

附件三 競賽 PPT 範本

中臺科技大學行銷管理系-【五五好樣·創齡無限】耆老林五五後精采劇團暨 青銀共學 x Gemini AI標誌LOGO暨標語SLOGAN設計競賽

新鮮人專題「Freshman Project」計畫

組員：蘇佳敏、張馨云

耆老林五五後精采劇團 LOGO+SLOGAN設計作品介紹



璀璨聚光燈版（主打：舞台活力與記憶重組）

- 顏色配置：活力亮橘（代表55歲後的热情與朝氣）X極光高貴紫（失智症國際關懷色）X閃耀金黃（舞台聚光燈）。
- LOGO 視覺構想：主體是一個正圓形的「舞台聚光燈」光圈。光圈內部由幾塊像拼圖、又像彩色玻璃的幾何色塊拼湊出數字「55」的字樣。在「55」的右上方，延伸出一個微微揚起的幕布（編織線條），象徵無論記憶如何像拼圖般散落，只要大幕拉開，舞台上的長者就是最耀眼的明星。
- SLOGAN（口號）：「記憶會留白，舞台我喝采！五五後的精采，由我粉墨登場！」英文：Memory fades, but the stage shines brighter!

耆老林五五後精采劇團STP客群+TOWS分析

一、STP 行銷策略分析

1. 市場區隔 (Segmentation)

LOGO 的標語及設計符號將市場依以下維度進行了精準切換：

- 年齡維度：以大字樣「55」切入 55 歲以上至高齡銀髮族群。
- 身心健康狀態：鎖定可能面臨「記憶留白（記憶退化/失智傾向）」風險或已退休想重拾腦力激盪的長者。
- 心理與生活型態：區隔出不甘於傳統被動式被照顧、渴望挑戰自我（由我粉墨登場）、具有豐富人生故事（拼圖象徵）的活躍老化族群。

2. 目標市場 (Targeting)

• 核心受眾（團員）：55 歲以上，追求社會參與、自我實現，並期待透過藝術表演延緩身心老化的退休人士。

• 合作與倡議對象（B2B/B2G）：臺中市政府等政府社福單位、幼兒園（如 LOGO 提及的跨世代生命教育）、以及失智症防護公益團體。

3. 市場定位 (Positioning)

• 「人生第三幕的榮耀舞台」：這不只是一個休閒社團，而是一個能夠「由我粉墨登場」的專業、具備尊嚴的長青藝術共創平台。它將失智、老化的社會痛點（記憶留白），轉化為文藝、具生命渲染力的正向亮點。

