

## 食品包装设计中的儒家文化解析

丁颖

(中南民族大学, 武汉 430074)

**摘要:** 以中国传统儒家思想为启示,分析儒家思想中的“仁义礼智信”的文化内涵,论述儒家思想在食品包装设计中的表现与运用,以及对食品包装设计的启示,在此基础上,提出了人文关怀和生态环保的设计理念,指出了中国未来的食品包装设计应该更多地融合传统文化观念,展现中国特色。

**关键词:** 食品包装; 包装设计; 传统文化; 儒家思想

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2013)08-0090-04

### Analysis of the Confucian Culture in the Food Packaging Design

DING Ying

(South-Central University for Nationalities, Wuhan 430074, China)

**Abstract:** Inspired by the traditional Chinese confucianism, it analyzed the cultural connotation of "Kindness, Justicial, Gentle, Intelligent, Faithful" in Confucianism, addressed the performance and application of Confucianism in the food packaging design and the inspiration to the food packaging design. Based on this, it proposed the humanities concern design as well as the ecology environmental protection design idea, and the food packing design should fuse more traditional culture concept in the future in order to show Chinese characteristics.

**Key words:** food packaging; packaging design; traditional culture; confucianism

随着现代食品工业技术的发展,食品种类愈加繁多,食品包装的形式也愈加多样化。现代的食品包装,已不再单纯地作为商品的附属品,而是与包装内在的商品有机地合为一体,成为食品的一个重要组成部分。消费者在同类商品选购时也更多地根据其包装的造型结构、装潢的精美程度来选购商品,因此,现代食品包装设计应更多地从消费者内心及深层次感受出发来设计包装。现代包装设计中的民族特色则是民族文化在商品包装上及商品中的形象化、特征化,其能够在文化心理上与消费者紧密沟通<sup>[1]</sup>。设计师应透过产品包装展现文化气息,建立品牌识别,使消费者知道商品的名称、品牌属性,进而建立品牌形象的同时,弘扬与宣传中国的传统文化。

### 1 食品包装设计与儒家文化融合的重要性

儒家文化是中国文化中最重要、最主要的部分<sup>[2]</sup>。

儒家思想是中国传统文化的内核,奠定了中国几千年来的人文基调和民族文化心理结构,形成了中国古代艺术设计的思想根源<sup>[3]</sup>。伴随着人们对儒家文化的重新挖掘与认识,食品包装设计者越来越重视探究儒家文化与包装设计的内在关联,通过寻找二者之间的内在关联性,给予消费者视觉体验的同时,将食品本身所承载的内在文化与企业形象及品牌讯息传达给消费者,更好地展现了企业文化。

文化是一个民族长期积累的结果,是一个民族的风格习惯、文化教育、历史传统、道德、人生观、价值观的融合。儒家文化作为中国传承千年的重要思想之一,它的传承与发展在某种意义上代表了中国传统文化的发展脉络。随着改革开放,我国的食品包装被大量西方文化所冲击,使得越来越多的传统文化逐渐被边缘化,甚至被许多人遗忘。

儒家文化是中国最具代表性,也是全世界最具影响力的传统文化之一,我国众多传统食品都与儒家文

收稿日期: 2012-11-07

作者简介: 丁颖(1982—),女,山东烟台人,硕士,中南民族大学讲师,主要研究方向为视觉传达设计。

化有着千丝万缕的关系,儒家文化在食品包装设计中的应用与体现,在展现了食品与文化之间存在的内生关系的同时,唤起了消费者对中国传统文化的感知,弘扬了中国传统文化,让更多的人了解传统文化中所蕴含的“食”文化。

## 2 儒家文化对食品包装设计的启示

21世纪是一个思想文化相互激荡的时代。全球化进程的加快以及网络的日益普及,加速了不同文化间的交流与碰撞。任何一种文化都是独一无二的,一种生活方式不会取代另一种生活方式,而是相互取长补短,共同发展,形成文化多元共存的局面<sup>[4]</sup>。儒家文化讲究的“仁义礼智信”,在现代设计活动中,已作为一种指导思想渗透在设计各个方面,并指导和推动着现代食品包装设计的发展。

### 2.1 仁

“仁”是中华民族道德精神的象征,孔子把“仁”作为最高的道德原则、道德标准和道德境界。孟子在《仁者爱人》中也写道:“仁者爱人,有礼者敬人。”仁展现的是人的思想道德,是人们对于他人的关爱,是每个人之间的互相帮助与理解,引申到社会则是一种人文关怀。以仁为核心形成的古代人文情怀,在现代食品包装中,可以转化为现代人文精神,从包装设计中体现了对不同人群、不同客户的需求喜好的人性化设计,体现了设计者对消费者的关怀。

“仁”在食品包装设计中的最好体现是在包装的封口设计上。封口设计体现在方便开合和保证儿童安全方面。在一些容易变质但无法在短时间内食用完的商品包装设计中,封口设计以及存放设计保证了产品在使用期内不变质。

### 2.2 义

“义”是作为人应该遵循的最高道义。孔子最早提出了“义”这一概念,将“礼、义、廉、耻”作为一国的治国要领。孔子认为:“君子喻于义,小人喻于利。”孟子则进一步阐释了“义”：“大人者,言不必信,行不必果,惟义所在。”由此可见,义在我国古代的重要性,是我国古代优秀的传统美德。

在现代食品包装中,人们看到的更多地是商家见利忘义的行为,例如中秋节月饼的过度包装以及近年来我国高价粽子礼盒的横空出世,这些无一不是“先

利后义”的表现。这些行为不仅非君子所为,更是有悖我国传统美德。单纯追求豪华、气派的包装设计理念已成过往,“绿色包装”是时代发展的必然要求。绿色包装设计的出现正是我国儒家思想“义”的完美诠释,真正做到“君子爱财,取之有道”的经营方式,真正从消费者角度出发,保护消费者权益,这样不仅获得了相应的利润,还赢得了更多消费者的信任以及对企业的认同。

### 2.3 礼

“礼”在中国古代是社会的典章制度和道德规范。儒家认为,人人遵守符合其身份和地位的行为规范,便“礼达而分定”。中国自古便是礼仪之邦,正所谓以和为贵,以礼为用。

“礼”延伸到现代食品包装设计中,就是爱护环境,不过度包装,开发环保、绿色包装。由于现代包装设计中大量使用无法被降解的塑料制品作为外包装,从而对水质、土壤等生态环境造成严重破坏,最终危及到人类自身。绿色环保的食品包装设计不仅有利于保护自然环境,还能减少由于过度包装后的包装物对自然环境造成的破坏,最终形成人与自然的和谐。目前,许多食品企业逐渐意识到包装对于环境的破坏,纷纷采取相应的环保包装或是可回收材质作为食品外包装。

### 2.4 智

在儒家的道德规范体系中,“智”是儒家理想人格的重要品质之一。“智”在传统美德中主要指明辨善恶、是非、荣辱,并能身体力行。将“智”引申到现代食品包装中,主要体现在人们对于食品外包装材质的创新与突破,如以铝箔为主的复合材料、可食用的橡胶包装等满足不同人群对于食品包装的需求,从包装材质到包装技术以及包装机械,无一不体现着人类的智慧。

### 2.5 信

“信”既是儒家实现“仁”这个道德原则的重要条件之一,又是其道德修养的内容之一。儒家认为做人要守信用,要“言必行、行必果”,是商人立命之本。

信在现代食品包装中则表现为商家的诚信,不能以过度包装或是“金玉其外,败絮其中”的方式欺骗以及误导消费者。在食品外包装上标注的食品重量、功能以及保质期,要与实际情况一致,只有这样才能从根本上避免类似于“早产奶”食品的出现。

### 3 儒家思想作用下的食品包装设计案例

现代食品的包装设计已从过去单纯的最基本的功能需求上升到一种深刻的人文思想,给消费者一些人文关怀,使产品和包装一同更好地为人服务,体现文化的博大精深。

米酒包装设计见图1,在包装材料的选择上,充分



图1 米酒包装设计

Fig.1 Packaging design of rice wine

遵循儒家礼“乐”文化中“乐而不淫”的原则,分别选用竹筒为包装的主体盛装材料,加以麻绳和蓝印花布为装饰材料。竹子作为天然材料,相对传统木材其生长速度快,对环境要求较低,是一种非常容易获取的包装材料。由于凤凰古城一带盛产竹子,就地取材减少了运输环节,从而最大限度地降低了包装成本以及由于原材料运输给环境带来的破坏。蓝印花布是凤凰古城的一大特色,它的运用充分体现了地域文化色彩,更容易被消费大众接受<sup>[5]</sup>。

咖啡包装设计见图2,整个外包装采用了无毒、无



图2 咖啡包装设计

Fig.2 Packaging design of coffee

害、可降解的绿色环保材料,体现了儒家文化中“礼”

的环保理念以及人类的聪明“智”慧,这样的环保包装不仅可以在土壤中得到降解,减少对环境的污染,与此同时由于采用了环保无污染包装,所以还使得外包装即使被儿童误食,也不会对儿童造成生命危害。这款食品的整个外包装拆卸方便,从两侧能够轻易打开包装,从而保证了外包装的回收及继续使用,并且包装外层使用了新的印刷技术,表面字体和图案颜色不会随着时间的延续消退,避免了重复印刷带来的资源浪费。

大米包装设计见图3,采用了纯天然亚麻的外观



图3 大米包装设计

Fig.3 Packaging design of rice

包装,不仅省去了大量的包装材料,还体现了儒家“和”思想中所蕴含的人与自然的和谐统一。

口子窖酒包装设计见图4,显示了儒家和而不同



图4 酒包装设计

Fig.4 Packaging design of wine

的思想。其外观上既继承了传统酒包装的庄重气息,又有别于传统呆板的旧包装,不失灵动之美。同时,其内外包装也存在巨大的差异,外盒采用特种金属材料,显现阳刚之美,内瓶采用流线型设计,体现优雅与内敛。

枸杞包装设计见图5,设计者直接将“仁爱”这一



图5 枸杞包装设计

Fig.5 Packaging design of Chinese wolfberry

儒家文化的核心理念用文字体现在外包装上,并且用古朴淡雅的颜色显示出和谐祥和的景象,展现出人与自然的完美共生,从而更好地凸显产品的养生功效与天然成分。

月饼包装设计见图6,设计者摒弃了铺张浪费的月



图6 月饼包装设计

Fig.6 Packaging design of Moon Cake

饼包装礼盒设计,采用简约的盒形设计,暖色调的色彩搭配凸显了儒家的中庸之道,映衬着节日的气氛。

#### 4 结语

中国传统文化博大精深,是现代艺术设计者取之不尽、用之不竭的创作源泉。无论现代社会如何进步,都不可能对儒家思想中的礼治、仁义、良知、和谐

等基本理念提出反对意见。相反,随着时代的进步,大家只会更加亲近而不是更加疏远儒家思想<sup>[6]</sup>。中国未来的食品包装设计应该更多地融合传统文化观念,从而更好地展现中国特色。

#### 参考文献:

- [1] 胡飞,杨瑞.设计符号与产品语意[M].北京:中国建筑工业出版社,2003.  
HU Fei, YANG Rui. Design Symbols and Product Semantics [M]. Beijing: China Building Industry Press, 2003.
- [2] 李彬彬.设计心理学[M].北京:中国轻工业出版社,2001.  
LI Bin-bin. Design Psychology [M]. Beijing: China Light Industry Press, 2001.
- [3] 原研哉.设计中的设计[M].滕守尧,译.济南:山东人民出版社,2006.  
KENYA H. The Design in the Design [M]. TENG Shou-yao, Translate. Jinan: Shandong People Press, 2006.
- [4] 高洪艳.礼乐文化影响下的先秦儒家审美观[J].长春师范学院学报(人文社会科学版),2011,30(4):118.  
GAO Hong-yan. Ritual under the Influence of Confucian Culture and Aesthetics [J]. Journal of Changchun Normal University (Humanities and Social Sciences), 2011, 30(4): 118.
- [5] 詹秦川,廖梓君,杨晓燕.论儒家礼“乐”文化与现代包装设计[J].包装工程,2012,33(10):99—105.  
ZHAN Qin-chuan, LIAO Zi-jun, YANG Xiao-yan. Discuss on Confucian's Ritual Culture and Modern Packaging Design [J]. Packaging Engineering, 2012, 33(10): 99—105.
- [6] 潘越.现代产品设计对于儒家思想下造物文化的借鉴[J].消费导刊,2009(4):242.  
PAN Yue. Modern Product Design Draw Lessons from the Creation of Cultural under the Confucianism [J]. Consume Guide, 2009(4): 242.