

## 时尚文化在中国白酒包装设计中的融入和意义

李剑南

(苏州经贸职业技术学院, 苏州 215000)

**摘要:** 以文化营销为启示, 分析了中国白酒产业面临的尴尬局面, 结合历史、文化、市场论述了中国白酒消费将出现断层危险, 并提出了改革措施, 即首先在白酒包装上进行改革, 使白酒在保留传统文化的同时更多地结合时尚文化。

**关键词:** 白酒; 传统; 时尚文化; 包装设计

**中图分类号:** TB482    **文献标识码:** A    **文章编号:** 1001-3563(2013)06-0008-03

### Integration and Significance of Fashion Culture in Chinese Liquor Packaging Design

LI Jian-nan

(Suzhou Institute of Trade and Commerce, Suzhou 215000, China)

**Abstract:** Inspired by cultural marketing, it analyzed the embarrassing situation of China's liquor industry. Combined with the history, culture, market, it discussed the Chinese liquor consumption would appear dangerous faults, at the same time, put forward the reform measures. First the packaging should be reformed more combined with fashion culture remaining the traditional culture at the same time.

**Key words:** liquor; traditional; fashion culture; packaging design

随着生活方式的现代化转变, 消费结构趋向多元化, 白酒产品在酒饮料市场中所占的份额正在不断缩减, “理性饮酒、健康饮酒”等消费理念正在逐步增强, 新的酒品正在冲击着国内白酒的主导地位。中国白酒在认同历史的同时, 更要与时俱进地融入当代, 在文化诉求上走向现代化, 反映年轻人的审美需求。把时尚文化融入到白酒文化中, 将会为中国白酒市场打开全新的局面。作为首当其冲的包装设计因其独特性和不可替代性, 在白酒市场中扮演着重要角色。包装可以通过文化来标新立异, 吸引消费者的注意力。包装设计不是设计师个人艺术展示的行为结果, 而是基于消费之上的设计创造<sup>[1]</sup>。包装设计的范围大致包括: 名称设计、容器造型设计、结构设计、平面设计等方面, 它们之间相互联系、相互交叉。

#### 1 名称的设计变化

传统白酒品牌的定名一般从历史、工艺或地名入

手, 寻求厚重的历史和深厚的品牌堆积。新一代白酒品牌的定名最好从文化、感情等方面进行个性化诉求, 这样更能在年轻一代的消费群体内引发共鸣。如洋河蓝色经典系列的名称, 结合了现代消费者的情感需求, 体现了时尚感。

#### 2 容器造型的设计创新

通过具有创意性的功能多元化的绿色包装设计, 可以让包装更加人性化, 满足消费者多元的消费需求。设计师们改变了以往酒瓶的直线的筒状式造型, 设计成不同曲线的造型, 增加了亲近感, 促进了消费者与产品之间的情感交流。在这些酒的容器造型中, 有的似花瓶, 简约而不失温情, 如郎酒、西凤酒的酒瓶造型, 见图1; 有的似香水瓶, 融入了西洋文化的元素, 如西凤天子酒。国酒茅台, 它最新的酒瓶造型一改往日刻板凝固的形象, 见图2。还有剑南春酒, 它其中一款已把瓶子设计成了洋酒瓶的造型, 观念变化很大,

收稿日期: 2012-10-14

作者简介: 李剑南(1969—), 男, 江苏苏州人, 苏州经贸职业技术学院副教授, 主要从事艺术设计研究。

见图3。



图1 郎酒、西凤酒的酒瓶造型

Fig.1 Bottle shape of Lang liquor and Xifeng liquor



图2 茅台酒的酒瓶造型

Fig.2 Bottle shape of Moutai liquor



图3 剑南春酒的酒瓶造型

Fig.3 Bottle shape of Jiannanchun liquor

### 3 结构设计的多样构想

瓶盖的设计应按不同的酒瓶形状,配以不同造型结构的盖子。瓶身结构的变化需要艺术化的构想,如“五粮液—一帆风顺”酒瓶的瓶身,被设计成了双层真空的蒸馏瓶造型,见图4。为了迎合时尚中的怀旧情调,一些中低端品牌的酒瓶结构也发生了很大的变化,它们在重视包装使用功能和经济原则的基础上,尊重人的情感,强调情感化设计,获取了消费者对产品的信



图4 五粮液酒的酒瓶造型

Fig.4 Bottle shape of Wuliangye liquor

任,并最终建立起思想境界的情感互动<sup>[2]</sup>。

### 4 色彩设计的跨越

现代白酒的包装色彩大胆超越了中国传统色彩体系,在色彩使用和搭配上,积极吸收现代构成理念,在整体效果上传达出了色彩的块面效果和强烈的现代感。如蓝色经典系列中蓝、白色的运用,充分显示了它的时尚感和优雅的现代气质,见图5;舍得酒在不放弃



图5 蓝色经典系列的色彩运用

Fig.5 Color use of Blue Classic series

传统文化元素的基础上,大胆吸收现代简约主义,从外包装盒到酒瓶只用了2个大块面的颜色作分割,显得整体、大气而醒目,见图6。



图6 舍得酒的色彩运用

Fig.6 Color use of Shede liquor

## 5 包装材质的大胆发挥

设计师应该把对玻璃材质的想象力发挥得淋漓尽致,玻璃和酒的透明度,再加以灯光的渲染,显示出了白酒和现代生活的积极融合。现代包装既是一门艺术也是一种时尚,富有个性化的包装设计必将成为流行的热点,受到市场的肯定<sup>[9]</sup>。茅台、五粮液、水井坊酒的玻璃包装见图7。



图7 茅台、五粮液、水井坊酒的玻璃包装  
Fig.7 Glass packaging of Moutai, Wuliangye, Shuijingfang

包装材质的运用还应吸收绿色环保概念,顺应现代人追求回归自然的心态,在材质上大胆使用自然原始材料。在包装设计时,选择可重复利用、可再生、易回收处理、对环境无污染的包装材料,较易获得消费者的好感和认同,也有利于环境保护,同时与国际包装技术接轨,能为企业发展带来良好的前景。如酒鬼酒的包装,见图8,其包装材料的使用很能抓住现代人



图8 酒鬼酒的包装  
Fig.8 Packaging of Jiugui liquor

期待亲近自然的心。

## 6 时尚文化在中国白酒包装设计中融入的意义

白酒的文化诉求要求分清对象,传统消费者注重

历史的认同感,而年轻消费者看重的是精神的暗示性和启发性。真正的酒,既是历史的,也是现代的;既是时尚的,也是文化的。白酒文化的与时俱进和与时尚文化的相融,会吸引更多的年轻人,白酒消费才能跨越断层。

长期以来,白酒一直承受着巨大的舆论压力,人们常把它与社会不良风气、交通事故、犯罪等联系起来,大大影响了白酒形象和白酒文化的传播,影响了白酒在新兴消费群体中的吸引力。要解决这些问题,白酒消费就必须顺应新兴群体的心理需求和社会的文明潮流。

有调查发现,如今30岁以下的年轻消费者,喝白酒的比例很少,并且在许多新兴的饮酒场所,都难以找到白酒的踪迹。啤酒、进口酒、新兴饮料等成了年轻消费者的“宠儿”,传统白酒要想跟上时代的步伐,必须注入时尚元素,迎合年轻消费者追求个性、时尚的需求。在这样的潮流趋势下,白酒除了在口感、酒精度、色泽上进行突破外,其包装必须首先进行改革,融入时尚的美感和气息,使白酒在保留传统文化的同时更多地结合时尚文化。

## 7 结语

随着白酒行业的发展,白酒的包装设计已从纯粹、简单的产品设计,发展为市场、企业、营销3个坐标共表现的品牌信息设计。在白酒日趋同质化的今天,白酒的包装也就成了彰显个性的重要手段之一,这就势必要求白酒包装设计的各种元素在使用上要推陈出新,不断吸引原有消费者和新兴消费者的眼球。

### 参考文献:

- [1] 肖颜琴.收藏酒包装设计探析[J].包装工程,2012,33(2):117.  
XIAO Yan-qin.Collection Wine Packaging Design[J].Packaging Engineering,2012,33(2):117.
- [2] 张海彬.论现代包装设计中互动基因的新风尚[J].包装工程,2011,32(2):75.  
ZHANG Hai-bin.On Modern Packaging Design of Interactive Genes Fashions[J].Packaging Engineering,2011,32(2):75.