

都市酵母 | 介紹

presented by 都市酵母 _ 2023

AGUA Design is an International-based design company founded in 1994. Its creativity is directed at positioning products, brands and companies in a competitive market by giving them their own specific identity. Strategic design is the essence of all our work. AGUA Design always builds on establishing long term relations with its customers. We look together with the client for the best solutions to deal with communications problems. Based on a solid concept and insight, we create an effective solution in our design and also develop the unique Concept Design – Plan Global. As single original idea often in the context of a coherent campaign sometimes. In this part, we innovate the toilet culture for EPSON Corp, city mountain, ideal park and implant the real application. AGUA Design share a deep interest in printed matter, the new materials and the combination of these two elements. From 2000 we develop a stationery brand in ASIA market. Well know the channels and market in ASIA, AGUA Design offer integrated design. Supporting our clients in their need for innovation, from strategy to production.



都市酵母_簡介&案例

都市酵母

水越設計AGUA Design，成立於1994年，他們每天至少大笑一小時，步調早實際時程半年，每個禮拜提出50個新點子，他們不只是設計師，也是生活家冒險王，城市人交流想法的集中地，是最瘋狂有趣同時善盡社會責任的團隊。2006年提出「都市酵母」，致力於促進公共設計發展的影響計畫，持續至今已超過 3000 創意行動。從議題出發透過國際視野、在地研究的社會參與方案，多元體驗凝聚環境美學意識，發展讓人愛上居住地的方法以及行動。

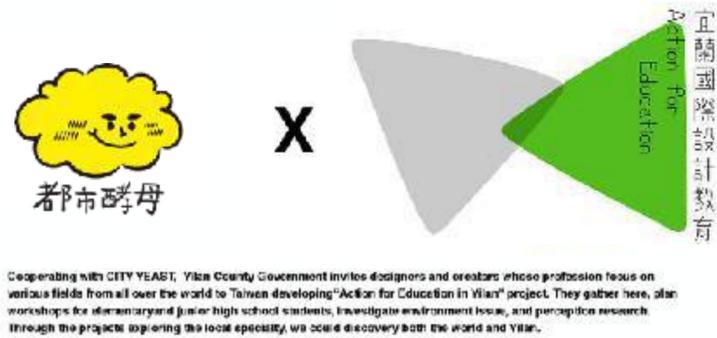


工作坊 案例

Action for Education 2017-2022

都市酵母團隊 2015 開始與宜蘭教育處合作，開始了從小的設計思考教育，從測量學 & 色彩學，醞釀而成的國際設計教育，獲得教育部與宜蘭教育處的支持，2017 年開始持續合作發展「宜蘭國際設計教育」，透過來自世界各地的設計師與創作者探討在地議題，打破既有教學模式，與學生互動學習的方式，並透過與第一線教育者的交流，探討遠端國際教育交流與參與式教育的可能性。三年來，共來自 14 個不同國家的設計師，17 堂設計課程，用各種方式帶領小朋友，透過觀察、探索來體驗生活與環境，打開對人、事、物的好奇心及想像力。

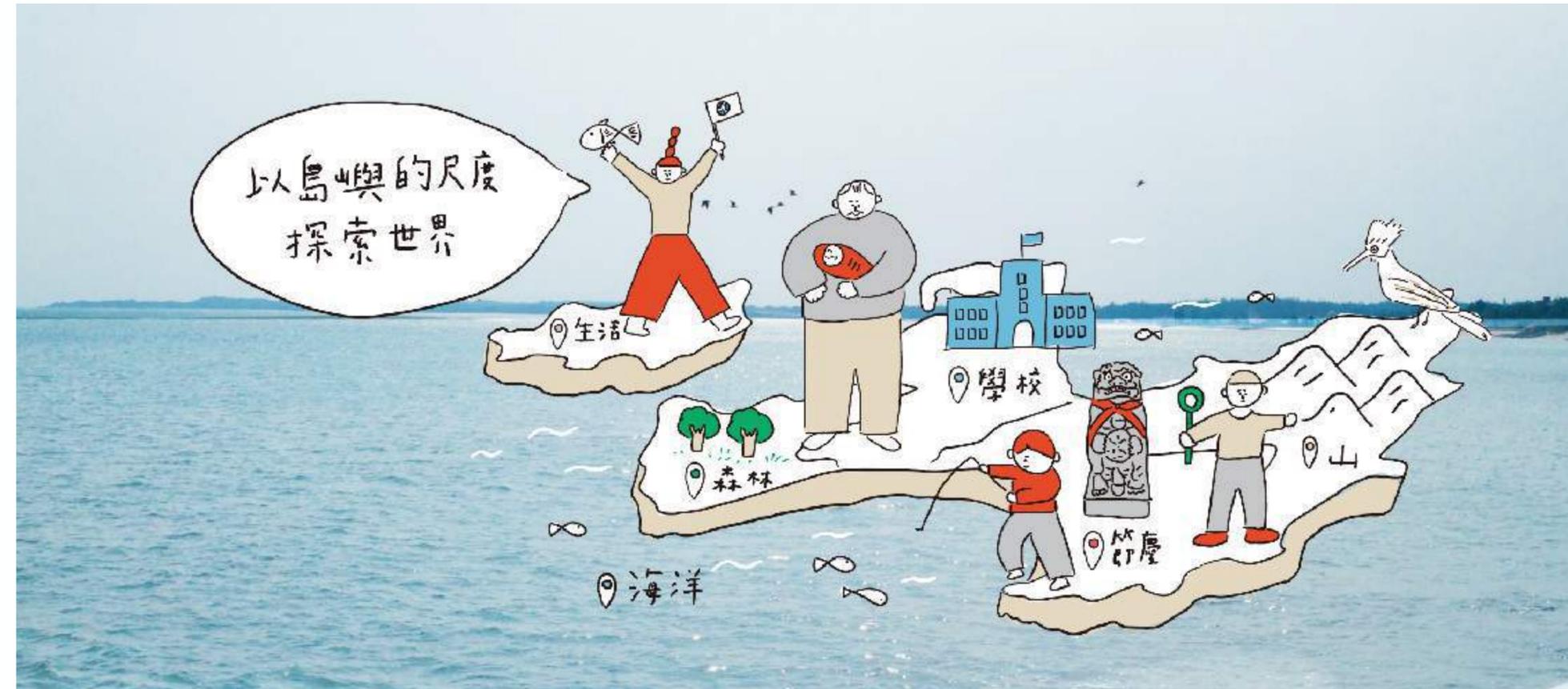
影片



金門島島島

2022 與金門教育處合作，發展金門國際設計教育，一座累積故事的島，是自然環境、人文生態、歷史地理的交集。從島嶼的尺度出發，串連金門島、台灣島、世界島，透過不同的視野，凝視多元面向，探索各國教育、生活文化，了解熟悉卻不曾注意的在地故事與觀點，與世界對話。

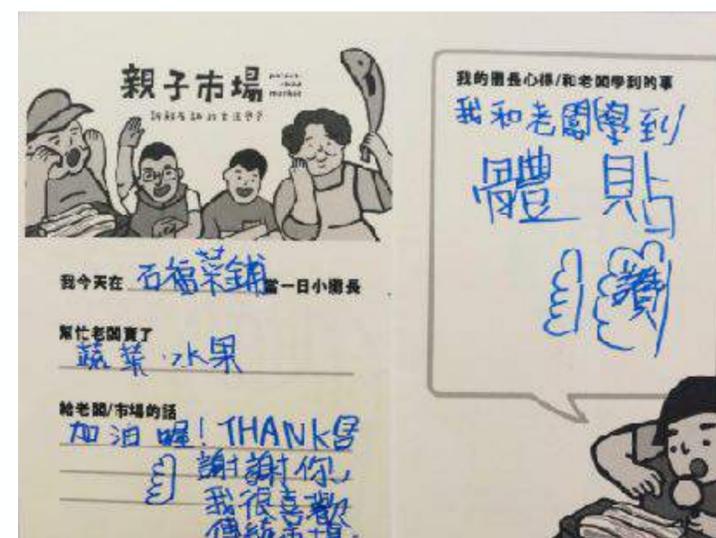
內容包含地方田調、世界最美的教科書展覽、國際設計教育工作坊等。



相關連結

市場小學計畫

啟動市場小學計畫，目的是讓小學生愛上菜市場，拉近世代的距離。傳統市場就是最好的生活學習教室，多元食材啟發、器皿學問、色彩層次與生意細節，從菜市場到餐桌上，從小學到家庭與在地鏈結。小學生在4-6年級時都會有幾堂的市場生活教育課，透過對菜市場的接觸與探索，建立在地感知與共識認同，如果菜市場能與附近小學有課程合作關係，同時於平日能於環境與行為上鼓勵家長帶小朋友上菜市場，具備教育基礎，那麼這樣的市場，將會是「親子市場」。

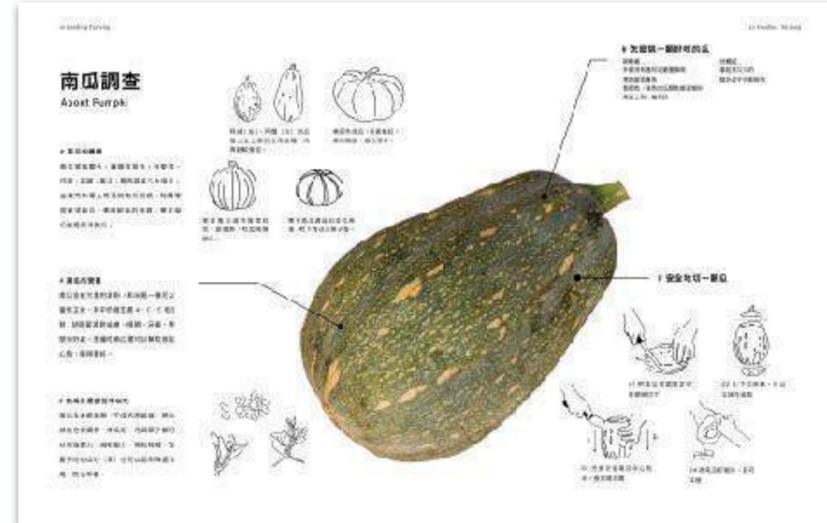
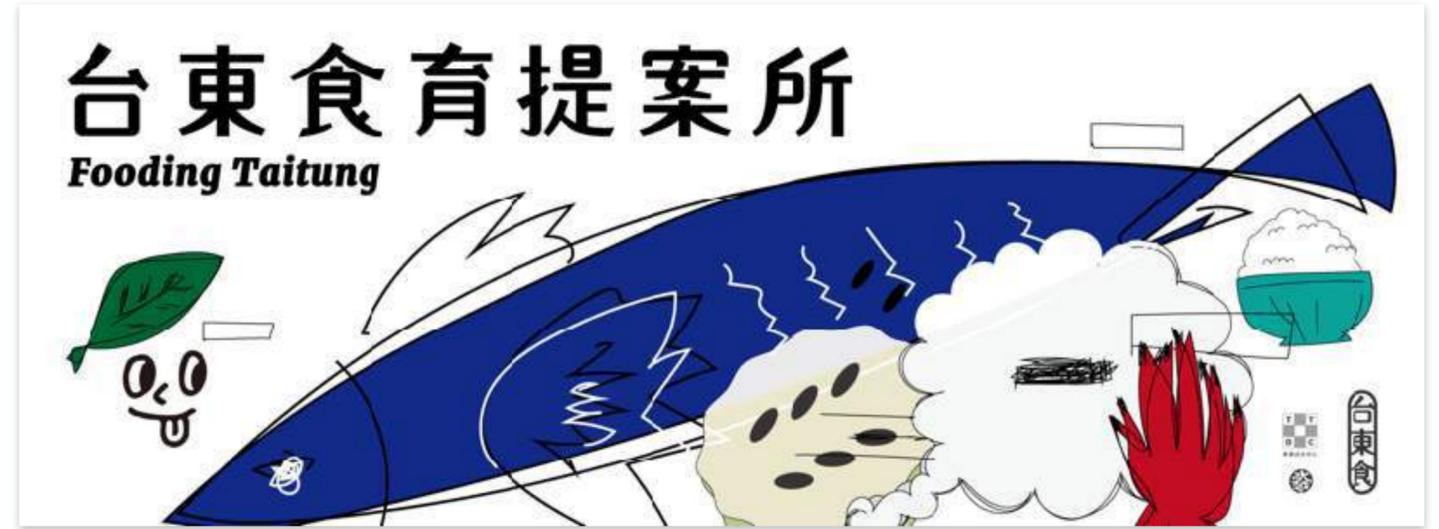


影片

台東食育提案所

「台東食育提案所」是一群集合關注台東食物教育的政府、學校、在地人、設計師，展開的在地紮根食育行動，成為整合食物議題的平台。我們一起走進台東的山海田野中，以探索「食物如何吃、如何來」為目標，紀錄部落菜的故鄉、小學生吃什麼營養午餐，瞭解在地美味的節慶、食材的春夏秋冬、食器典故等，透過「食」連結在地餐館達人、學校教育、家庭的日常美好風景，以有趣的紀錄方式推動「台東食育新觀點」；其中編有「台東15食」是讓小朋友在15歲前學會的15道菜。

影片



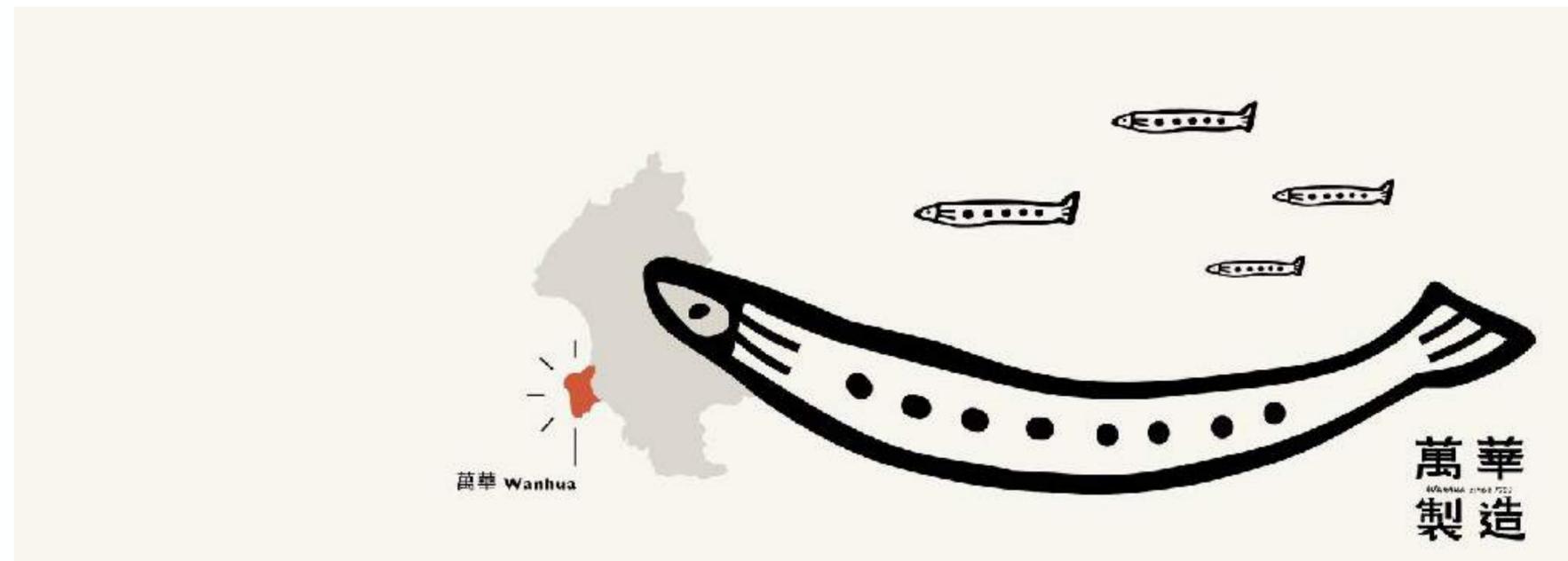
萬華製造

萬華製造；製造讓人體驗萬華的產業。

萬華Wanhua，舊稱艋舺，一個臺灣人都知道的名字。超過三百年的歷史背景以及八代傳承雄厚的在地故事，伴隨著在地深厚的歷史、文化底蘊，再次看見屬於老臺北的瑰寶。探索萬華就像寰宇蒐奇般可以挖掘許多奧妙與驚奇，超過百人的共同開發建置，讓老萬華的經驗轉化成跨年齡與國際人士都可以體驗的文化旅程。我們邀約萬華人一起參與，嘗試讓萬華區域成為台北生活行旅者的必要之站。「萬華製造」

計畫從不同的角度重新看待包羅萬象的萬華，發掘在地人事物的多元層次與深度價值。每一場工作坊都是一門產業觀察學，開發萬華的文化特色體驗產業是5年願景。

[相關連結](#)



博物館/ 展覽 案例

世界最美的教科書展

「世界最美的教科書展」展出臺灣與日本兩地教科書，呈現出兩地教育策略與實踐、台日思考的差異。日本區呈現了小學到高中教科書、落實教育的防災計畫等，台灣區則包括清代、日本時代與民間出版社審定本等三個時期的教科書變遷。2021年金門站，增加從宋代開始的金門教育史年表，期許透過觀察不同政治社會背景下教育的多元面貌，思索當前教育議題，開拓台灣教育的新思維與新行動，進而促成整體政策的再思考。

全台巡迴展

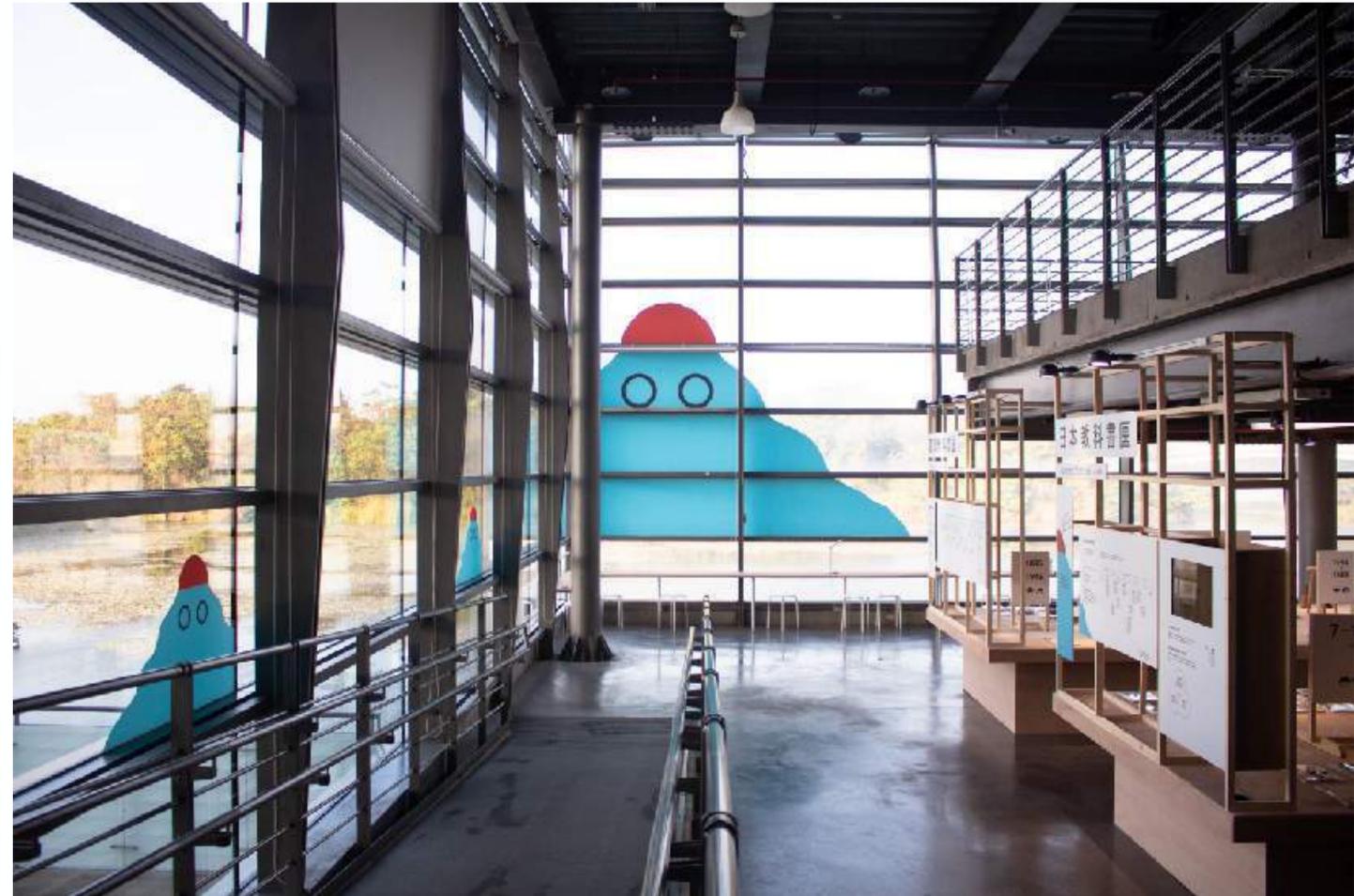
2018 - 台北松菸、臺東設計中心

2019 - 台南台灣歷史博物館

2020 - 新竹孔廟 城市設計展

2021 - 金門

相關連結

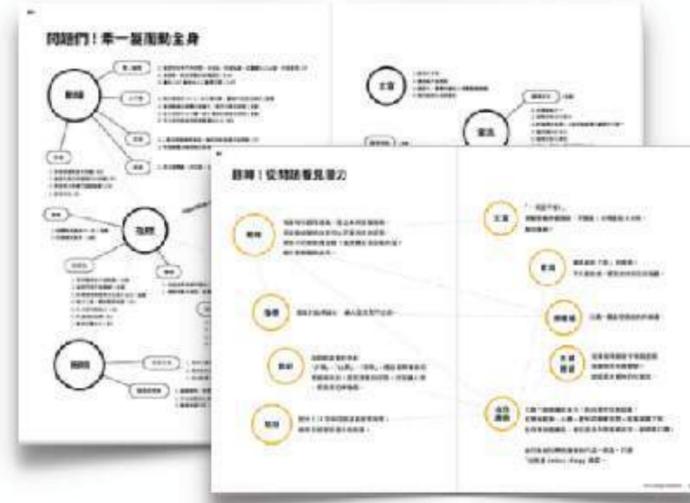


科教館減法白皮書

與國立臺灣科學教育館合作，大家一起思考，記憶中的「科教館」是什麼樣子？在公部門美學崛起的當代，科教館不只是科學教育的場所，更希望帶給觀眾舒適的環境美學體驗。美感環境的第一步 - 減法，減去空間不需要的。以「少即是多」的概念，號召民眾跟著設計師一起探索10萬米平方，14層的國立臺灣科教館，透過實地觀察、分析、發想、測試，共創科教館的現代美學。現在開放設計觀察員實境參與，跟著設計師一起田調與腦力激盪。計畫有編輯一本「科教館減法白皮書」。



2020-2021



[相關連結](#)

美感電域 power zone

變電箱科普特展

普及臺灣的電力，也默默支持著我們日常的便利生活。變電箱是城市電能的中繼站，將電傳送到家家戶戶你我手中，早已和我們的生活密不可分。2019年台灣電力公司以「打開變電箱、認識變電箱」、「變電箱與社區」、「變電箱的顏色與符號」、「觸角延伸」四大面向為目標來展開「台電變電箱科普特展」。

全台巡迴展

2019 - 信義香提廣場

2020 - 新竹廣場 城市設計展

2021 - 車籠埔斷層保存園區

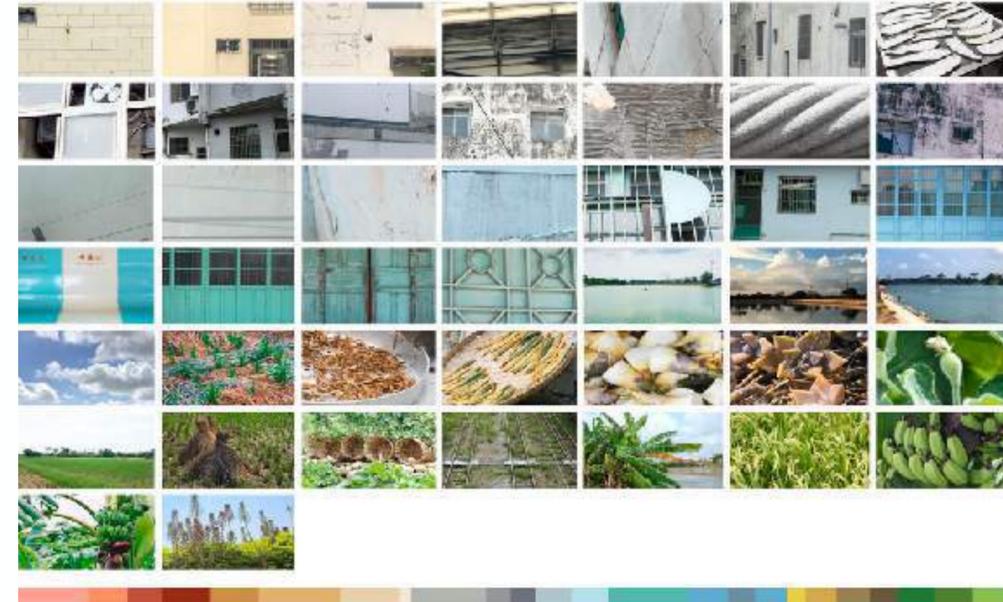
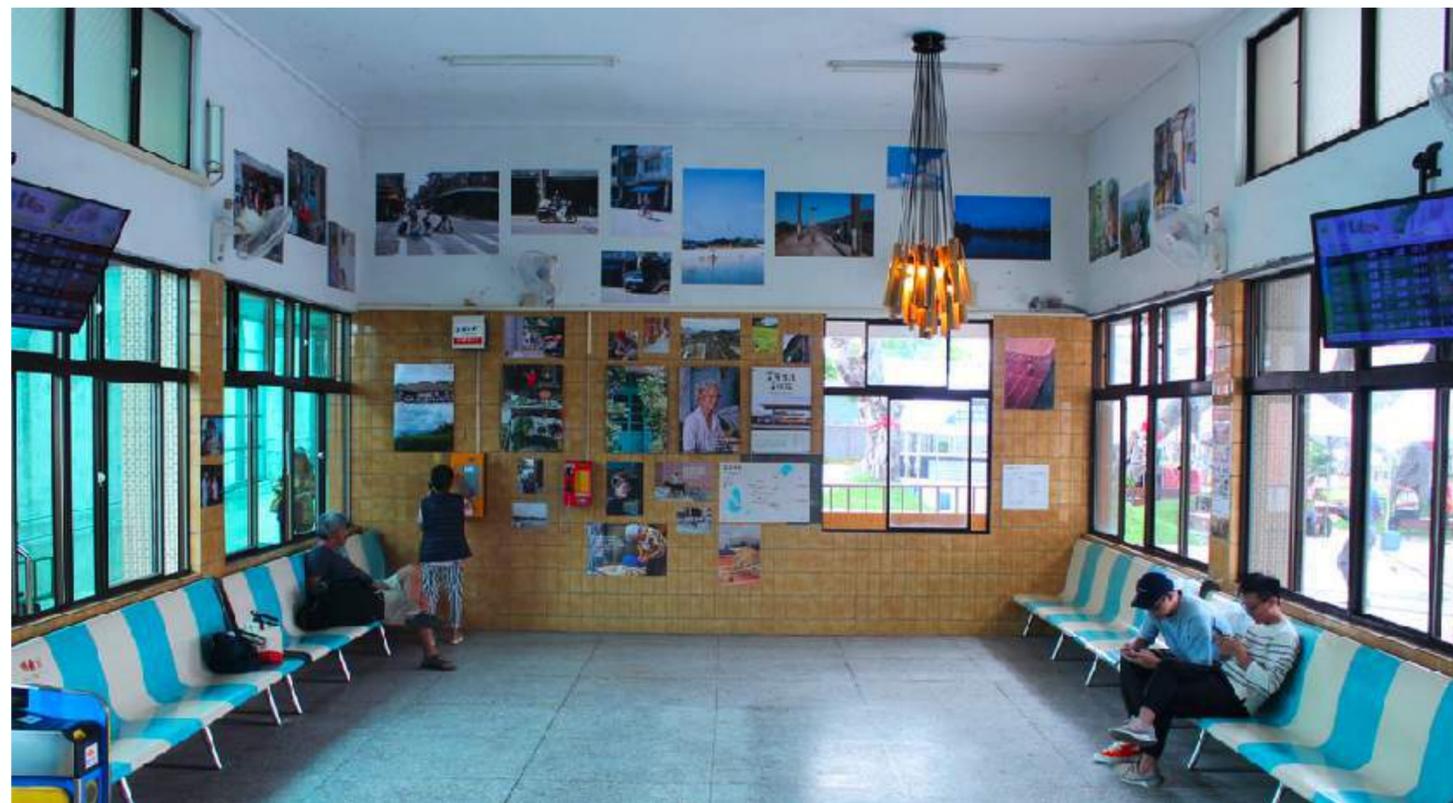
相關連結



富岡生活富岡燈

都市酵母以「富岡生活」概念出發，帶領當地民眾參與製作計畫；同步於車站設置階段性的微型展覽，涵蓋了在地生活攝影集、民眾參與的富岡色彩工作坊、與最終富岡燈工作坊的產出；讓居民與外地旅人經由藝術創作、展覽，從色彩到影像，日常點滴的故事記憶，透過攝影鏡頭，開啓對話機會，重新產生與富岡的情感連結，並探索公共藝術的本質，獲得在地支持與認同。

相關連結



國立臺灣歷史博物館常設展專書

《斯土斯民：臺灣的故事》常設展專刊，水越設計參與專書的企劃、編輯、排版設計與印製工作。

從「交會」的觀點理解臺灣歷史，在這本展覽專刊中，歷史不是「已完結的結果」，而是一段段未盡的互動過程。相對於定義或判斷臺灣的歷史狀態，更著重於描述「如何發生」，探究在過程中的各方角色如何涉入角力往來，與在不同位置上的思考觀點。更希望傳達「博物館裡沒有標準答案」的觀點，歷史的說法不應該定於一尊，記憶與敘事從來都是多重性、開放性的。

封面呈現由古至今，出自葡萄牙、西班牙、荷蘭和日本人，以及明朝、清朝官府之手的臺灣地圖，訴說著各國與臺灣交會的故事。可以發現地圖並非只是客觀的科學地理或技術差異，而是源自不同的主觀觀點，繪圖者的「著眼點」正透露出他們眼中的島嶼價值。



- ▲ 印刷 | 四色 + 特殊色
- 加工 | 燙黑打凹 + 燙金 (中) / 燙銀 (英、日)
- 開本 | 18H*23.5W cm 150頁 (2插頁、1拉頁) / 線裝全開本

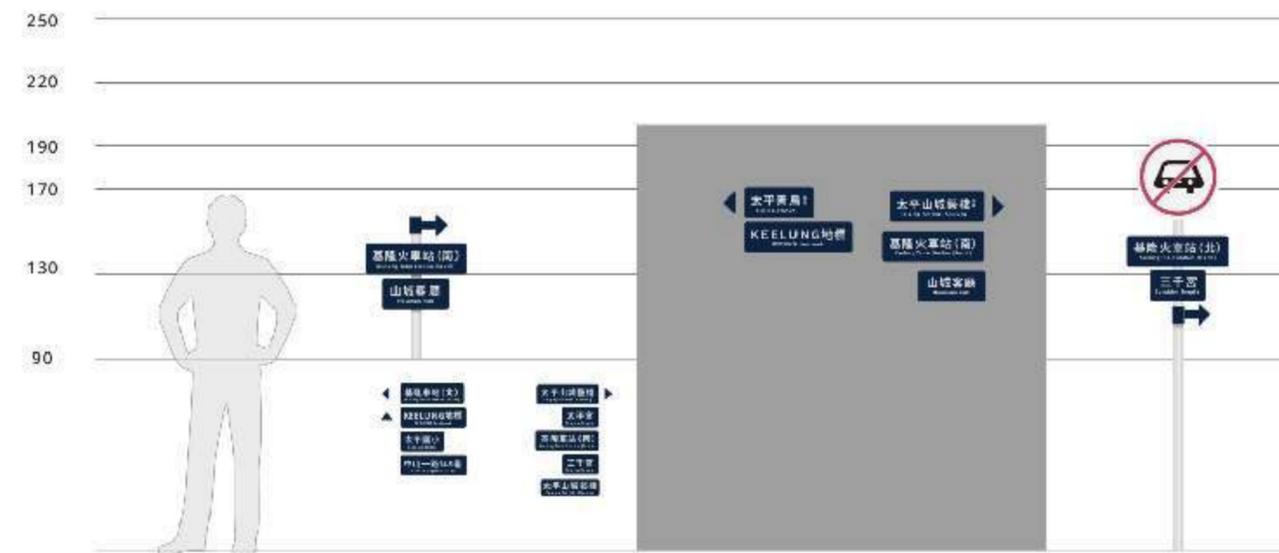
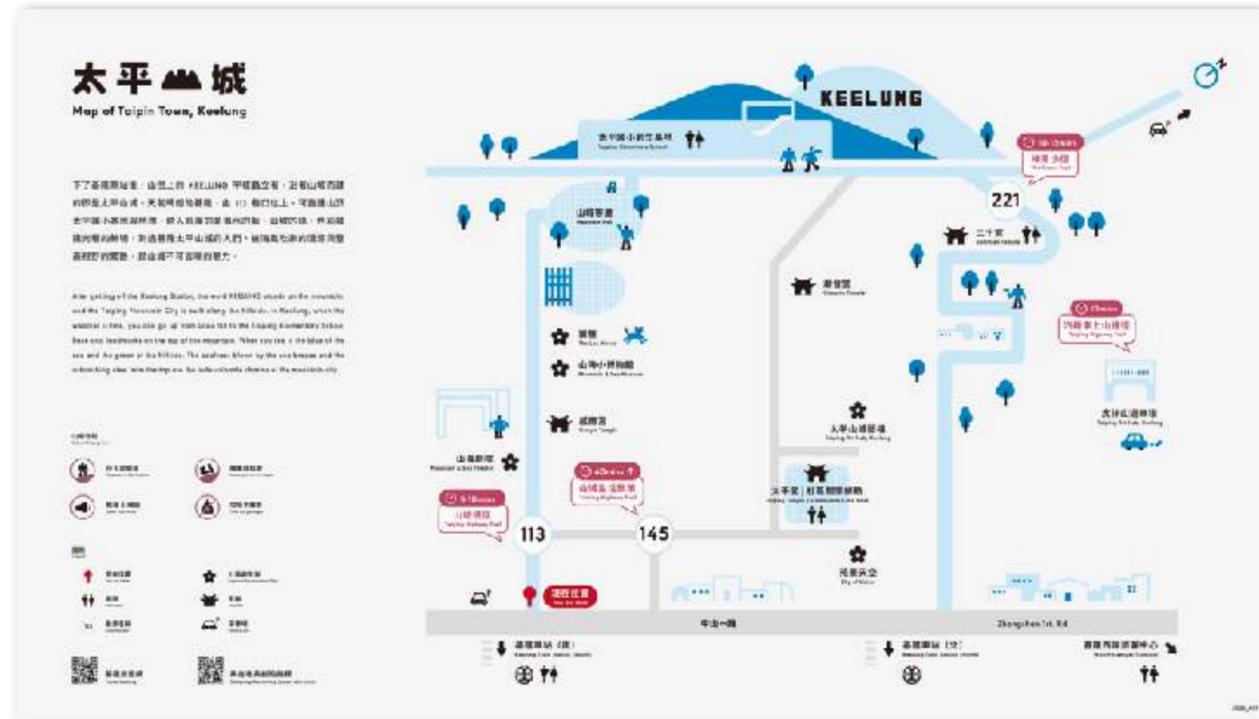
[相關連結](#)

指標 案例

基隆市太平山城社區 指引系統共創計畫

基隆太平山城位在小尺度的狹小社區內，充滿著純樸而溫暖的感覺。斜坡與樓梯共存的道路一路而上，中間則在轉角處可發現社區的巧思與趣味。指標整體以設計創造尺度小而質樸富有溫度的指引系統。在沿著山坡而上的過程，透過指標系統的引導能感受到山城的美好。經過田調以及在地擾動的過程，將山城巷弄區分為主要動線以及漫遊動線。讓民眾可以旅遊需求選擇合適的山城探訪動線，可以選擇快捷的上山或是以散策方式走訪山城。

相關連結

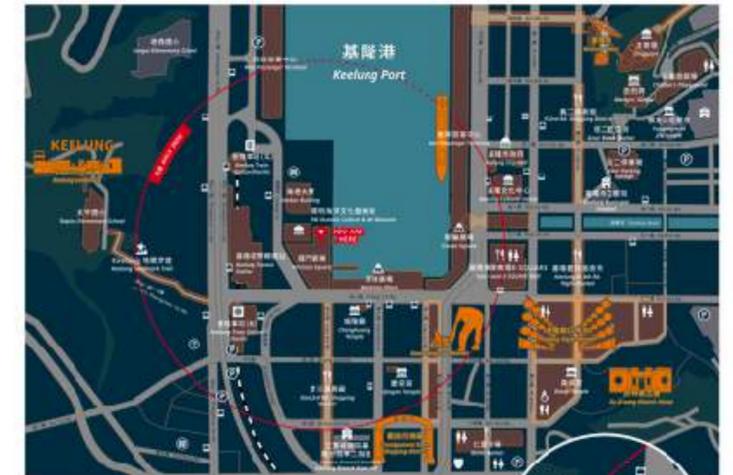


運動牌圖面



基隆山海城指標設計

導覽指標計畫一個場所改造與都市意象更新的整合性思考，從既有損壞、雜亂、指示不清的牌面系統進行盤點與汰換；另一方面，也希望透過城市研究與視覺設計整合，重新檢視指示系統與城市的關係，透過視覺語彙以及指標造型形塑不同場所的特質，並串聯場域成為基隆新的城市意象。此外，結合「2022基隆市城市博覽會」場域、基隆城際轉運站及周邊指標系統、全市觀光指標佈設等建置規劃，從A展區出發，延展至整個基隆市的不同場域，透過指標系統整合城市色彩與資訊，串連城市、生活與交通資源；從三個面向出發，分別為地域特色（山、海、城），城市自明性（嶄新的城市意象），建立路徑廊道推廣步行探索城市。 [相關連結](#)



300m



600m



300m



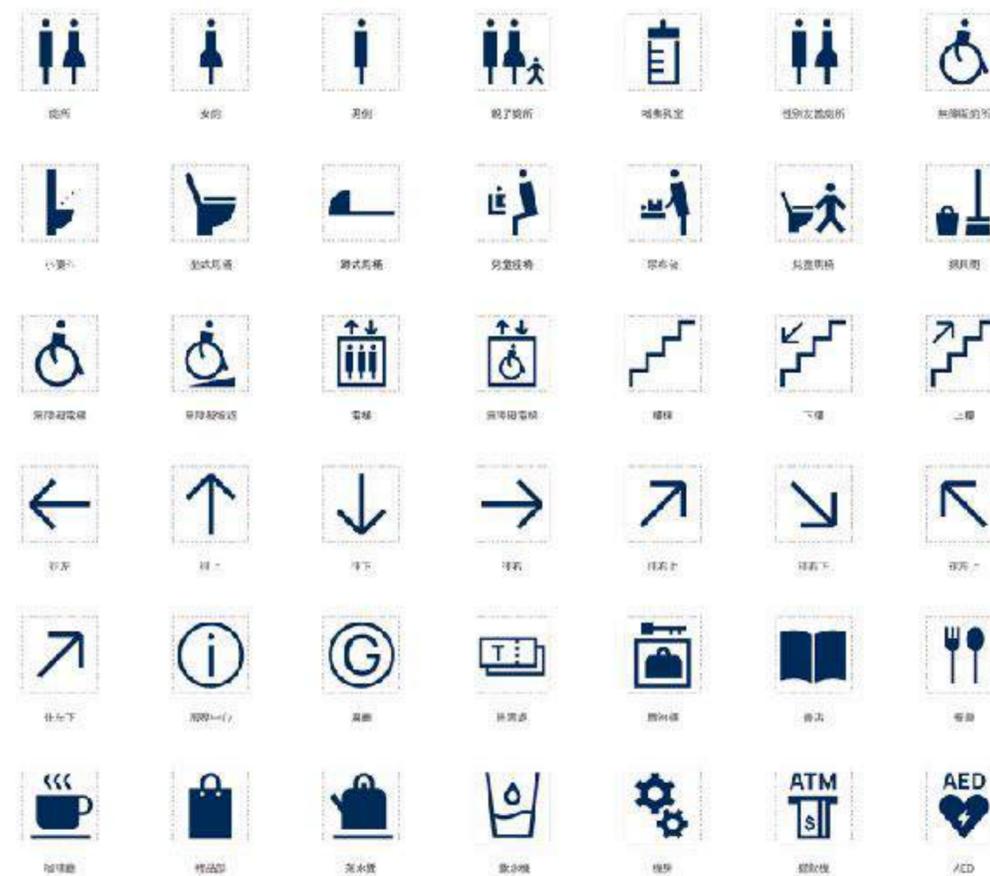
600m



新北市美術館 NTCAM 指標系統設計

新北市美術館坐落新北市鶯歌區鶯歌溪與大漢溪匯流的三鶯新生地，是新北市政府以文化推動地方發展與城市再造的重要建設，期望能結合新北市相關藝術文化、自然生態與地方產業特色，成為北台灣重要的藝文地標。

作為一座「全民美術館」，新北市美術館關注全市藝文發展，致力串聯藝術與生活，實踐美術館作為全民學習及社會連結的重要使命。新北市美術館立基在地，連結國際，聚焦20世紀以來現、當代藝術與視覺文化，進行典藏、研究、展演、教育及公眾服務，建構以新北為核心輻射擴散的藝文網絡，積極與國際機構結盟，落實藝術的實踐與交流。



中山女高校園減法設計

校園是社會環境的縮影，減少複數、臨時張貼、彩虹塗鴉，增加有質感的五覺，讓環境本身就是最好的教學內容。

由美感教育課程推廣計畫委託水越設計/都市酵母，透過訪問、溝通、調查與紀錄校園環境，以減法設計思維提出整理色彩、字體、材質等等環境視覺要素的整合策略，使校園更舒適及具有親和力，並以中山女高校園地圖設計作為減法設計示範，從使用者動線與空間尺度思考，不再增加物件，帶動校園環境整理風氣，減少視覺負擔，呈現和諧氛圍。

相關連結



VIS 案例

台中市優良公寓大廈評選 活動識別系統設計

台中市政府推出共好計畫，串連社區與社區，形成點線面，以朝向「宜居城市」為目標。過去視覺發展以多個主題為主，缺乏品牌視覺系統，造成識別以及視覺難以記憶。透過識別的建置，依據識別定調視覺風格，逐年累計，創造識別視覺記憶。增加得獎者榮耀感，同時凝聚住戶對於住宅認同感，以所居地為榮創造「想住」的台中宜居城市。



台中樂居金獎

Taichung Nice Living Place Award



影片



新北市政府衛生局 反毒標章設計

反毒小白-狗不僅僅是人類的好朋友，經過訓練後更是緝毒的好幫手，因此以狗為形象進行標章設計。純白的形象也傳達打擊毒品的純淨意象，並以角色扮演的方式，設計警察、店老闆、朋友、母子等角色，運用張貼於不同場所，代表四個人物，作為宣導全民反毒觀念的代表。



角色設計 警察、店老闆、朋友、母子

Pantone 176C C 0 R 255 M 35 G 177 Y 18 B 187 K 0 #FFB168	Pantone Black C 0 R 45 M 35 G 41 Y 18 B 38 K 0 #202926	Pantone 193C C 2 R 191 M 99 G 13 Y 62 B 62 K 11 #BF003E	Pantone 3415C C 0 R 0 M 35 G 119 Y 18 B 73 K 0 #0077A9	Pantone 175C C 18 R 107 M 79 G 53 Y 78 B 41 K 56 #6C3524
Pantone 285C C 0 R 0 M 85 G 114 Y 0 B 206 K 0 #0072CE	Pantone 428C C 10 R 193 M 4 G 198 Y 4 B 200 K 14 #C1C6CB	Pantone 1215C C 0 R 251 M 6 G 216 Y 53 B 114 K 0 #F8D872	Pantone 291C C 38 R 155 M 4 G 203 Y 0 B 235 K 0 #98C6E8	Pantone 203C C 0 R 236 M 4 G 179 Y 2 B 203 K 0 #E1C3CB

[相關連結](#)

墾丁國家森林遊樂區 識別設計

「墾森」為墾丁國家森林遊樂區的縮寫，也是園區人習以為常的簡稱，可視為一群人以墾丁為起點，開墾並擴大對台灣森林的視野與認知，探索更多未知的森林面貌。以「開森眼」為題，打開對森林的想像與視界，拉近生活與森林的距離，愛上森林。



標準字色彩



RGB 0/0/0
CMYK 93/88/88/80
000000



RGB 255/255/255
CMYK 0/0/0/0
FFFFFFFF

輔助圖像色系



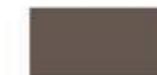
RGB 43/79/40
CMYK 83/57/100/31
2B4F28



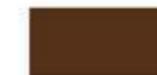
RGB 77/127/96
CMYK 75/40/100/0
4D7F37



RGB 77/127/56
CMYK 65/25/95/0
68693A



RGB 102/88/81
CMYK 65/65/65/15
665E51



RGB 85/49/26
CMYK 50/73/65/45
55311A



RGB 84/104/114
CMYK 75/60/50/0
546772



RGB 124/170/187
CMYK 55/22/22/0
7CAABB



RGB 203/204/154
CMYK 25/15/45/0
68593A



RGB 223/219/205
CMYK 15/13/20/0
DFDBCD



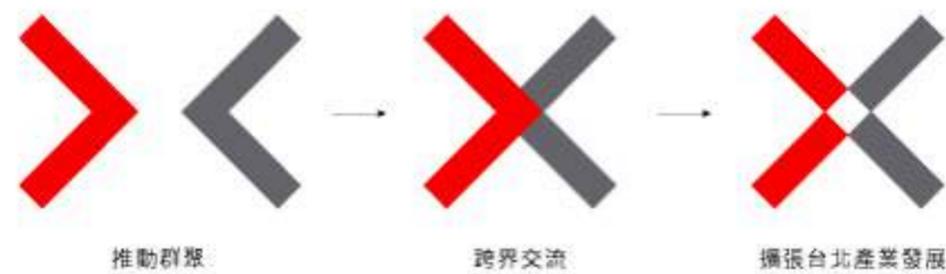
RGB 176/134/43
CMYK 57/50/94/0
B0882E

相關連結

圓山新創產業聚落整體意象與指引設計暨製作

以「創新創業」、「創造想像」、「創意體驗」為區域發展策略，發展成融聚新創及會展在空間活動及體驗之識別意象標誌，打造台北首個圓山新創產業聚落。

expo Taipei



[相關連結](#)

台北市政府大型活動視覺 品牌形象規劃設計

台北市為台灣首都，市府每年舉辦多樣的觀光旅遊、文化展演、體育賽事、宗教慶典等活動，吸引了在地市民及外地、國際旅客的參與。而城市中的活動不只展現了地方豐富的生活樣態，同時也推動著城市的多元發展。因此，taipei活動品牌的建立，像經營品牌一樣經營這座城市，深化台北記憶及民眾認同感，以視覺形象策略整合taipei活動，凝聚城市品牌意象，建立人與城市的連結，一起實踐taipei魅力宜居城市。



PANTONE Rhine Red C

C	0	R	205
M	100	G	0
Y	22	B	88
K	7	#CE0058	

PANTONE 654 C

C	100	R	0
M	71	G	58
Y	10	B	112
K	47	#003A70	



[相關連結](#)

台北傑團 識別設計

台北市文化局為鼓勵表演藝術團隊，每年在約1000多隊表演藝術團隊裡選出4隊，以表傑出，並協助團隊前進國際，拓展發展能量。



PANETONE UNCOATED/COATED	PRINT	SCREEN
PANETONE 266C 	Cyan 80% Magant 90% Yellow 0% Black 0%	Red 85 Green 50 Blue 140 Hex #54318F
PANETONE 606C 	Cyan 0% Magant 5% Yellow 100% Black 15%	Red 230 Green 210 Blue 0 Hex #E6CF00
PANETONE Black 	Cyan 0% Magant 0% Yellow 0% Black 100%	Red 0 Green 0 Blue 0 Hex #231815



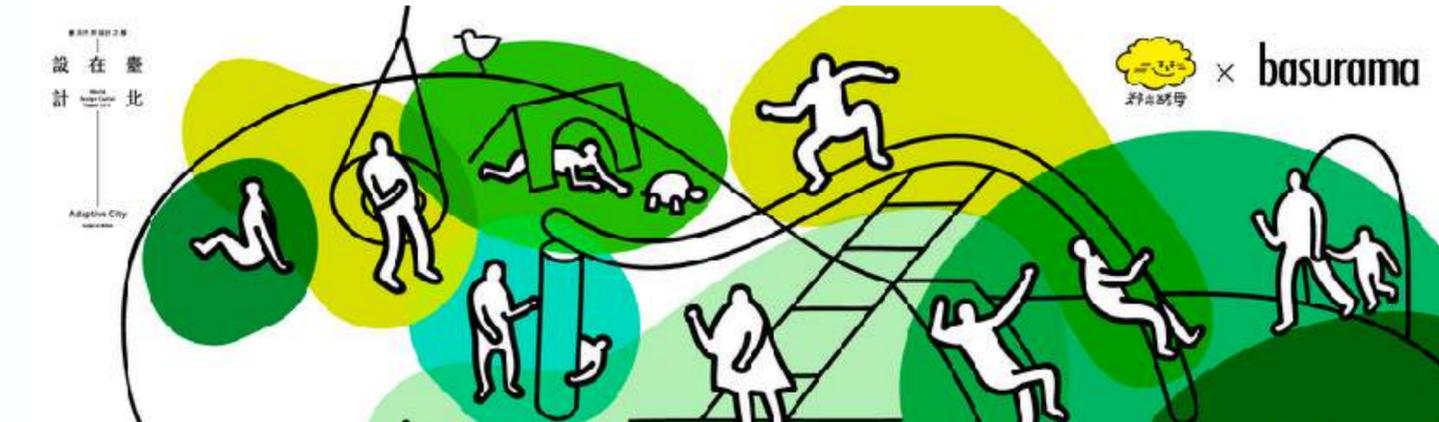
相關連結

其他 案例

Re-create Taipei 台北鄰里公園翻轉計畫

臺北世界之都，在國際設計合作計畫(WDC International Design Open Call)的6件提案中，都市酵母 City Yeast 與西班牙basurama團隊，共同提出Re-create Taipei 臺北鄰里公園翻轉計畫，針對台灣公園單一化的現象，重新思考公共空間的本質，讓人的參與成為設計的一部份，試著將一成不變的環境，轉換成不斷刺激創意成長的地方。形成全台對本議題的重視與投資。

相關連結



水湳洞別有洞天

新北水湳洞漁港，是海島人探索海的第一堂課。跳脫漁港是漁船停泊遮風避雨的港灣，「親海教育」成為漁港的功能，深入認識與討論海洋、漁業、氣候、飲食、生活等等。漁港不只是漁港，漁港是一扇窗，開啟我們對海的想像。這一堂課由政府、民間與設計師們共同參與，從一艘漁船出發，讓民眾在探索漁港時，經由展覽、講座與職人導覽活動，不只是「知道海」「親近海」，也開始學習思考如何「保護海」「利用海」；透過眾人的參與，水湳洞漁港承載的除了天候變化下保護漁夫們與漁船們的微型漁業發展，提供民眾日常海釣等，還是島民的海洋學堂。

[相關連結](#)



墾丁國家森林遊樂區 旅遊意象重塑計畫

墾森在百年前為日本時代的熱帶植物園，現由林務局管理已邁入第53個年頭，我們發現許多人上次來到墾森已是20多前，如何持續創造深刻的記憶是現今一大課題，隨著旅客需求複雜化，墾森的內涵與使命如何再次打動客群，是否還有潛在的新客群與合作夥伴，帶動墾森朝向下一個100年的榮景。我們需要重塑旅遊意象，並與園區經營團隊共同思考如何扣緊核心目的，打造有黏性的森林品牌。

相關連結



墾森

Our Kenting, Our Forest



See You Soon

