SIN-YA FU PORTFOLIO

2011-2017

傅歆雅 SIN-YA FU

雖然是設計系，但是更積極追求的是跨領域，設計，廣告，行銷，跨出自己所學的領域，不想狹隘的定義自己，學習新知結合自己所學的。

個性外表雖然給人距離感並且嚴肅，但其實本身率直爽朗並且喜歡聊天，本身熱愛思考並且提出多觀點想法，喜好與人相處接觸，並在與人互動中交流想法，不衝動行事注重小細節。

因為曾在雜誌社實習過企劃職位，擔任企劃編輯與協助攝影棚拍攝，因此對文案與企劃有高度興趣，同時在學期間累積許多比賽經驗，曾經參加廣告設計比賽與專題製作競賽，獲得不錯的成績，即時這樣依然還有很多進步空間，可以在這資訊爆炸時代，擁有的是客觀的思考與獨特的見解，才能擁有創新想法去無限發展。

0970-518-087

yaya41221@gmail.com

復興商工-廣告設計科　建國科技大學-商業設計系

illustrato、photoshop、indesign、dreamweaver

Adobe Photoshop、Adobe Illustrator、丙級廣告設計技術士、GET A2

得獎經歷

2011
入圍-宏碁數位創作獎

2015
優選獎-時報金犢獎廣告設計

2016
入圍-時報金犢獎廣告設計

2017
入圍-2017A+創意季競賽
第一名-學生專題製作競賽
贊助特別獎-金點新秀設計

工作經歷

2015／07～2015／08
暑期企劃實習／體面文化出版集團
參與雜誌內文撰寫編輯，人物仿談，協助圖文排版與攝影棚拍攝，並且企劃一本雜誌主題以及內容。

2017／01～2017／02
短期代班／微風百貨
銷售化妝品

■ 廣告平面 —— 05

■ 專題製作 —— 20

■ 實習成果 —— 28

■ 產學合作 —— 36

廣 告、平 面

廣告平面／文案設計

以在學期間廣告設計課堂 , 所累積而成的作品。

現市面上大多數的洗發精廣告，是以表現出女生秀髮動人的樣子，大多請明星代言來做廣告，來吸引消費者購買。

商品廣告發想 - 強韌髮根洗髮精

選擇的商品是洗髮精，因為自己有掉髮問題困擾，所以強韌髮根為系列的商品為廣告發想。

強韌髮根洗髮精

文案：『別再讓你的髮根為你哭泣』

採用擬人法，當梳完頭髮時往地上一看會發現會有頭髮散落在地上。

比喻髮根在為我們哭泣，髮根就像是眼睛，散落一地的頭髮是眼淚。

頭髮集結成哭臉的樣子呈現，讓消費者也重視自己掉髮的狀況。

商品廣告發想 - 毛寶天然洗碗精

產品特性

1、小蘇打高效去污力，有效洗淨油脂油污。

2、親膚性護手成分：添加 PLANTATEX 護膚因子，經皮膚學測試能有效呵護肌膚，敏感性肌膚適用。

3、由棕櫚油及椰子油提煉而成之植物洗淨成分，溫和低泡沫、好沖洗。

4、無添加會引起香精及有毒化學物質，使用安全零負擔。

競爭者分析

多半請代言人，或是直接訴求產品功能效用或是添加物。

針對務實消費族群

他們大多處於社會中產階層，或是中下階層。不太富裕，他們期望訊息是「安穩的」、「熟悉的」看到實實在在的功能示範，滿足日常生活所需，找到具體可信的「解決辦法」基於經濟上的壓力，他們會特別重視品質和價格的關連性，考慮眼前的效益。

新感性訴求點說明

消費族群的務實結合親情溫暖與呵護，以媽媽的角度，看待對家人的呵護與愛，站在他們的立場不只有務實觀點，也富有親情的溫暖。

毛寶天然洗碗精廣告

文案：『洗淨粘膩油垢，留下對孩子滿滿的呵護』

文案：『洗淨頑強油膩，留下對另一半滿滿的愛』

以媽媽的角度，看待對家人的呵護與愛，站在他們的立場不只有務實觀點，也富有親情的溫暖。

便當盒代表著媽媽對的家人愛，以此為發想，使用無化學殘留的洗碗精代表對家人的呵護，不受化學殘害。

優選獎 -時報金犢獎廣告設計

金讀公益廣告

文案：『地平線的另一端他們試著尋找出口』

表現出現在許多城市的開發造就雨林的消失，
樹根埋在土裡蜿蜒的樣子，代表他們掙扎著要
尋找出口，而他們的出口卻被人類剝奪了。

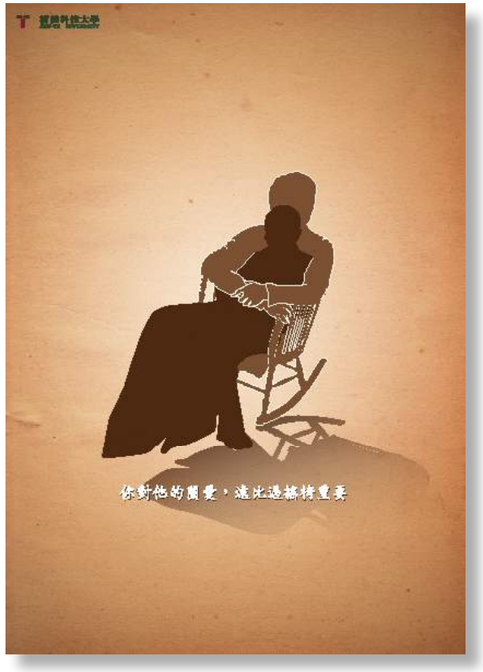
公益廣告

文案 :『燃燒殆盡的生命』

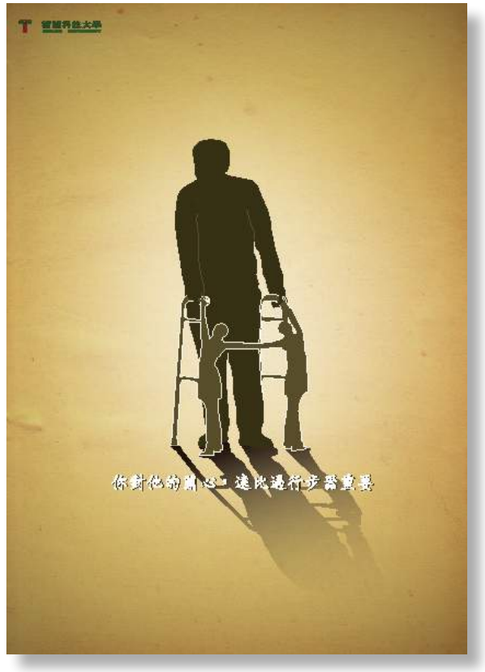
每抽一根香菸而即將燃燒完時 , 隱喻自己的健康一同這些香煙一樣燃燒 ,

表示離死亡又更近一步 , 把燃燒完所產生的香灰, 排成骷顱表示著死亡象徵。

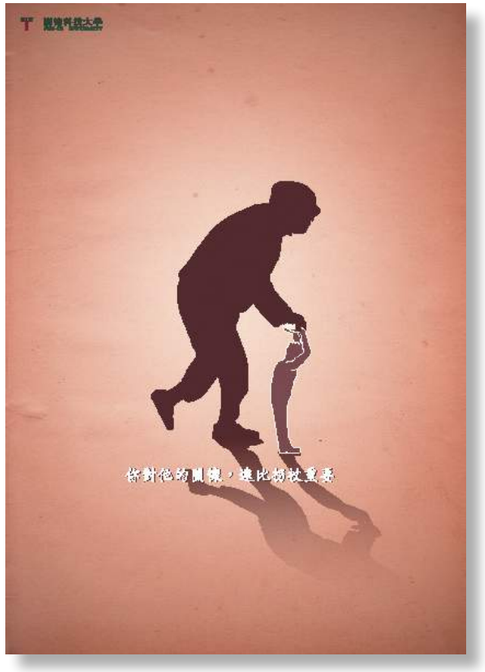
入圍 -時報金犢獎廣告設計



文案：『你對他的關愛，遠比搖椅重要』



文案：『你對他的關心，遠比行步器重要』



文案：『你對他的關懷，遠比拐杖重要』

金犢公益廣告 - 關懷老人

對於高齡長者來說，身邊都會有不可或缺的物品，拐杖、行步器與搖椅，這些都是他們生活上所依賴的，我將他們依賴的物品轉換成人們的關心，因為這是比物品上更需要的，當我們上前攙扶他，他們也就不需要拐杖了。

專 題

畢業專題／樹醫日誌

樹醫生這個職業，鮮為人知，卻總是默默地守護著樹木們，因此讓我們想要讓更多人認識這個職業。

金點新秀設計 - 贊助特別獎 / 學生專題製作競賽 - 第一名 /2017A+ 創意季競賽 - 入圍
陳聖元 / 謝亞築 / 吳承容 / 賴又偉 / 傅歆雅 共同製作

樹醫日誌 tree doctor's journal

理念 :

樹木一直為地球及人類淨化環境，但他們生病時誰能幫助他們? 就是「樹醫師」，但這職業卻鮮為人知，因此「樹醫日誌」以面談全台樹醫所撰寫的文字結合插畫，希望大眾理解樹醫生與樹木養護知識，傳遞愛護樹木的重要。

一、 書籍定位

領你走過樹醫生的腳步 ー 推廣「樹醫生」、「樹木養護知識」。

二、 書籍價值

(一) 讓民眾了解樹醫生工作內 容，加深民眾對樹醫生的記 憶。

(二) 推廣樹木養護相關知識， 呼籲重視樹木保育。

(三) 了解樹木醫治的重要性。

(四) 小朋友藉由大人伴讀， 從 小培養愛護樹木的觀念。

樹醫日誌

Tree Doctor's Journal

特色:

一 用書籍介紹樹醫生專業－「樹醫日誌」:

藉由書籍的方式讓讀者更能輕易瞭解樹醫生的工作內容，向大眾介紹樹醫生這個職業。

二 樹木養護知識圖像化:

將樹木養護的知識以插圖的方式呈現，讓原本艱澀的知識更能夠傳遞給大眾了解，以學習到正確愛護樹木的方式。

三 民間護樹團體、活動介紹 : 介紹樹木基金會及護樹團體所舉辦的活動，藉由介紹活動內容讓大眾瞭解活動目的後，增進讀者參與活動的意願。

實 習

暑期企劃實習／體面文化出版集團

參與雜誌內文撰寫編輯，人物仿談，協助圖文排版與攝影棚拍攝，並且企劃一本雜誌主題以及內容。

雜誌主題：夏半身性感秘笈大公開 翹臀蜜腿秀出來

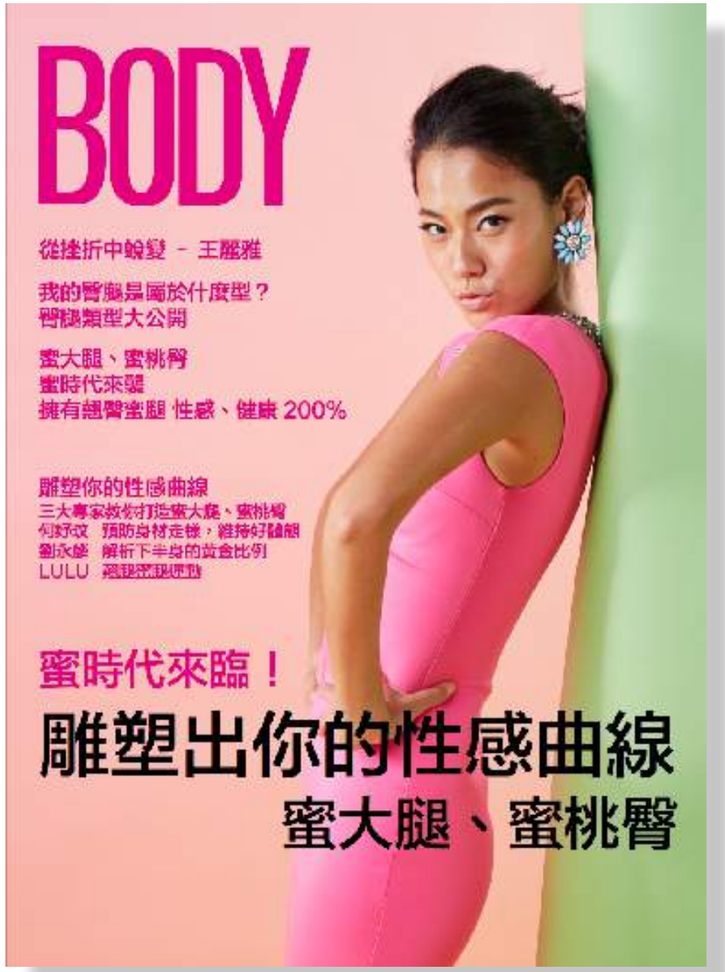
雜誌定位：追求健康、自然的體態，雕塑蜜大腿蜜桃臀

從前的趨勢在於節食減肥，無油減肥，造就許多過瘦沒肌肉又不健康的鳥仔腳或筷子腿，不過隨著健康趨勢的來臨，減肥瘦身不再單單只是一味地做食物控制，而是搭配日常運動健身來達成，而蜜大腿蜜桃臀講求的是腿部與臀部精美的肌肉線條，比起那些過瘦沒有線條的腿部臀部，更要追求的是自然健康的比例；

目標：

18 - 40 歲　女性

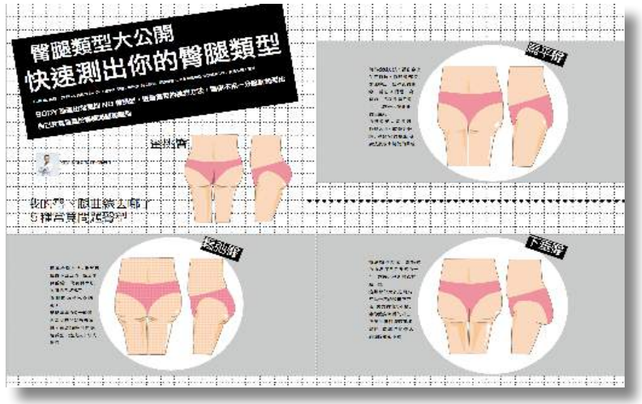
想雕塑下半身曲線、追求健康結實線條美的現代女性

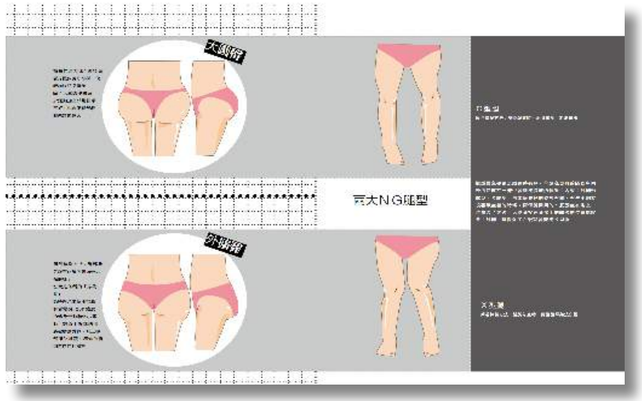


封面人物:

王麗雅

健康形象、正面能量，傳達出雜誌理念

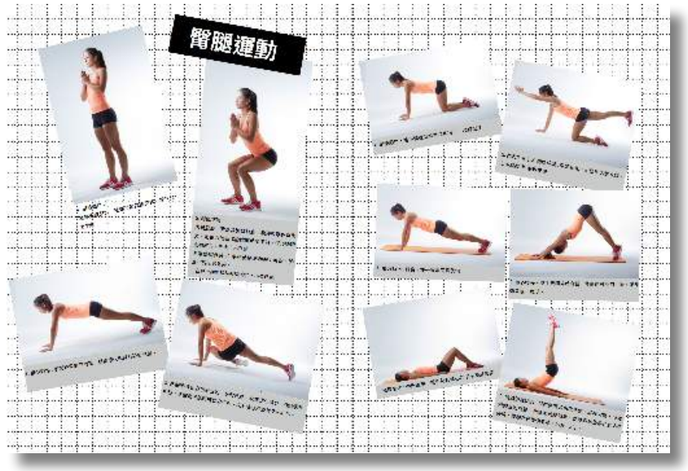


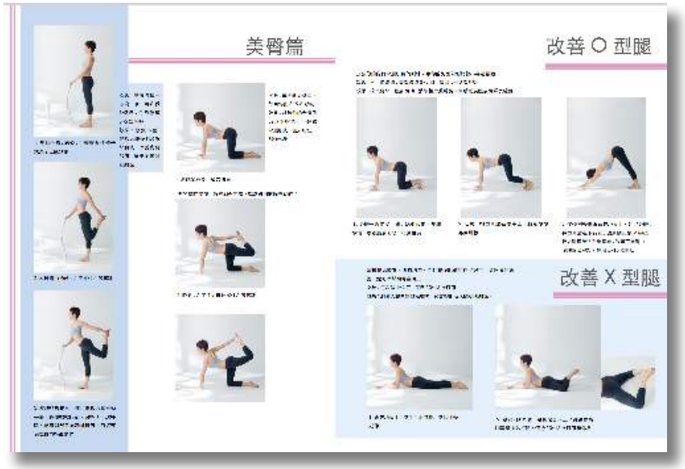


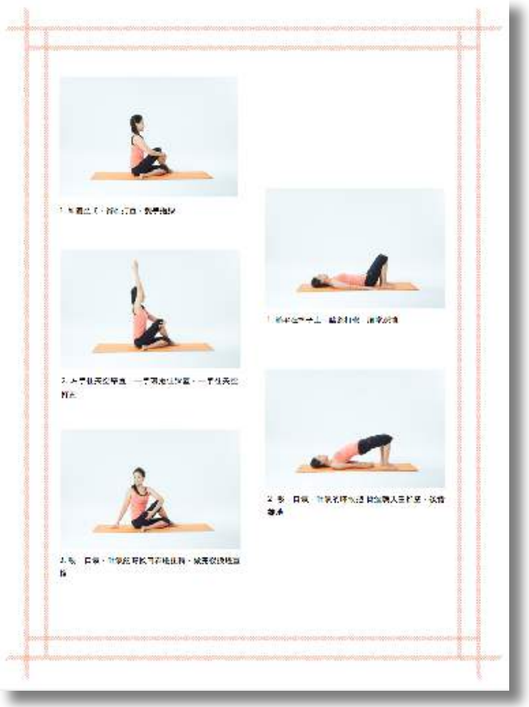
雜誌主題:

蜜桃臀、蜜大腿

介紹各種臀型與腿型，說明出形成原因以及改善方法。







雕塑運動:

運用圖像的表現，讓讀者更容易理解且可以學習的雕塑運動。

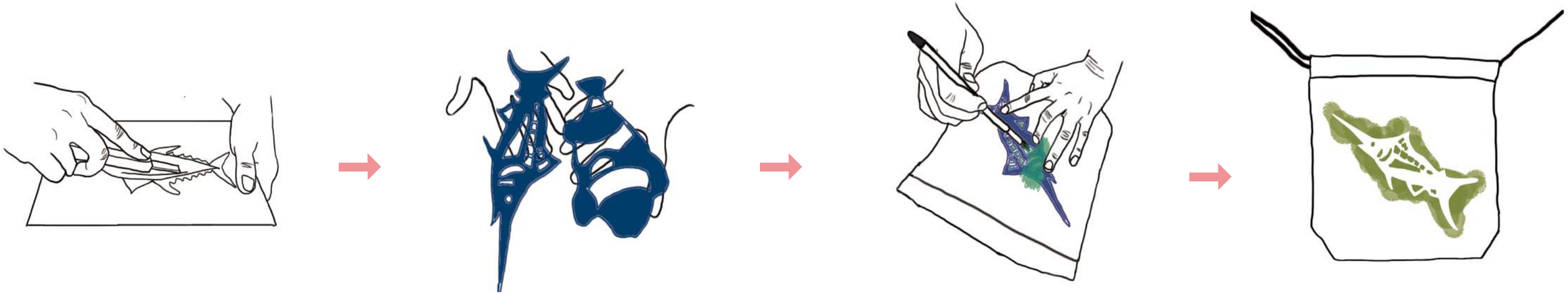
產學合作

寶熊漁樂館／親子 DIY 企劃

台灣第一家、也是亞洲第一家的釣具觀光工廠，企劃親子之間 DIY 活動，並且實用可以重複利用具有教育性質。

親子 DIY 企劃

- 環保袋 DIY: 具有教育性質 , 且可以重複利用 , 同時增加親子之間的關係

特色 :

- 挖空處讓小朋友進行著色。讓小朋友發揮繪畫的創意, 調配他們喜歡的顏色。
- 可以認識不同模板所製作不同海洋生物。
- 袋子空白處也可以繪畫他們自己喜歡的圖案作為裝飾。