

湘西民族文化元素在酒包装设计中的应用

杨静

(湖南第一师范学院, 长沙 410205)

摘要: **目的** 研究湘西民族文化元素在酒包装设计中的应用。**方法** 从湘西民族文化元素的特征分析着手, 并重点对其具有代表性的银饰、背篓、建筑、蓝印花布文化元素进行深度的挖掘与提炼。以千年湘西酒系列包装设计为例, 将湘西民族文化元素融入到包装设计中, 充分发挥这些元素的民族文化特性, 探讨湘西民族文化元素在酒包装设计中的运用。**结论** 将湘西民族文化元素与酒包装设计进行有机结合, 提升了湘西酒业的民族品牌价值, 使其在激烈的市场竞争中形成独具特色的优势。同时, 将湘西独特的民族文化元素进行传承和创新, 使之与现代商品包装设计相融合, 拓展了其商业价值的同时, 丰富了包装设计的文化内涵, 使商品包装更具生机和活力, 也促使民族文化得以弘扬发展。

关键词: 湘西; 民族文化元素; 酒包装设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)18-0270-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.18.051

Application of Xiangxi National Cultural Elements in Wine Packaging Design

YANG Jing

(Hunan No.1 Normal School, Changsha 410205, China)

ABSTRACT: It aims to study the application of Xiangxi national cultural elements in wine packaging design. Starting from the analysis of the characteristics of the cultural elements of Xiangxi, and the deep excavation and refinement of its representative silver, reciting, architectural and blue printed fabric elements are focused on. Taking the packaging design of the Millennium Xiangxi wine series as an example, the cultural elements of Xiangxi are integrated into the packaging design, giving full play to the national cultural characteristics of these elements, and exploring the application of the cultural elements of Xiangxi in the design of wine packaging. The organic combination of Xiangxi national cultural elements and wine packaging design has enhanced the national brand value of Xiangxi wine industry, and it has formed unique advantages in the fierce market competition. At the same time, it will inherit and innovate the unique national cultural elements of Xiangxi, so that it can be integrated with modern commodity packaging design, expand its commercial value, enrich the cultural connotation of packaging design, and make the packaging of goods more vital and vital. Promote the development of national culture.

KEY WORDS: Xiangxi; national cultural elements; wine packaging design

湘西民族文化是我国传统文化的重要组成部分^[1]。包装设计作为人类艺术创作的实践活动, 将民族文化元素与包装设计相融合的理念成为了当今设计领域的新潮流。湘西人民热情好客, 喜欢用酒来传递情感, 形成了浓郁的酒文化氛围。酒作为湘西人民的一种文化情怀凝结着浓郁的乡土气息, 被赋予了最

真实的民族情感, 这也促使了湘西酒业的发展。然而, 湘西酒的包装设计并没有将当地特有的文化元素融入其中, 湘西民族文化元素并没有在包装设计中加以体现, 这样不仅影响了湘西酒品牌价值的推广, 而且也未形成独具特色的市场竞争优势, 因此, 将湘西民族化文化元素融入其包装设计, 以期提升湘西酒业

收稿日期: 2018-05-10

基金项目: 湖南省社科基金项目“湘西旅游土特产包装的创新设计研究”阶段性成果(15YBX004)

作者简介: 杨静(1983—), 女, 湖南人, 硕士, 湖南第一师范学院讲师, 主要研究方向为视觉传达设计和产品设计。

的品牌价值,提高民族酒业在市场上的识别性与竞争力,也可以促使民族文化得以弘扬发展。

1 湘西民族文化元素表现形式

湘西位于湖南省西部地区,以其独特的民族文化元素而广为人知^[2]。湘西地区因地理位置、民族风俗习惯等原因,与外来文化的交流相对较少,从而依然保持着最原始、古朴的民族文化特色。据研究表明,湘西民族文化具有代表性的元素表现形式主要包括银饰、背篓、建筑、蓝印花布等,这里对这些进行详细介绍分析^[3-4]。

1.1 湘西银饰文化

湘西银饰见图 1,银饰作为湘西女性时常佩戴的装饰品,由当地银匠精妙设计并制作而成。银饰中最大的特点是其银饰项圈和牙签^[5]。银饰项圈不仅大而且重,外形类似椭圆,一般是当地人们在一些纪念日或者节日首选穿戴的饰品。银饰在视觉效果上给人一种真实、淳朴的民族文化特色,体现了湘西民族的美感与华丽,赋予了湘西深厚的文化底蕴。银饰看似简单的造型设计,却凸显出了一种简单独特、别有韵味的艺术形式。

采用银饰为设计元素的苗族糯米酒见图 2,包装外形由简单的长方形与半圆形的银饰构成,因不同形



图 1 湘西银饰
Fig.1 Xiangxi silverware



图 2 苗族糯米酒
Fig.2 Miao glutinous rice wine

态的银饰疏与密、大与小、集与散的排列构成的整体效果,呈现出包装视觉上的立体感。另外,凹凸的图纹形态构造传达出糯米酒的年代感以及强烈的民族文化特色。

1.2 湘西背篓文化

湘西地区重峦叠嶂,山路崎岖不平,背篓已经成为当地民众生存必备的工具。竹子具备虚心有节、宁折不弯的特性,因此背篓文化一直得到大众的一致好评,象征着坚韧、挺拔的品质。根据背篓的不同功能,选择不同的竹材并制作成不同形状、规格、外观的背篓。如用于生产使用的背篓通常外表粗糙且牢固,用于日常生活使用的则小巧且精致美观^[6]。湘西背篓见图 3。



图 3 湘西背篓
Fig.3 Xiangxi basket

随着湘西民族文化的不断累积,湘西背篓文化已经渗透到湘西人民的内心,代表湘西人一代又一代的传承精神,湘西背篓也成为湘西人们拼搏进取、不屈不挠的见证。

1.3 湘西建筑文化

湘西建筑以其独具个性的建筑布局、样式、雕刻装饰及其赋予的民族文化气息,形成了独特的艺术风格与价值追求。湘西建筑除了亭、廊、楼梯等元素外,还有屋顶、栏、马头墙等,湘西建筑见图 4。湘西建筑非常讲究雕刻装饰,从屋脊到梁柱再到门窗都刻有饰画^[7-8]。选择的雕印对象包括人物趣事、花草、动物等。不仅体现出了湘西人民生活的意境,而且呈现出了一种吉利的传统观念。湘西建筑历史悠久,经过几百年的文化沉淀,已经成为湘西独具特色的文化元素。

1.4 湘西蓝印花布

湘西蓝印花布见图 5,其闻名已久,广为流传,应用非常广泛。在湘西人民生活实践过程中,湘西女性以其独特精湛的手工艺技术创造了独具民族特色的蓝印花布表现形式。



图4 湘西建筑

Fig.4 Xiangxi architecture



图5 湘西蓝印花布

Fig.5 Xiangxi blue printed cloth

蓝印花布图案清幽素雅、祥和安康,常用自然界中的花草树木、行云流水等为其图案构造原型^[9]。图纹构造具有简单、轻快的风格,其艺术表现形式通常是抽象与夸张的手法,呈现出浓厚的民族文化特色。睿智的蓝与纯洁的白可构造出丰富多彩、别具韵味的图案。湘西蓝印花布也体现出了一种含蓄优雅之美,蕴涵着淳朴的民族文化情怀,这一文化元素也为民族产品包装设计提供了绝伦的设计素材。

以上对湘西具有代表性的4种文化元素表现形式进行了归纳总结。包装设计工作者要尽可能地充分发挥这些元素的民族文化特性,并综合应用到湘西本土产品的包装设计上,这样不仅能使湘西民族文化得到继承和发展,而且还能体现民族产品包装设计的活力。

2 千年湘西酒系列包装设计方案定位研究

我国白酒包装设计水平仍然比较落后,主要体现在包装未能很好地与酒的特性以及企业文化匹配上。千年湘西酒业属于湘西本土企业,“梦回湘西”与“千年湘西”是公司目前主要推广的两个系列品牌^[10]。千年湘西酒的主要市场集中在本土以及周边地区,主要归功于消费者对本土酒业的认同感以及饮酒习惯等因素。当今,白酒市场竞争相当激烈,千年湘西酒要拓宽市场,急需在包装中融入具有民族文化特色的元

素,赋予湘西酒系列新的文化内涵。

2.1 千年湘西酒消费现状分析

相关资料研究表明,千年湘西酒受众以30岁至60岁的男性居多^[7]。公司目前千年湘西系列酒销售额占比最大的主要集中在中低端档次,而这类低端酒的市场主要集中在乡村地区,因此,根据以上研究,千年湘西酒业市场定位应以中、低端酒为主。千年湘西酒在稳定中低端消费市场份额的前提下,更应该致力于高端白酒消费市场的开拓与发展,因此必须通过包装设计重塑民族品牌形象,扩大千年湘西酒的销售市场。

2.2 设计目标分析

湘西民族化文化元素要融入千年湘西酒包装,需要完成的设计目标如下。

2.2.1 文化元素符号化

将湘西民族具有代表性的文化元素提炼成视觉化效果并与千年湘西酒的包装设计进行有机结合。如怀化洪江桂花酒包装见图6,此款包装的创作灵感来源于洪江古商城,洪江古商城一角见图7,利用洪江古商城的外形结构特色为素材进行包装设计。



图6 洪江桂花酒包装

Fig.6 Hongjiang osmanthus wine packaging



图 7 怀洪江古商城一角
Fig.7 Huaihong river ancient city corner

2.2.2 包装设计体现出民族特征

具备民族特性的包装设计能直观地传递出一种民族文化特色。不仅可以体现商品的个性，而且可以吸引消费者的注意力，因此，首先要针对千年湘西酒的商标进行重新设计，体现出民族特性，并展开千年湘西酒系列的设计，将千年湘西酒个性品牌塑造成具有民族文化特色的白酒品牌。

2.2.3 包装更具文化性

随着消费者审美情趣的提高，对其商品文化的探求也逐步提升。将湘西文化元素进行视觉化提炼并融入千年湘西酒的包装设计中，使千年湘西酒的文化内涵得以提升，更具民族文化特色。例如纷酒包装设计见图 8，牧童元素的巧妙运用，容易让人联想到“借问酒家何处有，牧童遥指杏花村”，让人浮想联翩，颇具文化韵味。该包装设计使纷酒的文化内涵得以体现，且不失美感。

2.2.4 包装形式的简约性

在商品化的今天，人们越来越厌倦繁琐复杂的包装设计，消费者对包装的要求逐渐趋于简约化。追崇简约性也相应地体现在白酒的包装设计上，这就对白酒包装的造型设计、材质选择以及审美表现等提出了



图 8 纷酒包装设计
Fig.8 Packaging design of the wine

更高的要求。根据千年湘西酒的品牌定位以及主要销售市场分布，其包装设计风格应该从外形简洁美观、颜色明朗轻快上考虑。

3 千年湘西酒包装系列设计方案

3.1 标志设计

中国白酒包装设计素材大多取自传统文化元素，包装设计只注重形式而缺乏内涵^[8-9]，因此，千年湘西酒要想在市场上进一步扩宽品牌效应，首先在标志上就必须着力于文化内涵和理念的塑造。以湘西窗花元素为背景素材，把“千年湘西”融入其中，衍生成新标志，新标志设计稿见图 9。

标志设计取自“瓦当”见图 10 与“格子窗花”见图 11^[11]。“瓦当”在湘西民族象征着吉祥。标志设计借鉴“瓦当”纹样外形不完整的特点，体现出千年湘西酒业继承民族特性、蕴涵民族文化的情怀。“格子窗花”是湘西民族建筑元素，精美的造型经过岁月的积淀，传达出千年湘西具备酒娴熟的酿制过程、深厚的企业文化以及以消费健康为导向的奋斗目标。“千年”两字与“格子窗花”恰到好处地结合将千年湘西酒品牌塑造得简单直接而又不失内涵。标志选用红色为主色调，象征着喜庆、热烈，传递出千年湘西酒业集团充满活力的发展趋势。



图 9 新标志设计稿
Fig.9 New logo design draft



图 10 瓦当纹样
Fig.10 Wadang pattern



图 11 格子窗花
Fig.11 Lattice window grille

3.2 瓶盖设计——银饰元素的运用

瓶盖设计创作灵感源于湘西民族服饰中的银饰,对牛头银饰稍加改进,外形构造上体现出一定的曲线美感,但保留元素本身的特色。瓶盖两端向上翘起,造型酷似于帽子上的银角,瓶盖中间凸起位置类似于银饰顶尖,四周用简洁的线条描绘出帽子的造型,呈现出一种华丽的美感。取出瓶盖后将其倒置,可作为酒杯使用,赋予了瓶盖更多的功能,兼具实用与美感的效果,无形中传递出了湘西民族的文化底蕴,瓶盖效果见图12。

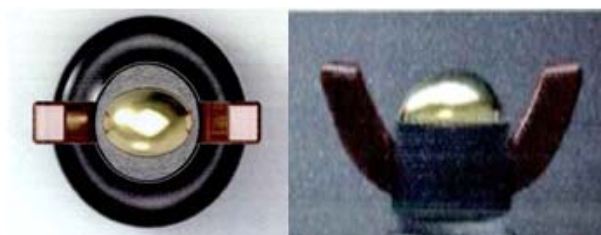


图12 瓶盖效果
Fig.12 Cap rendering

3.3 瓶身设计——背篓以及建筑文化元素的运用

3.3.1 设计方案一

将背篓的竹材质元素注入到其瓶身的设计上。营造千年湘西酒与湘西人民“淳朴、直白、坚韧”性格相吻合的设计理念。从古至今,竹文化一直得到大众的一致好评,象征着坚韧、挺拔的品质。竹因其本身的材质特点,可制作成不同结构形状的器具,用途非常广泛,常见的有竹制背篓、竹制鱼篓、竹筒等。

方案一瓶身设计以竹材质的背篓为创作灵感。湘西背篓见图13,小巧精致的外型和简单而富有质感的纹理,不仅体现出了湘西的民族特色,而且更像一件价值不菲的艺术品。

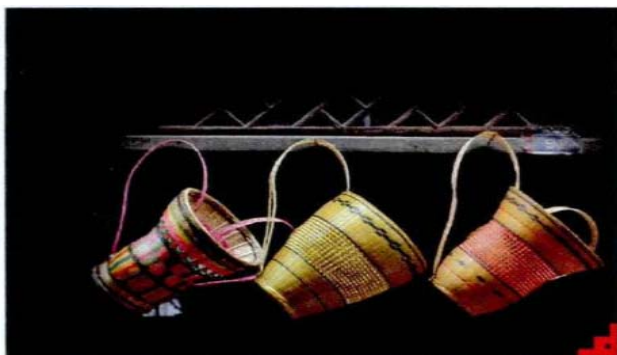


图13 湘西背篓
Fig.13 Xiangxi basket

瓶身方案一的设计效果见图14,设计理念源于竹背篓。传递的文化内涵为感恩,喻指对一直以来支持、包容千年湘西酒业的消费者表达的感恩之情。另

外,选择竹背篓的造型进行瓶身设计,还考虑到了湘西著名的民族歌手宋祖英传唱的一首《小背篓》,这首家喻户晓的歌给千年湘西酒的推广宣传起到了一个很好的效果。



图14 瓶身方案一的设计效果
Fig.14 Bottle design effect of option1

3.3.2 设计方案二

方案二瓶身大体外形设计源于湘西古城墙,整体上传递出浓郁的湘西民族古城特色。瓶盖下端均匀分布6个相同的小孔以及圆弧,瓶身方案二设计效果见图15,其设计灵感源于“凤凰古城墙”的设计风格。该城墙历史悠久,经过几百年的文化沉淀,已经成为湘西独具特色的文化元素。瓶身选用古城墙元素并设计成光滑的流线型,既体现出了千年湘西酒的历史年代感,又不失现代时尚的美感。



图15 瓶身方案二设计效果
Fig.15 Bottle design effect of option2

3.4 酒瓶装潢设计——蓝印花布文化元素的运用

湘西自古以来一直保持着地方性的民族文化神秘色彩。像“湘西赶尸”、“放盛”这一类的神话故事至今被湘西人民广为流传^[12]。湘西的蓝印花布名扬四海，而深蓝色本身就透露出一种端庄与神秘的视觉效果，因此，选择深黑蓝为酒瓶的主体颜色，再用纯白色进行点缀，在视觉上给人带来神秘之感的同时又能体现出蓝印花布的特征，酒瓶颜色效果见图16。选择蓝印花布元素的蓝色为素材，设计酒瓶颜色并加上一些图案传递出千年湘西酒端庄、神秘、个性化的特征。



图16 酒瓶颜色效果
Fig.16 Bottle color effect

4 结语

这里重点对湘西银饰文化、湘西背篓文化、湘西建筑文化、湘西蓝印花布进行了研究，将其与现代白酒包装设计相结合。以千年湘西酒系列包装设计为例，对湘西民族文化元素的精髓进行了深度地挖掘与提炼，寻求合适的设计定位及独特的审美表现，并将其融入湘西酒包装设计中，以期提升湘西酒业的品牌价值，使其在激烈的市场竞争中形成独具特色的优势，也可以促使民族文化得以弘扬发展。此外，湘西设计师应该在现实生活中去体验湘西独特的民族文化元素，并把它的精髓进行传承和创新，使包装设计更具生机和活力。

参考文献：

[1] 唐丁一. 湘西影视剧与湘西民俗文化[D]. 临汾: 山西师范大学, 2014.
TANG Ding-yi. Xiangxi Television Drama and Western

Folk Culture[D]. Linfen: Shanxi Normal University, 2014.

[2] 于丹, 王东. 湘西文化[M]. 吉林: 吉林文史出版社, 2010.
YU Dan, WANG Dong. Xiangxi Culture[M]. Jilin: Jilin Literature and History Publishing House, 2010.

[3] 林军. 湘西苗族传统蜡染文化创新设计发展模式研究[J]. 包装工程, 2017, 38(12): 48—54.
LIN Jun. Study on the Development Pattern of Innovative Design of Traditional Batik Culture in Xiangxi Miao Nationality[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(12): 48—54.

[4] 易子晴. 湘西苗族礼仪中的造型艺术研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2014.
YI Zi-qing. Xiangxi Miao Nationality in the Modeling Art Research[D]. Changsha: Hunan Normal University, 2014.

[5] 宋艳辉, 丁晨. 湘西苗族服饰文化内蕴的“穿”承研究[J]. 包装工程, 2016, 37(18): 185—189.
SONG Yan-hui, DING Chen. Research on "Wear" in the Connotation of Costume Culture in Xiangxi Miao Nationality[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(18): 185—189.

[6] 张玲. 湘西如此多娇[J]. 新湘评论, 2014(9): 28—31.
ZHANG Ling. Xiangxi So Much Charming[J]. Xinxiang Comments, 2014(9): 28—31.

[7] 丁晨. 2010 中国白酒行业市场调查报告[D]. 北京: 北京出版社, 2010.
DING Chen. 2010 China liquor Industry Market Research Report[D]. Beijing: Beijing Press, 2010.

[8] 张志华, 郭智勇. 论民族文化在现代包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2005, 26(2): 172—174.
ZHANG Zhi-hua, GUO Zhi-yong. On the Application of National Culture in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2005, 26(2): 172—174.

[9] 徐伶俐, 彭雅莉. 中国传统共生图形在现代标志设计中的运用[J]. 包装工程, 2017, 38(14): 54—58.
XU Ling-li, PENG Ya-li. Application of Chinese Traditional Symbiotic Graphics in Modern Logo Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(14): 54—58.

[10] 王菊生. 造型艺术原理[M]. 哈尔滨: 黑龙江美术出版社, 2003.
WANG Ju-sheng. Principles of Plastic Arts[M]. Harbin: Heilongjiang Fine Arts Publishing House, 2003.

[11] 胡绍中, 冯彬. 中国白酒与包装设计[J]. 包装工程, 2005, 26(2): 175—176.
HU Shao-zhong, FENG Bin. Chinese Liquor and Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2005, 26(2): 175—176.

[12] 唐晴晖. 湘西苗族文化变迁研究[D]. 杨凌: 西北农林科技大学, 2007.
TANG Qing-hui. Study on the Change of Miao Culture in Xiangxi[D]. Yangling: Northwest Agriculture and Forestry University, 2007.