



案例研究：以听觉感官赋能，打造雅诗兰黛标志性高端口红包装

项目背景

雅诗兰黛旨在设计一款不仅能提升品牌定位，还能为口红及唇釉两大品类创造难忘多感官体验的包装。品牌意识到声音是一种微妙却极具影响力的感官线索，因此希望借助听觉元素，例如闭合时的“咔嗒”声、瓶盖滑动的声响等，强化产品的奢华感与独特性。

研究方法

MMR筛选了具备创造力与表达力的消费者参与感官测试，让他们详细体验包装的各个维度：从材质、颜色、设计、重量、外形，到开合机制均逐一探索。测试过程中，特别关注了使用过程中产生的各类声音：磁吸闭合时令人满足的“啪嗒”声、瓶盖轻扣的“咔嗒”声、涂抹器滑动的轻柔声响等。这些听觉线索均经过评估，以验证其能否引发消费者情感共鸣，并传递产品的品质感、稀缺性与信任感。

商业成效

基于目标消费者的宝贵洞察，最终确定了与“标志性”唇部产品包装相关的三大核心情感维度，其中声音被证实是关键差异化因素。声音从此不再是事后补充的考量因素，而是包装设计战略性资产，为品牌打造难忘、情感共鸣的多感官体验提供了明确依据。