

DOI: 10.13652/j.spjx.1003.5788.2022.60079

基于汉字造型的酒类包装设计

Research on wine packaging design based on Chinese character modeling

黄叔界

HUANG Shu-jie

(北部湾大学, 广西 钦州 535011)

(Beibu Gulf University, Qinzhou, Guangxi 535011, China)

摘要:从汉字与酒文化的渊源入手,分析汉字与酒类包装的紧密关系,找出汉字在酒类包装设计中应用的特点。从汉字“字形”和“字意”两个方面分别提出基于汉字造型的酒类包装设计方法:直接展现法、辅助融合法、深度拓展法、以形造意法、意象营造法,并总结出汉字造型的酒类包装设计的 4 个要点。

关键词:汉字;酒类包装;造型;立体化;图形化

Abstract: Starting with the origin of Chinese characters and wine, the close relationship between Chinese characters and wine packaging were analyzed, and the characteristics of Chinese character wine packaging design were found out. Therefore, the Chinese character shaped wine packaging design methods were proposed from the two aspects of Chinese character "font" and "word meaning", which included direct display method, auxiliary integration method, deep expansion method, form meaning method and image construction method. Finally, four key points of Chinese character shaped wine packaging design were summarized.

Keywords: Chinese characters; wine packaging; modeling; three dimensional; graphical

汉字是世界上沿用至今最古老的文字,是中华文明的根,也是传统文化传承的载体。千百年来,汉字已发展成具有严密体系的文字系统,承载着深厚的文化积淀,在很大程度上影响并形成中国人特有的文化心理,辐射到中国人生活的方方面面,从思想哲学观,到政治、艺术、行为、心理。随着全民族文化自信的日益提升,汉字作为一种文化现象,正逐步渗透到社会生活的全方位,尤其在创新设计领域,已然成为时尚“国潮”^[1]。

中国的酒文化底蕴深厚,酒文化与汉字文化的结合,造就了无数的灿烂名篇,所谓李白斗酒诗百篇,还有《兰

亭集序》《醉翁亭记》《滕王阁序》《短歌行》等。酒文化对汉字的影响则集中体现在书法艺术上,《兰亭集序》是书法与酒的一次完美碰撞,书法史上并称为“草圣”的怀素与张旭也因酒而被后世称为“张颠素狂”或“颠张醉素”。

从酒成为商品之初,就与汉字水乳交融了。从最初的“酒幌”“酒旗”,到酒坛上的商标广告,直至现代黄永玉题写的酒鬼酒,麦华三题写的贵州茅台酒,尹海金题写的老白干,欧阳中石先生题写的汾酒,李颖题写的西凤酒等,无不彰显着酒与汉字的深厚渊源。只有汉字丰富的表现力和深厚的意境表达,才能诠释中国人对中国酒醇厚品味的认知与感受,以及酒的文化内涵。

作为形音义三位一体的文字^[2],汉字的发展经历了结绳记事—图画字—象形文字—形意字—一意音字的历程,在形体上逐渐由图形变为由笔画构成的方块形符号,所以汉字一般也叫“方块字”。方块字内圆外方的结构,有着方正、坚固、美观的特点,契合了包装结构的基本要求,而且将汉字形态表达的意蕴融入酒类包装,可以更好地表达酒的品味与品牌个性^[3]。近年来,已有学者^[4]注意到汉字作为视觉艺术的无限潜能,强调汉字艺术即视觉艺术,提出:“汉字艺术是以汉字、汉字理念为依托、为载体的视觉、听觉、行为等多维的美”。基于此,研究拟以汉字立体造型设计为切入点,通过案例分析,深入解读汉字在酒的造型结构中的设计规律。

1 汉字造型的酒类包装设计特点

(1) 以汉字的造型特征表现酒的名称,是酒品牌的直接信息传达,同时汉字的包装造型更能吸引受众注意^[5]。

(2) 汉字造型的包装可以在产品名称上达到形式和内容的完整统一,形成强烈的品牌符号印记。

(3) 以汉字文化和酒文化的相互结合,能最大限度地增强酒类产品的审美趣味和文化内涵,彰显品类特色,传承企业文脉。

2 汉字造型的酒类包装设计方法

汉字的“形”与“意”的设计始终是汉字造型的灵魂所

基金项目:北部湾大学钦州发展研究院项目基金(编号:1819QFYZ02,1920QFYW015)

作者简介:黄叔界(1984—),男,北部湾大学高级工艺美术师。
E-mail:527423174@qq.com

收稿日期:2022-04-11 **改回日期:**2022-07-28

在^[6]。汉字造型在酒类包装设计中要依赖于酒的品牌要素——产品名称,需要从产品名称或者名称关键字去思量,提炼出某一个汉字进行创意设计,根据表现的不同形式,可以从“字形”和“字意”两个方面进行探讨^[7]。

2.1 基于汉字字形的酒类包装设计

字形在酒类包装中的运用,是以汉字本身的造型直接展现,无需过多的设计和修饰,利用汉字跟产品本身的关联度直接呈现,以“象形”的形式体现出酒类包装的特点。对于比较具象的产品名称,通过对其中关键汉字的凝练就能准确表达出酒的文化内涵特征的产品,这一方法适用性较强,具体可以归类为 3 种设计手法。

(1) 直接展现法。从汉字的字形和结构出发,基本上保留汉字的原样,不做太多的修饰和改动,在包装造型和结构上还原汉字字形的方式。如图 1,“凸酒”的整体包装设计是以“四川凸酒业有限公司”与主打产品品牌名称“凸酒”中的“凸”字作为核心关键词,以“凸”字的形态作为酒类包装的容器结构造型,没有一丝多余的着墨,以立体的方式完整的呈现了“凸”字。具有高度的识别性和唯一性,是企业品牌与产品名称以及包装设计三者的完美契合,其内涵和外延的高度统一。这是汉字包装设计的经典案例,这种创意构思只可偶遇,不可强求。该公司通过不断加强“凸”酒文化的建设,深入挖掘“凸”的内涵,上升到文化的高度形成独特鲜明的酒文化特征。

在“凸酒”现有包装的基础上,完全可以深入全面地创建饮酒文化场景。在产品宣传过程,通过“凸”模拟喝酒的声音“突突突”,建立起喝“凸酒”的具体场景:“一杯凸凸凸,同销万古愁”“醉酒趁青春,凸凸一杯复一杯”等。同时,在以“凸”为造型的基础上进行拓展和延伸,在构思上以不同的包装颜色衍生出更多系列化的产品。如此就能让汉字的酒类包装具有更强大的应用和拓展空间。

(2) 辅助融合法。在产品包装设计过程中,单个汉字造型在包装上的还原在事实上很难做到“意”与“形”的完美融合,同时对汉字造型的方式需要展现酒的内涵文化特征,这时候需要利用其他造型元素来对汉字的造型进行辅助。图 2 是山东名酒“扳倒井酒”,它是中国国家地理标志产品,其产地山东省高青县是 2009 年中国十大考古发现之一的高青陈庄西周文化遗址所在地,也是齐国

早期(前 771 年)都城。该遗址出土了大量青铜酒器,显示这里早在 3 000 年以前酿酒业就已经比较发达。由于扳倒井井水酿造的酒特别甘冽,宋代取其井水酿酒以供宫廷饮用,属于宫廷御酒。据民间传说,宋太祖在极渴情况下正是喝了该井水所以取得大胜仗,特亲赐酒名“扳倒井”。高青县采用古老的“井窖工艺”生产高度白酒,传统井窖酿造技艺得以流传,以井窖闻名于世,被誉为“国井”。

“扳倒井酒”的包装设计承袭了酒的悠久历史和传统,其包装盒被巧妙地设计成“井”字的造型,在众多的酒类包装里显得气质斐然。尤其精妙的是,酒瓶以汉字“井”字作为主体结构,而酒瓶造型是矗立在井里的,让人联想到酒好像从井里刚刚酿造出来一般,从酒瓶里倒出来的酒,好比炎热夏季井水般甘甜,正所谓“扳井倒流迹传宋祖,酌泉酿酒名重高青”。该酒瓶的包装颜色也采用了古朴的陶红色,让人联想到其悠久的历史感。这一经典的设计案例,就是基于汉字象形的构成方式,具有很强的图形化表现力,给人以直接的联想和丰富的想象空间,既在意料之外又在情理之中,达到视觉、味觉以及心理的高度统一。

(3) 深度拓展法。其是基于汉字的深厚内涵与酒文化在包装上的紧密关联,不能仅仅只是把汉字作为酒器的造型本身,而是在汉字包装的基础上深度拓展汉字与酒的文化关系,并进行拓展。图 3 是西安高鹏设计公司为一勤人酒业有限责任公司推出的一款针对宴会市场的天禧白酒。这款以汉字“喜”为主题的酒,其定位是针对宴会市场的,依据国人喜庆文化将其命名为“天禧酒”,寓添喜之意。这个包装的设计不单停留在酒器和外包装的设计中,还充分营造了节假日喜庆的事情场景,将传统人生四大喜“早逢甘雨、他乡故知、洞房花烛、金榜题名”以印章的形式呈现,与包装完美融合。这款酒瓶体上部分的四周以大红色的“喜”字作为瓶身,侧面展现了婚庆的双喜字“囍”。瓶体下半部分是白色陶瓷,其中以“天禧”的产品名称标注其中,周边装饰上“人生四大喜”的汉字正文。方形瓶盖的 4 个侧面分别镌刻着四大喜的内容,与瓶体的下半部分产生了呼应,而金色的应用起到画龙点睛的效果。酒的外包装也采用比较特殊的结构,以



图 1 凸酒包装造型

Figure 1 Convex wine packaging



图 2 扳倒井酒包装造型

Figure 2 Packaging modeling of "flip well wine"



图3 天禧酒包装设计

Figure 3 Packaging design of Tianxi liquor

白色的纸质包装上面印制有“人生四大喜”的字样,中间巧妙的镂空设计,刚好凸显出汉字“喜”。这一半开合的包装结构设计,让人有开启包装去一睹全貌的欲望。整个包装设计,无论从立意、设计、材料、制作都浑然一体,以汉字造型的方式完美地诠释了酒的主题,深刻彰显了中国传统民俗文化的要义。

2.2 基于汉字字意的酒类包装设计

中国众多的酒类产品,都可以采用“字形”的方式表达酒的包装造型。如“习酒”“郎酒”“董酒”“玉林泉酒”“汉武御酒”等,可以分别凝练出“习”“郎”“董”“泉”“御”等核心关键词进行包装造型设计。对于一些难以凝练出特有汉字的酒类产品,想要通过单个汉字包装去体现酒的特点,则需要进一步发掘并凝练品牌文化的内涵,从汉字的“意象”切入,进行抽象化的包装设计。这是一种表现复杂和抽象概念的汉字包装设计方法,主要有两种设计手法。

(1) 以形造意法。是指对汉字的造型设计不单单只是停留在汉字字形本身,而是要通过酒产品的名称与核心关键字相互结合,创造出新的“汉字”,而这个汉字本身是相对抽象却又可识别的,其目的在于营造酒名称所蕴含的含义。图4是宋窑酒的包装,它以汉字“宋”和宋代官员的纯色衣冠造型叠合,将具象与抽象结合,展现出特有质朴、干练、低敛、威严的气质。酒盖的造型巧妙地设计成宋朝的官帽,官帽两侧的幞头成了旋盖的把手,达到形式与功能的完整统一。酒盖的官帽造型也形成了“宋”字的宝盖头造型,与瓶身的幻化人物造型相互配适,同时通过其造型结构的变化,更好地表现出“宋”窑酒的意味:宋朝以文治天下一般,处处透露着文人的风骨和内心的处变不惊。至于包装上的人物设定为包拯,笔者不敢苟同,限于文章篇幅,不再赘述。总的来说,宋窑酒的整体包装设计还是能让人感受到设计者的匠心独具,完全可以作为一个精美的艺术摆件,以提升宋窑酒的品牌文化和传播价值。

(2) 意象营造法。侧重于“意”的营造,无论是其他造型元素亦或是汉字本身,包装结构的设计都要求为酒的品牌核心要义服务。汉字的造型在其中更多的是隐性的,以微妙的方式存在其中,让人有“众里寻他千百度,那



图4 宋窑酒包装设计

Figure 4 Packaging design of song kiln wine

人却在灯火阑珊处”的感受,而这一意识的不自觉一旦被告知,必将会产生无法抹去的强烈印记。图5是馗王酒的包装,以面具和汉字“王”相互搭配。在酒瓶的包装上,以传统戏曲中钟馗的面部造型为主,在其中勾描出“王”字的汉字形态,而这“王”字隐含在面部的纹路造型中,扑面而来的是王霸者的气势,同时酒瓶裹以黑色陶瓷器型,渲染出“馗王”的尊贵与威严。酒盒的包装装潢也充分营造了馗王酒的特殊气质,将面具结构作为外观装饰,在结构上采用面板材料突出面部装饰图案,金色的汉字“馗王”居于中下部,在中上部以“馗王地尊”的汉字表明酒的鲜明个性和整个包装的独特立意。



图5 馗王酒包装设计

Figure 5 Packaging design of kuiwang wine

3 基于汉字造型的酒类包装设计构思要点

看似简单的汉字其实有复杂的变化,每一个字的形体构成以及笔画之间的穿插避让都甚为讲究,从相对简单的独体字来说,其构成的关系就可分为4种,包括有“离散关系”“连接关系”“交叉关系”“综合关系”等,这一复杂性对汉字造型的包装设计提出非常高的要求。平面化的汉字设计需要设计师具有高超的专业素养和深厚的文化底蕴才能企及,现今已经有众多的设计师设计的成功案例,这也是汉字立体化设计在包装结构设计中得以实现的重要支撑。

立体化的汉字造型设计目前很少有设计师涉及,其重要的原因是汉字的平面设计思维惯性所致,设计师没

有意识到汉字的图形化符号特性在立体化造型设计中的强大适应性。随着现代科技的发展和跨界融合思维的衍射,以及 3D 打印技术对包装材料、造型设计的极大拓展,包装设计对于汉字立体造型的检验是具有先导性的,汉字造型化包装方面的需求也日渐凸显,并显示其强大的适应性^[8]。

采用汉字造型对酒类包装进行设计,需要从以下 4 个方面进行思考。

(1) 字的选择不是随意的,而是与酒产品的名称或者品牌文字紧密关联,要选取最能体现品牌核心价值的汉字进行创意思考,也可以从产品的名称文字去推演出新的核心关键字。

(2) 造型化汉字包装设计要符合酒的品牌调性,目的是为了酒的特色和内涵更容易彰显出来,汉字的图形性和符号性具有强大的表现力,完全可以胜任。

(3) 对汉字造型进行设计的时候,要把握好汉字造型的构件与酒类包装的功能性部件相互结合的关系,这需要精妙的构思。

(4) 汉字造型的酒类包装设计,要彰显酒产品个性化,具有较强的创造性。不能以单个商品包装去实践,需要从企业整体营销传播的角度去构建产品包装的整体设计体系,通过体系化的设计才能让汉字造型的酒类包装设计发挥出更大的效益。

4 结语

汉字文化是中华的根文化和母文化,是中华文化得以长存和不断发展的根本。汉字的文化特质以及丰富表现力,使得各种酒类包装中产生了诸多有关汉字的设计样式。仅仅把汉字单纯地作为一种平面设计的元素,显然是对汉字的强大设计特性认知不足。汉字在酒类包装设计的应用探索是汉字造型化设计的先导实践和应用,汉字造型的酒类包装设计可以将酒文化的内涵融入到整体包装造型设计当中,是产品个性与包装设计的完美结合,是包装设计的创新思路;汉字造型设计也将逐渐成为一种新的设计流行趋势。

参考文献

- [1] 潘虎. 代际更迭引发的食品包装设计观念嬗变[J]. 食品与机械, 2021, 37(7): 102-106.
- PAN H. Evolution of food packaging design concept caused by intergenerational change [J]. Food & Machinery, 2021, 37(7): 102-106.
- [2] 李如龙. 汉字的历史发展和现实观照[N]. 光明日报, 2014-12-08 (16).
- LI R L. Historical development and reality of Chinese characters[N]. Guangming Daily, 2014-12-08(16).
- [3] 张宇, 张大鲁. 民俗文化语境下合体字的设计形态与表现方法探究[J]. 湖南包装, 2022, 37(1): 37-40.
- ZHANG Y, ZHANG D L. Research on the design forms and expression methods of combined characters in the context of folk culture[J]. Hunan Package, 2022, 37(1): 37-40.
- [4] 杨应时. 探寻“汉字艺术”的未来[N]. 中国美术报, 2020-07-27 (14).
- YANG Y S. Exploring the future of "Chinese character art"[N]. China Art Daily, 2020-07-27(14).
- [5] 张夫也, 刘粟. 多元·融合·华美: 日本近世酒器工艺的审美特质[J]. 湖南包装, 2020, 35(5): 24-28, 53.
- ZHANG F Y, LIU S. Pluralism, fusion and magnificence: A study on the aesthetic characteristics of modern Japanese wine making techniques[J]. Hunan Package, 2020, 35(5): 24-28, 53.
- [6] 曲梅. 汉字招贴设计中“意象精神”的视觉解构[J]. 包装工程, 2014, 35(4): 25-28.
- QU M. Visual deconstruction of "imagery spirit" in Chinese characters poster design[J]. Packaging Engineering, 2014, 35(4): 25-28.
- [7] 张爱鹏. 汉字海报“形意”转化的设计本源探索[J]. 湖南包装, 2020, 35(4): 14-16, 28.
- ZHANG A P. Design origin of transformation of "form meaning" in Chinese characters poster[J]. Hunan Package, 2020, 35(4): 14-16, 28.
- [8] 王龙, 刘圣文. 传承与创新: 汉字艺术融入高校艺术设计教育路径研究[J]. 湖南包装, 2022, 37(1): 138-142.
- WANG L, LIU S W. Inheritance and innovation: Research on the path of integrating Chinese character art into art design education in colleges and universities[J]. Hunan Package, 2022, 37(1): 138-142.
- (上接第 110 页)
- [10] 徐玉菁. 基于 DEM 离散元建模技术的双轴桨叶式食品混合机运动仿真分析[J]. 食品与机械, 2021, 37(8): 115-118, 125.
- XU Y J. Dynamic simulation analysis of double-shaft paddle type food mixer based on DEM[J]. Food & Machinery, 2021, 37(8): 115-118, 125.
- [11] 肖子卿, 田海清, 张涛, 等. 玉米秸秆饲料除尘筛出物离散元数值模拟参数标定[J]. 中国农业大学学报, 2022, 27(7): 172-183.
- XIAO Z Q, TIAN H Q, ZHANG T, et al. Parameter calibration of discrete element numerical simulation for the dedusting sieve of corn straw feed[J]. Journal of China Agricultural University, 2022, 27(7): 172-183.
- [12] 张胜伟, 张瑞雨, 陈天佑, 等. 绿豆种子离散元仿真参数标定与排种试验[J]. 农业机械学报, 2022, 53(3): 71-79.
- ZHANG S W, ZHANG R Y, CHEN T Y, et al. calibration of Simulation Parameters of mung bean seeds using discrete element method and verification of seed-metering test[J]. Transactions of the Chinese Society for Agricultural Machinery, 2022, 53(3): 71-79.
- [13] 温翔宇, 袁洪方, 王刚, 等. 颗粒肥料离散元仿真摩擦因数标定方法研究[J]. 农业机械学报, 2020, 51(2): 115-122, 142.
- WEN X Y, YUAN H F, WANG G, et al. calibration method of friction coefficient of granular fertilizer by discrete element simulation[J]. Transactions of the Chinese Society for Agricultural Machinery, 2020, 51(2): 115-122, 142.