

投稿類別：藝術類

篇名：

踏入台灣專輯包裝的世界－新生代設計師聶永真

作者：

謝宜庭。景文高中。廣三 1 班

指導老師：

王安群老師

壹●前言

所謂一張成功的專輯，不止侷限於內在音樂的質感，也包含了外在包裝給予人的第一印象。從蔡依林到田馥甄，林宥嘉到李宗盛，不管是哪一年代的歌手，聶永真便是這些藝人背後共同擁有的名字。

一、研究動機

親自蒞臨一趟唱片行，琳瑯滿目的影音商品，各種的包裝方式和多元的表現色彩。人們記憶中一張令人深刻的專輯唱片除了蘊含了歌手的實力，也包括了外在的視覺設計帶給人的感受。

常常聽見有人說：「設計是感性的。」，設計人透過一張專輯裡的曲目，構思編輯出最適合詮釋這張唱片的畫面。而台灣設計師－聶永真，透過自己的想法來表現出許許多多令人印象深刻的專輯包裝，讓就讀相關科系的我對他有著高度的崇拜，希望藉由這次的機會更加了解這位新生代設計師的思維。

二、研究目的

我想一位成功設計師，最重要的就是擁有自己的想法與熱忱。

聶永真：「人生快不快樂，更重要。」(註 4)因為設計是他喜歡做的事，所以一直以來都抱持著一定的熱度去面對自己接下的每一件案子。

每當看見他的作品，第一個聯想的就是聶永真本人。風格純淨俐落，卻詮釋出了作品的價值，也不會因此迷失了自己的個人特質。我想學習聶永真的精神與思維，把想法和情感融入作品，透過自己的風格，讓一個畫面成為有意義、有價值的傳達給這個世界。

三、研究大綱

- (一) 關於聶永真(Aaron Nieh)
- (二) 現今成就的啟發
- (三) 聶永真的唱片包裝作品
- (四) 創作風格與獨特思維

貳●正文

一、 關於聶永真



圖 1-1、1-2，聶永真

聶永真(Aaron Nieh, 1977-), 獅子座, 臺灣平面設計師, 大型設計賽事多次得主與評審。臺灣科技大學商業設計系畢, 臺灣藝大應用媒體藝術所肄。為 AGI(Alliance Graphique Internationale 國際平面設計聯盟)首位台灣會員。

永真急制 workshop 負責人, 曾任誠品書店特約文案。現為洛杉磯十八街藝術中心駐村藝術家、德國 Hesign 編集全球百間《Small Studios》、APD (Asia Pacific Design)、東京 TDC (Type Director Club) 收錄、國際平面設計聯盟 (AGI) 會員 (2012)、德國紅點傳達設計獎國際評審 (2013)。

作品主要範圍落點在唱片包裝、書籍裝禎; 其他設計領域涵括海報文宣、商品設計等, 兼從出版品企劃主編。屢與兩廳院和金馬影展合作。

專輯設計－獲獎紀錄	
2010年6月26日	以林宥嘉《感官/世界》第21屆金曲獎最佳專輯包裝獎
2010年	以林宥嘉《感官/世界》榮獲德國 iF 設計獎
2011年	以林宥嘉《美妙生活》榮獲德國紅點傳達設計獎
2014年6月28日	以李宗盛《山丘》(精裝版)第25屆金曲獎最佳專輯包裝獎

(註 1)

二、專輯設計生涯的開端

二〇〇三年，張小燕欽點聶永真設計歌手范逸臣的新專輯《信仰愛情》，那是他設計的第一張正專輯，之後被阿爾發音樂看中，邀請他去設計周杰倫的《葉惠美》。(註 2)在這之後，聶永真的專輯設計職涯便開啟了一道明亮的道路，許多藝人的唱片設計紛紛找上他操刀。

三、聶永真的專輯設計作品



圖 1-3，2009 林宥嘉-感官/世界

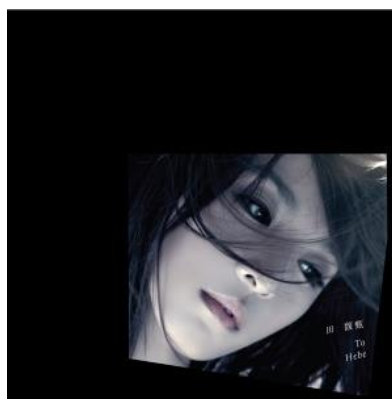


圖 1-4，2010 田馥甄-To Hebe



圖 1-5，2011 林宥嘉-美妙生活



圖 1-6，2011 張惠妹-你在看我嗎



圖 1-7，2012 曹格-SENSATION JAZZ

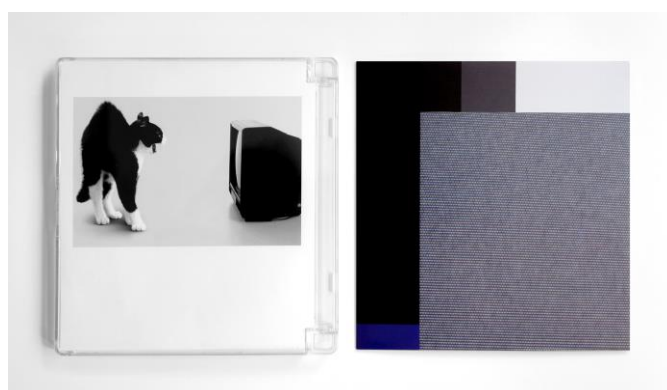


圖 1-8，2012 曹格-荷里活的動物園

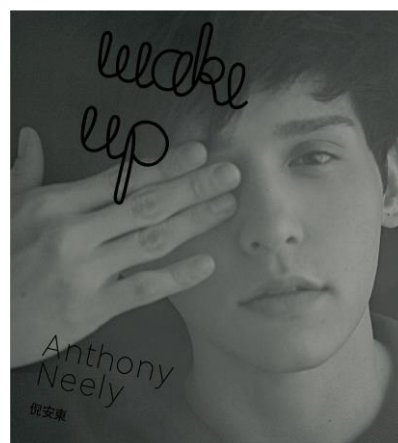


圖 1-9，2012 倪安東-Wake up

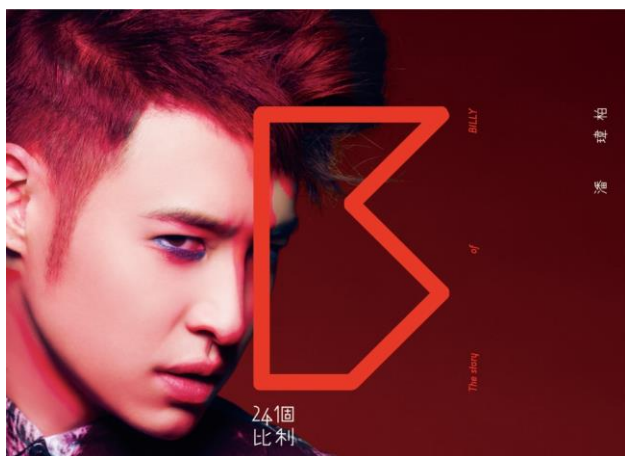


圖 1-10，2012 潘瑋柏-24 個比例



圖 1-11，2012 林宥嘉-大小說家

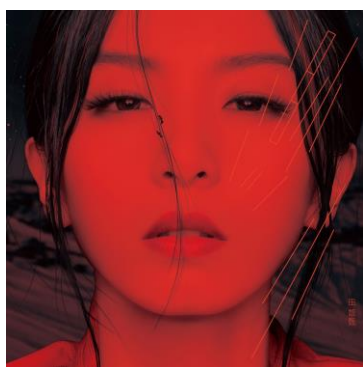


圖 1-12，2013 田馥甄-渺小



圖 1-13，2013 陶喆-再見你好嗎 Hello Goodbye



圖 1-14，2013 李宗盛-山丘(精裝版)

四、創作風格與獨特思維

細說設計，注重挖掘歌手個人特質。



圖1-15曹格 Sensation 樂團《Project Sensation Jazz》

這一張專輯封面就完全不是以歌手照片為主。小男孩的臉應該是很白嫩的，但我加了幾道傷口，有種違和與唐突的感覺，看到就會覺得痛，符合 Sensation「感知」的意思。(註 3)



圖 1-16 李宗盛《山丘》精裝版

聶永真以卡帶的 Demo，用音樂載體的改變來表達〈山丘〉歌詞中時間生命流逝的概念。而精裝版是有限數量的，每一份的木盒上都有流水編號的鉛字，因為鉛字曾經是印刷的主要媒介，再一次的傳達了時間流逝的概念。



圖 1-17 林宥嘉《感官/世界》

《感官/世界》「整張專輯設計從頭到尾林宥嘉的照片都是放在右手邊，是無聲、柔軟、靜止的，左手邊都是不友善的、產生噪音的圖像，例如暴風雨、煙火、喇叭，雖然只是放影像，但是看到那些圖片，我們彷彿就能聽到那些聲音。」以圖像的比對和矛盾呈現出感官的複雜性。(註 3)



圖 1-18 林宥嘉《美妙生活》

完全走不一樣的風格，比較花、對比比較重，與攝影師編號 223 合作，他說：「我寫了很多攝影筆記給攝影師，例如林宥嘉在一台公車上騎腳踏車、外套正穿著林宥嘉等一些不 make sense 的事情，來呈現出『生活其實不美妙。』」(註 3)



圖 1-19 林宥嘉《大小說家》

「很文青」，這一次則希望將他塑造得有「明星味」，像港星的感覺，並找來香港攝影師掌鏡。又以假的報紙、假的內文來呈現 fiction 的意義。(註 3)

參●結論

聶永真以自己的獨特思維，用與眾不同的方式來詮釋每一張專輯的意義，賦予了它們新的價值。他一項清楚自己的優勢，也對專輯設計這個工作始終抱持著熱情，他認為：「負責就是誠實面對自己，秉持初衷把你想做的任何事完成，重點是做任何事都要有始有終完成。」(註 4)沒有感覺的工作他不接，面對每一項自己所接下的案子，就代表著他知道自己有能力做好它，也絕對會負責到底。

從一開始入行到現在，聶永真至始至終都抱持著一顆謙虛的心，35 歲入選為 AGI (Alliance Graphique Internationale) 瑞士國際平面設計聯盟會員的他並不會就此把這件事蹟當成終點，反而當成了一個轉捩點，繼續的踏步向前，讓自己更加的成熟。

他帶給了我我選擇這條路的勇氣，一開始的我是透過林宥嘉《感官/世界》的專輯封面而開始了解他，當時我只是個就讀相關科系的新鮮人，什麼都不懂，但我夢想成為他的十分之一就好，追蹤了他的臉書、翻看他的報導後發現，他是一個極具想法和個人風格的設計人，而且對自己的行業有著高度熱忱，就算再辛苦常常以熬夜過完一天的結尾，也會負責任的把作品做到最好的狀態。

現在的他「聶永真」三個字就像成了知名品牌的保證，只要自他操刀的作品沒有一項不獲得好評，他的作品想法很前衛，簡單的線條卻能夠勾勒出極大的意義，他對自己有足夠的自信卻又不過分，充分的表現出自己的優點，懂得行銷自己讓大眾接受漢欽佩。

我想學習他的精神和熱忱，找到自己喜歡做的事情，並抱持著熱忱好好的對

待它，就算有了成就也不該忘記當時為什麼想要做這件事的初心，好好的對待自己接下的每一個任務，就是負責和熱情的表現。

肆●引註資料

書籍文章：

註 1：維基百科-聶永真

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%81%B6%E6%B0%B8%E7%9C%9F#.E8.91.97.E5.90.8D.E4.BD.9C.E5.93.81>

註 2：2011/04/13 天下雜誌 431 期 文/馬岳琳

<http://m.cw.com.tw/article/article.action?id=5001077>

註 3：2014/09/12 自轉星球文化 文/聶永真

<http://www.biosmonthly.com/contactd.php?id=5140>

註 4：2010/05 Cheers 雜誌 116 期 文/王曉晴

<http://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5021929&page=2>

2014 《#tag 沒有代表》(精裝版)

黑秀人物 101 聶永真 文/吳秋瓊

<http://www.heyshow.com/heyguydetail.asp?id=181>

圖片來源：

圖 1-1，1-2

2014/09/09 KKBOX 音樂大人物，聶永真的句真心話

<http://www.kkbox.com/tw/tc/column/interviews-0-499-1.html>

圖 1-3，1-5，1-7，1-8，1-11，1-14，1-15，1-16，1-17，1-18，1-19

<http://www.heyshow.com/heyguydetail.asp?id=181>

(黑秀人物 101 聶永真 文/吳秋瓊)

圖 1-4，1-6，1-9，1-10，1-12，1-13

http://www.books.com.tw/CD/?loc=subject_main_001 (博客來音樂館)