

廣告設計叢書 3

包裝設計點線面



DESIGNER'S

新形象出版事業有限公司

包裝設計點線面

新形象出版事業有限公司

序言

隨著經濟的繁榮、國人生活品質的提昇、包裝設計亦廣受重視。

包裝是給予人視覺的第一印象，往往我們會以包裝的優劣來選購物品，因此包裝應適當地表達其機能；此外，還需活用於消費者之生活所需才是。包裝的範圍相當廣泛，舉凡包裝材料、包裝設計與印刷及相關設備均屬之，可說是涵蓋了包裝世界點、線、面整體發展，因此講求產品功能、美觀設計及高品質、高附加價值是潮流所趨。

本書除了探討包裝的領域之外、亦說明了基本設計理念、材料的認知及包裝設計之過程及方法、運用、包裝管理系統化等，同時也特別感謝，傑森創意小組的王正欽先生及王芳技小姐、歐普設計有限公司的王炳南先生、智慧取向有限公司的江美華小姐、石漢企業的邢公權先生、米開蘭設計公司的孫進財先生、巨頂攝影有限公司的黃素美小姐、頑石設計的程湘如小姐、點綴設計公司的馮志雄先生、台灣廣告公司的詹朝棟先生、富格廣商企業有限公司的鄭志浩先生、美爽爽化粧品的賴靜生先生、（依筆畫順序），提供許多寶貴之資料，而能順利完成，由衷的感謝。

編輯部 1993年秋

目錄

2.	序言	85.	(六)包裝色彩計劃
4.	包裝概論	87.	(七)字體運用
4.	(一)包裝的起源	89.	(八)正稿技法
5.	(二)包裝的重要性	93.	印刷設計
8.	包裝的設計領域	93.	(一)正稿與印刷的關係
8.	(一)包裝的分類	94.	(二)印刷版種與特性
10.	(二)商業包裝的設計領域	96.	(三)特殊印刷
18.	(三)工業包裝的設計領域	97.	(四)分色照相
24.	紙與包裝	97.	(五)印刷與油墨
24.	(一)紙盒的種類與基本構造	98.	(六)製作印刷物的估價
31.	(二)選擇紙盒用紙之條件	101.	緩衝包裝材料
33.	(三)紙盒製作	101.	(一)緩衝與固定的意義
51.	(四)紙的估價	101.	(二)緩衝材料的定義與種類
53.	包裝用語	102.	(三)主要緩衝材料介紹
58.	包裝設計戰略與行銷	104.	紙箱標示與包裝搬運標示
61.	包裝設計與CI	106.	相關法規
61.	(一)CI與MI、BI、VI	110.	禮品包裝
67.	(二)企業實施CI政策實例	115.	國內包裝作品欣賞
76.	包裝設計過程	125.	作品欣賞—瓶類
76.	(一)商品提案	131.	作品欣賞—化妝品
76.	(二)市場調查	137.	作品欣賞—紙器類
77.	(三)草圖製作概要	147.	作品欣賞—木器類
78.	(四)包裝平面設計	152.	作品欣賞—罐裝類
83.	(五)熱燙紙的製作	155.	其他

包裝概論

一、包裝的起源

自人類從穴居時代，就利用獸皮和果殼……等來儲存食物，而形成了包裝之雛形，此時期包裝之素材大都採自大自然的材料。

十八世紀工業革命後，由於生產技術快速發展，產品成本大幅降低，包裝問題成為儲運和貨暢其流的重心。

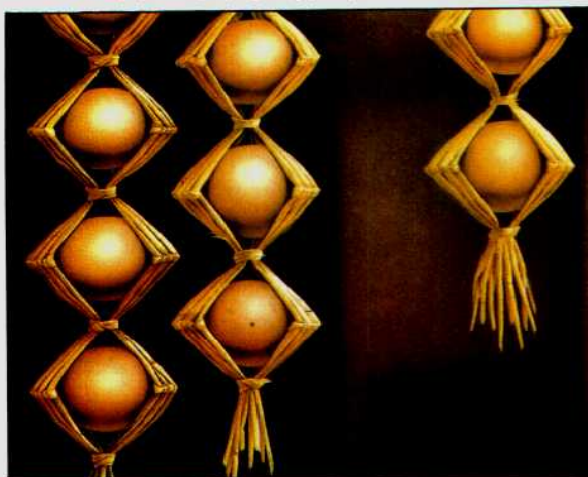
一九三〇年由於經濟不景氣，廠商為了促進商品的銷售、開始注重包裝設計，目的是加強產品的行銷市場；包裝不但可加強產品的保護性、提升產品的價值，也兼具了促進銷售的功能。

一九四〇年第二次世界大戰，藉著軍需物質，使其包裝技術顯著的進步。

發展至今「輕量化」、「小體積」的包裝不再局限於促銷、保護的需求，更演變成包裝的衛生、安全、保護和環保等需求。

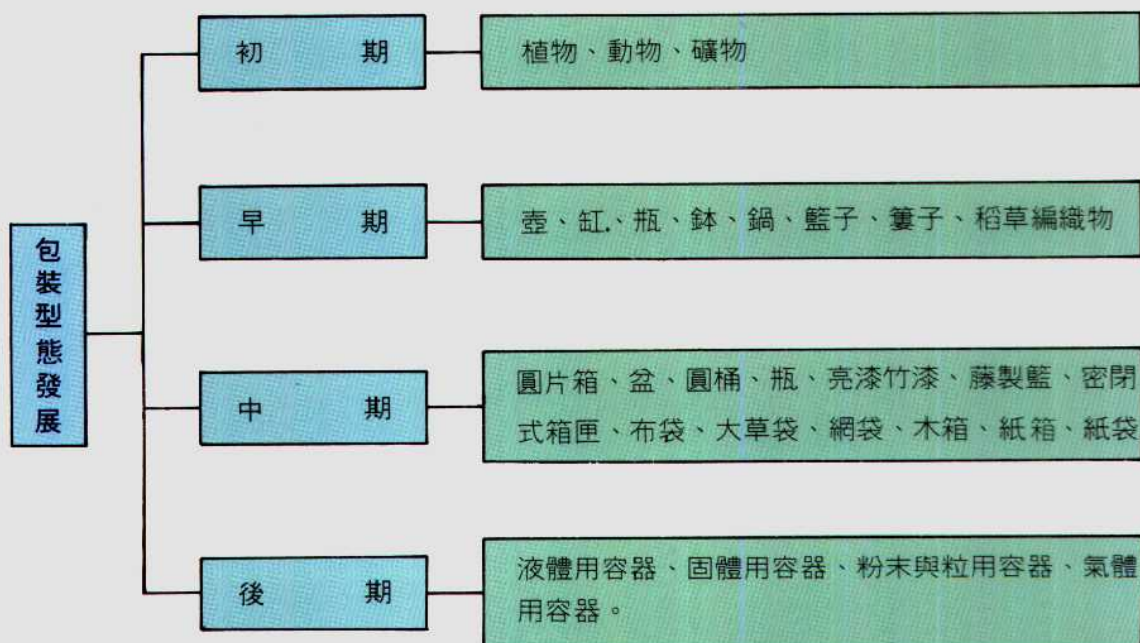


●豌豆夾如同包裝中的泡殼包裝，運用最廣泛的是膠囊與零件。



●人類從自然物中獲取原始材料作為盛裝、保護物體的包裝用途。

包裝型態發展流程圖

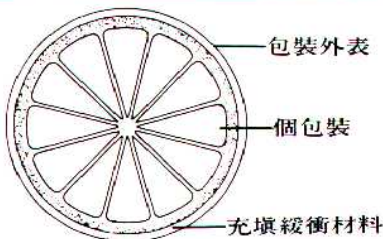
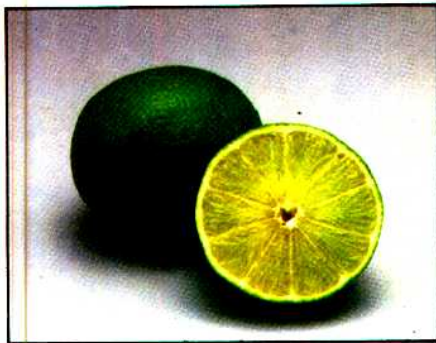


二、包裝的重要性

現代經濟發展迅速、消費者主觀意識抬頭，然而包裝在行銷中必成了重要的一環。

包裝又分為個裝、內裝、外裝：

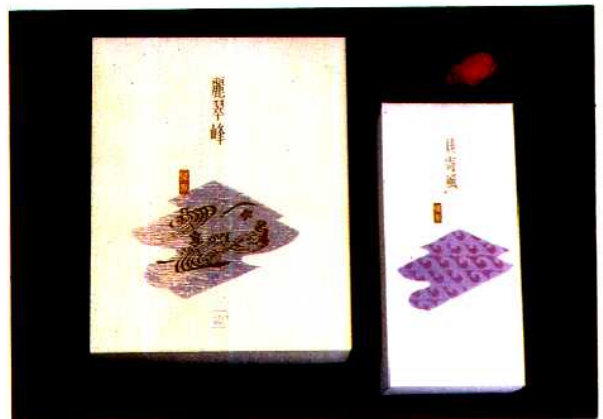
- (一)個裝：又稱為商品包裝。是市場銷售最小包裝單位，與產品最直接的包裝；將產品裝於包裹、袋子或容器等，以封緘之技術或實施之狀態，可作為商品標誌及CIS視覺傳達。
- (二)內裝：指包裝貨物的內部包裝。目的在於保護產品的基本包裝以一個或二個以上單位予以整理包裝，另為保護物品，而對其水份、濕氣、光熱、衝撞、擠壓……等外力因素，而不會引起內容物破損，更須具有促銷產品的視覺展視效果。
- (三)外裝：又稱工業包裝。其目的以運輸貨物為主，包括木箱、瓦楞紙箱、塑膠盒、輸送袋……等，其在於保護及搬運作業，並施以緩衝、固定、防濕、防水等技術，最終目的在於物流系統，儲存裝運及識別產品之包裝情形。



- 內辦的個包裝形態、內膜具有保利龍之充填效果，保護產品，外皮可防止水份蒸發，及特殊的外形與鮮美的色彩、同時具有識別與自我推銷的功能



● 個裝



● 內裝



● 外裝

包裝設計牽涉的範圍相當的廣泛，包括美學設計、美術心理學、人體工學……等，以此理念來分述產品包裝設計的十項檢核點：

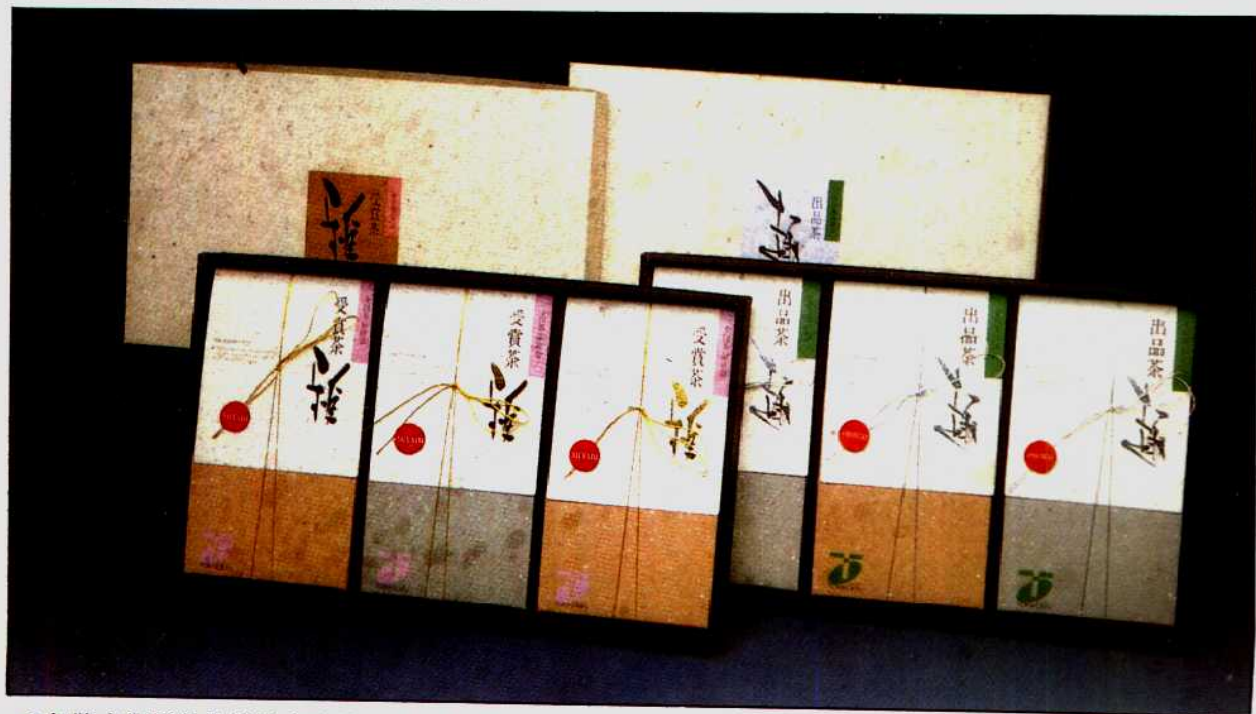
- (一)包裝設計要符合並提昇產品本身的價值性。
- (二)好的包裝必須顧及到經濟性。
- (三)包裝設計必須能夠搬運方便，並有儲存性。
- (四)包裝設計要配合環保觀念。
- (五)包裝設計能以輕量化為主。
- (六)包裝本身形象化設計有助於企業形象的提昇。
- (七)商業性包裝應當注意“新”和“美”，引起顧客購買慾望，促進銷售。
- (八)工業包裝需考慮以堅固安全的保護為主。
- (九)包裝設計需考慮內包裝與外包裝，外包裝設計有保護性、搬運性、防水、防火、固定等技術，同時有補強封緘，或加上標誌等，而內包裝則是易於整理包裝於容器中（加上外包裝）。
- (十)就包裝美術心理學而言，好的包裝在於創意上或者是圖案符號及設計標誌上都有獨特性的地方才能引起消費者注意。



● 包裝設計要符合並提昇產品本身的價值性



● 工業包裝主要重於產品的保護性，並達到美感和安全性



● 包裝本身形象化設計有助於企業形象的提昇



● 商業包裝設計具有美感與識別性



● 商業包裝以美感為主，同時能吸引消費者的購買慾望，達到促銷目的

包裝的設計領域

(一)包裝的分類

包裝是在商品搬運、儲存、運輸之時所做的保護，在生產與消費分開的經濟活動裡，包裝是迫切需要的。

1.商業包裝

通常是以零售為主，也是商業交易的對象，是商品的一部份，著重銷售的易賣性，以新穎和美觀的外表來滿足消費者激起購買慾望，所以又稱為消費性包裝。

2.工業包裝

以產品或物品的運輸保管為主要包裝，著重於產品的儲運保護性，以陸、海、空運的裝載容積，促進儲運的合理化。工業包裝的對象包括非消費者使用的原料、零件、半成品或成品等，包裝的方法隨物品性質與儲運的環境而異，所以又稱為運輸包裝。

3.個裝

在市場銷售中最小的包裝單位，是將產品物品的一部分或全部包裹，裝於袋、容器中，而加以封緘，可做為傳達商品標誌和商情的媒介，例如單包的餅乾包裝。

4.內包裝

將產品或個裝，以一個或二個以上的適當單位，加以整理包裝或裝於容器，另外為了保護產品、個裝，在容器內再加保護材料，例如5包或10包的餅乾裝入內包裝，便成了一盒餅乾，適用於送禮或批售。

5.外包裝

以運輸品為目的，考慮保護和搬運作業，而裝於箱、袋內或捆包，並視其需要加以緩衝、固定、防潮濕、防水等，外包裝通常需加封緘、補強、標誌等。如24盒的餅乾盒，再裝入外包裝箱內，方便配銷各經銷商作業。

6.內裝的保護

是物理性機能，著重於包裝容器內容物的保護，需要具備極佳的緩衝彈性、阻擋力和支撐力，來達到緩衝和固定的效果，如電腦或較為精密的儀器包裝，特別需要這項保護措施。

7.處理上的便利性

同屬於物理性機能，著重裝卸、搬運和使用的便利性及儲運成本的合理化。亦是商品不直接作零星的搬運及裝卸，而將其歸納

項 目	分 類	包 裝 名 稱	
①	依使用目的	商業包裝	Commercial Packaging
		工業包裝	Industrial Packaging
②	依形態	個裝	Item Packaging
		內裝	Inner Packaging
		外裝	Outer Packaging
③	依機能性	內裝品的保護	Protection
		處理上的便利性	Handling Convenience
		銷售的促進	Sales Promotion

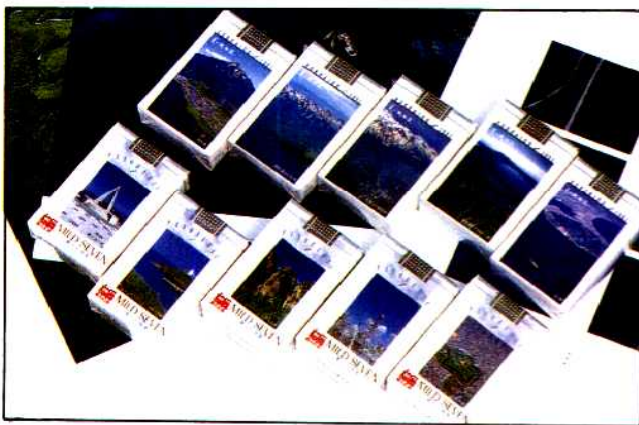
成一大單位；利用機械化作業的方法較為便利。如集合包裝、單位化包裝系統的實施。

8. 銷售的促進

屬於心理性機能，著重消費者的購買慾，以創意性的文字、符號、圖案、標誌及色彩，表現在產品的包裝上，例如講求設計韻味、色彩風味，促進銷售。



● 果醬的個裝



● 香煙的個裝



● 果醬的內包裝（適合送禮）



● 果醬的內包裝（24個個裝具批售功能）

(二)商業包裝的設計領域

1.結構設計要領

(1)設計著眼點

決定用料和正確的加工法

具有陳列在櫥窗的價值

(2)產品包裝的協調

保護產品

包裝時的設備

儲藏與運輸

使消費者取用便利

經濟條件

競爭力

2.視覺圖案設計要領

(1)設計的著眼點

視覺圖案設計：包含了型態、線條、文字、插圖及色彩等因素，具促銷作用。

包裝視覺表達資料：產品說明、廠牌名

稱、商標、體積、淨重、數量、使用說明、插圖、標準字體、政府的許可證號、條碼及廣告資料。

設計測驗：設計師要作出許多好的作品，必需要從視覺效果實驗、貨架陳列實驗、消費者意見調查等，得到消費者喜愛的產品類型。

(2)視覺圖案設計考慮要素

市場：顧客的年齡、性別、婚姻狀況、收入、社會或文化背景、種族、外銷途徑、風險。

陳列：貨架、櫃檯、櫥窗、視平線的高低、銷售加強措施。

競爭：構造及表面圖案、產品的品質競爭。

認同：特徵、品牌、商品說明名稱。

吸引力：設計及色彩、陳列，自我推銷或引起回憶之價值。

商業包裝之設計範例

項目	內容	類	型	代	表	作	品
1	紙袋、紙盒包裝容器	購物袋、禮物包裝紙袋、固定紙盒、摺成紙盒、紙罐、液體包裝盒、利樂磚無菌包裝、特殊造型紙盒、陳列式禮盒、防靜電包裝紙盒、紙杯容器					
2	竹皮包裝容器	食品包裝					
3	木盒包裝容器	創意美粧盒					
4	泡殼包裝	電池包裝					
5	密著包裝	五金包裝					
6	塑膠包裝容器	PET包裝、吹氣成型包裝容器、液體定量包裝容器、複合成型包裝容器、發泡塑膠包裝容器、輕量化塑膠包裝容器、超薄型包裝容器、塑膠軟管包裝					
7	塑膠薄膜包裝	花束包裝、高溫調整殺菌包裝、填充鮮度保持劑包裝、收縮膜包裝					
8	塑膠+鋁箔複合包裝	果醬包裝容器					
9	鋁箔包裝容器	鋁箔殺菌包裝袋、小袋包裝、棒形包裝					
10	鋁罐包裝系統	圓形易開罐、方形易開罐、積層複合材易開罐					
11	玻璃包裝容器	窄口瓶、粗口瓶、附把手的大型瓶、藥水瓶、化粧瓶					
12	精緻化包裝容器	甕器、集合包裝					



● 摺成紙盒／視覺圖案設計具趣味性



● 摺成紙盒



● 摺成紙盒



● 摺成紙盒



● 輕量化包裝



● 鐵盒包裝



● 紙盒包裝容器（紙罐）



● 紙盒包裝（摺成紙盒）



● 木盒包裝容器



● 紙盒包裝（摺成紙盒）



● 鋁罐包裝（圓形易開罐）



● 紙盒包裝容器 利樂磚無菌包裝





●紙盒包裝容器（利樂磚無菌包裝）



●塑膠包裝容器（塑膠軟管包裝）



●玻璃包裝容器



●泡殼包裝（電池包裝）



●鋁罐包裝系統（圓形易開罐）



● 鋁箔包裝容器（鋁箔殺菌包裝袋）



● 塑膠＋鋁箔複合包裝



● 塑膠＋鋁箔複合包裝