

非遗叙事性设计在农产食品包装中的创新应用

陈亚南¹ 陈柄言²

(1. 河南科技学院美术与设计学院, 河南 新乡 453003; 2. 河南工业大学设计艺术学院, 河南 郑州 450000)

摘要:针对当前农产食品包装同质化严重、文化辨识度不足的状况,提出以非遗叙事性设计推动农产食品包装,由功能消费向文化消费升级的创新路径。方法上,先对非遗叙事在食品包装中的价值进行剖析,从非遗内容选择与故事构建、叙事性图形与版式设计、材质工艺 3 个方面提出设计路径,并结合物联网、AR 等技术来加强互动体验。应用结果上,绍兴大米、陆河手信、昔归茶、吴裕泰茶、朱仙镇豆腐干、泾阳茯砖茶等案例表明,非遗叙事使农产食品显现出其文化独特之处,并引起人们的情感共鸣,还可以用科技手段来拓宽讲述的范围。由此可见,非遗叙事给农产食品包装赋予了不可复制的文化内核,实现从功能消费向文化消费的转变,而在实践当中要尊重社区主体性,协调传统与创新,对敏感内容进行文化伦理审慎评估。

关键词:非遗;叙事性设计;农产食品包装;材质工艺;数字交互体验

Innovative application of intangible cultural heritage narrative design in agricultural food packaging

Chen Yanan¹ Chen Bingyan²

(1. School of Arts and Design, Henan Institute of Science and Technology, Xinxiang, Henan 453003, China;

2. School of Design and Art, Henan University of Technology, Zhengzhou, Henan 450000, China)

Abstract: In view of the prevailing issues of severe homogenization and insufficient cultural distinctiveness in current agricultural food packaging, this study puts forward an innovative approach to promote the upgrade of agricultural food packaging from functional consumption to cultural consumption through intangible cultural heritage (ICH) narrative design. In terms of methodology, the value of ICH narrative in food packaging is first analyzed, followed by the proposal of a design pathway encompassing three aspects: ICH content selection and story construction, narrative graphic and layout design, and material and process selection, with interactive experience being strengthened by integrating technologies such as the Internet of Things (IoT) and augmented reality (AR). In terms of application outcomes, case studies including Shaoxing rice, Luhe souvenirs, Xigui tea, Wuyutai tea, Zhuxianzhen dried tofu, and Jingyang Fu brick tea demonstrate that ICH narrative endows agricultural food products with distinctive cultural features and evokes emotional resonance, while technological means can further broaden the scope of narration. It can be concluded that ICH narrative imparts a non-replicable cultural core to agricultural food packaging, thereby facilitating the transition from functional consumption to cultural consumption. In practice, it is essential to respect community subjectivity, balance tradition and innovation, and conduct prudent cultural and ethical assessments of sensitive content.

Keywords: intangible cultural heritage; narrative design; food packaging of agricultural products; material and technology; digital interactive experience

伴随着消费升级趋势的深化,消费者对产品文化内涵的追求日益增强,包装成为传递情感、连接文化认同的重要桥梁^[1]。然而,当前农产食品市场普遍面临产品包装同质化的窘境,包装的视觉语言与结构形式难以形成同

基金项目:河南兴文化工程文化研究专项项目(编号:2024XWH098)

通信作者:陈亚南(1989—),女,河南科技学院讲师,硕士。E-mail:cyn19892023@163.com

收稿日期:2025-11-20 改回日期:2026-06-05

引用格式:陈亚南,陈柄言. 非遗叙事性设计在农产食品包装中的创新应用[J]. 食品与机械, 2026, 42(7): 243-248.

Citation: Chen Yanan, Chen Bingyan. Innovative application of intangible cultural heritage narrative design in agricultural food packaging [J]. Food & Machinery, 2026, 42(7): 243-248.

类农产食品的有效区分,品牌竞争的焦点便转向了包装所能讲述的文化与价值故事^[2]。在此背景下,非物质文化遗产(以下简称非遗)以为农产食品包装提供了突破困局的关键路径,而要将非遗真正融入包装设计,关键就在于“叙事”。所谓非遗叙事,是指围绕非遗构建的、用于传达其价值与内涵的故事性表达,它通过故事化、情感化和语境化的手段,让非遗在现代社会中获得理解、认同与传承。非遗叙事包含真实性、情感性和独特性 3 个核心要素:真实性要求包装设计者扎根于社区代代相传的文化实践,情感性意味着需要唤起集体记忆与乡土情感,独特性要求包装需依托地方风土形成不可复制的文化身份。将非遗叙事引入农产食品包装,不仅能推动产品从功能消费走向文化消费,还能构建文化认同铸就的竞争壁垒,同时促进非遗自身的活态传承,并将普通商品升华为承载情感共鸣的文化符号^[3]。

文章围绕非遗叙事向农产食品包装设计的转化展开,着重考察非遗内容的故事化建构逻辑,以及叙事在图形版式、材质工艺等层面的视觉与触觉转译策略,同时探讨物联网、增强现实等技术所催生的交互叙事与传播潜能。通过对上述路径的系统梳理,尝试阐明真实性、情感性与独特性三重要素如何共同塑造农产食品不可复制的文化身份,推动产品从功能消费走向文化体验,进而为品牌价值增值与非遗的活态传承提供一个整体性的省思框架。

1 非遗叙事的价值:为农产食品包装注入灵魂

非遗叙事的核心价值,在于为农产食品构建起一个植根于文化认同的身份标识。在物质供给高度发达的今天,农产食品的功能属性日趋同质,而一个根植于地方风土与人文历史的非遗故事,却能成为品牌最独特的象征性符号^[4]。这种象征性符号并非由技术或成本构成,而是由文化认同所铸就。当包装承载的不再是泛泛的产地信息,而是具体的、有渊源的技艺传承与集体记忆时,产品便从可被替代的标准化商品,升华为一个独特的文化符号。这种独特性源于其与特定地域、社群和传统习俗的深度绑定,无法被简单复制或移植,从而让品牌在竞争中占据一个仅属于自己的位置,从根本上实现了差异化^[5]。

非遗叙事的深层作用,是搭建一座与消费者进行情感对话的桥梁。现代消费在本质上越来越接近于一种寻求意义与身份认同的精神活动。一个真挚动人的非遗故事,拥有唤醒集体记忆、引发文化共鸣的潜能。当包装的视觉与语言诉说着匠人世代相传的坚守、顺应天时的古老智慧,或是一个民族关于丰收与感恩的传说时,产品便超越了其物理形态,成为一种情感的媒介与文化的触点。它建立的是一种基于共同价值与人文温度的信任,这种连接远比单纯的功能性满足更为牢固和持久,能够将一次性的购买行为,转化为一种深度的精神契合与身份认同^[6]。

非遗叙事的终极意义,是实现农产食品价值的根本性跃迁。通过系统的叙事构建,产品得以从满足口腹之需的日常消费品,转向为承载文化意义与体验的精神消费品。这一过程的本质,是产品属性的彻底转变。消费者所支付的,不再仅仅是物质的等价物,更是为一段可感知、可品味、可分享的文化体验赋予价值^[7]。这种价值跃迁,使得农产食品摆脱了在成本与价格维度上的残酷竞争,进入了以文化附加值为衡量标准的新场域。它重新定义了产品与人的关系,让农产食品成为连接过去与现在、传递智慧与美学的文化使者,其价值自然获得了倍增的坚实基础^[8]。

2 非遗叙事的设计路径

2.1 非遗的选择与故事构建

溯源非遗技艺本身,是构建叙事最直接与可信的路径。当所选择的非物质文化遗产与农产食品自身的生产、加工过程存在天然的内在联系时,故事便拥有了坚实的逻辑基础与说服力。这意味着,设计者需要探寻那些直接应用于作物栽培、食品制作或储存工艺中的传统技艺。这类叙事将产品的物质属性与文化基因紧密融合,使得包装所讲述的故事不再是外在的附加装饰,而是对产品内在价值与独特成因的深刻揭示。通过聚焦于技艺的流程、诀窍与演变,叙事自然而然地凸显了产品的匠心品质与历史底蕴,为品牌建立了无可辩驳的文化真实性。以“乌篷载月·鱼米江南”为设计主题的绍兴大米包装(图1),是非遗工艺融入农产食品包装的典型示例,大米储存既需防尘又需透气,而绍兴非遗竹编工艺恰好天然契合这一双重需求,竹篾编织的微孔结构实现自然通风,防止霉变,细密的编织层又能有效阻隔灰尘。在此基础上,内层搭配桑皮纸并嵌入可堆肥模塑内盒,以弥补传统竹编防潮性的不足。而竹材本身环保、可再生,其质朴的质感更承载着对自然与历史的追忆,实现了非遗技艺与实用功能的统一。



图1 绍兴大米包装

Figure 1 Shaoxing rice packaging

挖掘地方传说与民俗,是为叙事注入在地灵魂与情感温度的关键。当农产食品本身并无直接对应的特定技艺时,其生长的地域所孕育的神话、传说与民俗节庆,便成为了鲜活的文化源泉。这种构建方式将产品置于一个

广阔而生动的文化生态场域之中,使其成为地方集体记忆与生活方式的载体。包装叙事由此可以描绘出一幅融合了风土人情、信仰与庆典的瑰丽画卷,讲述产品如何在这片土地上被赋予超越物质本身的文化意义。这样的故事不仅丰富了产品的精神维度,更能够唤起消费者对一种独特地域文化的向往与共鸣,建立起深厚的情感连接。以广东省陆河县“陆河手信”包装(图2)为例,其包装叙事深度挖掘陆河县河田镇国家级非遗“河田高景”这一民俗资源的文化内涵,河田高景源于中原文化随客家人南迁传入岭南,是一种以高台巡游表演为核心的民俗活动,承载着中原遗风与岭南乡土记忆的交融。包装选取“麻姑拜寿”(寓意健康长寿)为主素材,搭配瑞龙、醒狮等配角元素,以云朵纹烘托“高景”之“高”,再通过旗子点明“陆河撑景”主题,让这一源自中原、扎根岭南的民俗韵味在视觉中直观呈现。“陆河手信”的包装设计不仅承载着陆河的风土人情与集体记忆,更让消费者能从包装中感知到这片土地上超越物质的文化意义,从而在产品与消费者间建立起深厚的情感共鸣,印证了挖掘地方传说与民俗对包装叙事构建在地文化灵魂的关键作用。



图2 “陆河手信”包装

Figure 2 Luhe souvenirs packaging

此外,还可以利用农耕智慧与节气文化,提炼非遗中蕴含的吉祥寓意。最高层次的叙事构建,超越了具体的技术与事件,转而探寻非遗背后所蕴含的宇宙观、生存哲学与美好祝愿。这要求设计者深入解读传统农耕社会中所遵循的“天人合一”思想、顺应自然的节气法则,以及各类民间艺术形式中世代传承的吉祥符号与精神内核。以此为基石的叙事,将农产食品塑造为古老智慧在当代生活的结晶,使其成为健康、和谐、团圆、富足等普世价值的优雅象征。这种叙事不仅提升了产品的文化格调,更能与消费者内心深处对美好生活的根本诉求相契合,从而实现品牌精神的广泛传播与持久共鸣。

2.2 叙事性图形和版式设计

叙事性图形与版式设计的本质,在于将非遗文化的深厚内涵,转化为一套与消费者进行视觉对话与情感沟通的独特语言。它超越了简单的图案装饰,旨在通过系统性的视觉规划,让文化故事变得可视、可读、可感。

主题插画叙事是将非遗故事进行全景式视觉呈现的

核心手段。通过系列插画的形式,包装的各个立面得以串联成一幅完整的叙事画卷,将非遗技艺的流程、民俗活动的场景或神话传说的情节生动地展现出来。这种设计不仅止于装饰,更构建了一个可供沉浸的文化场域。设计师需注重画面中元素的连贯性与节奏感,通过视觉流的巧妙引导,让消费者的目光在包装上自然移动,仿佛亲历故事的起承转合^[9]。这种全景式的叙事方式,将农产食品包装转化为一件可阅读、可收藏的文化载体,使消费者在开启产品前,便能直观感受到其中蕴含的深厚文化底蕴。以“昔归”茶包装(图3)为例,其容器采用手工竹编罐,包装的主题插画则以带有非遗元素的版画形式,实现了对非遗故事的全景式视觉呈现。画面中,苍劲古朴的版画线条精准刻画“昔归古树”的神韵,传递出茶树历经岁月的厚重感;系列化插画将“采茶—晾晒—杀青—揉捻—晒青—干燥—封存”的非遗制茶流程串联起来,凭借元素的连贯性与节奏感,把包装的各个立面织成一幅浑然一体的叙事画卷。消费者尚未开启茶罐,便已能通过这幅由非遗制茶技艺与版画共同构建的插画叙事,沉浸式感知到昔归茶所承载的深厚文化底蕴,充分印证了主题插画叙事在非遗故事全景式呈现中的核心作用^[10]。



图3 “昔归”茶包装

Figure 3 "Xigui" tea packaging

核心符号衍生是从叙事中提炼文化基因的关键步骤。当复杂的非遗故事需要更凝练的表达时,从中提取一个或一组具有高辨识度的核心视觉符号,并进行现代化、简约化的转译,就成为至关重要的设计方法。这个符号可能是某种技艺的标志性工具、某个传说中具有象征意义的神器,或是某种民俗图案的精华部分。通过删繁就简的设计处理,使其既保留传统的文化神韵,又符合当代的审美趣味。这一核心符号随后可贯穿应用于整个包装系统,成为品牌视觉记忆的锚点,以最精炼的视觉语言传递最丰富的文化内涵^[11]。以吴裕泰新年系列礼盒(图4)为例,其包装设计提炼出“福”字这一具有高辨识度的核心视觉符号,既保留中国书法的文化神韵,又对字形结构进行艺术化处理,同时融入传统制茶工艺与送福人形象,让“福”字不再是单纯的书法符号,而成为承载“传统制茶技艺传承”与“福禄财新年寓意”的文化载体。在符合当代审美趣味的同时,用最简约的符号传递出传统制茶技艺与新年文化的丰富内涵,有力印证了核心符号衍生在非遗故事凝练表达与文化基因传递中的关键作用。



图4 吴裕泰新年系列礼盒

Figure 4 Wu Yutai New Year's gift box

IP形象塑造是让非遗叙事实现人格化传播的有效途径。将故事中的核心角色,无论是技艺精湛的匠人、神话传说中的神灵,还是民俗活动中的典型人物,通过卡通化、亲民化的设计手法转化为品牌专属IP形象,能够为厚重的文化叙事注入鲜活的生命力。这个IP形象不仅是故事的讲述者,更是品牌与消费者之间的情感纽带^[12]。它通过生动可爱的造型与拟人化的性格设定,有效消解了传统文化可能带来的疏离感,让非遗故事变得可亲、可近、可交流,从而在情感层面建立深度连接,让文化价值的传递更加自然而深刻。以朱仙镇豆腐干非遗包装(图5)设计为例,朱仙镇木板年画与豆腐干制作技艺同为非遗,设计时从木板年画的神话传说与民俗人物中提取核心角色,将镇宅神灵钟馗塑造成开心享用豆腐干与豆腐丝的亲切形象,把秦叔宝、尉迟恭两位民俗大将的长剑创意转化为“豆腐干”形态。这些原本带有威严感的传统人物,通过卡通化、亲民化的设计手法,成为品牌专属IP,以诙谐的产品关联让非遗故事变得可亲可近。



图5 朱仙镇豆腐干非遗包装

Figure 5 Zhuxianzhen dried tofu ICH packaging

2.3 叙事性材质与工艺

叙事性材质与工艺的运用,是让非遗文化通过触觉和质感与消费者建立深层连接的关键。它使包装从视觉的承载升华为一个可触摸、可感知的文化体验,让故事变得真实可感。

原材料的文化叙事是最具感染力的表达方式。在

具体实践中,设计师需要深入理解非遗技艺的文化语境,选择与之具有内在关联的天然材料。例如,采用传统手工造纸技艺制作的宣纸、运用天然植物染制的布料,或是传承千年的陶土材料,这些材质本身就承载着丰富的文化记忆。在运用过程中,要尊重材料的天然属性,保留其原始的肌理与质感,让每一处纹理都成为诉说故事的载体。这种设计方法不仅建立了产品与非遗文化的直接联系,更重要的是通过材质的真实感,构建起消费者对文化真实性的深度信任^[13]。

现代材料的仿生触感是实现文化创新的重要路径。这一策略要求设计师在当代工业生产与可持续发展之间找到平衡点。通过先进的加工工艺,如在再生纸张上进行精准的压纹处理,模拟竹编的立体纹理;运用环保油墨实现扎染的渐变效果;或通过激光雕刻再现木雕的细腻纹路。这些技术手段不是对传统材质的简单复制,而是对其文化特质的提炼与再创造。在设计执行时,需要着重把握传统材质的核心特征,进行适度的抽象与简化,既保留传统的韵味,又符合现代的审美与实用需求^[14]。

工艺痕迹中保留的“不完美”记录下了制造过程中的温度与时间,让每件包装都拥有独特的生命印记,因此工艺痕迹的瑕疵美学是传递人文精神的重要载体^[15]。这种设计理念强调在工业化生产中保留适度的手工感,通过可见的制作痕迹来诉说匠心故事。具体表现为保留纸张的手工毛边、欣赏陶器烧制过程中的偶然釉色变化、珍视手工装订的细微不规整,甚至是刻意保留部分材料的原始状态,这些“不完美”恰恰成为“人手制作”最动人的证明。这种设计哲学不仅增强了产品的情感价值,更在现代消费环境中构建了一种反工业化的独特美学体验。

陕西泾阳茯砖茶的品牌包装(图6),以非遗传承为核心,叙事性为脉络展开。设计时用白描手法呈现清末陕西秦商文化与民俗风情,骑马载货的商人、特色小吃商贩、演唱戏曲的民间艺人、备考书生、带孩母亲等民间百态构成鲜活叙事图景,既展现地方文化记忆,又以3种中式古典色区分茶砖等级,底部还以清末流通的茶票作为贴纸封口强化历史叙事感。在材质与工艺层面,包装采用当地纸坊生产的“云龙宣纸”,这种以稻草、树皮等天然原料经手工捞纸、晒纸、检验、裁纸制成的宣纸,不仅具备防潮防蛀保护茶砖的实用价值,其原料选择与传统制作工序本身就是当地造纸文化的原生叙事;图案拓印依托纯手工雕版印刷这一非遗技艺(图7),过程中自然形成的工艺痕迹尽显瑕疵美学,让每件包装都成为独特非遗载体。

3 科技赋能:非遗叙事的现代演绎

3.1 溯源叙事与交互体验

物联网技术的介入使农产食品包装从静态的信息载体转变为动态的文化叙事接口。通过二维码、近场通信



图6 陕西泾阳茯砖茶包装

Figure 6 Packaging of Shaanxi Jingyang Fu brick tea



图7 手工雕版印刷

Figure 7 Manual engraving printing

(NFC)等智能技术的嵌入,包装不再是故事的终点,而是连接消费者与非遗文化世界的起点^[16]。这种技术赋能让有限的包装平面得以突破物理边界,构建出一个立体的、可探索的数字叙事空间,实现非遗文化的深度传播与沉浸式体验^[17]。

智能包装的核心在于构建虚实相生的文化叙事区域。具体实施过程中,在包装的适当位置集成轻量化的数字入口,这些入口不仅是信息通道,更是文化探索的引导标识。当消费者用移动设备扫描这些标识时,便开启了一段数字化的文化旅程。这个数字界面应当与实体包装的视觉叙事形成有机呼应,通过精心设计的交互逻辑,将线性的产品溯源信息与非线性的文化叙事巧妙融合,构建出层次丰富的认知体验^[18]。

数字层面的叙事拓展实现了文化深度的突破。在云端构建的数字内容体系中,农产食品的生长历程与非遗技艺的传承故事被编织成完整的叙事脉络。消费者不仅能够追溯产品从田间到餐桌的物理轨迹,更能通过视频、音频、图文等多媒体形式,沉浸式体验非遗技艺的精湛流程、感受传承人的匠心精神、了解民俗文化的深厚底蕴。这种立体化的叙事方式,让原本局限于包装表面的文化符号变得鲜活生动,实现了从“观看”到“体验”的认知升级^[19]。

智能交互最终指向的是文化信任的建立与品牌价值的升华。通过数字技术构建的透明化信息通道,消费者对产品的品质认知从“被告知”转变为“自我验证”,这种参与感极大地增强了消费信任。同时,非遗文化不再是遥远的符号,而是通过可感知、可互动的形式深入人心。这种技术赋能下的文化叙事,不仅提升了产品的市场竞争力,更让每件农产食品都成为传播传统文化的移动课堂,实现了商业价值与文化遗产的完美统一。

3.2 交互叙事与社交传播

增强现实(AR)技术通过虚拟信息叠加与交互,为非遗农产食品包装构建了沉浸式的文化体验入口^[20]。借助AR技术,农产食品包装可从静态载体转变为动态文化入口。该方法以包装的视觉元素如品牌标识、非遗图案或特定图形作为AR触发物,当消费者通过专用应用程序扫描时,即可在移动设备屏幕上激活预设的数字内容。这些内容可动态呈现非遗技艺的核心流程,如手工炒茶和古法酿造等,还原农产食品的生长环境或以动画形式讲述与产品相关的民俗传说与地域历史。通过AR交互,消费者通过扫描包装即可观看非遗技艺动画、聆听农事谚语或产地方言故事,甚至参与虚拟采摘、种植等互动游戏,从而深化对农产食品地域文化和制作工艺的认知。这种深度融合视听元素的沉浸式体验,极大地丰富了包装的文化表达维度,尤其为年轻消费者创造了感知、理解并认同非遗文化的新颖路径,有效促进了传统文化在当代语境下的传播与活化。

4 结语

非遗叙事为农产食品包装增添了一份难以复制的文化内涵,在竞争激烈的市场中找到了农产食品自身的独特之处。经过对地方技艺、民俗传说、农耕智慧的挖掘之后,包装已经从产品容器变成一种有历史记忆和情感共鸣的文化载体,由原来的单一主题插画变成IP塑造、从原来单一的原生材质变成智能交互,使农产食品在当代消费环境中焕发出新的活力。而要让这种生命力持久生长,而非沦为昙花一现的装饰符号,就必须在运用非遗叙事时守住两条底线:① 避免用商业的力量去简化或者猎奇地解读地方的故事,要尊重非遗所属社区的主体性,把叙事的权力交还给真正的传承人。② 要在传统和创新之间找到平衡,核心文化基因不能被随便抛弃,应该用现代的设计语言进行活态传承,对于神圣的仪式、家族的秘传等,必须要有文化敏感性,在开放传播和必要的保护之间把握好分寸。只有这样,非遗叙事才能用动态化、个性化的方式不断加深人与产品、文化之间的情感联系,成为农产食品品牌增值与文化遗产的持久动力。

参考文献

[1] 王奕文. 包装设计中传统设计元素的挖掘及应用研究[J]. 鞋

- 类工艺与设计, 2025, 5(13): 64-66.
- Wang Y W. Research on mining and application of traditional design elements in packaging design[J]. Shoes Technology and Design, 2025, 5(13): 64-66.
- [2] 张瑛. 非遗包装叙事设计中的“时间性”建构[J]. 上海包装, 2025(7): 191-193.
- Zhang Y. Construction of 'temporal dimension' in narrative design of intangible cultural heritage packaging[J]. Shanghai Packaging, 2025(7): 191-193.
- [3] 刘勇. 非遗传承与包装设计融合[J]. 绿色包装, 2022(11): 115-118.
- Liu Y. Inheritance of intangible cultural heritage and integration of packaging design[J]. Green Packaging, 2022(11): 115-118.
- [4] 吴余青, 谢锦. 地域文化元素在湖南非遗文创产品包装中的应用探索[J]. 湖南包装, 2023, 38(5): 128-131.
- Wu Y Q, Xie J. Exploration of the application of regional cultural elements in the packaging of cultural and creative products of intangible cultural heritage in Hunan[J]. Hunan Packaging, 2023, 38(5): 128-131.
- [5] 吴余青, 陈昊炜. 非遗传承视域下的地域性农产品包装设计探索[J]. 湖南包装, 2021, 36(2): 38-40.
- Wu Y Q, Chen H W. Exploration of regional agricultural product packaging design from the perspective of intangible cultural heritage inheritance[J]. Hunan Packaging, 2021, 36(2): 38-40.
- [6] 任英英, 张宇. 基于非遗文化元素的农产品包装设计策略[J]. 鞋类工艺与设计, 2025, 5(16): 108-110.
- Ren Y Y, Zhang Y. Design strategy of agricultural product packaging based on intangible cultural heritage elements[J]. Shoes Technology and Design, 2025, 5(16): 108-110.
- [7] 朱庆祥, 刘晓彬. 体验视角下柳编类非遗产品消费者购买意愿影响因素研究[J]. 家具与室内装饰, 2024, 31(1): 82-88.
- Zhu Q X, Liu X B. Study on the influencing factors of Consumers' Purchase intention of traditional wicker products from the perspective of experience[J]. Furniture & Interior Design, 2024, 31(1): 82-88.
- [8] 周俊炜. 美育视域下非遗助力食品包装探究[J]. 湖南包装, 2024, 39(4): 122-123, 133.
- Zhou J W. The exploration of intangible cultural heritage helps the food packaging from the perspective of aesthetic education [J]. Hunan Packaging, 2024, 39(4): 122-123, 133.
- [9] 王增成, 刘然, 梁晓倩. 叙事学视角下非遗品牌形象构建研究: 以查干湖冬捕为例[J]. 大众文艺, 2025(17): 35-37.
- Wang Z C, Liu R, Liang X Q. Research on the construction of intangible cultural heritage brand image from the perspective of narratology: a case study of Chagan lake winter fishing[J]. Popular Art & Literature, 2025(17): 35-37.
- [10] 陶紫涵, 黄慧君. 叙事性设计下茶叶包装设计策略[J]. 福建茶叶, 2024, 46(2): 83-85.
- Tao Z H, Huang H J. Tea packaging design strategy under narrative design[J]. Tea in Fujian, 2024, 46(2): 83-85.
- [11] 范文, 王晓宇, 顾翠峰. 乡村振兴视域下叶树软糕养生包装设计研究[J]. 包装工程, 2025, 46(12): 533-541.
- Fan W, Wang X Y, Gu C F. Health preserving packaging design of Yexie soft cake from the perspective of rural revitalization [J]. Packaging Engineering, 2025, 46(12): 533-541.
- [12] 孙华锋, 郑林欣. 基于两轴分析法的地域文化品牌形象构建研究[J]. 家具与室内装饰, 2024, 31(3): 85-91.
- Sun H F, Zheng L X. Research on construction path of regional cultural brand image based on two-axis analysis method[J]. Furniture & Interior Design, 2024, 31(3): 85-91.
- [13] 向南, 许泽萍, 岑子健. 木刻版画在农产品包装设计中的活态传承: 以紫金蝉茶为例[J]. 中国包装, 2025, 45(9): 97-102.
- Xiang N, Xu Z P, Cen Z J. Living inheritance of woodcut prints in agricultural product packaging design: a case study of zijian cicada tea[J]. China Packaging, 2025, 45(9): 97-102.
- [14] 刘宇, 王焰淋. 基于运河文化遗产的仿生包装设计研究[J]. 包装工程, 2021, 42(10): 315-322.
- Liu Y, Wang Z L. Bionic packaging design based on canal cultural heritage[J]. Packaging Engineering, 2021, 42(10): 315-322.
- [15] 阮琳. 传统民间手工艺的当下活化路径思考[J]. 西北美术, 2025(3): 127-132.
- Ruan L. Reflections on the revitalization paths of traditional folk handicrafts in the present era[J]. Northwest Fine Arts, 2025(3): 127-132.
- [16] 朱琦, 刘向前, 张子怡, 等. NFC 技术下的非遗漆艺数字化创新设计研究[J]. 丝网印刷, 2024(16): 94-97.
- Zhu Q, Liu X Q, Zhang Z Y, et al. Research on digital innovative design of intangible cultural heritage lacquer art under NFC technology[J]. Screen Printing, 2024(16): 94-97.
- [17] 梁珏菲. 非遗视角下农产品包装数字化转型与电商营销策略研究[J]. 绿色包装, 2024(9): 66-69.
- Liang J F. Research on digital transformation and e-commerce marketing strategy of agricultural packaging from the perspective of intangible cultural heritage[J]. Green Packaging, 2024(9): 66-69.
- [18] 许滢尹. 非遗元素在现代农产品包装设计中的创新应用[J]. 上海包装, 2025(5): 62-64.
- Xu Y Y. Innovative application of intangible cultural heritage elements in modern agricultural product packaging design[J]. Shanghai Packaging, 2025(5): 62-64.
- [19] 方潇. 基于图像叙事的杨家埠木版年画数字文创设计研究[J]. 包装工程, 2023, 44(10): 411-419.
- Fang X. Digital cultural and creative design of Yangjiabu woodblock lunar new year picture based on image narration[J]. Packaging Engineering, 2023, 44(10): 411-419.
- [20] 周作好. 基于智能技术的坭兴陶文创产品包装设计[J]. 包装工程, 2024, 45(2): 452-459.
- Zhou Z H. Packaging design of nixing pottery cultural and creative products based on intelligent technology[J]. Packaging Engineering, 2024, 45(2): 452-459.