

金陵十二钗形象的香烟包装设计新探索

李睿文¹, 乐凤², 孟刚³

(1.江苏开放大学 设计学院, 南京 210013; 2.南京工业大学 团委, 南京 211899;
3.南京工业大学 艺术设计学院, 南京 211899)

摘要: **目的** 通过对清代、民国、现代3个时期金陵十二钗形象图像进行分析与比较, 对原典绣像、图咏、烟标、香烟牌、现代香烟包装设计中金陵十二钗形象演变规律进行总结。**方法** 通过文献分析与个案研究, 从人物面容、身姿动作、服饰、背景四个方面对3个时期的金陵十二钗形象进行了比较分析, 梳理金陵十二钗形象的特征与演变规律。**结论** 以金陵十二钗形象为切入点, 提出现代香烟包装设计应在忠于原著的基础上, 挖掘中国传统文化内涵, 结合现代审美进行创新设计。以期为红楼梦系列的香烟包装创新设计提供实践理论依据与支撑, 避免文化品牌包装设计流于断章取义与形式主义, 包装设计作为促销的手段与文化传播的载体, 能够有效地提高香烟品牌的文化价值, 传播中华优秀传统文化, 最终推进传统文化在现代设计应用中的良性发展。

关键词: 金陵十二钗; 形象演变; 香烟包装; 创新设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)20-0431-10

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.20.052

New Exploration of Cigarette Packaging Design Based on the Image of "the Twelve Beauties of Jinling"

LI Rui-wen¹, YUE Feng², MENG Gang³

(1.School of Design, Jiangsu Open University, Nanjing 210013, China; 2.Youth League Committee, Nanjing Tech University, Nanjing 211899, China; 3.College of Art & Design, Nanjing Tech University, Nanjing 211899, China)

ABSTRACT: By analyzing and comparing the images of "the Twelve Beauties of Jinling" in the Qing Dynasty, the Republic of China and the modern times, We summarize the evolution rules of the images of "the Twelve Beauties of Jinling" in the original embroidery, picture chanting, cigarette labels, cigarette brand and modern cigarette packaging design. Through document analysis and case study, the images of "the Twelve Beauties of Jinling" in the three periods were compared and analyzed from four aspects: character faces, postures, movements, costumes and background, and the characteristics and evolution rules of the images of "the Twelve Beauties of Jinling" were sorted out. Taking the image of "the Twelve Beauties of Jinling" as the entry point, it is proposed that the modern cigarette packaging design should be based on loyalty to the original works, excavating the connotation of Chinese traditional culture, and carrying out innovative design in combination with modern aesthetics, so as to provide practical theoretical basis and support for the innovative design of the cigarette packaging of the Dream of Red Mansions series and avoid the cultural brand packaging design from being out of context and formalism. As a means of promotion and a carrier of cultural communication, packaging design can effectively improve the cultural value of cigarette brands, spread Chinese excellent traditional culture, and ultimately promote the benign development of traditional culture in the application of modern design.

收稿日期: 2022-05-21

基金项目: 2021年江苏高校哲学社会科学研究基金项目(2021SJA0755); 江苏省社科基金艺术学重点项目(21YSA001); 2022年度江苏省社科基金项目(22YSB002); 南京工业大学教改课题建设项目(20191212); 江苏开放大学科研平台(22-KYPT-Z01, 22-KYPT-H01); 教育部人文社会科学青年基金项目(20YJC760110)

作者简介: 李睿文(1985—), 女, 副教授, 主要研究方向为视觉创新设计思维及方法。

通信作者: 孟刚(1979—), 男, 博士生, 副教授, 主要研究方向为视觉/产品创新设计思维及方法。

KEY WORDS: "the Twelve Beauties of Jinling"; image evolution; cigarette packaging; innovative design

人类吸食烟草已有 500 多年的历史,明代万历年间烟草传入中国,有嚼烟叶、抽水烟旱烟、吸鼻烟、抽雪茄和卷烟等吸食方式,相应的烟草包装有水烟袋、旱烟袋、鼻烟壶、卷烟盒等。本文讨论的香烟是指卷烟,将烟草烤干后切丝,以纸卷成圆柱形烟,是西班牙雪茄的变体。中国吸食手工卷烟从道光年间(1821—1850年)开始,吸食机制卷烟始于 1890 年,随着机制香烟的盛行,其包装造型逐渐定型为扁平状的长方盒或者圆筒形盒子,本文讨论的香烟包装则是这类卷烟盒。

《辞海》中“包”有“包藏”“包裹”“收纳”的含义,“装”既可理解为是装、藏,也可以理解为对事物的修饰点缀。“包装”体现出了保护和美化的功能。由此香烟包装可理解为在流通过程中,保护、美化香烟并方便其储运的辅助物总称。而研究证实在人的五官感受程度中,视觉占 87%。听觉、嗅觉、触觉、味觉四种仅占 13%^[1]。包装设计给消费者的第一印象直接影响产品销量,所以香烟包装早已超越保护、运输、防伪等基础功能,成为生产者与消费者之间的重要桥梁与刺激销售的有效手段。自 1897 年美国商人携带“品海”“老车”牌香烟到上海,我国第一次出现了具有标牌包装的香烟,1985 年余晋麟先生在《中国烟标总汇》中将香烟包装取名为“烟标”,俗称烟盒、烟壳子等,现与邮票、酒标、火花(火柴盒)并称世界四大平面印刷收藏品。20 世纪初,欧美烟草公司为了在储运过程中保护香烟,在软装烟盒内附装了一张硬纸片,随后在硬纸片的正面绘制传统故事、仕女美人等画面,背面绘制商家信息等宣传内容,同时商家许诺集齐一套香烟牌即可获得丰厚奖品,以此来促进香烟销量,这类香烟牌也称“烟画”“洋画儿”等。现代香烟包装设计是在传统烟标、香烟牌的基础上传承而来,故烟标、香烟牌、现代香烟包装设计都是本文探讨的范畴。

民国初年的市民热衷于长篇章回体经典小说与仕女美人等题材绘画,《红楼梦》这一经典巨著成为商家热衷的创作题材,据统计《红楼》人物和《红楼》故事总共有 30 余家烟厂参与其间,共有 8 套不同版本的《红楼梦》香烟流行于市面上^{[2][10]}。而金陵十二钗又是《红楼梦》中十二冠首女子,故成为了香烟包装设计中的重要创作题材。金陵十二钗分别指:林黛玉、薛宝钗、贾元春、贾探春、史湘云、妙玉、贾迎春、贾惜春、王熙凤、贾巧姐、李纨、秦可卿。20 世纪 80 年代,江苏中烟以红楼梦文化为切入点,打造了细支烟“南京”(金陵十二金钗),本套设计挖掘南京地域文化与经典巨著,增添了产品的古典人文情怀与文化内涵,深受消费者喜爱。本文以“南京”(金陵十二钗)香烟包装设计作为案例,试图追本溯

源从《红楼梦》古本绣像、传统绘画、烟标、香烟牌等层面梳理金陵十二钗形象的演变规律与特征,为香烟包装的创新设计提供理论依据与支撑。

1 相关理论研究

1.1 香烟包装设计研究

由于现代香烟包装设计是在传统烟标、香烟牌的基础上发展而来,所以笔者从烟标、香烟牌(烟画)、现代香烟包装设计三个方面来阐述香烟包装设计研究。

一是烟标设计,20 世纪 30 年代,钱化佛先生开创了我国烟标收藏的先河,数以万计的烟标收藏爱好者加入了收集烟标的大军。从已出版的书刊来看,多以烟标图录的鉴赏类书籍居多,如洪林、裘雷声的《中国老烟标图录》,李雨生的《新中国早期烟标图录》,青岛卷烟厂发行的《烟标集锦 1923—2000》,戈小兴的《我收藏烟标》等,但此类文献局限于烟标的欣赏、价格、轶闻趣事等方面的介绍,系统性研究的文章较少。戎国荣先生的《中国老烟标的文化底蕴》《烟标:烟草文化的缩影》等文章探讨烟标的文化属性,分析烟标背后的社会状态、人文历史。但是笔者检索了知网关于烟标设计文章不足 20 篇,可见烟标作为现代香烟设计的前身并没有引起大众的关注,而且鲜有文章研究传统烟标到现代包装的演变过程与规律。

二是香烟牌设计,香烟牌在中国的发展历史仅有 40 余年,但是画面内容包罗万象、洋洋大观,可称之为集知识性、趣味性、艺术性于一体的百科全书,它是当时民众了解世界的窗口,也是当今人们审视旧时社会的重要途径。但是香烟牌只是民间百姓把玩的小纸牌,又经历多年战乱洗劫,很多都已遗失,成套的香烟牌更是凤毛麟角,幸得有冯孙眉、刘允禄、冯懿有、李德生等收藏家的辛苦收集成书,才让人们重新认识了中国香烟牌。李德生先生^{[2][19]}在《烟画》中则认为,烟画作为连接经济与文化的一枝奇葩,在弘扬民族文化方面,有着不朽之功。他提出“烟画因商而生,因商而长;文以载商,文以饰商;文荣商茂,相辅相成;共荣共存,商止文息”。而王鹤鸣的《七彩香烟牌》、鲁忠民的《红楼梦绣像洋画儿》都有对金陵十二钗香烟牌的收录。

三是现代香烟包装设计,其研究侧重于包装设计的趋势等方面研究:第一,注重环保,张永年^[3]在《香烟包装设计之我见》中提出,绿色设计将是香烟包装发展的一种必然趋势。第二,多种印刷方式相结合。第三,材料与不同档次的香烟相适应。第四,香烟包装设计日趋实用、新颖、个性化。第五,品牌香烟注重文化内涵与系列化包装,孙文秀^[4]在《关于中国品

牌香烟系列化包装的探索》中提出香烟作为一种地域性很强的特殊商品, 完全可以从地域文化、民族文化等角度进行系列化包装设计。

1.2 金陵十二钗形象香烟包装的研究

《红楼梦》的红学研究作为一门“显学”, 其图像研究相较文学研究简直历历可数, 但 18 世纪晚期至今, 与小说相关的各类图像与视觉化产物层出不穷, 形成了独立于小说本文之外的世界^[5]。在众多图像中金陵十二钗是重要的创作题材与表现对象, 其中以程伟元的《程甲本》人物绣像、王墀的《增刻红楼梦图咏》、费丹旭的《金陵十二图》、改琦的《红楼梦图咏》、阿英收集的《红楼梦版画集》等备受关注, 后人所绘金陵十二钗形象也多是在此基础上进行创新。例如, 南洋兄弟烟草公司发行的《红楼梦人物绣像》香烟牌正面人物绣像基本上来源于光绪初年王墀所绘《增刻红楼梦图咏》的 120 幅图像, 其绣像的赞诗则全部来源于王墀所配的赞诗^[6]。“南京”品牌香烟作为苏产细支烟, 品质优秀、具有深厚的品牌内涵和文化气息, 深受细支烟消费者喜爱, 但是相关研究几乎没有, 多为分析“黄鹤楼”“白沙”等文化品牌香烟包装设计。笔者检索知网, 金陵十二钗形象与香烟包装设计相结合的研究仅有两篇, 陆振球的《两套<红楼梦>烟标》、冯先中的《烟画与<红楼梦>》。

2 金陵十二钗形象在香烟包装设计中的表现形式

“南京”（金陵十二钗）香烟以 12 枚为一套, 香烟包装以 3 种颜色区分口味的不同, 绿色为薄荷型（价格 22 元），黄色为烤烟型（价格 30 元），蓝色为混合型（价格 20 元），见图 1。



图 1 “南京”（金陵十二钗）香烟系列包装
Fig.1 "Nanjing" (the Twelve Beauties of Jinling) cigarette series packaging

自 20 世纪 80 年代至今, “南京”金陵十二钗香烟共出品了 4 套包装设计, 其中以画家刘旦宅先生绘制十二钗形象、著名红学家周汝昌先生做七言绝句、书法名家成大羽先生以篆书标题的一套香烟包装最为著名, 该套包装设计将“诗书画印”融为一体,

相得益彰、古朴典雅, 具有极高的欣赏价值和收藏价值。第一版“金陵十二钗”烟标中元春、林黛玉、秦可卿、李纨、探春、妙玉、巧姐等 7 幅图像是出自人民文学出版社刘旦宅与周汝昌合著的《石头记人物画》, 其余 5 幅图像则是出自 1981 年发行的刘旦宅《红楼梦——金陵十二钗》邮票。后续刘旦宅先生又为南京烟标重新作画, 于是第二版见图 2、第三版见图 3 相继问世。现在市面上的“南京”（金陵十二钗）香烟依旧是刘旦宅先生绘制的金陵十二钗形象, 人物外边缘线条采用了烫金的印刷工艺, 人物背景加入了大观园的插画场景。香烟包装上由周汝昌先生的七言绝句变更为曹雪芹先生的七言绝句, 标题从陈大羽先生的篆书书法变更为篆书字体, 见图 4。



图 2 “南京”（金陵十二钗）香烟第二版
Fig.2 "Nanjing" (the Twelve Beauties of Jinling) cigarette packaging 2nd edition



图 3 “南京”（金陵十二钗）香烟第三版
Fig.3 "Nanjing" (the Twelve Beauties of Jinling) cigarette packaging 3rd edition

笔者以此套香烟包装中金陵十二钗的形象作为重点研究对象, 根据形象构成的要素, 从面容、身姿动作、服饰、背景四个方面将清代、民国、现代 3 个时期的金陵十二钗形象进行比较分析, 梳理十二钗形象演变的规律, 分析审美标准的变化。进而得出如何根据现代人的审美眼光, 在忠于原著、传统图像的基础上进行香烟包装的创新设计。



图4 “南京”（金陵十二金钗）香烟最新版

Fig.4 "Nanjing" (the Twelve Beauties of Jinling) cigarette packaging latest edition

2.1 面容的演变

笔者认为清代、民国、现代的金陵十二钗形象在面容上从程式化向个性化、从着重刻画细节向注重神情传达性格两个方向进行转变。清代在明代后期的影响下，仕女图呈现出阴柔、忧郁的“病态美”特征，人物形象纤细消瘦、姿容文雅、神情娴静，所以清代金陵十二钗图像也沿袭了明清两代仕女图的特色，其面容清秀、柳叶弯眉、双目低垂、樱桃小口，面带忧郁愁思、低头凝神等神情状。在面容的绘制上，《程甲本》传承姑苏版画中描绘人物的细线笔锋，改琦《红楼梦图咏》中的人物面容勾画精微；费丹旭《十二金陵图》人物面部以淡墨勾线，以朱砂白粉为主调清淡设色，画面清雅更贴合金陵十二钗的纤弱文静之美。王墀《增刻红楼梦图咏》中的人物面容更是勾画细致，线条老练流畅，南洋兄弟烟草公司发行的《红楼梦人物绣像》香烟牌在《增刻红楼梦图咏》基础上进行彩色绘制，民国时期受“西画东渐”之风影响，中国画家借鉴西画的画法，讲究明暗、色彩、质感，故《红楼梦人物绣像》这类香烟牌多采用西方油画、色粉画等方式进行绘制，十二金钗的面容呈现出具有明暗立体、涂脂抹粉的富家小姐等特征，但人物面容表情绘制却没有之前仕女画细致入微。再到刘旦宅先生绘制《石头记人物画》、南京香烟包装的十二钗的面容，人物表情则更加贴合原著人物的性格特征，面容也更加写实、个性化，不似清代、民国时期面容程式化严重，难以分辨逐个人物，笔者分析了各个图像版本中林黛玉的面容特征，见图5。清代仕女画绘画风格更适合表现林黛玉、薛宝钗、惜春等人娴静平和的性格，却较难表现出史湘云乐观、王熙凤泼辣的性格。且原著对王熙凤的面容描写是“一双丹凤三角眼，两弯柳叶吊梢眉”，显然清代、民国时期图册中王熙凤的形象与原著是不符的，与费丹旭《十二金陵图》中王熙凤的面容相比，刘旦宅先生绘制的王熙凤横眉冷对、嘴巴紧锁，一副泼辣神情更贴合原著中王熙凤的人物性格，见图6，刘旦宅先生所绘史湘云的面容则是眉开眼笑，充分表现出了原著中史湘云的活泼开朗，见图7。



图5 各版本黛玉面容比较分析

Fig.5 Comparison and analysis of Daiyu's facial features in different versions

2.2 身姿动作的演变

清代仕女画受元、明文人画的影响，注重仕女画的人物造型的姿态优美，崇尚蕴静媛婉的气质，削肩、柳腰的纤弱形象，成为清代仕女画人物的表现特征。清代文人画家追求的这种女性的病态美，是一种社会时尚^[7]。当时的画家以“弱不禁风”“情愁娴静”的雅致为追求，之前提及的图咏中，金陵十二钗形象的身姿也多为婀娜站立或娴静端坐，这一类身姿动作减



图 6 费丹旭《金陵十二图》王熙凤、南洋兄弟公司烟标王熙凤、刘旦宅“南京”烟版王熙凤比较
 Fig.6 Comparison of Wang Xifeng in Fei Danxu's *The Twelve Beauties of Jinling*, Wang Xifeng in Nanyang Brothers' cigarette label and Wang Xifeng in Liu Danzhai's "Nanjing" cigarette packaging



图 7 刘旦宅绘“南京”烟版史湘云
 Fig.7 Liu Danzhai's paint of Shi Xiangyun in the "Nanjing" cigarette packaging

弱了女性美的魅力, 更加重视平淡、矜逸的氛围。唯有史湘云醉卧芍药丛是原著的重要情节, 画家采用了睡卧的身姿动作, 费丹旭《金陵十二图》的史湘云身姿展现了其酣睡姿态与可爱的性格特征, 见图 8。著名工笔人物画家刘凌仓对此曾做过精辟的概述, 他认为“清代仕女画风格陷入纤弱之习, 身姿纤细苗条, 又因受晚清士大夫文人‘吟风弄月’颓废文风的影响, 使其失去了唐、宋时代仕女画健康舒展的画风”。再到民国时期香烟牌中十二金钗的身姿苗条, 更有“搔首弄姿”之态。1949 年新中国成立以后, 无产阶级运动



图 8 费丹旭版史湘云
 Fig.8 Fei Danxu's version of Shi Xiangyun

带来了女性解放, 劳动妇女与知识女青年的形象成为被表现的对象, 女性形象不再是清瘦病态、而是健康阳光之美。刘旦宅先生绘制的十二金钗形象身材苗条淡薄、举止优雅, 擅长利用身姿动作来表现原著情节与人物性格, 例如王熙凤的身姿, 单手叉腰、上身半转, 传达了“凤辣子”的泼辣爽快, 见图 9, 这之前图像中是不多见的。故从清代到现代十二金钗形象身姿动作是从清瘦病态向健康阳光、从再现原著情节向表现人物性格转变的。



图 9 费丹旭版王熙凤、南洋兄弟公司香烟牌王熙凤、刘旦宅版王熙凤对比
 Fig.9 Comparison between Fei Danxu's version of Wang Xifeng, Nanyang Brothers' cigarette brand of Wang Xifeng and Liu Danzhai's version of Wang Xifeng

2.3 服饰的演变

清初汉族女子沿用明朝服饰传统, 裙的样式有百褶、马面、鱼鳞、凤尾、红喜、月华、墨花等。裙门下半部为主要装饰区, 打褶的方式很多, 上边的刺绣纹样也是层出不穷^[8]。清代中期江南地区成为全国的经济和文化中心, 江南服饰依然焕发活力。首先其不断推出新样式, 服装有百蝶衫、月华裙、百褶裙等^[9]。《扬州画舫录》在记载南方女子服装时也提到“裙式以缎裁剪作条, 每条绣花两畔, 镶以金线, 碎逗成裙, 谓之凤尾。近则以整缎褶以细绳, 谓之百褶。其二十四折褶者为玉裙, 恒服也。”^[10]另从沈从文先生的^[11]《中国古代服饰研究》中的清代妇女装束中也可窥一斑, 见图 10。同时清代女性服装所特有宽窄缘饰(镶



图 10 《中国古代服饰研究》清代妇女装束
 Fig.10 Women's dress in Qing dynasty in *Research on Ancient Chinese Costume*

边的装饰)的错落镶嵌中具有以如意云纹、镶滚工艺与花式绦子边为代表的程式化符号^[12],

程甲本、费丹旭、改琦的图咏中,包括清末民国初期的烟标与香烟牌中都是这类服饰,但是刘旦宅先生绘制的金陵十二钗服饰较之前的图像迥然有别,并不完全符合清代服饰的特征,袖口变窄,基本没有缘饰图案,裙摆没有褶皱,服饰线条更加流畅简洁。林黛玉更是身着一袭白色长袍,腰间装饰比之前的服饰要简洁很多,服饰花纹的繁琐程度大大降低,林黛玉、秦可卿、惜春等人的服饰更是省略了花纹装饰,服饰颜色较民国期间的香烟牌更加恬淡素雅。因此笔者认为十二金钗的服饰是从繁琐精致向简洁流畅转变,绘画风格从工笔画向写意画转变,见图 11。



《程甲本》黛玉

王堉版黛玉

改琦版黛玉

费丹旭版黛玉



民国香烟牌黛玉

刘旦宅版黛玉

图 11 各版本黛玉服饰比较

Fig.11 Comparison of different versions of Daiyu's clothing

2.4 背景的演变

从《程甲本》绣像开始,十二金钗人物均置身于室内或半室内空间,受西方绘画空间透视的影响,《程甲本》中的背景绘制已经开始使用极强规律的排线来表现室内场景的空间感,到改琦《红楼梦图咏》中,很多人的背景移至室外,背景视野更加开阔,同时改琦作为文人画家,以他对《红楼梦》原著悲剧调和人物性格的理解,改琦放弃了室内繁琐的细节刻画,改用山石、花草等富有含韵的场景道具渲染清雅、疏离之感。以元春绣像为例,《程甲本》的背景选取了“元春省亲”这一重要情节,见图 12,而改琦《红楼梦图咏》的背景左侧簇拥繁花似锦,靠背椅上只有头戴华贵首饰的美妇人背对观者,旁无一人独自坐看云卷云舒、花开花落,一幅场景道尽红楼梦无限悲凉,

见图 13。因此,比较程伟元《程甲本》与改琦《红楼梦图咏》,可观其两者前后的变化:图像内容从情节表现到性格塑造、人物从群像走向个体、环境从室内移步室外、气氛从喜庆到疏离。



图 12 《程甲本》元春绣像背景

Fig.12 Portrait of Yuan Chun in *Dream of Red Mansions* (Cheng Jia version)

图 13 改琦版元春绣像背景

Fig.13 Portrait of Yuan Chun (Gaiqi version)

费丹旭《金陵十二钗》也是利用室外自然场景来表现原著经典情节,民国期间烟标、香烟牌中的十二金钗场景多为室内场景,或单个人物仅配代表原著情节的道具,且与前人绘制的场景相比,略显粗糙与简单,见图 14。南京烟第一版十二钗场景没有完整的场景,仅有单支座椅、或者传达情节与人物性格特征的物品等,例如宝钗的折扇、黛玉的花锄等。但是到了新版“南京”(金陵十二钗)香烟包装时,场景较之前具有较大的改变,人物背景是大观园,并采用单色插画的方式进行绘制,颜色淡雅精美,见图 15。人物线条柔和、具有写意风格,巧妙地将传统国画人物与现代插画背景结合、古典元素与现代元素融合。



图 14 香烟牌背景
Fig.14 Cigarette brand background



图 15 “南京”金陵十二钗香烟背景
Fig.15 "Nanjing" (the Twelve Beauties of Jinling)
cigarette background

3 金陵十二钗形象在香烟包装中的创新设计

3.1 香烟包装是传播文化的重要载体

我国烟民数量超过 3 亿人, 人均每年消费 6000 支香烟, 我国香烟的生产与消费占全球总量的 1/3。香烟的包装设计不仅是香烟促销的重要手段也是传播地域文化、传统文化的重要载体, 例如“金陵十二钗”“大观园”“炫赫门”“雨花石”等具有地域特色与文化气息的苏产细支烟品牌, 给香烟消费者带来了美的感受、城市的底蕴、文化的内涵。同时随着烟民的流动, 香烟包装设计也成为了古典文学、民间故事的传播者, 图像的传播有助于观者重新回归原著, 细细品读中国经典巨著, 李德生先生在《烟画》中就提出, 烟画在弘扬民族文化方面有着不朽之功。烟画作为绣像等图像的补充, 也是中国古典文学与文化的重要传播者。

3.2 回归原著, 探析人物性格

《红楼梦》中人物众多, 人物性格各具特色, 十

二金钗的性格更是鲜明动人, 曹公在原著中通过语言、动作、神态、心理的描写以塑造人物性格与心理特征。例如林黛玉, 多愁孤傲, 率直刻薄; 薛宝钗, 稳重大方, 八面玲珑; 贾元春, 身份高贵, 雍容大度; 贾探春, 争强好胜, 机敏多才; 史湘云, 心直口快, 乐观开朗; 妙玉, 清高孤僻, 才华横溢; 贾迎春, 懦弱怕事, 老实无能; 贾惜春, 特立独行, 孤独决绝; 王熙凤, 精明干练, 泼辣尖刻; 贾巧姐, 年幼娇弱, 自然娴静; 秦可卿, 袅娜艳丽, 行事温和; 李纨, 踏实本分, 待人谦和。而现代很多金陵十二钗图像更偏向于美女仕女图, 千人一面, 观者很难分辨出每个形象。在现代设计中, 设计者需要重新回归原著, 深入研究十二金钗人物性格, 通过面容、身姿动作、服饰、场景、道具、色彩等设计元素传达人物心理、塑造人物性格、渲染故事氛围。

在面容上, 原著描写林黛玉“两弯似蹙非蹙眉, 一双似泣非泣含露目”; 薛宝钗“唇不点自红, 眉不画自翠。脸若银盆, 眼如水杏”; 王熙凤“一双丹凤三角眼, 两弯柳叶掉梢眉。身量苗条, 体格风骚”等。“似蹙非蹙”“似泣非泣”表现出了黛玉弱柳扶风、多恼多愁的西施病态美。“丹凤三角眼”“掉梢眉”也彰显了王熙凤泼辣的性格。

在发饰、服饰上, 《脂砚斋全评石头记》第 49 回通过描写雪中众人着不同的斗篷来传达出人物性格特征。脂砚斋总评“此回线索在斗篷, 黛玉白狐皮斗篷, 明其弱也。李宫裁(李纨)斗篷是哆啰呢, 昭其质也。宝钗斗篷是莲青斗文锦, 致其文也。凤姐是披着斗篷, 恰似掌家人也。湘云有斗篷不穿, 著其异样行动也。只一斗篷, 写得前后照耀生色。”^[13]《红楼梦》第 89 回对黛玉“头上挽着随常云髻, 簪上一枝赤金扁簪”^[14]的描写传达出林黛玉朴素典雅的性格特征。另外服饰的颜色也能够传达出人物性格, 在《红楼梦》中颜色可以分为素色和喜色两大类, 《红楼梦风俗谭》有论: “白色、灰色、蓝色等为素色; 红色、朱红、中大红、粉红、洋红等均为喜色。”王熙凤与薛宝钗同出显赫望族, 王熙凤多穿喜色华服, 足可以表达性格之张扬外放。宝钗则多着素色衣衫, 表现其朴素自然、温和稳重的性格。

在道具上, 花卉这一重要物件也能够凸显十二金钗的人物性格, 自古文人多爱以花拟人, 在第 63 回“寿怡红群芳开夜宴”中, 众人占花名儿取乐, 例如宝钗为牡丹, 题着“艳冠群芳”; 李纨为老梅, 题着“霜晓寒姿”; 史湘云为海棠, 题着“香梦沉酣”; 黛玉为芙蓉, 题着“风露清愁”。设计师也可以将原著中的花卉与人物进行结合, 塑造十二钗的佳人品格与性格。例如现代画家戴敦邦的《红楼梦群芳谱》, 也是将十二金钗人物与花卉做了结合, 见图 16。借花拟人, 花如佳人, 佳人亦如花。



图 16 戴敦邦《红楼梦群芳谱》的林黛玉与芙蓉花
Fig.16 Lin Daiyu and hibiscus flowers in Dai Dunbang's *A Dream of Red Mansions*

作为设计师需要深入研究原著中表现人物性格的要素,通过读者的理解、设计的思维与艺术的表现,将抽象的文字转为生动的图像,呈现出栩栩如生、性格鲜明的十二金钗形象,再用于香烟包装中才能让消费者辨识出相应的十二金钗形象,并产生情感共鸣。例如站酷网站的插画师半颗布丁分析了十二金钗的性格特征,又与现代女性进行了结合概括,绘制出了“新十二金钗”形象:林黛玉是现代女文青的装扮,服饰色彩、发饰、生活用品等道具与原著相符;图中的花卉也是原著中的木芙蓉,使观者很容易识别出相应的人物,利用古今融合的方式,增添了趣味性,这一类插图深受现代女性消费者喜爱,见图 17。再观另一组十二钗人物形象虽然画面人物服饰、花纹都很精美,但是头饰、服饰颜色与人物性格并不相符,导致十二金钗人物识别度不高,例如妙玉的服饰呈喜色、而非素色,发饰也过于繁琐,不似带发修行之人,常与王熙凤、元春等人混淆,见图 18。



图 17 半颗布丁绘制的林黛玉与薛宝钗
Fig.17 Lin Daiyu and Xue Baochai illustrated by Bankebuding



图 18 现代插画中的妙玉与元春
Fig.18 Miaoyu and Yuanchun in modern illustration

3.3 熟读经典情节、提取相关元素

《红楼梦》中与十二钗相关的经典章节与精彩情节有很多,如“黛玉葬花”“黛玉调鹦”“宝钗扑蝶”“元春省亲”“探春理家”“湘云醉卧”等最美瞬间。然而现代很多设计者过于依赖现有的视觉元素进行创作,而非深入研究图像背后的来龙去脉。例如“宝钗扑蝶”画面自然、人物动作造型优美。原著中描述“忽见前面一双玉色蝴蝶,宝钗意欲扑来玩耍,遂向袖中取出扇子来,向草地下来扑”^[15]，“宝钗扑蝶”的造像基本固定后,扇子就成了宝钗的出场标志。从原著“袖中取出扇子”的描述,可以推断宝钗所拿应该为折扇,改琦《红楼梦图咏》、南洋兄弟烟草公司发行的香烟牌、刘旦宅先生的宝钗手中所拿均为折扇,见图 19,《藤花榭本》中的宝钗则手拿芭蕉扇,现代绘画中薛宝钗多拿团扇,见图 20。从仕女图道具优雅的角度看,团扇比折扇略胜一筹。



图 19 改琦、香烟牌、刘旦宅中宝钗的折扇
Fig.19 Different versions of Baochai's hand fan (Gaiqi, cigarette brand, Liu Danzhai)



图 20 刘祥云绘制的现代插画宝钗与团扇
Fig.20 Baochai with handfan in modern illustration by Liu Xiangyun

3.4 结合现代插画、融入时代特征

笔者也在积极思考是否可以拓展金陵十二钗形象绘画风格的范围, 新中国成立之初, 以上海、北京为代表的一大批“精研古法、博采新知”的画家如程十发、华三川、戴敦邦等, 为现当代《红楼梦》人物绘画贡献了极大的力量。新世纪来临, 金陵十二钗人物图像创作呈现出现代化、多样化、个性化的发展趋势。画家们吸收了当代绘画技法与理念, 尤其是数字化绘画方式, 尝试用多元化的方式进行创作, 使金陵十二钗图像有耳目一新之感, 但学界和公众对这些作品的关注度与接受度却不高。其中颇具特色的有赵成伟、张猛、许力、姜迎久、吴旻、郑栾语等人以工笔国画、水墨绘本、油画、蚀刻版画、水彩、电脑 CG 插画等形式创作的作品, 还有诸如张见、罗寒蕾的当代新工笔, 金延林的新文人画, 马小娟的作品则更显现出浓郁的海派地域特色。

现代插画具有丰富的多样性、时代性, 它对香烟包装设计是一个新的机遇, 例如红塔山(传奇)运用写实手法绘制云南风景与风土人情, 将消费者代入彩云之南, 见图 21。阿里山(魔镜)融合中西方绘画方式, 利用插画绘制台湾风景与风土人情, 充满活力与现代感, 见图 22。黄鹤楼利用计算机软件绘制的肌理感数码插画, 制造强烈的冲击力, 图 23, 这些插画师与绘画风格都应该得到金陵十二钗香烟包装设计者的关注, 进而进行系列包装的创新设计。



图 21 红塔山(传奇)
Fig.21 Hongtashan (legend)



图 22 阿里山(魔镜)
Fig.22 Alishan (magic mirror)

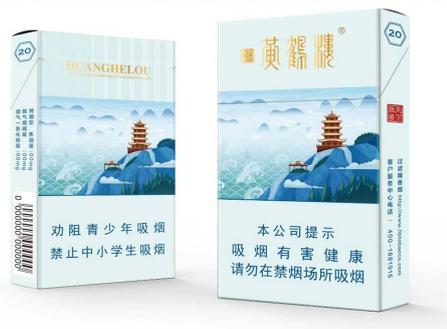


图 23 黄鹤楼
Fig.23 Yellow Crane Tower

3.5 明确香烟包装的设计方向

“言之无文，行而不远”，香烟品牌包装设计也是如此，没有深厚的文化内涵，同样“行而不远”。中国香烟品牌包装应该潜心研究历史文化、地域特色、产品优势、消费定位等问题，深入挖掘深厚的中华民族文化内涵，并吸收世界优秀文化的精华，具备文化内涵的同时兼具与时俱进的特征。只有明确中国香烟的内涵后，包装设计的要求与目标才能够明朗，在历史、风俗、哲学思想、色彩、文字、符号等设计上体现出包装设计的民族性与时代性，以此来推动中国香烟的品牌发展，最终达到引领世界香烟设计发展的潮流。例如，历史传说人物“阿诗玛”醒目的图像能够彰显品牌文化内涵与个性特征，进而引起消费者兴趣、关注、情感共鸣等，达到诠释和推介香烟品牌的目的。

20 世纪初欧美许多外烟公司利用香烟牌绘制中国传统故事、文学巨著、仕女图等，刺激消费者连续性购买。国内商家可以借鉴国外香烟公司利用中国古典文化的熏陶作用开拓中国市场的方式，打开本土香烟的海外市场。目前也有商家采用类似的方式吸引消费者，但是没有像当年《红楼梦》香烟牌那样，把知识性、观赏性、游戏性与博彩性有机成功地结合在一起，成为具有独立价值、可供观赏、收藏的文化资料。

4 结语

在信息化和多元化的时代 随着包装设计的发展 既注重包装设计美感 体现产品的价值 又要能够产品带来附加值 这样的包装设计才能强化整体

产品价值的意识^[16]。通过对清代、民国、现代3个时期金陵十二钗的形象的分析比较,梳理了绣像、烟标、香烟牌、现代香烟包装中金陵十二钗形象的演变规律与特征,提出现代香烟包装设计应在忠于原著的基础上,探索中国传统文化内涵并结合现代人审美进行创新设计。并以包装设计为载体,提高香烟品牌的文化价值,传播中国传统文化,同时推进传统文化在现代设计应用中良性发展。

参考文献:

- [1] 黄浩. 中式香烟包装设计研究——以白沙香烟品牌系列包装设计为例[D]. 长沙: 中南林业科技大学, 2013: 23.
HUANG Hao. The Research on Chinese Cigarette Packaging Design —With the Sample of BAISHA Series[D]. Changsha: Central South University of Forestry & Technology, 2013: 23.
- [2] 李德生. 烟画[M]. 天津: 百花文艺出版社, 1998: 101.
LI Des-heng. Smoke Painting [M]. Tianjin: Baihua Literature and Art Publishing House, 1998:101.
- [3] 张久年. 香烟包装之我见 [J]. 包装工程, 2004(25):196.
ZHANG Jiu-nian. My Opinion on Cigarette Packaging [J]. Packaging Engineering, 2004 (25): 196.
- [4] 孙文秀, 冀永东, 张琳, 等. 关于中国品牌香烟系列化包装的探索[J]. 包装工程, 2008, 29(10): 188-190.
SUN Wen-xiu, JI Yong-dong, ZHANG Lin, et al. Exploration of Series Packaging of Chinese Cigarette Brands[J]. Packaging Engineering, 2008, 29(10): 188-190.
- [5] 陈骁. 清代《红楼梦》的图像世界[M]. 杭州: 浙江工商大学出版社, 2015: 2.
CHEN Xiao. The Image World of a Dream of Red Mansions in the Qing Dynasty[M]. Hangzhou: Zhejiang Industrial and Commercial University Press, 2015:2.
- [6] 杜春耕. 红楼梦烟标精华[M]. 北京: 北京图书馆出版社, 2002: 5.
DU Chun-geng. Dream of Red Mansions Cigarette Label Essence [M]. Beijing: Beijing Library Press, 2002: 5.
- [7] 静轩. 改琦: 来自红楼梦时代的图像——改琦《红楼梦图咏》研究[J]. 红楼梦学刊, 2006(11): 286.
Jing Xuan. Gai Qi: Images from the Dream of Red Mansions—Research on Gai Qi's Ode to the Dream of Red Mansions [J] Journal of Dream of Red Mansions, 2006 (11):[13]:286.
- [8] 巫鸿. 中国绘画中的“女性空间” [M]. 北京: 生活·读书·新知三联书店, 2019: 444.
WU Hong "Female Space" in Chinese Painting[M] Beijing: Life, Reading and New Knowledge Sanlian Bookstore, 2019: 444.
- [9] 付雅雯, 梁惠娥, 邢乐. 京杭运河影响下清代江南服饰时尚传播的途径及成因分析[J]. 丝绸, 2021, 58(2): 102.
FU Ya-wen, LIANG Hui'e, XING Le. Analysis of the Ways and Causes of the Fashion Spread in Jiangnan During the Qing Dynasty Under the Influence of the Beijing Hangzhou Canal[J]. Silk, 2021, 58 (2): 102.
- [10] 李斗. 扬州画舫录[M]. 北京: 中华书局, 1997: 195.
LI Dou. Yangzhou Boat Record[M]. Beijing: Zhonghua Book Company, 1997:195.
- [11] 沈从文. 中国古代服饰研究[M]. 北京: 商务印书馆, 2011: 694.
SHEN Cong-wen. Research on Chinese ancient costume[M]. Beijing: The Commercial Press, 2011:694.
- [12] 王巧, 宋柳叶, 李正. 清代女性服装的缘饰艺术探究 [J]. 丝绸, 2020, 57(5): 96-101.
WANG Qiao, SONG Liu-ye, LI Zheng. Research on The Marginal Decoration Art of Women's Clothing in The Qing Dynasty[J]. Silk, 2020, 57 (5): 96-101.
- [13] 曹雪芹. 脂砚斋全评石头记[M]. 北京: 东方出版社, 2005: 589.
CAO Xue-qin. Zhi Yanzhai's Complete Review of Stone[M]. Beijing: Oriental Publishing House, 2005: 589.
- [14] 曹雪芹, 高鹗. 红楼梦[M]. 北京: 人民文学出版社, 1982: 601.
CAO Xue-qin, Gao e. a dream of Red Mansions[M]. Beijing: People's Literature Publishing House, 1982: 601.
- [15] 曹雪芹. 新镌全部绣像红楼梦: 程甲本[M]. 影印本. 北京: 北京书目文献出版社, 1992: 347.
CAO Xue-qin. Newly Engraved all Embroidered Images: Dream of Red Mansions: Cheng Jiaben[M]. Photocopy. Beijing: Beijing Bibliography and Literature Publishing House, 1992:347.
- [16] 潜铁宇, 王晓. 论包装设计的审美心理[J]. 包装工程, 2009, 30(7): 125-126.
QIAN Tie-yu, WANG Xiao. Aesthetic Psychology of Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2009, 30(7): 125-126.

责任编辑: 陈作