

# 基于认知心理学的儿童食品包装设计中故事元素的应用

## Application of story elements in children's food packaging design based on cognitive psychology

唐 华

TANG Hua

(广西教育学院艺术学院, 广西 南宁 530023)

(The Art Department of Guangxi Educational College, Nanning, Guangxi 530023, China)

**摘要:**分析了当前中国儿童食品包装设计所存在的问题,研究了故事元素在儿童食品包装设计中的情绪价值、益智价值、信息传递价值和品牌价值,并借助近年来多个国际包装获奖作品案例,分别从故事主题、故事情境、故事情节设计 3 个方面来探索故事元素在儿童食品包装设计中的具体应用。

**关键词:**儿童食品;包装设计;认知心理学;故事

**Abstract:** This paper analyzes the problems existing in the current packaging design of children's food in China, and studies the emotional value, intellectual value, information transmission value and brand value of story elements in the packaging design of children's food. Explores the specific application of story elements in the packaging design of children's food from three aspects, namely, the theme of the incident, the scenario of the story, and the plot design, with the help of several award-winning international packaging works in recent years.

**Keywords:** children's food; packaging design; cognitive psychology; story

根据中国产业研究院发布的《2021—2026 年中国婴童食品行业发展前景及投资风险预测分析报告》<sup>[1]</sup>, 每个家庭儿童的年平均消费金额为 1.7 万~2.55 万元, 全国每年儿童消费市场约为 3.9 万亿~5.9 万亿元, 儿童的日常零食是其中一项重要的支出, 预计 2023 年中国儿童食品市场规模将达 210 亿美元, 未来儿童食品市场将达到千亿规模。虽然儿童食品市场庞大且发展迅猛, 但当前中

国儿童食品包装设计仍存在一些问題, 很多包装设计是从成年人的角度去揣测儿童的审美爱好, 缺乏对现代社会儿童心理认知的理解, 忽视了儿童消费者群体的特殊需求, 主要表现在: ① 同质化严重, 包装的设计手法单一, 表达方式雷同, 除了鲜艳的色彩外, 缺乏能让儿童印象深刻的内涵, 无法在种类繁多的货架中抓住儿童的注意力; ② 趣味性不足, 仅依靠一些简单的卡通形象不能满足儿童心理需求, 缺乏更深入的角色特征和故事设定; ③ 少有益智效果, 包装上缺乏能让儿童感到好奇的内容; ④ 创新能力不足, 食品包装缺乏海外竞争力; ⑤ 包装上的故事过于成人化, 部分包装上的故事存在宣扬早恋、浓妆艳抹、危险动作和暴露着装等问题; ⑥ 包装上的儿童故事选材创新不足, 拘泥于一些陈旧的传统故事题材, 缺乏符合新时代特征的题材内容创新。当前在儿童食品包装设计相关领域的研究主要集中在儿童认知<sup>[2]</sup>、包装趣味性设计<sup>[3]</sup>、卡通动漫形象设计<sup>[4-5]</sup>, 以及儿童食品包装的色彩设计<sup>[6-7]</sup>、图形设计<sup>[8]</sup>、文字设计<sup>[9]</sup>和交互设计<sup>[10]</sup>等方面。

故事元素设计是指以叙述故事的方式来实现消费者与食品包装之间的沟通与交流, 引起消费者的记忆或联想, 最终实现与消费者的情感共鸣。故事元素拥有丰满的人物形象和丰富的故事内容, 故事元素容易引起儿童好奇心和进一步探索的兴趣, 将其应用至儿童食品包装设计中可以适当弥补包装趣味性和益智性不足的问题<sup>[11]</sup>, 对儿童食品品牌的发展大有帮助。

### 1 故事元素在儿童食品包装设计中的价值

#### 1.1 有趣的故事情节可使儿童感到欢乐

从儿童认知心理学的角度分析, 儿童的好奇心和求知欲比较强, 贪玩, 爱模仿, 思维比较形象, 喜欢探索未知的世界, 但儿童的认知能力发育不成熟无法理解复杂的

**基金项目:**全国教育科学“十三五”规划教育部重点课题(编号:DLA180407)

**作者简介:**唐华(1977—), 男, 广西教育学院副教授, 硕士。

E-mail: tanghua1977taa@163.com

**收稿日期:**2022-06-19 **改回日期:**2022-09-10

情感故事,有趣简单的故事情节往往更容易吸引他们的注意力<sup>[12]</sup>。故事选材应贴近儿童生活,更符合儿童的形象思维,容易与儿童形成情感交流<sup>[13]</sup>。实现儿童食品包装设计中的故事趣味化可以从故事的色彩、图形、造型、功能等方面入手。在色彩设计方面,使用儿童偏爱鲜艳活泼的色彩,如粉色、红色、翠绿色、橙黄色等;在图形设计方面,可使用可爱的人物和动物形象,或者将动物拟人化,讲述一个温馨快乐的故事;在造型上也可使用可爱的动物轮廓作为食品的外包装,让儿童快速理解故事主题;功能设计方面要强调包装与儿童的互动性,有趣的互动操作符合儿童好动的心理特征,更容易被儿童所喜爱<sup>[14]</sup>。

### 1.2 系统的故事逻辑对儿童有益智作用

家长在选择儿童用品时不仅关注用品的娱乐性,更加重视儿童用品的益智性。在儿童食品包装设计领域亦是如此,包装上所叙述的故事应具有系统的逻辑性,必须符合儿童的逻辑思维特征,例如儿童的分类思维逻辑,儿童的顺序思维逻辑,儿童的时间思维逻辑和儿童的空间思维逻辑等,即什么时间、什么地点、谁、做了什么事情,以及这些故事为什么会发生,故事的后续是什么样的,这些都会极大地培养儿童的思考能力,提高儿童的学习频率,帮助儿童更快地理解这个世界,学会更多的生活和社交常识,有利于儿童智力的发展、思维的拓展和认知水平的提升。而且在儿童正沉浸于享受食物的快乐情绪的同时对其进行适当教育,可达到“寓教于乐”的效果。

### 1.3 丰富的故事内容能直观传递食品信息

食品包装高效传递食品信息的能力是在琳琅满目的货架中抓住消费者眼球的关键因素。儿童的认知能力不如成年人完善,阅读信息的能力和效率也较弱,丰富的故事内容则可以帮助儿童更高效地掌握食品信息,例如包装插图讲述了森林、松鼠和朋友们的故事,就可以让儿童快速理解包装内是坚果或果干类食品。

### 1.4 印象深刻的故事主题有助于树立品牌形象

大多数故事都会引起人们的情绪变化,有趣的故事让人开怀大笑,温馨的故事让人感到心中温暖,优美的故事让人感到心情愉悦,从而令人印象深刻,有助于树立品牌形象,提升用户品牌忠诚度。儿童认知能力不及成年人,更容易受到外界刺激而出现较大的情绪变化,为了让儿童对食品包装印象深刻,应避免在食品包装上叙述平淡的、甚至负面的或悲观的故事,应多设计积极向上和充满幻想的故事主题,温暖的故事情境和欢乐有趣的故事情节,不仅会给儿童留下深刻的印象,而且对儿童食品品牌的长期发展也有助益。

## 2 儿童食品包装中的故事元素设计

### 2.1 儿童食品包装中的故事主题设计

故事的主题设计非常重要,它是儿童消费者对包装

讲述故事的总体感受。食品包装上一个明确的故事主题可以准确地向儿童消费者传递一种情感,如果这种情感与儿童消费者产生了情感共鸣,就可以达到吸引其购买的目的。儿童食品包装故事的主题:① 不能复杂难懂,应简单明了,确保其在儿童认知能力的范围之内;② 应积极向上富含正能量,以达到“寓教于乐”的目的,例如勇敢、阳光、温暖、可爱、快乐等。2021 年 Dieline awards 获奖作品 FLWRPWR 蔬菜脆片(图 1),其包装设计的故事主题是阳光和微笑,讲述了田间向日葵迎着太阳努力生长的故事,传达了乐观和积极向上的情绪。在色彩设计方面,包装所使用的色彩丰富,对比度较高,以暗红色和黑色等颜色为背景,衬托出明亮的黄色向日葵,在使用暖色调吸引儿童注意力的同时也表达了阳光和温暖的主题。在图形设计方面,包装采用柔软且圆润的笔法绘出了 3 朵向日葵,花朵上阳光明媚、富有感染力的微笑讲述了阳光且快乐的大自然故事,暗示了蔬菜脆片的天然和健康。

2022 年 Dieline awards 获奖作品 Nono's Snack 坚果和水果零食(图 2),其包装设计的故事主题是可爱的动物,表达了人与动物和谐相处的设计主题。包装正面的中央是一只挑剔且“厚脸皮”的松鼠,它的名字叫 Nono,非常喜欢水果和坚果,每个袋子都包含由 Nono 亲自挑选并向消费者推荐的坚果或水果。包装选用橙色调代表了



图片来源: <https://thedieline.com/blog/2021/2/17/its-flwrpwr>

图 1 FLWRPWR 蔬菜脆片

Figure 1 FLWRPWR vegetable crisp



图片来源: <https://thedieline.com/blog/2021/9/8/nonos-snack?>

图 2 Nono's Snack 坚果零食

Figure 2 Nono's Snack nuts

Nono 的热情和友好,可爱且“厚脸皮”的松鼠形象使儿童消费者感到亲切和快乐,同时也暗示了坚果或水果的天然和健康,因此深受儿童消费者的喜爱。

## 2.2 儿童食品包装中的故事情境设计

食品包装中的故事情境是指故事所蕴含的情感和意境,它可以是忧伤的、孤独的,也可以是迷幻抽象的,还可以是空灵仙境的。食品包装故事中蕴含的情感和意境需要契合食品本身的特征和消费者的心理,目的是与消费者产生情感共鸣。对于儿童食品来说,快乐是食品包装应传达出的重要情感<sup>[15]</sup>。此外,神秘的故事意境也符合儿童想要探索世界的好奇心理,有利于儿童智力发育和学习能力的培养<sup>[16]</sup>。2021 年 Pentawards 获奖作品 Ani Ice Cream 冰淇淋包装(图 3),讲述了一头开心的奶牛和她的朋友——可爱的小鸡和小鸭一同在田园中快乐生活的故事,向儿童消费者传递了快乐的情感。白色的哑光背景可以向消费者暗示冰淇淋的新鲜口感,农场的木栅栏代表了盛放冰淇淋的华夫饼锥,奶牛身上的香草花和可可豆传达了包装内冰淇淋的类型,包装中的晴天代表香草口味,傍晚则代表巧克力口味。



图片来源: <https://backbonebranding.com/works/ani-ice-cream/>

图 3 Ani Ice Cream 冰淇淋

Figure 3 Ani Ice Cream

2022 年 Dieline awards 获奖作品 Once Upon a Farm 儿童营养零食包装讲述了原生态农场中动物和植物和谐共存的故事,小兔子、小刺猬和小甲虫等可爱的小动物穿梭在大片成堆的新鲜水果和蔬菜之间,向儿童消费者传递了快乐又温馨的情绪。包装采用现代、充满活力和包容性的设计风格,可爱俏皮的动物和明亮的新鲜水果插图有利于食品包装和儿童消费者之间的交流,让儿童消费者感受到吃健康零食的美味和有趣。

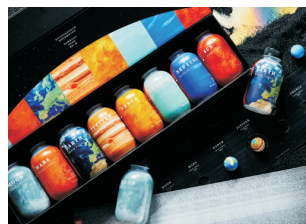
2020 年 Dieline awards 获奖作品 LePur's Stardust Box 饮品(图 5),其包装讲述了宇宙的故事,凸显神秘意境,可有效激发儿童对未知领域的好奇心。包装盒中的 8 瓶饮品包装插图使用 NASA 授权的真实行星图形——月亮、火星、地球、木星、金星、天王星、海王星和太阳。儿童喜欢一些新奇的、神秘的事物<sup>[17]</sup>,该包装以天体图像为主,文字占比较少,符合儿童重图像轻文字的认知特点。



图片来源: <https://thedieline.com/blog/2022/4/26/once-upon-a-farm-is-a-leader-in-the-kids-nutrition-space?>

图 4 Once Upon a Farm 儿童营养零食

Figure 4 Once Upon a Farm



图片来源: <https://thedieline.com/blog/2020/2/1/lepurs-stardust-box?>

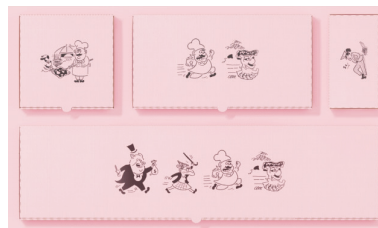
图 5 LePur's Stardust Box 饮品

Figure 5 LePur's Stardust Box drinks

宇宙本身充满了神秘感,而宇宙元素较少不常见于日常生活之中,也较少被用于食品包装之上,较容易吸引儿童的注意。

## 2.3 儿童食品包装中的故事情节设计

儿童喜欢简单且有趣的故事情节,喜好具有强烈识别功能的人物造型,一个可以被儿童所识别的人物角色就像是儿童的一个虚拟玩伴,会被儿童所喜爱,复杂难懂的故事无法引起儿童的兴趣。所以,在儿童食品包装的故事情节设计中,人和物的形象应线条清晰,易于儿童识别,故事内容应简单易懂、充满欢乐。2020 年 Dieline awards 获奖作品 Mano Pizza(图 6),包装拥有纯粉色的背景,可爱且简单,让人感到舒适,包装故事采用线性叙事情节,讲述了一张披萨从烹饪出炉,被小狗偷窃,厨师追赶,顾客又追着厨师,简笔画勾勒的人物造型简单易懂,



图片来源: <https://mano.pizza/#about>

图 6 Mano 手工披萨

Figure 6 Mano pizza

诙谐的动作和表情让消费者忍俊不禁,同时也暗示了披萨的美味和受欢迎程度。

### 3 结语

优秀的故事元素设计对儿童食品包装效果具有正向的影响作用。设计儿童食品包装故事元素时,应特别注重故事的细节设计,主题需积极向上,富有创新性,人物角色在可爱的同时也应贴近儿童生活,不能超出儿童认知,故事情境和情节不仅要逻辑严密合理,还要能引发儿童的好奇心。一个好故事胜过千言万语,在儿童食品包装上讲“中国故事”,讲中国传统优秀文化,并据此对儿童食品包装进行趣味性设计、卡通动漫设计、色彩设计、文字设计、图片设计和交互性设计,这也是儿童故事创作方面需要进一步探索的内容。

### 参考文献

- [1] 中国产业研究院. 2021—2026 年中国婴童食品行业发展前景及投资风险预测分析报告[R/OL]. (2021-05-11) [2022-05-20]. <https://www.chinairn.com/scfx/20220402/094223640.shtml>.  
China Industry Research Institute. 2021—2026 China baby food industry development prospects and investment risk forecast analysis report[R/OL]. (2021-05-11) [2022-05-20]. <https://www.chinairn.com/scfx/20220402/094223640.shtml>.
- [2] 张旭芳. 学龄儿童认知视角下的博物馆数字互动展示体验策略[J]. 湖南包装, 2021, 36(4): 65-68.  
ZHANG X F. Museum digital interactive display experience strategy from the cognitive perspective of school-age children[J]. Hunan Packaging, 2021, 36(4): 65-68.
- [3] 邱莉莉. 多维趣味表达儿童休闲食品包装设计[J]. 食品与机械, 2020, 36(12): 119-122, 158.  
QIU L L. Multi-dimensional interesting expression of children's snack food packaging design[J]. Food & Machinery, 2020, 36(12): 119-122, 158.
- [4] 简利蓉, 李龙. 卡通形象在儿童食品包装中的应用研究[J]. 绿色包装, 2022(5): 105-108.  
JIAN L R, LI L. Research on the application of cartoon images in children's food packaging[J]. Green Packaging, 2022(5): 105-108.
- [5] 马潇潇. 卡通形象在儿童食品包装设计中的应用[J]. 食品工业, 2020, 41(9): 412.  
MA X X. The application of cartoon images in children's food packaging design[J]. Food Industry, 2020, 41(9): 412.
- [6] 刘颖杰. 媒体时代视觉元素在儿童产品包装设计中的应用[J]. 湖南包装, 2022, 37(1): 80-82.  
LIU Y J. The application of visual elements in the packaging design of children's products in the media age[J]. Hunan Packaging, 2022, 37(1): 80-82.
- [7] 徐天韵. 色彩元素在儿童食品包装设计中的运用[J]. 食品工业, 2021, 42(3): 446.  
XU T Y. The application of color elements in children's food packaging design[J]. Food Industry, 2021, 42(3): 446.
- [8] 黄伟. 儿童零食包装多感官设计思路[J]. 食品与机械, 2021, 37(6): 131-134, 167.  
HUANG W. Multi-sensory design ideas for children's snack packaging[J]. Food & Machinery, 2021, 37(6): 131-134, 167.
- [9] 刘显菁. 儿童玩具包装中的文字设计研究[D]. 株洲: 湖南工业大学, 2015: 1-10.  
LIU X J. Research on text design in children's toy packaging[D]. Zhuzhou: Hunan University of Technology, 2015: 1-10.
- [10] 付春英. 儿童食品包装交互性设计研究[J]. 今日印刷, 2020(12): 36-38.  
FU C Y. Research on interactive design of children's food packaging[J]. Today Printing, 2020(12): 36-38.
- [11] 马更. 基于儿童心理及认知的食品包装设计[J]. 包装工程, 2015, 36(10): 93-96.  
MA G. Food packaging design based on children's psychology and cognition[J]. Packaging Engineering, 2015, 36(10): 93-96.
- [12] 侯雨彤, 黄心渊. 基于色彩认知心理的儿童数字绘本研究[J]. 科技与出版, 2017(4): 71-74.  
HOU Y T, HUANG X Y. Research on children's digital picture books based on color cognitive psychology[J]. Science and Technology and Publishing, 2017(4): 71-74.
- [13] 李小茹. 论趣味心理要素在儿童食品包装设计中的应用[D]. 苏州: 苏州大学, 2012: 1-20.  
LI X R. On the application of fun psychological elements in children's food packaging design[D]. Suzhou: Soochow University, 2012: 1-20.
- [14] 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.  
HUANG L. Analysis of children's food packaging image and color preference based on cognitive psychology[J]. Food & Machinery, 2019, 35(11): 113-116, 205.
- [15] 宋钊. 认知心理视阈下学前儿童绘本趣味性设计研究[J]. 中国出版, 2016(18): 36-40.  
SONG Z. Research on the interesting design of picture books for preschool children from the perspective of cognitive psychology[J]. China Publishing, 2016(18): 36-40.
- [16] 詹福瑞. 顺从天性激发好奇: 关于儿童阅读的一个观点[J]. 图书馆杂志, 2013, 32(10): 4-12, 19.  
ZHAN F R. Submissive nature stimulates curiosity: A perspective on children's reading[J]. Library Journal, 2013, 32(10): 4-12, 19.
- [17] 姜允珍. 《科学启蒙》: 满足儿童对自然的好奇和探究欲望[J]. 基础教育课程, 2010(6): 28-29.  
JIANG Y Z. "Scientific Enlightenment": Satisfying children's curiosity and desire to explore[J]. Basic Education Curriculum, 2010(6): 28-29.