

好神公仔演進過程之研究分析-以全家超商販售公仔商品為例

周貞吟

創意生活設計系 碩士班研究生

E-mail: ooz554@gmail.com

謝子良

創意生活設計系研究所 助理教授

E-mail: nike0904.tw@yahoo.com.tw

【摘要】近年來台灣公仔盛行，各家企業廠商無不積極開發設計與銷售公仔玩偶，全家企業為提高商品銷售，請橙果公司設計與宗教做連結的好神公仔，以當作購物滿額的附加贈品，卻造成了市場搶購收集的熱潮。為了解公仔在設計上之演進，遂以網路蒐集相關資料，再以比較分析全家好神公仔之顏色與型態設計的附加功能、配件之演進，藉以得出其設計之模式，試預測以積點為目的之好神公仔設計的未來發展趨勢，期望本研究可作為好神公仔設計之研究參考基底。

【關鍵詞】玩具公仔、宗教與公仔、全家好神公仔、公仔設計、好神公仔

1. 前言

1.1 背景與動機

近年來的文創商品興起，對於具有故事性質與生活化的文創商品，有越來越多人接受與喜愛，尤其具有收藏價值性的商品更讓大家趨之若鶩，例如像是全家便利商店這幾年推出的好神公仔，將收集熱潮掀起新的炫風。好神公仔的造型不只有獨特新穎的外觀，更具有其他附屬性性質(例如印章功能、音樂播放等)的實用性，增加了大眾的喜愛程度。而傳統文化與神明對於信仰者的心靈寄託等，都是歷經百年而歷久不衰的，藉由具有故事性的神祇而連結設計成公仔類型的文創商品，不只具有收集與外在美觀性，也符合在商場上的商品銷售趨勢和民眾喜愛的接受度，進而能造成市場上的轟動與熱潮。對於公仔一詞的出現並創造出瘋狂搶購的熱潮，熱潮過後又因結合了宗教元素又再創造出另一波的搶購收集的熱潮，這是地方文化的興起抑或是新時代的風潮趨勢，藉這議題試著探討一般大眾對於好神公仔的外觀造型的轉變上喜愛之程度與試著探討未來好神公仔設計的發展趨勢。

1.2 研究目的

探討傳統的民間宗教信仰設計成的公仔文創商品，不只具有美觀性、收藏價值還具有實用性，讓現代的人們可以喜愛接受並將這類型的好神公仔之文創商品變成一波波的

收藏風潮，也藉著這項文創商品將宗教文化納入一般大眾的生活裡，讓大眾不只可以觀賞、收藏，還可從中了解到好神公仔設計符碼之精神內涵，讓大眾對於好神公仔設計的顏色與型態有深刻的記憶。最後欲藉以這篇研究做為預測現階段超商積點推行之好神公仔未來設計的發展，也期望本研究可為之後欲研究以消費積點為目的性的好神公仔之研究者作為設計研究之參考基礎。

2. 文獻回顧

2.1 玩具公仔

公仔一詞源自於香港，意指人偶與人形玩具，類似於台灣早年的「尪仔」，等同於是人偶玩具，而它也是許多成年人的童年回憶。近年來公仔成為台灣熱門的詞彙，它不只是大眾玩具更是撫慰心靈的收藏品，也是熱門的文創商品。而公仔最大的魅力是讓成人藉著把玩公仔感受回到兒時的氛圍，可以在幻想中讓創意無限的延伸。

公仔具有時代性，是歷史和文化的縮影，像是在 1969 年時，大同公司推出紅色系可愛又討喜的大同寶寶，可以說那是第一個臺灣出現的公仔娃娃。雖然曾經流行過，但最終卻沒能像日本家那些喻戶曉的公仔娃娃一樣持續流行，歸咎原因可能是，臺灣那時候的公仔玩具還沒興起。過去台灣受日本的卡漫影響，對於小叮噠與小丸子等角色家喻戶曉，到現在這類卡通都還在市上播映，而日本公仔文化之所以不會退燒，是因為每年卡通、動畫與漫畫等相關商品推陳出新，熱銷到台灣來帶動買氣炒熱氣氛。而潮流公仔起源於 1999 年，由香港與日本設計師一同合作，限量發行帶有刺青、耳環與滑板配備的潮流公仔，並鎖定年輕消費族群，引領著香港的潮流文化。而在臺灣吸收了日、港流行的公仔文化，現今的公仔創作的造型、風格於材質越來越豐富與多元，舉凡布娃娃、玩偶、扭蛋、布袋戲人偶、紙做的立體人型等都包含在公仔範圍內。

2.2 宗教與公仔

臺灣的民間信仰融合了許多宗教派別，像是有儒、佛、道三教以及原住民族之信仰全都包括在內，臺灣早期隨著閩南、粵東渡海來台落地生根。由於當時渡海需面對變幻莫測的危險海象和到臺墾殖後的水土不服、瘟疫疾病、爭奪械鬥等時常危及生命財產，而迎請故鄉神祇分靈事奉，成為早期移民者的心靈寄託。另外泉、漳那邊的道教到臺灣與佛教、儒教融合後，傳統信仰逐漸演變成只為個人與家庭為主，祈求平安與榮華富貴的文化現象。

臺灣在早期已有與宗教做連結的人偶，那就是平時放置在廟裡的大仙尪仔，也就是大家所俗稱的大型神將。大仙尪仔的職責是當廟裡所供奉主神的左右護法，在舉辦廟會時，以人鑽進內部控制走腳活動，做為出巡遶進活動時的開路神將。在新北市「蘆洲民俗發展協會」的楊蓮福先生為發展當地宗教文化，特地邀請吳鳳凰老師設計各式神將公仔，希望用文創更貼近年輕族群，藉以深化神將文化。

2.3 全家好神公仔熱潮

全家超商對於好神公仔之靈感來源，是來自於每年3月份的媽祖遶境年度宗教盛事，九天八夜的媽祖遶境活動不只活絡了周邊的商家、產業，連帶著文創業者也受惠到。在這之中有許多人在生活中上也有信仰的需求。全家便利商店商品業務部行銷課長的胡家彰表示：「我們的目標是做出一組具有創新性，也能廣泛為消費者接受的公仔」。(2008，胡家彰)自創公仔品牌並不容易，為讓消費者耳目一新，全家超商與橙果設計公司合作，結合傳統信仰為元素，設計出好神公仔並帶動蒐集熱潮。全家在2007年正值鬼月的時段上市第一代的好神公仔，在當時業績盛況空前，光是在單日就兌換出5萬多個好神公仔，全家創下了有史以來在活動期間內兌換好神公仔410萬個和突破30億元單月良好佳績。好神公仔之所以產生蒐集的熱潮，很大的因素是因為具有原創性及收藏價值和滿足心理需求而把公仔當成心靈上的寄託。

3. 研究方法與分析

3.1 歷代好神公仔推行活動與設計之比較分析

全家好神公仔造成全台蒐集旋風熱潮，為了解好神公仔設計之發展趨勢，遂以全家便利商店在推行一到四代好神公仔之活動與角色設定上，做各個好神公仔設計上之比較分析，比較顏色與型態設計上之配件與附加功能之間差異。而好神公仔之比較分析以前中後三次階段循序的方式，漸進將好神公仔的比較導向外觀設計上。再分析出歷代好神公仔在角色設定上之相異，最後探討出好神公仔之歷屆演進。而前期先以一到四代的好神公仔推行發展活動規則與消費模式做比較，如下表：

表1 歷代好神公仔活動之比較

活動名稱	圖片	說明
第一代 好神公仔- 有求必印		活動日期：2007.7.17~8.27 活動機制：消費66元集1點 累積10點送全家好神公仔或神氣商品任選一個。 設計特色：公仔底座有印章功能，樣式分別是「升、官、發、財、福、祿、壽、喜」。
第二代 好神公仔- 迎新年-好 運上上籤		活動日期：2007.12.25~2008.2.25 活動機制：消費66元集1點 集滿10點換一隻公仔，共8款。 設計特色：公仔內部有三支好運籤。像是有「出入平安、財富廣進、健康滿分」等。

第三代 好神公仔 -Oh My God 好神連拍- 好運天天印		活動日期：2009.6.30~8.24 活動機制：消費 40 元集 1 點 集滿 20 點送一個好神印章公。 集滿 10 點再加價 39 元送一個公仔。 設計特色：公仔擺出好運手勢還會落英文。底座有印章功能，樣式分別是「財神 Money Money、關聖帝君 Good Job、月老 Love U、三太子 Go Go Go、觀音菩薩 Come on baby、文昌帝君 All Pass Ya」。
第四代 好神公仔- 好神天團		活動日期：2010.8.17~10.18 活動機制：消費 40 元集 1 點 集滿 60 點送好神天團搖滾公仔一個。 集滿 10 點再加價 39 元送一個好神天團搖滾公仔。 集滿 20 點再加價 69 元送一個好神天團搖滾舞台（單曲 CD+蒐藏盒）。 設計特色： 公仔分別穿上搖滾裝扮的打歌服舞動並有各自代表性的「拜請」音樂。
以上圖片之參考網址		
http://goods.ruten.com.tw/item/show?21208306746942 第一代 好神公仔-有求必印 http://payhua.pixnet.net/blog/post/41423643-%E5%A5%BD%E7%A5%9E%E5%85%AC%E4%BB%94%E8%B6%B4%E5%85%9 第二代 好神公仔-迎新年-好運上上籤 http://www.family.com.tw/enterprise/news_in.aspx?ID=139 第三代 好神公仔-Oh My God 好神連拍-好運天天印 http://www.family.com.tw/enterprise/news_in.aspx?ID=166 第四代 好神公仔-好神天團		

(本研究繪製)

中期則是製作出歷代好神公仔在角色設定之比較圖，為判斷超商積點兌換為目的之好神公仔角色挑選變化與數量調整上的趨勢，藉以比較出一到四代之好神公仔在角色數量上以及設定上之異同，歷代各個好神公仔之比較如下表：

表 2 歷代好神公仔角色設定比較

	第一代	第二代	第三代	第四代
財神	●	●	●	●
媽祖	●	●		●
關聖帝君	●	●	●	
月下老人	●		●	●
三太子	●		●	●
觀音菩薩	●		●	
文昌帝君	●		●	
濟公活佛		●		●
土地公	●			
鍾魁	●			
彌勒佛	●			
玉皇大帝		●		

釋迦牟尼佛		●		
達摩祖師		●		
城隍爺		●		
二郎真君		●		
華陀先師		●		
保生大帝			●	

(本研究繪製)

因歷代好神公仔之推行數量與角色不一，後期遂以製作出歷代好神公仔有相似角色設定上做比較，製作出歷代好神公仔在角色之相似設定上做設計的比較圖，比較出各屆好神公仔在角色設計上之配件、顏色、容貌表情、設計理念上之異同，如下表：

表3 歷代好神公仔相似角色之設計比較

財神				
	第一代	第二代	第三代	第四代
圖片				
配件	元寶、財神帽	鐵鞭、元寶、神虎帽	元寶、財神帽	吉他、龐克財神帽
顏色	主：紅 輔：黃	主：黃 輔：紅	主：紅 輔：黃	主：紅、青綠 輔：黃
設計理念	好神公仔有求必印，公仔底座印章字樣是「發」。	寒單爺相傳是商朝的武官「趙公明」，死後在天界專司財庫，俗稱武財神。公仔內部有三隻好運籤，讓人娛樂討好運。	財神公仔擺出啾咪的手勢招來財運，在底座印章上的英文句子是 Money Money。	財神化身為搖滾公仔，談著金錢吉他。底座有播放「拜請」配樂的功能。
媽祖				
	第一代	第二代	第三代	第四代
圖片			無	
配件	奏板、媽祖帽	玉如意、媽祖帽		麥克風、媽祖帽
顏色	主：粉紅 輔：黃	主：黑 輔：紅、黃		主：粉紅 輔：黃
設計理念	好神公仔有求必印，公仔底座印章字樣是「祿」。	黑面媽祖公仔意涵吉祥。公仔內部有三隻好運籤，讓人娛樂討好運。		媽祖拿著麥克風展現天后級的大將之風。底座有播放「拜請」配樂的功能。

關聖帝君				
	第一代	第二代	第三代	第四代
圖片				無
配件	書卷、關羽巾	關刀、關羽巾	關刀、關羽巾	
顏色	主：綠 輔：紅	主：綠 輔：紅	主：紅 輔：綠	
設計理念	好神公仔有求必印，公仔底座印章字樣是「官」。	關帝聖君公仔意涵事業。公仔內部有三隻好運籤，讓人娛樂討好運。	關聖帝君公仔擺出代表認可的讚手勢，在底座印章上的英文句子是 Good Job。	
月老				
	第一代	第二代	第三代	第四代
圖片		無		
配件	葫蘆、紅線、拐杖		拐杖、葫蘆	鼓棒、龐克頭巾
顏色	主：淡橘 輔：橘、白		主：淡橘 輔：紫、白	主：橘 輔：粉紅、白
設計理念	好神公仔有求必印，公仔底座印章字樣是「喜」。		月下老人公仔擺出 LOVE 的手勢代表愛，在底座印章上的英文句子是 Love U。	月老綁上龐克頭巾，拐杖變鼓棒，擔任 high 咖鼓手。底座會播放「拜請」配樂。
三太子				
	第一代	第二代	第三代	第四代
圖片		無		
配件	乾坤圈、火尖槍、肚兜		火尖槍、肚兜	乾坤圈、唱盤
顏色	主：淺橘 輔：紅		主：淺橘 輔：紅、白	主：藍 輔：淺橘、紅、黑、白
設計	好神公仔有求必印，公仔底座印章字樣是「喜」。		三太子公仔擺出七的	三太子轉動風火輪

計 理 念	必印，公仔底 座印章字樣是 「如意」。		手勢向外，在底座印 章上的英文句子是 Go Go Go。	意象的唱盤擔任 DJ，散發出青春氣 息。底座會播放「拜 請」配樂。
觀音菩薩				
	第一代	第二代	第三代	第四代
圖 片		無		無
配 件	淨瓶、寶珠頭 巾		嬰兒、頭巾	
顏 色	主：淺藍 輔：淺橘		主：淺橘 輔：淺藍	
設 計 理 念	好神公仔有求 必印，公仔底 座印章字樣是 「福」。		送子觀音公仔擺出六 的手勢代表打電話， 在底座印章上的英文 句 子 是 Come on baby。	
文昌帝君				
	第一代	第二代	第三代	第四代
圖 片		無		無
配 件	文昌筆、文昌 帽		書冊、文昌帽	
顏 色	主：藍 輔：黃、淺橘		主：藍 輔：黃、淺橘	
設 計 理 念	好神公仔有求 必印，公仔底 座印章字樣是 「才」。		文昌帝君公仔擺出 YA 的手勢代表開心，在 底座印章上的英文句 子是 All Pass Ya。	
濟公活佛				
	第一代	第二代	第三代	第四代
圖 片	無		無	
配 件		葫蘆、袈裟、蒲扇、濟公帽		貝斯、濟公帽

顏色	主：黃		主：粉紅
	輔：紅		輔：紅、黃
設計理念	濟公公仔意涵繁華。公仔內部有三隻好運籤，讓人娛樂討好運。		濟公揸著貝斯，擔任震撼人心的貝斯手。底座會播放「拜請」配樂。
以上圖片之參考網址			
http://www.family.com.tw/enterprise/news_in.aspx?ID=139 全家企業網-新聞稿-第三代 (Oh My God 好神連拍-好運天天印) http://blog.yam.com/josnake/article/14446183 好神公仔第一代各個好神圖 http://blog.yam.com/josnake/article/14446275 好神公仔第二代各個好神圖 http://minil014.pixnet.net/blog/post/26500546-%E3%80%90oh-my-god%E5%BC%81%E5%A5%BD%E7%A5%9E%E5%8D%B0%E7%AB%A0%E5%85%AC%E4%BB%94%E3%80%91%E6%96%87%E6%98%8C%E5%B8%9D%E5%90%9B【oh-my-god。好神印章公仔】文昌帝君 http://cliffterry.pixnet.net/blog/post/25449879-%E5%85%A8%E5%AE%B6-%E4%BC%8D%E4%BD%B0%2B%E5%A5%BD%E7%A5%9E%E5%A4%A9%E5%9C%98 全家 伍佰+好神天團			

(本研究繪製)

3.2 結果分析

從表 3 得出歷代公仔財神的共同配件是元寶和財神帽，顏色主色調是紅色，輔色調是黃色，臉上大部分的表情是眯眼和微笑。媽祖的共同配件是媽祖帽，顏色主色調是粉紅色，輔色調是黃色，臉上大部分的表情是眯眼和微笑。關公的共同配件是關刀和關羽巾，顏色主色調是綠色，輔色調是紅色，臉上大部分的表情是眯眼和微笑。月老的共同配件是葫蘆和拐杖，顏色主色調是淡橘色，輔色調是白色，臉上大部分的表情是眯眼和微笑。三太子的共同配件是肚兜和火尖槍，顏色主色調是淡橘色，輔色調是紅色，臉上大部分的表情是眯眼和微笑。觀音的共同配件是頭巾，顏色是淺藍色和淺橘是各半，臉上的表情是眯眼微笑和張眼開口笑各半。文昌的共同配件是文昌帽，顏色主色調是藍色，輔色調是黃色和淺橘，臉上的表情是眯眼微笑和張眼開口笑各半。濟公的共同配件是濟公帽，顏色主色調是黃色和粉紅色，輔色調是紅色，臉上大部分的表情是眯眼和微笑。以上八款公仔在顏色上相互做比較後，主色調大部分是以紅、橘、藍、黃、綠為主，各個公仔運用次數是紅 3、橘 3、藍 2、黃和綠各是 1，輔色調得出大部分是以紅、黃、橘、藍、白為主，各個公仔運用次數是紅 3、黃 3、橘 2、藍 2 和白 1，得出以上顏色表示公仔喜用紅和橘兩色為主輔色調，一方面代表喜氣，另一方面是以頭大身小做為公仔基本比例，而公仔頭部顏色占較大空間。

在配件方面上比較來看的話，財神共同的裝備是元寶和財神帽，到了第四代元寶配件演變成吉他樂器；媽祖共同的配件是媽祖帽，到了第四代原本媽祖手拿的法器(如嬰兒或淨瓶)變成了手拿麥克風的天后級主唱；關帝聖君共同的配件是關刀與關羽巾；月老共同的配件是葫蘆與拐杖，而手持的拐杖到了第四代演變成手拿鼓棒的鼓手；三太子共同的配件是肚兜、火尖槍和乾坤圈，在第四代出現了有風火輪意象的唱盤，並變成熱情如火的唱盤手；觀音菩薩共同的配件是頭巾；文昌帝君共同的配件是文昌帽；濟公活佛共同的配件是濟公帽，原本在第二代出現的蒲扇，到了第四代後變成了貝斯樂器，而濟公也變成了震撼人心的貝斯手。

最後在附加功能設計上做比較後得出，第一代和第三代有印章功能，但這兩者之間不同的差異是印出的樣式不同，像是第一代底座的印章樣式分別有「升、官、發、財、福、祿、壽、喜」；而第三代公仔的印章底座樣式則是「財神 Money Money、關聖帝君 Good Job、月老 Love U、三太子 Go Go Go、觀音菩薩 Come on baby、文昌帝君 All Pass Ya」。第二代有抽籤的好運籤的設計，像是有「出入平安、財富廣進、健康滿分」等，而到了第四代則變為以搖滾風格結合宗教文化而成的好神公仔，顯示出酷炫的潮流感與傳統的宗教文化所融合而成的好神公仔設計。

3.3 小結

經由上述前期的分析，歷屆好神公仔推行年份是從 2006 年到 2010 年，剛開始消費額度是從 2006 年到 2008 年的 66 元集一點到 2009 年到 2010 年消費 40 元集一點，這過程中的好神公仔數量從一開始 2006 年的十隻漸漸降到 2010 年的五隻，這個過程是為了降低門檻讓消費者更加的好蒐集。中期分析則是歷代好神公仔角色設定的比較分析，從表 2 得知一代到四代之好神公仔之重覆較少，且角色設定品項逐年變少。最後後期的比較分析，因中期比較之歷屆角色相似設定較少重覆，遂以一代到四代之兩項以上相似好神公仔做比較之分析。

4. 結論

好神公仔在型態設計上的法器配件與附加功能的演進上，有著年輕化與潮流性的設計趨勢，筆者認為全家超商與橙果公司所設計與宗教做連結的好神公仔，是為了親近新一代的年輕消費族群並提升喜愛接受度，進而設計出偏向可愛風格的好神公仔來撫慰現代人之心靈缺口。而在好神公仔顏色設計上，筆者認為顏色使用偏向傳統保守，以擁有喜氣意象與顯眼的紅橙色為主，隱喻好神公仔就像是神明般，能為消費大眾帶來歡喜之事與平安如意之意思。

好神公仔除了顏色與型態設計上特有的配件與功能外，好神公仔本身所代表得涵義，是造成市場旋風蒐集的特點之一，從第一代好神公仔的福祿壽喜升官發才的意象，到第二代好神公仔的好運上上籤的有趣抽籤，再到第三代好神公仔的好神連拍印章組，印章樣式也隨著國際化而有了簡單生活化的英文句子，最後演變到第四代好神天團在造型上不再以傳統呆板形式做設計，而是將法器變樂器，帶動大眾炒熱氣氛，讓傳統轉變為潮流風。雖說好神公仔漸走向精緻化、國際化路線，但傳統色系和內在寓意卻保留住最初的文化傳統設計，不因為改變而改變，說明演變是從外觀造型上做轉換進而能更加貼近消費大眾，但內在保留下的不只是傳統文化，更是記憶中最美好的回憶。

參考文獻

- 楊蓮福，2008，神將公仔手札，初版，P.1-P.5，新北市蘆洲：博揚文化事業有限公司
陳雅莉，2012，小孩子的小玩偶-玩具公仔熱，P.42-49，台北：台灣光華雜誌

全家企業網，2007，全家好神公仔 come back 迎新年 好運上上籤，

http://www.family.com.tw/enterprise/news_in.aspx?ID=90 (12/18/2007)

波酷網，2008，傳統如何創意行銷，

<http://www.boco.com.tw/NewsTdcDetail.aspx?bid=B20080108000002> (1/8/2008)

世界商務策劃師聯合會，2008，全家+橙果聯手出擊 公仔加持，業績「好神」。

<http://www.wbsa.com.tw/front/bin/ptdetail.phtml?Part=career0011> (2/21/2008)

全家企業網，2009，Oh My God 全家好神再臨!!

http://www.family.com.tw/enterprise/news_in.aspx?ID=139 (6/29/2009)

全家企業網，2010，好神公仔第四代登場 好運總來

http://www.family.com.tw/enterprise/news_in.aspx?ID=166 (8/17/2010)

人間福報，2012，設計神將公仔-吸引年輕人，

<http://www.merit-times.com.tw/NewsPage.aspx?unid=281794>。 (11/12/2012)

維基百科，2013，大仙翁仔

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%A4%A7%E4%BB%99%E7%BF%81%E4%BB%94>
(3/23/2013)

維基百科，2014，台灣民間信仰

<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E6%B0%91%E9%96%93%E4%BF%A1%E4%BB%B0> (4/21/2014)



明道大學
MINGDAO UNIVERSITY

驚

文化創意設計研討會

The Conference on Cultural and Creative Design

豐去
豆皿

- 論文集 -

主辦單位

明道大學 數位設計學系

協辦單位

明道大學 研究發展處、設計學院、YourDesign™

莊雅筑、何俊亨、林振陽-----	49
9. 從微型文創事業設點選擇探究文創聚落形成之誘因－以來啣為例 傅冠泉、謝子良-----	58
10. 碎形概念應用於包裝設計特色之研究 林忠政、湯永成-----	68
11. 現代女性內衣美學與流行文化之探討 陳麗安、蕭美鈴、朱日僑-----	70
12. 好神公仔演進過程之研究分析-以全家超商販售公仔商品為例 周貞吟、謝子良-----	79
13. 台灣原住民文化創意之創作研究-以卑南族為例 林孟慧、王清良-----	89
14. 消費者生活型態對環保產品美感偏好影響之研究 莊育維、陳振甫-----	96

III. 發表論文－【文化創意與設計管理】

15. 博物館展示設計實務「統包」(Turnkey)制度與展示內容品質個案研析 張麗惠、黃啟梧、沈孟穎-----	106
16. 以市場需求脈動應用於保溫瓶產品設計 陳文亮、楊文石、盧冠伶-----	107
17. 田尾公路花園對觀光客的吸引力之初探 王淑慧、陳思婷、陳世軒、李倫翰-----	116
18. 遊客對田尾公路花園公共建設滿意度之初探 王淑慧、許雅雯、郭健享-----	117
19. 田尾公路花園活動推廣之研究 王淑慧、黃顯翔、王智彥、殷聖楷-----	118

IV. 發表論文－【文化創意與品牌】

20. 情感廣告與影音視頻網站應用相長之探討－以大眾銀行 2010~2012 年形象廣告為例 周威廷、林承謙-----	119
21. 花飾藝術文化應用於玩偶服飾創作設計	