

形象

台灣創意田社 TAIWAN CREATIVE GRAPHIC ARTS
Corporate Identity
形象設計・2

台灣創意田社 TAIWAN CREATIVE GRAPHIC ARTS

形象

形象設計・2 Corporate Identity

JS24.4

出版社

出版說明

有中國人的地方，就有華文；有華文的地方就有傑出的創意。

華文創意的最大特色，在於他不僅反映東方文化的精髓、思想本質和人生哲學，更巧妙蘊含並詮釋着中國人獨有的理念與智慧。

在世界各民族文化的相互沖擊之下，中國人秉承華夏文明之傳統，將使華文創意更放光芒。

放眼國際，比照這套中國《台灣創意百科》，台灣地區源源不絕的創意文化，已經開始蔚為光芒。

現今的創意潮流是由過去的累積及他人的經驗而來，《台灣創意百科》的出版，就是為了大陸創意同仁走更遠的路。

《台灣創意百科》正是所有走在潮流尖端的創意人回顧與前瞻，學習與溝通的工具。

《台灣創意百科》的出版，是我們嚴格按照政策有關規定一是內容上不能反對國家的政治制度，二是不能違背“一個中國”原則，經過嚴肅認真的審讀，原書凡是“政府單位”、“中華民國”、“民國”、“國家”、“台獨”等有關內容均已刪除，現以嶄新的面貌呈現給廣大讀者的。編輯過程中，有損原作精神或作品不盡完整之處，還望作者與讀者諒解。

《台灣創意百科》的出版，得到了台灣設計家文化事業有限公司的大力支持。基於中華民族之同一血脈，出版同業之情誼，更為達到文化交流，促進海峽兩岸創意水平之提升，王士朝先生傾力而為，藉此致以深深謝意。

台灣創意百科

形象設計 · 2

企劃編輯：台灣印刷與設計雜誌社

總編輯：楊宗魁

編輯指導：王士朝

責任編輯：章小林 李 克

出版發行：湖南美術出版社

地 址：長沙市人民中路103號

經 銷：湖南省新華書店

製 版：台灣彩色製版印刷

印 刷：深圳市彩帝印刷實業有限公司

開 本：890 × 1240 1/16 印張：11

2000年10月第一版 2000年10月第一次印刷

印 數：1-3000冊

ISBN 7-5356-1457-4/J · 1374

定 價：128.00元

英文縮寫本義

PL	企劃(Planner)
CD	創意指導(Creative Director)
AD	藝術指導(Art Director)
D	設計(Designer)
P	攝影(Photographer)
I	插圖(Illustrator)
C	文案(Copywriter)
AG	製作公司(Agency)
CL	客戶(Client)
FD	導演(Film Director)
SV	監製(Supervisor)
PD	製片(Producer)
CA	攝影(Cameraman)
L	燈光(Lighting)
FE	剪接(Film Editor)
AU	錄音(Audio)
PR	影片製作(Production)
CG	電腦動畫(Computer Graphic)

本書由台灣設計家文化事業有限公司授權湖南美術出版社在大陸地區出版發行，未經我社許可，任何圖文資料不得翻印轉載。

J524.4

3

:2

台灣創意百科 •

廣告創作・2

商業設計・2

形象設計・2

包裝設計・2

目 錄

編輯組織	1
序文	2
作品	5
標誌	5
金融、交通運輸	
建筑、企業集團	
飯店、休閒娛樂	
餐飲、食品業	
家用、百貨商店	
家電、電腦用品	
文教、出版事業	
企劃、行銷服務	
社團、機構	
其他	
產品標誌	
活動標誌	
企業識別	42
金融、交通運輸	
建筑、企業集團	
飯店、休閒娛樂	
餐飲、食品業	
家用、百貨商店	
家電、電腦用品	
文教、出版事業	
企劃、行銷服務	
社團、機構	
其他	
活動識別	130
藝文展覽	
競賽活動	
研討會	
表演、節慶活動	
商務宣傳活動	

編輯組織

Editorial Organization



王士朝 Su-Chao Wang

●召集人

王士朝

設計家文化事業有限公司發行人兼藝術總監
印刷與設計雜誌發行人兼藝術總監
輔仁大學應用美術系兼任講師
台灣美術設計協會常務理事



楊宗魁 Tzung-Kuei Yang

●總編輯

楊宗魁

設計家文化事業有限公司總經理兼創意總監
印刷與設計雜誌總編輯兼創意總監
中原大學商業設計系兼任講師
台灣美術設計協會常務理事



王行恭 David Wang

●編選委員

王行恭

王行恭設計事務所負責人
台北市立師範學院兼任副教授



何清輝 Taddy Ho

何清輝

黃禾廣告事業股份有限公司總經理兼創意總監
台灣中國文化大學廣告系兼任講師
台灣美術設計協會常務理事



吳錦江 David Wu

吳錦江

米開蘭創意設計有限公司總經理



林磐嶸 Apex Lin

林磐嶸

台灣師範大學美術系副教授
登泰設計顧問有限公司顧問
台灣美術設計協會常務理事



柯鴻圖 Andy Ko

柯鴻圖

鴻圖視覺設計有限公司創意總監

求新、求變、求根本

——在新世紀來臨前，台灣設計人應有的功課

20世紀已進入尾聲，世界各地的各行各業都在整理本世紀內所發生的大事，以便回顧歷史及展望未來。因為，面對着公元2001年的“21世紀”之開始，人類到底要如何再走下去？而從事創意設計工作的朋友們又將如何去迎接新的挑戰？尤其是生活在台灣的我們，應該要怎樣準備呢？在此提出一些個人的看法以就教同行朋友。

台灣設計的現代化、國際化，在這近十年中有明顯的進展，不論是立體空間或平面印刷等等設計表現，都常有令人讚賞的佳作出現，也鼓舞了不少同行的向上心情，但是如果只有欣賞的態度，而不知提升整體的水準，那麼佳作的出現就只是曇花一現而已。因此，台灣設計界的朋友如果有心要走上國際舞台，目前有五種重要的功課要去加強。

一、外語能力的增進：台灣比之香港、新加坡在英語表達上遜色不少，要想和國際同步，必須先有熟練的外語能力才行，否則在溝通、閱讀各種先進前衛的資訊時就落後一步，而自己的想法也說不出去，這是雙方的損失。

二、電腦技能的熟悉：新一代的設計技巧幾乎已由電腦的操作所取代，如果要在設計界繼續經營下去，對電腦技能的了解及操作，必須要能駕輕就熟才行。但是傳統的手繪基礎能力也不能荒廢，如此相互應用才能相得益彰。

三、專業特色的深入：設計的面向很多，要想樣樣精通不太容易，所以要先了解自己有什麼專長特色是別人無法取代的。如色彩應用、文字造型、標誌設計、版面規劃、插圖風格、包裝結構等等，如此才會取得業界的肯定。

四、人文藝術的修養：作為一個優秀的設計人，除了要能完成適當的設計作品外，還必須要擁有充足的文化認知、哲學思想、藝術鑒賞等等人文方面的修養。這樣才不會使設計出來的作品，只是充其量的美化而無深厚的內涵生命。

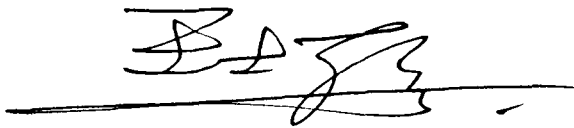
五、市場營銷的觀念：有了好的設計能力，如果不懂得溝通彼此，不了解市場的賣點和盲點陷阱，那麼常會有懷才不遇的憂悶，做起設計也就無法順利圓滿。如此必定會降低工作意願、折損設計生命，對自己是最大的傷害。

有了以上五種功課的完成，在從事設計工作時也要注意個人獨特風格的塑造，這樣才能表現出每個設計人的特色面貌，讓自己的精神、品位有別於他人，也才不會有一窩風的雷同作品，分不出是誰在模仿誰。

因此，站在台灣的立場，設計的表現在內涵上要有本土的精神，在構圖上要有國際的技巧，如此的手法才能突顯出台灣的特色並獲得國際的青睞，這也就是設計界常常談論的“本土情、國際觀”的方式。

而一個成熟的設計人，除了自己的作品能獲得肯定外，對於同行或其他相關行業的作品，我們也要培養出懂得去欣賞、讚美、表揚他人優秀的作品。以大公無私的心態去接納他人的優點，改善自己的缺點，大家互相切磋勉勵，以提升全體台灣設計界的水準為職責，進而和國際并駕齊驅。

身為從事設計工作的我們，既然已經走了設計的這條不歸路，就要無怨無悔地以“終身力行設計”為抱負，不要見異思遷地隨便更換行業。要以國外高齡七八十歲仍堅持從事設計表現的大師們為榜樣，終身奉行設計來累積寶貴的經驗以為後進者參考，如此，台灣的設計人才有資格、光榮地面對歷史，謙虛地說：“我以設計奉獻台灣”。



王士朝/1998 台灣創意百科召集人

一年大一寸

——從執編《台灣創意百科》看台灣設計

《台灣創意百科》的出版，除了彙整編錄台灣杰出設計創作發表，提供給同業觀摩、交流和相互參考使用，以及替台灣設計史迹留下一些珍貴紀錄外，也是本業檢視自我發展之最佳驗證資料。以執編三套《台灣創意百科》出版為例：

1991年，我們首次規劃編印台灣第一套創意百科，內容包括廣告、設計、包裝、插畫及專業攝影五本年鑑，當時參選作品僅以“不錯，可以”即可刊錄為原則，共搜錄有台灣364家公司、843位創作者之3857件作品介紹。

1995年，第二套台灣創意百科，編印內容增加了形象設計，全套共有六本年鑑，參選作品亦提升到必須“很好，富有新意”，才給予刊錄，也搜錄有392家公司、783位創作者之3099件作品介紹。

今年，《1998年台灣創意百科》，編訂版本改為僅保留廣告、設計、形象和包裝等四本純創意性年鑑，同時並追求以“優異、令人欣賞”的作品為選錄標準，而收錄了229家公司、1018位創作者之2100件作品介紹。

從以上三階段不同選錄標準比較，可顯見這幾年來台灣的純設計創作表現確有相當的進步，也足可在創意舞台上自我炫耀一番。但如仔細分析，就人在敬業態度的成長和普及化之整體發展進度而言却仍嫌不足：例如設計人本身自我經營用心不夠，求知創新精神不夠，以及自然關愛服務本業之熱忱不夠等。

以本輯執編作業和承辦相關活動過程略舉提供參考：

1. 設計人主動爭取認可及自我宣傳之積極度不夠，應邀展出或參選作品、資料都須經承辦單位三催四請和多次電話聯絡才得收件使用。

2. 部份從業者自視太高，自認作品不被評比，或抱著無所謂心態，未提供作品參選而錯失推銷自己的機會。

3. 平常不重視收集自己作品，和拍攝非平面印件不易收集之相關系列創作存檔，等須使用時無法提供，或隨便以提案色稿充數應選。

4. 對自己作品之正片攝製不夠用心，或根本不懂得如何安排拍攝，以致因為布局、背景、燈光等掌握不當，而影響其應選條件及整體表現效果。

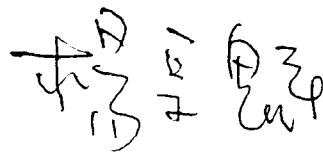
5. 捨不得投資花錢攝製120或4×5正片，而只以自己拍攝的135小正片或印刷物參選，其結果不是被淘汰、割捨，就是因放大品質不良，而使得好作品無法做大版面刊介使用。

6. 缺少自我要求與嘗試創作的精神，未能累進自己專業表現及作品鑑賞能力，往往提供一堆普通商務印件，却難有少數得以獲選刊錄。

7. 共同參與本業推展事務意願不高，也吝於提供相關經費襄助，缺乏與同業交流和相互增長機會。

8. 許多人只顧小愛缺少大愛，平常辦活動、做交流，出發點似乎都以塑造自己形象或拓展公司業務為主要目的，而較少同時真正兼顧整體台灣設計之心。

事實上，前述幾項缺點，始終是台灣設計界十幾年來普遍存在且未能有效改進的現象，也是長期影響本業整體發展的重要因素之一。因此，就編者個人看法，欲見台灣設計水準能普及快速提升，除了有心加強純創作表現外，首要亦應從“人、心態”根本改善做起。如此，設計界的明天才能更好，及期待邁向“一年大一寸”之成長進度發展。



楊宗魁/1998台灣創意百科總編輯

為了走更長遠的設計路——博學、審問、慎思、明辨、篤行

——《1998 台灣創意百科·形象設計年鑑》編選評析

《台灣創意百科》出版了！又是一次台灣設計界心血結晶與成果展現的收穫季節，也是台灣設計界趁機整理幾年下來的點點滴滴，為自己的青春歲月與設計生涯留下彌足珍貴的足跡，更應該是在得意豐收之餘，大家冷靜省思未來的發展與去向？如此的台灣創意百科，就不僅止於記錄作品的出版功能，更是促進台灣設計界不斷省思的精神泉源與內在的驅策動力。

有關本次《台灣創意百科》中“形象設計”所搜錄的作品內容與風貌，展現了近年來台灣各大企業、機構、活動對於形象的重視程度與運用方法，藉著此項工具期以建立良好的企業形象或品牌形象。台灣設計界近年來形象設計的案例與經驗，均已有着豐富可觀的質與量。然而每次有機會參與各項設計比賽的評審時，或是拿着台灣的設計出版品，每當我看着展現在眼前及手中的作品，總會不自覺地想要將之與國外所見、接觸或書籍中所看的作品加以分析比較，真的很想從中為台灣的作品，找找它們放在國際設計天平的客觀位置，究竟台灣設計界的朋友經由多年的努力奮鬥後，大家不眠不休、加班熬夜，好不容易搞出來的那些值得令人陶醉的作品，其真實的斤兩與現值究竟是多少？

尤其是台灣設計界經由多年的摸索成長，確實也有着自己一套存活的生存法則，從滿足客戶導向、以求溫飽的基本需求，以工匠等同的“美工”身份委曲求全；逐漸成長到獲得客戶信任，得以獨立自主的專業表現，進而創建自己的風格特色，更積極建立起專業“設計師”的形象地位，以贏得社會大眾的認同與肯定；至于能否在單一設計領域傲視群倫、引領風騷，成為一時之選，而成為該項領域的大家風範之“設計家”尊稱與雅號，則是無法預期的事實，但是，設計家的封號却也在台灣設計界，屢屢被濫用而顯得不足珍惜。

而其中顯得最嚴重的是在國際設計活動的參與、接觸、推廣、交流……方面缺乏經驗，偏偏台灣設計界的朋友閉關自守者、祭出民族大義者、羞於見人者……大有人在，致使各種設計作業老是本着民族自尊的保守心態來看待自己與面對世界，須知即將到來的千禧年、21世紀、加入WTO、資訊化時代等全球化的趨勢，勢必引發更大規模的產業結構與市場行銷模式的結構性革命，也會帶來現代設計觀念、風格、作業等方面更

富戲劇性與急遽化的變革。其中有關形象設計此一橫跨經營管理與傳播設計的行銷利器，本身即是牽涉國際市場行銷規律，滿足消費者生活形態的設計產物，在設計規劃的過程中特別強調市場通路、產品定位、傳播策略與未來生活趨勢，若僅以台灣的角度從事設計規劃所產生的風貌與現象，究竟與國際發展趨勢有無異同之處？其間觀念的落差、風格的殊異與對於未來的走向等問題之掌握，必然會影響到形象設計的成功與否，更將成為台灣形象設計能否轉型升級與國際設計主流同步的取決關鍵。

“設計”是綜合型的學問，是講求資源整合與國際作業的行為模式，處在資訊時代的關鍵時刻，未來掌握競爭優勢在於擁有多少專業知識與獨特資源，而當大家同時面對國際化的資訊網絡、豐富多元的資訊、快速便捷的操作工具以及更加經濟有效的作業模式，究竟台灣設計界的朋友們是否已經準備好迎接下一波的競爭？在今天的台灣，我們可以在一彈指之間，透過電腦資訊網絡，快速地掌握到全球的活動，甚至于目標明確地取得公元兩千年的國際上各項設計活動的資訊，從中取得未來設計的作品面貌與風格樣式。當然，同時間台灣以什麼心態、什麼面貌去面對世界、去接觸未來，是所有設計界的朋友應該要仔細思考的課題。

宋代理學強調的學問之道在於格物致知，一種追求事物真實本質的務實精神，更將“博學、審問、慎思、明辨、篤行”作為心性養成的重要進階，我個人認為位處在新舊時代的轉折過程中，把老祖宗的智慧拿出來溫習一番，常會令人有一種直指人心、明心見性的驚嘆。作為一個最為基本的“設計人”，在要成為勝任自如於專業領域的“設計師”，進而成為人人稱羨的“設計家”的過程中，或許在面對國際化的同時，不妨也找找老祖宗的智慧，作為內在修煉的前進動力，如此下來，走更長遠的設計路應該會更勝任愉快才是！

林磐鋒

林磐鋒/1998 台灣創意百科編選委員



標誌 Logos



1



2



3



4

1

遠東倉儲股份有限公司
DT 1996.12
PL 蔡玲君 CD 林峰奇
D 江蘇國
AG 奧美視覺管理顧問(股)
CL 遠東倉儲股份有限公司

2

汎宇國際衛星公司
DT 1995.05
CD 唐偉恆 D 唐偉恆
AG 聯廣股份有限公司
CL 汎宇國際衛星公司

3

大眾票券股份有限公司
DT 1995
CD 王明嘉 D 王明嘉
AG 王明嘉設計有限公司
CL 大眾票券股份有限公司

4

國際綜合證券股份有限公司
DT 1995
CD 劉致堯 D 李翠玲
AG 雙向溝通股份有限公司
CL 國際綜合證券(股)

5

中國信託24小時銀行
DT 1995.06
CD 唐偉恆 D 唐偉恆
AG 聯廣股份有限公司
CL 中國信託商業銀行(股)

6

中華電信數據通信所
DT 1996
PL 程湘如 CD 程湘如
AD 程湘如 D 崔秀芬
AG 寒舍創意顧問(頑石)
CL 中華電信數據通信所



5



6



7



8

ALPHA Call

9



10



11

7
Suffolk Mutual Funds
DT 1996
PL Bernhard Kunkler
CD 王明嘉 AD 王明嘉
D 王明嘉
AG 王明嘉設計有限公司
CL Suffolk Mutual Funds
USA

8
農會
DT 1997
PL 形形色色、農委會、外
資協會
CD 汪光宗 AD 賴啓榮
D 陳政芬
AG 形形色色形象設計公司
CL 農會
• 1996世界華人平面設計大
賽評審獎

9
聯華電信股份有限公司
DT 1997
PL 姜可汗 CD 賴啓榮
AD 陳政芬 D 陳政芬
AG 形形色色形象設計公司
CL 聯華電信股份有限公司

10
巨通通信股份有限公司
DT 1997.10
PL 黃泰元 CD 黃泰元
AD 陳金祥
D 陳金祥、呂淑君
AG 福臣氏形象設計公司
CL 巨通通信股份有限公司

11
美濃鎮農會
DT 1997
PL 梁藝悅 CD 游明曜
AD 高志聖 D 方文良
AG 登泰設計顧問有限公司
CL 美濃鎮農會
• 1997台北國際視覺設計展
標誌創作金獎



12



13



14

12

儒賢空間設計工程有限公司
DT 1997.02
PL 陳俊良 D 陳俊良
AG 自由落體設計(股)
CL 儒賢空間設計工程公司
• 1997台北國際視覺設計展
標誌創作金獎

13

宏盛建設地產銷售
DT 1997
D 張正成
AG 黃金印象設計有限公司
CL 宏盛建設股份有限公司

14

東榮國際電信股份有限公司
DT 1997.04
PL 汪光宗、姜可汗
CD 賴啓榮 AD 鄭民宗
D 鄭民宗、姜可汗
AG 形形色色形象設計公司
CL 東榮國際電信(股)

15

安順環保集團
DT 1998.02
PL 林采霖 CD 楊夏蕙
AD 涂以仁
D 戴正裕、蔣麗花
AG 盤古視覺形象設計公司
CL 安順環保工程(股)

16

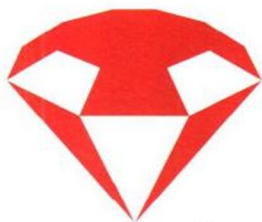
奇鋒集團
DT 1997
PL 林杰、林采霖
CD 楊夏蕙 AD 陳清文
D 陳星光
AG 應杰形象策略公司
CL 奇鋒企業股份有限公司



15



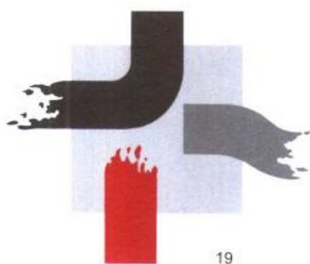
16



17



18



19



20



21



22

17
 泰安產物保險股份有限公司
 DT 1996.01
 PL 蔡玲君、趙世賢
 CD 林峰奇 AD 林峰奇
 D 林峰奇、黃威謙、楊瑞芳
 AG 奧美視覺管理顧問(股)
 CL 泰安產物保險(股)

18
 和旺建設股份有限公司
 DT 1995
 PL 林國慶 CD 林國慶
 AD 林國慶 D 吳沛瑩
 AG 我在形象設計公司
 CL 和旺建設股份有限公司

19
 華業建築師事務所
 DT 1996
 PL 姜可汗 CD 汪光宗
 AD 賴啓榮
 D 賴啓榮、廖志忠
 AG 形形色色形象設計公司
 CL 華業建築師事務所

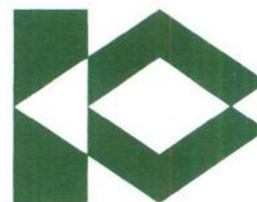
20
 大穎企業集團
 DT 1996
 PL 楓格形象設計有限公司
 CD 廖哲夫 AD 廖哲夫
 D 張瑞琦
 AG 楓格形象設計有限公司
 CL 大穎企業股份有限公司

21
 超泰關係企業
 DT 1995.04
 CD 王炳南 D 王炳南
 AD 大觀視覺顧問(歐普)
 CL 超泰畜產股份有限公司

22
 榮美開發股份有限公司
 DT 1996.12
 PL 黃泰元 CD 黃泰元
 AD 陳金祥
 D 陳金祥、蔡文明、張雅晴
 AG 福臣氏形象設計公司
 CL 榮美開發股份有限公司



23



24



25

23
鉅國營造股份有限公司
DT 1995.08
CD 蘇文清 D 蘇文清
AG 蘇文清設計工作室
CL 鉅國營造股份有限公司

24
億承工程股份有限公司
DT 1996.01
CD 張志宏 AD 張志偉
D 陳桂香
AG 志品形象設計公司
CL 億承工程股份有限公司

25
隆成集團
DT 1997
PL 李敬雲 CD 李敬雲
AD 王明珠 D 王明珠
AG 邁思設計顧問有限公司
CL 隆成集團

26
原舞者舞坊工作室
DT 1997.04
CD 黃麗雲 AD 黃國洲
D 黃國洲
AG 黃國洲設計工作室
CL 原舞者舞坊工作室

27
亞太設計工程顧問公司
DT 1996
PL 檸檬黃設計有限公司
CD 蘇宗雄 AD 蘇宗雄
D 蘇宗雄
AG 檸檬黃設計有限公司
CL 亞太設計工程顧問公司



26



27



28



29



30



31



32

28

永耀玩具公司

DT 1996.03

CD 李智能 D 陳智勇

AG 智能形象設計有限公司

CL 永耀玩具公司

29

台北縣立體育場場徽

DT 1997.07

PL 王君文 CD 吳介民

AD 吳介民 D 吳介民

AG 吳介民設計工作室

CL 台北縣立體育場

• 1997台北國際視覺設計展
標誌創作金獎

30

悠活度假村

DT 1997

PL 汪光宗、姜可汗

CD 汪光宗

AD 汪光宗、賴啓榮

D 賴啓榮、汪首梅

AG 形形色色形象設計公司

CL 悠活度假事業(股)

31

柬埔寨金邊高爾夫球俱樂部

DT 1996

PL 檸檬黃設計公司

CD 蘇宗雄 AD 蘇宗雄

D 蘇宗雄

AG 檸檬黃設計有限公司

CL 柬埔寨皇國金邊高爾夫
球俱樂部

32

金百福保齡球館

DT 1996.10

CD 賴繼輝

AG 大為作坊廣告設計公司

CL 金百福保齡球館



33



34



35



36

33

紐約都會俱樂部

DT 1997

CD 林國慶 AD 黃意晴

D 黃意晴

AG 我在形象設計公司

CL 紐約都會俱樂部

34

和信鯨職業棒球隊

DT 1996.11

CD 劉福祥 D 劉福祥

AG 聯翔國際股份有限公司

CL 和信實業股份有限公司

35

媚美容中心

DT 1996

CD 江培村 AD 蕭瑛瑛

D 蕭瑛瑛

AG 智慧財廣告企劃公司

CL 媚美容中心

36

皇家運動休閒世界

DT 1996.01

CD 賈輝郎 D 賈輝郎

AG 永聯恩廣告事業公司

CL 皇家實業有限公司

37

南山國際機構橘子旅遊事業

DT 1997

D 張正成

AG 黃金印象設計有限公司

CL 南山國際機構

38

明德高爾夫球隊

DT 1995

PL 洪健次 D 洪健次

CL 台北市明德扶輪社



37



38