

文化自信下融入仫佬族服饰元素的毛葡萄酒包装设计

宋燕芳

(桂林理工大学 艺术学院, 广西 桂林 541006)

摘要: **目的** 让消费者进一步体验和感知仫佬族特色文化, 提升仫佬族特色农产品包装的区域性和文化性, 对仫佬族农特产品的包装设计提出建设性意见。**方法** 以仫佬族的特色农产品毛葡萄酒为例, 通过实地考察和网络调研对产品包装进行收集与整理, 采用 PEST 模型分析法分析毛葡萄酒包装存在的问题; 立足仫佬族服饰特色文化, 挖掘其内涵和社会价值, 并进行元素分析、归纳及提取。采用 CGM 模型对毛葡萄酒的包装造型进行设计, 并有效融入色彩、纹样要素, 得到具有仫佬族特色的毛葡萄酒包装。**结论** 将仫佬族服饰文化融入当地特色农产品包装中, 不仅提升了区域农特产品的文化内涵, 而且对少数民族特色文化的传承与创新起到了推动作用。

关键词: 仫佬族; 服饰元素; 包装设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)08-0394-11

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.08.053

Vitis Quinquangularis Winepackaging Design with Mulao Costume Elements under the Background of Cultural Self-Confidence

SONG Yan-fang

(College of Art, Guilin University of Technology, Guangxi Guilin 541006, China)

ABSTRACT: In order to make consumers further experience and feel the characteristic culture of Mulao ethnic group, improve the regional and cultural characteristics of the packaging of their characteristic agricultural products, forward constructive suggestions were put on the packaging design of Mulao ethnic group characteristic agricultural products. Take vitis quinquangularis wine for example, the product packaging of it was collected and organized through the field investigation and Internet research. PEST model analysis was used to analysis the problems existing in packaging. Based on Mulao costume characteristic culture, the connotation and social value were excavated, and the elements of the clothing were analyzed, generalized, extracted. CGM model was used to design the packaging shape of wool wine, and the elements of color and pattern were effectively integrated to obtain the wool wine packaging with Mulao ethnic characteristics. Integrating Mulao ethnic costume culture into the packaging of local characteristic agricultural products will not only improve the cultural connotation of regional agricultural products, but also promote the inheritance and innovation of minority characteristic culture.

KEY WORDS: Mulao ethnic; costume element; packaging design

2021 年中央一号文件提出全面推进乡村振兴。文件指出: 各级人民政府应当发挥农村资源和生态优势, 支持特色农业, 发展优势特色产业, 推动品牌打造, 带动乡村经济发展。特色产业对乡村振兴具有有效的带动作用。为推动乡村振兴, 地方上要积极推进

特色产品发展, 打造一村一品、一镇一业、一县一特的发展模式, 在财政、技术、环境上推动特色产品品牌化建设。品牌打造除了要提升内在品质外, 加强推广宣传也是重要内容。产品的视觉形象能够直观地体现产品内涵, 对品牌塑造具有重要意义。

收稿日期: 2021-12-08

基金项目: 广西中青年骨干教师基础能力提升项目 (2020KY06048)

作者简介: 宋燕芳 (1989—), 女, 硕士, 实验师, 主要研究方向为产品设计、计算机辅助设计。

1 仫佬族毛葡萄酒包装分析

仫佬族是历史悠久的少数民族,在广西壮族自治区主要分布在河池市罗城仫佬族自治县及周边的乡镇,该县地处大山,毛葡萄种植历史悠久,在 2000 年 9 月罗城仫佬族自治县被中国特产之乡推荐暨宣传活动组织委员会认定为“中国野生毛葡萄之乡”。毛葡萄酒是以野生毛葡萄为原材料,采用仫佬族酿造工艺制作而成的红葡萄酒,是罗城仫佬族自治县最具有代表性的产品。前期毛葡萄酒在当地政府的支持下,得到不断发展,但在日益激烈的市场竞争下,产品的发展遇到了瓶颈,产品特色及影响力还存在一定

的不足。如何加强毛葡萄酒品牌建设,是罗城政府及毛葡萄酒经营者急需解决的问题。文中立足毛葡萄酒包装,对如何提升产品包装的民族特色及文化内涵进行分析,助力毛葡萄酒的品牌建设。

通过实地调研和线上搜集资料,毛葡萄酒目前的包装主要有以下几类,见图 1。运用 PEST 模型分析法对当前毛葡萄酒的包装进行分析。PEST 模型分析是立足宏观环境的分析,包括政治环境分析 P (Political)、经济环境分析 E (Economic)、社会环境分析 S (Social)、技术环境分析 T (Technological)。运用 PEST 模型分析法,可以获得包装发展的宏观环境,挖掘包装存在的发展潜力。



图 1 现有毛葡萄酒包装

Fig.1 Existing vitis quinquangularis winepackage

1.1 政治环境分析

习近平总书记在党的十九大报告中提出“乡村振兴战略”,将乡村发展再次上升至国家战略高度,给包括特色农产品在内的整个乡村发展指明了前进道路^[1]。在农业农村部关于推动脱贫地区特色产业可持续发展的指导意见中也指出,要依托乡土文化、民俗风情等特色资源,挖掘民族优秀非物质文化遗产资源,发展特色产业。

农产品包装设计推进乡村振兴战略的落实进度,乡村振兴战略带动农产品包装设计行业的不断进步。由此可知,我国对乡村振兴战略非常重视,要加强对少数民族特色产品的保护,发展民族特色农产品的文化内涵。毛葡萄酒作为仫佬族的特色产品,其包装设计对传承仫佬族文化、推进乡村振兴具有重要意义。当前毛葡萄酒包装在民族特色文化上体现得不够明显,还需要进一步提升包装的民族文化内涵。

1.2 经济环境分析

在乡村振兴战略下,毛葡萄酒作为仫佬族自治县

的代表性产品,已经发展成为一个完整的产业链,拥有多家毛葡萄酒企业,推动了仫佬族自治县的经济发展,成功助力仫佬族自治县的脱贫攻坚。

在当前竞争激烈的葡萄酒市场环境下,仫佬族毛葡萄酒产业要实现稳步发展,就需依靠自身的特色塑造品牌形象,建立品牌文化。就当前的毛葡萄酒包装来看,与普通的葡萄酒包装差异不大,包装的民族特色不够鲜明,品牌形象效果较差。应该从提升葡萄酒的包装内涵、推广民族文化方面打造毛葡萄酒的品牌,形成品牌效应,带动产业发展。

1.3 社会环境分析

仫佬族自治县是仫佬族的聚居地,仫佬族拥有国家级非物质文化遗产节日——仫佬族依饭节,仫佬族自治县每年冬天都会举办依饭节,同时在节庆期间通过各种渠道推广仫佬族的特色产品。仫佬族毛葡萄酒作为特色产品之一,生产企业应该抓住机遇,通过各种途径把毛葡萄酒打造为极具仫佬族特色的产品。此外,仫佬族还拥有 4 项广西壮族自治区区级非物质文化遗产技艺,其中包括仫佬族土布染制技艺和仫佬族刺绣

技艺。政府也在当地设立有非遗工坊,推进非物质文化遗产的发展。毛葡萄酒企业具备非遗文化环境的条件,但是从目前包装来看,较多包装未能有效融合仡佬族的非物质文化遗产元素,导致特色不足。

1.4 技术环境分析

在包装技术上,与普通葡萄酒包装区别不大,难以进行有效区分。从外观造型、图案、色彩上,对10款包装进行了分析。其中,造型采用波尔多瓶居多,只有2款分别采用区别于葡萄酒的陶瓷瓶,葡萄酒的外观造型没有体现民族特色。在图案上,只有一款毛葡萄酒带有仡佬族的凤凰图案,其他葡萄酒采用的是产地图案、原材料图案或者装饰图案,缺乏能够反映出仡佬族文化内涵的图案。在色彩上,不同包装都没有明显的民族色彩,未能有效体现民族的象征意义。

综上所述,仡佬族毛葡萄酒的包装目前还处于追求外观时尚、设计浮于表面的阶段,较少从文化传播的角度上凸显民族形象、民族符号和民族色彩,对产品品牌的建立和民族文化的传播形成的影响太弱。毛葡萄酒企业应该充分结合民族特色文化打造品牌形象,通过包装彰显民族特色和文化内涵,在包装设计上根植于本民族,充分运用民族的代表性建筑、地理环境、服饰、民俗典故体现民族特色^[2],在造型、色彩、符号上体现民族文化内涵,满足消费者深层次的消费需求。

2 仡佬族服饰文化应用在包装的可行性分析

2.1 服饰元素在包装设计中的应用

随着商品经济时代的发展,包装设计在遵循设计基本原则的基础上,设计思想也在不断地变革,当前包装设计除了要有吸引和刺激消费者购买欲望的作用外,还要有相应的文化内涵,满足消费者精神上的需求。如何赋予产品包装的文化属性,提升产品包装的文化内涵附加值,是目前包装设计的新发展趋势。在包装设计中融入中华民族传统文化元素的设计理念备受广泛关注,从特色服饰文化角度,探索在包装设计中的应用,丰富产品包装文化内涵,打造产品特色,提升产品价值同样受到关注。如王瑞^[3]从提升现代包装设计的文化内涵与视觉审美表现和传统旗袍文化元素的创新与发展的角度,分析传统旗袍的文化与特征,对传统旗袍的图案、色彩、造型元素进行分类研究,归纳出旗袍元素应用于现代包装中的设计方法。曹新渝^[4]以服装图案的发展为线索,分析少数民族服饰图案、色彩、造型等元素与制作工艺,探索其在包装设计中的应用意义和方式,提出提升包装的审美价值及文化内涵价值的包装设计应用策略。白瑞荣^[5]以贵州苗族服饰图案的文化内涵和审美特征为依据,分析苗族服饰的图案、色彩、文化内涵和寓意,

并结合当前苗族旅游工艺品的包装设计现状,论述苗族服饰图案在旅游工艺品包装设计中应用的价值和可行性,同时提出了凸显地域文化是旅游工艺品包装设计的发展趋势。文中立足仡佬族毛葡萄酒农特产品包装文化内涵的提升,打造品牌特色,探索仡佬族特色服饰文化元素在毛葡萄酒包装设计中的应用方法,助力毛葡萄酒产品的价值提升。

2.2 仡佬族服饰元素特色

我国少数民族服饰具有显著的民族特色,蕴含着强烈的民族文化,能够较为直观地反映少数民族的生活习俗、传统文化、民族信仰、民族精神、手工技艺等特色文化内涵。仡佬族服饰包含造型、色彩、纹样、制作工艺等仡佬族特色文化元素,具有简洁、朴素而不失庄重等特点,体现了仡佬族的历史变迁和文化发展,反映出仡佬族人民的独特智慧和审美意识。如土布材质,为自种、自纺、自染而成,其中蓝靛染制而成的土布被仡佬族人民视为珍宝,带有独特的民族特色;服饰造型形式上,动静结合、匀称相应、统一协调,体现出仡佬族人民对美的感知与再造,反映出仡佬族人民独特的审美趣味和思维^[6];纹样形式多样,总体上分为单独纹样、连续纹样、适合纹样,通常采用具象简化、聚合循环、自由搭配等方式形成纹样图案,典型的纹样有凤凰纹、双鱼纹、蝴蝶纹、几何纹等,纹样简洁大方、圆润饱满,规整自然,具有较好的装饰效果和较高的美学价值及艺术价值,同时还具有一定的故事性,蕴涵着仡佬族人民的美好祝愿及心愿等思想感情,体现出仡佬族人民的艺术才能及审美价值观;色彩构成上,取之于自然,筛选于仡佬族人民,服饰以深青为主,整体色彩上具有强弱对比、明暗搭配、冷暖呼应等特征,蕴意仡佬族人民的勤劳质朴等高贵品质,凸显仡佬族的民风民情。

3 仡佬族服饰文化内涵分析及元素提取

仡佬族传统服饰文化是仡佬族民族文化的重要组成部分,是民族智慧的结晶,代表了仡佬族人们的审美特征和人文意识^[6],仡佬族刺绣技艺和仡佬族土布染制技艺已被列入广西壮族自治区区级非物质文化遗产名录。挖掘仡佬族服饰文化,用于民族包装设计,对仡佬族文化的保护和传承有深远的意义。

3.1 仡佬族服饰文化内涵

3.1.1 崇尚青色

仡佬族是一个古老的民族,以农耕为主,为了便于劳作,仡佬族服饰制作的面料采用自己种植的棉花纺织成的布,经过“蓝靛草”植物浸染出“青”色,经薯蓣汁水浸泡,后用米汤、牛胶糊在布面上暴晒固色,最后在踩布石下反复碾滚而成,该布料平滑细腻,闪闪发亮^[7]。这种布仡佬族人称之为“家布”,当地

人称之为“土布”。《广西通志》记载:“宜山姆佬即僚人,服色尚青……”。仫佬族的蓝靛服饰布料采用土布染制技艺制作而成,质朴深沉,恰如低调质朴的仫佬人。传统蓝靛色土布是仫佬族特有的民俗艺术象征^[6]。

3.1.2 纹样与信仰

仫佬族喜欢将动植物及其他装饰图案绣在服饰上,纹样类型有动物纹样、植物纹样和几何纹样等,服饰的纹样构思精巧,蕴含了美好的寓意,表达了仫佬族的民族信仰与美好愿望,例如代表民族信仰的凤凰纹样。凤凰是仫佬族的图腾,仫佬族自治县也被仫佬族作家龙殿宝和常剑钧称为凤凰的故乡。仫佬族有一个关于金凤凰的传说:一只金凤凰为一位被儿子媳妇欺负的石大爷送鱼,被大爷的儿子媳妇知道后差点被抓,金凤凰把恶毒的夫妇俩扔到河里喂鱼,后因力气用尽化作了凤凰山^[7]。因此凤凰作为美丽、吉祥的象征被女性绣于服饰上,以表达其祈求美好生活的心愿。此外,仫佬族信仰多神,如日月星辰、飞禽走兽等,在服饰纹样中都能找到表达仫佬族民族信仰的符号。

3.1.3 服饰的美学韵味

仫佬族服饰简约宽松,极具韵味。服饰在轮廓上曲直结合,尤其是女性服饰的左侧开襟形式,让服饰在讲究对称的同时又体现了均衡,展示了仫佬族女性的审美特点;在色彩搭配上,深沉的蓝靛色背景与高

纯度的纹样形成层次感和动静感,主次分明,生动活泼;在纹样上,仫佬族的马尾绣极具特色,图案精致,立体感强,具有很高的审美价值。

3.2 仫佬族服饰元素提取

仫佬族传统男性服饰包括头巾帽、对襟上衣、腰带缅甸阔腿长裤;传统女性服饰包括头巾帽、大襟上衣、围裙和长裤。仫佬族服饰最早采用平裁制作,随着技术的发展,近现代的服饰改用立体裁剪制作而成,版型更加贴身,线条更具有美感。为了符合毛葡萄酒用户群体的特点,以中青年的男女性服饰为研究对象,提取仫佬族的服饰、头饰和纹样元素,构建仫佬族中青年服饰的属性数据库,为包装设计提供资料。

3.2.1 服饰元素提取

仫佬族服饰造型丰富,男子穿对襟无领或小立领上衣和直筒长裤,正面开对襟,门襟两侧装有传统盘结布扣,近代上衣添加了精美的纹样;女子穿有滚边的大襟短衣,宽身阔袖配绣花筒裙或长裤,已婚女性会配围裙。服饰的纹样图案被绣在领口、门襟、袖口、上衣下摆、裤脚处。仫佬族传统服饰体现了独特的民族特色,与其他民族服饰形成了鲜明的对比^[8]。对成年男女士的服饰造型分别进行线条提取,获得了服饰线条特征及色彩元素,见表 1。

表 1 服饰元素提取
Tab.1 Costume elements extraction

名称	服饰原型	概述	线条提取	色彩提取
女性服饰 1		节日盛装服饰, 上衣立领、圆襟, 配长裙, 纹样面积大, 纹样色彩明度纯度高		主色调 ■ C: 100 M: 90 Y: 23 K: 0 辅助色调 ■ C: 23 M: 10 Y: 70 K: 0 ■ C: 27 M: 86 Y: 72 K: 0 ■ C: 80 M: 28 Y: 100 K: 0 ■ C: 17 M: 58 Y: 10 K: 0
女性服饰 2		节日盛装服饰, 上衣立领、圆襟, 配长裙, 纹样面积大, 色彩较浅		主色调 ■ C: 98 M: 91 Y: 4 K: 0 辅助色调 ■ C: 38 M: 100 Y: 97 K: 4 ■ C: 20 M: 38 Y: 50 K: 0 ■ C: 76 M: 43 Y: 84 K: 3
女性服饰 3		已婚妇女日常服饰, 上衣圆领斜襟, 配长裤、系深色围裙, 纹样简单		主色调 ■ C: 94 M: 77 Y: 0 K: 0 辅助色调 ■ C: 57 M: 22 Y: 70 K: 0 ■ C: 27 M: 89 Y: 30 K: 0 ■ C: 67 M: 0 Y: 22 K: 0

续表 1

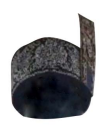
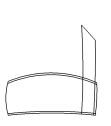
名称	服饰原型	概述	线条提取	色彩提取
女性服饰 4		已婚妇女日常服饰，立领上衣、圆襟，系同色围裙，长裤，色彩简单朴素		主色调 ■ C: 100 M: 97 Y: 51 K: 24 辅助色调 ■ C: 74 M: 44 Y: 23 K: 0
女性服饰 5		送嫁衣，上衣立领斜襟，配绣花布包，长裤绣同样纹样，黑色，纹样精美		主色调 ■ C: 86 M: 83 Y: 73 K: 60 辅助色调 ■ C: 10 M: 0 Y: 45 K: 60 ■ C: 12 M: 90 Y: 67 K: 0 ■ C: 98 M: 96 Y: 55 K: 32 ■ C: 45 M: 0 Y: 24 K: 0 ■ C: 70 M: 0 Y: 98 K: 0
男性服饰 1		对襟立领长袖衫，门径、袖口有装饰纹样，直筒长裤，与上衣配相同纹样		主色调 ■ C: 86 M: 84 Y: 69 K: 56 辅助色调 ■ C: 33 M: 34 Y: 73 K: 0 ■ C: 49 M: 96 Y: 100 K: 24 ■ C: 66 M: 36 Y: 27 K: 0
男性服饰 2		对襟立领长袖衫，衣领、门径、袖口、下摆有装饰纹样，直筒长裤，与上衣配相同纹样		主色调 ■ C: 83 M: 77 Y: 70 K: 49 辅助色调 ■ C: 11 M: 27 Y: 61 K: 0 ■ C: 77 M: 13 Y: 85 K: 0 ■ C: 8 M: 87 Y: 558 K: 0
男性服饰 3		对襟立领长袖衫，衣领、门径、袖口有装饰纹样，配腰带和直筒长裤，与上衣配相同纹样		主色调 ■ C: 97 M: 85 Y: 8 K: 0 辅助色调 ■ C: 17 M: 91 Y: 64 K: 0 ■ C: 3 M: 13 Y: 45 K: 0 ■ C: 44 M: 0 Y: 7 K: 0
男性服饰 4		对襟立领长袖衫，衣领、门径、袖口有装饰纹样，配直筒长裤		主色调 ■ C: 83 M: 78 Y: 73 K: 54 辅助色调 ■ C: 1 M: 71 Y: 32 K: 0 ■ C: 6 M: 23 Y: 37 K: 0 ■ C: 57 M: 0 Y: 45 K: 0 ■ C: 68 M: 0 Y: 18 K: 0
男性服饰 5		对襟立领长袖衫，衣领、门径、袖口有装饰纹样，配直筒长裤		主色调 ■ C: 79 M: 76 Y: 67 K: 40 辅助色调 ■ C: 51 M: 97 Y: 78 K: 25 ■ C: 8 M: 0 Y: 50 K: 0 ■ C: 82 M: 31 Y: 76 K: 0 ■ C: 44 M: 0 Y: 7 K: 0

3.2.2 头饰元素提取

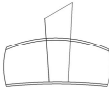
仡佬族在节日期间会佩戴头饰与服饰搭配。男士会戴瓜皮碗帽或包头巾, 女性佩戴头巾帽, 头巾帽是服饰的标志性装饰。女性佩戴的头巾帽无帽顶, 上窄下宽, 下边缘呈弧线^[8], 帽子上镶有一块布作为装饰。

头巾帽样式的外圈布面上绣有精美的纹样, 在头顶的头巾下摆处也会绣纹样, 从各个角度看都非常有特色。对 10 种不同的男女士头饰提取元素, 通过简化线条获得头巾帽的特征线, 并对色彩进行提取, 提取出主色调与辅助色调, 见表 2。

表 2 头饰元素提取
Tab.2 Headwear elements extraction

名称	服饰原型	概述	线条提取	色彩提取
女性头饰 1		头巾帽, 无帽顶, 上窄下宽, 下边缘呈弧线外侧边缘绣有植物纹样		主色调 ■ C: 79 M: 76 Y: 67 K: 40
				辅助色调 ■ C: 57 M: 22 Y: 70 K: 0 ■ C: 27 M: 89 Y: 30 K: 0 ■ C: 67 M: 0 Y: 22 K: 0
女性头饰 2		蓝靛土布包头巾, 传统蓝靛染制作而成		主色调 ■ C: 93 M: 85 Y: 65 K: 48
				辅助色调 ■ C: 71 M: 51 Y: 39 K: 0
女性头饰 3		头巾帽, 外侧下边缘绣纹样, 前面缀有珍珠装饰		主色调 ■ C: 100 M: 90 Y: 23 K: 0
				辅助色调 ■ C: 23 M: 10 Y: 70 K: 0 ■ C: 27 M: 86 Y: 72 K: 0 ■ C: 80 M: 28 Y: 100 K: 0
女性头饰 4		头巾帽, 无帽顶, 上窄下宽, 帽子上镶有一块布, 前侧有硬质布绣有装饰, 帽子外侧、头巾上绣有装饰, 前额两侧有流苏		主色调 ■ C: 100 M: 90 Y: 23 K: 0
				辅助色调 ■ C: 30 M: 38 Y: 0 K: 0 ■ C: 67 M: 0 Y: 22 K: 0
女性头饰 5		头巾帽, 无帽顶, 上窄下宽, 帽子上镶有一块布作为装饰, 帽子外侧、头巾上绣有装饰, 前额两侧有流苏		主色调 ■ C: 79 M: 76 Y: 67 K: 40
				辅助色调 ■ C: 67 M: 0 Y: 22 K: 0 ■ C: 100 M: 90 Y: 23 K: 0 ■ C: 27 M: 89 Y: 30 K: 0
男性头饰 1		瓜皮碗帽, 外侧叠卷头巾, 外侧绣有装饰纹样		主色调 ■ C: 100 M: 97 Y: 51 K: 24
				辅助色调 ■ C: 67 M: 0 Y: 22 K: 0 ■ C: 64 M: 0 Y: 22 K: 0
男性头饰 2		瓜皮碗帽, 外侧绣有装饰纹样		主色调 ■ C: 97 M: 85 Y: 8 K: 0
				辅助色调 ■ C: 77 M: 13 Y: 85 K: 0 ■ C: 17 M: 91 Y: 64 K: 0
男性头饰 3		瓜皮碗帽, 外侧及侧面硬质布面绣有装饰纹样		主色调 ■ C: 97 M: 85 Y: 8 K: 0
				辅助色调 ■ C: 17 M: 91 Y: 64 K: 0 ■ C: 3 M: 13 Y: 45 K: 0 ■ C: 44 M: 0 Y: 7 K: 0

续表 2

名称	服饰原型	概述	线条提取	色彩提取
男性头饰 4		瓜皮碗帽，外侧及前面硬质布面绣有装饰纹样		主色调 ■ C: 79 M: 76 Y: 67 K: 40
				辅助色调 ■ C: 67 M: 0 Y: 22 K: 0 ■ C: 27 M: 89 Y: 30 K: 0 ■ C: 77 M: 13 Y: 85 K: 0
男性头饰 5		瓜皮碗帽，外侧及前面硬质布面绣有装饰纹样		主色调 ■ C: 100 M: 97 Y: 51 K: 24
				辅助色调 ■ C: 57 M: 22 Y: 70 K: 0 ■ C: 27 M: 89 Y: 30 K: 0 ■ C: 67 M: 0 Y: 22 K: 0

3.2.3 纹样元素提取

仂佬族女性精于刺绣，仂佬族有句老话讲“无银无花不成姑娘”^[9]，所以仂佬族女性从小就开始学习刺绣。刺绣的纹样包括动物纹样、植物纹样和几何纹样等，不同的纹样代表不同的寓意，纹样以单独纹样或连续纹样绣在服饰上，因为仂佬族服饰中纹样通常是绣在较窄的条状位置，如领口、门襟、袖口、上衣下摆、裤脚等处，所以纹样造型偏细长，常见纹样及寓意见表 3。

仂佬族服饰质朴大方，女性服饰采用立体裁剪方

式，服饰合体、贴身，男性服饰基本为对襟，宽松，配直筒长裤。仂佬族头饰元素造型丰富，尤其是女性头饰的纹样更加多元，整体具有很强的审美特性^[10]。男性头饰则比较质朴，使用的纹饰多为几何纹样，造型以硬朗为主。色彩上，仂佬族服饰采用大面积的蓝靛色和黑色，朴素安静，结合贴布纹样的高纯度色彩，色彩与造型间动静搭配，形成和谐的律动。整体上看，仂佬族女性服饰制作精美，尤其是盛装服饰绣有大面积的精美花纹，服饰的可辨识度高，充分体现了仂佬族服饰的特色。

表 3 纹样提取
Tab.3 Pattern extraction

纹样名称	寓意	刺绣图	纹样提取
凤凰纹	美好、吉祥、和谐		
蝴蝶纹	美好的生活		
麒麟纹	吉祥如意		
鱼纹	生殖繁盛、多子多孙		
蝙蝠纹	福气、幸福		

续表 3

植物纹	美好的事物、美好的生活		
双鱼纹	繁衍、生生不息		
山纹	庄重		
云纹	润泽万物、吉祥如意		

4 基于仡佬族服饰元素的毛葡萄酒包装设计

4.1 服饰元素设定

通过分析调研的素材，发现女性服饰造型比男性服饰更多样，贴身的立体裁剪造型及精湛的纹样，体现了仡佬族女性的审美特点。根据仡佬族中老年人的述说，他们认为女性的盛装最能体现他们的文化，在造型、纹样、色彩搭配上具有变化与统一、节奏与韵律、对称与均衡之美，代表了仡佬族的审美特点和人文精神。经筛选，在进行案例实践时选择盛装服饰的女性服饰 1 及女性头饰 5 作为设计原型，以服饰的色彩作为设计色彩。

在纹样选择上，凤凰作为仡佬族的图腾具有极其重要的地位，最能代表仡佬族的信仰和精神，而且凤凰寓意美好、吉祥、和谐，与葡萄酒的高贵、美好契合，再者，凤凰在中国传统图案中也具美好的寓意，所以选择凤凰纹样作为装饰图案。

毛葡萄酒包装设计元素设定。毛葡萄酒的包装设计内容包括容器设计、外包装设计、标志设计及平面装饰设计。对提取的元素特点与包装的内容进行共性比较，将提取的元素用于合适的设计内容中，具体的元素设定见表 4。

4.2 包装造型设计

包装造型包括酒瓶容器和外包装的造型。在设计前，先确定包装的材质。酒瓶选择玻璃材质，因为玻璃容易造型及改变颜色；外包装选择木质，木制包装强度大、刚性好，对酒瓶有很好的保护作用，且易于运输。选择好包装材质后，运用 CGM 模型对包装造型进行设计。

造型采用仡佬族服饰造型元素，服饰造型元素包括轮廓线条和内部装饰线，为了更好地与酒瓶衔接，基于产品形状，采用生成概念生成模型 CGM（Conceptual Generative Model）产生多样化的造型。CGM 模型是一种基于美学产品设计的三维形状生成方法，是对同类形状文法的改进方法^[11-12]。该方法主要是通过捕捉产品的外观形状，使用相应的转换规则构建产

品形状^[13]，交互式产生大量概念设计，获得有效的产品。CGM 模型具体设计流程见图 2。

表 4 服饰元素在包装中的使用设定
Tab.4 Usage setting of costume elements in packaging

元素	特点	用途	依据
盛装服饰造型	修长、精美、宽高比呈长矩形	酒瓶容器造型	服饰造型与红酒容器比例基本一致，具有适用性
		外包装轮廓造型	服饰与外包装的保护、装饰功能具有共性
盛装头饰造型	精致、小巧	标志造型	标志的精致简约与头饰的精美造型非常契合
盛装服饰色彩	主色质朴、辅色明都、纯度高	主色用于背景颜色，组合后用于包装的装饰色彩	质朴的产品和精致的图案
凤凰纹样	纹样精美，寓意美好、吉祥	装饰图案	视觉效果好，有美好寓意

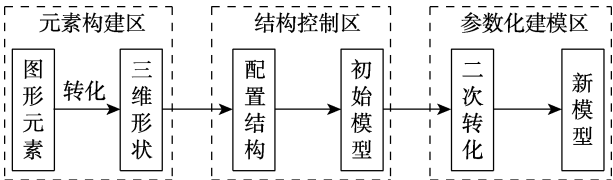


图 2 基于 CGM 模型的设计流程
Fig.2 Design flow chart of CGM model

元素构建区用于构建产品的设计元素，设计元素包括图形元素以及由图形元素转化得到的三维形状。图形元素来源于对现有造型的分析提取，在元素构建区构建出产品的主要形状，并不具备设计目标的所有结构。结构控制区用于控制模型的结构，通过对现有设计案例的调查，确定产品的基本结构要素，在产品

结构区完成配置，得到初始产品模型。参数化建模区是使用相应的转换规则，对初始产品模型进行参数化变换，二次转化包括平移、旋转、镜像、阵列、扭曲、缩放、增加、删除和替换特征等操作，目的是丰富产品造型的多样性，让其拥有更多的选择。

4.2.1 元素构建及结构控制

采用佤族女性盛装服饰造型对容器 C(Container modeling)、外包装 B(Packing box)的造型进行设计，设定造型编号分别为 C 和 B，在图形元素转化为三维形状的过程中，服饰造型的封闭图形用于创建立体或者平面特征，线条图形用于创建扫描特征或作为相邻面的转折线。酒瓶使用的是玻璃材质，玻璃上常见的造型元素有凹槽或者转折线。外包装则是用木制材料，采用服饰的局部轮廓线作为造型设计的基本元素。首先对图形元素进行简化，通过造型的立体变化及相应的结构配置后获得初始模型。

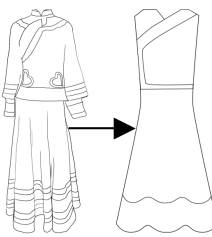
4.2.2 参数化建模

通过具体的转化规则，对初始模型进行交互变

化，采用 Grasshopper 对犀牛软件构建 CGM 模型，将创建的初始模型导入 CGM 模型，在初始模型主体造型元素维持不变的情况下，对初始模型的内部造型元素进行二次转化，获得多样化的方案，具体的 CGM 模型生成范例见图 3。

表 5 元素设定及结构配置

Tab.5 Element setting and structure configuration

图形元素	造型编号	转换及配置结构	初始模型
	C	轮廓构建立体 线条构建凹槽 配置瓶颈	
	B	用特征轮廓构建表面，配置其他结构	

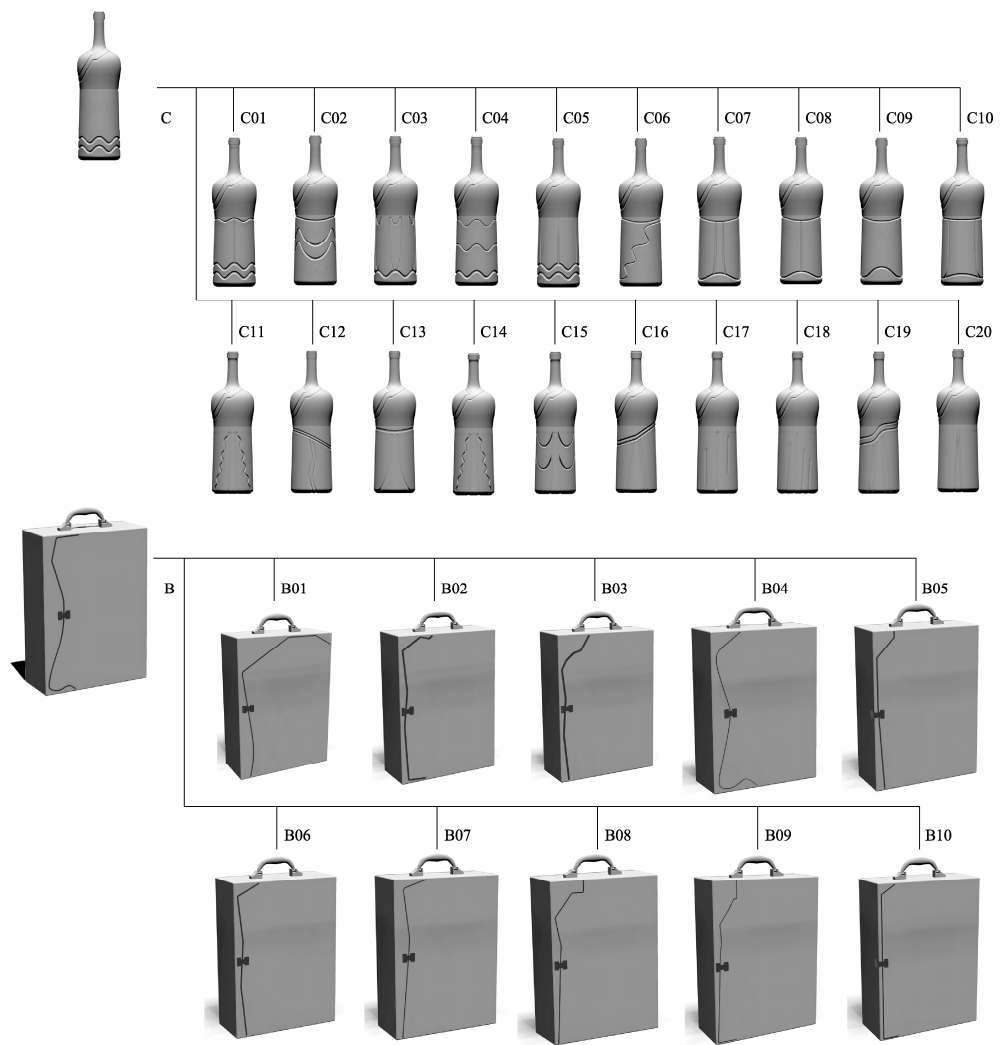


图 3 CGM 模型生成范例

Fig.3 Generation process of GCM model and design examples

4.2.3 模型筛选

红酒容器造型、外包装结构造型所涉及的艺术价值、工艺等方面，运用李克特量表法，进行满意度五级评分，筛选出满意度最高的模型作为毛葡萄酒包装设计基础造型元素。调查人群样本包含消费者、生产经营者、仡佬族人士，设定人权样本的权重相同，采用平均法对不同指标、不同人群的评价分值进行统计。具体满意度评价指标为实用性、工艺性、可靠性、民族特性、视觉形象、美学等，评价等级为非常同意、同意、不确定、不同意、非常不同意，对应分值为 9、7、5、3、1。

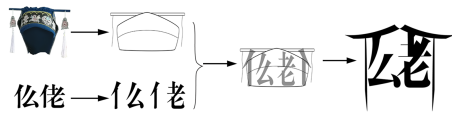
采用问卷调查的方式，调查了 152 位目标人群，其中 51 位红酒消费者，56 位仡佬族人群，45 位生产经营者。通过他们的评价，采用算术平均法对结果进行汇总，结果见表 6。

根据评分，选择分值最高的瓶型 C10 和外包装 B04 分别作为红酒瓶造型和外包装造型。

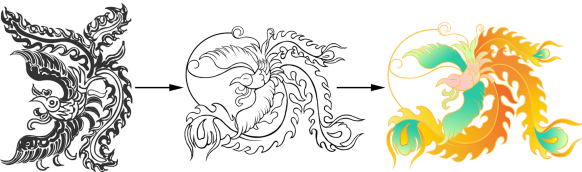
4.3 毛葡萄酒包装设计实践

1) 标志设计过程。仡佬族的女性头巾帽是标志性服饰，用头巾帽的造型结合“仡佬”二字对标志进行演变设计，使标志蕴含头饰形态，在形状与文化内涵上都具有代表性。

● 标志设计



● 纹样设计



● 包装设计



● 色彩选择



表 6 模型评分汇总
Tab.6 Summary of model scores

编号	分值	编号	分值	编号	分值
C01	4.64	C11	6.15	B01	3.19
C02	5.37	C12	5.61	B02	6.92
C03	7.84	C13	4.12	B03	4.72
C04	4.29	C14	3.62	B04	7.88
C05	2.81	C15	6.57	B05	5.49
C06	7.19	C16	5.92	B06	5.91
C07	6.43	C17	3.11	B07	6.67
C08	6.64	C18	5.17	B08	3.51
C09	7.04	C19	4.75	B09	5.37
C10	8.14	C20	3.66	B10	4.61

2) 图案设计过程。仡佬族的民族图腾“凤凰”是一个民族文化的缩影，选用“凤凰”做毛葡萄酒包装设计的主要图案，对传承仡佬族民族文化与习俗起到了良好的作用。选取仡佬族服饰上的凤凰纹样，结合现代的审美观念与包装设计的发展趋势，对传统的凤凰形象进行打破重组设计，将其本身的动态重新定义，运用灵动柔美的线条勾勒出凤凰自由展翅的形



图 4 包装设计实践
Fig.4 Packaging design practice

态,结合仡佬族对日月星辰的崇拜之情,将太阳作为辅助元素加入制图,用“金丝”重塑灵动形象,日月光辉,寄托了先祖对万物生灵的崇拜、尊敬。

3) 色彩设计。将提取服饰的主色调用于玻璃瓶的瓶体颜色及外包装图案的背景色,凸显仡佬族的质朴与低调,搭配辅助色彩做渐变处理,融入凤凰图案中,体现经过千万年演变的凤凰在柔和的线条中游走,穿梭过去与未来,以全新多变的姿态展现风采,寓意着仡佬族文化永驻生命力,具有深远的传承意义。

4) 包装造型设计。在酒容器中体现仡佬族女性的形态,寓意毛葡萄酒具有女性的柔美与芬芳,在形与神中都体现了民族的文化。在外包装中,采用衣襟和裙摆的线条作为分割线条,抓住服饰与包装的共性,体现包装在装饰性及安全可靠性的作用。

5) 可行性验证。通过实地采访了11位经营商和35位仡佬族人群进行验证,分别对技术、产品形象及文化内涵进行调查,在技术上,11位生产经营商一致认为包装在技术上可行并且安全可靠;在产品形象上,生产经营商和仡佬族人群都认为包装的设计符合大众审美,且形象端庄优雅,具有吸引力。在文化内涵上,31位仡佬族人士认为包装凸显了民族文化性,能够代表仡佬族的形象,另外4位仡佬族人士认为包装形象比较贴合仡佬族文化,在图案和色彩上运用得较好。综合生产经营商和仡佬族人群的意见,当前设计的包装是可行的,能够体现仡佬族文化,展现仡佬族的形象。

5 结语

民族特色产品包装设计要体现民族的文化内涵和审美特点,从各种视觉要素中体现民族服饰的文化内涵,突出民族特色,同时也提升产品的附加值。将仡佬族的服饰文化应用于特产包装中,对产品的包装进行优化,增强包装的差异性,才能打造特色民族品牌,体现特色产品的风格^[14],更好地传承和发展民族文化。当然,文中的研究具有一定的局限性,在对包装容器及外包装的选择上还需要进一步根据实际情况协调消费者、生产经营者、仡佬族人士的权重。

参考文献:

- [1] 王巧星. 乡土食品包装的文化价值与创新策略[J]. 食品与机械, 2021, 37(9): 117-120.
WANG Qiao-xing. Cultural Value and Innovative Strategy of Local Food Packaging under the Rural Revitalization Process[J]. Food & Machinery, 2021, 37(9): 117-120.
- [2] 聂森. 基于地域文化的贵州旅游商品包装设计探析[J]. 包装工程, 2012, 33(16): 1-4.
NIE Sen. Analyzing Tourism Commodity Packaging Design of Guizhou Based on Regional Culture[J]. Packaging Engineering, 2012, 33(16): 1-4.
- [3] 王瑞. 传统旗袍元素在现代包装设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2019, 40(6): 62-67.
WANG Rui. Application Research of Traditional Cheongsam Elements in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(6): 62-67.
- [4] 曹新渝. 服饰图案元素在包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2018, 39(14): 252-255.
CAO Xin-yu. Application of Costume Design Elements in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2018, 39(14): 252-255.
- [5] 白瑞荣. 贵州苗族服饰图案在旅游工艺品包装设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2013, 34(22): 24-26.
BAI Rui-rong. Application of Guizhou Miao's Clothing Pattern in the Tourism Handicraft Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(22): 24-26.
- [6] 胡淑琪. 广西罗城仡佬族传统服饰的现代衍生设计研究[D]. 桂林: 桂林电子科技大学, 2020.
HU Shu-qi. Research on the Modern Derivative Design of Mulam Ethnic Traditional Clothing in Luocheng Guangxi[D]. Guilin: Guilin University of Electronic Technology, 2020.
- [7] 过伟. 仡佬族民族风情[M]. 南宁: 广西民族出版社, 2012.
GUO Wei. Mulam Ethnic Customs[M]. Nanning: Guangxi Nationalities Publishing House, 2012.
- [8] 匡迁. 仡佬族服饰特征解析[J]. 纺织科技进展, 2019(8): 51-54.
KUANG Qian. Analysis of the Costume Characteristics of Mulao Nationality[J]. Progress in Textile Science & Technology, 2019(8): 51-54.
- [9] 匡迁. 仡佬族服饰的文化特点与印染制作工艺探究[J]. 染整技术, 2018, 40(11): 46-47.
KUANG Qian. Cultural Characteristics and Printing and Dyeing Process of the Mulao Nationality Dress[J]. Textile Dyeing and Finishing Journal, 2018, 40(11): 46-47.
- [10] 蓝明箭. 仡佬族服饰文化及其刺绣工艺[J]. 明日风尚, 2017(7): 382-383.
LAN Ming-jian. Mulao Costume Culture and Its Embroidery Technology[J]. Tomorrow Fashion, 2017(7): 382-383.
- [11] ALCAIDE M J, DIEGO M A, ACOSTA Z G. A 3D Shape Generative Method for Aesthetic Product Design[J]. Design Studies, 2020, 66: 144-176.
- [12] 刘永红, 黎文广, 季铁, 等. 国外生成式产品设计研究综述[J]. 包装工程, 2021, 42(14): 9-27.
LIU Yong-hong, LI Wen-guang, JI Tie, et al. Review of Research on Generative Product Design Abroad[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(14): 9-27.
- [13] PRATS M, LIM S, JOWERS I, et al. Transforming Shape in Design: Observations from Studies of Sketching[J]. Design Studies, 2009, 30(5): 503-520.
- [14] 王建华. 精准扶贫下河池瑶族特色产品的包装设计路径研究[J]. 包装工程, 2020, 41(10): 198-204.
WANG Jian-hua. Path of Packaging Design of the Yao Featured Products under the Background of Targeted Poverty Alleviation in Hechi Region[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(10): 198-204.

责任编辑: 陈作