

技術士技能檢定視覺傳達設計-識別形象設計 PC 乙級學科  
測試參考資料

檔案名稱：201012A11  
版次編號：V114090111  
公告日期：114 年 09 月 01 日  
自 104 年 01 月 01 日起報檢者適用

## 20101 視覺傳達設計-識別形象設計 PC 乙級 工作項目 01：視覺傳達設計-識別形象 設計 PC

1. (2) (本題刪題)下列企業識別設計中的活動識別 ( BI )，何者不是對企業內部的活動 ①工作環境 ②市場調查 ③研究發展 ④廢棄物處理 。
2. (1) 台灣蜜雪兒 ( Michelle ) 股份有限公司之企業標語為「打造時尚與潮流的先驅者」，試問該企業標語屬於下列企業識別系統中的何者 ①企業識別系統中理念識別 ( Mind Identity ) ②企業識別系統中活動識別 ( Behaviour Identity ) ③企業識別系統中視覺識別 ( Visual Identity ) ④企業識別系統中應用系統 。
3. (3) 下圖例是「清泉農場」所設計的標誌，就標誌的分類而言，可將此標誌稱之為 ①Pictogram ②Form Mark ③Logotype ④Isotype 。



4. (2) 下列何種色彩較能呈現「身心有機、自然長青」之視覺意象？①C70M80Y50 ②C50M20Y100 ③C20M40Y80 ④C40M70Y60 。
5. (1) 下列哪一組配色最適合呈現水蜜桃的「粉嫩、香甜與淨靜」之色彩意象 ①M40Y70 / C30Y60 ②M80Y100 / C80Y40 ③C60M60 / C60Y90 ④M70Y80 / C70Y20 。
6. (3) 企業識別系統設計之基本設計要素，包括企業標誌、企業名稱標準字、企業色彩及 ①企業名片 ②運輸工具 ③企業標語 ④制服 。
7. (2) 企業識別系統設計之應用設計要素，包括事務用品、制服、廣告宣傳物及 ①環境指標 ②專用字體 ③輔助圖形 ④員工教育 。
8. (1) 品牌概念內容應包含品牌特質、品牌價值、品牌中心思想、競爭優勢、目標相關利益者、關鍵市場與 ①關鍵競爭者 ②促銷活動 ③設計製作物 ④下游廠商 。
9. (3) 品牌命名考慮的角度須顧及定位、發音、語言涵義、文化意涵與 ①色彩 ②性別 ③好記好聯想 ④環境 。
10. (2) 標誌設計應思考有效性、功能性與 ①具象性 ②獨特性 ③抽象性 ④設計者喜好 。
11. (4) 企業色彩的訂定要注意足夠靈活應用、與企業精神是否吻合、可以被製作或 ①彩度夠高 ②色相種類夠多 ③明度稍微曖昧 ④提高企業辨識度 。
12. (3) 企業指定使用字體應 ①種類多一些 ②新潮具流行性 ③尺寸大小應用均適當 ④可以視空間改變 。
13. (2) 品牌是一門結合行銷、設計、廣告、促銷 ①平衡 ②消費者行為 ③娛樂 ④奉獻 的學問 。

14. (3) 品牌傳遞訊息應單純而 ①溫馨 ②滑稽 ③切題 ④多樣 。
15. (4) 企業投資品牌設計 ①無論何種情況均不可更新改變 ②雖發現需作調整但短期內應先持續一陣子 ③市場需求僅供參考 ④發覺有誤應及時修正 。
16. (2) 企業識別系統中最容易讓消費者印象深刻的是 ①企業車體 ②企業標準色 ③企業服裝 ④企業活動 。
17. (2) CIS 中的 MI 是指 ①活動識別 ②理念識別 ③視覺識別 ④服務識別 。
18. (3) 企業識別系統的正確英文名稱 ①Corporate Identification System ② Corporate Identity Innovation ③Corporate Identity System ④Corporate Image System 。
19. (2) 現代包裝於行銷活動中的地位日漸重要，因此有現代行銷要素為 5P 的說法，其中除了包裝以外，下列何項不是 4P？ ①消費者 ②價格 ③推廣 ④通路 。
20. (1) 3M 公司企業標語為「3M 創意全為您」，試問該企業標語屬於下列企業識別系統中的 ①理念識別 ( Mind Identity ) ②活動識別 ( Behavior Identity ) ③視覺識別 ( Visual Identity ) ④應用系統 。
21. (2) 設計師在規劃企業識別設計，下列何者分類是正確的？a 品牌標誌、b 員工制服、c 企業標準字體、d 企業宣傳標語、e 展示會佈置、f 企業專用信封、g 企業吉祥物、h 企業辦公大樓招牌 ①基本設計系統：b、c、e、f，應用設計系統：a、d、g、h ②基本設計系統：a、c、d、g，應用設計系統：b、e、f、h ③基本設計系統：a、b、c、f，應用設計系統：d、e、g、h ④基本設計系統：b、c、f、g，應用設計系統：a、d、e、h 。
22. (3) 下圖就「Subway」標誌的分類而言，可將此標誌稱為 ①Pictogram ② Form Mark ③Logotype ④Isotype 。



23. (1) 就標誌的分類而言，可將下圖標誌稱為 ①Pictogram ②Form Mark ③ Logotype ④Isotype 。



24. (1) 就標誌的分類而言，可將下圖標誌稱為 ①Pictogram ②Form Mark ③ Logotype ④Isotype 。



25. (4) 企業識別體系 ( CIS ) 包括三類識別，下列何者不在其內？ ①Visual Identity ( VI ) ②Mind Identity ( MI ) ③Behavior Identity ( BI ) ④Event Identity ( EI ) 。

26. (1) 商標是公司、企業、廠商或商品的標誌，在商業上具有重要的意義，其設計必須注意的特性，下列何者除外？①活動性 ②識別性 ③造形性 ④應用性。
27. (1) 有關企業識別中之文字標誌 (logotype) 設計，下列敘述何者最不適用？①為了能在不同的情況下方便使用，文字標誌應該要以幾何形設計 ②文字標誌設計時應注意規格化及尺寸的標示 ③文字標誌的造形除了切合主題外，也要注意各字間筆劃與形態的統一 ④為了能靈活排列文字標誌，在設計時避免斜體字及連體字。
28. (4) 在企業識別標準色的標示方法中，下列何者錯誤 ①色彩學數值表示法 ②印刷油墨色彩編號表示法 ③印刷演色表示法 ④網路色盤表示法。
29. (1) 下述何者是構成企業識別系統 (CIS) 的基本要素 ①Mind Identity、Behavior Identity、Visual Identity ②Main Identity、Business Identity、Varied Identity ③Management Identity、Business Identity、Visual Identity ④Mind Identity、Behavior Identity、Varied Identity。
30. (3) 運動用品公司應用該公司發展的視覺識別 (VI) 系統於各相關事務上，下列何者不屬於視覺識別的內容 ①辦公器具 ②宣傳標語 ③經營策略 ④事務用品。
31. (1) CIS 的設計是協助業者解決許多經營上的 5C 問題，請問下列何者包含在內 ①Cost-Competition-Communication-Customer-Consumerism ②Cost-Compensation-Communication-Customer-Contagiousness ③Cost-Compensation-Communication-Customary-Contagiousness ④Cost-Competition-Communication-Customary-Consumerism。
32. (2) 下列對企業形象設計統合 (design coordination) 之敘述，何者不正確 ①企業形象所牽涉到的問題很多，除了設計媒體的所有範圍及知識之外，也要檢討整個設計策略，更必須進行設計統合 ②設計統合在實際機能上與企業有密切的關係，但對地方上的文化性、美的發展不具有任何影響 ③設計統合之完成除藝術家個人外，亦需要與各領域專家們集體工作，才能提升效果 ④設計統合中最重要的工作，便是整體設計之企畫，有計畫的付諸實行，並節省不必要的浪費。
33. (3) 在企業識別系統 (CIS) 導入過程中，對於企業可能產生的效果，下列敘述何者不恰當？①可得到社會的認同與信賴，吸收優秀人才，確保生產力；亦可激勵員工士氣，改造組織氣象，力求振作、突破 ②提升企業形象與知名度，增強顧客的好感及股東的信心 ③統一各關係企業或公司各部門的設計形式，撙節製作成本，減少設計時間的浪費。但因系統性與統一性的視覺規範，導致無法提高廣告效果 ④CIS 的設計統整，使得一切走上規格化、系統化，簡化管理系統的作業流程，可縮短新人訓練、教育與適應作業的時間。
34. (1) 關於企業識別系統的標準色設計原則，下列敘述何者不正確 ①標準色限為單色，其餘均為建議色彩，並非標準色 ②依據企業或產品的屬性而設

- 定 ③設定在不同狀況下的配色運用方式 ④標示色票與表色數據作為色彩複製的標準設計群。
35. (4) 首次將國家意象放入奧林匹克運動會活動主視覺海報中，為 ①1948 年英國倫敦奧運 ②1928 年阿姆斯特丹奧運 ③1972 年德國慕尼黑奧運 ④1964 年日本東京奧運。
36. (1) 在奧林匹克運動會的運動視覺標示中，第一次將各種運動項目視覺化的是 ①1948 年的英國倫敦奧運開始 ②1964 年的日本東京奧運開始 ③1988 年的韓國漢城奧運開始 ④1960 年的義大利羅馬奧運開始。
37. (3) 以五個圓圈呈 W 形，象徵五味俱全，為味全設計 CI 的設計師是 ①村上隆 ②福田繁雄 ③大智浩 ④蘇宗雄。
38. (2) 奧林匹克運動會於何時將各項運動設計圖式化，列為例行視覺設計項目之一 ①1948 年的英國倫敦奧運開始 ②1964 年的東京奧運開始 ③1988 年的韓國漢城奧運開始 ④1936 年德國柏林奧運開始。
39. (2) 下列何者不是奧運五環的標誌意涵？①代表五大洲團結 ②象徵五種人種的運動 ③全世界的運動員以公正比賽為前提 ④世界友好的精神。
40. (4) 奧林匹克運動會五環會徽是五個互扣的圓圈，其顏色由左至右的排列順序為 ①黃藍黑紅綠 ②藍黑黃紅綠 ③綠紅藍黃黑 ④藍黃黑綠紅。
41. (1) CI 設計應用於企業的歷史，可追溯自 1907 年的 ①德國 ②英國 ③美國 ④義大利。
42. (2) 臺灣 CI 發展雛形可源於 1960~1965 年，哪位畫家為台中太陽堂設計標誌、招牌、包裝、拼貼壁畫 ①楊英風 ②顏水龍 ③李梅樹 ④楊三郎。
43. (4) 考慮促進銷售、造型美感的因素，而使開始消費產品蓬勃發展起來約於何時？①一次大戰前 ②一次大戰後 ③二次大戰期間 ④二次大戰後。
44. (2) 企業開始注意促銷手段，認為「好的設計就是好的銷售」是在何時 ①1940 年代 ②1950 年代 ③1960 年代 ④1970 年代。
45. (1) 二次大戰後，產生企業形象設計的基本條件為 ①對於自己產品形象的要求 ②對於自己產品銷售的要求 ③對於自己產品服務的要求 ④對於自己產品市場的要求。
46. (2) 歐洲大部分的商業單位開始有自己的商標最早約於何時 ①十七世紀前後 ②十八世紀前後 ③十九世紀前後 ④二十世紀前後。
47. (2) 關於商標的出現，在中國大陸現存的「白兔牌」針鋪，為何時期 ①盛唐時期 ②北宋時期 ③南宋時期 ④六朝時期。
48. (2) 目前完成最早的完整企業形象的設計師為 ①沃爾特・格羅佩斯 ②彼得・貝倫斯 ③密斯・凡德羅 ④路德維希・華德。
49. (3) 1907 年(AEG)電器工業公司的企業標誌和企業形象出現在 ①瑞士 ②英國 ③德國 ④義大利。
50. (1) 何者為現代企業形象設計系統化最早的個案 ①AEG ②IBM ③CBS ④Olivetti。

51. (4) 德國真正探索和應用企業總體形象約於何時？①一次大戰前 ②一次大戰後 ③二次大戰期間 ④二次大戰後。
52. (1) 早期與德國電器公司（AEG）相似，很早就開始樹立企業形象意識的另外一個歐美大型企業是 ①義大利的 Olivetti ②英國的 BBC ③美國的 RCA ④法國的 Michelin。
53. (1) 有關吉奧瓦尼·平托里的一個重要貢獻，是奠定了奧里維蒂公司每年向世界各國推廣的 ①企業海報的設計定位 ②企業包裝的設計定位 ③企業行銷的設計定位 ④企業服務的設計定位。
54. (3) 奧里維蒂企業形象的成功設計，刺激了主要競爭的對手為何？①美國的 Siemens ②美國的 Apple's ③美國的 IBM ④美國的 Hewlett-Packard-Wikipedia。
55. (2) 1950 年代美國廣播公司企業形象設計中，何者對美國的經濟和文化帶來巨大的改變和衝擊 ①ABS ②CBS ③NBC ④ABC。
56. (3) 1950 年代哥倫比亞廣播公司發展出新的企業形象系統，其特色為何 ①一個固定不變的形象 ②制訂標準化規範 ③確定的模式之間進行連續不斷的變化 ④務實穩健的國際主義風格。
57. (1) 1950 年代哥倫比亞廣播公司的企業標誌，從藝術的角度而言，其特質為何？①有很高的文化內涵 ②有很廣的企業服務 ③有很國際的行銷視野 ④有很新的外延意義。
58. (1) 二次大戰後初期，世界平面設計處於領先地位的國家是 ①瑞士 ②英國 ③美國 ④德國。
59. (1) 1945 年後，美國許多大型企業急速向國際市場開拓和發展，因此都著手於 ①樹立本身的企業形象 ②首重產品研發和包裝 ③創造企業的品牌價值 ④系列廣告與多角經營。
60. (1) 保羅·蘭德是何年代的美國平面設計、廣告設計關鍵人物？①1940～1950 年 ②1950～1960 年 ③1960～1970 年 ④1970～1980 年。
61. (1) 保羅·蘭德認為一個標誌要想長期立足於商業市場中，其基本形式的特徵為何 ①非常簡單的 ②繁簡不拘的 ③以文字為主的 ④以圖案為主的。
62. (1) 「國際主義平面設計風格」所有平面設計因素的特徵為 ①都在一個工整的方格網絡中排列 ②都在非對稱的方格網絡中排列 ③都以比例為主排列 ④都以間格級數為編排原則。
63. (1) 「國際主義平面設計風格」採用的字體為 ①全部是無裝飾線體 ②部份是無裝飾線體 ③全部是裝飾線體 ④部份是裝飾線體。
64. (1) 國際主義的設計思想，追求平面設計上的目的是 ①良好的視覺傳達功能 ②有效率的圖文編排 ③主題的對比或強調 ④行銷訊息的傳遞。
65. (1) 在世界各地的機場內都會看到一個圓中有(i)的標誌，是什麼意思 ①資訊服務台 ②蘋果專區 ③行李寄放區 ④網路中心。
66. (1) 交通標示設計中，紅圈白底的意義是 ①時速上限 ②禁止進入 ③警告標誌 ④出口距離。

67. (1) 對於國際交通標誌系統設計帶來最重大的衝擊和促進的國家是 ①美國  
②英國 ③德國 ④法國 。
68. (1) 1972 年德國慕尼黑夏季國際奧林匹克運動會的吉祥物為 ①狗 ②鹿 ③熊  
④馬 。
69. (2) 最早以卡通活潑造形應用到奧運會單項運動標示設計的是 ①1980 年莫  
斯科 ②1984 年洛杉磯 ③1988 年漢城 ④1992 年巴塞隆納 。
70. (3) 法國舉辦的運動會或賽事都以什麼動物為吉祥物 ①馬 ②雄獅 ③公雞 ④  
老鷹 。
71. (2) 1960 年代第一個台灣大同寶寶胸前標示的數字為 ①50 ②51 ③52 ④  
53 。
72. (2) 法國米其林輪胎人的造形靈感來自於 ①RCA 勝利牌大丹丁的故事 ②一  
堆疊腳踏車輪胎 ③公開徵選的花生人 ④麥當勞的漢堡人 。
73. (2) 奧會史上第一個官方採用吉祥物的案例為 ①1968 年法國冬季奧運 ②  
1972 年德國夏季奧運 ③1976 年加拿大夏季奧運 ④1976 年奧國冬季奧  
運 。
74. (2) 『詩・商頌』記載，中國以龍為圖騰標誌最早的時期為 ①黃帝 ②夏 ③  
商 ④周 。
75. (1) 官服補子上的傳統吉祥物以飛禽和走獸做為識別區分為 ①文官與武將  
②衙吏與職稱 ③官品與位階 ④戰功與受封 。
76. (3) 依據廣告全觀效果模式，品牌提供索取試用包之促銷手法，係屬廣告模  
式何種面向？ ①知覺 ②認知 ③行為 ④聯想 。
77. (2) 何者為建立品牌形象識別系統下，視覺識別設計所不可或缺的要素？ ①  
服務態度 ②商標 ③產品定價 ④員工訓練 。
78. (4) 下圖是「杉林溪」生態園區的標誌，就標誌設計的分類而言，此標誌為  
①Pictogram ②Isotype ③Form Mark ④Logotype 。
- 
79. (1) 針對網路購物商城、電視購物頻道推出免運費的銷售方式，稱之為 ①直  
效行銷 ②間接行銷 ③回饋行銷 ④涉入行銷 。
80. (2) 品牌視覺形象標準色為藍色，則以網頁十六進位色碼表示，下列何者符  
合品牌標準色？ ①FF0000 ②0000FF ③008B00 ④00FF00 。
81. (2) 以 200KB 至 300KB 作為數位圖像上傳限制，則下列數位圖像(BMP 檔案  
格式)之寬×高像素設定，何者符合上傳限制 ①500×300 ②300×300 ③300  
×200 ④400×350 。
82. (1) 下列何者為對內的行為識別內容？ ①工作環境 ②市場調查 ③公共關係  
④產品開發 。
83. (3) 針對不同傳播媒體與應用項目，品牌標誌採用對應的標誌設計，係為標  
誌特性之 ①識別性 ②涵蓋性 ③延伸性 ④系統性 。

84. (4) 無襯線字體 Futura 係以幾何形作為字母架構，此款字型是哪一時期之風格 ①維多利亞時期 ②後現代時期 ③美術工藝時期 ④包浩斯時期 。
85. (3) 有別於傳統品牌形象設計範疇，App 廣告行銷其主要特性為 ①即時性 ②涉入性 ③互動性 ④記憶性 。
86. (3) 品牌形象標準色彩主要訂定原則為 ①時下流行色彩 ②彩度、明度高 ③企業精神、識別度 ④服飾常用色彩 。
87. (4) 規劃設計品牌形象視覺網站，需注意事項為 ①大量使用圖像取代文字，加速網頁瀏覽速度 ②規劃不統一的導覽列，增加網頁設計趣味 ③以 flash 製作網頁並無瀏覽障礙，因目前各系統平台皆支援 flash ④網頁頁尾設計通常包含版權聲明、服務條款、連絡資訊等 。
88. (1) 使用社群媒體作為廣告媒介，且透過網路串聯增加曝光量，稱為何種行銷方式 ①病毒性行銷 ②關鍵字行銷 ③互惠鏈結 ④會員制行銷 。
89. (3) 相較傳統網頁與手機版專用網頁之介面設計，兩者之介面設計內容有何差異 ①兩者安排相同之網頁瀏覽動線 ②兩者介面使用不同之色彩模式 ③兩者頁面尺寸解析度不同 ④兩者網頁使用不同之形象標準色 。
90. (1) QR Code 提供消費者更多品牌消費資訊，其下列描述何者符合其技術特性及應用範圍？ ①QR Code 可應用於行業之存貨管理 ②QR Code 圖形目前不具有容錯能力 ③QR Code 為矩陣式三維條碼 ④QR Code 具有校正功能，最高可達 180 度讀取 。
91. (2) 品牌專賣店以統一的 VI 規劃整體店面，提升品牌形象，其手法可視為行銷組合之何種策略？ ①總體服務力 ②現場實體環境力 ③流程作業力 ④媒體傳播力 。
92. (3) 書籍封面以縱橫線條、基本形為編排設計元素；紅、黃、藍色作為視覺標準色；封面字體使用無襯線字型。則此封面設計採用的平面設計風格為 ①未來主義 ②新藝術運動風格 ③荷蘭風格派 ④立體主義 。
93. (2) 下列標誌圖形設計，何者符合維多利亞時期商標設計風格？ ①標誌圖形使用肖像圖案，並以花邊加以裝飾 ②使用單純文字設計之標誌 ③標誌設計為幾何圖形組合 ④使用動態、抽象圖形組合 。
94. (4) 以藤蔓繚曲的線條、優雅曼妙的仕女造型創作系列廣告設計，將新藝術風格應用於海報、香水、香菸等商品，被譽為商業設計之父者為 ①Henri de Toulouse-Lautrec 亨利·德·土魯斯-羅特列克 ②William Morris 威廉·莫里斯 ③John Ruskin 約翰·拉斯金 ④Alphonse Mucha 阿爾豐斯·慕夏 。
95. (3) 可口可樂的視覺形象深植人心，曲線的標誌設計，屬於哪一現代設計風格 ①構成主義 ②未來主義 ③流線型 ④裝飾藝術 。
96. (1) 桃園推動都市計畫打造桃園航空城，規劃完善 CIS 系統。依據設計形式原理，桃園航空城之標誌(如下圖)具有 ①律動性 ②圖地反轉 ③四方連

續 ④不平衡性 。



97. (3) 2013 年桃園國際機場公司揭示全新形象識別，提出品牌承諾 “用心，連接世界 Connecting the World with Heart” ，以及五大核心價值，上述形象識別系統之屬 ①行為識別 ②視覺識別 ③理念識別 ④品牌識別 。

98. (2) 下圖為桃園國際機場全新標誌設計，依據標誌造形手法分類，桃園國際機場之標誌係屬 ①字母型標誌 ②抽象型標誌 ③具象型標誌 ④數字型標誌 。



99. (2) 谷歌 Google 近期針對標誌設計進行扁平化設計，標誌設計隨著趨勢微幅調整，乃形象識別設計特性之 ①同一性 ②延展性 ③系統性 ④時代性 。

100. (2) (本題刪題)根據台中快捷巴士 BRT 形象識別系統設計，下列何者為台中 BRT 視覺識別設計項目 ①交通號誌設計 ②巴士車體外觀設計 ③路線規劃設計 ④宣傳行銷活動 。

101. (3) 美術館、公共場所等常見指示方向之箭頭，係指視覺傳達設計領域中下列何者 ①圖片 (Picture) ②圖騰 (Pattern) ③記號 (Sign) ④符號 (Symbol) 。

102. (4) (本題刪題)下列關於視覺識別設計應用之印刷描述，何者符合白墨印刷技術相關知識 ①白墨的應用通常用於白色紙張印刷 ②印製白墨的順序為先印製四色印刷後上白墨 ③白墨製作黑色版方式與局部光版製作方式相反，印製白墨處反白 ④白墨黑色版使用 K 100% 。

103. (1) 以合版印刷進行視覺識別應用設計，應注意下列何者？ ①印刷成品會有正負 10% 色差的可能性 ②合版印刷採 RGB 色彩模式 ③合版印刷會保留印刷舊版，因此分批次印刷價格更低價 ④合版印刷價格較傳統印刷低，使用合版印刷印製特別色(Pantone 色)可降低成本 。

104. (2) 依據完形心理(Gestalt)法則，以下圖例標誌設計係為何種完形視覺特性 ①近接(Proximity) ②閉合(Closure) ③相似(Similarity) ④連續(Continuity) 。



105. (3) 優良的網頁視覺設計以色彩、尺寸、樣式在顯示項目之間加入視覺對比，吸引瀏覽者注意力取得網頁平衡，此設計手法稱為 ①網頁導覽 ②流程設計 ③視覺階層 ④優化設計 。

106. (2) 印刷字體大小 12pt 以網頁瀏覽器顯示，下列何者為相同單位大小字級  
①12px ②100% ③0.75em ④14px 。
107. (4) 針對網頁色彩屬性 CSS3 推出一符合直覺的色彩表現方式，使用色相、  
彩度和明度值表示顏色，此色彩模式為 ①RGB ②HEX ③Lab ④HSL 。
108. (4) 下列何者為進行 UV 冷燙印刷應注意之設計稿件事項 ①UV 冷燙技術無  
需製作黑版 ②設計稿件內線條寬度不得低於 0.5mm 限制 ③UV 冷燙英  
文字體無字級限制 ④UV 冷燙中文字體不得小於 7pt 。
109. (2) 下列何者為正確之 UV 冷燙與磨砂印刷程序 ①進紙→四色印刷→UV 冷  
燙→UV 磨砂→成品 ②進紙→UV 冷燙→四色印刷→UV 磨砂→成品 ③進  
紙→UV 磨砂→UV 冷燙→四色印刷→成品 ④進紙→四色印刷→UV 磨砂  
→UV 冷燙→成品 。
110. (1) 針對下圖 LCY 三字樣製作局部上光，下列選項何者為圖例製作之局部上  
光黑版完稿？
- ① ② ③ ④ 。
111. (3) 當顧客尚未對產品完全了解，生產者不斷針對產品進行宣傳推廣，擴大  
銷路，此時產品進入產品生命週期哪一階段 ①成長期 ②衰退期 ③導入  
期 ④成熟期 。
112. (1) 下列何者為企業識別系統開發流程 ①市調評估→策略發展→設計執行→  
形象建立→概念發展 ②策略發展→市調評估→設計執行→形象建立→概  
念發展 ③市調評估→形象建立→策略發展→設計執行→概念發展 ④概  
念發展→策略發展→市調評估→設計執行→形象建立 。
113. (2) 優衣庫(uniqlo)品牌推出統一款式商品，陸續於臺灣各地展店販售。依據  
產業理論，此品牌屬於下列何種發展 ①群聚經濟 ②規模經濟 ③工業慣  
性 ④產業群聚 。
114. (4) 下列何者為包浩斯平面設計精神所在 ①強調自我、非理性 ②表現創作者  
心態、夢境的呈現 ③速度感、運動的線條 ④規律化、系統化、理性的  
表現 。
115. (2) 下列關於「包浩斯」時期對「色彩基礎教學」的敘述，何者正確 ①克利  
(Klee)以風格派發展視覺設計基礎 ②康丁斯基(Kandinsky)以三原色紅、  
藍、黃或黑與白的顏色組合探討色彩與形態、色彩與空間關係 ③那基  
(Nagy)運用簡潔的正方形造型，探討畫面內在造形與色彩的相互關係與  
均衡，追求形與形間，色與色間的關係 ④伊登(Itten)主張神秘色彩主  
義，以偏好直覺式創作成為包浩斯設計主流 。
116. (4) 下列何者符合通用設計？ ①僅針對特殊使用者設計無障礙空間設計，一  
般使用者不得使用 ②針對產品特性提出通用性設計 ③強調 3R 是指減量  
(Reduce)、回收(Recycle)及再生重覆使用(Rebirth) ④通用設計

具有直覺原則，不論使用者的經驗、知識、語言能力，通用設計有彈性且容易了解。

117. (1) 根據造型原理，造形依時間要素可分為 ①動態表現造形與靜態表現造形 ②純粹造形、實用造形 ③自然造形、人為造形 ④平面造形與立體造形。

118. (3) 下圖 YSL 品牌標誌為下列何者標誌設計形式 ①正負形 ②共用形 ③重疊形 ④鑲嵌形。



119. (2) 使用綠色作為品牌標準色，於色彩認知心理，代表下列何種感受 ①熱情、溫暖 ②和平、生命 ③重量感、前進感 ④神秘、高貴。

120. (123) 好的形象識別設計應具備的特性為何？ ①象徵性 ②視認性 ③時代性 ④設計師的愛好。

121. (24) 針對標示系統的設計原則，下列敘述何者符合環境的標示系統？ ①指示圖案使用繁複的裝飾圖形 ②色彩的規劃以優化標示，區別方位為要點 ③標示字體使用極細的襯線字體 ④易辨識與認知的標示內容。

122. (23) 下列選項的色彩搭配作為標示牌，何者具有警示、危險的標示作用 ①綠色與藍色 ②黃色與黑色 ③紅色與白色 ④紫色與洋紅色。

123. (234) 視覺設計中，何者為提高 APP icon 注目性的因素 ①使用血腥暴力圖像 ②利用高明度的色彩搭配 ③獨特的造型設計 ④避免使用過長的文字。

124. (234) 針對視覺網頁設計中，何者為傳遞統一性形象識別要素 ①網頁設計需創新和創意，不需遵守企業識別規範 ②將標誌設計於固定的版面位置，明顯且可辨識之處 ③網頁設計風格與平面設計文宣風格相互呼應 ④網頁設計之色彩計畫符合識別系統規範。

125. (123) 下列好的企業形象標語所具備的特點 ①記憶性 ②簡潔性 ③辨識性 ④地域性。

126. (124) 合成紙大量應用於視覺識別系統中，如海報、包裝、刊物等設計，其特點為何 ①抗水性 ②耐摺 ③防火 ④防褪色。

127. (12) 選擇合適的金、銀色墨印刷可提升平面文宣品的品牌形象與質感，針對金、銀色墨特殊的印刷要求，下列敘述何者正確 ①適用於深色色彩上，可襯托金或銀色墨光澤 ②金、銀色墨印刷的線條太細則易導致堆墨或糊版的現象 ③金、銀色墨印刷時，應置於第一道手續 ④大面積疊印色彩，可增加金銀墨的附著力。

128. (34) 在設計視覺識別系統中，網站設計與平面文宣的視覺設計內容有何差異 ①網頁中的企業標誌可自由修改調整，以配合網頁版面 ②網站與平面文宣之風格設計皆以設計人員喜好為主 ③網頁色彩模式使用 RGB，平面印

刷品使用 CMYK 色彩模式 ④網頁與平面印刷的影像圖檔解析度要求不同。

129. (24) 以文創概念設計之「人間仙境」森林生態園區之形象定位為設計命題，下列針對視覺形象識別系統表現，何者較正確 ①針對「人間仙境」之形象定位，可利用編排設計傳遞設計形象與風格 ②設計中僅重視創意，不需兼顧企業需求 ③設計無需考慮色彩計畫 ④園區之步道指標設計，須考慮環境因素和識別性。
130. (23) 下列何者具有互動式廣告的特性 ①DM 宣傳單 ②手機行動裝置 ③社群網路 ④海報。
131. (24) 針對百貨公司進行延伸設計時，下列何者屬於形象視覺識別的內容 ①產品開發 ②商業看板 ③促銷策略 ④展示指標。
132. (34) 企業導入新形象識別系統的合適時機有下述幾種 ①當公司成立時 ②已有的完整形象識別系統建置下，再重新設計形象識別 ③當出現營運危機，以形象識別提振公司競爭力 ④擴大公司經營時，讓公司有新形象識別生命。
133. (24) 下列有關形象識別系統之數位化的發展，何者正確 ①網站中智慧財產權之聲明，是針對網頁內容提出主張權利為業主所有 ②網站首頁之 Banner 設計歸屬於視覺識別設計 ③網站設計與視覺識別屬於不同系統，因此網站的色彩計畫無須考慮形象識別標準色 ④為建立統一的形象識別系統，網頁平面文宣編排採一致性設計，且不得任意調整與更改。
134. (124) 為提升企業形象和建立良好的使用性，網站設計應注意以下哪些要點 ①清楚明確的網站架構建置 ②網站內容充分展現企業文化 ③單一網站的連結資訊和圖片設計原則 ④採統一性的網頁版面設計規劃。
135. (12) 針對識別系統的設計功能，何者正確？ ①針對企業內部管理所做設計規劃 ②具建立企業經營理念與內部凝聚力 ③企業標語非屬於基本系統 ④企業吉祥物為應用系統。
136. (234) 企業形象識別系統的色彩計畫訂定原則，下列何者正確 ①個人喜好 ②形象 ③辨識 ④色相。
137. (13) 針對不同醫院特性的標示設計，在環境色彩設計應考量下列哪些要點 ①調和性 ②比例性 ③對比性 ④透視性。
138. (24) 透過 APP 推廣企業形象識別與品牌知名度，下列何者為介面設計應注意的事項？ ①色彩越多越好 ②統一的元件設計 ③應有大量的文字敘述說明 ④企業意象連結。
139. (14) 形象識別系統設計，下列設計項目中何者是正確 ①基本系統 ②包裝設計 ③櫥窗展示 ④應用系統。
140. (12) 戰爭期間軍用產品的設計，僅僅重視的是 ①使用功能性 ②安全性 ③產品造型 ④吸引力。

141. (123) 企業希望能夠長期銷售自己的產品，也希望能夠透過產品、透過平面設計，來樹立企業在顧客中的積極、正面形象，包括有 ①標誌、色彩 ②包裝、廣告 ③促銷方式 ④通路 等等一系列的系統設計。
142. (234) 德國企業形象設計師彼得·貝倫斯主要的貢獻是？ ①骨骼線的自由規範 ②有體系的設計 ③有完整的思考 ④科學化的設計規律和原則。
143. (124) 二次大戰後促使企業形象設計發展的原因是 ①為了在國際市場中推銷自己的產品 ②企業認識到新產品開發、品質和服務的控制和保證 ③用包裝提高市場銷售 ④樹立自己的企業和產品的國際形象。
144. (123) 下列有關企業識別發展的敘述何者正確 ①對於美國設計界來說，企業形象系統稱為「視覺識別系統」〈Visual Identity〉 ②英語是 Corporate Identity，簡稱 CI ③日本增加了所謂的「行為規範系統」，Behavior Identity，簡稱為 BI ④近十年來增加了 Mind Identity，簡稱 MI。
145. (124) 1947 年吉奧瓦尼·平托里為奧里維蒂公司 Olivetti 設計了新的企業標誌，採用 ①沒有大寫字母的無裝飾線體 ②沒有符號，只利用文字 ③制訂最多三個以內標準色原則 ④具有非常現代的內涵。
- olivetti**
146. (12) 有關吉奧瓦尼·平托里為奧里維蒂公司 Olivetti 做出一系列設計的描述，下列何者正確？ ①字體組成簡單白色的標誌 ②從名片、文具紙張、到企業事務用品 ③未含工廠內的機械設備、運輸車輛 ④是二次大戰期間西歐最傑出的企業形象系統。
147. (134) (本題刪題)奧里維蒂公司打字機“Elettronumma 22”的海報，其特點為 ①簡單的小方塊 ②數字方塊整齊的堆砌起來 ③亂中有序的數字內容的完整組合 ④樹立了形象：簡單、明快、現代的形象。
148. (124) 五十和六十年代奧里維蒂公司和設計師平托里的合作，強調企業特色，凸顯了哪些特點 ①高科技 ②現代化 ③藝術品味 ④活潑性與嚴肅性的協調。
149. (124) 設計師平托里畢生的努力，就是把機械與複雜的電子產業，視覺化為 ①非常簡單 ②易懂 ③局部 ④整體的 等方式表達出來。
150. (123) 1966 年美國建築設計大師艾羅·薩里寧 Eero Saarinen，1910-1961 設計了新的哥倫比亞廣播公司總部大樓，除了建築外，還包括有 ①大樓內全部的平面標誌、符號 ②電梯的按鈕、各個部位的時鐘號碼 ③指針、總部大樓內部的部門牌號和名稱、方向標誌 ④企業精神標語。
151. (123) 艾羅·薩里寧〈Eero Saarinen，1910-1961〉的識別設計中，高度重視 ①設計中藝術性和功能性的關係 ②講究藝術與感性的視覺語言 ③室內標示設計必須得到消防隊和市政建築檢查委員會核准 ④完整的無障礙與導盲標示設計。
152. (123) 瑞士化工 CIBA 以生產化學染料為主，為一個規模很大的國際集團公司，出版的所有企業宣傳資料設計表現的特色為 ①標準化的 ②四方形的格式 ③考慮經濟成本 ④活潑與自由的企業印象。

153. (124) 佛格曼於 1950 年代提出〈企業形象系統〉設計應該實踐的特點為 ①整體性 ②統一性 ③變化性 ④完整性 。
154. (123) 佛格曼對於 CIBA 企業形象有非常嚴格的要求，他指出廣告應該那些功能 ①基本內容的傳達功能 ②產品內容準確地傳達給顧客 ③促銷功能 ④凝聚企業內部向心力 。
155. (234) 1950 年下半期，IBM 公司在企業識別設計上主張的重點為何 ①應以追求單一目標為主 ②應追求形象長期的持續性、延續性 ③經常改變設計主題，將影響企業形象的樹立 ④持續性和延續性本身就是形象 。
156. (124) 保羅·蘭德執行嚴格的設計規範，主要因為 ①提供創造自由發展的空間 ②設計人員可自由發展，但必須遵循設計的大原則和規範 ③提高印刷與相關應用的再現性 ④容易達到統一中的變化程度 。
157. (123) 下列何者為美國保羅·蘭德企業識別設計大師作品 ①IBM 個人電腦 ②ABC 美國廣播 ③UPS 美國優比速國際 ④GE 美國奇異 。
158. (123) 契瑪耶夫·蓋斯瑪設計公司完成大型企業形象超過一百個，包括 ①「美國電影學院」標誌 ②「時代華納」公司標誌 ③美國 NBC「全國電視公司」 ④「洛克希德」航空 。
159. (123) 「國際主義平面設計風格」，講究非對稱前提下的 ①統一性 ②功能性 ③合理性 ④系列性 。
160. (123) 公共交通標誌系統設計(Transportation Signage Symbols)的設計強調的要點為 ①能夠為各個國家的乘客了解 ②圖形必須簡單 ③圖形準確易懂 ④圖形美觀 。
161. (12) 國際機場內的標示中常含有兩個人形圖案的是 ①電梯 ②洗手間 ③服務台 ④海關 。
162. (124) 曾經被台灣運動賽事採用過的吉祥物為 ①猴 ②小浣熊 ③貓頭鷹 ④雲豹 。
163. (234) 採用老鷹做為國家吉祥物的有 ①英國 ②美國 ③德國 ④義大利 。
164. (124) 以大象為吉祥物的地區有 ①泰國 ②印度 ③印尼 ④丹麥 。
165. (123) 汽機車產業的標誌或標示圖案中採用老鷹翅膀的品牌有 ①哈雷機車 ②奧斯丁汽車 ③奧斯頓馬丁汽車 ④蘭吉雅汽車 。
166. (12) 有關中國吉祥圖案的描述下列何者正確 ①源於商周 ②始於秦 ③盛於唐宋 ④衰於清末 。
167. (124) 1970 年代後，美國維格涅里設計事務所豐富了國際主義字體風格，採用字體的範圍擴大到？ ①波地尼體 ②世紀體 ③包浩斯體 ④時報羅馬體 。
168. (12) 有關便利商店販賣咖啡的「標語」敘述，下列何者正確 ①統一便利商店 7-11 咖啡標語是「在城市 探索城市」 ②全家便利商店咖啡標語是「你想說的話 都在 Let's cof'e」 ③萊爾富便利商店咖啡標語是「來來來 來買就對了」 ④OK 便利商店咖啡標語是「OK 喝咖啡 讓您都 OK」 。
169. (124) 有關品牌廣告流行語，下列何者正確 ①悅氏－礦泉水的標語是「悅氏簡單 悅氏不簡單」 ②中華電信－009 國際電話標語是「每一句話 都是思

念」③統一—鮮採番茄的標語是「沒有人魚線 也要顧好您的攝護腺」  
④黑松-沙士的標語是「不放手 直到夢想到手」。

170. (14) 經濟部工業局輔導臺灣觀光工廠設立，下列優良觀光工場所在地何者正確  
①台灣金屬創意館—臺南 ②手信坊創意和菓子文化館觀光工廠—桃園  
③台灣氣球博物館—臺東 ④金車威士忌酒廠—宜蘭。

171. (13) 有關便利商店標誌「標準色」敘述，下列何者正確 ①統一便利商店是 M100Y100、C100Y100、M60Y100 ②全家便利商店是 C100Y100、C100  
③萊爾富便利商店是 M100Y100 ④OK 便利商店是 M60Y100。

172. (234) 企業標誌的造形，以「企業、品牌字首與圖像為題材」的標誌，下列何者正確 ① ② ③ ④



173. (123) (本題刪題)下列標誌設計何者符合漸變的形式原理 ①



Garuda Indonesia

②



SWAROVSKI

③



CISCO™

④



GIVENCHY

174. (14) 依據標誌設計形式分類，下列選項何者係為相同標誌設計形式

①



LOUIS VUITTON

②



③



④

⑤



CARTOON NETWORK

175. (12) 形象識別系統開發前，針對企業的訪談其重點為下列何者 ①產業願景  
②經營方針 ③競爭對手 ④消費者認知。

176. (123) 企業形象在色彩計畫方面，下列何者以紅色為主？ ①可口可樂 ②麥當勞  
③樂高玩具 ④DHL。

177. (123) (本題刪題)企業形象在色彩計畫方面，下列何者以藍色為主 ①IBM ②  
Windows ③通用汽車 ④Apple。

178. (234) 以吉祥物做為標誌的企業為下列何者？ ①麥當勞 ②米其林 ③綠巨人 ④  
佳樂氏。

179. (134) 形象識別概念發展階段針對消費者意象認知調查表中，基本資料通常包含哪些項目 ①性別、年齡 ②居住地區、美學知識 ③職業、收入 ④使用習慣與頻率 。
180. (123) 標誌創意思考時，常見的意象、形式的構面為下列何者 ①現代-傳統 ②具象-抽象 ③圖形-文字 ④暖的-涼的 。
181. (123) 識別手冊包含下列何者 ①目錄、序言 ②基本與應用系統 ③頁面版型規劃 ④數位完稿光碟 。
182. (123) 宅配產業在貨運方面的應用設計，主要包含了下列哪些項目 ①各式車體外觀 ②貨運人員服裝 ③運輸包裝 ④通信器材 。
183. (12) 形象識別的基本系統中，所謂的「排式」規範分為下列何者 ①標準排式 ②誤例排式 ③比例排式 ④媒體排式 。
184. (123) 形象識別的基本系統中，色彩規範分為下列何者 ①CMYK 標示 ②色票標示 ③特別色標示 ④製版標示 。
185. (123) 識別手冊中有關標誌規範，通常包含下列何者 ①全彩圖稿 ②黑白完稿 ③最小再現的圖稿 ④卡典西德裁切圖稿 。
186. (124) 形象識別基本系統中的輔助圖形其功能為下列何者 ①補足標誌傳達上的不足 ②強化識別印象 ③成為第二個標誌 ④成為視覺設計的底紋 。
187. (123) 夏季奧運會吉祥物造形可分為 ①標準造形 ②單項造形 ③應用造形 ④商品造形 。
188. (12) 形象識別系統的字型規範，主要包含下列何者？ ①中文字型 ②英文字型 ③羅馬拼音字型 ④特殊字型 。
189. (123) 識別手冊中在編排時採用 Grid 格律，可提升下列何者 ①美觀性 ②統一性 ③閱讀性 ④合理性 。