

# 地域文化在特色产品包装设计中的应用研究

## ——以洛阳牡丹花饼为例

袁 婷

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年9月9日; 录用日期: 2024年10月9日; 发布日期: 2024年10月16日

### 摘 要

将地域文化引入特色产品包装设计不仅能提升产品的市场竞争力和品牌形象, 而且促进地方文化的传承和发展。本文以洛阳牡丹花饼的包装设计作为案例分析, 得出有效实现地域文化与特色产品包装设计的提升策略: 融合地域文化与产品特性、引入绿色可持续的设计理念、以及结合新媒体环境进行创新。

### 关键词

地域文化, 特色产品, 包装设计, 洛阳牡丹花饼

# Research on the Application of Regional Culture in the Packaging Design of Specialty Products

## —Taking Luoyang Peony Flower Cake as an Example

Ting Yuan

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Sep. 9<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 9<sup>th</sup>, 2024; published: Oct. 16<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

Introducing regional culture into specialty product packaging design not only enhances the market competitiveness and brand image of the product, but also promotes the inheritance and development of local culture. This paper takes the packaging design of Luoyang Peony Cake as a case study, and the enhancement strategies for the effective realization of regional culture and characteristic

product packaging design are concluded: integration of regional culture and product characteristics, introduction of green and sustainable design concepts, and innovation in combination with the new media environment.

## Keywords

Regional Culture, Specialty Products, Packaging Design, Luoyang Peony Flower Cake

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

地域文化指具有地域特征和属性的文化形态[1]。作为一个复杂而多维的概念，它不仅包括了物质文化的各个方面，如建筑、艺术、手工艺等，也涵盖了非物质文化遗产，如传统节日、民俗活动、口头传说等。地域文化的形成和发展受到地理环境、历史背景、社会结构等多种因素的影响，因此具有鲜明的地域特色和独特性。将地域文化引入特色产品包装设计，是激发产品品牌生机、促进地域文化传承的明智之举。本文首先阐述将地域文化引入特色产品包装设计的现实意义，在此基础上以洛阳牡丹花饼为典型案例进行分析，并进一步提出将地域文化引入特色产品包装设计的优化策略，加强论证的连贯性和说服力。

## 2. 将地域文化引入特色产品包装设计的现实意义

将地域文化引入特色产品包装设计具有深远的现实意义，这不仅体现在经济层面，还涉及文化传承和社会发展等多个方面。

从经济角度来看，通过将地域文化的元素融入特色产品包装设计，不仅可以赋予产品更深的文化内涵，还能提升产品的市场竞争力。这种设计方式能够吸引消费者的注意力，引发消费者对食品的好感度和购买欲望。同时，通过对乡土文化资源的深入考察与分析，可以充分反映乡土情怀这一核心理念，契合人们对其情怀的诉求，促进特色产品的可持续发展。地域文化的融入可以显著提升产品的市场竞争力[2]。

地域文化的融入有助于推动地方经济的发展。在乡村振兴战略背景下，特色农产品的包装设计是实现乡村振兴的重要手段之一。通过优化包装设计，不仅可以保护和推广农产品，还能促进当地资源的可持续利用。其中的典型代表就是徽州的黄山毛峰茶叶，其品牌包装设计中结合了当地旅游资源和文化资源，充分挖掘了当地的文化内涵，实现了资源优势转化。

从文化传承角度来看，地域文化的融入也有助于地域文化的传承与弘扬。在物联网时代，地域文化通过特色产品包装这一载体得到更广泛的传播，成为了地域文化宣传的新路径。这不仅有助于保持包装设计多元、交融的生命力，还能够实现物质文化和精神文化的双赢。在此基础上，通过对民俗文化要素的表达，可以增强国民的文化自信。值得注意的是，非遗文化在现代生活中的应用成为一种趋势，设计师可以通过巧妙运用视觉元素、色彩搭配和材质协调等手段，赋予包装独特的文化创意和理想化的设计效果。例如：湘西地区的民族工艺如竹编、织锦等被广泛应用于旅游商品包装设计中，不仅保留了工艺品原本的色彩和特色，还提升了产品的纪念价值和文化内涵。

同时，地域文化的融入还能增强消费者的情感共鸣。随着社会的发展和文化的多元化，消费者越来越注重产品的文化内涵和身份认同。将地域文化元素融入包装设计，可以更好地满足消费者对文化认同

的需求。通过将地域文化元素融入包装设计，消费者不仅能感受到产品的独特性，还能唤起对地方文化的集体记忆和情感共鸣[3]。如在普罗旺斯蜂蜜的包装设计中，薰衣草图案和色彩与蜂蜜的天然特性相结合，使消费者在购买时能够更直观地感受到产品的独特之处。

### 3. 洛阳牡丹花饼将地域文化引入特色产品包装设计的案例分析

#### 3.1. 牡丹花饼产品属性

洛阳牡丹花饼的主要原料包括豆类粉、豌豆、红小豆等。在制作过程中，首先需要腌制牡丹花脯，选择新鲜的牡丹花，摘取花瓣并清洗干净，然后通过柠檬酸水浸泡和脱水处理，最后进行腌制。洛阳牡丹花饼以酥松绵软著称，馅料中包含丰富的牡丹花瓣，使得每一口都能感受到纯正的牡丹花香气。

#### 3.2. 设计定位

产品包装的设计定位是一个复杂且多维度的过程，涉及品牌、市场、消费者和产品特性等多个方面。在文化价值方面，洛阳牡丹不仅是洛阳市的市花，也是中国传统文化的重要组成部分。包装设计深入挖掘牡丹的文化内涵，将传统元素如宝相花纹样等融入现代设计理念中，以达到传承与创新的平衡。

在市场定位方面，洛阳牡丹花饼作为地方特产，直接面向全国乃至全世界的游客及其消费者。包装设计突出地域特色，利用牡丹的文化符号和美学价值，增强产品的市场识别度和吸引力。此外，包装设计还考虑目标市场的消费习惯和审美偏好，进行精准定位。例如考虑到旅游商品的特点，牡丹花饼包装设计也会注重便携性和实用性。设计在简化包装结构的同时也会确保产品的安全和完整，满足消费者在旅途中的使用需求。

#### 3.3. 文字、图形与色彩设计

文字在包装设计中不仅是信息传递的工具，也是艺术表现的一部分。如图1可见，牡丹花饼包装上的文字设计简洁明了，如“洛阳牡丹饼”、“牡丹鲜花饼”等字样，并在字体选择上尽量保持传统和现代感相结合，以突出产品的地域特色和文化内涵。



Figure 1. The picture of Luoyang peony flower cake  
图1. 洛阳牡丹花饼图<sup>①</sup>

图形设计是包装设计中的重要部分。洛阳牡丹花饼的包装通常会采用牡丹花作为主要图案元素，因为牡丹花不仅是洛阳的市花，也是富贵吉祥的象征。此外，一些包装还结合唐代宝相花纹样进行装饰，以增强整体视觉效果和文化氛围，使其更具历史感和文化底蕴，虽然只能达到形似，但足以吸引消费者的目光。

色彩的选择对于包装的整体效果至关重要。洛阳牡丹花饼的包装色调一般以青绿色为主，这种颜色不仅赏心悦目，还能体现出产品的高级感和精致感。同时，也在包装中加入一些红色元素，象征好运和热情，让消费者感到温暖和亲切。总体来说，洛阳牡丹花饼包装的色彩柔和且突出牡丹元素，以高档、大气、清新、独特的风格呈现。

## 4. 将地域文化引入特色产品包装设计的优化策略

### 4.1. 创造性融合地域文化与产品特性

通过深入挖掘地域特色并融合于现代包装设计的创新设计理念，可以保持包装设计多元、交融的生命力。地域文化的元素在包装设计中的应用还能够促进地方特色产品的推广和宣传，弘扬人文精神，同时也是对本土文化的一种传承和发扬。但地域文化和产品特性的融合并非是僵硬而机械的一加一的过程，而是需要在深刻把握地域文化和了解产品特性的基础上，将二者实现创造性结合。

具体到操作层面，设计师需要更好地了解当地特色元素，把握好设计中的本土化原则，充分考虑到文化和市场这两个大环境，才能使地方特色元素与产品完美和谐地相结合。在青藏高原特产包装设计中，在肉质新鲜、口感上层的牛肉干包装上呈现出水草丰沃、天高气爽的草原牧场，这样不仅突出了产品的地域特色，也与产品的实际特性相契合，增强了消费者对产品的认知和兴趣。

### 4.2. 坚持绿色可持续的设计理念

首先，绿色设计理念在包装设计中的体现与应用被广泛探讨，强调了过度包装的问题，并提出了以绿色理念为指导，走可持续发展的道路的重要性[4]。这表明，绿色设计理念不仅是环保的需要，也是社会进步和循环经济发展的必然要求。进一步地，绿色包装设计与设计文化的交互关系研究揭示了绿色文化与设计文化之间的相容性和包含关系。这意味着，将地域文化融入到绿色包装设计中，不仅能够提升包装的文化内涵，还能够促进绿色文化的传播和发展。

特别地，在有关地域化和绿色理念在包装设计中的诸多运用研究中都指出，将地方文化元素和绿色设计理念融入包装设计中，能为包装设计提升更多的内涵。这说明，结合地域文化和绿色设计理念的包装设计不仅能提高产品的市场竞争力，还能促进文化的传承和环境保护。传统民俗文化与绿色环保理念交融下的现代包装设计研究也强调了现代包装产品应倡导“绿色环保”的消费理念，并通过融合传统民俗文化来促进文化传承的同时保证产品的可持续发展。这表明，将地域文化引入特色产品包装设计，不仅是一种创新的设计方法，也是实现可持续发展目标的有效途径。

### 4.3. 结合新媒体环境进行创新

新媒体技术的应用为地域文化的传承与创新提供了新的途径。利用新媒体技术收集具有地域特色的色彩、图腾、风俗习惯或历史文化元素，能够丰富平面设计的内涵和文化性。此外，新媒体还可以通过场景化的叙事方式拉近传播主体与受众之间的距离，使受众沉浸在特定的文化场景和故事情节中，从而产生对地域文化的认同感。

因此，在新媒体环境下，包装设计不仅要注重传统的视觉传达效果，还要结合新媒体技术进行创新。新媒体技术的发展为包装设计提供了新的技术支持和传播渠道，使得地域文化的元素能够更加广泛地被

应用到产品包装中。通过建立包装创新平台网站和设计功能，可以突出地域文化元素在包装设计中的综合表现[5]。例如，黄山毛峰茶叶的外包装可以通过新媒体平台展示其丰富的茶文化和品牌故事，从而吸引更多年轻消费者的关注。

## 5. 结语

地域文化在特色产品包装设计中的应用研究体现了文化与商业的交融、传统与现代的碰撞以及对地域文化的传承与展示。本文通过对洛阳牡丹花饼的案例分析，提出将地域文化引入特色产品包装设计的优化策略，有助于中国包装产业更好地处理现代化与民族化的关系。未来的研究也应继续探索更多创新的设计方法和应用场景，以更好地传承和发展地域文化，更好地推动和创新中国设计。

## 注 释

①图 1 来源：网页引用，

<http://t15.baidu.com/it/u=2246642796,1926022106&fm=224&app=112&f=JPEG?w=500&h=500>

## 参考文献

- [1] 王远明. 一种地域文化的阐述与解读[J]. 粤海风, 2006(6): 55.
- [2] 詹仪, 饶鉴. 地域文化在羊楼洞砖茶包装设计中的应用[J]. 湖南包装, 2021, 36(2): 83-85+89.
- [3] 冯艳, 杨雨轩. 地域文化视角下桂林旅游产品包装设计研究[J]. 中国包装, 2022, 42(10): 49-52.
- [4] 付慧娟. 地域文化符号在金华火腿包装设计中的应用[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江理工大学, 2014.
- [5] 周温丹, 郑婷婷, 方善用. 地域文化元素在茶包装设计中的视觉转化与融合——以临海为例[J]. 福建茶叶, 2023, 45(2): 80-83.