

# 地域文化在西凤酒包装设计中的传承与彰显

高黎<sup>1</sup>, 吴婷婷<sup>2</sup>, 陈艳利<sup>3</sup>  
(陕西科技大学, 西安 710021)

**摘要:** **目的** 西凤酒是陕西的特色名酒, 久以“甘泉佳酿”“清冽琼香”“醇香典雅”而盛名于世, 西凤酒的包装设计及瓶体造型更是具有本土文化特色。**方法** 从西凤酒包装设计中的地域文化解析陕西传统民间要素在设计中所呈现出传承与创新的形态, 解读西凤酒包装设计在图形信息传达、包装材料、包装色彩等方面与本土文化的相互关系。**结论** 在以人为本的绿色设计理念基础上, 本土文化的应用提升了西凤酒包装设计的文化内涵, 使得传统民间文化更好地传承下去。

**关键词:** 西凤酒; 包装设计; 地域文化

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2016)18-0062-05

## Heritage and Demonstrate of Regional Culture in Xifeng Liquor's Packaging Design

GAO Li, WU Ting-ting, CHEN Yan-li  
(Shaanxi University of Science and Technology, Xi'an 710021, China)

**ABSTRACT:** As a kind of Shaanxi featured brewed wine, Xifeng Liquor is famous with its mellow taste and elegant characters. And the design of its packaging and bottle's modeling has great features of local culture. Through analyzing these characters we know how Shaanxi traditional folk culture are inherited and innovated. And it also interprets the relationship between local culture and the graphic communication, packaging materials, packaging color and other aspects in Xifeng packaging design. We concluded that the application of local culture in packaging design can enhance the Xifeng liquor's cultural connotation and the traditional folk culture can be handed down better, basing on people-oriented concept of green design.

**KEY WORDS:** Xifeng liquor; packaging design; regional culture

在白酒包装设计中, 从消费者文化心理角度出发的体验设计、产品包装设计不仅具有实用性, 还在赋予包装丰富独特的文化内涵的基础上, 提升了消费者的品质, 这样必然能够有效地促进品牌发展, 从而留住大众的视线, 提高客户的消费欲望。艺术与地域文化相融合的包装设计, 不仅能体现出独特的地域文化精神和审美水平, 丰富的文化信息结合地域文化特点还能更好地体现包装设计的发展取向。以陕西本土的西凤酒为例, 解析传统地域艺术元素与现代包装设计的交融, 在保证商品具有保护性的前提下, 吸取传统民间文化的内在精神, 创造

出符合当时消费者心理需求且具有本土特色的包装设计产品, 进而使人们与传统文化更好地进行交流体验。

### 1 西凤酒的地域文化内涵

西凤酒谐音“喜凤酒”, 寓有吉祥美满之意。其地处渭河之滨, 坐拥优越的地理位置, 因而不仅拥有水般的清澈见底、流线柔美之形体, 更具有火般的热情魅力。故西凤酒的包装设计及瓷瓶造型就是将陕西的民间生活、地域文化与现代商业需求融合在

收稿日期: 2016-06-16

基金项目: 国陕西省社科界 2015 年重大理论与现实问题研究项目 (2015Z019)

作者简介: 高黎 (1972—), 女, 河南人, 硕士, 陕西科技大学副教授, 主要从事平面设计与环境陶艺等方向的研究。

一起，以此形成的特色文化形态。

### 1.1 西凤酒陶瓷酒器造型地域文化元素

用酒器的设计吸引大众的视线，是品牌包装设计的重要环节。由于西凤酒的香型独特和地理位置优越，再加上其具有一定的传统民间文化的历史形态，故该设计将历史的厚重感与酒文化完美交融，使西凤酒的白酒包装，因其清香典雅的特色占据了主要市场。如图1所示(图片摘自百度)，在西凤酒经典红色款中，酒器的设计灵感源自于飞舞的凤凰，瓶盖的设计灵感源于美妙的凤冠，整个酒器造型高贵优美，使西凤酒在白酒品牌市场上享有尊贵的地位。其优美的瓶身造型容易让人浮想到孔雀开屏时的热情烈焰，暗指革命薪火点燃；而带有曲线形状的酒器自有一种美感，隐喻凤凰所具备的女性的优雅风格；从外轮廓上看，曲线比直线更为饱满大度。

人们在传统民间生活中所创造的产物往往最具传统色彩。陕西泥塑民俗文化的造型如图2所示(图片摘自中国工艺品信息网)，泥塑中的人物造型，从头部、张开的唇部到全身动态造型的泥塑线条，都赋予了美满的意蕴。西凤酒的外在包装从陕西泥塑的个性造型中更好地延伸出来，具有动态之美。在品牌文化设计中，遵循了“圆”这一美满的传统形态，将品牌包装形象与地域文化紧密相系，与现代人的审美需求和民族精神相呼应。



图1 西凤酒经典红色款  
Fig.1 Xifeng classic red section



图2 陕西泥塑  
Fig.2 Shaanxi clay

为了充分表现西凤酒源远流长的历史，西凤酒的青花瓷系列的外形主要以葫芦形为主，如图3所示(图片摘自百度)，瓶身是用青花画的荷花，传递出了一种独特清香的气质，有着浓浓的历史韵味，让人印象深刻。运用传统的国画技法，加上现代品牌包装的设计理念，展现出绝美的视觉盛宴。蜿蜒缠绕的葫芦纹样象征旺盛的生命力以及子嗣繁衍的美好愿望。同样的纹样应用在陕西木版年画中，也富

有着美好的寓意，在陕西木版年画中所绘的葫芦纹样，在表现福禄的同时，也可以视作新婚馈赠，寓意和和美美的喜庆意义。独特的艺术表现形式，体现在其简洁的形式语言和造型语言，用极少数的元素表达了丰富的信息，特别是空白的运用，将充满简约的传统视觉文化魅力的白酒包装设计呈现给大众，给人们以无限的想象空间，更容易达成情感上的共识。品牌包装设计中的传统民间要素，有助于提升酒文化品牌包装中的民族化精神内涵。

### 1.2 西凤酒陶瓷酒器装饰纹样的地域文化元素

民间美术图形往往用通俗的言语来表达大众的心声，以浓烈的民族意识、纯朴的责任感、强烈的形式感和审美特征，创造出积极乐观的人生态度，成为大众审美心理建设的重要载体。在黄色系列的西凤酒国窖经典款中(如图4，图片摘自国花瓷西凤酒官网)，酒瓶外面印有饱满奔放的牡丹纹样，象征着生命的无限美好，具有雍容华贵，富丽堂皇的审美效应，这正显示了人们对富贵的终极期待，更好地体现了这款白酒的档次。牡丹花色艳香浓与自唐以来崇尚的丰盈、健康、富态、自然的女性美不谋而合，在陕西凤翔木板年画中带有牡丹花纹样的女式衣着与头饰，同样凸显了女子的娇贵与优雅(如图5，图片5—6均由作者自摄)。西凤酒外包装中的牡丹纹样有绿叶陪衬，烘托着气韵丰满娇艳富贵的牡丹，体现了陕西民间对美满幸福生活的追求，展现了传统文化独特和不可替代的精神。



图3 西凤酒青花瓷系列窗体底端  
Fig.3 Xifeng blue and white porcelain series



图4 45度国花瓷西凤酒20年  
Fig.4 States huaci xifeng 20 yeas

西凤酒包装设计中的很多细节设计与传统民间元素息息相关，在西凤45度鉴藏十年这款浓香型白酒外包装上，凤纹动势夸张的线条展现出其地域文化的装饰效果，具有鲜明的影像造型，与陕西剪纸

龙凤纹样相互动。外在的包装设计以民间元素的美好寓意为基础,对原始纹样不断解构,设计出能满足消费者审美需要的龙凤元素。在图形的设计方法上利用剪纸的概括性手法,大胆取舍,省略简化,使其更具有独特地域文化性、民族性和时代性。将民间视觉元素融合在白酒品牌设计中,进一步凸显了白酒包装设计中功能性与审美性紧密联系。西凤45度鉴藏10年的包装设计如图6所示。



图5 凤翔木板年画《爱菊佳人》图6 西凤45度鉴藏10年  
Fig.5 Fengxiang wood paintings "Aiju Girl" Fig.6 West phoenix 45 degrees connoisseur 10 years

### 1.3 西凤酒包装品牌标志的传承

商品的包装设计为了满足购买者的直观感受,将传统书法元素融入到商品设计上,这也是最有效的设计手段,可以渲染出整体包装设计的视觉感染力。如图7所示(图片摘自中国LOGO设计制作网),西凤酒商标图案采用传统图形中的凤凰纹样,运用传统中国书法的笔墨写出“西凤酒”三个字,将书法与绘画相融合,可让人联想到高雅、舞蹈的凤凰这一组合的形式,很好地展示了传统文化中的“书画”的意境,塑造出带有历史厚重感的品牌白酒形象,提升产品独特的包装视觉。在品牌消费的体验过程中,使得产品的包装设计在精神层面上具有传统地域文化的精神内涵。



图7 西凤酒标志  
Fig.7 Xifeng logo

在西凤酒的品牌包装设计中,图形通常以对称的方式呈现,以圆的造型表现,中国人讲究“好事成双”,在年画中构图采用对称的布局,体现了地域文化深厚的审美观。采用了自由透视处理、对称布局、围绕中心式构图等多种画面感,使整体画面中的

“空”与“满”形成对立统一的局面。在外包装的设计上体现了陕西民间热情好客的民风,在弘扬传统艺术元素的造型想法上,展现出大众对美满事物的乐观期待。

## 2 西凤酒包装设计的“质感美”

白酒的包装设计,弘扬了品牌文化酒器的魅力,吸引了大众的第一视线,在追求传统视觉艺术文化过程中,大胆取舍,融入简约的形式感。西凤酒的瓶身设计多运用玻璃与陶瓷质感,将玻璃的通透感与陶瓷的典雅气质融合,与西凤酒醇厚绵长的品质及久远的历史文化相吻合,维持着西凤酒的美与醇。

### 2.1 材质的强强联合

用简洁实惠的材质吸引大众的眼球,满足了社会提倡的绿色环保消费。为了提高自身的绿色视觉魅力,西凤酒的瓶身设计合理地应用多元化材料,以陶瓷作为酒瓶造型材料,并在口部镶嵌金属装饰创造出的包装形象设计,具有极高的收藏价值,充分表达了西凤酒造型独特的地域文化特点,展现出西凤酒别具一格的品牌文化魅力。在陕西品牌白酒包装设计中,多采用纸质、陶瓷、玻璃等基础材质组成。如图8所示(图片8—9均摘自百度),西凤酒中大白坛酒的包装形象设计展现了陕西民间纯朴、豪爽的生活气息,同时又不失“雅”的韵味,其极好的审美价值展现了陕西民俗生活中大众对生活追求质朴的情怀,接地气的文化包装更易让大众印象深刻。



图8 55度西凤酒海酒私藏大坛白酒  
Fig.8 55-degree possession of a large altar wine sea Xifeng Liquor

### 2.2 绿色环保设计理念

在弘扬传统文化魅力的氛围中,大胆运用简约的包装形象设计,让大众领悟到设计师们的思想,

环保的西凤酒设计在实用性、审美性上充分展现出了独特的地域性与现代文化设计理念的交融。不同酒器的设计拥有不同曲直形态，经过设计师们的精心编排，瓶身精致的装饰纹样，在饮用完美酒之后，可作为酒器再次利用，还可将其当做花瓶、收纳瓶之类的器皿进行室内装饰，大众对白酒的热爱大大减少了酒瓶的浪费，在白酒的包装设计中体现出了器与酒的完美融合以及低碳环保的设计理念，倡导与自然共生。

为了顺应本土化的原生态发展需求，西凤酒包装设计运用了原始材料形态。将现代设计与原始艺术材料形态相融合，如图3中葫芦纹样的包装设计不断采用新的创意进行包装策划，古代有用葫芦盛酒的用法，方形模型中的葫芦能改善圆形葫芦不利于运输的缺点，从植物形态衍生出的原生态容器，在使用中降低了污染物所带来的恶劣影响，实现了器与酒完美的融合和统一，提高了西凤酒的产品文化附加值。

### 2.3 绿色视觉消费理念

白酒包装设计中的绿色视觉设计理念从标识字体设计形式、图形处理、材质包装设计形态等不同方式，向大众呈现出无尽的想象空间，满足大众的消费欲望，促进白酒品牌文化形象的宣传与销售。

在西凤酒标识符号方面的设计中，以书法、图形、色彩等形式增添了传统韵味，同时又不失“少即是多”的绿色视觉理念，有强烈的视觉形式感与可赏性，直观地展现出传统与现代结合的画面，缓解了大众视觉上的疲劳，增进了消费者对品牌白酒的热爱。

将品牌包装上的标识及辅助文字合理地进行编排设计是包装设计重要的因素。在生动具象的文字基础上融入传统书法形态，再通过字体选择、字体形态、字体识别度上的合理安排，不仅为大众的视觉提供了舒适的视觉感触，也为画面增添了趣味性，增加了耐人寻味的情调，醒目的编排更增加人们多方位的视觉受感。在绿色视觉消费理念设计下，西凤酒包装上的图形符号，将多种视觉元素组合构成视觉形象，形象明确地表达出设计的真实内容。

在色彩方面的设计上，西凤酒在单纯简洁的色彩基础上，加上了微妙变化的暖色系——红色和黄色，直观地呈现了西凤酒独特的品味形象，丰富了西凤酒白酒包装设计的内涵。如此简约的视觉消费

设计，与白酒包装的绿色视觉消费设计理念相符合，也符合大众的人文精神需求。与西凤酒传统白酒色彩包装设计相比，现在市场上的色彩包装设计虽然沿用了之前单纯的色彩，但是随着材质、抛釉等技术方面的快速发展，再加上设计师们的绿色设计理念，西凤酒在色彩包装方面，给予了大众更丰富的情感、也更人性化，更易与购买者产生情感的共鸣。

### 2.4 人酒合一的消费动机

根据人机工程的原理设计不同曲线的白酒造型，使酒瓶造型与消费者之间产生更舒适更亲近的情感体验。西凤酒瓶身形态的设计充分考虑到人酒之间接触、摩擦等环境，对手部与瓶身的接触进行了研究，考虑到大众在饮用时的状态，将酒器造型与手的虎口接触部分完美契合，有效地提升了商品附加价值，提升了西凤酒品牌形象设计在市场上的地位，使传统民俗文化与品牌包装设计紧密相连。

## 3 传统民间色彩在西凤酒包装设计中的体现

色彩是一种用来表达情感的语言。在日常生活中的使用中，能够抒发大众对周围环境的认知。

高纯度色彩是陕西民间独特炽热情绪的展现，西凤酒品牌包装上的色彩设计一直延续着传统民间色彩的风格，并在此基础上对色彩进行创新设计，展现出了地域文化的独特魅力。如图9所示，在西凤酒七彩系列中，多使用红色、黄色、金色和褐色等色彩；在西凤酒国花瓷系列的白酒中(如图4)，多以红、黄两种色彩为主。在西凤酒包装设计中，多用红色(如图1)象征着中国红，这是一种热情、积极向上、吉祥如意的色彩，突显了陕西人民热情好客的性格特色；象征崇高权利的黄色，代表着炎黄子孙后代与肥沃的土地。同样高纯度的色彩，在陕西民俗生活中的“社火”里也频繁应用。火有红火、热闹之意，使得民俗活动充满了神秘和乐趣。陕西华县的特色皮影中主要以红绿颜色为大色调的互补色，能让人产生强烈的视觉感受。在陕西民俗年画和泥塑中，红、黄色也经常用到。陕西传统的民间色彩文化，不仅有强烈的视觉冲击力，更具质朴、粗犷、简洁、昂扬的浪漫情调，与陕西的淳朴民风的特点息息相关；大量暖色的运用表现陕西民风的豪爽和热情，色彩运用地越简约，越能展现出陕西民



间简单朴实的生活态度, 这为现代品牌文化设计提供了强大的素材。



图9 西凤酒七彩系列  
Fig.9 Xifeng colorful series

#### 4 结语

以地域文化元素在品牌白酒包装设计上的应用为出发点, 以具有品牌文化特色的陕西凤翔西凤酒为例, 提升白酒在大众心理的品牌形象。在现代设计中融入传统民俗化的民族特色设计, 将传统民间文化传承下去, 让传统民俗文化不断渗透到品牌设计理念中, 使消费者真正体验到传统文化所带来的价值, 使白酒的品牌包装更适合大众对审美的追求。现今社会越来越注重绿色设计, 设计师们在产品包装设计中融入绿色视觉设计, 将会提高白酒在商品市场上的竞争力。

#### 参考文献:

- [1] 皇甫娟. 包装设计中民间艺术元素的体现[J]. 包装工程, 2015, 36(1): 107—109.  
HUANG Fu-juan. Packaging Design Reflects the Elements of Folk Art[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(1): 107—109.
- [2] 郭欣欣. 图形语言在包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2014, 35(12): 72—75.  
GUO Xin-xin. Graphics Language in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(12): 72—75.
- [3] 李岱楠. 传统文化在中国白酒包装中的用户体验设计研究[J]. 包装工程, 2014, 35(11): 122—126.  
LI Dai-nan. Users of Traditional Culture in Chinese Liquor Packaging Experience Design Research[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(11): 122—126.
- [4] 吴昌松. 中国传统元素在白酒包装设计中的应用研究: 以西凤酒包装设计为例[D]. 江西: 南昌大学, 2012.  
WU Chang-song. Application of Traditional Chinese Elements in Wine Packaging Design-in Xifeng Packaging Design Case[D]. Jiangxi: Nanchang University, 2012.
- [5] 秦华. “失位”与“品格”: 对传统设计元素应用的功能空间与象征意义的思考[J]. 装饰, 2014(12): 78—79.  
QIN Hua. “Out of position” and “Character”—Reflections on the Functions of the Traditional Design Elements of the Application, Space and Symbolic Significance[J]. Zhuangshi, 2014(12): 78—79.
- [6] 潘鸿飞. 回归生活: 谈传统民间工艺的适用性追求[J]. 南京艺术学院学报: 美术与设计, 2015(2): 103—106.  
PAN Hong-fei. Return to Life—On the Applicability of the Pursuit of Traditional Arts and Crafts[J]. Journal of Nanjing Arts Institute: Fine Arts & Design, 2015(2): 103—106.
- [7] 李碧红. 中国传统文化元素在当代艺术中的创新表达[J]. 南京艺术学院: 美术与设计, 2015(3): 171—177.  
LI Bi-hong. Innovation Expression of Traditional Chinese Cultural Elements in Contemporary Art[J]. Journal of Nanjing Arts Institute: Fine Arts & Design, 2015(3): 171—177.
- [8] 韦霞. 基于包装设计中我国传统吉祥图案的应用研究[D]. 陕西: 陕西科技大学, 2008.  
WEI Xia. Application Packaging Design Based on Chinese Traditional Auspicious Patterns[D]. Shaanxi: Shaanxi University of Science and Technology, 2008.
- [9] 周杨静. 地域特产包装设计的文化转译[J]. 南京艺术学院学报: 美术与设计, 2015(4): 174—177.  
ZHOU Yang-jing. Cultural Translation Geographical Specialty packaging Design[J]. Journal of Nanjing Arts Institute: Fine Arts & Design, 2015(4): 174—177.
- [10] 王峰. 现代包装设计中传统文化的应用[J]. 美术观察, 2015(6): 102—104.  
WANG Feng. Modern Packaging Design in the Application of Traditional Culture[J]. Art Observation, 2015(6): 102—104.
- [11] 汤筠冰. 艺术传播符号的理论脉络与形态分演[J]. 南京艺术学院学报: 美术与设计, 2015(5): 150—154.  
TANG Jun-bing. Theory and the Form of Art Speech on the Spread of the Symbol of Points[J]. Journal of Nanjing Arts Institute: Fine Arts & Design, 2015(5): 150—154.
- [12] 夏翔. 论当代艺术与设计的关系[J]. 南京艺术学院学报: 美术与设计, 2015(1): 212—214.  
XIA Xiang. On the Relationship Between Contemporary Art and Design[J]. Journal of Nanjing Arts Institute: Fine Arts & Design, 2015(1): 212—214.