

投稿類別: 藝術類

篇名:

為什睇觀光休閒牧場品牌視覺規劃設計

作者:

郭亭好。樹德家商。高三 12 班

張又升。樹德家商。高三 12 班

陳姿妍。樹德家商。高三 12 班

指導老師:

李茂誠老師

壹●前言

一、研究動機

前陣子的食安風暴層出不窮，由於大廠的食安問題連累旗下的牛奶品牌，牛奶源頭因此遭到質疑，有感國人對酪農產業的陌生、大廠商的剝削、壓榨和對乳牛及乳製品認知的薄弱，毅然決定為酪農量身打造一個模擬的牧場品牌，讓消費大眾對這一方面有更伸一層的認識。

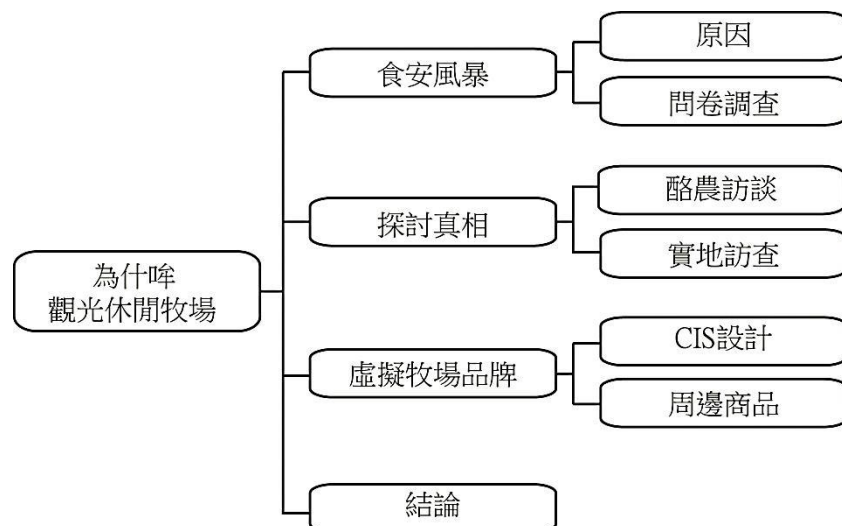
二、創作理念

為使小規模酪農不再被上游大廠商剝削、壓榨。我們想為此設計一套屬於他們的牧場品牌，不但能讓民眾在體驗牧場樂趣的過程中了解酪農的辛苦也可以透過我們的設計讓酪農達到自產自售的效果，藉著酪農的專業知識替民眾把關好品質，給民眾一個最安心的饗宴。

三、組名發想

對於這組名字想必大家是充滿了許多疑問吧，但也因為這個名字會先引起人們注意，會因為好奇為什麼叫為什啤，而注意到我們的品牌。啤字聯想到牛，牛聯想到牛奶，現在食安風暴層出不窮，使大眾對牛奶產生了許多疑問，也會提出「牛奶真的是純天然的嗎？」等問題，對牛奶產生不信任，而有許多無辜酪農受到波及，所以我們深入這個議題做研究與探討，有關於牛的各种問題與好奇，答案都在我們的牧場裡。

四、研究架構



圖表一：研究架構

貳●正文

一、食安風暴

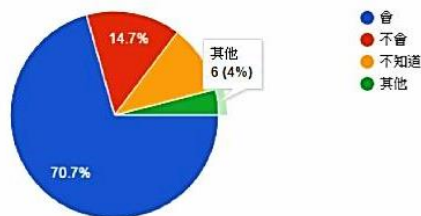
(一)原因

「去年頂新連續爆發黑心品事件，引起部分名眾發起「滅頂行動」，味全林鳳營銷售連帶受影響」(註 1)就因為這樣連帶影響所投資的公司，牛奶更因為這樣無辜受到牽連，使大眾對牛奶產生了誤會。

(二)問卷調查結果

1、問卷調查結果圖

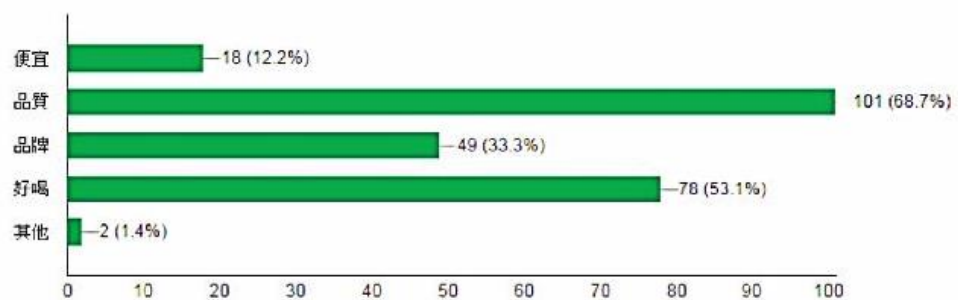
之前的食安風暴爆出鮮乳有問題，在那之後您還會購買牛奶嗎?



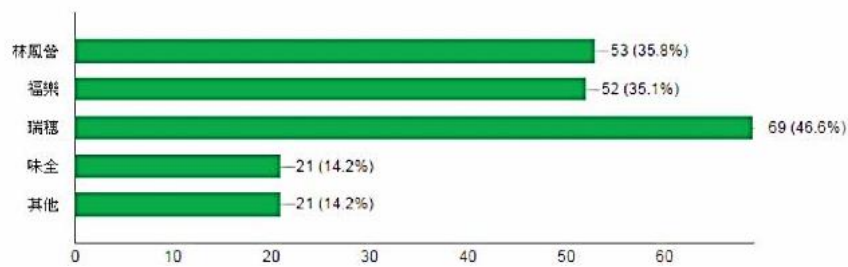
食安風暴對您選購鮮乳造成的影響



選購牛奶的標準



牛奶都是買什麼牌子



圖一：問卷調查結果

(圖一來源：截取自 google 問卷結果)

2、小結

藉由以上問卷，食安風暴過後雖然大部份名眾仍然選擇會購買牛奶，但對於選購牛奶的標準有很大的影響，大部分都以品質為購買標準，而民眾大多選擇購買瑞穗品牌的牛奶。

二、真相探討

(一) 酪農訪談

1、牛乳的品質如何照顧?

吃的東西很重要，牛吃什麼生產出來就是什麼，吃得越好品質越好，品質跟物質換算。

2、公司有壓榨酪農的情況嗎?

公司得替股東負責，若賺太少會被股東罵，所以公司對酪農下手，品質驗的比較差酪農就賺比較少，酪農跟公司合不來。

3、榨乳的程序?

將牛引進帶榨區，再進榨乳室，牛隻分別站兩排，接著清洗乳房、消毒擦乾淨，再裝上擠乳器擠奶。若是要知道產量多少要裝上流量計。

4、會替牛打賀爾蒙之類的藥嗎?

不會，公司每天都會替牛驗抗生素。

5、牛乳擠好之後?

公司會派車來載。酪農不能做加工處理，加工是公司那才可以做的，從酪農場這邊送過去的叫生乳，經過公司加工後變鮮乳，酪農場作多只能做到保溫冷凍的步驟，不能做加工步驟，公司只收生乳。

6、簽約的時候價格是怎麼訂的？

牛乳的價格和品質政府都有規定，是依牛乳的品質級數和產量分價錢，品質由公司檢驗，有可能公司故意驗比較差，價格也只能拿比較低。

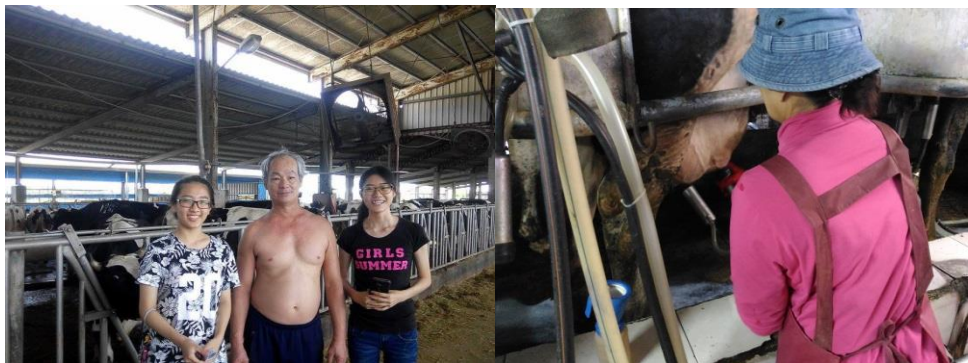
7、關於乳製品的加工？

公司有個研究室，專門研究生乳要製成甚麼賣給消費者，像是優酪乳之類等。

8、請問您的乳牛品種？

荷蘭牛。台灣沒有此品種，是由國外進口做飛機來的，到機場時需做檢驗，檢驗合格才可送至酪農場。

(二)實地訪察





圖二：實地訪察

三、虛擬牧場品牌

(一)CIS 設計(註 2)



圖三：CIS 設計

(二)周邊商品(註 3)



圖四：名片



圖五：奶酪罐



圖六：牛奶盒



圖七：優酪乳



圖八：入場卷



圖九：園區導覽



圖十：牧場 DM



圖十一：牛奶棒

參●結論

- 一、對於牛奶遭到誤解感到十分難過，有點難以相信所以想去尋找真相。
- 二、藉由問卷調查來了解民眾對於食安風暴選購牛奶是否有被影響，問卷結果顯示，雖然大部分的人都選擇會繼續購買牛奶，但對於食安風暴還是有很大的影響，多數人以品質為優先購買選擇，其次是口感，第三則是品牌的選擇。
- 三、經由實地訪察酪農，我們得到了許多答案，也看見許多不一樣的東西，在酪農這方面只負責飼養牛隻，對於生乳(新鮮擠出的牛乳未經過任何加工稱做生乳)是完全無法進行加工等後製工作，他們最多只能做到生乳保溫的功能，對於生乳的品質檢驗更是嚴格要求，看到如此健康的原料根本無法相信牛奶也有食安問題。
- 四、在構想 CIS 設計時，logo 是以我們牧場英文的哞字 mou 下去做聯想，耳朵是 M、鼻子是 O、鼻環則是 U
- 五、商品設計主要走俏皮可愛風，在包裝的某個地方做點小互動，多採用牛奶感，並搭配標準色、輔助色、輔助圖、吉祥物搭配使用。
- 六、曾聽聞公司會有壓榨酪農的情形，實際情況是如何?如何壓榨的?等等的問題值得去探討，所以我們想更進一步的了解清楚。

肆●引註資料

註 1、自由時報。2015 年 6 月 24 日，取自

<http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/1357712>

註 2、張岩、關強 (2012)。視覺傳達設計準則。台北市：上奇資訊股份有限公司

註 3、楊勝雄(2016)。包裝解碼設計加值。台北市：全華圖書股份有限公司