

民间美术情感元素在传统食品包装设计中的应用研究

The application of folk art emotional elements in
traditional food packaging design

李 莉

LI Li

(长沙理工大学设计艺术学院, 湖南 长沙 410114)

(School of Art and Design, Changsha University of Science and Technology, Changsha, Hunan 410114, China)

摘要:针对传统食品包装设计中存在的问题,从民间美术情感的角度寻求解决之道。通过对民间美术视觉、触觉、听觉等情感元素的分类分析,探索将民间美术情感元素应用到传统食品包装视觉(图形、色彩、文字)、触觉(材质)、听觉、嗅觉、味觉设计中的途径和方法。对传统食品包装设计创新,传承民间美术精神有着积极的借鉴意义。

关键词:传统食品;包装设计;民间美术;情感元素

Abstract: Aiming at the problems existing in traditional food packaging design, solutions were seek from the perspective of folk art. Through classification and analysis of the emotional elements of folk art visual, touch, hearing, explored the folk art emotional element applied to the traditional food packaging vision (graphic, color, typography), touch (material), hearing, smell, taste design approach and methods, which offered the references for the development of traditional food packaging design, and inheriting of folk art.

Keywords: traditional food; packaging design; folk art; emotional elements

传统地方食品是当地历史文化长期积淀下来的,凝结着民间智慧的文化遗产,也是中国现代食品工业发展的基础和出发点,传统食品的工业化是中国食品工业未来的发展方向之一。传统食品首先具有文化性,承载着地方的民俗风情;其次还具有情感性,承载着人们的历史记忆。传统食品的包装设计不仅要满足基本的保护商品的物质功能外,更重要的是通过包装讲述历史,传达美好的情感,从而满足人们的精

神需求。

民间美术是一种源自百姓日常生活的具有一定历史传承的市井文化,直接表达人们的生活态度和情感,传达人们对美好事物的追求与渴望。民间美术与传统食品源自一脉,在长期的沿革过程中相辅相成,彼此渗透。因此,研究传统食品包装设计,有必要探索民间美术的情感元素,以及这些情感元素在传统食品包装中的运用,只有这样才能领悟传统食品包装的文化根源,真正唤起人们的情感记忆,增强传统食品包装所传递的文化认同。

1 现有传统食品包装设计存在的问题

1.1 传统食品包装的个性与情感丧失

传统元素在食品包装中的生搬硬套、相互模仿,完全忽视包装设计的个性与情感。例如,传统食品包装设计中大多采用祥云、龙纹、书法笔墨等传统文化元素,“千人一面”,未能体现传统食品独特的地方文化与特有的文化精髓;为了追求所谓的“传统韵味”,不考虑食品本身特点对包装材质的要求,千遍一律地使用牛皮纸、麻绳等材质。

1.2 传统食品包装“西化”现象严重

中国的包装设计起步较晚,向西方学习成为主流,但在传统食品包装设计过程中“西化”现象严重^[1],一味地追求大气、直截了当,导致传统食品包装“洋化”。例如,为了追求“洋气”,包装设计元素用英文或拼音代替中文汉字;为了提升食品包装设计的“品味”,大量使用几何图形、抽象图形,其情感表征与中国的情感气质相违背。

1.3 传统食品普遍存在过度包装的现象

在茶叶、酒、月饼、粽子等传统食品中普遍存在形式大于内容、过度包装的现象。例如,为了追求华丽的包装,使用木材、皮革、金属甚至水晶等材质,重装饰轻环保,造成包装的浪费。传统食品过度包装是一种虚浮的、以商业牟利为目的

基金项目:湖南省教育科学规划项目(编号:XJK014QWTW003);湖南省哲学社会科学基金项目(编号:15YBA012,16YBA011);湖南省科技计划重点研发项目(编号:2016SK2022)

作者简介:李莉(1981—),女,长沙理工大学讲师,硕士。

E-mail:lily916@163.com

收稿日期:2017—05—08

的“欺骗性”设计,其症结在于设计者缺乏对传统食品本真的认知,未能掌握有效地传递文化与情感的包装设计手法。

2 民间美术情感元素应用到传统食品包装设计中的意义

包装是文化的载体,表达消费者的情感诉求;包装通过讲述历史,传达美好情感。民间美术与传统食品包装设计的契合,使传统食品包装成为推广地域特色传统文化的主要方式;运用到传统食品中的传统符号隐藏丰富的情感信息,可以唤醒消费者的民族情感和历史记忆,推动文化的传承与创新。

传统食品包装作为传播信息的载体,承担着传承、传播传统民间美术精神的责任。因此,传统食品包装设计应该通过对民间美术等传统文化的运用来增加自身文化内涵,民间美术作为一种媒介存在于食品与消费者之间,能引导消费者准确地传达情感诉求,促进传统食品包装设计的创新。

3 提炼民间美术情感元素

民间美术创作的源泉均来自情感表达的需求,把对生命的崇敬、爱情的期待、生活的热爱、自然的敬畏等情感,通过民间美术作品表达出来,这些托物言志、组合想象的表现手法与包装设计的情感诉求是一致的。

不同地域特征、人文历史孕育出来的民间美术各有特点,又相互交融。中原地区的民间美术情感主要表现为敦厚朴拙、粗犷大气又不失浪漫,以虎头鞋为代表。色彩丰富、造型多变、霸气勇猛的虎头鞋寄托着人们辟邪消灾,祈祷生命和健康的情感。西北地区的民间美术则以敦煌莫高窟为代表,美轮美奂、绚丽多姿,彰显西域历史文化风情,以生动飘逸的飞天为代表,表达自由、超越自然、充满幻想的情感愿望。东北民间美术中的刺绣种类繁多、内容丰富、色彩斑斓,淋漓尽致地呈现东北人豪放、朴实的性情,以及祈求富贵、吉祥的情感。江南地区的民间美术则以精致、小巧见长,流淌着当地深厚的文化积淀,表达出含蓄、细腻、闲适的情感。而东南沿海地区的民间美术,一方面保存着古老的汉族中原文化传统,一方面受到西洋、南洋以及阿拉伯民族,甚至欧美外来文化的影响,其图形新颖,色彩大胆、艳丽,渲染出海洋文化所特有的开放性。西南地区以少数民族民间美术为主,杂糅着各种巫傩等神秘的文化,其图形变幻繁华,色彩对比强烈,渲染出奔放、直率、祈福的情感诉求。凡此种种,不一而足,综合各地民间美术情感特点,具体可从图形(造型)、色彩、文字、材质、声音进行提取分析。

3.1 民间美术视觉元素的情感分析

3.1.1 图形(造型)元素 民间美术以情造形,不仅表现喜怒哀乐,更要表现难以言喻的情形和心理,在图形中融入自己的情感更能引发人们的共鸣。民间美术图形往往借物托意,通过夸张、概括对象的特征及动态来表达某一情感意蕴。民间美术图形中的龙、凤、虎、蛙、鱼、莲花、牡丹、梅花、蝴蝶、山、石、河水、太阳、月亮等,其背后强大的象征隐喻体系都与崇尚生命、繁衍、祈福吉祥等情感深深勾连^[2]。民间美术图形主要分为动物、植物、人物图形,每一种图形都有着各自的

象征意义,同时蕴含鲜明的地域特色。例如,动物图形中的“蝙蝠”,因“蝠”与“福”谐音,象征福气和幸福,表达人们对美好生活向往的情感特征。仙鹤为百鸟之首,是长寿的象征,表达延年益寿的情感诉求。植物图形通常以绣花、窗花、剪纸、木雕等形式出现在民间美术中,例如中国传统结婚时用的枕头、钱包、鞋垫等绣花大多以牡丹、莲花为主,与凤戏牡丹、莲生贵子相对应,象征婚姻美满幸福。人物图形则通过抓住人物典型进行夸张以表达强烈的情感特征,通过皮影、戏曲脸谱、面具、剪纸、年画等民间美术形式,表现农耕、狩猎、娱乐、节庆、战争等人生礼俗和民间风俗的情景,表达圆满、完美的美好愿望。例如,“和气致祥”年画中的老婆婆,寓意和气生财、吉祥圆满的朴实情感。孩童也是民间美术中常用的人物图形,如“四喜人”,4个孩童或立或卧,互相共用身体、头部,呈现嬉闹之神、欢乐之氛,借福态生动的孩童表达子孙万代、多子多福的情感。

3.1.2 色彩元素 色彩与地理、宗教、民俗等密切相关,其心理暗示赋予色彩丰富的内涵。如,古人用不同色彩象征方位,青龙为东、朱雀为南、白虎为西、玄武为北、中央为黄^[3]。又如,戏曲脸谱中的用色是依据人物本身的性格特征来选择,以关羽为典型的红色脸谱代表着忠诚、狭义、勇猛的性格特征,以包拯为代表的黑色脸谱表达着刚正不阿、铁面无私的情感特征,而绿色调的脸谱象征粗暴、狂躁的青面虎等,白脸是奸诈的代表,金银是庄严神威的代表。民间美术中的色彩既不采用光源色,也不注重固有色,而是对自然的提炼,是感情的结晶^[4]。民间美术色彩对比鲜明、简洁明快、装饰性强,也表现出浓郁的地域文化特色。民间美术色彩以传统的“红红绿绿图个吉利”为基本原则,表达了辟邪消灾、大吉大利的生活理想和真情实感。热情喜庆的红色被誉为生命之色,能彰显热闹红火的欢乐氛围,表达乐观自信的情感特征。相比热烈的红色,青色是“黑白赤青黄”五行色中最静谧的色彩,“青出于蓝而胜于蓝”诠释了青色的高级感和神秘感,蓝印花布的青色是自然和生命的象征,彰显天然恬淡的气质和品格。

3.1.3 文字元素 汉字以形写意、以意传情,在民间美术作品中得以广泛应用。在民间美术中往往一音多形,谐音取义、语义双关,从而深刻地表达文字美、意象美、情感美。例如,民间美术中祈福的代表语,年年有余,“余”“鱼”谐音,大家都希望生活富足,收获多多的美好愿望。又如“福禄寿喜”是民间美术中广泛使用的文字,“福”字通常以年画、剪纸、对联等形式以各种面貌出现,除了谐音“蝙蝠”,还以“五福临门”“五福捧寿”“万福流云”等为主题进行创作;“禄”谐音为“鹿”,民间美术中常用鹿的形象,与元宝、童子等装饰性形象组合,或以“鹿鹤同春”“福禄呈祥”等形式表达福寿延绵、吉祥安康的情感;在中国汉字中“寿”字有几百种写法,变化多,图形感和装饰性极强,“全禄百寿”表达对生命的憧憬和生生不息的愿望;“喜”象征喜气洋洋,表达快乐、幸福之感。“囍”字融入不同纹样、动植物造型等,赋予喜字更多的情感。“喜鹊闹梅”“喜上眉梢”等在婚嫁礼品及生活用品中大量使用,表达幸福、吉祥的情感特征^[5]。

3.2 民间美术触觉元素(材质)的情感分析

除了视觉,人的感觉还包括触觉及听、嗅、味觉等,5 种感官综合作用形成我们的感知。感觉感知直接与情感勾连,民间美术通过材质的触感来感知意境和情感。民间美术选材以“因地制宜、就地取材”为原则,除了遵循自然规律选材外,更重要的是通过材料传递对自然的敬畏。受工艺生产、物质条件的制约,传统民间美术所采用的材料普遍自然质朴、古拙,常见的有竹、草、叶、木、麻、手工抄纸、手工粗布等,大多材料取自自然,具有浓郁的乡土气息,表现人们对自然的尊重,传递健康质朴之情,同时也能映射出人民的生活情趣和真挚情感。如陶瓷中借青花鱼盘表达富余、赞美生活的情感;以绣荷包、香包、手巾等为主的织品类材质寄托相思之情。各种泥木玩具、泥塑等,表达的是人们乐观自信、互助互爱的生活精神^[6]。享誉中外的民间蓝印花布用蓝草制成靛青为染料,把石灰豆汁通过花样型版括在胚布上,待干后再浸入靛缸染色而成^[7]。独特的技艺、简单的蓝白色调给人朴实无华、素雅清新的感觉,寄托着人们对美满生活的憧憬和向往。

3.3 民间美术听觉(声音)的情感分析

听觉、嗅觉、味觉与视觉同步形成联觉,共同引发联想与记忆。在民间美术中,视觉因素的研究容易被重视,非视觉的感官因素往往被忽略。民间美术中的听觉因素充斥在人们的日常生活中,并与视觉因素共同成为人们所思所感之根本,如戏曲、奏乐、祭祀歌、情歌、方言共同构成文化和历史的一部分,其背后都有其象征因素所在,以像似或隐喻的方式借物言志、抒发情感。以湖南的非遗文化——梅山文化中的傩戏为例,其以祭祀酬神、驱邪祈福为目的,法师头戴傩面具、身着法衣,在神台和神像为主的傩坛前,以戏剧的形式载歌载舞来完成整场傩仪^[8]。傩文化是一种传统的民间宗教信仰,表达原始民族对自然、祖先、鬼神的崇拜,传递平安、健康、吉利的精神情感和文化内涵。

4 民间美术情感元素在传统食品包装设计中的体现

在体验经济驱使下,传统食品包装要从感官方面建立一种人与食品的亲密互动关系,使人从视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉中,感受到情感的回归与文化的认同。任何一个包装都是可看、可触摸、可感知、立体的并不断变化的实体,从包装形态的角度注入传统民间美术情感元素,从商品包装的形象上入手,将情感转译成造型、功能、材质等设计符号,实现消费者的情感共鸣并促发购买动机。

4.1 在传统食品包装视觉设计中的体现

4.1.1 包装造型(图形) 首先,从包装的造型设计上,可以延续民间美术造型进行创新设计,使包装设计作品呈现出质朴粗犷、返璞归真的民族情感。将民间美术造型与食品包装的盒形、结构、外形勾连,传统情感通过包装的内外造型、开启方式实现传递,以达到形神兼备、情感升华。图 1 中,包装设计从包装结构和造型入手,突出了包装的层次和结构的丰富,寄托了吉祥情感、彰显出传统神韵。

然后,从图形表现手法上对民间美术图形进行创新设计,为图案注入现代审美元素,或与其他传统元素相结合进行创新设计,使民间美术情感得以生长。图 2 中,包装图形以“竹子”图形为原型进行现代创新设计。将竹子的情感特征与茶的高贵品格相契合,表达清雅脱俗的意境。图 3 用传统民间美术图案与传统吉祥成语相结合,寿比南山与象征福寿蝙蝠、松鹤的民间美术图形组合设计来表达祝福的情感。

还可将民间美术元素融入互动,创造出丰富的审美体验及使用乐趣。日本的传统糕点包装设计中(图 4),采用朴素、传统的自然包裹方式,包装的结构采用传统的折纸艺术,似乎把人带回了童年,在包装的拆解过程中享受折纸的乐趣,包装的心意和新意油然而生,情感也由内而外得到升华。

4.1.2 包装色彩 包装的视觉设计除了图形外,色彩也是极具某种情调和情感倾向的。人们通常通过色彩来感知情绪,色彩对于食品更具有无尽的联想和想象空间。例如在表达禅意的“茶白”,不食人间烟火的“艾绿”,古朴妩媚的“胭脂



图 1 台湾传统食品包装

Figure 1 Taiwan traditional food packaging



图 2 茶包装设计

Figure 2 Tea packaging design



图 3 礼品包装设计

Figure 3 Gift packaging design

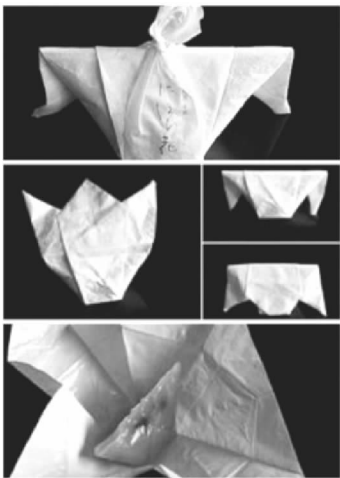


图 4 日本传统糕点包装

Figure 4 Traditional Japanese pastry design

红”等独具中国韵味的中国传统用色里,每一种颜色都在述说一个故事,表达不同的情感。

老子曰:“玄之又玄,众妙之门。”玄特指黑色,黑色是中国经典的传统色彩之一。“墨分五色(焦、浓、重、淡、清)”学说进一步阐释了黑色的内涵与细腻敏感的情感特征^[9]。例如,南方黑芝麻糊(图 5),就承载着 80 后儿时的记忆。在笔者的视觉记忆里黑芝麻糊充满烟火气息和怀旧的色彩,包装中墨色与斑驳的褐色组合,与芝麻糊本身的黑色相呼应,同时整体色彩设计唤起了消费者对传统的文化记忆,引发情感共鸣。



图 5 南方黑芝麻糊包装

Figure 5 Nanfang black sesame packaging

4.1.3 包装文字 文字是重要传播信息和情感的载体,民间美术的情感元素可以通过包装中文字的编排变化所形成的节奏、韵律来体现。其中,中国的书法是传递传统情感的主要入口。书法往往传递着亲切、美好的怀旧情感^[10]。例如书法字体有秩序地重复排列,书体字与其他书法字搭配组合,书体字与图形或图像结合等方式都能有效地传递情感。相较于印刷字的枯燥、呆板,传统书法的艺术性和灵动性更强,图 6、7 两组包装都有很强的东方神韵,但视觉感受和表现出来的情感特征是各不相同的。产自山西杏花村的汾酒

文化底蕴厚重,简洁大方的书法“汾”字与其他书法字体相结合,表现出大气豪爽、质朴醇厚的情感特征。竹叶青茶包装设计中,文字的重复排列所形成的节奏和韵律,塑造了正直、高雅、隽永的君子形象,折射出独特的文化品味,传递出竹叶青清幽古朴的茶文化。



图 6 汾酒包装设计

Figure 6 Fen chiew packaging design



图 7 竹叶青茶叶包装设计

Figure 7 Bamboo leaf green packaging design

4.2 在传统食品包装触觉设计中的体现

每一种食品都有自己特定的形体,人们会根据不同形体来设计不同的包装造型,这是给人产生的第一印象。有了视觉的感应,自然不能缺少触觉感知,因此外表造型也很重要,例如物理手感和材料质地,冷热、轻重、软硬、光滑粗糙等手感真实且深刻^[11]。这种全身心、全方位的体验,更能激发人们内心真实的情感。触觉能使人迅速与某种感觉勾连产生回忆并触及人心,因此采用不同的材料,使人在触摸时有不一样的感觉,从而传情达意,感受美好。

在传统食品包装设计中,包装材料、包装工艺能与消费者建立较直接的触觉关联。包装材料的质感、肌理、色泽的不同,传递的情感也不一样。厚重的材质给人敦厚朴实的情感感受,轻柔的材质给人轻盈、浪漫的情感感受,粗糙的材质给人朴实自然的情感感受,光滑的材质则给人柔美贵重的感受。在传统食品包装设计材质中,竹(编)、麻、陶(泥)、棉、木、手工纸等材质使用较多。著名的艺术大师黄永玉设计的酒鬼酒包装(图 8),麻袋造型的酒瓶具有独特的触感,粗犷毛糙的麻绳与红色方斗标签彰显出包装的个性,同时把湘西的神秘、厚重、天然、质朴的情感特征表达得淋漓尽致。上

海经典的“新长发糖炒栗子”(图 9),简装中采用了牛皮纸作为主要包装材料,在开口处结合红绳用捆扎的方式给人生态自然之感;礼盒包装选用了竹篮作为主要的包装材料,开口处附着一张红色斗方,简洁、醒目非常具有乡土气息^[12]。与上海的老牌传统食品的特性相呼应,彰显民间艺术风格,与现代人们崇尚自然、原生态的生活情感相呼应。



图 8 酒鬼酒包装设计

Figure 8 Jiugui Liquor packaging design



图 9 新长发糖炒栗子包装

Figure 9 Xinchangfa marrons glaces packaging design

4.3 在传统食品包装听觉、嗅觉与味觉设计中的体现

听觉、味觉、嗅觉相互联通形成通感,更能引发消费者的情感感受,三者通常不能独立存在于包装设计中,必须借助图形、色彩、材质等的联觉来实现。在传统食品包装中植入非视觉的感官设计,能更有效地传递民间美术情感。虽然这些非视觉的感官设计还不成熟,不能成为主流,但设计师仍然不离不弃,不乏精彩的设计探索。“掌生穀粒”是一个贩卖“台湾生活风格”的有机农产品品牌(图 10)。品牌名“掌生穀粒”,谐音“掌声鼓励”,是听觉设计的典型案例。产品包括优质的有机稻米、天然无污染的蜂蜜、台湾本土的乌龙茶等,强调产品的纯净生态。牛皮、瓦楞纸、手写的文字把消费者带回远古的农耕时代,新鲜稻米的气息扑面而来,感受食物带来的纯粹和感动。在国外某啤酒瓶的包装设计上(图 11),设计师在瓶贴上标有 7 个音阶,啤酒喝到相应的音阶的刻度位置时,消费者用嘴对着酒瓶能吹出对应的音阶;同时在啤酒



图 10 掌生穀粒包装设计

Figure 10 Zhangshengguli packaging design



图 11 口琴啤酒包装设计

Figure 11 The harmonica beer packaging design

的外包装盒上也植入了听觉的设计,包装盒的侧面被切割成 7 个阶梯状,用东西也能敲出不同的音符。这种听觉的体验设计让啤酒与音乐的搭配产生更美妙的感官体验。

近年来,随着微胶囊技术的出现,摩擦生香技术的日益成熟,这些材料及技术的日新月异都能给传统食品包装设计带来更多的启发^[13]。如,日本的 NIS-SEKI 公司就开发出一种可释放苹果、草莓、柠檬等水果香味的薄膜。采用这些技术和材料可以为传统食品包装设计注入更真实、深刻的传统情感。

在传统食品包装设计中,除了对视觉的关注外,必须充分调动非视觉因素进行综合设计,根据传统食品的特点,取长补短,使民间美术情感元素能应用得合情合理。

5 结语

民间美术情感元素与传统食品包装两者相互促进、共同成长,是民间美术发展的必然,也是传统食品包装设计创新

(下转第 152 页)

色温度 50 ℃ ,pH 3.5,活性炭用量 1.5 g/100 mL,脱色时间 45 min。以体外降血糖活性为筛选指标,得到体外降血糖活性较强的 CP1-13 号肽组分,经过二级质谱分析其氨基酸序列为 A-P-A-L-L-P-F,分子量为 727.89。目前国内外关于降血糖玉米肽的研究较少,马伟^[11] 40-41 曾以 α -糖苷酶活性分离出一个八肽为 A-E-P-N-L-S-G-D-A-P,尚无其它具有降血糖活性的玉米肽单体报导。本研究为进一步开发、优化玉米蛋白资源和研究玉米肽的降糖活性提供了新的依据。

(2) 本研究只进行了体外降血糖活性的研究,有待动物试验的进一步验证;另本研究得到了的氨基酸序列还需要进一步化学合成,并与分离到的 CP1-13 的质谱进行分析比对,并验证其生物活性。

参考文献

[1] 中国报告大厅. 2016/17 年度中国玉米市场形势: 总消费量为 19 711 万吨 [EB/OL]. (2017-01-13) [2017-01-23]. <http://www.chinabgao.com/stat/stats/81417.html>.

[2] 田京歌, 陈海霞, 陈书涵. 玉米肽的制备及其生物活性研究进展 [J]. 食品安全质量检测学报, 2013, 4(3): 754-759.

[3] 刘雪皎. 玉米低聚肽保肝作用的研究 [D]. 苏州: 江苏大学, 2016: 2-4.

[4] MOJICA L, MEJIA E G D, MENJIVAR M. Evaluation of the hypoglycemic potential of a black bean hydrolyzed protein isolate and its pure peptides using in silico, in vitro and in vivo approaches[J]. Journal of Functional Foods, 2017, 31: 274-286.

[5] NASRI R, ABDELHEDI O, JEMIL I, et al. Ameliorating effects of goby fish protein hydrolysates on high-fat-high-fructose diet-induced hyperglycemia, oxidative stress and deterioration of kidney function in rats[J]. Chem Biol Interact, 2015, 242: 71-80.

[6] 黄景麟. 抗菌肽 Dybowskin-2CDY α 促胰岛素分泌及对二型糖尿病大鼠的降血糖和治疗效果 [D]. 吉林: 辽宁大学, 2015: 48-49.

[7] 李翔, 史仍飞, 娄淑杰. 玉米肽和 有氧运动对肥胖大鼠血浆 Glucagon、MCP-1、PP 和 PYY 水平的影响 [J]. 实验动物与比较医学, 2014, 34(3): 214-218.

[8] MOCHIDA T, HIRA T, HARA H. The Corn Protein, Zein Hydrolysate, Administered into the Ileum Attenuates Hyperglycemia via Its Dual Action on Glucagon-Like Peptide-1 Secretion

and Dipeptidyl Peptidase-IV Activity in Rats[J]. Endocrinology, 2010, 151(7): 3 095-3 104.

[9] HIGUCHI N, HIRA T, YAMADA N, HARA H. Oral Administration of Corn Zein Hydrolysate Stimulates GLP-1 and GIP Secretion and Improves Glucose Tolerance in Male Normal Rats and Goto- Kakizaki Rats [J]. Endocrinology, 2013, 154(9): 3 089-3 098.

[10] 李秀霞, 韩鲁佳. 玉米抗氧化肽的制备及纯化 [J]. 食品与发酵工业, 2010, 36(7): 73-77.

[11] 马伟. 玉米低聚肽的制备、分离及其生物活性研究 [D]. 无锡: 江南大学, 2015.

[12] 黄敏, 郑喜群, 刘晓兰. 玉米蛋白酶解液的脱色方法研究 [J]. 粮食与饲料工业, 2012(4): 25-28.

[13] 包美丽, 杨添植, 张立钢, 等. 双酶法制备马鹿茸降血糖肽条件优化及其对 α -葡萄糖苷酶的抑制效果 [J]. 食品科学, 2016(6): 88-95.

[14] YAMASHITA R, SAITO T, SATOH S, et al. Effects of dehydroepiandrosterone on gluconeogenic enzymes and glucose uptake in human hepatoma cell line, HepG2 [J]. Endocrine Journal, 2005, 52(6): 727-733.

[15] 马伟, 戴军, 陈尚卫, 等. 醒酒玉米低聚肽的分离制备及其氨基酸序列分析 [J]. 食品与机械, 2015, 31(5): 197-200, 221.

[16] LI Jiang-tao, HE Hui, MA Zhi-li, et al. Apoptosis in human hepatoma HepG2 cells induced by corn peptides and its anti-tumor efficacy in H22 tumor bearing mice [J]. Food and Chemical Toxicology, 2013, 51: 297-305.

[17] HATANAKA T, KAWAKAMI K, URAJI M. Inhibitory effect of collagen-derived tripeptides on dipeptidylpeptidase-IV activity [J]. Journal of Enzyme Inhibition and Medicinal Chemistry, 2014, 29(6): 823-828.

[18] ZHUANG Hong, TANG Ning, YUAN Yuan. Purification and identification of antioxidant peptides from corn gluten meal [J]. Journal of Functional Foods, 2013, 5(4): 1 810-1 821.

[19] 黄文浩, 何慧, 董华伟, 等. 酶膜耦合制备高活性 ACE 抑制玉米肽及结构研究 [J]. 中国粮油学报, 2011, 26(4): 24-29.

[20] MA Zhi-li, ZHANG Wen-jun, YU Guo-cai, et al. The primary structure identification of a corn peptide facilitating alcohol metabolism by HPLC-MS/MS [J]. Peptides, 2012, 37(1): 138-143.

(上接第 109 页)

的方向。民间美术作为传统文化的重要组成部分,是现代人情感和审美的源头;现代包装设计民族归属感的缺失,呼唤民间美术情感价值的回归。设计者需要将民族与文化的情感基因与现代设计互相融合并创新发展。

参考文献

[1] 卜祥. 洋品牌入侵传统节日食品 [J]. 财经天下周刊, 2015 (12): 50.

[2] 周旭. 论传统民间美术的语言特征 [J]. 装饰, 2007(5): 113-114.

[3] 尚伟. 民间美术的色彩符号语言 [J]. 芒种, 2014(9): 249-250.

[4] 沈斌, 保彬. 民间美术与图案学习: 谈以情造形 [J]. 南京艺术学院学报: 美术与设计版, 1988(4): 71.

[5] 颜实. 汉字意象: 汉字在装饰图案中的应用 [J]. 大众文艺, 2010

(23): 48-50.

[6] 高秋娟. 论民间工艺 [J]. 科技信息: 科学教研, 2007(29): 299.

[7] 林军. 湖南民间传统印染纹样的文化内涵与色彩特征分析 [J]. 湖南包装, 2017(1): 40-42.

[8] 李鑫莹, 肖小英. 梅山傩面艺术符号琐谈 [J]. 湖南包装, 2015 (3): 57-59.

[9] 王管坤. 中国精神的视觉转换: 包装设计中传统元素的运用案例分析 [J]. 湖南包装, 2015(3): 52-53.

[10] 童玲, 张剑. 传统食品包装设计流程研究 [J]. 食品与机械, 2016(9): 95-98.

[11] 熊逸越, 倪婕妤. 多感官设计在月饼包装中的运用 [J]. 牡丹江大学学报, 2012(2): 15-20.

[12] 杨珏青. “新长发”的栗子情节 [J]. 食品与生活, 2014(11): 21.

[13] 高扬. 现代包装设计的情感表达研究 [D]. 长春: 吉林大学, 2010: 10-18.