

新

視覺設計



活動海報

包裝袋設計

李天來 編著

新視覺設計

活動海報——包裝袋設計

作 者／李天來

策 劃／陳筱君

文字編輯／廖建欽・羅怡華

美術設計／翁富美

校 對／黃泰辰

出 版 者／博雅藝術有限公司

地 址／香港中環域多利皇后街九號八樓

電 話／(852)25261816

傳 真／(852)25227953

活動海報 包裝袋設計

新
視覺設計



博雅藝術有限公司 • 義之堂文化出版事業有限公司
—聯合出版—

目錄

一、包裝袋之定義……4

包裝袋提升禮品的價值……15

二、包裝袋與企業形象……20

CIS的定義……20

CIS與包裝袋設計……22

三、包裝袋圖文訊息的意圖……31

圖形與背景的分化……35

視覺對圖形的認知……37

1. 視覺的知覺……46

2. 視覺的錯覺……46

視覺的傳達要素……50

1. 視覺效果，造型深具創意……50

2. 強調民族色彩，爭取國人認同……51

3. 個性包裝到文化歷史的重疊……53

四、包裝袋設計的原動力……54

包裝袋設計概念……56

包裝袋設計要素……62

1. 趨向流行的現代化包裝袋……62

2. 本土色彩的傳統包裝袋……63

3. 傳統與現代的綜合包裝袋……65

五、圖形的發展……66

包裝袋圖形的應用……78

1. 具象圖形……79

2. 半具象圖形……84

3. 抽象圖形……87

圖形意義的表現實例……92

六、包裝袋與色彩的關係……96

包裝袋色彩運用原則……98

1. 包裝袋色彩須具有聯想性……98

2. 包裝袋色彩須具有記憶性……99

3. 包裝袋色彩須具有明視效果……99

色彩機能……101

1. 色彩的視覺衝激效果……101

2. 同色彩與視覺錯覺……101

3. 色彩的易讀性……102

4. 色彩具識別產品……103

色彩的理念……104

印刷油墨的色和光的色……105

色彩的三要素……108

色環圖……110

色彩的心理錯覺……111

色彩的立體效果……116

互補色……115

色彩的對比關係……118

色彩的性質……132

色彩的心理形狀……135

七、各式包裝袋的設計規格……139

八、包裝袋材料與型態……146

紙器型包裝袋……166

1. 單元面分析……170

2. 盒體組合……170

3. 分析結合或組合方式……170

紙器手提形態與構造的分類……172

其它包裝用紙袋……173

九、包裝袋未來的趨勢……176

平面與三度空間的結合……176

顧慮到生態環境的問題……180



序

專業設計的包裝袋可說是日常生活中不可或缺的一部份，很難想像在五彩繽紛的街道中看不到包裝袋。但包裝袋多彩多姿的特色則是近年來才有的現象。在二十年前左右所看到的包裝袋，都是白色或棕色粗質紙做的，印上簡單的店舖或商標標記加上繩子提手而已。

現代包裝袋的前身，是十九世紀的薄紙盒，那是一種圓形或橢圓形的容器，通常是以薄紙板做成，加上帶子就可以提著走、或是套在手臂上。就張力的觀點而言，薄紙盒是優於包裝袋。但是，薄紙盒的缺點是體積太大而顯得笨拙，攜帶者既感不便，又容易撞到人。其成本較高，也不易貯藏，無法像包裝袋般平摺後收藏。不過薄紙盒卻以帽盒的形式保存下來。因為大部分的帽子都很容易因塞在包裝袋裡而受擠壓變形。

往後在社會發展的因素下，高漲的消費主義，更助長了包裝袋的多元化。一個簡單的素色包裝袋實在無法搭配流行，一直到包裝袋經過了多次的改變，才使消費者注意到包裝袋的功用。而經過專業設計的包裝袋，花樣愈變愈多，色彩是愈豐富，其用途也日益廣泛。完美的包裝袋，不僅成為表露出顧客生活格調或身份地位的隨身物，適用、容量、實用性亦很重要。

大部份的包裝袋都是用來促銷企業形象或廣告宣傳用途，但也有些包裝袋也會成為一項特殊的藝術品。本書所示範的包裝袋，不僅設計傑出，其形狀、提柄、大小、顏色、材質等，都有詳細的例舉。

包裝袋現已成為我們日常生活中不可或缺的一項物品。它的功用與形式更超越了以往的範疇。包裝袋存在的理由更人性化，反應人們追求財富的需求。如此的現象說明包裝袋在今日的消費主義中，竟演變成現在流行文化中的偶像。

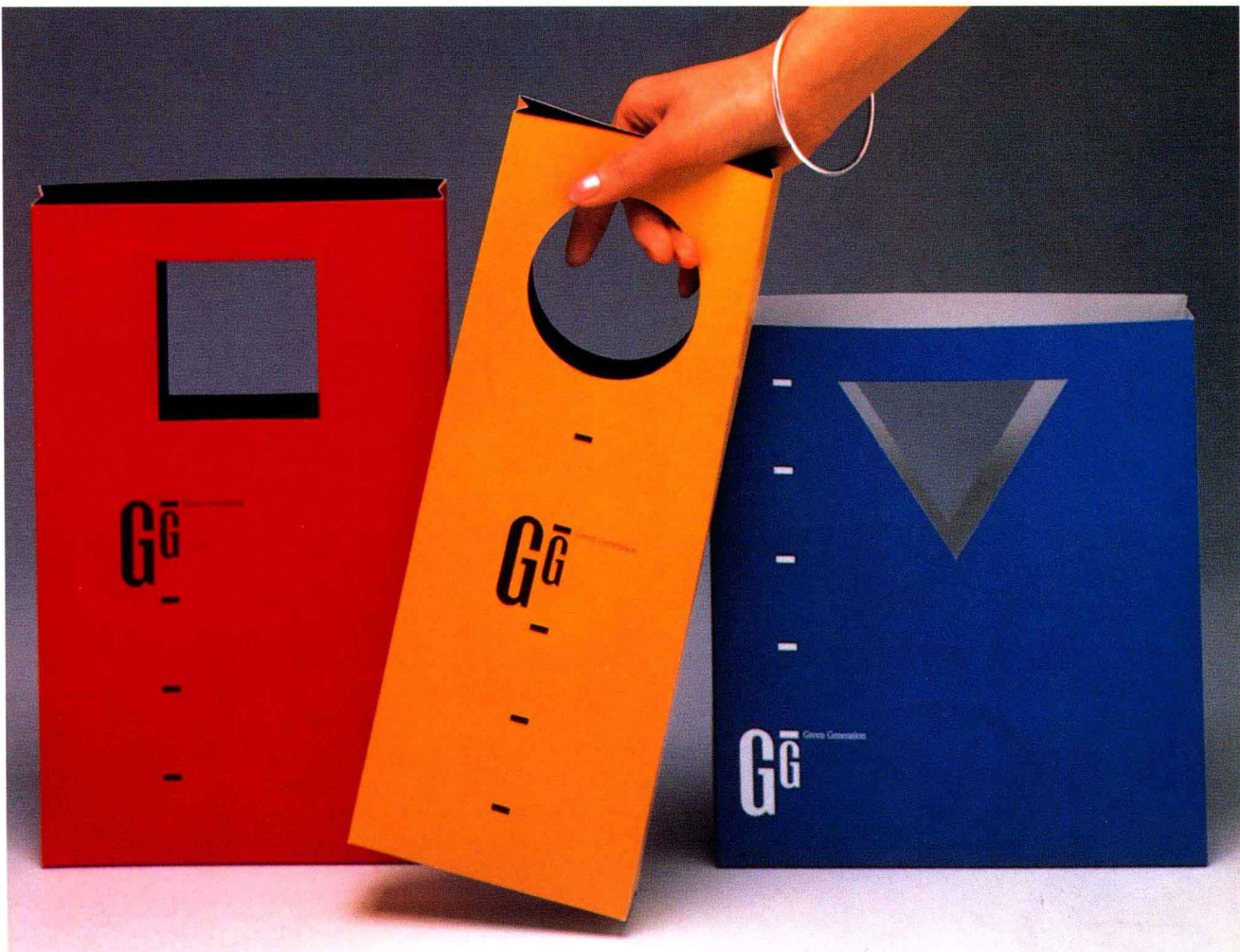


▲整體創意及強烈的圖案設計，可以輔助增加包裝袋引人注目的視覺傳達。

一、包裝袋之定義

現今，包裝袋之耐久性及重要性日益增加，包裝袋已漸漸與一些裝運產品的包裝沒什麼兩樣。因此，現在的包裝袋已非昔比，它不再是只具單一功能的設計，而是像衣服一樣，充份表現出個人生活品味。只要看包裝袋，就知道這個人是去了中興百貨還是遠東百貨買東西。包裝袋上印刷的圖樣，一方面是作為這個店的廣告，同時也表露出持有這個袋子的人之生活品味，而實際上，比起袋中購買的東西，包裝袋更能顯示出持有者的特質。

對設計者而言，包裝袋就像是活動海報。設計者可自由地發揮其想像空間。譬如，在包裝袋設計上須依內容物的不同，



▲包裝袋現在變成一種很實用的，非紙製品之產品，且利用三度空間與平面設計之結合效果，應用新的材質，更精密的製造技術，不尋常的設計款式及把手，使得整體包裝袋設計企劃更為完整。

而決定它的形狀大小，而包裝袋設計則具有相當大的彈性，它可隨著季節的更換而改變其造型，亦可編造出每個人的心情。包裝袋並非只出現在店面展示中，而是出現在五彩繽紛的街道中。基於此點，設計者在將它設計成爲一種商業廣告時，必須考慮到包裝袋基本上就是一個活動的廣告看板。

一個成功的包裝袋也需集思廣益，由各方面的專家提供多方面的構想，群策群力以完成一個獨特的設計，它也可說是一個商店廣告之延伸，對地方趨勢的反應，是一種實際而又具廣告效力的用品。



▲ 每種造型的包裝袋可以充份發揮其功能，絕沒有特別的使用對象，因此發展出不同的表現型態。

基本上來說，包裝袋是一種廣告的重要表現形式，亦是一種促銷引人注目的方法之一。包裝袋比運用雜誌、電視、廣告看板、商業廣告傳單及廣告型錄等方法更好。上述的各種宣傳手法在視覺上使人厭煩，而且是強迫接受式的命令。如果設計製作出的包裝袋則有極佳的效果，可以進行「傳達訊息」的任務。



▲ 以上一系列設計為畢卡索的繪畫結晶。這家公司每半年推出一種新款式包裝袋，且常為人所收集。因為其名畫當袋面設計和細繩提把使袋子耐久並易於重覆使用。同時也充份的表現出活動畫版的廣告效果。最重要的是消費者經常使用其包裝袋，也等於免費為公司打廣告。

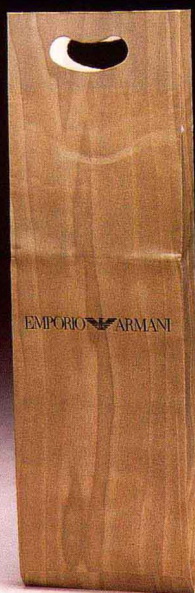
包裝袋可說是一種『活動看板』，為了使其普及，應該去設計購物袋是一種巡迴展示的宣傳畫，或是以側面設計展示的宣傳畫，(Profile design) 稱為『可搬運的畫布』。」



▲ Munchkids Villiage，這家位於康乃狄克州西港的兒童用品專賣店設計了這個生動活潑的包裝袋。公司標識——列房屋加上四色印刷、打孔窗戶，使這個袋子富於變化又有趣。

購物袋彷彿就是一種移動性的小建築物。人們手中提著、肩上背著它在街上來來往往，它裡面裝著各種重量、形狀、大小的東西，讓人折折疊疊，隨便塞在車子後座或火車的座位下。我們可把它想成是一立體的，像房子般的建築物。購物袋上有牆、有床，也有窗，有裝飾美麗的外表，有隔間。這些都必須一一列入考慮，並發揮其在建築物中所具備的功能。

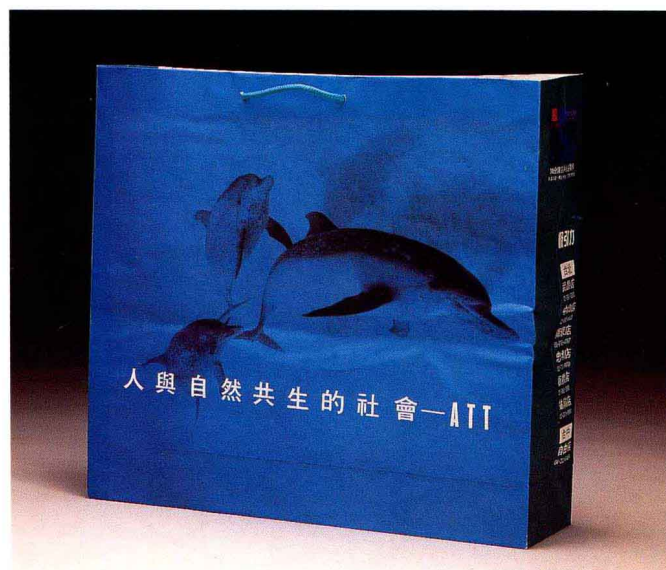
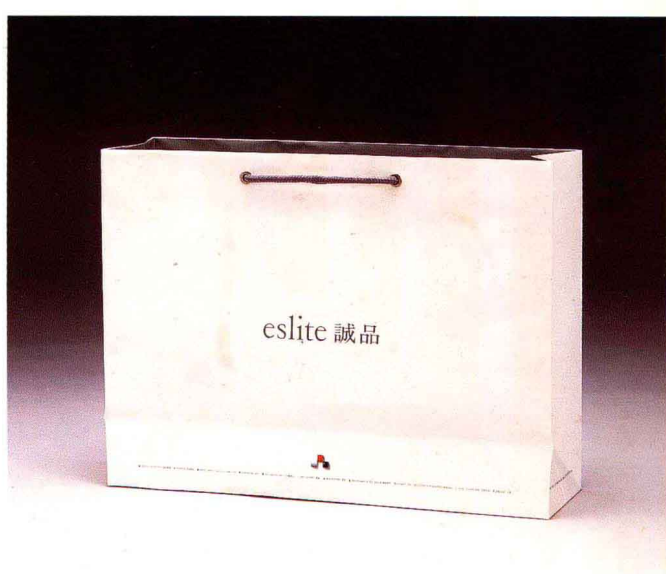
它必須經過強而有力的設計，當它隨著人們穿梭街頭時，才能光耀奪目獲得好評。



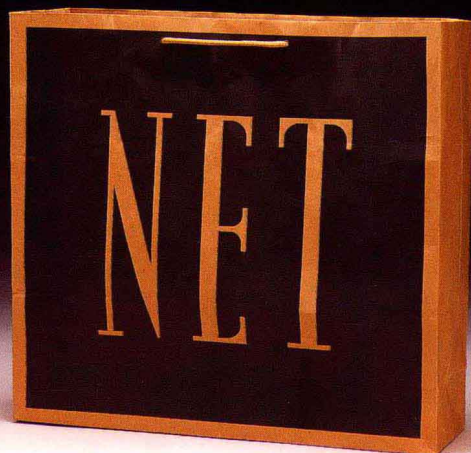
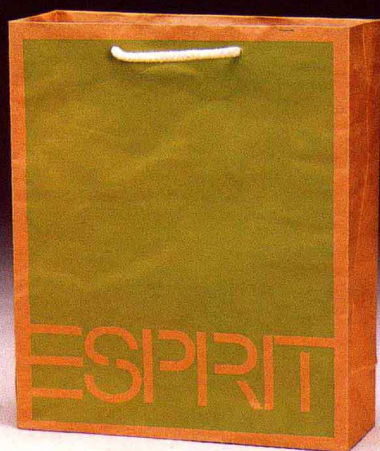


大部分的包裝袋都是用來促銷企業形象或廣告某些特殊事件。偶爾地，它們也可提升自己而變成一項特殊的藝術品。但這種例子較少就是了。

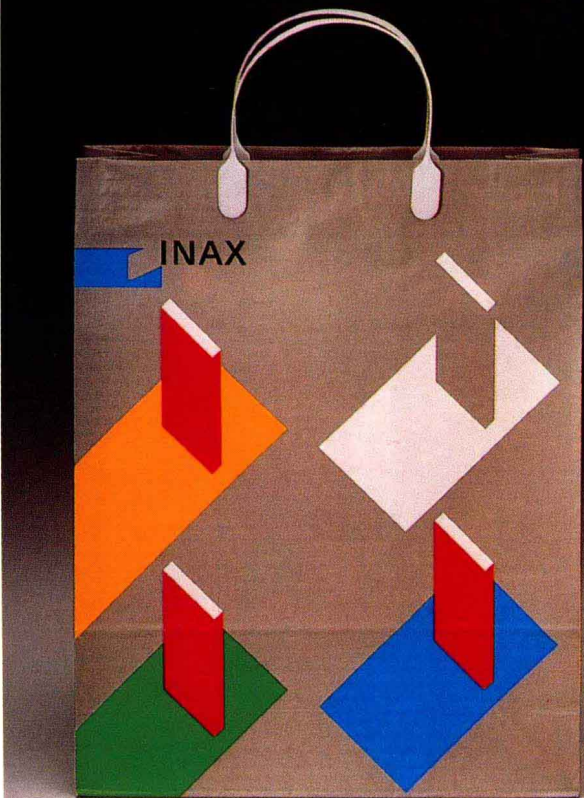
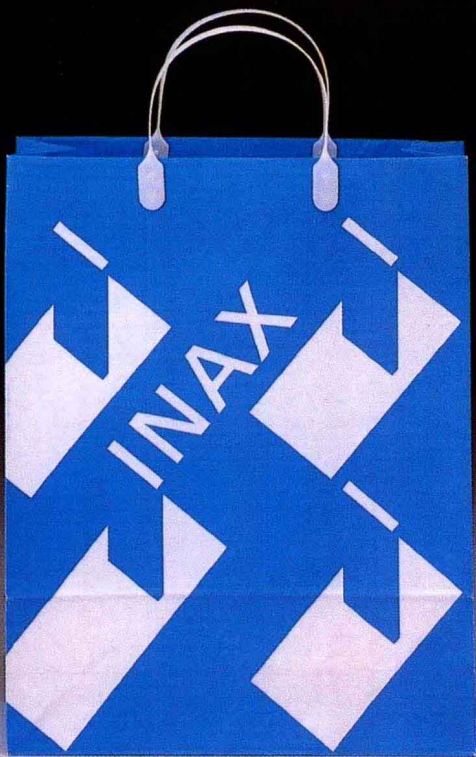
時值今日市場競爭極為激烈，各廠商皆竭盡所能地使出渾身解數，造成商品的多樣化發展。所以凡是多樣化商品的業者，都必須著力於包裝袋的設計，採取強烈的印象主義，否則必然無法立足。

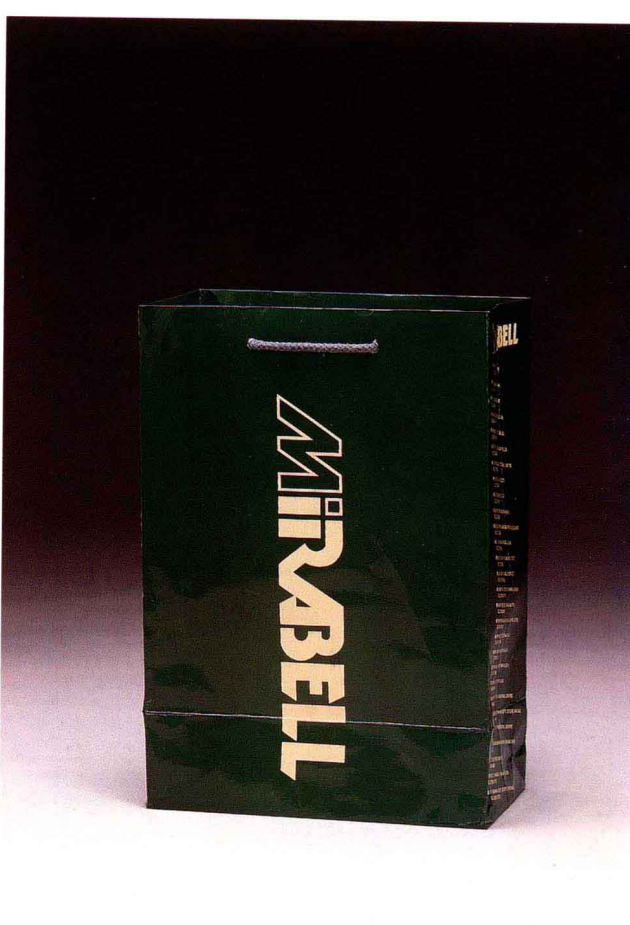
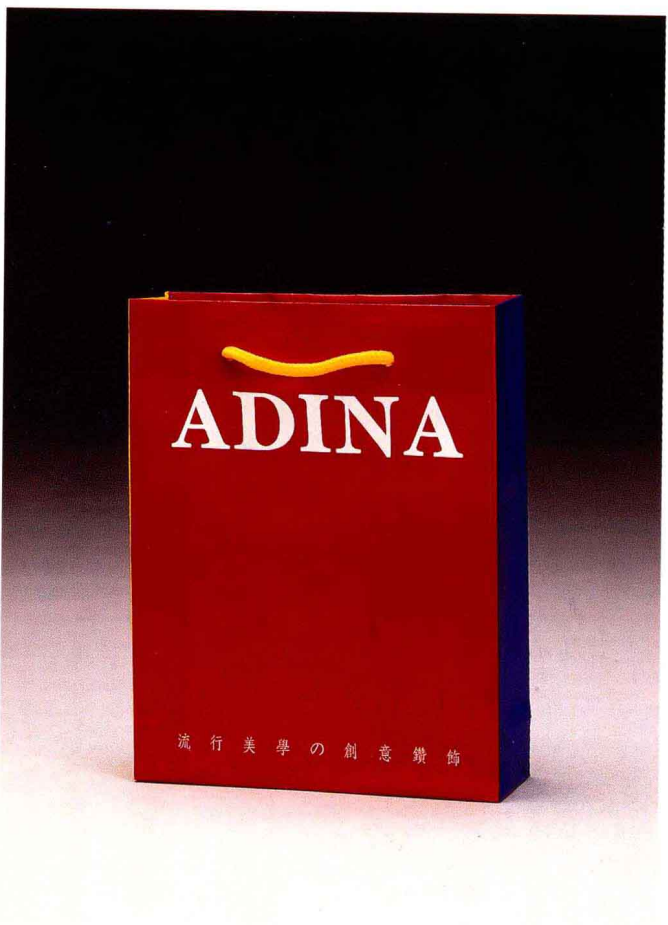
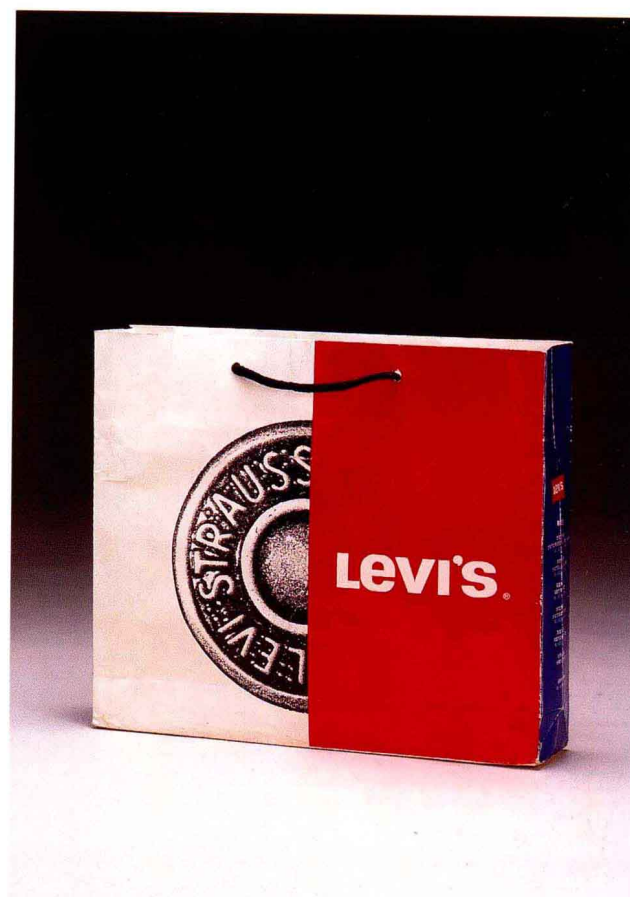
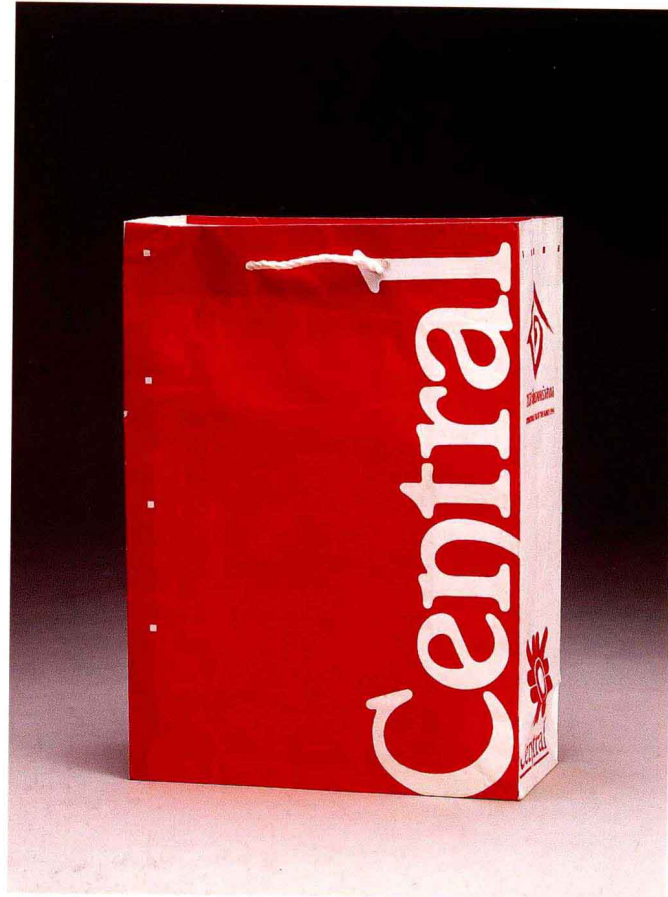


▲經由符號、包裝、促銷等種種設計考量，這些包裝袋於是創造出來。



▲ 使用不同一般的製造技術與材料，如織紋紙，燙金字、空壓浮雕等，以傳達那種光輝燦爛和高品質的感覺。







包裝袋提升禮品的價值

精緻的包裝袋不但可以凸顯禮品的特色，更可以將企業的形象與視覺設計做整體的搭配，有效的達成產品行銷訴求，有時一件精緻包裝袋，其所表現的藝術價值，遠超過禮品本身價值。

包裝袋的造型設計可以超越想像空間，不同形狀適用於不同的包裝袋，特有的包裝袋造型，也可以成一單件藝術創作。例如大的扁形袋可用來裝飾服飾，浴巾之類的禮品，小袋方型袋可做為糖果、化妝品的包裝之用，而大的包裝內容物，更可容納更多樣的產品。每種造型的包裝袋可以充份發揮其功能，絕沒有特別的使用對象，因此發展出不同的表現型態，其中組合或套件，及手工貼製二者較為特殊，而包裝袋的重點首重於形式及材質，還要因為包裝袋增加了禮品的附加價值。