

探析绵竹年画艺术在酒包装设计中的应用

□ 赵 漫

摘 要:绵竹年画作为一项非物质文化遗产,将其应用于酒包装设计中能提升酒包装的文化内涵。为更好地保护与传承绵竹年画,文章探究绵竹年画艺术在酒包装载体中的应用,旨在提升酒包装设计的艺术文化附加值,促进绵竹年画广泛传播,为绵竹年画艺术长久发展提供广阔空间。

关键词:绵竹年画;酒包装;包装设计

1 绵竹年画概述

绵竹年画作为中国民间传统文化的一部分,有其独特的艺术魅力,蕴含深厚的文化内涵,对现代艺术设计创作具有一定的借鉴价值。据考证,绵竹年画源起宋代,清朝进入鼎盛发展时期。绵竹年画凭借创始早、画艺独特、产量大以及销路广等优势,位列四川民间木版年画之冠。1993年年底,中华人民共和国文化部(于2018年3月被撤销)颁发证书,将绵竹命名为“中国民间艺术(木版年画)之乡”。

时至今日,绵竹年画与天津杨柳青年画、苏州桃花坞年画以及山东潍坊杨家埠年画并称“中国木版年画四大家”,时任中国文联副主席以及中国民间文艺家协会主席的冯骥才誉其为“土中大艺术,纸上剑南春”。绵竹年画作为中国民间传统文化遗产的一部分,历经清代乾隆以及嘉庆时期的繁荣,民国年间和新中国成立初期的短暂兴旺,遭受过十年的毁灭性打击,并于十一届三中全会后逐渐恢复和发展,见证了社会历史的发展与兴衰。

绵竹年画作为民间艺术,根植于民间,装饰于节日,展现每个历史阶段人民群众的审美爱好和需要,其题材内容广泛,涉及戏曲、人物、山水、花鸟、神话传说以及古代历史故事等,与民众生活密切相关,画面质朴,极富生活气息。绵竹年画于2006年被列入第一批国家级非物质文化遗产名录,表明国家非常重视绵竹年画的保护与传承。

2 从酒文化习俗引出绵竹年画艺术在酒包装设计的定位思路

酒是中国常用的民生物资之一,在民众日常生活中占据极其重要的地位。婚丧嫁娶、亲友相聚以及逢年过节等都与酒密不可分。酒自古以来就是人与人之间情感的“调节剂”,人们常以酒为礼,小酌助兴。古时祭祀求福、敬天祭神,如今有宴会、保健医疗、宴宾祭祖以及节日用酒等习俗,随着社会发展及需求变化,酒文化

在不断沿袭、发展与变革。

根据现代人们生活比较常见的用酒习俗定位绵竹年画艺术在酒包装中的设计思路。目前,酒包括喜庆婚嫁的喜酒、丧事的待客丧酒、生儿育女的满月酒、百日酒、祝寿辰的生日酒、亲人团聚的团圆酒、礼送客人的饯别酒以及与节庆相关的丰收酒等。将绵竹年画艺术应用于酒包装设计能扩大绵竹年画传播范围,因此,可将设计定位思路确定为与中青年日常生活相关的场景,以品酒解乏、小酌助兴为出发点,设计一款便携精致的生活小酒——“绵竹小酒”。

3 绵竹年画在川酒包装中的应用探讨

自北宋、南宋时期,四川酒业已见雏形。目前,酒在四川是重点发展产业之一,巴蜀文化是其源泉。四川地区先后出现五粮液、郎牌以及沱牌等知名川酒品牌代表,酒产业的繁荣给酒包装设计带来一定机遇,酒包装设计应用本土文化特色成为一种设计趋势。毛泽东同志一再强调艺术作品一定要采用人们喜闻乐见的形式,要有鲜明的民族风格和民族气魄。因此,绵竹年画艺术在酒包装设计中的应用要以绵竹年画元素为基础,通过创造性的艺术设计,采用人们容易接受的艺术处理方式,践行定位思路,指导设计实践。

3.1 提炼绵竹年画图形元素进行现代表达

绵竹年画具有风格朴素以及内容通俗等特点,能适应民众风俗习惯需求,主要内容涵盖镇邪、喜庆、福寿、招财进宝、戏剧故事以及民间传说等。绵竹年画制作简便,采用印与画结合的方法制作而成。总体来说,绵竹年画是普及性较强的一种民间年画。

提炼绵竹年画艺术元素,并将其巧妙融入川酒包装设计中,可以考虑在保留绵竹年画特征的基础上,融入现代表达技法,具体方法如下:第一,将绵竹年画中极具讽刺幽默性的故事题材典故应用于川酒包装设计,普及生活道理,引发情感共鸣;第二,将绵竹年画中一些吉祥如意的图形表达应用于川酒包装设计,表达吉祥如意的美好愿景;第三,将绵竹年画中一些川内特

有的民俗生活元素应用于川酒包装设计,作为一种场景式的视觉表现与现代生活相呼应,拉近绵竹年画与消费者之间距离;第四,将绵竹年画中的历史人物或民间信仰等元素应用于川酒包装设计,如代表驱邪避祸寓意的武门神秦琼和尉迟恭等人物形象,给予人们安定祥和以及吉祥安康的慰藉(详见图1),或用川内著名的历史人物形象,以绵竹年画技法为表达方式,既普及和传承四川历史文化,同时为酒品增添浓厚的艺术文化韵味。



图1 年画应用于酒包装设计

上述设计思路兼具传统性与现代性,彰显酒包装设计传统艺术文化魅力和本土蜀文化特色。使用此类包装设计的酒品是本土消费者日常品酒的优先选择,可作为心仪特产代表家乡情怀和礼仪赠与友人。

3.2 整合高饱和度色彩

强烈明快的色调是绵竹年画的突出特性。绵竹年画艺人制作年画遵循这样一句口诀:一黑(指墨线版)、二白(指人物的脸、手及靴底的白色)、三金黄(衣冠及道具的黄橙色)、五颜六色(指洋红、桃红、黄丹、佛青、品蓝、品绿等主色)穿衣裳。由此可见,高饱和彩绘是绵竹年画的重要色彩构成,其色彩搭配多用红、黄、绿、蓝等对比强烈的固有色。色彩鲜艳凝丽,色调饱和明快却艳而不燥,充满灵气。在进行酒包装艺术设计时,可以延续绵竹年画特有的色彩鲜明的艺术风格。

借鉴绵竹年画的色彩思路,将这种深厚的彩绘技巧与图形元素的搭配巧妙应用于酒品外包装或者标签设计中。酒包装视觉设计可从年画中提取主要色彩,切记不可不假思索地全盘使用所有色彩,应提前整理和归纳绵竹年画色彩,通过设计应用法则,提升视觉美感。例如,绵竹年画常采用对比色处理手法以及同类颜色的渐变使用以及描边色彩晕染等,既保留明快色调,又增强视觉对比效果。

3.3 运用现代设计手法拉近产品与消费者之间的距离

在包装设计中常见的现代设计风格分类主要有写实、夸张、卡通插画、几何构成、国潮风以及扁平化等。在酒包装设计中应用绵竹年画最重要的是确定合适的现代设计风格。观察近期设计发展趋势以及大众审美

喜好变化可知,艺术元素扁平化的处理方式受到大众普遍接受和广泛青睐,在推广和宣传方面更加便捷。此外,国潮风也是当下广受大众关注的一种艺术形式,其将传统吉祥图案与时尚潮流相结合,是目前包装设计界较为推崇的设计风格。考虑到绵竹年画在酒包装设计中的优势定位是中青年人群,因此,建议优先使用扁平化或国潮风设计风格,再结合一些版式设计技巧,实现整体包装视觉的和谐统一。

3.4 关于酒包装上的文字选择

汉字在酒包装中占据重要地位,既能涵盖酒品牌的提示信息,又能彰显酒品文化内涵。汉字字体风格分为黑体与宋体以及书法体或美术字,前者是印刷电脑体,后者为传统书法体或艺术字体。老式酒包装以美术字为主,结合书法体与美术字,具有时代风格。随着包装技术及印刷工艺的提升,逐渐重视酒包装中的文字设计,彰显出酒包装设计对现代美学的更高追求。市面上各类酒包装文字能体现不同产品特色,例如茅台的“国台”酒选择隶书体,汾酒选择草书体,舍得酒选择楷书体,水井坊酒选择行书体等,体现出酒包装对中国传统书法的重视。以上酒品大多为中高端酒,主供重要场合使用,体现品饮宾客对事情的重视程度。

本文探讨的绵竹年画艺术在酒包装中的应用,基于上文提到的生活小酒概念,酒包装设计文字可以选择传统书法体,如用比较轻松的笔触、浓墨细枝的视觉平衡以及有力量感字体的方式书写“绵竹小酒”的品名,搭配宋体文字编排小字信息,营造精致以及小巧酒品的亲和力,即酒包装设计字体以书法体为主、电脑宋体字为辅。其中部分英文字体的搭配,可选择精致的衬线体,如 Caslon、Baskerville、Bodoni、Garamond 等,既有书法之气韵,也有酒之香气,使中青年消费者在品酒的同时,体会酒与文字以及绵竹年画艺术完美交融的文化韵味,普及并传承绵竹年画艺术,激发消费者购买欲望。

3.5 关于酒容器设计及材料选择的探讨

中国酿酒历史源远流长,酒文化带动酒包装进行不断更新与发展。从最初的土陶、青铜器以及瓷器等到现在的玻璃以及水晶瓶等,各时期酒容器都具有各自典型特征。酒包装设计主要涵盖酒的瓶型容器设计、酒容器的外贴标签设计以及酒的外包装盒设计三方面。关于酒的容器设计,要满足基本存储功能,保证酒不挥发以及不易变质等。不同的酒包装材料给人的感觉略有差异,目前常见的酒容器材料有陶器、瓷器以及玻璃等,辅助包装材料有纸、布、塑料以及亚克力等。各种容器材料各有优势,如陶器给人一种自然洒脱古朴的感觉;陶瓷典雅、釉色可人,不透光,能有效保持酒的品质;玻璃透明剔透以及时尚简约等。

目前,市面上小酒常见的包装容器为玻璃,主要因为玻璃性价比最高,能凸显随性与年轻化特征。因此,绵竹年画艺术的酒容器设计可以优先选择玻璃材料,瓶贴设计可考虑带有凹凸触感的印刷工艺等,选择合适的特种纸作为基底。外包装盒本着绿色以及环保原则,在保证产品存储、运输以及展示视觉效果的同时,降低成本,可将纸材料作为首选。

4 绵竹年画艺术在酒包装设计中的应用意义及价值

4.1 增加酒包装的文化艺术附加值

商业市场竞争处于白热化阶段,消费者对商品蕴含传统文化内涵的需求越来越高。酒包装设计者应抓住这一机遇,将传统民间文化融入酒包装设计,满足消费者多元消费需求,打开市场,扩大产品影响力。通过选择、提炼和加工绵竹年画艺术元素,运用现代设计理念,结合地域文化特色,对“绵竹小酒”这一品牌定位的酒品进行包装设计。在酒包装设计中应用绵竹年画元素是传统民间文化与现代审美相结合的集中体现,能增强产品文化底蕴,加强产品与消费者之间情感沟通。在千篇一律的酒包装市场中,利用文化内涵凸显酒品独特性,彰显酒品的无形竞争优势。

4.2 提升川酒品牌价值及品牌影响力

本文探讨的“绵竹小酒”酒包装概念设计,由地名作为产品品牌第一要素,可以当作城市宣传的一张“名片”。“绵竹小酒”是本土文化内涵的产物,能拉近产品与消费者之间距离,引起消费者情感共鸣,提升川酒的品牌价值及影响力。实现产品包装与绵竹年画艺术的有机结合,以酒为载体传承绵竹年画艺术。四川作为酒品生产大省,绵竹年画元素在川酒包装设计中的应用能推动川酒产业发展,为区域经济发展做出贡献,对其他川酒包装设计也有一定的参考价值。

4.3 促进非物质文化遗产的传播

绵竹年画根植于民间沃土,是珍贵的文化遗产,其

未来发展极具多元性。在传统与现代交融的当下,人们要积极思考绵竹年画与时代的融合性问题,而不是拒绝现代化以及市场化。保护绵竹年画这一非物质文化遗产势在必行,在创新中求发展,将其与酒包装设计相融合,在继承传统精髓的基础上进行创新发展,利用酒品牌的影响力将绵竹年画产业做大做强,维持其生命力。将绵竹年画通过酒包装这一媒介融入大众生活,使绵竹年画艺术深入人心,拓宽文化传播途径,赋予绵竹年画新的活力。

5 结语

绵竹年画作为非物质文化遗产的代表之一,能传播人们对生活的美好愿景与吉祥如意,具有一定的文化价值,其作为大众审美的艺术品类,一直与民众生活紧密相关。随着人们生活水平的提高,绵竹年画与酒包装设计的融合再次回归生活,是满足当今人们审美和情感需要的现实路径。创新绵竹年画与酒包装设计的结合是现代审美价值的体现,有助于人们通过酒包装设计感受绵竹年画的文化魅力,有助于传播绵竹年画非物质文化遗产,提升绵竹年画知名度,同时促进酒品销售,助力区域经济发展。

参考文献

- [1]宁志奇.中国绵竹年画研究[M].成都:四川美术出版社,2011.
- [2]张晓黎.绵竹年画[M].成都:四川大学出版社,2012.
- [3]黄亦锡.酒、酒器与传统文化[D].厦门:厦门大学,2008.
- [4]薄松年.中国年画艺术史[M].长沙:湖南美术出版社,2008.
- [5]刘静瑜.绵竹年画在川酒包装上的设计应用[J].上海包装,2020(10):60.
- [6]侯兵.中国绵竹年画创新年画集[M].成都:四川美术出版社,2011.

(作者单位:四川文化传媒职业学院)