

色彩差異化之於包裝設計策略應用探討

Color Differentiation As an Application of Package Design Strategy

陳顯榮

摘 要

本研究嘗試就商品包裝之色彩差異化的視覺效果，探討同公司的系列性產品包裝色彩應用，及由不同公司生產同類產品的色彩差異化的可行性研究，尋找出色彩應用的原則，以利設計師對於新產品的包裝色彩選擇的依循方向，或因應行銷策略要求的包裝設計策略關於色彩應用的原則。以探討性研究法探討於市場上低價位、色彩變化豐富的商品為分析對象，並以常被廠商應用色彩差異化成功的十個包裝案例分析做根據。歸納得知，產品的原料顏色常被直接引用在包裝色彩上，而且在色調變化的一定範圍內，仍能表達該公司產品的色彩印象；相反地，超過此範圍就被認為是他類產品，甚致於認為是屬於其他公司的產品。

關鍵詞：色彩差異化，系列性商品，設計策略，視覺印象，產品印象

(來稿：84.6.16 通過：84.6.30)