



# 中国白酒美学·视觉创意年鉴

《中国白酒美学·视觉创意年鉴》编委会 编  
成都时代出版社



中国白酒美学·视觉创意年鉴

成都时代出版社

#### 图书在版编目 (CPI) 数据

中国白酒美学视觉创意年鉴 / 《中国白酒美学视觉创意年鉴》编委会编. -- 成都: 成都时代出版社, 2013.3  
ISBN 978-7-5464-0873-6

I. ①中… II. ①中… III. ①白酒—产品包装—工艺美术—中国—年鉴 IV. ①TS262.3-54 ②J524.2-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 038531 号

#### 中国白酒美学视觉创意年鉴

ZHONGGUO BAIJIU MEIXUE SHIJUE CHUANGYI NIANJIAN

《中国白酒美学视觉创意年鉴》编委会 编

编委主任 汪 歌 新食品杂志社社长  
编委成员 (以姓氏笔画排序): 万宇 文子 王墙  
石阳 许燎原 刘文 赵国义 梁文峰  
主 编 文 子  
责 编 黎 黎  
美 编 冯 亮 王 建  
封面设计 梁文峰 何建峰

出品人 段后雷 罗 晓  
责任编辑 李 林  
责任校对 许 延  
装帧设计 成都新食文化传媒有限公司  
责任印制 干燕飞

出版发行 成都传媒集团·成都时代出版社  
电 话 (028) 86621237 (编辑部)  
(028) 86615250 (发行部)  
网 址 www.chengdusd.com  
印 刷 成都市天金浩印务有限公司  
规 格 1/16  
印 张 20  
字 数 250 千  
版 次 2013 年 3 月第 1 版  
印 次 2013 年 3 月第 1 次印刷  
印 数 1-2000  
书 号 ISBN 978-7-5464-0873-6  
定 价 298.00 元

著作权所有·违者必究。举报电话: (028) 86697083

本书若出现印装质量问题, 请与工厂联系。电话: 13730673400

## 序

有个

白酒美学视觉创意大师，

姓氏性别不具。他说，20年前的白

酒包装是经得起推敲的。推敲他的言语，

不外是旧包装时代，是符合美学审美范畴的，是

艺术。那个时期的白酒外衣其实是古朴的，是艺术家

们手工描就的，不管是标识、酒标、底纹、插图、配饰，

还是器皿、外箱，概以国画技艺涂鸦。于是在墨汁和水彩的

涂抹下，白酒，这个中华产物，便有了文化的况味，属性十分

强烈。

最早的卖酒行当，好像是汉代始元六年（公元前81年），官卖酒，

每升四钱。那酒舀子，那酒幌，十里八乡，便勾了酒鬼的魂去，酒话

也飘零在风中，自言自语。这种物质消费识别，在古代，那是最好的商业

围子。放眼当今，也是艳煞！

关键是我们当下，被万众商品幸福簇拥、惯坏的酒肉食客们，心事

可难猜量。早早的，在上世纪90年代，白酒便洋气起来，这得益技术的发展。

然而，新包装时代的兴起，却是源于著名版画艺术家黄永玉老先生对

酒鬼酒包装的信手之作。他把雕刻、制陶、绘画和白酒的属性、中华文化，

做了个了断。这完美之作，有着浓郁的传统文色彩，藉由此，开启了白酒

的新包装时代。完全可以这么讲！甚至可以说，是他打开了中国白酒

视觉创意的大门，引领了白酒视觉美学的辉煌20年，就是现在都没超

越他的启蒙，老先生影响了几代白酒视觉创意家。只是，老先生他，

可能不自知。

现代白酒视觉美学领域，有两个牛人。白酒的视觉创意和制作

公司，细大不羸，没有不知道他俩的。一个是万宇老师，一个是

许燎源老师。这两个大师，创领了一个时代。从90年代起，

有着白酒生产企业经历的万宇，便基于对白酒商品属性的

熟稔，创作了一个个经典。她对玻璃瓶工艺运用和创造，

炉火纯青，对于红黄色在白酒视觉上的运用驾轻

就熟。迄今，这也是白酒的主流。源于对制

陶艺术的追求，许燎源的审美和创造，

给白酒烙下深深痕迹，想抹除

都难。他在白酒

包 装

上极致艺术追求，新载体  
研发，成为行业追逐标本。甚至现在，  
他的陶风格，仍然影响着白酒的视觉创意。

中国白酒美学的这个概念，是许燎源先生最  
先提及。其实，白酒美学，它是有着联想和传承的。

18世纪德国启蒙运动时期的哲学家、美学家亚历山大·哥  
特利市·鲍姆嘉通第一个采用美学术语，提出并建立了美学这  
一特殊的哲学学科，被誉为“美学之父”。

起源里，美学，是哲学的一个分支。字典里，美学，是一堆哲  
学术语。院校里，美学，是一门艺术体系。似乎可以得出结论：美学  
是感性认识的科学，是研究人与现实审美关系的学问。它研究的对象主  
要是艺术（也涉及到语言、视觉和行为），它的研究方法是多元的。感性  
认识的完善，这就是美！认识美与审美的能力和思维就构成了美学的架构。  
如果说“美学是感性认识的科学，是研究人与现实审美关系的学问”，那么  
白酒美学就应该定义成美学的分支之一——是白酒的感性认识，是研究白酒  
与现实审美关系的学问。它研究的对象是白酒艺术，它的研究方法也是多元的。

约瑟夫·鲁说，一切精美的东西都有其深沉的内涵。白酒的视觉美和内  
涵美是什么呢？哪些人在研究白酒美学？研究白酒的哪些审美关系？就成了  
白酒美学的内涵和外延。

这也是出版本书的初衷，希望能得到这些问题的答案。

作为食品行业的观察者、研究者，新食品杂志社在2012年喧嚣的夏日，  
策划和组织，并拟出版《中国白酒美学·视觉创意年鉴》。梳理20年来“一  
切呈现出来的白酒之美”，在视觉创意上，在白酒发展历程上，在平台  
工具上，通过感性认识、审美能力和思维去研究白酒20年视觉之美。

可能，力有不逮，可能，家人亲戚不众。但终究，在春意中，  
这本属性专统、符号特殊的年鉴，即将付梓。对参与策划并出大  
力的王墙先生，出谋和美术装帧的梁文峰先生，指点的万宇  
老师，敦促的许燎源老师，严苛的汪歌先生，鼎力的赵国  
义先生，爱切的刘文先生，信任的何学东、李宜红、  
石阳先生，等等一千人众，茶谢！

以为序！

文子

中国白酒美学视觉创造二十年





上篇

# 武道



## 目录 /Directory

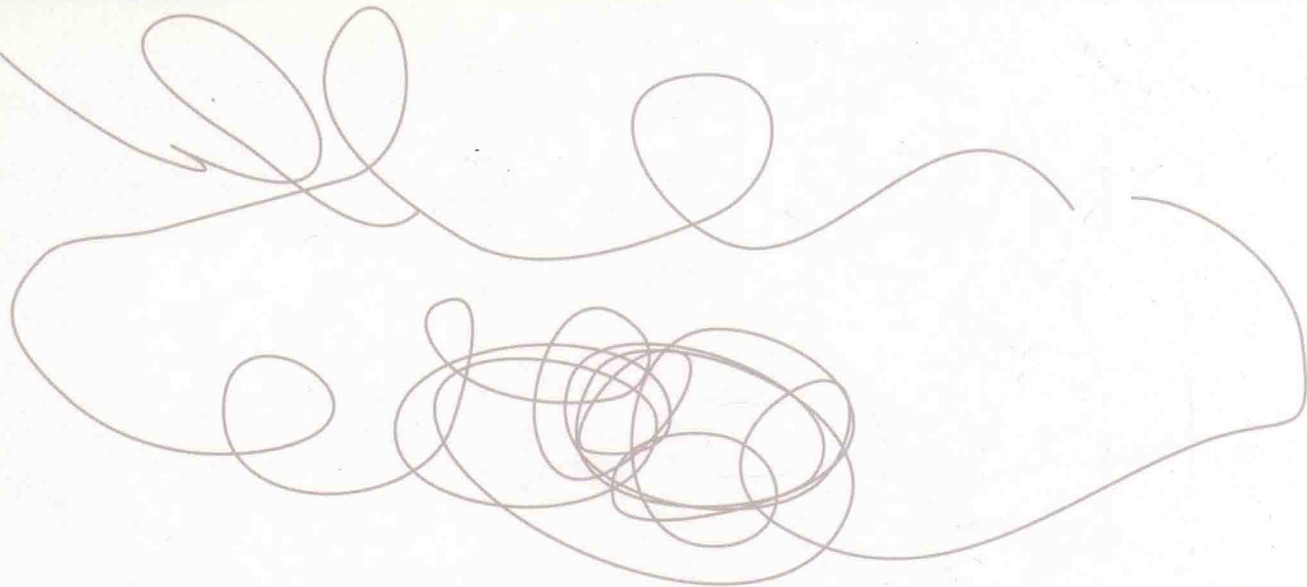
---

- 1      **武道：拳打脚踢**  
        白酒包装迎来了弱冠之年，回顾过去，它历经了怎样的岁月？经历了怎样的风雨？
- 54     **舞道：群魔乱舞**  
        经历了二十年的风雨洗涤，白酒包装行业正在进入成熟期。创意能与品牌文化相结合，能彰显品牌核心价值。
- 154   **悟道：执迷有悟**  
        展望白酒包装设计未来的趋势，设计上将更加注重包装的风格和品味，制作上将更加注重包装的简约和环保。
- 160   **设计与我**
- 164   **西方工业设计对中国白酒包装的启迪**



# ——拳打脚踢

白酒包装迎来了弱冠之年，回顾过去，它经历了怎样的岁月？经历了怎样的风雨？



## 许燎源：早期包装无创意

据许老师回忆，在上个世纪八九十年代，在那个物质稀缺的时代里，白酒瓶就只是一个盛酒的器皿，它同时也只在运输中起到一个保护作用。创意本身对白酒的介入不够，创意与产业的关系也不够密切。我国的白酒产品几乎不存在包装设计，品牌之间明确区别的是贴在酒瓶上的酒标。当时的酒瓶造型很单一，都是拼凑为主。材料工艺也很粗糙，瓶子的制造，盖子的配套，字体的艺术，在设计上都缺乏一种严谨性。

## 万宇：包装行业的起步阶段

时间节点：20世纪90年代至2000年

关键词：手工与电脑设计的过渡，无规模、无系统设计理念

“90年代初期是整个中国的设计行业与加工行业重要的起步阶段。”万宇老师表示，在当时的社会大环境下许多行业的发展都受到制约。

设计工具简陋。电脑辅助设计刚起步，90年代初期多采用手工设计，设计专业资料信息匮乏，包装加工业材料及工艺水平普遍低下。


设计理念还未形成。大多设计师抄袭、摹仿。

行业对设计师的价值认知度低。设计专业队伍无规模、无地位、大多依附在包装印刷厂家生存，普遍没有厂家付设计费，也没有承认他们创造知识产权的价值。

## 王墙：混沌时代

20世纪90年代以前的计划经济时期

这一时期，没有包装，也谈不上设计、工艺等等，就如同是“三皇五帝”时代，那时连国家形式都没有，影响主要看品牌力和历史遗产。这一阶段的代表品牌是老八大名酒。



## 梁文峰：20年白酒包装设计变革发展路径回顾

上个世纪90年代之前，除了个别特例，中国白酒包装可说是处在一个荒漠时代。由于当时整个社会实行计划经济，白酒产销一律国营，并且重产轻销，几十年停留在功能性包装阶段。所谓包装，生产者更重视它的容器功能，一般要求能保护酒体的安全就足够了。其表现就是后来人们形容的“光瓶+酒标”。这种状况，使得哪怕是八大名酒，也各自都自觉地保持着高度的一致性。对消费者来说，各种酒之间的区别，仅仅在于瓶型的微小差异和酒标的完全不同。

1992年起，白酒行业步入快车道，以孔府家、孔府宴以及秦池为代表的鲁酒，以张弓、林河等为代表的豫酒，以种子、双轮为代表的皖酒等一大批地方酒迅速崛起，促使包装设计加快创新。譬如，孔府家研发了异型瓶、陶瓶，而作为高档材料的金卡纸也开始投入使用。然而，从本质上看，这一阶段的包装设计依然秉持老观念，创意不足，大部分酒企和设计师将目光停留在装饰装潢的广告效应上，虽说认识到包装是产品占领市场的决定因素之一，但仍旧不知道产品力为何物。所以我们将1992年直到21世纪最初一两年时段的包装设计称为广告酒时代。从社会学的角度说，人们的行为实际上是立体的，常常是交叉进行、展开并发展的，对于行为的理性归纳分类，许多时候很难用时间将其截然分开。正当广告酒时代处于盛世的时候，个性化时代悄然降临。在广告酒时代，伴随着地方名酒的市场受阻，包装设计遭遇了同质化严重的问题。于是，市场、酒企、学界几乎同时发出“个性化”、“差异化”的呼喊。上个世纪90年代中期，鸭溪酒秉承传统文化风格，其包装设计首创“铜雕”表现手法，以极具个性化的厚重质感和视觉冲击力，迅速轰动全国。此后，个性化、差异化，成为酒企的要求，也成为设计师追求的目标，一大批具有个性化的白酒包装陆续面市。

在时间上，酒鬼酒的出现更早一些，由著名画家黄永玉设计的酒鬼酒包装，无疑成为包装设计酒文化时代的开山之作。这个凸显酒水文化的包装，成功地助力产品力，几年之后，酒鬼酒就成为中国“最贵的酒”，一时红遍大江南北。

# 中国白酒美学 ■ 视觉创造 20 年评选

凤凰涅槃、逆风飞翔，谁在前进中积蓄力量？  
脚踏实地、心怀天下，谁能引导中国白酒美学视觉创意界的持续增长？

20 年来谁的创意屹立潮头，独领风骚？

20 年来中国白酒美学视觉创意界经过了怎样的历练与洗礼？

20 年来谁是中国白酒美学视觉创意的骄傲？

20 年来谁主宰中国白酒美学视觉创意界的点点滴滴？

20 年来谁的创造影响了酒业的发展？影响了中国白酒美学的发展？

展现 20 年中国白酒美学视觉创造的发展历程；总结过去，创领未来；对 20 年中国白酒美学视觉创造变革中作出贡献的单位和个人进行认定、嘉奖和榜式的传播；分享行业经验、故事，促进交流与合作；提升视觉创意水平，倡导创意技术科学发展观。

从 1992 年至 2012 年，这 20 年是中国酒业发展最重要的 20 年，也是白酒美学视觉创意界发展十分重要和关键的 20 年。20 年来，酒业视觉创意界经历了从无到有，从小到大，并不断发展壮大的历程，绽放出无数「智慧」之花，在酒业快速发展中是一支不可或缺的重要力量。行业的 20 年历程，我们共同走过，共同见证，也一起成长，为酒业的发展作出了卓越的贡献。

一个行业一个群体的发展，总有英雄屹立潮头。盘点 20 年中国酒业视觉创意，创意企业和创意大师对酒业的重要影响和贡献，令人肃然起敬！他们创新了酒业发展的服务模式和高超的艺术。20 年白酒美学视觉创造评选活动，将彰显新商业本质和创意精神，在创意精英和领袖的引领下迎接中国白酒美学视觉创意的崭新未来。

---

本次活动评选出了：  
终身成就奖，杰出贡献奖，五大杰出设计机构奖，  
十大制作机构奖，最佳影视创作奖，最佳园区设计  
奖以及十大新锐奖，共计7个奖项。

---

**评选标准：**

**终身成就奖：**

1. 为白酒的包装注入现代设计理念；2. 在传统包装创意上取得重大突破；3. 为白酒包装找到美学方向。

**杰出贡献奖：**

1. 针对个人或设计机构；2. 为酒业创意作出卓越贡献，成果累累；3. 奠定了白酒美学的基础，创领了一个时代；4. 创意理念得到了广泛应用和追捧；5. 不但影响了酒业20年来的创意发展历程，而且还将持续产生重大影响。

**五大杰出设计机构奖：**

1. 针对个人或者设计机构；2. 创意上取得了重大的突破；3. 引领潮流，拓宽了白酒美学范畴，并具备一定的开创性；4. 为酒类行业的发展趋势做出了突出贡献，推动了行业发展。

**十大制作机构奖：**

1. 作品被采用并且投放市场；2. 制作工艺精湛，科学，对

产品的设计理念准确完美表达；3. 在相应的领域里处在引领者的地位；4. 为产品的销售取得不俗市场业绩。

**最佳影视创作奖：**

1. 作品被采用，且广泛用于各媒介；2. 在酒类产品的品质和品牌影视创意上取得较大突破；3. 创意水平和完美表现力得到创意界、客户和受众认可。

**最佳园区设计奖：**

1. 在白酒园区规划上理念超前；2. 设计的作品被白酒企业采用；3. 为白酒企业的品牌和文化注入孵化元素。

**十大新锐奖：**

1. 针对个人或者机构；2. 作品被采用并投放市场，取得不俗的市场业绩；3. 一定范围内得到行业认可，引领了行业发展趋势；4. 具有创新理念，在白酒美学上具有前瞻性；5. 有良好的发展势头。

**主办单位：**

中国白酒美学研究会 新食品杂志社

**指导单位：**

中国酒业协会

**网络直播：**

糖酒快讯网

**媒体支持：**

《新食品杂志》、糖酒快讯网、《中国酒业报导手机报》、《新食品酒业总裁参考》、《21世纪经济报》、《销售与市场杂志》、《第一财经报》、《包装与设计》、《大艺术》、《门里》、腾讯财经、新华网、天涯社区

本活动秉承公开、公平、公正的原则，专业评委在线评选全程由国家公证机关提供公证监督。由主办方组织专业评委团在线对作品进行投票，以评委票数为最终获奖依据。



### 黄永玉

黄永玉，土家族人，中国画家，现为中央美术学院教授，曾任版画系主任。1924年7月9日出生在湖南省常德县（今常德市鼎城区），祖籍湖南省凤凰县城。笔名黄杏樵、黄牛、牛夫子。受过小学和不完整初级中学教育。

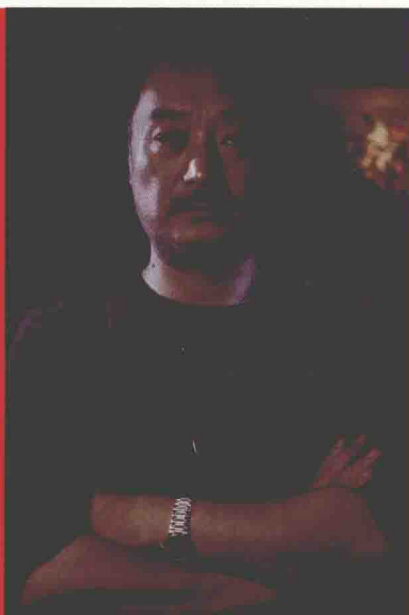
黄永玉除了绘画外，还精于篆刻，刀法潇洒出尘，令人叹为观止；出自艺术大师黄永玉之手的『酒鬼』包装艺术设计，极具湘西地域文化特色。酒鬼酒陶瓶的设计立意孤绝，妙手天成，平朴里显功力，随意中见洒脱，古拙别致，大朴大雅。酒鬼酒瓶一举创下国内包装设计费之最。据黎福清先生在《中国酒器文化》一书中记载：“麻袋瓶在市场露面以后，大受集瓶爱好者的青睐。”



是他开启了中国白酒视觉美学创意的大门，是他引领了白酒包装的设计潮流，是他奠定了白酒包装创意的理念。他是现代中国白酒视觉创意的拓荒者，也是引路人。







许燎源

1963 年出生

1983 年考入景德镇陶瓷学院美术系

著名设计艺术家

成都许燎源现代设计艺术博物馆馆长

成都大学美术学院名誉院长

成都大学美术学院研究生导师、教授

四川美术家协会理事

四川雕塑协会副会长

四川省政协书画研究院副院长

入选文化部编著的中国经典艺术大型  
专辑《影响中国的 100 位艺术大家》；

2008 年《世界知识画报》封面人物

四川省社科院 2008 蓝皮书《许燎源  
现象与文化产业》；

四川省文化厅委托四川大学所作学术  
研究《道与器——许燎源现代设计艺  
术博物馆发展研究》专题；

入选广东人民出版社《影响中国酒业  
50 人》；

入选《当代中国酒界人物志》；

入选外交部编著的中国艺术大型专辑  
《新中国国礼艺术大师》；

2008 年第四期《人民画报》专题介绍；

他是艺术的痴迷者，他是将  
艺术与中国文化和中国白酒完美  
结合的践行者，他是中国白酒视  
觉美学的创意大师，他是中国白  
酒美学不可或缺的重要力量。他  
创领了白酒美学辉煌 20 年，他是  
中国白酒美学的灵魂人物！