

DOI: 10.13652/j.issn.1003-5788.2020.12.025

# 多维趣味表达儿童休闲食品包装设计

Packaging design of children's snack food based on  
multi-dimensional interesting expression

邱莉莉

QIU Li-li

(无锡城市职业技术学院, 江苏 无锡 214000)

(Wuxi City College of Vocational Technology, Wuxi, Jiangsu 214000, China)

**摘要:**在分析儿童休闲食品及其包装当前发展现状的基础上,论述了儿童成长过程中心理认知变化规律,提出根据儿童心理特征创新儿童休闲食品包装设计的重要意义;结合相关文献,指出开展儿童休闲食品包装设计的多维度趣味表达需坚持“以安全保障为首、趣味性与安全性兼顾以及‘以人为本’的个人化”的基本原则,通过色彩、形象、造型和结构等多表现维度实现儿童休闲食品包装的趣味表达,最后总结归纳了未来儿童休闲食品包装的发展方向。

**关键词:**儿童休闲食品;包装设计;趣味表达;多维性

**Abstract:** On the basis of analyzing the current development of children's snack food and its packaging design, children's psychological cognitive characteristics during growth were discussed, and the important meanings for innovating packaging design of their snack food according to those characteristics were also put forward. Combined with the information from relevant literature, it was pointed out that the multi-dimensional interesting expression of children's leisure food packaging design should adhere to the basic principles of "safety first, interest and safety considered, and 'people-oriented' personalization". The interesting expression of children's leisure food packaging should be realized through the multi-dimensional expression of color, image, shape and structure. Finally, the future development direction of children's leisure food packaging design was summarized.

**Keywords:** children's snack food; packaging design; interesting expression; multidimension

近年来,社会各界对食品包装与设计安全性提出了

更高的要求,尤其是面向尚未完全具备独立行为的儿童消费群体的儿童休闲食品包装市场<sup>[1]</sup>。长期以来,中国涉及儿童类休闲食品行业发展业绩增涨态势非常迅猛,日益成为食品行业的“增长极”;据相关信息披露,近20年来,中国婴、幼儿辅食产业年均增速达到20%左右,预计至2024年其市场规模将达436.23亿元<sup>[2]</sup>。儿童休闲食品包装作为食品包装行业的重要细分市场,具有有别于其它食品包装类型的鲜明特征:一方面,由于其销售对象为儿童群体,具体可细分为0~3岁婴幼儿、3~7岁学龄前儿童和7~12岁小学阶段适龄儿童3个阶段,其年龄结构、生理机能、审美趋向以及心理认知等各方面与成年人销售者群体迥然不同<sup>[3]</sup>;另一方面,设计师通常采用色彩亮丽、造型新颖和小巧精致的设计思路与视觉效果来迎合儿童消费者,通过增进儿童休闲食品包装趣味性与个性化,以此来赢得市场份额<sup>[4]</sup>。一般而言,食品包装不仅需要具有保护、储存食品的基本功能,而且更需要充分了解特定消费群体的消费预期、情感需求与心理认知等。

目前对于儿童休闲食品包装设计方面的研究大致可分为以下内容:

(1) 包装安全问题。主要对当前儿童食品领域存在的安全隐患与立法建设等方面进行相关探讨<sup>[5-6]</sup>。

(2) 理念创新与应用。基于无障碍设计、游戏思维、认知模式等设计观念,拓展儿童休闲食品包装设计思路<sup>[3,7-8]</sup>。

(3) 设计方法探索。一些研究者<sup>[4,9-10]</sup>将卡通形象、仿生结构、色彩构型等融入儿童休闲食品包装设计体系之中,以提升儿童食品设计质量。

纵观上述研究成果,目前关于儿童休闲食品包装侧重于设计思路创新与多元方法引入,对于促进中国儿童休闲食品包装设计总体水准提升具有重要参考价值。文章在梳理总结前人研究成果的基础上,遵循安全性、趣味化和个性化的基本原则,拟从色彩、文字、创意、造型和情感等多维度,进一步探究儿童休闲食品包装设计的理念、

**基金项目:**江苏省教育厅高校哲学社会科学研究基金项目(编号:2018SJA0883);江苏省大学生创新创业训练计划项目(编号:201913748003Y)

**作者简介:**邱莉莉(1979—),女,无锡城市职业技术学院讲师,学士。E-mail:wxczyql@163.com

**收稿日期:**2020-09-13

原则与方法等内容,以期促进儿童休闲食品行业的健康、有序、持续发展。

## 1 不同年龄时段儿童心理认知特征

根据 J·Piaget 儿童认知发展理论<sup>[8]</sup>,可将儿童心理认知演变规律划分为以下阶段:

(1) 0~2 周岁为感觉运动阶段(sensorimotor stage, SMS),处于这一年龄段的儿童主要依据感官刺激与环境变化来作出反应,相应的自我行为和认知体系尚未形成,无消费期望与情感需求。

(2) 2~7 岁为前运算阶段(pre-operational stage, POS),进入该年龄段的儿童逐渐从动作刺激步入符号思维,能够对周边环境进行一定辨识,以此根据自我意识理解、认识世界事物。

(3) 7~11 岁为具体运算阶段(concrete operational stage, COS),该阶段下的儿童已经具备一定的心理认知和行为操作,能够按照自我选择筛选符号,逻辑思维能力也在不断成型与完善。

(4) 达到 11 岁以后被称为形式运算阶段(form operational stage, FOS),此时儿童的抽象逻辑思维能力日臻完善,可通过假定情景预演分析处理未知难题,而不是采取机械式的操作行为。

由此可见,不同年龄时段的儿童其认知能力和心理状态具有明显差异,设计师应参照其心理认知特征作为儿童休闲食品包装设计的重要依据。

## 2 儿童休闲食品包装设计原则

食品包装不仅起着保护内部产品、便于物流运输以及提升销售业绩等基础功能,而且还是展示其视觉品味和文化价值的“导购员”,在儿童休闲食品行业更是表现得淋漓尽致。当前中国儿童食品市场规模增速不减、竞争激烈,具有广阔的发展前景,间接促进了包装设计师与相关企业对儿童休闲食品包装的重视力度与创新实践。已有大量研究<sup>[7-11]</sup>对色彩、形象、造型和结构等元素在儿童休闲食品包装设计的创新应用进行了总结与探讨,认为通过这些多维要素可大幅提升整体设计的趣味性和个性化。然而,实现儿童休闲食品包装设计的趣味性与个性化的首要前提,出于对其包装设计与生产环节的安全性保障。近年来,有关儿童因误食果冻、干燥剂等而发生意外伤害的事件屡见报道;个别包装印刷材料中残留着较高浓度的苯类试剂、漂白剂及重金属等污染物,对食用儿童的健康造成严重隐患;少数厂商为了吸引儿童消费者购买期望,纷纷采用造型奇特、过度包装以及“唯视觉化”等设计风格,导致儿童在食用过程中极易引发开启不便、误食非食用部件等风险,因此,对于面向儿童消费群体而言,儿童类休闲食品的包装设计应同时兼顾儿童生理特征、行为习惯与心理认知能力等因素,遵循安全性、趣味性和人文性的高度统一<sup>[2]</sup>。

### 2.1 恪守安全保障为首要原则

通常而言,影响食品包装安全的主要因素包装材料、结构造型和包装印刷处理等,例如在常见纸壳、塑料、金属和玻璃等原材料在其制备过程所产生的重金属元素、化合物和有机化合物等有害物质污染;部分厂商选择不合理的结构造型设计所造成的刺伤、夹伤以及吞食小型物件等危险。2015 年修订的《食品安全法》中明确指出,“……贮存、运输和装卸食品的容器、工具和设备应当安全、无害,保持清洁,防止食品污染……;直接入口的食品应当使用无毒、清洁的包装材料、餐具、饮具和容器……”,对属于包装范畴的材料、容器、辅料等生产安全进行了严格的立法保障。另一方面,作为以儿童消费者为主体销售对象的儿童休闲食品而言,由于还不具备自主的事物辨识能力和抵御安全风险能力,进而引发食品安全事故的概率远高于成人团体,因此关于儿童休闲食品包装设计的安全性方面的考量具有非常突出的现实意义与设计伦理。唯有设计师在迎合市场需求、创作出优秀的包装样式的同时,基于自身的职业道德与行业素养,将儿童食品包装与后续食用过程的安全性作为首要设计原则,才能实现有力规避儿童安全事件发生的可能,并助力于儿童的健康成长。

### 2.2 趣味性、安全性兼顾的原则

目前多数儿童食品经营厂商为了尽最大可能吸引儿童以及家长的购买兴趣,纷纷将大量精力、物力与财力聚焦在儿童食品包装的趣味性上,无不从包装材质、图案设计、造型结构和色彩运用等趣味表现新式探寻新型食品包装设计方案。目前市场上纷纷出现大量的绘制色彩绚丽丰富的卡通形象、明显人物的儿童休闲食品包装类型,甚至采用拟人化、仿生化处理后的图案样式,并且在造型选用上也尝试将包装制作成为相应的动漫人物以及食品外形等,形成了绚丽新奇、可爱生动的视觉冲击,极大地促进了相关食品的销售业绩<sup>[12]</sup>。

然而,随着儿童食品包装过度追求趣味性的同时,势必对其安全性,尤其是对于被内在包装所掩蔽的食品本身的安全考察,出现了严重的疏忽与误导。例如一些儿童食品生产厂商试图添加口感更好的特殊香精、添加剂等,不顾儿童生产营养需求状况,通过过度“假包装”牟取私利,甚至某些儿童食品经营者将相关玩具与食品进行混装,进而实现提升价格的目的,最终造成严重背离儿童休闲食品趣味性的后果。对此,为了有效处理上述问题,关于儿童休闲食品包装宜以保障儿童食用健康与安全的前提下,坚持适当化趣味性的原则,追求儿童食品安全、营养与外包装趣味实现的有效统一。

### 2.3 遵循“以人为本”的个性化原则

长期以来,包括儿童食品在内的中国食品行业屡次出现食品安全问题,严重影响人们身心健康,甚至一度暴露对于国产食品的“信任危机”,导致这一不良后果的主要原因在于食品生产经营部门缺乏“以人为本”的价值取

向。一些饼干类等儿童食品在包装的开启方式设计方面不尽合理,未充分考虑到儿童的饮食习惯和操作能力;个别灌装饮料的打开方式对于儿童而言也不尽友好,且在饮用过程中若使用吸管也具有一定的危险。

因此,关于儿童休闲食品包装设计在坚持安全性与趣味性的同时,坚持基于人文关怀的个性化设计理念也至关重要。与成人食品包装类似,设计师缺乏建立与儿童消费群体之间有效的互动机制,长期形成的以静态包装为行业发展方向,未充分考虑到儿童的情感体验与个性差异,因而难以满足不同消费群体的多元化需求,个别设计在使用过程中对于儿童消费者而言更是“灾难”级体验。随着社会进步,当今儿童的消费期望伴随着心理认知水平发生了明显变化,他们的个性化需求与独立性情感体验对于儿童食品包装设计的创新发展与提升产品市场竞争力发挥着愈来愈显著的作用。

### 3 儿童休闲食品包装设计多维趣味表达途径

多维趣味表达(multi-dimensional interesting expression, MDIE)是指在包装设计过程中应用色彩、形象、造型、结构以及创意等具有代表性的多维要素进行富有情感亲和力且不失商业价值的创新表现形式<sup>[13]</sup>。特别是面向儿童的食品包装而言,多维趣味表达具有更为广阔的应用价值与操作空间。

#### 3.1 色彩

儿童色彩偏好是认知心理学领域的研究热点之一。Birren<sup>[14]</sup>认为儿童对特定色彩的喜好除受遗传、性别等因子的控制外,还受到家庭、学校等外界环境的影响。一般而言,男孩趋向于灰色、棕色、绿色等深色调,而女孩则对红色、粉色、黄色等浅色调具有更高的辨识度,并且随着年龄的增长,暖色系逐渐成为儿童的色彩偏好<sup>[9]</sup>。就儿童休闲食品包装设计的色彩表达来看,色彩对于促进包装设计的信息传达、消费心理以及品牌效应具有重要意义,具体体现在:①合理的色彩搭配可以形成强烈的视觉冲击,迅速吸引消费者的注意力,并完成最终购买行为;②与儿童的内心世界产生紧密互动联系,有助于满足心理认知的情感体验;③积累儿童关于偏好色彩的长期记忆,形成对某一特定商品及其包装的依赖,进而促进儿童休闲食品的销售。被 DesignBolts 网站评为 2019 年度“20 大令人敬畏的食品包装设计思想灵感”之一的 Wallaroo 系列儿童水果干(图 1),采用选取儿童所偏好的颜色搭配方式,并结合夸张化、拟人化的形象造型、字体修饰以及标识图标,营造了强烈的视觉冲击力与心理认同感,体现了设计师基于儿童认知特征的多维趣味表达的设计风格。

#### 3.2 形象

除了大量运用色彩元素之外,目前儿童食品包装设



图 1 Wallaroo 系列儿童水果干包装

Figure 1 Packaging of Wallaroo series children's fruit dry

计领域充斥着大量以卡通人物、明星人物、动植物等强调形象表达类型。近些年来,诸如海绵宝宝、小猪佩奇等儿童卡通作品风靡全球,迅速在儿童世界里吸引了大量粉丝,因此大量食品包装设计师纷纷将一些经典动漫形象移植于儿童休闲食品包装之上,取得了良好的市场成效。从儿童认知水平考虑,卡通形象大多采用拟人、比喻等趣味化艺术加工而成,能够在较大程度上反映儿童心理层面的价值趋向和情感因素,具有较高的视觉辨识度。

图 2 为近年来风靡全美的一款 Titses 牛奶巧克力包装,该包装最为醒目的是其次谐幽默的人物形象,通过对不同年龄、性别、面部表情以及头型发饰的夸张处理,传达出独具特色人文气息与品牌价值。再如在图 3 中列举的为一款新近推出的海鲜类即食零食 Vital Aquatics,其包装设计也独具特色,该包装采用经典的热带海洋鱼形象,以不同颜色分别代表食材类型,非常形象可爱,富有趣味性。

#### 3.3 造型

儿童对于造型独特、设计新奇的事物往往表现出更

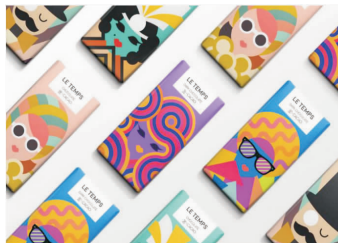


图 2 Titses 牛奶巧克力包装

Figure 2 Packaging of Titses milk chocolate



图 3 Vital Aquatics 海鲜即食零食包装

Figure 3 Packaging of Vital Aquatics seafood instant snack

为强烈的兴趣与喜爱,这与其心理认知特征具有密切联系。因此,敢于突破常规、造型新颖的食品包装设计往往能捕获儿童的好奇心和注意力,促进其情感体验与互动效应;与此同时,这也是实现儿童休闲食品趣味性的重要体现,不仅是在包装色彩、形象方面大胆突破,而且更需要就整个包装造型进行创新探索。例如一款名为 Pachak 的干果食品包装,打破传统的袋装或灌装设计思路,将其包装盒设计为一段中部透明化的树洞造型,消费者可通过树洞非常清晰地看见包装内食品状况,该包装让人联想到这些干果生长在树林的情形,增进与消费者的心理情感<sup>[15]</sup>。图 4 为立陶宛 RS WPI Vilnius 公司设计的一款儿童玉米干包装,巧妙地在该儿童食品包装设计中采用刀版工艺,将火烈鸟、猫头鹰、树獭等动物造型既作为视觉符号,又能作为玩具主体,孩子们可以通过简单的裁剪和拼装就能制作出精美的手工作品,而且可以更换不同的部件得到不同的风格,极大地提升了食品包装的趣味性与游戏性。

### 3.4 结构

儿童食品的包装结构也是其设计过程中需要重点考虑的表现形式之一。与造型设计不同的是,包装结构需要更多的观察、研究自然界事物的内在结构,挖掘其艺术灵感,并将其与食品包装设计巧妙地联系起来,为包装创造出忍俊不禁的具有创造力的新型结构设计,常用的设计手法包括夸张、仿生和拟人等。图 5 所示为一款由俄罗斯设计师 Pyctam Yemahob 研制设计的 Shake My Head 奶昔包装系列,该包装采用夸张的人物头像结构,表情丰富、诙谐怪诞,有的酷似正在发怒或是闭目养神,非常可爱,富有趣味性,并且在其侧面设计有一对耳朵,可作为消费者在饮用过程中的卡扣,防止不慎跌落,体现了趣味性与人性化的设计原则。

设计师与研究人员从包装材质、创意、情感体验等角度对儿童食品包装设计进行了大量创新探索,积累了一定的经验与技术。随着全球信息化、数据化和网络化的加速推进,基于智能化、信息化,且富有后现代简约主义、绿色环保的包装设计风格势必成为未来儿童休闲食品包装领域的重要方向,更多趣味表达形式的个性化儿童食



图 4 SALDUS KUKURUZAI 儿童玉米干包装  
Figure 4 Packaging of SALDUS KUKURUZAI children's corn dry



图 5 Shake My Head 奶昔包装

Figure 5 Packaging of Shake My Head milkshake

品包装将伴随着儿童的成长、学习生活,发挥更加突出的情感价值。

## 4 结束语

在全球设计思潮高度发展与迅速转变的当下,大量的优秀作品与设计风格充斥着整个人类社会。儿童休闲食品包装也取得了飞速发展,在充分保障安全性的前提下,兼顾趣味化与个性化已经成为相关研究领域与设计人员的基本认识。在此基础上从色彩、形象、造型以及结构的维度构建了多维趣味表达下儿童休闲食品包装设计的实现途径,通过多维趣味表现形式的运用促进儿童休闲食品包装设计朝着追求儿童食品安全性、趣味性和人性化设计方向迈进,让更多的儿童食品包装走进儿童日常生活与情感世界中,帮助他们健康成长,培养积极向上、热爱生活的世界观、人生观与价值观。

### 参考文献

- [1] 许贵元. 别让“假包装”儿童食品蒙住眼睛[N/OL]. 人民政协报. (2019-11-11) [2020-06-20]. <http://dzb.rmzxb.com/index.aspx?date=2019-11-11&verOrder=06&banzi=5&paperType=rmzxb>.
- [2] 中国产业信息网. 中国婴幼儿辅食行业发展现状、格局及趋势分析[EB/OL]. (2020-05-15) [2020-06-20]. <http://www.chyxx.com/industry/202005/863219.html>.
- [3] 袁恩培, 祝蓬阳. 儿童食品包装的无障碍设计研究[J]. 包装工程, 2013, 34(9): 1-4.
- [4] 米满宁, 李方, 易利杰. 卡通形象在儿童食品包装设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2013, 34(16): 95-98.
- [5] 尤磊. 儿童休闲食品存在的问题及改进措施[J]. 中国质量技术监督, 2010(2): 60-61.

(下转第 158 页)

- sorghum (*Sorghum bicolor* L.) bran and their biological activities[J]. Food Chemistry, 2018, 262: 14-20.
- [20] ÁLVAREZ-CASAS M, GARCÍA-JARES C, LLOMPART M, et al. Effect of experimental parameters in the pressurized solvent extraction of polyphenolic compounds from white grape marc[J]. Food Chemistry, 2014, 157: 524-532.
- [21] NADAR S S, RAO P, RATHOD V K. Enzyme assisted extraction of biomolecules as an approach to novel extraction technology: A review[J]. Food Research International, 2018, 108: 309-330.
- [22] 许先猛, 张增帅, 郭俊花, 等. 苹果多酚提取和纯化关键技术研究进展[J/OL]. 食品与机械. (2020-10-27)[2020-11-06]. <https://kns.cnki.net/kcms/detail/43.1183.TS.20201027.1736.012.html>.
- [23] 贺银菊, 张旋俊, 杨再波, 等. 响应面优化紫果西番莲叶多酚超声辅助提取工艺及其抗氧化活性[J/OL]. 食品工业科技. (2020-06-24)[2020-11-06]. <https://kns.cnki.net/kcms/detail/11.1759.TS.20200624.1557.010.html>.
- [24] 蔡如玉, 常世敏, 宋春丽. “凤丹”油用牡丹籽多酚提取工艺优化及抗氧化活性研究[J]. 食品与机械, 2020, 36(7): 181-186.
- [25] 余欣珂, 明建, 支玲, 等. 真空冷冻干燥对菊花多酚含量及其抗氧化活性的影响[J]. 食品与机械, 2020, 36(6): 138-144.
- [26] 董怡. 光果甘草叶黄酮的分离纯化、活性研究及应用[D]. 广州: 华南理工大学, 2016: 31-45.
- [27] CHEN Xiu-min, MU Kai-wen, KITTS D D. Characterization of phytochemical mixtures with inflammatory modulation potential from coffee leaves processed by green and black tea processing methods [J]. Food Chemistry, 2019, 271(12): 248-258.
- [28] CHEN Xiu-min, MA Zhi-li, KITTS D D. Effects of processing method and age of leaves on phytochemical profiles and bioactivity of coffee leaves[J]. Food Chemistry, 2018, 249(24): 143-153.
- [29] CHEN Xiu-min, KITTS D D, JI Da-yi, et al. Free radical scavenging activities of phytochemical mixtures and aqueous methanolic extracts recovered from processed coffee leaves[J]. International Journal of Food Science and Technology, 2019, 54(10): 2 872-2 879.

(上接第 114 页)

甜菜和黄瓜温度分别升高了 8 ℃ 和 5 ℃。后续将关注包覆材料发射率与红外热成像照相机读数之间的相互作用。

### 参考文献

- [1] 龚树生, 梁怀兰. 生鲜食品的冷链物流网络研究[J]. 中国流通经济, 2006(2): 7-9.
- [2] 曾庆菊. 食品冷链物流与技术管理规范化[J]. 食品研究与开发, 2020, 41(17): 235.
- [3] 申江, 杨萌. 食品冷链的技术发展[J]. 包装工程, 2015, 36(15): 1-8.
- [4] 丁珍妮, 宋海燕. 食品保温包装的发展过程[J]. 上海包装, 2015(12): 62-65.
- [5] 潘嘹, 卢立新, 王军. 生鲜食品冷链控温包装设计方法研究[J]. 食品与生物技术学报, 2017, 36(5): 507-511.
- [6] THIJS Defraeye, PAUL Cronjé, TARL Berry, et al. Towards integrated performance evaluation of future packaging for fresh produce in the cold chain [J]. Trends in Food Science & Technology, 2015, 44(2): 201-225.
- [7] MACNISH A J. Comparison of pallet cover systems to maintain strawberry fruit quality during transport[J]. Hort Technology, 2012, 22(5): 724.
- [8] 刘又夫, 周志艳, 田麓弘, 等. 红外热成像技术在农业中的应用[J]. 农业工程, 2019, 9(11): 102-110.
- [9] 李真, 史智兴, 王成, 等. 红外热成像技术在作物胁迫检测方面的应用[J]. 农机化研究, 2016, 38(1): 232-237.
- [10] GOWEN A A, TIWARI B K, CULLEN P J, et al. Applications of thermal imaging in food quality and safety assessment[J]. Trends in Food Science & Technology, 2010, 21(4): 190-200.
- [11] 黄露. 基于认知心理学的儿童食品包装形象与色彩喜好分析[J]. 食品与机械, 2019, 35(11): 113-116, 205.
- [12] 杨萍. 儿童食品包装设计的安全性、趣味性与人文化[J]. 食品与机械, 2016, 32(9): 99-101.
- [13] 张冰钰. 基于趣味构成形式的现代食品包装设计[J]. 食品与机械, 2018, 34(10): 113-117.
- [14] BIRREN F. Color preference as a clue to personality[J]. Art Psychotherapy, 1973, 1(1): 13-16.
- [15] 薛晓光. 休闲食品包装趣味性的价值及设计原则[J]. 食品与机械, 2019, 35(11): 122-125, 175.

(上接第 122 页)

- [6] 董金狮, 段玉静. 中国食品包装安全问题的现状及最新政策标准动态[J]. 湖南包装, 2011, 26(2): 3-6, 12.
- [7] 余安琪. 基于游戏化思维的儿童食品包装设计[J]. 湖南包装, 2019, 34(4): 109-112.
- [8] 白雪, 陈淑姣. 儿童认知模式在食品包装中的应用[J]. 包装工程, 2013, 34(4): 5-7, 20.
- [9] 郭婷婷. 儿童食品包装中的仿生设计[J]. 包装工程, 2015, 36(8): 104-107.
- [10] 相静. 色彩在儿童食品包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2019, 40(22): 283-286.