

銘傳大學 97 學年度研究所碩士班招生考試

設計管理與設計創作研究所碩士班(乙組)

商業設計實務試題(第三節)

(第 頁共 頁)(限用答案本作答)

可使用計算機 不可使用計算機

題目：以「樂活生活概念」為發想設計一張海報

- 評分標準 1.主題內容 30%
- 2.創意 30%
- 3.完整度(精緻性) 20%
- 4.設計理念說明 20% (文字敘述寫於答案本上，限 150 字內)
- 規格：四開紙、描繪媒材不拘
- 說明：請參考下文意義，作為海報設計之依據。

「樂活族」又稱樂活生活、洛哈思主義、樂活，是一個西方傳來的新興生活型態族群，由音譯 LOHAS 而來，LOHAS 是英語 Lifestyles of Health and Sustainability 的縮寫，意為以健康及自給自足的型態過生活。

此名詞最早出現在 1998 年的書籍《文化創造：5000 萬人如何改變世界》(The Cultural Creatives: How 50 Million People are Changing the World)，作者是美國社會學家雷·保羅 (Paul Ray)，書中對 LOHAS 族的定義為「一群人在做消費決策時，會考慮到自己與家人的健康和環境責任。」據估計這一族群的市場，在美國就達到有 2 千 2 百 89 億美金。樂活族的特色是身體力行他們關心的環保議題，除自己消費對健康有益，不會汙染環境的商品，也鼓勵大家改變消費態度。在做消費決策時，會考慮到自己與家人的健康和環境責任。多數的樂活族的生活價值觀和下列有關：健康、環境、社會問題、個人發展、適可而止的生活態度。

LOHAS 中，H(Health)指的是「健康的飲食、生活、身心靈的探索與個人成長。」健康的生活型態是近年逐漸被提倡的生機飲食法、營養補充品等；而最近熱門的運動瑜伽，或是中醫、自然療法、個人成長的出版品等，則都是現代人對於身心靈健康的追求。而 S(Sustainability)指的是「生態永續的精神」，例如可重複使用的能源，或是有機、可回收的產品。

雖然樂活族是以美國人為主的族群定義，但目前在全世界引起了許多報導，普遍認為各種文化和國家中都多多少少有樂活族的存在，因為它適合目前的有機食品工業，和消費性文化觀光產業等的推動，另一個與樂活族相關的慢食運動 (Slow Food) 也有異曲同工之妙，慢食運動在於反快餐食品的不健康成份與製造過程，目前這兩股生活型態的趨勢都持續的在進行，而簡樸生活 (Simple living) 則是在樂活族之前較早被提出的，簡稱為 LOVOS，它主要在於對抗消費至上的奢華主義，從行銷觀點看來，簡樸世代的特色較少也較不明顯，但未來的潛力是相當被期待的。台灣獨立網站 Lohas Traveler [1] 即是致力於將 LOVOS 精神融入 Lohas，希望藉由倡導 Lohas 的旅遊精神及觀念，協助推動結合健康環保生活型態與永續旅遊發展的目標。

LOHAS 的重點在於「永續精神」，台灣目前多集中在 H 部分，另在製造業和流通業還有很多努力的空間，像是包裝及垃圾減量等。從環保袋的流行到有機食品和綠色食品的增多。一些樂活雜誌和網站也悄然出現就致力於傳播樂活的生活方式。樂活的生活方式要被更多人接受，就必須從生活小事入手，從最簡單的改變開始。這樣才能做到無止境的樂活。

(資料來源 維基百科 20080325)

試題完