

# 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



懷舊包裝設計創意行銷探討

老師姓名： 江秀英 老師

科 別： 廣告設計 科

中 華 民 國 104 年 1 月

## 中文摘要

隨著科技的進步，時代的變遷，快節奏的生活步調，同時也加快累積過去的經驗，懷舊的起源伴隨著社會的發展，歷史的足跡，呈現出當代不同的價值，而懷舊是一種情緒，復古是一種重現，老東西則是一種文化的延續。

本次創作將透過零食商品的包裝其禮盒的內容物以餅乾和糖果為主，探究懷舊設計與行銷之間的關聯性；其分析結果發現懷舊所使用的元素，正是我們日常生活中曾經隨處可見，包括名勝古蹟、在地化的特色建築、傳統印花布、兒時的記憶、書法及手寫字體，以及現在極受重視的台客流行文化，這些文化透過設計者重新編碼，而產生懷舊情感共鳴，因此懷舊設計行銷與符號消費有一定的關聯性，其所營造出懷舊情緒的文化背景，正是台灣透過分析懷舊定義，及懷舊包裝的分析，發現懷舊正是一門文化的好生意，透過設計者的編碼，將原有的視覺意象轉換，與業者共同創造懷舊所帶來的生機與商機。

# 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
五、研究流程.....	02
貳、理論理論探討.....	03
一、零食的定義.....	03
二、包裝設計要素構成.....	03
三、包裝設計的定義.....	03
四、包裝視覺設計表現內容.....	04
五、包裝與材料.....	04
六、包裝象徵性.....	04
七、包裝銷售性.....	05
八、零食包裝系列設計元素.....	05
九、研究(製作)計畫書.....	07
參、研究創作結果.....	08
一、飛機餅包裝設計發想.....	08
二、柑仔糖包裝設計.....	10
三、抽抽樂商品包裝運用.....	11
肆、討論.....	15
伍、結論與建議.....	15
參考文獻	

## 表目錄

表 1 零食包裝取樣.....	05
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....	07
表 3 飛機餅展開圖設計.....	08
表 4 糖果插圖設計創作.....	10
表 5 綠豆糕包裝實物展開圖.....	11
表 6 蜜蕃薯包裝實物展開圖.....	12
表 7 塩酸甜包裝實物展開圖.....	13
表 8 豬耳朵包裝實物展開圖.....	14

# 壹、前言

## 一、研究動機

隨著科技的進步，時代的變遷，快節奏的生活步調，同時也加快累積過去的經驗，我們並非生活在理性的世界裡，是活在夢想中，這樣的社會現象，不單是快速生活的步調所引起，政府在 2002 年將文化創意產業列為國家重點發展計畫，產官學界對文化創意產業的重視程度日意提升，將台灣多元的自然與人文環境，及豐富的地方特色，做為文創產業發展的基礎，故本創作藉由零食更是兒時所不能欠缺的快樂回憶，藉由包裝的重新詮釋懷舊，感受到過去時光的美好，以引起消費者的懷舊情緒進而引發購買行為。

## 二、研究目的

懷舊的情感，可以透過行銷來引發消費者對記憶的反應，因懷舊是一種內心底層的記憶氛圍，在緬懷過去與抽離現實之間發酵，是一種渴望追求過去的心理現象，而具體的懷舊元素能瞬間將消費者的記憶拉回過去的時光，產生一股懷舊情愫，因此，本研究將針對市面上零食包裝設計來探討行銷之間的關聯性。

茲將本研究主要之研究目的，詳述如下：

- (一) 透過懷舊類型及元素彙整，分析零食包裝所使用的視覺設應用。
- (二) 探討懷舊的起源，及其設計的應用。

## 三、研究範圍與限制

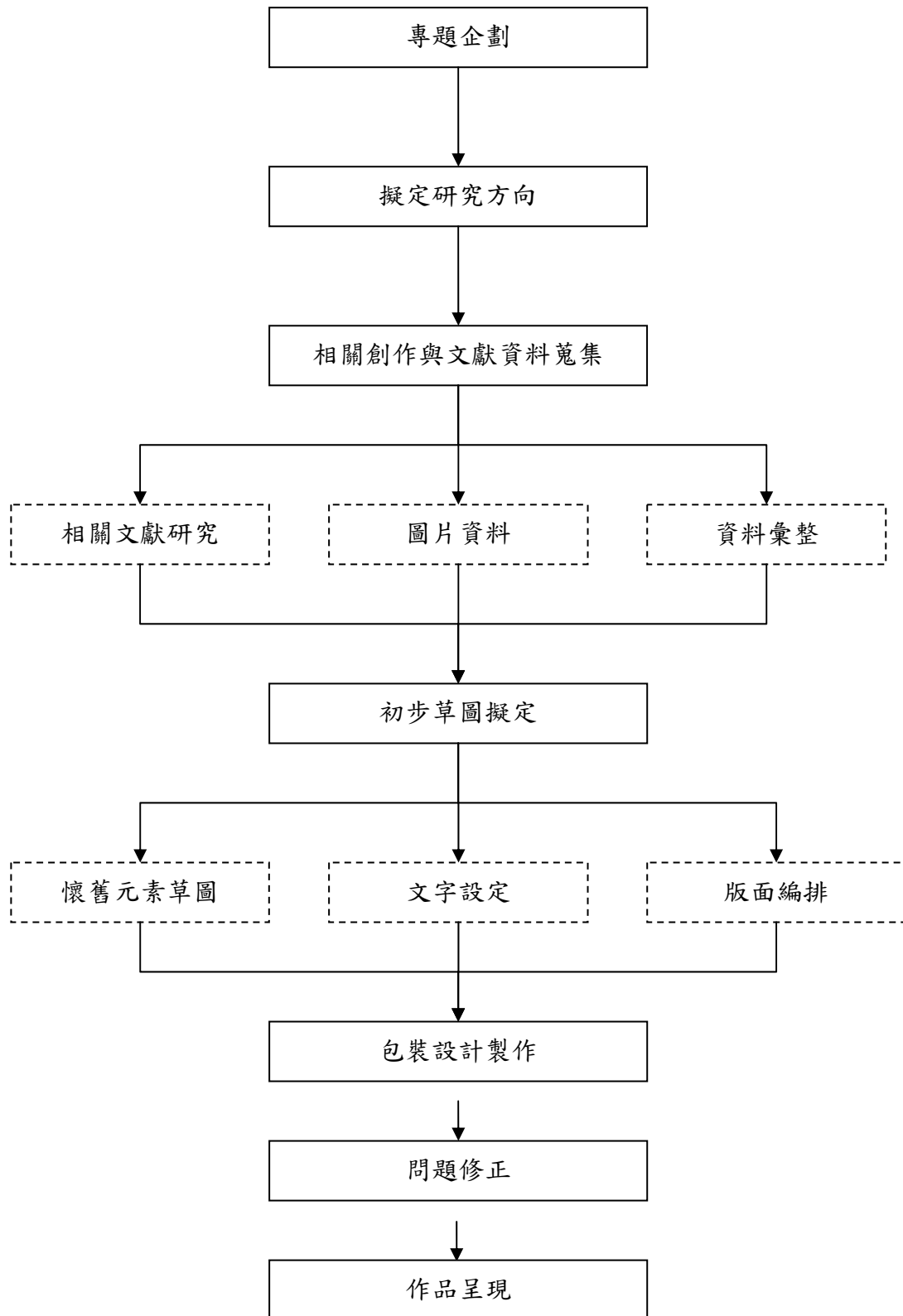
本研究從文獻探討來瞭解目前懷舊議題的現況，並整理出懷舊設計的零食包裝，分析懷舊設計所運用的文化特色；因此在設計外包裝時考量設計的視覺元素，是希望引起消費者對過去的人、事、物產生共鳴。

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

本研究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) 透過懷舊的源起及懷舊設計的關聯性，彙整出懷舊的流程及理論基礎，將蒐集的包裝視覺分析後重新導出商品的分類。
- (二) 探討市面上所販售的零食商品，其包裝的視覺符號在進行包裝上的視覺設計應用。



## 貳、理論探討

### 一、零食定義

李淑靜(2003)認為零食是指以密封包裝好的零散銷售包裝、保存期長久、不用再熟煮的非正餐小食。即是在正常三餐之外食的食品謂之零食，如一段市售的餅乾、糖果類、糖果、巧克力、飲料.....等休息食品，大部分是屬於高熱量的食品。

張力元(2000)認為零食通常是根據產品製造與配送的方法去分成五大類:魚肉乾類、乾燥堅果類、糖果類、餅乾類及脆片零食類，而這五種零食佔了台灣絕大多數的零售市場佔有率，可說是台灣目前零食市場上的最大宗。另外，陳芷萱(2003)提及，「商品」在現代社會中，是屬於一種民生必需品；「商業包裝設計」在商品的行銷規劃中，扮演著不可或缺的角色。商品透過設計定位，因應不同的社會文化及生活習慣而規劃不同的行銷區隔；而其「行銷區隔」主要是為了幫助產品定位，同時提供社會大眾更便利的選擇及滿足不同消費群眾對於產品的知覺。

由上述的整理，本研究將以視覺的感官，引發懷舊情緒來探討市面上販售的零食包裝，故針對包裝表面的圖文設計為探討重點。

### 二、包裝設計要素構成

外形要素就是商品包裝示面的外形，包括展示面的大小、尺寸和形狀。日常生活中我們所見到的形態有 3 種，即自然形態，人造形態和偶發形態。但我們在研究產品的形態構成時，必須找到種適用於任何性質的形態，即把共同的規律性的東西抽出來，稱之為抽象形態。

### 三、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）。

#### 四、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)。

#### 五、包裝與材料

包裝設計視覺要素主要傳達的功能為：「實物提示」、「原料提示」、「成品提示」、「產品聯想」、「品牌形象」等五大功能。包含形態、線條、文字、插圖以及色彩等因素之形成和配置，具有促銷作用。裝飾美化是包裝不可忽略的，視覺設計重點應富有吸引力與辨識的功能，吸引消費者的目光及帶給消費者無限的聯想，倘若失去這些傳達的功能要素，此包裝則會失去了光彩，換句話說，光憑外觀的造形和質感仍是無法傳遞閱讀者與物品之間的關係，必需再考慮其它要素，如：包裝上的圖、文、色彩等平面設計因素，並透過傳達功能傳遞給消費者，讓消費者對於商品包裝產生感性的判斷，才是完整包裝設計要素意涵。綜言之，包裝設計於視覺部份包含三個層面，即圖形、文字、色彩等三大要素搭配應用(龍冬陽，1992)。

#### 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、零食包裝系列設計元素

商品包裝上的視覺設計，主要是應用包裝外表視覺要素的形成其配置，引發消費者的注意力並產生興趣，本研究針對懷舊零食的樣本對象進行蒐集，以餅乾類、糖果類為主，將舊產品重新包裝，結合懷舊元素及趣味性進行設計。

1. 飛機餅	2. 古早味抽抽樂	3. 懷舊小糖果
		
		



表 1. 零食包裝取樣  
資料來源:(本創作設計整理)

## 九、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

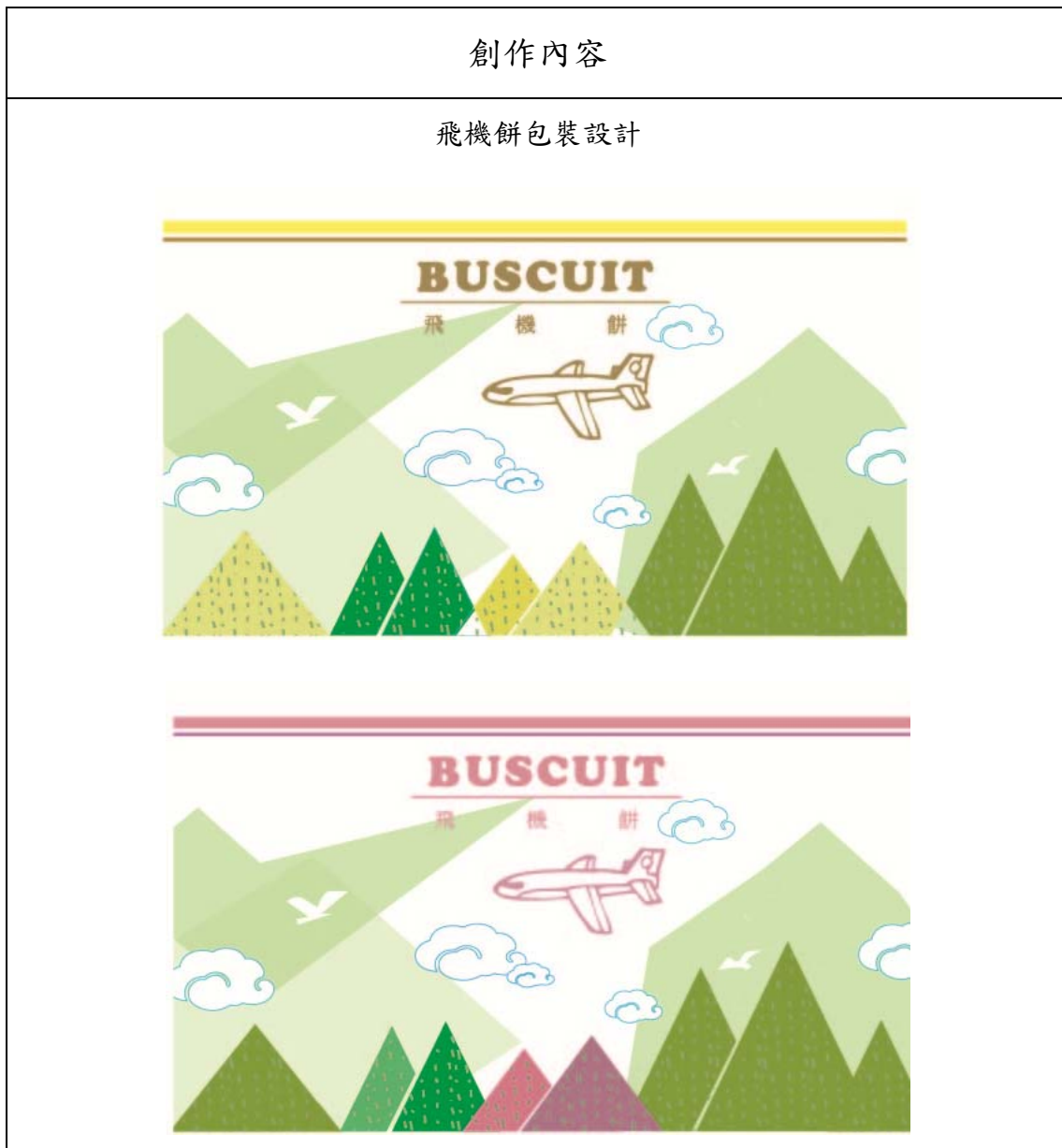
科別姓名	廣告設計科江秀英老師
製作主題	懷舊包裝設計創意行銷探討
研究方法	<input type="checkbox"/> 問卷法 <input type="checkbox"/> 訪問法 <input checked="" type="checkbox"/> 觀察法 <input checked="" type="checkbox"/> 文獻蒐集 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
研究大綱	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 包裝設計的結構</li> <li>2. 懷舊特色與包裝</li> <li>3. 展開圖的製作與運用</li> <li>4. 包裝材質的選定與運用</li> <li>5. 包裝結構的設計</li> <li>6. 插圖的技法</li> <li>7. 圖像元素的使用</li> <li>8. 製作與鑑賞</li> </ol>
預期效果	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商品能具有銷售性與實用性</li> <li>2. 包裝設計與文化的關係</li> <li>3. 插圖的設計計法</li> <li>4. 商品能具有實用的功能</li> </ol>
其他	

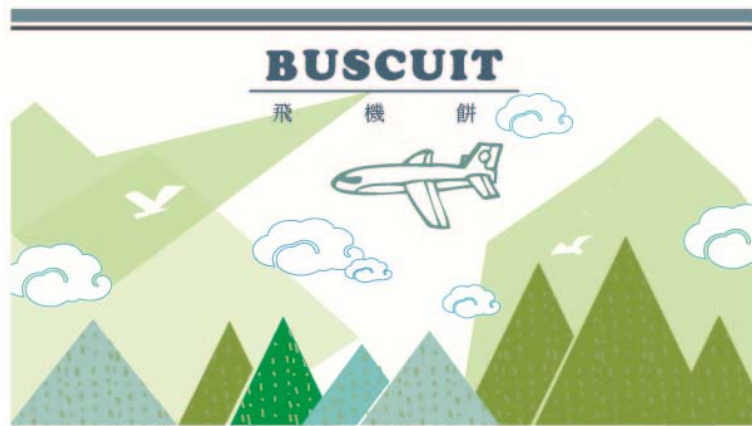
表 2 高英高級工商職業學校教師行動研究(專題製作)計畫書  
資料來源:(本創作設計整理)

## 參、研究創作結果

藉由本專題將懷舊零食相關題材選其樣式以趣味性風格形式結兒時記憶元素的设计，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，並以餅乾類及糖果作為主題發展出系列性包裝商品。

### 一、飛機餅包裝設計發想





設計  
理念

台灣製古早味飛機餅是大人回憶亦是小孩的最愛，設計三款有趣的造型，在顏色的部分使用淺色系為主色調，插圖部分則是採用較活潑的飛機造型及背景，希望將此包裝改變以往的大包裝袋，多了一些活潑且可愛的元素為主要設計。

成品拍攝



正面



背面

表 3. 飛機餅展開圖設計  
資料來源:(本創作設計整理)

## 二、柑仔糖包裝設計

品項	創作內容
柑仔糖包裝設計	<div data-bbox="671 387 1114 824" data-label="Image"> <p>The logo consists of three stylized citrus fruits: a green one on the left, an orange one in the middle, and a pink one on top. Below them, the word 'Candy' is written in a red, lowercase, sans-serif font. To the right of the fruits, the Chinese characters '柑仔糖' are written vertically in a red, serif font. At the bottom, a red horizontal bar contains the white text '手。選。原。味'.</p> </div> <p data-bbox="363 869 1278 904">創作理念:糖果的外型設計以插圖為主;白色為底色呈現清新感。</p>
實品拍攝	
<div data-bbox="405 976 1254 1532" data-label="Image"> <p>A photograph of a brown paper bag with a flap top, tied with a piece of natural twine. The bag features the '柑仔糖 Candy' logo on its front. The background is a dark, solid color.</p> </div>	

表 4. 糖果插圖設計創作  
資料來源:(本創作設計整理)

### 三、抽抽樂商品包裝運用

透過不同屬性的零食包裝作為主要視覺設計，其訴求在於傳達台灣文化的記憶，並且展開懷舊零食之商品設計，其中包括兒時記憶的小點心將它設計出獨特的風格。

品項	創作內容
綠豆糕包裝	<p data-bbox="746 488 970 521">包裝實物展開圖</p>  <p data-bbox="363 1205 1353 1288">創作理念外包裝以趣味性人物為設計應用圖，在抽抽樂的過程當中多了一份新鮮的體驗。</p>
實品拍攝	
	

表 5. 綠豆糕包裝實物展開圖

資料來源:(本創作設計整理)

品項	創作內容
蜜番薯包裝	<p data-bbox="746 344 970 383">包裝實物展開圖</p>  <p data-bbox="363 969 1353 1048">創作理念外包裝以趣味性人物為設計應用圖，在抽抽樂的過程當中多了一份新鮮的體驗。</p>
實品拍攝	
	

表 6. 蜜番薯包裝實物展開圖  
資料來源:(本創作設計整理)



品項	創作內容
塩 酸 甜 包 裝 設 計	<p style="text-align: center;">包裝實物展開圖</p> 
	<p>創作理念外包裝以趣味性人物為設計應用圖，在抽抽樂的過程當中多了一份新鮮的體驗</p>
實品拍攝	
	

表 7. 塩酸甜包裝實物展開圖  
資料來源：(本創作設計整理)

品項	創作內容
豬耳朵包裝盒	<p data-bbox="778 297 1002 331">包裝實物展開圖</p> 
	<p data-bbox="363 920 1353 1003">創作理念:外包裝以餅乾造型插圖設計，以及牛皮紙的襯托，將表現古早味的感覺。</p>
實品拍攝	
<div style="text-align: center;">  <p data-bbox="767 1451 826 1485">正面</p>  <p data-bbox="767 1883 826 1917">背面</p> </div>	

表 8. 豬耳朵包裝實物展開圖  
資料來源:(本創作設計整理)

## 肆、討論

藉由本創作將懷舊相關題材選其中樣式，以活潑的方式進行創作，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「零食產品包裝」為主題發展出系列性包裝商品，重拾當年時光，並且呈現出不同價值觀，將傳統、過時，或是不為人知的文化、習俗，重新包裝塑造，創造地方的附加價值，且具有行銷能力的媒介。

## 伍、結論

零食是每一個人的兒時記憶，是很多人心目中最美好的時光，本次研究創作是以懷舊零食包裝設計，配合文字設計及版面編排，將設計元素擷取出來並加以發揮其特色，在保留傳統與創新之時推展產業復甦，而此創作也利用不同的包裝形式與趣味性視覺的效果，藉由創意的發揮突破現狀並且傳達我們的理念，尋找出屬於台灣文化視覺，也透過設計展開新的商機。

## 參考資料

### 中文書籍

1. 炳南，1994，商業包裝設計，藝風堂出版社，台北。
2. 龍冬陽，1992，商業包裝設計，檸檬黃文化事業，台北。
3. 龍冬陽，1980，商業包裝設計，檸檬黃文化事業有限公司，台北市。
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. 林澄枝，1999，台閩地區地方文化特色簡介，文建會，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. 李歐梵，毛尖譯，2007，上海的摩登與懷舊，江蘇教育出版社，江蘇。
10. 賴一輝著，色彩計畫，1993，新形象出版事業，台北。
11. 張友漁，2000，物產的故事，聯經，台北。
12. 網路與書，2005，記憶有一座宮殿，網路與書出版，臺灣。
13. 吳清桂，2008，台灣的設計寶庫-傳統花布圖樣 150，如何出版社有限公司，台北。
14. 李歐梵 毛尖譯，2007，上海的摩登與懷舊，江蘇教育出版社，江蘇。
15. 蕭學仁，2003，老臺灣柑仔店，上旗文化事業股份有限公司，台北。
16. 葉啟政主編，2002，從現代到本土，遠流出版事業股份有限公司，台北市。
17. 馮久玲，2002，文化是好生意，臉譜出版：城邦文化發行，台北。