



有記名茶

視覺形象規劃設計企劃書

班級：視傳 2B

學號： 1015445107 賴怡安

1015445159 莊斐淳

1015445162 陳昱容

指導老師： 王曉今、范銀霞

日期：

一、前言

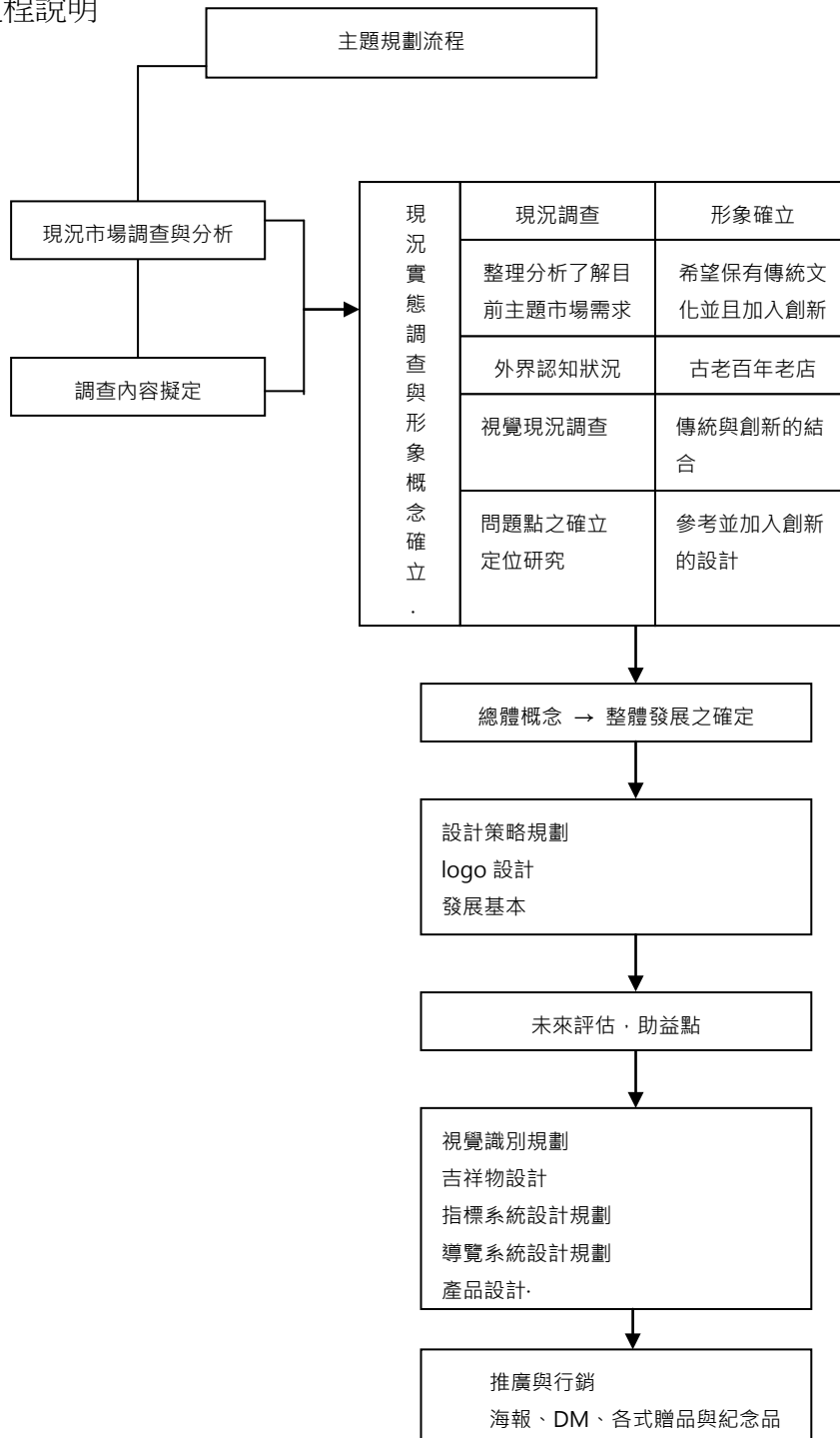
(一)設計動機

推廣台灣具有特色的飲茶文化，而有記名茶的茶博物館雖然具有特色，但了解茶文化的族群有限，茶文化主要大多對象都是較年長的族群，希望以創新的目的，打造年輕化的形象，吸引更多的年輕族群，讓台灣茶文化不斷傳承。

(二)設計目的

改善有記名茶視覺形象和整體感覺，加強品牌特色及建立風格，將傳統創新，呈現新風貌，讓整體的視覺設計更加有統一性和一致性，透過這次的企劃，增加觀光客對於品牌的印象，也讓這家百年老茶行的歷史和文化廣為人知。

(三)規劃流程說明



二、實態調查

(一)現況調查

1.基本資料介紹:

大稻埕百年茶行，位於台北市大同區，又稱王有記茶行。

有記名茶來自福建安溪產茶世家，1936年因為台灣茶葉出口盛行，王家的製茶業便到台灣來開拓市場。當時有記茶行出口到東南亞的文山包種茶已經在大稻埕赫赫有名，關鍵就在擁有80幾年歷史的祕密武器「焙籠和焙窟」，使用「焙籠間」以炭火慢焙、利用裝茶竹簍製作精製茶。精製茶就是「毛茶加工」，就是初步加工製成的茶，其缺點在於含水量比例較高，容易走味，喝了容易會使胃不舒服，因此必須經過幾個過程來精製茶，其中尤以焙火可說是整個精製茶的關鍵，如此才能得到真正好茶，是有記傳承百年的絕活。



日後隨著茶葉出口開始沒落，大稻埕的茶行紛紛外移，歇業或利用現代化的機器來代替繁複的製茶過程，有記仍秉持著傳統，堅持精製好茶。鑒於當時台灣經濟起飛，喝茶人口增加，有記茶行決定改變經營方向，打出品牌，並以內銷為主。直到第三代王連源先生全力投入老茶行的轉型、企業化經營，讓老茶行出發。為了吸引更多客人登門，有記茶行將製茶的舊工廠重新裝潢成為小型茶博物館，展示古時製茶過程的設備，介紹台灣茶的歷史與喝茶的樂趣，並提供藝文表演者表演的空間，用來推廣茶葉文化，和舉辦各種文藝活動。

2.經營理念:

有記名茶精製茶廠，因感於本身在台灣茶產業轉型中擔負的角色，為因應時代潮流，配合公園遊客，已將老茶廠轉型為開放式生產、銷售與教育兼具的綜合型賣場；「親茶空間」的設置，讓來往客人可以很輕易的接觸到所有的產品，透過空間的設計和產品陳列，讓參觀「有記名茶」就像在吸收茶的百科全書，從茶的分類、製造和文史資料，廠房和賣場內都有圖表並由專人導覽解說，原來的女工撿茶區，也改為藝文空間，提供藝文界及社區團體，推廣茶藝、舉辦藝文活動。

3. 視覺現況調查

(1) 標誌(LOGO)改善說明圖

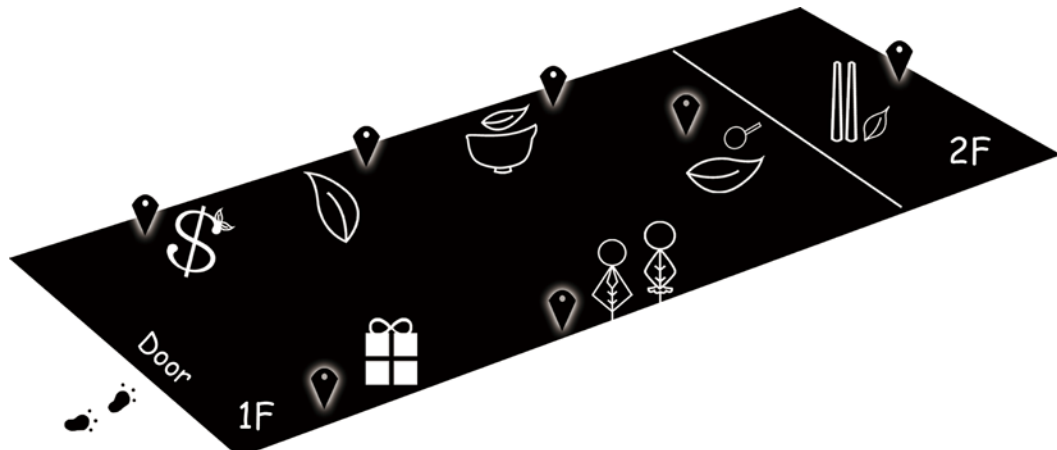
| 現有標誌 | 問題說明 | 改善後標誌 |
|---|--|--|
|  | <p>橘色圖案裡面寫著有記名茶，設計上有些雜亂，要很費力才看的出來。</p> |  |

(2) 視覺指標系統改善說明圖

| 指標 | 改善前指標 | 說明 | 改善後指標 |
|------|---|-----------------------------|--|
| 廁所指標 |  | <p>廁所的指標，適用一般毫無特色的廁所指標。</p> |  |
| 解說吊牌 |  | <p>吊牌是用簡陋的吊牌製成的。</p> |  |

| | | | |
|------------|---|------------------------------------|---|
| <p>解說牌</p> |  | <p>日本風簡單計感的解說圖，但與其他設計相比，沒有一致性。</p> |  |
| <p>解說圖</p> |  | <p>凌亂不易看清楚清楚的解說圖。</p> |  |

(3) 導覽圖改善說明

| |
|--|
| <p>目前導覽圖</p> |
| <p>尚未有導覽圖</p> |
|  |



(4)特色商品分析

| 商品 | 商品分析 |
|--|---|
|  <p>有記名茶: http://youjitea.com.tw</p> | <p>以簡陋的夾鍊袋包裝，看起來比較沒質感，而企業 logo 沒現示在包裝上，包裝上的顏色配色顯的字體不清楚。</p> |
|  <p>有記名茶: http://youjitea.com.tw</p> | <p>以手繪感文字的呈現活潑俏皮的風格，與其他同等的包裝商品風格不符，毫無統一。</p> |

總結：

有記名茶位於台北市的百年老店，非常具有名氣的茶行，也吸引許多觀光客

的來潮，大多來的顧客多以年長者為主，所以我們希望以後在商品設計上可以有所突破與創新，風格朝向年輕精緻化，吸引年輕族群。就上面兩個商品包裝設計來說，沒有一致性，風格也大不相同，部分設計上較顯簡陋，沒有一致性，所以在視覺上有許多需要改造的空間，我們在未來設計上會強調一致性的元素之外，也將加入代表性的吉祥物和運用色調明亮的色彩，讓人能一眼就認出這家品牌。

(二)相關行業現況調查分析

| 名稱 | 喜堂 | 八拾捌茶 | 七三茶堂 | 御菁茶苑 | 姥姥不老茶 |
|------|---|---|---|---|---|
| LOGO |  |  |  |  |  |
| 型態 | 茶業 | 茶業 | 茶業 | 茶業 | 茶業 |
| 理念 | 喜堂 Cha-Tei，意為台灣鄉間親切的招呼語「呷茶」。創辦人阿亮的精神理念為茶葉的根源來自中國，隨著漢人的東遷帶入台灣，同時以創新的技術融入優良的傳統精神。 | 向茶農採購高品質毛茶，由烘茶師萃練茶的香氣與口感，堅持販售台灣生長、台灣烘焙的好茶。無論是從未接觸茶的朋友、或是品茗已久的茶人，都能在這找到屬於自己的台灣味。 | 秉持著對茶的熱情著迷，堅持選用台灣茶葉。在探索茶的路途上所意外發現的在地作物透過創意與茶知識一一化作喝茶的素材，讓不善咖啡因、喜好變化的每個人都能恣意享受適合自己當下的喝茶生活。 | 選用健康、安全、自然的臺灣好茶，秉持最高制茶工藝，監製出優良且具特色的各種臺灣茶，更堅持集團誠信、務實、專業、熱忱的管理理念，實踐創新、價值、人文、美學等，將傳統與創新結合後再出發。 | 施家家傳的烘焙技術及製茶觀念，開創台灣碳焙陳年老茶，以南投山區烏龍茶種為基材，讓陳年老茶轉化出獨特風味，堅持健康的理念，烘焙出獨特口感的茶葉，具有現代養生概念。 |
| 經營現況 | 以老文山茶重新詮釋，保有傳統古法及文化，突破性展現時尚、年輕的風格，並以多種口味和精緻包裝，吸引了年輕族群的喜愛。 | 主要以販賣各式茶品，最為知名為東方窰製花茶，以獨特的烘焙方式，吸引喜愛喝花茶的族群。 | 販賣本土台灣產地的茶品，以茶的特色，製造出不同的茶類飲品，並在信義區開創實體店面。 | 目前為在網路店面販售，以台灣高山茶葉為主要茶葉。 | 主要碳焙陳年老茶，烏龍茶種為基材，搭配不同的食材，烘焙出養生茶葉，以台灣為總公司，在全球各地有分店， |
| 設計現 | 以「簡單生活，簡潔設計」表現出對大自然的呵護與 | 以精美又柔和的包裝，風格華麗，非常適合送禮或伴 | 以純淨、簡潔的風格為主，成現簡約又樸實的風格。 | 風格融合客家以及中國元素，成現出濃厚的文化氣息。 | 風格以復古的台灣氣息展現，也保有在地文化，整 |

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|
| 況 | 尊重，包裝強調環保並具創新性。 | 手禮。 | | | 體相當獨特。 |
| 網址 | http://www.chatei.com.tw/ | http://www.88-tea.com/ | http://7teahouse.com/ | http://www.tonghsing.net/tea/aboutus.html | http://tea.ok9.tw/ |

(三)相關行業 LOGO 調查分析

| 名稱 | 標誌(LOGO) | 造型分析 | 色彩分析 |
|-------|---|---|----------------------------|
| 喜堂 |  | 以手寫感的英文字體，以及復古的中文字體形成主要視覺，而中間的圖樣太小不易看清。 | 標準色以黑色和紅色為主，整體顏色以黑色占的部分較重。 |
| 八拾捌茶 |  | 字體與圖像的整體比例非常完好，擁有明顯的圖像 LOGO，設計上也顯示數字 88，相當符合品牌名稱。 | 顏色為單一的黃色為標準色。 |
| 七三茶堂 |  | 圖像以葉子和文字作為搭配，圖像結合文字 LOGO。 | 顏色為單一的綠色為標準色。 |
| 御菁茶苑 |  | 整體以中文毛筆字體設計的 LOGO，充分表達中國氣息，但輔助文字顯得雜亂，台灣圖像太小。 | 黑色為主要顏色。 |
| 姥姥不老茶 |  | 整體以書寫中文文字作為主視覺，台灣圖像表現不清。 | 顏色以紅棕色，成現古老仿舊的感覺。 |

總結：

相關的茶行業與有記名茶比較起來，他們在視覺指標上都有明顯展露特色以及確立的風格，也精確使用代表性的標準色以及標準字，我們希望未來在設計上能夠將有記名茶的文藝特色融入在指標裡，除此之外，我們將保留原有的標準色：橘色，橘色可以視為活力年輕感，利用此概念加以做為創新。

(四)指標系統調查分析

1. 指示標誌


| 名稱 | 指示標誌 | 造型特色分析 |
|------|---|--|
| 廁所標誌 |  | 以可愛的米奇和米妮圖形呈現，男生的圖示是以英文字母和領結，而女生部分以英文字母和皇冠圖形，整體設計相當俏皮童趣。 |
| 廁所標誌 |  | 用中國剪紙藝術的概念，展現出具有傳統復古的男生和女生，辨認度相當高，設計非常有特色。 |

| | | |
|------|--|---|
| 廁所標誌 |  | <p>男孩和女孩的型像以幽默的方式表現出想要上廁所的樣子，相當逗趣。</p> |
| 廁所標誌 |  | <p>童話故事中的大野狼和小紅帽的指標，以手繪插圖的風格呈現，大野狼代表男性，小紅帽代表女性。</p> |
| 廁所標誌 |  | <p>以象徵性的物品代表男性和女性，設計簡潔不繁複，容易辨認，具有創意。</p> |

2. 指標系統

| 名稱 | 指標系統 | 造型特色分析 |
|---------|---|---|
| 大稻埕碼頭路標 |  | <p>色彩豐富，顏色多變，路標上的圖示充分表現出視覺效果，整體看起來非常活潑。</p> |

| | | |
|---------------|---|---|
| <p>主題樂園路標</p> |  | <p>可愛的兔子相當俏皮，整體以仿木製感成形，相當卡通，非常有森林的感覺。</p> |
| <p>三十六彎路標</p> |  | <p>上面數字是告訴你到第幾個彎道，弧線的路標非常特別，整體設計想當設計，有點像草的圖案。</p> |
| <p>日本車站指標</p> |  | <p>色彩豐富，顏色鮮豔，具有美觀效果，圖示標示非常清楚，而每一個區塊分為不同的路線。</p> |

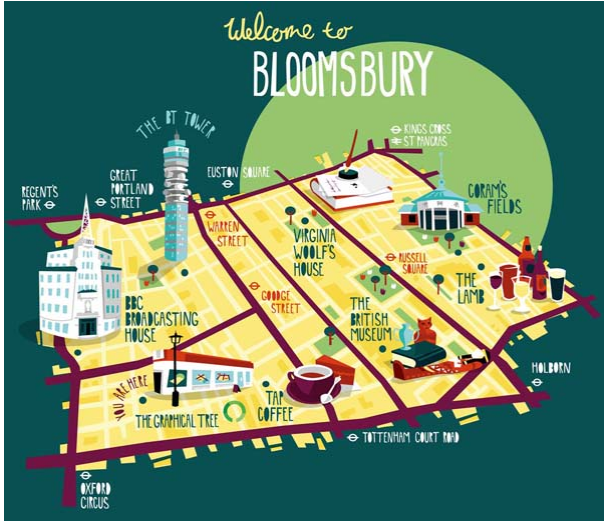
| | | |
|---------------------------------|---|--|
| 迪 士 尼 樂 園 指 標 |  | 整體設計風格呈現華麗夢幻的感覺，字體也選用古典的的字體，顏色以米白 黃 藍為主要色，顏色明顯，視覺效果相當吸引。 |
|---------------------------------|---|--|

總結：

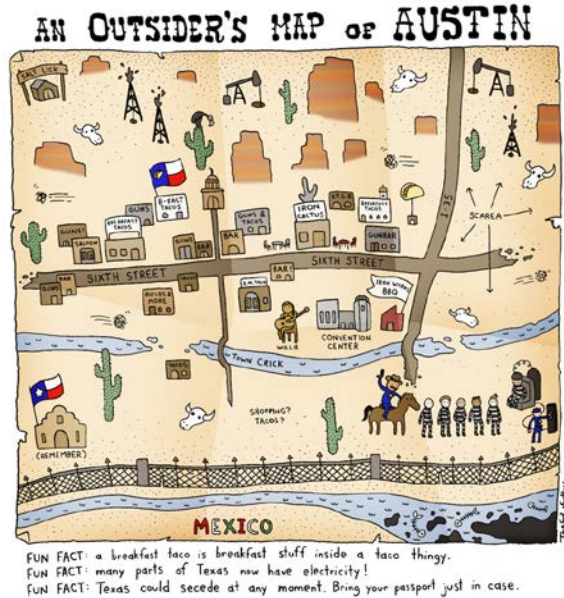
各個指標系統都有加入當地文化以及特色，以不同形式表現出具有象徵性的圖示，是代表性的視覺圖案、吉祥物等，而且在視覺上也容易辨別，在色彩的運用上也相當亮麗大方，非常引人注目，這也是我們所要參考這些資料的目地，未來我們在設計指標系統時，我們希望能夠效仿上面這些，會把有記名茶的吉祥物或是代表性的視覺圖案帶入設計中，藉由融入當地文化，呈現出一系列相關性的指標。

(五)相關行業導覽系統調查分析

1. 導覽圖整理分析

| 名稱 | 導覽圖 | 設計風格分析 |
|---------------|---|---|
| 市區 導覽 圖 |  | 鳥瞰式的導覽圖，顏色上色彩飽和，明顯度夠加，以美式插圖風格呈現，整體設計相當可愛。 |

墨西哥導覽圖



柔和溫馨的色調大搭配手繪感的插圖，整體設計非常具有俏皮風格。

平面式導覽圖



平面式導覽圖，搭配立體手繪建築，簡單的地圖，以及配色，讓整體設計看起來非常的簡約，也具有設計感不複雜。

總結：

將具有年輕化的風格帶入導覽圖裡，選用簡單的色彩不會看起來很複雜，用色彩以及圖示在視覺上呈現出其特色以及設計感，簡單的色彩不會看起來很複雜，簡潔易辨別，又具有視覺效果，我們希望將此概念運用在設計上，將導覽圖加入吉祥物和視覺指標，運用明亮的配色，手繪風格呈現出當地的民俗風情。

(六) 相關行業特色商品調查分析

| 名稱 | 商品 | 分析 |
|-----|---|--|
| 茶葉罐 |  | <p>選用黑白的風景照片瓶罐的背景，而因白色的罐子讓整體顯得更有質感，顯眼的綠色區塊搭配葉子插圖非常的搶眼。</p> |
| 茶包 |  | <p>純淨的白色茶包，顯得非常有質感，而細看可以看見包裝上的圖案，讓人覺得驚喜。</p> |
| 包裝盒 |  | <p>白色搭配圖騰的重覆花樣，整體顯得乾淨具有設計感，與而不同的顏色代表茶葉的總類，非常有統一化。</p> |

總結：

在包裝上展現出獨特的設計感，每樣都以精簡有質感的感覺，而且不會覺得與外面相關的包裝設計雷同，視覺上相當的強烈，當中系列的產品在風格與配色上都具有統一性，這也很容易辨別，商品是來自於同一家品牌，以我們要在加入一致性，而再設計方面，選用簡約精緻風格中帶入俏皮活潑配色，營造出年輕感，在茶市場中作為區分以突顯自家產品風格。

三、形象概念確立

(一) 相關行業形象調查分析

- 突顯在地文化以及風格
- 以特色作為主要特點
- 加強色彩上的運用
- 確立風格
- 加入一致性元素

(二) 企業本身形象調查分析

- 保有傳統與古老的形象
- 需加入創新以及突破
- 需加強統一性和一致性

(三) 視覺現況形象調查分析

- 毫無統一性
- 沒有明顯風格
- 過於古老不夠新鮮

(四) 特色商品現況調查分析

- 風格差異太大
- 設計較簡陋
- 與品牌形象不搭

四、總體概念及識別策略之規畫

(一)、總體概念

1. 強調當地文化特色
2. 保留原有文化、人文與歷史特色
3. 加入創新，呈現年輕感
4. 將整合設計，整體設計統一化

(二)、視覺形象之規畫

視覺：突顯特色，著重創新與年輕化的形象

色彩：選用代表性的且具有象徵性的明亮色調

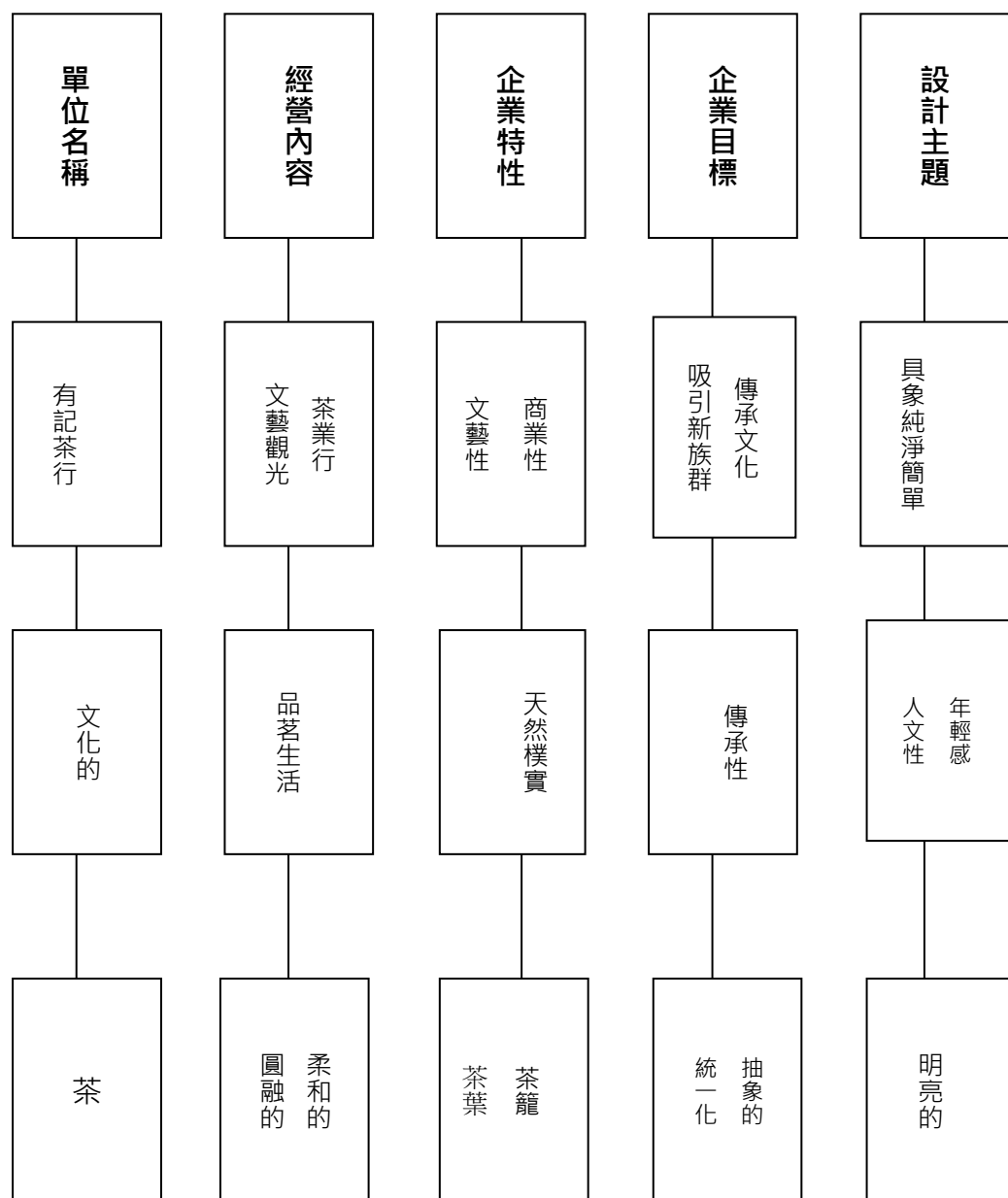
文字：以用易辨別的字形做融合

包裝：將融合特點以及各項特色並統一用運

(三)、整體設計項目規劃

1. 形象 Logo、標準字：將原有設計改造，簡潔化
2. 吉祥物：目前有記名茶尚未有吉祥物
3. 導覽圖：目前有記名茶尚未有導覽圖
4. 指示標誌：有記名茶的指示缺乏設計和清楚度，也將茶品的總類做指標圖示
5. 周邊產品：現有的周邊產品風格不一致，包裝沒統一，設計不年輕化，所以將統整設計

(四)、未來標誌意念之展開與內容



五、附錄

工作進度時間表

| 日期 | 9/20 9/27 | 9/27 10/4 | 10/4 10/11 | 10/11 10/18 | 10/18 10/25 | 10/25 10/18 | 10/11 11/1 |
|----------|-------------------|-------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| 項目 | | | | | | | |
| ➤ 企業調查 | | | | | | | |
| ➤ 初步企劃 | | | | | | | |
| ➤ 競爭行業調查 | | | | | | | |
| ➤ 資料整理 | | | | | | | |
| ➤ 企劃中期 | | | | | | | |
| ➤ 企劃後期 | | | | | | | |

詳細組員工作分配

- ◇ 企業調查 → 賴怡安
- ◇ 初步企劃 → 賴怡安
- ◇ 競爭行業調查 → 莊斐淳
- ◇ 資料整理 → 陳昱容
- ◇ 企劃中期 → 陳昱容
- ◇ 企劃後期 → 莊斐淳

資料整理

- ◇ 全組共同找尋整理