



1015445225/李國權  
1005445221/李維剛

---

# 品牌宗旨

---



# 品牌宗旨

---

▶ 概念：

以(易開罐)為原型，再以口味分出系列商品

其亮麗的色彩和醒目的品牌設計使它迅速成為年輕人的另一選擇。

**Glinter** 果味梳打顛覆傳統，給你全新的口感與體驗！鮮果口味清新爽口使您的生活更加聰明和更加涼快。



---

# 商品資訊

---



# 品牌名稱及種類 / 水果口味系列

---

以口味之分:

(第一代) 青蘋果 蜜桃 荔枝 檸檬

(第二代) 葡萄 奇異果 草莓



# 包裝上既有的詳細資訊



# 包裝上的設計元素 / 系列

---

以(易開罐)為原型

以圖片清楚知道口味分出系列商品。



# 市場分析

---

## ▶ **Glinter**™ 果味梳打

▶ **S(優勢)**：汽水飲料通常是年紀較輕的族群會購買，而亮麗的色彩、醒目的包裝，

▶ 能夠吸引年輕族群購買。

**W(劣勢)**：設計說繁複還不夠、說簡約設計也不夠，也點設計方向有些模糊。

▶ **O(機會)**：包裝看起來很有國外的設計感，在台灣算少見。

▶ **T(威脅)**：大部分的消費者會偏向購買有名的品牌，而**Glinter**與其他汽水飲料的

▶ 品牌相較起來不算有名。

---






# 市場分析

---

## ▶ 芬達**Fanta**

- ▶ **S(優勢)**：包裝顏色炫麗奪目，以優質、樂觀的廣告吸引消費者。
  - ▶ **W(劣勢)**：在全球各地販售的口味不盡相同，總計多達**90**餘種，口味過於複雜。
  - ▶ **O(機會)**：品牌在各國已擁有一定的知名度。
  - ▶ **T(威脅)**：是可口可樂公司旗下著名的水果口味的汽水品牌。
- 
- 

# 設計概念



# 設計 概念

---



## 系列規劃

---

- ▶ **Glinter™ Fruit Soda**擁抱前衛，展現活力乃是**GLINTER**的主要導向。  
**GLINTER** 以現代年輕人為主要顧客群，其亮麗的色彩和醒目的品牌設計使它迅速成為年輕人的另一選擇。
  - ▶ 再以口味分出系列商品  
其亮麗的色彩和醒目的品牌設計使它迅速成為年輕人的另一選擇。  
**Glinter** 果味梳打顛覆傳統，給你全新的口感與體驗！  
鮮果口味清新爽口使您的生活更加聰明和更加涼快。
- 



---

# 模擬圖

---





---

# 海報輸出

---



# GLINTER



## 產品理念：

口味分出系列商標，其顏色和醒目的品牌設計使它迅速成為年輕人全加更便捷的生活。更令人新穎、更亮、更清爽、更健康的選擇。Glinter 果味清爽，果味清新，果味清爽。

## 口味：

(第一代) 青蘋果、蜜桃、荔枝、檸檬  
(第二代) 葡萄、奇異果、草莓

## SWOT 市場分析：

<p><b>S</b></p> <p>汽水飲料通常是年輕的族群會購買，而亮麗的色彩、醒目的包裝，能夠吸引年輕族群購買。</p>	<p><b>W</b></p> <p>雖然口味很多種，但似乎沒有幾種代表性的口味；價錢與其他品牌的汽水比起來稍貴了些。</p>
<p><b>O</b></p> <p>在台灣少見具有國外設計感的飲料包裝設計，很有新鮮感。</p>	<p><b>T</b></p> <p>大部分的消費者會偏向購買有名的品牌，而 Glinter 與其他汽水飲料相比，比較有名。</p>

## 參考資料：



## 產品包裝展開圖：



## 袋子設計理念：

就以半數的數目，但來起見，這就是一個方便、耐用、可重複使用的袋子。設計時，我們考慮到了環保和可回收性，這不僅是為了保護環境，也是為了讓消費者感到安心。



## 名片：





---

# 實際拍攝

---





---

end

---

