

doi:10.3969/j.issn.1674-7100.2012.02.011

# 绝对创意：论绝对伏特加的包装设计

曹 艳

(湖南工业大学 包装设计艺术学院, 湖南 株洲 412007)

**摘 要:** 绝对伏特加由最初不被市场认同到受到全球消费者追捧, 主因是其具有独特的产品宣传策略及其在包装设计上的绝对创意。绝对伏特加的包装设计创意采用了传统的酒瓶造型, 表现了绝对艺术与时尚的风格, 演绎了多元的地域文化, 体现了强烈的社会责任感, 突出了其“纯净、简单、完美”的品牌核心价值, 从而成功地树立了绝对伏特加的品牌形象。

**关键词:** 绝对创意; 绝对伏特加; 包装设计

中图分类号: J524.2; TB482

文献标志码: A

文章编号: 1674-7100(2012)02-0052-05

## Absolute Creative: On the Packaging Design of Absolut Vodka

Cao Yan

(School of Packaging Design and Art, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

**Abstract:** Absolut Vodka experienced the phases from initially not recognized by the market to later pursued by consumers around the world, it is mainly because of its unique product promotion strategy, particularly the absolute creative packaging design. Absolute Vodka packaging design adopted traditional bottle shape to reflect absolute art and fashion style demonstrating diverse geographical cultures and delivering a strong sense of social responsibility, thus highlighting its core brand value of “pure, simple and perfect”, which helps in establishing the Absolut Vodka brand image successfully.

**Key words:** absolute creative; Absolut Vodka; packaging design

## 0 引言

瑞典南部小镇 Åhus 生产的绝对伏特加, 从 1879 年开始生产, 历经 100 多年的风雨, 至今已经成为了世界著名的酒类品牌。拉尔斯·奥尔森·史密斯 (Lars Olsson Smith) 是绝对伏特加的创始人, 他以其独创的酿制方法, 结合现代技术手段, 利用精挑细选的瑞典南部谷物, 蒸馏出了一种纯度很高的烈酒, 由于这种酒非常纯净而透明, 因此被命名为“绝对伏特加”。

绝对伏特加刚走向市场时, 并没有马上得到认

同。原因在于: 首先, 人们大都知道伏特加起源于俄罗斯 (一说为波兰), 认为俄罗斯 (或波兰) 才是生产伏特加佳酿的地方; 其次, 消费者觉得绝对伏特加的“绝对”二字过于哗众取宠; 最后, 消费者对绝对伏特加的瓶子形状和简单的瓶贴包装没有好感。为了走出生存困境, 绝对伏特加经营者尝试采用打破传统模式的营销方式, 以“纯净、简单、完美”作为品牌的核心价值并加以大力推介。绝对伏特加最初的平面广告创意都以“绝对 (ABSOLUT)”为首字, 并以一个表示品质的词居次, 如“绝对创意”“绝对清澈”等, 这种创意形式不断延续, 衍生

收稿日期: 2011-12-24

作者简介: 曹 艳 (1982-), 女, 湖南益阳人, 湖南工业大学硕士生, 主要研究方向为包装设计,

E-mail: cy289580485@126.com

出许多“绝对”话题,并不断变换内容及与之一致的外在形式,以吸引消费者的注意<sup>[1]</sup>。

在包装设计上,绝对伏特加的包装有着丰富多样的设计风格,并在传播中将绝对伏特加酒瓶作为招贴的基本元素。从此,其独特的创意让众多的消费者为之倾倒,绝对伏特加酒瓶成为了人们狂热收藏的对象。因此,绝对伏特加被称为“一个酒瓶建立起来的帝国”<sup>[2]</sup>。绝对伏特加的品牌之所以能如此根深蒂固地存在于消费者的心中,究其原因,主要是因为绝对伏特加的包装设计具有绝对创意:酒瓶的造型承载了其厚重的历史文化传统,其风格表现出绝对的艺术与时尚,其酒瓶的图案装饰演绎着多元的地域社会文化,其整个产品的包装体现了强烈的社会责任感。

## 1 传统的酒瓶造型

商品包装通过色彩、造型等外观形象及由这些要素负载的文化内涵、审美意旨、情感调作用于消费者的感官,促使其产生注意,引起联想,激发情感,形成动机,导致购买<sup>[3]</sup>。因此,保护和容纳产品的包装容器作为消费者识别和记忆产品品牌的重要符号,不但具有实用价值,而且具有审美价值,能满足消费者的心理需求。

绝对伏特加的酒瓶造型是一种历史文化传统的载体。早在15世纪,瘟疫造成的急性腹绞痛是置人于死地的疾病。于是,瑞典出现了用于缓解这类疾

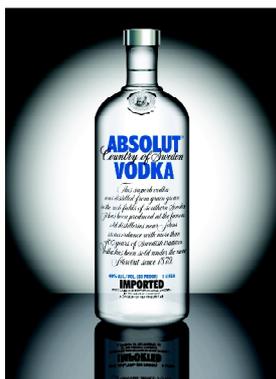


图1 绝对伏特加酒瓶

Fig. 1 Absolute vodka bottle

病症状的药物,这种药物最初被装在一个造型单纯的、透明的短颈圆肩的罐子里(但这种容器有个缺点,就是容易倾倒)。绝对伏特加的酒瓶造型(如图1所示,图片来源于网络于<http://www.nipic.com/show/1/58/37c3af257f43b21c.html>)正是受到这种古老药瓶的启发而设计的,而这种创意无疑给绝对伏特加增加了一种类似宿命的传奇色彩。

此后,许多瑞典设计师参与过绝对伏特加酒瓶的设计,解决了其容易倾倒的问题,加长了瓶颈,但仍保持短颈圆肩的造型。为了显示水晶般透明的酒质,传统绝对伏特加酒瓶没有采用任何标签,而是

直接把文字印刷在透明的玻璃瓶体上。品牌名称使用了醒目的蓝色,并在酒瓶上加上了以拉尔斯·奥尔森·史密斯图像制成的徽章,体现了它对历史文化传统的尊重。

## 2 绝对艺术与时尚的风格

绝对伏特加于1985年开始涉足艺术界,1988年进入时尚界,并且一直延续其品牌营销策略,从而使其包装设计成为了世界各国艺术家展示才华的舞台<sup>[2]</sup>。20世纪艺术界最有名的人物之一、波普艺术的倡导者和领袖安迪·沃霍尔(Andy Warhol)对绝对伏特加情有独钟,他为绝对伏特加酒瓶(如图2所示,图片来源于网络于<http://www.haibao.cn/article/69104.htm>)作画,并制成了平面广告。



图2 波普艺术风格

Fig. 2 Pop art style

安迪·沃霍尔为绝对伏特加创作的这个作品延续了其一贯的波普艺术风格,追求大众化的、通俗的趣味,反对现代主义自命不凡的清高,在设计中强调新奇与奇特,大胆地采用了艳俗的色彩。这一设计赋予了绝对伏特加全新的艺术形象,从而使绝对伏特加升华为时尚与个性化的品牌。

此后,许多世界著名设计师为绝对伏特加的“绝对时尚”系列设计了作品。其中,范思哲(Gianni Versace)、汤姆福特(Tom Ford)等均绝对伏特加创作了绝对时尚的经典之作。如图3所示是“英伦鬼魅大师”<sup>[4]</sup>加勒斯·普(Gareth Pugh)为绝对伏特加设计的黑色铠甲包装。他秉承自己在服装



图3 哥特式风格

Fig. 3 Gothic style

设计中一贯的设计理念,发扬其极具攻击性的未来派风格,使这款绝对伏特加设计充满了哥特气息。这款具有哥特式风格的绝对伏特加包装设计,完美地创造了黑色、幽暗和神秘的气氛,给消费者带来了非同一般的艺术感受。

瑞典玻璃设计大师 Skogsberg&Smart 为绝对伏特加设计了条纹水晶瓶包装(如图4所示)<sup>[5]</sup>,该包装是采用纯手工的吹制、切割等工艺精致制成,其直线条的纹饰灵感来自于英国牛津街绅士所穿著的西装。这一设计营造出了绝对伏特加经世老练的优雅形象,直线条的工整割痕则展现出绝对伏特加纯净简约的品牌精神<sup>[5]</sup>。



图4 条纹水晶瓶

Fig. 4 Stripe crystal bottle



图5 MASQUERADE 限量包装

Fig. 5 MASQUERADE limited packaging

加瓶身量身定制了一件华丽的假面舞会礼服,将普通的夜晚装点成流光溢彩的假面之夜,这款假面舞会限量包装版的绝对伏特加为圣诞新年增添了一份热情奔放的气息<sup>[6]</sup>。

时至今日,在绝对伏特加的酒瓶上施展才华已成为众多世界知名艺术家的夙愿。诸多艺术家、设计师以绝对伏特加的酒瓶为基本元素,创作了许多让人叹为观止的设计作品。

### 3 多元地域文化的演绎

在商品的包装设计中融入地域传统文化,可让地域性消费者更容易接受商品并对其产生深刻的情结;且传统的才是世界的,只要在设计中完美合理地利用传统文化,那么,该包装就会对世界各地的消费者产生吸引力。因为,传统文化经历了漫长的

历史考验,具有深厚的文化底蕴,能让包装的内涵更丰富。

为了设计出能代表瑞典风格的包装,瑞典艺术家 fredrik söderberg 耗费了许多时间和精力,他最终为绝对伏特加设计了绝对伏特加丝维亚(absolut svea)。该包装如图6所示<sup>[7]</sup>。他以暗喻的表达方式,陈述着绝对伏特加的品牌故事。该设计的瓶身由前至后勾勒出从春天到冬天的故事性场景,有许多细节都是瑞典人的精神象征。如瓶身绘有瑞典人每天都会吃的苹果,以充分体现春夏的气氛;还绘有瑞典人烘焙时使用的姜,象征了圣诞节及过冬时节的味道。另外,“丝维亚”是瑞典十分普遍的女性名字,以此命名象征了绝对伏特加的瑞典归属感<sup>[7]</sup>。



图6 绝对伏特加丝维亚

Fig. 6 Absolut svea

2011年末,绝对伏特加携手中国艺术家高瑀,首次推出了专为中国定制的绝对伏特加“72变”(如图7所示)<sup>[8]</sup>,该包装在瓶身上描绘的是一只大熊猫扮演成孙悟空的角色,口吐莲花,在红色烟云之中变化出万千星辰的场景。这款设计将代表中国的符号——大熊猫融合在设计当中,以全新的方式,重新解读了中国



图7 绝对伏特加“72变”

Fig. 7 Absolut Vodka “72 change”

文化中神通广大的孙悟空形象,传递出了孙悟空这一人物形象所承载的天马行空的自由精神,以及该人物形象所具有的大胆、创新的个性特质,从而激发出人们对自我潜能的憧憬和幻想<sup>[8-9]</sup>。

绝对伏特加的诸多包装均以简洁的形式、简约的排版、富有想象力的图形,将品牌形象与地域传统文化概念完美地结合到了一起。

### 4 社会责任的体现

随着物质生活水平的提高,消费者保护自然环境、关怀人文环境、维护自身权益的意识也在逐步提高。因此,相比之下,那些具有社会责任感的品

牌更容易赢得消费者的青睐。绝对伏特加就是通过产品的包装传达出了对自然环境和人文环境的关注,体现出了一个负责任的企业应有的社会责任感,从而使消费者对其品牌更增添了一份信赖。

#### 4.1 环境保护

环境恶化、能源短缺是当今社会所面临的最严重的危机。产品包装能保护产品、方便携带,甚至可以促进销售,但同时,只要进行包装就需要消耗原材料和能源,而产品包装最终却大都变成了污染环境的垃圾。在目前技术条件下,在产品包装方面能够比较有效地保护自然环境的方法就是使用环保材料,或进行包装废弃物回收再利用,或设计重复使用的包装。绝对伏特加就是力图通过包装设计体现对环境问题的关注。

如绝对伏特加与中国设计师杨明洁合作,为绝对伏特加设计的苹果梨口味双瓶装包装(如图8所示,图片来源于<http://tu.arting365.com/view/514395>),该设计将一个绝对伏特加的瓶形对半剖开,左右拉伸,

便形成了双瓶装包装。在该设计表面配以半透明的磨砂材质,外包装的字体与包装内酒瓶正面的字体形成了影子般的重叠。设计师特别考虑到酒瓶取出后,外包装再利用的可能性:它可成为一个储物盒、一个果盆,甚至是一盏线条简约的装饰灯。该设计切合了当今绿色包



图8 苹果梨口味双瓶装  
Fig.8 Apple-pear flavors

装的流行趋势,传递了绝对伏特加品牌对节能减排的关注。由于包装使用磨砂的材质,排版干净简单,只有文字和淡淡的色块(绿色——象征了干净、健康),与绝对伏特加品牌的核心价值(即简单、纯净、完美)相融合。这款酒的包装不仅美观,而且实现了包装的重复多功能利用,给消费者传达了保护环境意识,因而得到了消费者的认同与信赖。

#### 4.2 人文关怀

随着社会道德伦理观念的进步及人们宽容心态的形成,许多不平等现象得到了消除,许多不被关注的人群也得到了关怀与帮助,但还是有许多人对小众文化持有强烈的偏见。在此背景下,绝对伏特加通过其包装设计把“人人平等”的观念传递给消费者,同时也使广大消费者深刻地理解了绝对伏特加的品牌核心价值内涵。为纪念象征同性恋者争取平等权利的彩虹旗问世30周年,绝对伏特加设计了纪念版

包装“绝对平等伏特加”(如图9所示,图片来源于<http://www.absolutchina.com/thread-21-1-1.html>)。



图9 彩虹旗30周年的纪念版包装

Fig.9 Rainbow flag of the 30th anniversary commemorative edition packaging

这款酒的包装整个瓶身只有彩虹的色块,且色块简单,易识别。“绝对平等伏特加”从人文概念上传达出“完美”,并完全体现了绝对伏特加品牌的核心价值。这款酒最终赢得了惊人的销售量,而彩虹伏特加的部分销售收入捐赠给了同性恋者反歧视团体<sup>[10]</sup>。市场的表现充分肯定了绝对伏特加对人文关怀的关注,消费者对绝对伏特加的形象因此有了更进一步的认识。

## 5 结语

绝对伏特加在品牌推广过程中意识到只渲染产品本身伏特加的质量是不够的,必须创造它的附加价值,把绝对牌伏特加塑造成时兴的、人人都想喝的形象,因此在创意上不强调在产品自身做文章,而是寻求自身以外的东西。这是因为绝对伏特加的经营管理者知道:人类不会仅满足于物质生活,更需要丰富多彩的精神生活。

绝对伏特加的品牌形象是通过充满想象力的广告而深入人心的,这些给消费者带来惊喜的广告都是包装设计创意的延伸,均以绝对伏特加的包装容器为基本元素,表现了人类丰富的想象力。绝对伏特加的绝对创意及其对多元文化的阐释,不仅成功地塑造了“前卫时尚、有社会责任感”的品牌形象,而且还集中体现了绝对伏特加品牌的核心价值,在精神上赢得了消费者强烈的共鸣。反观那些“有产品,无品牌”的设计,笔者认为其非常需要反思和借鉴绝对伏特加的成功经验,从产品的包装设计着手,加强产品推介创意,赋予产品以深刻的文化内涵,塑造独特的品牌形象。

#### 参考文献:

[1] 刘君.5分钟的创意15年的绝对执行:瑞典“绝对伏

- 特加”如何突破“俄罗斯包围”[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://wenku.baidu.com/view/0d121fd033d4b14e85246898.html>.
- Liu Jun. 5 Minutes of the Creative 15 Year Absolute Execution: Swedish Absolut Vodka "How to Break the Russian Siege"[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://wenku.baidu.com/view/0d121fd033d4b14e85246898.html>.
- [2] 王 岩. 绝对的影响力: “绝对伏特加”广告的符号形式[J]. 苏州工艺美术职业技术学院学报, 2010(3): 41-42.  
Wang Yan. Absolute Influence : Symbolic Form of Advertising of Absolut Vodka[J]. Journal of Suzhou Art & Design Technology Institute, 2010(3): 41-42.
- [3] 罗秋明, 孙 慧, 周跃军. 商品包装与消费者心理的互动关系[J]. 包装学报, 2012, 4(1): 71-74.  
Luo Qiuming, Sun Hui, Zhou Yuejun. Commutative Pattern between Commodity Packaging and Customer Mentality[J]. Packaging Journal, 2012, 4(1): 71-74.
- [4] [佚名]. 加勒斯·普简介[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://wenku.baidu.com/view/dd39f323a5e9856a5612600e.html>.  
[Anon]. Introduction of Gareth Pugh[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://wenku.baidu.com/view/dd39f323a5e9856a5612600e.html>.
- [5] [佚名]. 绝对伏特加推出最高级款瓶装条纹水晶瓶[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://www.sunsly.com/portal.php?mod=view&aid=1366>.  
[Anon]. Bottled Stripe Crystal Bottle of Absolut Vodka Launched the Most Advanced Models[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://www.sunsly.com/portal.php?mod=view&aid=1366>.
- [6] [佚名]. 绝对伏特加 闪耀圣诞舞会[EB/OL]. [2011-10-10]. <http://gb.cri.cn/24770/2008/12/04/2385s2348769.htm>.  
[Anon]. Absolut Vodka Sparkling Christmas Party[EB/OL]. [2011-10-10]. <http://gb.cri.cn/24770/2008/12/04/2385s2348769.htm>.
- [7] [佚名]. 回归原点 展示绝对伏特加的原创精神[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://pro.ppsj.com.cn/2011-5-3/3275043837.html>.  
[Anon]. Return to the Origin Demonstrate the Spirit of the Original Absolut Vodka[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://pro.ppsj.com.cn/2011-5-3/3275043837.html>.
- [8] [佚名]. 绝对伏特加携手艺术家高瑀首推中国限量版“72变”[EB/OL]. [2011-12-12]. [http://art.china.cn/huihua/2010-05/17/content\\_3515940.htm](http://art.china.cn/huihua/2010-05/17/content_3515940.htm).  
[Anon]. Absolut Vodka Promoting China Limited Edition "72 Change" with Artist Gao Yu[EB/OL]. [2011-12-12]. [http://art.china.cn/huihua/2010-05/17/content\\_3515940.htm](http://art.china.cn/huihua/2010-05/17/content_3515940.htm).
- [9] [佚名]. “72变”中国限量版: 绝对伏特加[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://www.visionunion.com/article.jsp?code=201008130070>.  
[Anon]. "72 Change" Limited Edition: Absolut Vodka[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://www.visionunion.com/article.jsp?code=201008130070>.
- [10] [佚名]. 纪念版包装绝对平等伏特加[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://info.tjcx.com/detail/247527.htm>.  
[Anon]. To Commemorate the Version Packaging Absolutely Equal Vodka[EB/OL]. [2011-12-12]. <http://info.tjcx.com/detail/247527.htm>.

(责任编辑: 蔡燕飞)