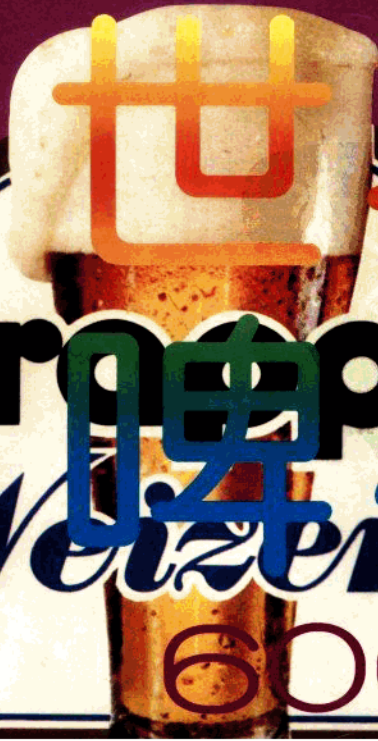




世界

raap
Weizen

ches Bier
em
tsgebot

600
Gebraut und abgefüllt
in der Brauerei
lauterbach
0,6

漫话啤标设计（代前言）

啤酒被誉为是液体面包,是世界上最受人们喜爱的饮料之一,各国各地都竞相生产,也是世界上生产量最大的饮料之一。

啤酒作为商品,就要销售,各生产企业就要利用各种营销手段,使消费者购买。现代设计就是企业营销手段非常重要的方面。啤标,即啤酒装满部分的标贴,属视觉传达设计,它不仅要求将啤酒的品牌、生产企业、注册商标、生产日期、容量、成分含量等信息明确标出,而且还要具有可视性,具有吸引消费者注意、接受、喜爱的形式,这就是美的设计。

啤标的主体是瓶身的品牌标,还包括吊标(既可封口,也是一种装饰)、背标(一般介绍该产品的历史、特点、原料等)、颈标、垫标、封标等,这是指一般瓶装啤酒,而现在还非常流行一种金属罐装啤酒,它则是将需要说明的一切内容一并设计在金属圆柱罐表面。本书未收此类设计。

设计的目的不是为了产品,而是为消费者,这是设计的核心,啤标设计亦然,它不仅要求必须将企业给产品的一切定位,直接明了地传递给消费者,还要以消费者喜爱的美的形式来表现。这就要求设计家们在策划创意时就得考虑消费者的审美特点、欣赏习惯,以及掌握对心理学、生理学、社会学、销售学等方面的情况、信息等。但必须明确的是,啤标设计中的“美”,是作为实用功能的象征和标记,以悦目的形式依附于商品的一种次要性因素,因此,“美”在这里是从属物质性商品的,和实用功能相比,处于次要地位,消费者决不会因为啤标的“美”,而去购买劣质啤酒。

优秀啤标设计的表现,应唤起消费者的物质幻觉、空间幻觉和运动幻觉,使消费者从联想角度

感到啤酒的新鲜、味醇、满足、舒心,这样才能使消费者由幻觉的对啤酒的认可、激动,从而引起购买行为。

啤标设计的图画设计,可以采用具象的表现形式(如画和摄影的人物、动物、风光等),也可采用抽象的表现形式(利用点、线、面、框、彩底、色块等),很多历史久、牌名响的啤酒,啤标设计还保持传统图形及古典风格。为了创造一种独特的视觉效果,目前流行一种以字体为主(或就是单纯字体)的啤标设计,也颇具明显的识别性。

为了给消费者有一种统一的视觉印象,系列、成组化的设计,确实有它的独到之处,目前已广为设计家及企业的重视,也有利于消费者的注意、加强记忆,从而扩大知名度,确立商品的名牌地位。本书选用大量此类设计,可给读者欣赏。

不同国家和地区的啤标设计,往往表现出不同国家和地区的文化特色,能一定程度的给消费者了解产地的历史传统、风土人情、艺术风格等。如德国设计的啤标严谨;瑞士、荷兰的啤标典雅;意大利、日本、英国的啤标庄重;美国、法国的啤标活泼;澳大利亚、波兰的啤标奔放等,都能给消费者一种美的享受。

设计中的美是艺术创作的成果,不是自然的产物,因此,设计家要以创造的精神去“苦思冥想”、“别出新裁”,参考和借鉴是需要的,但决不能照搬、照抄,这是目前我国啤标设计中需要重视的问题。

啤酒设计既是艺术品,设计就要根据它的独特性去探讨其艺术美学,任何一种艺术的存在,是有其不能让别种艺术所替代的独特性,否则就会失去其生命力。啤酒设计的独特性是设计师需要把握、研究的。

现代设计的着眼点和依据是现代的科学水平、技术水平、材料水平和现代人的消费水平和审美水平,设计的现代化,最终要以商品的现代化来体现,而商品的现代化则要靠设计的现代化来促成。从这个角度来看,啤酒的设计,几十年来变化不大,这就要求设计家们来进行研究和探讨,使啤酒设计能有一个新的视觉面貌。

目前,世界上很多收藏者已把啤酒标和邮票、火柴盒贴(火花)、烟标等一样作为收藏品来研究、收藏,据说世界上收藏啤酒标最多的是挪威奥斯陆的索尔伯格,1991年他就拥有了11500多种。许多早期和倒闭企业的啤酒标,已身价百倍,成为收藏者的热门抢手品。如今收藏啤酒标也已成为世界性活动及联系友谊的纽带。

我国啤酒的生产发展迅速,具不完全统计,目前已有八百多家啤酒厂,生产着上万种品牌,但知名度高的并不多。因此,在如何提高啤酒质量的同时,设计好的啤酒标,也是重要的方面,望我国设计家多多创造独具中国特色,又具时代感的啤酒作品来。

本书仅作为资料,供献给读者,以加强对啤酒设计的研究和探讨。







and

Made in the USA
Available in: Yes, No



CONTENTS

12 FLUID OUNCES

Cooler

500

ALE



BREWED AND BOTTLED BY
F. W. COOK COMPANY, INC., EVANSVILLE, INDIANA • EST. 1853









CADEAU!

LA NOUVELLE COLLECTION
DES GRANDS ROMANS DE L'AVENTURE

alc. 4.8% vol. - 10°

75cl

"33"
export

Dynasty

24 POINTS = 1 ROMAN
48 POINTS = 3 ROMANS

Commentaires sur les points des 3 GRANDS ROMANS DE L'AVENTURE "33" EXPORT - CEXEX
0601 75105 PARIS BRUNÉ, en récompense du nombre de points nécessaires à votre commande
des bouteilles et liste des titres sur des packs de la gamme
"33" EXPORT. Offres valides jusqu'au 31/12/85.

BIÈRE DE LUXE

U. B. SOCIÉTÉ EN NOUVEAU COLLECTIF
33 AV. DE WAGRAM 75017 PARIS FRANCE

1/2 POINT
ROMANS DE
L'AVENTURE

UNION DE BRASSERIES 33, AV. DE WAGRAM 75017 PARIS FRANCE

BEER-BIERE-BIERE-BIERE-BIERE

"33"
EXTRA LIGHT

alc. 3% vol. - 10°

e 75cl

UNION DE BRASSERIES 33, AV. DE WAGRAM 75017 PARIS FRANCE

"33"
Nervia

River de Luxe

UNION DE BRASSERIES 33, AV. DE WAGRAM 75017 PARIS FRANCE

33cl

NOUVEAU

"33" EXTRA LIGHT
EXTRA BONNE EXTRA LEGERE

OF 50
REDUCTION
IMMEDIATE

"33"
EXTRA LIGHT

alc. 3% vol. - 10°

BRASSÉE ET ENBOUTILLÉE PAR
UNION DE BRASSERIES 33, AV. DE WAGRAM 75017 PARIS FRANCE

75cl

EXTRA DRY



Genuine Import

Original-Brauerei seit 1624



0.5l

Original-Abfüllung der Brauhaus Amberg AG



Brau-Tradition seit mehr als 400 Jahren

Original-Brauerei seit 1551



Brau-Tradition seit mehr als 400 Jahren



0.5l

Original-Abfüllung der Brauhaus Amberg AG





