



時尚雜誌封面設計風格之探討

指導老師:蔡進興 老師
研究學生:林靖庭、黃凱翎
王秋閔、陳韋廷

摘要

時尚雜誌，乃為了符合消費者所期望的消費資訊所設計的時尚雜誌，在供需原則中，結合了人、事、時、地、物，藉以創造不同風格類型的雜誌，在消費意識抬頭的時代，甚麼樣風格的雜誌可以吸引消費者購買，甚麼樣的封面設計可以刺激消費者的購買慾望。當前的消費型態是以消費者為主體的時代，現今時尚雜誌有許多種類，消費者所想要找尋的時尚雜誌風格、類型，如何符合消費者的喜好，是雜誌業者需要觀察的地方。本研究以時尚雜誌封面風格為主，蒐集不同的雜誌封面風格製作問卷，針對不同年齡層的消費者進行問卷調查，並以「背景色調」、「封面字體色調」、「封面人物拍攝角度」、「版面留白多寡」、「封面人物姿勢」、「封面人物服裝」、「封面人物髮型」、「封面人物表情」、「封面刊名效果設計」、「封面刊名字型」等變數來設定喜好模式，藉此預期消費者行為與偏好，以謀求最大商業利益。

關鍵字：時尚雜誌、封面設計、風格

壹、緒論

一、研究背景與動機

近來資訊獲取渠道日益增加，時尚雜誌發行方式也由以往書局、報攤、超商等實體通路轉向網路書店。然而，不變的是時尚雜誌是否會吸引讀者消費慾望，雜誌封面占有舉足輕重之地位。本研究探討時尚雜誌封面各種視覺要素與雜誌風格間關係，並對各種雜誌風格作更進一步定義，以作為日後雜誌出版、設計從業人員進行封面設計參考之用。

二、研究目的

- (一) 探討時尚雜誌風格發展和現況。
- (二) 調查讀者對於不同時尚雜誌風格之閱讀習慣。
- (三) 分析不同時尚雜誌風格形成要素並命名其風格。

三、研究流程

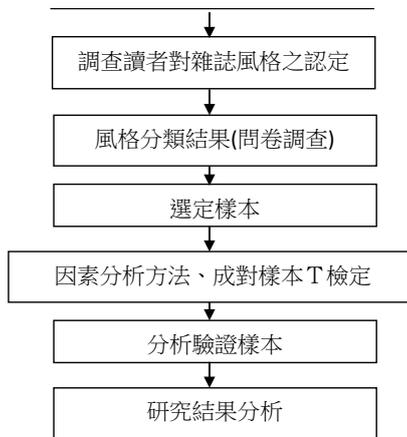
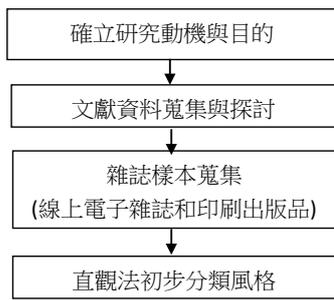


圖 1-1 研究流程圖

四、研究假設

- (一) 不同風格時尚雜誌，封面背景色調並無顯著差異。
- (二) 不同風格時尚雜誌，封面字體色調並無顯著差異。
- (三) 不同風格時尚雜誌，封面人物拍攝角度並無顯著差異。
- (四) 不同風格時尚雜誌，封面留白多寡並無顯著差異。
- (五) 不同風格時尚雜誌，封面人物姿勢並無顯著差異。

- (六) 不同風格時尚雜誌，封面人物服裝並無顯著差異。
- (七) 不同風格時尚雜誌，封面人物髮型並無顯著差異。
- (八) 不同風格時尚雜誌，封面人物表情並無顯著差異。
- (九) 不同風格時尚雜誌，封面刊名效果設計並無顯著差異。
- (十) 不同風格時尚雜誌，封面刊名字型並無顯著差異。
- (十一) 不同時尚雜誌封面風格，讀者閱讀習慣並無顯著差異。

五、名詞解釋與定義

(一) 時尚雜誌

泛指文章內容為高級時裝、配件的定期出版物。時尚雜誌的內容多圍繞著高級時裝的領域打轉，也就是說，當人們提到時尚時，有相當大的比例依然是有關最新的服裝、化裝、服飾配件等資訊。透過款式、色彩或配件的彈性搭換，力求展演來自那些時尚大秀的氛圍與氣味，承襲自秀場或品牌所營造出來的美學氛圍。

(二) 封面設計

圖型、色彩、文字是封面設計的三要素，設計者根據書的不同性質、用途、和讀者。把這三者有效結合起來，從而表現書籍的豐富內涵，並傳遞訊息和美感的形式呈現給讀者。

(三) 風格

會隨著時間而演化，深入人們的環境中，而廣為應用。何謂風格？東吳大學社會學系副教授劉維公認為，風格是人的外顯態度。而曾擔任時尚精品管理者的 Bliss 虹策略品牌顧問公司執行長石靈慧認為，風格是自我的選擇。風格是自我樣貌的選擇，選擇不分好壞，你可以成為「你喜歡的樣子」。

貳、文獻探討

一、時尚雜誌相關理論

(一) 時尚雜誌出版業現況與分類

根據行政院新聞局 2005 年的雜誌出版產業調查報告中顯示，所有出版雜誌中以流行時尚類雜誌最多，在 22 類共 451 本雜誌中，佔了總數的 19.5%。由金石堂年度雜誌銷售統計資料中可知，台灣女性雜誌從 2001 年開始到 2004 年，時尚類雜誌連續四年排名在前三名，相較於其他類型雜誌的衰退或停滯，女性流行時尚類雜誌所佔比例約為五分之一，並且有持續提高的趨勢（張婉珣，2006）。

在各類雜誌中，競爭最激烈的雜誌種類即為流行時尚類雜誌，除了要提供最新的國際流行彩妝、服飾、商品資訊外，為了吸引消費者目光，各家業者無不挖空心思在發行促銷上。女性雜誌對女性而言不僅提供物質情報，更有助於女性的自我實現（黃淑雅、嚴真，1990）。關於女性流行時尚雜誌的市場現況特色為（1）女性雜誌傳閱率高；（2）廣告收入使女性雜誌仍是出版的黃金市場，主要因為傳閱率高，使女性雜誌所獲利潤頗高；（3）不論是國際性或台灣本地的女性雜誌，有特色才能獲得共鳴，內容多為國際性與台灣本地之綜合；（4）強調市場定位、獨特性及品牌特色。

McCracken（1993）將美國的時尚雜誌依不同訴求對象分為七種類型：青少年類、時尚美容類、家庭服務類、事業女性類、民族黨派類、健康運動類、特殊趣味類。

時尚美容類是女性雜誌數量最多、最有力的類別（McCracken 1993，陳淑芬 2000，蔡孟珈，2008）。

台灣時尚雜誌依其編輯內容與來源，整理出下表之類別：國內版（偏向日式可愛甜美風）、國際中文版（全球流行，但本土保有一半自製率）、日文國際版（偏重服裝美容訊息，採直接翻譯）。

二、封面設計探討

(一) 雜誌封面設計功能

根據紐約時代雜誌團體研究發現，消費者平均花五秒中決定是否購買雜誌，所以封面必須快速引起消費者的助益，因此封面是雜誌銷售的主要工具，封面是建立雜誌形象及吸引消費者購買的重要因素，雜誌藉由封面傳達屬性、重要內容提示等訊息，由此得知封面界定雜誌的特性，同時建立閱讀雜誌時適當的氣氛或環境，也可以提供每一期的連貫性。亦可以反應讀者的自我興趣和自我認同，封面必須反映讀者心中理想的形象和需求。

(二) 雜誌封面構成要素

根據文獻指出，雜誌封面構成基本上為圖片和文字的穿插排列，還有各式需條列式標明的本期要目（小標題）。而關於各學者提出的構成要素，都有一套分類方式。整合各學者分析本研究將雜誌封面構成要素分為五大部分：

雜誌封面構成的要素歸納如下：

1. 圖片要素

構成要素定義範圍：插畫或照片的選用，包含向量或點陣式圖樣。

2. 文字要素

構成要素定義範圍：包含標題字體大小、選用字型、作者、出版社標誌…等。

3. 色彩要素



構成要素定義範圍：顏色搭配構成…等。

4. 編排要素

構成要素定義範圍：留白、間距等空間上的平面配置。

5. 印刷要素

構成要素定義範圍：封面選用紙張材質、印刷時使用的方式（上光、上霧膜或亮膜）或其他特殊的設計要素。

李明儒（1998）認為偏好受各種因素影響，其中包含（1）由情感與情緒影響而判斷（2）受機能與重要性所影響（3）暗示對心理有益的影響為特別的類型。消費者在選購商品時已經不再只重視商品本身即功能，很多時候封面設計表現滿足讀者所偏好的風格表現，和讀者對雜誌所期望或的資訊，誘使讀者翻閱雜誌書籍。亦及雜誌的封面設計可反映讀者的自我興趣和認同，封面設計是雜誌的外顯表現，而風格是人的外顯態度。

三、風格分類研究分析

一本雜誌的封面設計中圖片和文字需要配合，感性的版面與知性的版面該與文字如何相輔相成，並進而建立雜誌的風格。任何一個封面設計而言，不論版面上用了多少種素材，其結果總是要回歸到這本雜誌的風格建立。

Schapiro, 1961不同風格的區分來自形式與符號主義習慣所產生的技巧，透過作品形式和特性中可被識別的重複性元素及表現性，風格得以被確立。例如哥德式建築的尖拱、羅馬式的圓拱。元素間的關係及各種關係之前的關聯性形成了形式的特質。「在個人或團體的作品中，風格可以是固定的形式，有時則是固定的元素、特性和表現手法」。

Ackerman認為，「風格的概念在於作品間關係的建立，可能是在同一時期或同一地點製作的，或由相同的個人或團體所完成，風格定義出某種程度的共通性，是可以在某個設計者、某個地點或某個時期的作品中被區分出來的。」

綜合各文獻探討中可發現風格的創造來自一套形式元素、視覺元素組合，設計者運用這些知識去賦予他們所設計的產品具有意圖性的風格。

參、研究方法與步驟

一、研究設計

本研究之問卷設計，針對時尚雜誌封面設計構成要素分析結果並訂定問卷內容，之後再進行線上問卷施測。最後對有效問卷進行統計，以讀者對於時尚雜誌封面設計風格的感受做調查，了解時尚雜誌封面設計風格與視覺設計要素間相關程度統計並分析其結果。

而該問卷由三大構面所組成：

第一部分－基本資料

為受試者之基本資料，包括性別、年齡、學歷和職業，藉以了解時尚雜誌讀之背景。

第二部分－讀者閱讀時尚雜誌封面風格習慣

想探討不同性別、年齡、學歷、職業之讀者，觀看時尚雜誌封面風格之習慣有無差異。

第三部分－雜誌封面風格與視覺設計要素間之關係

藉由不同時尚雜誌封面構成要素，包括背景色調、字體色調、人物拍攝角度、版面留白多寡、人物姿勢、人物服裝、人物髮型、人物表情、刊名效果設計和刊名字型，來探討雜誌封面風格與其關連性。

二、研究架構



圖3-1 研究架構圖

三、研究變項

本研究的各個變項為：

- | | |
|---------|-----------|
| (一) 依變項 | (二) 自變項 |
| Y1：俏麗風格 | X1：背景色調 |
| Y2：性感風格 | X2：字體色調 |
| Y3：前衛風格 | X3：人物拍攝角度 |
| Y4：狂野風格 | X4：版面留白多寡 |
| Y5：街頭風格 | X5：人物姿勢 |
| Y6：浪漫風格 | X6：人物服裝 |
| Y7：典雅風格 | X7：人物髮型 |
| Y8：復古風格 | X8：人物表情 |
| | X9：刊名效果設計 |
| | X10：刊名字型 |

四、問卷設計

本研究主要在探討不同視覺要素所構成雜誌封面

風格，並對讀者所感受之風格進行統整。故而該研究採用問卷作為施測之工具，並對構成時尚雜誌封面之要素如：背景色調、字體色調、人物拍攝角度、版面留白多寡、人物姿勢、人物服裝、人物髮型、人物表情、刊名效果設計及刊名字型。探討於不同變項中時尚雜誌封面風格有無顯著差異並對雜誌風格做更具體定義。

五、受測對象與抽樣方式

本研究選定120位台灣地區時尚雜誌讀者作為受試者，為該問卷施測之母群，進行隨機抽樣。

六、資料收集與分析

一、樣本收集方式

(一) 取樣範圍

蒐集20個於2007年~2011年出刊之雜誌封面作為實驗樣本。並於網路大型書店通路博客來和金石堂所排出每月流行時尚雜誌排行榜作為雜誌樣本取樣來源。

(二) 取樣限制

為利於研究分析考量，所選定雜誌樣本需依不同雜誌封面所具有之要素，進行成對篩選。而每組實驗樣本除了須探討的要素(自變項)會有顯著差異，須排除組成雜誌封面風格所具備的其餘視覺要素。

二、樣本範圍選定

首先樣本挑選由2007年~2011年出刊之時尚雜誌封面，並針對不同研究變項來篩選實驗樣本。其中研究變項共有10項，所選定研究樣本數共20個。

三、資料分析

(一) 數量統計

將所有回收之有效問卷120份經過處理，並將各問卷進行編號，在Windows XP系統附屬應用程式中記事本中輸入數據，再透過 SPSS統計系統軟體(18.0版本)及，進行統計及各項分析處理，以驗證本研究的假設。

(二) 檢定方法

1. 因素(效度)分析
2. 信度分析
3. 敘述性統計
4. 成對樣本T檢定

肆、結果與分析

一、信效度分析

研究正式問卷的信效度分析採用 SPSS18 統計軟體

系統中資料縮減的因子分析法(Factor Analysis)來探討施測結果，從取樣適切性量數 KMO 值判斷該研究是否適合進行因素分析。當 KMO 值越高時，表示變數之間共同因素越多，也就越適合進行因素分析，但當 KMO 值低於 0.5 時，較不適合進行因素分析。本研究的 KMO 值皆 0.7 以上，所以適合進行因素分析。

表4-1 研究量表信效度總整理表

量表	構面	Cronbach's α	KMO 值
封面背景色調	狂野風格	.772	.739
	性感風格		
	復古風格		
	典雅風格		
封面字體色調	前衛風格	.868	.821
	典雅風格		
	復古風格		
	俏麗風格		
封面人物拍攝角度	浪漫風格	.865	.828
	街頭風格		
	典雅風格		
	性感風格		
封面版面留白多寡	浪漫風格	.834	.780
	街頭風格		
	前衛風格		
	俏麗風格		
封面人物姿勢	狂野風格	.876	.806
	復古風格		
	俏麗風格		
封面人物服裝	前衛風格	.882	.809
	浪漫風格		
	典雅風格		
	性感風格		
	俏麗風格		
封面人物髮型	典雅風格	.895	.878
	前衛風格		
	狂野風格		
	俏麗風格		
封面人物表情	典雅風格	.895	.870
	前衛風格		
	俏麗風格		

封面人物髮型	典雅風格	.895	.878
	前衛風格		
	狂野風格		
	偽麗風格		
封面人物表情	典雅風格	.895	.870
	前衛風格		
	偽麗風格		
	偽麗風格		

本研究以採用內部信度的指標 Cronbach's Alpha 值來檢測問卷內容的信度，Cronbach's Alpha 值越高代表問卷信度越高，這也表示量表越穩定。經由 SPSS 統計軟體系統（18.0 版本）的信度分析後，問卷十個量表中各個分量表的 α 值介於 .7-.9 中，符合量表信度的要求。

二、敘述性統計分析

（一）基本資料

表4-2 研究量表信效度總整理表

項次	項目	類別	次數	百分比
1	性別	男	37	30.8%
		女	83	69.2%
2	年齡	未滿 18 歲	1	0.8%
		18-22 歲	11	9.2%
		23-35 歲	97	80.8
		35 歲以上	11	9.2%
3	學歷	高中職	18	15.0%
		大學(專)	85	70.8%
		研究所以上	17	14.2%
4	從事行業別	服務類	36	30.0%
		軍警消類	2	1.7%
		金融事業類	8	6.7%
		學術 / 教育類	9	7.5%
		傳播藝術 / 設計類	17	14.2%
		文字 / 傳播工作類	4	3.3%
		學生	16	13.3%
		其他	28	23.3%

（二）讀者閱讀習慣與認知

藉由下方表格和長方圖可清楚了解，時尚雜誌封面設計中，所影響雜誌讀者閱讀習慣可分述以下幾點：

1. 觀看雜誌慾望：

對於時尚雜誌封面風格設計是否會影響讀者觀看慾望中，受測者中多數是表示非常同意的，可見時尚

雜誌封面風格設計對讀者具有一定程度影響。

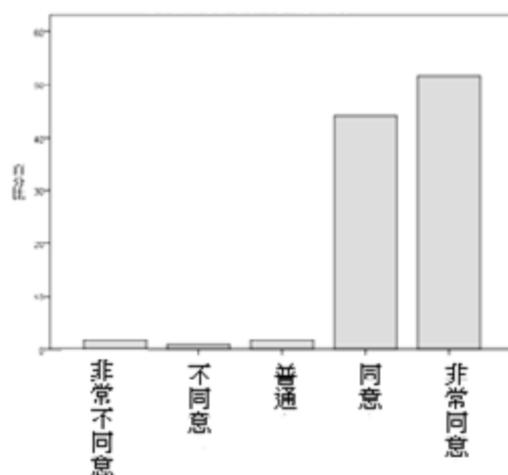


圖4-1 讀者閱讀時尚雜誌封面習慣次數分配表-「時尚雜誌封面風格設計會影響我的觀看慾望」

2. 觀看雜誌類型：

讀者對於時尚雜誌風格觀看偏好中，受測者中多數是表示其觀看時尚雜誌封面風格經常是同類型的，可得知時尚雜誌封面風格對讀者觀看偏好有占有一定程度影響。

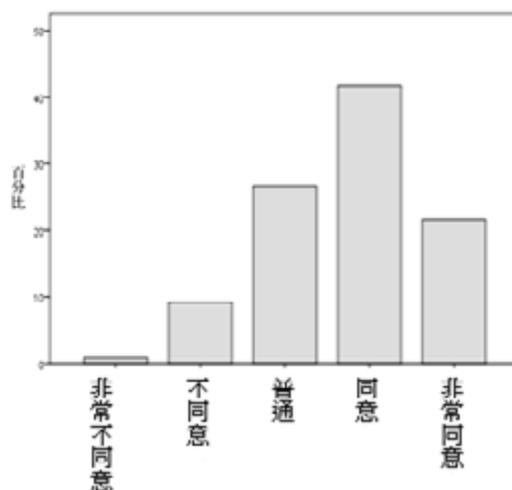


圖4-2 讀者閱讀時尚雜誌封面風格習慣次數分配表-「觀看時尚雜誌封面風格經常是同類型的」

3. 購買雜誌類型：

讀者對於時尚雜誌風格購買偏好中，受測者中多數表示看到時尚雜誌封面風格是我喜歡的，會有想購買的衝動。可得知時尚雜誌封面風格對讀者購買慾望有一定程度影響。

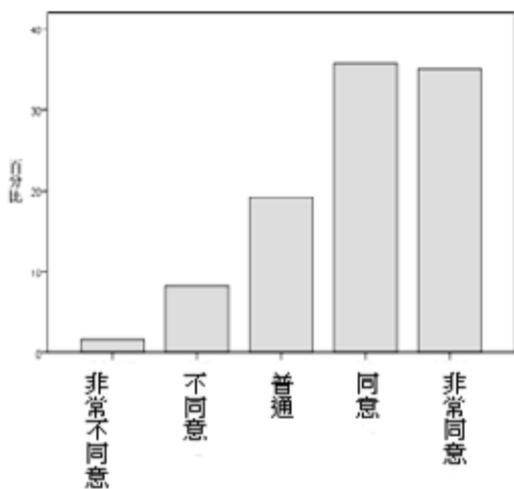


圖4-3 讀者閱讀時尚雜誌封面風格習慣次數分配表-「看到時尚雜誌封面風格是我喜歡的會有想購買的衝動」

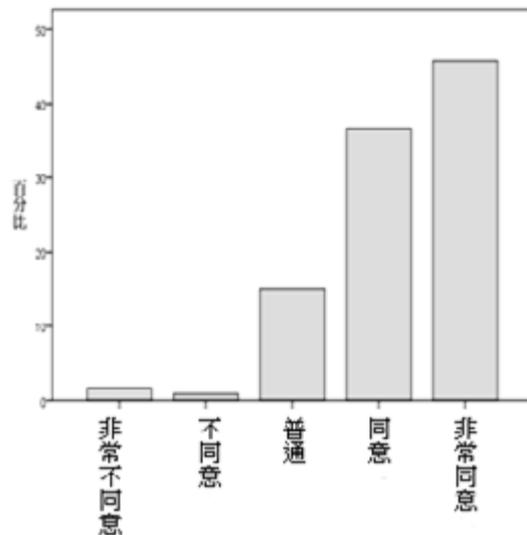


圖4-5 讀者閱讀時尚雜誌封面風格習慣次數分配表-「時尚雜誌風格越鮮明會更加吸引我去觀看」

4. 雜誌封面風格重要性：

讀者對於時尚雜誌風格認知中，大部分受測者認為時尚雜誌封面風格在雜誌中占很重要的份量。可得知雜誌封面風格設計，在時尚雜誌中具有決定性的影響。

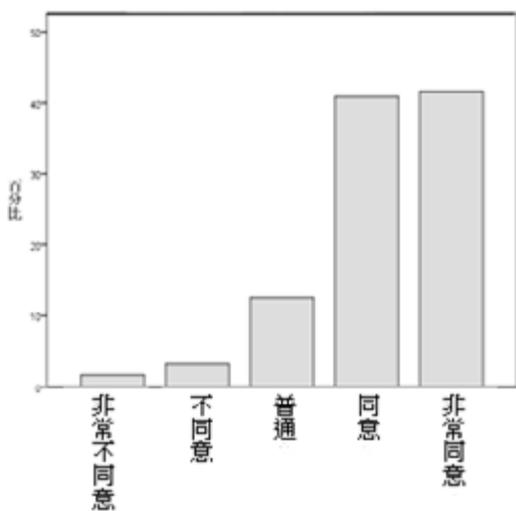


圖4-4 讀者閱讀時尚雜誌封面風格習慣次數分配表-「我認為時尚雜誌封面風格在雜誌中占很重要的份量」

5. 雜誌封面風格鮮明度：

讀者對於時尚雜誌風格認知中，大部分受測者認為時尚雜誌風格越鮮明會更加吸引其觀看。可得知雜誌封面風格鮮明程度愈高，會更加吸引讀者去觀看時尚雜誌。

6. 雜誌封面風格對比：

讀者對於時尚雜誌風格認知中，大部分受測者對於顏色強烈對比的時尚雜誌封面，喜好觀看程度為普通。可得知雜誌封面顏色對比程度，對於讀者觀看時尚雜誌的影響程度不大。

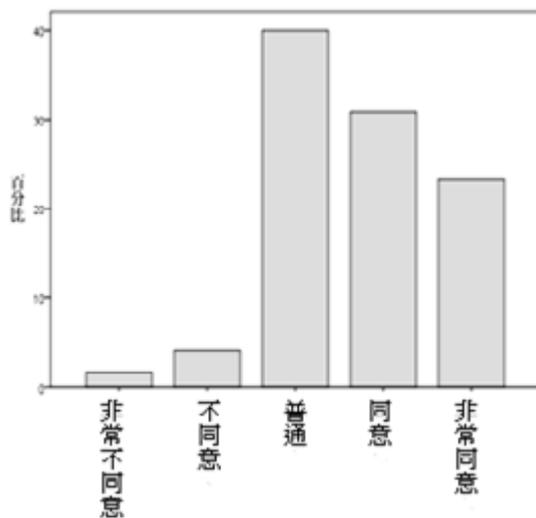


圖4-6 讀者閱讀時尚雜誌封面風格習慣次數分配表-「喜歡看顏色強烈對比的時尚雜誌封面」

7. 雜誌封面人物：

讀者對於時尚雜誌風格認知中，大部分受測者觀看時尚雜誌時會特別注意封面人物。可得知雜誌封面人物，對於讀者觀看時尚雜誌具有一定程度影響程度。

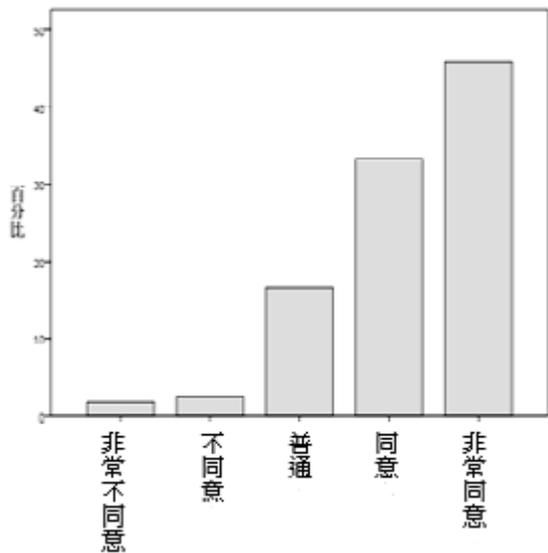


圖4-7 讀者閱讀時尚雜誌封面風格習慣次數分配表-「我觀看時尚雜誌時會特別注意封面人物」

三、成對樣本t考驗

本研究利用SPSS 18.0統計軟體檢定進行成對樣本t考驗。

伍、結論與建議

一、結論

藉由研究問卷結果分析，了解時尚雜誌封面風格設計會影響消費者的觀看慾望，且時尚雜誌封面風格若是消費者喜歡的，亦會提高購買慾望。而時尚雜誌封面人物也會影響消費者的喜好。

將雜誌封面風格整理後，將風格分類並命名為「俏麗風格」、「性感風格」、「前衛風格」、「狂野風格」、「街頭風格」、「浪漫風格」、「典雅風格」、「復古風格」；將風格設計元素分類並命名為「背景色調」、「字體色調」、「人物拍攝角度」、「版面留白多寡」、「人物姿勢」、「人物服裝」、「人物髮型」、「人物表情」、「刊名效果設計」、「刊名字型」。

以下列出八種時尚雜誌風格的封面構成要素，其中排除無顯著差異視覺要素，留白多寡和人物表情。

(一) 俏麗風格

封面設計上可以在背景色調上挑選冷色調，而字體色調則為暖色調，人物選擇全身照，整體上看起來封面表現較為明亮，讓整個設計版面對比顯著，以此凸顯俏麗風格的特色。

(二) 性感風格

封面人物可以採用半身的圖片，人物表情不用特別強調，但須搭配時髦性感的服裝，並且人物須正面

表現，整體設計色調微暖色調，始能表現性感風格。

(三) 前衛風格

封面整體設計偏向暖色調較能顯現前衛風格，人物不需特別的表情，但是身體為全身、正面，並挑選性趕時髦的服裝去表現風格之設計。

(四) 狂野風格

分析結果及設計要素與「前衛風格」大致上相同。除了人物拍攝角度無顯著差異。

(五) 街頭風格

封面背景色調不需特別強調，但字體色調以暖色調為佳，拍攝人物以短直髮可以強調街頭風格的特色。版面部分的留白不造成影響風格之因素，但文字可選擇框飾符號。

(六) 浪漫風格

不強調人物表情，表現特色為長捲髮的髮型、性感時髦的服裝，人物表現為半身、側面，版面色調以冷色調為主，整體表現可以強調明亮感。

(七) 典雅風格

結果與「浪漫風格」相似，但人物服裝不影響風格表現，而人物表情呈現微笑，刊名效果設計反白表現其特色。

(八) 復古風格

雜誌封面人物表情以微笑為主，其他表現如髮型為短直髮、服裝為典雅懷舊；身體表現為半身、側面為佳，整體封面色調表現為冷色調，刊名效果設計反白來強調復古表徵特色。

二、建議

(一) 本研究風格之定義為蒐集不同年齡層的消費者來進行風格定義，因此建議後續研究者可以透過專業人士來定義風格內涵及名稱。

(二) 本研究蒐集許多不同的雜誌風格作探討，建議可針對單一雜誌不同時期的風格去做研究探討。

(三) 本研究單純探討時尚雜誌封面之風格，建議後續研究者可以詳細針對某年齡族群的消費者對於某品牌的忠誠度做研究。

參考文獻

1. 朱珍儀、蔡宜霖、林亞蓓、吳家綾、蘇庭卉（2009）。《女性時尚雜誌封面的視覺分析以《裝苑》為例》。國立台灣藝術大學2009圖文傳播藝術學報。
2. 林千滿（2007）。《台灣女性時尚雜誌封面視覺設計之研究》。銘傳大學設計管理研究所碩士論文。
3. 張淑麗（1994）。《解構與建構之後:女性雜誌、女性主義與大眾文化研究》。《中外文學》。23(2): 110-125。
4. 陳怡岑（2008）。《書籍裝幀設計與讀者偏好關係之研究-以文學類書籍為例》。銘傳大學設計管理研究所碩士論文。
5. 陳啟健（2009）。《時尚、影像、美的幻影：從時尚中介看當代美學的產製》。世新大學新聞研究所碩士班碩士論文。
6. 黃仁傑（1995）。《雜誌封面視覺形象之研究》。國立台灣科技大學工程技術碩士論文。
7. 黃奕華（2007）。《女性流行時尚雜誌封面感性意象之研究》。國立雲林科技大學視覺傳達設計系碩士論文。
8. 黃淑屏、李育菁、方薇婷、李思萱、林怡岑（2009）。《讀者在即將發行書籍封面構成要素與購買意願之研究》。國立台灣藝術大學2009圖文傳播藝術學報。
9. 劉宛育（2006）。《建築風格便是觀點的轉換-數位風格的浮現》。國立交通大學建築研究所碩士論文。
10. 蔡孟珈（2008）。《台灣女性時尚雜誌內容、發展與現況研究》。世新大學圖文傳播暨數位出版所。
11. 戴秀釗（1998）。《探討近年來台灣女性雜誌的發展現況及未來走向》。《印藝學報》第一期。p149。
12. 2011出版年鑒<http://info.gio.gov.tw/Yearbook/100/c3.html>
13. <http://info.gio.gov.tw/public/Attachment/651514524829.pdf>
14. 中華百科全書<http://ap6.pccu.edu.tw/encyclopedia/data.asp?id=6862&nowpage=1>
15. 知新數位月刊http://openpaper.nat.gov.tw/epaper/org_new/11/11_8_12.htm
16. 國際中文版女性雜誌「在地化」策略研究 從「在地切割」與「在地重組」的觀點出發 http://ccs.nccu.edu.tw/UPLOAD_FILES/HISTORY_PAPER_FILES/1159_1.pdf
17. 第四章台灣雜誌出版業發展現況
18. 博客來網路書店<http://www.books.com.tw/>