

如何写产品包装文案

这里的文案是指为产品而写下的打动消费者内心，甚至消费者愿意亲身体验尝试的文字。文案一般有包装文案、广告文案、影视脚本、新闻稿、行业评论、演示配稿以及其他各类应用文稿，但作者认为，这些文案中的核心是包装文案，其他文案在包装文案的基础上细致分析创意得来的。包装文案是指用于包装上的文字，在写包装文案时你需要了解什么，强化什么，如何符合国家有关法律法规，下面我就包装文案的素材寻找、思路梳理、撰写和核定这四个方面做一个分析。

一、素材寻找

1、资料查找

包装文案要找的资料一般分为三个方面：

（1）市场资料

原则：分析市场及竞品，为产品提供借鉴参考。

1）对国内外整体行业环境进行了解，特别是一些欧美日等发达国家的相关产品，更需要仔细分析研究。

2）寻找国内行业内知名竞品的样品、促销物料、宣传物料、网络推广介绍、媒体广告等详细资料。

（2）企业资料

原则：找出与企业的关联点，为产品增添品牌特色。

1）企业与外部的联接分析：对企业所在地的文化、传说、自然环境和气候特点等外部环境进行分析，寻找企业品牌故事的文化内涵。

2）企业本身的分析：对企业的创始人、团队、研究开发、生产技术等背景资料进行总结，扩展出属于企业自身的品牌故事。

（3）产品资料

原则：分析产品，寻找卖点，为产品定位。

1）产品研发背景及其技术资料。

2）产品批文及其企业标准等官方资料：主要有产品的主要原料、功效成分、功效作用、服用（使用）方法、适用人群等。

2、中高层沟通

原则：确定沟通方向，挖掘产品细节资料，完善包装文案的素材。

（1）了解决策层（董事长、总经理）对包装文案的总体要求。

（2）与其他中高层（研发负责人、生产负责人、市场负责人等）沟通，了解产品细节资料，了解市场需求，对决策层的总体要求进行完善补充。

二、思路梳理

经过素材的寻找，这时就要将各种资料进行梳理，找出其中的关键点，从而对产品进行透彻分析。

1、明确产品定位

（1）包装定位：根据产品包装的外观、体积、风格、色彩、造型等来确定市场位置。

（2）品质定位：根据产品的品质来确定市场位置。产品品质应是具体的、明确的，是看得见、摸得着的，能量化就要尽可能量化。切不可笼统含糊，切不可语焉不详，切不可只是虚晃一枪。

（3）功效定位：根据产品的功效来确定市场位置。功效定位的着眼点是产品的功效，一个产品可能具有多方面的功效。即使是主要功效，也可能不止一个

产品包装文案上必须认真思考这样一个问题：突出产品的哪一方面的功效，才能在市场上占据最为有利的位置？

（4）价格定位：根据产品的价格来确定市场位置。在产品功能和品质相差无几的情况下，价格是影响消费的重要因素。一般来说，价格略低的产品，在市场上大致占有比较有利的位置，但消费者往往会对同质产品中的价高者情有独钟。产品价格不一样，包装档次、包装形式等包装诉求也不一样。

（5）需求定位：根据目标消费人群的需求来确定产品的市场位置。对产品进行需求定位，可以从满足目标消费人群的现实需求或心理需求、潜在需求入手去寻找产品的市场位置，去刺激目标消费人群的购买欲望。产品目标消费人群不一样，核心卖点、文字、包装档次、包装形式等包装诉求也不一样。

（6）市场定位：根据市场细分的原则来确定产品的市场位置。所面对的市场不同，核心卖点、文字等包装诉求也就相应地应当有所区别，但要防止“错位”、不恰当缩小消费群体和不恰当扩大消费群体。产品面对的市场不一样就意味着渠道的不同，核心卖点、文字、包装档次、包装形式等包装诉求也不一样。

2、提炼产品独特卖点（USP）

USP 即“独特的销售主张”（Unique Selling Proposition），也称“独特的卖点”，即找出产品独具的特点，然后以足够强大的声音说出来，而且要不断地强调。提炼 USP 的基本要点是：（1）向消费者或客户表达一个主张，必须让其明白，购买自己的产品可以获得什么具体的利益；（2）所强调的主张必须是竞争对手做不到或无法提供的，必须说出其独特之处，强调人无我有的唯一性；

（3）所强调的主张必须是强有力的，必须集中在某一个点上，以达到打动、吸引别人购买产品的目的。

在发现产品的 USP 之前，先回答三个问题：（1）你提出的主张对消费者有什么独到的好处，这一主张的基础是什么？（2）你提供的好处对何种目标市场具备强大的吸引力？（3）在你希望达到的目标市场上，你的竞争对手曾经宣扬过什么样的 USP？拥有一个好的产品，更要重视从产品的品质、竞品、消费受众、价格、功效、利益 6 个方面提炼 USP，只有确实有独到的功效和消费受众等核心价值，易于广泛传播、理解和记忆，才能得到消费者的认同，企业才能真正健康的发展。

最有说服力的单词（由 David Ogilvy 于 1963 年、L.M Boyd 于 1970 年选择而出的最具说服力的单词，请谨慎使用）：安全、比较、健康、介绍、奇迹、结论、挑战、便宜货、快、渴望、现在、惊人的、新、革命、魔法、提供、你、证明、爱、显著地、保证、容易、宣布、节省、突然、金钱、耸人听闻的。

作者认为，还有其他很有说服力的单词，如：纯、100%、植物、功能、保健、生命、清新、美白、美容、生物、技术、纳米、高新、提纯、萃取、有益、塑身、营养、养身、养生、传统、因子、高分子、离子、高效、螯合、时尚、潮流、美丽、魅力、无毒副作用、无添加剂、无激素、专供、专用、中药、配方、处方、中医、中草药、活性、幸福、长寿、贴身、保镖、健身、完美、清爽、见效、补益、补养、滋养、意想不到、远红外、健美、永远、持久、丰满、丰韵、成长、发育、增智、助长、有利、自然、调养、专业、调理、青春、轻松、均衡、平衡、本色、活力、养颜、延生、强身、强肾、精华、潜能、关键、防老、益寿、延年、佳品、送礼、保护、呵护、永磁、干爽、生机、威力、承诺、风采、关怀、体贴、聪明、养育、向上、奇效等。（这个平时一定要积少成多）

3、确定文案架构

产品包装文案有正面、背面之分，表达内容不要反复，要互补，撰写时要符合国家有关法律法规的要求。

(1) 正面：公司、品牌（商标）、产品名称、净含量、产品批文号、功效、独特卖点（口号）、适用人群、专利、企业标识、认证标志等。

(2) 背面：行业背景、企业信息、品牌故事、企业标识、产品说明等。

(3) 其他：条形码、注册商标、专用标志标识（如环保）、专利、认证证书、品牌（商标）所有人授权、企业形象标语、有关产品及其行业的法律法规强制规定的必须标注的内容等。

三、文案撰写

1、保健食品

(1) 外包装标签及说明书内容（背面）

1) 产品说明内容：引言、产品名称、主要原料（经电离辐射处理过的任何原辅料，应当在该原辅料名称后标明“经辐照”字样）、功效成分及含量、保健功能、适宜人群、不适宜人群、食用方法及食用量、规格、保质期、贮藏方法、注意事项（经电离辐射处理过的保健食品，应当在保健食品标签注意事项中标注“辐照食品”或“本品经辐照”字样）、产地（**省**市）、GMP 认证号（可以不标注）、批准文号、执行标准（可以不标注年份）。

2) 企业内容

A、生产企业自己生产：生产企业标识、生产企业名称、保健食品生产许可证号、生产企业地址（即保健食品生产许可证标注的生产企业地址）、生产企业电话、生产企业邮政编码、（生产企业网址）、（生产企业免费服务电话）。

B、生产企业委托有保健食品生产许可证的加工企业生产：委托生产企业标识、委托生产企业名称（即生产企业名称）、委托生产企业地址、委托生产企业电话、委托生产企业邮政编码、（委托生产企业网址）、（委托生产企业免费服务电话）、受委托生产企业标识、受委托生产企业名称（即保健食品生产许可证标注的加工企业名称、保健食品生产许可证号、受委托生产企业地址（即保健食品生产许可证标注的加工企业地址）、受委托生产企业电话、受委托生产企业邮政编码）。

C、经销企业：企业标识、企业名称、保健食品经营许可证号、企业地址（即保健食品经营许可证标注的企业地址）、企业电话、企业邮政编码、（企业网址）、（企业免费服务电话）。

3) 标签需要标注的其他内容：条形码、专用标志标识（如环保）、专利、认证证书、品牌（商标）所有人授权、企业形象标语、有关保健食品的法律法规强制规定的必须标注的内容、生产日期、生产批号、保质期至等。

(2) 外包装正面标注的内容：批准文号（“蓝帽子”）、产品名称、注册商标、净含量、独特卖点、选一到几个关键内容（主要原料、保健功能、功效成分及含量、适宜人群、食用方法及食用量）、专利、认证标志、企业标识、企业名称等。

备注：《保健食品标签管理规定》国家食品药品监督管理局于 2010 年 11 月 15 日第一次发布《保健食品标签管理规定》（征求意见稿），2011 年 5 月 26 日第二次发布《保健食品标签管理规定》（征求意见稿）

（<http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0780/62707.html>），目前还未正式发布，但建议保健食品生产厂家按照此管理规定来修改保健食品标签及说明书。

2、医疗器械

(1) 医疗器械说明书、标签和包装标识编写要求示范文本

编写内容	编写要求
【产品名称】（通用名称）（商品名称）	通用名称应在说明书、标签和包装标识显著位置标注，并与医疗器械注册证书中产品名称一致。 如有商品名称，可同时标注，商品名称的标注有以下要求： *应与医疗器械注册证书中标注的商品名称相一致，不得使用夸大、断言产品功效的绝对化用语，不得违反其他法律、法规的规定； *商品名称与通用名称应分行，不得连写； *商品名称大小应不得大于通用名称的两倍。
【型号、规格】	与注册登记表相一致。
【生产许可证编号】	《医疗器械生产企业许可证》号。
【注册证书编号】	取得医疗器械产品注册证后填写。
【产品标准编号】	与产品执行标准号码相一致，应标注年代号。
【产品性能】	依照注册产品标准及检测报告中的实测结果，内容不得超出注册产品的覆盖范围。
【主要结构】	与注册登记表相一致，不得擅自增减。
【适用范围】	与注册登记表相一致，不得擅自增减。
【禁忌症】	指因为医疗器械的使用对人体造成直接影响或者伤害，须禁止使用的病症和症状，包括绝对禁忌和相对禁忌。依据临床试验报告及专家评审意见，不得擅自增减。
【注意事项、警示以及提示性内容】	*产品使用可能带来的副作用； *产品在正确使用过程中出现意外时，对操作者、使用者的保护措施以及应当采取的应急和纠正措施。 *一次性使用产品应当注明“一次性使用”字样或者符号； *已灭菌产品应当注明灭菌方式，注明“已灭菌”字样或者标记，并注明灭菌包装损坏后的处理方法； *使用前需要消毒或者灭菌的，应当说明消毒和灭菌的方法； *产品需要同其它产品一起安装或者协同操作时，应当注明配合使用的要求； *在使用过程中，与其它产品可能产生的相互干扰及其可能出现的危险性； *产品使用后需要处理的，应当注明相应的处理方法； *根据产品特性，应当提示操作者、使用者注意的其他事项。
【标签所用的图形、符号、缩写等内容的解释】	对标签、包装标识的图形、符号、缩写等内容的解释。应符合《医疗器械说明书、标签和包装标识》中的相应要求及国家有关标准（如 YY0466-2003、GB/T191-2000、YY/T0313-1998 等）
【安装说明或图示】	*产品安装说明及技术图、线路图； *产品正确安装所必须的环境条件及鉴别是否正确安装的技术信息； *其他特殊安装要求。
【使用说明或图示】	*产品正确使用说明或图示； *产品正确使用所必须的环境条件及是鉴别是否正确使用的信息。 *其他特殊使用要求。
【产品维护和保养方法】	依照注册产品标准的内容和产品维护保养的特殊要求。
【特殊储存条件】	依照注册产品标准的内容和产品储存的特殊要求。

和方法】	
【有效期限】	适用于限期使用的产品，依照注册产品标准的内容及产品的使用特性。
【产品标准中规定的应当在说明书中注明的其他内容】	
【生产企业名称】	与医疗器械生产企业许可证内容一致。
【委托生产企业名称】	如有
【注册地址】	与医疗器械生产企业许可证内容一致。
【生产地址】	与医疗器械生产企业许可证内容一致。
【委托生产企业地址】	如有
【联系方式】	与企业实际情况一致。
【售后服务单位】	与企业实际情况一致。

医疗器械标签及说明书的撰写必须严格执行《医疗器械说明书、标签和包装标识管理规定》（<http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0053/24517.html>）。

（2）标签需要标注的其他内容：企业标识、条形码、专用标志标识（如环保）、专利、认证证书、品牌（商标）所有人授权、企业形象标语、生产日期、生产批号、有效期至等。

（3）外包装正面标注的内容：注册证号、产品名称、注册商标、规格型号、独特卖点、选一到几个关键内容（产品性能、主要结构、适宜范围）、专利、认证标志企业标识、企业名称等。

3、食品

（1）外包装标签及说明书内容（背面）

1）产品说明内容：引言、产品名称、配料表、营养成分表、食用方法、净含量、规格、产品类型、保质期、贮存方法、产地（**省**市）、执行标准（可以不标注年份）。

2）企业内容

A、生产企业自己生产：生产企业标识、生产企业名称、全国工业产品生产许可证号、生产企业地址（即全国工业产品生产许可证标注的生产企业地址）、生产企业电话、生产企业邮政编码、（生产企业网址）、（生产企业免费服务电话）

B、生产企业委托有全国工业产品生产许可证的加工企业生产：委托生产企业标识、委托生产企业名称（即生产企业名称）、委托企业的全国工业产品生产许可证号、委托生产企业地址、委托生产企业电话、委托生产企业邮政编码、（委托生产企业网址）、（委托生产企业免费服务电话）、受委托生产企业标识、受委托生产企业名称（即全国工业产品生产许可证标注的加工企业名称、受委托企业的全国工业产品生产许可证号、受委托生产企业地址（即全国工业产品生产许可证标注的加工企业地址）、受委托生产企业电话、受委托生产企业邮政编码。

C、经销企业：企业标识、企业名称、食品流通许可证号、企业地址（即保健食品经营许可证标注的企业地址）、企业电话、企业邮政编码、（企业网址）、（企业免费服务电话）。

3) 标签需要标注的其他内容: QS 生产许可标识、条形码、专用标志标识(如环保)、专利、认证证书、品牌(商标)所有人授权、企业形象标语、有关食品的法律法规强制规定的必须标注的内容、生产日期、生产批号、保质期至等。

(2) 外包装正面标注的内容: 产品名称、产品类型、商标、净含量、独特卖点、专利、认证标志、企业标识、企业名称等。

备注(食品标签及说明书的撰写必须严格执行以下几个法律法规):

a、《食品标识管理规定》:

http://www.gov.cn/gzdt/2009-11/12/content_1462993.htm

b、《进出口食品标签管理办法》:

http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjl/19992000/200610/t20061027_239068.htm

c、《农业转基因生物标识管理办法》:

http://www.moa.gov.cn/zwllm/zcfg/nybgz/200806/t20080606_1057089.htm

d、《农产品包装和标识管理办法》:

http://www.moa.gov.cn/zwllm/zcfg/nybgz/200806/t20080606_1057003.htm

e、《预包装食品标签通则》(GB7718-2011):

<http://www.moh.gov.cn/sps/s7891/201111/d0c3c555e6c14aa7a3fa6306002223ba.shtml>

f、新资源食品的标签及说明书的撰写除了参考以上法律法规以外, 还需参考《新资源食品管理办法》(http://www.gov.cn/flfg/2007-07/18/content_688929.htm)。

4、化妆品

(1) 外包装标签及说明书内容(背面)

1) 产品说明内容:

A、非特殊用途化妆品: 引言、产品名称、成分、使用方法、规格、执行标准(可以不标注年份)、产地(**省**市)、贮藏、注意。

B、特殊用途化妆品: 引言、产品名称、成分、使用方法、适用人群、规格、执行标准(可以不标注年份)、产地(**省**市)、贮藏、注意、批准文号。

2) 企业内容

A、生产企业自己生产: 生产企业标识、生产企业名称、全国工业产品生产许可证号、生产企业卫生许可证号、生产企业地址(即全国工业产品生产许可证标注的生产企业地址)、生产企业电话、生产企业邮政编码、(生产企业网址)、(生产企业免费服务电话)。

B、生产企业委托有全国工业产品生产许可证的加工企业生产: 委托生产企业标识、委托生产企业名称(即生产企业名称)、(委托企业的全国工业产品生产许可证号)、(委托生产企业卫生许可证号)、委托生产企业地址、委托生产企业电话、委托生产企业邮政编码、(委托生产企业网址)、(委托生产企业免费服务电话)、受委托生产企业标识、受委托生产企业名称(即全国工业产品生产许可证标注的加工企业名称、受委托企业的全国工业产品生产许可证号、受委托生产企业卫生许可证号、受委托生产企业地址(即全国工业产品生产许可证标注的加工企业地址)、受委托生产企业电话、受委托生产企业邮政编码)。

C、经销企业: 企业标识、企业名称、企业地址、企业电话、企业邮政编码、(企业网址)、(企业免费服务电话)。

3) 标签需要标注的其他内容: QS 生产许可标识、条形码、专用标志标识(如环保)、专利、认证证书、品牌(商标)所有人授权、企业形象标语、有关化妆品的法律法规强制规定的必须标注的内容、生产批号、限期使用日期等。

(2) 外包装正面标注的内容: 产品名称、商标、净含量、独特卖点、专利、认证标志、企业标识、企业名称等。

备注: 化妆品标签及说明书的撰写必须严格执行《化妆品标识管理规定》(http://www.aqsiq.gov.cn/xxgk_13386/jlgg_12538/zjl/20072008/200708/t20070831_239313.htm)。

5、消毒用品

(1) 外包装标签及说明书内容(背面)

1) 产品说明内容: 引言、产品名称、主要成分、抑杀微生物与类别、使用范围、使用方法、注意事项、规格、执行标准(可以不标注年份)、贮存、有效期。

2) 企业内容

A、生产企业自己生产: 生产企业标识、生产企业名称、消毒用品生产企业卫生许可证号(西藏则称“评价登记号”)、生产企业地址(即生产企业卫生许可证标注的生产企业地址)、生产企业电话、生产企业邮政编码、(生产企业网址)(生产企业免费服务电话)。

B、生产企业委托有消毒用品生产企业卫生许可证的加工企业生产: 委托生产企业标识、委托生产企业名称(即生产企业名称)、(委托生产企业卫生许可证号)、委托生产企业地址、委托生产企业电话、委托生产企业邮政编码、(委托生产企业网址)、(委托生产企业免费服务电话)、受委托生产企业标识、受委托生产企业名称(即消毒用品生产企业卫生许可证标注的加工企业名称)、受委托生产企业卫生许可证号、受委托生产企业地址(即消毒用品生产企业卫生许可证标注的加工企业地址)、受委托生产企业电话、受委托生产企业邮政编码。

C、经销企业: 企业标识、企业名称、企业地址、企业电话、企业邮政编码、(企业网址)、(企业免费服务电话)。

3) 标签需要标注的其他内容: 条形码、专用标志标识(如环保)、专利、认证证书、品牌(商标)所有人授权、企业形象标语、有关消毒用品的法律法规强制规定的必须标注的内容、生产日期、生产批号、有效期至等。

(2) 外包装正面标注的内容: 产品名称、商标、净含量、独特卖点、专利、认证标志、企业标识、企业名称等。

备注: 消毒用品标签及说明书的撰写必须严格执行《消毒产品标签说明书管理规范》(http://www.gov.cn/gongbao/content/2006/content_401219.htm)。

6、中药饮片

没有具体的法律法规, 不好规范撰写。

四、文案核定

1、内容审核

(1) 错别字的改正: 写完产品文案后建议读一遍, 要特别小心有错别字, 看起来是小问题, 其实是个大问题。所以只有一个办法: 仔细、仔细、再仔细。

(2) 与产品批文及企业标准等产品资质证照比照: 对照产品资质证照, 逐字逐句进行核对, 避免产生错误的发生。但有一点要特别小心, 即如产品说明与产品资质证照有出入时, 特别是产品资质证照出现常识性错误, 要与决策层确认是否需要修改。

（3）注意关键环节：涉及到数字的要特别留意；涉及到图形要注意是否适用；涉及到产品批文没有的内容要注意是否表达准确。

2、法规审核

根据产品查找对应的国家有关法律法规，要仔细审核包装文案是否符合这些法律法规的要求，打打它们的擦边球很正常，但一定要做到合法合规，只有做到这一点，产品包装文案才算真正写好了。