

摘要

作品名稱：惟食忘憂

這是關於外埔忘憂谷小農的故事。在這科技資訊的時代，人與人之間不再溫情對話。一種新的生活革命正悄悄興起，溫柔的善待自己，享受美食成了生活中最幸福的事。然而，當滿案的佳餚一道道滑入我們的口裡，人們開始反思，如何吃得安心，吃得健康，「食安」成了 21 世紀重要的議題。過於急功近利，追求速成，原本應該循著二十四節氣生長的食物，成了化學、農藥的贗品，致癌的毒物。忘憂谷的小農從土地出發，以自然工法，推動有機農業耕作，希望讓每位消費者都能吃到最安全的食物是他們的志願。小農們親手種植、細心呵護作物，每一粒稻米，每一顆蔬果，皆蘊含著他們的真心。來到忘憂谷，有如置身世外桃源，「惟食忘憂」，人們可以盡情品嚐箇中好滋味。

設計領域優等(1)

專題內容

一、前言

(一)、研究動機

這是關於外埔忘憂谷小農的故事。在這科技資訊的時代，時間的巨流河不斷運轉、沒有停歇，人與人之間不再溫情對話，這是現代生活的寫照。一種新的生活革命正悄悄興起，溫柔的善待自己，享受美食成了生活中最幸福的事。然而，當滿案的佳餚一道道滑入口裡，人們開始反思，所吃下的食物是否安全？如何吃得安心，吃得健康，「食安」成了 21 世紀重要的議題。過於急功近利，追求速成，原本應該循著二十四節氣生長的食物，成了化學、農藥的贗品，致癌的毒物。忘憂谷的小農從土地出發，以自然工法，推動有機農業耕作，希望讓每位消費者都能吃到最安全的食物是他們的志願。小農們親手種植、細心呵護作物，每一粒稻米，每一顆蔬果，皆蘊含著他們的真心。來到忘憂谷，有如置身世外桃源，「惟食忘憂」，人們可以盡情品嚐箇中好滋味。

藉由本次產學合作的機會，希望透過實際的訪談及實地參訪活動，深入了解小農們的耕作情況，請他們暢談自己的理念，撰寫小農背後的故事，並了解日常飲食的農作物栽種方式，以 CIS 設計，有系統、有組織的完整呈現出故事力、品牌力與設計力。

(二)、研究目的

由於不肖業者唯利是圖，在食品上違法添加化學物質或不良原物料，模糊產品的說明，標示不清，使消費者無法獲得產品的正確資訊，導致近幾年的食安問題逐漸增加，本組以「食安」與「市集」的概念作為發想，讓小農市集直接成為小農的銷售管道，使消費者與生產者直接連結，讓消費者在購買農產品時，不只透過經驗挑選，而是在消費時同時了解相關資訊，使消費者更加了解日常飲食的農作物，減少食安的危害，吃得安心和健康。本論文歸納以下二個目的：

(一)藉由田野踏查，採寫小農耕種方式及了解食安之重要。

(二)以CIS設計，推廣小農市集活動，提升農產品銷售數量。

二、研究方法(過程)

使用統整歸納法及田野調查法。蒐集食安問題、小農市集之相關資訊、差異、優勢與劣勢，以及參訪農園，了解小農耕種方式與食安之重要，並透過分析與整理，製作此論文。



圖一：研究架構

設計領域優等(1)

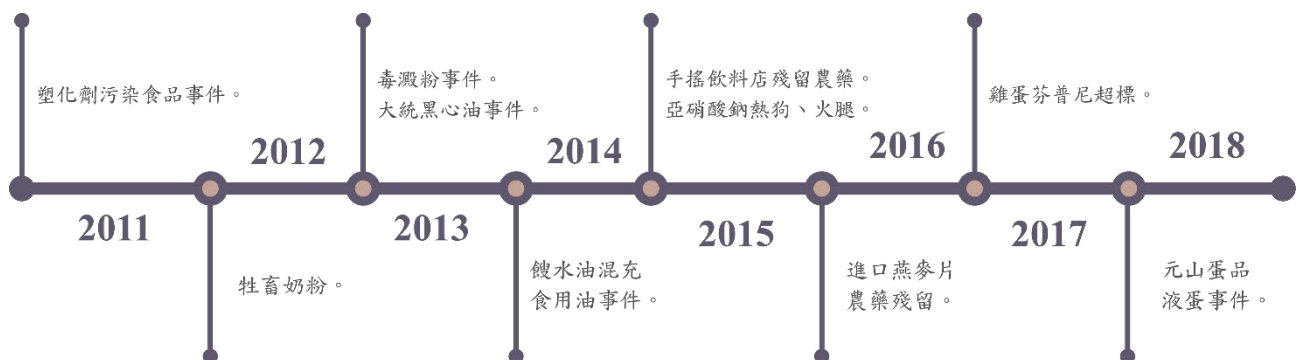
三、研究結果

(一)正文

1、食品安全問題與重視食安原因

自 2013 年爆發黑心油事件後，人們日漸重視食安，不僅在乎食用油品認證，也在乎食材的生產履歷。「**產銷履歷源自於追蹤 (Trace) 的概念，係從源頭的原料端連結到整個生產流程再到配送銷售等整套行程**」。消費者希望掌握食品生產的源頭，確保購賣的食品是安全無虞的。強調「食安心」的浪潮下，愈來愈多青壯年有食安意識，返鄉加入成為小農的行列，開始有機栽種蔬果作物。臺塑、統一生機、永齡農場(鴻海旗下)、臺糖、里仁有機店，許多中小型企业重視食安，開始收購小農生產的有機食材，透過網路及實體通路販售，甚至推廣宅配有機蔬菜箱，讓疲累一天回到家還要開伙的人們，能夠吃得安心，吃得放心。

2、臺灣食品安全重要大事記



圖二：近十年臺灣食品安全事件時間軸

圖二為近十年臺灣食品安全事件，這些食安事件，造成消費者對食品安全的重視，對於食品的產地、原料、過程更加要求，一種環保健康，自然的新飲食觀念迅速崛起。

3、有機農業與無毒農業定義

「有機農業」在近年來廣為人知，根據行政院農委會對有機農業的定義：「**指基於生態平衡及養分循環原理，不施用化學肥料及化學農藥，不使用基因改造生物及其產品，進行農作、森林、水產、畜牧等農產品生產之農業。**」，農人以自然工法，耕重土地，生產出能讓消費者安心食用的農業品。無毒農業則是指「**健康、安全、無污染且無化學藥劑殘留的農漁畜產品**」。無毒農業的農產品因生產過程必須架設溫室棚架防止病蟲害，其生產成本比有機農業高。

4、文創市集與農夫文創市集

現代消費型態的改變的影響，造成大眾不再只是單純購買商品，也更注重了品牌行銷，及

設計領域優等(1)

產品背後的故事與巧思，加上創作者的創意讓商品更有吸引力。近年來文創市集成為一種新型態的消費場所，將藝文結合商品，賦予商品創意巧思，吸引許多年輕族群前往觀賞消費，為許多的創作者創造更多機會，給市場帶來不同商機，為人們開拓了全新的藝術體驗，拉近了藝術與生活的距離。而農夫文創產業，建立自有品牌，將農產品用故事創意包裝起來，比起傳統販售方式，這種這種新型的銷售更能吸引消費者，透過品牌包裝，告訴消費者產品背後的故事，讓這些農產品的價值能被大家看見。本組可以透過這種農夫文創市集，讓農民與消費者面對面交流，不僅能夠清楚知道本組所吃下的農作物之來源，以及處理過程，直接向農民購買也讓消費者更加安心、放心。

5、SWOT 分析



圖三：SWOT 分析圖

(1)優勢 ●藉由 CIS 與包裝設計等設計，更能吸引消費者的選擇。 ●宅經濟的興起，很多人喜歡網路購物，對於親自前往市場或農園購買農產品的意願較低，藉由 e 世代的網路行銷吸引年輕族群的選購。	(2)劣勢 ●無農藥的栽種方式，更需要專門的照料跟人力，使得販賣價格升高。 ●受季節影響無法持續、大量的提供農產品。 ●小型的農業通常種植面積較小，無法大量產出農產品販賣。
(3)機會 ●近年來民眾健康飲食意識逐漸抬頭，有機、無農藥的農產品成為大眾飲食時更為重要的選擇。	(4)威脅 ●普遍民眾對於「小農」並不熟悉，根本上的宣傳問題仍是一大挑戰。 ●大型連鎖量販店也率續銷售農產品，壟斷客源，小型農主不容易接觸到消費者。

6、「惟食忘憂」活動行銷

本組將此次的活動定調為「惟食 · 忘憂」。惟：副詞。有「猶」、「還」之意。或用於句首時，表希望及祈使。在眾多字義上，選擇「還有」及表「希望」二個字義來修飾「食」，蘊含「還有透過吃得安心，讓人忘憂」、「期許透過吃得安心，讓人忘憂」等延伸義。結合小農活動促進行銷。

設計領域優等(1)

為了讓外界看見小農，並讓人們在這個充滿食安危機的世代，了解日常生活中所食用的農作物栽種方式，使人吃的安心也吃的開心，本組製作了完整的CIS，其中包括基本系統以及應用系統。



(二)基本系統

1、標準字及標準色設計

標準字設計理念為帶著安心的心情，品嚐在小農們用心照顧下成長茁壯的優良農作物的時候，憂愁溜走了，好心情回來並展露笑容。橫線每條都傾斜 18 度，表示小農們種植出的農作物品質都是一樣優良的。斜線上的圓點意思有：第一個是代表著「憂愁」，圓點放置於斜線上，表示憂愁順著斜線溜走了；第二個意思是表示小農們對於每一個農作物的無微不至的每一份用心。

綠色代表農作物的根莖葉
橘色代表農作物成熟的果實
圖四：標準字及標準色

圖五：輔助圖形及輔助

2、輔助系統

設計理念為帶著安心的心，烹煮小農們的農作物，並在享用的同時憂愁順著斜坡溜走了，於是食用者露出了笑顏。



(三)應用系統

1、視覺整體設計理念

從忘憂谷眺望如世外桃源的忘憂谷，一片一片隨風搖曳的金黃色稻田，置身其中有「心凝形釋，與萬化冥合」之感，由此興發靈感，將稻田分割成一塊一塊，適當調整每一塊之間的距離，製造上下關係的白色階梯，阡陌交通形成特殊的視覺空間感，將區塊改為白色後，改變透明度以製造雲霧繚繞的神秘感。將忘憂谷著名的忘憂巴士卡通形象化，結合惟食忘憂展覽合作的四家小農吉祥物使畫面更為可愛活潑，運用綠與紅橘的配色與標準字相互呼應，形成強烈對比。

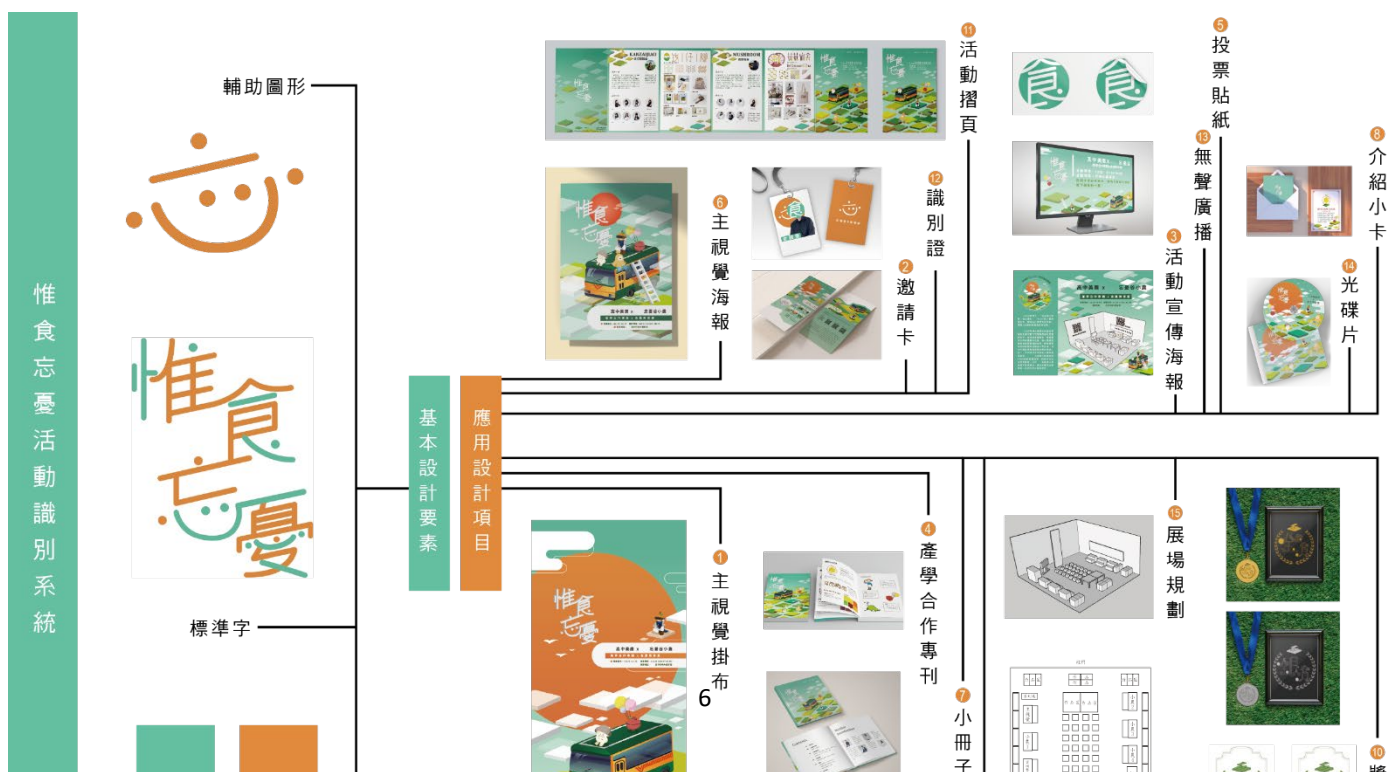
2、應用設計設計理念

(1)主視覺掛布：將主視覺的忘憂巴士及吉祥物放大進行配置，使來賓可以在更遠的地方就看到主題內容。

(2)邀請卡：使用特別的雙層折法，讓圖案的編排上更有層次。

設計領域優等(1)

- (3)活動宣傳海報:運用主視覺的元素編排，加上了我們展出的詳細時間地點，及展場規劃，透過掃描海報的QRcode，可以觀看展覽相關影片。
- (4)產學合作專刊:為本次產學合作所製作，寫進參與人員介紹及心得，本次活動內容介紹，收錄各組產學合作成果。
- (5)投票貼紙:四家小農以可食用的農產品為主，所以使用食字進行設計，寓意消費者投給該組，代表想要食用該家農產品。
- (6)主視覺海報:以忘憂巴士作為主題，各家小農吉祥物乘坐巴士漂浮在雲海上，透過美好的景色遠離塵囂忘卻憂愁。
- (7)小冊子:收錄本次專題主視覺組所設計的CIS基本系統、應用系統，小組成員介紹、分工。
- (8)小卡:簡單明瞭的設計，讓人能夠透過小卡了解四家小農。
- (9)書籤:透過吉祥物在草地上野餐，來呼應我們本次「惟食忘憂」的「食」，透過飲食來忘記憂愁的這個主旨。而背面放上我們的展場規劃，可以領取書籤來了解我們展場規劃的詳細位置。
- (10)比賽獎章:使用稻穗的自然意象，配合線條構成的字體，使整體更協調。
- (11)活動摺頁:內頁圖像放置各小組之吉祥物與土地元素，每組兩面，左邊為農園及團隊介紹，右邊為該組別所製作的作品。
- (12)識別證:上半部將標準字圓形元素拿出，放置於人像後方，凸顯人像，下半部為人員姓名，整體色彩將標準色橘色為主，綠色為輔。
- (13)無聲廣播:將活動資訊放置於右上角且放大，使人第一眼直接看見重點，圖文不衝突。
- (14)光碟片:將主要重點放置於清楚的位置，使人一眼就看見主題—「惟食忘憂」。



設計領域優等(1)

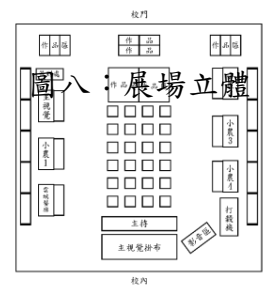
圖六：惟食忘憂活動識別系統

圖七：展場平面圖

(四)展場空間布置

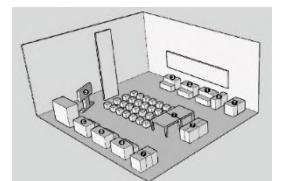
1、展場平面圖

因位於校門口進入後第一個能看到的地方，所以將整體的配置都朝向校門口的方向，使蒞臨的長官來賓可以一眼看見「惟食忘憂」的專題與展示品。為了當天市集所有開幕活動，特別在中央放置許多椅子，提供長官來賓入座，空間安排具有劇場的效果，並於開幕區左前方放置了大型的電視播放開幕簡報。在開幕活動未開始時，可先觀賞最前方的學程作品，使長官來賓在等待開幕時，不會覺得無趣。



2、展場立體圖

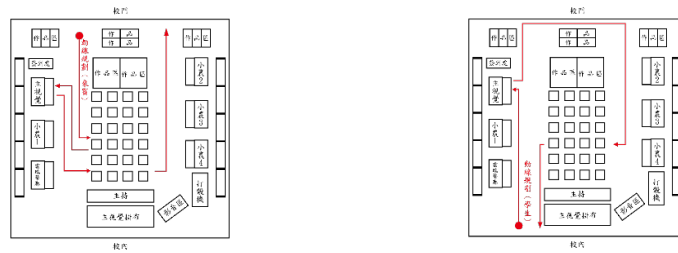
將平面圖轉為立體圖，藉由立體圖模擬出展覽當天的展場整體配置，可以更清楚、更確切掌握小農市集的空間規劃安排；並清楚的標示出各區所代表的組別，在規劃上能更容易看出安排是否妥適，並及時加以修正缺點，讓每位長官來賓、參與者都能立即找到自己的定位點，以及了解各小組的位置。



3. 展場動線規劃

為了讓長官來賓一進來就能看見簽到及領取當日投票貼紙區，我們將此區安排在最靠校門口的位置。長官來賓進行完開幕後，可直接至此區做簽到集領取貼紙的動作，並開始由校內方往校外向進行參觀各組，繞完一圈後可直接出校門。校內的同學由校內走至靠校外的簽到及領取當日投票貼紙區，並開始由校外方向往校內進行參觀各組，繞完一圈後可直接回到校內。

設計領域優等(1)



四、結論

本次產學合作的動機，不僅是讓外界看見小農，也透過此活動，讓生活在這個充滿食安危機世代的人們，了解日常生活中所食用的農作物栽種方式，生產過程，並能夠在忙碌的工作之後，盡情享用美食，不必擔心農作物對人體造成危害。食安教育，最重要是讓消費者能夠吃的安心、吃的健康。以 CIS 設計，從產地、品牌、包裝、海報、文創商品等設計，進而實際策展，展場空間規劃，推廣小農好市集，有系統、有組織的幫助小農推銷特色農產品，吸引民眾到小農市集購買產品，提升農產品銷售量，並運用科技網際直播方式，拍攝影片，推播活動，讓更多的民眾知道外埔忘憂谷小農好市集，不僅推銷小農們的好食品，更是結合創新設計，翻轉在地創生的嶄新契機。



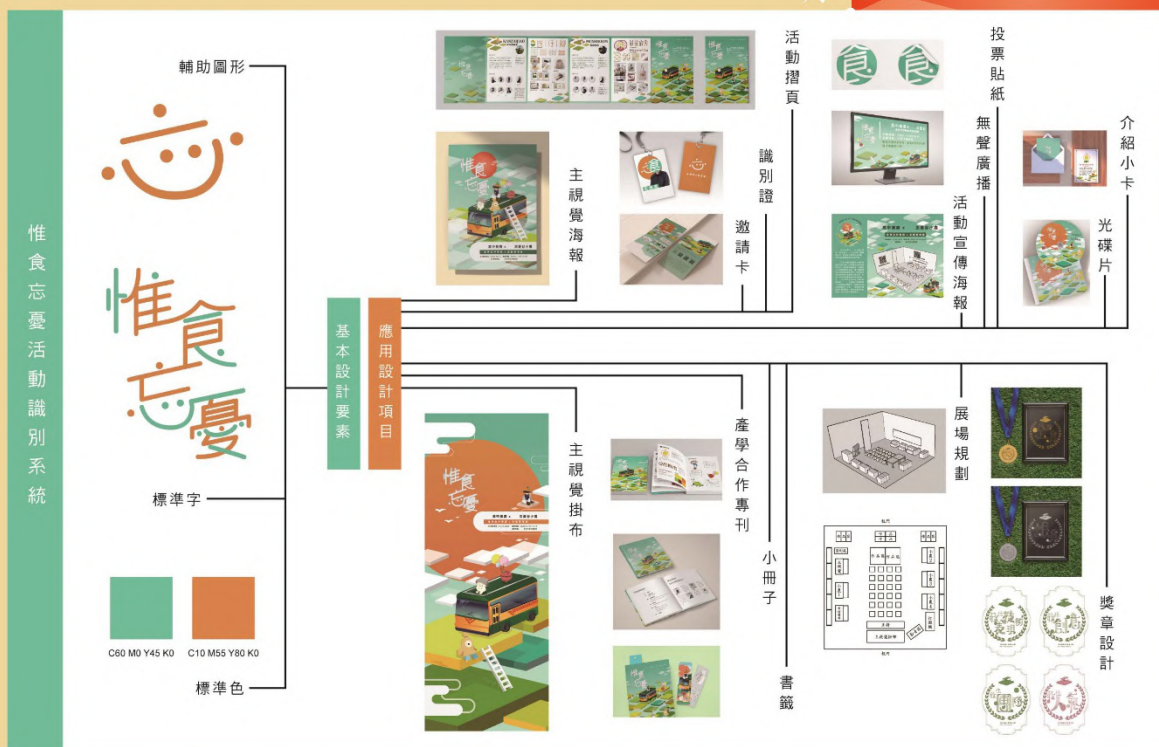
圖九：展場動線規劃(來賓)

圖十：展場動線規劃(學生)



研究成果

1.企業識別系統

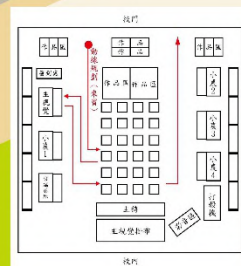
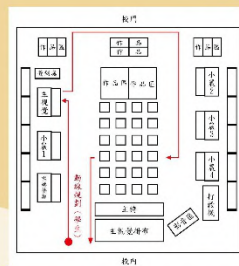


2.產學合作專刊

為本次產學合作所製作，寫進參與人員介紹及心得，本次活動內容介紹，收錄各組產學合作成果。

3.展場規劃

將整體的配置都朝向校門口的方向，使蒞臨的長官來賓可以一眼看見「惟食忘憂」的專題與展示品。特別在中央放置許多椅子，提供長官來賓入座，空間安排具有劇場的效果，並於開幕區左前方放置了大型的電視播放開幕簡報。





研究動機

藉由本次產學合作的機會，希望透過實際的訪談及實地參訪活動，深入了解小農們的耕作情況，請他們暢談自己的理念，撰寫小農背後的故事，並了解日常飲食的農作物栽種方式，以CIS設計，有系統、有組織的完整呈現出故事力、品牌力與設計力。

研究目的

本專題以「食安」與「市集」的概念作為發想，讓小農市集直接成為小農的銷售管道，使消費者與生產者直接連結，讓消費者在購買農產品時了解相關資訊，使消費者更加了解日常飲食的農作物，減少食安的危害，吃得安心和健康。本論文歸納以下二個目的：

- (一)藉由田野踏查，採寫小農耕種方式及了解食安之重要。
- (二)以CIS設計，推廣小農市集活動，提升農產品銷售數量。

研究方法

蒐集資料

分析統整

CIS設計

成果展

使用統整歸納法及田野調查法。蒐集食安問題、小農市集之相關資訊、差異、優勢與劣勢，以及參訪農園，了解小農耕種方式與食安之重要，並透過分析與整理出此研究成果。

結論

本次產學合作，不僅是讓外界看見小農，也透過此活動，讓生活在這個充滿食安危機時代的人們，了解日常生活中所食用的農作物栽種方式，生產過程，並能夠在忙碌的工作之後，盡情享用美食，不必擔心農作物對人體造成危害。食安教育，最重要是讓消費者能夠吃的安心、吃的健康。以CIS設計，從產地、品牌、包裝、海報、文創商品等設計，進而實際策展，展場空間規劃，推廣小農好市集，有系統、有組織的幫助小農推銷特色農產品，吸引民眾到小農市集購買產品，提升農產品銷售量，並運用科技網際直播方式，拍攝影片，推播活動，讓更多的民眾知道外埔忘憂谷小農好市集，不僅推銷小農們的好食品，更是結合創新設計，翻轉在地創生的嶄新契機。



▲ 專題影片