



视觉识别 / 包装系统 / 传播应用

LIU BAI I/留白

低糖无酒精气泡茶品牌设计

项目命题

为更轻的饮用仪式留出空间

为年轻城市人创造一款能替代酒精、又不失仪式感的气泡茶。

留白不是空缺，而是一种
重新安排感官的方式。

品牌希望把无酒精从功能限制，转化为一种更松弛、更当代的生活选择。
因此，视觉不追求高饱和刺激，而是用空气感、冷静材质和清晰信息建立信任。

产品属性

低糖 / 无酒精 / 气泡茶

目标人群

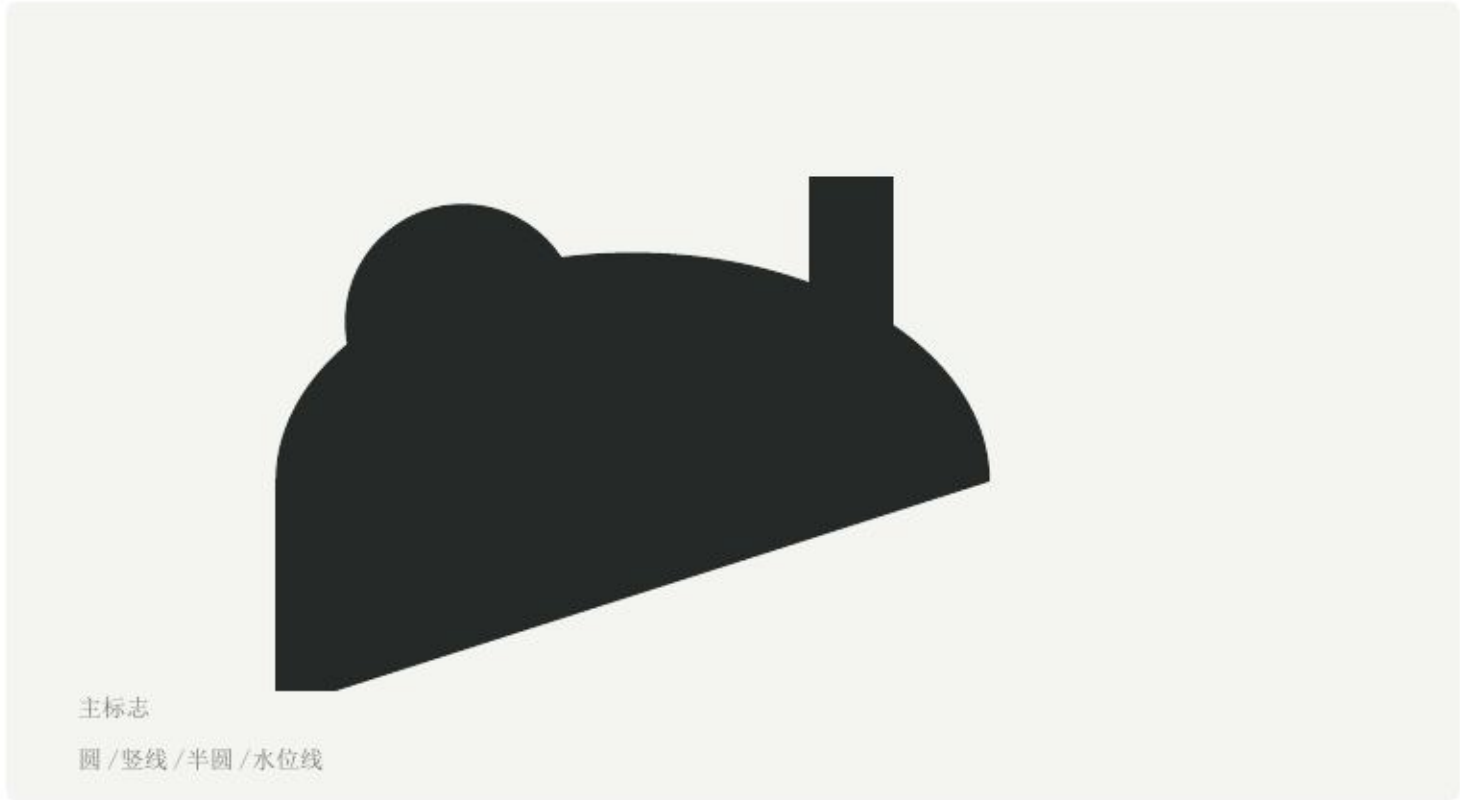
22-30 岁，重视节奏与健康的城市新饮者



一个符号，一段呼吸

把 01 变成一种安静的仪式

圆、竖线、半圆与水位线组成基础符号，既是产品序号，也是饮用前的停顿。



视觉气质

雾银档案

低饱和、冷静，带一点湿润的矿物感。



雨后乌龙

海盐青柠

白桃茉莉

雾银底色

三款口味，一套识别系统 用序号和色彩区分产品

瓶身保持雾化留白，口味只通过



统一瓶型降低系列识别成本，颜色只承担口味提示，不抢夺品牌标志的注意力。

01
雨后乌龙

02

海盐青柠

03

白桃茉莉

标签是信息，也是水位 给信息留出呼吸

用统一网格安排序号、口味与成分，让品牌在货架上保持克制的识别



标签采用上轻下重的阅读顺序：先识别序号，再读取口味，最后确认规格与成分。



海报语气

把一段空出来，
让味觉自己抵达。

应用场景

门店橱窗 / 零售海报 / 新品主视觉

传播不强调喧闹的促销，而是把“留一段空白”变成一句可被记住的品牌语言。

从系列到日常

让每一条内容都保留同样的停顿

社交内容沿用水位线、雾银底色和低饱和口味色，适配新品发布与日常沟通。

三张内容分别承担产品介绍、口味区分和生活方式联想，形成从认识到尝试的轻量路径。



内容 01



内容 02



内容 03

把货架上的留白带进屏幕

让购买行为也保持低密度

产品页用大面积留白建立阅读节奏

留白

首页 / 气泡茶 / 01

01

留白 雨后乌龙

焙火乌龙与矿物感气泡。

一瓶适合安静呼吸的轻盈茶饮。

280 毫升 低糖 无酒精

数量

1 +

加入购物车

数字端延续包装的网格与留白，让商品信息、口味选择和购买按钮都保持清楚的优先级。

响应式产品页视觉概念



让品牌成为 可以走进去的留白

在品鉴空间中，标志被放大为墙面结构，
产品与材料共同完成安静而可感知的体验。

应用方式

品鉴台 / 快闪空间 / 零售陈列





留白

为气泡茶留出
更轻的呼吸。

品牌识别 / 包装系统 / 传播视觉 / 空间应用

个人负责

品牌策略、视觉识别、包装系统、传播视觉与应用延展