

設計

台灣創意設計 TAIWAN CREATIVE GRAPHIC ARTS
Commercial Design
商業設計 · 2

64
2



出版說明

有中國人的地方，就有華文；有華文的地方就有傑出的創意。

華文創意的最大特色，在於他不僅反映東方文化的精髓、思想本質和人生哲學，更巧妙蘊含並詮釋着中國人獨有的理念與智慧。

在世界各民族文化的相互沖擊之下，中國人秉承華夏文明之傳統，將使華文創意更放光芒。

放眼國際，比照這套中國《台灣創意百科》，台灣地區源源不絕的創意文化，已經開始蔚為光芒。

現今的創意潮流是由過去的累積及他人的經驗而來，《台灣創意百科》的出版，就是為了大陸創意同仁走更遠的路。

《台灣創意百科》正是所有走在潮流尖端的創意人回顧與前瞻，學習與溝通的工具。

《台灣創意百科》的出版，是我們嚴格按照政策有關規定一是內容上不能反對國家的政治制度，二是不能違背“一個中國”原則，經過嚴肅認真的審讀，原書凡是“政府單位”、“中華民國”、“民國”、“國家”、“台獨”等有關內容均已刪除，現以嶄新的面貌呈現給廣大讀者的。編輯過程中，有損原作精神或作品不盡完整之處，還望作者與讀者諒解。

《台灣創意百科》的出版，得到了台灣設計家文化事業有限公司的大力支持。基於中華民族之同一血脈，出版同業之情誼，更為達到文化交流，促進海峽兩岸創意水平之提升，王士朝先生傾力而為，藉此致以深深謝意。

台灣創意百科 商業設計 · 2

企劃編輯：台灣印刷與設計雜誌社

總編輯：楊宗魁

編輯指導：王士朝

責任編輯：章小林 李克

出版發行：湖南美術出版社

地址：長沙市人民中路103號

經銷：湖南省新華書店

製版：台灣彩色製版印刷

印刷：深圳市彩帝印刷實業有限公司

開本：890×1240 1/16 印張：10.5

2000年10月第一版 2000年10月第一次印刷

印數：1-3000冊

ISBN 7-5356-1456-6/J · 1373

定價：118.00元

英文縮寫本義

PL	企劃(Planner)
CD	創意指導(Creative Director)
AD	藝術指導(Art Director)
D	設計(Designer)
P	攝影(Photographer)
I	插圖(Illustrator)
C	文案(Copywriter)
AG	製作公司(Agency)
CL	客戶(Client)
FD	導演(Film Director)
SV	監製(Supervisor)
PD	製片(Producer)
CA	攝影(Cameraman)
L	燈光(Lighting)
FE	剪接(Film Editor)
AU	錄音(Audio)
PR	影片製作(Production)
CG	電腦動畫(Computer Graphic)

本書由台灣設計家文化事業有限公司授權湖南美術出版社在大陸地區出版發行，未經我社許可，任何圖文資料不得翻印轉載。

台灣創意百科

廣告創作 · 2

商業設計 · 2

形象設計 · 2

包裝設計 · 2

目 錄

編輯組織	1
序文	2
作品	5
宣傳海報	5
藝文、競賽活動	
公益、宣導	
商務、形象宣傳	
商品促銷	
出版品	53
書籍、封面	
記事專輯	
期刊	
型錄 卡片	99
型錄、簡介	
卡片、請柬	
行事曆表	
其他	157

編輯組織

Editorial Organization



王士朝 Su-Chao Wang

●召集人

王士朝

設計家文化事業有限公司發行人兼藝術總監
印刷與設計雜誌發行人兼藝術總監
輔仁大學應用美術系兼任講師
台灣美術設計協會常務理事



楊宗魁 Tzung-Kuei Yang

●總編輯

楊宗魁

設計家文化事業有限公司總經理兼創意總監
印刷與設計雜誌總編輯兼創意總監
中原大學商業設計系兼任講師
台灣美術設計協會常務理事



王行恭 David Wang

●編選委員

王行恭

王行恭設計事務所負責人
台北市立師範學院兼任副教授



何清輝 Taddy Ho

何清輝

黃木廣告事業股份有限公司總經理兼創意總監
台灣中國文化大學廣告系兼任講師
台灣美術設計協會常務理事長



吳錦江 David Wu

吳錦江

米開蘭創意設計有限公司總經理



林磐嶸 Apex Lin

林磐嶸

台灣師範大學美術系副教授
登泰設計顧問有限公司顧問
台灣美術設計協會常務理事



柯鴻圖 Andy Ko

柯鴻圖

鴻圖視覺設計有限公司創意總監

求新、求變、求根本

——在新世紀來臨前，台灣設計人應有的功課

20世紀已進入尾聲，世界各地的各行各業都在整理本世紀內所發生的大事，以便回顧歷史及展望未來。因為，面對着公元2001年的“21世紀”之開始，人類到底要如何再走下去？而從事創意設計工作的朋友們又將如何去迎接新的挑戰？尤其是生活在台灣的我們，應該要怎樣準備呢？在此提出一些個人的看法以就教同行朋友。

台灣設計的現代化、國際化，在這近十年中有明顯的進展，不論是立體空間或平面印刷等等設計表現，都常有令人讚賞的佳作出現，也鼓舞了不少同行的向上心情，但是如果只有欣賞的態度，而不知提升整體的水準，那麼佳作的出現就只是曇花一現而已。因此，台灣設計界的朋友如果有心要走上國際舞台，目前有五種重要的功課要去加強。

一、外語能力的增進：台灣比之香港、新加坡在英語表達上遜色不少，要想和國際同步，必須先有熟練的外語能力才行，否則在溝通、閱讀各種先進前衛的資訊時就落後一步，而自己的想法也說不出去，這是雙方的損失。

二、電腦技能的熟悉：新一代的設計技巧幾乎已由電腦的操作所取代，如果要在設計界繼續經營下去，對電腦技能的了解及操作，必須要能駕輕就熟才行。但是傳統的手繪基礎能力也不能荒廢，如此相互應用才能相得益彰。

三、專業特色的深入：設計的面向很多，要想樣樣精通不太容易，所以要先了解自己有什麼專長特色是別人無法取代的。如色彩應用、文字造型、標誌設計、版面規劃、插圖風格、包裝結構等等，如此才會取得業界的肯定。

四、人文藝術的修養：作為一個優秀的設計人，除了要能完成適當的設計作品外，還必須要擁有充足的文化認知、哲學思想、藝術鑒賞等等人文方面的修養。這樣才不會使設計出來的作品，只是充其量的美化而無深厚的內涵生命。

五、市場營銷的觀念：有了好的設計能力，如果不懂得溝通彼此，不了解市場的賣點和盲點陷阱，那麼常會有懷才不遇的憂悶，做起設計也就無法順利圓滿。如此必定會降低工作意願、折損設計生命，對自己是最大的傷害。

有了以上五種功課的完成，在從事設計工作時也要注意個人獨特風格的塑造，這樣才能表現出每個設計人的特色面貌，讓自己的精神、品位有別於他人，也才不會有一窩風的雷同作品，分不出是誰在模仿誰。

因此，站在台灣的立場，設計的表現在內涵上要有本土的精神，在構圖上要有國際的技巧，如此的手法才能突顯出台灣的特色並獲得國際的青睞，這也就是設計界常常談論的“本土情、國際觀”的方式。

而一個成熟的設計人，除了自己的作品能獲得肯定外，對於同行或其他相關行業的作品，我們也要培養出懂得去欣賞、讚美、表揚他人優秀的作品。以大公無私的心態去接納他人的優點，改善自己的缺點，大家互相切磋勉勵，以提升全體台灣設計界的水準為職責，進而和國際并駕齊驅。

身為從事設計工作的我們，既然已經走了設計的這條不歸路，就要無怨無悔地以“終身力行設計”為抱負，不要見異思遷地隨便更換行業。要以國外高齡七八十歲仍堅持從事設計表現的大師們為榜樣，終身奉行設計來累積寶貴的經驗以為後進者參考，如此，台灣的設計人才有資格、光榮地面對歷史，謙虛地說：“我以設計奉獻台灣”。

王士朝/1998 台灣創意百科召集人

一年大一寸

——從執編《台灣創意百科》看台灣設計

《台灣創意百科》的出版，除了彙整編錄台灣杰出設計創作發表，提供給同業觀摩、交流和相互參考使用，以及替台灣設計史迹留下一些珍貴紀錄外，也是本業檢視自我發展之最佳驗證資料。以執編三套《台灣創意百科》出版為例：

1991年，我們首次規劃編印台灣第一套創意百科，內容包括廣告、設計、包裝、插畫及專業攝影五本年鑑，當時參選作品僅以“不錯，可以”即可刊錄為原則，共搜錄有台灣364家公司、843位創作者之3857件作品介紹。

1995年，第二套台灣創意百科，編印內容增加了形象設計，全套共有六本年鑑，參選作品亦提升到必須“很好，富有新意”，才給予刊錄，也搜錄有392家公司、783位創作者之3099件作品介紹。

今年，《1998年台灣創意百科》，編訂版本改為僅保留廣告、設計、形象和包裝等四本純創意性年鑑，同時並追求以“優異、令人欣賞”的作品為選錄標準，而收錄了229家公司、1018位創作者之2100件作品介紹。

從以上三階段不同選錄標準比較，可顯見這幾年來台灣的純設計創作表現確有相當的進步，也足可在創意舞台上自我炫耀一番。但如仔細分析，就人在敬業態度的成長和普及化之整體發展進度而言却仍嫌不足：例如設計人本身自我經營用心不夠，求知創新精神不夠，以及自然關愛服務本業之熱忱不夠等。

以本輯執編作業和承辦相關活動過程略舉提供參考：

1. 設計人主動爭取認可及自我宣傳之積極度不夠，應邀展出或參選作品、資料都須經承辦單位三催四請和多次電話聯絡才得收件使用。

2. 部份從業者自視太高，自認作品不被評比，或抱着無所謂心態，未提供作品參選而錯失推銷自己的機會。

3. 平常不重視收集自己作品，和拍攝非平面印件不易收集之相關系列創作存檔，等須使用時無法提供，或隨便以提案色稿充數應選。

4. 對自己作品之正片攝製不夠用心，或根本不懂得如何安排拍攝，以致因為布局、背景、燈光等掌握不當，而影響其應選條件及整體表現效果。

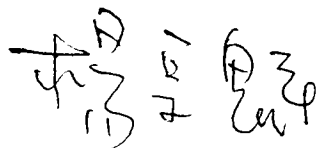
5. 捨不得投資花錢攝製120或4×5正片，而只以自己拍攝的135小正片或印刷物參選，其結果不是被淘汰、割捨，就是因放大品質不良，而使得好作品無法做大版面刊介使用。

6. 缺少自我要求與嘗試創作的精神，未能累進自己專業表現及作品鑑賞能力，往往提供一堆普通商務印件，却難有少數得以獲選刊錄。

7. 共同參與本業推展事務意願不高，也吝于提供相關經費襄助，缺乏與同業交流和相互增長機會。

8. 許多人只顧小愛缺少大愛，平常辦活動、做交流，出發點似乎都以塑造自己形象或拓展公司業務為主要目的，而較少同時真正兼顧整體台灣設計之心。

事實上，前述幾項缺點，始終是台灣設計界十幾年來普遍存在且未能有效改進的現象，也是長期影響本業整體發展的重要因素之一。因此，就編者個人看法，欲見台灣設計水準能普及快速提升，除了有心加強純創作表現外，首要亦應從“人、心態”根本改善做起。如此，設計界的明天才能更好，及期待邁向“一年大一寸”之成長進度發展。



楊宗魁/1998台灣創意百科總編輯

帶着台灣的表情昂首闊步

——《1998 台灣創意百科·商業設計年鑑》編選評析

20 世紀的台灣即將邁入歷史，在這紛爭不斷的 20 世紀裏，台灣從一個被遺棄的孤島，演變成爲國際上最富生命力的地區，它所憑藉的只是島民不死的強韌生命力和海盜性格。在 20 世紀的末期，它開創了泡沫式的奇蹟，也在這種有錢就能妝扮的條件之下，“文化”就如同村姑頭上的大花簪一樣，隨着商品市場化，而被企業推入尋常百姓的生活之中；白蘿蔔（菜頭，好采頭）和波羅（鳳梨，旺來）曾幾何時也瞬間成了檯面上的象徵符號，成了符號中的上上之選。這就是台灣的“文化”，也是代表台灣的象徵符號無可奈何的產生途徑。

在這樣紛雜擾攘的社會裏，台灣將隨同 20 世紀進入歷史。在台灣的設計小社會中，不難發現還有少數的一群創作者，孤獨地在生存與文化之間，企圖留下少許記錄，與歷史一同邁入不朽。他們在工作中屈就現實，在文化的無奈中，選擇熟悉的題材創作。在沒有機會的島上，他們將代表台灣的符號，推向國際，漸漸地也有了些許的機會和回應。這些作品，幾乎和台灣的文化現實無關，和商業行爲無關，但的確爲這個島嶼，開拓了一片視野，也攻佔了一方小小的位置。這是面對 20 世紀將被埋葬的最後日子裏，台灣的设计現實——不願缺席。

台灣生存環境的荒謬與無奈，世所皆知。所謂人文元素，社會背景與文化特質，更是五味雜

陳、冷暖自知。“新台灣人”的身份認同與角色定位，將更紛擾著創作者長期對於母體文化的依賴性與寄生關係。地理分隔的現實與社會生態的演變。將主控日後創作者的探索方向：思想構建的迷思與創作語彙的滯障，也將是近程文化現象的主軸。在這樣的大紛亂的局面中，台灣的设计工作者，一方面要擺脫生存的現實，再方面企圖邁入另一層次的創作境界，到底這要祭出怎樣的尚方寶劍，才能掌握現實，突破問題的核心，去解決創作的盲點呢？

“後台灣圖騰”時代已幡然來臨，建構台灣美學，除了赤足猛踏之外，別無他法。台灣的表情，無論是艷俗還是冷峻，都必然通過迷亂、探索、沉潛、過濾與蛻變等手段，來抽離與拆解母體文化中的元素，重新組裝與創建。台灣的设计創作者，在特有的文化現象與社會特質中，吸取養分；在傳統與創新的思維激盪中探索方向；在對待圖騰與符號的表達上，時時刻刻不斷地實驗與辯證，以追求更精確的圖像，才能淋漓盡致地表達台灣的表情，昂首闊步，邁向 21 世紀的新時代。


王行恭

王行恭/1998 台灣創意百科編選委員



宣傳海報 Posters

JADE

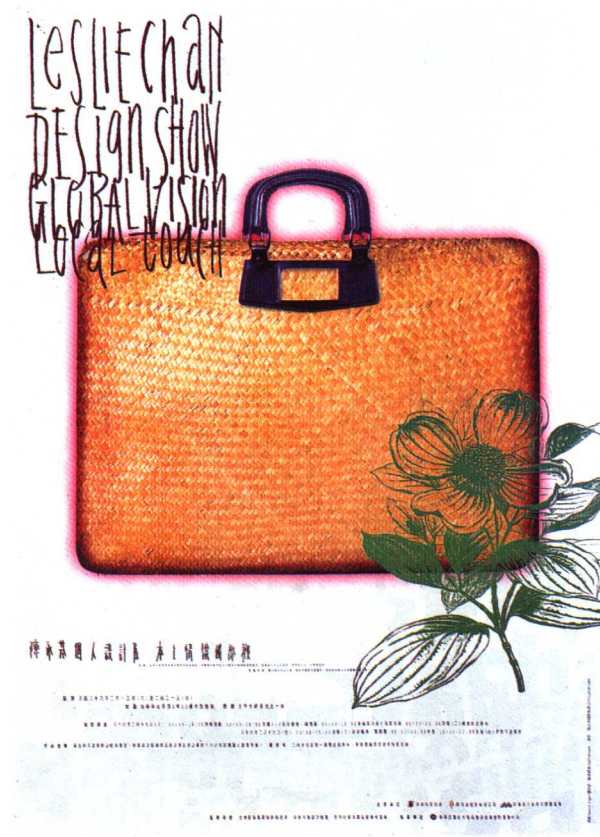
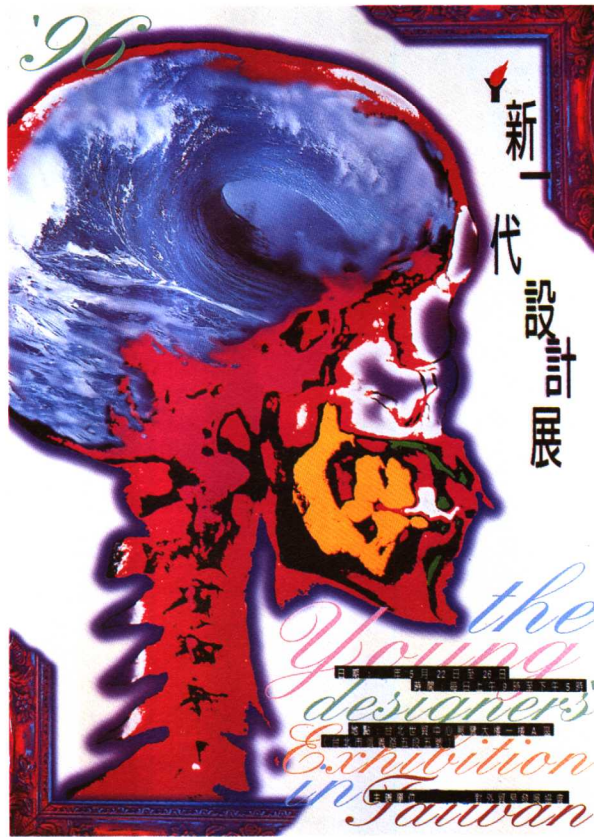
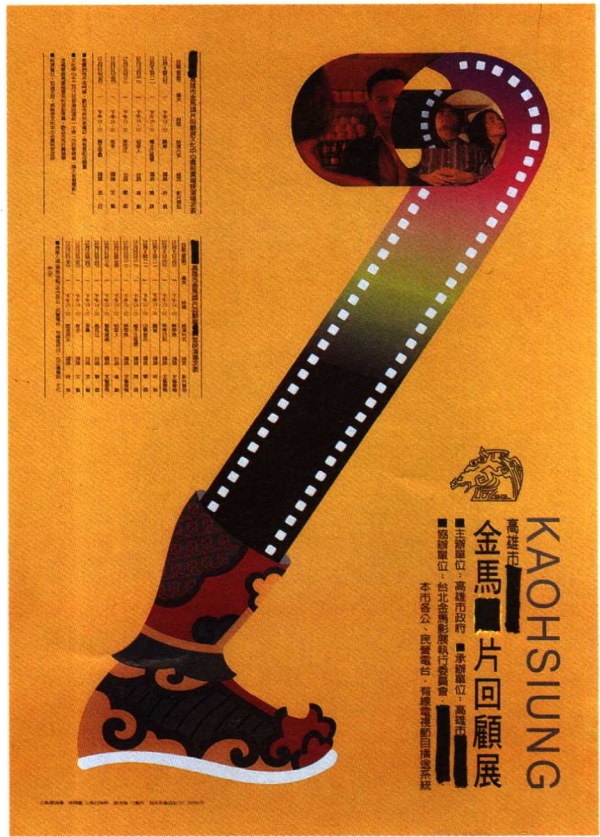
Ch'ing Dynasty Treasures
from the National Museum of History,
Taiwan 

The Bowers Museum of Cultural Art
Santa Ana, California
September 7, 1997-March 1, 1998

Houston Museum of Natural Science
Houston, Texas
April 3, 1998-September 7, 1998

Generously Sponsored by Leo Freedman Foundation

清代玉雕展
DT 1997.09
CD 王行恭 AD 王行恭
D 王行恭 P 劉慶堂
AG 王行恭設計事務所
CL Bowers Museum;
Santa Ana, California



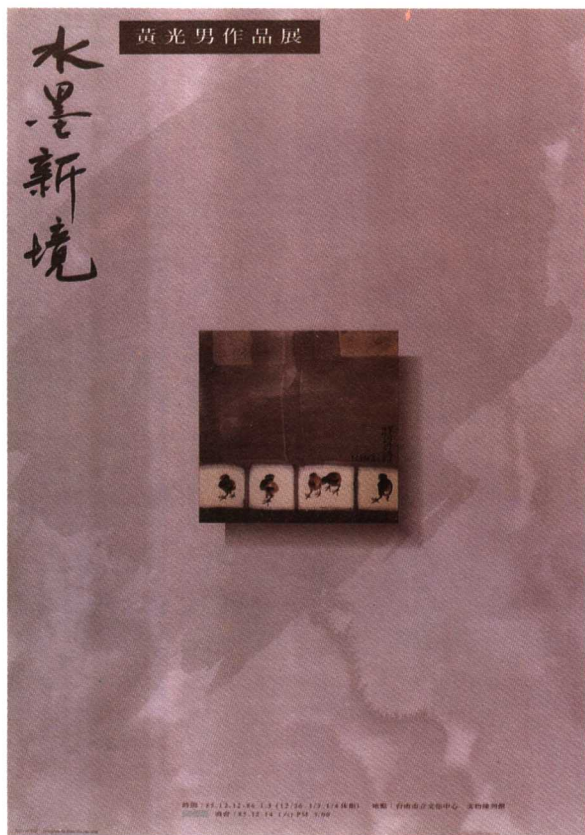
1997台北國際海報節
 DT 1997.11
 PL 葉國松 D 葉國松
 AG 大業設計有限公司
 CL 台灣印象海報設計
 聯誼會

高雄市85年金馬片回顧展
 DT 1996.11
 CD 林國慶 AD 林國慶
 D 吳沛瑩 I 林國慶
 AG 我在形象設計公司
 CL 高雄市
 • 第三屆台南美展優選獎

新世代設計展海報
 DT 1996.05
 PL 陳永基 D 陳永基
 P 影像銀行
 AG 陳永基設計有限公司
 CL 外貿協會設計發展中心
 • 形象獲1996 Top Star VI應
 用類銀獎

陳永基個人設計展
 DT 1997.02
 PL 陳永基 D 陳永基
 P 明室攝影 C 陳永基
 AG 陳永基設計有限公司
 CL 惜福文教基金會

• 1997香港亞太海報展入選
 • 1997香港IDN亞洲數碼設
 計藝術比賽入選
 • 1997美國Creativity 27
 Annual Award海報優異獎
 • 1997 Top Star海報優異獎



高市第二屆創意之星設計獎
 DT 1997
 PL 林國慶 CD 林國慶
 AD 林國慶 D 莊錦鐘
 P 干琦攝影 C 林國慶
 AG 我在形象設計公司
 CL 高雄市廣告創意協會
 • 1997台北國際視覺設計展
 海報創作金獎

黃光男水墨個展
 DT 1997.03
 PL 許和捷 D 許和捷

臺灣藝術活動海報
 DT 1997.03
 CD 吳東勝 D 吳東勝
 P 吳東勝
 AG 藝士廣告設計攝影公司
 CL 藝士廣告設計攝影公司