



Bottle Design “瓶”水相逢

【文/余玉辉】

瓶装水,早已成为都市生活中的易耗品,曾有统计显示,2016年全球卖出了超过4.8千亿支瓶装水,而它的消费量还在与日俱增。通常,你去超市买瓶装水,会怎么选择呢?也许多数人都是“外貌协会”吧,挑了半天,最后结账的仍然是那款颜值高、价钱也会贵几块钱的水。瓶子有了迷人的设计,成了打动消费者的法宝。甚至有人会迷上那简洁干净的玻璃瓶,反复用它去装水并随身携带。



“多喝水”的激励文字

瓶装水品牌“多喝水”与设计师野村一展展开跨界合作,运用“才能”两字,将汉字美学融合创新设计,玩出4款“才能翻转瓶”。这种简单而有力的标签,不但彰显文字之美,更激励当下年轻人挖掘才能的各种可能性!



新闻瓶

《每日新闻》巧妙地将报纸和瓶装水结合在一起,以newspaper+water wottle=news bottle的创新概念推出了一款新包装的瓶装水。为了确保新闻的可读性和时效性,《每日新闻》每天会挑选一则新闻内容印在瓶身上,一个月的时间内共推出31款不同新闻的包装设计。



城市之水

产品设计师Dzmitry Samal提出了“城市水”的概念,将记录了城市水源分布的地图印在水瓶上。这是因为考虑到许多瓶装水公司并没有完全了解他们的水的来源,这样的瓶子就可以诚实地告诉消费者,他在喝的水来自哪里。



Antipodes玻璃瓶

Antipodes来自新西兰人迹罕至的Rotomo Hills清泉,味道清爽,矿物含量轻微,有“神仙水”之称。大玻璃瓶自带高冷气质,刚看到觉得它像极了医院里装葡萄糖水的吊瓶,可是在众水林立的货架上却很抢眼。



Fillico装饰瓶

Fillico的昂贵之处主要在于瓶身的霜花装饰图案,由施华洛世奇水晶和黄金涂层结合而成,用料不计成本。除了瓶身夺人眼球以外,瓶盖设计也足够浮夸。设计师选择了天使翅膀以及皇冠两种款式与瓶身相应配套。



ELSENHAM“香水瓶”

ELSENHAM的玻璃瓶设计是以香水瓶为灵感的,而且别致的瓶盖已经注册全球专利。每个瓶子离开水厂前都要经过手工打磨和严格的质量检查,才能保证每一瓶ELSENHAM矿泉水都有一样的完美造型。



Just Water

“Just Water纯喝水”包装的碳足迹仅有原来的一半。其可压扁的特性更大幅度减少体积,有利运输空间最大化,还可以省油。这项环保的包装由利乐包装公司设计,在适当的回收设备下,可完全回收。



盒装水

虽然看上去很像超市里的盒装牛奶,里面装的却是矿泉水。这款水的全名是“Boxed water is better”,这不是设计师偶然的脑洞大开,而是通过这款产品宣传可再生能源。包装76%的材质来自可再生能源,此外品牌还会把20%的收益捐赠给水资源基金会。



Berg冰川水

Berg双层瓶身的造型,灵感来自它的水源地——位于格陵兰西部的古冰川。设计师将Berg的瓶子设计成冰块正在融化,正从内层瓶身上剥离的形状,在瓶子上展现了冰川水的珍贵。