

# 休閒酒莊之酒類包裝設計研究

曾毓姮<sup>1</sup> 康敏嵐<sup>2</sup>

<sup>1</sup>國立台中教育大學美術碩士在職專班研究生(台中市西區民生路 140 號)

[t04629@webmail.ntct.edu.tw](mailto:t04629@webmail.ntct.edu.tw)

<sup>2</sup>國立台中教育大學美術系專任副教授(臺中市西區民生路 104 號)

[kangml@ntcu.edu.tw](mailto:kangml@ntcu.edu.tw)

## 摘要

本研究以 2011 年經行政院農業委員會評鑑通過的十二家酒莊為研究範圍，對十二家酒莊酒類產品的包裝設計進行研究。透過相關文獻資料的整理與歸納，作為研究理論之依據。經由田野調查蒐集十二家酒莊的酒類包裝樣本，加以比較和分析樣本的包裝設計要素，以及酒莊經營者與酒品設計師的深度訪談工作，以提出酒莊酒類商品包裝未來發展之建議，做為酒莊經營者或專業設計師，參考設計之用。

關鍵詞：休閒酒莊、包裝設計、伴手禮

## Leisure winery wine packaging design research

### Abstract

In this study, the scope of the study, twelve wineries in 2011 adopted by the Council of Agriculture, Executive Yuan evaluation study of twelve wineries wine products packaging design.

Organized and summarized relevant literature, as the basis of the research theory. Twelve wineries wine packaging samples collected by field survey, to compare and analyze samples of packaging design elements, as well as the winery operators and wine designers the depth interviews, proposed winery alcoholic products packaging for future development, as the winery operators or the professional designers, reference designs purposes.

Keywords: leisure winery, packaging design, souvenirs

## 第一章、緒論

### 第一節 研究背景

政府在 2002 年開放民間產製酒類，並由行政院九二一震災災後重建委員會，以農業振興計畫專案補助，在苗栗縣、台中縣及南投縣成立了九個農村示範休閒酒莊，欲以地方特色產業結合觀光，推動國內農業轉型，產業升級。農委會為輔導並推動我國製酒業之健全發展，也訂定「農村酒莊評鑑規範」及「農村酒莊評鑑作業程序」，並自 2003 年起推動「優質酒類認證制度」，每年舉辦優良農村酒莊及酒品評鑑，以期提升製酒產業的競爭力(蘇堯銘，2004)。

政府開放民間製酒以後，配合觀光發展以及促銷農業產品，休閒酒莊應運而生，在競爭激烈的酒市場中，為強化競爭力，酒類產品的包裝設計，便朝向多元化的方式呈現。休閒酒莊將休閒旅遊與伴手禮結合，善用包裝的創意與設計表現，因此強化了消費者的購買意願，帶動地方經濟發展。

### 第二節 研究動機與目的

農委會在「精緻農業健康卓越方案」中，將「農村美酒」列為農業精品重點發展項目，輔導國內農民組織，堅持採用當地水果與農特產作為原料，釀造出好酒外，更運用釀酒技藝化、酒品故事化及精緻視覺包裝，透過各式媒體、大型展覽會、觀光飯店及宅配通路開拓國內酒類市場版圖(陳祈睿，2011)。

目前休閒酒莊酒類產品的包裝設計，少數已經創立起自我風格特色的獨立品牌，但有些仍固守傳統包裝的舊模式，設計風格趨於保守。在國內酒市場競爭激烈的現況中，傳統的包裝模式已經無法滿足現代人的需求，為使產品更精緻化，透過精美的包裝設計，利用不同的材質、多變的造形、豐富的色彩搭配，將酒產品能以不同風貌呈現。為了能夠更吸引消費者目光、喜愛並購買，創新產品包裝已經成為銷售的重要環節之一。因此本研究目的如下：

- (1) 透過蒐集休閒酒莊的酒類產品樣本，比較分析包裝之造形、材質、圖文、色彩的運用情形，探討酒類商品包裝設計要素。
- (2) 進行田野調查法，瞭解酒莊現況並針對酒類產品包裝設計做歸納分析。
- (3) 針對酒莊經營者與酒品包裝設計師深度訪談，探究酒類暢銷商品之因素。
- (4) 期以研究結果，提供酒類商品相關產業經營者，與專業商品企劃和包裝設計人員參考之用途。

### 第三節 研究範圍與限制

本研究之初，欲以九二一震災後經政府輔導成立的九家農村酒莊為研究對象，但在以電話拜訪與實地進行採樣過程中，發現橘園堡酒莊已經關閉，太平酒莊與奕青酒莊則因某些因素而未能通過評鑑。再加上由網路搜尋發現，在財政部國庫署部分登記為酒莊業者，只是經銷酒的商家，非釀酒業者，而且有些酒莊規模及成熟度不足以成為研究對象。因此將研究範圍鎖定以 2011 年通過農村酒莊評鑑的十二家酒莊為主要分析對象。包括有：南投縣信義農會酒莊、南投縣埔里農會酒莊、南投縣車埕酒莊、南投縣玉山酒莊、台中霧峰農會酒莊、台中大安農會酒莊、台中石圍牆酒莊、台中樹生酒莊、台中松鶴酒莊、苗栗縣大湖農會酒莊、宜蘭縣藏酒酒莊、花蓮市奇萊亞酒莊(郭泰淵，2011)。

基於時間及取樣困難度，本研究限制如下：

- (1) 排除外觀近似雷同的酒包裝樣本，以減少重覆比較所產生的困擾。
- (2) 由於在採樣過程中，賣店陳列之酒商品種類，會受到當年度製酒原料產量多寡影響，本研究部份取樣圖片，獲取來源必須由各家酒莊業者之網站和商品銷售型錄取得，以作為本研究後續分析比較的依據。

### 第四節 研究方法與架構

## 一、研究方法

### 1、文獻探討法

文獻探討法是針對一個研究問題的相關文獻進行蒐集、評鑑、分析、歸納和統整的研究方法。本研究蒐集並整理與休閒酒莊及包裝設計相關資料，以了解政府推動酒莊發展現況，綜合各學者包裝設計理論學說，歸納並分析酒莊酒類產品的包裝設計。

### 2、田野調查法

在本研究中主要參與觀察的部份，為十二家酒莊的現況調查，和酒莊的酒類產品樣本蒐集。希望在自然的情境中，進行酒莊的現況調查，經由酒類產品樣本的蒐集與分析，以獲得正確的相關資料，並印證由訪談和文獻等其他研究方法所蒐集的資料。希望經由個人親自參與現場，能更深刻確實的觀察與描述消費者的觀點與感受。

### 3、深度訪談法

本研究以酒莊業主與包裝設計者二至四位為訪談對象，針對酒莊經營與銷售、酒類產品包裝設計等相關內容，探討目前酒莊現況與酒品包裝需求與改善的方向。

## 二、研究架構

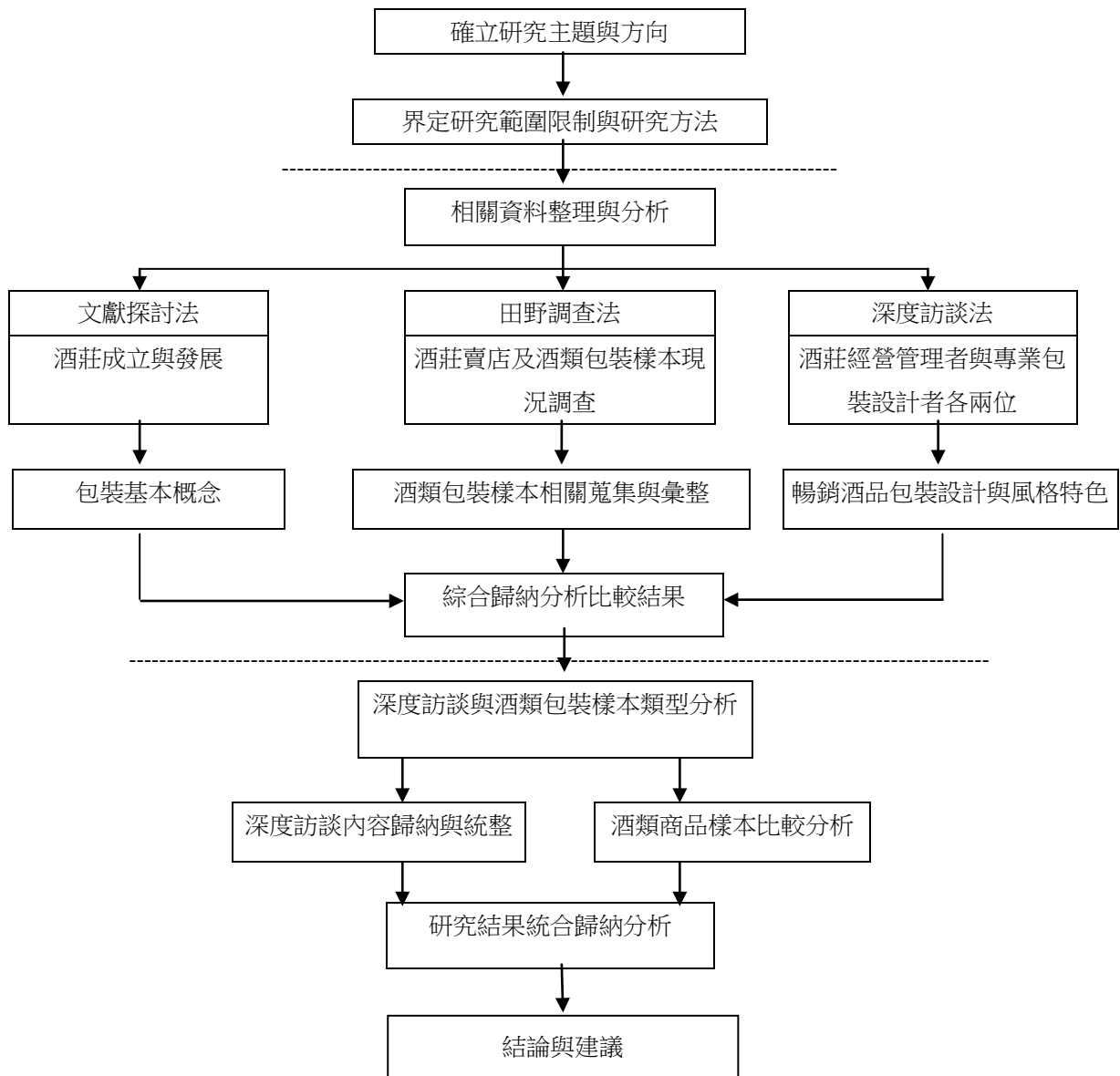


圖 1 研究計畫架構圖

## 第五節 名詞釋義

### 一、休閒酒莊

農村酒莊是休閒農業的一種表現方式。就農村酒莊之定義而言，「農村酒莊」與「農村休閒酒莊」意義是相同的。農村酒莊因結合休閒文化等特色，故亦稱為「農村休閒酒莊」(陳慶僊，2010)。

### 二、包裝設計

包裝設計是一種將產品訊息與造形、結構、色彩、圖像、排版與設計輔助元素做連結，而使產品可以在市場上販售的作為 (Marianne R. Klimchuk、Sandra A. Krasovec，2011)。

### 三、伴手禮

「伴手」是指伴人送手禮，也就是古時所稱「伴禮」的意思，其由來有二種說法。第一種認為「伴手」等同於「丹祿」，以前的人生活艱困，逢年過節時要送給親友的伴手禮，往往是辛勤節省存下的錢，就像煉丹一樣，是辛苦提煉出來的情意，故稱為「丹祿」，用來比喻那份心意。第二種認為「伴手」等同於「等路」，通常是指女兒初二回娘家時帶的禮物，訴說的也是一種情意(余欣蓓、黃淑玲、王銘偉，2008)。

## 第二章、文獻探討

### 第一節 休閒酒莊的發展現況

#### 一、酒莊的成立

農委會輔導酒莊成立的條件：

- 1、輔導對象：為擬經營農村酒類產製銷之登記有案、會計制度及組織運作健全且最近三年考評成績達八十分以上之農民組織，或依法成立之農民團體。
- 2、規劃地區條件考量：
  - (1)具豐富的農業資源及區域文化，可結合地區觀光、休閒體系。
  - (2)已發展有觀光、休閒農業區，得結合多元化產業，發展多樣化酒類產品。
  - (3)基礎建設完善，區域聯外交通便利(劉金花，2002)。

#### 二、酒莊的發展與經營現況

農委會於民國 90 年底開始規劃輔導 921 地震災害中部災區之農民組織(農會、農業合作社、產銷班等)成立 9 家農村酒莊，推動製酒技術、酒莊經營與酒品行銷等輔導措施，建立我國農村酒莊雛形，其後更擴至已取得酒製造業許可執照之 22 家農業組織型酒莊 (王文良，2008)。

為確認現今民間製酒業者現況，根據(陳慶僊，2010)所整理的財政部國庫署登記為酒莊業者，透過網路搜尋，以確認酒莊登記業者是否為釀酒業者。

本研究根據所列出的酒莊業者，經由網路搜尋發現以下結果：

- 1.部分登記為酒莊業者，只是經銷酒的商家，非釀酒業者。
- 2.少數酒莊業者因規模太小，在產品種類及包裝設計上，尚有許多進步空間，不足以成為參考樣本。

因此本研究以 2011 年經行政院農業委員會評鑑通過的十二家酒莊為研究範圍，對十二家酒莊酒類產品的包裝設計進行研究。並且為了更了解酒莊發展與經營現況，經由網路搜尋及親自現場觀察各家酒莊，發現為了提昇農村經濟，所設計遊客參與的體驗活動，因此成為現代休閒農業的成功關鍵。

段兆麟(2008) 農村酒莊的經營活動項目包含:自然景觀、農事活動、導覽解說、品味活動以及 DIY 自己動手做等項目。

表 1 休閒酒莊經營項目

酒莊名稱	地理位置	自然景觀	農事採果	民宿餐飲	導覽解說	品酒試飲	手做活動
大湖酒莊	苗栗大湖	有	無	餐廳	有	有	DIY 紙黏土
樹生酒莊	台中后里	有	有	餐廳	有	有	DIY 製酒果凍
石圍牆酒莊	台中東勢	有	無	餐廳	有	有	DIY 製酒
信義農會酒莊	南投信義	有	無	餐廳	有	有	DIY 脆梅
埔里農會酒莊	南投埔里	有	無	無	有	有	DIY 玫瑰花醬
車埕酒莊	南投車埕	無	無	無	有	有	DIY 砂畫
霧峰農會酒莊	台中霧峰	無	無	無	有	有	無
大安農會酒莊	台中大安	無	無	無	有	有	無
玉山酒莊	南投信義	有	無	無	有	有	DIY 脆梅
藏酒酒莊	宜蘭頭城	有	有	餐廳	有	有	DIY 製酒
松鶴酒莊	台中東勢	無	無	餐廳	有	有	DIY 葡萄點心
奇萊亞酒莊	花蓮	有	有	民宿	有	有	DIY 桑椹果凍

資料來源：本研究整理自各酒莊網站

經由十二家酒莊現場實地觀察所得到的結果發現，休閒酒莊經營活動項目越多，則遊客的參與度越高，對酒的銷售有正面的提升作用，確實能增加買氣，遊客融入休閒愉快的情境中，除了購買伴手禮之外，也容易產生重遊的意願。

## 二、 伴手禮精品化

傳統農業社會，人情味濃厚，舉凡出外或者回鄉，為了表達關懷與禮數，都會攜帶隨手禮物送給親朋好友。這些隨手的伴手禮大多是當地的特產、紀念品等，象徵著人與人之間情感的聯繫，也代表著送禮者的真心誠意，可謂禮輕情意重。進入現代社會，伴手禮轉變為代表各地區特產的專有行銷名詞，並有專賣商店來販售這些在地特產，帶動商機及地方經濟發展，在商品市場的競爭下，伴手禮包裝設計也成為消費者購買禮品的重要考量。

曹昌文(2011)說明農委會積極推廣「鮮享在地」的概念，也就是「在地生產、在地消費」的含意。希望能把農產品提升到精品的層次，以強化台灣在地農業的實力。

陳武雄(2009)「農業精品」就是透過新科技研發以及新經營模式，選擇將農產品中具有地方特色、高單價、高附加價值、商品化，可供觀光客購買之伴手禮，發展成高潛力市場之農產品精品。

廖麗蘭(2012)政府自 2003 年起辦理推動的地方伴手計畫，在伴手產品開發時，除就包裝設計與視覺、口味上改進，以提升產品之精緻性與附加價值外，深化消費者對產品的印象，提升產品競爭力及市場接受度，更是精進的重點。

酒莊成立最大的用意是在遊客休閒觀光之餘，能夠將酒類商品購買回去，由於酒莊商品都為在地生產，不僅有產地優勢，強調鮮度並能節省原料成本，若能善用包裝設計，將酒類商品層次提升精品化，則更容易被遊客接受，進而消費購買。

## 第二節 酒類商品包裝設計

## 一、包裝設計概念

商品包裝上的視覺傳達設計，主要是應用包裝將製造者所要聲明的訊息傳達給消費者，刺激消費者產生視覺的效果，引起消費者的注意產生興趣，以提升產品在消費者心理上的價值感（龍冬陽，1983）。

鄧成連(1992)則是將包裝的設計要素分為文字、符號、圖案、插畫與攝影五大類型。

龍冬陽(1983)認為當消費者對包裝上的視覺設計因素進行回想時，以造型、文字、色彩與圖形四大要素最先浮現在消費者的腦海中。姚村雄(2004)將包裝視覺傳達構成要素分為圖形、色彩與文字三方面。王梅玲(2009)根據康敏嵐(2000)的研究整理，將包裝的視覺設計要素分為五項主要要素，如表 2 所示。

表 2 包裝視覺設計要素

視覺設計(visual design)	
結構設計 (structure design)	造形(shape)
	材料(materials)
圖文設計 (graphic design)	圖形(graphics)
	文字(typography)
	色彩(color)

資料來源：(王梅玲，2009)

綜合以上專家學說論述，對休閒酒莊酒類產品進行歸納分析，由於休閒酒莊酒品陳列都以玻璃瓶為容器陳列居多，本研究將酒包裝的結構設計鎖定於玻璃瓶形，圖文設計則以瓶身標貼為主，進行相關研究探討。

## 二、酒的包裝設計

### (一)酒的容器

#### 1.造形種類

金子修也(1996)由包裝機能概念整理分類，包裝具備單位化、保持化、可搬化及用途化的機能；其形態又可分為，瓶類、鉢類、筒類、桶類、箱類、殼類、台類、袋類、編織類及包裹類等不同種類。本研究根據休閒酒莊酒類商品樣本蒐集可得知，經常使用的酒類容器包裝，大多數以玻璃瓶為主。

#### (一)酒容器材質的特點

酒類是屬於液態，在成品的包裝上，必須要考量到攜取、飲用的方便性，所以酒類的包裝容器有酒瓶、酒桶、酒甕、酒樽、酒罈以及金屬鋁罐等各種形式。而酒類容器由於產品之類型、容量大小及流行趨勢，常有不同的造形變化，不同的容器造形，則直接影響了標貼的貼附位置與形式(姚村雄，2004)。

吳昭怡(2006)形容信義農會酒莊的酒瓶是，精心設計過、美麗的手工毛玻璃瓶，叫人愛不釋手，可見酒瓶的包裝設計，是吸引消費者購買商品的重要考量。

龍冬陽(1983) 玻璃容器主要原料為矽砂，具有硬度大不易受損且耐熱不燃性的特點。

酒包裝容器以玻璃、陶瓷等材質製成居多。休閒酒莊的酒類產品以玻璃瓶居多，少數酒莊亦有以陶瓷瓶或甕裝盛。由表 3 可以清楚得知酒容器材質的特點。

表 3 酒容器材質的特點

容器 材質	容器 種類	特點	優點	缺點
玻璃	無色 透明	呈現出內容物真實的色澤、質感，以取得消費者的信賴，讓	1. 質地堅硬且耐酸鹼。 2. 不易氧化可保持酒類品	容易碎裂

	玻璃	人安心飲用。	質。	
	有色玻璃	有色是為保護內容物，免於長時間陽光曝曬，影響內容物品質，以及具有外觀之美化效果。	3. 美觀透明可呈現產品色澤。 4. 使用方便。 5. 製造成本低又可回收。	
陶土	陶瓷瓶或甕	陶瓷酒甕製作成本較高，除了使用於具有傳統風味之高價位產品，以及產量少造型特殊的紀念酒之外大多作為釀造酒類之貯藏用途。	上釉與上繪可以隨意設計，且多樣化，成為營造洋溢趣味性、高級感、禮品味、土產味的包裝。	1.尺寸精確度較玻璃瓶差，加裝螺旋瓶蓋密封是不可能的。 2.生產藉助手工操作，無法大量生產。

資料來源：本研究整理自(金子修也，1996;姚村雄，2004)

## 2.酒瓶的造形

酒瓶的造形是結構設計中最吸引人目光的要素，在表 4 瓶造形種類中，我們可以知道玻璃瓶也能呈現出各種不同的面貌。

表 4 瓶造形種類

分類	造形
(1) 角柱瓶	含三、四、五角形等轉化成柱體。
(2) 凹凸瓶	以圓柱體側面直線為基準，內壓縮為凹、外擴為凸瓶。
(3) 圓扁瓶	圓柱體底面為基準，正圓至橢圓變化。
(4) 高矮瓶	等體積圓柱為基準，採高與直徑比六階變化。
(5) 斜口瓶	等體積圓柱為基準，採平肩、微斜等六階變化形。
(6) 環紋瓶	等體積圓柱為基準，採一線至四線溝紋分割，並分六種變化。

資料來源：本研究整理自(楊清田，2001)

## (二)酒標貼

標貼是為了能提供產品相關訊息而產生，透過文字、圖案與色彩等設計要素，來強調商品特色，以達到廣告、促銷的功效。酒類產品因容器形狀與材質的不同，所以標貼也有所不同，可以直接貼在瓶身，也有直接燒印在瓶身的；標貼功能有品牌識別、產品區別、訊息傳達、廣告促銷與視覺美化等功能(姚村雄，2004)。

### 1.圖形種類

龍冬陽(1983)在包裝的視覺傳達設計中，圖形的責任是要將商品內容，藉由視覺作用介紹給消費者，當引起消費者的心理反應後，再進一步的吸引，深入了解品牌及說明文內容。

鄧成連(1992)提出包裝圖形之設計，必須要能創造有效的視覺吸引力，或是營造引人遐思的情感隱喻，以激發消費者之購買欲。

姚村雄(2004)認為唯有運用圖形，以作為產品象徵，對品質特徵產生聯想，亦可強調品牌，加深消費者對產品的印象，並藉以提升商品之品牌及品質形象。

### 2.圖形的表現技巧

經由表 5 圖形的表現技巧中，我們可以了解圖形的設計表現，能夠產生不同的效果。

表 5 圖形的表現技巧

表現形式	表現技巧	內容	
內容物 型式	實物提示	實物	展現實物最直接的方法就是「裸賣」，採用透明的包裝材即可。
		圖示	分為簡圖、照片和插畫等形式。
	原料提示	無法以圖畫表示的內容物(如液狀)，則可將原料(如水果)以圖表示出來。	
	成品提示	有些商品的實物和原料均無法拿來當作圖示，就可以用完成圖(成品)來做具體的表示。	
解說型式	利用文字或圖示，將某種商品不同於其他同種商品的特徵強調出來，並且成為包裝的主導印象，即所謂的解說型式。		
聯想型式	藉由與內容物有聯想關聯之事物的圖示，以傳達內容物的價值。		
裝飾紋樣 型式	欲將裝飾紋樣用在包裝上，必須表明為何要採用紋樣的型式，並且恰當掌握風格，設計出配合該包裝的造形。		

資料來源：本研究整理自(金子修也，1996)

## 2.文字要素

鄧成連(1992)認為消費者對於包裝字體的認知，起初只關心文字本身的語言意義，在經過深入閱讀後，文字造形將進一步影響消費者的想像及思考。

金子修也(1996)文字商標的設計，必須具備獨創性、可讀性(意義性)、印象性、審美性、再現性、永續性等要點。

姚村雄(2004)文字不只是傳達的媒介，透過字體的造形設計，可以增強特定意念的傳達，使文字在視覺上產生美感，激起觀者的注意，讓感情和和文字內涵獲得一致。表現形式可分為：手寫美術字、書法字、印刷字等類別。

蘇宗雄(1988)提出在包裝視覺設計中，文字主要是扮演讀、看及品味的角色，消費者經由文字讀內容物之相關訊息、看包裝上的標題以及品味文字構成所顯現的各種感覺。

## 3.色彩要素

姚村雄(2004)善用色彩可以改善圖、文的易讀性，增加傳達的效果，同時並可暗示商品的訊息，刺激消費者的視覺，產生「色彩聯想」，也可以美化產品外觀，提升商品價值。

金子修也(1996)色彩在包裝上的作用有二：1.與其他東西區別開來，讓人得以認識。2.直接訴諸於感性。色彩除了可供區別、識別及象徵外，還可以直接作用在感覺上，引發好惡之情。

色彩不僅是一種感覺，同時也是一種知覺。每個人主觀的感覺都不一樣，同時也會影響情緒，而看同一種顏色的感覺也因人而異。並且在不同的時間與心情下，看同一種顏色，所得到的感覺也不一樣(葉蓁夙，1995)。

## 第三章、酒類包裝風格分析

### 第一節 酒莊的樣本蒐集與初步整理

#### 一、酒莊的樣本蒐集

從網站資料整理出十二家酒莊的現況與成立簡介，進而開始進行樣本蒐集，自100年9月12日開始，至101年10月11日為止，完成十二家酒莊現場實地觀察、訪問賣店人員與商品拍照採樣等工作。進而整理如表6十二家酒莊酒類包裝樣本與現場觀察的蒐集工作。

表6 十二家酒莊酒類包裝樣本與現場觀察的蒐集工作

時間	對象	工作內容	現場觀察
----	----	------	------



(100.9.12)	埔里農會酒莊	試飲酒品、樣本拍照與環境導覽解說、訪問酒商品訊息	面對湖光山色並緊臨觀光飯店，成為遊客駐足購買伴手禮的據點。
(100.10.9)	石圍牆酒莊	試飲酒品、樣本拍照與環境導覽解說、訪問酒商品訊息	因為賣店緊鄰客家餐廳，所以將酒類商品搭配合菜的方式促銷，確實增加不少買氣。
(100.10.9)	樹生酒莊	試飲酒品、樣本拍照與環境導覽解說、訪問酒商品訊息	由於賣店商品陳列酒品數量不多，種類也不完整，業主表示某些酒品產量較少，是因為供貨必須視當年度水果產量決定。
(100.10.9)	松鶴酒莊	試飲酒品、樣本拍照與環境導覽解說、訪問酒商品訊息	現場提供冰涼葡萄汁無限暢飲，是貼心服務。
(100.10.15)	霧峰農會酒莊	試飲酒品、樣本拍照、訪問酒商品訊息	酒品與懷舊商品搭配陳列，形成一股復古風情。
(101.7.26) (101.7.27)	奇萊亞酒莊	試飲酒品、樣本拍照、訪問賣店經理、環境導覽解說、訪問酒商品訊息	附設餐廳合菜搭配酒品，帶來基本客源，並參觀文化館，解說加上試飲，酒類商品成為觀光客的最佳伴手禮。
(101.7.28)	藏酒酒莊	試飲酒品、樣本拍照與環境導覽解說、訪問酒商品訊息	賣店二樓為餐廳，所有菜色都以酒莊農產或釀酒入菜，並由服務人員解說，對於一樓賣店酒類產品的促銷，確實有幫助。
(101.09.25)	車埕酒莊	試飲酒品、樣本拍照與環境導覽解說及訪問酒商品訊息	小而美的規模，二樓的品酒區規劃較完善，賣店外觀較不起眼，不容易被發現。
(101.06.30)	信義農會酒莊	試飲酒品、樣本拍照與環境導覽解說及、訪問酒商品訊息	酒莊外觀有可愛的造型娃娃，加上產品設計精美可愛，有許多遊客駐足購買產品。
(101.09.30)	玉山酒莊	試飲酒品、樣本拍照與環境導覽解說、訪問酒商品訊息	規模較不完善，目前已新設置於寶島時代村等地的賣店，增加了銷售通路。
(101.10.04)	霧峰酒莊	第二次樣本拍照、訪問酒商品訊息	酒包裝有推陳出新，多以禮盒方式搭配販售，利於網路宅配通路促銷。
(101.10.07)	大湖農會酒莊	試飲酒品、樣本拍照、訪問酒商品訊息	酒莊外觀有可愛的造型草莓，遊覽車帶來許多觀光客，買氣旺，試飲增進遊客購買意願。
(101.10.11)	大安農會酒莊	樣本採樣、訪問酒商品訊息	酒莊地處偏遠不易發覺的巷弄中，只有上班時間開放，應該多增加賣店促銷。

資料來源：本研究整理

## 二、酒類商品包裝樣本編碼

挑選酒類商品的樣本，依標貼為主，針對相同品名的酒商品，若容量不同而標貼相同，只取其一為樣本。若品名相同，標貼不相同，則各自成為獨立樣本。樣本編碼工作完成，如表 7 酒類商品樣本。

表 7 酒類商品樣本

編碼	A-1	A-2	A-3	A-4	A-5
品名	玫瑰淡酒	玫瑰淡酒	真情玫瑰	真情玫瑰	心心相印
容量	(400ml)	(180ml)	(750ml)	(395ml)	(180ml)
編碼	A-6	A-7	B-1	B-2	B-3

品名 容量	百里飄香 (395ml)	迷霧森林 (395ml)	精醇七十 (210ml)	梨醇 (510ml)	梅露 (250ml)
編碼	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5
品名 容量	藏酒米酒 (600ml)	典藏紅葡萄酒 (750ml)	藏酒金棗酒 (400ml)	藏酒梅子酒 (400ml)	藏酒五糧液 (550ml)
編碼	C-6	C-7	C-8	C-9	D-1
品名 容量	藏酒紀念酒 (50ml×5)	漾兒紅 (900ml)	喜狀元 (900ml)	藏酒紅葡萄酒 (750ml)	大頭目窖藏梅 子高粱(600ml)
編碼	D-2	D-3	D-4	D-5	D-6
品名 容量	巴布籐小米 (威士忌)(500ml)	巴布籐小米 (白酒)(500ml)	期待小米長大 (80ml)	期待小米長大 (500ml)	巴布籐小米 (白酒 100ml)
編碼	D-7	D-8	D-9	D-10	D-11
品名 容量	巴布籐小米 (威士忌)(100ml)	迷迭香 (400ml)	玫瑰花 (400ml)	檸檬草 (400ml)	薰衣草 (400ml)
編碼	D-12	D-13	D-14	D-15	D-16
品名 容量	夕顏桑果精釀 (400ml)	月見小米精釀 (400ml)	春光梅舞精釀 (400ml)	秋色淮山精釀 (400ml)	黑豆桑椹酒 (600ml)
編碼	D-17	D-18	D-19	D-20	D-21
品名 容量	桑椹酒 (600ml)	梅子酒 (600ml)	黑糯米酒 (600ml)	小米酒 (600ml)	山藥酒 (600ml)
編碼	D-22	E-1	E-2	F-1	F-2
品名 容量	燃燒·紅麴桑椹 酒(400ml)	上鶴特級紅酒 (750ml)	上鶴特級白葡 萄酒(750ml)	初霧·燒酎 (700ml)	峰之鍛清酒 (300ml)
編碼	F-3	F-4	F-5	F-6	F-7
品名 容量	宮保第紀念酒 (700ml)	初霧(純米吟釀 金標)(700ml)	初霧本釀造 (700ml)	初霧(純米大吟 釀銀標)(700ml)	初霧·吟釀清 酒(700ml)
編碼	F-8	F-9	F-20	F-21	F-22
品名 容量	不染 (700ml)	初霧·生清酒 (300ml)	初霧清酒 (300ml)	初霧·濁酒 (300ml)	宮保第 (700ml)
編碼	F-23	F-24	F-25	G-1	G-2
品名 容量	大花廳 (700ml)	阿罩霧香米燒 酒(700ml)	春秋又八千 (700ml)	鐵軌 (375ml)	鐵道公主 (375ml)
編碼	G-3	G-4	G-5	H-1	H-2
品名 容量	列車長 (375ml)	車埕老站長 (375ml)	時速 300 (370ml)	金香白葡萄酒 (750ml)	冰釀甜酒 (375ml)
編碼	H-3	H-4	H-5	H-6	H-7
品名	特級紅酒	舞月天	萄醉	曼巴甜酒	巴卡斯

容量	(375/750)ml	(375ml)	(375/750)ml	(375ml)	(375ml)
編碼	I-1	I-2	I-3	I-4	I-5
品名	相挺	馬拉桑 11(度)	馬拉桑 12(度)	馬拉桑 52 度	山豬迷路
容量	(260ml)	(100/500)ml	(100/500)ml	(500)ml	(150/600)ml
編碼	I-6	I-7	I-8	I-9	I-10
品名	小米唱歌	長老說話	忘記回家	梅子跳舞	花間醉
容量	(100/600)ml	(100/600)ml	(100/600)ml	(100/600)ml	(600ml)
編碼	I-11	I-12	I-13	I-14	I-15
品名	柔水	狂野	梅花醉	花間醉	柔水
容量	(375/600)ml	(600)ml	(600)ml	(260ml)	(260ml)
編碼	I-16	I-17	I-18	I-19	I-20
品名	忘記回家	12 梅子清酒	12(度)小米酒	11(度)紫蘇 梅酒(260ml)	柔水
容量	(260ml)	(260ml)	(260ml)		(375ml)
編碼	I-21	I-22	I-23	I-24	I-25
品名	狂野	角頭老大	小三	博情郎	大哥的女人
容量	(480ml)	(50ml)	(50ml)	(50ml)	(50ml)
編碼	I-26	I-27	I-28	I-29	I-30
品名	膽小鬼	狠角色	拼命三郎	恰北北	爸來爽
容量	(50ml)	(50/260)ml	(50/260)ml	(50/260)ml	(50/375)ml
編碼	I-31	I-32	I-33	J-1	J-2
品名	辣低油	一起靠杯	歡喜幸福禮盒	豹族 52 度高梁 酒(600ml)	豹族純麥威士 忌(700ml)
容量	(50/375)ml	(50/375)ml	(50ml×4)		
編碼	J-3	J-4	J-5	J-6	J-7
品名	微醺時刻	玉山戀蒸餾梅 酒(375ml)	玉山戀紅葡萄 酒(375ml)	玉山戀純釀梅 酒(375ml)	原野之歌小米 酒(530ml)
容量	(500ml)				
編碼	J-8	J-9	J-10	J-11	J-12
品名	梅酒情	大格格女兒紅	玉酋長白金小 米酒(600ml)	酒仙珍品小米 露(600ml)	橡木典藏陳 年老酒(600ml)
容量	(750ml)	(600ml)			
編碼	J-13	J-14	J-15	K-1	K-2
品名	犀利哥小米酒	黑熊迷露	蜂王三寶小米 酒(600ml)	醉佳情李	典藏情莓
容量	(600ml)	(600ml)		(383ml)	(375ml)
編碼	K-3	K-4	K-5	K-6	L-1
品名	湖莓戀	陶然紅	草莓香甜酒	草莓淡酒	觀海紅酒
容量	(375ml)	(375ml)	(375ml)	(180ml)	(750ml)
編碼	L-2	L-3	L-4	L-5	L-6
品名	挑戰 50	薯燒酎	芋燒酎	九降風白蘭地	安農湧泉梅子 酒(375ml)
容量	(375ml)	(520ml)	(520ml)	(700ml)	

資料來源：本研究整理

### 三、酒類商品包裝樣本初步整理

目前蒐集到的樣本，大部分是由筆者於賣店現場拍攝確定的資料，少部分來源取自酒莊印製商品型錄，原因是酒莊產量受限於相關法規，不能過度生產，以及製酒原料若受天候影響收成較少，則生產的酒數量也不足，因此賣店陳列的酒樣本會無法完全與型錄相同。筆者將十二家酒莊實地拍攝樣本以及酒莊網站的商品資料比對，再加上各家賣店所提供之商品型錄，做比較整理，可因此得到比較正確的結果。

由表 8 十二家酒莊酒類產品樣本初步整理可以得知，酒類商品樣本數約有 130 件，標貼貼在瓶身的有 77 件，標貼直接印在瓶身的有 53 件。

表 8 酒莊酒類產品樣本初步整理

酒莊名稱	商品樣本數	標貼貼在瓶身	印在瓶身
埔里農會酒莊	7	3	4
石圍牆酒莊	3	3	0
樹生酒莊	7	6	1
松鶴酒莊	2	2	0
霧峰農會酒莊	15	14	1
大安農會酒莊	5	5	0
車埕酒莊	5	0	5
玉山酒莊	15	15	0
信義農會酒莊	33	7	26
大湖酒莊	7	7	0
奇萊亞酒莊	22	9	13
藏酒酒莊	9	6	3
整理結果	130	77	53

資料來源：本研究整理

由表 8 酒莊酒類產品樣本初步整理結果得知，標貼貼在瓶身的有 77 件，標貼直接印在瓶身的有 53 件，而在 130 件樣本中，除去不是以玻璃瓶為酒容器的，包含信義酒莊的柔水(375ml)、狂野(480ml)，藏酒酒莊的喜狀元(900ml)漾兒紅(900ml)，這四件樣本為特殊造型，去除後 4 件樣本後，以玻璃瓶為容器的樣本為 126 件。

如表 9 酒莊玻璃瓶裝樣本中酒標貼形式的分類整理在 126 件樣本中，以玻璃亮面的為酒瓶的有 58 件，以玻璃霧面的為酒瓶的有 68 件；而且經由樣本觀察比較，可以得知酒標貼貼在瓶身的，以亮面玻璃瓶居多，有 43 件，貼在霧面玻璃瓶的，則有 34 件。而酒標貼直接印在瓶身的，則以霧面玻璃瓶居多，有 34 件，印在玻璃亮面的，則有 15 件。

表 9 酒莊玻璃瓶裝樣本中酒標貼形式的分類整理

酒莊名稱	商品樣本數	標貼貼在瓶身 (玻璃亮面)	標貼貼在瓶身 (玻璃霧面)	印在瓶身 (玻璃亮面)	印在瓶身 (玻璃霧面)
埔里農會酒莊	7	3		4	
		3	0	0	4

石圍牆酒莊	3	3		0	
		3	0	0	0
樹生酒莊	7	6		1	
		4	2	0	1
松鶴酒莊	2	2		0	
		2	0	0	0
霧峰農會酒莊	15	14		1	
		3	11	0	1
大安農會酒莊	5	5		0	
		3	2	0	0
車埕酒莊	5	0		5	
		0	0	0	5
玉山酒莊	15	15		0	
		11	4	0	0
信義農會酒莊	31	7		24	
		0	7	2	22
大湖酒莊	7	7		0	
		7	0	0	0
奇萊亞酒莊	22	9		13	
		2	7	12	1
藏酒酒莊	7	6		1	
		5	1	1	0
總計	126	77		49	
		43	34	15	34

資料來源：本研究整理

## 第二節酒類暢銷商品風格分析

### 一、訪問賣店人員

酒莊的賣店人員可說是站在銷售的第一線，訪問賣店銷售人員可以得知，包裝設計最受喜愛而暢銷的酒類商品是哪一件，由表 10 酒莊暢銷商品訪問賣店人員的結果中，選取了十二個樣本。

表 10 酒莊暢銷商品訪問賣店人員

對象	時間	工作內容	暢銷酒商品
埔里農會酒莊	(100.9.12)	訪問潘小姐	玫瑰淡酒
石圍牆酒莊	(100.10.9)	訪問巫先生	梨醇
樹生酒莊	(100.10.9)	訪問許小姐	舞月天
松鶴酒莊	(100.10.9)	訪問張先生	上鶴特級紅酒
奇萊亞酒莊	(101.7.27)	訪問黃經理	巴布韶小米威士忌
藏酒酒莊	(101.7.28)	訪問吳小姐	藏酒五糧液

車埕酒莊	(101.09.25)	訪問黃小姐	鐵道公主
信義農會酒莊	(101.06.30)	訪問張先生	梅花醉
玉山酒莊	(101.09.30)	訪問伍小姐	微醺時刻
霧峰農會酒莊	(101.10.04)	訪問林小姐	初霧燒酎
大湖農會酒莊	(101.10.07)	訪問楊小姐	草莓淡酒
大安農會酒莊	(101.10.11)	訪問田先生	九降風白蘭地

資料來源：本研究整理

## 二、暢銷酒樣本整理

將十二家酒莊暢銷酒樣本去背之後，根據本研究編碼後，整理為下表 11 暢銷酒樣本。

表 11 暢銷酒樣本

編號	A-1	B-2	C-5	D-7	E-1	F-7
品名	玫瑰淡酒	梨醇	藏酒五糧液	巴布籐小米	上鶴特級紅酒	初霧吟釀
暢銷樣本						
編號	G-2	H-4	I-13	J-3	K-6	L-5
品名	鐵道公主	舞月天	梅花醉	微醺時刻	草莓淡酒	九降風白蘭地
暢銷樣本						

資料來源：本研究整理

## 第四章、結論與建議

### 一、結論

經由本文之分析探討發現，酒瓶與標貼設計，在酒品包裝設計中，的確發揮很高的視覺應用功能，具體結論如下：

1. 由十二家酒莊酒類產品樣本初步整理可以得知，酒類商品樣本數約有 130 件，標貼貼在瓶身的有 77 件，標貼直接印在瓶身的有 53 件。

2. 經由樣本歸納比較，可以得知標貼貼在瓶身的，以亮面玻璃瓶居多，有 43 件，貼在霧面玻璃瓶的，則有 34 件。而標貼直接印在瓶身的，則以霧面玻璃瓶居多，有 34 件，印在玻璃亮面的，則有 15 件。

3. 經由訪談賣店人員得到酒莊暢銷商品，在 12 件樣本中，可以清楚發現，這些暢銷酒的包裝設計，不但玻璃瓶身造形設計新穎，標貼也比起傳統酒類標貼設計，活潑生動許多。遊客大都是以輕鬆愉快的心情拜訪酒莊，會以購買伴手禮為動機，來參觀比較酒莊陳列的商品，因此，休閒酒莊的酒商品設計應

朝向精品化的目標，以休閒為出發，伴隨以美好的感受，經由酒瓶的瓶形及手感、標貼的圖文設計，刺激消費者視覺的關注與喜愛，引發興趣進而購買酒類商品。

## 二、檢討與建議

1. 酒莊產量受限於相關法規，不能過度生產，以及製酒原料若受天候影響收成較少，則生產的酒數量也不足，偶有形成缺貨情況，若能克服困難，能夠提升酒類商品銷售量。

2. 在賣店採樣過程中，發現十二家酒莊陸續有新的酒品推出，不只有產品推陳出新，也有為舊商品更替新的包裝設計，足見業主對於酒商品包裝設計的重視。

3. 蒐集相關資料過程中，發現多數酒莊網站的產品介紹或網頁設計極少更新，在網路銷售通路，日漸蓬勃發展的今日，網站設計方面競爭力稍顯薄弱，確實可惜，業主若能更重視為佳。

## 參考文獻

### 專書：

余欣蓓、黃淑玲、王銘偉(2008)。台灣伴手禮旅行：體驗玩法 100 種。台北市：墨刻。

吳昭怡(2006)。手感經濟-感覺的時尚。台北市：天下。

姚村雄(2004)。釀造時代-1895 至 1970 台灣酒類標貼設計。台北縣：遠足文化。

段兆麟(2008)。休閒農業·體驗的觀點。台北市：華都。

楊清田(2001)。包裝容器的量感、意象與喜好度之研究。台北市：視傳文化。

楊欣怡(譯)。Marianne R. Klimchuk、Sandra A. Krasovec 著。包裝設計：從概念到銷售造就成功品牌 (Packaging design : successful product branding from concept to shelf)。台北市：五南。

廖志忠(譯)(1996)。金子修也著。包裝設計。台北市：博遠圖書。

鄧成連(1992)。現代包裝設計。台北縣：新形象。

龍冬陽(1983)。商業包裝設計。台北市：檸檬黃文化。

蘇宗雄(1988)。文字造形與文字編排。台北市：檸檬黃文化。

### 電子期刊：

王文良(2008)。推動台灣優質農村酒莊及酒品輔導成果。農政與農情，192。2012 年 7 月 10 日，取 <http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=17672><http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=1>。

陳武雄(2009)。推動精緻農業健康卓越方案。農政與農情，204。2012 年 7 月 10 日，取自 <http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=19572>。

陳祈睿(2011)。精緻農業健康卓越方案推動成果。。農政與農情，225。2012 年 7 月 10 日，取自 <http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=23055>。

曹昌文(2011)。鮮享在地 深耕農業-2012 台灣農漁會百大精品~讚!。農政與農情，234。2012 年 7 月 10 日，取自 <http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=2444794>。

廖麗蘭(2012)。農業好伴手 旅遊帶著走-農業伴手禮開發與推廣結果。農政與農情，237。2012 年 7 月 15 日，取自 <http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=2445345>。

蘇堯銘(2004)。農村酒莊輔導成果與展望。農政與農情，147。2012 年 7 月 5 日，取自 <http://www.coa.gov.tw/view.php?catid=7655>。

### 學位論文：

王梅玲(2009)。國小學童對食品包裝視覺訊息注目性之研究-以飲料與零食為例。台中教育大學美術學系碩士學位班在職進修專班碩士論文。台中市。

陳慶僊(2010)。國內農村酒莊葡萄類消費行為與消費偏好之研究。聖約翰科技大學電機研究所碩士論文。

台灣博碩士論文知識加值系統，098SJSJ1442003。

劉金花(2002)。農村休閒酒莊設置開發及經營策略之研究。台灣大學園藝學研究所碩士論文。台灣博碩士論文知識加值系統，fb120713123408。

網路資料:

郭泰淵(2011，11月25日)。2011 農村酒莊及酒品評鑑成績揭曉。自立晚報。2012年7月15日，取自 [http://www.idn.com.tw/news/news\\_content.php?catid=4&catsid=2&catdid=0&artid=20111125abcd018](http://www.idn.com.tw/news/news_content.php?catid=4&catsid=2&catdid=0&artid=20111125abcd018)