



# 新竹 視覺傳達設計

都  
城  
廟

陳柏儒

陳威翔

陳全福

王靖淳

班級：視傳 2A

指導老師：范銀霞 王曉今

# 前言

## 設計動機

城隍廟是大家廣為熟知的廟宇，大眾所認知的城隍廟對於民眾只有名稱上的熟知，而無法理解城隍廟所擁有的歷史與淵源。

## 設計目的

我們發現到不論是新竹城隍廟的地方系統還是文創設計的衍生數量稀少且不成熟，以城隍廟為中而讓周邊環境形成在地文化，隨著時代不斷推進，在地廟宇始終如一，雖然有著口碑香火薪傳卻不達一個完善的視覺規劃。

## 設計重點

借此計畫來改善城隍廟的視覺以及內部的導覽和歷史的呈現，讓大眾能夠有更清晰的認識。

# 規劃流程

主題確立

調查內容擬定

廟宇資料蒐集

實際探訪調查

分析廟宇地點  
神像位置

廟宇內部問題  
整理

廟宇視覺元素  
蒐集

外界認知狀況  
調查

考量導覽圖  
規劃

廟宇內部問題  
處理方案

廟宇視覺元素  
構想草圖

外界認知狀況  
蒐集分析

資料統整/發展確立

視覺設計規劃/基本系統設計

發表設計與行銷設計物

# 實地探訪



海報文宣的視覺不統一造成混淆的呈現，須另外設計海報的設置處。



許多廟宇中的注意事項及提醒事項都是隨意拼貼，須要更完整統一的擺設框架或是麗牌標示更甚是簡單DM等。



廁所的標示只能從長廊的一頭看見，但另外一側看不清處。



指標除上述之缺外，更甚大小版型不一致，未經過加工，而顯格外粗糙。

# 實地探訪



指標與告示皆是講求便利與隨意擺設。



其實除了老一輩或常來的信眾會熟知位置，標示不清，處於寺廟的暗處看不清楚。



圖過於淺顯，且平面展試圖仍有其極限，若能改採半俯視圖的方視更佳。

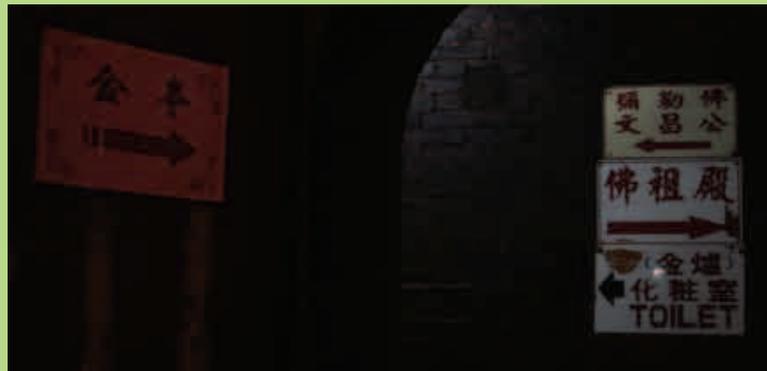
# 指標系統與說明



雖然告示燈十分明亮卻稍顯過於刺眼，在整體昏暗的廟宇中反而不能清晰辨視。



雖在告示指標旁都有燈光指引，但用白光燈管可是大打折扣，無法進行有效的照明，若以溫暖的黃光進行照明。



廟宇內部燈光昏暗，經常有辨視不清的情形，且單純具功能性的指標顯得格外醜陋，若能結合廟宇本身的文化和設計，可達到設計美觀的目的。

## 總結

廟宇內部的導覽指示老舊，燈光昏暗，單純具功能性但是缺乏了設計和美觀上的結合，指示上也不夠的明確。

# LOGO說明與解析

整體運用竹子圍繞而成，但除了寺廟在新竹外沒有其他關連性，也看不出與城隍廟有何關連。

用色鮮艷搶眼，但缺乏質感，年輕人恐怕會望之卻步。



以LOGO的角度來看這個字與圖的結合，稍嫌複雜了一點，都字的運用則有點乏味。

## 總結

以象徵新竹的竹子以及都字來作為LOGO，設計上不置於過度複雜且有著一定的辯視度，但配色及設計上都有些過於傳統及缺乏創意，缺乏與城隍廟的相關性，希望能更句有屬於自身的特色及文化質感以便於更有效地傳播寺廟文化及城隍廟。



### 艋舺龍山寺LOGO

龍山寺的LOGO相當有質感，但是做為一個LOGO來說複雜性太高了，簡約的LOGO才能符合和標誌的效益。



### 北港朝天宮

朝天宮的LOGO主要以文字呈現，但是以LOGO而言辨識度是恐怕不夠的，若是外國人可能就完全無法分辨。



### 南鯤鯓代天府

這個LOGO符合了簡單以及辨識度兩項特性，但是卻無法讓人將此LOGO與寺廟做出聯想，也是相當可惜的。



### 竹蓮寺

相當有中國傳統風味的設計，但是過於複雜，字體上的設計辨識度不高而且毫無創意可言，作為LOGO恐怕是不適合的。



### 長和水仙宮

長和水仙宮的LOGO是以簡單的色塊所構成的，但是在是過於單調，無法吸引人的注目，也沒有創意元素。

# 城隍廟網站視覺分析

## 總結

城隍廟的網站雖然淺顯易懂在資訊尋找上沒有過大的困難，但整體網站上的設計與美感卻略顯不足，不僅活動上沒有更新，恐怕網站本身的版型也從沒有變動。

整體用色相當搶眼，但是沒有經過詳細規劃的配色卻反倒失了應有的質感。



網站上並不適合使用標楷體，字體既小又擠相當難已看清楚。

右側的活動訊息都以相當久遠了，若要好好經營網站更應該級時更新資訊。



## 龍山寺

龍山寺的網站十分精簡有質感，有一種文化的氣息卻又不致於顯得過於老氣這不僅是個成功好的形象設計，又可以吸引年輕一代族群去深入了解傳統文化。



## 觀音寺

相較於龍山寺在網站上運用的營造氣氛手法，觀音寺則是開門見山地用寺廟本身的大圖作為首頁，並且清楚地列出網站上的各個連結點。

## 總結

從各大廟宇的網站中，我們可以發現一個網站除了視覺之外也包括便利性跟版面上的操作要明瞭



## 朝天宮

朝天宮的網站也相當不錯，網站上有許多即時的資訊與活動，看得出有用心在經營網站，最有趣的是他利用寺廟的俯空圖做出了一個導覽式地圖，可以從小圖上的連接進入富有文字及圖片的說明連結中，這個巧思另我們覺得相當不錯。





## 相關周邊與文創

### 總結

多采多姿的文創商品都具巧思與創意，吸引了許多群眾去深入了解在其背後的文化與傳說，從而擴大了信眾與廟宇的知名度



相信大家聽過千里眼與順風耳的故事吧！這次的商品正是運用其神明的文創產品，陶瓷杯墊，設計上滿可愛的，且包裝的盒子也頗有質感。



運用了簡單的線條呈現出了三太子的尊容於馬克杯上，不僅很適合帶回家中收藏，也很適合作為禮物送人



結合了文創的口罩、橡皮擦及耳機塞也都相當有巧思，透過與常見的日用品結合，不僅實用，還可達到宣傳的目的，傳播廟宇的文化



運用財神與行動電源的結合另原先冰冷的電器產品與洋溢著喜氣的傳統神明帶來了截然不同的感受。

## 三、形象概念確立

### (一) 相關行業形象調查分析

從各大廟宇的網站中，我們可以看出每一間廟宇對於視覺設計的重要性及看待方式，例如龍山寺就十分著重於此，這使他們有著完善的網站導覽、文創周邊等，則城隍廟本身，雖然香火鼎盛，但卻忽略了經營網站和文創上的行銷以及對於導覽的推新，這使年齡層較輕的民眾們，對城隍廟的歷史開始失焦。

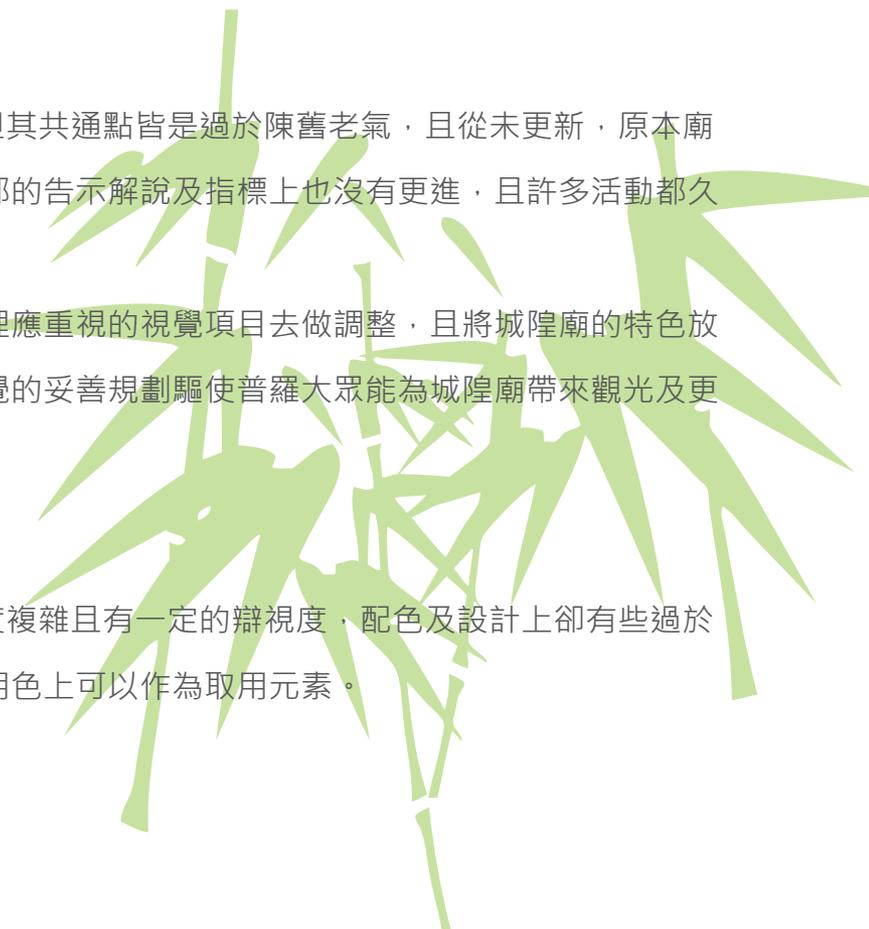
### (二) 企業本身形象調查分析

城隍廟本身是具有基本的指標系統和相關導覽、LOGO和網站等，但其共通點皆是過於陳舊老氣，且從未更新，原本廟宇文化便屬傳統的地方本不是強烈吸引年輕人的興趣，而寺廟從內部的告示解說及指標上也沒有更進，且許多活動都久未更新，沒妥善提供資訊，實在相當可惜。

期望能運用我們設計的系統完善的將城隍廟改頭換面，將其一系列理應重視的視覺項目去做調整，且將城隍廟的特色放大更貼近於各年齡層而非只是一心崇拜的人才前來，更希望因著視覺的妥善規劃驅使普羅大眾能為城隍廟帶來觀光及更高的價值。

### (三) 視覺現況形象調查分析

城隍廟以象徵新竹的竹子以及都字來作為LOGO，設計上不置於過度複雜且有一定的辯視度，配色及設計上卻有些過於守舊及缺乏創意，且缺乏與城隍廟的相關性，神像以及廟宇的傳統用色上可以作為取用元素。



## 四、總體概念及識別策略之規畫

### (一)、總體概念

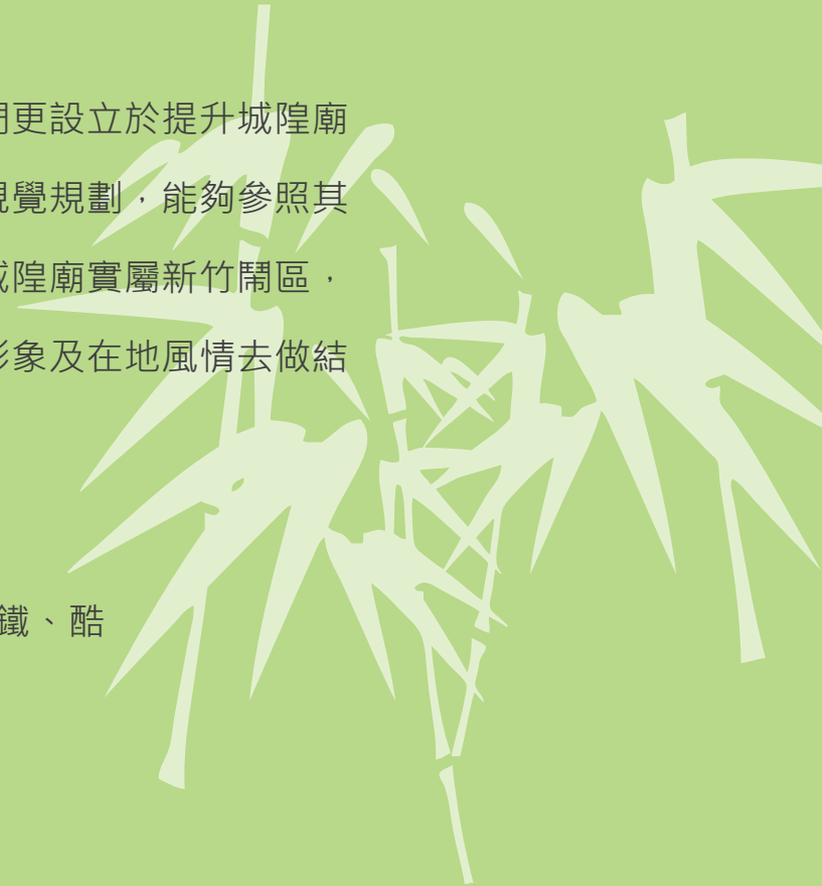
新竹城隍廟，經過實地的訪查和資料的蒐集，發現廟宇內部的導覽和視覺標示以及公告欄等等的指示系統都不夠完善、還有對於廟裡面神像的位置以及參拜的順序是有待加強的、藉此想要以簡易設計但是不突兀的方適來改善廟宇導覽之動向。

### (二)、視覺形象之規畫

在視覺的定位上除了取決於人文及在地以及城隍爺形象外我們更設立於提升城隍廟本身具備卻未體現出的價值及質量，我們希望著重於整體的視覺規劃，能夠參照其他廟宇的視覺發展，為城隍廟量身出屬於自己的形象規劃，城隍廟實屬新竹鬧區，我們可藉由人文及廟宇建築特色還有最重要城隍廟內眾神像形象及在地風情去做結合一系列新穎卻不失傳統的完整系統。

### (三)、整體設計項目規劃

馬克杯、杯墊、筆記本、貼紙、胸章、鑰匙圈、滑鼠墊、磁鐵、酷卡、DM、信封、信紙、紙公仔...等。



## (四)、未來標誌意念之展開與內容

|      |           |                   |           |
|------|-----------|-------------------|-----------|
| 廟宇名稱 | 新竹都城隍廟    | 宗教 文化歷史           | 竹 神像      |
| 經營內容 | 宗教信仰      | 薪火相傳 教化人心<br>精神託付 | 香 香爐 合掌   |
| 廟宇特質 | 宗教傳承 文化傳播 | 民俗風情 交流           | 令牌 書法     |
| 經營目標 | 信仰 文化     | 祈福 知識傳遞           | 光明燈 蠟燭    |
| 調查結果 | 廟宇 歷史沿革   | 宗教建設 文化改革         | 神像畫 石柱 龍柱 |
|      | 概念說明      | 意象                | 具象        |

商標修改試做





