

# 民俗文化要素在地方特色食品包装设计中的表达

## Expression of folk culture elements in the packaging design of local characteristic food

左文

ZUO Wen

(湖南科技学院, 湖南 永州 425199)

(Hunan University of Science and Engineering, Yongzhou, Hunan 425199, China)

**摘要:**在分析民俗文化要素、地方特色食品包装属性的基础上从包装材料、包装造型、装饰视觉 3 个方面提出地方特色食品包装设计路径,使地方特色食品包装展现“自然美、体验美、地域美”,以促进文化认同。

**关键词:**地方特色食品;民俗文化;包装设计;文化认同

**Abstract:** Based on the analysis of folk culture elements and local characteristic food packaging attributes, the design path of food packaging was proposed from three aspects of packaging materials, packaging modeling and decorative vision, so as to make local specialty food packaging show “natural beauty, experience beauty and regional beauty”, thereby promote cultural identity.

**Keywords:** food with local characteristics; folk culture; packaging design; cultural identity

地方特色食品是民俗文化不可或缺的组成部分,不同地域的饮食文化和食品种类既有共性也有差异<sup>[1]</sup>。比如,南方汤圆与北方元宵,虽两者的外形相近,由于风俗习惯差异,却存在食材差异,而且均是具有地方特色和文化标识的民俗产物<sup>[2]</sup>。当前,因为食品保存技术落后、包装简陋、生产效率低、手工成本高以及高油高盐高糖等情况,地方特色食品在市场上面临着滞销的问题<sup>[3]</sup>。孙宝国等<sup>[4]</sup>提出,中国食品产业发展的当务之急和最大趋势是将传统食品现代化。要实现其现代化,一是要研究传统食品的制作技艺,实现自动化生产;二是要研究传统食品营养与保鲜技术;三是要从包装材质、形式、设计上改变以往简陋形象。将中国文化与地方特色食品包装有机结合,可以在一定程度上突破地方特色食品包装的困境,为传统食品工业化与现代化推波助浪。因此,越来越多的学者开始将目光集中在文化与包装的结合上,如张

钊<sup>[5]</sup>提取江西古村落图案元素,与地方特产包装设计进行了融合,极大地提升了产品文化品位。杨艳平等<sup>[6]</sup>将中国传统吉祥纹样形态应用在食品包装设计中,提升了食品包装设计的传统文化性。郭利芳<sup>[7]</sup>提出,传统文化应用于食品包装设计,能够彰显文化自信,发扬民族精神。魏可欣等<sup>[8]</sup>认为,提取延安独特的窑洞文化基因运用于特产食品包装设计,有利于地域文化传承与食品包装创新。

上述文献说明,将中国传统文化融入食品包装设计是地方特色食品包装的主体需求,更是实现中国传统食品工业化、现代化发展的迫切要求。研究拟阐述中国传统文化中民俗文化的价值,厘清民俗文化与特色食品包装的关系以及民俗文化要素在地方特色食品包装中的选择与表达思路。

### 1 民俗文化的特征与价值

民俗,即民间风俗,泛指一个国家或民族中由广大人民群众创造、传承的生活文化<sup>[9]</sup>。民俗文化由广大人民群众创造,以民俗事象作为载体,既能呈现国家或地域的物质精神文化,也是非物质文化遗产的重要组成部分。不仅可以泛指国家、民族或地域上民众创造传承的生活文化习惯,还可当做长期物质生活升华而形成的精神文化现象<sup>[10]</sup>。从种类上看,民俗文化可分为物质、社会、精神 3 个层面。具体涵盖范围为:物质民俗文化,包括人们生活中物质领域涉及到的民俗融合,如生产方式、衣食住行等;社会民俗文化,指国家或民族风俗习惯、社交礼仪等社会层面产物;精神民俗文化,是以精神领域寄托和信仰为主的民俗文化,如宗教信仰、道德伦理、民间艺术等<sup>[11]</sup>。由此可见,其文化具有鲜明的地域性、独特的形象性、突出的群体性等特征。

同时,民俗文化是传统文化的重要组成部分,在民族传统中通俗且不可或缺,影响人们的生活习惯和生存意识。从整体上看,民俗文化的价值体现在艺术价值、时代

**基金项目:**湖南省教育厅科学研究项目(编号:19C0801)

**作者简介:**左文(1990—),女,湖南科技学院讲师,硕士。

E-mail: 380215247@qq.com

**收稿日期:**2022-01-25 **改回日期:**2022-05-06

价值两个维度。其中,艺术价值最为突出,比如民间艺术中的绢花、绒绣、大名草编、木版年画、麦秆画等,既是民俗文化的传承,也是民间艺术的传承。在传承过程中凝聚着古人的思想和精神,留下了丰富的艺术语言,是当代艺术发展和创新的原动力<sup>[12]</sup>。这些带有艺术价值的民俗文化,在形成过程中凝聚了地方智慧,其纯粹的情感可以引人共鸣。

民俗文化还具有时代价值,能够折射时代精神风貌,传承传统文化。比如,湖南渔鼓地方民俗曲艺中的唱本,体现了当地人勤劳勇敢的优良传统,让人在欣赏过程中能够实现共情。再者,民俗文化是在长期生产和生活中形成的,带有鲜明的民族特色与地域特色。若将民间刺绣、民间绘画、民间雕刻、民间建筑物等文化元素运用于艺术作品设计,其独有的视觉语言能增加作品辨识度,让更多人了解到传统文化。由此,民俗文化在发展过程中,将时代价值和艺术价值融入作品,既体现了传统民俗文化的价值,也促进了中国传统文化的保护与传承<sup>[13]</sup>。

## 2 民俗文化与地方特色食品包装

民俗文化具有深厚的艺术价值,不仅传承传统文化,还能为地方特色食品包装设计提供新的思路和灵感。不管是将其中的民俗文化元素原汁原味的引入,还是经过再创作、再优化而呈现的视觉效果,都能够对地方特色食品包装价值提升起到关键作用。从小处讲,它能够提高其设计的文化互动性,让消费者通过民俗文化媒介与地方特色食品产生情感交流,帮助地方特色食品打开市场。从大处而言,食品包装作为民俗文化的物质载体与地方特色食品的销售外衣,对民俗文化的传播和塑造品牌形象起到重要的助推作用<sup>[14]</sup>。

本身就具有浓郁传统文化与地域特色的地方食品,采用结合民俗文化元素的包装设计,能够赋予产品更高的文化价值。一方面,地方特色食品包装作为民俗文化的载体,强化了人们对其地域文化内涵的认知。如北京富华斋饽饽铺“点点心意”宫廷御点,代表了老北京饽饽饮食文化传统的复兴,其外包装运用北京古老宫廷建筑与人物形态,表现出该食品特有的文化内涵。另一方面,地方特色食品包装体现民俗文化,既能突出包装艺术美感,也能强化消费者对其品牌的记忆。如上海杏花楼糕点,已打造成为“城市伴手礼”优质名片。其外包装设计元素均来自传统民俗节日或老上海生活场景,从而让杏花村品牌印象在百年历史中独具价值。

## 3 适合食品包装的民俗文化要素选择

民俗文化具有鲜明的特征与价值。其内容承载了当地的风土人情、生活习惯、情感寄托、信仰观念;其要素涵盖生产劳动、社会生活、节日、民间婚丧嫁娶等多个领域<sup>[15]</sup>。而包装设计的成功与否,皆在于图形、色彩、材料运用等方面的突出表现<sup>[16]</sup>。由此,地方特色食品包装在

设计上需依据产品地域文化特点,对其文化要素进行合理的选择与提取,并运用于包装设计之中。

### 3.1 提取有“形”要素

民俗文化的有“形”要素具体指的是传统吉祥纹样、民间艺术造型等典型的形体结构<sup>[17]</sup>。在宏观层面,物体表面的材质纹理、外观造型皆为“形”,而像年画、剪纸、雕刻等形式也都是具有代表性的艺术“形”式表达;在微观层面中,图案是“形”的范畴之一,包括“龙纹”“云纹”“鱼纹”“古金钱”等诸多造型。这些要素通常具备某些特殊意义,如龙灯、年画、剪纸等,是反映社会大众情感、愿望和精神寄托的重要文化符号,恰当地将其融入到食品包装设计之中,能够使消费者产生对产品与民俗文化关联的视觉印象,激发其对产品的情感共鸣。如潘虎设计实验室出品的“云冠橙”地方褚橙包装,选择以剪纸风格视觉塑造大树与中国橙王褚时健的形象,其图案表现出透与空的现代艺术感,同时画面内容向大众展现了品牌与老人传奇的成长历程(见图1)。由于传统剪纸均呈现婚嫁、典故、吉祥纹样等多样化的题材,所使用的线条通常较繁杂。因此,该设计对剪纸艺术形式进行了简化,在保留其造型特征的基础上,结合当代审美趋势进行了图案再创作。可见,提取民俗文化有“形”要素时应注重删繁就简、提炼本质,可通过归纳、写生、勾勒和夸张变形等多种方式<sup>[18]</sup>,从中选取简单且有文化寓意的纹样或造型,再进行形态设计、特征重组和勾勒,设计出既贴合时代审美又具民俗文化记忆的食品包装。

### 3.2 提取有“色”要素

色彩是一种能够为消费者带来极强视觉冲击力的民俗文化要素<sup>[19]</sup>,通常具有某种独特的象征意义。例如,在民俗文化中,红色与喜庆吉祥关联,蓝色与深沉内敛关联,而黑色则体现出沉稳与大气<sup>[20]</sup>。在封建社会,不同颜色代表了不同阶级,色彩具有了明显的政治意味<sup>[21]</sup>;对于社会大众,“红红绿绿,图个吉利”的文化意涵也常通过传统的剪纸、刺绣、年画、皮影等民俗文化事物表现出来<sup>[19]</sup>。若恰当地将色彩运用到食品包装设计中,能通过色彩视觉刺激消费者对食品产生丰富的联想。以酒包装为例,“洋河大曲”“水井坊”“剑南春”等品牌的酒分别选取以蓝



源自: <https://www.zcool.com.cn/>

图1 “云冠橙”包装设计

Figure 1 Packaging design of Yun Guan Cheng

色、黄色和红色作为包装的主色调,均是民俗色彩在食品包装中有效运用的典型案例,这既可以体现酒品牌的档次,又可提升品牌的识别度。再如喜鹊战略包装设计出品的“枝喜山”山花蜜包装,为了凸显新疆天然原产地的地域特征,设计师选择以红、黄、黑相互映衬,对服饰上的凤凰“红”图案做艺术深化,用金丝盘绕做点缀,配以新疆“黑”蜂基调中和色彩,视觉瑰丽神秘,既凸显了“山”的特点,又融合了新疆地域特色,最终产品视觉瑰丽神秘,东方味道十足(图 2)。其外部包装色彩的表达元素虽多,却搭配和谐严谨,以细节取胜,从整体到局部,从简单到复杂,庄重与典雅并存,凸显了蜂蜜包装层面的价值。因此,在提取民俗文化色彩元素,并将其运用于食品包装设计的过程中,设计师应对民俗文化事物的主色调进行解析与提炼,明确代表该民俗文化的主色调,将其民俗文化的典型色彩融入设计,创造出新的色彩视觉形象。



源自: <https://www.zcool.com.cn/>

图 2 “枝喜山”山花蜜包装设计

Figure 2 Packaging design of Zhixishan mountain nectar

### 3.3 提取有“意”要素

民俗文化中的“意”指民俗文化事物的内在精神、思想内涵、审美追求和象征等意义本质<sup>[22]</sup>。通常传统文化中的符号、寓意是特定群体集体创作的结果,也是逐渐被大众所熟知、接受的文化信仰<sup>[23]</sup>。可见,“意”的要素被认为是民俗文化的灵魂要素,能够在情感上使消费者产生深层次共振<sup>[24]</sup>。由此,提取民俗文化“意”要素的关键在于把握其文化事物的文化含义与内涵,并与食品包装中的“形”“色”“声”等要素重组,形成能够表达复杂含义和精神内涵的视觉符号,共同呈现某类民俗文化的意境、审美或情感。例如,2021 年端午节,由“宫里的世界”与“有礼有节”品牌联合出品,故宫宫廷文化监制的“宫里过端午”礼盒(图 3),一经推出便吸引了消费者目光,给人一种耳目一新的感觉。在具体设计过程中,将宫廷瑞兽香囊、龙舟游戏等端午典型民俗吉祥元素引入,包装结构选用立体式故宫狮提手,外盒选用“宫”字做造型,仿佛带消费者走进紫禁城,感受皇城节庆氛围,收获来自宫里的安康祝福。当朴实无华的民俗文化意象邂逅高贵典雅的宫廷文化,碰撞出的“意”术美感既凸显了端午礼盒的节日感,也无形中拉动了消费者的情感共鸣,提升了商品的层次感。



源自: <https://www.zcool.com.cn/>

图 3 “宫里过端午”礼盒包装设计

Figure 3 Packaging design of Dongliguoduwanwu gift box

### 3.4 提取有“声”要素

民俗文化中的声音既可以通过人类语言表达,也可以通过自然界的聲音表达,常被称作听觉映像,也能指引人联想到民俗的某个意义或概念<sup>[25]</sup>。例如,人们在看到“枣”字的时候常会读出“zao”,能够让人联想到可食用的果实,但人们也易于将“枣”和“栗子”等发音“zaolizi”与“早立子”的谐音进行关联,从而衍生“早生贵子”的民俗文化含义。再如,用于传统婚礼场合的民俗歌曲《撒帐歌》包含了用手撒帐的枣、栗等实物的相关歌词,使用了双关、转喻等修辞手段,具有“早生贵子”“子孙满堂”等隐含意义的民俗象征符号。此外,自然界的动物鸣叫声、闪电雷鸣声等声音元素也常在民俗文化中出现。如古人常将母鸡啼鸣、乌鸦叫、猫头鹰与不祥之兆关联,而认为清晨喜鹊叫声才是吉祥符号。与民俗文化中的自然界声音要素相比,语言类声音要素更常在食品包装设计中被运用<sup>[26]</sup>。在食品包装设计中常常利用比喻、比兴、双关、隐喻、转喻等修辞手段制造“谐音梗”。例如,福建觅礼手信礼品店设计了一款喜糖礼盒,盒内含小猪泡面锅和喜柿喜糖盒,取名“诸事顺利”,而小水桶配合喜糖,则取名“一同喜乐”,有吉祥、喜庆的民俗文化寓意;再如福建麦都食品设计了传统民俗系列礼盒,其中一款月饼礼盒以“千鲤共婵娟”为主题,采用谐音化的表达,呼应了中秋佳节,并结合“锦鲤”元素传达了美好、幸运的诚挚祝福(图 4)。

## 4 民俗文化要素在地方特色食品包装中的表达思路

民俗文化与地方特色食品有着密不可分、相互依存



源自: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/411859197>

图 4 “千鲤共婵娟”中秋礼盒包装

Figure 4 Packaging design of “Qian li gong chan juan” mid-autumn festival gift box

的关系,地方特色食品在地方旅游经济和地区形象中又扮演着重要的角色。因此,从民俗文化中择取适宜的要素,通过对包装材料、包装造型、装饰视觉3个方面有目的地进行设计<sup>[27]</sup>,再运用现代的设计语言符号反映物质民俗、社会民俗、精神民俗的文化内涵,从而解读食品包装中的地域特点,提升其美感品质。

#### 4.1 包装材料本土化,表达生态自然美

材料作为包装的物质载体,是实现包装使用价值的客观条件<sup>[27]</sup>。对于地方特色食品,包装材料既要满足盛装与保鲜功能,又要尽量取材本地特有自然风物。由此,地方特有的天然包装材料是设计的良性选择,这类材料在环保的同时,也可以别出心裁地体现民俗个性。如“世界之星”包装设计获奖作品“归安德化”黑茶包装(图5),外包装上使用当地特有的竹质材料,内包装使用干燥竹叶,并融入太极文化符号造型,且包装开启方式与太极符号形态交相呼应,将材料运用与文化内涵结合得恰如其分。这种包装设计形式给南方部分茶叶产品带来了设计灵感,市场上陆续出现独特的茶叶包装品牌,极具物质民俗文化识别性。此外,也有地区依据地方民俗特点,出现麦秆打包水果、荷叶包裹粽子、葫芦盛酒等天然材料包装形式。突出了生态包装材料质感及色彩优势,也流露出人与自然之间的淳朴情感,更展现了地方特色食品的“生态色”与“自然美”<sup>[28]</sup>。



源自: <https://www.sj33.cn>

图5 “归安德化”黑茶包装设计

Figure 5 Packaging design of *Guiandehua* brick tea

#### 4.2 包装造型独特性,感受互动体验美

众所周知,包装造型结构应以保护商品为基本目的。随着市场食品包装的更新迭代,其造型不仅要满足商品的保护、运输、携带等使用功能,还要考虑消费者的审美心理与精神需求。社会民俗文化中,意义丰富的元素可运用在食品包装造型设计,构建包装造型情景突出设计感。像端午节的粽子、中秋节的月饼、重阳节的菊花等民俗要素,皆存在社会群体的共同记忆,可激发人们情感、行为的互动。比如,“斗转星移”月饼包装造型设计创意点源自民间玩物走马灯(图6),灯内点上蜡烛产生热量会出现气流,使得带有剪纸的轮轴缓缓转动。由此,设计师将走马灯原理与月相寓意相结合,盒子底部的四象代表不同月相,包装旋转支撑点代表无数家庭,所产生的火花



源自: <https://www.zcool.com.cn/>

图6 “斗转星移”月饼包装设计

Figure 6 Packaging design of *Douzhuaxingyi* moon cake

气流代表对家的思念。其互动式包装造型设计让消费者在打开包装、食用产品的过程中有了“体验美”,也使消费者更好地体会到食品包装设计的巧妙之处<sup>[29]</sup>。

#### 4.3 包装视觉民族化,营造装饰地域美

包装视觉包括图形、文字、色彩三要素<sup>[30]</sup>。消费者对产品的感知往往来源于包装上的视觉表现。所以,在地方特色食品包装视觉表现风格中,应该着重考虑产品特征,深入挖掘个性与优势<sup>[27]</sup>。精神民俗文化本身“绘声绘色”“形色俱全”,具有地域个性,正是其视觉设计最佳切入点。例如,“百鸟朝凤”“喜鹊登梅”“鲤鱼跃龙门”等民间俗语,“西王母神话”“鲁班传说”“女娲传说”等民间神话故事,皆表达了民众的美好愿望。将这些民俗设计元素在食品包装设计中运用,不仅能迅速唤起消费者共鸣,还能突出产品民族性,彰显设计风格<sup>[31]</sup>。随着中国国际影响力和文化自信的不断提高,“国潮”风尚正在崛起,越来越多的设计者通过深度挖掘和巧妙组合,设计出了满足消费者价值需求和文化追求的产品包装<sup>[32]</sup>。如,山东雪川旗下品牌“来伴蒜”的新年产品包装(图7),将极富传统色彩的“年兽”“门神”形象与流行元素进行创新再设计,把精神民俗文化元素与现代包装设计进行了巧妙融合,充分凸显了“地域美”,营造了“过了腊八就是年”的喜庆气氛。



源自: <http://www.cn-design.com>

图7 “来伴蒜”食品包装设计

Figure 7 Packaging design of *Laibansuan* food

## 5 结语

文章主要阐述了民俗文化作为传统文化的物质表现形式,其具有鲜明的地域性、突出的形象性、可感的群体性等特征,同时兼具重要的艺术价值、时代价值,且与地方特色食品有着密不可分的联系。从小处着眼,通过对地方特色食品进行包装创新设计,既有利于提升传统食品的市场竞争力,也有利于弘扬中国传统文化。它将民

俗文化中“形、色、意、声”等要素进行整合提炼,并结合现代设计方法理念并与地方特色食品包装设计相融合,能够实现与消费者的内心互动,情感共鸣,从而提升地方食品包装的文化美感,提高食品的销量。从大局论,民俗文化融入到地方食品包装上,使其持久飘香,可以树立国民内在的文化自信。总之,将民俗文化融入到地方食品包装设计之中,不仅能塑造富有个性,文化内涵丰富的包装形式,提升大众文化认同感,开拓地方食品销售市场,助力中国传统食品工业化、现代化发展;还有益于物质民俗文化、社会民俗文化、精神民俗文化的传播,助力营造“各美其美、美美与共”的文化家园。

### 参考文献

- [1] 李春雨, 贾海先, 赵耀, 等. 我国各地特色食品标准制定情况研究[J]. 中国卫生监督杂志, 2021, 28(4): 351-360.  
LI Y C, JIA H X, ZHAO Y. Research on the formulation of special food standards in various areas of China[J]. Chinese Journal of Health and Inspection, 2021, 28(4): 351-360.
- [2] 黄宗富. 寻根乡土民俗文化[J]. 思想政治课教学, 2021(3): 53-54.  
HUANG Z F. Searching for the root of local folk culture[J]. The Teaching of Thought and Political Study, 2021(3): 53-54.
- [3] 尹洪, 陈欣悦. 论地方特色食物产品的创新设计[J]. 包装工程, 2019, 40(22): 260-264, 274.  
YIN H, CHEN X Y. Innovative design of local specialty products[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(22): 260-264, 274.
- [4] 孙宝国, 王静. 中国传统食品现代化[J]. 中国工程科学, 2013, 15(4): 4-8, 2.  
SUN B G, WANG J. Modernization of Chinese traditional food[J]. China Engineering Science, 2013, 15(4): 4-8, 2.
- [5] 张钊. 江西古村落图案在现代特产包装设计中的应用研究[J]. 湖南包装, 2019(5): 112-114.  
ZHANG F. Application of Jiangxiancient village patterns in modern specialty packaging design[J]. Hunan Packaging, 2019(5): 112-114.
- [6] 杨艳平, 文雅婷. 中国传统吉祥纹样在食品包装中的应用研究[J]. 湖南包装, 2020(5): 101-106.  
YANG Y P, WEN Y T. Research on the application of Chinese traditional auspicious patterns in food packaging[J]. Hunan Packaging, 2020(5): 101-106.
- [7] 郭利芳. 传统文化在食品包装中的应用[J]. 食品与机械, 2021, 37(7): 247.  
GUO L F. The application of traditional culture in food packaging[J]. Food & Machinery, 2021, 37(7): 247.
- [8] 魏可欣, 詹秦川. 基于窑洞文化的延安特产食品包装设计[J]. 食品与机械, 2022, 38(2): 104-110.  
WEI K X, ZHAN Q C. Packaging design of Yan'an specialty food based on cave culture [J]. Food and Machinery, 2022, 38(2): 104-110.
- [9] 钟敬文. 民俗学概论[M]. 上海: 上海文艺出版社, 1998: 1.  
ZHONG J W. Introduction to folklore[M]. Shanghai: Shanghai Literature and Art Publishing House, 1998: 1.
- [10] 赵艳. 从“乡土中国”到“后乡土中国”: 民俗文化在乡村振兴战略中的资源价值[J]. 青海社会科学, 2021(2): 100-104.  
ZHAO Y. From native china to post native China: Resource value of folk culture in rural revitalization strategy[J]. Qinghai Social Sciences, 2021(2): 100-104.
- [11] 蔡志荣. 民俗文化的当代价值[J]. 西北民族研究, 2012(1): 208-211, 188.  
CAI Z R. Contemporary value of folk culture [J]. North West Ethno-National Studies, 2012(1): 208-211, 188.
- [12] 王静. 浅谈中国民俗文化对现代艺术设计的影响[J]. 工业设计, 2015(4): 69-70, 72.  
WANG J. Research on the influence of Chinese folk culture on modern art design[J]. Industrial Design, 2015(4): 69-70, 72.
- [13] 王德刚. 民俗文化的当代价值: 基于民俗学者深度访谈与文献对读研究[J]. 民俗研究, 2019(2): 33-49, 158.  
WANG D G. Study on the contemporary value of folk culture based on folklorist in-depth review and literature [J]. Folklore Studies, 2019(2): 33-49, 158.
- [14] 章翔. 地域文化在地方特色食品包装中的体现[J]. 美术大观, 2013(3): 114.  
ZHANG X. Embodiment of regional culture in local characteristic food packaging[J]. Art Panorama, 2013(3): 114.
- [15] 李佳蔚. 民俗文化元素与当代艺术设计[J]. 江西社会科学, 2016, 36(8): 233-238.  
LI J W. Folk cultural elements and contemporary art design [J]. Jiangxi Social Sciences, 2016, 36(8): 233-238.
- [16] 王平善. 平面设计中版式设计的特点及应用分析[J]. 包装工程, 2021, 42(2): 236-238, 242.  
WANG P S. Characteristics and application analysis of layout design in graphic design [J]. Packaging Engineering, 2021, 42(2): 236-238, 242.
- [17] 龙惠敏. 现代包装设计的文化特征[J]. 包装工程, 2018, 39(20): 315-318.  
LONG H M. Cultural characteristics of modern packaging design [J]. Packaging Engineering, 2018, 39(20): 315-318.
- [18] 陆琳, 陈扬. 民俗文化元素在城市品牌视觉形象中的应用[J]. 包装工程, 2021, 42(2): 186-190, 194.  
LU L, CHEN Y. Application of folk culture elements in the visual image of urban brands [J]. Packaging Engineering, 2021, 42(2): 186-190, 194.
- [19] 龙惠敏. 现代包装设计的文化特征[J]. 包装工程, 2018, 39(20): 315-318.  
LONG H M. Cultural characteristics of modern packaging design [J]. Packaging Engineering, 2018, 39(20): 315-318.
- [20] 陈慧君, 高赫添. 民俗文化与现代设计融合浅论[J]. 美术观察, 2021(9): 74-75.  
CHEN H J, GAO H T. On the integration of folk culture and modern design [J]. Art Observation, 2021(9): 74-75.
- [21] 刘明玉. 我国传统服饰民俗色彩文化在高校美术中的运用[J]. 印染, 2021, 47(8): 83-84.

- LIU M Y. The application of Chinese traditional costume folk color culture in college art[J]. *Printing and Dyeing*, 2021, 47(8): 83-84.
- [22] 刘洋. 铸牢中华民族共同体意识的重要文化资源: 以西藏民居壁画中的中华文化意象为例[J]. *西藏研究*, 2022(1): 25-32.  
LIU Y. An important cultural resource to consolidate the consciousness of the Chinese nation's community: Taking the Chinese cultural imagery in the murals of Tibetan folk houses as an example[J]. *Tibet Studies*, 2022(1): 25-32.
- [23] 杨雨佳, 王英健. 陕北窑洞门窗建筑装饰图案造型特征及符号意义[J]. *艺术百家*, 2018, 34(6): 169-173.  
YANG Y J, WANG Y J. Modeling characteristics and symbolic significance of architectural decoration patterns of cave doors and windows in northern Shaanxi[J]. *Art Baijia*, 2018, 34(6): 169-173.
- [24] 孟婷. 山西“年文化”创意产品设计[J]. *包装工程*, 2020, 41(4): 323-326.  
MENG T. Shanxi "nian culture" creative product design[J]. *Packaging Engineering*, 2020, 41(4): 323-326.
- [25] 乌丙安. 走进民俗的象征世界: 民俗符号论[J]. *江苏社会科学*, 2000(3): 39-53.  
WU B A. Entering the symbolic world of folklore: Theory of folklore symbols[J]. *Jiangsu Social Sciences*, 2000(3): 39-53.
- [26] 林红. 声音塑造的空间[J]. *装饰*, 2008(5): 135-137.  
LIN H. Space of sound shaping[J]. *Decoration*, 2008(5): 135-137.
- [27] 何洁. 现代包装设计[M]. 北京: 清华大学出版社, 2018: 22.
- HE J. *Modern packaging design*[M]. Beijing: Tsinghua University Press, 2018: 22.
- [28] 瞿茹芸. 乡土特色食品包装创新性设计策略研究[J]. *今日印刷*, 2021(3): 41-46.  
QU R Y. Research on innovation design strategy of local characteristic food packaging[J]. *Print Today*, 2021(3): 41-46.
- [29] 张大鲁, 叶凯婷. 跨界联名趋势下食品包装设计的互动性[J]. *食品与机械*, 2021, 37(6): 126-130, 139.  
ZHANG D L, YE K T. Research on the interaction of food packaging design from the perspective of cross-border integration[J]. *Food & Machinery*, 2021, 37(6): 126-130, 139.
- [30] 吕晓东. 传统食品包装视觉传达设计[J]. *食品研究与开发*, 2021, 42(2): 243  
LU X D. Research on visual communication design of traditional food packaging [J]. *Food Research and Development*, 2021, 42(2): 243.
- [31] 陈慧. 现代礼品包装设计中的民俗观念研究[J]. *美术教育研究*, 2011(9): 20-21.  
CHEN H. Study on folk concept of modern gift package design[J]. *Art Education Research*, 2011(9): 20-21.
- [32] 潘虎. 代际更迭引发的食品包装设计观念嬗变[J]. *食品与机械*, 2021, 37(7): 102-106.  
PAN H. The evolution of food packaging design concepts caused by generational changes [J]. *Food & Machinery*, 2021, 37(7): 102-106.
- 
- (上接第 76 页)
- [2] 武中平, 高巍, 杨红. 氨基甲酸酯类农药残留测定方法的研究进展[J]. *江苏化工*, 2004, 32(5): 24-27.  
WU Z P, GAO W, YANG H. Research progress on determination methods of carbamate pesticide residues[J]. *Jiangsu Chemical Industry*, 2004, 32(5): 24-27.
- [3] 李永丽, 潘中乔亚, 肖宇. 高效液相色谱法测定食醋中丙酸含量的测量不确定度评定[J]. *食品安全导刊*, 2019(24): 126-127.  
LI Y L, PAN Z Q Y, XIAO Y. Evaluation of uncertainty of measurement for the determination of propionic acid in vinegar by high performance liquid chromatography [J]. *Food Safety Guide*, 2019(24): 126-127.
- [4] 郭兰典, 陈泽明, 陈维青. 仪器分析中线性回归标准曲线法分析结果不确定度评估[J]. *检验检疫科学*, 2001, 11(4): 14-17.  
GUO L D, CHEN Z M, CHEN W Q. Evaluation of uncertainty of analysis results by linear regression standard curve method in instrument analysis[J]. *Sci Insp Quar*, 2001, 11(4): 14-17.
- [5] 魏维杰, 王丽芳. 液相色谱法测定辣椒中克百威农药残留量的不确定度评定[J]. *安徽农业科学*, 2015, 43(8): 89-91.  
WEI W J, WANG L F. Uncertainty evaluation of determination of carbofuran pesticide residues in pepper by liquid chromatography[J]. *Anhui Agricultural Science*, 2015, 43(8): 89-91.
- [6] 刘顺宇, 韩文节, 欧志鹏, 等. 液相色谱法测定蔬菜中 3 种氨基甲酸酯类农药残留量的不确定性评价[J]. *江苏农业学报*, 2020, 36(6): 1 569-1 574.  
LIU S Z, HAN W J, OU Z P, et al. Uncertainty evaluation of determination of three carbamate pesticide residues in vegetables by liquid chromatography [J]. *Journal of Jiangsu Agricultural Sciences*, 2020, 36(6): 1 569-1 574.
- [7] 李英杰, 郑玉山, 周晋尧, 等. 高效液相色谱法测定奶粉质控样品中三聚氰胺的含量及其不确定度分析[J]. *食品安全质量检测学报*, 2020, 11(3): 950-954.  
LI Y J, ZHENG Y S, ZHOU J Y, et al. Determination of melamine in milk powder quality control samples by high performance liquid chromatography and its uncertainty analysis [J]. *Journal of Food Safety and Quality Inspection*, 2020, 11(3): 950-954.
- [8] 翟洪稳, 范素芳, 王娟, 等. 测量不确定度在食品检验中的应用及进展[J]. *食品科学*, 2021, 42(5): 314-320.  
ZHAI H W, FAN S F, WANG J, et al. Application and progress of measurement uncertainty in food inspection [J]. *Food Science*, 2021, 42(5): 314-320.
- [9] 刘飞波, 王希, 刘水平. QuEChERS-HPLC 法快速测定黄豆芽中 6-苄基腺嘌呤含量的不确定度评定[J]. *食品与机械*, 2021, 37(11): 67-71, 91.  
LIU F B, WANG X, LIU S P. Uncertainty evaluation of rapid determination of 6-benzyl adenine content in soybean sprouts by QuEChERS-HPLC [J]. *Food & Machinery*, 2021, 37(11): 67-71, 91.