

# 『履之泉』

## 時尚鞋履品牌工作坊



### 講義(一)

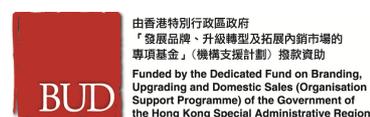
主辦單位



執行機構



撥款資助



在此刊物上 / 活動內 ( 或項目小組成員 ) 表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署或中小企業發展支援基金及發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金 ( 機構支援計劃 ) 評審委員會的觀點。

# 品牌包裝及升級

吳秋全先生

MCL 品牌顧問有限公司創辦人兼執行總裁

# 講者簡介

吳秋全

MCL 品牌顧問暨總設計師



香港理工大學設計學碩士  
 香港設計師協會主席(04-06)  
 英國特許設計師協會資深會員、院士會員  
 香港品牌發展局董事  
 駐香港特區中聯辦標誌及CI標識系統設計顧問  
 香港工業總會設計局成員  
 經常獲專業機構邀請主持品牌講座、工作坊  
 及圓桌會議  
 香港貿易發展局設計專利授權、市務組委成員

2009年香港東亞運動會籌備委員會顧問  
 成員  
 香港學術評審局學科專家  
 香港市務學會行政人員會士  
 香港浸會大學人文文學課程顧問及評審  
 香港教育學院設計系課程顧問  
 香港城市大學數碼視覺設計系課程顧問  
 香港各大專、大學設計系評審及客席講師  
 - 香港理工大學  
 - 澳門理工大學  
 - 香港專業教育學院  
 - 香港正形設計學院  
 獲頒香港及國際設計比賽逾100項

# 品牌。我們打造得更精彩。

## 最家喻戶曉的作品

為香港半世紀經典名店《泰昌餅家》因中環總店加租瀕臨結業，應新管理層邀請，為餅家全新定位，重整品牌。項目設計包括標誌、包裝識別系統、觀塘概念店形象等系列。



## 最珠光寶氣的作品

2008年，應《皇庭珠寶集團》高層邀請，創建旗下中國首間概念店，於廣州著名正佳廣場，開設《豪庭》意大利名鑽專門店。工程涵括品牌策略、命名、標識和副品牌產品意念及識別系統，並邀請廖碧兒著名藝人為開幕盛典品牌代言人。當日星光熠熠，國內媒體爭相報道。



## 最驕傲的作品

2007年，為《鴻福堂》於香港機場快線九龍站，創建《健康生活館》概念店，集藝廊、音樂吧、閱書室、上網區、便利店於一身；沿港鐵線開逾80間《自家湯·涼茶坊》分店，統一新品牌形象，並且宣佈進入中國市場，在深圳、上海、北京開設新店。是項工程為最完整、全面、統一、徹底執行和別具創意的品牌更新工程之一。



## 最當時得令的作品

為中山著名地區品牌《華帝股份有限公司》，因應獲得奧運燃氣具獨家供應商的贊助權，於成都負責策劃、創建、設計及製作、佔地5000平方呎的《華帝燃具廚衛生活體驗館》。是項工程龐大，耗時一年，花在創建品牌形象的項目費用，逾四仟萬人民幣。該館為集團向奧運致敬，為中國加油的品牌標杆工程。



## 最自豪的作品

應中央人民政府駐香港特別行政區聯絡辦公室（簡稱中聯辦）邀請，設計機構形象及識別系統應用。此乃香港唯一獲邀擔任的標識設計顧問，是一項榮譽。



## 最富挑戰的作品

應香港上市鐘錶集團《宜進利（集團）有限公司》高層邀請，為遍佈全國的TimeZone及EEC歐陸名錶連鎖店暨集團旗下品牌重塑，擔任集團品牌顧問。在管理層，以至不同部門中參與品牌建構工作，範圍遍及中港台，影響深遠。



## 品牌包裝 - 品牌標誌

品牌標誌的包裝代表品牌的使命，成就品牌的誕生。



### 品牌標識意念

新標識的誕生：

標識的誕生源於結合“高跟鞋”與“噴湧泉水”意念：泉水噴出的細長形態與高跟鞋跟甚為相似；

俗語說“以水為財”，中國傳統一向喜愛用水借代財富。泉水的噴出，也代表著財富源源不斷湧現；

泉水不斷噴出，承托鞋子，代表總會聯合會員支撐著鞋業發展，步步高升；

泉水向上噴發，不斷將鞋子抬高，也代表鞋業蒸蒸日上；

“香港品牌”更是履之泉的一項重要資產，因此，標識用“Hong Kong minted”標明真正香港品牌。“minted”有“鑄造”及“崛起”之意，“mint”，意思亦為薄荷，與噴泉清涼的感覺相互呼應。

**品牌**不只是一個名稱、一塊圖形組合、

一個**標誌**、一種**產品**、一類服務，而是消費者心目中的一組“無形價值”的總體

**印象和經驗**，因此

一個強勢品牌是有生命的、生動的、內容豐富的、複雜的，

並且具**強大魅力和吸引力**的商品體系。

**成功品牌**是品管、品質、品性、

品格、品行、**品味**、**品評**、**品嚐**的總和；去除誇大、誇張、

**誇耀誇浮**、**誇誇其談**；減去**失實**、**失色**

、**失利**、**失信**、**失誤**、**失真**、

**失望**、**失職**；再乘以**感情**、**感官**、**感覺**、**感受**、**感想**和**感恩**。

# 个案分享

## 柏档极品海南鸡饭 -品牌升级(Brand Upgrading)



透過配合一系列的品牌表達意念，提升品牌的整體形象，達至品牌的升級。

### Image Pattern 形象圖案

  
M95 Y100  
Pantone 1795c

  
C50 Y100  
Pantone 376c

  
M70 Y100 K5  
Pantone 173c



## Flagship Store Image 旗艦店形象

---



## Flagship Store Image 旗艦店形象

---



## Cutlery 餐具

---



## Takaway Boxes 外賣盒

---



## Staff Tee-shirt 員工制服

---



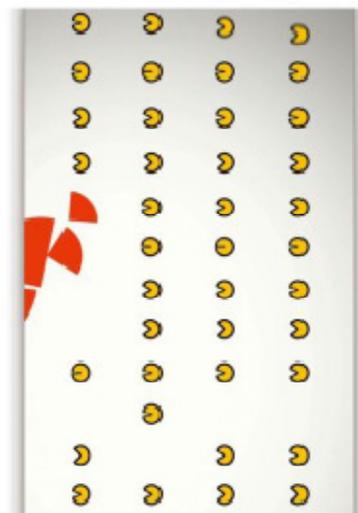
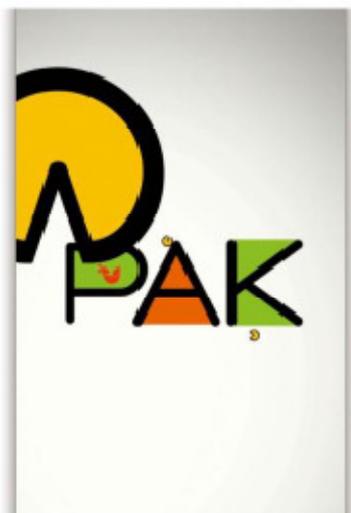
## Marketing Items 營銷細項

---



## Brand Animation 品牌動畫

---



Brand  
Redefine  
品牌新生



五 谷 珍 品  
T O P C E R E A L

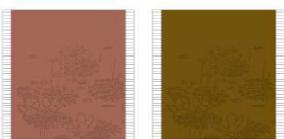
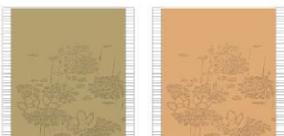
以產品設計及包裝，使品牌重生，提昇品牌價值，定立市場位置。







小茶包



- 糙米茶
- 苦荞茶
- 燕麦茶
- 大麦茶

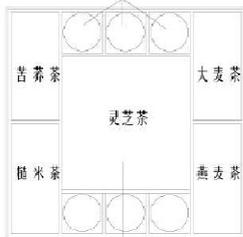
+



茶杯



+



紫砂茶壺





聯繫我們

**吳秋全**

**Charles Ng**

[charles@maxicomm.com.hk](mailto:charles@maxicomm.com.hk)

[www.maxicomm.com.hk](http://www.maxicomm.com.hk)