

鴻福堂推出「藝術這回事」特別版飲品 打破涼茶傳統框框 呈現視覺藝術及地道文化

藝術是生活的一部份，而隨著西九文化區多個博物館開幕，坊間對各種藝術的討論更見活躍。今個夏天，鴻福堂就推出「藝術這回事」特別版飲品，突破一貫包裝設計，將不同視覺或文化元素套用到多款熱賣口味，讓你在日常生活中感受藝術及尋找靈感，將藝術及文化更貼近大眾。

「藝術這回事」系列以四大主題為設計概念，包括：呈現經典工藝的「地方文化脈動」、用色及設計大膽的「改造革新」、集近百人參與的「共創藝術」及打破傳統框架的「現代藝術文化」。喜愛藝術的你快啲儲齊一套收藏啦！記得保留單據參加購物獎賞活動！

鴻福堂「藝術這回事」系列現已於鴻福堂門市、7-Eleven、OK 便利店、惠康超級市場、百佳超級市場、HKTVmall、士多 Ztore 及 HOME+ 等網購平台及士多辦館有售。



地方文化脈動 – 特別版「夏枯草」、「雞骨草」 (500 毫升)

- ✧ **夏枯草**：旗袍是傳統工藝，並發展成一種時尚穿搭文化。設計展現出旗袍的優雅，活現傳統製作技藝。
- ✧ **雞骨草**：紅白藍帆布有著堅韌不屈、靈活多變的形象；而街頭墨寶是本地街頭裡面的風景線，兩個設計元素都是經典的香港街頭象徵。設計將兩者融合，呈現地道文化及本地藝術。

改造革新 — 特別版「竹蔗茅根」、「陳皮柑桔」

(500 毫升)

幾何抽象和 Pop Art (又稱普普藝術)這兩種藝術風格有著改造革新的意義，打破了當時強調主題寫實的局限，為藝術打開了另一種可能性。

- ✧ **竹蔗茅根**：以幾何抽象畫派的先驅蒙德里安的代表作《紅、黃、藍的構成》為靈感，於包裝設計融入三色格子 — 粗幼不一的直橫線條、矩形色塊、紅黃藍三原色，為竹蔗茅根呈現出幾何美學，搶眼又奪目。
- ✧ **陳皮柑桔**：採用大膽破格的用色，就像 Pop Art 中拋棄安全的用色色調、採用艷俗且色彩繽紛的色調，帶來耳目一新的視覺感受。



共創藝術 — 特別版「咸柑桔」、「凍檸茶」

(500 毫升)

- ✧ 鴻福堂早前舉辦「柑桔/檸檬」齊齊畫活動，收集了近百名顧客所繪畫的柑桔和檸檬，表達了不同的個人想像。鴻福堂將這些作品整理及結合後，呈現在新款的包裝設計上面，成為了一個集體創作的藝術項目。

現代藝術文化 – 特別版「蘆薈楊枝甘露」

(450 克。將於 7 月底至 8 月初推出)

拋開傳統框架，以簡單色塊及線條打造出擁有設計師風格的包裝，給予人一種清新而且賞心悅目的感覺。



「藝術這回事」250 毫升飲品套裝 (8 月中推出)

- ✧ 內含鴻福堂「藝術這回事」特別版 250 毫升共 6 支，包括夏枯草及竹蔗茅根各 3 支。
- ✧ 隨飲品附送實用又藝術感十足的「藝術這回事」特別版環保袋一個。



正面



背面

如欲瞭解更多有關「藝術這回事」的創作意念，可瀏覽：<https://bit.ly/3nNWdHf>

「藝術這回事」推廣活動

配合新系列的推出，鴻福堂將推出不同活動，將藝術帶到不同的領域，讓你以各種形式享受藝術的樂趣！

「藝行跑」5 公里線上跑活動

「藝行跑」由鴻福堂主辦、Run2gather 協辦，是一個結合健康與藝術的虛擬跑活動，既可突破社交距離限制，又能挑戰自我。參加者在參與比賽的同時，可享受於石屎森林中尋找藝術足跡的樂趣。

活動內容：

參加者可自由選擇 5 公里賽事的路線。賽事途中需經過至少一個藝術建築物或裝置 / 社區景點或景色，並拍下具藝術觀賞價值的相片作紀錄，以配合「藝行跑」的主題。

賽事分為男、女子組，各設第一、第二及第三名，第一名將獲得總值高達\$2,500 的豐富禮品。同時，比賽亦設有藝術獎，以提交的相片作評審。所有參加者完成活動後，均可獲得一份完賽禮品包。

活動將於 8 月中旬開始接受報名，賽事於 9 至 10 月期間舉行。更多詳情請留意鴻福堂及 Run2gather 的 Facebook 公佈。

購物獎賞活動

顧客凡於 7-Eleven、OK 便利店、惠康超級市場、百佳超級市場、HKTVmall、士多 Ztore 或 HOME+，購買任何鴻福堂飲品滿\$20(以單一收據計算)，當中須包括藝術特別版 500 毫升飲品（夏枯草、雞骨草、竹蔗茅根、陳皮柑桔、凍檸茶或咸柑桔）或藝術特別版蘆薈楊枝甘露 450 克飲品，保留正本收據即可於*指定日期到鴻福堂網頁登記參加獎賞活動。有關詳情將稍後於鴻福堂 Facebook 公佈。

*登記日期：

2022 年 8 月 15 日至 9 月 11 日

按此下載相片：<https://bit.ly/3NIJh09>



有關鴻福堂集團

鴻福堂創立於 1986 年，於2014年7月在香港聯合交易所有限公司主板上市(股份代號：1446)，為一間推廣健康飲食概念的現代化企業，35年來提供多元化的無添加健康產品。目前，集團於香港共有超過120家自營零售店，按零售網絡計算，鴻福堂為全港最大中式草本產品零售商。為把握中國內地龐大消費市場的增長潛力，集團向第三方零售商及分銷商銷售保鮮飲品，覆蓋多個中國內地城市。

集團網站：www.hungfooktong.com



HUNGFOOKTONGFANS

- 完 -

傳媒聯絡

鴻福堂集團企業公共關係部

Agnes Luo

電話:3651 2197

電郵: agnesluo@hungfooktong.com.hk

Natalie Leung

電話:3651 2248

電郵: natalieleung@hungfooktong.com.hk