

食品包装设计中的色彩运用

廖晶*, 吕耀华

(山西林业职业技术学院, 太原 030009)

摘要: 目的 探讨食品包装设计中色彩运用的方法, 为设计师优化食品包装设计提供更多的思路, 使食品设计更独特, 进而有效吸引更多消费者的购买欲望, 增加产品的销售量。方法 利用案例研究法, 以麦当劳、金顺昌和农夫山泉为简单案例, 从色彩元素在食品包装设计中的功能入手, 对食品包装设计中有效运用色彩元素的六个方面的策略展开了论述。结论 在食品包装设计中运用色彩元素, 就要注意整体协调性和象征性的运用, 充分利用色彩的搭配与冲突提升食品包装设计的视觉冲击力, 充分考虑色彩的情感性表达在食品包装设计中的应用, 充分发挥传统文化在食品包装色彩设计中的作用, 将色彩与产品的产品内涵结合起来进行设计。

关键词: 食品包装设计; 色彩运用; 色彩搭配; 情感性

中图分类号: TB482 **文献标志码:** A **文章编号:** 1001-3563(2025)02-0421-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2025.02.040

Color Application in Food Packaging Design

LIAO Jing*, LYU Yaohua

(Shanxi Forestry Vocational and Technical College, Taiyuan 030009, China)

ABSTRACT: To explore the methods of color application in food packaging design, provide more ideas for designers to optimize food packaging design, make food design more unique, and effectively attract more consumers' purchasing desires, increasing product sales. Using case study method, taking McDonald's, Jinshunchang, and Nongfu Spring as simple cases, starting from the function of color elements in food packaging design, this paper discusses six strategies for effectively using color elements in food packaging design. When using color in food packaging design, it is necessary to pay attention to the overall coordination of color elements in food packaging design, fully consider the symbolic use of color in food packaging design, fully utilize color combinations and conflicts to enhance the visual impact of food packaging design, fully consider the emotional expression of color in food packaging design, and fully leverage the role of traditional culture in food packaging color design, Design by combining color with the product connotation of food.

KEY WORDS: Food packaging design; Color application; Color matching; Emotionality

伴随社会进步, 人们生活水平持续改善, 生活品质、审美素养也有了显著提高, 比较常见的表现是, 人们在购买食品时, 既关注其口感、卫生条件等, 也从多方面对食品包装设计有了新的诉求, 所以, 设计师为食品包装设计确定方案时, 要从多个维度出发, 力求使消费者的多种选择需求得到最大化满足^[1]。在食品包装设计中, 色彩有着重要作用, 其扮演了商品包装的功能作用, 既能使商品外在得到美化, 也能显著促进商品销售量的增加, 成为营销的重要助力。色

彩在包装中是极具艺术吸引力的存在, 能触动顾客内心的柔软, 从视觉上为消费者带来喜悦和满足之感, 使其获得极大的精神富足^[2]。实践可知, 设计师从色彩视角明确包装的设计方案, 将色彩要素完美地与食品包装结合起来, 能有效吸引更多消费者的购买欲望, 进而增加产品的销售量。

1 色彩元素在食品包装设计中的功能

色彩在现代设计中扮演着重要的角色, 承担着视

觉传达的作用。食品包装设计中的色彩能够第一时间吸引消费者的注意力,甚至激发购买欲^[3]。

色彩最早用于商品外包装的美化与装饰中,使商品的基本信息向外传递。部分食物甚至只要观察包装的色彩,就能大致了解其有着何种味道或属于哪一类产品。例如咖啡、牛奶、橙汁等,这些食品包装更突出色彩带来的冲击力,便于消费者选购^[4]。

食品外包装的色彩反映了商品本身的内容与质量,其常用色彩也成为消费者比较固定的印象。所以,食品包装的色彩很大程度上能帮助消费者直观地判断商品的内容。比如比较常见的茶叶外包装,不同品类的茶在包装设计的颜色上也会有不同的设计。例如绿茶通常与绿色相关联,红茶可能与红色或棕色相关联,白茶可能会使用更自然的色调如米色或淡黄色等。可以说,在产品包装中使用色彩语言,能让包装更加显眼,还能一定程度上加强消费者的记忆,强化产品的辨识度^[5],进而增强消费者对产品的亲切感、忠诚度,一旦看到该颜色就能迅速联想到是哪个商品的牌子。

2 食品包装设计中有效运用色彩元素的几点策略

在食品包装设计中,要充分考虑色彩元素的应用方法,具体来说要充分考虑色彩元素应用在食品包装设计中的整体协调性;充分考虑色彩的象征性在食品包装设计中的运用;充分利用色彩的搭配与冲突提升食品包装设计的视觉冲击力;充分考虑色彩的情感性表达在食品包装设计中的应用;充分发挥传统文化在食品包装色彩设计中的作用;将色彩与食品的产品内涵结合起来进行设计。下面,笔者结合一些案例详细展开探究。

2.1 充分考虑色彩元素应用在食品包装设计中的整体协调性

色彩元素在食品包装设计中的应用不是部分应用,而是会产生整体的效果。因此,必须要从整体协调性上出发,设计符合品牌形象需要、符合产品特性的色彩元素,使食品包装设计在整体上更协调。

1) 色彩元素的选用应该结合品牌形象的需求,与品牌形象保持一致。颜色、字体和图像都应反映品牌的个性和价值观。如果品牌已经建立了特定的色彩标准,那么这些颜色必须在包装设计中得到体现。

2) 包装设计的颜色应该与产品的特性相匹配。比如,针对咖啡的包装设计,我们可以根据咖啡的特性,来选择深棕色的颜色,来使消费者通过包装色彩来联想到咖啡的浓郁香醇。又如,针对一款有机食品,包装可能会使用更多的自然色调来强调产品的天然和健康属性,比如绿色、棕色等,如果是新鲜水果和蔬菜,那么包装设计可以考虑使用产品原色或接近原色的色调,以保持真实性。

3) 使用对比色可以吸引注意力,帮助突出重要信息,如品牌标志或产品名称。同时,也要保持整体设计的平衡,避免使用过多高饱和度或明亮的颜色,以免造成视觉上的混乱^[6]。仍以咖啡包装为例。咖啡包装如果整体采用深棕色,不免会有一些压抑和沉闷。为此,可以使用一些对比色来突出重要信息。比如,主体部分使用深棕色,象征着咖啡的浓郁;品牌标志和重要信息使用金色,突出其高贵和经典;而背景或某些点缀部分使用白色,主色调 60%+对比色 30%+点缀色 10%。让整体设计更为突出和清晰,同时也给人一种新鲜和纯粹的感觉。这样的色彩组合不仅符合品牌形象的需求,而且能够吸引目标消费者的注意力,使他们在看到包装时就能够感受到品牌的独特魅力。

2.2 充分考虑色彩的象征性在食品包装设计中的运用

以象征法来对色彩进行剖析,能够了解色彩本身包含的内容不仅有实物引发的联想,更延伸至相关的文化内涵^[7]。

例如,广西壮族在色彩使用、搭配上有着非常突出的民族特色,其服饰的色彩和样式都有着显著的个性特征,往往喜欢重彩,以红色、绿色、蓝色与紫色作为基本设色。这些色彩不仅非常活跃灵动,还象征着壮族的大气内敛与文化的积淀,凸显其文化性、民族性。这一特性甚至体现在壮族各种特产的外包装上,例如桂林“金顺昌”品牌糕点就非常注重色彩的象征性,将色彩进行明度、饱和度的调整与处理,与应用民族色彩的底层逻辑和产品特性完美结合起来,使壮族文化属性得到彰显。比如,“金顺昌”桂花糕以蓝色作为包装配色,板栗糕以红色进行包装设计,绿豆糕以绿色作为包装设色,香芋糕以紫色作为包装设色。这些色彩不仅具有区别口味的功能,还能够象征着壮族的传统文化。

2.3 充分利用色彩的搭配与冲突提升食品包装设计的视觉冲击力

如今的包装色彩搭配体系对颜色单一的包容度愈来愈低,市场更希望涌现出多样化有创意的色彩搭配^[8]。对比过去的单一色彩,突出的色彩对比更显示出冲突性,进而吸引消费者对事物的猎奇心理。而后现代设计则偏向多元化、人性化发展,给消费者的审美观念带来极大影响,由此多彩绚烂、对比冲突的配色成为人们追捧的对象^[9]。

1) 选用对比色。对比色是在色轮上相对位置的颜色,比如红色和绿色、蓝色和橙色、黄色和紫色。合理使用对比色可以创造强烈的视觉冲击力,使包装更加突出和吸引人。

2) 包装设计冲突对比往往以改变色彩、明度、纯度的占比使其偏向柔和。由此让消费者既感受到较强的视觉冲突,彰显出设计的魅力,还能调节数值使

冲突得到减缓,规避了过于强烈的冲突而产生的艳俗气息^[10]。

3) 通过调整颜色的饱和度和亮度,创建更加鲜明或柔和的对比效果。高饱和度的颜色更能吸引注意力,而亮度较高的颜色则显得更加清新和活跃。

2.4 充分考虑色彩的情感性表达在食品包装设计中的应用

任何美丽的事物都有其独特的色彩。我们所在的世界所呈现出的五彩缤纷,很大程度上源于各种奇异色彩的组合。色彩既表现出外在的美丽,更有着内在的情感^[11]。在设计的过程中,要考虑色彩的情感性表达在食品包装设计中的应用。

1) 要充分了解色彩心理学,了解不同色彩所蕴含着的不同的情感反应。例如,红色通常与激情、能量和食欲相关,蓝色可以传递安宁、信任和清新感,绿色则与自然、健康和宁静相联系。设计时要选择那些能够唤起与品牌或产品相匹配的情感色彩。

2) 通过包装上的色彩搭配,可以讲述有关产品的故事或传达某种情感。例如,使用温暖的色调来表达家的温馨,或使用怀旧的色彩来引起消费者的怀旧情绪。一些怀旧食品(如糖果)的包装设计,常常会采用亮色和霓虹色。因为对于80后、90后,亮色和霓虹色可能会唤起童年时代的回忆。这种色彩在怀旧食品包装中可以带来一种趣味性和玩味的感觉。

通过综合运用这些策略,设计师可以有效地在食品包装设计中运用色彩来传递情感。

2.5 充分发挥传统文化在食品包装色彩设计中的作用

食品包装的色彩设计还可以充分发挥传统文化的作用^[12]。具体来说,可以从如下两个方面着手。

1) 深入了解不同的色彩在传统文化中所代表的象征意义,并在相应的食品包装中加以运用^[13]。例如红色在传统文化中象征着喜庆和好运,那么在婚庆糖果、新年糖果、零食包装设计中,就可以大范围选择较鲜艳红色,突出喜庆的庆典氛围和节日文化。

2) 食品包装设计时,设计师应关注科学和创新搭配色彩。我国悠久的历史中不乏优秀的设计思路,哲学思想提倡中正圆和、天人合一,色彩搭配中引入这些思想,并灵活运用传统的“黑白青黄红”的五色取用体系,使主辅色调彼此相得益彰^[14]。

2.6 将色彩与食品的产品内涵结合起来进行设计

食品包装的色彩要与产品内涵两者契合起来,使包装容纳更多可以表示食物本身的色彩,进而起到良好的宣传效果^[15]。例如:茶叶通常用绿色作为外包装,呈现出一种清新自然的风格;酒类的包装通常选用偏高雅稳重的色彩,使人产生醇厚、韵味的味觉,内心更充满了对悠久历史传承的无限向往之情;麦片、巧克力等食物则选用金色、红色、棕色,让人感受到温

暖的满足感;而冷藏食品通常选用蓝白色,能让人感到卫生、冷藏的安全性。

3 结语

在本文中,笔者对色彩元素在食品包装设计中的功能进行了分析,并对食品包装设计中有效运用色彩元素的几点策略展开了论述。综合来看,食品包装设计包含的图形、构图、文字、色彩四要素中,色彩呈现出最为直观的作用,因而居于核心地位。如果色彩搭配合理,食品包装就能极大地激发人们的购买欲。消费者面对不计其数的商品,能快速找到有着较强视觉冲击力的商品。因此,怎样使食品包装更具个性吸引力,怎样让消费者快速产生购买兴趣,做出实际购买行为,这就要求设计师开展创作设计时,一定要充分对色彩进行合理使用和搭配,充分考虑食品的特点和色彩的特点,最终才能呈现出最佳的食品包装设计作品。

参考文献:

- [1] 贾晓辉. 基于传统色彩视觉的食品包装设计路径探究[J]. 粮食与油脂, 2023, 36(5): 165.
JIA X H. Exploration of Food Packaging Design Path Based on Traditional Color Vision[J]. Grain and Oil, 2023, 36(5): 165.
- [2] 李思濂. 探究色彩元素在食品包装设计中的情感表达[J]. 绿色包装, 2023(4): 113-116.
LI S L. Exploring the Emotional Expression of Color Elements in Food Packaging Design[J]. Green Packaging, 2023(4): 113-116.
- [3] 陈勇勇, 徐鑫, 李庆轩. 基于色彩心理的食品包装应用研究[J]. 中国包装, 2023, 43(2): 56-58.
CHEN Y Y, XU X, LI Q X. Research on the Application of Food Packaging Based on Color Psychology[J]. China Packaging, 2023, 43(2): 56-58.
- [4] 张渊. 食品包装设计中色彩视觉效果的呈现[J]. 食品安全导刊, 2022(29): 141-143.
ZHANG Y. Presentation of Color Visual Effects in Food Packaging Design[J]. Food Safety Guide, 2022(29): 141-143.
- [5] 余远权, 文海. 现代色彩元素在食品包装设计中的应用[J]. 中国造纸, 2021, 40(8): 1-2.
YU Y Q, WEN H. The Application of Modern Color Elements in Food Packaging Design[J]. China Paper, 2021, 40(8): 1-2.
- [6] 孔艺帆. 色彩在食品包装设计中的运用研究[J]. 艺术品鉴, 2021(6): 67-68.
KONG Y F. Research on the Application of Color in Food Packaging Design[J]. Art Review, 2021(6): 67-68.

(下转第461页)

- nity Service Programs Based on WeChat Applets[J]. *New Media Research*, 2022, 8(21): 30-35.
- [6] 王文杰, 余志钧, 张慈凤, 等. 基于用户体验的微信应用小程序设计[J]. *互联网周刊*, 2022(21): 47-49.
WANG W J, YU Z J, ZHANG C F, et al. WeChat Application Applet Design Based on User Experience[J]. *Internet Weekly*, 2022(21): 47-49.
- [7] 陈加典. 新媒体时代采编工作面临的机遇及挑战研究[J]. *记者观察*, 2022(24): 37-39.
CHEN J D. Research on the Opportunities and Challenges Faced by Editing in the New Media Era[J]. *Journalist Observation*, 2022(24): 37-39.
- [8] 汤瑞和. 长沙窑数字陶艺社区微信小程序界面设计[D]. 长沙: 中南林业科技大学, 2022.
TANG R H. WeChat Applet Interface Design for Changsha Kiln Digital Ceramic Art Community[D]. Changsha: Central South University of Forestry and Technology, 2022.
- [9] 聂鑫雨. 新媒体背景下科普小程序的开发与研究[D]. 济南: 山东师范大学, 2022.
NIE X Y. Development and Research of Science Popularization Applets in the Context of New Media[D]. Jinan: Shandong Normal University, 2022
- [10] 张欣. 基于知识图谱的个性化学习微信小程序设计与开发[D]. 武汉: 华中师范大学, 2022.
ZHANG X. Design and Development of Personalized Learning WeChat Applet Based on Knowledge Map[D]. Wuhan: Central China Normal University, 2022.
- [11] 罗丹雯, 王振宇, 王孟博. 基于微信平台的旅游助手小程序设计[J]. *黑龙江科学*, 2022, 13(8): 86-88.
LUO D W, WANG Z Y, WANG M B. Tourism Assistant Applet Design Based on WeChat Platform[J]. *Heilongjiang Science*, 2022, 13(8): 86-88.
- [12] 王双维. 微信小程序在程序设计教学中的应用[J]. *电子技术*, 2022, 51(4): 152-153.
WANG S W. Application of WeChat Applets in Programming Teaching[J]. *Electronic Technology*, 2022, 51(4): 152-153.
-
- (上接第423页)
- [7] 夏俐. 食品包装设计中色彩联想性的表达、强化与发展趋势[J]. *食品与机械*, 2020, 36(10): 106-109.
XIA L. Expression, Enhancement, and Development Trends of Color Association in Food Packaging Design[J]. *Food and Machinery*, 2020, 36(10): 106-109.
- [8] 蒋北汉. 论食品包装设计中色彩的后现代趋势[J]. *池州学院学报*, 2020, 34(2): 111-113.
JIANG B H. On the Postmodern Trend of Color in Food Packaging Design[J]. *Journal of Chizhou University*, 2020, 34(2): 111-113.
- [9] 钟欣蕾, 张峰. 色彩的多重效应及其在休闲食品包装上的应用[J]. *传播力研究*, 2019, 3(29): 164-165.
ZHONG X L, ZHANG F. The Multiple Effects of Color and Its Application in Leisure Food Packaging[J]. *Communication Power Research*, 2019, 3(29): 164-165.
- [10] 渠佩佩. 论现代食品包装设计中色彩联想性[D]. 济南: 齐鲁工业大学, 2019.
QU P P. On Color Association in Modern Food Packaging Design[D]. Jinan: Qilu University of Technology, 2019.
- [11] 李晨莹. 论有机食品包装设计中的色彩情感表达[D]. 济南: 齐鲁工业大学, 2019.
LI C Y. On the Expression of Color Emotions in Organic Food Packaging Design[D]. Jinan: Qilu University of Technology, 2019.
- [12] 李慧, 赵敏婷. 儿童食品包装设计中色彩心理学的应用探析[J]. *新西部*, 2018(36): 117.
LI H, ZHAO M T. Analysis on the Application of Color Psychology in Children's Food Packaging Design[J]. *New West*, 2018(36): 117.
- [13] 黄琪, 邓小慧. 现代食品包装设计中的色彩陌生化研究[J]. *美术文献*, 2018(7): 108-109.
HUANG Q, DENG X H. Research on Color defamiliarization in Modern Food Packaging Design [J]. *Art Literature*, 2018(7): 108-109.
- [14] 申艺伟. 基于儿童食品包装中色彩的应用研究[J]. *西部皮革*, 2018, 40(11): 58-59.
SHEN Y W. Research on the Application of Color in Children's Food Packaging[J]. *Western Leather*, 2018, 40(11): 58-59.
- [15] 郭姣姣. 色彩心理效应对包装设计的影响——以食品包装为例[J]. *美术教育研究*, 2017(11): 81.
GUO J J. The Influence of Color Psychology Effect on Packaging Design — Taking Food Packaging as an Example[J]. *Art Education Research*, 2017(11): 81.