

2017 HSU CHIA-CHUN'S PORTFOLIO

起點

許嘉峻
設計作品集

我想，未來是一個沒有標示的站牌

未來就像一個沒有標示的站牌，看不到終點，卻可以隨著腳步決定方向。我喜愛單車，也有利用單車環島的經驗，之所以喜愛的原因就是我可以自己決定方向，不受拘束。另外就是這段深得我心的話，不過我已經忘了我是在哪裡讀到的：「你可以決定自己能走多遠，只要沒有停下腳步。」



CONTENTS

AUTOBIOGRAPHY

about me 8

GRAPHIC DESIGN

business card 12

poster 16

package 22

logo 28

ABOUT ME



ABOUT ME

HSU CHIA CHUN



關於我 許嘉峻

關於我對一些事情的想法，關於我的一些過去與對未來的期許。

「意義」是被賦予的

很多人常常會問，這樣有意義嗎？我說，事情本身沒有意義，是我們賦予它意義。也許是因為如此，我時常做出一些連自己都害怕的決定，像是在同儕還在讀書時，休學入伍；在朋友畢業時，退學重讀。過去的我，總是不假思索的配合著課綱與社會期待；希望未來的我，能夠不受拘束的活出自我，這也是我正在努力的。

失敗了，然後呢？

大家都聽過失敗為成功之母，但這種講法過於空泛。因為誰都無法知道，要經歷多少失敗才會成功。我想，藉由失敗，可以看出人的根性。除非你甘心接受失敗，否則你絕對不會被擊敗，每一回的失敗，都會為你帶來相等的成功。我想我就是不甘心吧，不甘心就這樣出社會，像機器人一樣工作，沒有熱情。所以才決定為自己活一次，不再盲從社會期待，用設計填補我的空虛。

設計 之於我

如果，生命對你有求必應，你對人生有何企求？

這是我服役時讀的一本書《走吧，去做你真正渴望的事》中的一段話，當時的我思考了很久，還是給不出答案。後來我想出的答案是，想讓生活變得更美好。於是我選擇接觸一直有興趣，卻沒有實踐的藝術與設計領域。到目前為止，我已經讓自己的生活因此美好許多。最終目標是，使大家的生活也多點美好。

我想，設計能讓生活變得更美好

在步調快的台北，總是趕著上班、趕著上學。卻也常在人潮中，邂逅一份創意，你可以選擇默默歡喜的擦肩而過；或是，停下腳步，與之對話，淺嚐一口它帶來的驚喜，消化，然後轉換成能量，面對即將到來的種種挑戰。我想，設計是一種透過視覺加強連結、昇華理念以滿足需求的創造行為。我想，設計能讓生活變得更美好。

BUSINESS CARD



EVERGREEN



長榮國際 標誌調整與名片設計
將原本過於複雜的線條簡化，並以更有朝氣的色相表現地球的樣貌。名片則以簡約的設計與企業的簡潔幹練相襯。

LOGO ADJUSTMENT &
BUSINESS CARD PRACTICE

BOTIM&UPLUS



BOTIM&UPLUS 名片設計

以三角形反覆拼湊，在形狀上，象徵著玻璃。
顏色上，紫色代表紫外線；紅色代表紅外線。
隔離了紫外線與紅外線，中間留白隱喻淨土。
捍衛著這塊淨土的即為 BOTIM 與 UPLUS。

POSTER





東方美人茶

東方美人茶，又名膨風茶、怪風茶、福壽茶、舊稱番莊烏龍，客家亦稱其為冰風茶、煙風茶或稱為驢仔茶，又因其茶芽白毫顯著，又名為白毫烏龍茶。採收時要求細嫩且需受茶小綠葉蟬吸食之嫩芽才能摘採。相傳百年前，英國商人將此茶獻給英國女皇品嘗，女皇對其獨特果香與蜜香的口感，以及外表炫麗斑斕、宛如絕色佳人，愛不釋手，加上因產於東方，故題名為「東方美人茶」。

ORIENTAL BEAUTY TEA

CHINESE CHARACTER
POSTER PRACTICE



日月潭紅茶

南投縣魚池鄉適宜的年均溫及濕度，非常適合阿薩姆茶生長，其海拔約八百公尺的多變地形，讓魚池鄉成為紅茶生產扎根的溫床，之後經由台灣省農業改良場不斷進行品種選育，造就出聞名遐邇的魚池紅茶。一九七八年為加強促銷此地紅茶，由當時的南投縣縣長劉裕獻先生命名為「日月潭紅茶」。日月潭名稱的由來，潭面以拉魯島為界，東側形如日輪，西側狀如月鉤，故名日月潭。

SUN MOON LAKE TEA

CHINESE CHARACTER
POSTER PRACTICE

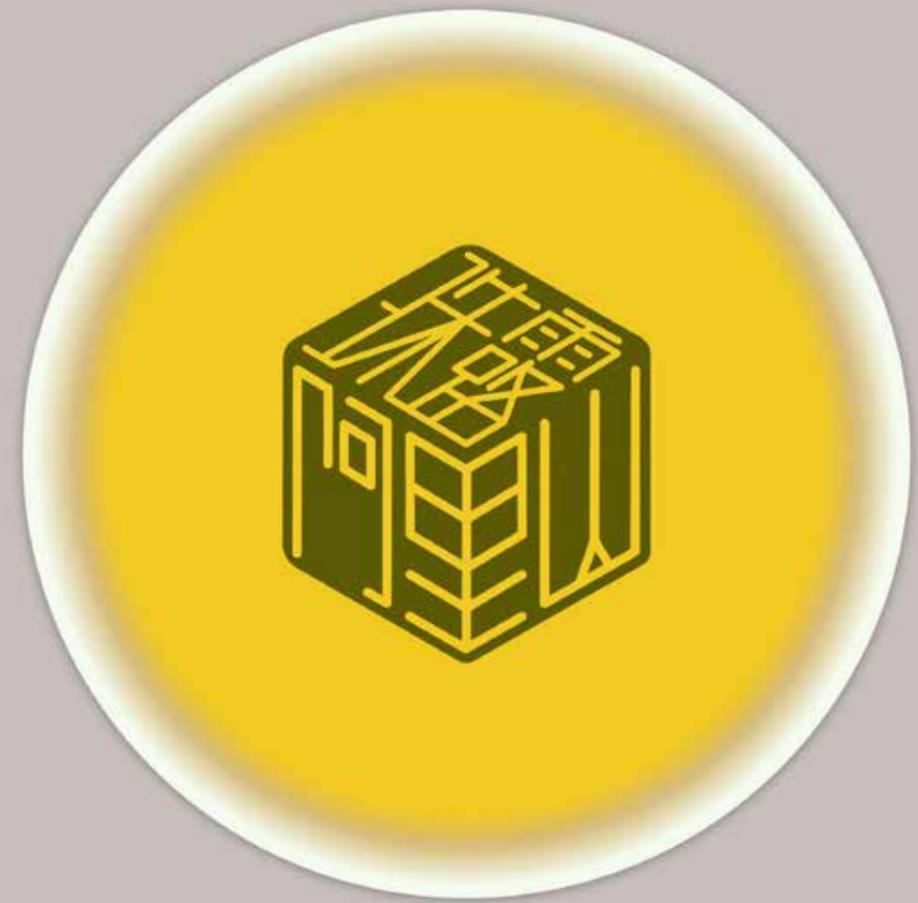


文山包種茶

盛產於臺北文山地區，其外觀似條索狀，色澤翠綠，水色蜜綠鮮麗帶黃金，香氣清幽幽雅，此類茶注重香氣，越濃即品質越高級。包種茶最早源於一百五十餘年前，福建泉州府安溪縣人王義程氏，仍武夷岩茶的製法製造安溪茶。當時此種茶葉於製成後，以方形毛邊紙兩張內外相襯，放入茶葉四兩，包成長方形之四方包，包外寫上茶名及行號印章，稱之為「包種茶」，這便是包種茶名稱的由來。

WENSHAN POUCHONG TEA

CHINESE CHARACTER
POSTER PRACTICE



阿里山珠露

阿里山珠露茶主要產於阿里山公路沿道的【石棹茶園】。石棹終年雲霧繚繞氣溫低，土壤屬於紅土，產之茶葉吸取日月露精華，故非常適合茶葉生長。所生產的珠露茶因特別的種植環境及優良氣候條件所以風味獨特，輔以完全手採嫩芽及獨到的焙製技術。石棹之名源自於，早年地方因有一塊奇石，四四方方狀如方棹，上面烙印一個明顯的腳印，傳說是古代仙人到此留下來的遺蹟。

ALI MOUNTAIN OOLONG

CHINESE CHARACTER
POSTER PRACTICE

PACKAGE



HSIANG CHING HSIANG AI



包裝設計理念

現在會購買罐頭食品的人越來越少，尤其是年輕人。所以我們賦予這個品牌一個故事，使它走進我們的生活。隨著年紀的增長，離家背井的人也越來越多。父母總會擔心子女在外求學飲食是否正常；或是子女在外打拼，而家中的長輩不會烹煮，無法照顧到飲食。香鯖香愛，替你照顧無法常見面的人，就算相隔兩地，依舊相親相愛。

包裝特色說明

外盒的圖案以享有「鯖魚的故鄉」之名的南方澳搭配波浪的幾何元素。使用抽屜式的紙盒包裝結構結合塑膠把手，購買後可以直接提著走，避免袋子的使用。抽屜式的結構方便消費者拉開就能選取想要的口味。罐頭食用完畢之後，由於外盒結構穩固、圖案精美，可以提升消費者使用它來收納的意願。罐頭方面，依照口味的不同，用代表各自的顏色呈現，方便辨別。



OKURIBITO

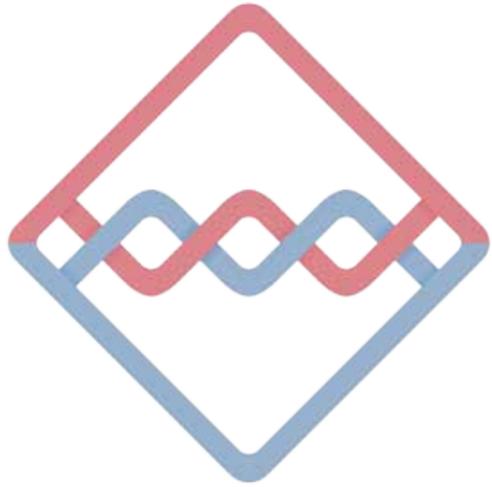


送行者專輯再設計

以電影中重要的元素——大提琴，結合入殮的概念進行發想，用白色的菊花點綴，一方面有送行的意味，另一方面也能使氣氛更幽美。中間白色正方型的木板是可以拿起來的，像棺材材蓋一樣，打開後躺著光碟，光碟上有一段取自電影中的話：「冷たくなった人間を蘇らせ永遠の美を授ける」，若是不懂日文的人，肯定是無法理解這段話的，帶著疑惑取起光碟，下方就會有中文翻譯——讓已經冰冷的人，重新換發生機，給他永恆的美麗。以緞帶固定也是為了增添氣氛。



LOGO



GENDER EQUALITY

LOGO PRACTICE

以 DNA 的概念結合，WOMAN & MAN 的字首



**NCNU 14TH
SPRING HIKING**

LOGO PRACTICE

以草磚的概念結合
NCNU 與春天的色彩



PUBLIC DOOR

LOGO PRACTICE

取 Public 與 Door 字首，呈現出類似民的觀感



**COMMUNITY
PHARMACY**

LOGO PRACTICE

取 COMMUNITY 與 PHARMACY 的 C 與 P
結合微笑曲線，呈現藥師既專業又貼心的形象



SOCIAL HOUSING

LOGO PRACTICE

以代雙掌代表政府，合出一個房子的模樣



**COLLEGE OF FASHION AND TEXTILES
FU JEN CATHOLIC UNIVERSITY**

LOGO PRACTICE

用編織的概念，以輔大織品學院網站圖案
結合 FASHION 與 TEXTILES 的 F 與 T

作者

許嘉峻

電子信箱

Aslseinca0418@hotmail.com