

[文章编号] 1003—4684(2020)06-0102-03

# 食品包装设计中的礼乐文化探析

孙明海, 李巧利

(湖北工业大学艺术设计学院, 湖北 武汉 430068)

[摘 要] 以塑造了中华民族性格与文化心理结构的儒学思想为启示,分析儒学思想中的“礼乐”文化内涵,论述其在现代食品包装设计中的表达与运用,以及对现代食品包装设计的启示。在此基础之上,提出绿色环保包装设计理念,指出当代中国企业与设计者在未来的食品包装设计中应该更加深入挖掘中华文化思想内涵,弘扬民族特色。

[关键词] 食品包装设计; 文化心理结构; 礼乐文化; 儒学思想

[中图分类号] J760.99 [文献标识码] A

在物质丰盈的体验经济时代,食品包装已不仅仅作为商品的附属物而存在,而是与内在的商品有机的融合为一体,成为商品不可分割的一部分。消费者对食品包装的需求,已不止于功能上的满足,渴望产品能够带来情感共鸣逐渐成为主流。面对商场中琳琅满目的食品,消费者与其交流只在一瞬间,因此,现代食品包装应该从消费者需求及其内心深层感受出发进行设计,在短暂的交流中传递给消费者愉悦的情感体验,从心理上提高其购买欲望。现代食品包装设计中的民族特色则是商品包装及商品中民族文化以形象化、特征化的形式展现,其能够与消费者在文化心理上建立紧密沟通<sup>[1]</sup>。在新的设计时代,设计师需要深度挖掘中国文化思想精华,在建立品牌知名度的同时,弘扬传承中国传统文化。

## 1 儒学“礼乐文化”与食品包装设计的融合

中华文化之所以不同于其他民族的文化,中国人之所以不同于外国人,中华艺术之所以不同于其他艺术,其思想可追溯于先秦孔学<sup>[2]</sup>。先秦孔学理性精神,一方面摆脱了原始巫术宗教的种种观念传统,另方面开始奠定以孔子为代表的儒家学说,以庄子为代表的道家的对立补充的汉民族文化心理结构。在这种文化心理结构下,孔学作为中国传统文化思想内核,奠定了中国数千年的人文基调,构建了独特的审美体系和民族文化性格。

孔学所以作为中国文化的代名词而闻名于全世界,是与其用理性主义精神来重新解释古代原始文

化——“礼乐”分不开的。中华传统礼乐文化是中华民族文化自信、制度自信的体现,是中华文明的标志。自古以来,食品包装与礼乐文化都有着紧密的联系。礼乐文化中的“天人合一”体现着人与自然的关系,而绿色设计作为人与自然和谐相处的纽带而存在,体现了人与自然的和谐共生,是儒学思想“天人合一”的现代化表述。《国语·郑语》曰:“和实生物,同则不继”,在经济全球化的时代背景下,包装设计以传统文化为基础,吸收融合外来文化之影响,在交流中成长,体现“和合”的包容之美;《论语》所云:“樊迟问仁,子曰爱人”,礼乐文化服务和服从于人,设计中的人性化原则亦是如此。礼乐文化在现代食品包装设计中的表达与运用,在满足消费者基础功能需求的同时,将食品本身所承载的内在文化价值与品牌形象传递给受众,唤起了国人对中华传统文化的认同感。

## 2 食品包装设计中“礼乐文化”的表达

礼乐是指“乐由中出,礼自外作”,“乐统同,礼弁异”,“乐者,天地之和也;礼者,天地之序也。和,故万物谐化;序,故群物皆别”<sup>[3]</sup>。在儒学文化思想中,礼是建立在以仁为核心的道德情感基础之上,从外部规范人的行为举止,体现人的等级差别;乐感化人心、陶冶性情,从人的内心培养人们的道德感情,表现人的共同本性。礼乐将原始文化纳入实践理性的管辖之下。只有礼、乐并举,方使得社会道德秩序达到真正的实现。在多元化文化相互激荡、融合发展的今天,礼乐文化作为一种指导思想渗透设计的方

[收稿日期] 2020—03—02

[第一作者] 孙明海(1968—),男,四川威远人,湖北工业大学教授,研究方向为视觉传达设计专业教学与设计实践

[通信作者] 李巧利(1994—),女,安徽宿州人,湖北工业大学硕士研究生,研究方向为视觉传达设计平面设计实践

方面面,并推动和指导现代食品包装设计的发展<sup>[4]</sup>。

## 2.1 礼

“道之以德,齐之以礼,有耻且格”,“博学于文,约之于礼”。在中国古代,礼是天之经,地之义,是天地间最好的秩序和仪则。中华民族自古以来被称为“衣冠上国,礼仪之邦”,正所谓“礼之用,和为贵”。

1)恭而有礼:《论语·颜渊》曰:“君子敬而无失,与人恭而有礼”,中华民族自古注重礼仪、礼节,与人谦恭有礼。人们将美好愿景寄托于“礼”,将其引申到现代食品包装设计中,体现在包装设计中多采用寓意理想美好的吉祥纹样,如蝙蝠、锦鲤、荷花等。糕点新年礼盒包装见图 1,主视觉源于品牌传承百年的模具雕花,外圈为月桂花和八仙法器,寓意阖家团圆、福寿安康;底部的临水大殿是开封地标,从视觉上增加古色古香的厚重感,祥云、葫芦、铜钱纹饰表达福禄寿全、财源广进的美好祝愿。



图 1 糕点新年礼盒包装设计

2)无礼不立:《孔子集语·劝学》言“不敬无礼,无礼不立”,古代中的“礼”作为道德规范和典章制度规范人的行为,从而达到“礼达而分定”。由于现代食品包装材质多采用含有聚乙烯、聚苯乙烯等有毒且不可降解的塑制品作为外包装,从而造成水质污染、土壤板结等严重破坏生态环境的后果,物极必反,最终会危及人类自身生存。“礼”外化延伸到现代食品包装设计中,体现在开发环境友好型包装材质,倡导绿色设计,禁止过度包装等方面。目前,企业与设计师已逐渐意识到包装对于环保的重要性,将目光转向绿色环保包装材质,为设计注入文化内涵,增加产品附加值。茶叶包装设计(图 2)体现了礼乐文化所蕴含的人与自然和谐统一的思想。选用手工宣纸作为包装材料,纯手工印刷工艺拓印图案,辅以麻绳为装饰材料,富含中式古典美感。



图 2 茶叶包装设计

## 2.2 乐

《国语·周语下》中言:“物得其常曰乐极,极之所集曰声,声应相保曰和,细大不逾曰平”<sup>[5]</sup>，“乐”所追求的是通过陶冶性情、塑造情感以建立内在人性,从而达到社会秩序、人体身心、宇宙万物相联系而感应的和谐存在,彼此都“适度”地相互调节、协同、沟通和均衡<sup>[6]</sup>。

1)乐而不淫:“乐而不淫,哀而不伤,怨而不怒”,儒学思想认为,有益于人、有益于社会的艺术作品,是有节制、不过分、也无不及,体现出中和之美。茶叶包装设计见图 3,在包装材料的选择上,充分遵循了儒学礼乐文化中“乐而不淫”的理念,选用竹编工艺为包装主体的盛装材料,竹子作为天然材料,对环境要求低,生长速度快,节约包装成本,由于天然材料可在短期内得到自然降解,且包装封套采用单色印刷,在保护环境的同时也缓解了人类资源匮乏的难题。



图 3 茶叶包装设计

2)乐至则悦:“乐至则无怨,礼至则不争”<sup>[7]</sup>,360°旋转扇面中秋礼盒包装(图 4),将中秋的核心元素和视角落到人的身上,以人的视角看中秋。在包装结构上打破了传统的天地盖或抽屉式开合方式,将现代人居住的建筑作为礼盒的主结构,盒子的对开结构,巧妙的将“月光宝盒”穿梭时间概念融入,打开后,180°是现代人的万家灯火,360°是古代万家灯火,随着盒型打开角度的不同,穿梭的时间也不尽一样,月光和时间就此产生了一种奇妙的关联。月饼的内盒采用了魔方的形式,将不同故事的家庭放置其中,通过魔方的变化呈现不同的中秋故事,或团圆,或悲伤,或喜悦。消费者与产品在交互过程中而产生情感体验的差异化,感受不同的乐趣。

3)乐以致心:“乐由中出故静”,追求视觉上的“乐”,关键在于充分考虑用户的内心需求和真情实感。马斯洛需求层次理论将人的价值体系分为生理需求、安全需求、社会需求、尊重需求和自我实现需求五类<sup>[8]</sup>。《礼记·乐记》中所言:“致乐以致心者也”。企业和设计者应权衡各方面因素,根据不同层级消费者的需求差异,抓住核心要素,区别对待,与不同层级消费者达到“致心”交流,方能在设计上取得成功。中秋节作为我国传统节日,象征着团圆,中



图 4 中秋礼盒包装设计

秋月饼包装设计见图 5,采用半圆包装结构,体现着国人期盼团圆、追求圆满的心理;浓郁的中国古典色彩与图案,迎合了消费者日渐增长的物质与精神需求。

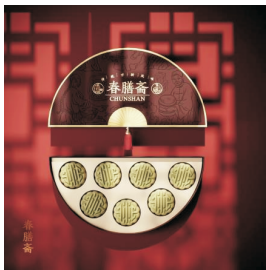


图 5 中秋月饼包装设计

现代消费者已不仅仅满足于功能需求,而转向了情感消费,从而促使现代食品包装设计从满足功能上升到深刻的人文追求。设计为商品赋予人文气息,为受众带去人文关怀,更加符合儒学文化中礼乐服务和服从于人的思想,从而体现中华文化的博大精深。

### 3 结束语

中华民族上下五千年,积淀着深厚的文化思想精华,为现代设计者提供无限资源。文化自信植根于中华民族优秀传统文化,面对时代的呼唤,设计应该体现出对使用者的尊重与人文关怀;面对国人的呼唤,设计者应当将中国传统文化精华融入设计,使中华民族风格走向世界。而身为一名设计者,在新的设计时代,我们需要认清本民族文化心理结构,加强对中国文化思想精华的挖掘和阐发,为其注入新的力量使其继续焕发生机活力。

#### [参 考 文 献]

- [1] 丁颖.食品包装设计中的儒家文化解析[J].包装工程,2013,34(8):90-93.
- [2] 李泽厚.美学三书·美的历程[M].北京:三联出版社,2009:51.
- [3] 刘宝楠.论语正义(诸子集成本)[M].长沙:岳麓书社,1996:279.
- [4] 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):99-101,105.
- [5] 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.
- [6] 李泽厚.美学三书·华夏美学[M].北京:三联出版社,2008:25-26.
- [7] 张桂琴.《乐记》中的礼乐文化在构建和谐社会中的现实指导意义[J].内蒙古煤炭经济,2011(3):106-107.
- [8] 亚伯拉罕·马斯洛.动机与人格[M].许金声译.北京:中国人民大学出版社,2017:19-30.

## An Analysis of Ritual and Music Culture in Food Packaging Design

SUN Haiming, LI Qiaoli

(School of Art and Design, Hubei Univ. of Tech., Wuhan 430068, China)

**Abstract:** Based on the enlightenment of Confucianism, which has shaped the Chinese national character and cultural psychological structure, this paper analyzes the cultural connotation of "ritual and music" in Confucianism, and discusses its expression and application in modern food packaging design, as well as its enlightenment to modern food packaging design. On this basis, the concept of green packaging design was put forward. Contemporary Chinese enterprises and designers in the future food packaging design should dig deeper into the connotation of Chinese culture and promote national characteristics.

**Keywords:** food packaging design; cultural psychological structure; ritual and music culture; Confucianism

[责任编辑:裴 琴]