

邱氏鼎食品企業股份有限公司

愛情故事館－以愛情為主題意識喜餅系列禮盒包裝設計

計畫執行目標

愛情故事館是一棟專為情侶而設計的浪漫建築，愛情故事禮盒更是一款具有愛情故事館“主題意識”的禮盒。來過愛情故事館的情侶對館內的浪漫的陳設、溫馨的佈置於雙方的心中留下了深刻的印象，也同時對擁有悠久歷史的大黑松小倆口有了新的感觸。當這些情侶決定結婚時，就會選擇曾經讓他們有著甜蜜回憶的大黑松小倆口喜餅，而擁有同樣風格的愛情故事禮盒更成為他們的首選。不只是針對即將結婚的情侶，特別設計的小巧可愛的Q版愛情小禮盒同時也鎖定了各種年齡層，更成為來到愛情故事館的女孩子們不得不買回家的精緻伴手禮。

新產品簡介

本公司將針對愛情故事館設計一系列與愛情風格做搭配的禮盒，稱之為小倆口禮盒。以愛情為主軸，再於包裝搭配熊、紫色、玫瑰等元素，將近一步突顯浪漫的情境。

1. 設計規劃符合環保、高質感、高附加價值、再利用率高的禮盒：本系列禮盒將全以紙類製造，將不會對環保造成傷害性的威脅。再者，當消費者購買精美的高質感愛情禮盒系列，因圖案優美、質地優良、可複用性高，將大大的降低丟棄的機率，因此這也減少廢棄物的增加。
2. 包裝規格除正常規格禮盒外，特別設計一系列小巧、精美有符合時尚感的Q版禮盒：因女孩子喜愛收集體積小並可愛的小東西，公司特別推出一系列Q版愛情故事禮盒以符合當下年輕女性喜愛精美小禮盒的潮流，不但樣式可愛更可做為放置其餘小飾品之收納盒。
3. 紙袋以黑、金、紅、銀為主色，提升產品本身價值：特別針對愛情故事禮盒而設計以黑、金、紅、銀等顏色為主的高品質手提紙袋。此手提紙袋不但兼具精緻、典雅、浪漫、時尚等美感，更極為耐用，重複使用性高。集合美感與實用性的愛情手提紙袋極具附加價值，將大幅提升產品本身價值。

計畫創新重點

1. 環視國內各知名喜餅同業及本公司歷年來喜餅設計多以想像中的意象為設計表達主軸，鮮少有能以“具體而實質”的具像硬體作為設計的藍本。“愛

情故事禮盒”本係以面積廣達 2000 坪及軟硬體投資 2000 餘萬（土地價值除外）的“愛情故事禮盒”為背景藍圖，結合“意象”與“實體”的主題意識，實為業界僅有的創舉。

2. 加入『主題意識』－愛情故事館在包裝設計中：愛情故事館以甜蜜歐式浪漫為主要取向，因此賦予愛情故事禮盒主館的主題意識，無論色彩、設計、涵意都能完美詮釋愛情故事館的意義。兩者相輔相成的獨特搭配彷彿愛情故事館與愛情故事禮盒合而唯一，也使得愛情故事禮盒成為愛情故事館的最佳註解。
3. 表現風格“男歡女愛”以為主。並融合室內裝潢元素、場景元素設計出屬於愛情故事館專屬的包裝：為追求情侶之間的浪漫心境，愛情故事禮盒特別以象徵甜蜜的粉紅色為重要色彩以配合愛情故事館以紫色為主的浪漫情境。歐洲象徵浪漫的印象深刻在國人心中，因此在禮盒圖案特別加入巴黎鐵塔、羅馬凱旋門等歐洲知名建築，與愛情故事館以歐式浪漫造型為主的設計相呼應，並在圖案中搭配若干心形圖案，更能顯示出愛情禮盒要呈現給消費者之箇中意義。

公司研究發展能量及研究發展制度之效益說明

藉由這次產品設計的案子，愛情故事禮盒設計期間和廠商與經濟部工業局良好的互動，使得公司了解眾志成城的力量，因此公司現在每個月都會定期舉行創意大賽，只要員工提出對公司有益的想法，無論在產品設計、公司活動、禮盒包裝等等領域中，公司都會採用，並發配獎金。此活動使得公司與員工關係更為緊密，並間接激發員工的熱情與創意，對於工作的參與度也與日俱增。

人才培訓及運用效益

從一開始填寫的計畫書，到現在的結案報告，公司參予的計畫人員從頭到尾一點一滴的學習如何有計畫、有制度的完成一個計畫案。相較於以往較為隨性的規劃方式，公司總是要求先有樣品出來然後再做修改，也因此常常修改到最後乾脆重新打樣。現在公司已了解設立查核點的重要，以及運用完整的書面報告及詳細的計畫內容所帶來的諸多正面效應以減少修改費用的濫用，而經費預算表更讓

公司企劃部和會計部知道將來如何有效的控制預算及如何有有限的資金帶來最大了效應。

產 學研各界之技術移轉及合作效益說明

一般禮盒的設計，都是來自於發想者，或設計者本身。這次公司將愛情故事館場景、幸福的感覺結合禮盒，這是一個新的挑戰，更是新的突破，這將造成不可預期的效益。而和設計公司之間的互動更讓彼此受益良多：公司不在只是坐在辦公室裡面評論禮盒設計，而是親自參與設計的過程，和設計公司共同討論禮盒的涵義與外包裝。而設計公司也不再只是待在設計室裡，而是到愛情故事館找尋該館的意境及和公司討論如何把一種意識形態放進禮盒中。種種的接觸與討論不但使雙方學到不同領域的東西，更學會站在對方的立場從不同的角度看事情，對於以後的禮盒設計有很大的助益。

新 產品創造之技術效益及市場效益說明

環視國內各知名喜餅同業及本公司歷年來喜餅設計多以想像中的意象為設計表達主軸，鮮少有能“具體而實質”以的具像硬體作為設計的藍本，因此加入『主題意識』-愛情故事館在包裝設計中實為業界之首創。基於愛情故事禮盒擁有愛情故事館之浪漫元素，因此此款禮盒深受到訪過愛情故事館的新人所喜愛，這也是最初公司對於愛情故事禮盒之期待：新人因愛情故事館內陳設與氣氛所感動，訂婚時再把這份感動加諸於愛情故事禮盒上而進行消費行為，此感動式行銷是一般禮盒盒設計所無法比擬的。愛情故事禮盒的成功也使大黑松小兩口於喜餅業開創一條新的道路，以後將不只致力於喜餅禮盒包裝設計，同時也將開發不同的商品如小公仔、小飾品、小零錢包等年輕人日常生活可娛樂、可使用之衍生性產品，也期盼此類產品能像愛情故事禮盒般會起情侶的感動而買回家紀念。

計 畫完成後對提升我國產業水準及競爭優勢說明

大黑松小兩口積極由傳統產業轉型成休閒觀光產業，一路上有政府的支持，才得以走到今天這個位置。這次有政府認證輔導的愛情故事禮盒，更是深受情侶的喜愛。由

於設計公司不斷的輔導、更正，才可以設計出愛情意識的禮盒，這更是喜餅業的首創。先由愛情故事館讓大家有著深刻印象，沒有準備結婚的新人一般來說是不會接觸到喜餅，我們由愛情故事館讓以前訂過我們喜餅的、還沒結婚的情侶都可以進一步認識喜餅，更藉由年輕人的喜愛，設計出一系列的符合年輕人心目中的愛情故事禮盒。

專 案執行重要心得

在公司決定設計愛情故事禮盒之前，我們特地在愛情故事館針對情侶做了一系列的問卷及市場調查，就像是她們最喜歡的東西是什麼、什麼東西最能吸引她們的目光、如果要結婚會喜歡什麼款的禮盒等等…在這調查中我們了解到年輕女孩最喜歡的元素為較為鮮豔的顏色如代表期待愛情的紫色、象徵濃烈愛情的玫瑰、以及年輕女生最喜愛的熊，因此這次愛情故事禮盒與 Q 版小禮盒包含此種元素，並計畫設計一系列產品。經過這次的調查，讓公司更能了解到時下年輕人最喜歡的東西是什麼，什麼樣的禮盒才能吸引他們的目光，以後公司的包裝設計也將以年輕化為主要訴求。

在此專案過程中，公司學到如何和設計公司作配合才能達到雙贏的效果。在此之前，我們與設計公司的合作模式很簡單，我們告知設計公司想要什麼樣的禮盒，接著就由設計公司自行設計，完成後再拿給我們看再進行修改，公司並不會直接參與設計過程這個區塊。但在這次產品設計計畫中，公司不但親自參與了整個設計過程，並且也請設計公司提出對此款禮盒想法與意見，之間的關係從之前的僱傭關係變為如同伴間的討論，這樣使得設計出來的產品更加多樣化，只要一有新的想發雙方就會提出來討論其實施的可行性。在這期間，公司對設計包裝這塊領域有了更深刻的體悟，以後如果公司要出新禮盒將會以這次學到的經驗與設計公司有更深入的合作。

很感謝這次參予計畫的全體公司同仁，為了這次計畫能順利進行，大家都犧牲假日自動自發的到愛情故事館來討論禮盒的設計方針，因此大家的心也因此凝聚在一起，如果有機會再參與類似活動將會更有默契的達成目標。

