

企劃書及展出

10607118

美產三

王琇慧

目錄

| | |
|-------------|---|
| 壹、目錄..... | 1 |
| 貳、主題..... | 2 |
| 參、設計動機..... | 2 |
| 肆、設計主題..... | 3 |
| 伍、設計分析..... | 4 |
| 陸、設計策略..... | 5 |

貳、主題（設計緣起）

每個時辰都有不同臟腑當值 潛藏體內的生理時鐘中醫理論中有一個源自《黃帝內經》的「子午流注圖」，子午流注是中醫聖賢發現的一種規律，把一天24小時分為12個時辰，12個時辰對應人體12條經脈，所以每個時辰都有不同的經絡循行，遵循此規律生活，臟腑可以發揮所長，排走毒素，強身防病。

現代人的生活步調快，常常忘記休息，久而久之造成了身體非常大的負擔，在中醫學的觀點上每個時間都有對應的身體器官，每個器官當值排毒或吸收營養的時間都不同，我想藉由此觀點去設計一系列的茶包。



參、設計動機

一、問題與議題

(1)健康是人生的第一幸福。健全的思想寓於健全的身體，不論多麼出眾的才能和力量，一旦失去了健康的身體，都將化為烏有。年輕的時候，我們大家都是拚命三郎，那時我們身體自己感覺很棒，當時的想法就是趁著年輕多干點，時不時工作到深夜；或者熬夜，夜生活太豐富，根本不把身體健康放在心裡。當到了四十歲時，一檢查身體，全身發現很多問題，從高血壓傾向，到高血脂趨勢，再到各種疾病出現，苦不堪言。想像一下，這樣下去，還能健康嗎？

(2)「疲勞」是現代人常常感受到的一種症狀。它並不是一種病，而是人體利用這種現象來告訴我們，要我們檢視自己目前身體的狀況，是不是有需要調整或必須注意的地方。

如何在忙碌的生活與身體健康中得到一個平衡，這也一直是很多人在探討的議題，很多人知道調理身體會去中藥行抓藥，雖然抓藥了但是要去煎藥熬煮又要花掉許多時間，導致很多人又慢慢的忘記身體的健康，將小問題拖成大問題。對於這個問題也很多新世代的人們在尋找如何結合輕巧便利與藥材，讓每一個人都可以輕鬆無負擔的使用。

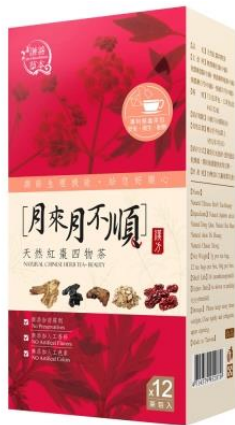
二、現行狀況及處理

(一)市面商品調查與消費者分析

為了增加中藥使用的方便性，市面上也找得到中藥的茶包，中藥診所常常會販售給消費者中藥茶包的商品，但是往往不是銷售不佳就是不夠醒目，大部分的包裝缺乏設計性，難以讓商品在消費者面前曝光。

(二)中藥的大部分使用者年齡多為中老年人，銷售金額也近乎成本價格，數量因而無法有效率提升。

看到的問題有：產品包裝沒有設計感、缺乏跟年輕族群的連結、如何讓中藥茶包更有趣。



(圖一)(圖二)市面販售的中藥茶飲

肆、設計主題

一、設計動機與理念

隨著時代的進步，現代人的食品有許多的添加物，生活壓力下，人們也越來越有調整體質的生活概念，希望年輕人能了解中藥文化（功效）並且知道養身並不麻煩，讓中藥材不再是中老年人的消費產品。使消費者更方便沖泡保健茶品，也能從中體會樂趣。

二、主題方向

結合12時辰對應的人體12條經脈，12總茶中各有不同的療效與特色，設計不同於市面上有質感的包裝，主打吸引年輕人的保健食品！各種主題養生茶飲，讓忙碌壓力大的現代人，可依據生活情形及身體狀況選擇，讓茶飲也可以變成生活態度。



(圖三)12時辰對應的人體12條經脈圖

五、核心價值

(1) 便利性

將中藥改成茶包包裝，讓在忙碌的人都可以保養身體

(2) 文化與年輕人的連結

以老祖宗的智慧，將各式中藥材以100%無添加多餘的添加物，製成各種主題養生茶飲，包裝設計更貼近年輕人。

(3) 商品意義價值

解決忙碌生活中懶於保養身體之現代人的困擾，讓養身變得有趣便利。

肆、設計分析

一、SWOT 分析

| 優勢 Strengths | 劣勢 Weakness |
|-------------------------|--------------|
| 造型有設計感 作為送禮實用、好看 | 價格較高 |
| 機會 Opportunities | 威脅 Threats |
| 融合中醫文化富有文化背景 送人自用兩相宜 | 價位高 製造較費工 |

二、改進方針：

| 強化策略(SO) | 改進策略(WO) |
|---------------------|-----------|
| 強化更多族群的專屬調理茶包，EX:女性 | 未來成本有機會降低 |
| 監控策略(ST) | 避免策略(WT) |
| 監控中藥內容物的來源 | 避免品質不穩定 |

陸、設計策略

一、產品規劃

(一) 設計定位

(1) 目標族群的基本特徵/喜好情況 年輕人，不分年齡職業皆能使用，希望提高現代人養身習慣，讓中藥不在是中老年人才會使用的印象，運用幾何包裝設計結合茶包中醫文化，展現與年輕人的連結。

(2) 價格設計

價格偏高。

(二) 設計策略/方法：劇本導引法

1. 確認目標使用族群：

| 人事時地物 / 腦力激盪表 | | |
|--|--|---------------------------|
| <p>人</p> <p>姓名：丁小美 年齡：26 性別：女 教育：大學 工作：上班族</p> <p>人格：認真·負責任·嚴格</p> <p>生活狀況：獨居</p> | <p>事情狀況</p> <p>小美是個非常努力的人，卻常常忙過頭，沒注意身體狀況，導致體質變差</p> | |
| <p>物</p> <p>時二經脈 中藥調理茶包</p> | <p>地</p> <p>辦公室</p> | <p>時</p> <p>每天</p> |

分鏡劇本/情境快照1

主題：飲食習慣

地點：辦公室
時間：下午

內容描述：（可用5W2H法）

影像或圖面：

辦公室提供的咖啡

吃甜食



分鏡劇本/情境快照2

主題：晚上

地點：辦公室
時間：下班時間

內容描述：（可用5W2H法）

影像或圖面：

加班到很晚

晚餐多為外食

飲食關係造成腸胃不好



分鏡劇本/情境快照3

主題：購買喜好

地點：網購
時間：不一定

內容描述：(可用5W2H法)

影像或圖面：

喜歡網購

希歡購買便利性高的物品

以及有質感的商品



分鏡劇本/情境快照4

主題：醫療管道

地點：中醫診所
時間：不一定

內容描述：(可用5W2H法)

影像或圖面：

習慣服用中藥，卻常常忘記吃藥

會嫌煎藥麻煩



分鏡劇本/情境快照5

主題：平時休閒喜好

地點：家中

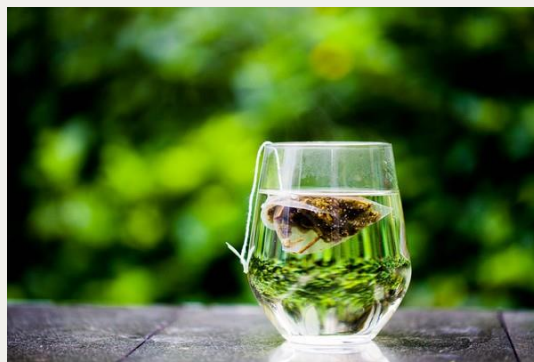
時間：假日

內容描述：(可用5W2H法)

影像或圖面：

泡茶·看書

欣賞植物



分鏡劇本/情境快照6

主題：個性習慣

地點：辦公室

時間：平日

內容描述：(可用5W2H法)

影像或圖面：

喜歡收集偶收藏性(美觀)的東西



3. 整理成快照表：

| | | |
|-----------------------|------------------------|---------------------|
| 快照1內容： 飲食來源於工作場所 | 快照2內容： 長時間外食，身體狀況不佳 | 快照3內容： 購買習慣為網購 |
| 快照4內容： 醫療管道為中醫 | ? | 快照5內容： 休閒活動是泡茶看書 |
| 快照6內容： 喜歡收集有收藏性的包裝 | 快照7內容： | 快照8內容： |

4. 發展設計議題：

由上述快照中發展設計議題，議題內容包含下列可能性：

1. 劇本發展中的智慧結晶
2. 設計機會
3. 潛藏的行為模型、活動典範

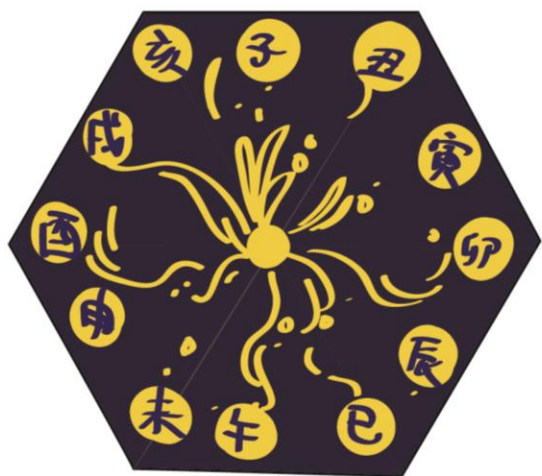
※新的故事開始反映了新的應用範圍、產品功能、重點特色等。

EX: 模式：擁擠的電腦桌

議題：只佔小小的面積，不獨佔桌子左邊位置

| | | |
|-------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| 快照1的議題： 價格不高，容易購買給 多人使用 | 快照2的議題： 能夠調理長時間外食造 成的身體負擔 | 快照3的議題： 購買管道，增加網路購 買的選項 |
| 快照的議題4： 也可以在中醫診所販售 | ? | 快照5的議題： 結合泡茶的文化 |
| 快照的議題6： 賦予外包装收藏性 | 快照7的議題： | 快照8的議題： |

時二經脈 中藥調理茶包



展開

(1) 便利性

將中藥改成茶包包裝，讓在忙碌的人都可以保養身體

(2) 文化與年輕人的連結

以老祖宗的智慧，將各式中藥材以100%無添加多餘的添加物，製成各種主題養生茶飲，包裝設計更貼近年輕人。

(3) 商品意義價值

解決忙碌生活中懶於保養身體之現代人的困擾，讓養身變得有趣便利。