

CREATIVE PACKAGE DESIGN

創意精選

包裝設計篇

編輯部企劃

創意精選

包裝設計篇

編輯部企劃

6.

(一) 包裝設計漫談

包裝的機能、包裝的分類、包裝設計者的必備條件、
全方位的設計工程、包裝的視覺傳達技巧、包裝設計創意與製作

14.

(二) 創意包裝設計流程

16.

行銷的包裝、包裝的行銷

～喜餅禮盒包裝策略談

18.

形象的包裝、風格的傳達

～日式風格的禮盒包裝

20.

更新包裝、再造形象

～酒瓶的設計與包裝

24.

包裝新策略、商品新定位

～禮茶系列包裝



26.

品牌包裝、形象識別

～糕餅業的識別與包裝

28.

包裝商品、創造商品

～恐龍DIY時鐘設計與包裝

30.

創新的產品、暢銷的包裝

～立體茶包的包裝

34.

高品意象、包裝傳遞

～洋酒的包裝

36.

公關形象、文化包裝

～文化性公關商品包裝

38.

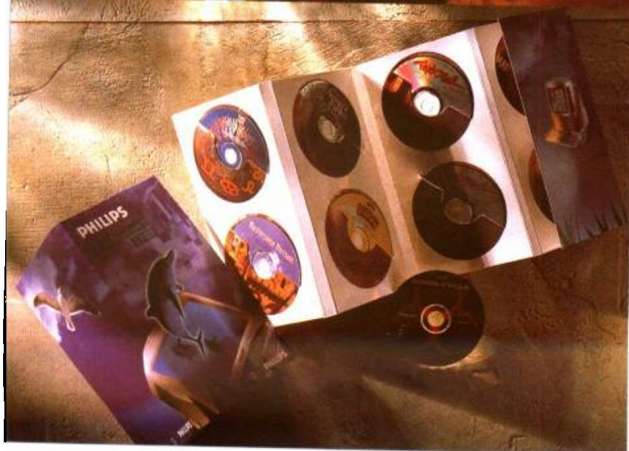
美的巡禮、文化的包裝

～古蹟錄影帶包裝

40.

尖端的產業、先進的包裝

～資訊科技產品的包裝



42.

促銷新包材、雙贏新包裝

～ 運用包裝設計推廣新包材

44.

高單價的商品、高格調的包裝

～ 洋酒禮盒包裝

46.

動態式廣告展現的包裝

～ 展覽活動性手提袋設計

48.

傳統器物、創意包材

～ 粽子的包裝創意

50.

「形」符其「意」的包裝

～ 蛋形彌月禮盒包裝

52.

創意的盒形、利多的包裝

～ 原子夾外盒包裝

54.

創意的造形、展示的包裝

～ 數位影像電話系統產品包裝



56.

消費心態、包裝創意

～ 瓶裝飲料瓶標設計

58.

模擬設計、推銷包材

～ 新式包材的推廣包裝

60.

實用、收藏兼備的包裝

～ 光碟盒包裝

62.

「一體適用」的包裝

～ 瓶標設計與包裝

64.

(三) 創意包裝欣賞

66.

禮盒包裝

90.

個包裝

148.

手提袋



創意精選

包裝設計篇

編輯部企劃

6.

(一)包裝設計漫談

包裝的機能、包裝的分類、包裝設計者的必備條件、
全方位的設計工程、包裝的視覺傳達技巧、包裝設計創意與製作

14.

(二)創意包裝設計流程

16.

行銷的包裝、包裝的行銷

～喜餅禮盒包裝策略談

18.

形象的包裝、風格的傳達

～日式風格的禮盒包裝

20.

更新包裝、再造形象

～酒瓶的設計與包裝

24.

包裝新策略、商品新定位

～禮茶系列包裝



26.

品牌包裝、形象識別

～糕餅業的識別與包裝

28.

包裝商品、創造商品

～恐龍DIY時鐘設計與包裝

30.

創新的產品、暢銷的包裝

～立體茶包的包裝

34.

高品意象、包裝傳遞

～洋酒的包裝

36.

公關形象、文化包裝

～文化性公關商品包裝

38.

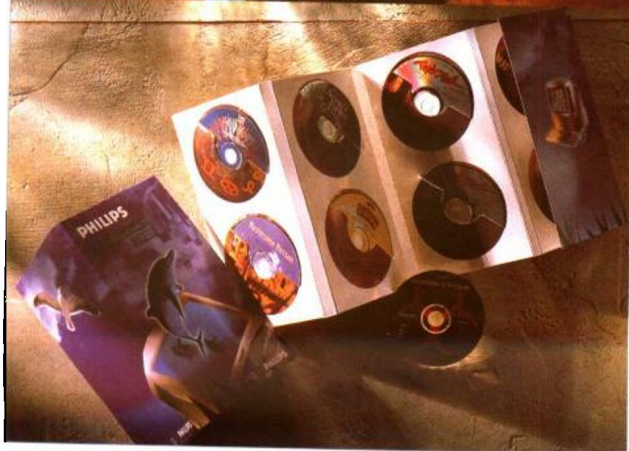
美的巡禮、文化的包裝

～古蹟錄影帶包裝

40.

尖端的產業、先進的包裝

～資訊科技產品的包裝



42.

促銷新包材、雙贏新包裝

～ 運用包裝設計推廣新包材

44.

高單價的商品、高格調的包裝

～ 洋酒禮盒包裝

46.

動態式廣告展現的包裝

～ 展覽活動性手提袋設計

48.

傳統器物、創意包材

～ 粽子的包裝創意

50.

「形」符其「意」的包裝

～ 蛋形彌月禮盒包裝

52.

創意的盒形、利多的包裝

～ 原子夾外盒包裝

54.

創意的造形、展示的包裝

～ 數位影像電話系統產品包裝



56.

消費心態、包裝創意

～ 瓶裝飲料瓶標設計

58.

模擬設計、推銷包材

～ 新式包材的推廣包裝

60.

實用、收藏兼備的包裝

～ 光碟盒包裝

62.

「一體適用」的包裝

～ 瓶標設計與包裝

64.

(三) 創意包裝欣賞

66.

禮盒包裝

90.

個包裝

148.

手提袋



隨著消費意識的抬頭、市場的激烈競爭
，包裝所背負的使命已非單純的保護與便利運輸
。除了保護商品、便利運輸等基本機能外
，現代的包裝更需兼具商業行銷的功能
。也因此商品的包裝設計策略對於商品的行銷性也就越來越重要了
。在現今由商品定位延伸所制定的包裝策略
，除了展現了商品的生命力
，更藉由包裝塑造出企業的形象與文化的定位
。而包裝的規劃作業更是多面性
，他包含了商品的定位、包裝的行銷策略
、以及商品系列延展性和銷售力
。也因包裝的地位愈顯重要
，再加上市場上已轉變成以消費者為主導的情形
，更可以發現一齣齣的包裝戰在市場上頻頻上演
，而為了打敗同質商品、吸引消費者的注意力，更使得包裝更為多樣化
。為了讓讀者更深入的瞭解現代的包裝意義
，公司特別企劃了「創意精選·包裝設計篇」一書

本書共分為包裝設計漫談、
創意包裝設計流程以及創意包裝欣賞三大單元。
在包裝設計漫談單元中，除了對包裝的定義分類、
視覺傳達技巧有相當的介紹外，
對包裝的設計觀念、創意的來源以及表現，也有深入的剖析。
其次在創意設計流程單元中，更選錄了22件包裝作品，
以訪談的方式配合著發想草圖，來講解各式各樣的包裝創意，
最後在作品欣賞的單元，
則將所收集的作品分為禮盒包裝、個包裝和手提袋三大類。
期藉由此單元的製作，能對包裝的設計有更深入的瞭解。
而此書能順利的完成徵件、訪談、編輯出版，
在此特別感謝參與的設計師們，肯於百忙中，鼎力相助，
所以在此特致上最誠摯的謝意。

本書不管在企劃、編輯或意念的傳達上，
都是以推廣設計教育、縮短理論與實務的差距為宗旨，
所以在整體上可能有不盡設計界「設計」的要求，
但在推廣設計教育的最終目標下，
也只好捨「設計」就「教育」！本書如有疏漏之處，
還請不吝指正，謝謝！

包裝設計漫談

(一)包裝設計漫談

從保護商品、方便運送到現今的輔助行銷策略，以及提高商品的價值，「包裝」的定義與功用也隨著時代的需求在轉變。雖然時代在變，但保護商品與方便運送始終是包裝最基本，也是不容忽視的功能，而隨著商品競爭性的日益提升，商品製造開發業者，為求各自的商品能得到消費到大眾的青睞，在保有上述所提的包裝基本功能外，現代的包裝更具商業性。

現代的包裝策略主要是由商品定位延伸制定的，也因此使得包裝展現出商品的生命力，而由此更可見包裝規劃作業的多面性，他包含了商品定位的擬定、包裝的行銷策略、以及商品系列的延伸性與銷售生命等。所以在現今的包裝設計表現上，為了表現包裝的多面性，就常藉由造形的特異、附加實用功能以及視覺感官上取勝的設計表現，成為了現今包裝的時代新風尚，也使得現代的商品在使用機能與商業行銷的多重要求下，展現多元的面貌

(1)包裝的機能

談到現代的包裝，其在設計表現上已不若早期包裝那麼單純了。現代的包裝，除須具備包裝的基本機能外，更須具備包裝的識別性、經濟性以及實用性。

以下茲就現代包裝的機能做一介紹。

◎保護性

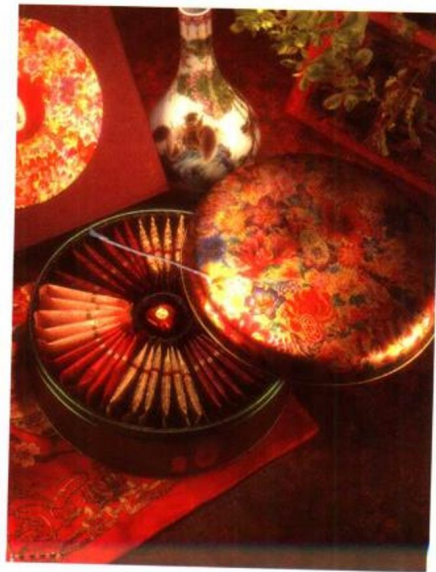
所謂的「保護性」是一件好的包裝設計作品必須注意的基本機能。一件商品的包裝設計必須在具備了保護商品與便利運送的基本機能後，再思考其他的功能，因為既是包裝設計就必須具備包裝的基本功用，如忽視了此一基本的功能，那就失去了包裝的意義。

◎審美性

在商品競爭如此慘烈的現代，包裝設計更背負了行銷的功能。所謂「審美性」也就是意謂著藉由包裝來達到輔助行銷策略的實行，讓該商品在商品競爭中獲得勝利。在現代的包裝策略中，就常以高視覺審美性以及奇特的造形來吸引消費者的目光，進而達到銷售的目的。



●飲料的包裝可說是包裝保護性與便利運輸性的最佳範例／左圖：摩卡上選咖啡／福康形象／右圖：開喜檸檬茶／王丁香／廣藝生廣告設計公司。



●在現代的包裝策略中，高視覺審美性的包裝，通常是最容易吸引消費者目光的包裝／丹比嘉餅——彩蝶系列／鄭志浩／富格廣商。

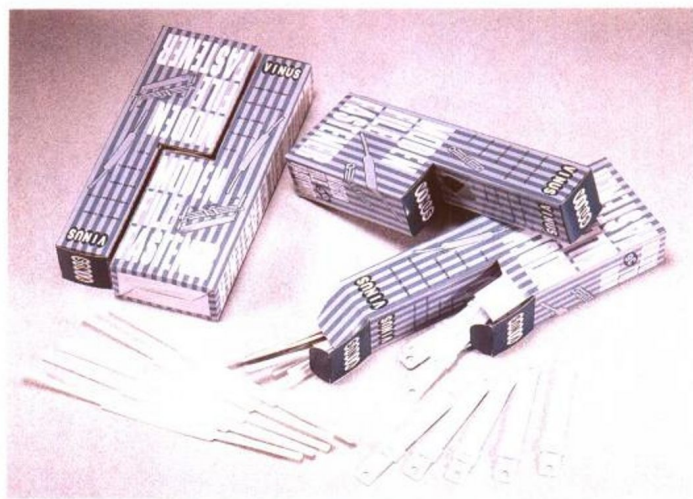
◎實用性

在市場競爭激烈的情形下，包裝設計的作品更見多元化，單以視覺表現來取勝的包裝設計手法似乎也愈來愈抵擋不住市場競爭的洪流，因此另一種以實用性為設計表現宗旨的包裝，也就開始因應而生。此種包裝是提供消費者使用的便利性，以貼心的設計來擷獲消費者的心，達到包裝的最高設計宗旨。

◎識別性

包裝設計的另一功能就是賦予產品最佳的識別性，使其和其他同質性的商品有所區隔。隨著時代的發展與進步，同質性的商品也愈來愈多，如此也就造成了高度的競爭景況，也因此廠商紛紛藉助包裝設計來做其品牌的識別，通常都是藉由視覺的表現來達到商品的識別性。

雖說一件好的包裝作品必須具備如上的機能，但在這多變以及一切不按牌理出牌的時代，新鮮、怪異、新潮似乎又成為現代



●在包裝策略中也有以提供消費者使用便利的包裝，此類包裝主要是以貼心的設計來擷獲消費者的心，進而達到銷售的目的／原子夾包裝盒設計／巫永堅／恩博恩騰廣告有限公司

包裝成功與否所該具備的條件。所以該如何設計商品的包裝才能算是一成功的案例呢？答案應該是，沒有標準答案的！設計者必須因應商品本身的特色以及一些相關的因子，諸如消費群、販售點以及行銷策略等等問題，做最周詳的考量後所設計出的才能算是一件成功的包裝。

(2)包裝的分類

對任何一種設計作品來說，分類始終是一大問題，對包裝設計來說也同樣不能免除。對包裝來說，其分類的方法甚多，有依形態分類、輸送方式分類、主要機能別分類、銷售地區分類、包裝方式分類、包材分類、內容物分類等等。包裝的種類

在諸多的觀點下已有前述多種的分類法

，但在整個包裝的大環境下，還是將包裝依工作別的不同，分為工業包裝設計和商業包裝設計兩

大類，也就是所謂的輸送包裝以及以消費者為對象的銷售包裝。

雖說包裝有如此多的分類方法，但對包裝設計來說，怎樣的分類方法都不能將包裝做一個最妥善的分類，因為一件商品的製作與銷售都是不單純的，所以設計者必須仔細分析商品的特性，不要受到分類種類的限制，如此才能做出一件包裝適性最強的包裝來。

(3)包裝設計者的必備條件

在現今多面性的包裝下，設計從業人員如要成功的進入包裝設計的領域，除了要具備深厚的美學基礎外，對於社會人文、潮流也需要特別加強。所比要成為一位成功的包裝設計師就至少要具備下列的條件：

◎清晰的市場觀念

因包裝本身就深具商業性，所以對市場有一個清晰的觀念可是包裝設計者必備的條件之一。因此設計者在平時就要對同類競爭商品的行銷方式、流通情形加



●「識別性」是包裝的另一功能。良好的識別包裝可以讓商品和其它同質性商品產生區隔，同時它也是企業識別的重要媒介／ELLE包裝盒、手提袋設計／陳志

以分析、瞭解。此外，對於時代的潮流、流行的趨勢都要深入的瞭解，如此才能掌握住整個市場的需求。

◎瞭解對象所需

因所有商業活動都是因人產生的，所以瞭解對象的需求，也自然的成為包裝設計者所要深入探究的。對包裝設計者來說，所要瞭解的對象包含了業主與消費大眾。首先要瞭解業主委託設計的原因，以及業主所能提供的設計資源，例如商品的特色以及包裝預算等。又因包裝最主要的功用就是要達到銷售的目的，為此瞭解消費大眾的喜好與需求，也就成為制定包裝策略的重大關鍵。由此可知能瞭解業主與消費者雙方的需求，對包裝設計來說是絕對必要的。

◎靈活運用各式資源

一位設計者除了要站在客觀且理性的角度來看包裝外，在完成商業設計的過程中，首先要深入的瞭解設計工程、收集的資料並加以研究分類最後再歸結分析所得靈活運用各種表現技法與科技資源來創作包裝。嘗試不同的表現技法或是靈活的運用現代科技資源將有助於包裝創意的表現。但要能靈活的運用，包裝設計者就必須增廣見聞，多方的吸收各種知識。

對包裝設計來說，不管是先前的思考、分析或是其後的表現技法，都是非常重要的，這也是一位包裝設計師所必備的條件。

(4)全方位的設計工程

一件包裝設計案由立案緣起，歷經研討、收集資料、構想、法展到定案，以定案後的模型製作、系列發展到最後的印刷監督，是一個繁複的過程，而在這整個過程中，設計者該以何者為準則？又該考慮那些問題？才能將包裝案例順利的完成？這一切的問題的終結就是，設計必須對包裝設計的相關問題有一個完善的認知與瞭解，也就是必須做好包裝設計前的準備工作。

◎充實包裝知識

對一位從事包裝設計者來說，具備充實的包裝知識是非常需要的，而在整個包裝設計工作，又以對包材的認識與其加工適性方面知識的充實更是重要。因為隨著時代的進步與需求，各種新的包材紛紛被開發出來，而這些新的包材又各具特性，所以對設計使用者來說，要做好包裝，首先要能掌握好包材，而要掌握好包材就必須認識包材、瞭解其加工以及印刷適性，如此才能做出最好的選擇。然而除了包材的認知外，其他相關的包裝技術問題、視覺傳達技巧、行銷等基本知識，設計者也要多方的瞭解。

◎定訂包裝設計準則

包裝設計者必須有一個基本認知，那就是「包裝」除了要具備保護與經濟的基本機能外，必須能表現企業的精神與產品的風格，而不單是表面虛華的裝飾而已，所以設計者必須定訂一個包裝設計的準則。但在定訂包裝設計準則前，設計者必須先瞭解，自己所擔負的任務為何？

對一位包裝設計師來說，其主要的任務是安排製造者所要傳達給消費者的資料和插圖，並配以適當色彩，使包裝的表面構圖均衡的配置，使消費者對包裝產生視覺刺激的效果，進而採取購買的行動，達到現代包裝設計的最高原則。也就是在種種現實條件下，設計者必須藉由造形、色彩、插圖以及構圖等等，來達到刺激視覺的效果。

而在設計表現上則以能達到「簡潔、新奇、實用」為高設計原則。因為任何一件包裝都必須能達到視覺焦點集中的效果，才能強化消費者的印象，所以在設計上務必以簡潔為主旨；其次則



●除了高度的視覺表現外，創意造形的包裝也是最容易受到消費者青睞的表現方式／元祖滿悅誕生／黃主偉／麗緻設計。



●以行雲流水般的中國書法來表現，讓瓶標的整體設計更能傳達出飲料清涼、舒暢的感覺／
淘水軒水精靈飲料／竹本堂文化事業



●透過文字的編排與變化也能構築出一件絕佳的包裝／佳麗寶化粧品禮盒／陳永基／陳永基設計

需創造新奇的感覺，在現代的包裝上，設計者常會藉由奇特的造型、特殊的材質，以及大膽的用色、插圖來營造包裝的新奇感。此外，為了消費者使用便利則需有實用性的考量，除了刺激視覺效果下，又多出一道安全便利性的可考量。

(5)包裝設計的視覺傳達技巧

對包裝設計來說，視覺傳達的技巧是一項非常重要的課題。他除了必須恪守包裝設計——簡潔、新奇、實用的基本原則外，還須注意到種種的考慮要素，諸如市場、陳列方式、大小、市場的競爭情況，以及最現實的成本考量問題，都是左右包裝視覺傳達的重要因素，設計者不得不深入的考慮。

因為包裝牽涉到三度空間的問題，所以在視覺傳達上所考慮的問題又比一般的平面設計有更多的限制，但一般在設計表現上仍不脫文字、色彩以及圖形等三大表現重點。以下茲就此三大表現重點做一概略的介紹：

◎文字

文字是記錄、表達人與人之間情感、溝通意念的基本符號，它是最直接、最有效的視覺傳達要素，透過大量的印刷，便可將所要傳達的訊息傳播開來。而包裝是產品行銷中，最直接、也是最大量的促銷途徑，因此，文字在包裝設計上的運用是否得當，也就成為包裝是否能達成促銷任務的一大關鍵。

文字本身是歷經長遠的淬煉所演變出來的，其本身就具備了象形之美，有了藝術的氣息，所以包裝設計者如能善用文字，光只是藉由字與字的編排與變化、字體的靈活使用，就能構成一件絕佳的設計。而由於文字可說是每一件包裝不可或缺的構成元素，所以包裝設計者必須有個體認，那就是要做好包裝，必先駕馭文字。

如要想駕馭文字，設計者可能要先對各種字體的特色有所瞭解，如此才能針對商品的特性，選擇適當的字體。除了對現有的字體特色必須有深入的認識外，設計者也可依據商品的特性，創造出新形態的字體，以吸引顧客的注意力，達到銷售的目的。

◎色彩

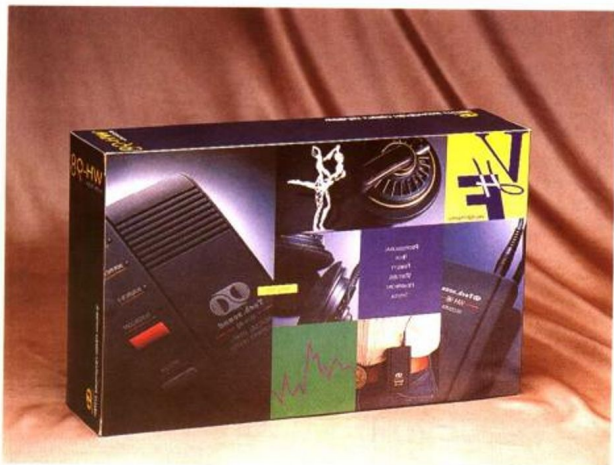
色彩可以直接刺激人們的視覺，可使人們的情緒產生變化，間接影響人們的判斷，也因此，色彩成為影響包裝設計成功與否的關鍵要素之一。

一件好的包裝必須具備良好的視覺性，能捕捉消費者的注意力，如此一來無論在超市或廣告、印刷品上，都將是一位出色的推銷員。所以對包裝設計者來說，如何應用色彩的特性來塑造商品包裝的視覺傳達力和變化人們的情緒，也就成為研究色彩問題的重點所在。

首先，設計者要具備豐富的色彩學知識，瞭解色彩的基本要素、色彩的象徵性、易讀性、暗示性、識別性、各種色彩所給人的感覺、色彩本身所具備的機能，以及各種色彩所具備的視覺刺激效果…等等。如包裝設計者能將色彩的基本知識融會貫通，必能為商品設計出一個最具視覺刺激效果的包裝來。



●高彩度的色彩，最適合用在兒童玩具、用品上／
削鉛筆機系列／巫永堅／意博恩騰廣告設計公司



●以攝影表現的「具象圖形」是最寫實且具體傳達商品的方式／無線麥克風禮盒／江秀玲／江泰馨設計。



●冷靜而理性的「抽象圖形」表現，常可以給消費者一種強烈的印象／網路卡包裝／崔秀芬／頑石設計。

◎圖案

在包裝上，最常見的圖案表現方法就是以「具象圖形」和「抽象圖形」來表達。包裝最大的目的就是要將被包裝的內容物（商品）推銷出去，所以基本上要讓消費者知道所賣何物，此時如只透過文字、色彩來表現，似乎略欠真實感，所以常會以寫實的、繪畫的、感情的表現方法將產品優點具體的說明，而為了表現其真實感，具象圖形的表現方式，通常都會以攝影或插畫的技巧來表現。

而在「抽象圖形」的表現上，則是藉由其冷靜、理性的強烈視覺印象，給消費者一種強烈的印象，並使商品本身在五彩繽紛的商品包裝中，展現獨特的風貌。而該以何種類型的圖案來表現，就全看商品本身的消費群訴求以及商品本身的定位與特色來做選擇。

(6)包裝設計創意與製作

一件商品的暢銷有很多種原因，可能是商品本身就具備很好

的賣點，也可能是行銷策略成功，而「包裝」也是影響的關鍵之一。但怎樣的包裝才能幫商品加分呢？身為一個設計人，除了全方位的思緒觀念外，創意的來源也相當的重要。下面就略舉一些創意的來源供讀者參考：

- 瞭解眾人所需
- 掌握特性、創造習慣
- 不斷接受新資訊的刺激
- 全心投入、用心設計

對包裝的創意來說，其並非單指所謂的視覺表現設計，他可以是獨特的造形取勝，也可以特殊的包材來表現，更可以實用性做為包裝的重點。以下茲以常見的包裝創意表現手法來做個簡單的介紹：

◎造形創意

在包裝設計中，尋求造形的創意表現是非常易見的。在這個事事追求新鮮、新奇、與眾不同的社會環境下，在包裝造形下表現創意已是現代包裝的新趨勢，由市面上舉目可見的特殊造形包裝，例如以往沒什麼改變的飲料包裝，在近來紛紛在瓶形上大作文章，就是一個很好的例子。這種以造形取勝的包裝方式雖然很直接的就能觸動消費者的好奇心與新鮮感，但設計者在決定以造形創意來做為包裝的創意訴求，必須特別注意加工、預算以及適用性的問題，是否能達到包裝的基本要求，因為所有的創意都必須建築在基本條件上，接受現實條件的考驗，惟有如此才能稱得上是一件創意的包裝設計。



●兼具展示性的創意造型包裝可說是包裝的一大創意／影像積疊包裝／陳冠中／諾基企劃設計。

◎創意的包材

包裝材質的選擇可說是包裝設計的一大學問，設計者除了要對各種包裝材質的特性有通盤的瞭解，才能為商品選擇出最適合的包材外，如何在包材上表現創意也是一門該輔修的課程。

對一般的包裝材質選擇來說，常會有一種「理所當然」的選擇概念，就像有什麼東西，直接反應出就該以什麼材質來包裝，



●創意的包材的使用也是展現包裝設計創意的方式之一／五糧粽包裝／唐琪、王丁香。

這是一種常態的包裝，談不上好與壞，但如站在創意包裝的角度上，這樣的發想就不怎麼有創意了。就像國外常見的包蛋比賽，



●以便利消費者使用、收藏的實用型包裝也是現今包裝的一大趨勢／光碟盒包裝／程湘如／頑石設計。

就是一個引發包裝材質創意的例子。要做的好，設計者必須有豐富的聯想力，不能受既有的包裝材質所左右，有了發明的精神才能有創意的表現。

◎環保與實用的宣導

在現今環保意識如此高漲的背景下，環保的訴求與實用性的附加也成為現代包裝設計的創意表現之一。為此設計者可能須潛心的研究，怎樣的包裝才能更有價值性。此時身為設計師的你，可能就須站在消費者的立場，設計出能便利使用的包裝，以及「包裝並不全然是包裝」的設計，使包裝除了包裝商品，幫助銷售的功能外，更能有附加的利用價值。相信此類的設計創意將使包裝設計的工作更有意義與價值，在商業的訴求下也能為我們的社會與環境盡點心力。