

综合材质在白酒包装设计中的合理性构建

袁恩培, 彭燕雪

(重庆大学, 重庆 401331)

摘要: **目的** 对白酒包装设计中综合材质的合理构建进行分析。**方法** 通过对白酒包装设计中综合材质现状的分析, 从设计的合理性及美学特征等方面, 探讨白酒商品包装设计中综合材质的合理构建, 结合案例进一步论证白酒包装设计的工艺语言、文化语言以及艺术语言, 均须依托于综合材质的合理构建。**结论** 白酒包装设计立足于综合材质的工艺语言, 并在器型与装饰的文化语言上升华。白酒包装在综合材质构建的依托下, 不仅能体现出其设计创意, 而且能提升白酒自身的价值。

关键词: 白酒; 包装设计; 综合材质; 合理构建

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)04-0070-04

Rational Construction of Integrated Materials in Packaging Design of Liquor

YUAN En-pei, PENG Yan-xue

(Chongqing University, Chongqing 401331, China)

ABSTRACT: It aims to analyze the rational construction of the integrated materials in the liquor packaging design. According to the analysis of the current situation of composite material, it discusses the rational construction of the integrated materials in the liquor packaging design from the rationality and aesthetics features of design, combined with cases, it further demonstrates the process language, cultural language and artistic language of liquor packaging design, which rely on the rational construction of integrated materials. The liquor packaging design is established in the process language of integrated material, and gets sublimated on type and decorative culture language. Under the support of that kind of material, the packaging can not only reflect the design creativity, but also enhance the value of liquor itself.

KEY WORDS: liquor; packaging design; integrated material; rational construction

白酒是基于地域本土文化的特殊商品之一, 其包装设计是集综合材质与文化、艺术、精工等深度融合和构建的过程。白酒商品包装设计不仅能带给消费者一种生活体验, 而且能产生一种文化体验, 以及一种艺术审美体验。白酒包装设计旨在灵活地运用各种材质, 包含以工艺塑造质地之外的结构之美, 以文化注入工艺之外的形制之美, 以艺术赋予工艺之外的灵性之美, 最终构建起整个白酒包装的理想设计。白酒包装设计包含了材质构建、工艺塑造、艺术雕琢等包装设计所不可或缺的3个层级递进过程, 达成了由设计斟酌、工艺构建、艺术创作等过程合理性构建的高度统一, 从而实现由“寄形于器”而“寓神于器”的包装构建境界。

1 白酒包装设计中的综合材质现状解析

1.1 起因分析

酒器是白酒的基本承载物, 所谓酒随器赋形, 美酒美器传递了我国白酒文化传统而典雅的对于精美器物的追求, 对美酒美器的追求早已成为我国传统文化的一种基于文化语言层面的意识表述。现如今, 人们对白酒的喜好已超过其饮用价值, 对白酒的包装也有了新的要求。白酒包装设计不仅要起到其基本功能, 而且应该通过其材质、色彩、图形等因素, 给消费者传递出一种精神享受, 体现其品牌的独特魅力。

白酒包装设计中之所以会出现综合材质纷繁复杂的现状, 其最为根本的原因, 在于时代和市场的冲

收稿日期: 2016-09-23

作者简介: 袁恩培(1954—), 男, 重庆人, 重庆大学教授, 主要研究方向为艺术设计。

击下，中国白酒类市场“同等级、同质化、同结构”现象泛滥，白酒企业面临着前所未有的冲击和挑战^[1]。社会的飞速发展使得消费者有了分层，商品有了分类，消费渠道也有所不同。如礼盒白酒包装和自饮白酒包装，由于使用目的及形式的差异，在材质的选择上也有所区别。其次，所谓良工难制无材之器，新工艺综合各种新材料，可以使得白酒的包装设计更富形式美感，且增强了器物的趣味性。

1.2 现状概述

白酒包装看似简单，其中蕴含着社会民俗、人文风尚、审美取向以及民族文化等诸多形之于包装之外的隐性内涵^[2]。综合材质是构成白酒包装的重要物质基础，为白酒器形与外包装的塑造提供了极大便利，为白酒综合材质合理构建以及实现工艺组合式构建提供了可能。现代白酒包装可利用的材质异常丰富，这些材质能表现出不同的质感，从而给人带来不同的体验^[3]。这些质感是人的视觉或触觉对材料作出的生理的或心理的反映，是人对于材料表面特征生理和心理的体验，通过外在的与心理对应的物理性表面而引起人的内心共鸣^[4]。我国白酒包装发展至今，取得了一定的进步，但仍有很多局限性。第一，材质使用鲜有创新。市面上的白酒包装，在材质上过多的选择上趋同现象严重，如纸类材质、玻璃材质、金属材质等，都被大量运用，而一些新型材质却很少受到青睐。第二，鲜有通过不同的消费形式来分层次设计的白酒包装。上文讲到，不同的消费人群及使用途径，对包装的需求也有所不同，但现如今市面上的大多数白酒包装并没有考虑到这一点。第三，材质选择与品牌格调不统一。包装材质在选择上应考虑品牌自身属性及相关背景，不能盲目选择。第四，白酒包装的文化性体现不强。白酒是极具中国特色的一种酒，但其包装并没有很好的体现其厚重的文化底蕴。

2 白酒包装设计综合材质的语言信息表达

2.1 工艺语言信息表达

创意是白酒包装设计的核心竞争力，而创意能透过工艺语言实现，且精湛工艺是实现白酒包装设计的不可或缺的重要环节之一。“产品无间道，包装有乾坤”，纵观现代白酒包装，由于缺乏综合材质的多元化与多维化构建，使得白酒包装存在严重的同质化的设计倾向。例如，外包装的 PVC 材质、内包装的食品级 PP、PET 材质，以及很多传统材质，其工艺化视觉表达都存在着较大的创意空间。利用高弹性 PVC 材质，可以呈现出浮雕式工艺的肌理效果，为消费者带来较强烈的视觉吸引力，而铭金、烫金等工艺，则可以营造富丽堂皇的工艺效果。

白酒包装设计的工艺语言表达重在突出白酒外观的“可观”、“可赏”、“可品”，器物的结构、质地、观感等完全依赖于良工，而工艺化显然更加依赖于综合材质的有机构建，充分发现不同材质的美学特质，并在针对性研究过程中，发掘出每种材质的潜在价值，再以工艺化为其赋予灵魂，使其成为有内涵、有意境、有灵性的器物。白酒包装的工艺设计师应该思考工艺与整体构建的关系，工艺能否利用综合材质构建起更符合审美、满足美学享受的多维表现，比如在工艺构建过程中引入触觉、嗅觉等更多元体验的共同参与^[5]。工艺化语言表达已经成为现代白酒包装设计过程中的重要辅助设计手段，工艺化的不断发展使白酒包装设计更具特色。

2.2 文化语言信息表达

中国白酒承载了上下 5000 年的悠久文化，这种悠久文化早已酝酿成为传递美、享受美的一种建立在物质之上的酒文化，而这种酒文化更是成为器型较难表达且无法替代的灵性符码。白酒包装与传统文化的有机融合是历史的潮流，也是未来设计艺术发展的主要方向之一，在满足产品功能需求的同时，唤起消费者的认同感^[6]。我国的一部文化史，如果单纯从酒文化的视角考量，就是一部器型对酒文化内涵大美的追逐史。

文化要嫁接于白酒包装设计之中，不能仅以喊口号或激进式的传递方式进行，这其中考验的是人的智慧与策略^[7]。白酒包装设计的工艺美术仅能为包装设计构建提供手段，而白酒包装设计的文化底蕴，则能够为白酒包装设计提供可以深度“品味”的文化味道。突出酒文化中的文化味道，是现代白酒包装设计过程中实现文化语言表达的良策。水井坊酒包装设计见图 1（图片摘自百度），许燎原的水井坊“世纪典藏”酒包装设计，外包装以青铜铝为主材料，以编钟为基本形制。外盒包装的四平八稳与铜铝的特殊质感相应着水井坊的酒文化的厚重，使整个设计更有气势。酒瓶的设计更加彰显了其华贵的品质，瓶盖巧借玉玺的造型，并用 24K 镏金打造，配合水晶瓶的瓶身；底座更是用四川特产珍贵乌木打造而成，浮雕与木质的底座构成了一种繁与简的视觉感受，材料的珍贵性也突显了酒的珍贵品质^[8]。这样的酒包装或许在很多人看来过于奢侈，但是许燎原认为，礼品酒作为酒类市场一个制高点，不应该短期运作做短线产品，而是应该花费大量的人力、财力将其做成长线产品。结合这款酒的产品定位来看，也就不觉得这样的包装设计奢侈了。十多年前，这款酒的单瓶售价就达到了两万多，不仅使企业取得了可观的经济收益，而且又提升了水井坊的品牌品牌形象，以现代的设计理念在独有的品质和文化基础上，彰显着中国文化精神，在

视觉上带来高端、大气感受的同时,又能体会到其文化底蕴与艺术形式。笔者设计的五粮液五粮春酒包装设计见图2(获第四届五粮液杯设计大赛金奖),则将酒瓶设计成了不对称的陶瓷子母瓶,既可单独放置,又可组合呈现倍增的视觉张力。陶瓷瓶身花纹选取了青花瓷的纹样,青花瓷是中国陶瓷的一个典型代表,它不仅是中国的骄傲,而且也是世界的挚爱,对全球文化产生了深远影响^[9]。将青花纹样置于设计之中,能让消费者更有认同感,也能使消费者更直观的感受其文化底蕴。透过透明的外罩可以看到底座上方雅致的木质屏风装饰,更凸显了酒器所表现出的独特艺术气息。既相对又相背的子母瓶以太极的阴阳相生之理融为一体,形成了强烈的视觉驱动下的触觉冲动,与先验式的味觉冲动共同汇聚成了极具震撼的艺术语言表达。



图1 水井坊酒包装设计
Fig.1 Swellfun wine packaging design



图2 五粮液五粮春酒包装设计
Fig.2 Wuliangye Wuliangchun wine packaging design

3 白酒包装设计中综合材质的合理构建

3.1 合理化设计

白酒包装设计中的综合材质合理化构建的关键在于针对品牌特质,将综合材质塑造为一种物质基础之上的精神表达,实现品牌精神的物质表达。我国自古即有综合材质合理构建的标准,所谓“天有时,地有气,材有美,工有巧”,其中的天时、地气、材美是造物过程中的客观因素^[10]。综合材质既要符合品牌

的天时地利,又要符合材质的唯美性,并以精工良匠对其加以雕琢。尤其在礼品酒包装和收藏酒包装的设计上,更要全面考虑到这些因素。

外包装的设计直接影响到白酒的消费者心理接受与认可程度,同时,传达出白酒包装设计的基本理念。先进的工艺为多种材质的综合构建及实现现代设计语言,提供了前所未有的便利。除了传统的包装材质外,将金属、亚克力、PVC、PET、漆器等材质合理运用于包装中,塑造出的器物也能体现酒器的大美^[11]。综合材质的嵌、拼、结、衬等,更需要形而上的意识形态的弥合,方能更好地构建起完美的白酒包装设计。笔者指导设计的五粮液圣酒包装设计见图3(获第三届五粮液杯设计大赛金奖),利用食品级PP等树脂材质,将酒的瓶盖设计成类似古代帝王的冕琉冠形制,酒瓶的半高位置的前部则以台式设计,使酒瓶的整体造型绝类帝王高踞于龙榻之上垂拱天下。同时,酒盒的包装上的品牌标识与品牌名称利用了PVC材质浮雕文字,结合酒瓶和外包装的造型,更加吸引消费者的眼球。



图3 五粮液圣酒包装设计
Fig.3 Wuliangye Sheng wine packaging design

3.2 美学特征

如今市面上的白酒包装,有些如昙花一现般转瞬即逝,而与其形成鲜明对比的是,有些包装却成为经典,并使得其品牌也历久弥新,这是包装设计美学特征良好体现的主要原因之一。我国现阶段很多的白酒包装都缺乏视觉张力,没能构建出上乘的视觉传达效果,消费者在饮用之后,也不觉得该瓶器有收藏价值。诚然,符合审美特征的白酒包装设计更能打动人心,但综合材质包装设计并不意味着过度包装设计,综合材质更不应是堆砌材质与工艺。实际上,综合材质美学特征的实现重在凝聚包装设计的美学灵魂,因此,白酒包装设计重在整体所凸显出来的神韵与气度。

现代白酒营销早已进入审美决定成败的时代,深

刻剖析那些成功实现营销的白酒包装,可以看到,其中的美学特质及设计理念颇值得借鉴与发扬。现代材质的丰富为白酒包装审美部分的概念阐扬提供了无限可能,但市面上的很多白酒包装都缺乏出彩的设计。究其原因,就在于这些白酒设计未能透过综合材质传递出设计者的视觉表达。白酒包装的美学特征的传递重在烘托、渲染、强化白酒的尊贵身价与典雅气质。由笔者指导设计的五粮液尊酒包装设计见图4(获第三届五粮液杯设计大赛金奖),以马头琴作为瓶身结构的设计素材,在瓶身部分引入宜宾的标志性建筑大观楼的外形,将大观楼的门拱特征加入到瓶颈部分,瓶底和肩膀处选择以城墙缝隙内嵌金边的文化石作为设计素材。外包装上的明黄色金帛式敷装不仅起到了很好的装饰效果,而且也提升了白酒的档次。



图4 五粮液尊酒包装设计
Fig.4 Wuliangye Zun wine packaging design

4 结语

以多元化材质加以综合构建是白酒商品未来包装设计的趋势,无论是白酒商品的内外包装,还是装饰件的构建,都对材质有着较强的依赖,多元化材质综合构建使包装更具独特魅力。在白酒包装设计过程中,无论是工艺语言,还是文化语言,抑或是艺术语言,均须依托于综合材质,寄形于器。综合材质的合理构建,能形成结构间深度融合,实现多重设计语言表述,对白酒包装设计起到画龙点睛的作用。现代白酒包装设计承载着精神文化与物质文化,综合材质的运用使其更具艺术性、文化性及装饰性。

参考文献:

[1] 王墨兰, 马丽萍. 中国白酒品牌视觉形象与企业文化对接机制研究[J]. 学术交流, 2013(9): 79—82.
WANG Mo-lan, MA Li-ping. Study on the Docking

Mechanism between Chinese Liquor Brand Visual Image and Corporate Culture[J]. Academic Exchange, 2013(9): 79—82.

[2] 李丽华. 多元构成在酒包装材质设计中的应用研究[D]. 重庆: 重庆大学, 2007.
LI Li-hua. The Multi-Composing is Apply and Study of Wine's Material Packaging Design[D]. Chongqing: Chongqing University, 2007.

[3] 朱丽萍, 李永锋. 不同材质冷暖程度的多感官评价研究[J]. 包装工程, 2013, 34(10): 71—74.
ZHU Li-ping, LI Yong-feng. Research on Multisensory Evaluation of Cold and Warm Extent of Different Materials[J]. Packaging Engineering, 2013, 34(10): 71—74.

[4] 王敏, 吕娅洁. 设计·材质·情感[J]. 文艺争鸣, 2011(10): 159—160.
WANG Min, LYU Ya-jie. Design, Materials, Emotions [J]. Literature and Art Forum, 2011(10): 159—160.

[5] 郑曙旸. 清华大学美术学院的研究型发展定位[J]. 装饰, 2010(6): 35—39.
ZHENG Shu-yang. The Future of the Academy of Arts and Design, Tsinghua University[J]. Zhuangshi, 2010 (6): 35—39.

[6] 王伟伟, 胡宇坤, 金心, 等. 传统文化设计元素提取模型研究与应用[J]. 包装工程, 2014, 35(6): 73—81.
WANG Wei-wei, HU Yu-kun, JIN Xin, et al. Research and Application of Extraction Model of Traditional Culture Design Elements[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(6): 73—81.

[7] 磨炼. 基于地域及传统文化的产品设计策略研究[J]. 包装工程, 2015, 36(22): 95—99.
MO Lian. Product Design Strategy Based on Region and Traditional Culture[J]. Packaging Engineering, 2015, 36 (22): 95—99.

[8] 刘思彤. 中国传统视觉符号在食品包装设计中的应用研究[D]. 长春: 东北师范大学, 2015.
LIU Si-tong. The Research on the Application of Traditional Visual Symbols from China in the Food Packaging Design[D]. Changchun: Northeast Normal University, 2015.

[9] 练崇潮. 从“青花瓷现象”看国人的文化回归与文化认同[J]. 江西社会科学, 2014(2): 235—239.
LIAN Chong-chao. The Cultural Return and Cultural Identity of the Chinese from the Perspective of "Blue and White Porcelain Phenomenon"[J]. Jiangxi Social Sciences, 2014(2): 235—239.

[10] 徐艺乙. 《考工记》与传统手工艺的观念[J]. 西北民族研究, 2015(2): 169.
XU Yi-yi. The Artificers Record and the Idea of Traditional Handicrafts[J]. Northwestern Journal of Ethnology, 2015(2): 169.

[11] 夏燕靖. 中国设计艺术史叙史范围、叙史主题及叙史方式的探讨[J]. 南京艺术学院学报(美术与设计版), 2010(1): 33—35.
XIA Yan-jing. Discussion on History Narrative Scope, Theme of History Narrative and History Narrative Way of the Artistic Design History in China[J]. Journal of Nanjing Arts Institute(Fine Arts & Design), 2010(1): 33—35.