

# 国潮元素在现代包装设计中的价值与应用策略研究

冯海晴

中国计量大学 浙江杭州 310018

**摘要:** 随着国潮文化的兴起,传统文化元素在现代设计领域得到广泛应用,尤其在包装设计中表现突出并得到了大众的追捧。本文旨在梳理国潮文化内涵和传统视觉语言构成的基础上,分析国潮包装中图形、色彩与文字元素的使用特点及其问题,提出面向当代审美的国潮包装设计策略,并为未来国潮类包装设计提供参考。

**关键词:** 国潮元素; 包装设计; 传统文化; 现代

## 一、国潮包装设计的文化与设计基础

### (一) 国潮文化的内涵

“国潮”最初指本土潮流品牌,后逐渐发展为以民族文化复兴为精神核心、以年轻消费群体为主要推动力的一种文化现象。其特点在于以传统文化符号为视觉原点,通过现代审美、插画风格或潮流表达进行再设计,强调文化认同、时代活力与潮流价值的融合。区别于传统“中式风”强调复古再现,国潮强调“潮”,即更注重文化的再创造,而非传统符号的原样套用。

### (二) 包装设计中的传统视觉语言

国潮风格的包装设计的视觉语言往往依附于中国传统文化中的图形、色彩与文字三个维度进行的,其并不是简单地附加于包装之上,而是结合中国传统文化、潮流文化和时代精神的创新“再设计”,极大地满足了年轻消费群体求新、求变,同时又追求一种文化归属感的心理需求。

1、以传统图案创新为主的图形元素。图案作为包装设计的重要构成要素之一,在视觉传达过程中承担着信息承载与情感表达的双重功能。一方面,图案能够对包装起到装饰与美化作用,另一方面,其所蕴含的象征意义与文化内涵,有助于提升包装的附加价值。中国传统吉祥图案源于早期的图腾崇拜,萌发于商周时期,并在明清阶段达到成熟与繁盛,其核心特征体现在“图必有意,意必吉祥”的文化观念之中。作为传统文化的重要组成部分,吉祥图案在中国历史的发展过程中始终与

社会生活保持紧密联系,广泛融入人们的日常生活之中,成为民俗观念与生活方式的重要视觉体。由此可见,传统图案不仅具有审美价值,同时也是记录社会文化与精神观念的重要载体。

2、传统色彩的情绪与语义价值。色彩语言可以帮助人们快速识别形象,并对视觉产生固有的印象,如故宫红,蒂凡尼蓝,爱马仕橙等。中国传统色彩是中华民族持久魅力的象征,是中华传统文化的重要组成部分。中国传统色彩是一个复杂而又神秘的庞大体系,充分体现了色彩在古代视觉艺术所占的比例尤为重要的特色,影响着人类对事物认知层面的关键因素,不同的色彩、饱和度、明暗程度会使观看者产生出不同的情绪变化。如暖色系红色,黄色等则给人光明、希望的感觉;冷色系蓝色,紫色等给人以高贵、神秘的感觉。色彩具有语义功能,运用于产品包装上的不同颜色还能起到暗示产品的功能、使用方法和象征意义等作用。在中华传统文化中经常以红色表达吉祥、喜庆、热烈、庄重等寓意,这使“国潮”元素也大多数以红色为最主要的色调,中国红的就是人们熟悉的中华民族最喜爱的颜色,甚至成为中国文化图腾的精神转型。其代表着幸福、兴奋和和平,在中国是一种独特的颜色含义。另外白色是文人墨客喜欢的颜色,并有“皎皎白驹,在彼空谷。生刍一束,其人如玉”的说法来形容贤士、君子人格之美。传统色彩元素丰富多彩,清莹的玉色、淡雅的水墨色、贵族的金黄色、庄重的大红色等,这些传统色彩都是当代包装设计中可以选用的宝贵素材。

3、以书法形态为主的文字元素。文字符号元素是向大众消费者传递包装信息的最直接方式。文字承载着整个民族文明的传承与发展,是具有独特的艺术创造性

**作者简介:** 冯海晴(1999—),女,汉,广东,学生,艺术学硕士,单位:中国计量大学,艺术与传播学院视觉传达专业,研究方向:品牌与传播方向。

和推广艺术信息的代表符号。汉字作为世界上历史最为悠久的文字符号之一，拥有深厚的文化积淀与独特的视觉结构，其演变过程涵盖了甲骨文、金文、篆书、隶书、楷书、行书与草书等多个阶段。不同书体在笔画形态、结构特征节奏韵律上各具特点，形成了多样的风格、表现力丰富的文字形态体系。这种多样性使汉字在当代文创和包装设计中具有较高的应用价值，能够为视觉表达提供多层次的设计可能。汉字独特的结构与笔画组合方式赋予其较强的可塑性，在包装设计中不仅可以作为信息载体使用，还可作为视觉元素参与整体构图，对强化传统文化特征起到积极作用，但不同字体所传达的视觉感受存在显著差异，所以设计师将文字元素与产品设计相结合时，需要考虑字体风格、产品属性、品牌气质的匹配度。字体选择应服务于产品的功能定位与消费场景。例如，在酒类包装中，文字往往承载着品牌历史、酿造工艺与文化价值的表达功能，其更适合选用结构稳重、识别度较高的字体形式，以传达品质感与信任感。部分酒类包装可适当融入具有书法意味的字体设计，以增强文化厚度，但仍需控制笔画复杂度，避免影响信息识别效率。但无论采用何种书体，都应在保证易读性与识别度的前提下进行设计，使消费者能够在短时间内获取关键信息，从而在实用性与艺术性之间取得平衡。

## 二、国潮元素中传统元素应用的现状与问题分析

### (一) 图案使用的符号堆砌现象

当前的产品包装设计正陷于一种正陷入一种对传统纹样的符号化堆砌困境。这种设计策略往往表现为对经典意象的纹样的机械复制与简单缩放，未能将其转化为与当代包装形态、品牌独特气质及产品功能有机融合的视觉语言。其结果是包装表面看似华丽繁复，实则是文化焦点的失散与语义系统的紊乱。这种“拼盘化”现象的核心原因，在于对纹样意义的粗暴抽离与标签化滥用。例如，部分包装设计仅为讨取“吉祥”口彩，便随意植入鲤鱼、蝙蝠等符号，却与产品调性毫无关联，使文化表达停留在表层。

### (二) 色彩运用的同质化

在当下的“国潮”包装设计中，色彩的运用呈现出显著的同质化与符号化倾向。设计师往往陷入对“中国风”的刻板想象，反复堆砌高饱和、高对比度的红色、金色等，却鲜少深入考察色彩与产品属性、使用场景及品牌气质的本质关联。导致大量包装在视觉上陷入疲劳

感，并在消费认知中固化了“红色即传统”的单一联想——尤其在节庆礼品、酒类、传统糕点等领域，红色的密集使用已近乎成为一种固定的模板，造成很多设计师会忽视了具有时代特色、美好寓意的中国传统色彩如：孔雀蓝、姜黄色等。

### (三) 文字元素的装饰化与可读性问题

文字是传达信息的重要途径之一，部分消费者在选购产品时就是通过文字的信息来筛选，所以很多包装上的文字设计需要更加的谨慎，需要保留字体的识别性与可读性。然而目前市面上部分国潮包装设计为了追求“书法感”产生了两个问题：一个是可读性被忽视，消费者需要用更多的时间去理解字体，影响了购物的体验；二是书法的风格与产品类别不匹配，如茶叶包装古朴与文雅，但个别产品采用了厚重的篆书，使视觉上显得压迫，与“清雅”属性不符。

## 三、国潮包装设计的可行策略

### (一) 产品语境下的传统符号选择

想要让国潮风的包装在市场上大放异彩，遵循符号与品类关联，尤其是一些经典的传统文化元素的应用，设计师应从这些元素的本质着手的同时结合设计主体科学筛选，而不是盲目堆砌，不论是否合适、是否恰当就乱用一通。其要求设计师具备一定的筛选能力，能并结合设计经验搜寻最符合设计主题的素材，对其进行艺术化的组合和改变，从而在元素的应用、文化背景的理解、效果的展示等方面做足功课，以便创造出更加有艺术魅力、更富文化内蕴的包装作品。近年来，国潮向茶饮行业的进军，至此茶饮包装设计开始变得多元并被越来越多的人所关注，而融入传统文化元素的国潮风设计无疑是区别与其他茶饮品牌行业，独树一帜的不错之选。从传统文化元素的本质着手，给茶饮品牌打造与之相匹配的饮品包装，可以让更多的消费者感到熟悉，甚至成为制胜的法宝。首先，从传统吉祥纹样入手，改变原本繁琐复杂的图案结构的同时创新地融入更多吉祥的纹样，比如，茶饮品牌在马年，以马踏飞燕为设计灵感，通过解构重组元宝纹、花卉纹、铜钱纹、绣球纹等图案设计出更符合现代年轻人追捧的“马上来财”的纹样。其次，对汉字纹样的运用，应超越对“福、寿、吉、富”等既定吉祥字符的表层挪用，转而深入其文化语义的当代表达。国潮设计的创新性，正体现在对传统吉祥观念的转译与再语境化能力上。设计师需了解这些汉字背后的蕴含着人们对未来美好生活的祝福与向往。

## （二）建立丰富的现代传统色彩体系

除了红、金色等象征性颜色外还有很多中国传统色，其与自然观念、礼制体系和审美哲学密切相关的复杂系统。例如，青色象征万物生长，可用于表现希望、青春、生命力；绛紫、黛色等低明度色彩常用于表达沉稳、内敛与历史感；玉色、水墨色等淡雅色系，则是代表含蓄与优雅，这些色彩在现代包装设计中同样具备良好的视觉适配性，但在国潮包装中却常被忽视。因此，设计应该从“单一象征色”转向“体系化传统色彩”，设计师可以通过产品属性与用户群体的差别，对传统色彩进行功能化选择与现代化调整。例如，茶叶、香薰、养生类产品包装，可优先选用低饱和的青绿色、灰蓝色或米白色系，以传达自然、安定与品质感，而强调活力与力量的功能性产品，则可在保留高饱和度的红色元素的同时，通过色相变化与对比色搭配，增强视觉上的节奏与韵律。

## （三）文字视觉的现代化处理

文字不仅承担着传递产品信息与品牌名称的功能，同时也是重要的视觉构成元素。文字在包装中的首要任务是清晰、准确地传达信息，其次才是文化表达。传统书法字体虽然具有深厚的文化内涵和艺术价值，但并非适用于所有产品类别与消费场景，比如草书、行草书这类过于复杂或笔画连绵的字体在快消品包装中容易造成识别困难，使消费者在短时间内无法获取关键信息，进而影响购买决策。所以，国潮包装中的文字设计需要平衡“文化象征性”与“功能可读性”之间的关系，文字视觉的现代化处理并不意味着对传统书法形式的否定，而是在尊重其结构特征与审美精神的基础上进行再设计。具体而言，可通过提取书法字体的笔画走势、结构节奏感，将其转化为更为规整、易读的现代设计字体。例如，

在设计时尽可能保留汉字方块结构和笔画结构，减少因艺术效果而产生的笔画粗细过大的变化和复杂转折效果，使文字既具传统韵味，又符合现代视觉识别习惯。

## 总结

国潮包装设计在当下具有重要的文化传播价值，但应避免符号堆砌与审美同质化。本文从图形、色彩与文字三个维度分析现状问题，并提出基于传统文化语境的选择方法、建立丰富的现代化色彩体系以及文字现代化处理的策略，为国潮包装的设计实践提供参考。未来国潮包装的发展趋势应从“符号叠加”走向“文化内核表达”，在尊重传统的基础上实现创新性转译，构建更成熟、更具有国际传播能力的视觉表达体系。

## 参考文献

- [1] 郭玉川, 丁雪. 基于“国潮”风格的包装视觉语言初探[J]. 工业设计, 2020, (11): 91-92.
- [2] 董晨硕, 杨松. 传统色彩内涵在文创产品中的应用浅析[J]. 流行色, 2020, (09): 68
- [3] 蔡孙蕾. 论“国潮”元素在文创产品中的应用[J]. 鞋类工艺与设计, 2022, 2(02): 36
- [4] 张子墨. 汉字字体设计中中国传统元素的应用分析[J]. 鞋类工艺与设计, 2023, 3(09): 114
- [5] 郑东平, 甘昕. “国潮文创”设计中的解构主义应用研究[J]. 包装与设计, 2019, (04): 122
- [6] 张建军, 李文静. 国潮元素在现代包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2023, 44(08): 375
- [7] 甄玮, 曲欣. 中国传统色彩在文创产品设计中的应用策略研究[J]. 包装工程, 2025, 46(12): 378