

日據時期台灣本土特產之包裝設計

姚村雄

摘要

商品的包裝除了具有保護內容物、方便使用之功能外，在視覺上並具有產品識別、訊息傳達以及促銷、美觀之效果。台灣自然環境優越，盛產各種農、牧產品，並且在日人農產加工技術之引進下，日據時期的本土特產呈現出種類眾多及包裝設計風格多樣之面貌。由於特殊的政治、社會環境變化及外來文化之刺激，使得日據時期之設計表現具有特別的形式、風格，而透過日常生活中的各種本土特產之包裝，則能明顯地反映出這種文化特色。

本文試以台灣日據時期本土特產之包裝為研究對象，以歷史研究法，利用文獻資料的整理，與對當時政治、經濟、文化等各項環境背景之探討，並透過對包裝設計之形式、風格之分析、比較與歸類，期能瞭解台灣日據時期之設計發展、設計流行與社會大眾之審美意趣，並探究外來文化對當時作為殖民地的台灣在設計上之影響，藉以建立設計之歷史資源，以作為我們今日設計之參考。並喚起社會大眾對這些歷史文化資產的重視，以肯定其在台灣設計史上之地位與價值。

壹、前言

台灣的自然環境優越，適於農作物之栽培，從明末清初閩、粵移民拓墾之際，即有各種獨具本土特色之農產品及水果的盛產。早期這些本土特產，除自行食用，以及市集的交易販賣外，對於多餘產物的儲存，大多沿襲大陸內地之傳統釀造、醃漬等方式處理，以保持原有的風味或再製成各具特色的地方產物。但最初的食品加工製造之技術、規模簡陋，通常以傳統的家庭手工方

式生產，產量不多，品質不一，且包裝形式簡單，沿襲舊有的方式，大多利用大容量的桶狀包裝，直接零售，甚少作小容量的包裝設計，且尚未具有商業包裝設計之觀念。

由於日本地狹人稠，所以1895年據台之後，日本統治者便效法當時西方帝國主義對殖民地榨取的行徑，實施「工業日本、農業台灣」的殖民政策，以發展台灣的農業為首要，利用台灣盛產的農產品，以支持日本國內的工業化與現代化之進行。(註1) 因日本對台灣所需的主要農產品

為糖與米，所以殖民政府乃在台灣大力推展蔗糖與稻米的生產，使其成為當時台灣最主要的兩大出口產。(註2) 除此之外，台灣各種具有特色之農、牧產品，亦在日本大力推展下，引進了新的生產技術，使品質改善，產量增加。所以在日據五十年期間，除了晚期為配合「工業化、皇民化、南進基地化」之治台政策，才有工業之發展外，台灣的經濟一直是以農業及農產加工業為主要大宗。

由於糖、米的大量生產，以及各種農、牧特產的產量豐盛，

所以也連帶使得台灣的食品加工業發展快速，除延續民間傳統的釀造、醃漬方式外，日本當局更有計劃的引進了新式的食品加工技術，以改良產品的品質及生產、包裝形式，並拓展市場外銷至海外各地，藉以賺取大量外匯。例如醬油的製造、罐頭食品的生產，皆是在日人的技術引進下，而改變了台灣傳統本土特產之生產與包裝，使其產品的種類與形式更加多樣化。日據時期的社會環境變化，不只促進了本土特產之生產與製造，並且因大量外來產品與文化的刺激，更使當時的商品包裝呈現風格多樣的面貌。

商品的包裝設計，除了必需具有保護內容物，便於使用、運輸之基本機能外，透過包裝更可達到產品識別、訊息傳達以及宣傳、促銷與視覺美化之效果。由於日據時期之社會環境與文化背景，使得當時的包裝設計呈現出獨特的形式和風格，並在台灣近代設計史上具有特殊的時代意義。而經由民間生活中的各種本土特產之包裝，則更能適切地反映出台灣之地域性色彩與時代的訊息，表現出此階段之設計風格。所以本文試以日據時期台灣本土特產之包裝設計作為研究的對象，以歷史研究法，利用文獻資料的整理、分析，與對當時政治、經濟、文化等各項環境背景之探討，並透過對各包裝設計之形式、風格加以分析、比較與歸類，期能瞭解台灣日據時期之設計發

展、設計流行與社會大眾的審美意趣，以及外來文化對當時設計之影響。

貳、產品種類與包裝形式

日據時期，台灣的農業發達，除了糖、米為主要農產物之外，其它農、牧產品亦產量豐富，從日據末期的統計資料中可知，當時台灣的十大重要農產品依序為：米、甘蔗、豬、蕃薯、茶、香蕉、雞、落花生、鳳梨、黃麻。(註3) 這些產品中除了作為工業用的黃麻外，其餘皆是當時民間日常生活之重要飲食產品，由於當時生鮮冷凍技術尚未運用，對於多餘農產品的保存、運輸，唯有依賴各種加工、再製的方式處理。所以市面上出現了各種具有特色的農產加工品或地方名產，並且在日人技術的引進下，各類產品的品質及包裝水準亦日漸提升。

日據之前，台灣早期移民的農產加工品大多延續傳統的製造方式，產品的種類不多，品質不一。而日據之後，由於日人有計劃的在台灣推展殖民地的農業政策，所以農產品的種類、數量增加，並且加工技術進步，所以各種具有台灣特色之農產加工品於此時逐漸增多。尤其在大量外來文化的刺激下，對於商品的包裝亦較為重視，設計的風格也趨於多樣化。

日據時期台灣的農業發達，

物產豐富，且由於氣候、環境的差異，各地方皆有不同的特殊產物。當時市面上販售的台灣地方特產，若依其製造方式與產品類型，則可區分為以下二種：

一、新鮮農產品

台灣各地皆有特殊之產物，但當時的交通運輸不便，且對於生鮮產品的保存技術欠佳，所以新鮮特產之流通不易，市面上販售的大多以當地的產物或是水果類為主，例如麻豆的文旦、新竹的椪柑等。(圖1、2) 這些產品大多利用竹簍或簡易的木箱包裝，有的包裝表面並有標貼的使用，這些標貼通常成為包裝設計之重點所在，利用標貼中之圖形、文字與色彩，以傳達其產品之產地名稱與特色。

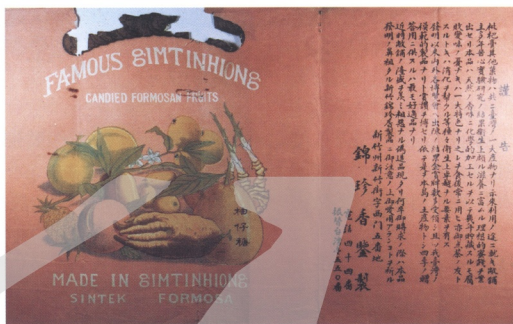
二、農產加工品

農業的發達及加工技術的進步，促使農產加工品的大量生產，當時這些產品包括了依傳統方式製造的糕餅、蜜餞，以及利用外來技術之引進與改良而生產之罐頭、肉脯、醬油、醋等。所以若依材料與加工方式分類，日據時期之農產加工品，有下列各種類型：

(一) 蜜餞類：蜜餞乃中國傳統的特產食品之一，係為一種以糖漬加工製成之茶食食物，又稱為「蜜煎」。據唐代李延壽所撰《南



1. 頭份柑之包裝 1930~40年代



3. 錦珍香之柚子糖包裝 1920~40年代



2. 新竹寶山柑之包裝 1930~40年代



4. 明石屋之話梅包裝 1920~40年代



5. 錦瑞香商店之明棧糖包裝 1895~1930年代

史》之記載：宋明帝「以蜜漬鯉鱖，一食數升」，乃知早在南北朝劉宋時代（西元420~479年）即有蜜餞食物的出現。（註4）蜜餞在我們大陸之製造，向係以華南產糖地區較盛，尤其在廣東、福建一帶最為普遍，粵人稱之為「涼果」、「蘇味」，閩人則稱「鹹酸甜」。台灣之蜜餞製造，早期係由閩、粵傳入，由於盛產蔗糖及各種水果，所以蜜餞之生產比大陸內地更加興盛，產品的種類也多樣化。尤其日據之



6. 杜裕昌商店之楊桃乾包裝 1895~1930年代



7. 錦瑞香商店之李仔糕包裝 1895~1930年代

後，農業的發達，蔗糖及各種水果盛產，促使了蜜餞製造業興盛，市面上的產品種類繁多，一般常以薑、柚子、柿子、佛手柑、木瓜、冬瓜、桃子、李子、



8. 合發之金桔餅包裝 1895~1930年代



9. 錦瑞香商店之柑餅包裝 1895~1930年代



10. 蔡合春商店之芭蕉餅包裝 1930~40年代



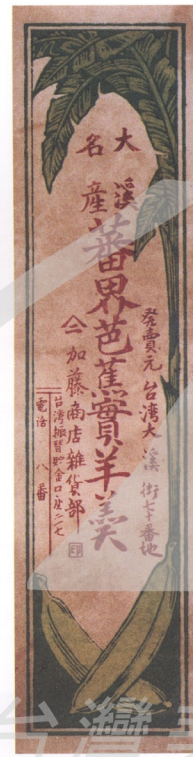
11. 明石屋之芭蕉煎餅包裝 1930~40年代



13. 金寶珍之雪片糕包裝 1895~1920年代



15. 明石屋之黃金餅包裝 1920~30年代



16. 加藤商店之羊羹包裝 1920~30年代



18. 明石屋之肉彈饅頭包裝 1920~40年代

橄欖等水果醃製而成，(註5)例如柿糕、柚子糖(圖3)、龍眼乾、冬瓜糖、話梅(圖4)、明薑糖(圖5)、楊桃乾(圖6)、鳳梨乾、樣仔乾(椪果乾)等。這些產品除作一般零食外，也作為各地之土產品出售，通常除以散裝的零售方式販賣外，有些並利用紙袋或紙張包裝，其上印製有各種水果圖案或標貼，透過這種圖形的設計與文字說明，不只傳達了商品的種類特色與相關訊息，更達到了商品美化與促銷的效果。

(二)糕餅、甜點類：在臺灣傳統民間生活中，以各種農產品及水果製造之糕餅、甜點，常是日常零食、茶點或逢年過節送禮必備之物。日據時期除了中國傳統的糕餅產品外，市面上亦增加了經由日本傳入之西洋餅乾、糖果或和式甜點，一般常見的有鹹梅



12. 吳長廷之酥糖包裝 1895~1920年代



14. 茂香商店之珍菓包裝 1895~1920年代

餅、李仔糕(圖7)、金桔餅(圖8)、柑餅(圖9)、芭蕉餡(圖10)、芭蕉餅(圖11)、酥糖(圖12)、雪片糕(圖13)、綠豆糕、珍果(圖14)、黃金餅(麻薯)

(圖15)，以及日本傳入的羊羹(圖16)、和果與西式的餅乾、糖果等。這些產品通常以紙張、紙袋或紙盒包裝，其外觀設計精美，有些表現出濃厚的中國傳統吉祥色彩，亦有受日本或西方設計影響者。

(三)麵食類：台灣民間傳統以

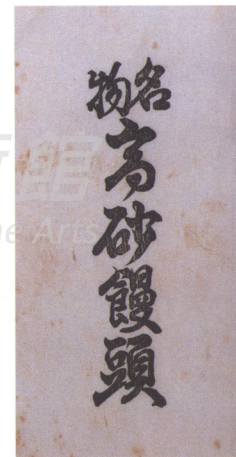


17. 陳合發商行之福壽麵包裝 1920~30年代

米糧為日常生活之主食，麵食製品較為少見。但日據之後，小麥、高粱等雜糧在日人有計劃的推展下，產量逐年增加，尤其以製造麵粉的小麥最為可觀，所以

麵食製品在當時逐漸為人們所接受並喜愛，尤其日據末期二次大戰期間，麵粉更成為供應軍需之重要糧食。當時常見的麵食製品以麵條(圖17)、饅頭(圖18、19)最多，這些產品多以紙袋包裝，並且印有簡單的圖案或標貼。

(四)茶葉：台灣的茶葉生產甚早，明末清初即由閩、粵移民從



19. 高砂饅頭之包裝 1920~40年代



20. 關西信用組合之烏龍茶包裝 1930~40年代



21. 橫山茶業組合之包種茶包裝 1930~40年代



23. 關西茶業組合之烏龍茶包裝 1930~40年代



22. 紅茶包裝 1930~40年代

大陸內地引進，依據《台灣通史》所載：「台北產茶近約百年，嘉慶時有柯朝者歸自福建，始以武夷之茶，植於鯨魚坑（今台北市文山區內），發育甚佳。」（註6）由此可知台灣的茶葉種植大多傳自大陸，而其種類以烏龍茶、包種茶為主，並有少數的紅茶、綠茶，初期多利用手工製造以自給自足，而後並有些輸往大陸或國外。日據之後，在日人大力的推展下，台灣的茶葉生產興盛，除了引進現代製茶設備外，並於1901年開始了茶葉之試驗、改良，以提升品質與產量，且利用茶葉輸出以增加外匯收入。當時除了傳統的烏龍茶（圖20）、包

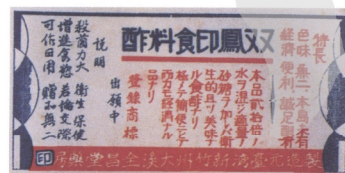
種茶（圖21）外，紅茶（圖22）已成爲外銷之大宗，（註7）並且在日本產品的影響下，其包裝

除大容量的金屬、陶瓷之桶、罐裝外，小容量的紙袋亦很普遍，而紙袋之外觀印刷及標貼，通常成爲包裝設計之重點，由於當時茶葉已有大量外銷，所以其包裝之設計風格也較爲多樣化與現代感。（圖23）

（五）肉脯、魚乾：台灣的自然物產豐盛，除了各種農作物、蔬果外，由於四面環海及全島溪流密布，所以魚產量亦相當豐富；並且在農業發達及一般民間勤儉、惜物的美德下，家家戶戶皆有豬隻的飼養，並成爲當時生活中的主要肉類來源。日據時期由



24. 大溪之魚乾包裝 1930~40年代



27. 全昌堂之食料醋包裝 1930年代

於魚、肉的盛產，所以魚乾（圖24）、肉脯（圖25）等加工製品，遂成爲市面上常見之高級食品。這些商品通常以紙袋包裝，並透過其外表之印刷及標貼的圖形設計，以忠實地反應出內容物之產地或產品特色。

（六）調味製品：我國早在西漢時期即有醋和醬油的製造，經歷代的發展而成爲中國民間普遍之日常飲食調味品。由於醋、醬油



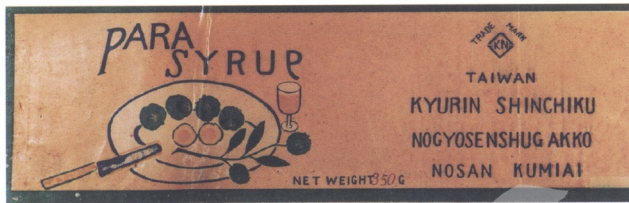
25. 新復珍之肉脯包裝 1910~40年代



26. 鈴木善作之醬油包裝 1910~40年代



28. 鳳梨罐頭之包裝 1930~40年代



29. 蕃石榴罐頭之包裝 1930~40年代



30. 茭白筍罐頭之包裝 1930~40年代

是由黃豆、大豆以及米、麥等糧食釀製而成，所以日據農業發達之後，醬油（圖26）、醋（圖27）等製品生產興盛，並且在日人技術的引進下，品質改良，生產的商家增多。這些產品通常以玻璃瓶包裝，並利用瓶身外觀的標貼作為商品的識別、傳達與美化。

（七）罐頭製品：日人岡村庄太郎於1900年在台灣研究鳳梨加工製罐技術，並於1902年在高雄縣之鳳山建立第一所鳳梨罐頭工廠，開啓了台灣罐頭工業的發展，並改變了傳統的食品加工形式，使台灣的食品工業步入了現代化階段。（註7）由於台灣盛產各類蔬果，所以除了鳳梨（圖28）

之外，罐頭食品の種類亦陸續增加，例如荔枝、梨子、椪柑、李子、蕃石榴（圖29）、竹筍、茭白筍等各種產品（圖30），當時這些產品皆以外銷為主，所以包裝外觀標貼設計也較具現代感與活潑。日據末期二次大戰期間，罐頭製品更成為提供日軍補給之重要食物來源，所以當時台灣之罐頭食品工業非常興盛。

參、包裝設計風格

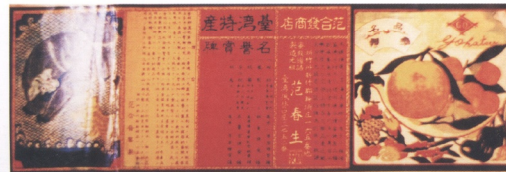
日據時期之地方特產，不只產品的種類多樣，製造廠商也增加，在市場競爭之下，商品的包裝設計逐漸受到重視，不只是一

為內容物的保護及使用的方便，它更是各家產品賴以突顯及宣傳的重要利器。當時的本土特產包裝，除了延續傳統民間熟悉的風格外，隨著殖民統治者而來的物品與文化，亦對其設計造成影響，所以在這種特殊的環境下，台灣特產的包裝設計呈現了風格多樣的面貌。若依其設計之形式淵源、風格，茲可歸納如下之特色：

一、台灣本土及中國傳統色彩的運用

台灣早期移民的生活習性與大陸內地無異，各類日常用品的製造與商品的包裝，皆延續舊有的形式；並且在他們面臨新環境的拓墾過程中，對於生活的平安與豐收常是祈求的目標，所以當時許多台灣本土特產的包裝仍依照傳統的形式，並常以一般民間喜愛且具有驅凶、納吉等吉祥意義之主題做設計。

日據時期依然延續此種形式的包裝，尤其蜜餞、糕餅等產品的包裝多利用傳統的圖形、文字、色彩與構圖，以呈現其產品所具有的傳統特色。但各家商品包裝之風格類似，常作形式化的設計，例如錦瑞香商店（圖5）與杜裕昌商店（圖6）之商品標貼即非常近似，構圖、色彩完全一樣，僅畫面中的水果圖形稍有不同。由於當時的糕餅、蜜餞包裝之標貼，大多在畫面中同時印上了各類水果圖形，以傳達其產品



31. 范合發商店之李仔糕包裝 1895~1930年代



32. 蔡合春商店之蜜餞包裝 1895~1930年代



33. 錦珍香之蜜餞包裝 1920~30年代



35. 梅花園製茶所之鳥龍茶包裝 1930年代



34. 茂香商店之糕點包裝 1895~1930年代

的製造來源，這些圖形並通用於各產品之包裝，僅在不同產品之標貼上作文字標示，所以各類商品之區別、標示效果不佳，例如錦珍香的柚子糖（圖3）、錦瑞香的李仔糕及柑餅（圖7、9）、范合發的金桔餅及李仔糕（圖8、31）、蔡合春商店以及錦珍香的蜜餞等（圖32、33），皆作類似的圖形設計。有些甚至為了強調傳統風格與吉祥色彩，在標貼的畫面中使用了與產品製造來源無關之中國吉祥圖形，例如錦瑞香商店之柑餅標貼中的「松鶴延年」圖案（圖9）、蔡合春商店之蜜餞標貼中的「進酒圖」圖形（圖32），皆是作為畫面之裝



36.新福春菓子部之蜜餞包裝 1920~40年代



38.合成醬油之包裝 1910~40年代



37.竹東茶業組合之烏龍茶包裝 1930~40年代



39.錦珍香之肉脯包裝 1910~40年代



40.日本早期火柴盒設計 1920年代

資料來源：James Fraser, Japanese Modern, Chronicle Books, San Francisco, 1996

飾，並藉以加強傳統吉祥色彩。除此之外，有些則利用簡單的文字、圖案，以及紅、黑為主的配色，以表現出中國風格，例如吳長廷的酥糖（圖12）、金寶珍的雪片糕（圖13）、以及茂香商店的珍果與糕點（圖14、34）；而梅花園製茶所之烏龍茶包裝，則是利用中國傳統的裝飾圖案與配色，以呈現烏龍茶之傳統特色（圖35）。

二、日本風格的模仿



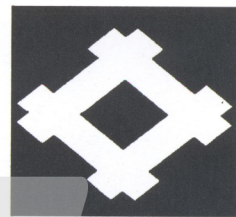
44.南珍公司之醬油包裝 1910~40年代



42.福利商店之蜜餞包裝 1920~40年代

日據之後，大量充斥的日本商品，逐漸躍為市場的新貴，並

為人們所喜愛，日本商品的包裝設計亦成為本土產品模仿的對



41.日本傳統「井桁形」家徽



43.日本傳統「丸形」家徽



45.日本傳統「入り山形」家徽

象，形成一種新流行與時髦的象徵。當時台灣特產之包裝亦受其影響，有些完全仿倣日本風格的設計，例如新福春菓子部的蜜餞標貼（圖36）、明石屋的黃金餅與肉彈饅頭的包裝（圖15、18）關西信用組合與竹東茶業組合的烏龍茶包裝（圖20、37），以及當時的醬油（圖26、38）、肉脯



46.橫山茶業組合之包種茶包裝
1930~40年代

(圖25、39)等產品皆是作此種風格的設計(圖40)。而有的則是在日本文化的影響下，作中日融合的題材或形式，或表現出台灣當時之殖民地特色，例如陳合發商行之福壽麵的包裝，則是利用傳統的壽桃與日本的櫻花組合而成的裝飾圖案，以強調其產品的品牌意象(圖17)；新竹寶山柑桔包裝則是利用當時流行的旭日圖案與作為地域象徵之竹子圖案作組合(圖2)。所以當時這種模仿日本風格的包裝，有的完全依照日本商品作日式造形、風格之設計，有的則僅在裝飾上使用

具有日本色彩之傳統圖案、紋樣，而呈現出面貌多樣之特殊設計表現。

除此之外，有些包裝之圖文造形、商標設計及色彩計劃亦呈現出日本文化的影響，例如在當時蜜餞包裝中的范合發商店(圖8)、蔡合春商店(圖32)、新福春菓子部(圖36)，以及合成醬油(圖38)之「井桁形」(圖41)商標；福利商店(圖42)、錦珍香(圖33)等店家之「丸形」(圖43)商標；以及南珍醬油，作日本色彩的設計(圖44)之「入り山形」(圖45)商標等，其造形皆是受當時日本傳統家徽所影響，作日本風格的設計。

三、西方設計表現

近代西方科技的發達及帝國主義的興盛，形成了一種強勢的主流文化。因此，日據時期經由日本而來的西洋舶來品，在人們心目中常是優越品質的代表。所以當時許多商品為了追隨流行及提升其產品形象，遂在外表包裝上模仿外國的形式或流行風格，甚至連本土特產亦有些受其影響，例如關西茶業改良場的烏龍茶、紅茶之包裝，即是受當時西方現代設計影響，而呈現出類似「風格派」(Des Stijl)的幾何圖案襯底設計(圖23)；福利商店之蜜餞包裝的彎曲、嬌柔具有浪漫色彩之對稱花朵邊框圖案，卻是典型的歐洲「新藝術」(Art

Nouveau)風格(圖42)；而新竹橫山包種茶及蔡合春商店的芭蕉餡之包裝(圖46、10)，則是受當時西方流行的現代設計影響，作簡潔的配色與圖案化之圖形，使其呈現出具有現代感之風格(圖47)。

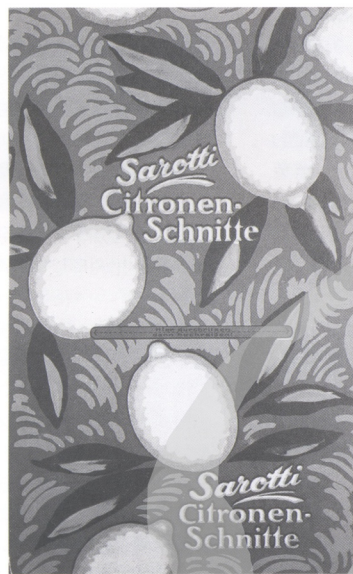
除此之外，受西方包裝設計影響，利用圖形以作為產品識別及品質特色傳達之觀念逐漸受重視，尤其罐頭製品之外表包裝設計(圖28)，大多與當時西方產品類似，常作寫實的圖形設計(圖48)。

肆、影響設計表現之因素

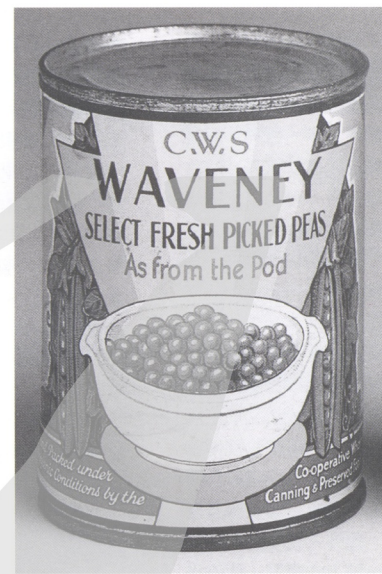
從前述之研究，可發現日據時期台灣本土特產之包裝設計，具有其特殊的形式、風格與意義，而這種設計的風格表現，即在各種因素影響下所形成的，除當時的社會環境外，產品種類之呈現、中國傳統文化的深植人心、外來文化思想及當代設計思潮的衝擊、消費者喜好與市場需求等，皆反映於這些本土特產之包裝設計上。

一、政治、社會環境的轉變

日本的殖民，不只使台灣的政治、社會環境產生了變化，新的文化思想也隨著日本統治者的到來而大量輸入，並對台灣傳統的民間生活形成了一種新的衝擊。由於日本經營殖民地的目的，



47.德國早期之糖果包裝設計 1920年代
資料來源：Patricia Frantz Kery, Art Deco Graphics, Abrams INC, New York, 1986



48.英國早期之蔬菜罐頭包裝設計 1930年代
資料來源：Robert Opie, Packaging Source Book, Mcdonald & Co. Ltd., London, 1989

亦如當時其它西方歐美帝國主義者一樣，都是為了其自身的利益著想。因此，日本期望於台灣的，不只是豐富資源的榨取和日貨產品的銷售市場，更企使其成為「經略」南洋，「染指」華南，以及「進軍」東亞之軍事跳板，或拓展其帝國夢想之基地。(註9)日據五十年期間，日本對台的治理政策，常隨國際局勢及社會環境的變遷而有所不同，初期為鞏固開發基礎，建立殖民地體制，以儘早步入統治之正軌，乃

採取「安撫」之治台政策(1895~1918)，對台人原有之傳統習俗，除認為有礙「政治」者外，皆以延續，以順應民情。(註10)因此，日據初期之商品包裝，除部分受日本風格影響外，大多還是以傳統的形式表現為主，作民間熟悉且富有吉祥色彩之中國傳統風格之設計。

日據中期之後，日本為了籠絡台人以便於順利統治台灣，乃實施「同化」之治台政策(1918~1937)，有計劃的引進日本文

化於台灣，以改造台灣成為適合日人之殖民環境。(註11)所以此時本土特產乃逐漸出現日本風格的包裝，或作中日融合的設計；日據末期，為因應戰時環境，乃推行「皇民化運動」(1937~1945)，實施全面日本化，以消滅台人之漢民族意識及中國傳統文化思想。(註12)所以此時中國傳統風格的包裝甚為少見，大多作日本風格的設計。

二、產品的種類特色

包裝不只是作為內容物之保護，並且具有視覺上美化與產品的區別、識別之作用，透過包裝設計之圖形、文字、色彩，更可直接清楚傳達產品的種類、特色，正如前述分析，台灣本土特產之種類多樣，除了新鮮農產品外，農產加工製品的類型豐富，各類產品皆有其常用的包裝形式與設計表現風格，例如蜜餞、糕餅類大多作中國傳統風格的設計，醬油、肉脯等產品以日本風格為主，各式新興的罐頭產品則作現代形式的設計，而茶葉包裝則呈現出多樣的風格，有中國與台灣本土色彩的，亦有日本及西方現代風格的。此外，大多數的產品皆能利用包裝上的圖形，傳達出內容物的種類，並藉以說明產品的特色，強調其品質之優良。

三、傳統中國文化思想

台灣的早期移民皆來自大陸內地，他們不只開發拓墾了蠻荒之島，更把中國傳統的生活形態與文化思想帶進了台灣，而影響了台灣三百年來的社會發展與人民生活。當時的農產製品大多沿襲大陸傳統舊法生產，產品風味類似，包裝亦作傳統形式，並且日本據台之初實施「安撫」政策，使中國傳統文化得以繼續存留於民間。所以在日據時期，台灣本土特產的包裝依舊以中國傳統的風格為主，民間傳統所喜好

的祈福、納祥等題材之吉祥圖案，則是當時包裝上最常運用的，成為當時主要的形式，並且各家不分產品類型，皆作相同風格的表現。日據中期之「同化運動」及末期之「皇民化運動」，雖禁止中國傳統風格的表現，但由於傳統文化思想已深植人心，所以在當時的包裝設計中，仍能以中日融合的新面貌出現。

四、外來文化與當代設計思潮

台灣雖然早在日據之前，即因荷蘭、西班牙等外國勢力的入侵而有外來文化的接觸，但由於其佔據的範圍小、時間不長，所以影響不大。甲午戰後台灣割日，不只使台灣淪為殖民地之政治命運，長達五十年的統治期間，外來的日本文化更對民間生活產生了深遠的影響與衝擊。隨著日本統治者帶來的生活方式、文化思想，使中國傳統文化產生了新的刺激，首先為人們接觸到的是因應日人需求的各式生活用品與商品。新的文化形式，常易使人產生好奇與新鮮感，並且由於殖民統治者的角色，使其文化具有優越、高貴的地位，所以在此環境下日式商品即成為人們喜愛與模仿的對象。當時即有些本土廠商為了追隨時髦，迎合市場的需求，而模仿日本商品的包裝，或於傳統風格的包裝中融合日本色彩，以提升其產品之形象、價值，並促進銷售。

除此之外，西洋文化亦於日據時透過日本而大量登陸台灣。日本自從「明治維新」之後，即積極吸取西方文明之長處，而當時歐美流行的設計風格、藝術形式，亦為日本所模仿與學習。因此，作為日本殖民地的台灣，即成為日本模仿西方文化的試驗地，例如現今台灣尚可以見到日據時期模仿西方風格的各類型建築。並且在當時，西洋的舶來品與日本商品一樣，在人們心目中常是優越品質的代表，所以有些本土特產，為了提升其產品的形象，於是在包裝上運用了西洋的裝飾圖案、色彩或設計形式，而呈現出不同的視覺效果與趣味性，並使台灣在設計史上提早接觸了現代設計思潮與流行。

五、消費者的喜好與市場需求

商品的包裝不只具保護、方便、美觀、訊息傳達等重要功能，若以行銷的立場而言，包裝則是促進銷售所不可或缺的利器。而適度的包裝設計可在視覺上產生美感，強調出商品特性，提升產品的價值，以吸引消費者的注意與購買。所以消費者的喜好與市場需求，亦對商品之包裝設計形成了影響。例如隨著日本及西方等強勢外來文化的到來，日本風格及西方現代設計逐漸成為市場上的流行，並為人們所喜愛，所以當時許多傳統的本土特產為滿足市場需求，紛紛作日本及西

方風格的設計，或以中日融合及中西合併的面貌出現。雖然外來文化的大量衝擊，但由於傳統的中國文化已深植人心，驅凶、納吉等觀念已為民間生活重要的一部分，所以民間傳統所喜好的祈福、納祥等題材之圖案、色彩，仍是當時本土特產包裝最常運用的形式，亦是最能傳達出產品特性之設計表現。

伍、結語

經由本文對日據時期台灣本土特產包裝之分析、研究後，讓我們更清楚瞭解到台灣在這個特殊階段的設計發展及表現風格以及社會大眾的審美趣味，並藉以建立設計之歷史資源，以作今日設計之參考。並肯定其在設計史上之地位與價值，以期喚起社會大眾對這些歷史文化資產之重視。茲將上述之研究心得歸納如下：

一、日據時期台灣本土特產的包裝、由於政治，社會環境的轉變，產品的種類特色、傳統中國文化的深植人心，外來文化與當代設計思潮，以及消費者的喜好與市場等因素的影響，使其呈現出風格多樣的面貌，包括了中國及台灣傳統色彩、日本風格以及西方設計流行的表現。

二、透過不同風格變化的包裝設計，能夠表現出各階段的政治、社會發展及其時代精神，並反映出一個社會的文化發展及人

們的審美趣味。

三、雖然中國傳統文化深植人心，具有驅凶、納吉等吉祥意義的包裝，在日據時期仍為人們所熟悉與喜愛，但在文化融合的過程中，政治上殖民強勢文化常為弱勢的被殖民文化所吸收、模仿，而形成特殊的文化風格。所以日據時期外來的日本文化及經由日本而來的西洋文化，對台灣造成了新的文化衝擊，並呈現於當時的包裝設計中，形成了豐富、多樣的風格變化。■
(感謝吳三連文教基金會，提供本文研究之圖片資料)

【註釋】

- 註1:周憲文，《日據時代台灣經濟史》，台北，台灣銀行經濟研究室，民國47年，頁13。
 註2:林景源，《台灣工業化之研究》，台北，台灣銀行經濟研究室，民國68年，頁17。
 註3:樓齊，《台灣之自然經濟》，《日據時代台灣經濟之特徵》，台北，台灣銀行經濟研究室，民國52年，頁13~14。
 註4:袁丙午，《台灣之蜜餞加工業》，《台灣銀行季刊》，第17卷，第1期，民國55年3月，頁308~309。
 註5:吳瀟濤，《台灣民俗》，台北，衆文圖書公司，民國83年，頁227。
 註6:連橫，《台灣通史》，台北，衆文圖書公司，民國68年，頁654~655。
 註7:吳振鐸，《台灣之製茶工業》，《台灣之食品工業》，台北，台灣銀行經濟研究室，民國55年6月，頁39~42。
 註8:章惠訓，《台灣之鳳梨罐頭工業》，《台灣之食品工業》，台北，台灣銀行經濟研究室，民國55年6月

，頁65~66。

註9:葉肅科，《日落台北城一日治時代台北市都市發展與台人日常生活》，台北，自立晚報社文化出版部，民國82年，頁7~11。

註10:井出季和太著，郭輝編譯，《日據下之台政》，台中，台灣省文獻委員會，民國66年，頁164~166。

註11:同前註，頁233~236。

註12:同前註，頁431~434。

作者簡介

本文作者現任國立臺中商專商業設計科講師