



黎方

槟榔谷草本品牌设计

草木有方，生活有黎

品牌识别 / 产品包装 / 视觉传播

崔灿

品牌概念设计



01 / 品牌架构

一个品牌，三种生活表达。

以槟榔谷的地域文化为背景，将草本意象与几何纹样连接到日常产品。以统一标志建立联系，再通过配色、图形密度和包装形态区分三个系列。



黎常

日常洗护

6 款产品



黎润

精致护肤

4 款产品



黎本

草本药用

6 款产品

统一识别：标志与几何语言

系列差异：色彩 / 图形节奏 / 容器与用途

同一标志，不同的图形节奏。



双手护草

对称几何 / 向上生长



黎常

黑与锈红 / 清晰的重复节奏

包装图形局部



黎润

雾青与浅金 / 细密的装饰层次

包装图形局部



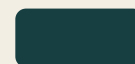
黎本

深色草木 / 纵向延展的图形

包装图形局部

以护持植物的轮廓建立品牌识别，作为各系列包装与传播画面的共同标记。

暖白



深青



雾青



锈红



草本橙

03 / 黎常

让草本融入日常。

以暖白、黑色与锈红建立日常洗护系列的亲近感。



沐黎 · 润肤身体乳



草本洗发水

04 / 黎常

同一种视觉，适配不同的日用品。



草本牙膏



草本浴包



草本香囊



驱蚊喷雾

从软管、独立袋装到布袋与喷雾瓶，保留共同的标志位置和图形节奏，让不同品类仍然容易被识别为同一系列。

05 / 黎润

轻盈而细腻。

雾青、暖白与浅金细节，
形成与日常洗护不同的护肤语气。



金钗石斛精华液



沉香保湿面霜

06 / 黎润

在不同尺度里，保持细节。

盒装、独立袋与小体量管身，延续同一组纹样、配色和标志关系。



沉香面膜



薏米油润唇膏

07 / 黎本

清晰识别， 有序呈现。

深色草木图形建立正面识别，
橙色内托形成鲜明的内外层次。

外擦药酒

开窗外盒

瓶身标签

抽拉式内托

包装概念效果图



外盒 / 产品 / 内托

通过开窗与层次对比，让包装形式和产品信息在同一画面中被看见。

08 / 黎本

同一系列，不同的产品形态。

通过瓶装、条袋与片剂的不同包装形式，呈现产品间的差异。



胆木浸膏糖浆



枫蓼肠胃康颗粒



裸花紫珠片

共同语言：开窗外盒 / 深色图形 / 橙色内托

产品名称与用途标识，作为包装正面信息的重要层级。

09 / 黎本

从瓶罐，到独立袋装。

延续系列识别，同时适应膏体容器与片状产品的包装形式。



黎药外敷膏



黎药膏贴

把草木之润，转化为可见的精华。

以叶片、液滴与微缩人物的比例关系，形成画面的视觉焦点。



凝草木之润

黎润 | 金钗石斛精华液



让“薄薄一层”，成为画面中的动作。

借覆膜动作建立轻薄触感的联想，让产品特点拥有直观的表达。



12 / 品牌传播

以展开的面膜，连接草木与肌肤。

延续微缩人物与自然意象，让三张广告拥有统一而不同的叙事。



13 / 品牌影像

让品牌保持同一种气质。

以山林、草木与人物建立视觉语境，再将同一气质延伸到产品画面。



环境与人物 / 草本采集意象

品牌影像概念



产品形象 / 护肤系列

14 / 数字端延伸

让包装之外，也能认出黎方。

将标志、色彩、品牌影像与产品系列，延伸至首页和产品浏览页面。



品牌首页

品牌影像与核心主张

草木有方，生活有黎。



产品浏览页

系列区分与产品陈列

黎方 / 品牌概念设计