

113 年至 115 年美感與設計課程創新計畫

114 學年度第 2 學期 學校課程實施計畫

高級中等學校及國民中學

設計教育課程 / 基本設計 種子教師

成果報告書

委託單位：教育部 師資培育及藝術教育司

執行單位：國立臺灣海洋大學附屬基隆海事高級中等學校

執行教師：林維瑜 教師

輔導單位：北區 基地大學輔導

目錄

壹、課程計畫概述

一、課程實施對象

二、課程綱要與教學進度

(可帶入原有計畫書內容，如有修改請以紅字另註)

貳、課程執行內容

一、核定課程計畫調整情形

二、課程執行紀錄

三、教學觀察與反思

四、學生學習心得與成果 (如有可放)

參、同意書

一、成果報告授權同意書

二、著作權及肖像權使用授權書 (如有請附上)

壹、課程計畫概述 (可複製原有計畫書表單，依實際授課情形修正內容)

一、課程實施對象

申請學校	國立臺灣海洋大學附屬基隆海事高級中等學校		
授課教師	林維瑜		
申請類別	■ 設計教育課程 (至少6小時) □ 基本設計 (18小時)		
課程執行類別	□ 國民中學 □ 普通型高中 ■ 技術型高中 □ 綜合型高中		
授課年級	□ 國一 □ 國二 □ 國三 □ 高一 □ 高二 ■ 高三		
班級類型	■ 普通班 □ 美術班		
高中課程類型	■ 多元選修 □ 加深加廣 □ 其他 _ _ _ _ _		
班級數	_ 2 _ 班	學生數	_ 40 _ 人

二、課程綱要與教學進度

課程名稱	基隆的禮物
操作構面 (可複選)	■ 色彩 ■ 質感 □ 比例 ■ 構成 □ 結構 □ 構造
重大議題 (勾選一或兩項)	□ 特別聚焦： _ _ _ _ _ (若有，請填寫 1 項) ■ 相關觸及： _ B11 B12 _ _ _ _ (若有，請填最多 3 項)
課程主題 選填項目 (填入上方欄位)	【A】教育部 108 課綱之 19 項重大議題 A1.性別平等、A2.人權、A3.環境、A4.海洋、A5.品德、A6.生命、A7.安全、A8.家庭教育、A9.生涯規劃、A10.資訊、A11.科技、A12.法治、A13.國際教育、A14.閱讀素養、A15.防災、A16.能源、A17.多元文化、A18.戶外教育、A19.原住民族教育。 【B】SDGs 聯合國「2030 永續發展目標」 B1.終結貧窮、B2.消除飢餓、B3.健康與福祉、B4.優質教育、B5.性別平權、B6.淨水及衛生、B7.可負擔的潔淨能源、B8.合適的工作及經濟成長、B9.工業化/創新及基礎建設、B10.減少不平等、B11.永續城鄉、B12.責任消費及生產、B13.氣候行動、B14.保育海洋生態、B15.保育陸域生態、B16.和平/正義及健全制度、B17.多元夥伴關係。

創新課程說明	■ 延續本人課程： _ 114-1 _ 學期，課程名稱：基隆文化小物創作與 DIY 體驗設計 _ _ _ _ _ 學期，課程名稱 _ _ _ _ _ □ 參考他人課程： _ _ _ _ _ 學期，_ _ _ _ _ 學校，_ _ _ _ _ 老師，課程名稱 _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ 學期，_ _ _ _ _ 學校，_ _ _ _ _ 老師，課程名稱 _ _ _ _ _ (可複選，可自行增加) 本次課程設計創意作法： 1. 2. 3.
一、課綱核心素養 (請勾選符合項目)	
A.自主行動	□ A1.身心素質與自我精進 ■ A2.系統思考與解決問題 □ A3.規劃執行與創新應變
B.溝通互動	■ B1.符號運用與溝通表達 □ B2.科技資訊與媒體素養 □ B3.藝術涵養與美感素養
C.社會參與	□ C1.道德實踐與公民意識 ■ C2.人際關係與團隊合作 ■ C3.多元文化與國際理解
二、學生先修科目或先備能力 (300字左右)	
* 先修科目：114-1基隆文化小物創作與 DIY 體驗設計 * 先備能力：對114-1所研發出來的相關文案熟悉	

三、課程概述 (300字左右)

以114-1「基隆文化小物創作與 DIY 體驗設計課程」為基礎，學生將在完成文化小物的設計後，進一步思考其外包裝與文案內容的呈現。課程將包裝設計作為延伸創作的核心，帶領學生討論如何透過形體、材質、視覺語言與敘事手法，使產品特色更加具體化與可感知。

課程設計將引導學生經歷「文化轉譯 → 產品創作 → 包裝設計 → 體驗行銷」的完整設計歷程，逐步建構其創作思維與文化詮釋能力。學生將在此過程中，深化以下三個層面的學習重點：

1. **形體設計的認識**：理解造型、材質與功能性之間的相互關係，發展作品的實用與美感兼具的形式。
2. **包裝的文化與行銷功能**：思考如何藉由視覺設計與包裝敘事，傳遞作品的文化背景與故事性，同時提升產品的吸引力與保存性。
3. **自我作品的再詮釋與價值提升**：從「創作」邁向「商品思維」，學習將個人作品轉化為具有市場潛力與文化深度的代表性小物。

藉由本課程的設計歷程，學生不僅能更深入理解設計思維與文化溝通，更能實際體會如何讓自己的作品「被看見」、「被理解」與「被欣賞」，進而獲得真實的學習成就感與自我肯定。

四、課程目標

美感觀察	1.文化圖像的觀察力：觀察基隆的在地景象（港口、雨都、舊街、魚市場、宮廟等），並轉化為創作元素。 2.材質與形體感知：透過觸感、質感比較，培養對材質的敏銳度（如紙材、布料、木頭、天然香料）。 3.市場與包裝的審美對比：分析市場上的商品包裝設計，學習辨識「何為吸引人的設計」。
美感技術	1.手作技巧：雕刻、縫製、黏貼、印染、拓印等 DIY 技術操作。 2.包裝設計技法：結構設計（盒型、袋型）、圖文編排、色彩搭配、商標設計。 3.視覺傳達設計：利用 Adobe Illustrator/Canva 等簡易工具做基本的視覺圖像處理與排版。
美感概念	1.文化符號與轉譯：理解「文化不是複製，而是再詮釋」，轉化文化意象為當代表達。 2.設計即溝通：包裝不只是保護產品，也是傳遞故事與情感的媒介。 3.作品的價值化思維：從單一創作延伸到「他人能理解、欣賞、甚至願意擁有」的商品設計。
其他美感目標	1.文化永續與地方創生（SDG 11）：鼓勵學生從在地文化出發，創造具延續性與代表性的禮物。 2.負責任的消費與生產（SDG 12）：思考包裝與材質選擇的環保性與簡約性。

五、課程大綱、教學進度（課程週次請依課程需求增減）

週次/序	上課日期	課程目標	內容綱要/操作描述
1	3/2	包裝的功能與類型介紹	保護產品、呈現風格、故事傳遞、便於攜帶與販售
2	3/9	形體設計認識	紙盒（開窗式、抽屜式）、布袋（束口、黏貼）、吊卡、標籤設計
3	3/16	文化視覺元素應用	色彩心理（如海洋藍、基隆灰）、意象圖樣（燈塔、港口、魚群等）
4	3/23	DIY 包裝實作練習	製作專屬包裝盒或說明卡，搭配圖樣印章、貼紙或手寫訊息
5	3/30	品牌與命名討論	為產品命名、設計品牌 LOGO（可手繪）、撰寫品牌小故事
6	4/6	成果發表	文化小物展與同學體驗活動

六、預期成果

1. 學生能力養成

- (1) 建立文化觀察與轉譯能力，能主動從在地素材中萃取創作靈感
- (2) 發展從設計發想到實作完成的創作歷程思維（design thinking）
- (3) 培養將個人創作商品化的初步行銷與品牌包裝能力
- (4) 強化跨文化溝通與體驗活動引導的能力（特別對接國際交流活動）

2. 學習歷程檔案成果

- (1) 包含文化觀察紀錄、創作草圖、包裝設計稿、品牌故事撰寫等
- (2) 學生可累積可視化的成果歷程，作為升學或實習申請素材

七、參考書籍（請註明書名、作者、出版社、出版年等資訊）

1. 《好好吃魚：從產地到餐桌，從市場進廚房》作者：黃之暘/繪者：草間白鳥/出版社：sandsbook 散冊/出版日期：2025/05/26
2. 《上船囉！跟著航海爸爸出海去【小剖面大驚奇·大船祕密機關手繪圖解】》作者：Tom Crestodina/譯者：謝維玲/出版社：野人出版社/出版日期：2025/10/01
3. 《料理圖鑑 前進廚房的1500個祕訣》原文作者：おち とよこ/譯者：楊曉婷/繪者：平野惠理子/出版社：遠足文化/出版日期：2018/09/19

八、教學資源

教室電腦設備/個人平板 ipad/相關美工設計手作工具

貳、課程執行內容

一、核定課程計畫調整情形

無調整，就核定課程計畫進行

二、課程執行紀錄 (請依據課程小時數複製下表，並依課程順序填寫執行內容)

課堂 1

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：包裝的功能與類型介紹

階段	學生操作	教師引導
① 觀察	觀察不同商品包裝	「為什麼這個商品要用這種包裝？」
② 拆解	分析包裝的材質、形狀、色彩、文字、圖像	引導學生找出設計元素
③ 分類	將包裝依材質、用途、商品類型分類	比較不同包裝的優缺點
④ 思考	選定一項商品，思考「它需要什麼樣的包裝？」	從商品特性、使用者需求出發
⑤ 定位	設定目標消費者與品牌個性	「你希望誰買？看到包裝有什麼感覺？」
⑥ 草圖	畫出包裝造型與視覺草圖	引導造型、色彩與資訊配置
⑦ 設計	完成包裝正面 / 側面 / 整體視覺	注意美感與功能的平衡
⑧ 分享	展示作品並說明設計理念	讓同學回饋：「最吸引你的地方是什麼？」

C 課程關鍵思考：

① 為什麼要這樣包？

商品本身的特性，決定了包裝的材質與形式嗎？

② 包裝是給誰看的？

同一項商品，如果面對兒童、年輕人或長者，設計會不會不同？

③ 怎麼讓人一眼就想買？

色彩、字體、圖像與造型，哪一個最能吸引消費者？

④ 「好看」就等於「好的包裝」嗎？

包裝除了美觀之外，還需要考慮保護、便利、資訊與成本。

⑤ 包裝如何說故事？

如果不看商品名稱，只看包裝，能不能感受到品牌特色？

⑥ 好的設計是否也要對環境負責？

能不能減少不必要的材料？使用後能不能再利用或回收？

課堂 2

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：形體設計認識

階段	學生操作	教師引導
① 觀察	觀察生活中的瓶子、容器、家具、產品等形體	「這個物品為什麼是這個形狀？」
② 辨識	找出幾何形、自然形與抽象形	「它是由哪些基本形體組合而成？」
③ 拆解	將複雜物件簡化成基本形體	練習從複雜到簡單
④ 變形	嘗試拉長、壓扁、切割、旋轉、重組	「改變形體後，感覺有什麼不同？」
⑤ 組合	將2~3種基本形體重新組合	引導比例與結構
⑥ 賦予功能	思考這個形體可以成為什麼產品或容器	「這個造型除了好看，能做什麼？」
⑦ 設計	完成自己的立體形體 / 產品造型草圖	注意穩定性、比例與視覺特色
⑧ 分享	說明造型概念與設計用途	同儕觀察與回饋

C 課程關鍵思考：

① 形狀從哪裡來？

一個複雜的造型，可以拆解成哪些基本形體？

② 形體改變，感受會改變嗎？

圓形給人的感覺和方形一樣嗎？尖銳、圓潤、厚重、輕盈分別帶來什麼感受？

③ 好看的形體一定好用嗎？

造型美感與實際功能之間如何取得平衡？

④ 形體如何傳達個性？

如果要設計「可愛、科技、自然、豪華」的產品，形體應該如何改變？

⑤ 形體與使用者有什麼關係？

大小、重量、握持方式、開啟方式，都會影響形體設計嗎？

⑥ 如何從模仿走向創造？

能不能從生活中的物件出發，經過「拆解 → 變形 → 重組」，創造出新的形體？

課堂 3

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：文化視覺元素應用

階段	學生操作	教師引導
①探索	觀察不同文化或地方的視覺元素	「你從哪裡看出它的文化特色？」
②蒐集	選擇一項文化元素，蒐集圖像與相關資料	確認元素的來源與文化意義
③分析	找出圖案的造型、色彩、線條與象徵意義	「這個元素最具特色的地方是什麼？」
④提取	將複雜的文化圖像簡化成基本形	練習「去除細節、保留特徵」
⑤轉化	進行幾何化、變形、重組或重新配色	「如何讓傳統元素看起來更現代？」
⑥創作	將文化元素應用於包裝、標誌或產品造型	思考元素與商品是否具有關聯
⑦完成	整合文字、圖像、色彩與形體	檢視整體視覺一致性
⑧分享	說明文化來源及自己的轉化方式	同儕回饋與設計修正

C 課程關鍵思考：

① 我看到的是「圖案」，還是「文化」？

這個圖案背後代表什麼故事、生活方式或價值？

② 如何做到「取其精神，而非直接複製」？

哪些特色一定要保留？哪些細節可以重新設計？

③ 傳統元素如何變成現代設計？

可以透過簡化、幾何化、解構、重組或改變色彩來轉化嗎？

④ 文化元素與商品有關嗎？

為什麼這個文化元素適合放在這個產品上？

「好看」之外，有沒有意義上的連結？

⑤ 如何避免文化的刻板印象？

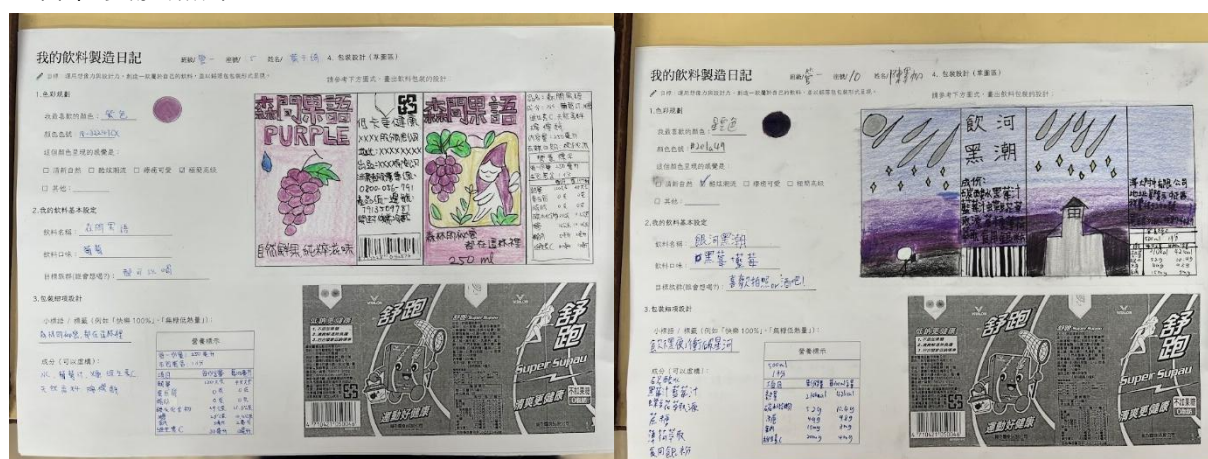
我們是在理解文化，還是只是使用一個「看起來很傳統」的符號？

⑥ 設計如何讓文化被看見？

如果消費者不知道這項文化，透過你的設計能不能感受到它的特色？

課堂 4

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：DIY 包裝實作練習

階段	學生操作	教師引導
①確認需求	決定要包裝的商品與使用情境	「你的包裝要保護什麼？給誰使用？」
②設計草圖	畫出包裝的外觀與結構草圖	引導思考比例、開口、容量
③選擇材料	選擇卡紙、色紙、回收材料等	比較不同材料的特性
④展開製圖	將立體造型轉換成平面展開圖	思考折線、黏貼處與組裝方式
⑤裁切與折疊	依照設計進行裁切、壓線、折疊	注意工具使用與結構精準度
⑥組裝	黏合、固定，完成基本包裝結構	檢查穩定性與實用性
⑦視覺裝飾	加入文化元素、圖像、文字與色彩	引導視覺元素與商品的關聯
⑧測試修正	放入商品，測試是否能正常使用	「哪裡需要修改？」
⑨展示分享	展示作品並說明設計理念	同儕觀察與回饋

C 課程關鍵思考：

①「平面」如何變成「立體」？

一張紙經過哪些折、切、接，才能形成穩定的包裝？

②好看的包裝一定好用嗎？

是否能裝入商品？能不能拿取？是否容易打開與保存？

③結構與造型如何取得平衡？

特殊造型雖然吸睛，但會不會造成製作困難或使用不便？

④視覺元素為什麼放在這裡？

色彩、文字、圖案的位置，是裝飾而已，還是能幫助傳達商品特色？

⑤文化元素如何真正融入？

前一堂課轉化的文化圖像，如何自然地成為包裝的一部分，而不是「貼上去」而已？

⑥遇到製作問題怎麼辦？

設計不是一次完成，能不能透過「製作 → 發現問題 → 修改 → 再測試」改善作品？

課堂 5

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：品牌與命名討論

階段	學生操作	教師引導
①回顧作品	重新觀察自己的商品與包裝設計	「你的作品最想讓人記住什麼？」
②找特色	列出商品的功能、特色、文化元素與故事	協助學生找出品牌核心
③設定定位	決定目標消費者與品牌個性	「你希望誰購買？希望他感受到什麼？」
④發想命名	個人腦力激盪，提出3~5個品牌名稱	鼓勵聯想、諧音、雙關、文化意象
⑤名稱篩選	比較名稱的易記性、獨特性與適切性	「這個名字能讓人猜到商品特色嗎？」
⑥品牌故事	為品牌名稱撰寫簡短的命名理念	說明名稱與商品 / 文化的關係
⑦視覺聯想	思考品牌名稱適合的字體、色彩與圖像	「如果這個品牌是一個人，他是什麼個性？」
⑧同儕分享	發表品牌名稱與設計理念	同學提供第一印象與建議
⑨修正定案	根據回饋調整名稱與品牌概念	完成品牌基本定位

C 課程關鍵思考：

① 我的品牌到底在賣什麼？

除了商品本身，我希望消費者買到的是什麼感受或價值？

② 我的品牌是給誰的？

不同的消費族群，會喜歡不同的名稱、色彩與語言嗎？

③ 名字好聽就夠了嗎？

品牌名稱是否好記、好念、有特色，而且與商品有關聯？

④ 名稱如何說出品牌故事？

名稱背後是否可以連結地方文化、商品特色、設計理念或生活經驗？

⑤ 品牌名稱與包裝一致嗎？

如果名稱是「自然、溫暖」的，但包裝卻非常科技、冷峻，兩者是否產生矛盾？

⑥ 消費者第一眼會怎麼理解？

不解釋的情況下，同學看到名稱與包裝，能否感受到你想傳達的品牌個性？

課堂 6

A 課程實施照片：



B 學生操作流程：成果發表

階段	學生操作	教師引導
①作品整理	整理包裝作品、品牌名稱、設計草圖與製作過程	協助學生完整呈現設計歷程
②展示布置	將作品與品牌資訊布置於展示區	引導作品陳列與視覺呈現
③成果介紹	說明商品、品牌名稱、包裝造型與設計理念	提醒學生掌握重點、清楚表達
④設計說明	分享文化元素、色彩、圖像與造型的運用	「你的設計如何與商品產生關聯？」
⑤同儕觀察	觀察其他同學作品並提出回饋	引導具體、正向的評論
⑥問題交流	回應同學對作品的提問	鼓勵學生說明設計選擇
⑦自我反思	回顧從發想到製作的過程	「哪個部分最成功？哪裡可以更好？」
⑧修正與總結	根據回饋提出未來修改方向	統整設計學習歷程

C 課程關鍵思考：

① 我能不能說清楚自己的設計？

我的作品想傳達什麼？為什麼選擇這樣的造型、色彩與名稱？

② 我的設計真的解決問題了嗎？

包裝是否兼具功能、美感與使用需求？

③ 文化元素有沒有被真正轉化？

我如何把文化特色轉變成自己的設計語言？

④ 別人看到作品時，感受到的和我想的一樣嗎？

透過同儕回饋，檢視設計是否成功傳達訊息。

⑤ 如果再做一次，我會改變什麼？

從作品成果回頭檢視設計過程，培養修正與反思能力。

三、教學觀察與反思

1. **學生對實作活動參與度高**：學生對包裝造型、材料操作及品牌命名等活動具有興趣，實作過程中的投入程度較高。
2. **學生容易重視美感而忽略功能**：初期學生多從「好不好看」思考，較少主動考量包裝的實用性、使用者需求及商品特性，教師需透過提問加以引導。
3. **文化元素容易流於表面運用**：部分學生傾向直接使用傳統圖案，對文化背景與象徵意義理解較少，未來可增加文化元素的分析與轉化練習。
4. **學生的創意表現具有個別差異**：部分學生能主動發展獨特造型與品牌概念，部分學生則需要較明確的案例、提示或設計方法協助發想。
5. **平面轉成立體是學生較大的挑戰**：學生在 DIY 包裝過程中，容易遇到比例、結構、折線及組裝等問題，顯示立體空間概念與實作技巧仍需更多練習。
6. **「製作—測試—修正」的歷程值得強化**：學生遇到作品無法站立、尺寸不合或結構不穩時，部分學生傾向直接修改外觀，而非重新思考結構，因此教師應強調設計的修正與問題解決歷程。
7. **品牌命名能提升學生的設計整體性**：透過品牌名稱與包裝的連結，學生開始思考商品定位、目標消費者及品牌個性，逐漸建立整體設計概念。
8. **學生的設計表達能力仍需培養**：成果發表時，學生能介紹作品，但部分學生較難說明「為什麼這樣設計」，未來可提供簡單的設計說明架構，協助學生表達設計理念。
9. **同儕回饋有助於學生重新檢視作品**：透過作品展示與同儕觀察，學生能從不同角度看見自己的優點與問題，教師可進一步引導學生給予具體而非僅止於「好看、很漂亮」的回饋。
10. **教師應在自由創作與適度引導間取得平衡**：課程應保留學生自主發想的空間，同時提供必要的案例、工具與方法，讓學生能從「不知道怎麼做」逐步轉變為「能做出自己的設計」。