示著消毒完畢的包裝，戴上後選台。相聲、流行音樂、搖滾樂、古典音樂



●訊息的包裝範例／日本MEMOREX的磁碟片包裝。設計：GK, 1983年。



●把音樂包裝起來的CD。

、英語會話等，備齊了各種節目供人選擇，這可說是「非物品」的包裝。

曾有段時間，常聽到「罐頭節目」這個名詞，這是指利用錄音與錄影技術製作成的電視節目，這個名詞令人感到新奇，正好是在錄音機與錄影機技術急速開發並普及的時期，而在今天這個大量罐頭節目的時代，人們強調且注重的，則是具有同步性價值的現場轉播或現場播音了。

用來包裝視聽節目的包裝材，是錄影帶或碟片等利用電子運作的東西，書籍則是藉著印刷，將訊息與資訊這種非具象物包裝起來。同座的「包裝之旅」成員手上的包裝，則是見聞與體驗的大綱，亦即行程（Program），其實際情形是旅行指南上所沒有的，怎麼說呢？因為即使將旅行指南在旅遊目的地呈示予某人，然而，對行程的實現仍是毫無幫助；「包裝之旅」的行程，是旅行業者事先做好的預約工作，並且存在旅行業者與參加者所訂的契約之中。

如這般「非物品」的包裝，在飛機駕駛艙中也極活躍，事先已輸入飛行計劃的機內電腦，遍佈於全世界的NMS（飛管系統，Navigation Managing System），接收來自各塔台所發射的訊號，並執行軌道方位計算，以完成自動飛行。

用來控制這套系統的資訊裝置設計，就稱為「軟體規劃」（Soft Programing），這可說是包括一切系統運作程序的大手筆程式設計。在軟體規劃的領域裡，包裝的概念也被人視為是極具效果的設計方法而採用。像設計工作這種以全新的態度看待事物的知性生產活動，每一項生產都是前所未有的，也因此與製品擴充生產的情形全然不同，在設計的過程中，隨時都必須投入腦力與時間，同時，由於軟體服務的比重與日俱增，因而使得人們對軟體內容的要求也愈來愈高，而整體規劃的成本也有漸趨昂貴的傾向，因而對目前經營資訊系統機器的企業而言，提昇軟體設計的效率，以及降低成本以帶動服務品質的提昇，在在都成為今後的重要課題。

而後，我們將已規劃完成的軟體，分割成獨立的幾個部份，並儲存起來，這些獨立的部份，就稱之為包裝。之後，在面對新課題，則從既存的軟體包裝中，選擇有效的包裝來調整修正，將心力投注在必要的新軟體開發，這就是軟體規劃中的包裝系統。較諸這種系統更簡單的例子是，我們在日常生活中所接觸到的文書處理機，諸如商業文件等，皆以各種形式或

格式儲存在磁碟片中，需要時只需將必要的格式調出稍加修改後，即可得到一份全新的文書。

◆機能的包裝

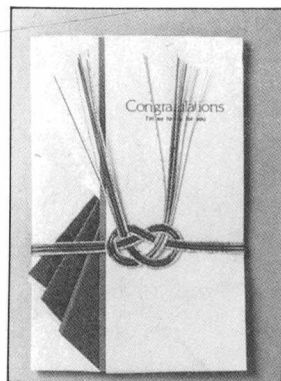
在系統式製品的領域中，亦採用包裝的用語與方法。將整體系統中具有獨立性的機能單位化為包裝，這方面的例子可說不勝枚舉。以建築設備設計為例，空調的包裝主要是以執行冷暖氣的熱交換裝置為主，相當於整體空調系統中的心臟部份；至於以系統組件所構成之音響設備中的擴大機、微調器、收音機等單位機件，亦為包裝。這些機件各具專有的功能，只要是同種的機能體，即可與其他機器互換。在資訊機器系統方面，則藉著將已經模組化（Module）的機能包裝，承載於機架上並連線，形成各式各樣的系統。除此之外，雖然也有些是不用「包裝」這個用語，但是將功能機件精密化並設計為箱形的情形，則已成為目前機械設計上的公式了。實際上，也有些是筒狀的，總之只要是將內部覆蓋住並做成包裝般的功能模組，其內容被處理成機密的情形，我們就稱之為「黑盒子」（Black Box）；至於那些雖非機密，內部結構却被處理得無法認知的，亦稱為黑盒子，半導體晶片即為一例。藉著這些晶片而動作的數字表（Digital Watch），也是一種黑盒子，於是，街頭的鐘錶店在面對這種黑盒子時，除了換換電池外，想要一展修理技術，可謂難也。一般而言，隨著機械的電子化，及外觀逐漸走向關節式的形態，機件有逐漸包裝化的趨勢；此外，隨著機件功能與性能的提昇，包裝化的傾向也愈來愈強，結果便造成修理方式不再是依照舊有機械工學那樣，先分解機件，將故障部份修理好後再重組回去，而轉變成整個組件換新的方式。

目前用來控制音速飛行的飛機駕駛艙內，亦搭載了為數不少經包裝化的功能模組。

◆表達心意的包裝

到目前為止我們已就物質世界，看過了包裝的種種發展，包裝同時還可推展到心靈的層面。

在日本，值婚喪喜慶、探病等情形，多有饋贈金錢的習俗，原本多是贈送物品或提供勞務的，但是隨著貨幣經濟的發達，這種多為受贈物品的情況，却反而逐漸轉變為禮金的贈送，並逐漸定了形；但是這時候如果不知贈與的禮節，而冒失地抓把錢就遞出，將會予人一種付費或施捨，而非贈與的感覺，於是，便逐漸發展出因應祝賀、慰問、或分憂等而有所不同，用來表達心意的包裝。在會費制的宴會上將錢赤裸裸地遞出，以及在招待制的宴會上將錢包好遞出2種情形，正可看出付費與贈與心意上的差別。在拿酬金給任我們差使的孩子時，將酬金放在紙袋中，或用紙包妥後才遞出，這也可說是身為大人所應有的一種修養；否則，若拿著錢就直接遞出，總讓人覺得是在付工錢，這對小孩是很不禮貌的。不論這個小孩是否心裡期待著這份酬金，其出發點終究是為了討親長或差遣人歡心的無償心



●表達心意的包裝範例／印有禮儀的紙袋。日式傳統配上英文的問候語，這叫人百思莫解的例子，究竟所訴求的是什麼？