

# 啓蒙時期的美術設計 —— 台灣光復前後至民國四〇年代末期

林品章

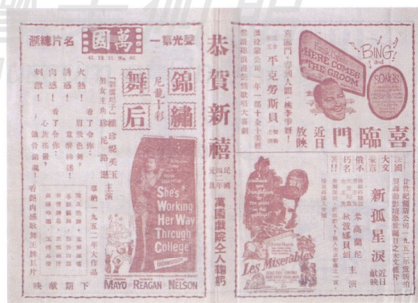
## 摘要

嚴格的說，美術設計是隨著社會工商業發達之後的產物，台灣光復前後以至民國四〇年代末期之間，由於社會尚處於普遍性農業的生活方式，且受到戰爭末期盟軍的轟炸，許多工業的設施也處於重建復甦階段，許多的民生物資必須仰賴進口，政府為了節省外匯支出，乃發展「進口替代」產業，一方面增加了人民就業的機會，而經濟也因此逐漸起色，此一時期，由於工商業的競爭少，美術設計發展的空間有限，因此，美術設計家的專業行業與地位並未形成，而「設計」的理念也並未建立，故可稱之為「啓蒙期」。

啓蒙期的美術設計相關表現，比較有特色者有電影海報、郵票設計、封面設計、插畫等等，電影海報以學徒出身者擔當，而郵票、封面、插畫等設計，則大部分為美術家們代筆之作。此外，商標與包裝上的圖案，以具象事物或裝飾圖形為主，而廣告的表現也由於當時大眾傳播理念與印刷技術的落後，往往由一人從頭包到尾加以完成，也因此而有「簽名」之作的出現，成為早期廣告設計表現的一大特色。

太平洋戰爭末期，盟軍為了切斷日軍來自台灣的補給，轟炸台灣的頻率也跟著增加，使得台灣許多重要的設施受到破壞，因此，台灣光復後，可以說是處於重建的階段，尤其初期的政治、經濟均不穩定，幸賴國際情勢的轉變，以及政府一連串的改革與財經措施，社會乃從戰後的廢墟中逐漸復甦起來。

在文化上，由於戰後政權的交替，難免產生許多適應問題亟待解決，因此，談到光復後以至民國四〇年代的文化發展概況時，可以說是一段動盪而尷尬的時



1. 單色印刷電影廣告 民國42年  
(本文附圖皆由作者提供)



2. 楊英風設計的《豐年》封面  
民國47年  
(資料來源：一甲子工作記錄展)

期，大體上是隨著戰後文化重建、二二八事件、恐共反共等三階段的發展，給予文化界大大的影響，尤其是因恐共反共所引起的思想箝制與意識形態，更延續到爾後更長遠的時間。

大體言之，光復初期以至民國四〇年代的台灣社會，人民普遍貧窮、交通落後，教育也不普及，當時街頭上看到的是來來往往的三輪車、滿街叫賣的醬菜車和「酒叫倘賣嘸」的收舊貨車，人們的生活雖然清苦，但人心純樸實在，三十八年來台，曾從事室內裝潢及廣告設計的夏一夫回憶說：「鋸木的肩子，工人也會收集好，下工時間老闆還要不要

，若老闆不要，工人就帶回去燒火。買東西時，人們也不減價，商品髒了也會擦乾淨後再給客人。路上沒有瓶子，沒有鐵釘、鐵罐子，因為這些東西都可以用來換錢。」(註1) 在休閒生活方面，人們除了年節廟會的野台戲以及流動性賣藥的耍把戲之外，幾乎毫無其他的娛樂可言，人們關心的是溫飽問題，於是政府的施政也以優先解決民生問題為主。數年之後，國內的工業生產力逐漸有所增加，人民的生活也逐年有所改善，但經濟社會的發展仍然緩慢。因此談到此一時期美術設計的發展概況時，可以說還談不上什麼「設計」的概念，而此時與「設計」相關的文獻也自然少之又少，因此，有時還得依賴前輩們的口述來瞭解當時的情況。至於談到設計的表現，也只能說是達到其裝飾與美化的目的而已，而其中除了配合政府政策實施的宣傳畫，以及由美術家代筆的書籍、雜誌、報刊上的插圖、封面外，當屬電影廣告、藥品廣告以及由民間商業自動自發的促銷動機而完成的设计為此一時期的代表了。

## 壹、電影廣告

談到電影廣告，外貿協會設計中心主任鄭源錦回憶說：「台灣在光復前後(民國三十四年至五〇年)，尤其是在光復後之十

至二十年間，大街小巷，電影廣告海報處處可見。因為在當時，娛樂場所較少，電影院為當時一個重要的娛樂場所；西洋與國台語影片之海報，隨時可見。當時，冰果室、撞球室也是中年人



3. 陳庭詩的木刻作品 民國48年  
(資料來源：《雄獅美術》76期)



4. 木刻表現的「封面」 民國47年



青少年愛去的地方；這些地方也成為電影海報張貼的地方。具有與海報功能異曲同工之效的「電影看板」，大多數以油漆繪製而成（很少或幾乎沒有紙質海報併構成者）。電影看板也是當時街頭最具吸引力之裝飾景色之一。」（註2）而據蔡進興的調查，當時畫電影廣告中最具代表性的人物是簡錫欽，簡錫欽早期即對電影看板有著極高的興趣，十三歲便隻身遠赴日本，學成回國投入實際的電影看板繪製，如今已四十幾年了，雖也有衣鉢，但偶爾在好友的力邀之下親自操筆，功力亦絲毫未減，目前在台北尚有一家公司，所傳授的弟子更是遍佈全省。（註3）

由於四〇年代的彩色印刷技術並不發達，張貼在冰果室、撞球室的電影海報，是以手工繪製在畫布上再加木框固定的原作海報。這些手繪海報，由於不能多產，因此常常隨著電影放映的地點而四處旅行張貼。據蔡進興的調查，畫這種電影海報最具代表性的人物是陳子福，目前陳子福還珍藏了一部分的作品。

在四〇年代的電影宣傳上，除了海報與看板之外，最普遍的便是宣傳車。此外，值得一提的是，各戲院為了使觀眾瞭解劇情和為下一檔電影做宣傳，還印製了一些單張單色或雙色套印並裝釘成冊的「本事」供觀眾取閱，可以說是四〇年代極具代表性的印刷設計物，而畫面上除了告知電影的訊息之外，也可發現「反

攻大陸、解救同胞」的標語，可藉以說明四〇年代社會籠罩在反共氣氛下的情形。

## 貳、插畫

戰時，由於生活困苦，畫家常有兼畫插圖與海報的事，前輩美術家如李石樵、楊三郎、顏水龍、林玉山等均有畫插畫的經驗。光復後，許多插畫的工作，也大部分由美術家代筆，如國畫家梁中銘兄弟、李奇茂及師大美術系教授何明績等人也都有畫插畫的經驗。台灣光復前後，從事插畫的美術家之中，以林玉山最具代表性。台灣光復前他所畫的插畫作品，有民國二十七年為《臺灣新民報》徐坤泉所作《靈肉之道》長篇小說所作的插畫，及刊於文藝雜誌《風月報》的徐坤泉的連載小說《新孟母》、《可愛的仇人》、吳漫沙《三鳳爭巢》等插畫。特別是民國三〇年前後，在戰時體制下，外邦書籍不能進口，日本書籍亦實施配給而少有輸入的期間，反而流行由本島各書局取材民間故事或中國故事的大眾書刊，這時，林玉山即為台中楊逸所譯的《三國志》、《西遊記》及李獻璋編輯的《禮儀作法》等書畫過插畫。

民國三十二年，林玉山任職於「嘉義醬油統制會社」總務課，白天上班，晚上又得埋頭作插圖。

民國三十三年十二月，因空襲疏散到鄉下畫友林東令處，又

在轟炸聲中畫了《三國志》連環畫二冊。民國三十四年台灣光復後，「醬油統制會社」解散。林玉山轉任政府機關擔任宣傳工作，製作標語壁報。一直到光復後的民國四〇年代，林玉山還曾為游彌堅所發行的《東方少年》月刊作過插圖，但那時恐怕已不是為了生活，而是為了一時的興趣了。（註4）

著名的景觀雕塑藝術家楊英風，早期也畫過許多的插畫。自民國四〇年起，楊英風應前輩美術家藍蔭鼎之邀，至農復會擔任《豐年》雜誌的美術編輯，總共在職十一年。其間，楊英風除了從事封面設計、版面編輯之外，也創作了許多的插圖，其中，如「竹樛七與矮咕八」、「科學漫畫——磁力破案」…等等漫畫在《豐年》的版面上占有重要的份量。此外楊英風也曾為早期的雜誌《東方》設計封面，為早期的美術設計留下了珍貴的記錄。

而更值得一提的是，楊英風是民國五十一年成立的中華民國美術設計協會的創始人之一，而民國五十六年的設計家十一月大展盛況，也是以他為首之40人設計家的聯展。

以版畫著名的藝術家陳庭詩，早年也畫過許多的插畫，抗戰時期，由於鉛印供應不繼，於是用木板刻字及插圖來代替。陳庭詩在這種工作環境下逐漸領悟出刻裂及運轉的趣味，對於他爾後的藝術創作有很深的影響。民國二十七年，他在福建的《漫畫月

刊》發表了生平第一幅木刻作品，隨後曾擔任《大眾畫刊》及中華正氣出版《新藝術》之編輯，並加入「中華木刻協會」。民國三十六年受邀來台展出，以後便留在省立圖書館工作，此時，他仍然保持木刻的創作。民國四十七年以後，現代藝術在台開始萌芽，陳庭詩加入了「東方畫會」，隨後專心藝術創作，與插畫漸行漸遠。（註5）

雖然四〇年代還談不上有專業的插畫家與插畫環境，不過四〇年代前後陸續成立或創刊的報刊雜誌，也提供了插畫表現的創作舞台。由於反共抗俄的宣傳與思想瀰漫藝文界，因此，這個時期的插畫大致承襲了抗戰時期的表現，變化不大，只是主題由戰時的仇日、抗日，轉換成反共、抗俄，且由於時勢與政局的不穩，宣導、統戰、政治宣傳性的題材占了大部分。除此之外，插畫的功能或其表現形式，主要是美化版面、襯托文字，或是只提供讀者視覺的藝術欣賞。因此，直接挪用外國書籍上的插畫者時而有之。大體言之，這時期的插畫，為版面補白的性質占大多數，專為文章而創作者，可謂少之又少。在表現技法上，除了以簡單的線描來表現人物、景物之外，木刻作品為此一時期的特色。據王錫賢所述：「民國四〇年前

後的中央日報、陸軍精誠報、文藝創作月刊，以及王爵主編的『小說月刊』和虞君質主編的『文藝月報』，幾乎全是木刻插畫的天下。民國四十八、四十九年的『自由青年』，也一度闢有『木刻沙龍專頁』，後來又有朱嘯秋主編的『詩、散文、木刻』的出現，予人耳目一新，尤為難得。而部份出版業者更是用心良苦地排除當年紙張、印刷、編排上的困難，出版了一些附有詩詞解說的木刻畫集。因此，木刻作品除具備美化版面、襯托文章的功能外，另一方面也提供讀者純粹的視覺藝術欣賞。純供欣賞的木刻畫頁、畫集，好壞我們不予置評，但配合文章出現的木刻插畫，我們若以內容取材來看，總難脫主觀意識的描寫，與文章相襯之下，頗不協調；偶有突出者，也因一再沿用，不問內文究竟而淪為點綴。」（註6）此文可以勾勒出民國四〇年代插畫發展的面貌。

## 叁、閱兵台設計

閱兵台的設計也是老一輩設計師津津樂道的話題。曾擔任民國四十一年第一次閱兵時間閱兵台設計的夏一夫先生說，當時，有許多親友勸他不要做這個生意，因為做不好，可能會遭槍斃的

，他並回憶說：「當時他設計了白色與紅色的設計圖，由於老總統不喜歡紅色，因為有赤化的意義，因此選擇了白色的閱兵台設計，而且也經開會通過了，但是等到做好了之後，又被當時的參謀總長周至柔說像是靈堂，只好又臨時加上了紅色，事後，老總統也沒說什麼。」有了這一次的經驗，第二次閱兵台設計的工作，他就做得比較順利了。民國三十七年來台，一直堅守廣告設計工作崗位的前輩設計師彭漫，也有做過閱兵台的設計，他說當時參加閱兵台設計的工作者，都要被搜身檢查。

紅色代表赤化，是民國四〇年代恐共心理下產生的禁忌；紅色原本無罪，但被扣以「赤化」時，其後果也就變得複雜，特別與星星的造形同時出現時，更是令人百口莫辯。因此，造形創意與顏色的使用也成為藝術家們或從事美術設計工作者提心吊膽的事，四〇年代餘留下來的禁忌，即使到了五〇、六〇年代仍然存在，據美術設計師王行恭回憶，他就讀國立藝專時的老師沈鏗，就是民國五〇年代「黑白展」的成員，曾因其插畫上所表現的人物、樹木的孤寂淒涼氣氛，而受到情治人員的約談訓示。另據曾為美術設計協會理事長的張文宗回憶，民國六〇年代一幅SONY的廣告標語「毛毛細語，清晰可錄





5. 廖未林設計的「台灣省實行地方自治紀念」郵票 民國40年  
(資料來源：中國近期郵票目錄)



6. 中說設計的「台灣省三七五減租紀念」郵票 民國41年  
(資料來源：中國近期郵票目錄)



7-a



7-b

7. 溫學儒設計的「昆蟲與花卉」郵票 民國47年  
此郵票曾於民國48年獲美國《Life》雜誌推選為全世界最美麗的郵票 (資料來源：中國近期郵票目錄)

」，由於出現了「毛語錄」三字，使得製作人員被約談並受寫悔過書的懲罰。而一直到了民國七〇年代，台北市立美術館仍然發生李再鈞雕塑被檢舉形似紅星的事件，使得當事人與美術館受到不必要的困擾，這些事件的發生確實令人對反共恐共政策的影響感到不可思議。

### 肆、郵票設計

標語、海報的製作是宣導政令最常使用的方式，但是沒有永久性。作品雖小，但具有永久性，且又能流通各地的，應該是具有方寸之美的郵票了。

郵政總局自民國三十八年遷台以來，即著手積極改良郵票的發行，並逐年有若干的新郵票問世，而成為早期美術家們兼差及

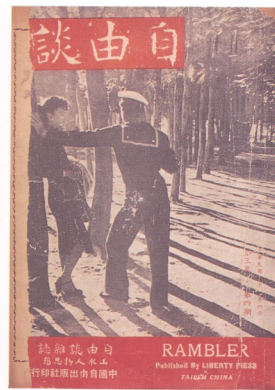
一展身手的園地。

一般美術設計的作品，其藝術價值無法與純藝術相提並論，因此其保存也就缺乏受到關心，民國四〇年代具有設計價值的作品，當屬郵票的保存最具完整性了。

由於光復後，國內印刷條件有限，因此郵票的製作也就一直

停留在單色印刷的時代，到了民國四十七年，中央印製廠新設照相分色及彩印設備，同年中華彩色印刷公司成立，國內才有彩色印刷出現，而民國四十四年、四十五年發行之兩種蔣總統玉照郵票，則是交由日本及英國所印製而成。

民國四〇年代早期的郵票雖



8. 使用照片與書法字體的《自由談》封面 民國41年



9. 使用國畫與書法字體的《幼獅》封面 民國47年

然只有單色印刷，且有一點粗糙的感覺，但如今看來，卻具有一種時代特色的美感，其中具有代表性者有「台灣實施地方自治紀念」(廖未林設計，民國四十年)、「三七五減租」(申說設計，民國四十一年)、「西螺大橋落成」(設計者不詳，民國四十一年)、「造林保林」(設計者有廖未林、王修功、席德進 民國四十四年)、「偉大母教」(廖未林設計，民國四十六年)。這些作品清一色都是政令宣導，畫面上不論是風景、人物都極為精緻，不愧是由美術家代筆之進，設計者中的廖未林、席德進、王修功都是著名的藝術家。

另外，民國四十七年三月發行的「昆蟲與花卉」郵票，是由曾經留學於法國研究藝術的溫學儒所設計，而由日本大藏省印刷局所承印。該兩套作品，選於民國四十八年獲得《美國生活》(Life)雜誌推選為全世界最美麗之郵票，此項殊榮為四〇年代美

術設計發展的記錄留下了珍貴的歷史意義。(註7)

第一位以郵票設計而一舉成名的畫家，當屬廖未林，他所設計「台灣省實施地方自治紀念郵票」，為我國之郵票開創了新的



10. 陳慶詩設計的《暢流》封面 民國42年

風格，接連數年，台灣之新郵票皆是由廖未林與他的幾位好友如席德進、林元愷等人共同設計。

談到廖未林，後期從事美術設計工作者也許會覺得很陌生，但在本研究進行文獻收集中，卻發現到他在美術設計方面的創作不僅品質高，而量也非常的驚人，把他推崇為四〇年代最具代表性的美術設計家，一點也不為過。

民國六十一年七月第17期《雄獅美術》雜誌上，席德進寫了一篇〈裝飾家、設計家、插畫家的廖未林〉，文中提到：「說到『畫家廖未林』，知道的人可能不多，因為他從不參加台北的任何畫展，也不屬於任何畫會。連他自己也不承認他是『畫家』。但在設計與裝飾方面，廖未林實實在在地跳到了台灣『設計界』的高峰，而無法不使人信服與欽佩。」(註8)廖未林在美術設計



11. 龍思良設計的《文星》封面 民國51年 使用速寫的人物與美術字體



方面的投入，一直持續到民國六〇年代初期，之後也許旅居美國的關係，其音訊漸漸的在國內藝術界消失，如今也已屬垂暮之年了吧！

畢業於杭州國立藝專的廖未林，學的是西畫，但在學前及在學中經常從事漫畫、設計等工作，抗戰期間，曾因投筆從戎而一度輟學，民國三十八年來台後，兩袖清風，靠著一雙手畫稿子糊口。後來在一個照像館找到照片著色的工作，就在這個時期，他發現了許多用色的祕訣，並應用在插圖的表現上，漸漸地他的插畫出現在報章雜誌上，《中央日報》的「兒童周刊」幾乎成了他定期創作發表的地盤，大幅的童話故事插圖，又美又抒情。繼之又獲得郵票應徵的第一名。找他畫稿子的人逐漸增多，收入也好轉，於是他便同兩位老同學合租了一棟日式房子，開了一家廣告公司。民國四十二年，廖未林和席德進在中山堂對面的合作大樓舉行一次聯合畫展，廖未林展出的是裝飾畫，民國四十四年，又與吳學讓、何明績、林元慎、席德進等十一位老同學，在台北新聞大樓舉行一次聯合展，廖未林展出了一些圖案的作品。後來他被聘至師大任教，曾上過他的課的有趙澤修、白景瑞等人，高山嵐則因慢一年入學而錯過機緣。

民國五十九年，廖未林在國立歷史博物館作了一次全盤的設計個展，民國六〇年，被選為金

爵獎裝飾美術的得主。若看過了廖未林的設計作品後，當可肯定他的成就足夠被稱為民國四〇年代最具代表性的裝飾家、設計家與插畫家了。

以上列舉的幾位四〇年代從事美術設計的工作者，除了廖未林之外，都是台灣美術史上有一席之地的人物，即使是廖未林，也是以西畫的基礎來從事設計的工作，因此，美術家兼做美術設計成為四〇年代的一項特色。所幸的是透過一些印刷物的保存，零星星的還可以找到他們的作品。

## 伍、封面設計

光復初期以至民國四〇年代期間，除了插畫、郵票之外，另一個與美術設計相關的表現園地，便是封面設計，尤其是在設計概念尚未形成的年代裡，具有特色而又有標明設計者的封面設計更顯得珍貴。

此一時期，反共抗俄文學主導著文藝創作，刊物的內容往往受到重視，因此，主編者也就由文藝作家擔任，由於此時沒有美術編輯的概念，因此，不僅缺乏版面構成的處理技術，而封面設計也受到忽視。許多官方的雜誌如《自由談》、《幼獅》、《暢流》等等，除了名稱千篇一律的採用書法字體之外，畫面也以使用現成的照片或國畫家的作品居多。雖然看不出什麼「設計」的感覺，不過各雜誌均懂得運用版

面構成的格式化，以致顯現出各雜誌的統一形象，從雜誌定位的觀點來看，是值得加以記錄的。此外，為了配合當時的印刷技術，部分封面也使用了木刻插畫作品。

民國三十九年創刊的《暢流》，一直以國畫作品配上中國古典圖樣做為其封面，封面設計者有時寫上國畫家的名字，有時則寫上選擇古典圖樣並做封面構成者的姓名，以民國四十二年二月十六日出版的第七卷第一期封面為例，國畫作者為陳定山，封面設計者則為陳庭詩，而採用之古典圖樣則為清宮木器（上端）與唐磚邊緣（下端），到了民國五十一年，正逢該刊創刊十二週年紀念，該刊以「筆譚暢流」之欄，分請當時知名藝文界人士如傅狷夫、李超哉、陳樹曦等數人提出意見，其中在封面方面，普獲大家的肯定與好評。如：「封面設計殊見醒目，嗣後似不必變更。國畫的題材與風格，乃見仁見智之事，惟封面用紙，似有提高質的需要——較厚而光者為佳。」（傅狷夫）、「封面代表一個刊物的風格，本刊一向以國畫為主，歷年來各卷均如此，已為讀者所熟悉，所愛好，似不必改變。」（陳樹曦）、「封面設計很好；惟如十八、十九、二十三卷設計，『暢流』二字都是橫排，下面全幅為國畫；似亦醒目。」（楊一峰）（註9）可見當時「設計」的概念雖然並不成熟，不過封面對於一個刊物的重要性仍然受到

認同。

民國四十六年創刊的《文星》雜誌，一直以人物的照片做為其封面，早期的雜誌名稱也使用書法體，民國五〇年代初，龍思良加入以後，雖然不改其封面使用人物的一貫風格，只是由照片改為人物速寫，而雜誌名稱也改用了各種的美術字字體，非常具有特色。

民國四十九年創刊的《作品》雜誌，名稱使用胡適先生的書法字體，封面的構成非常單純，封面設計者有廖未林、楊英風、呂無咎等人，其中廖未林設計的封面雖然單純，但其具現代感，在當時以具象技法做為各種美術設計表現為主的時期，這件封面設計作品尤其顯得特別，廖未林的封面設計作品頗豐，舉凡寫實、幾何圖案等等皆有，為一量產而又多變的美術設計家。

民國四〇年代以來，封面設計一直是美術家們兼差的工作，到了民國五〇年代以後，由於美術設計行業的興起，吸引了許多醉心於美術設計工作者的參與，隨後，以美術設計者身分從事封面設計工作者日益增多，如高山嵐、沈鑑、胡永等人，均有許多封面設計佳作。

## 陸、商標設計

在今日美術設計上占有重要意義的「商標」，是現代企業不能缺少的一項設計，但在早期台灣，由於經濟活動規模小，商品

流通的範圍不大，因此對於商標的設計，常常是由民間商號自己完成。其目的只在說明商品的歸屬，還沒有刻意去處理經營理念、視覺效果的觀念及技術，因此，設計完成啓用的時間以及原設計者也往往無從考查，而在此所介紹的商標，則是有充分的文獻根據其在民國四〇年代便已被使用，但仍無法說明其何時開始啓用。因此，有的商標甚至早於民國四〇年代便已誕生，至於商標設計受到重視，並且透過設計家專業的處理，是在民國五〇年代以後的事。

日本的社會，每一家姓都有他們的標誌，稱為「家紋」。爾後，每一商家為了保證自己的商品品質，也把家紋應用在商品上，而演變成商號的商標。日據時期，日人使用商標的習性，也影響到台灣的社會；一般的民間商店，除了招牌之外，也有把商店的名稱，如「XX號」，「XX記」直接以水泥鑲嵌在建築物上者。較常見的商標，是在姓氏上加上外圓框的造形。此外，代表行業別的標誌也在社會中流行，如當舖常用之被外圓框住的「當」字，目前還留傳下來，令人有懷舊的感覺。

以外圓框造形設計的商標在民國四〇年代非常的普遍，尤其是一些公營機構幾乎是千篇一律的採用這種造形，如台糖、台鋼、鐵路局、中油等等，時至今日仍然沿用，台糖、台鋼、中油是在商標中還寫上文字，而鐵路局

則使用圓形的「台」字加上鐵軌的造形，頗有創意，且在圖與地的配置上也恰到好處，在當時可算是非常現代感的商標。

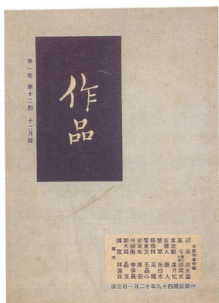
台灣光復後，企業的規模都有限，也許是同業少，使得產品競爭小，從廣告上看，藥品是當時非常熱絡的行業。從這些藥品公司的商標看來，商標的設計常常直接寫出公司的名稱，再加上一些複雜的動物、植物圖案。其中稻穗或具有象徵吉祥意義的八卦、葫蘆也被應用，由此可以想像四〇年代以農業為主的傳統社會。由於商標圖案複雜，且喜歡將很多物件組合在一起，使得商標中有文字、有圖案、有花邊等等，成為此一時期的特色。

民國四〇年代後期便已註冊登記的黑人牙膏商標，使用人物的具象造形，到了民國七〇年代才因種族歧視問題而略加修飾。民國四十二年成立的味全公司，專門製造高級調味精、醬油、醬品等各種食品，而使用「雙鳳牌」的品牌，其商標也使用雙隻鳳的具象造形圖案。到了民國五十六年，才由日本的名設計師大智浩設計的五個圓的標誌取代。不過包裝上還沿用早期的設計。

大同公司的商標，在民國四〇年代，算是比較有設計觀念的商標，其涵意說明如下：（註10）一、起源於民國七年大同公司創業者協志商號的「志」字，加以圓形的動態及三筆的安穩圖案化，表示協聚力可成城。

二、從兩千六百年前的〈大同





12. 廖未林設計的《作品》封面  
民國49年

禮運篇〉開始，重現為聯合國的理想，以中文「大同」兩字象徵愛國同胞的支持國貨民族工業。

三、表示民國四十三年起，大同電扇首創外銷，大同產品已外銷45國的實績與進取心。

四、加上輪廓使國文的聯合體（紅底白字或紅字框白底）更有集中感。

由此內容看來，似乎此商標是在民國四十三年起便已被大大的推廣。

### 柒、包裝設計

「如果你認為雕琢繁麗的花紋，或者燦爛奪目的渦形裝飾是至高無上的包裝藝術，你大可不必再往他處去尋。在台灣已逾五十年歷史的製藥工業中，色彩鮮艷的藥品包裝具備了這些特色，且更有甚之。」（註11）這是民國七十六年《Free China Review》2月號中一篇〈Packaging As Art〉裡的一段話，充分說明了台灣早期藥品包裝



13. 使用圓形構成的台糖商標(民國40年代已通行)



14. 使用圓形構成的台鋼商標(民國40年代已通行)

的風格與特色。

日據時代晚期，台灣雖然已積極在發展工業化，不過，一般還是農業為主的社會，交通不便，西醫不多，而其醫療費用也昂貴，因此一般民眾有什麼疾病時，常有坊間流傳的祖傳偏方或借助中醫、草藥的治療，而對於一些尚不致命的小毛病，諸如感冒頭痛、消化不良、牙疼等等，由於老式草藥療效不顯著，只好求助當時一些台灣成藥。當時製藥廠係採日本式的分銷系統，雇用大批的業務員，把這些小包裝的廉價成藥，鋪售寄放在一般人的



15. 使用「八卦」圖樣的註冊商標  
(民國40年代已通行)  
此包裝袋為鋪售藥品至民家的藥袋



16. 大同的商標  
(民國40年代便已通行)

家裡，隔一段時間再上門清點使用了那些藥品，並順便結帳及補上新藥。這種銷售的方式，對於交通不便的鄉間地區確實解決了不少疾患的困擾，成為當時西藥流通的主流，到了台灣光復後的四〇、五〇年代，仍然沒有太大的改變。

台灣光復前後，文盲甚多，尤其是在鄉下，能找到一位初中教育程度者，非常的不容易。因此，這些藥品的包裝設計除了大量使用裝飾花邊之外，千篇一律都是以「對症下藥」之非常清楚的人物圖像來表達藥物的用法。比如消化不良的藥便畫一個人彎著腰、手摸著肚子，頭痛的藥便畫一個人手摸著頭，牙痛的藥便畫一個人手摸著臉頰，咳嗽的藥便畫一個人前額上放一個冷水袋的模樣。此外，小孩專用的藥，則以小孩子的圖像來表現。對於這些表現方式，固然是為了告知患者該藥品的用途，但也因此為台灣早期藥品的包裝設計樹立了獨特的風格。

台灣光復對於這些藥品的包裝設計，並沒有產生立即的影響，民國四〇年代，成藥幾乎還是



17. 民國40年代以前便已通行的各種藥品包裝  
(資料來源：Free China Review, 1984年2月)



18. 民國40年代以前便已通行的「五分珠」藥品，其包裝一直沿用至今

家家必備的萬靈丹。雖然部分的成藥受到新藥的衝擊而逐漸失去了市場，不過部分的成藥一直到今天，仍然受到老年人的喜愛，而包裝設計也一直是保留著過去以來的模樣。如「五分珠」治頭痛與治牙痛的成藥包裝，目前仍非常的暢銷，且擁有固定的消費群，這些迷人的包裝圖樣，仍保有著過去五十年來獨特的風味，而「治痛丹散」也是目前仍暢銷的藥品，圖案精雕細琢，而棕色系列的色彩，也使人充滿懷舊的



19. 民國40年代以前便已通行的「治痛丹」藥品，其包裝一直沿用至今



情懷。

在這些台灣早期的藥品包裝上，除了採用花邊裝飾、具象人物圖案及藥品名稱之外，「註冊商標」似乎被刻意的強調，可說明品牌的觀念在早期台灣的商業社會中已經存在。然而，兩個不同藥廠的小孩感冒藥，卻不約而同的使用日本童話故事中的桃太郎模樣，以現在的設計觀念來看，是不應該存在的。此圖案除了可以說明日本文化對於早期台灣社會的影響外，也顯示出所謂「註冊商標」的想法並不是非常的嚴謹，前輩級的美術設計家江泰馨回憶說：「四十年前，包裝設計的折紙方式，有時候想到一個創意，公開後馬上會被人抄去使用，也設有辦法告人，告了也沒用。」（註12）而包裝圖案的設計，在四十年前的設計文化上，什麼是智慧財產權，諒也還沒有萌芽吧！

五〇年代以後，我國政府成功的土地政策與經濟計劃，逐漸的改變了台灣的製藥市場，過去大量的花邊裝飾圖案也在藝術性逐步向簡潔流暢的現代化過程中逐漸褪色，由於寶島的教育普及迅速，消費者不再需要仰賴包裝上的圖像辨識內容，使得有關病症的人物圖像描繪也減少，而日漸重要的進口西藥，也促使藥商設法將自己的產品外貌洋化，此外，早期鄉下成藥寄售的方式，也因政府致力於醫療體系的改善與隨之而來的經濟繁榮而逐漸式

微。

民國四〇年代的包裝設計，如今還可以見到者，尚有公賣局的長壽香煙（黃色）及新樂園的包裝。其中長壽香煙的包裝曾數度更換過幾種新包裝，不過舊的黃色包裝還被保留，而新樂園的包裝則一直保有原貌。據前輩設計師江泰馨所述，長壽香煙的包裝是由民國四〇年代較具規模與知名度的綠地印刷公司所設計。此外，明星花露水、維生方糖等等也是民國四〇年代便已出現的商品，其包裝也一直保有原貌，其中，維生方糖的包裝盒是由夏一夫於民國三十九年所設計，明星花露水則早在民國初年便已在上海暢銷，其標籤上的女士圖樣，便可看出當時女士們流行的妝扮，如今看來，很有懷舊的味道。而鷓鴣菜腸蟲藥也是民國四〇年代便為大家所熟知的藥品，民國七十五年曾一度改用新版包裝，不過圖案則保留原來的風貌。

### 捌、廣告設計

「台灣廣告約有三十年左右的歷史，說短不短，說長又不長，比起日本電通九十年歷史，我們卻像是一個小孩子。」（註13）這是民國七十八年十月《動腦月刊》147期中，一篇以台灣廣告為主題的文章中所寫的一段話，以此時間推算，那麼，台灣光復後至民國四〇年代末期之間，台灣還沒有廣告的歷史。

光復初期，由於政府大力推展進口替代工業，限制商品進口

，除了西藥之外，幾乎沒有其他的貨品要做廣告，而本省的商品，由於經濟發展與商品流通的格局不大，許多的廠商也都沒有做廣告的習慣，此外，由於政府對言論的管制，報紙、雜誌在狹窄的空間裡發展，而廣告也受到影響。直到民國五〇年前後，廣告代理制度建立，台灣的廣告事業才得以正軌的發展。因此，「在這之前，民國四〇年代各報的廣告業務可說是打爛仗的階段。」（註14）若以此觀點推算，台灣的廣告不過是三十餘年的歷史。

民國四〇年代，國民所得低，人民普遍貧窮，自然影響報紙的購買力，也是造成台北報紙商業廣告少的原因之一，而依廣告學教授顏伯勤的研究，台灣地區在民國四十八年以前，尚沒有廣告量的統計。（註15）在此情形之下，廣告設計的表現自然談不上創意或是設計了。前輩廣告設計師彭漫回憶說：「回想民國三十九年的時候，台灣最熱門的報紙要算是『新生報』。當時，還沒有專門做廣告代理的廣告公司，僅有一家略具規模，以做台灣『博覽會』展示工程，和菸酒公賣局POP店頭掛牌起家的『工商廣告公司』——負責設計工作為老友湯亦鵬先生，和少數家庭式畫畫『店面招牌』，以及『電影看板』的廣告社。至於在報紙上刊登廣告的業務，全部操縱在報社業務人員的手裡。當時所謂廣告設計，大多數是用鉛字排印，偶而（編按：應為「爾」）也有極少數簡單的『插圖』出現，其構圖和當時的報紙印刷技術同樣

粗劣，根本談不上設計，其廣告效果是令人懷疑。」（註16）

民國四十三年起，有兩家較具規模的綜合性廣告公司成立，一為東南廣告公司（彭漫當時為東南設計部主任），一為聯合廣告公司。主要業務為政府和工商業界廣告活動、慶典裝飾工程展覽會、店面與室內裝修、櫥窗佈置、包裝、海報、商標、模型、工藝品等設計製作。彭漫說：「當時在各廣告公司從事設計工作的人員，大部份是對美術設計工作，趨於狂熱自學而成的年輕朋友，和少數學校的美術老師。」（註17）而「廣告設計和廣告完稿，當初都是由一人包辦，在構圖與標題方面，大多自我表現。唯一文字資料來源，是由報社廣告業務員代寫的八股廣告詞，或直接出自廣告主親筆杜撰的『吹牛文章』。強調商品是畫面的特色，『童叟無欺，老少咸宜』是早期最通行的口號。因攝影在此時還未和廣告扯上關係，為了使商品在報端刊出能夠清楚明顯，在畫廣告商品時，不管以何種角度『透視』，都得將經過透視變形後的商品，包裝上顯示出來的圖案、標誌、各種中英文字體，以及商品本身的立面，廣告設計人員都要以一種修鐘錶的『忍氣工夫』，仔細地一一描繪出來。」（註18）

這裡所指的「修鐘錶的忍氣工夫」，其實便是以鴨嘴筆表現的「線畫廣告」。由於當時的印刷技術落後，如果不以這種線畫廣告來表現，在媒體上便無法清楚的顯現出來。因此，這些線畫

廣告也就成為四〇年代廣告設計的特色，如今看來，反而具有另一番風味。一直到民國五〇年代，這些線畫作品仍然在廣告表現上扮演著重要的角色。而更有趣的是，作者都會在作品上簽上自己的名字，似乎說明了作者對自己精心完成的畫稿非常的重視。在早期線畫廣告中極具代表性的人物，除了彭漫之外，尚有蕭松根、胡斐及幼鵬等人。

生於民國十三年彭漫，小時候對美術很有興趣，中學時，曾為日軍憲兵隊畫過一些宣傳畫。抗戰勝利後，到上海從事廣告設計工作，民國三十七年初來台，民國四十五年曾擔任東南廣告公司設計部主任，民國五十二年又轉任國際工商傳播公司設計部經理。他的線畫廣告代表作有司令牙膏及司麥脫襯衫，而司麥脫襯衫的包裝盒也是由他所設計。民國六〇年代，彭漫被聘至銘傳商專商業設計科任教，以資深設計師之立場對當時的設計教育提出頗多建言。

蕭松根生於民國十八年，據其自述，當他二十一、二十二歲時，曾畫了許多的報紙廣告，也有簽名，代表作有黑松汽水、雙船牌魚肝油。而更值得一提的是，民國四十七年，蕭松根的照片及作品曾被刊登於日本《idea》雜誌的第30期上，民國四十八年，他的包裝作品也被刊登於Graphic press公司出版的packaging（包裝）年鑑中，此外，民國五十九年五月適逢《idea》雜誌創刊100週年，出專集介紹世界100位設計家，蕭松

根是台灣唯一被介紹的設計家，因此，蕭松根可能是我國最早被國外雜誌介紹的設計家。民國五〇年代，蕭松根還被聘至銘傳商專及大同工學院任教，目前則經營印刷設計公司。

胡斐這個名字，是在舊報紙與雜誌的線畫廣告作品的簽名中發現的，經多方打聽下，才知道是資深設計師楊夏蕙的老師，楊夏蕙是在十三歲時，經廣告界前輩袁錦春的引薦，到胡斐家點燭拜師，此後與胡斐開始了七年多的學藝生活。

據楊夏蕙所述，胡斐為早期大陸來台的流亡學生，來台之後，一方面在國防部上班，一方面也從事廣告設計的工作，曾擔任國際工商廣告公司的顧問，目前已旅居美國，他的線畫作品很多，成為台灣早期廣告設計之珍貴的資料。幼鵬也是從舊報紙中發現的簽名，代表作有瑪琪香皂、黑松汽水等等。

民國四〇年代末期，台灣的經濟顯著的成長，商業活動逐漸熱絡，自然刺激廣告的發展。民國四十八年，東方廣告社由溫春雄創立，同年，東方廣告社加入亞洲廣告協會。這一年起，台灣的廣告代理業開始萌芽，民國四十九年，廣告界先進周文同又創立了聯藝廣告公司，我國也在這一年首次組團出席在東京舉行的第二屆亞洲廣告會議。此後，廣告代理制度逐漸的走入正軌，而廣告設計也逐漸脫離「畫匠」的層次，步入設計的領域。■（來稿日期：1996.1.24）



【註釋及參考資料】

- 註1：資料來源：人物專訪。
- 註2：鄭源錦，《台灣海報發展的歷程與展望》，台灣現代海報精選，頁12，藝風堂出版，民國81年。
- 註3：蔡進興，《台灣海報四十年之發展》學期研究報告，頁3，未出版，民國83年。
- 註4：莊伯和，《美術家專輯(三)：林玉山》，《雄獅美術》100期，頁18~20，民國68年6月。
- 註5：郭振昌，《沈默的世界·豐盛的創作——陳庭詩的畫》，《雄獅美術》76期，頁85~92，民國66年6月。
- 註6：王錫賢，《正襟危坐話插畫》，《藝術家》雜誌47期，頁26~39，民國68年4月。
- 註7：高千婷，《方寸之美》，學期研究報告，未出版，民國83年。



20.夏一夫設計的「維生方糖」包裝 民國39年



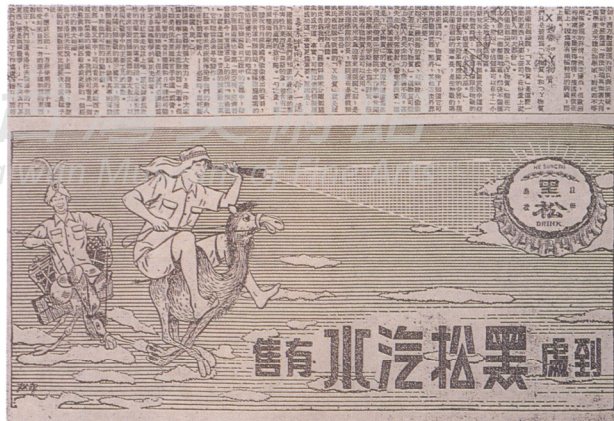
21.民國40年代便已通行的「鸚鵡菜」藥品，現在還可以買到，其包裝也一直沿用至今。

- 註8：席德進，《裝飾家、設計家、插畫家的廖未林》，《雄獅美術》17期，頁80~88，民國61年7月。(筆者曾打聽出廖未林在美國的住處，但去信後沒有收到回音)
- 註9：《筆譚暢流》，《暢流》雜誌第25卷第1期，頁1~2，民國51年2月。

- 註10：《工業設計》雜誌第4期，明志工專出版，民國57年9月。
- 註11：「Packaging As Art」，[Free China Review](#) 2月號，頁40~46，民國76年。



22.彭漫的廣告設計作品 民國40年代末期~民國50年代



23.蕭松根的廣告設計作品 民國40年代



24.黑松的商標 民國40年代



25.胡斐的廣告設計作品 民國40年代



26.幼鵬的廣告設計作品 民國40年代

- 註12：人物專訪。
- 註13：《今後台灣廣告表現》，《動腦月刊》147期，頁30，民國78年10月。
- 註14：陳國祥、祝萍，《台灣報業演進40年》，頁85，《自立晚報》出版，民國76年。
- 註15：顏伯勤，《20年來廣告量研究》，頁1，台北市廣告代理公會出版，民國71年3月。
- 註16：彭漫，《台灣廣告設計三十年》，《雄獅美術》113期，頁72~77，民國69年7月。
- 註17：同註16。

註18：同註16。

作者簡介

本文作者現任國立臺灣工業技術學院副教授