

竹元素的设计美及其在包装中的应用探究

李燕¹, 张雪²

(1. 浙江同济科技职业学院, 杭州 311231; 2. 江南大学, 江苏 无锡 214122)

摘要: **目的** 竹材作为包装的一种环保材料, 蕴含其特有的历史文化底蕴, 深入探究竹元素的设计美, 并提炼出相应的设计理念, 为包装设计提供一定的设计方法。**方法** 竹元素的设计美即为功能美, 就是利用竹材或竹元素的某些特性来合理搭配、改造、创新, 从而达到设计产品包装的最终功能。分别对质美、形美及技术美 3 个部分来论证分析竹元素包装的设计之美。“质美”即为竹材包装的物理、化学等方面所表现出来的特征; “形美”即为竹元素包装展现出来的结构美、形态美、形式美, 这三者之间相辅相成; “技术美”即为对其材质、结构、形态的精心加工的工艺美。并分析阐述了竹元素包装设计中功能美的作用。**结论** 随着生态绿色理念的纵深发展, 设计产品包装时应关注新的高端技术与创新设计, 要以人为设计中心, 贯穿“物为人用”的设计原则, 同时兼顾生态环保及可再生设计理念。

关键词: 竹元素; 质美; 形美; 技术美

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2022)10-0365-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2022.10.046

Functional Beauty and Application of Bamboo Elements in Packaging

LI Yan¹, ZHANG Xue²

(1. Zhejiang Tongji Vocational College of Science and Technology, Hangzhou 311231, China;

2. Jiangnan University, Jiangsu Wuxi 214122, China)

ABSTRACT: As an environmental protection material for packaging, bamboo contains its unique historical and cultural heritage, and deeply explore the design beauty of bamboo elements and extract the corresponding design concepts and methods to provide certain design methods for packaging design. The design beauty of bamboo elements is the functional beauty, which is to use some characteristics of bamboo or bamboo elements to reasonably match, transform and innovate, so as to achieve the final function of designing product packaging. This paper demonstrates and analyzes the design beauty of bamboo element packaging from three parts: quality beauty, shape beauty and technical beauty. "Quality beauty" is the physical and chemical characteristics of bamboo packaging; "Form beauty" refers to the structural beauty, morphological beauty and formal beauty displayed by the packaging of bamboo elements, which complement each other; "Technical beauty" is the craft beauty of careful processing of its material, structure and form. The function of functional beauty in bamboo element packaging design is analyzed and expounded. With the in-depth development of deep ecological green concept, when designing product packaging, we should pay attention to new high-end technology and innovative design, focus on human design, run through the design principle of "things for human use", and also take into account ecological environmental protection and renewable design concept.

KEY WORDS: bamboo element; quality beauty; form beauty; technological beauty

从古至今, 竹作为一种便于加工的材料, 广泛运用于生活之中。随着人们环保意识的增强, 绿色包装

逐渐成为包装设计的主题之一。而竹材作为纯天然绿植, 竹材包装自然也得到设计师们的关注与发展。竹

收稿日期: 2021-12-08

基金项目: 浙江省教育厅支撑计划 (Kg2015966); 江苏省社会科学基金项目 (18YSC008)

作者简介: 李燕 (1981—), 女, 硕士, 讲师, 主要研究方向为设计艺术学。

的记载始于仰韶文化,经数千年的民族发展与文化沉淀,中国的竹文化已经蕴含了独特的魅力,并且有深远的影响力,它不仅丰富、发展了竹的衍生功能,而且还能赋予竹材浓郁的自然美、艺术美、功能美,促使其与社会流行趋势和时代精神相互交融、渗透。迄今为止,随着科技、工艺的突飞猛进,文化的不断变更、积淀,人们将竹材及竹元素包装的运用推上了一个全新的高度,使其既注重实用功能,又兼顾审美功能^[1]。

1 竹元素包装设计美的本质即功能美

美的本质和根源就是合规律性和合目的性的统一^[2]。合规律性就是物体自身所体现出来的特性、形式、规律等,合目的性就是人从主观目的出发,按照客观规律去实践得到预期效果。设计之美即为设计师利用实物的某些特性来合理搭配、改造、创新从而达到设计的最终目的,也就是通过设计来体现产品的功能美,并吸引用户的关注,激起用户的使用欲望,以此来完成美的一种转化。

竹材具有较多的自身特性(中空性、韧性、弹性、不规则性……),正是由于这些自然特征,造就了竹材比木材有更高的可塑性,也方便设计师合理利用竹材质本身的特性,在结构、色彩、造型等方面做出适当的形式处理,促使产品更加蕴含浓厚的自然韵味和文化韵味,同时也保留了材质本身的结构美和质感美。如武夷山竹娘酒——衍公系列,见图1。该系列酒直接采用竹材作为包装容器,该案例“合规律性”的体现就是采用的竹中空有节且拥有良好的密封性这一特征,“合目的性”则主要表现在选择一定比例的竹材(见图2),对其进行初步的切割打磨,去其毛刺、锋利的边缘和竹节,如此加工、存储,既保持了酒的原始醇香,同时也渗透着清淡的竹子清香,让饮酒者回味无穷。配合在竹子上雕刻的祝福字及纹样图案^[3],让酒赋予了一种独特的文化历史底蕴,从情感路线悄然感动消费者,从而使之潜移默化地产生消费行为。这就很好地融合酒原始醇香、竹子清香和动情的文案,让商品与包装巧妙地融合一体,完美地契合了竹材包装的功能美这一特征。



图1 衍公竹酒图

Fig.1 Yangong bamboo wine Fig.

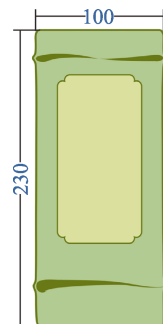


图2 竹酒造型比例

Fig.2 Modeling scale of bamboo wine

竹材作为包装的一种载体,其设计的最终目的就是让消费者使用竹材包装的产品,并使其在使用过程中得到愉悦的满足感,从而体现出该产品带给消费者的实用功能即功能美。此过程中消费者所产生愉悦感的心理变化是从善转为美的形式体现,即产品包装“合规律性”和“合目的性”的统一。实际上,消费者并不一定认为具有实用功能的竹材包装就是美的,其合目的性应注重审美功能与实用功能的相互和谐统一。既要体现实用功能的最大价值,又要在设计理念上寻求精神上的愉悦意境。

2 竹元素包装中的设计美

人类社会在经历漫长的生产劳动过程中,从简单地利用自然界的物体,到逐步有意识、有目的地去改造物体,这种“造物”的过程,也是一种“造美”的过程^[4]。竹作为自然界的原始物体,有其自身的规律、特性,随着社会的发展,先民们根据竹的特性及自身的需求,不断地改造、创新出各式各样的产品,如竹篮、竹椅、竹扇等。而竹材包装则是人们为了满足自身需求逐渐产生的,它具有一定的实用价值,也就是竹材包装的功能,此过程也是功能美的转化。法国某位美学家曾提出:功能美就是实用功能和美的结合。诸葛铠老前辈也曾指出:功能美是有用性在一定条件下转化而成的,这里的“有用性”就是实用功能,“一定条件”也就是指改变、创新物体的加工工艺即技术^[5]。竹材质包装的功能美则体现在其质美、形美、技术美,这三者的相互统一与相互融合,使竹材包装更具活力和生命力。

2.1 竹元素包装的质美

“质”包括材质的肌理、色彩、物理与化学性能、文化规律等。设计之首,在于选材。也就是根据“合目的性”来选择恰当的“合规律性”的材质,方能有效地体现、烘托、融合出所包装产品的实用功能,即功能美的最终体现。

竹,色翠而青,具有很强的观赏性,质地坚韧,易于加工成形、成品。这就是竹材自然美的一种体现。上文所提及的竹筒酒,就是直接采用竹材本身色青、

味香的质地特征，再结合酒的醇厚香气，使所包装的产品本身韵味拔高一筹，再加上所刻纹案蕴含着深厚的传统文化底蕴与审美价值，直接为该产品的包装设计提供了自然、亲和的设计语言。

竹，自然且茎直，有柔与韧性，竹节有韵律地分布在竹竿之中，富有自然的艺术韵律美和节奏感。同时，竹节具有节节升高、意志坚定等精神文化内涵。在进行不同产品包装设计中，竹节肌理可体现淳朴与自然的感受，如竹筒饭、竹筒酒等。竹叶同竹节一样易降解，具有温暖与亲切的特性，其表面肌理给人朴素与清新之感。

选材之初，设计师需要对其本身特性有足够的了解。竹材的“质美”既要表现自然肌理美，又要考虑到它所体现的物理、化学等规律，以及人们地域、文化、情感等审美因素^[6]。如食盒篮（见图 3），古人用其盛放食物，需质坚而稳。利用竹受热易加工变形固定这一特征，将 3 根定长且两窄一宽的竹片，经火烤受热后弯曲固定成流线型“M”状曲线，处理后的提手不仅牢固性增加，而且美观度也得到了进一步提升。中间提手处采用柔软的竹藤依次绕圈缠绕，既固定了 3 根竹片，也使把手握持的舒适度得到提高。提手的两端均彼此分开，呈“爪”字形，采用三角形稳定原理分别与底层篮筐固定。该提手在外观保持原有的竹材质的固有肌理，又采用“审曲面势”，在满足其精巧实用功能的同时，给人以典雅庄重的格调之感，见图 4。



图 3 食盒篮
Fig.3 Food box basket

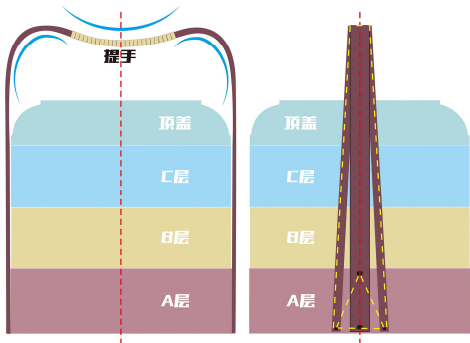


图 4 食盒篮造型分析
Fig.4 Modeling analysis of Food box basket

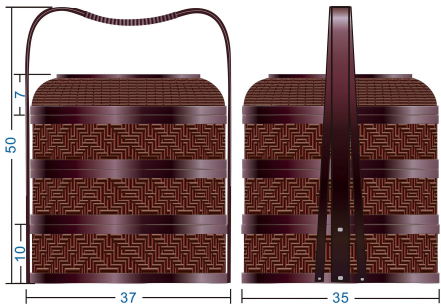


图 5 食盒篮比例
Fig.5 Scale of food box basket

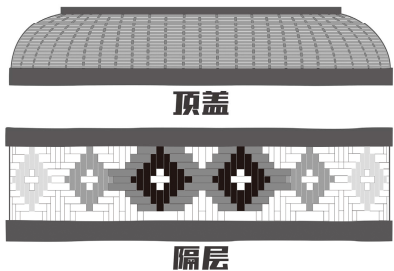


图 6 食盒篮编制技法
Fig.6 Weaving technique of food box basket

在产品的使用过程中，竹材的“质美”会对人的嗅觉、视觉、触觉等产生刺激，尤其使人的心理产生不同的反应，可平静情绪、释放压力，且身心得以放松。此时的心理反应是舒适的，促使人产生美的感受功效。然而，竹材包装的产品比例、人工肌理（即竹雕刻图案，竹编花式纹样、竹板材图案等）也可影响其材质美，见图 5—6。合理的比例设计使食盒篮在视觉上显得稳重，顶盖和把手弧度的设计也增加了使用者的亲和力。三层食品置放层采用斜纹“回”字形编织法，兼承着一种民族文化的体现与传递，而顶盖则采用经纬一挑一编法，即使其拥有一定的透气性能，也使该食盒篮在视觉上富于变化。此编织的肌理特性可给包装设计提供一定的参考与借鉴之处，以便符合人的需求^[7]。

2.2 竹元素包装的形美

“形”包括形状、结构、形态以及包装所采用的文字、绘画等。它不仅包含选材本身的形状、结构，还囊括产品包装后的形态、结构，即通过某种加工工艺后所产生的包装形态^[8]。形美就是指结构美、形态美、形式美。结构奠定了形态的基础，一定程度上也决定了相应的形态，反之，形态是结构的外延，形态也支撑着结构的多样化，它们相辅相成，满足了实用功能的目的。

结构美，是指设计的产品所呈现出来的结构满足设计之初的产品功能美。竹材包装的结构直接影响包装的功能与审美^[9]。包装功能的实现不仅需要竹材料，更要依赖相应结构来支撑，有时还需要其他材料来配合完成。两种或者多种材料之间的相互拼接设

计,通过一定的结构来达到设计时所需要的预期实用功能,可拓展产品的领域。既有能人巧匠的匠心独运的心境,又有一种天然般的鬼斧神工。如前文所述的食盒篮,主体采用层叠式、套装式的结构,完成隔层之间的相互拼装,不仅能保证每层之间相互稳定,也使食盒篮内部空间更加的严密。食盒篮的提手两端采用“爪”状三角形结构与底层连接和中部的流线型“M”结构,进一步增强了使用过程中主体的稳定性,这一系列的结构设计完美地契合了“结构影响的功能与审美”。斗榫茶盒是用来盛放茶叶包的,茶盒采用成型的竹板制作,其6个面的拼装全部采用传统工艺“榫卯结构”。每块板材开槽后,以底面为基础,分边将周围四面的板材按卡孔对接拼装,最后将盖子利用卡扣原理,对准位置推进盒体,整体拼装严丝合缝,浑然一体,结构牢固紧密,简约美观,经久耐用。该茶盒包装将传统的工艺运用得自然和谐,所体现出来的结构美是不言而喻的,配以阴刻“茶”字,彰显出外形的简洁大方,古朴自然,见图7^[10]。



图7 斗榫茶盒
Fig.7 Bucket tenon tea box

形态美是结构美的外延,其作为一种审美功能,在设计中占有举足轻重的地位。审美功能所体现出来的产品形态也是以满足产品实用功能为目的。为了满足生理、情感需要,并且通过设计某种相应形态产品来实现这一目的,比如口渴了想喝水,人们就设计创造出能装水的简单器具(碗、杯子等),后来为了提高喝水时的体验感,便设计出各式各样、各种场合下使用的碗、杯子……从陶具到瓷具,再加入各式花纹、图案。从简单过渡到复杂的结构,随着制作工艺、设计要求的提高,产品的形态也跟着多样化、细分化。包装的设计同样离不开这样的发展规律,起初也只是为了解决产品搬运、盛放等功能性的问题,后来逐步发展为推广、美化、升华其包装产品的衍生功能,成为了产品销售中不可分割的部分。它阐释了所包装产品本身所表现不出的意境,升华了消费者和产品之间的精神文化共鸣^[11]。某品牌的“玉研竹萃”系列护肤品的瓶体包装设计是从竹中萃取的精华而做成的护肤品,故其包装设计自然地从“竹元素”入手,见如图8。竹萃精华水的瓶体采用仿生设计,以“一节竹”作为造型基础,为了突出女性的“柔和”之美,以流畅的线条勾勒出竹的基础造型,配以“一叶”作为点

睛之笔,完美地描绘出了女性形态柔美之感,简练明了。其瓶体多处采用“竹节”这一造型元素,整体采用凹凸的“竹形状”设计,使消费者在使用产品时不易脱落,也体现出了竹林的韵律之美,瓶口处一圈金色的装饰“竹环”作为点睛之笔,展示了《玉研竹萃》可信赖的品牌特质,同时给消费者带来直观的视觉冲击。该设计虽然采用原材竹子做包装,但其所体现出来的设计文化彰显着“竹”的风采和意境,阐释着其产品的独特韵味。



图8 “玉研竹萃”护肤品
Fig.8 "Yuyanzhucui" skin care products

形态的实现需要相应的结构来辅助、支撑。同理,包装的形态就是包装结构的一种外延,是满足相应实用功能下表现出来的包装外形特征。不同的实用功能决定了千姿百态的包装形态和文化内涵,也带给消费者不同的审美感受^[12]。某品牌的香水瓶造型形态就打破了众多香水的一贯设计,它采用竹的一节弯曲形态作为造型形态基础,在瓶盖和瓶身的衔接处也同样设计出竹结形态,形象地演绎出风中劲竹的造型基础,见图9。总体形态摒弃“竹直”这一特征,而采用曲线造型,优美且富于变化,再配合颜色深浅的流动水墨风格和竹子抽象浮雕的刻画,生动地展现出了风中劲竹的文化内涵,让消费者无形之中产生精神上的共鸣。此设计很好地抓住竹的形美这一特征,传递出该香水的淡雅、清香,满足了消费者的情感需求。



图9 香水包装
Fig.9 Perfume packaging

竹材包装中的文字、图案、传统纹饰等传达出包装产品的特性,它作为一种形式符号,蕴含着各民族区域的历史文化底蕴,更加形象地表达出所包装产品的精神层次的意境,这就是包装的文化功能体现^[13]。通过书法艺术、吉祥图案、传统绘画等表现手法,诠释包装产品的文化内涵(如图 1 竹筒酒),在表现手法上可以借鉴艺术书法、水墨绘画的造型准则与规律,将其留白、虚实、错落疏密的韵律充分运用于竹材包装上,增强产品的文化韵味,传递给消费者有关于产品的精神文化信息。

设计师也可以将竹自身作为一种文化符号进行直观的信息输出,见图 10。该产品是一款竹汁饮料罐装设计,设计师直接采用一节竹的外形作为罐身,再配合外面的印刷图案,让它看起来就像一根实际竹子的一部分,如果将其堆叠在一起,会更加形象地展现出竹汁饮料的功能部分。它们有序的摆放于货架上就会脱颖而出,将会第一时间吸引消费者的注意力。该设计很好地采用了其品牌标志的设计符号,关联了自身包装产品的品类。在信息传递过程中,很好地运用了节奏韵律美,提高产品与竹文化的识别度,增强了视觉审美^[14]。



图 10 竹汁饮料瓶包装
Fig.10 Packaging of bamboo juice bottle

2.3 竹元素包装的技术美

材料、结构、工艺是设计核心三大永恒的主题。这里的工艺是指设计师在处理材料和结构时所采用的处理技术,所以工艺美一定程度上也可以称为技术美,它是连接材质(如肌理、色彩与结构、形态选择)的桥梁,从而实现实用功能与审美功能的统一。它们之间是相辅相成的关系,彼此不可分开进行探讨,也不可能产生脱离物体的材质、结构和形态而独立存在的技术。竹材包装的美感不仅源于材料的材质形态的合理选择,还源于对其材质、结构形态的精心加工的工艺美即技术美。竹材加工工艺通常有竹编、竹板材、竹纤维、竹雕等^[15]。

竹编工艺是自古以来使用最为广泛的编织工艺,见图 3。食品篮的制作就是采用竹编工艺,利用竹子

柔韧性强的这一特征,对竹丝篾片采用穿、插、绕、弹等多种技巧,围绕产品的内胎进行细致精密的十字形编织,经纬疏密十分得当。此工艺也常被用于产品设计之中,竹材经加工技术处理后所产生的肌理效果,结合其他材质的特征,取长补短,造就出的产品及包装,别有一番风味,这就是技术带给产品的特有形态美。

3 竹元素包装设计中功能美的作用

竹材包装设计的目的是通过一定的工艺技术处理,让目标产品利于保存、运输、销售等。在包装产品设计之初,要充分理解与运用竹材质包装的功能性要素,考虑消费者的文化背景因素,充分地将产品的审美功能融入包装设计之中^[16]。故竹材包装的功能美就是合规律性和合目的性的统一。竹材包装不仅要满足包装基本功能,还要在包装设计中体现出人、物与环境的和谐之美。

1) 功能美可以激发消费者的购买欲和刺激商品流通。在需求多样化的当下,随着工艺技术的蓬勃发展,竹材包装不但能够满足不同人的审美需求,创造设计风格迥异,也能传递出更深层的文化内涵价值,使之成为新的一种营销方式。进行有针对性的功能设计,可以达到独特的审美价值和深远的意义。

2) 功能美通过竹材质包装可以潜移默化地改变一种生活方式,倡导文明、健康的生活。功能美受社会生产力的影响,但其对社会生产力又具有反作用,这是由于功能美的社会性所决定的。由单一功能需求的竹材包装设计方式,向多元化、复杂化功能需求转变,既引领科学与健康的生活方式,也开拓创新设计思维。

3) 功能美能使竹材包装和人之间的关系达到和谐,体现一种积极的生活态度。在进行竹材包装设计时,考虑天人合一的设计理念,巧妙灵活的运用、细节处理的精湛,充分展现人们对美好生活的热爱和内心世界深层的审美,促使人与自然、人与社会、环境的关系更加和谐。

4 竹元素包装中功能美的价值与启示

4.1 竹元素包装中功能美的精神价值

使用者通过感觉器官如触觉、视觉等来对竹材包装产品感知,从而形成自己的知觉,竹材包装的目的不仅需要满足使用者的物质需求,还要对其提供一定的精神追求。而竹材包装更倾向以产品的实用功能为主的设计理念,其需要高度关注人与产品的精神功能境界的感知。同时,将艺术性的传统竹材包装与现代审美需求相结合,强调产品功能美与美的融合,大胆使用新工艺,使其更容易被消费者识别,从而刺激消费欲望,积极探索新的表现技法,尽可能使用设计语

言进行精神上的实质性渗透。

4.2 竹元素包装中功能美的生态价值

竹材材料利用率高,生长周期比较短,其成本低,使用此种环保材料有利于保护生态环境。在合理利用竹材资源的基础上,充分考虑包装设计中的生态设计要求,争取使竹资源可持续利用,且效益最大化和,最大程度地节约材料成本,符合“制天有为,顺天无为”的中国传统哲学思想,最终体现“器以载道”的造物思想^[17]。

4.3 竹元素包装的功能美对现代设计的启示

通过探究竹材质包装的功能美,得出其对现代设计的启示包括 4 个方面:其一是材料方面,设计包装时必须考虑竹材的生态理念性与环保性,低能耗、可再生,以及其材料工艺技术的发展,切忌人为主观地超越时代。其二是构造方面,设计包装时适当关注主次功能美观模块化的设计,使产品利于销售和可循环使用。其三是使用方面,设计包装时应主要以人为设计中心,并考虑与人机工程学相结合的操作设计。其四是技术方面,设计包装时应关注新高端技术的应用与开发创新包装设计的新功能,尤其是可持续发展的绿色设计。

5 结语

随着生态绿色理念的纵深发展,以产品为依托来满足人们的日常生活需要,功能美可引导人们更好地改变生活方式,它将功能与美完美融合,赋予美以功能的同时又将功能达到美化,体现设计创作领域的原动力,为生活增添情趣。为了让传统的竹材可持续发展,就要合理地处理好材料、造型、文化和功能美之间相互融合的关系。同时,更需拓宽包装设计的可持续性发展道路,研发新技术、新材料,让人们的生活方式更加美好和谐。

参考文献:

- [1] 相静. 论中国传统纹样在包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2020, 41(6): 286-288.
XIANG Jing. On the Application of Chinese Traditional Patterns in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(6): 286-288.
- [2] 李泽厚. 美的历程[M]. 天津: 天津社会科学院出版社, 2001.
LI Ze-hou. Historical Evolution of Aesthetics[M]. Tianjin: Tianjin Academy of Social Sciences Press, 2001.
- [3] 蒋艺芝. 传统文化元素符号在文化创意产品设计中的应用研究[J]. 品牌研究, 2020(1): 91-93.
JIANG Yi-zhi. Application of Traditional Cultural Elements and Symbols in the Design of Cultural and Creative Products[J]. Brand Research, 2020(1): 91-93.
- [4] 王琥. 设计史鉴: 中国传统设计文化研究(思想篇)[M]. 南京: 江苏美术出版社, 2010.
WANG Hu. The Review of Design History: Chinese Traditional Design Culture Research (Thought Papers)[M]. Nanjing: Jiangsu Fine Arts Publishing House, 2010.
- [5] 诸葛铠. 设计艺术学十讲[M]. 济南: 山东画报出版社, 2006.
ZHU Ge-kai. Ten Lectures on Design Art[M]. Jinan: Shandong Pictorial Publishing House, 2006.
- [6] 万露, 林丽, 曹琳等. 感性叙事为导向的文创产品概念设计方法[J]. 包装工程, 2020, 41(10): 157-162.
WAN Lu, LIN Li, CAO Chong, et al. Kansei Narrative Oriented Conceptual Design Method for Cultural and Creative Products[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(10): 157-162.
- [7] 徐艺乙. 手工艺的文化与历史[M]. 上海: 上海文化出版社, 2016.
XU Yi-yi. Culture and History of Handicraft [M]. Shanghai: Shanghai Literature and Art Publishing House, 2016.
- [8] 邵恒. 中国传统元素在现代包装设计中的融合性研究[J]. 包装工程, 2016, 37(6): 137-141.
SHAO Heng. Fusion of Traditional Chinese Elements in Modern Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(6): 137-141.
- [9] 申晟, 许雅柯. 传统文化在创意产品设计中的运用[J]. 包装工程, 2019, 40(2): 236-239.
SHEN Sheng, XU Ya-ke. Application of Traditional Culture in Creative Product Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(2): 236-239.
- [10] 韩培. 传统陶瓷元素在包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2020, 41(12): 303-306.
HAN Pei. Application of Traditional Ceramic Elements in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(12): 303-306.
- [11] 高伟霞, 黄诚, 吴智慧等. 茶文化视域下的苏作家具与文人情怀[J]. 包装工程, 2020, 41(20): 30-33.
GAO Wei-xia, HUANG Cheng, WU Zhi-hui, et al. Su-style Furniture and Literati Feelings in the Perspective of Tea Culture[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(20): 30-33.
- [12] 姚湘, 胡鸿雁. 文化创意产品设计[M]. 北京: 北京大学出版社, 2020.
YAO Xiang, HU Hong-yan. Cultural and Creative Product Design[M]. Beijing: Peking University Press, 2020.
- [13] 段金娟, 李飞霞, 赵远. 基于可拓符号学的非遗衍生品设计方法研究[J]. 包装工程, 2020, 41(12): 93-98.
DUAN Jin-juan, LI Fei-xia, ZHAO Yuan. Design Method of Intangible Cultural Heritage Derivatives Based on Extension Semiotics[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(12): 93-98.
- [14] 李江, 唐也栋. 视觉、功能、文化: 现代包装设计的情感价值[J]. 装饰, 2018(2): 42-45.

- LI Jiang, TANG Ye-dong. Visual, Function and Culture: the Emotional Value of Modern Packaging Design[J]. Zhuangshi, 2018(2): 42-45.
- [15] 张应军. 武陵竹编文化研究[M]. 成都: 西南交通大学出版社, 2015.
- ZHANG Ying-jun. Culture of Bamboo Weaving Craft in Wuling[M]. Chengdu: Southwest Jiaotong University Press, 2015.
- [16] 付露莹, 王锐, 张有林. 食品包装材料研究进展[J]. 包装与食品机械, 2018, 36(1): 51-56.
- FU Lu-ying WANG Rui, ZHANG You-lin. Research Progress of Food Packaging Materials[J]. Packaging and Food Machinery, 2018, 36(1): 51-56.
- [17] 祝燕琴, 滕佳华. 中国传统器具设计中的“备物致用”及其对现代设计的启示[J]. 包装工程, 2017, 38(12): 116-119.
- ZHU Yan-qin, TENG Jia-hua. China Traditional Appliances Design of the "Design Items in Order to Use" Thought and Its Inspiration to Modern Design[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(12): 116-119.
- 责任编辑: 陈作

(上接第 360 页)

- [8] 余晓光. 传统吉祥图案在现代平面设计中的创新与发展[J]. 理论观察, 2016(11): 142-143.
- YU Xiao-guang. Innovation and Development of Traditional Auspicious Patterns in Modern Graphic Design[J]. Theoretical Observation, 2016(11): 142-143.
- [9] 杨开艳. 传统吉祥图案在平面设计中的创新应用初探[J]. 山西农经, 2017(8): 99-100.
- YANG Kai-yan. A Preliminary Study on the Innovative Application of Traditional Auspicious Patterns in Graphic Design[J]. Shanxi Agricultural Economics, 2017(8): 99-100.
- [10] 罗时宝. 浅谈中国传统图案在现代包装设计中的运用[J]. 大众文艺, 2012(24): 63.
- LUO Shi-bao. Talking about the Application of Chinese Traditional Patterns in Modern Packaging Design[J]. Public Art, 2012(24): 63.
- [11] 蔡丽芬. 中国传统图形符号在现代包装上的运用[J]. 包装世界, 2009(5): 82-83.
- CAI Li-fen. Application of Chinese Traditional Graphic Symbols on Modern Packaging[J]. Packaging World, 2009(5): 82-83.
- [12] 凌博. 谈中国传统花卉纹样在花茶包装设计中的运用[J]. 中国包装工业, 2015(10): 37-38.
- LING Bo. Talk about the Application of Traditional Chinese Floral Patterns in the Design of Flower Tea Packaging[J]. China Packaging Industry, 2015(10): 37-38.
- [13] 张海燕, 张政良. 中国传统纹样在茶叶包装设计中的运用[J]. 文艺生活旬刊, 2011(8): 56.
- ZHANG Hai-yan, ZHANG Zheng-liang. Application of Chinese Traditional Patterns in Tea Packaging Design[J]. Literary Life Journal, 2011(8): 56.
- 责任编辑: 马梦遥