

唐宋酒器文化对现代酒包装的设计影响

罗兵

(上海第二工业大学, 上海 201209)

摘要: **目的** 研究中国唐宋时期酒器文化对现代酒包装设计的影响和启发。**方法** 通过分析唐宋时期酒器的造型、工艺、色彩,论述在唐宋酒器文化影响下现代酒包装设计在造型创意、材料工艺、色彩纹样上的创新应用,强调其注重实用、美观、环保及品牌文化的发展趋势。**结论** 将唐宋时期酒器传统文化元素与现代酒包装设计理念进行有效整合,能赋予现代酒包装新的文化内涵与产品生命力,展现中华酒文化的同时,设计出被市场及消费者认可的酒包装精品。

关键词: 唐宋; 酒器文化; 现代酒包装; 可持续性

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2015)20-0117-04

Influence of Wine Containers' Culture in Tang and Song Dynasty on Modern Wine Packaging

LUO Bing

(Shanghai Second Polytechnic University, Shanghai 201209, China)

ABSTRACT: It aims to study the influence and illumination of wine containers' culture in Tang and Song Dynasty on modern wine packaging. By doing the research of shape, technique, color, try, it discusses the creative application of modern wine package design to modeling creativity, materials and technique, color and pattern, and focus on the practical, aesthetic, environmental protection and the developing trends of brand culture. The integration of traditional cultural elements of wine containers in Tang and Song Dynasty and modern wine packaging design concept can endow new cultural connotation and product life for modern wine packaging and design wine packaging accepted by market and consumer.

KEY WORDS: Tang and Song dynasty; wine containers' culture; modern wine packaging; sustainability

随着文化的多元化发展,酒包装设计正趋向多样化与个性化,在漫长的酒文化历史中,酒的醇香与国人的生活方式相伴,酒的包装折射出中华民族历来崇尚的高雅品位与审美追求。其间,唐宋时期酒器造型的发展与形成,成为传播中国酒文化的重要载体。传统文化中蕴藏着“美之为美”的普遍价值,只要善加借鉴,完全可以为现代创作提供灵感^[1],对唐宋酒器文化进行分析和总结,归纳其对现代酒包装设计理念的影响,并结合现代酒器的发展趋向,能探索出一条当代酒包装设计发展与创新的崭新之路。

1 唐宋陶瓷酒器

1.1 唐宋酒器文化

中国酿酒历史悠久,发展到唐朝,与酒器相关的唐诗比比皆是,杜甫在《饮中八仙歌》中说:“李白斗酒诗百篇,长安市上酒家眠;天子呼来不上船,自称臣是酒中仙。”孟浩然在《春中喜王九相寻》中说:“酒伴来相命,开尊共解醒。”王绩在《春日》中说:“昨夜瓶始

收稿日期: 2015-06-07

作者简介: 罗兵(1970—),男,江西人,硕士,上海第二工业大学副教授、高级工艺美术师,主要从事印刷包装设计的教学与研究。

尽,今朝瓮即开。”元结的《窰尊诗》“酒堂贮酿器,户牖皆罌瓶”,白居易的《咏家酝十韵》“瓮揭开时香酷烈,瓶封贮后味甘辛”等,这些诗句中提及的尊、瓮、罌、瓶并非一般的盛酒器,而是贮酒器,其作用相当于现代的酒瓶,古代的人们已经意识到了酒包装的重要性,这些脍炙人口的诗歌都是研究酒器文化的宝贵资料。

1.2 唐宋陶瓷酒器造型

唐朝人崇尚丰腴之美,故在陶瓷酒器造型上整体风格显得浑圆饱满、雍容大气。宋代文人崇尚“秀骨清象”,因此更加着重准确、细腻、韵味以及轻巧的内在品质。唐宋时期最主要的酒器造型有缸、瓮、罐、瓶、尊、壶。

罐见图1(图片摘自百度网),口径大,圆腹,颈部内收,平底,有耳或无耳。瓮:形制巨大,小口,丰肩,圆腹,平底。罌:口形似盘,长颈,圆腹,平底,肩饰双系或四系。瓶:其形状变化多样,基本造型为椭圆腹,小口。宋朝的瓶在唐朝雏形的基础上得到进一步发展,类型有直口、盘口、洗口、花口等,形制大多秀雅端庄、朴素大方,既实用又美观,为后世陶瓷酒具的造型产生了深远影响,见图2-3(图片摘自百度网)。



图1 罐
Fig.1 Earthen jar

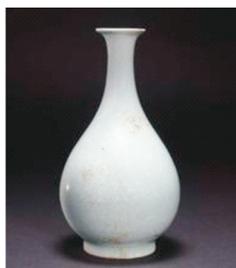


图2 北宋汝窑酒瓶
Fig.2 Earlier Song ruyao wine bottle



图3 宋吉州窑黑釉剔花梅瓶
Fig.3 Song Jizhou kiln plum bottle

1.3 唐宋陶瓷酒器工艺和色彩

唐宋是我国陶瓷发展史上的重要阶段,经济的发达为科学技术的发展提供了雄厚的基础,进而使得陶

瓷工艺得到了质的提高,向着多样化发展。唐宋陶瓷酒器的工艺精湛主要体现之一在于釉色方面。唐五代出现“南青北白”并举局面。南方越窑青瓷,其釉色莹润苍翠欲滴。北方的邢窑与南方越窑齐名,邢窑以烧制白瓷而闻名于世,胎质细腻,釉色雪白光洁。而唐三彩则是一种多色彩的低温釉陶器,它在色釉中加入不同的金属氧化物,经过焙烧,便可呈白、绿、黄、赭、褐、蓝等多种釉色。宋朝时期,五大名窑的出现更使陶瓷的工艺炉火纯青,各窑的多变釉色与丰富色彩,反映了釉色装饰从单色釉到多色釉的转变,也体现出当时釉色工艺的精湛。

2 现代酒类包装对唐宋陶瓷酒器元素的运用和创新

唐宋陶瓷酒器造型丰富。唐代酒器在发展过程中逐渐演变为“颈细长、身粗浑”的造型,其原因在于唐朝出现了桌椅,生活方式由席地而坐变成高椅为坐;到了宋朝,桌椅高度增加,人们的视线也相应增高,因此酒器自身变矮,口沿与底部变大,以适应视觉高度和增加器物摆放时的稳定性。由此可见,唐宋酒器造型体现出适应环境的实用功能。随着时代更迭,人们对生活环境与日常习惯的精神追求使酒器的结构形态不仅体现为实用功能,包装材料的发展和科学技术的进步、印刷术的发明与应用使包装从单纯的保护储运功能发展成为具有助销和审美功能的包装设计^[2]。

2.1 实用又审美的造型创意

中国传统美学能为现代设计提供可借鉴的元素和思想^[3],现代酒包装撷取唐宋酒器的形态特征作为审美元素,其创新设计表现为两种基本形式:

1)造型以新仿古,结合现代元素。如汾酒的瓶身设计,见图4(图片摘自百度网),造型上借鉴了唐酒器“颈细长、身粗浑”的造型特征,用以实现令人向往典雅优美的审美诉求,而瓶颈与瓶底处则饰以错落排列具有现代意味的杏花造型,别有新意又传递了“杏花村酒”的汾酒文化。又如原浆老酒的瓶身设计,见图5(图片摘自百度网),造型设计源于宋梅瓶,敦厚清雅、古意盎然,设计者在材质上寻求变化,以玻璃结合金属这一现代特征鲜明的材料组合,让古韵古雅演化为现代摩登的一种异域情致。

2)创新突破,在似与不似之间。将唐宋酒器造型中的传统文化元素引入现代酒包装设计,运用独特的创意造型往往更能引人青睐。茅台飞天酒的包装设



图4 汾酒的瓶身设计

Fig. 4 The design of a
bottle of Fen wine



图5 现代酒罐

Fig.5 Modern wine tank

计,见图6(图片摘自上海刘维亚原创设计大师工作室),从瓶身的结构关系到体量造型,都不难捕捉到与传统酒器的渊源关联,而六边形结构的大胆突破,以及瓶身与外包装盒上的撞色装饰底纹,使整项创意别有意趣、卓萃不同,最终为消费者呈现的是复古典雅又兼具现代的风格特征,作品传达出的艺术感不仅来自观者视觉上的感受,更体现了其内在的价值和文化性^[4]。



图6 飞天酒

Fig.6 Flying wine

2.2 多样与环保的材料工艺

唐宋陶瓷酒瓶采用天然陶土和瓷土原料,陶瓷具备抗氧化、耐腐蚀、稳定性高等特质,且不透光,从而避免了光对酒的化学反应。现代陶瓷酒器的设计生产中,随着社会生产力水平提高和工艺技术的进步,陶瓷新材料也不断发展,如上海汉光瓷就以“白、透、润、纯”等特点享誉世界,汉光瓷在1400摄氏度高温下烧制而成,这种高温下的釉下彩装饰技术突破了传统瓷器的色系局限,使现代酒包装设计在容器色彩方面的创意空间大大提升。与此同时,汉光瓷属于无铅环保新工艺,是名副其实的绿色环保瓷器。

2.3 传承中整合的色彩纹样

现代社会物质生产能力和消费者审美与消费能力的提高,使陶瓷酒器设计在色彩表现上不断创新,

在继承传统陶瓷色彩精髓的同时,体现现代时尚气息。国窖1573订制酒,见图7(图片摘自百度网),在青瓷釉上加窑变色彩,瓶体下半部分凹凸不平,肌理似年轮又似酒浪,寓于美好的遐想。青花瓷酒器是中国酒器的主流之一,历史悠久,白底青花给人以清新淡雅之感,将传统青花纹样整合其他现代设计元素,是现代设计师别出心裁的创意应用,如青花瓷汾酒,见图8(图片摘自上海刘维亚原创设计大师工作室),瓶身采用传统青花风格,以“汾”字为主体,周围装饰各种字体的“酒”字,视觉风格活泼、质朴又不失清新。



图7 国窖1573

Fig.7 Guo Jiao 1573



图8 青花瓷汾酒

Fig.8 The blue and white porcelain Fen wine

3 现代酒包装设计的发展趋势

酒器包装承担着保护商品、方便使用、传达商品信息的功能,体现了功能效用、工艺材质、加工技术等诸多因素,还包含着酒瓶本身的审美与时代文化特征,具有实用与审美的双重价值。简洁而不简单的美学考虑让使用者专注于器物实用性的同时也不失美的享受^[5],而绿色与环保是未来发展的新主题。

3.1 创意造型的实用性和欣赏性

酒器在消费者携带和使用的过程中应尽量体现以人为本的功能体验,使用过程是否便利和舒适,是否符合现代人运动,握持的规律和尺度,是否依循消费者接拿、开启、倾倒等动作轨迹,都是现代酒包装设计需注意的问题。企业通过酒器包装便利性的设计可以展现其经营文化理念和社会责任,树立良好的企业形象。一件具有创造意义的设计应该包含浓厚的人文生态信息^[6],人文生态既指功能意义上的“物化”需求,亦是情感意义上的“本体”满足,因次,现代酒包装的方案创意将围绕实用价值与欣赏意义为设计目标。

酒器造型应通过形态结构与平面装饰赋予艺术美感,过分依赖机械化生产的千篇一律,将失去器物的独特美感和手工文化特征,失去必要的情感投入,

从而与至性至情的酒文化背道而驰。2015世界之星包装设计大赛中的获奖作品《国美人文之美》酒包装设计,见图9(图片摘自甲骨文创意设计有限公司),设计理念表达了中国传统多彩的人文之美,以4个最具文化特色的中国传统节日:春节、清明、端午、中秋进行包装创意,瓶型追求独特风格与个性,摆脱了现有市面上小酒瓶造型的设计桎梏,同时保留了小酒瓶方便携带、量少精致的功能需求。运用传统民族文化内涵的情感元素,在我国范围内具备很强的感染性^[7]。在谋求酒器容量与功能诉求的过程中,赋予欣赏性与装饰性,体现酒器新时代的“文物观”,是现代酒瓶包装的审美追求。



图9 国美酒
Fig.9 Guomei wine

3.2 材料工艺的绿色环保性

人们生活水平日益提高,对物质的要求也相应变化,拓展包装功能、减轻包装废弃物对环境污染的绿色包装已成为未来包装的发展趋势^[8]。过分追求豪华与奢华材质的酒类包装,不仅造成大量原材料的浪费,也间接制造出诸多包装垃圾。选择贴近自然、对人体无害的材料是现代酒类包装发展的需求课题。2015世界之星包装设计大赛获奖作品《古井贡酒年份原浆》,见图10。设计者张新文采用骨瓷为瓶身材料,骨瓷不仅具有华美的外表,而且相对普通瓷器更有利于人体健康,釉中彩釉下彩骨瓷不但无铅、镉溢出,且花面不易磨损脱落,是当之无愧的绿色健康陶瓷。



图10 古井贡酒年份原浆
Fig.10 Gujing tribute spirit

在包装设计中将两种不同领域的事物或文化进行移植与组合,常常能产生意想不到的创新性包装^[9],

四川水井坊的包装设计在开启方式上采用独特的上抽自锁式瓶盖,喝完酒后瓶子可以用来盛放酱油、醋和香油等,使酒器变成各种可循环利用的家庭生活用品,同样迎合了绿色设计可持续发展的趋势。

3.3 酒器包装的品牌文化

酒器包装设计作为民族文化的一部分,应该反映出民族心理特征,将本土文化观念与民族性格表现其中,形成独特的品牌文化。宋代五大名窑瓷器产品之所以能在市场竞争中各领风骚,居于并存局面,正是得益于各具特色的地域文化,具有不可取代性。贝律铭曾说:“在中国,我想也正需要在传统艺术的基础上找到这样一条道路,一种风格,一种为中华民族所特有的、与其他国家和民族不同的形式。日本现代设计的民族化很得益于唐宋遗风,可惜的是我们中国自己却放弃了它。”借鉴传统文化并科学运用,将其内涵渗透到酒品牌文化中,能最大限度地发挥酒器包装的市场潜力。比如湘西白酒在色彩品牌表现上选用粮食的天然稻黄色、装粮食所用麻袋的土黄色、陶土的本色、黄土地、黄皮肤、金黄的谷物等贴近中华农耕文明的色彩,传递出酒为五谷杂粮之精华,令人印象深刻,从而强化了品牌效应。设计产业如何求得与制造业协调发展,并进而形成推动经济发展与设计竞争力的强劲优势是目前必须正视的现实课题^[10]。

4 结语

中国唐宋酒器以功能合理、形态优美、装饰独特、具东方艺术美感被广为称颂。《中国历代酒具鉴赏图典》将唐宋酒具归纳为“隋唐大度,宋时素洁”,现代设计师在酒类包装设计中将传统文化元素与现代设计理念相融合,吸纳环保安全的可持续发展新科技,通过整合、改造、重组等手法来丰富酒器设计,赋予它们新的形象与生命力,展现中华酒文化独到的历史文化与人文情怀。

参考文献:

- [1] 李鹏斌.传统文化元素在现代包装设计中的应用[J].包装工程,2014,35(8):18—25.
- LI Peng-bin.Application of Traditional Cultural Elements in Modern Packaging Design[J].Packaging Engineering,2014,35(8):18—25.
- [2] 谢洁.包装设计实用价值与审美价值探析[J].包装工程,2014,35(8):85—87.

(下转第134页)

- 科技, 2014(2):64.
- SUN Chao-fan. Study on Emotional Design of APP Based on Handheld Terminal[J]. Science and Technology, 2014(2):64.
- [6] 孙辛欣, 靳文奎. 移动应用中的情感交互设计研究[J]. 包装工程, 2014, 35(14):51—54.
- SUN Xin-xin, JIN Wen-kui. Affective Interaction Design in Mobile Applications[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(14):51—54.
- [7] 何永军. 基于系统方法的博物馆展示设计研究[J]. 美术教育研究, 2012(23):76—77.
- HE Yong-jun. Study on Museum Exhibition Design Based on Systems Approach[J]. Art Education Research, 2012(23):76—77.
- [8] 刘心雄, 申之民. 基于用户心智模型的3G手机交互界面设计[J]. 包装工程, 2010, 31(18):8—10
- LIU Xin-xiong, SHEN Zhi-min. Interface Design of 3G Mobile Based on User' Mental Model[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(18):8—10.
- [9] 蒋金辰. APP设计中的可持续理念[J]. 生态经济, 2014(2):217—219.
- JIANG Jin-chen. The Sustainable Idea of APP Design[J]. Ecological Economy, 2014(2):217—219.
- [10] 江小浦, 郭斌. 未来触屏手机交互设计中的视觉元素研究[J]. 包装工程, 2013, 34(16):24—27.
- JIANG Xiao-pu, GUO Bin. Research on the Visual Elements in Touch Screen Phone Interaction Design[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(16):24—27.

(上接第120页)

- XIE Jie. Practical Value and Aesthetic Value in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(8):85—87.
- [3] 李敏. 传统美学与现代平面设计略论[J]. 芒种, 2013(4):143—144.
- LI Min. Discussion on Traditional Esthetics and Modern Graphic Design[J]. Mangzhong, 2013(4):143—144.
- [4] 杜俊平. 中国传统雕塑的艺术特征及对当代雕塑创作的启示[J]. 大舞台, 2013(10):108—109.
- DU Jun-ping. Inspiration of Modern Sculpture from Tradition Chinese Sculptures' Features[J]. Big Stage, 2013(10):108—109.
- [5] 吴闻超. 现代陶瓷产品的设计原则[J]. 包装世界, 2013(6):84—85.
- WU Wen-chao. Principle of Modern Ceramic Production Design[J]. Packaging World, 2013(6):84—85.
- [6] 潘力. 开启未来设计的可能性[J]. 公共艺术, 2014(1):5—9.
- PAN Li. Active the Future Design[J]. Public Art, 2014(1):5—9.
- [7] 陈琳. 中国传统民族文化在广告创意中的运用分析[J]. 大众文艺, 2014(8):55.
- CHEN Lin. Analysis of Applying Traditional Chinese Cultural Elements into Creative Advertising[J]. Popular Literature and Art, 2014(8):55.
- [8] 尹青. 包装再设计前景剖析[J]. 中国包装工业, 2013(2):28—29.
- YIN Qing. The Research of the Prospect for Package Design[J]. China Packaging Industry, 2013(2):28—29.
- [9] 卢建洲. 论包装设计创新思维的形成与发展[J]. 包装工程, 2014, 35(6):86—89.
- LU Jian-zhou. On the Formation and Development of Innovative Thinking in Packaging[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(6):86—89.
- [10] 陈朝杰, 方海. 基于可持续发展理论的芬兰设计政策的研究[J]. 包装工程, 2014, 35(6):69—72.
- CHEN Chao-jie, FANG Hai. The Finish Design Policy Based on Sustainable Development Theory[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(6):69—72.