

白露堂

永和豆漿

165° LONGITUDE

企業形象識別手冊
Corporate Identity System

設計者 李佩珊

目錄

理念識別 Mind Identity 3

經營理念與日後展望

品牌策略

市場定位

設計重點

SWOT

導入 CIS 的目的

活動識別 Behavior Identity 7

市場調查

分析結果

視覺識別 Visual Identity 13

基本系統設計項目 (Basic Element) 14

基本系統 (Basic Element) 設計之設計理念

基本系統 (Basic Element)

企業標準字的標準型態

企業標準色的標準型態

企業中文指定字體

企業英文、數字指定字體

基本系統組合規範 (Signature Element) 17

基本系統正確組合規範

基本系統禁止組合範例

應用系統設計項目 (Application Element) 18

產品包裝類

業務用品類

結果分析 25

問卷調查

結果分析

理念識別

Mind Identity

165° LONGITUDE



165° LONGITUDE

白露堂

白 露 堂

永 和 豆 漿

165° LONGITUDE

白露，取自二十四節氣之中第十五個節氣之名

以豆漿的色澤為主題出發，白中帶黃，古人以四時配五行，秋屬金，金色白，故以白形容秋露。

而其手工製作費時，浸泡，煮豆，粉碎後再以紗布將豆渣分離，終得生豆漿

純淨，寓意如同夜晚將水氣凝結而成露水

165° LONGITUDE

白

露

堂

165° LONGITUDE

經營理念與日後展望

喝豆漿，吃油條，不再只是簡單吃個宵夜早餐或是口耳相傳的一家路邊小店
更是從西漢一直傳承而來的中華文化
以企業化連鎖經營為目標，並期望將來能拓展至海外。

品牌策略

藉由視覺形象設計，建立品牌，提高品牌識別度與忠誠度，大幅提升環境品質，提供高質感的用餐體驗。

市場定位

別於舊式傳統早餐店，全新的連鎖經營模式，創新的高品質用餐體驗，吸引 30 歲以上的中高層客群。

設計重點

通過一體化的形象設計，強化永和豆漿的品牌識別度，結合咖啡廳的特性，讓外帶餐具兼具美觀與實用性，使用上更加方便。

SWOT

S	W
現代化設計，乾淨衛生高品質	資本額較高，產品不夠平價
O	T
突破陳舊的規則，規模較大	老字號口碑店面，市場接受度不高

導入 CIS 的目的

以新的品牌思維，賦予企業與品牌嶄新形象，建立品牌識別度，以提高知名度與忠誠度。對外樹立企業形象，為企業帶來更好的經營效益。

活動識別

Behavior Identity

165° LONGITUDE

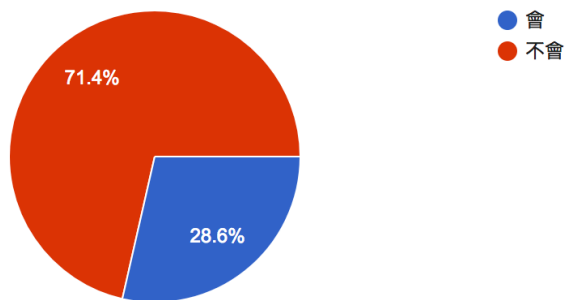


品牌空間

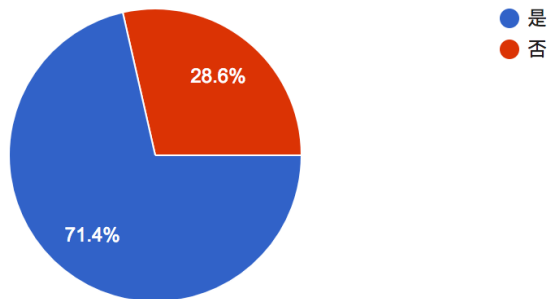
市場調查

藉由 50 份有效問卷分析大眾對於永和豆漿的看法與用餐經驗分享，來訂調整體規格的设计方向。

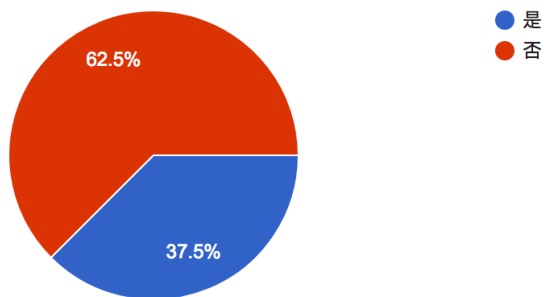
Q1 營業時間是否需要調整為白天時間營業？



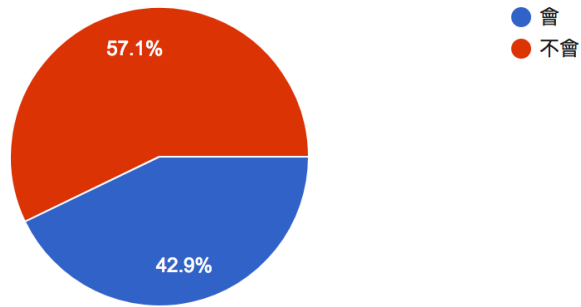
Q2 傳統永和豆漿的用餐環境是否普遍油膩髒亂？



Q3 是否認為傳統外帶包裝不方便食用？

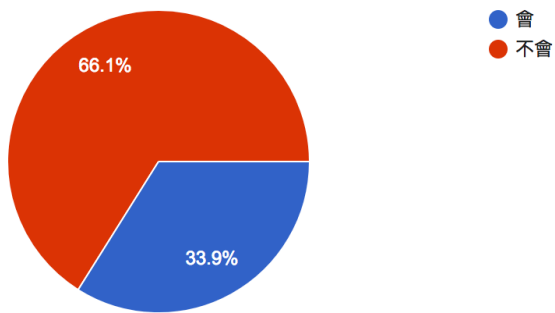


Q4 如果將外帶包裝升級（比你連鎖速食店），會增加消費慾望嗎？



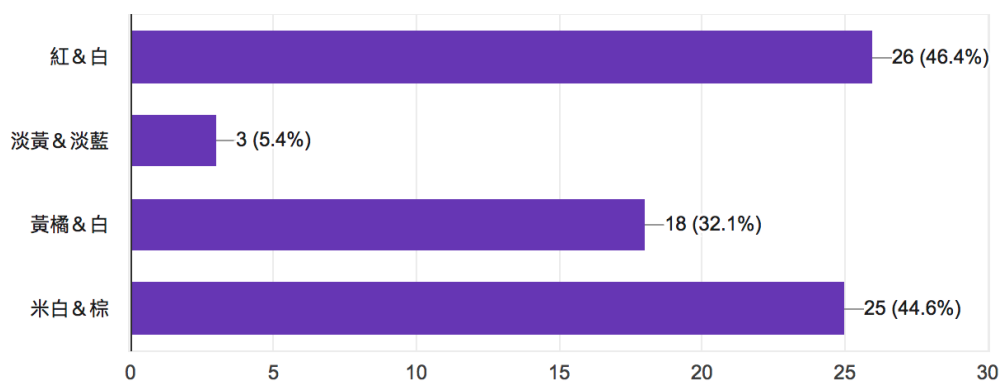
- 應該朝環保方向改變
- 包裝精簡實用才是真正的好
- 他是一種傳統的代表！雖然現在有點不方便 ... 但吃的是一種古早味
- 賞心悅目自然會增加購買慾望
- 喜歡更有便利性的包裝
- 永豆是傳統的東西認為應該保留傳統
- 現今的豆漿店包裝比較偏向古早方式，雖然方便但是衛生上以及盛裝食物時的器具的抗性會比較有疑慮。而且很多速食店的包裝等等都有經過認證，較可安心食用。
- 成本會變高，金額也會變高
- 感覺比較乾淨
- 因為比較乾淨簡潔也相對環保
- 外帶的垃圾不環保
- 看起來比較精緻
- 方便食用

Q5 會選擇永和豆漿作為聚會聊天（超過一小時）的場所嗎？



- 雖然環境不那麼乾淨，但是舒服的，可以讓人大聊特聊的地方，沒有文青餐廳來的束縛。
- 叫髒亂嘈雜，也影響他人用餐
- 不夠乾淨、舒適，沒有空調。
- 通常環境較吵雜悶熱
- 要看店裡裝潢及衛生環境，像我家附近的就很乾淨，景美的很破舊就不會想內用。
- 人來人往，感覺沒隱私空間
- 環境氣氛不好，喜歡有營造過氣氛的裝潢環境
- 價格便宜，座位多
- 宵夜好選擇，不貴，宵夜多
- 感覺那裡不適合聊天或待上一個小時以上
- 因為座位擺設感覺就不是可以坐很久

Q6 以下幾種配色，請選出你認為符合永和豆漿之形象的配色



分析結果

1. 維持原本的營業時間，以延續固定客群。
2. 改善用餐體驗，以建立新的品牌形象。
3. 針對外帶包裝應精簡實用，以更環保的方向出發。
4. 提供較大且乾淨的餐廳環境，特別注意空調與舒適程度，不要使人感到束縛。
5. 配色維持傳統紅白為主，但考慮將米白與棕色加入，使品牌更加活潑多元。

視覺識別

Visual Identity

165° LONGITUDE



165° LONGITUDE

基本系統設計項目 (Basic Element)

基本系統 (Basic Element) 設計之設計理念

分析市面上既有的中式餐廳品牌，選擇華康金文體作為標準字的結構，新式的古文字，與此品牌帶著傳統文化的新風貌有異曲同工之妙。

以中國傳統色彩體系作為選色標準，分別為酡紅色、縞色、緇色。

基本系統 (Basic Element)

中文標準字

白 露 堂

英文標準字

165° LONGITUDE

標準色

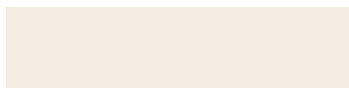


RGB : 220,48,35

CMYK : 8,95,100,1

HEX : # DC3023

輔助色



RGB : 242,236,222

CMYK : 4,5,12,0

HEX : # F2ECDE



RGB : 73,49,49

CMYK : 54,70,63,56

HEX : # 493131

165° LONGITUDE



企業標準字的標準型態

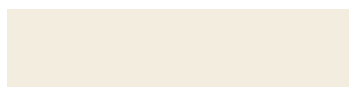
《本草綱目》記載：「豆漿，利氣下水，制諸風熱，解諸毒」，「豆漿性平味甘」。
以華康金文體作為系統字結構，其字型中線較高，希望營造出高門大戶之感，將筆畫調整成為長方型，直橫粗細皆一致，具四平八穩的意象，邊角的地方參考明體，加入部分細節，筆畫之間適當留空。

白 露 堂

企業標準色的標準型態



酡紅色，像飲酒後臉上泛現的紅色，泛指臉紅。
以較為醇厚的紅取代傳統招牌的大紅色，此顏色帶有點橘，古時的色彩背景也符合品牌形象，希望飲用豆漿的顧客都能獲得一分暖意。



縞色，白色的一種。其色澤與豆漿相似，白中帶黃，給人溫暖明亮的意象。



緇色，帛黑色。在中國傳統色彩體系中相似於帶紫的棕色。

配色規則

1. 縞色底搭配緋色字，以酖紅色作為畫龍點睛的角色。
2. 緋色底搭配縞色字，酖紅色作為標題之色塊襯底。
3. 卡牌配色時，可以三色作底，分別代表三種不同的角色。

企業中文指定字體

1. 華康正顏楷體

華康正顏楷體 24pt 華康正顏楷體 18pt 華康正顏楷體 10pt
華康正顏楷體 w9 華康正顏楷體 w7 華康正顏楷體 w5

2. 華康圓體

華康圓體 10pt
華康圓體 w7 華康圓體 w5

企業英文、數字指定字體

Times New Roman

Times New Roman 24pt

Times New Roman 18pt

Times New Roman 10pt

Times New Roman Bold

Times New Roman regular

165 LONGITUDE



基本系統組合規範 (Signature Element)

基本系統正確組合規範

橫式



直式



基本系統禁止組合範例 (圖)

橫式



直式



應用系統設計項目 (Application Element)

產品包裝類

外帶紙杯設計

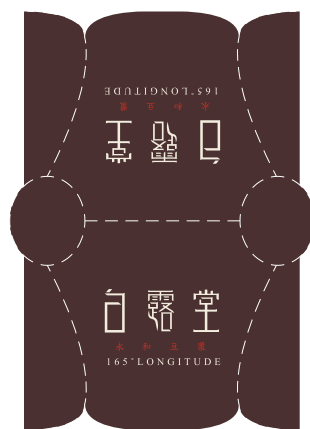
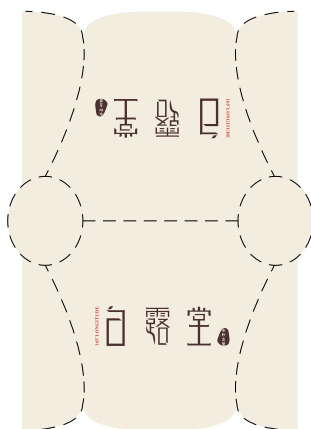
使用咖啡外帶杯外型設計，方便外帶飲用。



隔熱杯套設計

使用卡普斯仿標準型隔熱杯套，其印版面積大，杯圍包覆完整，放置於紙袋中不易傾倒。

特別設計了兩組不同配色的杯套，搭配筷套出餐。



165° LONGITUDE



外帶餐盒設計

運用中式餐盒的杯狀設計，讓在外食用更方便，其提把的設計可以讓使用者節省外包裝的資源。



防油紙袋設計（雙開口）



防油紙袋設計（長方形）



Visual Identity

外帶提袋



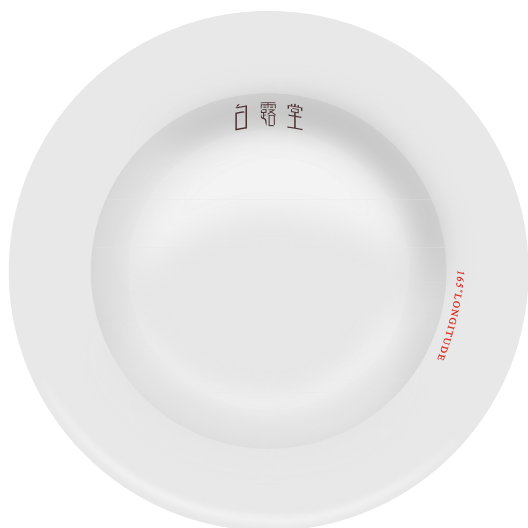
筷子衛生紙套



165° LONGITUDE



內用餐盤



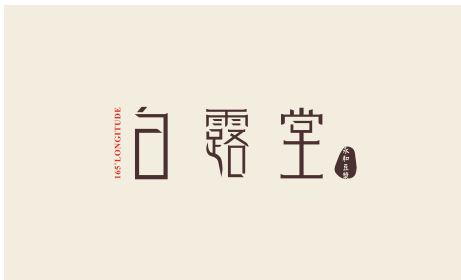
鈦瑯杯

選用鈦瑯材質不易吸附飲品味道，保溫性佳，方便清洗，其曲線設計類似於碗狀，如同傳統上飲用豆漿使用的是碗，但多了把手增加飲用時的便利性



業務用品類

名片



名牌



識別證



165° LONGITUDE



菜單 (三折頁)

白露堂

飲品 Drinks



豆漿 Soy Milk
M 25 L 35



鹹豆漿 Salted Soy Milk
M 25 L 35



黑豆漿 Black Soy Milk
M 25 L 35



米漿 Rice & Peanut Milk
M 25 L 35



豆米漿 Soy Milk & Rice Milk
M 25 L 35



豆漿紅茶 Soy Milk & Black Tea
M 25 L 35



紅茶 Black Tea
M 25 L 35



奶茶 Milk Tea
M 25 L 35

一杯 | 滿 | 熱
 加糖
 加奶
 加麥

餅 Pie | Cake

燒餅 Clay Oven Buns	25份
蔥燒餅 Scallion Clay Oven Buns	30份
蛋餅 Chinese Omelette	25份

鹹酥餅(每份一律10元)
 菜肉餅 Flavour Pork 菜肉蛋餅 Egg
 肉鬆 Flavour Pork 肉鬆蛋餅 Egg
 肉鬆肉燥 Flavour Pork 肉鬆肉燥蛋餅 Egg
 肉鬆肉燥肉燥 Flavour Pork 肉鬆肉燥肉燥蛋餅 Egg
 菜肉沙茶 Vegetable 菜肉沙茶

蔥抓餅 Flaky Scallion Pancake	30份
酥餅 Walnut Cake	25份

鹹酥餅(每份一律10元)
 菜肉 Egg 菜肉 Bacon 菜肉 Pork 菜肉 Cheese

其他 Other

饅頭 Steamed Buns	18個
蘿蔔糕 British Cake	40份
飯糰 Rice and Vegetable Ball	35個

鹹酥餅(每份一律10元)
 菜肉 Egg 菜肉 Bacon 菜肉 Pork 菜肉 Cheese

包子 Steamed Buns

肉包 Steamed Buns With Pork	20個
素菜包 Steamed Buns With Vegetable	20個
水餃包 Pan-Fried Buns	20個
豆沙包 Steamed Buns With Red Beans	20個
芋泥包 Steamed Buns With Taro	20個
小籠包 Steamed Port Dumplings	80個
煎餃 Fried Dumplings	80個
蒸餃 Steamed Dumplings	80個

單點 A La Carte

一份 25

油條 Rice and Vegetable Roll	
荷包蛋 Egg	

每份只限(主菜)吃兩份

一份 10

肉鬆 Flavour Pork	生菜沙拉 Vegetable
培根 Bacon	豬魚 Tuna
豬排 Pork	燻雞 Chicken
起司 Cheese	

菜單 (餐廳內用)

白露堂

165° LONGITUDE

飲品 Drinks

豆漿 Soy Milk	M 25 L 35	M 25 L 35	黑豆漿 Black Soy Milk	M 25 L 35
鹹豆漿 Salted Soy Milk	M 25 L 35	M 25 L 35	米漿 Rice & Peanut Milk	M 25 L 35
		M 25 L 35	豆米漿 Soy Milk & Rice Milk	M 25 L 35
		M 25 L 35	豆漿紅茶 Soy Milk & Black Tea	M 25 L 35
		M 25 L 35	紅茶 Black Tea	M 25 L 35
		M 25 L 35	奶茶 Milk Tea	M 25 L 35

餅 Pie | Cake

燒餅 Clay Oven Buns	25份	25份	蔥抓餅 Flaky Scallion Pancake	30份
蔥燒餅 Scallion Clay Oven Buns	30份	25份	酥餅 Walnut Cake	25份
蛋餅 Chinese Omelette	25份			

包子 Steamed Buns

肉包 Steamed Buns With Pork	20個
素菜包 Steamed Buns With Vegetable	20個
豆沙包 Steamed Buns With Red Beans	20個
芋泥包 Steamed Buns With Taro	20個
水餃包 Pan-Fried Buns	20個

其他 Others

饅頭 Steamed Buns	18個	25份	油條 Fried Bread Stick	10份
蘿蔔糕 British Cake	40份	25份	荷包蛋 Egg	10份
飯糰 Rice and Vegetable Ball	35個	10份	肉鬆 Flavour Pork	10份
		10份	培根 Bacon	10份
			豬排 Pork	10份
			起司 Cheese	10份

單點 A La Carte

豬排 Pork	10份
起司 Cheese	10份
生菜沙拉 Vegetable	10份
豬魚 Tuna	10份
燻雞 Chicken	10份

結果分析

Result analysis

165° LONGITUDE

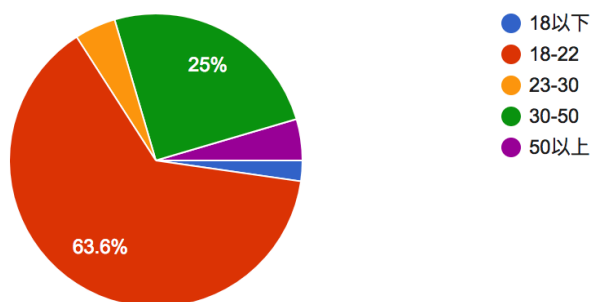


結果分析

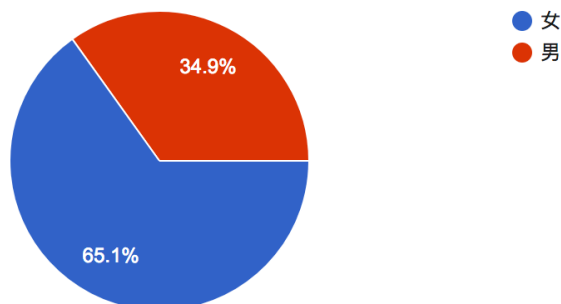
市場調查

藉由 50 份有效問卷分析大眾對於新式品牌白露堂的看法，來分析此設計是否符合大眾需求。

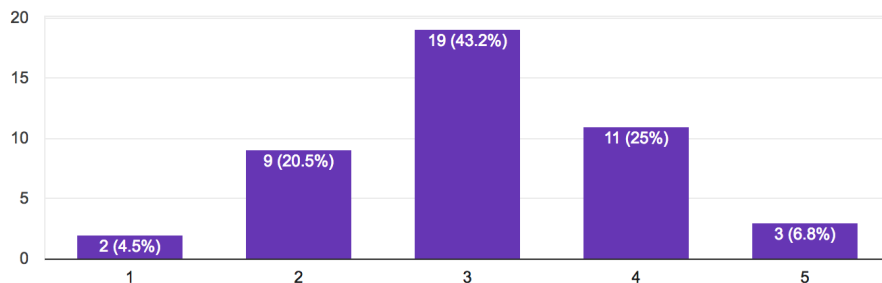
Q1 受測年齡：以 18-22 歲的大學生為多數，也有 1/4 為 30-50 歲的上班族族群



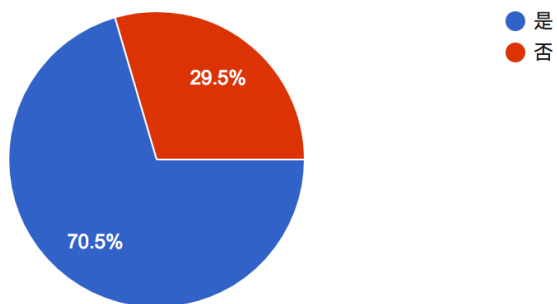
Q2 受測性別：女性居多



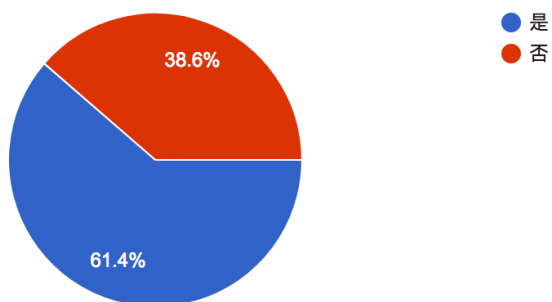
Q3 請問你認為此配色符合永和豆漿的意象嗎？（大致為尚可一稍微不符合）



Q4 是否覺得此外帶包裝，相較於傳統，更為環保、方便食用？



Q5 是否會增加你的消費欲望？



· 有質感

· 第一眼較容易被吸引

· 方便時尚

· 攜帶方便

· 現代化

· 清爽環保

· 漂亮的包裝就是比較有質感

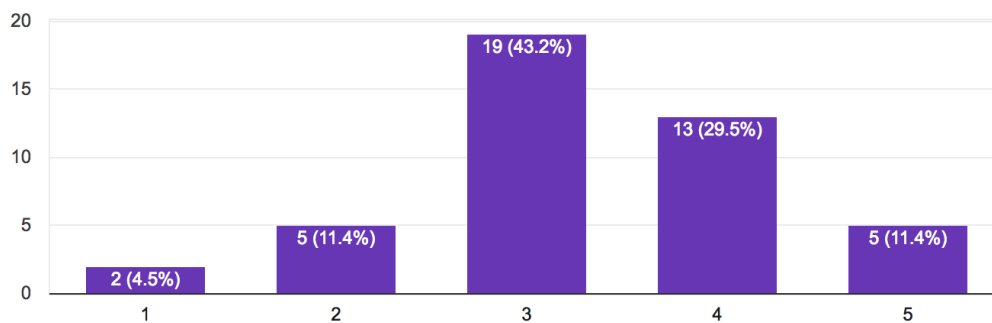
· 傳統包裝多以塑膠袋、紙盒來容納食物，在食用的時候，手多會沾到醬料，而新包裝看起來更方便食用食物，而且看起來更有質感

· 感覺比較乾淨

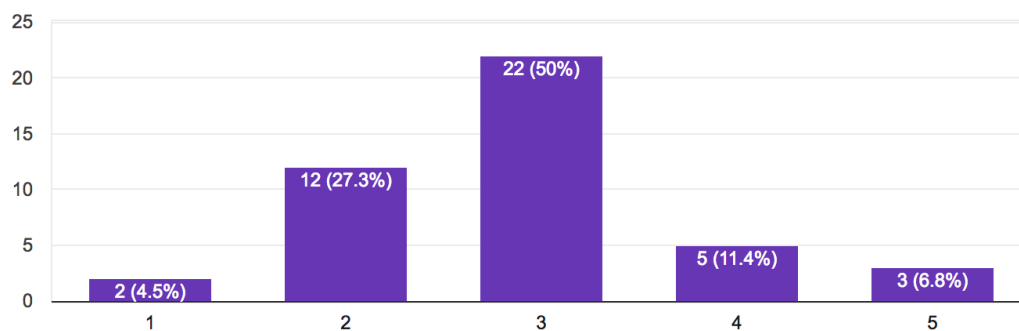
· 包裝令人產生口感

Result analysis

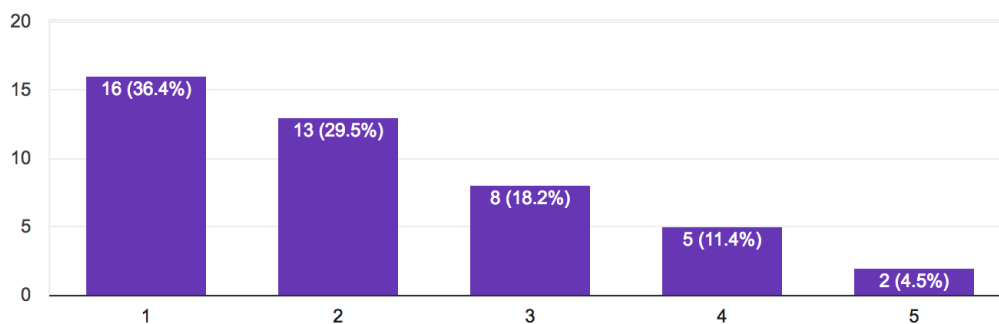
Q6 請問你認為此品牌是否保有傳統早餐的意象？（尚可－傳統）



Q7 請問你覺得此品牌形象符合永和豆漿嗎？（尚可－大致符合）



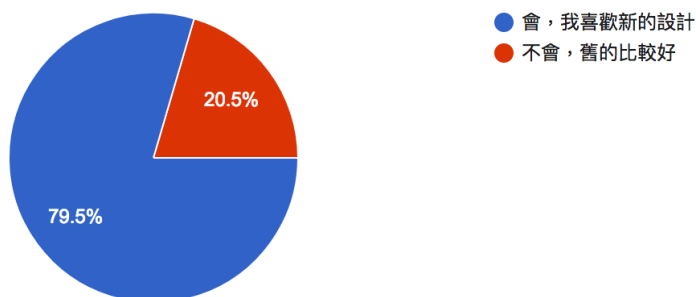
Q8 請問此菜單相較於傳統，較為簡潔明瞭嗎？（非常簡潔－簡潔）



165 LONGITUDE



Q9 如果要開一間永和豆漿，你會選擇新式的設計嗎？



- 讓商品能夠更簡單明瞭
- 有種品牌再造的感覺，東西就是要不斷的進步
- 新穎有特色，會吸引顧客，專攻高階市場
- 感覺會比較整潔乾淨衛生
- 相較於雜亂、過多樣化的菜單，整潔的菜單更方便更便於找到想要的食物，另一方面我認為一間餐廳只賣少樣的食物，更容易成功地打出名號，並且不會造成訂貨上的麻煩。

Q10 對於此品牌的建議

- 增加更大的提袋，可以有防油防水層更好
- 包裝精簡實用才是真正的好
- 可多重視環保、攜帶方便、不易灑出
- 多宣傳可取代傳統觀感不好的店家
- 菜單右下角一份 25 看起來怪怪的。
- 好像還不錯
- 白露堂的字體設計得很好看很喜歡，但我覺得菜單的字可以考慮放大，因為畢竟多少會遇到年紀稍長得顧客。
- 在傳統的 logo 上稍作創新變化即可
- 風格可以再傳統一些

分析結果

整體來說是符合大眾需求的一個新品牌，市場接受度算是高的。

有些部分需要特別加強的，例如品牌核心理念以及市場定位，在接觸市場之後必須特別著重此兩點，避免使顧客無法了解設計重點。另外在字體的部分，將會把菜單實體製作出來，再進行檢視是否因字體大小造成閱讀困難等問題。

從設計前的問卷訂定設計重點，到設計完成之後的這份問卷做比對，可以了解大體上設計的方向是正確的，並且得到了很好的回饋，成功塑造了設定的品牌形象，在後續調整之後便可以完整的建立此品牌。



165° LONGITUDE

