



面膜

產品包裝設計提案

1015445015姜佳好 1015445022莊惟筑
1015445025李以穎 1015445033邱沛瑜

提案大綱

品牌宗旨

商品資訊

競爭品牌分析

設計策略

設計提案

品牌宗旨

關於ETUDE HOUSE



以一流的品質、專櫃的服務、開架的價格三大優勢吸引愛美女性。
ETUDE HOUSE讓每個女孩夢想成真，所有產品融合甜美造型與時尚色彩，
從保養、彩妝、髮品、身體保養、香水香氛、指甲造型、美容配件…等，
所有的商品都可以隨心所欲的試用，在玩美的過程中還能處處找到驚喜，
讓化妝與保養真正成為一種享樂。

商品資訊

ETUDE HOUSE商品



富含27種不同天然植物及養膚成分美肌字典，
不論是乾燥、暗沉、細紋、氧化種種肌膚難題，全都輕鬆找到解答。
全系列採環保玉米澱粉和天然紙漿製成，親膚服貼且能自行分解，
讓地球與你一起同步美麗無負擔。

市場分析

ETUDE HOUSE市場

Etude Hous

- 1 / 銷售對象、主要消費族群：女性上班族、學生
- 2 / 商品概況：26款字母+特別愛心款，是本商品的重大特色，首次使用了玉米澱粉和果肉纖維製成的天然面膜紙，強調完全的環保產品！
- 3 / 販售地點：Etude House門市
- 4 / 價格及定位：每片NT50，有時配合活動買5送5(可挑選)

競爭品牌分析

對手 beauty buffet

Beauty Buffet

天天敷 · 天天美麗



beauty buffet

- 1 / 銷售對象、主要消費族群：女性上班族、學生
- 2 / 商品概況：推出全新水蜜桃燕窩/保加利亞玫瑰/大島雪櫻花/黑珍珠/葡萄多酚/地中海蠟菊6種明星面膜商品，富含天然萃取成分，萃取有機的豐富微量元素，搭配真絲布面膜，只要一天一片不怠懈，就能敷的美麗，敷的專業!!
- 3 / 販售地點：各大屈臣氏都有販售
- 4 / 價格及定位：每片NT39，5片裝NT189，10片裝NT249(同系列)

設計策略

雖然依照面膜的口味，A~Z的羅馬字母做面膜包裝，是商品的特色之一，但並沒有外殼盒的設計，整體不夠完整，想讓本產品有個完整包裝。

HEUDE HOUSE面膜 產品包裝設計元素

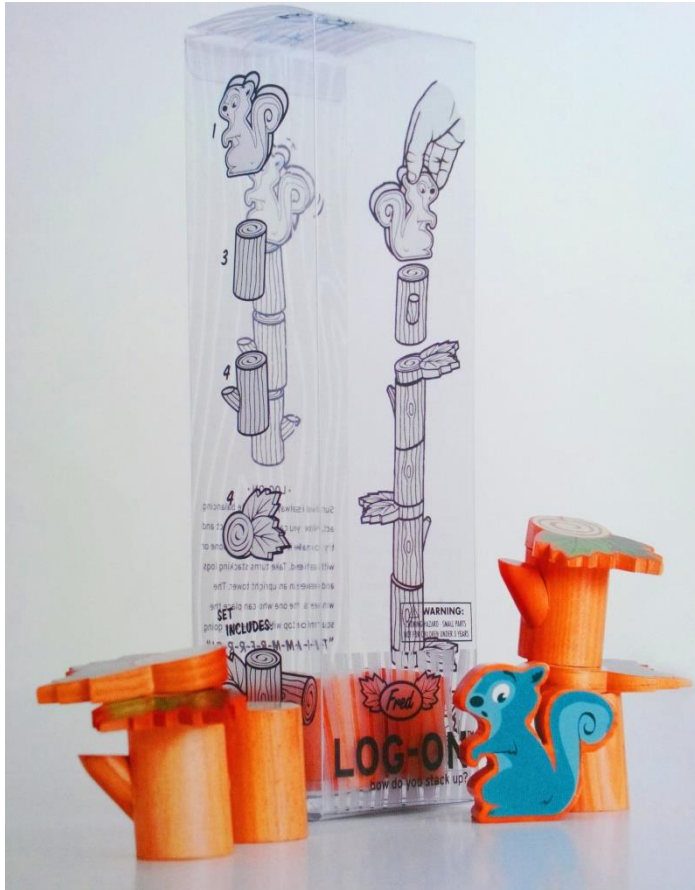
參考資料



參考資料



參考資料



設計元素結合

外包裝/面膜包裝草圖



設計理念

外觀造型改為三角形,是因為有時面膜裡會有剩下的精華液,多兩個角不好倒到手中,以方便做為實用設計。
設計理念(包裝)以一個禮拜做數量設計,分別為一個禮拜(少)的分量包裝,還有一個月(多)的分量包裝,以插花的概念來做為包裝底座的设计,可擺設在桌子的一邊。



外包裝/面膜包裝草圖



設計理念

面膜包裝主要以心情來區分，面膜的不同功效，在外包裝上的插圖將心情比喻成美白的過程，在外包裝上分成3種不同分量的包裝，因面膜可由消費者喜好拿取數量，以插畫風格，搭配鮮豔的配色呈現。

元素結合



三角形包裝外型



心情概念圖飾

外包裝/面膜包裝草圖



設計理念

元素：外包裝像是皮革的包包，有提繩方便提拿。內包裝是以女性化妝品為發想。

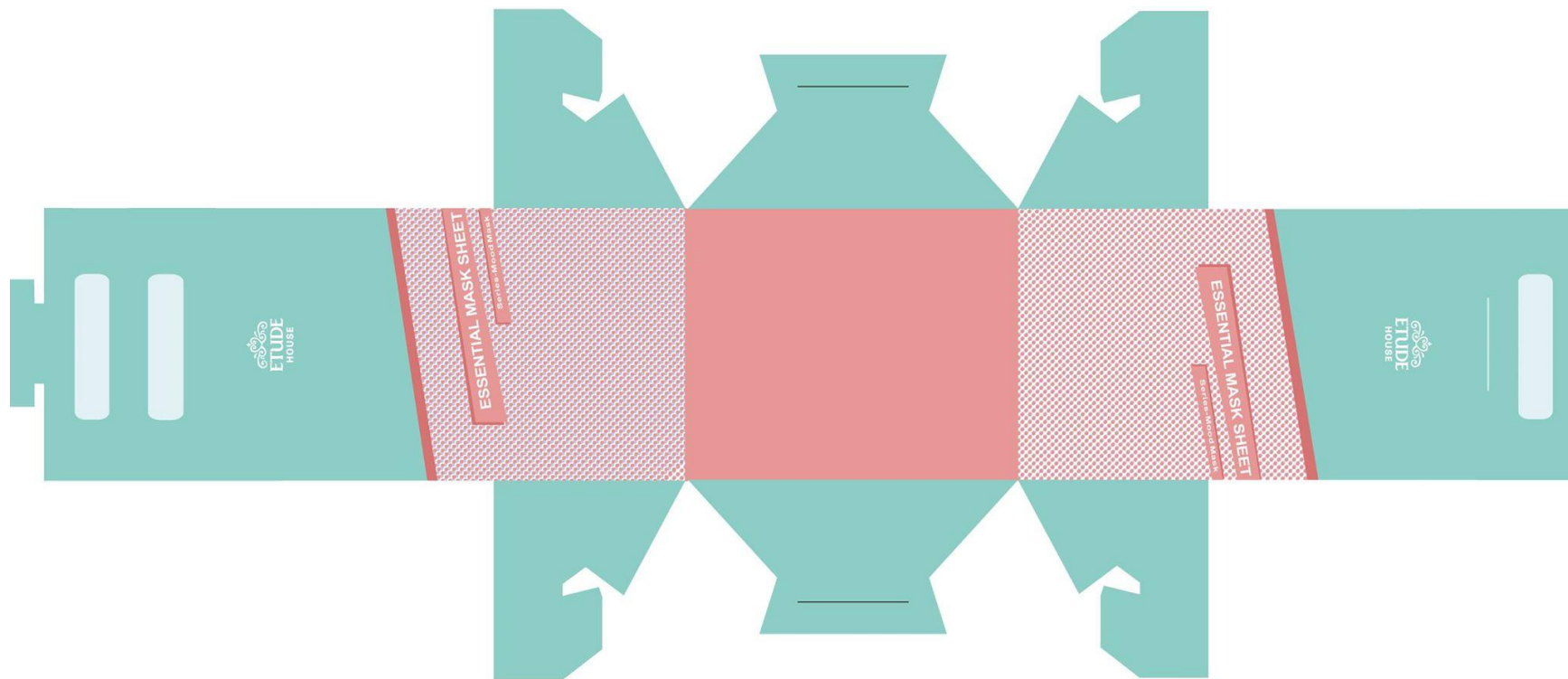
設計理念：從外包裝到面膜的內包裝我都是以女性為出發點，雖然現在男性也慢慢再保養和女生一樣愛美，但面膜主要大部分市場還是以女性為主。所以外包裝就像女性的包包一樣，也有提手可以方便提拿。內包裝則是像一般女性包包裡常見的女性化妝品來做設計，吸引愛美的女性，讓這個面膜從外到內就像是女性的化妝包一樣。

設計完稿
普通款 / 特別款

普通款面膜包装



普通款面膜外包装

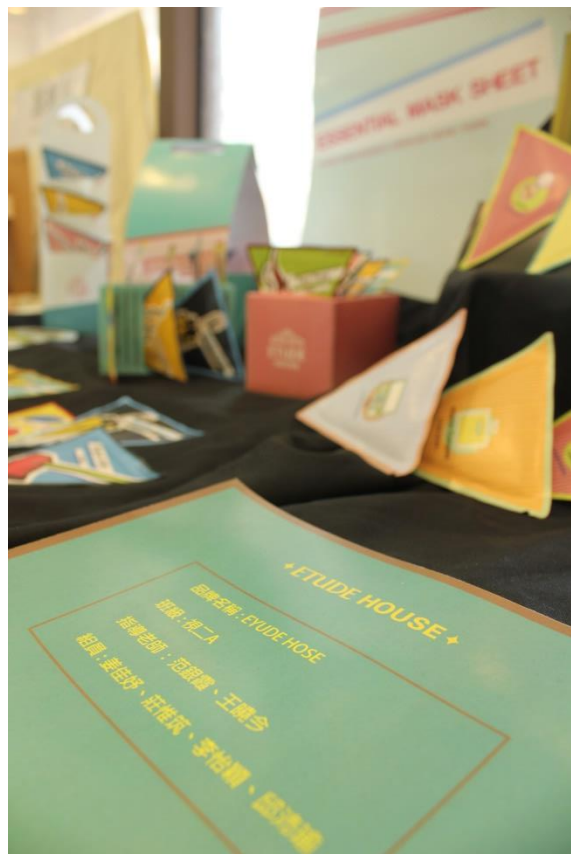


特別款

實際展出

整體展出





外包装實品



內包裝實品



小包裝實品



普通面膜包裝實品



特別款外包裝實品



特別款面膜包裝實品





完結篇