

RAW FILE

20
23

20
24

2023 – 2024

工作專案&個人接案 ■

擷
取

FLEX WEN PORFOLIO

Graphic
Design

Commercial
Photography

Food
Photography

平面設計

商業攝影

食物攝影

01 *chapter*

Louisa Coffee

- 05 超越精品
- 09 英國季
- 13 超越精品尋豆師
- 15 日常設計 & 攝影

02 *chapter*


Sub-brand

- 23 青焰 炭火熟成牛排
- 29 SUN BERNO 光焙若
- 35 丹生炊事
- 39 初泰 Pikul
- 43 玖仰茶食文化

03 *chapter*

Side Project

- 49 肉乾小開
- 51 山也餐盒
- 53 富豪食品行



設計裡
Inside

inside

我相信設計應該打動人心，
並在設計師與觀者之間建立共鳴。

在每個專案中，
我深入挖掘品牌的獨特性，
將其轉化為引人注目的視覺設計、
品牌製作物以及商業攝影，
傳遞品牌故事與情感。

Graphic Design
Commercial Photography
Food Photography

設計外
Outside

outside

累積實務經驗後，我加入臺灣咖啡連鎖品牌一路易莎咖啡，負責品牌的視覺設計與商業攝影。

工作整合 & 學習新知

面對多樣化的專案需求，專注於專案管理與團隊協作，運用 Notion 系統整合廠商與行政資料，改善控管流程，並建立部門資料庫，幫助新同仁迅速上手。

生成式 AI 重塑設計模式

運用 ChatGPT 和 Midjourney 等多樣化工具提升專案效率與品質，大幅解放設計的創意潛能。



圖片 & 文字生成式 AI



ChatGPT



Midjourney



Firefly



路易莎咖啡有著 16 年的咖啡連鎖品牌經驗，在 2022 年啟動品牌的轉型，
開始發展以「BEYOND SPECIALTY 超越精品」全新概念的門店 CI 設計，
提供更高品質的咖啡和用餐體驗。



LOUISA COFFEE



01

chapter

Louisa Coffee



PART.1

超越精品媒體會

揭開路易莎新篇章

在 2023 年 9 月，路易莎於輔大精品概念門市正式對外發表「超越精品 BEYOND SPECIALTY」的全新品牌概念，標誌著品牌兩年來對新門市概念的累積與創新。



[PROJECT TASK]

專案任務



01 場地規劃

02 視覺設計

03 媒體圖拍攝



路易莎投入大量心力於研究新品種咖啡豆、採用厭氧處理法，並重新設計沖煮方式，以發掘隱藏在咖啡中的豐富果香風味；為了匹配卓越的咖啡品質，著手重新設計新型態「超越精品店型」與品牌識別。

全新門市店型使用淺灰色的仟那論招牌及帶有石紋質感的牆面和冷冽黑鐵騎樓招牌，取代了過去較沈重感的橘黑色無接縫招牌設計。

內裝採用白、灰色的輕工業風，營造出輕盈、輕鬆且明亮的空間氛圍，輔以展示新處理法及咖啡豆品種的掛畫，彰顯品牌革新的精髓。

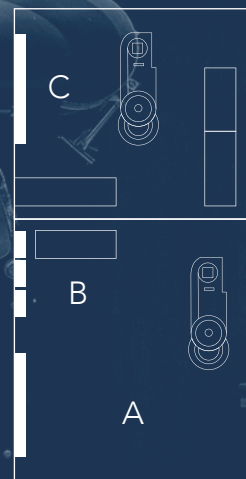


LOUISA Roastery

場地規劃 SITE PLANNING

我主要負責場地規劃、視覺設計與媒體圖拍攝，為突顯品牌的全新概念，在場地設立專門展示「超越精品」系列咖啡豆的區域，不僅可以現場聞香，也能品嚐推行至全路易莎門市的 iDrip 智能擬手沖咖啡機所沖煮的咖啡風韻。

區域介紹 |



A 超越精品形象區

瞭解品牌「焠火輕焙、厭氧處理」技術，呈現咖啡豆處理法和烘焙的專業性。

B iDrip 品味區

展示 iDrip 智能擬手沖咖啡機，讓顧客品嚐到「最完美沖煮比例」的精準呈現。

C 烘豆意象區

運轉中的烘豆機讓咖啡香氣瀰漫整個空間，也由此呼應輔大門市昔日作為烘豆廠的歷史記憶。



媒體圖拍攝

Social Media Photography



職人沖煮 |
以暗調的畫面展現專業感，
iDrip 精準萃取咖啡就像手沖。

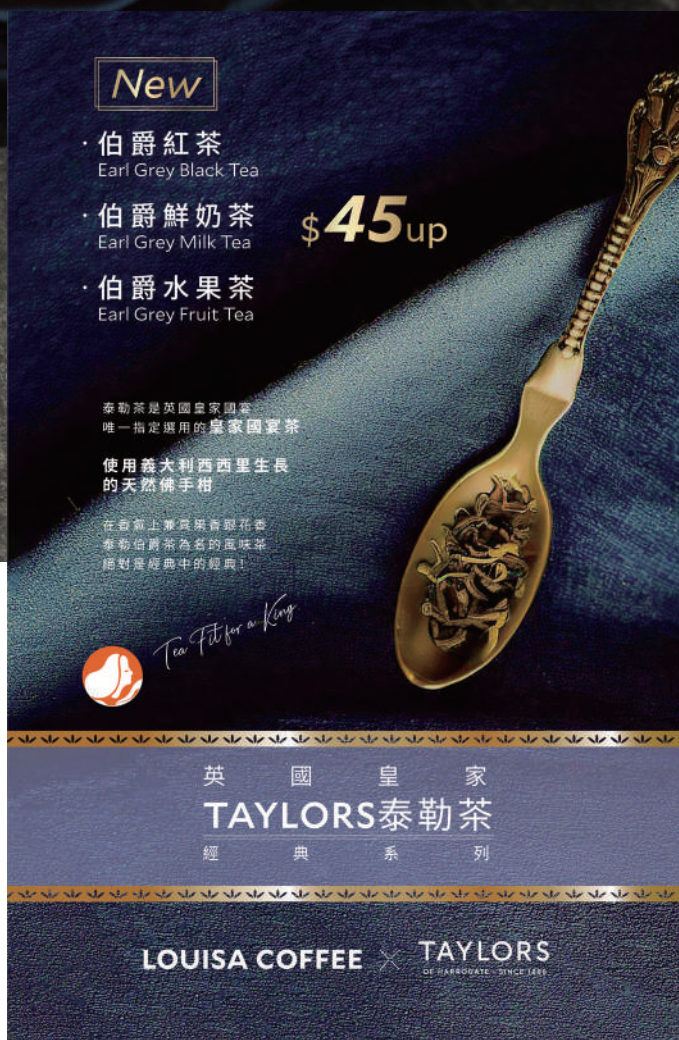
超越精品 |
營造乾淨、柔和的氛圍，
表現「焠火輕焙」的明亮、清爽的口感。

PART.2

英國茶季

品嘗英倫優雅的茶風味

於 2023 年路易莎周年慶推出與 TAYLORS 聯名的「英國茶季」活動，並發表由創辦人親自調配的伯爵水果茶系列飲品與甜品，這款英國皇室御用茶以其「Tea fit for a King」的美譽深受歡迎。



以簡單的視覺元素「金色暗紋湯匙、皮革」烘托出英國皇室的專用茶葉的華貴感。

[PROJECT TASK]

專案任務

01 海報視覺

02 外帶杯設計

03 輔物設計

04 食物攝影

外帶杯設計

Design for Takeaway Cups

團隊以「英國紳士藍」、「皇家御用」、「泰勒茶香」為關鍵字，跳脫往常的路易莎設計風格。

以紳士藍作為主色，輔色使用暗金色，路易莎細緻線條的女王頭延伸整個杯面，搭配與 TAYLORS 聯名的 LOGO，英文草寫的「Tea fit for a King」則是彰顯英式優雅感。



01

01 | 杯套

02

02 | 冰杯

03

03 | 封口膜

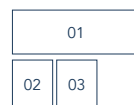


因其涉及範圍較廣，故我和夥伴共同合作此專案，主要有：包材設計、海報、價目表、打卡板、食物攝影，我負責拍攝食物攝影、輔物設計以及後續各廠商的對接。

輔物設計

Event Merchandise Design

服務人員身著活動配件與顧客互動，透過推薦活動飲品和設置的打卡板，打造出更具參與感的消費體驗。



01 | 服務人員著裝

02 | 手拿板

03 | 徽章

食物攝影

Food Photography

佈景運用緞面布、大理石紋
展現尊貴、優雅感。



PART.3

超越精品尋豆師

限時販售的精品咖啡風味

為滿足追求獨特風味的消費者，路易莎推出不同處理法的輕焙咖啡。由於這些咖啡是短期限定商品，宣傳物更需要能精準、簡潔的呈現其的風味、特色。

• 黑卡尋豆師 2023.8-9月 •

**哥倫比亞 白朗峰
紫卡杜拉 薇拉水洗**
Colombia Purple Caturra
Huila Passion Fruit Washed

國 家 哥倫比亞
區 域 薇拉
品 種 紫卡杜拉
海 拔 1730m
處理法 百香果特殊發酵 水洗處理
風 味 百香果、芒果、草莓香氣、
金剛鳳梨風味

黑卡價
\$105
定價\$140/杯

LOUISA COFFEE
*咖啡粉重量: 150g-300mg/杯, 半價券活動期: 總數量 10000張, 截止日期: 2023.9.30

黑卡
專屬優惠

加入黑卡會員

- 陶瓷濾器系列/咖啡馬克杯 85 折 (不適用電子票點)
- 憑5點換在1飲品 9 折 (以菜單計算)
- 單品咖啡豆 1/4 磅 任意2包 7 折 (不適用電子票點)
- 咖啡豆半磅 & 1/4 磅 單包 75 折 (不適用電子票點)
- 濾掛咖啡每任選2盒(含)以上 總金額 5 折 (不適用電子票點)

[PROJECT TASK]

專案任務

01 文宣視覺設計

02 Banner Resize

2024.3-4月 | 柔和明亮、帶有夏日風情

2024.3-4月 限定販售

超越精品系列

衣索比亞 谷吉 夏奇索日曬 G1

Ethiopia Guji Shakiso Natural G1

產區 衣索比亞 谷吉 夏奇索

品種 Heirloom

處理 日曬

焙度 淺焙

風味 蘇打、荳香、小豆蔻&香草的香料氣息

半磅 \$460 (黑卡價 \$345)

衣索比亞 谷吉 果香水洗 G1

Ethiopia Guji Fruit Flavor Washed G1

產區 衣索比亞 谷吉 夏奇索

品種 Heirloom

處理 水洗

焙度 淺焙

風味 桃子、白花香、柑橘、尾韻奶油感

半磅 \$460 (黑卡價 \$345)

黑卡價

\$95/杯

定價\$135



LOUISA COFFEE

咖啡店份量：101-200mg/杯・不另外添加糖・總熱量：(冰)4kcal・(熱)22kcal



黑卡
專屬優惠

加入黑卡會員

• 陶瓷濾壓系列/咖啡馬克杯 85 折 (不適用黑卡點數)

• 單品咖啡豆 ¼ 磅 任選2包 7 折 (不適用黑卡點數)

• 咖啡豆半磅 & ¼ 磅 單包 75 折 (不適用黑卡點數)

• 濾掛咖啡任選2盒(含)以上 總金額 5 折 (不適用黑卡點數)

(以版本Menu常態販售和當期黑卡品項為準)

以門市實際販售之商品庫存為準

優惠不疊加・不與其他行銷活動並行・自優惠開始前5元除外

憑券至門市中・不適用於外送及外打線上訂餐服務

2024.8-10月 | 風味上帶有薄荷、柳橙、果酸，酸甜濃烈

2024.8-10月 限定販售

超越精品系列

哥倫比亞 蒙大布蘭蔻莊園 薄荷水洗

Colombia Finca Monteblanco Mentha Washed

產區 哥倫比亞 蒙大布蘭蔻莊園

品種 Purple Caturra

處理 薄荷水洗

焙度 淺焙

風味 新鮮薄荷、檸檬草、橙皮、檸檬、紅茶

半磅 \$680 (黑卡價 \$510)

哥倫比亞 蒙大布蘭蔻莊園 檸檬日曬

Colombia Finca Monteblanco Citric Natural

產區 哥倫比亞 蒙大布蘭蔻莊園

品種 Purple Caturra

處理 檸檬日曬

焙度 淺焙

風味 蜜柑、柚子、水蜜桃、牛奶鳳梨、水果軟糖

半磅 \$680 (黑卡價 \$510)

黑卡價

\$105/杯

定價\$150



LOUISA COFFEE

咖啡店份量：101-200mg/杯・不另外添加糖・總熱量：(冰)4kcal・(熱)22kcal



黑卡
專屬優惠

加入黑卡會員

• 陶瓷濾壓系列 85 折 (不適用黑卡點數)

• 單品咖啡豆 ¼ 磅 任選2包 7 折 (不適用黑卡點數)

• 咖啡豆半磅 & ¼ 磅 單包 75 折 (不適用黑卡點數)

• 濾掛咖啡任選2盒(含)以上 總金額 5 折 (不適用黑卡點數)

(以版本Menu常態販售和當期黑卡品項為準)

以門市實際販售之商品庫存為準

優惠不疊加・不與其他行銷活動並行・自優惠開始前5元除外

憑券至門市中・不適用於外送及外打線上訂餐服務

後期便開始運用 AI 圖像生成技術，加速設計流程，並結合設計經驗來提升圖像的適用性。

14



PART.4

日常設計 & 攝影

單次短期任務

相較長期專案，在路易莎的工作更常處理臨時與短期需求，也培養靈活應對與彈性調整的能力。

質感選物

Life Selection

路易莎也致力於發展品牌生活圈，透過精心挑選的週邊商品成為消費者生活裡的一環，涵蓋：餐具、水瓶、雨陽傘、托特包 等品項。



在商品攝影過程中，我注重照片的顏色呈現，確保與實際商品色彩一致，突顯商品的質感與設計細節。



路易莎烘焙

Louisa Bakery

進駐大巨蛋地下商店街的 Louisa Bakery 是新型特色門市，採複合式經營模式，結合歐式風味與台式風味的麵包，搭配經典咖啡飲品。

食物攝影

採用深色背景與柔和側光，營造溫暖且質感濃厚的氛圍，搭配紋理感的桌面，帶出歐式麵包鄉村風格。



享瘦低糖新食感

FIT INTO YOURSELF

與健身生活品牌 Self Room 合作推出「享瘦減糖新食感」健康餐系列，主打使用 1:1 花椰米與白米的花椰飯，精準控制熱量，實現減糖又減熱量的健康新選擇。



[FOOD PHOTOGRAPHY]

專案任務

為突顯健康清新的形象，特意在攝影中選擇暖調的綠、灰、白作為主色調，營造出自然、清新的氛圍，傳遞健康生活的理念。



節慶活動海報設計

Festive Poster Design



[PROJECT TASK]

宣傳海報設計—母親節蛋糕

以粉白康乃馨為主題，營造出柔和的母親節氛圍，佈景延續花朵溫柔的配色。在拍攝糕點類照片時，要注意糕點的質地與切面的平整度。

特別拍攝一組深色背景的版本用於日常宣傳，透過深色基調襯托蛋糕的質感與層次，強調黑巧克力與白蘭地酒的濃郁風味。



[PROJECT TASK]

宣傳海報設計一年節咖啡禮盒

海報設計採輕中式風格，以典雅的磚紅色為主色，營造出傳統與現代簡約融合的質感。

媒體圖則搭配紙扇與梅花，進行細膩構圖與配色，展現年節禮盒的喜慶氛圍。

路易莎旗下副品牌多元，設計部在其中協助各品牌規劃：

室內陳列、品牌設計物、社群媒體宣傳、食物攝影 ... 等相關設計應用。





02

chapter

Sub-brand

PART.1

青焰

爐火純青 極致盛焰

以龍眼木直火炙烤濕式熟成牛排，採用 Semi-Buffer 的方式，提供多樣的經典西式主餐，並搭配多種的自助餐點選擇，於 2024 年 9、10 月先後進駐凱悅集團旗下的新莊凱悅嘉軒酒店、新竹伊普索酒店。

[PROJECT TASK]

專案任務



01 視覺識別設計

02 店面陳列設計

03 食物攝影



視覺識別設計 Visual Identity Design

考量品牌未來可能拓展至燒烤、居酒屋等支線，提案過程中運用多樣化的參考圖與合成圖，協助負責人直覺判斷是否符合品牌需求，同時結合 AI 圖像生成技術，加速整體提案進度。



連結處細緻連綿，轉折處濃郁厚實

青焰
QING
YAN

炭火熟成牛排

386b6e C85 M50 Y60 K5

青綠色

應用設計

確認 LOGO 與風格後，我思考如何將理念轉化成象徵圖像，實際應用於視覺識別 VI 上，如果僅使用火焰作為元素應用，概念會過於直白，最終決定以「焰」字的框架，讓不規則紋路象徵火焰蔓延其中。



01 | 菜單
02 | 名片
03 | DM
04 | 餐墊與餐巾紙



制服規劃由左到右依序 | 外場服務生、秀台廚師、外場經理



門市制服 & 包材設計

整體設計以青綠色為主色，貫穿制服與包材系列，考量到品牌未來將拓展至燒烤、居酒屋等餐飲形態，包材設計特別注重後續的可應用性，也保持品牌一致性與辨識度。





食物攝影

Food Photography

三種拍攝情境：

用餐情境 | 料理擺盤職人情境 | 餐點單品照

考量到品牌時常會以不同視角介紹品牌與餐點，進行食物攝影時，會盡量讓拍攝能物盡其用，多設想未來會使用到的情境照。



用餐情境

食物造型在攝影中是讓食物美味的關鍵，擺設時需要反覆確認餐盤中的主輔色彩與食物關係；每盤菜色之間的位置與方向也需要依據相機畫面時時調整。





PART.2

SUN BERNO 光焙若 義式蔬食料理

品牌提供義式蔬食料理並以窯烤披薩、素食漢堡和烤餅見長，
2023 年榮獲「蔬食界米其林」之稱的「綠·蔬食評鑑指南」二星級餐廳殊榮。

2024 出外爵食祭 台中勤美店

NOT AT HOME but JAZZ

每年台中勤美綠園道都會舉辦盛大的爵士音樂節，光焙若參與期間舉辦的「出外爵食祭」，並與精釀康普茶品牌 Remedy 聯名合作，搭配康普茶推出期間限定的蔬食漢堡組合。

[PROJECT TASK]

專案任務



01 攤位設計

02 食物攝影

03 視覺宣傳





食物攝影 & 文宣設計

在食物攝影部分，為了區別原品牌跟活動的風格，採用鮮亮配色的背景帶出音樂節的活潑和草悟道的綠意，光線使用硬光映照水珠和油光，整體氛圍像是午後明媚的野餐。



SUN BERNO × Remedy

澳洲精釀康普茶 · NO SUGAR

\$780 6入

購買一手精釀康普茶 追蹤光焙若&出外人Instagram

贈 切達起司肉醬脆薯

光焙若 出外人



- 01 | 海報
- 02 | 餐券
- 03 | 網路文宣

85折 外帶折抵卷

2024/10/10 - 2024/10/20
限於全場門市使用

注意事項:

- *活動期間: 2024/10/10-2024/10/20(共11天) (週期除外)
- *僅限光焙若與康普茶合作門市使用(不適用於其他門市/僅供外帶)
- *本券不可折抵、不可與其他優惠同時使用
- *每次消費限用一張(不得與其他券同時使用、打折不疊加使用)
- *凡參加本活動期間購買之飲料、食品與服務均以該店當日為主

光焙若 康普茶

光焙若 康普茶

光焙若 台中勤美店 10/10-10/20

出外爵食祭

PARK2 草悟廣場

購買一手精釀康普茶+追蹤
光焙若&出外人Instagram

贈 切達起司肉醬脆薯

SUN BERNO × Remedy

光焙若 蔬食 feat. REMEDY 澳洲精釀康普茶

10/10-10/20 PARK2 草悟廣場

獨家餐點 等你來試

台中勤美店 擺攤去 出外爵食祭



2023 菜單設計

2023 Menu Redesign

舊版菜單在多年使用後，早已不符合現階段使用需求，於是有了菜單改版的想法，封面設計以細緻線條配合大面積留白呈現健康、清新的概念。

[PROJECT TASK]

專案任務

01 裝訂靈活、排版簡單

02 食物攝影



食物攝影

背景以黑、灰、白作為主色，搭配的器物以金屬為主，
減少原有的木質餐具，避免產生鄉村風的感覺。



PART.3

丹生炊事

帶著赤誠的心在每一件關於炊煮的飲食上

2022 年底開幕於板橋新光有奧傑仕堡，室內裝潢以沉穩的木質調與水泥交相呼應，屬於臺日式的質感空間環境，供應鍋物料理和專屬臺灣人兒時回憶的點心，對鍋物的細節與用心，體現在每位顧客對餐點的讚嘆中！



規劃該品牌攝影時，會加入臺灣元素，如：沈穩深色系背景、竹編、木製道具、石紋背景。

節慶活動海報設計

Festive Poster Design



[PROJECT TASK]

新品海報設計

拍攝酸菜白肉鍋時，拍攝很多不同版本的鍋物造型，最後採用此版，讓鍋物有用料豐盛的感覺，同時也凸顯酸白菜在畫面中的比重。

冬蔭功鍋著重呈現其香料與特色，以竹編道具搭配泰式三寶：香茅、檸檬葉、南薑。



[PROJECT TASK]

新品海報設計

以烏骨雞作為燒酒雞鍋點睛之筆，搭配滋補藥材，展現濃郁風味與養生特色。

使用深色石紋桌板凸顯丼飯上食材的質地與色彩。



[PROJECT TASK]

酒類與軟性飲品海報設計

拍攝這組飲品照片時，除了呈現飲品的清涼感外，也帶出丹生的環境特色，
總共規劃三種情境：服務照、飲品情境、乾杯情境。



PART.4

Pikul 初泰

回歸泰式料理的正統風味

2022 年與前泰國總理差猜・春哈旺家族合作，並先後在象山與南港開設門市，致力於呈現正宗泰國風味，也在 2024 年獲得泰國商務部之「泰精選」認證標章。

烤雞三吃饗宴

Three-Way Roasted Chicken Feast

此餐點是為母親節聚餐而設計並提供桌邊服務，以高粱點燃火焰烤雞為序幕，作為開場帶來視覺震撼，並接續料理成「片皮烤雞、脆皮烤雞和泰式風味雞」，為顧客提供獨特的味覺體驗。



[FOOD
PHOTOGRAPHY]

專案任務

此系列拍攝兩組照片，
一組深色背景襯托熱烈的火焰，
以及一組澎湃的桌菜場景。





一個人的泰菜

Single-Serving Thai Cuisine

為了滿足獨旅或是臨時想吃經典泰式料理的單人顧客，初泰將多道經典菜色濃縮成一人份餐點，後期為吸引住商區的外帶客群，推出精緻平實的泰式便當。

[PROJECT TASK]

專案任務

01 宣傳物設計

02 食物攝影

食物攝影

分成三個系列：泰國家鄉味、泰式咖哩、泰鍋，

拍攝光源也使用棚燈與自然光兩種，營造不同的情境氛圍感。





PART.5

玖仰茶食文化

打造新型態的臺灣茶食文化

以臺灣人文為本，結合珍奶、臺式茶點及茶食，打造新型態的臺灣茶食文化！

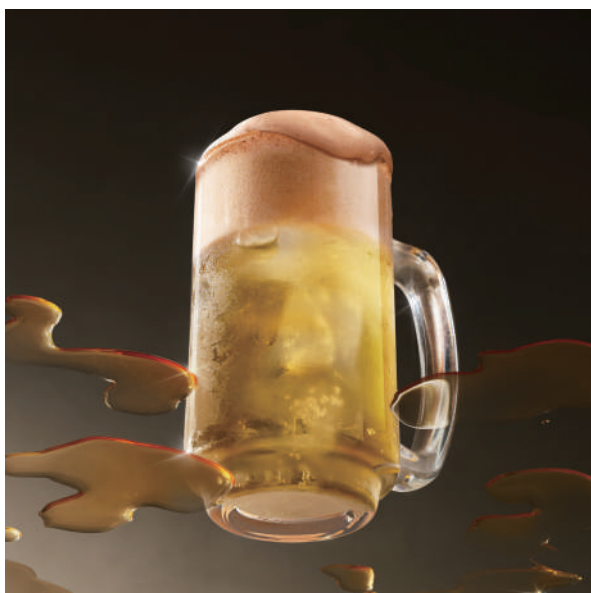
主品牌—以玖仰茶食文化為核心，發展其他具臺灣情懷的品牌。

熱炒文化—玖仰久仰、回憶裡的巷口小吃—阿姨小吃舖

玖仰久仰

揉和熱炒、啤酒與飲品的複合餐飲

在拍攝上凸顯臺灣熱炒根本精神：相聚、煙火氣，強烈而銳利的光影彰顯其朝流的個性，紅色燈效讓整體畫面帶有熱炒店的聲色。



啤酒攝影

利用透明壓克力板、啤酒液營造虛實交錯，創造不確定性的空間感。



阿姨小吃舖

回憶裡的巷口美味，結合多款經典台灣小吃

每個人回憶中都有一家最美味的巷口小吃店，或許是鍋燒麵館，也可能是低調的豆花攤。室內設計融合臺灣特有的親切、熟悉感，透過個性化應用的木頭與磨石子，營造出獨特的阿姨潮流感，讓空間既懷舊又時尚。



菜單設計 |

使用木板搭配黑色長尾夾帶有復古台味氣息，

點綴亮眼的品牌色彩。



範圍涵蓋食物攝影及平面設計，合作對象從線上電商品牌到線下實體店面。

不論案型，我始終專注於展現食物與設計的最佳視覺效果。





03

chapter

Side Project



[FOOD
PHOTOGRAPHY]

專案任務

PART.1

肉乾小開

兼具傳統與創新，符合現代人口味的厚片肉乾

品牌創立於 2020 年販售以厚片肉乾為主打的肉脯類零食，本次主要拍攝新推出的禮盒類商品，拍攝風格呼應禮盒外觀呈現活潑跳色的氛圍。



食物攝影

整體配色擷取禮盒上的色彩，搭配的道具有淺色為主。





PART.2

山也餐盒

把家的味道裝進餐盒裡

位於竹北的山也餐盒是使用料理撫慰人心的健康餐店，
希望想增設室內外的宣傳看板，
並以餐點情境照片為主角，呈現品牌的形象與特色。



海報設計

參考品牌風格與店主喜好，以「每一口都有家的味道」為概念，呈現品牌理念：用心選材、家的美味。



[PROJECT TASK]

專案任務

01 食物與情境攝影

02 海報設計

PART.3

Full House 富豪食品行

墨西哥塔可餅餐廳

由兄弟檔共同經營的炸雞與塔可專門店，專注於墨西哥風味料理，研發店內每份餐點的配方，為顧客帶來正宗且創新的美食體驗。



視覺設計與攝影

本次合作：食物攝影、劃單、菜單 ... 等項目；配合店內裝潢風格，桌面使用拼接實木桌，道具則使用餐點裡的原型食材呈現料理風味。

01 | 點餐板
02 | 劃單
03 | DM



[PROJECT TASK]

專案任務

01 食物攝影

02 文宣視覺設計



Thank you.



FLEX WEN
PORTFOLIO

