

台灣早期火柴盒研究

林品章 孫漢傑

國立台灣工業技術學院工程技術研究所

(收件日期:85年10月16日;接受日期:85年12月9日)

摘要

本研究以田野調查的方式，蒐集了約八百餘個火柴盒，在依火柴盒使用者或收藏者在其上面的記載以及依電話號碼的碼數推算，發現其中以民國50年~64年間的火柴盒較為整齊，乃以此範圍的火柴盒為樣本，加以整理、歸納與分析。

研究結果發現，小小的火柴盒卻透露出豐富的訊息，經把其中比較明顯的現象整理後，可歸納成十項，除了可反應當時設計的技術與風格之外，亦可反應出當時的社會背景。

關鍵詞：火柴盒

一、研究背景

對許多人而言，民國五十年代是一個美好的回憶，為了重溫舊夢，復古式餐廳、跳蚤市場、民藝古玩店，成了現代人的時光隧道。然而在這些店裡的東西並非是價值連城的古董或藝術品，而大多是不登大雅之堂的民生用品，如早期的電影海報、明星照片、舊報紙、廣告、包裝，甚至是非常八股的宣傳標語，但儘管如此，卻仍令人玩味許久。

中國近代由西方傳入火柴製造，故火柴又被稱為「洋火」、「番仔火」（註1）。民國五十年代的台灣，一般家庭尚無瓦斯爐，而打火機的使用也不普遍，因此不論是抽煙或生火起灶，火柴成為人們不可或缺的民生日用品。

由於火柴的使用率很高，除了雜貨店販賣火柴公司製造的火柴外，一般商家也將火柴盒視為廣告宣傳的最佳利器。火柴製造業將原來火柴盒上的標貼換成商家需要的內容，當作商家送給消費者的贈品，當時的消費者拿了火柴盒後都會留下來使用，直到裡頭的火柴用完才會丟掉。因此，廣告火柴的廣告效果比起傳單要好的多，很像現在的廣告面紙一樣，消費者頗能接受。

當時的印刷廠也承製廣告火柴，圖1為「台灣博領士公司」於新年贈送的火柴盒上所印的廣告字，內容為：「閣下您的火柴訂了一兩個月尚無法交貨或設計不理想怎麼辦？請

播電話 20120 立即為您解決」。由此我們可以看出當時火柴盒的供需情形及商家對火柴盒設計的重視程度。

民國五十年代，雖然 C I S 的觀念尚未完備，但在設計上以統一的視覺印象表現的設計策略與考量已經形成（註 2），火柴盒便常是系列性設計中的一項印刷物。因此，火柴盒設計也常被作為學校的課題來實施，而民國 56 年，設計界曾於峨眉街的文星書店二樓「文星藝廊」展出「火柴盒設計展」。由此可見，火柴盒在當時是甚為普遍的設計表現媒體，而其中隱含的許多設計相關訊息，可值得我們加以探討。



圖 1

二、研究的方法與範圍

本研究以田野調查的方式進行火柴盒樣本的蒐集，首先從親朋好友開始，再利用時間至跳蚤市場、民藝古玩的商店查訪，能買的買，可借的借，總共蒐集了大約八百餘個火柴盒。但是，火柴盒上面除了當時的使用者或原收集者有一些年代的記載外，大部分都無法立即斷定其出現的年代，經思考後，乃把線索落在電話號碼上。

為了能從電話號碼上推算出火柴盒的年代，乃將台北、高雄、台南、台中四地的歷年來號碼數加以整理（表 1），經此表比對之後，由於民國 50 年～64 年之間的山柴盒較為整齊，便以此作為研究的樣本，進一步加以整理、歸納及分析探討。

表 1

	民國 40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	
台北																												
高雄																												
台南																												
台中																												

（資料來源：本研究）

被取為研究樣本的山柴盒，並非當時出現之所有的火柴盒，且當時社會上流通的山柴盒到底有多少，也無從得悉，因此，本研究並不企圖以依統計概念從樣本研究結果去推論整體，僅以火柴盒上所呈現的現象作為整理的對象。猶如以「火柴盒說故事」的方式，把

台灣五、六十年代的社會或設計訊息，透過火柴盒歸結成幾項特點。此外，由於這些火柴盒皆以服務業居多，對於反應當時的社會背景與生活條件亦有一定的客觀性與參考價值。

三、研究結果

民國五、六十年代，由於商業攝影、照相打字等尚不進步，且印刷的技術也落後，因此，這一時期的火柴盒均顯現的很不精緻，而從畫面中可知，製作的方式是以徒手包辦文字與圖案的繪製，然後再加以製版印刷而成，從設計上來看，雖然並沒有值得大書特書的地方，但是，小小的火柴盒中所透露的訊息，卻非常的豐富，把他當做為台灣早期設計發展研究的史料之一，並不為過。以下乃把火柴盒中透露的訊息加以整理與敘述。

3-1 火柴盒上的物價

從火柴盒上記載的消費資訊，可以了解當時的物價水平。台北市延平北路的八仙大旅社火柴盒上印著，洗浴休憩（A室）1人20元、2人40元，（B室）1人15元、2人30元，住宿25、30、45、60、80元；台中市成功路美洲大飯店的火柴盒內印著：速簡便餐10元起，喜慶筵席400元起，水果、冷熱飲料3元起，這和現今的消費相比，可瞭解到當時的生活水平。

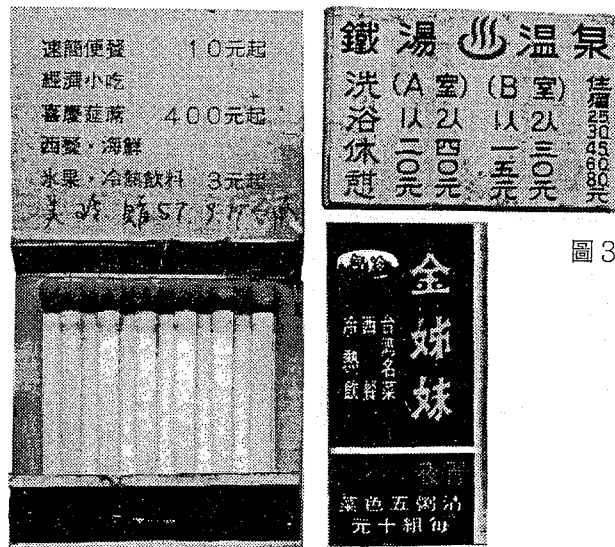


圖2

圖4

圖3

3-2 口號標語

政府爲了要落實政策的宣導，需要製作標語讓國民遵循與接受。而火柴盒上展現的時代軌跡，最有趣的莫過於政治口號的記錄。這些五十年代的舊火柴盒最常印的標語是：「人人保密，人人防諜」、「保密防諜，人人有責」、「公共場所不談國家機密」、「自由中國」、「恭祝總統蔣公華誕」等等。此外還有「推行不二價、人人儲蓄、人人發財，勤儉致富、儲蓄愛國」等鼓勵國民儲蓄及不殺價的標語出現。



圖 5

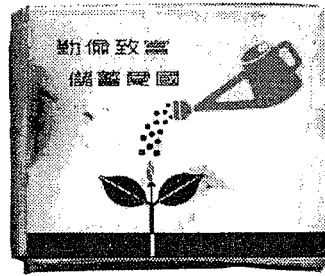


圖 6



圖 7



圖 8



圖 9

3-3 商家的廣告訴求、廣告標語

從五十年代的火柴盒廣告上，商家所使用的廣告訴求及標語，可反應當時社會及經濟的情況。其中餐飲業、旅社最常以「冷氣開放」來招攬顧客，顯然當時冷氣空調並不普遍。

商家對於冷氣設備的自豪，可從圖 1 3、1 4 的兩個火柴盒的標語中發現：賓府大旅社的「標準冷暖氣」、鴻賓大旅社的「全樓國際標準冷氣設備」。



圖 10



圖 11



圖 12

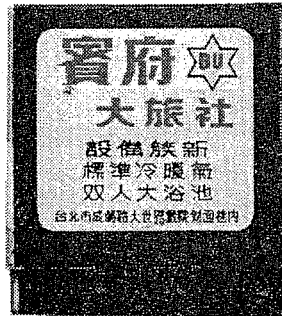


圖 13



圖 14



圖 17



圖 16



圖 15

「冷氣開放」的訴求直到民國六十五年以後便很少出現了，我們可以從高雄市「鳳仙

大飯店」不同時期的火柴盒上發現(圖15~17)，五碼電話的火柴盒都有「冷氣開放」的文字出現，而六碼電話(也就是民國六十五年以後)已經沒有出現「冷氣開放」的廣告訴求。可見民國六十五年以後，冷氣的裝設應已普遍，因此商家不再將它視為招攬顧客的重點了。

在廣告訴求上，火柴盒廣告還常出現「唯一的」、「獨一無二」等用語來標榜該商家是最好、最先進的。如台中有「豪華咖啡餐廳」強調她是「中部唯一綜合餐廳」；「中泰賓館」以雄偉的外觀印在火柴盒上，並且強調是「台灣最大最新唯一綜合豪華設備的國際觀光旅館」；而台南市西門路的「南美咖啡」則強調「本市獨一無二純咖啡，本店採用台北南美咖啡」，表示該店與台北同步流行。

其他的廣告標語，尚有「附設餐廳」、「附設停車場」、「二十四小時營業」、「自動電梯升降」、「電視欣賞」、「訂婚禮餅備有轎車免費送達女家」、「全部音樂套房」...等，這些訴求重點，以現在的觀點看來顯得非常多餘，但在當時有這種設備或服務，對商家而言可說是非常驕傲的了。

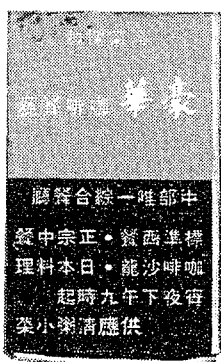


圖 1 8

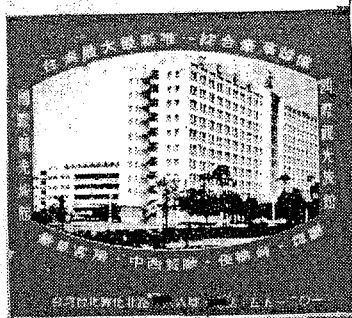


圖 2 0

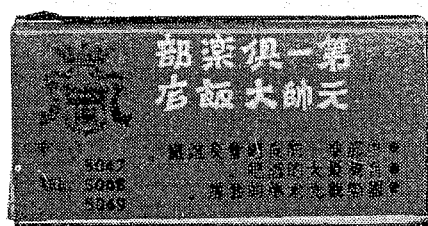


圖 2 1



圖 2 2



圖 2 3

圖 1 9 3 - 4 行業別記號的應用

在火柴盒廣告上也常會出現一些共同的記號，這些記號通常不是屬於該商家的記號，而是代表著行業，或者是該商家的設備。例如溫泉的記號就是代表以溫泉為主的飯店或可說明該飯店有溫泉的設備。



圖 2 4



圖 2 5



圖 2 6

理髮廳有一個代表性的招牌——紅藍白相間斜紋並且可以旋轉的圓筒，因此理髮廳常會將紅藍白相間斜紋印在火柴盒廣告上，使顧客很容易了解它的行業屬性。

代表設備的記號在當時最常出現的就是從上往下滴的「水滴」，它表示該商家有冷氣開放。民國五十年代冷氣設備並不普遍，一般住家很少有人安裝冷氣，因此在炎熱的夏天



圖 27



圖 28



圖 29



圖 30



圖 31

能有冷氣設備的冰果室或外宿於冷氣房的飯店真是一大享受，所以在當時只要有冷氣設備的商家絕對不會忘記在火柴盒上畫上很像冰雪要溶化的水滴圖案。

另外還有音符記號、美女記號等出現在火柴盒廣告上。除了裝飾性之外，亦在說明或暗示營業的性質。

3-5 交通運輸工具的火柴盒

五十年代的國內航運尚未普遍，高速公路也還沒興建，因此火車成了縱貫南北的主要交通工具，而當時鐵路尚未電氣化，速度慢，光是高雄到彰化就得花上六、七個鐘頭，因此台鐵便推出「鐵路餐車」以提供旅客火車上飲食的服務。如台中鐵路飯店的火柴盒（圖 32），一面印著鐵路飯店的廣告，另一面則以彩色相片介紹台鐵的鐵路餐車。

除了火車之外，交通運輸業也常有印製火柴盒做廣告，如「台南客運」提供遊覽車出租，「北港汽車行」、「南峰汽車行」提供計程車的服務。



圖 32

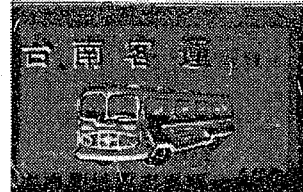


圖 33



圖 35



圖 34

航運業除了「華航」之外，尚有「遠航」及「泛美航空」所印製的火柴盒。其中民國59年的「泛美航空公司」的火柴盒(圖36)，該公司爲了標榜率先使用波音747客機，火柴盒上有一項別開生面的設計，掀開火柴盒後，可以看到一架紙摺的立體泛美客機，精緻的巧思至今仍少見。



圖 3 7

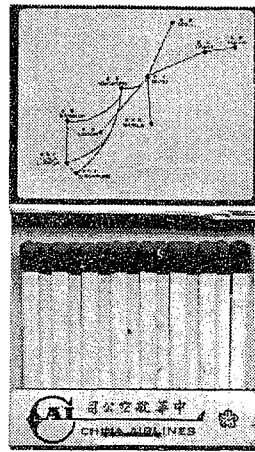


圖 3 8

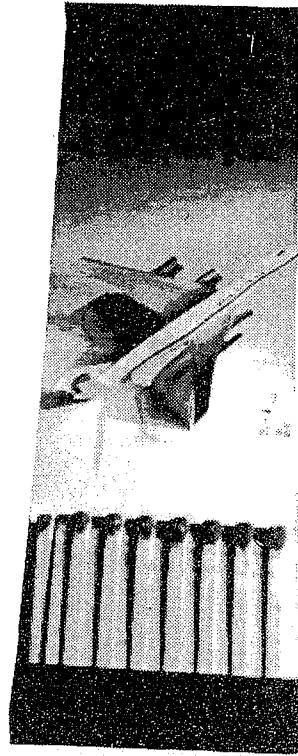


圖 3 6

3-6 有門有腳的電視機

民國五十一年台視正式開播，當時台視裝配出三千架電視機，以每架新台幣四千六百六十元的市價銷售，在不到一個月的時間內完全賣光(註3)。可見電視機在當時是多麼的受歡迎。



圖 3 9



圖 4 0

民國五十年代，電視機成爲家庭生活的重心及商家招徠顧客的賣點，其原因除了它的螢幕凝聚了所有人的視線外，一部份則是因爲它的造形。木製的外框，加上有腳拱著，有門保護螢幕，有鎖防止別人偷看，這些設計讓電視機成爲家中或商家的寶貝。

當時台視每天只播映五個小時，分爲二段：中午十二時至下午一時，下午七時至十一時。節目內容除了每日新聞與氣象報告外，有教育、科學、體育、歌舞、戲劇、魔術、技藝、世界風光、人物訪問等（註4）。

由於電視逐漸普及，遂有電視歌星出現，如陳蘭麗、崔苔菁、鄧麗君…等。而鄧麗君也曾是「白花油」的「慈善小姐」，並被印製在火柴盒上（圖40）。

3-7 體貼的「備忘錄」

紙本火柴盒的內頁，若無其他廣告訊息可印時，通常是印上「銘謝惠顧」或是空白不印，因此常被顧客拿來當作抄電話、計算數目的便條紙，於是體貼的商家便在內頁印上小小的三個字－「備忘錄」。

從圖43用原子筆書寫，且略帶醉意的記載著「安娜235392、226860」的例中便可見「備忘錄」確有其作用。

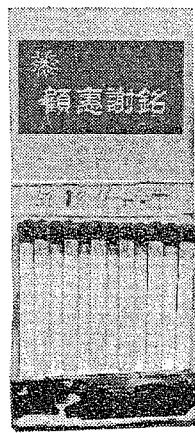


圖 4 1



圖 4 2

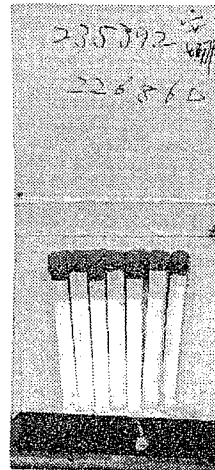


圖 4 3

3-8 西部片的極盛時期

從電影廣告火柴盒中可看見當時的電影文化，一九六六年信華影業公司爲宣傳裘林諾傑馬主演的「虎俠」所印製的火柴盒（圖44），內頁印著「歐美票房雜誌評定四大不朽西部片：一九六三年江湖奇士，一九六四年荒野大鏢客，一九六五年黃昏雙鏢客，一九六六年虎俠。」另外，「決鬥太陽谷」的火柴盒上文宣則爲：「聯合報羅馬航訊『決鬥太陽谷』被義大利電影報列爲一九六六—一九六七年度的最佳西部片，被影評人視爲歐洲影壇難得一見的奇葩！」可知當時正是西部槍戰片的極盛時期。

此外，從其中電影廣告火柴盒上，亦可看到「伊士曼彩色」、「總天然色」等等的宣傳語，今天看來似乎是多餘的，但在當時，可知「彩色電影」是代表電影高水平的品質。



圖 4 4



圖 4 5



圖 4 6



圖 4 7

3-9 火柴盒中看「大」樓

飯館旅店、茶樓酒肆及金融機構的火柴盒，大多以建築物外觀作為主要圖案，其目的除了使顧客能對其外觀加深印象外，同時有炫耀其大樓的意味。在那個年代「樓仔厝」算是有錢人才住得起的房子。此外，為了表現大樓的雄偉，大多採仰角的構圖，唯「大同之家」觀光旅社採俯角構圖（圖52），可能是為了表現該旅社的佔地面積吧。



圖 4 8



圖 4 9



圖 5 0



圖 5 2



圖 5 1

3-10 走過歲月的老品牌

從五十年代的火柴盒上可以找到一些或已消失或仍存在的老品牌、舊商品。如國際牌早期的電扇、電冰箱、白花牌的美國蘋果牙膏、維他露的淇淋西打、勇士牌乾電池電鬚刀、生生皮鞋、公賣局的莒光香煙等等。另有一隻鱷魚咬著小黑人的褲子說「別怕！使用鱷魚蚊香蚊子再多也不在乎！」的鱷魚蚊香，如今鱷魚蚊香仍活躍於商場，只是印有鱷魚咬小黑人的火柴盒已不再出現。



圖 5 3



圖 5 5



圖 5 7

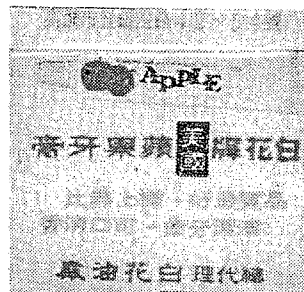


圖 5 6

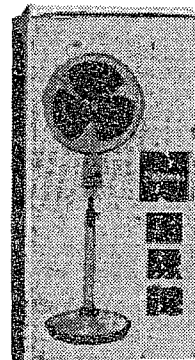


圖 5 8

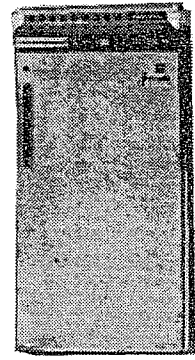


圖 5 9



圖 5 4



圖 6 0

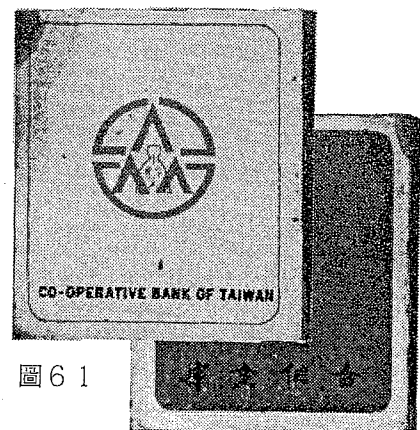


圖 6 1

此外，從這些火柴盒中也可發現早期各品牌使用的商標，有的目前仍在使用的，有的則因實施CIS策略而重新設計，如從合作金庫（圖6 1）當年的火柴盒上，可以找到合庫未經企業識別系統規劃前的商標。

3-11 火柴盒的設計特徵

把這些火柴盒以設計的各项要素——型式、文字、圖案、色彩等加以觀察時，可以發現幾點特徵，茲整理列表如表2。

表2

型式	●火柴盒型式大致可以分成紙盒型及紙本型，紙盒型有各種不同的尺寸，但幾乎皆為長方體型；紙本型乃如圖2、圖10之型式。
文字	●沒有特定常用的字體，黑體字、明體字、書法體、裝飾字等均有使。 ●公司或產品名以裝飾字較，說明性或廣告性文字則以黑體字、明體字較，且大部分為由設計者直接徒手書寫後製版印刷。
圖案	●以具象圖案為最，且為了配合印刷技術，也普遍的使用線畫。 ●幾何圖案、半具象圖案及照片占極少數。
色彩	●沒有特定的色彩，大致以紅色、藍色、綠色、黃色等比較鮮豐的色彩較，少數為無彩色。 ●配合當時的印刷技術，套色表現占大部份，少數照片才使用分色表現。

四、結語

火柴盒一直被認為是不登大雅之堂的小東西，鮮有人做相關的研究與整理，然而麻雀雖小五臟俱全，火柴盒在有限的空間做廣告設計，不但展現了當時代的設計風格與印刷技術，更反應出社會背景。這份研究報告只是台灣火柴盒設計發展的一小部份，期望這份研究報告能引起更多人的興趣與參與。

圖62是目前擁有全省十家連鎖店的「好樂迪量販式KTV」所印製的火柴盒，上頭沒有「冷氣開放」、「自動升降電梯」的文字，更沒有「保密防諜、人人有責」的政治口號，因為它是民國八十年代的火柴盒。然而二、三十年甚至更久以後，當您拿到這個火柴盒的時候，「量販式KTV」這行字或許能勾起您許多的回憶吧！



圖62

五、參考文獻

註1：漢聲雜誌，第41期，封底，民國81年5月。

註2：林品章，「四十年來台灣地區美術發展之研究—美術設計研究」，P102，台灣省立美術館，民國84年12月。

註3：今日世界，258期，P22，民51年12月1日。

註4：同註2。

A Study of match boxes in early Taiwan

Pin-Chang Lin, Han-Chien Sun

Graguade School of Engineering Techonology
National Taiwan Institute of Technology
Taipei, Taiwan, R.O.C.

(Date Received : October 16, 1996 ; Date Accepted : December 9, 1996)

Abstract

Around eight hundred match boxes were collected by field studies conducted for this research. These match boxes were then dated based on contents of the scribbles or number of digits of the telephone numbers printed on these match boxes. The match boxes dated from 1961 to 1975 were found to be more complete and were chosen as the samples for further categorization, induction and analysis.

Althought these match boxes are small in size. But they convey vast amount of imformation. The obesrvations were summarized into ten major findings that concern the technique and style of design, as the social background of the time.

Keyword: Match box