



## 視二 B

1015445115 陳嘉妤

1015445166 鄭雯文

1015445165 游孟華

1015445129 陳嘉甫

1015461026 王昱翔

1015445153 吳御玄

指導老師 王曉今 范銀霞

日期 2013.11.07

## 一、前言

### (一)設計動機

大湖鄉位於苗栗縣南部，是個四面環山的盆地，而且氣候溫和雨量充足，主要農作物有李、梨、椪柑、草莓等，其中草莓產業最具有相對優勢。全鄉種植面積 370 公頃，佔了全台灣草莓種植面積大概佔百分之 60，所以大湖成為草莓的代名詞。民國 68 年開始有辦觀光草莓園開放遊客採摘草莓開始，到大湖採草莓一直是台灣冬春季的熱門旅遊節目之一，連當地的文化特色都會跟草莓有相關聯，例如：公車站 桌椅 門把 指標 飲食 公共藝術 垃圾桶．．．等，完全用草莓來代表大湖的地方特色產業標示。

### (二)設計目的

改善當地文化素質，讓外縣市遊客更了解當地草莓文化產業特色，也把他們的標誌做得更有設計感，使的當地文化商機更加豐富，且增加觀光價值及帶動經濟繁榮，增加遊客人龍，讓在地人更加以當地文化特色為榮。

## 一、實態調查

### (一)現況調查

1.基本資料介紹: 近年來國內的農業相關產業，隨 WTO 開放的衝擊下大多朝向農產精緻化邁進，有感於農業必需兼顧農產技術升級及積極帶動地方觀光資源，因此在農委會及輔仁大學食品營養系的輔導與支持下，配合行政院農業委員會，行政院九二一震災災後重建委員會，苗栗縣政府等先後輔導轉型，於民國九十一年順利成立大湖酒莊。

大湖酒莊最大特色在於生產製造草莓酒，且是亞洲第一個草莓酒置酒產地，嚴謹製造過程及豐富充滿人文教育農村，目前全世界僅加拿大、美國有釀製草莓酒，所以大湖酒莊是世界第三個、東南亞第一個釀

製草莓酒地區，因此大湖酒莊以提升研發技術水平為發展基點，達到精湛的酒品釀造技術，嚴格酒品篩選管制，最優質的酒釀口感，建立自我品牌使行銷國際化。


2.經營理念: 國立苗栗農工農村家事科畢業，曾任獅潭鄉農會推廣股的家政及四健會指導員二十三年、總幹事三年多退休。主張摒棄派系觀念，創造大湖地區農會和諧，以既有基礎強化大湖酒莊行銷；加強研發特色產品，增加農民收益並促進薑麻園休閒農業區與三義鄉景點的串聯，帶動大湖鄉旅遊發展。

### 3.視覺現況調查



(經由實際訪查，對應實際拍攝照片，對於視覺現況的陳述與優缺點分析)

#### 1)標誌(LOGO)改善說明圖

| 現有標誌   | 問題說明  | 改善後標誌  | 改善說明   |
|--|---|--|--|
|  | <p>這件作品他利用大湖特產的草莓之後在中間挖了個洞寫上他們的標誌，但是可以不必要把中間也挖草莓形狀，可以改良成咬下去的形狀。</p> |  <p>C:0 M:47 Y:28 K:0      C:23 M:3 Y:100 K:0<br/> C:0 M:85 Y:28 K:0      C:29 M:3 Y:100 K:0</p>  | <p>希望透過簡單的顏色，加上大湖的名產”草莓”粉色系的顏色做搭配，擬人化的手法讓草莓有活力的感覺</p> <p>以單色系酒紅色來呈現大湖酒莊，有酒瓶外帶中間有兩顆草莓，再以線條方式來呈現整體感。</p> |

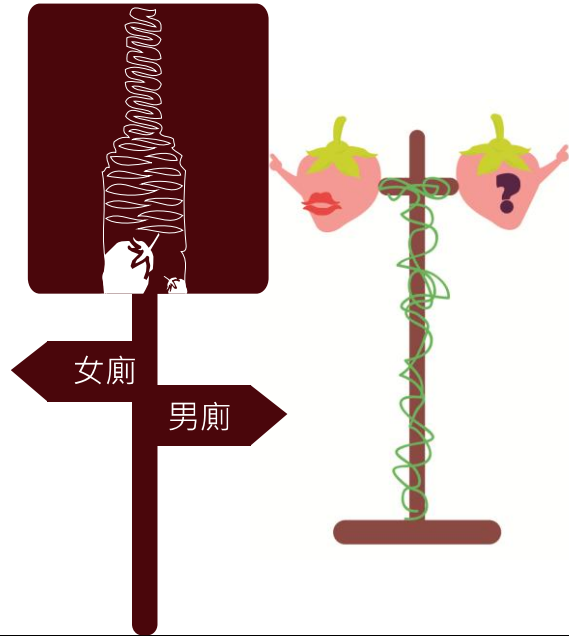
|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  <p> <span style="color: red;">■</span> C90 M100 Y100 K0<br/> <span style="color: black;">■</span> C100 M60 Y100 K45<br/> <span style="color: red;">■</span> C0 M80 Y95 K0<br/> <span style="color: black;">■</span> C0 M0 Y0 K100 </p> |  |
|--|--|--|--|

2) 視覺指標改善說明圖

| 現有標誌   | 問題說明                                 | 改善後標誌  | 改善說明                  |
|--|--------------------------------------|--|-----------------------|
|  | <p>畫面太單調，既沒有 LOGO 也沒有美觀的感覺，不夠吸引人</p> |  <p>女廁                      男廁</p> <p>女廁</p> <p>男廁</p> | <p>簡單許多<br/>附有趣味性</p> |



畫面太單調，既沒有 LOGO 也沒有美觀的感覺，不夠吸引人，感覺就只是個告示牌



增加特色商品的圖案明顯指出方向



太過於平凡，簡單化，完全與"大湖草莓"沒有相關聯性，既沒有 LOGO 有沒有做特別的設計，吸引力及不足。



男廁

利用當地特色融入指標中



兩個都是告示牌，卻沒有一致性，沒經過設計也看不出有美化，整體感覺太不活潑生動。



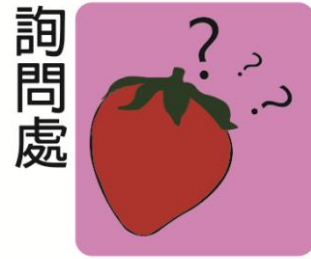
畫面太單調，既沒有 LOGO 也沒有美觀的感覺，不夠吸引人，只是為了告示牌而做告示牌，缺乏設計感。



結帳區



詢問處/櫃台



利用當地特色融入指標中




每個樓層的說明告示牌，缺乏設計感，還有改進的空間



一般簡單化的示牌，如果創意發揮加一點變化的話，或許可以改變畫面內容。



畫面太過單調，簡單的公車站牌沒有甚麼變化，可再創新一點

|   |                                      |  |  |
|---|--------------------------------------|--|--|
|  | <p>一個單純的告示牌，如果有簡單造型的變化，可把視覺效果改觀。</p> |  |  |
|---|--------------------------------------|--|--|

總結：標示都過於簡化，字型簡單視覺上毫無變化，缺乏設計感及創意。

## (2) 標誌(LOGO)改善說明圖

| 現有標誌   | 問題說明                                 | 改善後標誌 | 改善說明 |
|--|--------------------------------------|-------|------|
|    | <p>放置的位置不顯眼，沒有做雙向設計從裡面出來的人不會注意到。</p> |       |      |
|   | <p>酒瓶平伸不夠突兀，文字配色消顯黯淡。</p>            |       |      |
|  | <p>告示牌未經設計，直接用普遍告示牌。</p>             |       |      |

|   |                              |  |                    |
|---|------------------------------|--|--------------------|
|    | <p>字體顏色大小沒有統一性，令人看了眼花撩亂。</p> |  |                    |
|   | <p>LOGO 太小，導致空白板面太多。</p>     |  | <p>利用當地特色融入指標中</p> |
|  | <p>圖片與文字顏色太相近，不顯眼。</p>       |  |                    |

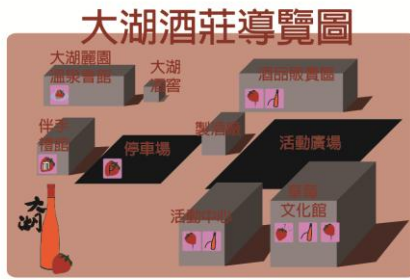
總結：所有的標誌及 LOGO 沒有統一，缺乏一致性。文字配色不佳導致無法凸顯內容，創意性可待加強。

### (3) 導覽圖改善說明圖

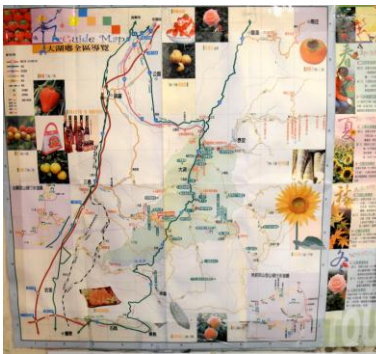
|  |                |  |                         |
|--|----------------|--|-------------------------|
|  | <p>地標與地名直接</p> |  | <p>簡單的色調加上特色商品增添趣味性</p> |
|--|----------------|--|-------------------------|



放在一起，讓整體看起來很凌亂。



整張地圖太小，很難清楚直接的找到目標。



總結：地圖上標示太小看不清楚，整體凌亂複雜，顏色配置有待加強，不容易找到目標。

### 3)相關行業現況調查分析

| 名稱   | LOGO  | 型態 | 理念               | 經營現況                        | 設計現況                    | 網址  |
|------|---|----|------------------|-----------------------------|-------------------------|---|
| 金車酒廠 |  | 酒廠 | 金車不斷追求卓越與堅持創新的理念 | 以消費者為尊的宗旨，堅持生產最好的產品         | 帶有時尚感                   | <a href="http://www.kingcar.com.tw/tw/index.aspx">http://www.kingcar.com.tw/tw/index.aspx</a> |
| 臺灣菸酒 |  | 菸酒 | 追求卓越 品質 躍升 國際企業  | 堅持完美品質 提供滿意服務 追求卓越發展 善盡社會責任 | 簡潔之造型及立體之構成，呈現大鵬展翅高飛之雄姿 | <a href="http://www.ttl.com.tw/home/home.aspx">http://www.ttl.com.tw/home/home.aspx</a>       |

### (三)相關行業 LOGO 調查分析

| 名稱 | 標誌(LOGO) | 造型分析 | 色彩分析 |
|----|----------|------|------|
|    |          |      |      |
|    |          |      |      |
|    |          |      |      |

### (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 |
|----|------|--------|
|    |      |        |
|    |      |        |
|    |      |        |

#### 2.指標系統

| 名稱 | 指標系統 | 造型特色分析 |
|----|------|--------|
|    |      |        |
|    |      |        |
|    |      |        |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|--|--|--|

(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   |
|------|---|--|
| 宜蘭酒廠 |   | <p>感覺很像用鳥瞰圖的感覺下去設計，有一種復古的風格，版面畫面配置都很統一。</p>    |
| 名稱   | 導覽圖   |  |
| 台中酒廠 |  | <p>讓人感覺有浮動感，整體畫面再搭配旁邊的指示標數字有很明顯地讓人知道在哪個地點。</p> |