



首頁 > 企業服務

## 2015台北國際包裝設計趨勢研討會 歐亞台多位知名品牌設計菁英與會

[FB](#)
[P](#)
[G+](#)
[D](#)
[V](#)
[Plurk](#)
[T](#)
[Weibo](#)

2015/11/11 | 程鏡明



【記者程鏡明／台北報導】買單，yes or no? 市面產品成千萬種，消費與否僅在厘秒之間，而影響第一感視覺的「商品包裝」更是決勝關鍵！根據市場研究公司Packaged Facts今年9月針對「食品飲料包裝趨勢」報告發現，訴求方便輕巧的包裝深受大眾青睞，而產品資訊完整透明、對環境友善永續性高的綠能環保材質，更是包裝技術核心。由此顯見，在今日社交發達趨流下，產品不單只是滿足物質需要，更同時兼具自我品味及環境認知的內在意涵。因此，如何透過包裝設計強化大眾購買慾，並延續長銷型商品在各世代的生命週期，已是現今永續經營必知行銷戰略及必備戰術，企業格局升級刻不容緩！

日本設計公司BRAVIS首度來台主辦國際知名品牌設計總舵手 獲獎無數包裝思辨大創新 鑑於商品外觀文化越發受到業界看重，國際知名品牌策略設計公司 Bravis International Ltd.自2005年起，在韓國首爾、中國廣州、阿根廷布宜諾斯艾利斯等城市陸續舉辦數屆品牌導入包裝設計之研討活動。BRAVIS於1996年由Mr. Fumi Sasada先生創辦於日本東京，20年來與全球知名企業合作，除日本明治集團及麒麟食品之外，國際策略夥伴更包括韓國農心集團、韓國最大啤酒製造商HITE啤酒以及世界第四大啤酒製造商丹麥嘉士伯...等，而在台合作對象包括食品界標竿統一集團等。

BRAVIS公司自設立以來得獎無數，包括坊間知名乳品品牌如日本明治、丹麥啤酒Chill、統一茗茗茶、韓國辛拉麵、麒麟午後紅茶...等皆是BRAVIS傑出之作，曾榮獲JPC競賽經濟部長獎、BDA Golden Award及日本包裝設計大獎等榮譽，再透過靈活的原創包裝理念，精準的實現客戶品牌精神，為商品注入獨一無二的生命力，也因此成功引領多款商品市場話題，間接帶動整體業績佳績。其中麒麟冰結包裝更同時獲頒PDA黃金人魚獎、日本包裝設計大獎之特別獎，其中獨有的「冰爽感」包裝議題也成功帶起冰結飲品在亞洲地區的銷售熱潮。

BRAVIS近年來積極佈局海外市場，延伸國際服務疆界，除東京總之外，紛紛於美國紐約、瑞士洛桑、阿根廷布宜諾斯艾利斯、韓國首爾、中國上海等歐美亞城市成立分公司或代表處。看好台灣市場，今年更積極在台成立據點，並舉辦首屆「BRAVIS品牌研討會」，廣邀國內產業界與設計界約300名共襄盛舉，並將經典案例如H2O輕量瓶、拉麵道、茶攤手搖風、KISSUI面膜、L'uxpresso 精品咖啡特設專區展示，期能共創跨界新力量！

BRAVIS創辦人Fumi Sasada接受採訪時指出：「台灣設計發展已臻成熟，而眾多中小型企業也正處品牌轉型過渡期，期能藉由研討會彼此激盪，結合品牌策略與包裝設計經驗值，相互提升專業層次，紮根企業深度發展，共同為品牌導入包裝設計策略，開創更多可能性！」

商品包裝決戰關鍵大公開 來自日本、歐洲專家齊聚 引領全球風向球

在台第一屆「2015國際包裝設計趨勢研討會」共邀請包括BRAVIS董事長兼執行長Fumi Sasada、歐洲區代表Nicolas Monnet及日本明治乳業齋藤茂信先生，運用多年來累積的設計內力，分享全球設計視野及發展現況。

Fumi Sasada先生1975年畢業於美國加州大學洛杉磯分校藝術學院設計系，同年進入Landor Associates舊金山總部擔任設計師，1983年任東京分公司副董事長兼創意總監，在1996年正式成立BRAVIS，更於2006~2014間榮膺日本包裝設計協會(JPDA)理事長一職，40年來始終於包裝設計相關領域貢獻所長。鑑於看好台灣市場潛力，Fumi Sasada特將現代包裝全新觀念-『PACKCEPT理論』在台公開發表，無價的經驗交流及授予無非給予在場所有人士極大尊崇及重視。Fumi Sasada運用整合國際間相關設計案例，加乘闡述設計核心價值與精神，分析如何在0.2秒間成功吸引大眾目光，取得銷售制勝之道。

Nicolas Monnet曾於BRAVIS共事一年之久，因工作關係接觸，深深為著迷人、精緻且奧妙的日本民情文化嚮往不已，雖目前擔任知名煙草企業品牌設計總監一職，因先前的合作關係，同時受邀擔任BRAVIS歐洲區代表，充分發揮東西方文情融合驚人之作。針對在台研討會，Nicolas Monnet以歐洲專家觀點觀察包裝設計發展趨勢，並以歐洲品牌行銷導入包裝設計主題，同時導讀切入永續性、環保等方向，值得一提的是，Nicolas Monnet所倡環保包裝理念在現今社會已被負有社會責任企業所吹捧遵循，極具設計人士參考價值。

與Fumi Sasada同樣來自日本的齋藤茂信先生1989年自日本武藏野美術大學畢業後，隨即進入明治乳業公司工作，在進期間廣泛涉獵包裝設計、商業領域、企業品牌、產品開發等範疇，並從2011年起開始擔任明治公司企劃設計部主管一職至今。齋藤茂信以自身企業品牌塑造與包裝設計為例，分享「Meiji Bulgaria Yogurt」成功發跡之史，訴說明治乳業旗下此款產品如何歷經革命性改變，40多年來依舊是市場長銷熱賣商品，真氣歷久不衰。

趨勢X設計的衝擊激盪 台灣設計菁英集思 激盪跨界新思維

活動現場除三位主講者之外，主辦單位特延請國內知名包裝與品牌設計專家與國際大師蒞臨與談，出席人士包括擁有日本武藏野美術大學視覺傳達設計碩士頭銜，同時現任國立台灣藝術大學設計學院的許杏蓉院長，以及作品獲得台灣設計獎金獎、德國iF設計獎、red dot紅點設計獎、Pentawards獎等共計71多項獎座，在業界頗負盛名的知本形象設計公司蔡慧貞總經理，現場藉由多方不吝的傳承及交流，了解全球設計產業間發展差異，更透過眾多設計菁英即席的拋接互動及衝擊，讓台下所有參加者猶如參與一場精彩無比的设计界饗宴，為此一活動劃出高潮不斷的驚嘆火花，同時為台北的這場盛會劃下完美句點！



●圖說：BRAVIS創辦人Mr. Fumi Sasada。圖／業者提供



●圖說：BRAVIS台灣代表高玉麟（左起）、台灣包裝設計協會理事長黃國洲、知本形象設計公司總經理蔡慧貞、BRAVIS董事長兼執行長Fumi Sasada、國立台灣藝術大學設計學院許杏蓉院長、日本明治控股公司業務主管齋藤茂信、BRAVIS歐洲區代表Nicolas Monnet。圖／業者提供

[回上一頁](#)

[スキャン](#) + [クラウド](#) + [専用書庫](#)

文書管理は(クラッシュボックスパック)

まるごと手軽にペーパーレス!

[Cloutch!BOX](#)