



新竹南寮漁港

視覺設計分析企劃書

視覺傳達設計2A 1025445091陳碧君 1025445061王靖雅
1025445085楊婷淵 1025445100葉芳羽
1025445115蔡鈺均
指導老師 王曉今、范銀霞






一、前言





(一) 設計動機

位在新竹市西北郊，交通十分便利，漁獲量都可說是桃、竹、苗地區屬一屬二的漁港；南寮舊港及其周邊聚落為新竹市早期發展地區之一，見證了新竹市的歷史發展過程，具有重要的歷史文化價值，南寮漁港更是南北漁船返航路之終點，因而名列十二勝，並有『南寮歸帆』雅稱。



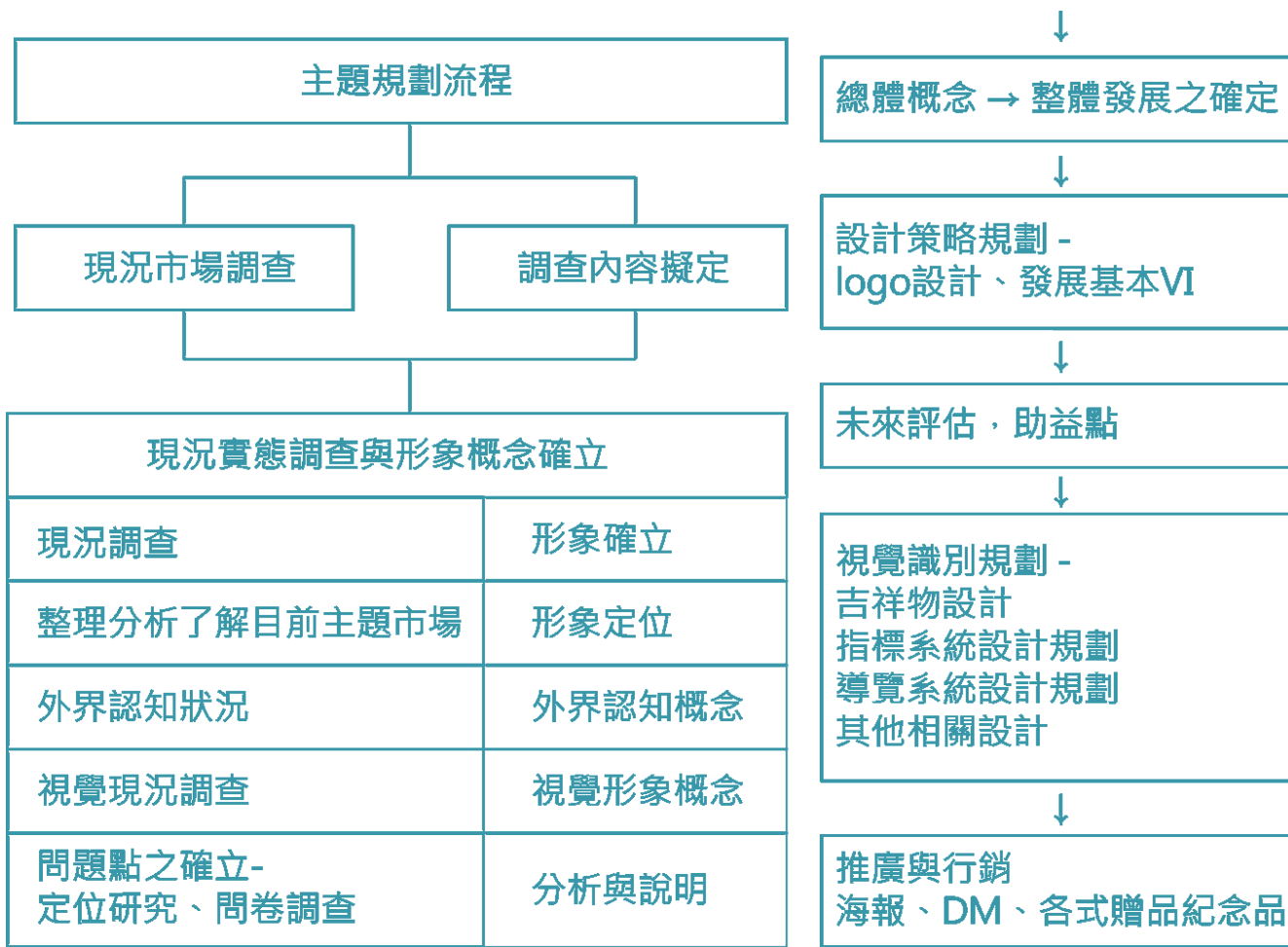


(二) 設計目的

南寮漁港富含各種生態風貌，是極富樂趣與教育意義的景點，所以我們希望能重新設計出具有新竹南寮漁港的視覺系統，讓大眾了解到舊港的文化資產，規劃專屬於南寮漁港特有特色的文化或觀光景點。



(三) 流程規劃及說明





二、實態調查





(一)現況調查

基本資料介紹

最早建設的漁港便是現在舊港的所在地，但是由於流砂的淤塞，讓漁港漁船的出入造成很大的困擾，終於被迫再向出口處的南方遷移，另建新港那就是現在的新竹南寮漁港。有新港自然就有舊港之名。目前還可以發現在碼頭的四周還保存著製冰廠及漁船出海時加冰設備的遺址，已完全失去漁業的功能，但如果整修之後，未必不能發展成為另一具有特色的觀光景點。



(一)現況調查

視覺現況調查

(1)標誌(LOGO)改善說明圖

現有標誌	問題說明
	<p>並沒有標準字，LOGO設計圖案複雜，很難抓到重點，很難引起遊客注意。</p>

(2) 視覺指標系統改善說明圖

指標	改善前指標	問題說明
告示牌		辨識度不佳，很難注意到，要近看才曉得要說明的內容是什麼，圖案沒有特色。
景點指標		標示牌上沒有字，讓別人不知道要往哪裡走，貼的公告破破爛爛都掉下來了，並沒有統一的设计。
景點指標		過於老久，照片與字都淡化了太多，沒重新整理過，就像廢棄的東西一樣，無特別設計過。

指標	改善前指標	問題說明
營業時間		告示牌未經美化，可以加上南寮特有的特色圖案，改造成更活潑更具地方特色的設計。
廁所標示		只是把字體放大，毫無設計感，可加以修飾，提升觀觀形象。
景點介紹牌		告示牌未經美化，字體略小設計古板，可以改造成更活潑更具地方特色的設計。
地標		標示損毀，上面寫什麼都已經看不清楚，須待改善。

(3) 導覽圖改善說明



問題說明：

導覽圖破爛沒有人管理，沒有什麼風格，只有路線並沒有放圖片及文字說明，沒有凸顯出南寮漁港的特色是哪些，這樣會讓去遊玩的旅客不要去哪裡玩。


(4)特色商品分析

明稱	商品	分析
國際米粉	 A gift box for international rice noodles. The box is primarily red and gold, with a central image of a bowl of rice noodles. The design is somewhat generic and lacks distinctive branding.	配色不易引起大家注意，辨識度不佳，如果不仔細看不知道裡面裝什麼，要近看才曉得是米粉禮盒，圖案沒有特色。
蒲燒鰻禮盒	 A gift box for grilled eel. The box is red with a large image of a grilled eel on a plate. The text '蒲燒鰻魚' is written in large, stylized characters. The design is simple and lacks a unique identity.	包裝盒並沒有特別設計過，設計古板沒特色，不易引以大眾的目光，很難引起遊客消費慾望。
櫻花蝦禮盒	 A gift box for sakura shrimp. The box is white with blue and red accents, featuring a stylized cherry blossom and shrimp. The design is somewhat traditional and lacks a strong, cohesive brand identity.	包裝不易吸引民眾目光，較沒特色，禮盒跟內包裝設計並沒有關聯，必須要統一才會有整體的設計感。



總結

南寮漁港擁有豐富的自然環境及生態資源，但因為景點的規劃和標誌設計不佳，所以讓遊客不知道要往哪個方向走，標示和地圖的風格都要統一規劃，避免各設計各的，才能讓遊客清楚的知道有哪些特色景點。



(二)相關行業現況調查分析

名稱	LOGO	型態	理念	設計現況
廣東 鴻福漁港		漁港	代表吉祥的如意金魚作為原形，加以演化融入其他元素，代表的海鮮產品。	1. Logo 2. 導覽圖 3. 相關商品
浙江省舟 山漁港		漁港	設計簡潔、夠充分展示浙江舟山群島新區獨特的“港、景、漁”。	1. Logo 2. 導覽圖 3. 相關商品

名稱	LOGO	型態	理念	設計現況
國立海洋生物博物館		博物館	以燕魚身上斑帶發展而成的圖案，既抽象，也具體，像水，像川，又像魚，充分表達了海生館的特色。	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo 2. 導覽圖 3. 相關商品 4. 官網
寧波漁港		漁港	標誌元素以元寶、魚、港、大寫G作結合，身成色給人熱情活力的感覺，而富高雅。	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo 2. 導覽圖 3. 相關商品
東沙環礁國家公園		國家公園	露出海面的珊瑚意象，珊瑚礁不斷增長堆積超出海面。	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo 2. 導覽圖 3. 相關商品 4. 官網



總結




相關行業LOGO都是簡潔有特色的圖形為主，創造出其特有的獨特性，讓遊客可以了解這個光觀地，使用的顏色不會超過三種顏色，讓別人看了清楚、明瞭，藉由地方特色圖案增加大眾對當地的印象。



(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
廁所標示		運用雞來區分性別，公雞是色彩鮮豔有雞冠的，而母雞則是顏色素雅的，別出心裁的創意讓人會心一笑。
廁所標示		不是只有文字和顏色或圖像能顯示性別差異，連字體也可以是區分男女廁所的表現。

名稱	指示標誌	造型特色分析
廁所標示		<p>海灘邊的廁所標誌，用穿泳褲的男生跟穿比基尼的女生做為區別，十分凸顯地方特色。</p>
建築標示		<p>簡潔並連續的線條構成，柔和並清楚地傳達其乘載的訊息，是此方案的首重目標，並希望透過此方式，令使用者能有舒服並不單調之感覺。</p>
廁所標示		<p>線條圖形因不同的排列、變形，而組合成各種圖式，統一性的指標系統，更能增加使用者的使用效率。</p>



總結

標誌作為一種大眾傳播的符號，隨處可見，設計標誌以準確、簡單的視覺形象傳達給觀眾資訊。也借助人們對符號識別、聯想等各方面的思維能力，所以設計標誌要引人注目形式簡單，加入一些當地色有的元素，增加趣味。



(五) 相關行業導覽系統調查分析

1. 導覽圖整理分析-三崙社區



導覽圖以手繪風格插畫的方式呈現，復古風的插畫表現文化的特色，很清楚的知道路線要怎麼走，在四周還有放置圖片，讓大眾看了一目了然。



台東縣農會

導覽圖以向量風格插畫的方式呈現，每一個區域都會插圖案標示文字，建築物繪是以立體方式繪製，還有東西南北的指針標示方位，是個設計優良的導覽圖。



三鶯陶花源全區配置圖
The Map of the San-Ying Waterfront



♥ 貼心提醒 Prohibition



1. 請勿塗鴉、張貼 No graffiti
2. 請勿破壞設施 No destruction of park facilities
3. 請勿任意拋棄垃圾 No littering
4. 請勿戲水 No playing in the water
5. 請勿隨地便溺 No urinating
6. 禁止露營、夜宿 No camping or overnight stays
7. 禁止燃放煙火、鞭炮 No fireworks
8. 限制各種車輛進入 No vehicles
9. 限制攤販進入 No vendors


三鶯桃花源導覽圖

導覽圖以向量插畫的方式呈現，風格簡單可愛，圖標都是設計過的表現地方特色。



總結

導覽圖最大的用意就是讓遊客知道有哪些景點，怎麼走，所以路線要畫的簡單，不要太複雜，需要告知遊客方向，還可以畫圖標讓地圖看起來更整齊，在地圖旁邊加上照片和景點說明，會讓大家更清楚的知道地方特色。



•(六) 相關行業特色商品調查分析

名稱	指示標誌	造型特色分析
新東陽 黑豬肉 鬆便利 包		特別獨立小包裝，包包真空不受潮，解決您分裝肉鬆的麻煩，圖案精美，易撕設計方便食用，可以即時拆包美味即時享用。
新東陽 典雅尊 貴禮盒		產品包裝設計以花為設計主軸，而這一款禮盒不論包裝或商品內容皆是最經典優雅的組合，商品內容包含新東陽經典的典雅肉鬆、海苔肉鬆及旗魚鬆等。

名稱	指示標誌	造型特色分析
<p>湛江漁港壹號</p>		<p>用手繪漁民出海捕撈、工坊制作加工及集市售賣魚蝦的熱鬧場景，採用牛皮紙，配以麻繩提袋，整個系列的包裝設計體現了濃濃的古樸漁家風情。</p>
<p>韓國小魚餅</p>		<p>韓國小魚餅，將韓國海鮮食品工坊的品牌包裝設計與小魚餅聯繫起來，增加魚餅的品牌形象</p>
<p>梅問屋禮盒</p>		<p>色彩鮮亮的包裝風格時尚簡約風，日式的包法，梅花的裝飾，雕刻著梅問屋優雅的風骨，讓人一見傾心。</p>
<p>澎湖名物包裝設計</p>		<p>外型採用寬大的屋狀盒型，設計以手繪的澎湖各式名物，並以報導式的編排方式，將照片與文章佈滿於包裝。</p>




三、形象概念确立





(一)、相關行業形象調查分析

導覽圖最大的用意就是讓遊客知道有哪些景點，怎麼走，所以路線要畫的簡單，不要太複雜，需要告知遊客方向，還可以畫圖標讓地圖看起來更整齊，在地圖旁邊加上照片和景點說明，會讓大家更清楚的知道地方特色。





(二)、企業本身形象定查分析

南寮漁港雖然有很多特色景點，但因為設計導覽不周，所以導致許多景點沒落，使大眾無法清楚的了解到當地的特色小吃、觀光景點、特有文化分別為何，因此不易吸引觀光客的到來。





(三)、視覺現況調查分析

目前南寮漁港並沒有周詳設計和規劃過，導覽圖並沒有良好的維護，讓遊客不知道有那些熱門景點，標誌設計並未統一，也容易使遊客迷失方向，整體設計上並沒有加入當地特色，使風格設計混亂無特色。





(四)、特色商品現況調查分析

產品本身必須被設計成地方特色的一部分，甚至承載地方傳統或歷史的意義，但南寮漁港的商品包裝並沒有加上特有的地方文化，感覺很像隨處可見的一般禮品。





四、總體概念及 識別策略之規畫





(一)、總體概念


利用南寮漁港當地傳統文化和特殊性和景點，如建築特色港塔鐘、燈塔，景點十七公里海岸線、賞鳥公園、紅樹林公園等，規劃設計出獨創性南寮特色的形象概念，經由良善的設計規劃，發展出屬於南寮獨有的文化產業，成為豐富生活與美感在地文化，並且獲得遊客的青睞。





(二)、視覺形象之規畫

用色上偏向海洋生態的色彩，藍色、白色、褐色等等；視覺上則融入當地的特色建築港塔鐘、等塔；地方景點文化的點十七公里海岸線、賞鳥公園、紅樹林公園；整體風格想傳達出樸實、清新活潑的效果。






(三)、整體設計項目規劃


- 1、LOGO
 - 2、導覽圖
 - 3、導覽手冊
 - 4、公仔
 - 5、標準字
 - 6、指標系統
 - 7、周邊商品
 - 8、形象海報
- 

(四)、未來標誌意念之展開與內容





五、附錄





詳細組員工作分配

- 資料蒐集 - 陳碧君、王靖雅、楊婷淵、葉芳羽、蔡鈺均
 - 資料整理 - 陳碧君、王靖雅、楊婷淵、葉芳羽、蔡鈺均
 - 實地勘查 - 陳碧君、王靖雅、楊婷淵、葉芳羽、蔡鈺均
 - 企劃製作 - 陳碧君、楊婷淵、葉芳羽
 - 簡報製作 - 王靖雅、蔡鈺均
- 