

南 臺 科 技 大 學  
數 位 設 計 學 院  
視 覺 達 傳 設 計 系

畢 業 專 題 報 告

木存—米糕椪文化推廣系列包裝

專題學生：4A0J2045 黃思婷  
4A0J2043 蘇瑩芳  
4A0J2047 張淨媚  
4A0J2079 李盈竺  
4A0J2086 翁詩賢  
4A0J2097 林哲先

指導老師：陳鴻源 老師

中華民國一百零四年五月

# 木存—米糕椪文化推廣系列包裝

## 摘要

台南米糕椪，是百年前黃塗仙老先生渡海至大陸廈門學回來的一種傳統糕點，據銅山師傅記憶，當初家中是做碗粿生意，祖父便遠赴廈門批貨瓷碗，在貿易期間，發現當地人以糖與糯米混合在一起當作祭拜神明的供品，老師傅因此將米糕椪的技術帶回台灣。

而到了 21 世紀的現代，市場上充斥著各式各樣的甜點、零食、及糕點，米糕椪這項傳統美食便逐漸被遺忘，逐漸成了老一輩的懷舊滋味，即便是府城在地學子，對於米糕椪的陌生也成普遍。

而本專案倘若只定位在長輩們，那麼對這項沒落中的產業只會加劇下坡速度。為了延續米糕椪保平安的意念，本團隊將推出實用性及紀念性伴手禮系列，增加消費者對米糕椪的記憶。

關鍵詞：米糕椪、天然手工、宗教祭品、伴手禮

# 目 錄

摘要 .....	i
目錄 .....	ii
圖目錄 .....	iii
第一章 緒論	
1-1 專題背景與動機.....	1
1-2 專題目的.....	2
第二章 相關資料探討與作品分析定位	
2-1 米糕椪歷史緣由.....	3
2-2 米糕椪製作過程.....	4
2-3 米糕椪文獻探討.....	5
2-4 台南特色伴手禮包裝分析.....	6
2-5 米糕椪目標市場與包裝定位.....	7
2-6 SWOT 分析.....	9
2-7 4P 分析.....	10
第三章 專題執行程序與內容規劃	
3-1 專題架構規劃流程概要.....	12
3-2 專題架構執行及詳細內容.....	13
第四章 專題成果展現與說明	
4-1 主題架構.....	14
4-2 名稱發想及風格定位.....	15
4-3 LOGO 設計發展與成果說明.....	16
4-4 包裝設計內容說明.....	18
4-5 周邊設計成果.....	21
4-5-1 吉祥物設計 .....	21
4-5-2 名片設計 .....	21
4-5-3 明信片設計 .....	22
4-6 成果展覽.....	23

第五章 結論與建議.....	25
參考文獻 .....	26

## 圖目錄

圖 1-1 米糕椪於普渡期間登上中華日報版面 .....	1
圖 2-1 米糕椪製作過程 .....	4
圖 2-2 現有伴手禮包裝分析 .....	6
圖 2-3 包裝形式與結構分析圖 .....	7
圖 2-4 米糕椪包裝示意圖 .....	9
圖 3-1 專題流程圖 .....	12
圖 4-1 主題架構發想過程 .....	14
圖 4-2 風格定位圖 .....	15
圖 4-3 LOGO 發想過程 .....	16
圖 4-4 第一階段暫定 LOGO .....	17
圖 4-5 最終階段 LOGO .....	17
圖 4-6 讚頌之椪包裝示意 .....	18
圖 4-7 將上蓋打開的圖示 .....	18
圖 4-8 紅盤視覺設計 .....	18
圖 4-9 招財納符包裝示意圖 .....	19
圖 4-10 相椪歡包裝示意圖 .....	20
圖 4-11 椪茶道包裝示意圖 .....	20
圖 4-12 吉祥物設計 .....	21
圖 4-13 名片設計 .....	21
圖 4-14 明信片款式 1 .....	22
圖 4-15 明信片款式 2 .....	22
圖 4-16 明信片款式 3 .....	22
圖 4-17 明信片款式 4 .....	23
圖 4-18 明信片款式 5 .....	23
圖 4-19 展覽情況 .....	24

## 一、緒論

### 1-1 專題背景與動機

了解米糕椪的民眾已不如古早時期來的廣泛，在推廣上有極大困難，所幸現代網路資訊之發達，對於訊息的傳播便的易如反掌，而其中 Facebook 粉絲專頁之成立已成為普遍的廣告傳播之第一指標，這也是目前低成本高效益的推廣工具。

另外養身意識的抬頭，現代人對偏甜又單調的甜食較不能接受，要如何讓現代人能夠接受米糕椪偏甜的部分，也需要做相關計畫，否則再多的促銷也無法留住民眾的心，間接造成心理上的排斥。

在調查期間，注意到目前黃家在包裝上僅有簡單的塑膠袋包裝，若能經由設計及適度的包裝，對於目光的吸引必定有絕對的幫助，而在考量到米糕椪的整體成本，在包裝上也需要注意不可過度及複雜。

針對如上問題點，本專案將於重點上做執行，在完成後也將持續協助師傅在米糕椪上的推廣，真正落實產學合作。



圖1-1 米糕椪於普渡期間登上中華日報版面

## 1-2 專題目的

在 2014 年的暑假，本企畫團隊於清晨時分，隨著老師傅們一同寫下米糕椪新的歷史，我們看到老一輩的人對於這項傳統堅持的精神，只為了讓神明與好兄弟們能夠心滿意足。也看到這項產業即將面對的斷層，在無後人接應的窘境，該如何吸引新的學子幫助這個傳統產業，也是大環境給予的考驗。

而針對米糕椪給人們的第一直覺，即是祭拜神明的糕點，為了推廣更多族群，勢必削弱米糕椪在宗教上的意象，本專案選擇在包裝上進行第一步，在這個階段上發展四款包裝，兩款延續宗教意象，兩款則針對大眾。

年輕人知道，怎麼樣的食物，會在同儕間引起共鳴，無論是奇妙的口感，抑或驚豔的包裝造型；他們也知道，不能讓自己被戲稱跟不上時代或老古板。本設計即是將米糕椪從傳統思維中跳脫，從傳統的祭拜食品，轉化成一種獨樹一格且不失現代感的伴手禮品，讓米糕椪成為年輕人間「玩」在一起的新時尚美食。

送禮，要送的莊重、有品味，成為了不少長輩煩惱的問題，而現在許多禮品業者，會結合其他不同性質之它牌商品，兩項商品為一組賣，站在消費者的角度看來，是一種最省錢又厚禮數的贈禮方式；而在這個新穎的伴手禮市場裡，米糕椪要和誰結合，也是本專案的一大重點。

在開拓新市場的道路上，初衷也不能忘，感念這些心靈藉由寺廟寄託的傳統家庭，使老闆有穩定的收入，而這一客群以往靠著簡便的塑膠袋，裝載著不規則狀的米糕椪，放上額外準備的盤子，使之成為貢桌上的祭拜品；本計畫從這個思維方向切入，找尋出符合現代人的完美包裝。

訪問大賣場穿梭在內的族群廣泛，有些人為了拜訪親友求不失體面，會到賣場裡尋找適合的禮盒，但平時賣場沒有這麼多禮盒可供挑選，為此一款符合現代人需求的伴手禮就此產生，可以依照對方人數的多寡，選擇禮盒的規格，經濟實惠、送禮得體。

## 二、相關資料探討與作品分析定位

### 2-1 米糕椪歷史緣由

在 1950 年前民不聊生、生活困頓，人們無法像現代一般享受著豐富的零食、甜點，單純的年代，零食也不花俏，米製品在當時可說是最高檔的食物，府城的人們為了獻給鬼神最好的食物，即便生活在困苦，也要搭起一支支的米糕椪，保佑一年的平安。無論現今或古早時期，廟宇和市場為了顯示財力皆會訂購大量的米糕椪，雖有炫富心態，但祈求平安的心還是不變的。

黃老闆以前家中是做碗粿的生意，因需要大量瓷碗，老師傅便前往廈門批貨，老師傅在廈門看見了當地人們以糖與糯米做為供品祭拜神明的現象，老師傅便產生了「把糯米、糖混合灌入六片椪板內」的想法，成了現在所看見的米糕椪。而米糕椪高聳長條的形狀象徵步步高升，在安平港的討海人需遠行，會帶著米糕椪出海意味著保平安的意思，又加上米糕椪容易有飽足感且攜帶方便的特點。

2013 年，台南市文化資產管理處邀民俗及有關文物委員前往訪查，欲提送「民俗及有關文物審議委員會」審議，申列台南市無形文化資產，可惜欠缺完整資料，無緣申列之憾。



## 2-2 米糕椪製作過程

農曆七月為製作米糕椪的高峰期，不管是店家還是廟宇都會來向黃老闆訂製米糕椪，祈求一年的平安。其中普濟殿會向黃老闆訂製全台南只有普濟殿才有的特別口味”八寶米糕椪”。而製作米糕椪的時間都很早，天還沒亮，老師傅們就會從新市開車來到普濟殿旁黃老闆老家開始製作米糕椪。



(1)糯米洗淨，浸泡8小時



(2)倒入大木桶中，以大火蒸個兩小時



(3)趁熱拌入熬好的糖漿  
(可加入紅豆熬煮)



(4)拌好糖漿的糯米，倒入以長條木板箍好的六角柱形椪桶



(5)倒入的糯米需以木杵搗實，  
靜置二日，即成米糕椪



(6)拆除六個椪板並切割販售

圖 2-1 米糕椪製作過程

小結：米糕椪在天還未亮時就必須先行浸泡糯米，在繁複且費時的過程中，老師傅們依舊為了維持傳統努力不懈，就為了把流傳百年的好味道延續下去，儘管它已快要消失，諸位師傅們仍默默的努力耕耘。

## 2-3 米糕脰文獻探討

### (1)文化之定義

文化哲學把文化結構區分為物質、制度、精神三個層面。物質文化實際是指人在物質生產活動中所創造的全部物質產品，以及創造這些物品的手段、工藝、方法等。無形文化資產定義為：指被各群體、團體或個人視為其文化遺產的各種實踐、表演形式、知識、技能及其有關的工具、實物、工藝品和文化場所等常規和總體呈現。米糕脰是一種需要特殊手法製作而成的食物，但由於會製作米糕脰的多為老師傅，這項技術漸漸的將要失傳。[1]

### (2)無形文化資產

無形文化資產既然是一個具有改變社會的能量，則在消極面我們就得警惕地分析無形文化資產的意識型態（如國族主義）、作用力（如神話）、作用效果（如強化認同）等，是否在某個時代為某個權力所操弄。在積極面我們應該在省思當代社會的問題的同時，也挖掘無形文化資產所蘊含的先人智慧、優秀技術、感人故事、環境氛圍等來解決當代社會問題。

換句話說，我們若能讓無形文化資產成為當代的積極能量，就有可能使無形文化資產成為生活中的新價值，此又指向「無形文化資產價值」的建構與經營了。[2]

### (3)祭拜的習慣

祭拜是人類對宗教信仰實踐的行為表現，人類藉著祭拜的儀式行為與神靈交流，以祈求在實際社會生活中得到神靈的護祐，趨福避禍，獲致平安。

台灣民間篤信神佛，崇敬祖先，因而每逢年節、神佛誕辰、祖先忌辰，都要準備祭品虔誠祭拜，以便與祖靈相接，也是崇敬紀念的具體表示，除了敬天尊祖崇德報功之外，還含有祈禱庇祐之意。對個人來說則為祈求消災降禍、富貴長壽，對社會則祈求風調雨順、闔家平安。[3]

#### (4)購買伴手禮動機

旅遊時所購買的紀念品，將旅客所前往的地方有形化，透過紀念品的存在，訴說旅遊當時的情形及回憶。在旅遊時購買「觀光戰利品」，也是紀念品的購買，若觀光客購買到特別的禮物、紀念品或私人用品時，會是一種享受。[4]

### 2-4 台南特色伴手禮包裝分析

#### (1) 包裝視覺分析



(a)大師兄手工蛋捲



(b)大灣花生糖



(c)同記豆花



(d)林永泰興蜜餞



(e)信裕軒



(f)紅磚布丁

圖 2-2 現有伴手禮包裝分析

- (a)：使用鮮明的暖色系列為主，給人一種溫暖的感覺
  - (b)：禮盒使用紅色與金黃色搭配，高貴典雅大方
  - (c)：推出散發古早味的桶子還細心地替客人考慮到食用時間的問題
  - (d)：以簡單的紅白字的密封包裝，以大紅花色的紙樣，鄉土味很濃
  - (e)：提筒式盒裝設計，採用台灣客家花布圖飾融入包裝設計
  - (f)：外為紙袋燙金設計顯現出不凡的質感，突破消費者對布丁舊有的思維與觀感
- 小結：傳統的食品伴手禮包裝都喜歡用暖色調來表現出溫度感，顏色上呈現出大方且送禮又不失禮節。



## (2) 包裝形式與結構分析



(a)麵包包裝[4]



(b)林百貨餅包裝[5]

圖 2-3 包裝形式與結構分析圖

(a)：此麵包之包裝盒可謂言簡意賅，向外撥開的設計可避免麵包屑四處掉落造成食用者衣服沾的到處都是，本包裝參考之處在於此設計亦可避免沾手，因為米糕椪為甜米糕具有黏性，在此概念之下，也呼應了拆開椪板的意象，有異曲同工之妙。

(b)：此款參考包裝結構可分成上下為紙盒設計，中間是塑膠盒，外盒具有緩衝效果，且造型以扁擔為概念，別出心裁，與內容物相互呼應，具有文化與鄉土氣息。該扁擔造型與米糕椪師傅在抬起糯米時的畫面有相似之處，非常適合作為包裝參考之依據。

## 2-5 米糕椪目標市場與包裝設計定位

在這個險峻的市場上，米糕椪之現況便是處於一種懷舊的懷念滋味，倘若目標只定位在這些對米糕椪有些許記憶的長輩們，那麼對這項沒落中的產業只是加劇往下走之速度。現在，本計畫便是將米糕椪送入年輕一輩的金口中，藉著富含新思維的創意下，挹注本產業嶄新的熱血。

### (1)目標客群

年輕人知道，怎麼樣的食物，會在同儕間引起共鳴，無論是奇妙的口感，抑或驚豔的包裝造型；他們也知道，不能讓自己被戲稱跟不上時代或老古板。

本計畫即是將米糕椪從傳統思維中跳脫，從傳統的祭拜食品，轉化成一種獨樹一格且不失現代感的伴手禮品，讓米糕椪成為年輕人間「玩」在一起的新時尚美食。

送禮，要送的莊重、有品味，成為了不少長輩煩惱的問題，而現在許多禮品業者，會結合其他不同性質之它牌商品，兩項商品為一組賣，站在消費者的角度看來，是一種最省錢又厚禮數的贈禮方式；而在這個新穎的伴手禮市場裡，米糕椪要和誰結合，也是本企畫的一大重點。

在開拓新市場的道路上，初衷也不能忘，感念這些心靈藉由寺廟寄託的傳統家庭，使老闆有穩定的收入，而這一客群以往靠著簡便的塑膠袋，裝載著不規則狀的米糕椪，放上額外準備的盤子，使之成為貢桌上的祭拜品；本計畫從這個思維方向切入，找尋出符合現代人的完美包裝。

訪問大賣場穿梭在內的族群廣泛，有些人為了拜訪親友求不失體面，會到賣場裡尋找適合的禮盒，但平時賣場沒有這麼多禮盒可供挑選，為此一款符合現代人需求的伴手禮就此產生，可以依照對方人數的多寡，選擇禮盒的規格，經濟實惠、送禮得體。

最後將這四大族群整理如下：

1. 求口味多變、包裝吸引的青年族群。
2. 期望送禮一次即表心意的壯年族群。
3. 祈求上天感受到厚禮的虔誠祭拜者。
4. 穿梭在賣場找尋經濟禮盒的成年人。

## (2)包裝定位

本專案針對上述四種客群，研擬出對應的四款包裝設計，以這四個方向協助米糕棹往更多的族群間拓展，依照包裝及對應之族群整理如下。

1. 青年族群：招財納符
2. 壯年族群：棹茶道
3. 傳統宗教信仰者：讚頌之棹
4. 大賣場購物族群：相棹歡



圖2-4 米糕棹包裝示意圖

## 2-6 SWOT 分析

### (1)優勢

- a. 老一輩們的懷念滋味。
- b. 為歷史悠久的一項技藝。
- c. 特有的普渡文化。
- d. 手工製作，難以模仿。

## **(2)劣勢**

- a. 傳統糕點偏甜及單調。
- b. 在現代屬陌生的食物。
- c. 耗時費工，賞味時間短。
- d. 老師傅年邁。

## **(3)機會**

- a. 報章電視曝光率越趨增加。
- b. 成功添加當地土產在其中。
- c. 市面上無同業競爭者。
- d. 投入市集販售反應熱絡。

## **(4)威脅**

- a. 甜品市場競爭激烈。
- b. 外地家庭對祭拜品有特定喜好。
- c. 不同的宗教信仰會有購買疑慮。

## **2-7 4P 分析**

### **(1)產品(Product)**

本專案販售之產品為台南在地唯一手工製作的米糕椪，繁複的手工，造就出令人難忘的好滋味，因應現在多變化的市場，針對四類族群研發出不同款的包裝，分別是：針對年輕族群的「招財納符」、專為有預算之小家庭設定的「相椪歡」、非常大器的禮盒品「椪茶道」便是針對預算較高的壯年族群、而向固有祭拜者推薦的「讚頌之椪」便是一款新穎的祭拜食品。

### **(2)價格(Price)**

依據四款不一樣的質量，訂製個別的價格，針對該族群平均的消費能力，做一定的調整，譬如針對年輕族群的米糕粽因為年輕人的消費能力並不強

大，因此產品上訂製價格也強打親民，單個販售時價格大概坐落在 39 元，組合米糕粽則會再做優惠，其他系列價格也會控制在一定範圍。

### **(3)通路(Place)**

初期規劃參與台南各地市集，增加曝光率，並在同時向各地大賣場進行鋪貨動作，中期計畫進駐便利超商讓遠地的消費者能夠隨時品嚐到米糕粽的香，最後期望能夠在黃師傅的舊宅改建成為店鋪，並成為永久且唯一之據點。

### **(4)促銷(Promotion)**

米糕粽在許多人心中還是個問號，要打破如此問號，將透過大量網路資源進攻閱聽者的大腦，讓他們得到一把鑰匙，並期待近一步前往了解米糕粽，並透過實際體驗，品嚐一口美味的米糕粽。



### 三、專題執行程序與內容規劃

#### 3-1 專題架構整體規劃流程

在選擇米糕椪作為主題前也討論過其他台南在地文化特色，比如五妃廟、林百貨、大台南公車…等等，但缺乏特色與吸引力，多次討論後改以米糕椪作為本次專題的製作目標。主題決定後，再來的難題就是以何種方式呈現，影片、繪本、展場規劃、與包裝皆被提出討論，而最終以包裝為主要方向。

在暑假深入了解米糕椪的製作流程後，明白米糕椪對於府城民間信仰的重要地位，為了讓這些特色能夠傳達出去，整體視覺以手繪風格凸顯米糕椪純手工的特色，包裝形式以簡潔為主，避免複雜而冗贅的結構增加過多成本，以及在包裝過程中也能夠讓師傅們很直覺的裝填內容物。



圖 3-1 專題流程圖

### **3-2 專題架構執行及詳細內容**

#### **(1) 擬定相關主題：**

針對台南做主題發想，以「五妃廟」、「林百貨」、「大台南公車」、「米糕椪」為發想。

#### **(2) 收集相關資料：**

針對擬定的主題進行，蒐集文獻資料及參考相關報導。

#### **(3) 訂定專題題目：**

針對文獻資料做總評估，以「米糕椪」為本次專題題目與方向。

#### **(4) 資料整理與分析：**

根據實地訪查米糕椪製作流程得到的資料作整理與分析。

#### **(5) 專題內容規劃與設計：**

最終確定朝包裝設計作為專案之目的，以簡潔為主，避免複雜而冗贅的結構增加過多成本。

#### **(6) 周邊商品設計：**

- a.海報
- b.名片
- c.明信片

## 四、專題成果展現與說明

### 4-1主題架構

本專案將以傳承米糕椪為主軸來延續與推廣米糕椪，延續是希望將這文化傳承下去，讓更多人了解米糕椪的沿革、製作原因、製作過程，讓這無形文化資產可以延續下去使下一代也知道什麼是米糕椪；推出伴手禮的原因為美食是最好將文化推廣出去的推手，本專案將會分別設計兩種大方向的包裝(一)廟宇文化系列(二)伴手禮系列，希望藉由人的購買將米糕椪推廣出去。(如下圖4-1所示)



圖 4-1 主題架構發想過程

## 4-2名稱發想及風格定位

### (1)名稱發想

消費者一般無法辨識米糕椪的"椪"字的讀音，本專案將椪字拆解為"木"與"存"，因為米糕椪本身就是由木頭保存的食物，所以取之於木存。

### (2)風格定位

米糕椪是一項百年的傳統文化，而傳統跟文化可以拆開來分兩字解釋，傳統不僅僅只是指過去存在過的東西，它更是指活在現在的過去。文化是一種社會現象，是人們長期創造形成的產物。另一種說法是歷代相傳的文化成果，稱為傳統文化。而到了現代，人人都在維護文化、觀賞傳統，但傳統文化在沒有注入新血時，民眾是不會買單的。所以本專案將風格訂定在文化＋現在的感，給此風格訂一個名子為”古風新象”，而整體色調選用較復古的咖啡色系，且帶入現代元素，吸引年輕族群目光，以達到傳承目的。



圖4-2風格定位圖

#### 4-3 LOGO設計發展與說明

在LOGO創作時，本專案結合文字、米糕椪特色、文化、現代這四項元素來發想LOGO，在發想期間嘗試的各種不同的組合如：文字與椪結合、椪與現代加文化等結合等多方面嘗試，激盪出不同的設計作品，其中選擇了一項暫定為本專案LOGO。(LOGO發想如下圖4-3所示)



圖 4-3 LOGO 發想過程



圖 4-4 第一階段暫定 LOGO

設計理念：木存主字體走的是隨興的書法風，代表製作米糕脣的老先生是用最感性的方式去做出充滿情感且又古早味的美食，下方結合米糕脣製作好不好吃時最重要的關鍵步驟的器具，就是攪拌糖和糯米，旁邊小圖為了更國際化，加上一句副標更清楚表達出米糕脣的溫度，也為脣字加上注音讓消費者可以方便讀(如下圖4-5所示)。



圖 4-5 最終階段 LOGO



#### 4-4 包裝設計內容說明

##### (1) 產品介紹-讚頌之梘

米糕梘本身即是祭拜用食物，具有保平安的意象。無論供品是事前準備，抑或是就近採買，人們都習慣將供品用紅盤盛裝，不僅在擺飾上顯得尊敬，在收納時也能迅速簡潔，因此本系列將拜拜時的過程做為包裝發想，將平時多餘的細節，簡化、融合在包裝上。

包裝為上下蓋之形式，在祭拜時只需將上蓋打開，經過巧思設計的下蓋自然形成紅盤的形狀，內容物莊重及大器，不失禮節。視覺部分將以圖騰做發展，主要原因是廟中有眾多的雕刻設計，而本系列將雕刻部分轉化為吉祥圖騰，結合人們所祈求的項目「富、貴、智、子、壽、喜」為發想，讓米糕梘不再只有保平安的意象，還增加的各面向的祝福。



圖 4-6 讚頌之梘包裝示意



圖 4-7 將上蓋打開的圖示

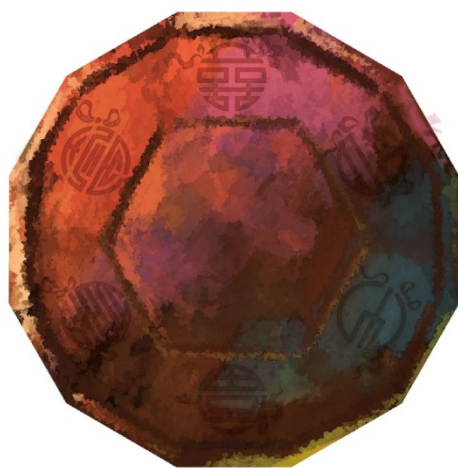


圖 4-8 紅盤視覺設計

## (2)產品介紹-招財納符

「招財納符」包裝的外型直接了當的說明了，這是一款由平安符發想的系列作，在平安符的包裝之下有兩個包裝，分別裝入原味及八寶口味，個包裝造型猶如太極兩儀，兩個拼湊起來更能顯出本包裝的特殊造型，透過平安符造型的外包裝、八卦太極的內包裝，百分百的呼應著米糕存在價值。

而在個包裝的組合之下，利用腰封做一個趣味的互動，腰封上融入六種人們祭拜時祈求的「富、貴、智、子、壽、禧」於其中，並在上面寫上相對應的詩句，不過在消費者購買時並不知道會得到哪一項祝福，十足增加包裝的話題性及趣味性。



圖4-9招財納符包裝示意圖



### (3)產品介紹-相榕歡

米食文化的台灣，對於饋贈禮品當然也少不了米製品，本系列定位為親民的平價禮品，禮輕情意重，雖無富麗堂皇的亮麗包裝，包裝外的插畫設計中融入米糕榕食用情境，使米糕榕提升為下午茶茶點，而本系列又分為二入、四入、以及六入，每組的插畫都可看的見包裝的用心和細心，帶給消費者無比的感動。

### (4)產品介紹-榕茶道

米糕榕的食用方式千變萬化，無論是直接食用，或是加熱調理也是一項米糕榕有趣的地方，受贈者拿到本禮盒後除了能夠品嚐原始滋味，也有調理系米糕榕可以自行料理，不過特別的是，雖然是設定為可以任意調理的產品，但若是消費者依然想要單吃原味，本調理包也不必再加熱烹煮過，只要切小塊後即可食用。

本款禮盒亦附上茶葉包，簡單的沖泡，與米糕榕一同品嚐，瞬間將米糕榕的芳香帶入更上層樓的境界，品嚐之餘，也能與親友們聊天，維繫之間的感情，是一款高貴不貴，真情款待的最佳伴手禮首選。



圖4-10相榕歡包裝示意圖



圖4-11榕茶道包裝示意圖

## 4-5 周邊設計成果

### (1) 吉祥物設計

米糕椗為逐漸沒落的一項產業，而黃師傅希望把這項文化推廣給年輕人，達到傳承之意，所以本專案以黃師傅的外型做吉祥物設計，未來將會應用在海報、DM 等設計之中，希望傳達出將技藝傳承下去的意象。



圖4-12 吉祥物設計

### (2) 名片設計



圖4-13 名片設計

### (3)明信片設計



圖4-14明信片款式1



圖4-15明信片款式2



圖4-16明信片款式3



圖4-17明信片款式4



圖4-18明信片款式5

#### 4-6 成果展覽

展場設計上，以白色木紋為背景，附上老師傅的工作畫面情境插圖，用視覺表現出傳統技藝，搭配簡單的米糕榉文字敘述，讓人可以清楚了解到本專案主題內容，整體以暖色調為主，呈現復古且帶有溫度的畫面。



圖4-19 展覽情況



## 五、結論與建議

米糕椪是傳統在台南的廟宇在祭拜時會用的祭品，且為具有濃厚台南色彩的古文化，早期是平窮人或捕魚的人再吃，後來慢慢地變成廟宇祭品，本專案才有機會接觸到米糕椪。

而在這個科技進步的時代，米糕椪就連當地人都不知道的食物，也因製作上麻煩，使現代年輕人不願意學習這項技術，導致項特別的技術已經逐漸消失了。

各個食物或食品都有它誕生的原因，但一個大時代過去了，它的保留價值也許已不再，但只要一個改變，也許它還可以保存個幾年，甚至是不再有消失的危機，而本專案即是幫助上個世紀台南地區廟會活動最常見到的一米糕椪，他因廟宇的需求而興起，但是它將不會因為狹隘的框架而消失，米糕椪將跳脫傳統，以嶄新的姿態，向世人介紹自己的驕傲。

## 參考文獻

### 網站資料

- [1] 文化的定義  
<http://big5.china.com.cn/chinese/zhuanti/xxsb/545593.htm>
- [2] 無形文化資產  
[http://lwww.tnua.edu.tw/~TNUA\\_CCR/files/archive/50\\_c8425684.pdf](http://lwww.tnua.edu.tw/~TNUA_CCR/files/archive/50_c8425684.pdf)
- [3] 宜蘭縣鄉土教材網站  
<http://www.kases.ilc.edu.tw/palace/lifemain2.htm>
- [4] 麵包包裝  
<http://bestinpackaging.com/2013/06/03/a-world-tour-in-take-out-packaging/>
- [5] 林百貨餅包裝  
<http://blog.xuite.net/blueshk/happy/>

### 書籍文獻

- [4] 劉修祥，2004，背包客遊憩專門化與旅遊動機及紀念品屬性關係之研究