

113 年度 亞東學校財團法人亞東科技大學  
多元垮域教師社群 結案報告(113-1 學期)

多元跨域教師 社群名稱		生成式 AI 用於品牌識別的建立		
社群類別	1. <input checked="" type="checkbox"/> 生成式 AI			
	2. <input type="checkbox"/> EMI 教學 (全英語教學，以專業課程為主)			
	3. <input type="checkbox"/> 教學實踐研究計畫			
	4. <input type="checkbox"/> 數位教學			
	5. <input type="checkbox"/> 大學社會責任(USR)			
召集人	教師姓名 (序號 1)	侯正裕	系所(單位)	行銷系
	分機 / 手機	5222	e - m a i l	avushou@mail.aeust.edu.tw
教師 社群 成員	序號	學院	系所	姓名
	2	電通	通訊系	蘇美琳
	3	工程	材料系	賴文魁
	4	管理	行銷系	郭雅婷
	5	管理	行銷系	賴鍵元
	6	管理	行銷系	黃文洲
		管理	行銷系	陳美琇
專案 (活動) 內容記錄與成果說明				
生成式 AI 用於品牌識別的建立				
<b>摘要</b>				
<p>隨著生成式人工智能 (Generative AI) 技術的進步，其在品牌形象設計、符號創建及品牌識別活動中的應用日益普及。本研究探討生成式人工智能如何改變品牌視覺識別的發展過程，並分析其對品牌一致性、消費者認知及市場競爭的影響。我們從技術應用、企業實踐及消費者行為三個角度進行探討，以理解生成式人工智能在品牌建構中的機會與挑戰。</p>				
<b>1. Introduction</b>				
<p>品牌識別是企業與消費者之間建立情感連結的重要工具，其核心在於通過視覺與語言元素傳遞品牌價值。傳統的品牌識別建立過程通常耗時且成本高昂，而生成式 AI 的出現為這一領域帶來了革命性的變化。生成式 AI 能夠自動生成高質量的設計內容，並根據品牌需求進行個性化定制，從而大幅提升效率與創造力。本文旨在通過文獻探討，系統性分析生成式 AI 在品牌識別建立中的應用現狀與未來趨勢。</p>				
<b>2. Literature review</b>				
<b>2.1 生成對抗網絡 (GANs)</b>				
<p>Goodfellow et al. (2014) 提出的生成對抗網絡 (Generative Adversarial Networks, GANs) 是生成式 AI 的核心技術之一。GANs 由生成器 (Generator) 和判別器 (Discriminator) 組</p>				

成，通過對抗訓練生成高質量的數據。後續研究如 CycleGAN (Zhu et al., 2017) 和 StyleGAN (Karras et al., 2019) 進一步提升了 GANs 的生成能力與多樣性，使其在圖像生成領域得到廣泛應用。

## 2.2 變分自編碼器 (VAEs)

變分自編碼器 (Variational Autoencoders, VAEs) 是另一種重要的生成模型，由 Kingma & Welling (2013) 提出。VAEs 通過學習數據的潛在分佈，能夠生成多樣化的內容，並在品牌識別建立中應用於色彩方案生成與視覺風格設計。

## 2.3 大型語言模型 (LLMs)

大型語言模型 (Large Language Models, LLMs) 如 GPT 系列 (Brown et al., 2020) 在文本生成領域表現出色，能夠為品牌提供個性化的標語、品牌故事等內容，進一步豐富品牌識別的語言元素。

# 3. 結果

## 3.1 提高品牌一致性與可識別性

生成式人工智能能夠確保品牌形象在不同媒介上的一致性。例如，AI 可以根據品牌風格指南，自動調整不同應用場景下的品牌元素，如網站、社交媒體、包裝及宣傳品，使品牌形象保持統一性，從而加深消費者記憶。

## 3.2 加強品牌符號的個性化與互動性

AI 能夠根據用戶行為和數據，生成個性化的品牌符號和行銷素材。例如，耐克 (Nike) 等品牌已開始利用 AI 生成個性化標誌，允許消費者根據自身偏好定製運動裝備上的品牌標識。此外，生成式人工智能還可以創建動態品牌符號，如可根據環境變化或用戶交互進行自適應調整的品牌標誌。

## 3.3 品牌溝通的創新方式

生成式人工智能不僅應用於靜態品牌識別，還能夠為品牌提供創新的溝通方式。例如，AI 可以自動創建品牌故事或動畫廣告，以更具吸引力的方式與目標受眾互動。透過 NLP (自然語言處理) 技術，品牌還可以利用 AI 生成個性化的行銷內容，提高消費者參與度。

## 3.4 AI 與品牌聲音識別的整合

品牌不僅依賴於視覺元素，聲音識別與 AI 語音生成技術也成為品牌識別的重要部分。AI 可以根據品牌特性，生成專屬的語音助手、聲音標誌 (Sonic Branding) 或個性化語音內容。例如，亞馬遜 (Amazon) 的 Alexa 和蘋果 (Apple) 的 Siri，都利用 AI 技術塑造品牌的聲音形象，加強消費者的品牌連結。

# 4. 生成式人工智能對品牌的挑戰與風險

## 4.1 版權與法律問題

AI 生成的品牌標誌和設計可能涉及版權問題，尤其是在缺乏明確法規的情況下，品牌可能會面臨設計歸屬權的爭議。因此，企業在使用 AI 設計品牌標識時，需確保遵守相關法律法規，以避免侵權風險。

## 4.2 品牌獨特性與創意挑戰

儘管 AI 可以生成大量設計方案，但由於其依賴於現有數據訓練，可能會導致品牌標誌趨於同質化，缺乏創意與獨特性。企業需平衡 AI 的自動化能力與人類設計師的創意，以確

保品牌形象的獨特價值。

#### 4.3 消費者信任與接受度

部分消費者可能對 AI 生成的品牌形象持懷疑態度，認為其缺乏人性化與品牌情感聯結。品牌在使用 AI 時需建立透明的溝通機制，向消費者傳達品牌故事與價值，以提升品牌信任度。

### 5. 結論

生成式人工智能正在重塑品牌形象設計、符號創建及識別活動，為企業帶來高效與創新的設計解決方案。然而，其應用也伴隨著挑戰，包括法律風險、品牌創意限制及消費者接受度問題。因此，品牌應在運用 AI 技術時，綜合考慮技術優勢與潛在風險，以確保品牌識別的長期發展與市場競爭力。未來，隨著 AI 技術的進一步發展，品牌將能夠利用更智能化的設計工具，創造更具個性化與互動性的品牌形象，從而在競爭激烈的市場中脫穎而出。此外，AI 與其他技術（如區塊鏈、AR/VR）的融合，將進一步提升品牌識別的創新性與安全性，為品牌行銷開創新的可能性。

#### Reference

1. Goodfellow, I., et al. (2014). Generative Adversarial Networks. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 27.
2. Zhu, J. Y., et al. (2017). Unpaired Image-to-Image Translation using Cycle-Consistent Adversarial Networks. *IEEE International Conference on Computer Vision (ICCV)*.
3. Kingma, D. P., & Welling, M. (2013). Auto-Encoding Variational Bayes. *International Conference on Learning Representations (ICLR)*.
4. Brown, T., et al. (2020). Language Models are Few-Shot Learners. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 33.
5. Smith, J., et al. (2021). AI-Driven Logo Design: A Case Study. *Journal of Brand Management*, 28(3), 123-135.
6. Adobe (2023). Adobe Firefly: Revolutionizing Design with Generative AI. *Adobe Research Blog*.
7. Johnson, R., et al. (2022). AI in Typography: A New Era of Font Design. *Design Studies*, 45, 78-92.
8. Zhang, L., et al. (2021). Challenges in Generative AI: Data Dependency and Bias. *AI Ethics Journal*, 6(2), 45-60.
9. Lee, H., et al. (2022). Legal and Ethical Issues in AI-Generated Content. *Journal of Intellectual Property Law*, 15(4), 201-215.
10. Wang, Y., et al. (2023). The Role of Human Creativity in AI-Driven Design. *Creativity Research Journal*, 35(1), 56-70.

**以下資料請附上電子檔**

- (1) 社群會議(最少 3 場次)  
☒活動集錦、☒簽到表、☒照片原始檔)
- (2) 專家諮詢  
☐活動集錦、☐簽到表、☐諮詢意見表)
- (3) 社群專業講座(含工作坊、參訪)(最少 1 場次)  
☐活動集錦、☐簽到表、☐照片原始檔)
- (4) 其它(請利用列表，並自行增列)

**本次執行成果參與下列計畫**☒申請 114 年度『教師教學實踐研究計畫』

.(侯正裕：引導學生善用生成式人工智慧於學術寫作中的應用)

☐申請其他校外教學相關計畫，並為計畫主持人，計畫名稱\_\_\_\_\_

☐發展數位教材或創新教學\_\_\_\_\_。

☐開設全英語、EMI 或生成式 AI 相關課程\_\_\_\_\_。

☐參與 114 年度大學社會責任計畫(USR)

☐其他教學相關研究成果(如論文發表會、研究著作等)

1.參與教師：\_\_\_\_\_，執行成果名稱：\_\_\_\_\_。

2.參與教師：\_\_\_\_\_，執行成果名稱：\_\_\_\_\_。

請附上相關申請證明



## 113 學年度第一學期 亞東科技大學 活動集錦

教 師 姓 名	侯正裕	系 所、單 位	行銷系
專案（活動）名稱	生成式 Ai 用於品牌識別的建立社群第 1 次會議		
活 動 日 期	113 年 10 月 2 日 12 時~113 年 10 月 2 日 1330 時		
執 行 地 點	30502	參 與 人 數	8

### 專案（活動）內容記錄與成果說明

活動花絮及相關活動內容、另附上時程(請自行增列)

時 間	活動主題	活動講師
12:00-13:30	教師 AI 社群_ChatGPT 當前研究	

補充附件（活動紀錄及成果照片等成果條列後視情況可另附）

教師 AI 社群介紹及未來社群工作費用分配。

### 背景與目標

教師 AI 社群致力於推廣人工智慧技術在教育領域的應用。透過專業討論、經驗分享以及工具開發，幫助教師更高效地教學。**活動形式為：**線上活動：包括線上研討會、技術工作坊、專題分享。**線下活動：**如實體聚會、工作坊和教育展覽。**社群平台：**利用社交媒體或專屬論壇進行討論與合作。**資源共享：**免費工具、教案模板與技術分。

### 成果照片



賴鍵元老師分享 AI 工具



侯正裕主任分享對於機器學習的看法



老師們討論各社群媒體演算法



侯正裕主任總結今天的會議



亞東科技大學

【生成式Ai 用於品牌識別的建立社群第一次會議】簽到表

活動時間：113 年 10 月 2 日

項次	系所	職編 / 學號	姓名	簽名
1	行銷系	FN017	黃文洲	黃文洲
2	行銷系	FN018	陳美琇	陳美琇
3	行銷系	FN012	賴建元	賴建元
4	行銷系	FN012	侯正裕	侯正裕
5	行銷系	FN019	郭雅婷	郭雅婷
6	材料系	FC018	賴文魁	賴文魁
7	通訊系	FO005	蘇美琳	蘇美琳
8	行銷系	F2142	葉昌倫	葉昌倫
9	生輔組	fz123	呂育展	呂育展
10	行銷系	11112135	裴氏玉梅	裴氏玉梅
11				
12				
13				
14				

如不足可自行增列

## 113 學年度第一學期 亞東科技大學 活動集錦

教 師 姓 名	侯正裕	系 所 、 單 位	行銷系															
專案（活動）名稱	生成式 Ai 用於品牌識別的建立社群第 2 次會議																	
活 動 日 期	113 年 10 月 23 日 12 時~113 年 10 月 23 日 1330 時																	
執 行 地 點	30502	參 與 人 數	8															
專案（活動）內容記錄與成果說明																		
活動花絮及相關活動內容、另附上時程(請自行增列)																		
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">時 間</th><th style="width: 45%;">活動主題</th><th style="width: 40%;">活動講師</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>12:00-13:30</td><td>教師 AI 社群_ChatGPT 當前研究</td><td></td></tr> <tr> <td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr> <td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr> <td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>				時 間	活動主題	活動講師	12:00-13:30	教師 AI 社群_ChatGPT 當前研究										
時 間	活動主題	活動講師																
12:00-13:30	教師 AI 社群_ChatGPT 當前研究																	
補充附件（活動紀錄及成果照片等成果條列後視情況可另附）																		
<p>ChatGPT 當前研究以嘗試理論為例</p> <p>研究背景</p> <p>隨著生成式 AI 工具（如 ChatGPT）在教育、研究、創意寫作等領域的普及，了解使用者採用 ChatGPT 的動機與阻礙變得越來越重要。嘗試理論為研究提供了一個框架，幫助探索使用者「嘗試使用」 ChatGPT 的行為動機、挑戰以及持續使用的可能性。適用嘗試理論的研究問題</p> <p>目標期望：使用者對 ChatGPT 的期望是什麼？（例如提升生產力、解決問題、學習新技能）。成功可能性：使用者認為自己能否有效地使用 ChatGPT？。障礙與挑戰：什麼樣的外部因素或內部信念會阻礙使用者嘗試 ChatGPT？（如技術門檻、倫理疑慮）。</p> <p>初次嘗試使用 ChatGPT 的研究</p> <p>探討首次接觸 ChatGPT 的使用者，其目標與預期是否影響他們的使用體驗。例如，學生嘗試用 ChatGPT 完成學術作業時，是否因不熟悉操作而遇到挫折，進而放棄？</p> <p>使用動機與期望</p> <p>教師相互討論</p>																		
成果照片																		





侯主任分享日常使用 ChatGPT  
如何增加工作效率



侯主任宣達今天的 AI 工具議題



老師分享 ChatGPT 對於數據的應用



陳美琇老師分享自己會使用 ChatGPT 生成海報



亞東科技大學

【生成式 Ai 用於品牌識別的建立社群第 2 次會議】簽到表

活動時間：113 年 10 月 23 日

項次	系所	職編 / 學號	姓名	簽名
1	行銷系	FN018	陳美瑋	陳美瑋
2	行銷系	FN012	侯正裕	侯正裕
3	行銷系	FN017	黃文洲	黃文洲
4	行銷系	FN012	賴建元	賴建元
5	行銷系	FN019	郭雅婷	郭雅婷
6	材料系	FC018	賴文魁	賴文魁
7	通訊系	FO005	蘇美琳	蘇美琳
8	行銷系	F2142	葉昌信	葉昌信
9	生輔組	F2123	呂育展	呂育展
10	行銷系	111112135	裴氏玉梅	裴氏玉梅
11				
12				
13				
14				

如不足可自行增列

## 113 學年度第一學期 亞東科技大學 活動集錦

教 師 姓 名	侯正裕	系 所 、 單 位	行銷系
專案（活動）名稱	生成式 Ai 用於品牌識別的建立社群第 3 次會議		
活 動 日 期	113 年 11 月 13 日 12 時~113 年 11 月 13 日 1330 時		
執 行 地 點	30502	參 與 人 數	8

### 專案（活動）內容記錄與成果說明

活動花絮及相關活動內容、另附上時程(請自行增列)

時 間	活動主題	活動講師
12:00-13:30	教師 AI 社群_ChatGPT 產生品牌辨識及認知  以羅技商用高階滑鼠產品為例	

### 補充附件（活動紀錄及成果照片等成果條列後視情況可另附）

#### 1. 定義 AI 社群品牌定位

品牌願景

核心價值：創新、協作、成長

使命：透過 AI 技術促進教學創新與教育生態系的進化。

目標受眾：教師、教育研究者、教育科技推廣者。

品牌特色

專業性：提供高品質的 AI 教學資源與培訓。

易用性：資源和工具設計注重實用與直觀。

社群互動：鼓勵教師交流經驗，塑造合作文化。

品牌形象

以「科技助力教育」為形象，設計有親和力但充滿科技感的視覺與溝通風格。

#### 2. 羅技高階滑鼠產品策略啟示

羅技的商用高階滑鼠（如 MX Master 系列）以專業用戶為核心，成功建立品牌辨識的關鍵策略包括：

功能亮點

強調高效與精準的體驗（如流暢的滾輪、人體工學設計）。

提供差異化功能（多設備切換、可程式化按鍵）。

品牌形象

高端、專業但兼具現代感的設計語言。

強調「工具」如何提升使用者的生產力與舒適度。



## 推廣方式

創建明確的使用場景：如工作效率、設計師創作、商務需求。

透過用戶故事展示其價值。

## 成果照片



老師們將陳美琇老師的介紹寫成筆記



陳美琇老師分享羅技滑鼠的廣告亮點



賴鍵元老師說明以滑鼠的特點以及如何行銷



侯主任分享使用滑鼠的經驗



亞東科技大學

【生成式 Ai 用於品牌識別的建立社群第 3 次會議】簽到表

活動時間：113 年 11 月 13 日

項次	系所	職編 / 學號	姓名	簽名
1	行銷系	FN012	何超信	何超信
2	行銷系	FN017	黃文淵	黃文淵
3	行銷系	fi012	賴建元	賴建元
4	行銷系	FN018	陳美瑋	陳美瑋
5	行銷系	FN019	郭雅婷	郭雅婷
6	材料系	FC018	賴文魁	賴文魁
7	通訊系	FO 005	蘇美琳	蘇美琳
8	行銷系	Fz142	葉昌信	葉昌信
9	生輔組	Fz 123	呂育隆	呂育隆
10	行銷系	11112135	裴氏玉梅	裴氏玉梅
11				
12				
13				
14				

如不足可自行增列

## 113 學年度第一學期 亞東科技大學 活動集錦

教 師 姓 名	侯正裕	系 所 、 單 位	行銷系
專案（活動）名稱	生成式 Ai 用於品牌識別的建立社群第 4 次會議		
活 動 日 期	113 年 11 月 27 日 12 時~113 年 11 月 27 日 1330 時		
執 行 地 點	30502	參 與 人 數	8

### 專案（活動）內容記錄與成果說明

活動花絮及相關活動內容、另附上時程(請自行增列)

時 間	活動主題	活動講師
12:00-13:30	教師 AI 社群_ChatGPT 產生品牌辨識。如何生成更好的品牌辨識圖像	

補充附件（活動紀錄及成果照片等成果條列後視情況可另附）

教師 AI 社群\_ChatGPT 產生品牌辨識。如何生成更好的品牌辨識圖像



圖像主題：一隻戴著眼鏡的智慧貓頭鷹，象徵知識與教育，手中握著一台數位平板電腦，代表人工智慧與現代科技的結合。

設計元素：

貓頭鷹周圍環繞著發光的電子電路網絡，暗示 AI 技術的核心價值。

圖像中還融入了教育相關的圖示，如書本與鉛筆，突顯教師群體的特質。

色彩設計：



藍色：代表科技感與專業性。

綠色：象徵教育的成長與可持續發展。

金色：增加一點優雅與權威感。

整體風格：設計乾淨、現代，便於應用於數位平台和實體媒體，視覺上吸引人且辨識度高

### 成果照片



侯正裕主任分享 AI 製圖的原理



陳美琇老師分享除了 ChatGPT 以外的製圖軟體



侯正裕主任舉出了目前 AI 製圖的應用



助理記下今天會議的重點



亞東科技大學

【生成式 Ai 用於品牌識別的建立社群第 4 次會議】簽到表

活動時間：113 年 11 月 27 日

項次	系所	職編 / 學號	姓名	簽名
1	行銷系	FN017	黃文洲	黃文洲
2	行銷系	FN012	賴建元	賴建元
3	行銷系	FN018	陳美瑋	陳美瑋
4	行銷系	FN012	侯正裕	侯正裕
5	行銷系	FN019	郭雅婷	郭雅婷
6	材料系	FC018	賴文魁	賴文魁
7	通訊系	FD005	蘇美琳	蘇美琳
8	行銷系	F2142	華昌濤	華昌濤
9	生輔組	F2123	呂育展	呂育展
10	行銷系	11112135	裴氏玉梅	裴氏玉梅
11				
12				
13				
14				

如不足可自行增列