



## 麥維他消化餅

視 2C

1015445256 吳奕嫻

1015445210 蘇汶琇





## 品牌介紹

麥維他來自於英國，1892年由英國爵士 Alexander Grant 研發，至今已有 120 年的歷史，更是英國皇室指定茶點。

**麥維他**堅持全程以蔬菜油烘焙，並添加 13% 全麥粉，富含高纖，無添加人工色素。

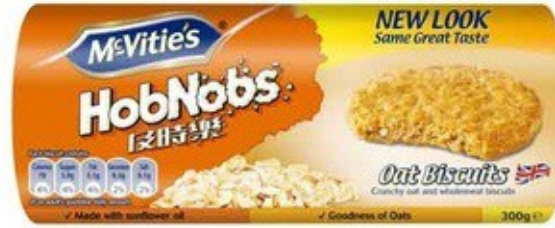




# 商品種類



原味 / 400g



燕麥 / 400g



黑巧克力 / 300g



熱帶水果 / 195g







# 商品資訊



## 正面：

麥維他商標 / 中英文口味標示 / 巧克力餅乾 / 小麥 / 英國國旗

## 背面：

中英文成分 / 進口商 / 生產地 / 儲存方式 / 認證標誌 / 條碼





# 市場分析

## 1. 銷售對象 -

產品適合各種年齡層，但是因添加小麥成分能幫助消化，所以特別受到年輕女性的喜愛。

## 2. 品牌概況 -

麥維他已有 120 年的歷史，百年以來，麥維他以自然健康為原則，堅持採用全麥、高纖、不加人工色素以及人工調味劑，並為英國皇室御用指定點心。

## 3. 販售地點 -

便利超商及各大賣場

## 4. 價格定位 -

250g / 65 元

400g / 249 元





# SWOT 分析表

			
Strength 優勢	品牌悠久 銷售於 100 個國家 知名度較大	較為國人熟悉	全麥比例較高
Opportunity 機會	電視廣告 便利商店 網路購物 及各大量販店 均可購買	義美專賣店 大型量販店	網路購物 以及進口商品 專賣店



# SWOT 分析表

			
Weakness 劣勢	包裝較容易使餅乾 壓碎 價格較高	包裝較為無趣 並且不是此品 牌的主商品， 較少人知道	包裝較容易使 餅乾壓碎 通路較少
Threat 威脅	消費者可能會選購 價格較低廉的他牌	消費者較不常 購買此排的消 化餅	知名度較低 購買不易





## 設計概念

既有的包裝材質較易使餅乾壓碎，且保存不易，改使用質地較硬的牛皮紙袋做為替換，並把圖像改為較富童趣的插畫風格，藉此拓展較低年齡層的客群，並適合用來做為禮品。







## 風格元素

以照片結合插畫的方式，元素包含英國皇室的圖騰以及商品口味的代表物，也包含了英國當地的代表人物和特殊景觀。

### 英國代表物：

英國女王頭像、威廉王子、凱特王妃、皇冠、英國衛兵、國旗、雙層巴士、大笨鐘

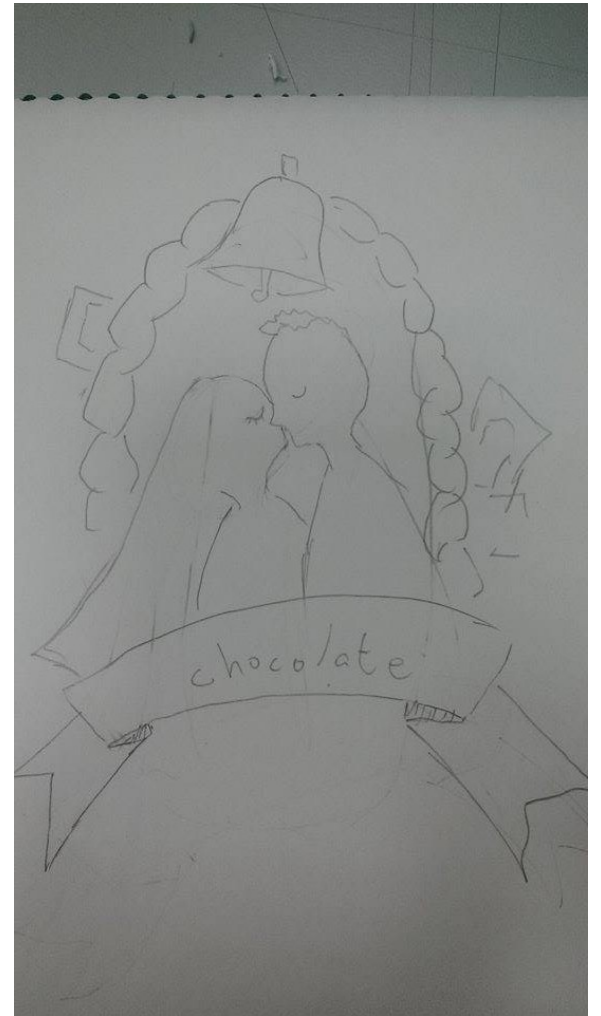
### 口味代表物：

熱帶水果、小麥、巧克力、燕麥





# 設計草圖







## 設計精稿

口味：燕麥

代表人物：英國女王



燕麥有助於降低體內血只，適合  
老年人食用







預期構想





# 預期構想



