

化妆品包装之“国风”创意设计

宋 婕

景德镇陶瓷大学设计艺术学院 江西 景德镇 333400

【摘要】：国产化妆品市场的繁荣，让化妆品包装设计当中“国风”风格越来越受到关注。本文从纹样、色彩、器形、意境四个维度梳理了国产化妆品包装设计当中传统文化元素的运用方法。国风包装设计不一定直接简单复制传统文化元素，也可以通过简化、提取、拆解、重组、“异质同构”、“多重锚定”等方法，保留文化识别度与文化内涵，并符合现代审美与实用需求。这些相关方法，可以为化妆品包装设计当中“国风”风格的设计实践提供参考。

【关键词】：国风设计；化妆品包装；传统文化元素；异质同构；色彩命名

DOI:10.12417/3041-0630.26.11.031

1 国风创意设计核心内涵

“国风”设计的兴起源于传承传统文化的需求与将传统符号再创作以满足现代审美的实践^{[1][2]}。2025年上半年美妆护肤市场销售额达2,352.3亿元，同比增长10.1%，化妆品包装在其中占比约45%^[3]。国货美妆品牌从早期西方简洁格调，转向寻求自身的文化语言与身份认同^[4]。

2 化妆品包装设计的“国风”设计

2.1 传统纹样的使用

第一，根据“文化记忆”理论，化妆品包装相当于传递文化记忆的“记忆之场”，因此纹样使用需一定程度上符合其原生文化的视觉规律^[5]。

传统羌绣团花纹、羊角纹等多呈现中心对称形式^[6]。如图1，珂拉琪羌绣系列将团花纹以中心对称的单独纹样的形式置于包装视觉中心，符合团花纹在羌绣中自成一体传统。薇诺娜彝绣非遗礼盒则以方形边界为约束形成适合纹样，沿边界作连续纹样，配色严格地遵循彝绣红、黄、黑三大原色的体系^[7]。



图1 珂拉琪羌绣系列与薇诺娜 图2 稀物集傣族织锦礼盒

彝绣非遗礼盒来源：稀物集小红书官方账号

来源：非遗传承人杨华珍工作室

小红书官方账号;薇诺娜小红书官方账号

傣族腰机织造的周期性使其织锦以连续纹样为主，如图2，稀物集傣族织锦礼盒即采用此形式^[8]。

花哲蔻和佰草集罐体盖形都为圆形，所以按照适合纹样原理适配牡丹、太极这样大型为圆形的浮雕和纹样。

第二是对传统纹样进行简化、提取、拆解与重组。

故宫凤冠彩妆礼盒参考了明万历的点翠嵌珠石金龙凤冠。这一设计对参考原型进行了解构，将原本文物龙凤冠的结构进行了简化、拆解和重组。由于明代女性首饰体系中本就存在簪、钗、环等小型头饰^[9]，所以经过解构之后的元素在尺度和形式上仍符合传统首饰的视觉习惯，设计在外包装和内包装上也依旧是和谐的。

皇后宣娇锦绣礼盒将云肩纹样置于外包装上部，毛戈平故宫限定系列将海水江崖纹置于外包装下部，遵循了云肩位于服饰上部^[10]、海水江崖纹集中于袍服底摆的空间视觉惯例^[11]。

第三是不必拘泥于传统纹样图案，可将多种符合主题的文化元素有机融合，共同锚定同一文化意象。



图3 花西子苗族系列及傣族系列

来源：花西子小红书官方账号

如图3，花西子苗族系列的纹样来源于多个苗族文化维度来源，包括苗族银饰、服饰、刺绣等，纹样上使用蝴蝶纹、牛角纹、鱼纹等^[12]。花西子用直线几何构图排布这些元素，将连续纹样与适合纹样相结合，并加入品牌标志性的“小轩窗”与古代妆奁，使文化符号与品牌符号共同和谐地运用于包装设计当中。花西子的傣族系列纹样来源也包括颈饰、建筑、孔雀图腾等多个来源，并加入花丝首饰与微浮雕工艺。孔雀开屏呈扇形，与粉饼内包装正面形状同构。这种多个维度文化来源的设计方法，可以多重锚定同一种文化主题。

2.2 传统色彩搭配的运用

中国传统工艺与材质会带来本身固有的色彩印象：矿物与宝石有其固有色，陶瓷釉色受金属元素与烧制气氛影响，漆器、点翠、螺钿等工艺则在特定材料和工序中有标志性配色。这让消费者即使面对现代工业材质，也能通过配色产生对原工艺或材质的联想。

提取传统工艺的色彩语言时，要聚焦配色关系的共性表达，不一定照搬已有方案，可用直接复刻与提炼视觉特色两种方式^[13]。

清代剔红用多层朱漆涂胎雕刻，漆层肥厚、呈色鲜红，常与戗金、描金等金色辅助技法配合^[14]。如图4，韩束红蛮腰金马礼盒没有使用真实剔红，而是用不同明度的红色模拟漆层立体感，用金色花纹暗示戗金技法，再通过相似图案关联原型。



图4 韩束红蛮腰金马礼盒

图5 彩棠争青流玉系列

来源：韩束小红书官方账号来源：彩棠小红书官方账号

如图5，彩棠争青流玉系列模仿玉的质感、絮状纹理与色彩；花西子玉养系列以树脂模拟玉的温润半透明，并在成分中添加软玉粉。

点翠以翠蓝为主调，常配金色骨架及红、白珠宝点缀^[15]。故宫点翠眼影盘以蓝色基底对应翠羽，红色花蕊暗示珊瑚、玛瑙等珠宝，仅用配色即模拟了点翠的视觉特点。

花西子白瓷系列则直接使用白瓷材质，呈现其素净的纯白与温润质感。

第二是用传统色彩搭配表现民族地域风格、文化意象或美学风格。



图6 卡姿兰敦煌博物馆联名系列

来源：卡姿兰小红书官方账号

敦煌壁画以青绿为基底、朱红为对比、金与白为提亮的配色模式，是敦煌文化在公众认知中的标志性色彩印象^[16]。卡姿兰敦煌博物馆联名系列使用此配色配合飞天、九色鹿等图案，多重锚定敦煌的文化意象。

青色在中华文明中地位崇高^[17]，彩妆引青入妆限定系列直接以青色为主题色，使色彩成为产品文化定位核心。

韩束马年礼盒与谷雨蛇年礼盒均以大面积红色为主、小面积金色点缀，配合生肖纹样，作为春节主题配色。

孔雀是傣族文化当中重要的图腾^[18]。花西子傣族系列未采用傣族传统高对比、五彩斑斓的配色，而是提取孔雀的蓝绿色作为主题色，并饰以金色暗示佛教影响。这说明面向大众的国风设计需在文化本真性与符号可识别性之间寻求平衡。

第三是使用对参考传统色彩的化妆品包装或色号配色进行命名，来体现对应的文化意象或美学风格。

彩妆产品的色彩命名显著影响消费者的购买意愿。蔡杭将其划分为意象描述、感受表达、文化隐喻与功能阐释四种类型^[19]。

故宫彩妆·博古系列以传统色命名红色膏体，外壳用其他色系传统色以示区分。

值得一提的是，一个色彩名称可能采用了多种命名方式^[19]。

例如“枣泥红”同时包含作为意象描述的色彩与味觉联想与作为文化隐喻枣泥这一中国传统甜品材料，通过色彩命名多重锚定了感官联想与文化认同。

2.3 传统器物元素的运用

化妆品包装对传统器物元素的运用,可分为三种方法:直接使用传统盛器并做简化修改、将非盛器的传统器物移植为包装器型,以及将非器物的传统文化元素转化为包装盛器。三者的共同前提是:在满足包装功能的基础上,提取传统造型与目标器型的几何相似性特征,进行尺度、材质与结构的适配。

如图7,妆写浮露系列唇釉以传统葫芦形青瓷壶为原型,保留葫芦的盛器形态,去除壶嘴、壶把、壶盖等不适配唇釉的部分。



图7 妆写浮露系列唇釉

来源:妆写礼遇小红书官方账号

第二种方法是将并非盛器的传统器物移植为化妆品包装。这种方法运用“移植思维法”,利用参考原型与对应化妆品盛器的形状相似性,将两者衔接起来并有机结合^[20]。



图8 百雀羚灵玉系列及原型参考

来源:百雀羚小红书官方账号

如图8,百雀羚灵玉系列将玉琮融入唇釉管体,这一设计的移植前提是玉琮与唇釉管体的形状都类似于圆柱形。设计保留玉琮半透明、温润的质感,简化繁复的雕刻纹样、棱角,符合现代使用需求。



图9 花西子同心锁口红

来源:花西子小红书官方账号

花西子同心锁口红将传统同心锁的形状略加调整,使其形态更接近现代的皮包,保留锁的功能与“同心”寓意,满足唇膏管体持握需求。

第三种方法是运用“移植思维法”将非器物的传统文化元素融入包装器型。

长物堂竹韵系列利用竹节中空、圆柱形的特征,将其融入口红包装当中。

3 化妆品“国风”创意的设计原则

3.1 深挖文化根基,细化文化内容

深挖文化根基不一定直接拼贴传统符号,可以将同一主题下的色彩、纹样、材质、工艺、语言符号等元素有机结合为统一的符号体系,运用“异质同构”原理将不同维度的同一主题的文化意象多重锚定同一主题。这一原理的前提是,一个文化主题,并非只有最具有大众认可度的文化元素,而是其内部有很多不同方面的其他元素,在包装设计当中深化这些知识的呈现,可以让包装设计更有文化内涵。具体操作上可以对元素进行简化、拆解与重组(详见3.2)。

花西子蒙古族系列在文化内容细化上做了很多设计,色彩、纹样、材质等部分互相配合,多重锚定了蒙古族的文化主题。

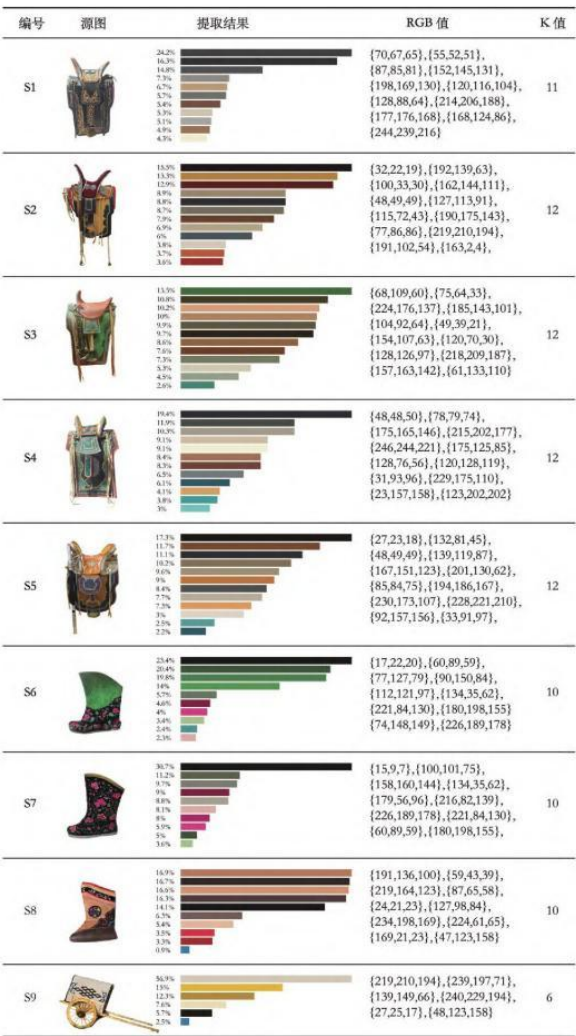


图 10 色彩提取结果与色彩量化信息

来源：王璇.蒙古族出行中的色彩特征提取及设计实践[J].艺术品鉴,2024(24):37-41.

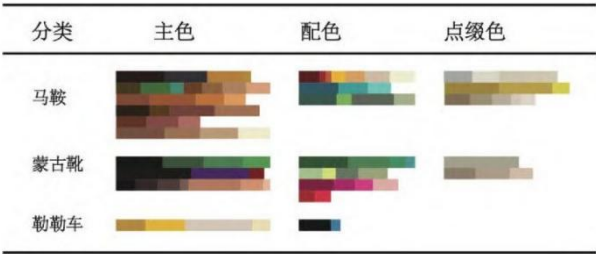


图 11 色彩提取整理与分析

来源：王璇.蒙古族出行中的色彩特征提取及设计实践[J].艺术品鉴,2024(24):37-41.

如图 10、图 11，王璇的蒙古族色彩提取可见，褐色与灰褐色系占比最高，其次是绿、青、红、黄色系。

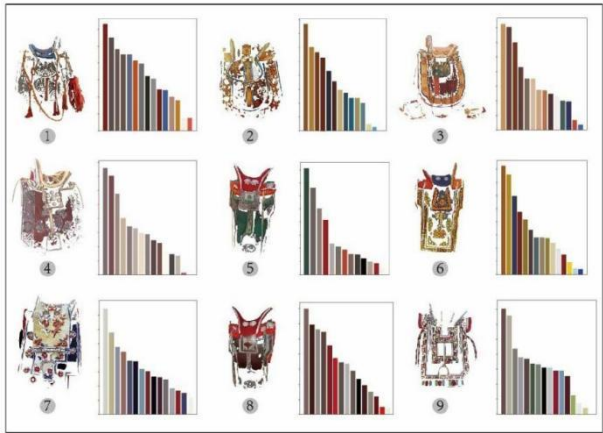


图 12 图像色彩提取统计结果

(来源：[23]赵惠俊,李少博.基于视觉显著性的蒙古族传统马鞍色彩提取与设计转译[J].设计,2024,37(01):28-31.)

如图 12，对蒙古族传统马鞍色彩的研究可见，棕褐色系因皮革固有色占比最高，金、银色来自金属配件，点缀色占比极低。如图 13，花西子蒙古族系列以褐色和白色为主调，橙红、蓝绿与银色仅作点缀[22][23]。



图 13 花西子蒙古族系列

来源：花西子小红书官方账号

花西子傣族系列则提取孔雀的蓝绿色为主题色，与蒙古族系列形成不同策略。后者求文化本真性，前者求大众可识别性。

花西子蒙古族系列色彩命名上亦以蒙古语原词如“娜仁图雅”（阳光）、“苏太伽”（奶茶）等多重锚定草原生活意象。

其设计团队以“马背上的自在”与“蒙古包的温暖”为概念，马以褐色、皮革材质与飒爽气质呈现，并在宣传物料中具象化。

材质上使用皮革与皮雕工艺，与色彩象征呼应。

纹样上，该系列使用盘肠纹、鼻纹与方胜纹三种蒙古族代表性纹样，盘肠纹置于多个产品单体的视觉中心，鼻纹与方胜纹被整合为新的组合纹样。

3.2 传统元素的符号融入方法

第一种是简化，保留关键特征而去除次要细节，适应现代简洁风格。

彩棠釉韵系列口红将传统瓷瓶的腹部简化为圆球形、颈部拉直为管状，在保留瓷器造型特征的同时适配了口红包装的实用需求。

妆写竹篱红萼口红参考越窑秘色八棱净水瓶，保留其棱角特征，简化了不匹配现代包装的外形轮廓。

第二种是替换与提取，保留核心识别特征，替换次要特征以适配现代设计。

提取传统工艺需提炼其独立视觉语言，使其脱离原工艺后仍保留视觉特色^[20]。

百雀羚的青花瓷色限定版在包装上使用是对品牌具有代表性的麻雀与象征草本护肤的玉兰花，但使用“白底蓝花”的青花瓷特征保证了青花瓷元素的辨识度。

第三种方法是拆解与重组，是将传统文化符号当中不同的特征或部分进行拆分或重新组合进行的设计方法。

拆解与重组的底层逻辑是“异质同构”，不同事物因内在结构（形状、色彩、质感等）的相似性，可在感知中被整合为和谐的整体。在这一框架下，“变象同构”与“重象同构”是主要的具体运用方法。“重象同构”指的是原本完整的形象被分解后，在不同载体上重新构成一套相互关联的视觉系统^[24]。



图 14 蒂洛薇京剧系列

来源：蒂洛薇小红书官方账号

如图 14，蒂洛薇京剧系列以《白蛇传》为灵感，将旦角的头发、饰品、妆容拆解后分别融入不同产品单体。消费者在不同单品看到碎片符号，通过格式塔闭合性原理重组旦角意象，正是“重象同构”：将完整形象分解后在不同载体上重新构成相互关联的视觉系统。



图 15 珀莱雅时光流金能量礼盒 图 16 谷雨中秋月玲珑礼包

来源：珀莱雅小红书官方账号来源：谷雨小红书官方账号

珀莱雅时光流金能量礼盒将花丝拆解为金属光泽与密集曲线，内部红包采用花丝工艺，外盒以香槟色图案暗示，材质因类似光泽与曲线特征在感知中同构。

谷雨中秋月玲珑礼包运用“异质同构”与“变象同构”理论，将钱纹、玲珑瓷与象征中秋节的桂花纹样进行了结合，利用玲珑瓷镂空的“米通”、桂花的花瓣、金钱纹的“底”（外

圆与内方之间的实体部分)的形状相似而互相结合。

三种符号通过形状这一“力”的相似性互相借用、彼此转化,既服务于中秋主题,又避免了三种元素各自独立呈现时可能造成的信息过载。

3.3 时尚性与文化性共存

国风包装有时不能照搬传统,需与现代风格及流行元素结合。

花西子参养唇膜与玉竹柔润养唇磨砂膏将传统官帽元素做了圆润化的处理,使产品在保留文化识别度的同时具有时尚性。

东边野兽灵芝修护淡纹精华油参考传统花瓶器型,使用高纯度红色并简化外形,更符合现代极简风格。

花皙蔻唐宫夜宴牡丹系列联名当中将唐代仕女图案做Q版化再创作,结合传统与时尚性。

参考文献:

- [1] 刘梓竹.基于国风文化传播的线香产品包装设计研究[D].山东建筑大学:2022.
- [2] 高亚伦.中国风包装设计与传播的创意特征研究——以陶瓷为例[J].陶瓷,2025(08):74-76.
- [3] 张淑婷,朱和平,朱鑫龙.基于文化基因与 AHP-FCE 的唐宋化妆品包装容器创新设计研究[J].包装工程,2026,47(06):250-266.
- [4] 王茜,余晓宝.国风化妆品品牌形象的同质化问题研究[J].绿色包装,2023(11):172-176.
- [5] 朱睿博.融入洛阳地域文化记忆的国潮风伴手礼包装设计研究[J].包装工程,2025,46(06):320-326+342.
- [6] 宁静,张琨,黄琳珊.羌绣元素在文创设计中的应用研究[J].天工,2026(14):76-79.
- [7] 白燕,曹家港,李正周.彝绣文创产品设计路径探究[J].湖南包装,2026,41(01):77-80.
- [8] 吴化雨,黄慧慧.云南西盟佤族织锦技艺及现代市场调研研究[J].丝绸,2026,63(02):124-132.
- [9] 付丽娜.明代女子首服与马面裙的风尚融合与文化内涵研究[J].美与时代(上),2025(10):133-136.
- [10] 黄志彬.云肩视觉元素的文创产品设计研究[J].轻纺工业与技术,2026,55(02):103-106.
- [11] 黄友圣,杨硕,吴春宏,杨洁.莫里斯符号学视角下传统海水江崖纹的现代衍生性研究[J].西安工程大学学报,2025,39(04):138-147.
- [12] 陆冬妮,韦锦业,徐丹阳.非遗符号的数字化转译对包装视觉效果与消费决策的影响——以广西苗族银饰纹样为例[J].包装工程,2026,47(S1):532-536.
- [13] 方琪.景泰蓝视觉语言在化妆品包装设计中的运用研究[D].武汉大学:2019.
- [14] 贾名杰.清代漆盒雕刻技法及纹样风格研究[J].东方收藏,2026(03):27-29.
- [15] 陈小红.传统点翠工艺在现代首饰中的应用[D].鲁迅美术学院:2023.
- [16] 王新欣.敦煌飞天的色彩美学特征在现代服饰设计中的应用研究[J].色彩,2025(07):127-129.
- [17] 张逸.中国传统“青色”在陶瓷绘画艺术语言中的运用[J].陶瓷,2025(08):87-89.
- [18] 果霖,宋文娟,张天会,徐人平.傣族服饰色彩语言的符号价值[J].郑州轻工业学院学报(社会科学版),2013,14(05):110-112.
- [19] 蔡杭.彩妆品牌色彩命名对消费者购买意愿的影响研究[D].东华大学:2025.
- [20] 方琪.景泰蓝视觉语言在化妆品包装设计中的运用研究[D].武汉大学:2019.
- [21] 王明明.中国意境[C]//.大匠之门 13.广西美术出版社,2016:6-7.
- [22] 王璇.蒙古族出行中的色彩特征提取及设计实践[J].艺术品鉴,2024(24):37-41.
- [23] 赵惠俊,李少博.基于视觉显著性的蒙古族传统马鞍色彩提取与设计转译[J].设计,2024,37(01):28-31.
- [24] 林小媚,林朝颖,李绪洪.“异质同构”理论下的森林公园视觉识别系统设计策略——以王借岗森林公园为例[J].现代园艺,2025,48(04):88-91.