

### 第三章 作品創作內容分析與研究

綜合文獻探討，歸類以下幾點，以作為本研究作品創作時參考之依據：

#### 一、網路廣告部分

依上述相關研究發現，網路廣告之執行策略：一是重視廣告內容，二應確立廣告目標對象，三應與消費者建立長期互動關係。因使用及購買面膜產品的比例而言，女性多於男性，故本研究將廣告的目標對象設定在女性消費者的部分，廣告主訴求點也針對女性而設計發想，以此來進行創作研究。

研究範圍限定在電子郵件廣告上，以電子郵件為創作之主要理論依據有二：

- (1) 依文獻探討發現，靜態的電子郵件在廣告效果上較動態廣告效果為佳；且由於電子郵件全部篇幅皆可為廣告所用，有較為充分的版面得以陳述相關訊息，較能呈現完整之作品；再加上電子郵件在傳達訊息量的多寡上可承載較多文案及連結個數，較其他網路廣告有更充裕的版面可以運用，在編排設計上有更多的空間發展；並可將設計好之廣告以電子郵件方式寄出，已達實際行銷之目的。
- (2) 目前網路上流竄著各式各樣的網路廣告，而網路行銷為了確保廣告效果之回饋，故選擇電子郵件，告知消費者完整的產品選擇資訊，使消費者獲得足夠的訊息，並提供一對一的服務，與網路瀏覽者作溝通，建立網路使用者的信任度，期與網路使用者及消費者維持長期的互動關係。

## 二、編排設計部分

因一般網路瀏覽者在瀏覽網路時，習慣先簡單快速的方式瀏覽網頁，然後再決定是否要詳閱廣告內容，透過簡單快速的瀏覽，形成對廣告產品的了解與認知，進而引發其購買動機。故網路廣告中「廣告標題」的第一印象中的兩項元素「令人察覺」與「引起注意」便相當重要，故在編排設計上為吸引瀏覽者之視覺佔留，應盡量減少文字訊息降低大多數網路瀏覽者對電子郵件不耐煩的困擾。「廣告標題」應以簡短、字數少為佳，且容易閱讀，重點放在視覺焦點及重心、與視覺引導動線上。

設計稿製作完成後以海報的方式展出，故研究中所放置的作品以展出現場海報尺寸為主，而傳輸至網路上之編排視覺效果將有所不同，由於尺寸及像素縮小許多，故實際上傳至網路廣告上時文字大小、文案數量多寡將有所變動，以避免縮小後視覺效果不佳的情形發生。

## 三、創意思考部分

在創意思考部分，了解優菌柔敷面膜(LACTOBACILLUS REFRESHING MASK)此項產品，其產品成份、功效及特色為：

主要成份: 乳酸菌 離子水 保濕劑 植物粹取精華 酵母

使用方法:

潔膚後，取面膜均勻貼臉部，並輕拍將氣泡排除，使之與肌膚

密合，撕去膠膜,持續 15-30 分鐘後，揭除面膜

建議每週使用二次

注意事項:

本產品獨特的營養保鮮設計，採無菌密封包裝，須滴溫冷藏或置於陰

涼處，嚴禁陽光直射

保存期限：低溫冷藏 3 年

產品功效及特色：

深層養護 活化肌膚

15 分鐘護膚，柔晰看得見！摸得到！

由新鮮牛奶提煉淬取的乳酸菌，內含有健康肌膚不可或缺的游離氨基酸、礦物質、有機酸、無機酸等天然養份。對於肌膚而言，它具有滋潤及特殊保濕功能，最難能可貴的市，自然生成的酵母菌衍生物很易被皮膚接受，是一般保養品無法否媲美的。

經研究證實，酵母經發酵變化後的代謝物，對活化人體皮膚細胞具有很高的效用，而活性酵母所擁有的強盛活潑的組織深入滲透能力，更具營養活化細胞 的功能。因此，祇要短短的 15 分鐘敷臉，就能深入肌膚，恢復水潤光澤。

我們建議有下述情形者，應經常使用「優菌柔膚面膜」，將帶來令人嘖嘖稱奇的讚歎！

經常有重要約會者

你的年齡已超過 25 歲以上

毛孔粗大，有粉刺面皰、黑斑和雀斑

對香料過敏的敏感性肌膚

工作壓力大，忙祿後的保養

肌膚有脫皮粗糙現象者

不易上妝、黯沉無光采

希忘修復臉部細胞、活化細胞

常處於密閉的空調室內  
經常容易曝曬在太陽下

了解上述產品特色後，運用心智圖思考法 ( Mind mapping )，整理出適合電子郵件的廣告文案、廣告訴求點、對症下藥製作廣告。

R. Mckim ( 1972 ) 曾指出，有效的視覺思考必須包含三種視覺意象：

- (一) 知覺的意象-是感官對物質世界的感知，也就是我們看到並記錄在腦子裡的經驗。
- (二) 心靈的意象-以知覺意象紀錄的資料，在腦中運用想像組合而產生出來的圖像。
- (三) 圖表式的意象-運用草圖、塗鴉或素描畫出來，或者是以一種可溝通的寫化形式，紀錄思考過程，或與他人做思考的交流 ( 王其敏，1997 )。

從文獻中得知，心智圖思考法 ( Mind mapping ) 是一種將想像力圖像化的創意思考方法，利用塗鴉的方式，將腦中想像的東西視覺化，並把關鍵詞找出來，連結出有意義的關鍵詞及圖像，用此來編排廣告版面。

本研究以心智圖思考法 ( Mind mapping ) 為創意思考方法，首先依先前定立之廣告目標對象：設定在女性消費者的部分，廣告商品則以優菌柔敷面膜(LACTOBACILLUS REFRESHING MASK)為創意思考起始點；依據本身經驗及過去的知識尋找與女性相關的關鍵字，由中心圖像往外拉線，把關鍵詞連起來。像樹枝分支般把文字連接起來，如此會清楚顯示，關鍵詞如何與關鍵詞連結。再從關鍵詞中找出本研究所需的廣告方向，廣告方向定立後，廣告文案才能產生，此時可再次運用心智圖思考法 ( Mind mapping ) 做聯想，將訂定好之廣告文案，從文字到視覺化的聯想及轉換，

由此產生圖面草稿，以文字做聯想，而腦袋中閃過的畫面卻是圖像式的。

運用心智圖思考法，將 7 Brains 怎樣擁有達文西的七種天才書中的圖形為創意法展圖，以下將文字做聯想過程草圖整理如下：

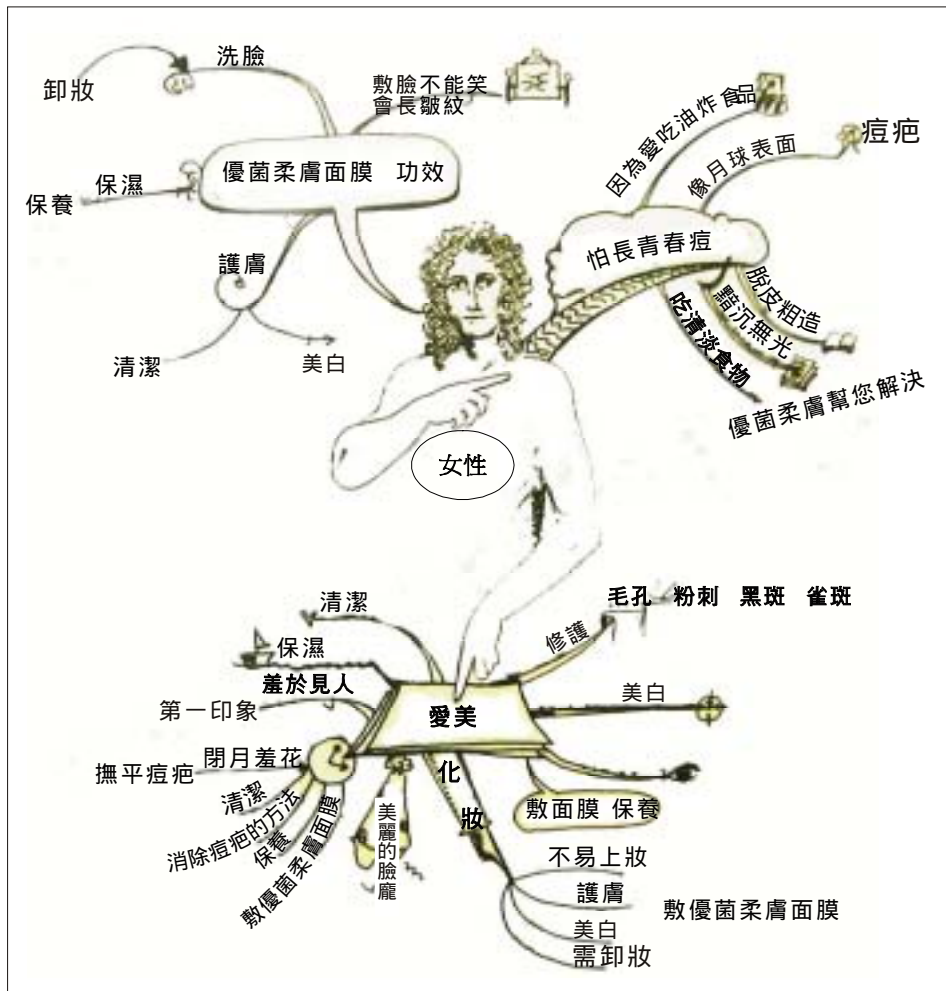


圖3.1創意發想草圖

圖摘自於：《7 Brains：怎樣擁有達文西的七種天才》

從上述創意發想草圖得到的廣告文案、廣告訴求點，分別敘述如下：

面膜 MASK

敷優菌柔敷面膜 只要 15 分鐘

功效之介紹

撫平痘疤 閉月羞花

別再為自己酷似月球表面的臉煩惱

經常曝曬、美白不再、外油內乾、脫皮粗造、不易上妝、黯沉無光

不敢吃油炸食品

清新、保濕、淨化，美白面膜

依上述得到的廣告文案、廣告訴求中，再次運用心智圖思考法，從舊有經驗在腦中閃過的圖像及畫面，結合文案，將相關部分連結起來，消除與主訴求看似無關的部分，把心智圖精減成需要的圖像，以下敘述之文案及圖像是作品創作之依據；分別敘述如下：

文 案	圖 像
面膜 MASK.....	MASK
敷優菌柔敷面膜 只要 15 分鐘.....	倒數計時 54321
功效之介紹.....	MASK、產品說明稿
撫平痘疤 閉月羞花.....	閉月、羞花
別再為自己酷似月球表面的臉煩惱.....	月球表面
經常曝曬、美白不再、外油內乾.....	膚質不佳、長青春痘
脫皮粗造、不易上妝、黯沉無光.....	年久失修、斑駁的門神
不敢吃油炸食品.....	炸雞、鹽酥雞沒有關係
清新、保濕、淨化，美白面膜.....	敷臉容易長皺紋

以上述之文案為作品之主標題配合上述圖像編排畫面，試將作品創作述於下一章。