

大白兔奶糖包装走红海外社交平台

一张糖纸
前世今生

近日，来自菲律宾的网友 weeabob 在海外社交平台上发布了两张大白兔奶糖的糖纸照片，并配文：“this absolute masterstroke of graphic design(这绝对堪称平面设计的杰作)……”该贴目前已获得了超 615 万次浏览，点赞数破 26 万。

童年记忆里都有“大白兔”

weeabob自己也没有想到，这条随手发布的帖子竟然引发了来自世界各地网友们的共鸣，他们纷纷留言表达了自己对于大白兔奶糖和糖纸的热爱。

来自英国的 ellie 说：“有人把这些带到我的工作场所，我把吃过的那些包装纸全都留下来了，用来做我的日记本。它们太漂亮了，味道也好极了。”

而名字后面挂着一面巴勒斯坦国旗的 mona 也用一种特殊的形式把大白兔奶糖的糖纸保存了下来——成为她手账的一部分。

网友 Cross 说，自己是专门为了包装纸买的大白兔奶糖。“太美了，糖果也不错，但那个包装纸……我的天，多么美啊，我永远不会扔掉那个。”

网友 Pesto 则索性把大白兔奶糖糖纸的图案文在了自己身上。

不看不知道，原来大白兔奶糖不止是中国孩子回忆里的一部分，也曾经影响过那些国外的孩子们。来自纽约的网友 Da A Train!回忆：“我的中文老师会把这些（糖）带到课堂上，作为我们完成工作表时的奖励”；同样来自纽约的 zehra 称它为“定义童年的甜蜜小零食”；网友 Will 说：“小时候，这对我来说就是我的仙豆。如果我受伤了，爸爸会告诉我这个能让我感觉好点。”英国网友 Emma 想起了自己的童年，那是上世纪 90 年代，妈妈常带她去当地的中国超市里买大白兔奶糖，而就在看到这则帖子的前几天，她成年后第一次去买了大白兔，重温儿时的记忆。

“大白兔”的前身是“米老鼠”

虽然大白兔奶糖的糖纸是最近才在海外社交平台上爆火的，但大白兔奶糖绝非刚走出国门。

1972 年，美国时任总统尼克松访华，“大白兔”就被作为国礼赠送给尼克松一行人员，从此走向了世界。根据在美国当地华人间流传的说法，改革开放前，美国超市里仅能看到两样来自中国大陆的商品，而其中之一就是大白兔奶糖。

也就是说，从 1972 年至今，“大白兔”一直是深受海外市场欢迎的中国品牌之一。但一张普通糖纸的走红，却出乎所有人意料。海外网友们对于“大白兔”包装的热情，也为国人进行了一次反向的种草，并引起我们探究它前世今生的兴趣。

据文字记载，上海的糖果厂商们有意识地加强糖纸设计，是从上世纪 40 年代初开始的。当时各家私营糖果厂之间竞争日趋激烈，于是厂商们纷纷花重金聘请职业画师甚至知



名画家来设计并描绘糖纸，增加自家糖果对于消费者的吸引力。

而大白兔奶糖的前身 ABC 米老鼠糖，当时糖纸上用的就是风靡全球的第一部有声动画片《汽船威利》的主角米奇和米妮的形象。

有一个时间点经常被人忽视：虽然大白兔奶糖糖纸上著名的白兔形象出现于 1956 年，但其实早在 1943 年，上海爱皮西糖果饼干厂的老板冯伯镛就邀请当时沪上著名的制糖大师刘义清，研发出了大白兔奶糖的前身 ABC 米老鼠糖。



而这款奶糖的灵感，来自冯伯镛当时尝到的一款由永安公司代理的英国鸟结糖。但他们此后研发出的米老鼠奶糖，其实比鸟结糖奶香味更浓郁，更有咬劲且不粘牙。从米老鼠糖到大白兔糖，其实配方和原料并没有很大的改动。

新中国成立后，上海爱皮西糖果饼干厂被收归国有，改名为“上海爱民糖果饼干厂”，改名后的米老鼠奶糖仍旧是最畅销的一款产品。1956 年，厂名又更改为“上海爱民糖果厂”，为了更符合新中国的新市场需要，米老鼠奶糖被改名为三喜奶糖，糖纸包装也随之更改。

因为老鼠是“四害”之一，所以米老鼠的形象改成了兔子的形象，出现在糖纸的两侧边缘。而中心则是几何四边形整齐的排列组合，并印有三喜奶糖的中文和拼音。然而尽管名字讨喜，广大消费者对此却不买账，奶糖销量一落千丈。

厂里于是决定重新设计包装，并确定了“大红兔”为糖纸的包装形象，但这只大红色的兔子也没有扭转奶糖滞销的局面。当时任糖果厂经理的冯伯镛委托一名姓徐的自由设计师进行微调，数月之后，一只白色的兔子取代了这只红色的兔子，而奶糖的销量也奇迹般攀升。这个事实再次证明了包装的重要性，其实奶糖还是原来的奶糖，但消费者很多时候就是冲着外在去的。

直到 1959 年，大白兔奶糖作为中华人民共和国成立 10 周年的献礼产品，出现在全国人民的面前。因此，“大白兔”品牌此后被普遍认为诞生于 1959 年，但其实这只白兔子的形象在 1956 年已经问世了。

那只大白兔的头换了个方向

这时候的大白兔奶糖还未自成品牌，它被叫做“三喜”牌大白兔奶糖。

糖纸中心是一只采用蹲姿的大白兔，背景是极具时代特色的黑红版画风格。糖纸两侧排列两两成对的兔子剪影，蓝底白图的用色让人联想到中国民间的印染艺术，又像剪纸风格，极具特色。

此后的数十年间，“大白兔”糖纸变化不大。上世纪 70 年代，中国轻工业还延续着一个传统，即出口的产品往往会使用同一个品牌名，而且不少厂商会借用知名度高的品牌名。因此有一段时间，上海爱民糖果饼干厂又在糖纸上借用了“光明”牌商标。

在此期间，“大白兔”奶糖礼盒的设计风格也发生了显著的改变。设计者江爱周自创了大白兔趴在大蘑菇上似乎正起跳嬉戏的造型，这一形象在很多成长于上世纪 70 年代的孩子中间根深蒂固。消费者普遍认为，这只

新设计的大白兔看上去比原来礼盒上的兔子更活泼可爱。

最初的大白兔奶糖礼盒包装是由黄善骝于上世纪 50 年代末设计的，他设计的大白兔形象更符合新中国成立后不久大众的意识形态，因此看上去有些严肃。最显著的特征是兔子的眼尾上扫，更具中式元素。

而最让人熟悉的大白兔形象无疑来自“大白兔之父”王纯言，他对大白兔奶糖礼盒上兔子跃动的方向进行了改变，把原先的“头右尾左”改成“头左尾右”，更符合人们的视觉习惯。但整体上，“王派”大白兔延续了“江派”大白兔圆头圆脑、活泼好动的风格。

除了最经典的大白兔形象外，王纯言还绘制了许多形态各异的大白兔，它们出现在不同的礼盒包装上，堪称“大白兔家族”。

随着 1976 年上海爱民糖果厂并入冠生园食品厂，冠生园食品厂此后将“大白兔”注册为商标，因而大白兔奶糖的糖纸也发生了些许变化：冠生园的中英文标识和厂址等信息都被填入原本的空白处，到了 2006 年年初，冠生园又在“大白兔”糖纸的品牌名称旁边新增了“奶糖”二字，同时增加了中英双语的“上海冠生园食品有限公司”。2008 年 10 月新上市的“大白兔”奶糖糖纸上，清晰可见加印了“质量安全”的标志。

从 1956 年左右诞生了大白兔的形象以来，大白兔奶糖糖纸上的图案基本维持了不变，只在细节上做过一些微小调整。比如：糖纸上最初是 4 根红色的细直线，渐渐改成了粗直线。

后来因为出现假冒商标，糖纸上开始采用印刷防伪标志。如果仔细看，4 根红色直线中的左起第一根粗看是一条由整齐排列的小圆点连成的直线，置于放大镜之下，则每个点都隐藏着一个汉字，组成一连串“大白兔”的文字。

从 1956 年左右第一次在包装纸上出现了大白兔的形象，大白兔奶糖至今走过了整整 70 年。如今，大白兔的世界早已不再局限于一粒小小的奶糖。它和多方联名，大白兔的形象出现在饮品、药妆、香氛、服饰、鞋类和包装袋上。

看到它的人都会喜欢上它，就像海外社交平台上网友 nou's 留言写的那样，“它是用爱画出来的，而不是随便扔一个提示词就喂给 AI 去搞定。”

有网友发来了“大白兔之父”王纯言墓碑的照片，在他的墓旁，一只白色的石刻兔子每日陪伴着他。不仅是他，相信每一个参与过“大白兔”形象设计的人，都曾真心实意地画出了自己心中的爱。