目錄

中文摘要.....I
英文摘要.....II
目錄.....III
第一章　緒論.....1
　第一節　研究背景.....1
　第二節　研究目的.....4
　　一、　演繹視覺設計創作應用於地方特產品牌的關聯性.....4
　　二、　探討視覺設計創作應用於品牌形象之行銷宣傳定位.....4
　　三、　探究視覺設計創作應用於地方特產品的實際案例表現.....5
　　四、　喚起地方特產業者對品牌與整體視覺設計應用的重視.....5
　第三節　研究範圍與限制.....6
　　一、　研究範圍.....6
　　二、　研究限制.....7
　第四節　研究步驟與架構.....8
　　一、　研究步驟.....8
　　二、　研究架構.....10
第二章　文獻探討.....11
　第一節　視覺設計理論基礎.....11
　　一、　視覺傳達設計的定義.....11
　　二、　視覺傳達設計的功能.....12
　　三、　視覺設計的訊息傳達方式.....13
　　四、　視覺設計的要素.....14
　第二節　品牌的基本概念.....18
　　一、　品牌的定義.....18
　　二、　品牌的功能.....20
　　三、　品牌形象的組成.....21
　第三節　視覺設計與品牌形象之關聯性.....23
　第四節　品牌視覺形象設計的行銷任務.....25
　　一、　建立產品品牌認知.....26
　　二、　刺激消費者的需求認知.....26
　　三、　溝通的功能.....27
　　四、　促進消費作用為最終目的.....28
　第五節　小結.....30
第三章　研究分析.....32
　第一節　新埔鎮背景環境.....32

一、 客家人的移民歷史.....32
二、 新埔的地理環境.....34
三、 九降風.....37
四、 新埔柿餅業的發展.....39
第二節 柿餅的製作過程.....43
第三節 擬定視覺設計策略與步驟.....50
一、 展開全國地方特色產業調查並提出相關的輔導政策.....51
二、 中央與地方分工合作擬定分級發展策略.....52
三、 推廣地方特色產業邁入國際化.....53
第四章 設計創作表現.....55
第一節 設計創作理念.....55
第二節 設計創意表現.....57
一、 「典雅形象系列」:.....57
二、 「人文形象系列」:.....63
三、 「復古聯想系列」:.....69
第五章 結論與建議.....72
第一節 研究結論.....72
第二節 後續研究與建議.....73
參考文獻.....76

表 目 錄

表 2-1：色彩計畫的程序－鄭國裕（2002）.....15
表 2-2：各學者對品牌的定義－朱如幸（2003）.....19

圖 目 錄

圖 1-1：研究架構圖 10
圖 2-1：新埔柿餅文化產品目 DM 28
圖 3-1：新埔柿餅 33
圖 3-2：新埔鎮地形圖 34
圖 3-3：新埔義民廟 35
圖 3-4：新埔旱坑里曬柿場 36
圖 3-5：新竹湖口的風力發電機群 39
圖 3-6：次郎柿 40
圖 3-7：四周柿 40
圖 3-8：石柿 41
圖 3-9：日本富有柿 41
圖 3-10：牛心柿 42
圖 3-11：曬柿子 43
圖 3-12：柿干 45
圖 3-13：新鮮柿子 46
圖 3-14：去柿蒂 46
圖 3-15：柿子機去皮(機) 47
圖 3-16：手工整理柿 48
圖 3-17：柿子上架 48
圖 3-18：傳統日曬柿子 49
圖 3-19：柿餅及柿干完成品 49
圖 3-20：設計策略主要元素與發展步驟 51
圖 3-21：地方產業視覺形象設計計畫作業流程圖 53
圖 4-1：創意概念發展流程圖 56
圖 4-2：應用元件－鳥、蝴蝶、柿葉作畫面情境組合 58
圖 4-3：應用元件－水墨柿子 58
圖 4-4：設計創意表現－心想柿成系列一 59
圖 4-5：設計創意表現－心想柿成系列二 60
圖 4-6：設計創意表現－心想柿成系列三 61
圖 4-7：設計創意表現－心想柿成系列四 62
圖 4-8：應用元件－客家青衫（一） 64
圖 4-9：應用元件－客家青衫（二） 65
圖 4-10：設計創意表現－柿傳說 66
圖 4-11：設計創意表現－九降風系列一 67
圖 4-12：設計創意表現－九降風系列二 68

圖 4-13：應用元件－柿子白描圖 69
圖 4-14：設計創意表現－野趣系列一 70
圖 4-15：設計創意表現－野趣系列二 71