

視覺傳達設計
台灣世博館

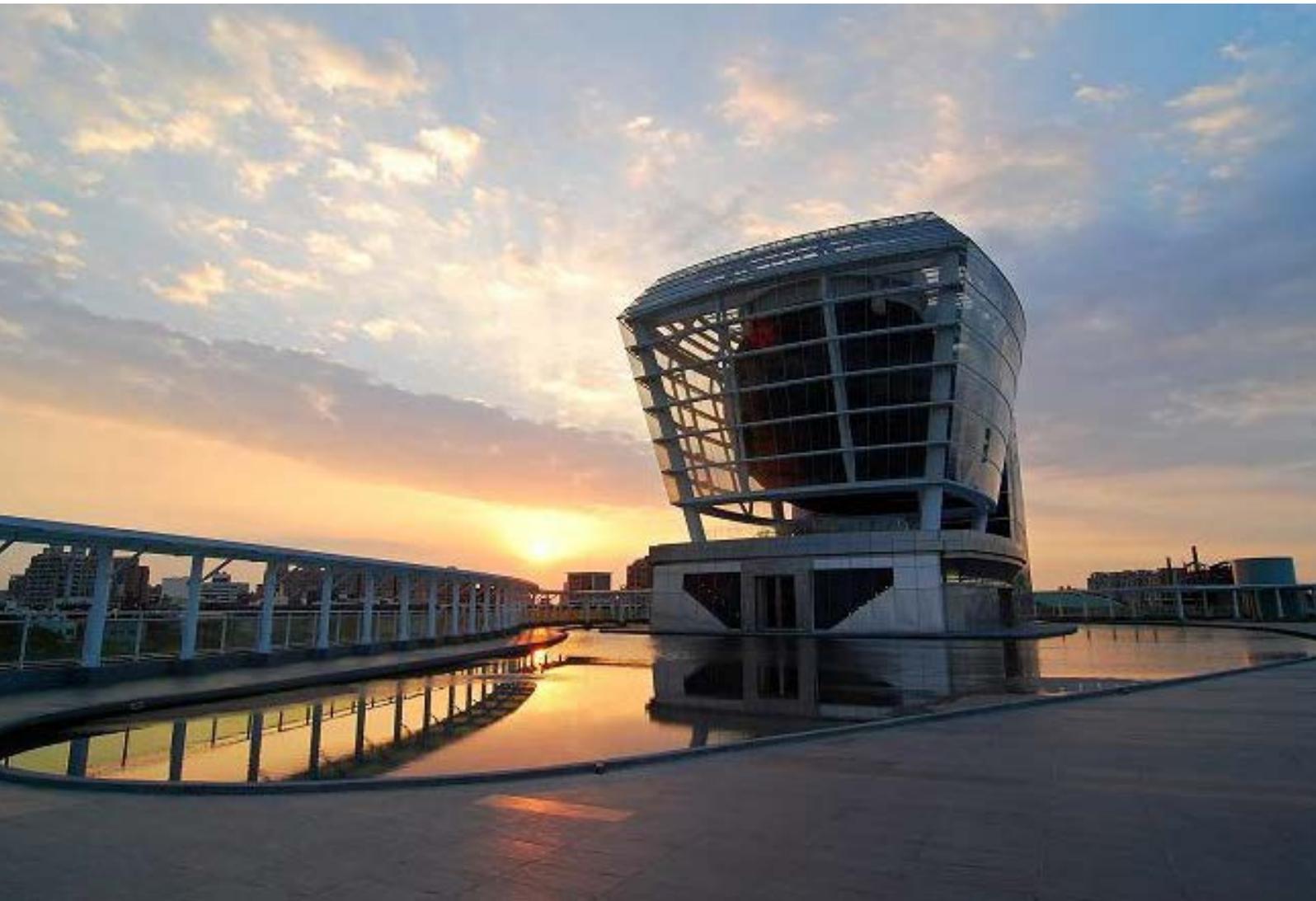
視覺傳達設計

台灣世博館

視傳 2C

黃凱敬 姚少涵

李芊茹 陳咖君



前言

設 計 動 機

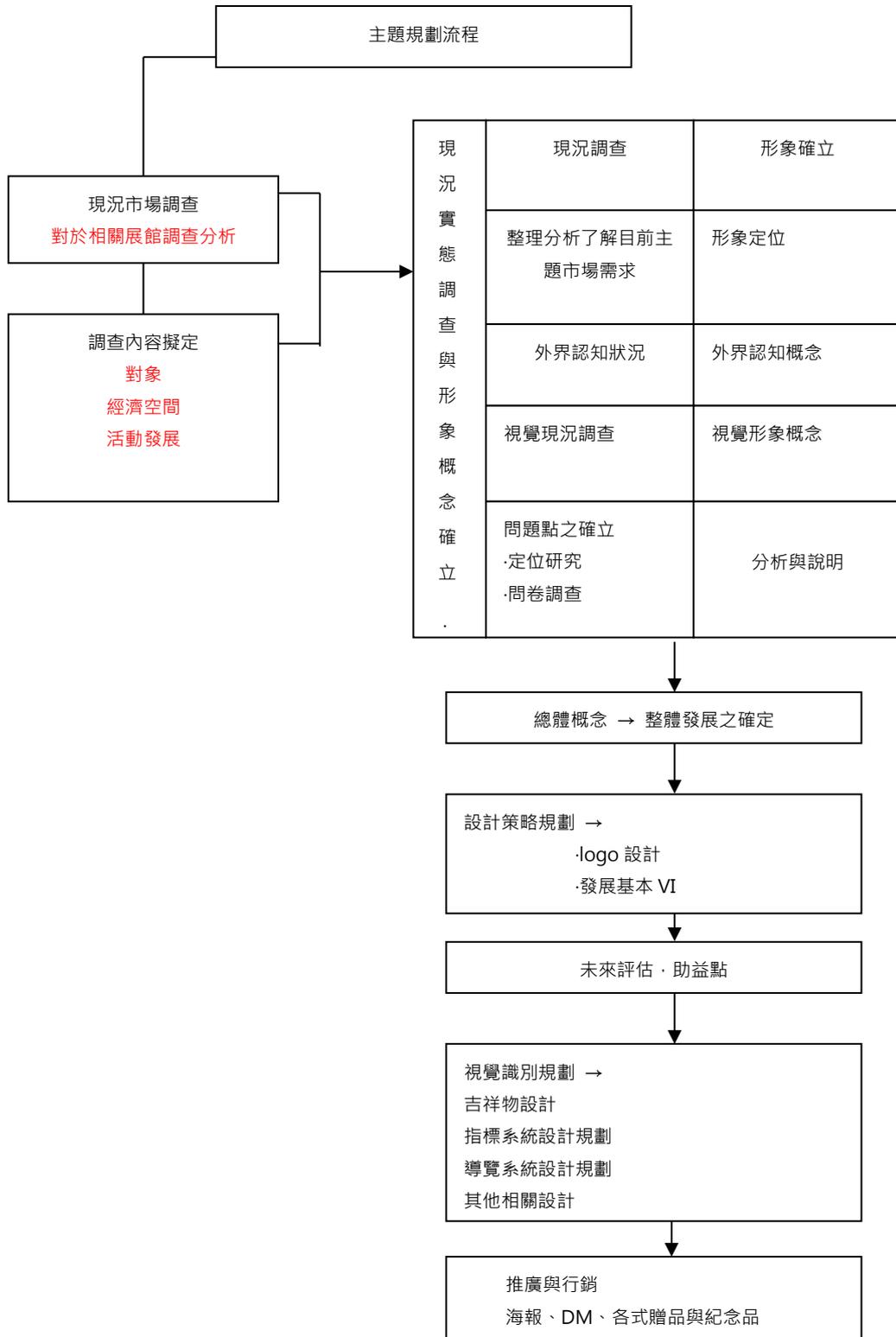
經歷了上海世博後的台灣館，如今回到台灣這片土地上繼續紮根，但回到台灣後，似乎無法達到有效的利用及規劃，藉此我們希望這座揚名四海的台灣館能夠繼續在台灣上發亮，讓全世界的人知道台灣的美。

設 計 目 的

達到全方位的宣傳，媒體、報章雜誌、網路。
園區的路線、地點也要有更明確的方向以及說明。
說明每個園區的特色，並且把台灣的文化真正融入園區。
讓所有來過新竹世博台灣館能夠更清楚明瞭新竹世博台灣館是在做甚麼的，
想要傳達些甚麼，讓來過的民眾可以帶些回憶快樂的回家。
園區裡應該要有吉祥物，也可以拉近和小朋友之間的距離。

我們想藉由台灣在地的設計師設計出獨特的台灣館，以及發展出許多特色文化商品，也多定期地舉行文創市集，讓更多設計師多一個舞台發光。

(三) 規劃流程說明 (凱敬)



實態調查

(一)現況調查

1. 基本資料介紹 (少涵)

原先於 2010 年上海世博展出的台灣館，到的 2012 年移駕搬回台灣落地發展。世博台灣館是全球最大的電子天燈，擁有綠建築、百萬顆 LED 山水心燈、運用風力與太陽能發電的路燈及全天域劇場等多項特點，充分展現新竹市科技城定位及低碳健康的訴求。

● 整體園區概念

環球新竹世博店（世博台灣館產創園區）為環球購物中心與新竹市政府打造的觀光新亮點，坐區內分為世博台灣館、貨櫃嬉遊村及文創館三區，世博台灣館內皆以 MIT 商品為主軸，傳達台灣意向與生活品味；文創館結合手作、趣味以及展覽，將生活上的平凡事物，賦予原創精神。

● 設計理念

台灣館藉由「山水心燈」引入具體臺灣民俗節慶儀式「放天燈」，以此象徵祈福許願與心靈淨化的雙重意義，更傳達了台灣人民對地球及全人類的大愛；外觀以不同層次的多媒體展演形式呈現，融合台灣自然、城市與心靈三大要素。冉冉上升的天燈，代表「天」；絢麗耀眼的 LED 球幕，代表「地」；參觀的群眾們則代表「人」，以此提醒生態融合終究要回歸「天、地、人平衡」與自然共存的必要與迫切

2.經營理念 (少涵)

購物中心內規劃了「世博台灣館」及「主題文創館」，兩大特色場館，集結了文化、創意、藝術、展演、美食、科技、生活、育樂多面向元素，勢必將是新竹在地住民，休憩首選之地、台灣民眾及國際旅客特地前來觀光旅遊，必遊之地並創造出文創無限商機。

3.視覺現況調查 (芋茹)

現況	優點	缺點
	<p>世博台灣館的停車的車位不算少，參觀也還算好停車</p>	<p>標示稍嫌不清楚</p>
	<p>跟其他貨櫃店面不同，牆壁是玻璃並彩繪上花紋，搭配鮮豔的色彩裝飾著貨櫃，有來園區逛逛的人一定不會忽視它的存在。</p>	<p>夏季時空調稍嫌不足，應加強通風</p>
	<p>空間還算寬敞，椅子的造型獨特，跟活動空間色系有所呼應。採光還算良好</p>	<p>可在加入裝飾藝術才不會顯得單調。</p>

	<p>簡潔有力清楚明瞭</p>	<p>可在加入更多世博館的元素,像是電梯門的繪製,垃圾桶的圖示等</p>
---	-----------------	--------------------------------------

(1)標誌(LOGO)改善說明圖 (芋茹)

現有標誌	問題說明	改善後標誌	改善說明
	<p>主要的天燈設計不變,但因為這為世博上做使用。 如今回到台灣了,所以我們想在做些細修。</p>		

(2)視覺指標系統改善說明圖 (芊茹)

改善前指標	問題說明	改善後指標	改善說明
	<p>標示性別的人物太過於單調</p>		<p>換成具有世博館代表性的人物更有記憶性</p>
	<p>標示牌不夠吸引人注意</p>		<p>可以加上 LOGO 或代表符號增加注目度</p>
	<p>安全標示太過於一般通俗常用</p>		<p>適當的加入吉祥物以增加遊客的注意</p>
	<p>空白的地方太多，險得太過於單調</p>		<p>可以在空白的地方加上世博館的 LOGO 或代表物</p>
	<p>性別標制符號過於一般</p>		<p>外觀可換成天燈造型，更符合世博館的意象。人物標誌可換成世博館的 LOGO 或代表物</p>

(3)導覽圖改善說明 (踐踐)



風格及問題說明：

原導覽圖屬於手繪風格，但是導覽圖是黑白色和其他配色顯得很不搭嘎，而且兩個畫風明顯的不一樣，顯得很怪異。

以及導覽圖的呈現方式是以季刊合併而成，並無特色獨立導覽圖。

改善後導覽圖

(導覽圖片)

風格及設計說明：

(4)特色商品分析 (踐踐)

產品圖	商品名稱	商品特色	問題說明
	步步高升 軍視徽章	不同的軍階，代表一步一步往上升官，所以有步步高升的涵意	我認為這響產品有點牽強，和新竹世博台灣館的特色沒有太大的關連。
	天燈手鍊	天珠手鍊，天珠可以改變個人磁場，造型有天燈的樣子。	這條手環，如果是我我不會想要購入，看起來很粗糙，沒有質感。
	三十九號 北埔擂茶	包裝是以北埔客家文化為重點，而擂茶也是客家文化重要的一環。	我覺得這是最好的一項產品，有把新竹的客家文化顯現出來。
	陶藝餐具組	這個餐具組是以天燈的造型去製作的，佈滿了新竹世博台灣館的 logo	這項產品我個人認為 logo 的排版看起來很亂，很像純粹想塞東西進去的感覺。
	胡椒罐	以天燈為造型的胡椒罐，搭配上新竹世博台灣館的 logo	我不太喜歡這樣的造型，白色罐子，然後一個死板的 logo，讓人感覺很像甕罐，不吉利。
	小夜燈	多樣款式的小夜燈，在夜晚可以點亮一盞燈	如果小夜燈可以用像是彩色玻璃那樣造型，裡面點個白燈就會暫放彩色光芒會比較好。

	天燈馬克杯	以天燈為造型的馬克杯，搭配上新竹世博台灣館的 logo	獨特的造型成功的吸引人的注意，但在背上的圖樣及外包裝上並沒有充分的變化及設計，顯得只是一般的簡單設計
---	-------	-----------------------------	--

● 視覺設計整體總結

在未來的修飾及製作，將路線、地標、方向標示清楚，廁所牆面可加入吉祥物增加趣味感，以及在整體的規劃能夠有一致性及相關性，在視覺上的明視度能夠維持一樣的水準。

世博問題:

1. 可以把停車格的線做一些顏色上的改變，可將明視度上更加提高
2. 室內空間的部分，感覺可以再放置一些公共藝術品，替展場增添一些文藝氣息
3. 電梯的部分感覺燈光可以再亮一點，這樣可以更顯是目標以便不至於找不到

(二)相關行業現況調查分析

名稱	劍湖山世界	夢想館	十三行博物館	西門紅樓
LOGO				
型態	劍湖山世界一開始以「主題樂園」打穩進軍休閒產業集團的基底，打造全國最大的親子樂園、並多元發展出各項類型度假型態。	全國首創行動智慧展館	北臺灣指標型考古博物館	三級古蹟市場建築物發展出公共文創設計園區，及台北西門町的地方代表建築
理念	「追求卓越，保持領先」	行動夢想館就是夢想之島 在這個島上 有著各式各樣的夢想 透過個人化的夢想之旅，穿越時空，回到充滿無限可能的自己 重新認識、重新感動，找回明日行動的能量	◆深入探索十三行文文化 ◆多元發展考古教育 ◆培植獨特文化意象 ◆促動國際接軌	希望提昇民眾對古蹟維護的文化素養及藝術的結合，推廣在地文化創意，並提供更多設計師發展的舞台
經營現況	擁有了劍湖山世界遊樂園後其後成立劍湖山王子大飯店為全台唯一動漫主題度假飯店、嘉義耐斯王子大飯店為彰雲嘉唯一五星級飯店及耐斯松屋百貨。	行動夢想館，除了延續一代館聲光影音、互動感測等多媒體展示形式外，更導入最新的行動裝置技術，讓每個行動夢想館的參觀者在展館專屬智慧型手機的輔助下，創造個人化展覽故事線，創造全新的行動展館體驗。	與教育部會各單位學校聯合教育並多推廣及介紹在地台灣的十三行特有遺產，以及和許多各種文創創作結合互動	再館樓內有提供餐飲服務，並不定時提供設計師場地租借展覽，也在旁邊空地增設假日創意市集。
設計現況	在 2102 年劍湖山世界取得日本卡通「北海小英雄」與「阿爾卑斯山的少女-小天使」於四個地區台灣、香港、馬來西亞及越南的 All Rights 專屬授權，並打造亞洲首座「北海小英雄」主題樂園「小威の海盜村」再度創下台灣休閒產業集團的首例。	行動夢想館以【夢想】為策展主軸，透過故事串接各式各樣的情境旅程，強調每個人都是創作的主角，並能在參觀歷程中創造屬於自己的故事、喚起每個人心中實踐夢想的正向能量，	全館藉由三組不同型態的建築群，架構成完整的概念，分別表達山與海、過去與現在的意象，並以真實透心的材質，如清水混凝土、砂岩及老化的金屬板等，構築成完整的理念。	台灣總督府營繕課、擅長西洋建築風格的日籍建築師近藤十郎設計。年輕大膽的創意以「八卦造型」取其八方雲集之意作為市場入口、「十字架造型」作為市場主體的特色，並在旁邊廣場增設需多公共藝術及攤位。

網址 (資料 來源)	http://www.janfusun.com.tw/webc/html/about/index.aspx?id=79		http://www.sshm.tpc.gov.tw/	http://www.redhouse.org.tw/
------------------	---	--	---	---

(三)相關行業 LOGO 調查分析

名稱	標誌(LOGO)	造型分析	色彩分析
劍湖山世界		是一隻鴿子做吉祥物做 logo	偏向粉色紫色調
六福村		是以園區裡的阿拉丁城堡做 logo	以鮮明的色彩搭配
台灣民俗村		LOGO 是運用園區內的獨特建築樓城作為圖標，在以篆書字體表達出古色古香的民俗風情	用紅磚塊的咖啡色，及橘色和綠色搭配和諧。
十三行博物館		主要圖案用碎掉的陶器所拼湊的人臉	以咖啡色出土的色系為主

● 相關行業 LOGO 總結

找出地方文化特色，將設計及特色融入在 LOGO 內，推廣在地創意及當地結合，並且發展出不同的空間及文化創意，也將這些目標融入在未來展場設計及規劃。

世博問題:

目前台灣世博館的 LOGO 已經非常突顯出世博館與新竹在地文化的結合所以目前傾向是保留園 LOGO 的設計，然後再做一些自體或編排上的細部修改

(四)指標系統調查分析

1.指示標誌

	名稱	指標系統	造型特色分析
	化妝室	化妝室	以可愛的果綠色和黑白來做搭配
	化妝室	化妝室	白天比較看不出來,晚上可以開燈光,很可愛的小人物變成像小夜燈一樣亮著
	禱告山告示牌	告示牌	禱告山的告示牌是以魚的嘴巴做為方向,用木頭的材質險的有古色古香的感覺
	概念式指標	告示牌	搶眼對比色 非常有視覺張力 將箭頭直接立體化
	概念式指標	告示牌	利用木雕刻出地方特色 在用白色清楚繪製文字

	<p>概念式指標</p>	<p>告示牌</p>	<p>雕刻鑿空方式及螢光綠呈現</p>
---	--------------	------------	---------------------

2. 指標系統

名稱	指標系統	造型特色分析
<p>三鷹宮崎駿吉卜力博物館</p>		<p>以代表性角色龍貓文框架墨綠色底漆文字再上膚色突顯</p>
<p>廁所標誌</p>		<p>簡單可愛的小人 運用燈光顏色和特徵</p>
<p>台南市觀光導覽指標系統改善工程</p>		<p>直接以咖啡色為底 白色簡易圖文介紹</p>

● 指標系統總結

可以將圖案突出，或是使用強烈明顯的對比色讓人清楚察覺，在地風格為重點，指標系統變化統一性。

世博問題:

目前展館內部的指標系統較屬於一般隨處可見的圖形或符號，所以我們會希望能融入一些世博館的特色，如天燈，或是吉祥物之類的，讓前來的遊客能有耳目一新的感覺

(五)相關行業導覽系統調查分析

1. 導覽圖整理分析



設計風格分析

簡單幾何色塊 標示出現在位置

導覽圖特色優點

簡單明瞭，並無太多註解及代號標示，並融入自家主要產品，讓人一目了然。

● 導覽圖整理總結

以不同色塊標示出位置，增加名視度，將相關資訊及特色融入在內，風格設計上能達到一致性，及特殊的呈現及發展。

世博問題:

原先的導覽圖是跟環球購物中心的介紹合併的而不是獨立出來的，這樣反而會模糊焦點。

也因為合併的關係，在路線規劃及導引上就沒有那麼的清楚

所以我們希望將導覽圖拉出來做一個獨立的規劃，讓遊客對整個世博館能有更進一步的了解。

(六) 相關行業特色商品調查分析

相關商品包裝	商品	商品分析	特色優點	網址
	陶笛	一體成形的雙吹嘴槍管陶笛	運用做簡單且傳統的布包裝方式，表現出古人的智慧，也表現出與現代感的視覺衝擊，充分的吸引目光	http://tw.tranews.com/Show/Style1/News/c1_News.asp?ItemId=0271030&ProgramNo=A00001000002&SubjectNo=325679
	台灣造型鳳梨酥	這款名為「台灣禮」的迷你台灣造型鳳梨酥，僅在免稅商店販賣，要告知所有入境觀光客，這是代表福爾摩沙伴手禮。	台灣的地形製作的在地產品揚名國外，並在外裝上印出台灣各景點的特色風景，且只在機場免稅店販賣，也表達出一定台灣獨特性	http://tw.tranews.com/Show/Style1/News/c1_News.asp?ItemId=0271030&ProgramNo=A00001000002&SubjectNo=3257931

	陶笛	一體成形的 雙吹嘴槍管 陶笛	結合了在地產業 的技術並發展出 新型態的商品	http://tw.tranews.com/Show/Style1/News/c1_News.asp?SItemId=0271030&ProgramNo=a00001000002&SubjectNo=44630
	禮盒	產業設計融合漢字「囍」字的立體造型與「呷米香·嫁好尪」的台灣喜餅文化)	包裝運用漢字的結合並且充分的表達相關特色及實用性，並在結構上做出巧妙的分層管理	

● 相關行業特色商品總結

文創結合手做、趣味及展覽，並發展出更多樣化的特色商品，重新設計出更有世博館造型包裝，以達到視覺行銷的功效。

世博問題:

世博館裡所販售的特色商品大多數都是以天燈為出發點去做發想，但反而限制住了發展性

所以我們希望能跳脫這個框架，去尋找更多讓人意想不到的點子，並更具有讓人想收藏的價值

四、總體概念及識別策略之規畫

(一)、總體概念

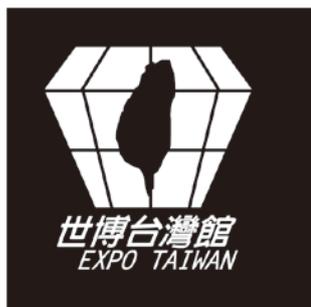
1. 依據目前的觀光瀏覽人數不如預期所以想利用場地的寬闊性及資訊的發達，有效的宣傳台灣館的曝光度。
2. 發展出在地的特色視覺及增加場地的利用性，及相關特色商品
3. 為台灣館的導覽系統、指標系統做個統一清晰的設計。

(二)、視覺形象之規畫

1. 創造出在地文化的視覺形象，我們會以整合統一性，做為指標系統的重點。
2. 文創及在地做為風格重點，改善呆版與繁雜的標示牌。
3. 對於導覽圖與地圖風特色問題著重加以改善。

(三)、整體設計項目規劃

1. LOGO 細修



C:0 Y:95
M:80 K:0

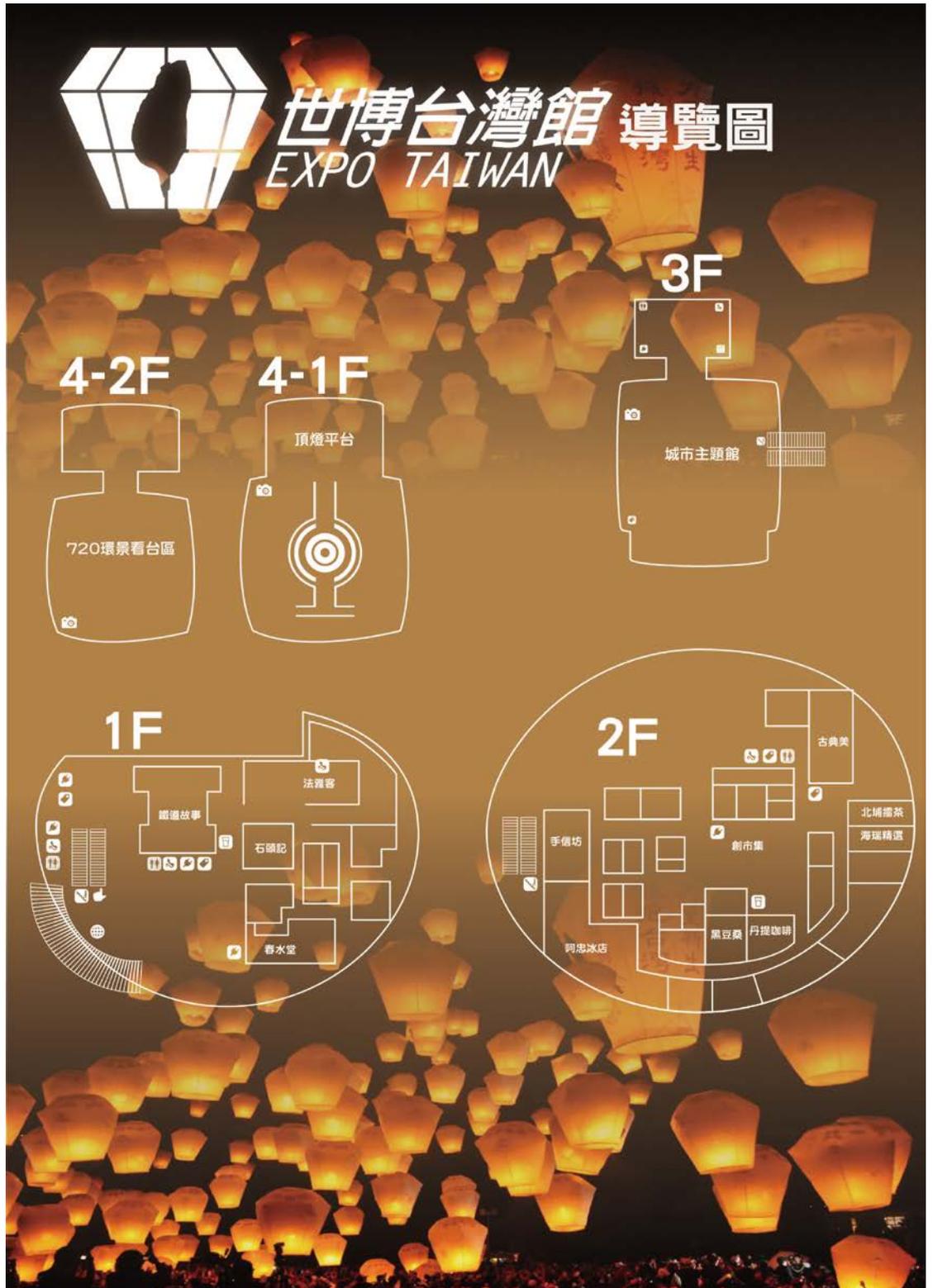


C:15 Y:90
M:100 K:10



C:0 Y:0
M:0 K:100

2. 導覽圖獨立呈現



整體園區概念

環球新竹世博店（世博台灣館產創園區）為環球精緻之心與新竹市政府一同打造的觀光新亮點，坐落於新竹市公道五路，緊鄰科學園區、清華大學及交通大學。園區內分為世博台灣館、貨櫃嬉遊村及文創館三區，世博台灣館內皆以MIT商品為主軸，傳達台灣意向與生活品味，激盪出獨樹一格的台灣味；台灣大街以貨櫃屋形式呈現，結合台灣原汁原味的庶民文化，突顯新竹世博店活潑、創意十足的店鋪定位；文創館則結合手作、趣味以及展覽，將生活上的平凡事物，賦予原創精神，提供每位來館貴賓最特別的生活體驗。

720°全天域劇場

直徑12米的720°球幕，完整包覆的圓球形立體空間，站立於貫穿其中的天橋上，觀賞由高科技投影熔接而成的全球幕畫面，並搭配8聲道音響系統環繞彷彿身處其境。原住民吟唱著悠然古調，隨樂音引領來到阿里山、太魯閣以及綠島等台灣獨有絕美景致，緊接著場景瞬轉，領觀眾暢遊台灣從北到南的城市風貌，最後拉回平溪天燈之美，看著天燈冉冉升空，飄向太空，化身為銀河中的一亮點。環繞音效加上4D特效，除了視聽享受外，在感官上更充分體驗，隨影片播放可聞到花香，甚至是海豚跳躍海面時灑落的水滴，身歷其境的5感震撼，是一趟感動難忘的心靈之旅。

設計理念

台灣館藉由「山水心燈」引入具體臺灣民俗節慶儀式「放天燈」，以此象徵祈福許願與心靈淨化的雙重意義，更傳達了台灣人民對地球及全人類的大愛；外觀以不同層次的多媒體展演形式呈現，融合台灣自然、城市與心靈三大要素，緊扣「山水心燈」的整體概念。將城市進步的動力由具體的技術層面提升到抽象的心靈層面，冉冉上升的天燈，代表「天」；絢麗耀眼的LED球幕，代表「地」；參觀的群眾們則代表「人」，以此提醒生態融合終究要回歸「天、地、人平衡」與自然共存的必要與迫切。

點燈平台

運用現代科技施放環保天燈，透過點燈台上的觸控螢幕來點選自己心中的祈福語，雷射光束射向LED球幕，寫著祈福語的天燈就會冉冉升空，此時，雙手合十，向上天祈禱心想事成，美夢成真！外球幕由888片不鏽鋼板對接，共使用100萬顆LED燈，圖案連貫且一致。當這世界最大的LED球幕變幻色彩與圖案時，讓世博台灣館不分晝夜的閃閃發光，夜晚時更有星艦基地降臨的奇幻之美。球幕下的鎮館之寶，名為「大地的母親-河」，代表生生不息、飲水思源之涵義。玫瑰石是台灣資產，同時象徵自然及人文發展，環球新竹世博店(世博台灣館產創園區)未來發展將如玫瑰石般燦爛耀眼，希冀各地遊客蒞臨，於特有意境的玫瑰石前祈福，共同喚起內在純然心緒，讓世界更加地美好。



3. 指標系統統一與結合展場特色



4. 特色文創商品發展



●工作證



●T-shirt



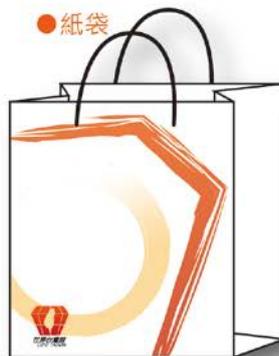
●名片



●大眾悠遊卡



●紙袋



●造型悠遊卡



(四)、未來標誌意念之展開與內容

單位名稱	運作內容	運作目標	單位特性	設計主題	特色商品
世博台灣館	宣傳、展覽 及購物	宣傳台灣特色 及提供台灣設 計師向國際發 展的舞台	在地政府機 關形象 另一則是購 物商業中心	宣傳 形象 識別	實用 紀念 宣傳
宣傳性 形象性	宣傳性 形象性	教育性 互動性 商業性	商業性 地區性 文化性	獨特性 形象性 識別性	主要視覺特 色 機能性 實用性
展場外型 台灣形象	展館 台灣 天燈	感情向上 (希望, 熱情, 夢想)	具象情感	外型特色 台灣特色	外型特色 台灣特色

五、附錄

工作進度時間表

詳細組員工作分配

資料整理