

高英高級工商職業學校

Kao Ying Industrial Commercial Vocational High School

教師專題研究（製作）報告



旗山地方特產包裝設計探討

老師姓名： 江秀英 老師

科 別： 廣告設計 科

中 華 民 國 103 年 6 月

中文摘要

近年來，文化創意產業越來越興盛，政府也極力推廣兩岸觀光，而伴手禮也成為文化交流的一個重要角色。旗山曾有著「香蕉王國」的美譽也是一個充滿生活機能與人文氣息的城鎮，因此本次專題創作以旗山香蕉系列包裝作為主題，在設計元素部分以當地的旗山火車站、巴洛克式建築物、旗山老街、天后宮等古蹟建築文物，色彩則以黃色代表香蕉、紅色代表熱情、綠色代表旗山地區，表現技法以木刻筆法為創作，呈現出旗山古樸的文化之美加強主題傳達，在包裝上是希望帶給消費者新穎的感受，因此，在包裝上除了方便拿取之外，造形也結合了趣味性和功能性，將此創作賦予更高附加價值和正面助益，傳達旗山人文與自然之美，並提升地區性文創商品的價值。

目 錄

中文摘要.....	i
目錄.....	ii
表目錄.....	iii
壹、前言.....	01
一、研究動機.....	01
二、研究目的.....	01
三、研究範圍.....	01
四、研究方法與步驟.....	01
貳、包裝設計關理論理論探討.....	03
一、包裝設計的定義.....	03
二、包裝視覺設計表現內容.....	03
三、包裝圖形表現形式.....	03
四、包裝與色彩之關聯性.....	04
五、包裝識別性.....	04
六、包裝象徵性.....	04
七、包裝銷售性.....	04
八、研究(製作)計畫書.....	06
參、研究創作結果.....	07
一、創作圖像應用與設計元素.....	07
(一) 巴洛克建築物外觀.....	07
(二) 旗山車站.....	08
(三) 旗山香蕉.....	08
(四) 天后宮.....	09
(五) 旗山農會.....	09
(六) 常美冰店.....	10
(七) 香蕉車.....	10
(八) 古早味美食.....	11
二、CIS 圖像視覺創作應用.....	12
(一) LOGO 設計.....	12
(二) 名片設計.....	12
三、特色商品包裝運用.....	13
(一) 香蕉系列產品包裝完成作品.....	13
(二) 周邊商品設計創作.....	18
肆、討論.....	21
伍、結論與建議.....	21
參考文獻.....	

表目錄

表 1 研究製作程序圖	02
表 2 高英高級工商職業學校教師行動研究（專題製作）計畫書 ...	06
表 3 巴洛克建築圖像設計應用說明	07
表 4 旗山車站圖像設計應用說明	08
表 5 香蕉圖像設計應用說明	08
表 6 天后宮圖像設計應用說明	09
表 7 旗山農會圖像設計應用說明	09
表 8 常美冰店圖像設計應用說明	10
表 9 承載香蕉車圖像設計應用說明	10
表 10 特色美食圖像設計應用說明	11
表 11 logo 設計	11
表 12 名片設計創作	12
表 13 香蕉蛋糕包裝設計發展過程	12
表 14 香蕉蛋捲包裝設計發展過程	14
表 15 香蕉乾包裝設計製作發展過程	15
表 16 香蕉酥、餅乾、糖果包裝製作發展過程	16
表 17 香蕉煎燒包裝設計發展過程	17
表 18 筆記本與 DM 設計	18
表 19 明信片設計	19
表 20 旗山地圖設計	20

壹、前言

一、研究動機

香蕉是旗山最具代表性的記憶形象，由於旗山當地香蕉食品包裝形式和內容琳瑯滿目，市場競爭日益增大的當下如何創造出許多具創意且富生命力的作品是目前所要追求的，所以我們的設計創作透過在學校一年級的基礎描繪與表現技法課程中學習到運用木刻筆法繪製出屬於樸實的旗山圖像，讓旗山的老建築添增了許多歷史的記憶，另外色彩學課程中運用色彩傳達地方的意象加以配色，並且結合二年級的廣告設計與電腦繪圖，發展 CIS 系統的運用，因此，在這次創作中透過更深入了解旗山地區人文發展與歷史背景，我們也了景點結合趣味性圖案再與不同紙材與包裝的結構呈現出新的地方特色風貌。

二、研究目的

旗山是台灣發展上較早的城鎮，日據時代因糖廠而興盛，光復以後又以香蕉為名，故本創作的主軸，運用繪畫性的圖象、符號等運用想傳達出旗山老街風華與香蕉產業的興盛意象，活化於視覺畫面當中，使之更活潑呈現於包裝上，繼而規劃並進行蒐集資料，並且透過包裝的設計進而帶動旗山地區的發展，為本次創作的主要探討重點。

三、研究範圍與限制

本研究以旗山的產業香蕉作為探討，此外，商品部分若和包裝圖像內容無相關，並未包含在本研究範圍之內。

其中探討的包裝視覺設計要素包含造型(shape)、圖形(graphics)、文字(typography)、色彩(colour)等 4 種主要構成要素。本研究探討範圍將以包裝視覺設計要素中的圖形、文字、色彩三要素。

四、研究方法與步驟

在確認主題與目標之後，本創作將分為以下階段作為研究方法

(一)收集目前旗山香蕉包裝設計以及表現形式與風格。

(二)實地訪查並且了解旗山歷史與地方風貌等特色，藉由資料建立包裝之設計元素。

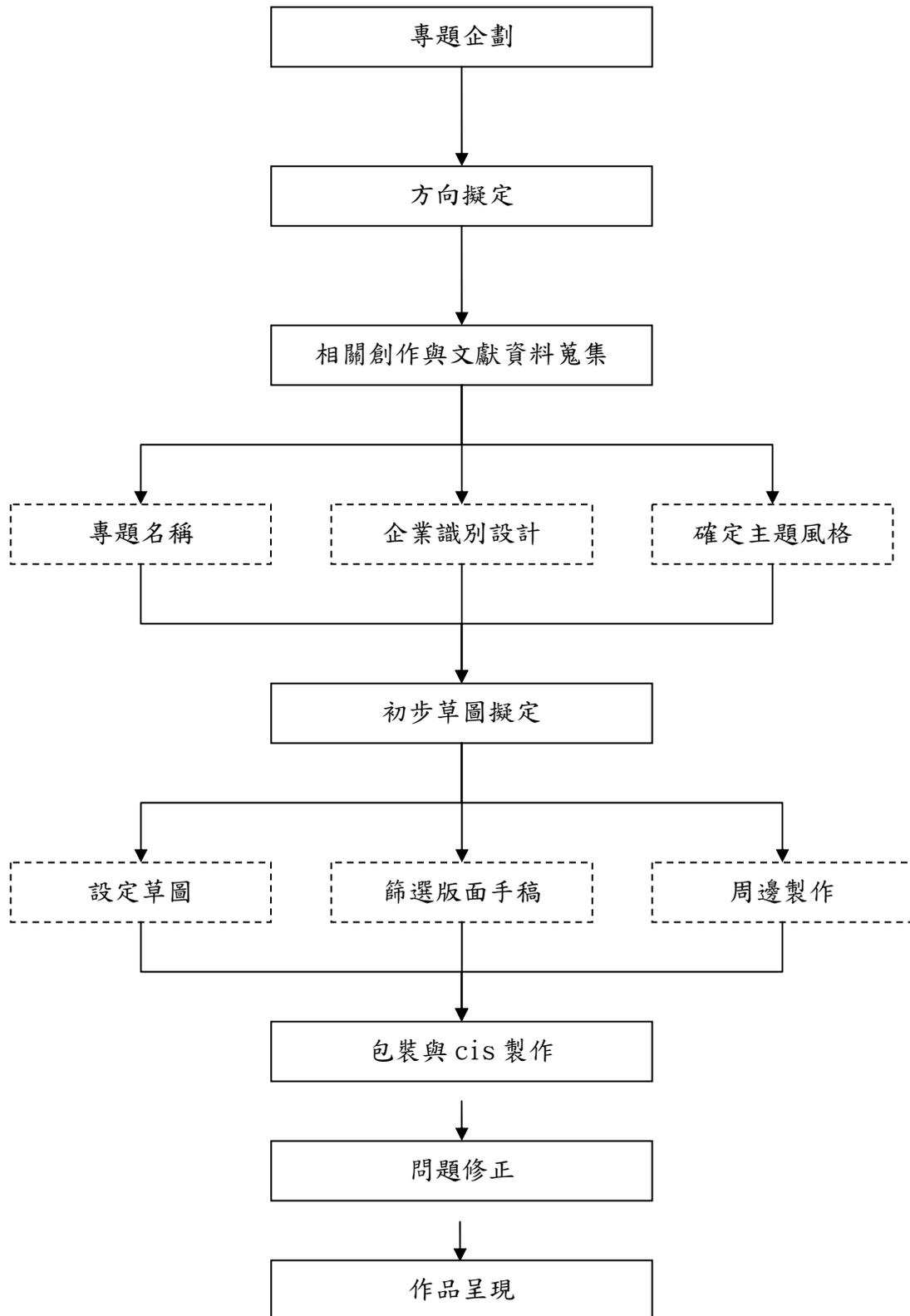


表 1 研究製作流程圖
資料來源：本研究整理

貳、包裝設計相關理論探討

一、包裝設計的定義

美國包裝學會對包裝所下的定義是為便於貨物之輸送流通儲存與販賣而實施之準備工作日本工業標準對包裝所下的定義是便於物品之輸送及保管並維護商品之價值保護其狀態而已適當之材料或容器對物品所施之技術及其實施後之狀態到了二十世紀初英美的商品市場逐漸由賣方市場轉為買市場商品的個別包裝成為促進銷售的利器並因此形成了新的販賣方式（龍東陽 1982）。「包裝設計」一詞是指全盤包裝問題的策劃其內容至少應包括：1. 包裝方法的選擇 2. 包裝材料的選擇 3. 視覺設計即表面圖形設計 4. 包裝機械問題的考慮即包裝試驗（龍東陽 1983）。

二、包裝視覺設計表現內容

包裝視覺設計(visual design)，廣義的解釋為包含結構設計(structure design)與圖文設計(graphic design)，透過視覺所傳達出來之訊息，涵蓋包裝結構的容器造形設計及容器表面之圖文設計。包裝視覺設計包含了色彩、造形、文字、線條、插圖及裝飾等因素的形成及配置，屬於包裝領域。金子修也在「包裝設計-夜晚和地球都是包裝」一書中提出「包裝需藉由圖文來傳達訊息，而 Graphic 一詞可譯為圖形、圖解、圖案等，具體來說就是文字、圖表、標誌、花樣、插圖和照片等圖形化東西，賦予色彩及編排。」狹義解釋為表面圖文設計(surface graphic design)，就是將圖形與文字加以色彩與編排（陳振甫，2000）。

三、包裝圖形表現形式

在包裝中圖形的表現形式，黃榮輝於《商業包裝的圖形設計研究》認為包裝設計受到藝術繪畫的思潮影響深遠，因而在包裝圖形之外觀上，視覺傳達出來的形象通常可歸納為具象圖形、半具象圖形、抽象圖形等三大類型。

（一）具象圖形：

是以寫實、繪畫性、感情性的手法，表現對自然與人造物形象的一種摹寫。通常能真實、正確的傳遞物體或事件本身的形象或意圖，因此可表達出產品的真實性，增加消費者對產品的信任感。

（二）半具象圖形：

是以具象題材為構思依據，加以單純化或變形使其介於抽象與具象之間，成為混合造形。半具象圖形表現形式與具象圖形有相同

的產品再現性，但設計風格有較多發揮空間與變化。

抽象圖形：構成表現可從基本設計的點、線、面開始，可分為：數學圖形、有機圖形、偶然圖形等方式。使用抽象圖形的包裝會使人產生一種理性、秩序、緊密、簡潔的感覺，能產生一種強烈視覺效果達到促進銷售目標。

四、包裝與色彩之關聯性

色彩是影響包裝設計成功與否要素之一，因為它對人們視覺傳達直接的刺激，可使人們產生情緒之變化，間接影響人們判斷。經驗告訴我們，消費者都傾向於注意令人愉快的事，忽略任何不被他們喜愛的事。色彩就是一個可達成視覺刺激效果，可塑造成具有獨創性功能之觸媒劑（龍冬陽，1982）根據林盤聳（1989）所提出的包裝色彩計畫特性，包裝物的色彩分別具有識別性、知覺性、象徵性等特性。

五、包裝識別性

在包裝色彩之識別性中應包含品牌識別性與產品區別性，首先就品牌識別性而言，可口可樂與湯廚在家族包裝中均採紅底白字設計。當消費者接觸此品牌之產品均可輕易的由此紅底白字之包裝來辨別產品，由此可知，色彩在品牌識別上佔有重要地位。另外就產品區別性而言，色彩對於食品包裝而言，可說是促使產品差別化之動因，也是影響食品給人的第一印象，如黃色象徵柳橙汁、紫色象徵葡萄汁等，因此色彩有助於辨識產品的內容物。

六、包裝象徵性

色彩是萬物的表現，色彩除了視覺刺激外，也會引起人們心理之情感反應。從事包裝設計，我們必須先了解色彩屬性對消費者之影響，因為色彩常常是需要透過聯想與消費者溝通。例如賴瓊琦在1997年對金色聯想之調查中發現，人們對於金色第一聯想就是金子與金錢。另外在食品包裝中色彩之象徵性，對於促進食慾幫助，更有其微妙之變化。任何色彩與味覺相關聯或是以何種色彩象徵美味，例如紅、橙與黃色是普遍引起食慾之色彩，因此在食品包裝中之色彩。常常會運用到慣用色的包裝，尤其是與天然食品相關之包裝。

七、包裝銷售性

對於包裝行銷力上，黎堅（1990）提出包裝是溝通生產者與消費者之間的訊息媒介，包裝是傳達產品效益和企業善意的利器，也是消費者購買商品決策之依據。色彩則是建立與消費者溝通的橋樑，成功的包裝色彩計畫是消費者購買商品決策之依據，因此有效利用包裝色彩來達成促銷目的，是包裝設計重要課題。色彩注目性高的包裝，會誘使消費者注意力，進而達到刺激銷售目標。食品包裝之色彩除了內容物之辨識外，它也可以產生味覺、嗅覺等感覺之刺激，進而引起人們之食慾達，到促使銷售之目標。

八、研究(製作)計畫書

高英高級工商職業學校教師專題研究(製作)計畫書

科別姓名	廣告設計科江秀英老師
製作主題	旗山地方特產包裝設計探討
研究方法	<input type="checkbox"/> 問卷法 <input type="checkbox"/> 訪問法 <input checked="" type="checkbox"/> 觀察法 <input checked="" type="checkbox"/> 文獻蒐集 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
研究大綱	1. 包裝設計的結構 2. 包裝與色彩的關連性 3. 包裝與銷售性 4. 包裝材質的選定與運用 5. 木刻筆法的技法 7. 包裝與色彩的關係 8. 製作與鑑賞
預期效果	1. 商品能具有銷售性與實用性 2. 包裝設計與文化的關係 3. 包裝的功能性與趣味性 4. 商品能具有實用的功能
其他	

表 2 高英高級工商職業學校教師行動研究(專題製作)計畫書

資料來源:本研究整理

參、研究創作結果

藉由本專題將旗山地區相關題材選其樣式以木刻筆法，蒐集符合主題之創媒材及相關文獻作品外，並將其各階段創作形式融入包裝設計與圖像轉譯的結合，希望能使消費者產生共鳴同時感到包裝更具趣味性之效果，並以「旗山香蕉」為主題發展出系列性包裝商品。

一、創作圖像應用與設計元素

香蕉、旗山老街、美食小吃、巴洛克式建築物、武德殿及天后宮等古蹟、歷史建築及文物等是旗山獨具特色之一，以選取特產與景點作結合並且以手繪古老木刻筆法風格表現的方式勾勒出生動活潑的圖像。

(一)巴洛克建築物外觀

1.景點介紹：巴洛克式建築物	
2.特點：旗山老街有一整排的建築物，屋頂上有仿巴洛克的洋樓街屋，足以成為代表旗山鎮之文化資產。	
3.應用設計發展： 	

表 3 巴洛克建築圖像設計應用說明

資料來源：本研究整理

(二)旗山車站

<p>1.景點介紹：旗山車站</p>	
<p>2.特點：猶如童話般建築</p>	<p>3.據時代的建築</p>
<p>3.應用設計發展：</p> 	

表 4 旗山車站圖像設計應用說明

資料來源：本研究整理

(三)旗山香蕉

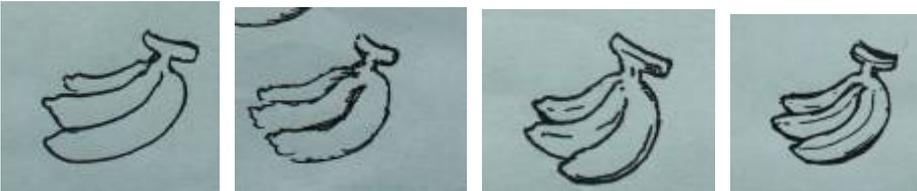
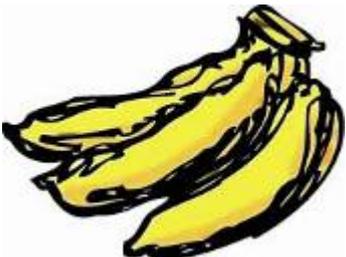
<p>1.特產介紹：香蕉</p>	
<p>2.特點：旗山以優質香蕉而贏得「香蕉王國」的美譽，近年，旗山蕉農轉型為優質小農，使得旗山香蕉的品質更加精緻。</p>	
<p>3.設計發展：</p> 	
	

表 5 香蕉圖像設計應用說明

資料來源：本研究整理

(四)天后宮

1.景點介紹：天后宮	
2.特點：旗山天后宮乃為南台灣旗山鎮上的鎮寶、該廟的歷史超過 190 年	
3.設計發展： 	

表 6 天后宮圖像設計應用說明

資料來源：本研究整理

(五)旗山農會

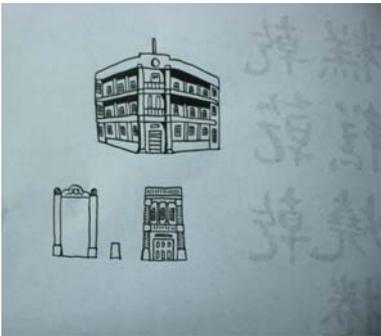
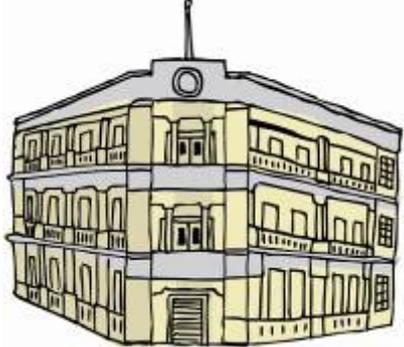
1.景點介紹：旗山農會	
2.特點：旗山區農會 位於高雄市旗山區，農會大樓於民國八十七年（1998 年）12 月 31 日公告為古蹟	
3.設計發展：  	

表 7 旗山農會圖像設計應用說明

資料來源：本研究整理

(六)常美冰店

1.景點介紹：常美冰店	
2.特點：常美冰店，位於旗山鎮文中路上一間老平房是旗山最有名的香蕉清冰專賣店，1945 年營業至今。	
3.設計發展： 	

表 8 常美冰店圖像設計應用說明
資料來源：本研究整理

(七)香蕉車

1.特色介紹：蕉農辛苦耕耘豐收的結果	
2.特點：想呈現出蕉農採收豐碩的滿滿香蕉	
3.設計發展： 	

表 9 承載香蕉車圖像設計應用說明
資料來源：本研究整理

(八)古早味美食

<p>1.特色美食：當歸鴨麵線</p>	 A photograph of a bowl of Dang Gui Duck Noodle Soup. The bowl is white with a blue patterned rim. It contains a dark, rich broth with a piece of duck meat and a large portion of thin, light-colored noodles.
<p>2.特點：古早味當歸鴨 當歸鴨麵線在旗山人的口味裡，有著一定的份量，這番滋味始終帶給他們鮮明的味覺感受</p>	
<p>3.設計發展：</p>  An illustration of the Dang Gui Duck Noodle Soup. It shows a bowl of the soup with a duck piece and noodles, a plate of sliced duck and vegetables, and a yellow duck-shaped object, possibly a duck-shaped bowl or a duck-shaped object used in the dish.	

表 10 特色美食圖像設計應用說明

資料來源：本研究整理

二、CIS 圖像視覺創作應用

(一)LOGO 設計

蕉來旗山構想是以台語"招來"的諧音為發想，希望帶給人快樂並且有著一同遊旗山的意涵，在造形部分:三角形象徵旗山，香蕉形狀代表特產，運用簡單的造型做形意上的結合呈現旗山地方的純樸。

顏色部分:黃色(香蕉)、紅色(熱情)、綠色(旗山)融合，傳達出城鎮的樸質和溫暖。

創作內容	
	
標準色	 C6 M16 Y68 K0  C55 M0 Y90 K0  K100  C50 M100 Y100 K30  C0 M90 Y90 K0

表 11 logo 設計

資料來源：本研究整理

(二)名片設計

創作內容	
	
正面	背面

表 12 名片設計創作

資料來源：本研究整理

三、特色商品包裝運用

(一)香蕉系列產品包裝完成作品

融合地景為圖像，材料以牛皮紙應用希望消費者能讓有趣的圖形所吸引

創作流程	
	
特色商品包裝運用製作過程	特色商品包裝製作過程
創作內容	
	
包裝實物展開圖與尺寸說明	
尺寸:13cmX23cmX3.5	
實品拍攝	
	

表 13 香蕉蛋糕包裝設計發展過程

資料來源：本研究整理

由於旗山以香蕉聞名，藉此包裝呈現以昔日蕉農為發想，傳達記憶中辛苦的耕作語承載的辛苦，因此以抽拉的方式想呈現蕉農收產豐盛的結果。

創作流程	
 <p data-bbox="316 752 703 788">特色商品包裝運用製作過程</p>	 <p data-bbox="922 752 1246 788">特色商品包裝製作過程</p>
創作內容	
 <p data-bbox="608 1330 986 1366">包裝實物展開圖與尺寸說明</p>	
<p data-bbox="240 1379 564 1415">尺寸:10cmX22cmX4.5cm</p>	
實品拍攝	
	

表 14 香蕉蛋捲包裝設計發展過程
資料來源：本研究整理

因市面上的香蕉乾絕大多數使用一般塑膠袋，因此重新設計包裝樣式材質為設計讓消費者提高購買的興趣

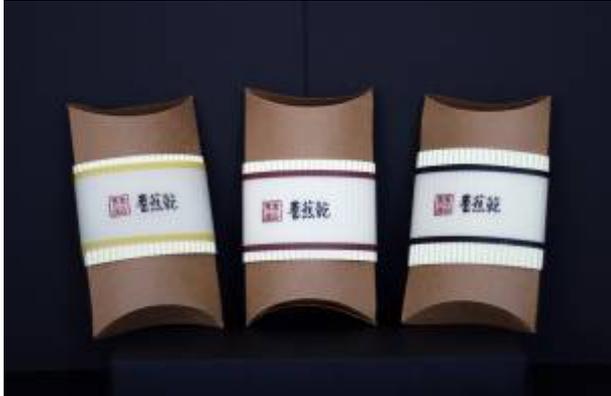
創作流程	
 <p>特色商品包裝運用製作過程</p>	 <p>特色商品包裝製作過程</p>
創作內容	
	
<p>包裝實物展開圖與尺寸說明</p>	
<p>尺寸:18cmX5cm</p>	
實品拍攝	
	

表 15 香蕉乾包裝設計製作發展過程
資料來源：本研究整理

餅乾、糖果、香蕉酥的外形以結合旗山街景為發想，想展現出旗山風華的景象並增加畫面的趣味性

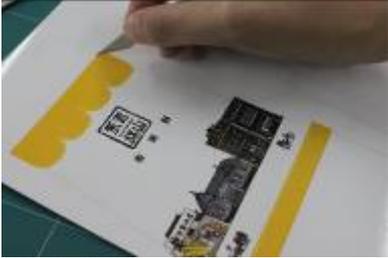
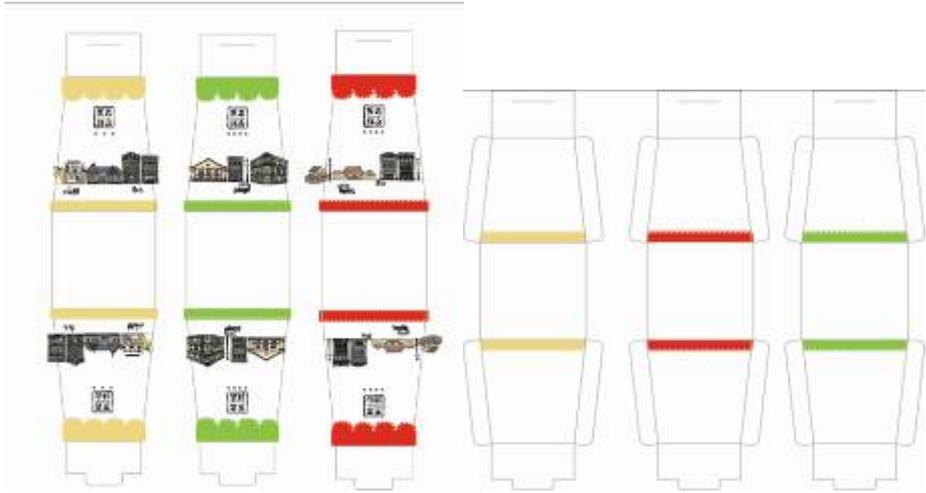
創作流程	
 <p data-bbox="347 703 671 739">特色商品包裝草圖繪製</p>	 <p data-bbox="922 703 1246 739">特色商品包裝製作過程</p>
創作內容	
 <p data-bbox="608 1330 991 1366">包裝實物展開圖與尺寸說明</p>	
<p data-bbox="240 1379 544 1415">尺寸:9cmX12.5cmX9cm</p>	
實品拍攝	
	

表 16 香蕉酥、餅乾、糖果包裝製作發展過程
資料來源：本研究整理

此系列顛覆既有市面上包裝形式，將盒蓋賦與掛式的功能增加包裝本身的附加價值，並可重複利用使消費者將包裝拆開有驚喜之餘也能透過盒蓋內的圖像讓人回味旗山風貌

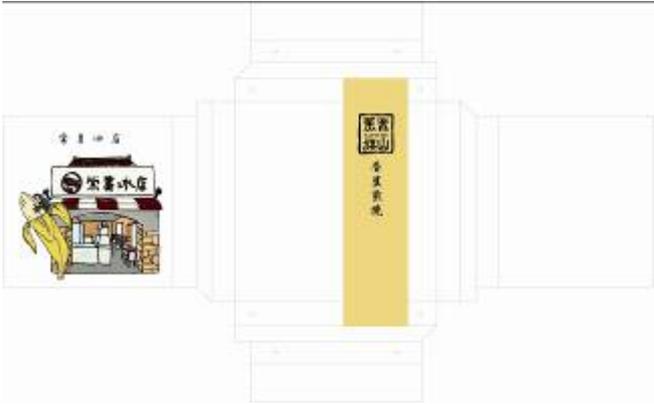
創作流程	
 <p data-bbox="316 658 703 692">特色商品包裝運用製作過程</p>	 <p data-bbox="922 658 1246 692">特色商品包裝製作過程</p>
創作內容	
 <p data-bbox="608 1184 991 1218">包裝實物展開圖與尺寸說明</p>	
<p data-bbox="240 1238 564 1272">尺寸:15cmX15cmX2.5cm</p>	
實品拍攝	
 <p data-bbox="252 1720 695 1753">盒蓋上下內蓋，拆後可當掛式使用</p>	 <p data-bbox="1007 1720 1153 1753">包裝完成品</p>

表 17 香蕉煎燒包裝設計發展過程

資料來源：本研究整理

(二)周邊商品設計創作

依照特產內容設計風格之確定其特徵及造形，確立後將草圖予以發想進行故事結構分段，另外再將主題延伸呈題素進行創作，結構敘述內容之圖文概述如下表。

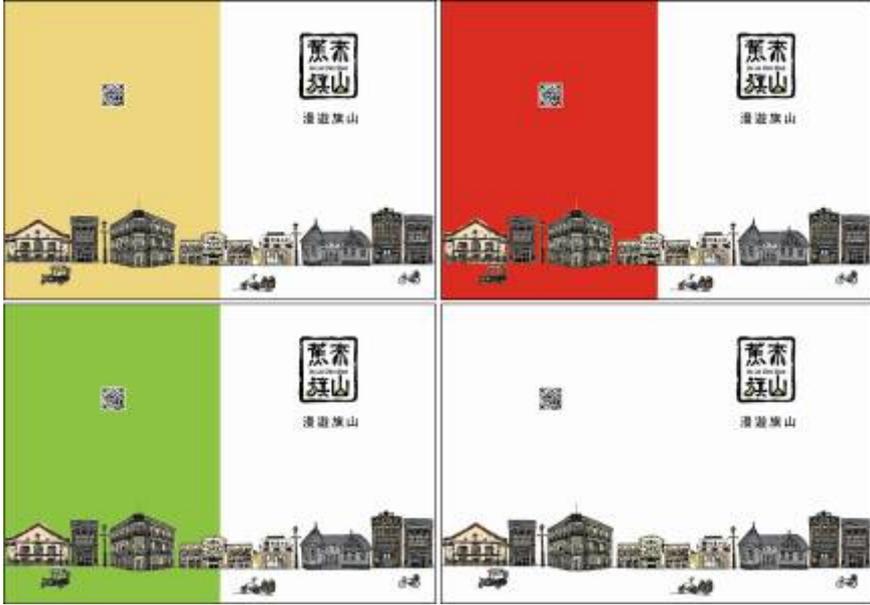
品項	創作內容
筆記本封面	<div data-bbox="451 443 1321 1048" style="display: flex; flex-wrap: wrap;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> ■ 創作理念:以旗山老街景點繪製，有趣的畫風能吸引更多人喜愛。 ■ 尺寸:10cmX14.5cm
色彩實品拍攝	
	
 <p>DM 設計</p>	 <p>正反面設計</p>

表 18 筆記本與 DM 設計

資料來源：本研究整理

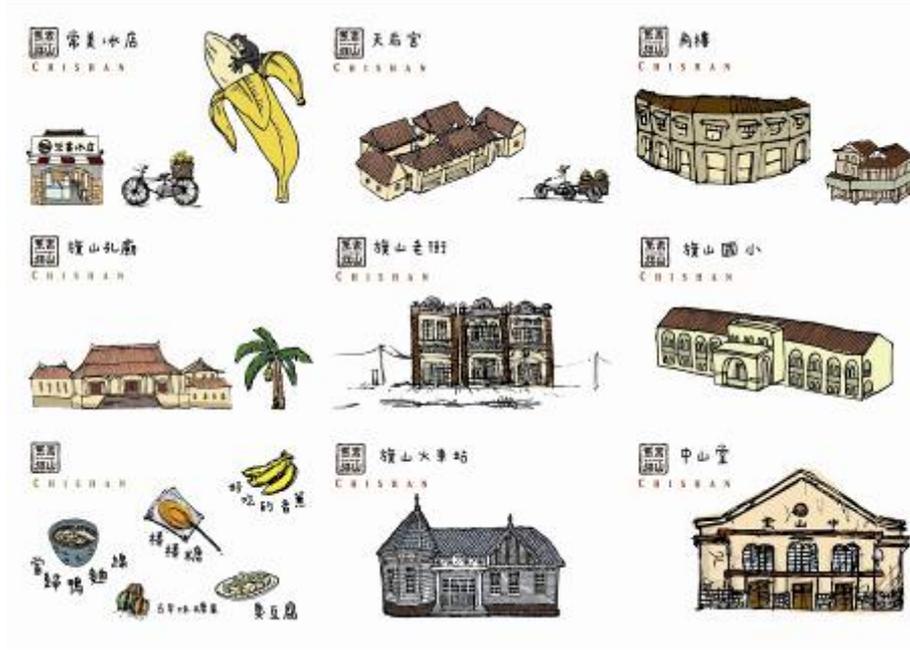
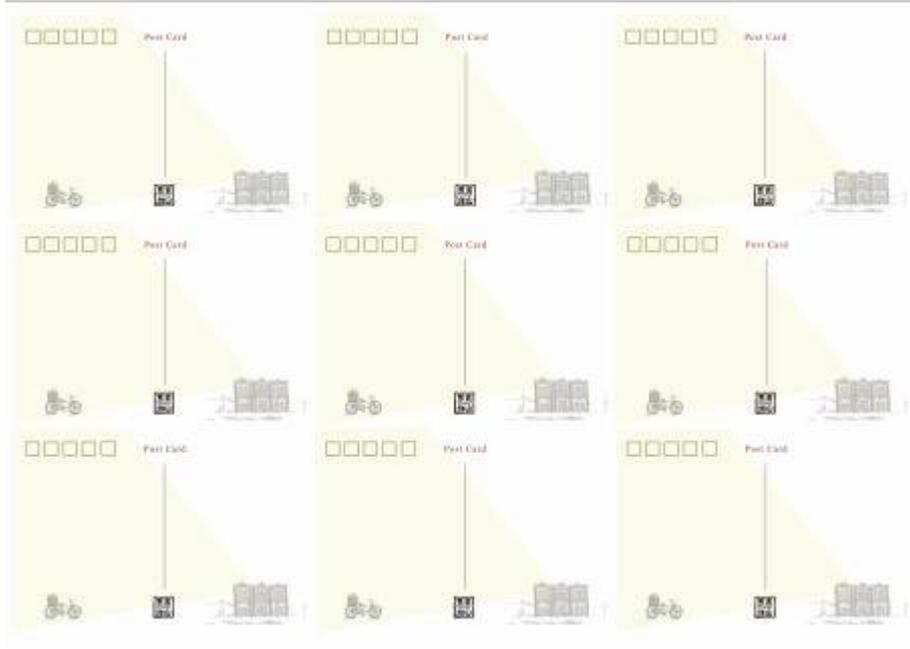
品項	創作內容
明信片設計	<p style="text-align: center;">正面</p>  <p style="text-align: center;">背面</p> 
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 創作理念:依照旗山不同景點與特色建築為主題，設計出不同搭配的組合，如此一來可以產生新穎的風貌。 ■ 尺寸:7.5cmX13cm

表 19 明信片設計

資料來源：本研究整理

肆、討論

旗山是台灣發展上較早的城鎮，本專題創作之初是希望能讓大眾對旗山以往的印象，運用「旗山景點」的結合形成豐富的圖案與色彩，不但能達到發揚地方特產，更添加了趣味的結構與思維以跟社會大眾達到共鳴讓人回憶老街的特殊風貌，進而帶動旗山地區的永續發展。

創作當中，當然也碰到如何突破現有包裝以及如何帶給消費者新穎的包裝，但透過資料的搜尋之下克服許多的困難並且完成了我們的本次創作展現旗山獨特的一面。

伍、結論

因為市面上各式大小的包裝玲瓏滿目，本次專題作品是以推廣旗山與藉由包裝體驗歷史文化與建築之美，從旗山的特色景點，將設計元素擷取出來並加以發揮特色，在保留傳統與創新之時推展旗山香蕉產業復甦，而此創作也利用不同的包裝形式強化視覺的效果，藉由創意的發揮突破現狀並且傳達我們的理念。

參考資料

中文書籍

1. 龍冬陽，1980，商業包裝設計，檸檬黃文化事業有限公司，台北市。
2. 炳南，1994，商業包裝設計，藝風堂出版社，台北。
3. 龍冬陽，1992，商業包裝設計，檸檬黃文化事業，台北。
4. 鄧成連，1992，現代商品包裝設計，新形象出版公司，台北。
5. 金子修也、陳俊宏審訂，1991，包裝設計，藝風堂，台北。
6. 廖志忠 譯 金子修也 著 (1998)。包裝設計—夜晚和地球都是包裝。台北：博遠圖書股份有限公司。
7. 賴一輝著，色彩計畫，1993，新形象出版事業，台北。
8. 陳柏洲、簡如邠，台灣的地方新節慶，2004，遠足出版社，台北。
9. 張友漁，2000，物產的故事，聯經，台北。
10. 林澄枝，1999，台閩地區地方文化特色簡介，文建會，台北。
11. 林燕翎，2006，台灣小吃遊，三采文化，台北。
12. 陳其南著，2005，台灣鄉鎮之美，行政院文化建設委員會，台北。