




後面的山坡設計企劃書

國立臺東大學
美產三 邵婕芸



目錄

壹、目錄-----	P.2
貳、主題-----	P.3
參、設計動機-----	P. 3- P.4
肆、設計主題-----	P.5
伍、設計分析-----	P.6
陸、設計策略-----	P.7 - P.11

貳、主題：後面的山坡

參、設計動機

一、問題與議題

耳熟能詳的兒歌〈我的家〉中暢談了住家的美好環境，門前有小河後面有山坡等，這是現在住在城市裡的小孩無法體會的。若要將自然帶入現居的家中做為生態教育和美化，大多是採取種植盆景植物的方式。但一棵植物終究比不上一片林，除了觀感上的差距外，心理的感觸有著更顯著的不同。

聽著長輩們分享自己小時候所經歷的歡樂童年時光，大自然中的一切都是玩具，哪像現在的小孩只知道沉浸在虛擬的世界裡。但他們卻不明白，在時代的推演中，所謂自然的世界早已跟居住城市分離，儘管有人造公園景致，但終究不屬於自己。

二、現行狀況及處理

(1)山林國家公園資訊：台灣的山林國家公園有玉山國家公園、陽明山國家公園、雪霸國家公園。而這些國家公園蘊藏許多珍貴之生態資源及人文史蹟，如玉山國家公園園區內就至少有 58 種哺乳類動物，像是臺灣野山羊、臺灣水鹿、臺灣黑熊、臺灣野豬、山羌、臺灣獼猴等為最常見。



臺灣獼猴



臺灣黑熊

陽明山國家公園則是有許多景點，例如牛奶湖、夢幻湖、龍鳳谷硫磺谷等。



牛奶湖



夢幻湖



雪霸國家公園高山林立，並有稀有的臺灣寬尾鳳蝶、櫻花鉤吻鮭，是臺灣登山路線最多最複雜的國家公園。



臺灣寬尾鳳蝶



櫻花鉤吻鮭

每座山林的地形面貌都有所不同各具特色，代表了台灣是由板塊擠壓形成的島嶼，也因此吸引許多外國觀光客前來遊玩。

(2)山林國家公園紀念品：這些森林國家公園的紀念品多以實用器皿、背包，或是明信片等文創小物，觀念大多是以另一種經過改變的形態將記憶帶回家，同一般常見的觀光景點形式。



玉山背包



水壺



文創周邊

(3)創造獨有的特色物品：每一次的旅行都是寶貴的記憶，為了保存這些美好，多數人會購買具特色之物品，擺放至家中利於證實自己的歷史。而對於山林國家公園來說最大的特色無非就是他們特有的自然環境，若能將此帶回家那是再好不過，因此，將山林帶回家就成為了這次設計的主題。

(4)盆栽的造型即為山坡，利用盆栽的特色栽種植物，當植物長大後就能擁有一座屬於自己的山坡，這樣的紀念品並不只是裝飾用，在每次灌溉照顧他的時候，都能讓你回想起這段記憶。根據不同國家公園的特色可以開發多種多樣的款式，讓收藏變得更有價值。



肆、設計主題

一、設計動機與理念

讓居住在城市的人能夠擁有擁抱大自然的機會，抑或是經由登山旅行帶來的感慨能深藏於心中。在現代，多數人被每天忙碌的工作或課業壓得使人無法喘息，只有在休假的時候能外出走走散心，而休假的時候走向自然原野成了熱門景點。在旅途中發生的許多事情常常讓人沒齒難忘，為了紀念購買紀念品，好讓這個回憶深埋於心，但往往這些紀念品買回家後就會被收藏在展示櫃，或是箱子裡，甚至有些人是後覺得占位子最後選擇丟掉。為減少這樣的事情再發生，而設計需要照顧的紀念品，此作品可以讓人慢慢回味旅行的美好。

二、主題方向

山林國家公園的山脈都別具特色，但因為是自然物所以也會隨著時間季節有所改變，呈現不同的面貌，盆景植物也一樣，會根據照顧的不同有不同的形式，這樣的變化往往會讓人感到興奮驚奇。因此由固有的山脈為雛形，讓使用者能創作出屬於自己家後方的那座小山坡。

三、風格與案例

臺灣山脈風格



玉山國家公園



陽明山國家公園



雪霸國家公園

富士山案例



富士山零食



富士山面紙袋



富士山酒壺



伍、設計分析

SWOT 分析：

優勢 Strengths	劣勢 Weakness
<ol style="list-style-type: none">1. 市面上還未有此相關產品2. 具特色及代表性3. 銷售對象範圍廣闊	<ol style="list-style-type: none">1. 體積大2. 需要照顧
機會 Opportunities	威脅 Threats
<ol style="list-style-type: none">1. 可成為國家公園的紀念品項2. 讓外國人帶出國外宣傳台灣	<ol style="list-style-type: none">1. 容易被模仿2. 覺得麻煩的人

改進方針：

強化策略(SO)	改進策略(WO)
提倡還有親子同樂之功能，具教育內涵	提供各式大小，符合各種需求 設計懶人包解說
監控策略(ST)	避免策略(WT)
使用具國家公園之特色圖章作為紋樣	銷售地點單一(只在國家公園販售)

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：老少皆宜，居住城市的人，或遊客
 喜好情況：對大自然有所憧憬
- (2) 價格設計：依照大小而定

(二) 設計策略/方法：仿生法

(1) 創意來源：

台灣國家公園的山脈，每座山脈的樣式都不一樣且會跟著時間季節有所改變，每次的改變都帶給人驚奇感。

(2) 創新應用服務特色與功能說明：

盆栽不再只有一種樣式，而是能根據需求組裝成自己想要形式，且可以一起栽種各個樣不同的品種，整體形式會呈現如同山脈一般。

(3) 簡述市場觀察與趨勢分析：

市售盆栽形狀多相似，價錢範圍廣。

市售盆栽比較			
	普通塑膠盆栽	掛式盆栽	組合式盆栽
			
美觀	差	較有造型	佳
大小	依大小	中	小
價格	20 元	1512 元	500 元
容量	依大小	中	小

(4) 仿生法應用之類型：

勾選	仿生方式	細項
√	仿生造形設計	(不使用) 非功能象徵
		功能象徵
	仿生運動設計	運動方式
		生物習性
√	仿生構造設計	生物結構

--	--	--

(5) 設計構想：

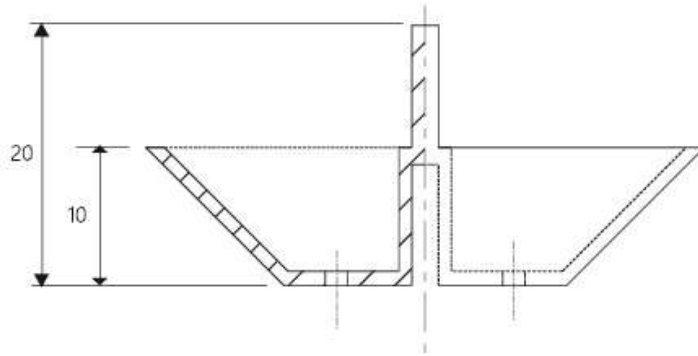
透過小小的盆栽讓你在家中就能有致生於大自然中的體悟，家後面沒有山坡沒關係，自己的山坡自己造，還能帶有臺灣山脈特色，要多紅的野花都可以。同時具有寓教於樂及紀念性價值。

(三) 設計作品組成 (基本模型)

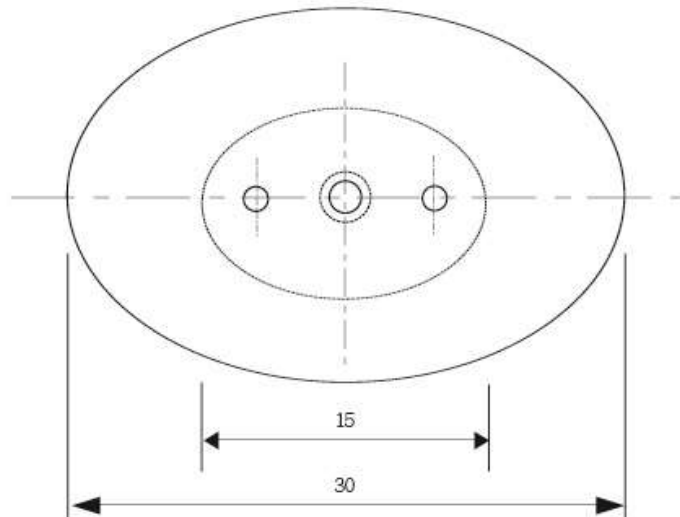
(1) 半剖視圖、上視圖



半剖視圖

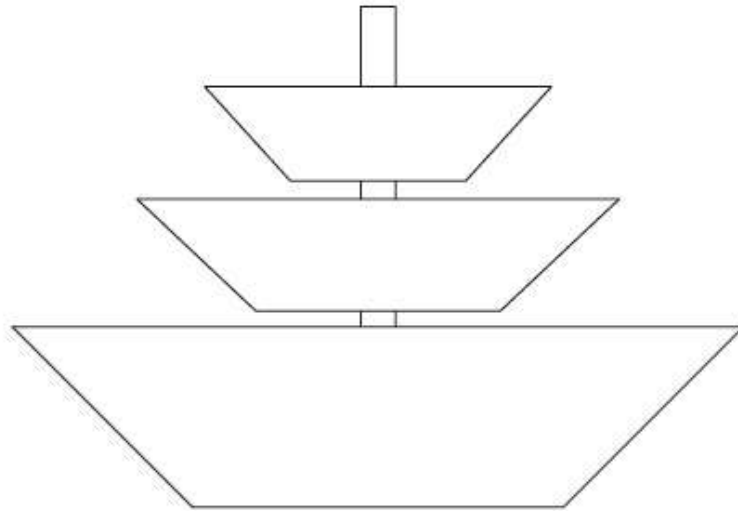


上視圖

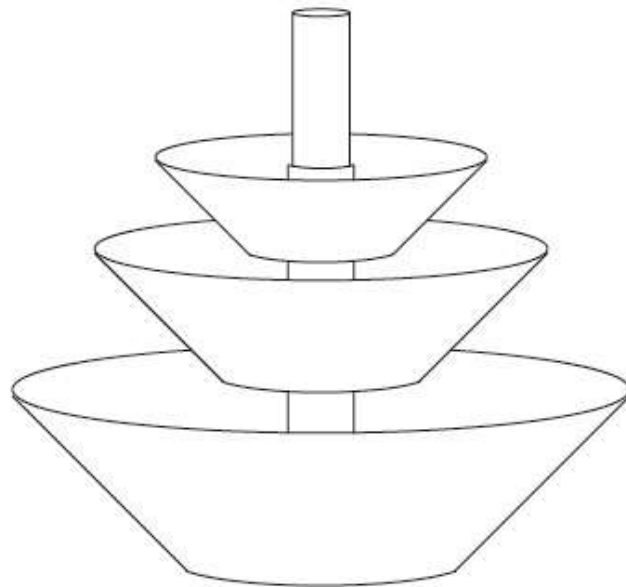


(2) 組合圖、立體圖 (基本模型)

組合圖



立體圖



(3) 情境圖

