

非遗手工艺与智能视觉融合的食品包装创新设计

刘亚娟¹ 许 亨¹ 漆琰玲¹ 才 慧²

(1. 鲁迅美术学院工艺美术系, 辽宁 大连 116650; 2. 辽宁科技大学建筑与艺术设计学院, 辽宁 鞍山 114051)

摘要: 非物质文化遗产(非遗)手工艺作为中华优秀传统文化的重要载体,在食品包装中具有独特的文化内涵价值与情感表达力。然而,对于非遗手工艺的应用仍普遍存在文化内涵表层化、包装展示静态化、包装互动性不足等问题。文章立足非遗手工艺的文化内涵,结合当代食品包装设计的审美逻辑,提出文化感知—互动体验—情感归属3层融合策略路径,并构建包括符号重构、媒介适配与情感嵌入在内的系统化设计方法。通过运用生成式人工智能(AIGC)、增强现实技术(AR)及数字设计技术等智能视觉技术手段,完成食品包装实践设计,并验证了融合策略的应用可行性。

关键词: 非遗手工艺;食品包装设计;智能视觉技术;文化融合;交互体验

Innovative food packaging through the integration of intangible cultural heritage handicrafts and intelligent visual design

LIU Yajuan¹ XU Heng¹ QI Yanling¹ CAI Hui²

(1. Department of Arts and Crafts, Luxun Academy of Fine Arts, Dalian, Liaoning 116650, China; 2. School of Architecture and Art Design, Liaoning University of Science and Technology, Anshan, Liaoning 114051, China)

Abstract: As an important carrier of traditional Chinese culture, intangible cultural heritage (ICH) handicrafts embody unique cultural connotations and emotional resonance in food packaging. However, current applications of ICH often suffer from superficial cultural connotations, static packaging presentation, and limited interactive engagement. This study focuses on the cultural connotations of ICH crafts and aligns it with the aesthetic principles of contemporary food packaging design. It proposes a three-tiered integration strategy comprising cultural perception-interactive experience-emotional belonging, supported by a systematic design methodology encompassing symbol reconstruction, media adaptation, and emotional embedding. By employing intelligent visual technologies such as generative AI (AIGC), augmented reality (AR), and digital design tools, the study implements a practical food packaging design to verify the feasibility of the proposed integration strategy.

Keywords: intangible cultural heritage handicraft; food packaging design; intelligent visual technology; cultural integration; interactive experience

在全球化与数字化的推动下,食品包装正从传统的功能性保护向品牌塑造、文化表达与智能互动融合的方向发展^[1]。消费者对包装的关注已不再是实用功能,而是更加重视其文化价值、审美体验及情感互动。非物质文化遗产(非遗)手工艺作为中华文化的重要载体,以其独特的图像风格、工艺技法与文化内涵,在食品包装中展现出不可替代的文化辨识力与视觉表现力。随着生成式人

工智能(AIGC)、增强现实(AR)等智能视觉设计技术的快速兴起,为食品包装创新提供了新的可能。这些技术不仅拓展了包装的表现形式,使其能够动态呈现品牌故事和文化信息,还增强了消费者互动体验,提高品牌认知度。目前,非遗手工艺与智能视觉设计的结合仍处于初步探索阶段,设计模式多为简单叠加或拼接,缺乏系统化融合策略,导致非遗元素的现代化演绎受限,难以充分发

基金项目: 辽宁省文联系统文艺创作生产专项资金扶持项目

通信作者: 许亨(1977—),男,鲁迅美术学院副教授,硕士。E-mail:380613541@qq.com

收稿日期: 2025-08-12 **改回日期:** 2025-10-31

引用格式: 刘亚娟,许亨,漆琰玲,等. 非遗手工艺与智能视觉融合的食品包装创新设计[J]. 食品与机械, 2025, 41(11): 234-240.

Citation: LIU Yajuan, XU Heng, QI Yanling, et al. Innovative food packaging through the integration of intangible cultural heritage handicrafts and intelligent visual design[J]. Food & Machinery, 2025, 41(11): 234-240.

挥文化传播与品牌赋能作用^[2]。文章拟聚焦非遗手工艺与智能视觉设计在食品包装中的融合创新,通过分析非遗手工艺的文化内涵与当代食品包装的审美追求,找出非遗元素与食品包装设计中的契合点,针对性提出融合智能视觉技术的文化感知—互动体验—情感归属3层融合应用策略,并结合自主创作的茶叶包装设计实践,验证该策略的可行性,为非遗工艺在现代食品包装中的创新应用提供依据。

1 主要概念界定及相关技术支撑

非遗手工艺作为非物质文化遗产的重要组成部分,体现了民众在特定历史与社会环境中所形成的生活智慧与文化表达^[3]。其形态多以实物形式呈现,制作过程强调技艺传承、工序严谨与手工美学的结合,具有高度的文化辨识度与再生产潜力。例如,雕刻工艺、印染工艺、纸艺、漆艺等,均属于该范畴的典型代表。这些手工艺形式不仅反映了地域性文化特征与历史传承脉络,也展示了人与自然、社会互动中的文化创造力与美学价值。

北大青鸟总部曾对AI智能视觉设计做过一个比较清晰的界定:“AI智能视觉设计是指利用人工智能技术,特别是像深度学习、计算机视觉这类领域的成果,通过智能算法来辅助甚至替代传统的设计工作。AI可以通过分析大量数据和图像,理解并掌握设计的规律,从而为设计师提供更智能、更高效的创作工具,帮助他们更快完成设计任务。”随着AI在设计领域的广泛应用,相关技术体系也日趋多元化,其中尤以AIGC和AR技术为代表,成为推动视觉设计智能化转型的关键力量。AIGC指基于生成式机器学习模型,自动生成文章、音频、视频等多种多媒体内容的技术体系。学术界普遍将其归入生成式人工智能技术(generative AI)的范畴^[4];在AIGC重塑内容生成方式的同时,另一类关键技术——AR也在不断拓展视觉设计的应用场景与交互形式^[5]。随着AIGC、AR等技术的不断成熟,其在文化传承与视觉表达中的应用潜力也日益凸显。特别是在非遗工艺的数字化语境中,这些智能技术为非遗工艺的重构与再生提供了全新的方法论与实践路径。

2 非遗手工艺在食品包装中的应用现状、创新、问题及意义分析

2.1 非遗手工艺在食品包装中的应用现状

随着传统文化复兴和文化自信的不断增强,兼具文化传承性与时代审美性的表达方式日益受到重视。于是彰显地域特色文化、延续本土历史文脉、提升现代包装中品牌的文化价值,已成为文化型包装设计的重要发展方向之一^[6]。在这一背景下,非遗手工艺在食品包装设计中的应用也逐渐受到关注,主要体现在以下方面。

(1) 图案与纹样的视觉转化应用。作品通过视觉形式将产品的内在和外在的特性传达给消费者,包含文化和物质两种因素。通过文化符号的“再视觉化”实现对产品的文化定位与情感链接^[5],如剪纸、刺绣、年画、印染、传统手工艺等非遗工艺形式被广泛应用于节日类、茶礼类、地方特色食品包装的装饰图案设计中。如图1所示,该作品以中堂龙舟制作的非遗工艺为创作基础,融合元代《龙舟夺标图》中的龙头图案样式,将传统龙舟文化以现代设计语言重新视觉化,不仅强化了节日礼盒的文化识别度,也为消费者建立起情感链接,实现了产品文化内涵的传达与包装形式的视觉延展。



图片来源: <https://www.ceh.com.cn/syzz/1662959.shtml>

图1 朕的心意·龙腾瑞阳(端午粽子礼盒包装)

Figure 1 Zhen De Xinyi Soaring Dragon and Auspicious Sun (Zongzi gift box packaging for Dragon Boat Festival)

(2) 材质与结构的工艺模仿。如对竹编、宣纸、丝绢等非遗工艺材料的模拟,或引入盒盖、抽屉、卷轴等传统造物结构,增强包装的手工气质与仪式感,赋予用户非遗工艺的文化体验。如皇中皇腊味礼盒包装(图2)借用非遗竹编工艺,使得包装呈现自然质感与手工温度,结合传统提篮造型与节庆符号,增强了文化氛围与仪式感,提升了产品的辨识度与附加值。

(3) 品牌叙事层面的文化嵌入。一些品牌尝试采



图片来源: <https://e.tb.cn/h.6EnJUVpVdsM3Gfa?tk=YwD-CVOMe8L7MF287>

图2 皇中皇腊味礼盒包装

Figure 2 Huangzhonghuang cured meat gift box packaging

用“工艺溯源”“工匠精神”“非遗工坊”等形式构建品牌与非遗技艺之间的文化链接,提升品牌的文化识别度与用户认同感^[7]。如荣宝斋×山河万朵木版水印糕点礼盒(图3),该包装通过“非遗+品牌”的文化叙事构建,以国家级非遗工艺“木版水印”为核心,将齐白石先生的书画图像通过木刻水印技法转印于产品外包装之上,实现食品包装与艺术工艺的深度融合。通过借“工艺溯源”与“工匠精神”唤起用户对非遗工艺的情感认同,用以提升产品的文化识别度及强化品牌在消费者心中的文化形象,为品牌叙事层面嵌入非遗价值的典型表达手法。



图片来源: <http://xhslink.com/a/B0gqaRlltugdb>

图3 荣宝斋×山河万朵木版水印糕点盒包装

Figure 3 Rongbaozhai × Shanhe Wan Duo woodblock waterprint pastry box packaging

2.2 非遗手工艺与智能视觉技术在食品包装中的融合现状

智能化视觉设计技术(如AIGC、AR、智能印刷技术等),增强了品牌与消费者之间的互动,使非遗元素能够以更灵活、互动的方式呈现,满足现代消费者的需求,通过创意和设计的力量,以各种形式呈现给公众,不仅可以传承和展示非遗文化,还可以为非遗传承者带来经济收益和社会声誉^[8]。近年来非遗工艺在食品包装中的应用逐渐增多,但其运用仍以静态符号或装饰图样为主,存在表达层次浅、用户参与弱、符号重叠化等问题,难以充分体现非遗技艺所承载的深层文化价值^[9]。以国酒茅台的包装设计为例(图4),该包装通过AI视觉生成与数字插画等智能化视觉技术,呈现出水墨山水风格与人物形象,增强了产品的艺术感与视觉辨识度。然而,该设计更多依赖技术形式的创新,未能与具体的非遗手工艺(如剪纸、刺绣、雕刻等)进行深度融合,仅实现了视觉风格上的东方化呈现,缺乏文化技艺层面的联动与沉浸式体验,互动性亦较弱,未能真正建立起用户与非遗之间的情感联系。而南三府月饼礼盒的包装设计(图5),以传统灯笼造型为结构基础,结合非遗剪纸中的镂空工艺,演绎祥龙纹样,融合现代烫印与抽屉式结构,营造出浓厚的节日氛围与文化审美。虽在材质与视觉呈现上高度还原了非遗工

艺的形式美,但整体仍停留在静态展示层面,缺乏与用户之间的互动机制,智能技术未能有效嵌入,导致产品与消费者之间的情感链接和沉浸感有限,互动性与智能化整合有待进一步加强。



图片来源: <https://p2.ssl.qhimgs1.com/t03ba4bfd7a60d8d97e.webp>

图4 贵州茅台《立春》互动包装

Figure 4 Interactive packaging of Guizhou Moutai's "Lichun" edition



图片来源: <https://search.jd.com>

图5 南三府月饼包装礼盒

Figure 5 Nansanfu mooncake packaging gift box

2.3 非遗手工艺在食品包装中的应用创新及存在问题

非遗手工艺在食品包装设计中的创新性应用主要体现在3个方面:① 图案与纹样的视觉再构,利用剪纸、刺绣、木版年画等非遗符号元素进行文化再视觉化处理,以强化包装的文化识别度和审美价值;② 材质与结构工艺的模拟,通过竹编、宣纸、丝绸等材料的模仿以及传统盒型结构引入,增强包装的地域和仪式感;③ 品牌叙事中非遗元素的文化融入,借助“工艺溯源”“工匠精神”等融合内容赋予品牌文化深度与价值联想。

但是这些探索仍面临一些显著问题与局限:① 设计表达多停留在表层的符号拼贴与形式模仿,缺乏对非遗图形系统化的语义建构,文化传达碎片化、单一化;② 在材质与结构的选择中,尚未实现非遗语素与现代工业材料及生产工艺的有效融合,难以形成既保留传统韵味又适应当代消费的功能性包装;③ 非遗元素大多作为装饰附着于节庆或地域产品,缺乏与品牌理念的深度绑定,情感表达力不足;④ 非遗包装设计多数仍停留于静态图形呈现,未能将非遗内容与数字技术有效整合,互动性、沉

浸感与传播力均有待提升。

总之,非遗手工艺在当代食品包装中的应用呈现出形式创新初步推进→文化融合尚显薄弱→技术整合有待深化的特点,未来亟需从视觉语素提炼、文化叙事深化与智能技术融合等方面构建系统化、多层次的融合路径,实现非遗工艺的活化转译与数字传播。

2.4 非遗手工艺在食品包装中的应用意义

非遗手工艺作为中国传统文化的重要组成部分,蕴含着深厚的民族精神、地域特征与美学观念,这种创新模式不仅能够传承和弘扬非遗,还可以提高食品的附加值和市场竞争能力^[10]。其在包装设计中的应用,不仅体现在剪纸、刺绣、雕刻等视觉元素的图案装饰上,更通过材质结构的仿真、工艺符号的嵌入以及节俗叙事的融入,实现了文化传承与视觉传播的双重功能。一方面,它赋予食品包装以文化内涵与仪式感,提升消费者的文化识别与情感归属;另一方面,也为品牌构建差异化竞争力、建立文化认同机制提供了有力支撑。非遗手工艺在包装设计中已逐渐从文化装饰向文化表达转变,成为构建文化型品牌、增强用户体验、推动文化传播的重要设计资源。

当前非遗手工艺在食品包装设计中的应用仍面临符号化表达、审美断层与数字融合不足等问题,难以充分发挥其文化传播与价值再造的潜力。为解决这一困境,文中聚焦非遗手工艺所承载的文化语义特征与食品包装所需的现代视觉表达需求,构建以文化、视觉与用户体验为导向的设计融合路径。在智能视觉技术的支持下构建文化一视觉一情感三维融合应用模型。

3 非遗手工艺与智能化视觉设计的融合策略构建

3.1 非遗手工艺的文化内涵与食品包装的审美契合

作为中华优秀传统文化的重要载体的非遗手工艺,蕴含着超越物质层面的深厚文化内涵,其应用价值不仅体现在工艺技法的独特性上,更体现在其所承载的历史记忆、民族精神与情感寄托体系^[11]。从图案语言、材质风格到结构形制与叙事关联,非遗手工艺都展现出一种无可替代的文化语义,是民族文化集体表达方式。而食品包装设计,作为连接产品与消费者之间的重要视觉媒介,承担着文化传达、品牌塑造与情感沟通的复合功能,其审美趋势逐步从形式美转向内涵美、体验美的融合表达。

(1) 文化内涵与审美符号的共通性。非遗手工艺中的图案及色彩,大多来源于自然崇拜、宗教信仰及社会风俗。通过长久的文化传承,形成了一套高度象征化的视觉语言系统^[12]。这与现代包装设计所追求的视觉识别度与信息传达效率形成了天然的契合。以剪纸中的喜鹊、

福字、祥云为例,这些符号不仅具备高度辨识度,也能引起消费者的文化联想和情感共鸣,与现代设计中“图形即认知”的传播逻辑相符。

(2) 情感传达与仪式体验的价值交叉。当代消费者的审美趋向已由单纯的视觉刺激,向更深层的情绪抚慰与文化认同方向延展^[13]。非遗手工艺所强调的托物寄情与礼以成人的观念,正是当代食品包装需要引入的情感资源。例如,用非遗竹编、木雕、彩塑、纸艺等非遗工艺文化打造包装,不仅提供视觉与触觉的双重体验,更构建出一种具有仪式感的“开盒行为”,使用户在使用过程中产生情境沉浸与文化认同,从而深化食品包装的品牌记忆。

(3) 地域文化性与品牌地方融合策略的谋和。非遗手工艺具有鲜明的地域性,它不仅映射着地方的文化特质与审美趣味,更隐含着人群的身份归属与文化心理。这种特质性的地域价值,正好与当代饰品在面对文化趋同与市场同质化压力时,所倡导的“在地化叙事”“文化特质话”的设计追求高度吻合。通过将具有地域文化特色的非遗工艺元素融入包装设计,品牌不仅能够彰显其设计的独特性,更能够建立与受众之间更稳固的文化信任与情感链接,形成差异化竞争优势。

总之,非遗手工艺作为中华优秀传统文化的重要表达形式,其在食品包装设计中的应用不仅契合当代设计对视觉识别、情感传达与文化价值的多重诉求,更以其独特的文化符号性、情绪联结力和地域性特质,为品牌塑造、用户体验和市场差异化提供了丰富资源。这种文化内涵与设计需求的高度契合,为后续非遗手工艺与食品包装融合方法的构建奠定了坚实的理论基础与实践方向。

3.2 非遗手工艺与智能化食品包装的系统整合策略构建

3.2.1 视觉语素重构:非遗图像语言的智能生成与审美转化 视觉语素重构层聚焦于非遗手工艺图像语言的结构解码与数字化重构,致力于将传统纹样转化为符合现代审美及传播方式的视觉资源。首先,基于非遗文化的视觉符号系统,利用文化符号学方法对典型纹样中的构图结构、线条节奏与色彩逻辑进行解构分析,构建可用于计算建模的视觉语素数据库。其次,结合图像识别与AIGC及计算机辅助设计技术,对原始非遗图案进行数据编码与风格迁移训练,自动提取其代表性形式语言与构图模板。再次,通过算法重构与色彩系统优化,实现简化→重构→再生的智能图形生成流程。不同于传统的图案拼贴方法,此方法强调图形逻辑与文化语义的双向重构,既保留非遗图像中的文化深度,又使其具备现代包装所需的高识别度、强延展性及跨平台适配能力。最终生成的图形既可用于平面包装,又能拓展至数字媒介与互动视觉中,真正实现非遗视觉语素从静态再

现到语义重构的当代表达路径。图 6 为运用 AIGC 技术对剪纸、雕刻、漆艺等非遗工艺图样进行数据化处理与风格分析,提取其构图结构和形式语言,在保留传统文化符号精髓的同时,实现图案的智能重构与视觉升级,助力非遗图像在现代传播与多平台应用中的当代表达。图 7 为该方法应用于茶叶包装设计的实践案例。

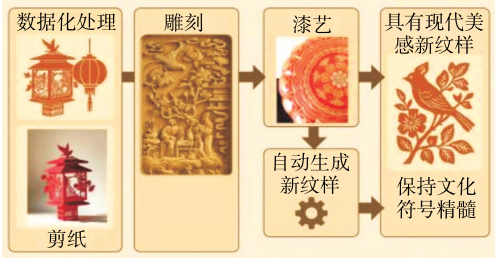


图 6 非遗工艺纹样优化流程图

Figure 6 Optimized workflow for intangible cultural heritage craft patterns



图 7 茶叶包装设计实践案例

Figure 7 Practice case for tea packaging design

3.2.2 多模态体验激活:增强互动设计与文化触达深度

在多模态体验激活层面通过引入 AR 技术、可变数据印刷(VDP)技术、NFC 智能化技术等,突破传统静态包装的传播限制,实现消费者与包装之间的多维互动。首先,基于 AR 技术的食品包装设计识别图层的构建。消费者可通过移动终端扫描食品包装上的整体包装、图案或二维码,进入 AR 虚拟场景,如“萨满剪纸的由来”“玉雕技艺的传承”或“中秋典故的由来”等,从而实现从二维视觉向三维沉浸的延展(图 8)。其次,运用 VDP 对非遗图案和包装信息进行定制化处理,根据定制化客户的需求定制不同故事性的设计作品。进一步,可结合社交媒体平台设置“扫码分享”“参与抽奖”等形式,拓展产品的传播路径。实现通过技术手段赋能包装设计,通过内容的动态呈现与信息交互,实现非遗手工艺与包装设计不再是静

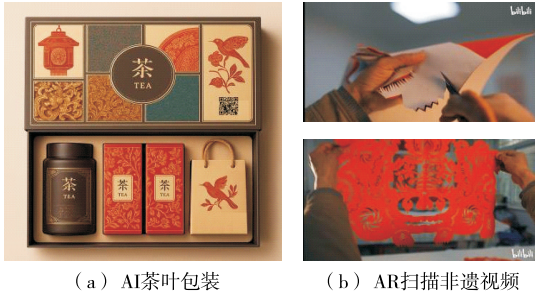


图 8 结合 AR 互动技术的 AI 茶叶包装设计实践案例

Figure 8 Practical case of AI tea packaging design combined with AR interactive technology

态符号的堆叠,真正做到观看—体验—共鸣的非遗手工艺文化之旅程,从而提升食品品牌情感黏性和文化认同感。

3.2.3 情感语境融合:品牌叙事中的文化归属共建机制

情感语境融合是非遗手工艺与智能化视觉食品包装设计融合的深化阶段,该阶段是将非遗文化所承载的文化认同、情感投射与精神归属转化为品牌与用户之间的深层情感纽带。该层策略基于文化认同理论(cultural identity theory)与品牌共创理念(co-creation of meaning)为基础。文化认同强调的是个体对群体历史、语言、艺术的归属感的认同,而非遗手工艺所蕴含的正是地域文化、生活方式与精神价值的集中体现。通过食品包装设计传递非遗手工艺文化内涵,使得品牌成为文化认同的中介载体,品牌通过情感共鸣机制实现消费者参与非遗文化的传播与表达,实现用户与品牌在文化层面上的双向绑定。

(1) 非遗叙事驱动文化情感联想。利用食品包装文案、产品命名、图案讲解等方式,将非遗手工艺背后的文化传说、工艺传承、地域记忆具象化,实现非遗叙事驱动文化情感联想。通过 AIGC 技术生成的非遗手工艺图案结合传统吉祥如意,将其嵌入食品品牌故事之中,使消费者在享用产品的同时感知非遗文化精神。如作者自创的“五福绣·新年米糕礼盒”包装设计案例(图 9),该作品以国家级非遗工艺苏绣文化为基点,运用 AIGC 技术、AR 技术及计算机辅助设计技术,设计创作具有苏绣工艺肌理效果的五福图案(鹿、鹤、犬、桃、雀),寓意美好祝愿,并结合苏绣传统色彩进行视觉演绎,展现东方工艺美感。礼盒采用三层抽屉结构,内含祝福卡与 AR 互动二维码,消费者扫码即可了解苏绣文化来源或生成节日祝词,实现从视觉识别到文化沉浸的转化,体现出非遗文化在食品包装中的情感联结与当代表达价值。

(2) 仪式化设计激发身份归属。通过节日庆典食品包装定制、家族传承包装定制、地域特色包装定制等设



图9 五福酥·新年米糕礼盒

Figure 9 Five Blessings pastry·new year rice cake gift box

计,满足用户特定情景需求的文化表达与情感寄托。例如在春节推出融合“生肖文化+节日文化+姓氏文化”定制的食品包装礼盒,通过借助AR展示生肖、姓氏的来源或祝福语,使消费者体味到食品包装作为情感寄托的媒介,完成身份的情境认同。如图10所示,“李”福迎春·虎年定制礼盒融合剪纸风格的生肖虎图案、金色“福”字元素及姓氏文化标识,整体采用抽屉式结构,增强仪式感与互动性。包装侧面预留二维码区域,便于消费者通过AR技术扫描后查看姓氏来源、虎年祝福等内容,形成从视觉识别到文化共鸣的沉浸式体验,强化消费者在节日语境中的身份归属感与文化参与感。



图10 “李”福迎春·虎年定制礼盒

Figure 10 "Li" fortune welcomes spring·Year of the Tiger custom gift box

(3) 互动参与机制共建品牌文化共同体。在非遗工艺与食品包装不断深入融合过程中,品牌不应仅作为文化传播的单个个体,而应成为文化共建平台的引导者。这一阶段的核心在于构建以用户为中心的共创参与机制,通过互动设计、社交传播与内容共创等形式,推动非遗工艺从品牌演绎向用户共建的转变,从而推动用户与品牌之间的关系由接受者向参与者、合作者升级,进而形

成具有认同感与归属感的品牌文化认知共同体。在具体实现路径上,品牌可借助社交媒体平台与数字互动技术等,开启非遗相关的主题活动,例如“晒出我的非遗故事”“姓氏图腾共创”“节日剪纸挑战赛”等形式,鼓励用户上传图像、投稿文案或共创包装图案,形成丰富的用户生成内容(UGC)传播矩阵。这不仅增强了用户的参与感与表达权,也为品牌积累了更具情感温度与文化多样性的传播内容资源。进一步打造专属的非遗工艺文化圈社群,通过线上共创话题、线下非遗工艺体验活动等方式,将产品消费延伸为文化社交伙伴,实现用户之间的情感联结与身份互动。通过这样的文化共创过程,用户不仅是品牌的消费者,更成为品牌文化的塑造者和非遗文化的传播者,从而在潜移默化中完成对品牌文化的认同,构建可持续的文化认同关系。

4 结论

研究围绕非遗手工艺与智能化视觉设计在食品包装中的融合问题,系统梳理了非遗手工艺的文化内涵与现代食品包装的审美特征,明确了当前融合过程中存在的符号化表达、互动性薄弱、文化传递断层等问题。在此基础上,提出了视觉语素重构—多模态体验激活—情感语境融合3层次融合策略模型,并据此构建了符号重构、媒介适配、情感嵌入3类具体设计路径,力图实现非遗文化要素在现代包装设计中的语义激活与价值再造。通过生成式人工智能(AIGC)、增强现实(AR)等技术手段的介入,不仅在理论层面提出融合策略,并结合自主设计的茶叶包装作品进行了实践验证,展示了非遗手工艺在智能化设计语境下的创新表达潜力。非遗文化在现代设计系统中不仅具有高度可转译性,也能通过数字手段增强与消费者之间的文化认同与情感连接,从而赋予品牌以深层的文化内核与差异化价值。其所构建的融合路径及其实践策略为非遗文化在当代表达、包装设计创新与品牌文化建设中提供了新的方法支持与理论视角,具有一定的学术价值与推广应用前景。

参考文献

- [1] 朱伟. 现代语境下非物质文化遗产的表达与叙事[J]. 文化遗产, 2021(1): 1-8.
- ZHU W. The expression and narration of intangible cultural heritage in the modern context[J]. Cultural Heritage, 2021(1): 1-8.
- [2] 陈东博, 袁洪, 王璐, 等. 中国非遗产品设计的研究现状与发展趋势[J]. 包装工程, 2024, 45(14): 71-84.
- CHEN D B, YUAN H, WANG L, et al. Research status and development trend of intangible cultural heritage product design in China[J]. Packaging Engineering, 2024, 45(14): 71-84.

- [3] 胡继艳. 基于设计创新视角的安徽传统手工艺的传承研究[J]. 广西师范学院学报(哲学社会科学版), 2018, 39(4): 92-97.
HU J Y. On the inheritance of traditional handicrafts in Anhui Province based on design innovation[J]. Journal of Guangxi Teachers Education University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2018, 39(4): 92-97.
- [4] 李白杨, 白云, 詹希旋, 等. 人工智能生成内容(AIGC)的技术特征与形态演进[J]. 图书情报知识, 2023, 40(1): 66-74.
LI B Y, BAI Y, ZHAN X N, et al. The technical features and aromorphosis of artificial intelligence generated content (AIGC) [J]. Documentation, Information & Knowledge, 2023, 40(1): 66-74.
- [5] 邱族周, 钱惠, 刘云. 基于闽东传统民居特色的非遗食品包装设计[J]. 食品与机械, 2022, 38(7): 138-143.
QIU Z Z, QIAN H, LIU Y. Packaging design of intangible cultural heritage food based on the characteristics of traditional folk houses in east Fujian[J]. Food & Machinery, 2022, 38(7): 138-143.
- [6] 白玫. 基于神垕钧窑非遗文化的河南本土传统食品包装设计[J]. 食品与机械, 2023, 39(9): 117-122.
BAI M. Traditional packaging design for local food based on the intangible cultural heritage of Shang-Jin Jun Kiln in Henan Province[J]. Food & Machinery, 2023, 39(9): 117-122.
- [7] 温鑫淼, 刘宗明, 李麟. 基于非遗文创的品牌构建与探究: 以湘西地区土家织锦为例[J]. 家具与室内装饰, 2021(9): 55-59.
WEN X M, LIU Z M, LI L. Research on the brand construction and exploration of cultural and creative products of intangible cultural heritage: taking western Hunan Tujia brocade as an example[J]. Furniture & Interior Design, 2021(9): 55-59.
- [8] 王玮. 虚拟现实技术(VR)在传统手工艺传承中的应用述评[J]. 湖南包装, 2025, 40(2): 74-77, 99.
WANG W. A review of the application of virtual reality (VR) technology in the inheritance of traditional handicrafts[J]. Hunan Packaging, 2025, 40(2): 74-77, 99.
- [9] 谢春. 电影传播非物质文化遗产的媒介优势[J]. 传媒, 2023(6): 50-52.
XIE C. The media advantages of film communication in disseminating intangible cultural heritage[J]. Media, 2023(6): 50-52.
- [10] 卢鹿, 郑捷, 沈楚尧. 青神非遗手工艺在特农产品中的包装创意[J]. 文化产业, 2023(17): 20-22.
LU L, ZHENG J, SHEN C Y. Packaging creativity of Qingshen non-legacy handicrafts in special agricultural products[J]. Culture Industry, 2023(17): 20-22.
- [11] 柯慧明. 非遗手工艺 AI 情感新“织”造[J]. 文化产业, 2025(4): 145-147.
KE H M. AI-driven emotional "Weaving" in intangible cultural heritage handicrafts[J]. Culture Industry, 2025(4): 145-147.
- [12] 尚平君. 民间美术文化意蕴初析[J]. 装饰, 2000(6): 62-64.
SHANG P J. A preliminary analysis of the cultural connotations of folk art[J]. Art & Design, 2000(6): 62-64.
- [13] 吴余青, 徐海波, 朱奕苇. 非遗在食品包装设计中的运用研究进展[J]. 食品与机械, 2024, 40(6): 111-116.
WU Y Q, XU H B, ZHU Y W. Research progress on the application of intangible cultural heritage in food packaging design[J]. Food & Machinery, 2024, 40(6): 111-116.