

食物品牌

全球创意食物品牌塑造
与形象设计

沈 婷 编著



三度
THREE

食物品牌

全球创意食物品牌塑造
与形象设计

沈 婷 编著



北京出版集团公司
北京美术摄影出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

食物品牌：全球创意食物品牌塑造与形象设计 / 沈
婷编著. — 北京：北京美术摄影出版社，2017.5

ISBN 978-7-5592-0013-6

I. ①食… II. ①沈… III. ①食品—商业品牌—产品
形象—设计IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第 090210 号

责任编辑 董维东
执行编辑 杨 洁
责任印制 彭军芳

食物品牌

全球创意食物品牌塑造与形象设计

SHIWU PINPAI

沈 婷 编著

出 版 北京出版集团公司
北京美术摄影出版社
地 址 北京北三环中路6号
邮 编 100120
网 址 www.bph.com.cn
总 发 行 北京出版集团公司
发 行 京版北美（北京）文化艺术传媒有限公司
经 销 新华书店
印 刷 北京汇瑞嘉合文化发展有限公司
版 印 次 2017年5月第1版第1次印刷
开 本 787毫米×1092毫米 1/16
印 张 14
字 数 100千字
书 号 ISBN 978-7-5592-0013-6
定 价 99.00元

如有印装质量问题，由本社负责调换
质量监督电话 010-58572393

版权所有 侵权必究

• 序言 Preface

你可记得，最近一次因为产品的包装精美而忍不住掏腰包是什么时候？是盒子的设计，包装袋的颜色，抑或是那好看的蝴蝶结，吸引了你？

我们欣赏、渴望有创意的包装。这样的包装设计绝非仅仅满足于保护、储存、展示产品等基本功能，而是要让客户从包装出发，去了解一个偌大的品牌故事：通过这些真实存在、可触摸、可感知的包装，消费者可以把它带走，然后跟家人朋友分享这些故事。产品包装彰显出设计师独特的审美，倘若设计够出色，这个包装本身就是一件精美的“产品”。

谈及食品包装设计，每位设计师必须谙熟以下几个基本要素。首先，包装的造型、材料务必能衬托产品，传达产品“是什么”的同时，还要让顾客“不得不买”。这需要设计师妥善处理生产和加工之间的关系，在不动声色地宣传商品质量及价格优势之余，提升商品价值。其次，想打造一款既能吸引顾客，又能激起其购买欲望的产品，设计师要平衡“设计感”和“实用性”二者之间的关系。假如一款产品的包装设计本来就极具噱头，且这款产品又十分实用，试问顾客怎么可能不买账，不为此创意设计点赞，从而成为回头客呢？

因此，包装设计师要懂得取舍功能性与信息传达性；更重要的是，包装是否能让人产生购买欲：这款包装能否让顾客产生购买、分享乃至为这款产品宣传的欲望？顾客是否迫不及待想要拆掉包装，一探究竟？

在设计师眼中，最成功的包装设计不仅对品牌宣传有利，还能满足人的需求，直指顾客深层次的渴望。如今的品牌远不止在零售货架上展示、销售，还通过各种数字媒介和网络平台面向大众，因此包装很可能是一个品牌设计中唯一一项能兼顾消费者心理和生理需求的营销手法。

当下，包装漂亮与否决定着一个食物品牌的成败，其地位空前重要。如今，各类社交媒体风行，产品的包装通常会吸引人们拍照分享，比如 Instagram 上的静物美拍；反观产品本身，倒似乎沦为了照片的配角。如此一来，上镜的包装尤为重要，因为我们在社交媒体上所展示的，诸如我们的居所、生活方式、生活用品等，就是在向别人展现自我和价值观。我们在有意无意间，日渐习惯以这种方式，即通过一件件体现生活品位的设计为自己“贴标签”，塑造自己的美好形象。所以，那些常常“做客”我们厨房的包装纸、盒子、瓶罐，连同产品本身，道尽所有我们意欲分享的想法。如果碰巧某位网络达人分享了一些标榜自己生活品位的产品，那这款产品无疑会大热，它的包装设计也就达到了营销目的。

一直以来，我们致力设计出令顾客渴望拥有并且带回家的包装。我们秉承威廉·莫里斯（William Morris）的信条，从不让居家场所出现“不知有何用、又不觉得好看”的物品，“宁缺毋滥”是我们坚持的原则。我们力求创造出消费者可以将其视为艺术品的作品，可以供他们放置于厨房或家里其他角落点缀居室。比方说，这个橄榄油瓶放在一把漂亮的小刀旁边，油瓶就成了装点厨房的小玩意儿；又或者那个巧克力盒子，吃完里边的糖果后，盒子就摇身变成精致的储物盒，用以珍藏私人纪念品。这两个例子都说明，食物包装（设计）马虎不得，应该要如同它所包裹的产品一样，散发着独一无二的气质。

本书不仅装帧美观，内容更是丰富翔实。设计师把智慧与审美发挥到极致，展现了各种奇思妙想，向广大读者展示了如何运用包装实现保护、储存产品之余，同时做到美观诱人。本书集聚了全球食物品牌设计的创作灵感，毫不夸张地说，它可以媲美一家琳琅满目的大型超市。

菲比·加拉斯福德（Phoebe Glasfurd）

加拉斯福德 + 沃尔克工作室（Glasfurd + Walker）

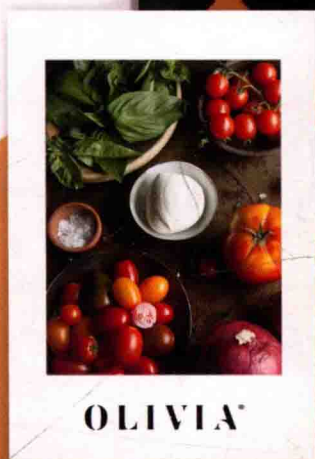
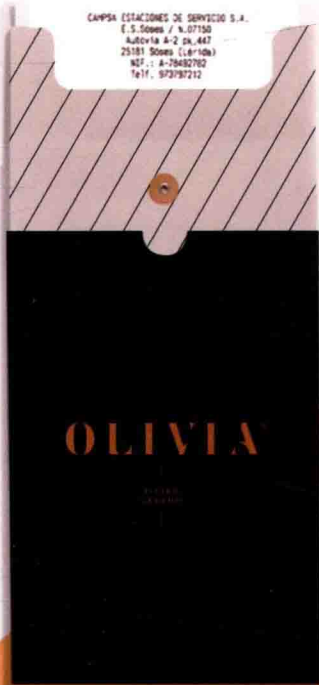
• 案例 Projects

“

食物是永恒的、视觉的，并富有色彩的。食物设计意味着设计师的生活阅历，也是将其创意传达给每个人最有力的途径之一。因为民以食为天。

”

CAMPSA ESTACIONES DE SERVICIO S.A.
E.S. 50666 / N. 07150
Avenida A-2 2a. 447
25181 Soconusco (Chiapas)
MEXICO A-70480792
Telf.: 973/977212



奥利维亚都市小餐馆

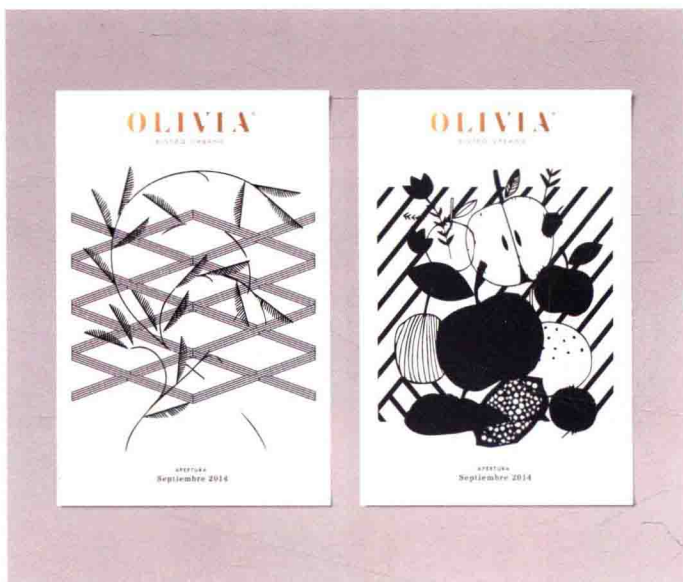
奥利维亚是一家位于墨西哥城的小餐馆，邦客 3022 设计工作室为该品牌设计了一款精巧和休闲的品牌形象。金属和其他材质的装饰为整个餐馆营造了都市风格，其中以铜为主要装饰元素。餐馆的标志设计简单而优雅，更印有“urban”（都市）字样，细节处尽显低调。设计师特地为餐馆设计了数张艺术海报，可作为宣传单使用。整个品牌形象既精致，又颇具街头风，二者完美结合。

设计工作室 / 邦客 3022 设计工作室 (Bunker3022)

艺术指导 / 万尼亚·希尔瓦 (Vanya Silva)

设计师 / 费尔南达·昆卡 (Fernanda Cuenca)

客户 / 奥利维亚都市小餐馆 (Olivia Bistró Urbano)

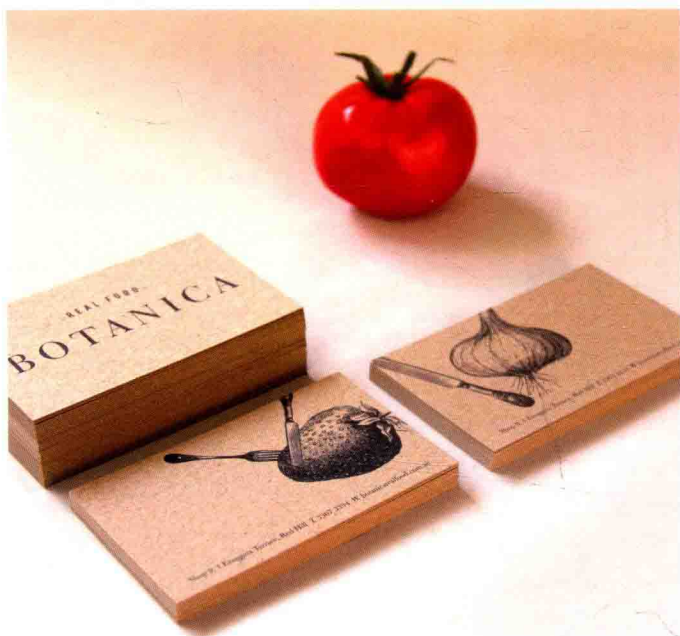






伯塔尼卡天然食品

这是 Oh Babushka 设计工作室为伯塔尼卡天然食品外卖系列量身定做的品牌设计，尽显伯塔尼卡简单、原汁原味的食物特色。设计师希望打造一个视觉形象，以彰显伯塔尼卡的价值理念——享受食物原始、真实之味的纯粹愉悦，一些创意元素的添加，如草莓、叉子，就是出于这个考虑。自然本来就完美了，又何须旁人画蛇添足呢？从字体到包装，这个品牌坚持以“简约”为主。此外，设计师更巧妙地在包装上印有“吃掉我”三个调皮的字眼，以展现店家开朗、积极的一面。



设计工作室 / Oh Babushka 设计工作室
(Oh Babushka)

艺术指导 / 莱拉·赛奥佐罗斯 (Lila Theodoros)

摄影师 / Oh Babushka 设计工作室

客户 / 伯塔尼卡天然食品 (Botanica Real Food)



REAL FOOD
BOTANICA

REAL FOOD
BOTANICA

REAL FOOD
BOTANICA

REAL FOOD
BOTANICA
Eat Me
ENJOY THIS DELICIOUS SALAD &
MORE OF OUR REAL FOOD DISCOVERIES.
WE
ARE
MADE
FOR
TODAY
www.realfoodbotanica.com.au

Eat Me
ENJOY THIS DELICIOUS SALAD &
MORE OF OUR REAL FOOD DISCOVERIES.
WE
ARE
MADE
FOR
TODAY
www.realfoodbotanica.com.au

REAL FOOD



BEING SERVED
SUMMER 2012/13

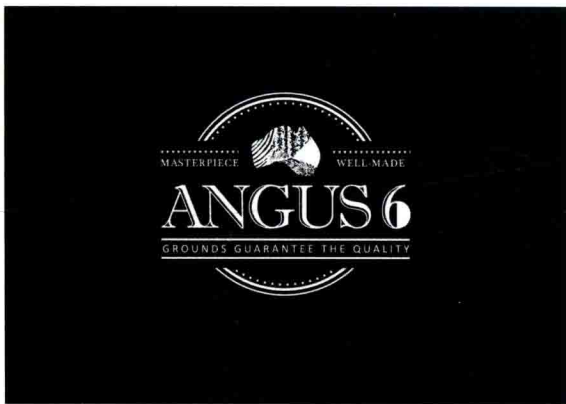
REAL FOOD
BOTANICA



Shop 11 Empress Terrace, Box Hill VIC 3107-3334 W www.realfoodbotanica.com.au



Shop 11 Empress Terrace, Box Hill VIC 3107-3334 W www.realfoodbotanica.com.au



Angus 6 澳洲牛排

Angus 6 是一款专售澳大利亚牛肉的优质牛肉品牌。从品牌概念、包装、商品目录到网站设计，设计师与客户紧密合作。该品牌概念根植于“纯正血统”，字句间凸显出澳大利亚牛肉的上乘本质。色彩上，为打造高端优质的品牌外观，设计师使用了对比强烈的黑、白两色，并辅以亮红色。而字体上，无论是英文或韩文，均采用传统的衬线字体，让品牌形象更显端庄。

设计工作室 / 茄子工厂设计工作室 (Eggplant Factory)

创意指导 / 李杰勇 (Jeyoun Lee)

设计师 / 金甫培 (Bobae Kim), 郑永基 (Youngji Jung)

摄影师 / 茄子工厂设计工作室

客户 / Angus 6 澳洲牛排 (Angus 6)







Podi 餐馆

Podi 是一家新开的全日餐馆，主营多种食品，主打大胆鲜活而独特的口味。店名 Podi 源自印地语，意为一种碾碎的香料和草药混合物。设计师以堆得冒尖的香料以及草药作为灵感，设计出了这款简单而现代的标志。这款设计配色鲜艳大胆，色板上处处可见大地色系的图案，体现了 Podi 制作精良、自然的有机食物的理念。

设计工作室 / Bravo 设计工作室
 创意指导 / 陈裕荣 (Edwin Tan)
 客户 / Podi 餐馆 (Podi)







“邮”小餐馆

这是一款为墨西哥当地一家名为“邮”的小餐馆设计的品牌项目。设计师从传统邮递服务中获得灵感，设计了系列邮戳和简约朴实的外卖包装。整个品牌设计沿用简而美的字体，为小店打造出一个平易近人的品牌形象。此外，设计师更与室内设计师塔莱·吉梅内斯·阿尔瓦雷斯联手，构思店铺的室内设计，从品牌外观到室内装潢，给予食客全方位体验。

设计工作室 / 平行设计工作室 (Parallel Studio)

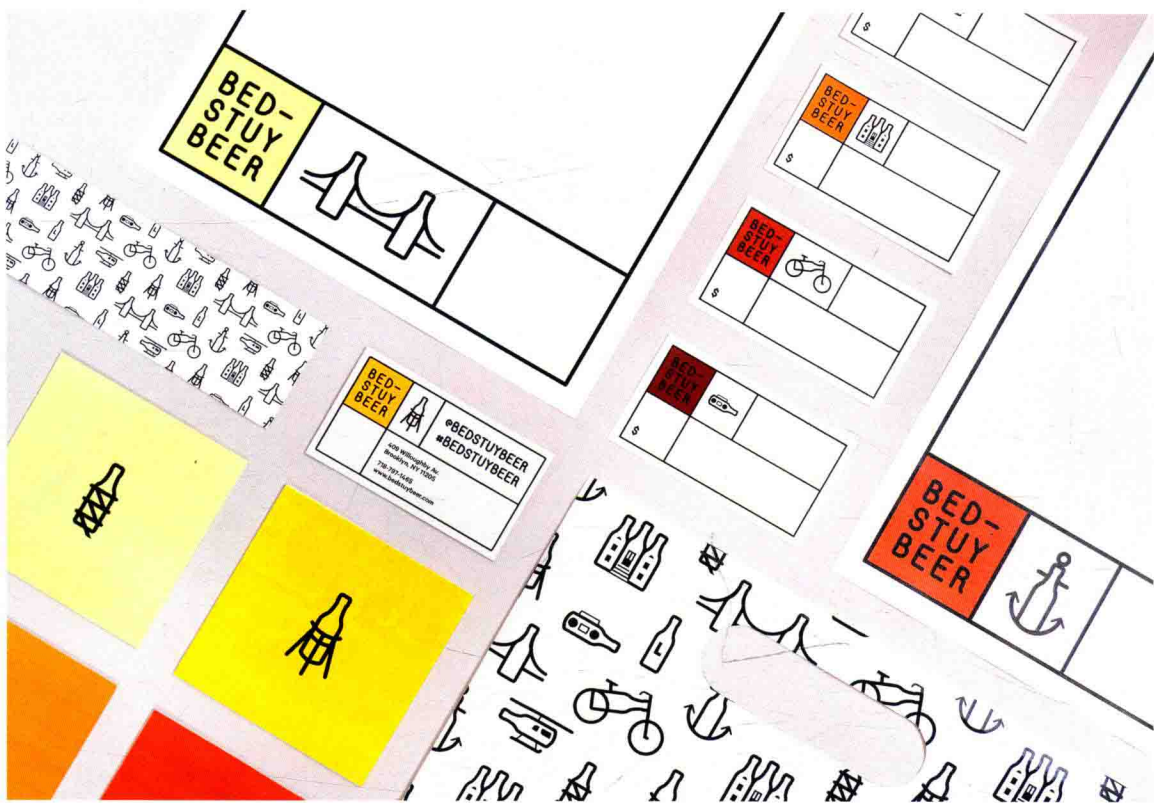
室内设计师 / 塔莱·吉梅内斯·阿尔瓦雷斯

(Taller Jiménez Álvarez)

摄影师 / 平行设计工作室

客户 / “邮”小餐馆 (Post.)





贝德福德啤酒屋品牌重塑

这是为布鲁克林贝德福德一家啤酒屋所进行的品牌重塑，该啤酒屋售卖瓶装啤酒、罐装啤酒、生啤还有黄啤。品牌设计元素包括九款标志、一款字体、一些图标以及包装设计，它们无一不在告诉人们“来到布鲁克林就得喝贝德福德啤酒”。项目的配色灵感取自不同啤酒的色调，以及当地周边地区砖房的颜色。

设计师 / 古斯塔夫·卡尔森 (Gustav Karlsson)

摄影师 / 古斯塔夫·卡尔森

客户 / 贝德福德啤酒屋品牌 (Bed-Stuy Beer)

