



Inspired Brands.  
Intelligent World.™

Dikshit先生说，“VAT 69标签与酒瓶共同表现出品牌精髓与品牌价值。通过保持传统的表现形式，新包装传承了品牌的历史，独具特色的黑色底色的标签辅以白色及金色装饰图案良好的展现出设计师和厂商对产品的诉求。”

VAT 69的包装保持品牌关联性，开启未来增长之门，在寻求精致工艺和保持传统感官的同时为产品带来更高的品牌价值。



在过去四年，VAT 69在印度的销售年均增长率达到25%。预计到2015年，在印度苏格兰威士忌的消费者将会达到2亿，而且每年还会有2千万新的消费者产生。

根据行业分析，到2012年，烈性酒市场总量将达到426亿美元，其中巴西、俄罗斯、印度、中国这四个国家的市场每年会以3.3%的增长率不断成长。

欲了解更多产品信息，请联系艾利丹尼森客户代表，您可拨打下方您所在地区的电话号码，或访问我们的网站[www.enhanceyourbrand.com/cn](http://www.enhanceyourbrand.com/cn)。

艾利丹尼森公司2011年版权所有。法森® (Fasson) 及所有其它艾利品牌、产品名称、代码均为艾利丹尼森公司旗下商标。所有其它品牌与产品名称均为其各自所有者的商标。

香港 (亚太区总部) 香港九龙九湾宏光道39号 宏天广场32字楼 电话: 00852 2802 9618 传真: 00852 2588 1344	上海 上海市徐汇区虹梅路1801号 新业园宏业大厦5楼 邮编: 200233 电话: 021 3395 1898 传真: 021 3395 1988	昆山 电话: 0512 5770 2174 传真: 0512 5770 3635	北京 电话: 010 8766 3354 传真: 010 8766 3584	成都 电话: 028 8782 7790 传真: 028 8782 7119	深圳 电话: 0755 2780 0867 传真: 0755 2780 0763
	广州 电话: 020 8226 5268 传真: 020 8226 6183	天津 电话: 022 2498 0504 传真: 022 2498 6338	武汉 电话: 027 8832 3263 传真: 027 8832 3007	青岛 电话: 0532 8090 5020 传真: 0532 8090 5020	

[enhanceyourbrand.com/cn](http://enhanceyourbrand.com/cn)



品牌重塑 传承经典



Label and  
Packaging Materials



## 帝亚吉欧VAT 69品牌重塑

有品位的人士都拒绝不了“液态黄金”威士忌的诱惑，尤其是苏格兰威士忌特有的强劲、浓郁、引人入胜的馥郁酒香和极具个性的口感，只要你一开始从心底接受它，一辈子都会是苏格兰威士忌的信徒。

多年来，威士忌被誉为“生命之水”，是烈性酒业内公认的品质象征。要想归类为“苏格兰”酒，威士忌必须在苏格兰蒸馏并发酵至少3年。而想让酒品在全世界广受欢迎，它需要标签和包装毫无保留地反映其内容物，酒标是酒类产品的重要组成部分。对于高端威士忌，尤其如此！

帝亚吉欧公司作为世界著名品牌VAT69的拥有者，利用新标签和酒瓶对其VAT 69混合苏格兰威士忌进行品牌再造，令人印象深刻。2010年第三季度首次在印度发起，品牌再造工作将一个继承于几个世纪前古老的传统形象与20世纪80年代初期人们认识的VAT 69形象相结合。

20世纪80年代，VAT 69品牌开始尝试新的品牌形象，同时逐渐开始脱离传统形象，瓶型摇身变成浅绿色、直边、高肩形酒瓶，并使用了重新设计的标签。外观上与原品牌形象唯一相关的地方就是VAT 69名称的字体处理方式及轻微倾斜放置的方法。



帝亚吉欧印度有限公司（Diageo India Pvt. Ltd.）市场经理Malay Dikshit先生评价道，“客户在享受饮酒的乐趣的同时还会以挑剔的眼光来欣赏产品的外包装。他们会通过酒瓶、标签及图案对威士忌作出评价，并品读出包装传递出的信息……通过产品自身，新的VAT 69形象加强了品牌的视觉印象。当然，单一元素是不可能奏效，整体包装效果才是取胜之道。新的VAT 69就是整体包装的成功典范。”

新酒瓶为深绿色，瓶肩低沉，底座呈轻微锥形。传统平直的瓶颈易于倒酒同时又为酒瓶的整体添加了强烈的视觉感，凸显其硬朗的外观。酒瓶按容量分为60ml、375ml、750ml和1000ml四种。

帝亚吉欧及其伦敦Smith & Co设计工作室希望新标签材料要既能体现帝亚吉欧深厚的传承历史，又能增强触觉及视觉感，于此同时材料供应商必须能够在全全球范围内供应此款材料。

由艾利丹尼森标签及包装材料部提供的亮银铝箔纸印制的不干胶瓶标展现出强烈现代感，同时还延续了帝亚吉欧的传统元素，成为VAT 69品牌再造一大亮点。

Dikshit先生说“创建VAT 69的包装解决方案对帝亚吉欧印度公司是一项重要挑战”艾利丹尼森与帝亚吉欧印度公司员工及设计公司密切合作，保证一切均按计划进行。”

“VAT 69是享誉国际的知名品牌，但这还不够！我们必须成为印度市场上的领导者。要想卓尔不群，提高市场份额，我们需要复兴品牌历史与传统，我们选择从包装作为此项工作的核心。改造酒瓶包装是脑海中产生的第一个想法。”

深厚的历史积淀是VAT 69的品牌精髓。1882年William Sanderson生产了第一批此种威士忌。他准备了100桶混合型威士忌让专家小组试酒，经过严格的品鉴后第69桶里的酒被一致认为口感最佳的，这便是VAT 69名称的由来。

20世纪初期，VAT 69酒瓶通常会用一根红丝带和一个带有Sanderson家族徽章的标志密封，如今，酒瓶以黑色瓶盖密封，上面带有William Sanderson的金色徽章及著名的宣传语——“用品质说话”。瓶盖下面就是仿丝带状瓶标和火漆标志。

