



2020
2022

PORTFOLIO

平面設計
商業攝影

陳
玟
潔 FLEX WEN

TABLE OF CONTENTS



目錄

Chapter 01

募資專案

視覺設計與攝影 1

Chapter 02

商品視覺

商業攝影與網頁圖 17

Chapter 03

網路行銷

活動與宣傳圖 27

募資專案 視覺設計與攝影

任職期間與團隊在「群眾募資平台 - 嘖嘖」完成 7 項的募資專案，產品涉略咖啡器具、茶器到家用鍋具…等不同面項，我在其中為募資與日後的上市頁面提供「整體視覺設計及產品攝影」，募資期間持續設計網路宣傳圖，吸引社群平台上的潛在客戶。

專案歷程

Project Experience



2020

【 Driver 】

合理雙層保溫手沖壺

2021

【 Driver 】

小山濾杯
三倍速冰滴咖啡壺
甘丹茶壺

【 Hanson cooker 】

帥鍋・滑仔

2022

【 Driver 】

咖啡冷萃壺

【 河野流 】

咖啡旗艦組

募資類別

咖啡器具

兩用茶器

家用器具

專案流程

01

募資產品認識

瞭解產品使用與特點



02

問卷規劃

確認拍攝計畫

拍攝所需用圖



03

照片選圖

確認選圖

後製 & 修圖



04

問券上架

問券修正



05

募資頁面規劃

補拍畫面

情境圖 / 募資影片



06

照片選圖

排版

頁面初版 / 修改

快速確認初版



07

上架

頁面修改

PROJECT 01 | Tea Maker

甘丹茶壺

不必費功夫，也能喝到功夫茶



產品特點

專利瓶蓋結構

壺腹大空間設計

簡化泡茶茶器



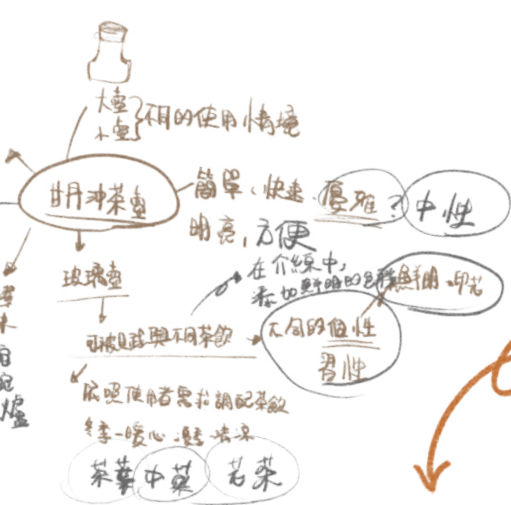
嘖嘖募資

嘖嘖 | 贊助人數 1686 人

NT\$2,346,924

愛料理 | 贊助人數 2757 人

NT\$ 4,625,764



設計關鍵字

簡潔明亮

多種使用情境

貼近日常生活

設計思考

一開始的募資問券調查顯示，大眾對甘丹茶壺的產品結構感到興趣，且有意願購買甘丹茶壺，團隊瞭解後便決定，以「多種使用情境及兩種容量使用差異」的面向，切入民衆的日常生活中。



冷熱飲品情境





使用情境

以兩種容量的甘丹茶壺配合多款飲品為拍攝主題，呈現使用者在餐桌、書桌的情境。





咖啡旗艦組

儀式感不需繁文縟節

產品特點

一箱收整器材

職人手感

室內戶外兩用



嘖嘖募資

嘖嘖 | 贊助人數 127 人

NT\$1,265,900

設計思考

咖啡旗艦組以【行走的咖啡館】為訴求，期望不管是在戶外或居家都能有美好的五感體驗，故在規劃拍攝計畫時，將部分場景移至戶外搭設「露營」場景；室內則表現「專業職人」手沖感。

設計關鍵字

專業職人感

戶外與室內場景

器物質感呈現

頁面排序規劃

01 引言圖

點出產品調性



02 場域情境圖



03 器具形象圖



04 職人推薦



05 器具介紹



06 手提箱簡介



07 規格 / 方案

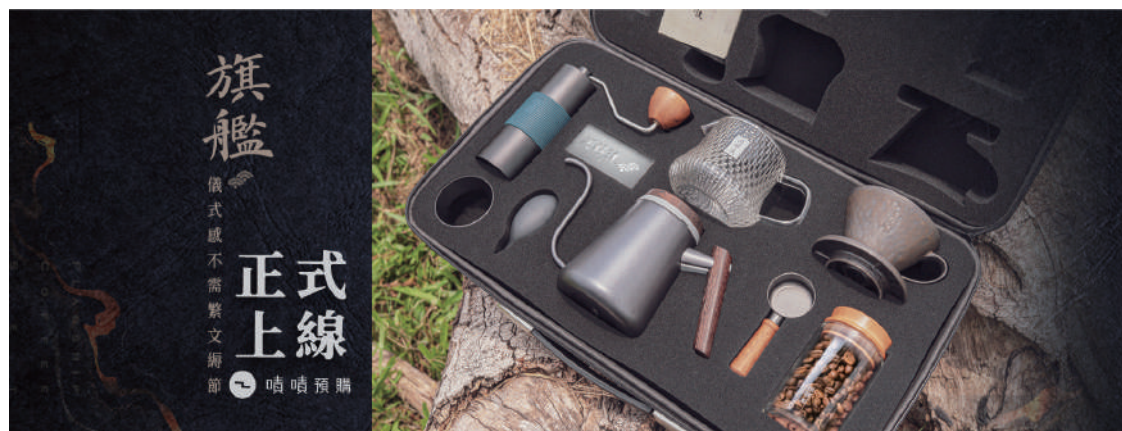
室內戶外

呈現專業手沖和戶外休閒
手沖時的使用場景，看見
產品的不同面向。





Facebook 宣傳圖





PROJECT 03 |
Cold brew coffee maker

咖啡 冷萃壺

自製冷萃咖啡
比你想像的還要簡單



嘖嘖募資

嘖嘖 | 贊助人數 1070 人
NT\$1,557,308

愛料理 | 贊助人數 329 人
NT\$ 537,302

產品特點

冷熱兩用壺

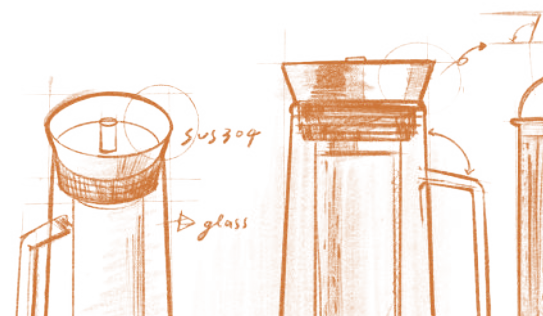
可製多種飲品

簡化製作流程



設計思考

咖啡冷萃壺的壺身修長且優雅，採用金屬與玻璃材質製成，且全身無塑膠材質，配合壺身的造型，在頁面呈現其優雅且簡易使用的面向；除了可製做冷萃咖啡外，還能用來製作多款冷熱飲品。



設計關鍵字

優雅感

飲品製做畫面

明亮清爽氛圍

建立使用體驗

如果只單純拍攝使用教學和冷萃咖啡的飲用情境，便會少了為此壺創造多元價值及挖掘潛在客戶的機會，所以決定增加「冷萃咖啡的各種變化飲品」及「製作冷熱不同飲品」。

西西里氮氣冷萃咖啡

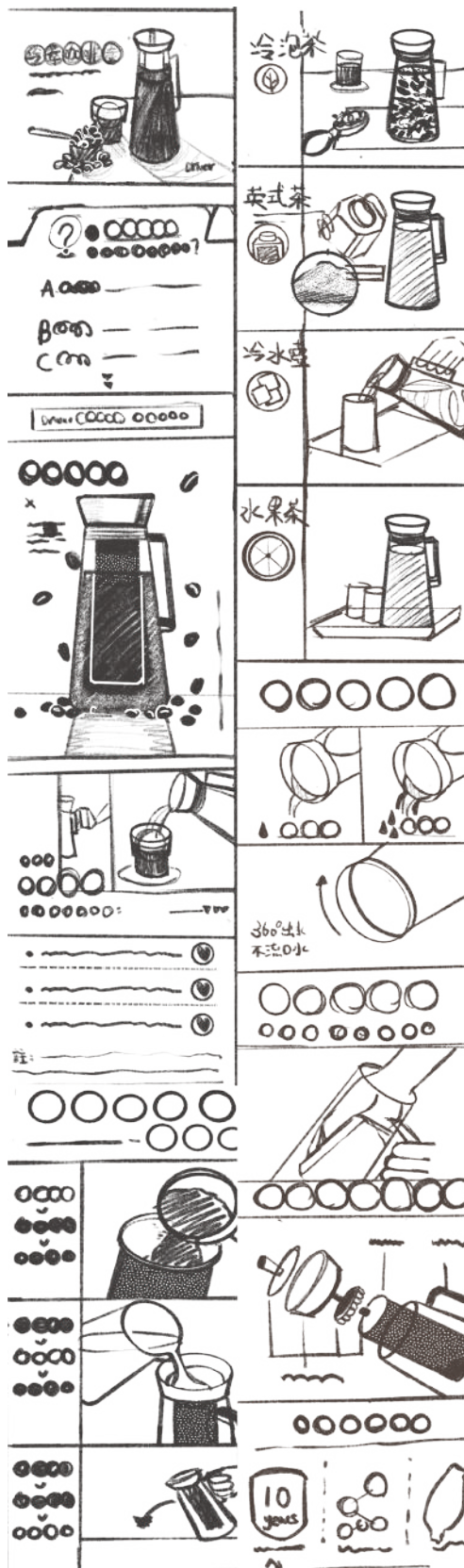


熱泡茶



冷萃拿鐵咖啡





帥鍋・滑仔

獨特烘烤硬實力，一鍋包辦的正港台灣帥鍋



產品特點

特殊塗層技術

易清潔

適合台灣料理方式



嘖嘖募資

嘖嘖 | 贊助人數 254 人

NT\$567,680

設計思考

此次以新品牌 Hanson cooker 進行募資，品牌以「台灣獨特的飲食文化，就該使用在地設計製造的產品！」的初衷，打造兼具美觀和實用性的鍋具「帥鍋滑仔」。

品牌關鍵字

在地設計製造

專為台灣人設計

Hanson Cooker[®]
Kitchen Collections

Hanson[®]
Kitchen Collections
Cooker

Hanson[®]
Cooker



產品名稱

復古招牌

餐飲元素

中式元素

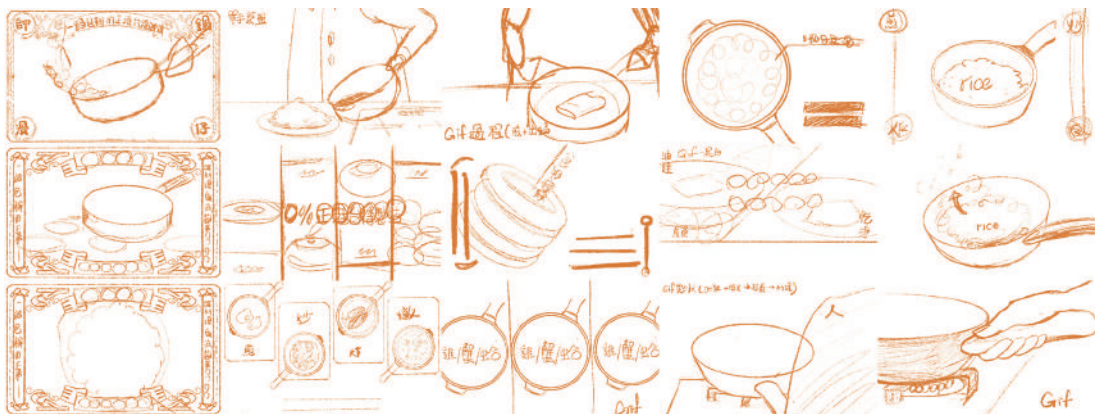
以「台灣國語、台港、餐廚用具」為產品進行趣味命名。

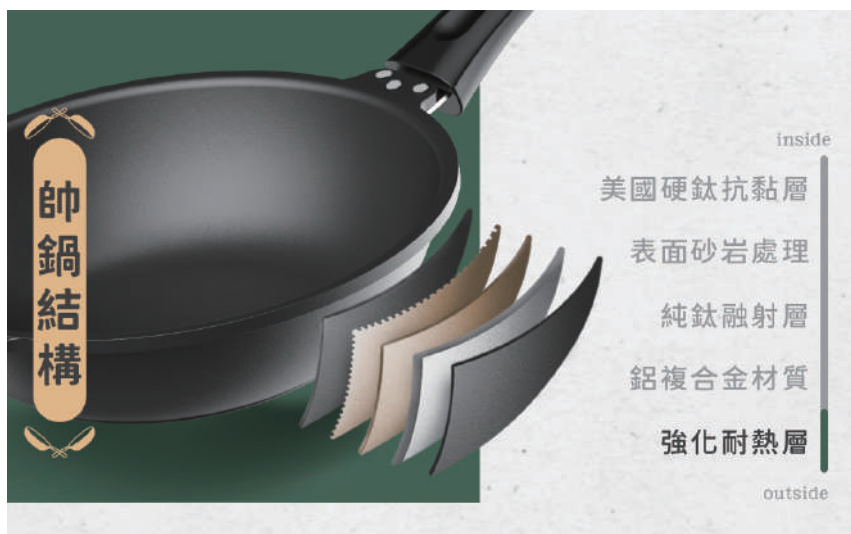
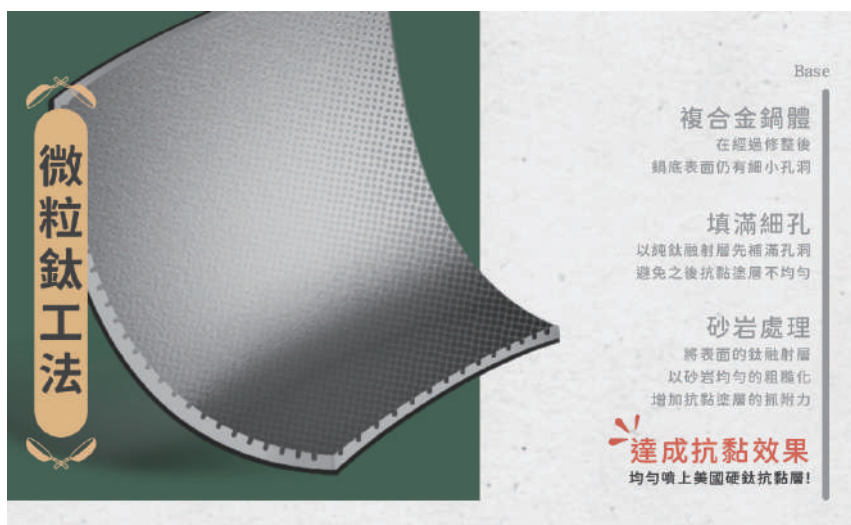
以新品牌進行產品募資，對於消費者來說信任的基礎不足，所以在募資頁面必須讓人能放心購買，也針對以下特點增加使用情景與說明：塗層耐用度與不沾性、烹煮習慣、檢驗證明。

烹飪使用畫面

塗層特性

使用特點





頁面設計

使用「台港、餐飲」元素結合中式版型設計，為募資頁面增加復古趣味。



商品視覺 商業攝影與網頁圖

在日常的工作中，也為非募資商品「拍攝情境圖與設計網路圖」，所製作的商品從日常使用的保溫杯、沖茶器到手沖咖啡周邊產品均有接手過；總共累積約 20 餘項的商品視覺經驗，在每一次的規劃中都投入百分百的創意與精力，也更加精進自身的實力。

攝影

【 Driver 】

設計款冰滴
外調式冰滴咖啡壺
北海道無把玻璃壺
雙軸承伸縮磨豆機
夏季版 / 冷熱兩用沖茶壺

【 CUG 】

外調式鋼刀磨豆機

【 河野流 】

精品咖啡豆

攝影 網頁

【 Driver 】

拾卽杯
咖啡豆匙
Superior 奶缸
夏季版 / 暖暖罐
德川豆匙與毛刷
冷熱兩用沖茶壺
In Heart 細口壺
活性氧食器專用洗劑
鑽石濾杯 2-4cup
竹節陶瓷濾杯 1-3cup

【 CUG 】

天鵝壺
小天鵝壺
經典手沖壺
耐熱玻璃壺

設計類別

咖啡器具

沖茶器

家用器具

整體流程



拍攝流程



精品咖啡

河野流 | 咖啡體驗包



溫暖木質感

職人手感

精品咖啡

拍攝思考

河野流擁有豐富品項的配方精品咖啡豆，其需要能彰顯河野流精神的情境照。



竹節濾杯

Driver—竹節仿生陶瓷濾杯



簡潔明快

清爽質感

實用性

設計思考

規劃頁面時，決定保持與品牌一樣的調性，並加入使用場景與沖煮畫面。



頁面設計

鑽石濾杯

Driver—複合材質玻璃濾杯



清透質感

光線折射

專注用心

設計思考

爲了呈現濾杯的複合材質，
以光影表現出玻璃材質的清
透感，使整體質感提高。



天鵝壺

CCG—優雅鵝嘴手沖壺



優雅型態

特殊壺嘴

金屬壺身

設計思考

呈現手沖壺的壺嘴使用優點
及展現壺身的優雅線條，清
爽的設計也為品牌注入美感。



頁面設計



彩盒設計

天鵝壺可說是 CUG 手沖壺系列的重生，有如「天鵝頸般優雅的壺嘴」，不只賦予其產品名稱的意涵，出水口的延長還增加「沖細水柱的實用性」，在後續的彩盒設計上也帶出這兩點特色。



設計關鍵字

沉靜
湖面

天鵝
型態

壺身
優雅

3 倍速 冰滴咖啡壺

Driver—2 小時就能享受到濃厚冰滴風味

特殊結構

快速萃取

夏日必備

設計思考

呈現冰滴咖啡的清爽感，及
相較一般冰滴壺更快速的製
作時間。



頁面設計

嘖嘖 | 贊助人數 1598 人

NT\$2,429,649

愛料理 | 贊助人數 193 人

NT\$ 333,439

彩盒設計

使用藍天海洋表現夏季清涼感，其正面所選用的產品照片，呈現每秒 3 滴的快速製作冰滴的過程，並將專利結構展示在背面彩盒上，側面各部件介紹讓使用者可清楚瞭解內容物。



設計關鍵字

夏季清涼感

專利結構

製作過程

拾卽杯

Driver—獨創杯口不藏汙納垢

杯口無螺紋

拾把設計

杯身耐磨

設計思考

杯身造型簡潔，配色簡約清爽，以此概念規劃拍攝計畫與頁面設計。



頁面設計



彩盒設計

在設計彩盒時，特別展現拎卽杯的「專利開蓋結構和 90 度快速開蓋的使用方式」，也爲了讓消費者安心使用，詳細的標註保溫杯整體構造與內層材質。



設計關鍵字

專利開蓋結構

保溫杯構造

三色杯身

網路行銷 活動與宣傳圖

網路行銷

Web Marketing



節慶

【2020】

聖誕活動 / 賀圖
牛轉乾坤活動
牛行大運 / 出貨通知

【2021】

中秋節 / 賀圖
世界地球日活動
虎年賀圖 / 出貨通知

【2022】

端午節 / 賀圖

在工作中的兩年裡，不只接觸商業攝影、產品募資、產品上市網頁圖設計，也配合行銷部門為每一年的電商活動設計：官網 & 臉書 BANNER、活動產品組合圖和節日賀圖，風格包含：仿手繪、童趣、日系質感、簡約線條。



活動

【2020】

雙十 LES' T SHOPPING
1+1 紅配綠

【2021】

世界地球日
春日悠品茗
山系咖啡人
夏季沁涼計畫
熱門銷售金榜

【2022】

春茶 / 在夏天來臨前

整體流程

01 文案確認

瞭解活動重點與方式

02 設計規劃

確認製作風格

草稿繪製

03 配合攝影

確認選圖

後製 & 修圖

04 設計排版

初版 / 修改

05 上架

頁面修改

中秋節

聖誕節

農曆新年

節慶活動

每年的中秋節、聖誕節、農曆新年都屬於公司電商的大檔，我在設計歡慶類型的節日圖時，都傾向讓產品豐富整畫面，增加底圖的紋理細節，或是讓主圖像的造型具有巧思。





茶器比較表					
種類	價位	容量	易清洗	實用性	保溫性
百事可沖泡壺 適合在戶外使用，攜帶方便，可多人分享	3	4	4	4	4
冷熱兩用沖茶壺 適合在戶外使用，可多人分享	3	4	4	4	4
濾茶網 適合在戶外使用，可多人分享	3	4	4	4	4



春季茶器

產品促銷

特殊節日

檔期活動

在以季節、氣候、特殊節日為主的宣傳圖，會擷取活動關鍵字和相關意象設計畫面。







PORTFOLIO

陳
玟
潔

平面設計
商業攝影



Graphic Design
Commercial Photography