

JinJin / April 23, 2014 09:39AM

[\[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

1. [1. 回覆項目](#)
2. [2. 參考範例](#)

1. 回覆項目

組長：
組員：
[hr]
1.主題：
2.企業：
3.系列形態：
4.市場趨勢：
5.品牌狀況：
6.銷售環境：
7.樣本元素：
8.概念：
9.風格元素：
10.系列規劃：

[hr]

2. 參考範例

1.主題
2.企業：Lotte 樂天
3.系列形態：
口味：巧克力、草莓、焦糖牛奶、咖啡歐蕾、綜合
包裝形式：

[img]http://ec1img.pchome.com.tw/pic/v1/data/item/201307/D/B/A/E/5/D/DBAE5D-A77981576000_51e51a00adac[/img] [img]http://ec1img.pchome.com.tw/pic/v1/data/item/201310/D/B/A/O/0/0/DBAO00-A59250409000_52551d33e5f6b[/img]

(1)盒裝(48g)
(2)盒裝家庭號-(195g)
(3)家庭號袋裝(156g)
(4)超值美味組合(巧克力+草莓+牛奶)禮盒裝

4.市場趨勢
客戶群以5~12歲兒童為主，產品已廣泛至老少皆宜。

5.品牌狀況
現有產品為XYLITO口香糖、樂天小熊餅乾及Pepero。

6.銷售環境
販售管道為連鎖便利商店、大賣場、食品零售商及連鎖美妝店。

7.樣本元素

餅乾、多達465種小熊圖案、樹、吉祥物March和華爾滋、Lotte商標、日文標題和條碼。

8.概念

現在提倡環保概念，希望包裝精簡之餘也可以再利用。因為本產品銷售對象以小孩為設計主題，在現下社會大多數父母都忙於工作的狀況下，為了讓家長能跟孩子能產生更多互動，所以希望能將包裝能提供親子互動或教育用途作為二次利用目標。

而另外以孩童玩具，具有教育意涵的設計，讓孩童在家就能輕鬆體驗到手作樂趣和自我完成的成就感。

9.風格元素

一、投影星象圖：四季、星座。

二、紙玩：娃娃屋、火車。

10.系列規劃

< 投影星象圖 >

春：大熊座、小熊座。

夏：天鵝座、孔雀座、小馬座、海豚座。

秋：飛馬座、仙女座、鯨魚座。

冬：獵戶座、天鵝座、麒麟座。

< 紙玩 >

女孩：娃娃屋、城堡、小木屋。

男孩：火車、火箭。

Edited 3 time(s). Last edit at 05/11/2014 10:58PM by JinJin.

styling411 / April 27, 2014 04:46PM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長：1015445219 王斯亭

組員：1015445212 賴韻鈺、1015445219 王斯亭

1.主題：米菓包裝

2.企業：有田製菓

[IMG]http://i.imgur.com/DA8ISz4.jpg[/IMG]

3.系列形態：

口味：有田海苔卷、有田海苔小粒

包裝形式：

(1)《有田製菓》海苔小粒(90g/包)

(2)《有田製菓》海苔小卷(80g/包)

(3)《有田製菓》海苔卷(70g/包)

4.市場趨勢

主要客戶群為主婦及老人，產品合宜各個年齡層。

5.品牌狀況

米菓類、餅乾類、糖果類、有機食品。

6.銷售環境

販售管道為連鎖便利商店、大賣場、食品零售商。

7.樣本元素

有田製菓的商標、日文標題、日文小標題、有田製菓紅色印章圖示、新鮮密封標章、標榜的文字、有效期限。

8.概念

目前有田製菓商品包裝外型為樸素日式風格，包裝都是以大容量設計，主要客群多為主婦及老人，為了吸引更多年輕族群購買，所以想將有田製菓海苔米菓類等產品，發展出小容量的包裝。此外，將設計出結合日本文化節慶的可愛包裝，藉此更能增加年輕族群購買的意願。

9.風格元素

一、日本日常：郊遊、花、西瓜、風鈴、陽光、貓咪、暖桌、橘子

二、日本節慶：雛人形、鯉魚旗、妖怪

10.系列規劃

《日本日常》

春天出遊賞賞花

夏天在日式走廊上吃西瓜

秋天與貓相伴睡午覺

冬天在暖桌看電視剥橘子

《日本節慶》

女兒節

男孩節

撒豆節

Edited 4 time(s). Last edit at 04/27/2014 04:49PM by styling411.

1015445218 / April 29, 2014 12:11AM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組員：1015445218、1015445227、1015445252、1015445254

1.主題：乾燥花

2.企業：IKEA-DOETA乾燥花系列

[img]http://imgur.com/WpUvjCr.jpg[/img]

3.系列形態：

香味：玫瑰、迷迭香、百合、茉莉、紫羅蘭

4.市場趨勢：客戶族群以喜愛香味，為居家增添裝飾香氣

5.品牌狀況：乾燥花、芬香包、吊飾

6.銷售環境：販售管道為IKEA連鎖家居

7.樣本元素：無任何樣本元素

8.概念：

目前的包裝是以簡單的塑膠包裝呈現，沒有任何裝飾性的材料或形式，所以我們想為他們發展一套新的包裝系列，以獨特的風格來為他們做新的包裝設計，例如：單一包裝、多樣式組合包裝...等，以滿足消費者的慾望。

9.風格元素：

鄉村風格為主，不會有誇張炫耀財富的表現，圖騰表系多來自於小碎花、花朵等，色彩方面以淡雅色系為主，主要是要給人感到舒適與自在。

10.系列規劃：

紅：玫瑰

綠：迷迭香

白：百合

藍：紫羅蘭

黃：茉莉

單一包裝 & 組合包裝

1015445257 / April 29, 2014 04:41PM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長:王思博

組員:管胤筑 周怡伶

1.主題 M&M's巧克力

2.企業：MARS

3.系列形態：

口味：巧克力牛奶 花生巧克力 薄荷巧克力 迷你巧克力 三角迷你巧克力

包裝形式：

[img]http://i.imgur.com/I9hHBSJ.jpg[/img]

[img]http://i.imgur.com/ucPAc97.jpg[/img]

[img]http://i.imgur.com/V6YKuwF.jpg[/img]

[img]http://i.imgur.com/pcaPUIF.jpg[/img]

[img]http://i.imgur.com/plSAipx.jpg[/img]

(1)包裝(42g)

(2)管狀包裝(30g)

(3)三角迷你包裝(13.5g)

4.市場趨勢

客戶群以20歲以下居多，產品已廣泛至老少皆宜。

5.品牌狀況

瑪氏公司的經營項目包括點心類食品（M&M's巧克力、士力架〈Snickers〉、德芙巧克力〈Dove〉、彩虹糖〈Skittles〉，等等），主食類食品（包裝米、麵團、醬料），寵物食品 偉嘉〈Whiskas〉、寶路〈Pedigree〉和西莎〈Cesar〉），飲料（自動零售機飲料），電子產品（自動支付系統），以及信息科技等。

6.銷售環境

販售管道為連鎖便利商店、大賣場、食品零售商及連鎖美妝店。

7.樣本元素

不同口味巧克力、5種巧克力圖案、吉祥物分別代表 紅色-機智靈敏、黃色-剛毅木訥、綠色-婀娜多姿、藍色-英氣煥發、橘色-凡事緊張兮兮。

8.概念

M&M's 巧克力是在西班牙內戰的背景之下所產生的。Forrest Mars 先生是 M&M's巧克力的創辦人之一，當時他在西班牙遇到一群正在吃著巧克力球的軍人，他們吃的巧克力球外表裹著一層硬糖衣，以避免巧克力融化。因此這些軍人們所吃的巧克力啟發了Mars先生的靈感，使他在回到家鄉後，發明了M&M's巧克力。M&M's巧克力在 1941 年首度問世後，便成為第二次世界大戰中美國士兵的最愛。在第二次世界大戰期間，M&M's 巧克力是使用硬紙筒的包裝，攜帶方便，並且不會受天氣影響而融化，因此軍人常常將M&M's 巧克力當成軍旅中的便利零食。到了 1940年代末期，M&M's 巧克力已經普及到一般民眾的市場裡，並且受到大家熱烈的喜愛以及支持。它的包裝在1948年由原來的紙筒包裝改為棕色塑膠袋，並延用至今。

9.風格元素

『產品設計是影響全球行銷成功與否的關鍵因素。』因此，M&M's 巧克力利用五彩繽紛的糖衣吸引消費者，『瑪氏公司認為顏色能夠快速、明確地展現出個人特色，在網頁或電視廣告中，皆賦予每種顏色的 M&M's 一種個性。』請看，目前 M&M's 已經推出以下五種顏色，每種顏色代表著不同的個性，瑪氏公司也會配合不同的節慶推出新顏色，希望顧客能找到符合個人特色的顏色。

10.系列規劃

三角體的小包裝 體積小，攜帶方便。

圓柱體的紙筒包 不必在拆封之後立即吃完，且可重複開啟食用。

塑膠袋包裝 內容量較多，可以與他人分

『推廣活動之本質是介於廠商與消費者間之溝通橋樑，推廣策略的目的是以最有效率的方式傳遞產品訊息給消費者。』

廣告中有許多 M&M's 的虛擬角色，以詼諧的言語或行為來吸引消費者的注意。有趣的是，巧克力竟然有性別，每種不同顏色的巧克力也代表著不同的個性。M&M's 巧克力著名的虛擬明星們也發展出許多周邊商品，像：玩具、布偶、糖果罐，這些周邊商品都受到許多收藏家的喜愛。

Edited 1 time(s). Last edit at 04/29/2014 04:43PM by 1015445257.

1015445203 / April 29, 2014 08:19PM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長：陳紹安

組員：梁誠翎 何青容 汪紀岑 王子宇 郭峻銘

1.主題：BABY-G手錶 & G-SHOCK手錶

2.企業：CASIO

[IMG]http://i.imgur.com/CcK9ido.jpg[/IMG]

[IMG]http://i.imgur.com/xpPGRLk.jpg[/IMG]

[IMG]http://i.imgur.com/5aGcW8t.jpg[/IMG]

3.系列形態：BABY-G系列和G-SHOCK系列

4.市場趨勢：主要客戶族群為年輕人，走時尚流行的風格。

5.品牌狀況：Baby-G、G-SHOCK

6.銷售環境：販售管道為鐘錶行以及百貨公司

7.樣本元素：CASIO的商標、Baby-G的標題、G-SHOCK的標題、自我特色風格

8.概念：他們目前的包裝是以時尚、潮流的紙盒包裝呈現，因為覺得這個風格很好，所以我們想再把這個風格發揚的更好更繽紛。

希望能創造與吸引更多的消費者族群。

9.風格元素：走視覺衝突，強烈的繽紛感，醒目的Baby-G與G-SHOCK字樣，主要是要給年輕族群感到活潑、繽紛感。

10.系列規劃：

Baby-G以可愛、個性系列而G-SHOCK以帥氣、運動系列呈現，最後再以情侶為主角的情人節來設計。

1015445243 / April 30, 2014 12:10AM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長：黃凱敬

組員：張玉婷、單筱涵、蔡佳芸

視覺傳達設計~~~

1.主題：金莎禮盒包裝

2.企業：金莎巧克力

3.系列形態：

[u]三顆小包裝[/u]—這是專為核心消費層(18-25歲)設計的，這些年輕人重複採買頻繁，其定位在日常自我消費的層面上。

[img]http://www.justbook.com.tw:8080/pic/digi/F1-03_sml.jpg[/img]

[u]五顆紙盒裝[/u]—把三顆裝的裝潢豪華化，數量增至五顆，就使其進入價格水準較高，但市場較狹窄的層面。其定位在刻意追求美觀、矜貴包裝而不計價格、一切以品性及形象為時尚的消費層面上。在量上，它既可滿足個人，又可與人分享，還可當作小禮物給好友、親人以一份小小的溫馨。

[img]http://img.gohappy.com.tw/images/product/4/147885/147885_3.jpg[/img]

[u]八顆心型盒裝[/u]—這是包裝外型設計獨特的禮品類定位，其對象是大量的非巧克力消費者，用以作為情人節、母親節及友濟生日的禮物。

[img]http://www.savesafe.com.tw/ProdImg/1001/864/00/1001864_00_main.jpg[/img]

[u]十六顆盒裝[/u]—它是為迎合最廣闊的消費層而設計的。主婦或家庭其他成員常常購備家中作為日常糖果，或作為朋友互相探訪的小禮物，得體而不過于隆重，也可作為節日、聚會的集體禮物。

[img]<http://img3.douban.com/lpic/s9117870.jpg>[/img]

[u]二十四顆盒裝[/u]—這是將金莎華麗、矜貴的特色表達得淋漓盡致的一類，它往往成為春節或較隆重場合的最受青睞的禮物。

[img]<http://link.photo.pchome.com.tw/s11/amy6955/7/135720582365/>[/img]

4.市場趨勢：

核心消費層18—25歲消費者

5.品牌狀況：

1984年，初出茅廬的義大利金莎巧克力，面對巧克力市場領導者、國際著名品牌吉百利、M&M'S的市場割據和日趨萎縮的巧克力市場，以香港、台灣市場為切入口，周密思考、精心策劃，憑借獨特、超常規的行銷方略，一舉成為世界巧克力糖果行業中一支主流力量。公司在香港上市次年，已穩居20%市場份額，在台灣上市當年，便創下了24%市場佔有率的佳績。經過十年的悉心經營，金莎的銷量已占香港市場近30%，台灣市場近40%。在世界各地市場也名列前茅，成為國際著名品牌，其成功之舉被譽為營銷史上的經典範例

6.銷售環境：

販售管道為連鎖便利商店、大賣場、食品零售商、禮品店或花店。

7.樣本元素：

以單一顆的臻果巧克力作排列或堆疊成不同的包裝形式禮盒

8.概念：

五種不同的包裝，體現了金莎的消費者定位思想和跨越不同市場區層的能力，使一顆同質的巧克力，發揮出自零食到禮品的多種功能，吸引不同層次的廣大消費者。

金莎成功的產品策略並不是費列羅的主觀臆想，而是建築于其長期了解市場架構及導向，對消費者及消費行為研究基礎之上的。注重對市場及消費者的研究，是金莎確定產品策略、市場策略的必備步驟。正是透過這種積極尋找有效的產品形式與管道，了解把握消費者接受程度的理念與行為準則，使金莎穩操入市的勝券。

9.風格元素：

金色 時尚 高貴風格

常會搭配情人節、聖誕節相關節日推不同的包裝形式

10.系列規劃：

聖誕節、情人節、感恩節推出不同以往的造型結構包裝

或是新人的喜餅禮盒推出新式的金沙喜餅禮盒

Edited 1 time(s). Last edit at 04/30/2014 12:11AM by 1015445243.

組原:招募中.....

[IMG]<http://i.imgur.com/Gxf0qEg.jpg>[/IMG]

1.主題：GlinteTM果味梳打

2.企業：Glinte

3.系列形態：

以口味之分: (第一代)青蘋果 蜜桃 荔枝 檸檬

(第二代) 葡萄 奇異果 草莓

[IMG]<http://i.imgur.com/EvDtKei.jpg?1>[/IMG]

4.市場趨勢：客戶群以20歲以下居多，

5.品牌狀況：GlinteTMFruit Soda擁抱前衛，展現活力乃是GLINTER 的主要導向。

GLINTER 以現代年輕人為主要顧客群，其亮麗的色彩和醒目的品牌設計使它迅速成為年輕人的另一選擇。

6.銷售環境：販售管道為:百貨公司 大賣場.....

7.樣本元素：以(易開罐)為原型，以口味分出系列商品。

8.概念：

以(易開罐)為原型，再以口味分出系列商品

其亮麗的色彩和醒目的品牌設計使它迅速成為年輕人的另一選擇。

Glinte 果味梳打顛覆傳統，給你全新的口感與體驗！鮮果口味清新爽口使您的生活更加聰明和更加涼快。

9.風格元素：以簡潔 明瞭 易懂 例如 圖下

[IMG]<http://i.imgur.com/XzRopwb.jpg>[/IMG]

10.系列規劃：

健康 清爽 運動的飲料~

Edited 3 time(s). Last edit at 04/30/2014 01:47AM by blkcdesign.

1015445201 / April 30, 2014 02:49AM

Re: [\[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長：1015445201 鄭郁儒

組員：1015445206 李玳君、1015445215陳達琳、1015445232林宜蔓、1015445236邱詠涵、1015445248陳詩霖

1.主題：襪子包裝

2.企業：Happy Socks

[URL=<http://imgur.com/4bdzyJ2>][IMG]<http://i.imgur.com/4bdzyJ2.jpg>[/IMG][/URL]

3.系列形態：

女襪-棉質短襪、絲襪、長襪、裸襪

男襪-棉質短襪、裸襪

童襪-棉質短襪

4.市場趨勢

主要客戶群為青少年以及上班族男女性。

5. 品牌狀況

以襪子為主要販售商品,此外也會推出期間限定商品包括鉛筆、收納袋、杯子、筆記本。

6. 銷售環境

百貨公司專櫃、服飾店、精品店。

7. 樣本元素

商標、產品製作材料、清潔襪子注意事項、價格。

8. 概念

以紙盒作為包裝,包裝上的外觀以時下流行趨勢為設計方向,提升包裝的精緻度,讓消費者更有購買慾望。

9. 風格元素

幾何圖形、嬉皮圖案、大膽用色、反覆單一圖示。

10. 系列規劃

使襪子和外包裝有協調性,增加包裝精緻度,使消費者取出商品後,也能將外包裝加以收藏,也可加入些巧思,推出系列商品,讓紙盒與商品增添故事性與趣味性,讓消費者更有收藏一系列的價值。

1015445269 / April 30, 2014 11:30AM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組員：楊婷勻，蘇品璇，唐佳汶。

[img]http://i.imgur.com/PDBBlcA.jpg[/img]

[img]http://i.imgur.com/vUhQqVD.jpg[/img]

1.主題：曼陀珠。

2.企業：是一種在世界各地銷售的薄荷糖品牌，由歐洲糖果集團不凡帝范梅勒生產。

3.系列形態：罐裝，鋁箔條包裝。

4.市場趨勢：10歲以上的年輕族群。

5.品牌狀況：一種多口味的薄荷糖果。

6.銷售環境：一般便利商店及百貨。

7.樣本元素：Meotos，成分，標誌。

8.概念：市面上大多都是條裝，因此打算做個盒裝，結合因口味不同而產生的奇妙生物。

9.風格元素：以包裝內的糖果顏色作為盒外的視覺效果。

10.系列規劃：綜合口味所有的顏色，單一顏色包裝。

Edited 4 time(s). Last edit at 04/30/2014 11:59AM by 1015445269.

1015445256 / May 05, 2014 04:40PM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長：吳奕嫻

組員：蘇汶琇 吳奕嫻

1.主題：McVities麥維他消化餅

2.企業：McVities麥維他

[IMG]http://i.imgur.com/006kA1O.jpg[/IMG]

3.系列形態：原味 黑巧克力

4.市場趨勢：老少咸宜

5.品牌狀況：消化餅系列 原味 巧克力 牛奶巧克力 香草夾心 巧克力夾心 燕麥餅 水果酥餅 鮮果樂(熱帶水果)

6.銷售環境：販售管道為連鎖便利商店、大賣場、食品零售商

7.樣本元素：中英文標 餅乾 大麥

8.概念：由於麥維他由英國爵士Alexander Grant所研發，並為英國皇室指定茶點，希望能在包裝上帶出產品之歷史，餅把包裝改為較好拿去的筒狀紙盒裝。

9.風格元素：公爵之卡通肖像畫 大麥 英國皇室圖騰 英國之代表物

10.系列規劃：

熱帶水果:英國衛兵

原味:英國爵士

黑巧克力:威廉王子

燕麥餅:英國女王

Edited 1 time(s). Last edit at 05/05/2014 04:43PM by 1015445256.

1015445240 / May 19, 2014 07:08PM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長：張惟欣

組員：姚少涵、沈雅箴、江慧馨

1.主題:吉田芒果

2.企業：農業

3.系列形態：

(1) 禮盒裝(6~8入)

(2) 箱裝(8入以上)

[img]http://i.imgur.com/NGxjKE1.jpg[/img]

[img]http://i.imgur.com/7nD3VUr.jpg[/img]

4.市場趨勢：老少皆宜

5.品牌狀況：現有產品為芒果，周邊皆無

6.銷售環境：銷售對象是以農會居多，藉由會賣給市場、超市

7.樣本元素：芒果、吉祥物圖案、認證商標、中、英文標題和條碼。

8.概念：因吉田芒果已經歷三十幾年，希望創新設計感外盒為主，呈現不一樣的設計，以芒果幾何形狀造型，再搭配相似顏色變化來呈現芒果原貌，加入吉田標準字設計。

9.風格元素：LOGO、芒果

10.系列規劃：禮盒裝、箱裝

Edited 2 time(s). Last edit at 06/18/2014 09:26PM by 1015445240.

a1234561018 / May 20, 2014 09:02PM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長:1015445234 留玖湘

- 1.主題：UNT 指甲油
- 2.企業：UNT
- 3.系列形態：鑽石食糖霜告白系列、自己的旅行系列、星期天株式會社系列.....
- 包裝形式：
[img]http://i.imgur.com/TMakuwu.jpg[/img]
- (1)條裝(15ml)
- 4.市場趨勢:客戶群以女性為主。
- 5.品牌狀況：指甲油、化妝水、指甲貼...
- 6.銷售環境：販售管道為門市、網路商店APP。
- 7.樣本元素：多挺依顏色包裝、簡單中英文敘述
- 8.概念：簡單、黑色、時尚。
- 9.風格元素：
手指、手繪、鏤空、簡單、時尚
- 10.系列規劃：
天氣系列:晴天、陰天、雨天、夕陽、起霧
心情系列:喜、怒、哀、樂、哭

Edited 2 time(s). Last edit at 05/22/2014 12:18AM by a1234561018.

LI-WAN-YU / May 20, 2014 11:15PM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長：1015445228 李婉瑜

組員：1015445207 林家瑜 1015445208施孟樺 1015445216 陳依婷 1015445244 嚴家齊

- 1.主題：紙膠帶
- 2.企業：masking tape
- 3.系列形態：
包裝：
- 單個

- 袋裝

- 盒裝

- 4.市場趨勢：約15歲以上，女性居多
 - 5.品牌狀況：紙膠帶、包裝紙、壁紙、紙膠帶專用膠台
 - 6.銷售環境：誠品、網路、實體店面(均在日本)
 - 7.樣本元素：mt商標、系列圖案卡或貼紙
 - 8.概念：經常逛各大書店的文青和喜歡做手工卡片的朋友，一定對於近來正夯的紙膠帶一點也不陌生；將塑膠材質製成的膠帶改良成和紙膠帶，可重覆黏貼也不殘留痕跡的特性，與數不清的各式花色讓紙膠帶一推出就大受好評，現在更有專門做紙膠帶的日本大廠將紙膠帶的概念運用在居家裝飾上，使得布置家裡有了更多選擇。
 - 9.風格元素：素雅，簡單
 - 10.系列規劃：提供包裝更多壽命，嘗試將包裝可作為收納用
-

1015445220 / May 21, 2014 01:08AM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長：李芊茹

- 1.主題：森永牛奶糖 (原味)
- 2.企業：森永製菓

3.系列形態：

口味：原味牛奶糖

包裝形式：

(1)小盒裝入 58g

(2)大粒裝 149g

(3)袋裝 102g

(4)盒裝 70g

4.市場趨勢

一九一五年時的廣告標語以「菸草代用」作為訴求，顯示森永初期的主要消費客群是以成人為主。到了三〇年代後，才逐漸轉為以兒童為主要推銷族群，現在則是朝適合各個不同年齡者的方向前進。

5.品牌狀況

糖果類。

6.銷售環境

連鎖便利商店、大賣場、食品零售商。

7.樣本元素

森永牛奶糖的商標、天使標記、白色典禮絲帶外框、「滋養豐富」「風味絕佳」的對句、紅色封膜條。

8.概念

森永牛奶糖簡單、樸實的形象已經深植台灣人民的心中更深蒂固了，所以在外觀方面希望能保留原本黃色的色調，在配合上日本的一些傳統文化節日下去搭配，因而推出限量版的包裝，更能吸引更多消費者，甚至是收藏家的收藏，進而提升產品的價值。

9.風格元素

一、日本節慶：太鼓、涼扇、浴衣、傳統和服、神社、御守、繪馬、月亮、女兒節娃娃、鯉魚旗

10.系列規劃

《日本節慶》

夏日祭典

新年

十五夜(中秋節)

女兒節

男孩節

sena5555 / May 21, 2014 02:50PM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長:徐立綱/組員:羅時富

1主題:OREO巧克力

<http://imgur.com/wADl2Y1,l4qtTsk,ydfkMIE,70NktvC#0>

<http://imgur.com/wADl2Y1,l4qtTsk,ydfkMIE,70NktvC#1>

<http://imgur.com/wADl2Y1,l4qtTsk,ydfkMIE,70NktvC#2>

<http://imgur.com/wADl2Y1,l4qtTsk,ydfkMIE,70NktvC#3>

2.企業:美國卡夫食品公司

3.型態系列:香草口味.草莓口味.清甜夾心口味.牛奶口味

4.市場趨勢:主要銷售年齡層為20歲以下的青年族群

最初生產的奧利奧餅乾，主要是向英國裔人士銷售的，因為卡夫食品公司認為他們的餅乾過於「傳統」。原本奧利奧是土堆型狀的，分檸檬調合蛋白和鮮奶油兩種口味，以30美分一磅的價錢向顧客出售，並以玻璃樽盛載，讓顧客能看見奧利奧餅乾。

5.品牌狀況:紙盒裝

6.銷售環境:各大超商.超市.雜貨店

7.樣本元素:OREO巧克力每個包裝上面都一定會有一片餅乾泡浸牛奶的圖片

8.概念:有關奧利奧餅乾名字的意思有多個說法，有指「Or」在法文中有黃金的意思，因奧利奧早期的包裝是金色的；另一種說法則指源自希臘文「Oros」，解作山丘，因為原本的奧利奧是土堆形的，加上希臘文「Oreos」解作美麗

的意思。

另外亦有人指「re」指中間的鮮奶油 (cream)，而兩個「O」則表示外面兩層的巧克力餅乾。

由於餅乾的顏色為外表黑中間白，奧利奧也指代接受白人思想的黑人。

9:風格:一定會以主色藍色為底色包裝 然後隨著餅乾口味而做變化

10:無

暗月舞姬 / June 27, 2014 10:06PM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組長：田傑文

組員：田傑文

1.主題：棋類包裝

2.企業：無

3.系列形態：木頭製棋、塑膠製棋、塑膠磁鐵製棋

4.市場趨勢：6歲～還能動的高齡老人

5.品牌狀況：象棋、圍棋、西洋棋

6.銷售環境：超商、書局、賣場

7.樣本元素：無

8.概念：給人看了感覺單純、有趣，覺得單調的產生自己也能做出一個來

9.風格元素：以塗鴉式的外表，讓人覺得單純、娛樂

10.系列規劃：外邊結構都是以扁方、扁長方、高長方、.....的外型，其餘的以隨性的塗鴉來位外表做出圖畫、或是單純的標題文字，讓購買的人隨性塗鴉

Edited 1 time(s). Last edit at 06/27/2014 10:17PM by 暗月舞姬.

1115445229 / June 29, 2014 03:18AM

[Re: \[系列包裝作業01\] 基本企劃](#)

組員：1015445229

1.主題：海洋魚飼料

2.企業：海豐飼料股份有限公司

3.系列形態：供給亞洲地區為主

4.市場趨勢：養魚的人越來越多

5.品牌狀況：品質優價錢相對貴

6.銷售環境：競爭少 平穩

7.樣本元素：藍色白色穿插搭配

8.概念：適合魚類身體發展 排出的糞便更營養

9.風格元素：海洋流線感

10.系列規劃：大、中、小、隨身攜帶版飼料
