

用一顆咖啡豆 翻轉人生

—— 獼猴咖啡形象再造 ——

地精與他們的產地

B11036216 簡秀瑛

B11036234 蔡怡玟

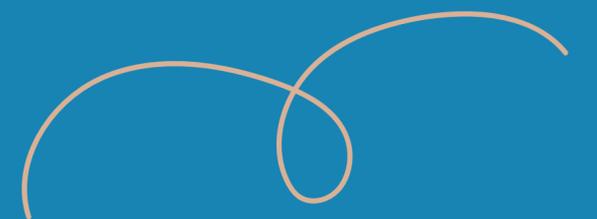
B11036222 林鈞茜



目錄



合作廠商	提案動機	OKR 簡表	願景
關鍵結果 成果展現	經費預算	團隊過去成果	活動紀錄

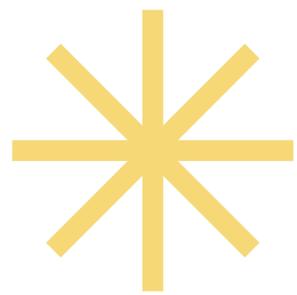




經兩次天災，化危機為轉機！

慧馨姊來自中國廣西，來台二十年，先前與丈夫種植檳榔，後因九二一大地震讓夫妻倆損失慘重，轉而種植咖啡。

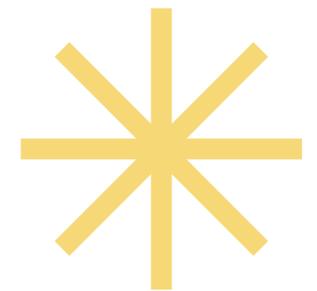
不過慧馨姊並沒有因此灰心，腳踏實地從基礎知識學起，認識咖啡、並運用有機種植法自己種豆與烘豆，是在地數一數二的咖啡達人！





台灣獼猴咖啡

位於雲林古坑高山，適合咖啡生長，種出來的果實大顆且飽滿，沒想到香甜的味道竟引來台灣獼猴偷吃。獼猴的唾液剛好能幫助咖啡發酵，經過清洗烘焙後，會帶有一份焦糖與熱帶水果香，同時還有烏龍茶、檸檬等多層次的口感。





提案動機

我們調查發現獼猴咖啡店面老舊且招牌眾多；店內陳列商品過多加上裝潢風格不統一；包裝品牌形象、文字資訊不明確等以上問題。

希望透過我們的設計能量改善現有不足的地方，打造出形象更為專業的獼猴咖啡，改造店面吸引遊客的同時，帶動樟湖社區觀光產業。

OKR簡表

一、團隊是誰

國立雲林科技大學
設計技優專班

簡秀瑛 (網頁設計)
蔡怡玟 (平面設計)
林鈞茜 (室內空間)

二、團隊在哪裡

組織: 獼猴咖啡/慧馨園農園

地址: 646雲林縣古坑鄉樟湖村石橋1號

電話: 0988552881

三、團隊想要解決什麼問題

願 景: 獼猴咖啡再現風光

目 標: 優化形象並達到宣傳推廣的效果

關鍵結果: 空間、品牌包裝形象優化, 傳達在地
核心價值、展現獨特性, 吸引顧客

五、定期調整機制

每周二與老師討論,
周三組內討論

四、團隊想要做什麼

(一) 室外門面改造

- 1.兩款烤漆玻璃、重整植被
- 2.增設一個招牌、一個立牌
- 3.增設兩組吧檯、一組桌椅

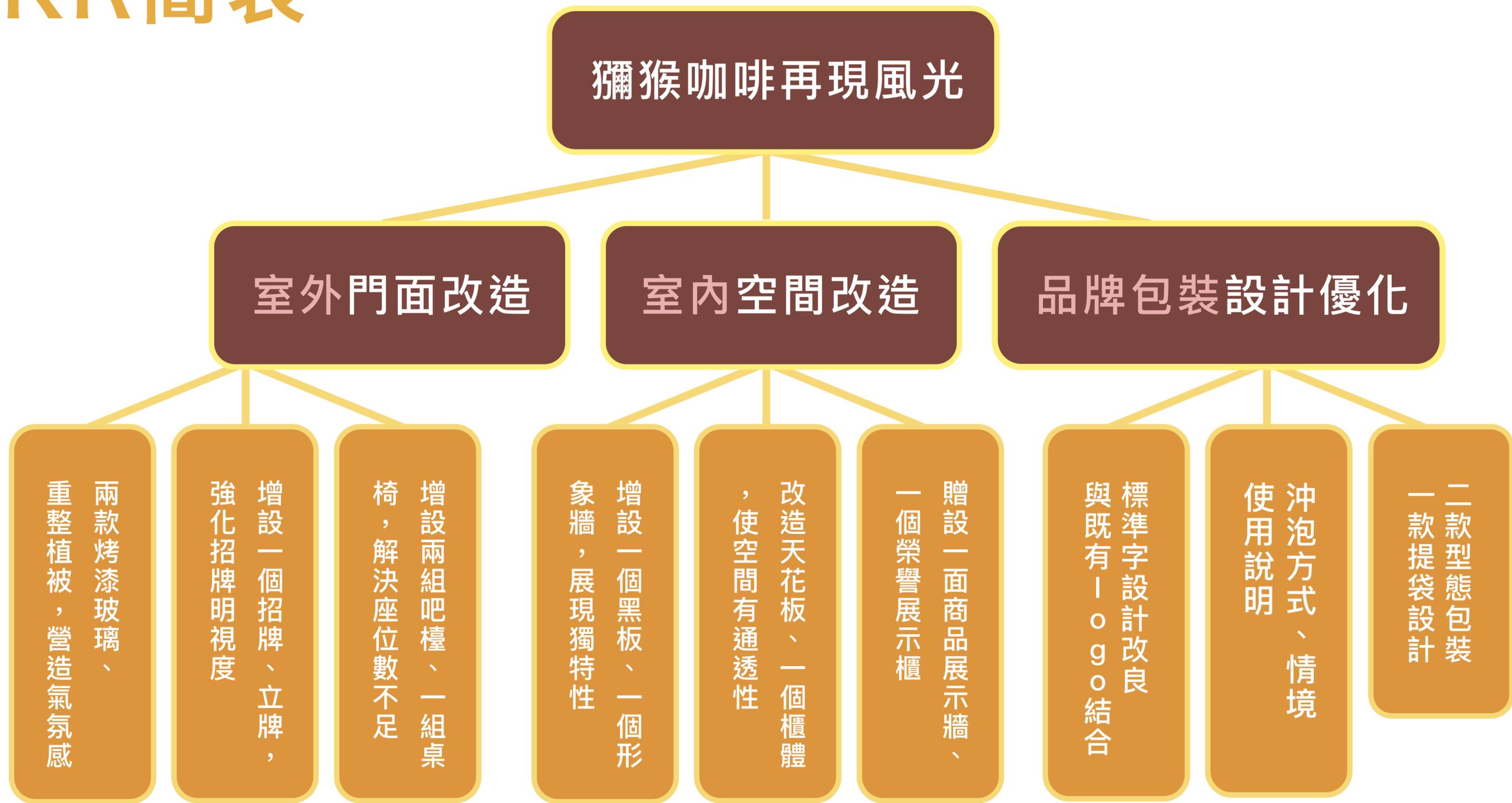
(二) 室內空間改造

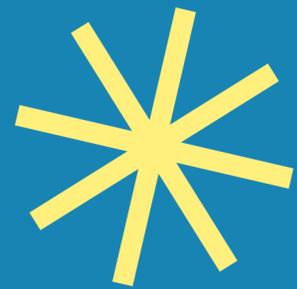
- 1.增設一個黑板、一個形象牆
- 2.改造天花板、一個櫃體
- 3.增設一面商品展示牆、
一個榮譽展示櫃

(三) 品牌包裝設計優化

- 1.標準字設計改良與
既有LOGO結合
- 2.沖泡方式、情境使用說明
- 3.二款型態包裝、一款提袋設計

OKR簡表

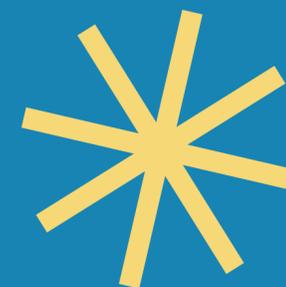




願景

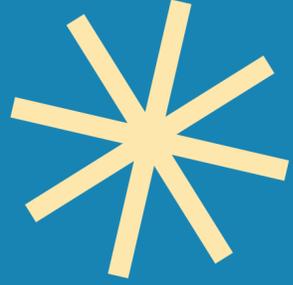
希望能透過我們的設計能量改善現有空間及包裝不足的地方，重新打造出具有專業度的獼猴咖啡，進而傳達在地核心價值，展現獼猴咖啡的獨特性，吸引顧客前往，再現以往風光。

並與當地店家合作，帶動樟湖觀光經濟。

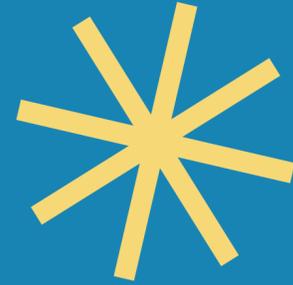




關鍵成果、成果展現



室外門面改造 現況



問題

解決辦法

店面老舊雜亂缺乏管理

重整環境，移除不必要的物品

招牌眾多導致明視度不足

清除過多資訊，留下主要招牌

室外座位區缺乏整頓、座位數不足

美化環境，增設吧檯、座位區

木地板老化斑駁

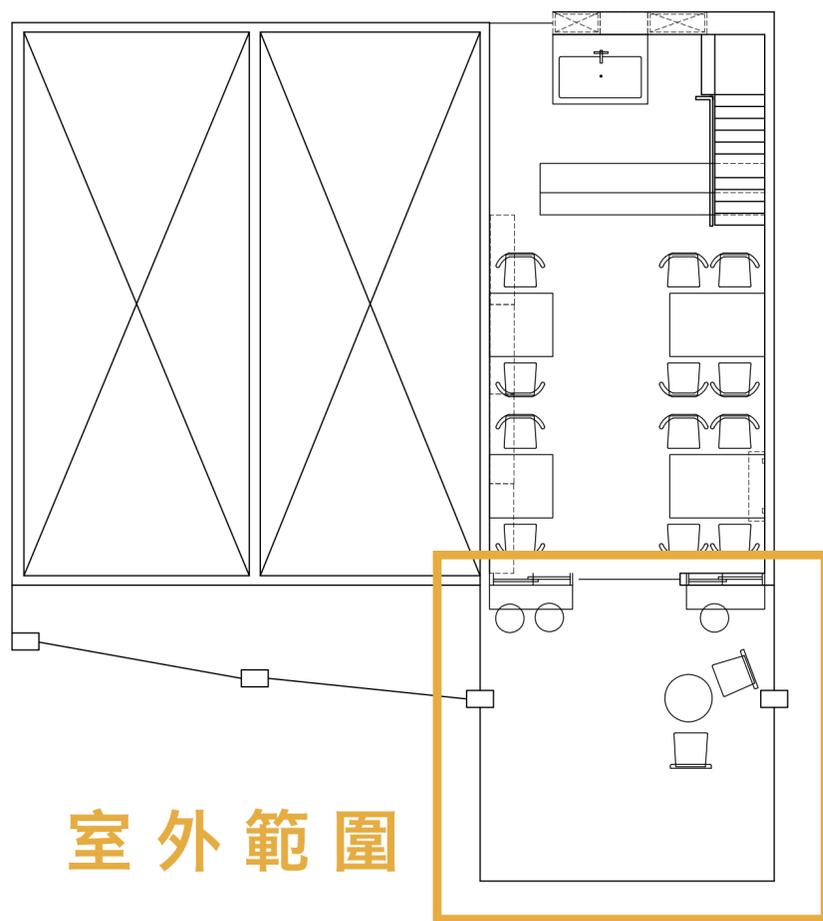
翻新、維護木地板

門窗遭白蟻侵蝕損壞嚴重

替換門窗，並解決白蟻問題

室外門面改造 成果展現

保留原有台式建築的元素並與現代空間元素做融合，拆除嚴重壞損的門窗，更換大面積玻璃門窗，增加室內自然採光。

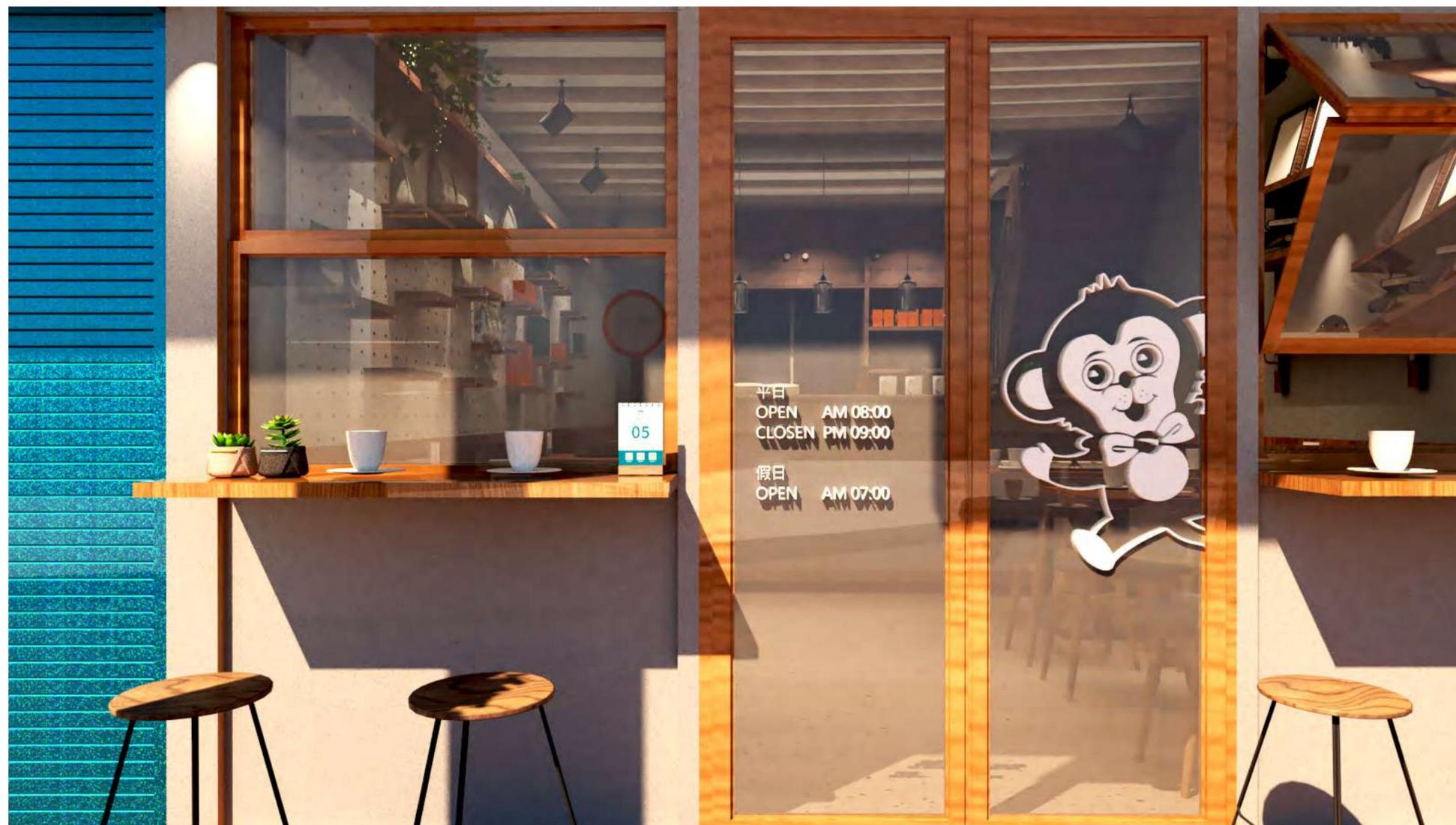


室外範圍

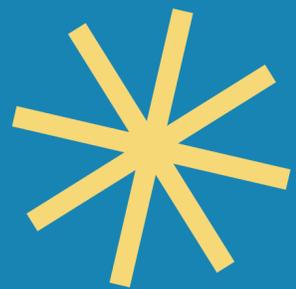
現場模擬圖 ▶



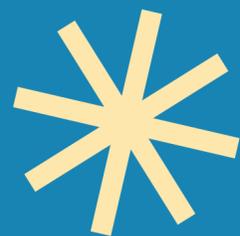
成果展現



▲現場模擬圖



室內空間改造 現況



問題

解決辦法

風格不統一元素過多

統一空間色調及元素

空間狹小具有壓迫感

拆除舊有櫃體，改善空間配置

陳列商品過多，造成視覺凌亂

取捨商品樣數，陳列當季商品

室內光線不足，導致空間昏暗

增加門窗採光面積，並重新規劃配電

家具老舊、不適合空間風格

更換風格化家具

天花板遭白蟻侵蝕

解決白蟻問題

室內空間改造 成果展現

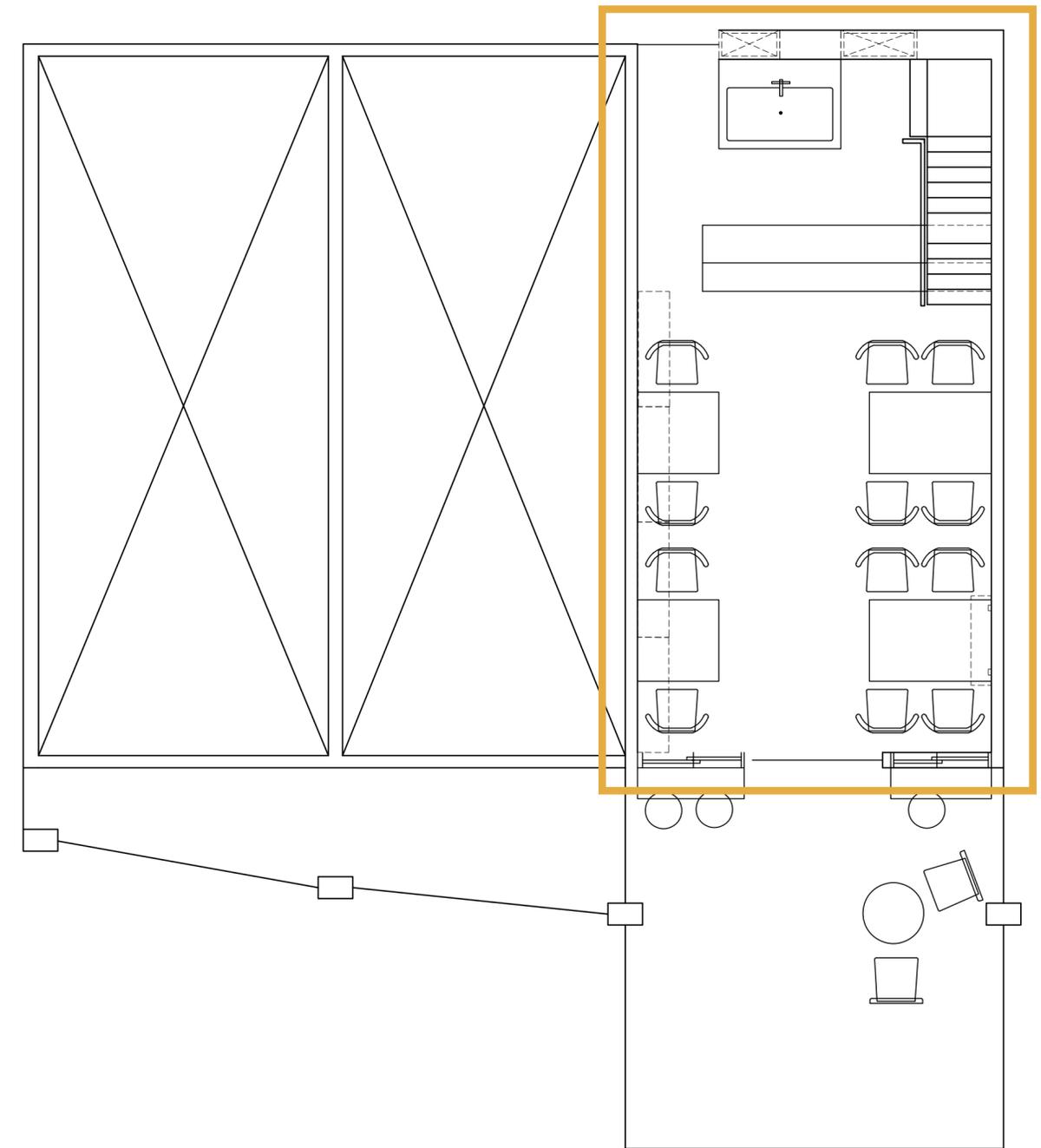
以暖色木質調、磨石子地板及綠色植被為基底，營造山中自然氛圍感，並融合現代元素，以黑色金屬作為點綴。將陳舊櫃體進行風格化調整，延續其物品壽命。

現場模擬圖 ▶





室內範圍

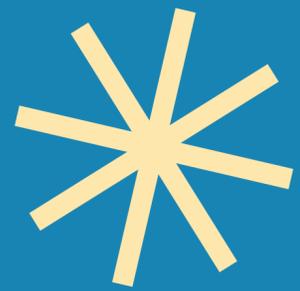


◀ 現場模擬圖

成果展現



▲ 現場模擬圖



品牌包裝設計優化 現況



問題	解決辦法
需更新品牌形象	統整品牌核心內容、找出未來主調走向
標準字需再設計	重新設計 logo 標準字，符合品牌形象
包裝文字資訊缺乏統一性	調整內文排版，更容易找到需求資訊
舊款包裝沒有獨特性	設計包裝亮點，突出商品的獨特性
商品包裝沒有系列感	統籌商品連結性

LOGO標準字 預期成果

Before



after



我們將過去的舊有圖像保存並同時加入新的品牌形象，
讓老客戶依舊保有信任感，與此同時也能吸引新客人前往，
體驗從未感受過全新的獼猴咖啡



台灣 獼猴咖啡
Monkey Coffee

#357E8F

#CEAB30

LOGO沿用獼猴形象，做線條精簡的視覺調整；

顏色選擇藍綠色，象徵樟湖的「樟樹」及「湖水」

黃色則象徵咖啡的香氣、獼猴的活力以及品牌的溫度

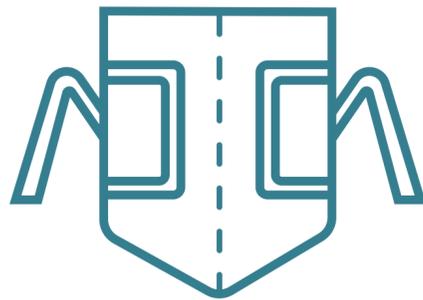
上方四顆咖啡豆，象徵有「咖啡」、「獼猴」、「你」、「我」，才有現在的獼猴咖啡

品牌包裝設計 成果展現

(一) 沖泡方式、情境使用說明



① 撕開 Tear



② 拉開 Pull away



③ 沖泡 Steep



④ 取出 Take out

(二)袋裝咖啡包裝貼紙



台灣 獼猴咖啡
Monkey Coffee

衣索比亞 耶加雪菲 G1
Ethiopia Yirgacheffe Grade 1

Specialty Coffee

風味	香草 vanilla 莓果 berries 檸檬 lemon	奶油 cream 紅糖 brown sugar 香草 sweet orange	水洗
烘焙度	<input type="checkbox"/> 淺 <input type="checkbox"/> 淺中 <input type="checkbox"/> 中	內容物 <input type="checkbox"/> 227公克 <input type="checkbox"/> 112公克	
品種	鐵比卡 typica	製造日期	



台灣 獼猴咖啡
Monkey Coffee

曼巴咖啡
Mandeling and Brazilian Coffee

Specialty Coffee

風味	榛果 hazelnuts 仙草 grass jelly 橘皮 orange peel	奶油巧克力 light fermented wine	水洗 日晒
烘焙度	<input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 中深 <input type="checkbox"/> 深	內容物 <input type="checkbox"/> 227公克 <input type="checkbox"/> 112公克	
品種	鐵比卡/波旁 typica/bourbon	製造日期	



台灣 獼猴咖啡
Monkey Coffee

衣索比亞 耶加雪菲 G1
Ethiopia Yirgacheffe Grade 1

Specialty Coffee

風味	柑橘 Tangerine 花香 floral 莓果 berries	桂圓 Longan 淡發酵酒香 light fermented wine	日晒
烘焙度	<input type="checkbox"/> 淺 <input type="checkbox"/> 淺中 <input type="checkbox"/> 中	內容物 <input type="checkbox"/> 227公克 <input type="checkbox"/> 112公克	
品種	鐵比卡 typica	製造日期	



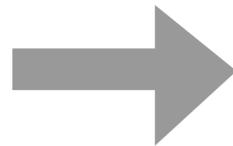
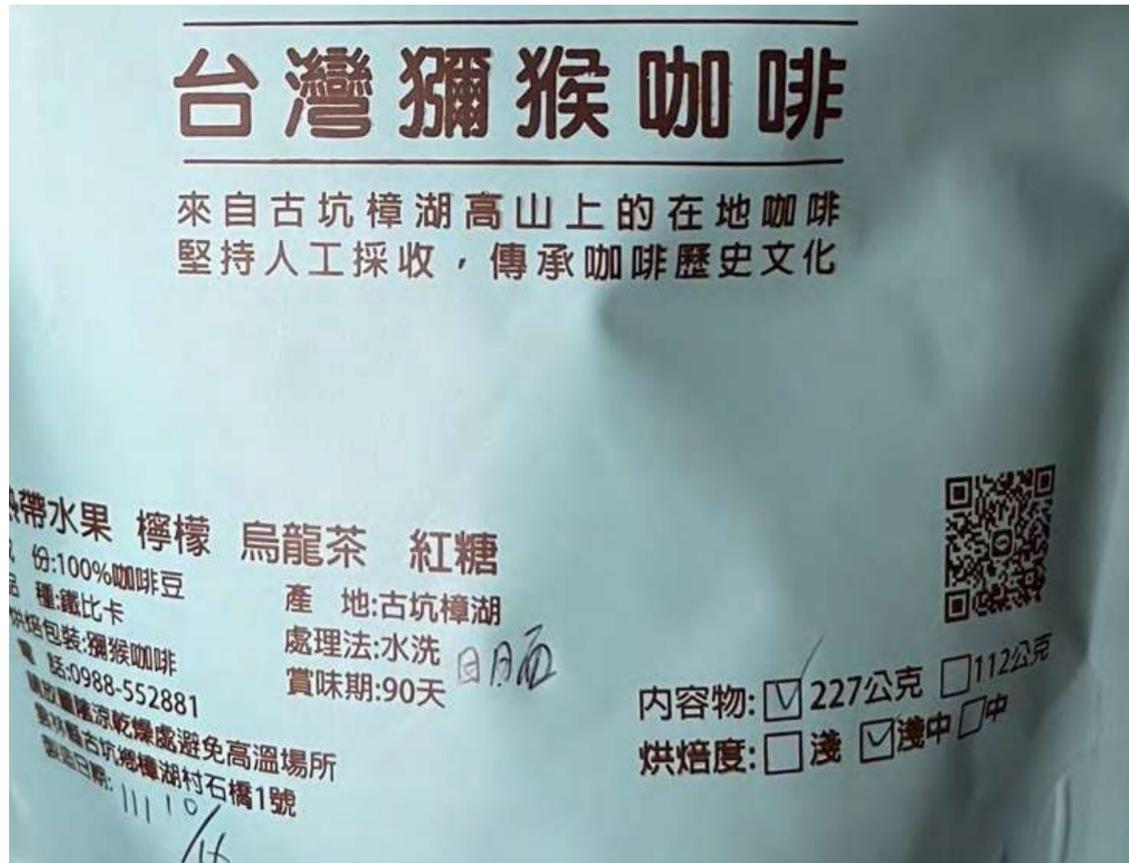
台灣 獼猴咖啡
Monkey Coffee

台灣獼猴咖啡
Taiwan Monkey Coffee

Specialty Coffee

風味	檸檬 lemon 熱帶水果 tropical fruit 烏龍茶 oolong tea	紅糖 brown sugar	水洗
烘焙度	<input type="checkbox"/> 淺 <input type="checkbox"/> 淺中 <input type="checkbox"/> 中	內容物 <input type="checkbox"/> 227公克 <input type="checkbox"/> 112公克	
品種	鐵比卡 typica	製造日期	





(三) 濾掛咖啡外盒

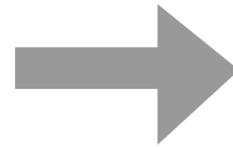
外盒



內盒



內盒插圖設計



連接樟湖



1. 商品展示牆

與在地小農合作，在店內即可購買到當地農產品，達到宣傳推廣效果。

2. 綜合禮盒

與在地小農合作，推出樟湖特色農產品禮盒，打造最道地的獨特風味。

3. 桌上立牌

介紹當地特色景點、店家、體驗活動，
吸引顧客前往，帶動觀光產業。



經費預算與規劃

包裝打樣費

經費項目	單價	數量	總價
影印印刷費	200	1	200
品牌形象印刷費	600	1	600
包裝打樣印刷費	1200	1	1200
總計			2000

包裝量化

經費項目	單價	數量	總價
影印印刷費	500	1	500
開刀模	2000	4	8000
濾掛外盒(小)	3500	1	3500
濾掛外盒(中)	5015	1	5015
大禮盒包裝	6100	1	6100
提袋	6150	1	6150
總計			29265

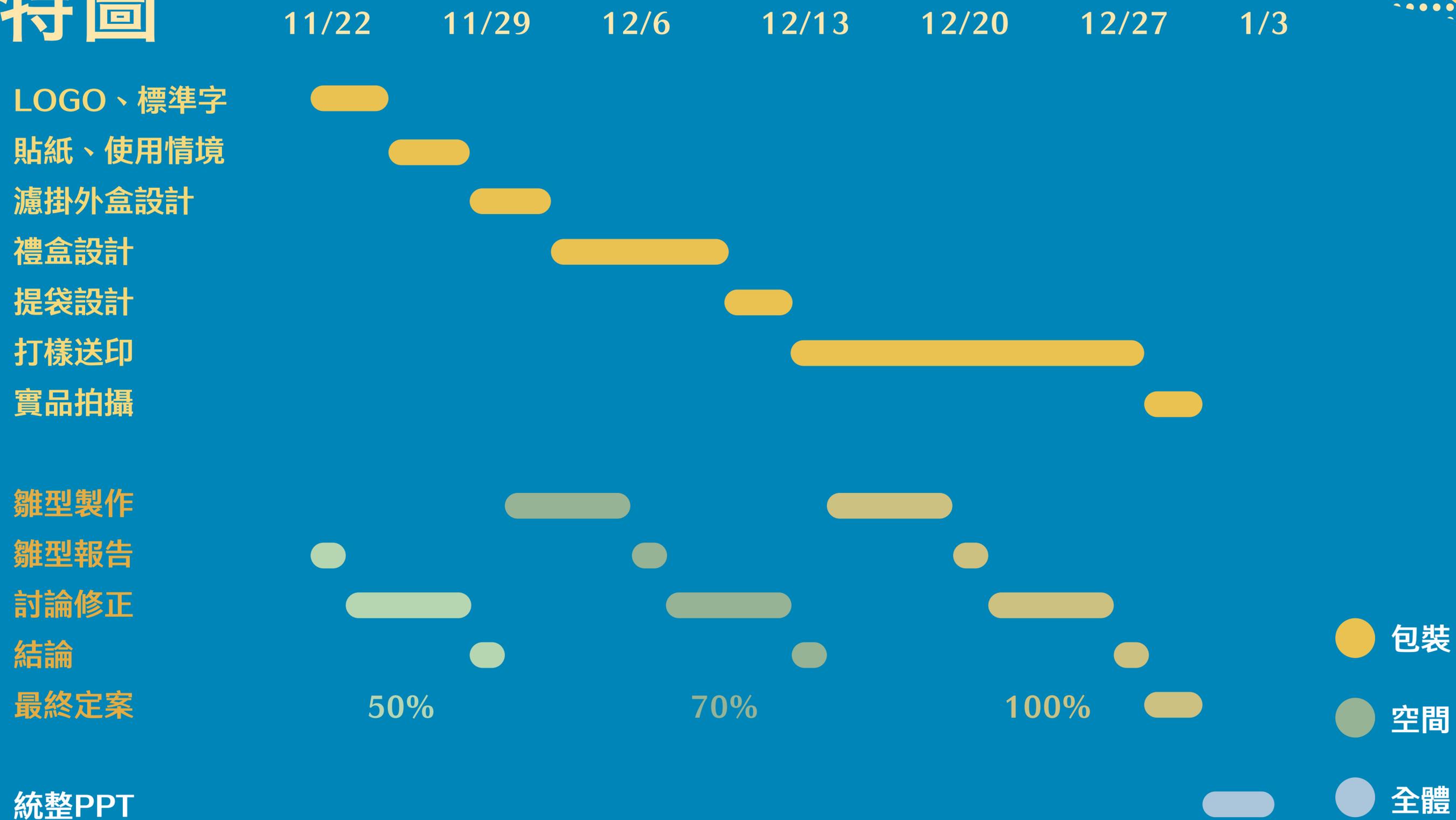
經費預算與規劃

空間量化

經費項目	單價	數量	總價	計算方式及說明
牆面粉刷	450(坪)	4	1800	乳膠漆
木作維護	600(罐)	8	4800	木作漆
石頭地板	4000(坪)	4	16000	請工人施作
四人桌椅	16000	4	64000	一組為一張桌子、四張椅子
兩人桌椅	8000	3	24000	一組為一張桌子、兩張椅子
吊燈	800	4	3200	照射座位、吧檯用
聚光燈	700	7	4900	照射牆面展示區用
鐵件招牌	6000	2	12000	室外招牌、室內形象牆用
玻璃貼	300	1	300	室外門窗玻璃用
黑板	900	2	1800	室外立牌、室內菜單
洞洞板	4000	4	16000	室內商品展示牆用

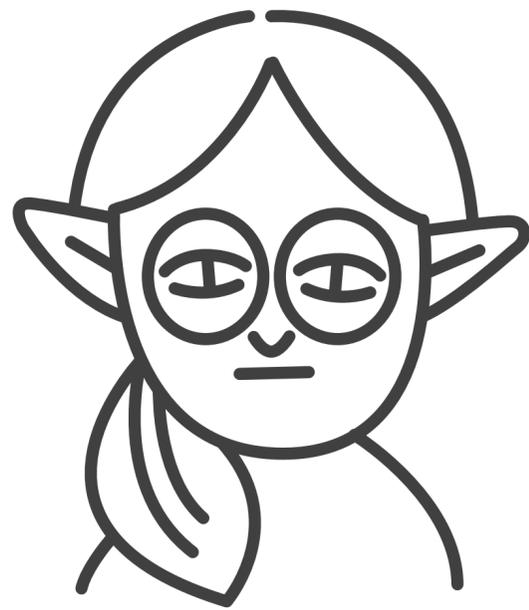
總計 132800

甘特圖



團隊過去成果

室內空間設計技術



林鈞茜

全國技藝競賽工業類室內設計組 第三名



平面設計技術



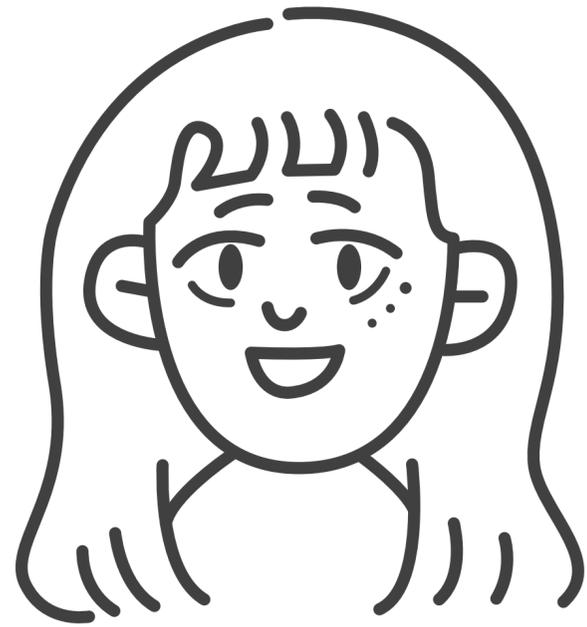
蔡怡玟

51 屆全國技能競賽 - 平面設計技術 銅牌

50 屆全國技能競賽 - 平面設計技術 第四名



網頁設計技術



簡秀瑛

全國技藝競賽商業類網頁設計組第二名



▲右手為切斷膠帶的刀片，刀片選為較安全不割手的材質。



▲左手粉色棒棒糖，可作為膠帶台使用，前方的蓋子拆開可自由的更換膠帶。



▲紅色背包，可作為筆筒使用，可放置鉛筆、刷具等用具。



活動紀錄

啡越新食代

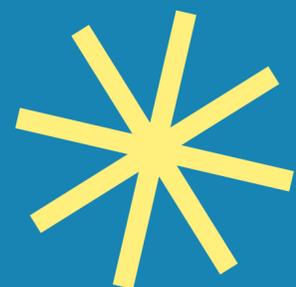


現場丈量



討論過程





THE END

