

分类号：J524

单位代码：10363

密 级：GK

学 号：2220830114

题 目 基于徽州礼俗文化的糕点包装设计研究—以非遗渔亭糕为例

题 目 Research On Pastry Packaging Design Incorporating
Huizhou Ritual-Custom Culture: A Case Study Of The
Intangible Cultural Heritage Yuting Gao

学生姓名： 肖玉媛

校内导师： 王小元

校外导师： 陈群

专业学位类别： 艺术硕士

研究方向（领域）： 艺术设计（视觉传达与信息设计）

论文答辩日期： 2025 年 5 月 9 日

安徽工程大学学位论文原创性声明

本人郑重声明：我恪守学术道德，崇尚严谨学风。所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已明确注明和引用的内容外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过的作品及 成果的内容。论文为本人亲自撰写，我对所写的内容负责，并完全意识到本声明的法律后果由本人承担。

学位论文作者签名：肖玉媛

日期：2025 年 5 月 2 日

安徽工程大学学位论文版权使用授权书

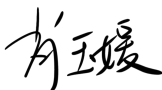
学位论文作者完全了解学校有关保留、使用学位论文的规定，同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子版，允许论文被查阅或借阅。本人授权安徽工程大学可以将本学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

保密 ☐，在__年解密后适用本版权书。

本学位论文属于

不保密 ☒。

学位论文作者签名：



日期：2025年5月2日

指导教师签名：



日期：2025年5月2日

基于徽州礼俗文化的糕点包装设计研究——以非遗渔亭糕为例

摘 要

徽州礼俗文化，作为中国传统文化的重要组成部分，融合了宗族文化的精髓与程朱理学、儒学等思想，形成了独特的地域文化特色，它以其独特的“礼仪-民俗-宗族”体系，贯穿徽州人从出生到寿终的一生，赋予了超越物质的精神价值。徽州糕饼作为徽州饮食文化的代表，承载着丰富的文化内涵和历史记忆，每一种糕饼都镌刻着徽州传统文化的价值符号，这些符号是徽州独特地理环境和文化教育熏陶下的产物。随着经济社会的快速发展与消费需求的升级，糕饼包装的功能也从单纯的运输保护，逐步扩展为传递徽州生活美学与饮食文化的媒介，成为连接传统与现代的精神纽带。

非遗渔亭糕作为徽州地区极具代表性的非遗糕点，源于素有“七省通衢”之称的黟县古镇渔亭，其历史悠久，是徽商远行时的干粮，见证了无数学子踏上仕途的辉煌历程。它不仅承载着徽州的历史记忆与文化基因，更寄托了人们对美好生活的向往与追求。现如今随着城市化进程的加速，农村空心化问题日益凸显，年轻人口外流导致乡村文化传承主体缺失，留守老人对非遗的认知与传播能力有限，使得非遗渔亭糕渐渐淡出大众视野。针对这一现状，本研究将聚焦深入挖掘徽州礼俗文化的内涵和特色，将徽州礼俗文化融入非遗渔亭糕的推广中，以包装设计为载体，提炼徽州礼俗文化精髓融入其中。打造出既具有徽州礼俗文化特色，又符合现代审美需求的糕点包装，以求满足消费者的审美和精神需求，提升非遗渔亭糕产品的文化值和市场竞争力，大力推动徽州礼俗文化的传播。

基于此，本文分为六个章节。第一章总领全文，概述研究背景、意义、创新点，明确研究及目的、内容、方法及框架；第二章深入分析徽州礼俗文化形成脉络、核心要素以及多元化的载体；第三章则探讨徽州礼俗文化与徽州糕点的内在联系，揭示糕点在徽州不同礼俗场景下的独特呈现；第四章通过优秀案例分析，提炼礼俗文化在包装设计中的应用经验；第五章结合实地考察、市场调研与问卷分析，精准定位非遗渔亭糕包装设计，阐述设计构思并进行设计实践，展示包装设计成果；第六章总结研究成果，展望徽州礼俗文化在糕点包装设计中的未来探索方向，为徽州地区非物质糕点文化的推广与徽州礼俗文化的弘扬提供有益借鉴。

关键词：徽州礼俗文化，徽州糕点，非遗渔亭糕，包装设计，文化传承

RESEARCH ON PASTRY PACKAGING DESIGN
INCORPORATING HUIZHOU RITUAL-CUSTOM CULTURE: A
CASE STUDY OF THE INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE
YUTING GAO

ABSTRACT

Huizhou ritual and custom culture, as an important part of Chinese traditional culture, combines the essence of clan culture with neo-Confucianism, Confucianism and other thoughts, forming a unique regional cultural characteristics, it runs through the life of Huizhou people from birth to the end of life with its unique "etiquette - folk custom - clan" system, giving the spiritual value beyond material. As the representative of Huizhou food culture, Huizhou cake carries rich cultural connotation and historical memory. Each kind of cake is engraved with the value symbols of Huizhou traditional culture, which are the products of Huizhou's unique geographical environment and cultural education. With the rapid development of economy and society and the upgrading of consumer demand, the function of cake packaging has gradually expanded from a simple transportation protection to a medium for transmitting Huizhou life aesthetics and food culture, and has become a spiritual link between tradition and modernity.

As a quintessential intangible cultural heritage pastry of the Huizhou region, "Yuting Gao" originated from the ancient town of Yuting in Yixian County, historically known as the "Thoroughfare of Seven Provinces." With a long history, it served as sustenance for Huizhou merchants during their long journeys and bore witness to the illustrious academic pursuits of countless

scholars. It not only bears the historical memories and cultural genes of Huizhou but also embodies people's yearning for and pursuit of a better life. Nowadays, with the acceleration of urbanization, the problem of rural hollowing has become increasingly prominent. The outflow of the young population has led to the lack of subjects for rural cultural inheritance, and the limited ability of the elderly left behind in rural areas to recognize and spread intangible cultural heritage has caused the intangible cultural heritage "Yuting Gao" to gradually fade out of the public view. In response to this situation, this research will focus on deeply exploring the connotations and characteristics of Huizhou ritual and custom culture and integrating it into the promotion of the intangible cultural heritage "Yuting Gao". Using packaging design as a carrier, the essence of Huizhou ritual and custom culture will be refined and incorporated into it. A pastry packaging that combines the characteristics of Huizhou ritual and custom culture with modern aesthetic requirements will be created to meet consumers' aesthetic and spiritual needs, enhance the cultural value and market competitiveness of the intangible cultural heritage "Yuting Gao" products, and vigorously promote the dissemination of Huizhou ritual and custom culture.

Based on this, the present study is structured into six chapters. Chapter One serves as an overarching introduction, outlining the research background, significance, and innovative aspects, while clearly defining the research objectives, content, methodology, and framework. Chapter Two conducts an in-depth analysis of the formation, core elements, and diversified carriers of Huizhou ritual culture. Chapter Three explores the intrinsic relationship between Huizhou ritual culture and Huizhou pastries, revealing the unique manifestations of pastries in various ritual contexts. Chapter Four extracts valuable insights into the application of ritual culture in packaging design through exemplary case studies. Chapter Five combines field investigations, market research, and questionnaire analysis to precisely position "Yuting Gao"

packaging design, elaborating conceptual approaches and demonstrating design implementations. Chapter Six summarizes the research findings and envisions future exploration directions for Huizhou ritual culture in pastry packaging design, providing valuable references for the promotion of intangible pastry culture and the dissemination of Huizhou ritual culture in the Huizhou region.

Xiao Yuyuan(Art Design)

Supervised by Wang Xiaoyuan

KEY WORDS: Huizhou Ritual and Custom Culture,Huizhou Pastries, Yuting Gao (Intangible Cultural Heritage), Packaging Design, Cultural Heritage

目录

摘 要	I
ABSTRACT	III
第 1 章 绪论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的及意义	1
1.2.1 研究目的	1
1.2.2 研究意义	2
1.3 国内外研究现状	3
1.3.1 糕点包装设计研究	3
1.3.2 礼俗文化包装设计研究	6
1.4 研究创新点	9
1.5 研究方法及其框架	9
1.5.1 研究方法	9
1.5.2 研究框架	10
第 2 章 徽州礼俗文化的形成背景与核心支撑要素	11
2.1 徽州礼俗文化的形成背景	11
2.1.1 历史地理环境的塑造	11
2.1.2 社会结构的深层影响	11
2.2 徽州礼俗文化的核心支撑要素	12
2.2.1 程朱理学的思想浸润	12
2.2.3 徽商群体的文化推动	15
2.3 徽州礼俗文化的多元表现载体	16
2.3.1 衣食住行中的礼俗体现	16
2.3.2 历史文化中的礼俗表达	17
第 3 章 徽州礼俗文化与徽州糕点的内在联系	20

3.1 人生礼仪与徽州糕点	20
3.2 岁时节庆与徽州糕点	23
3.3 社交礼仪与徽州糕点	26
3.4 徽商精神与徽州糕点	27
第4章 礼俗文化在包装设计中的原则与应用方法	29
4.1 包装设计的概念与要素	29
4.2 礼俗文化与包装设计的内在关联	29
4.3 礼俗文化在包装设计中的优秀案例分析	30
4.4 礼俗文化元素在包装设计中的运用	41
4.5 礼俗文化在包装设计中的应用原则	42
第5章 徽州礼俗文化在非遗渔亭糕包装设计中的应用实践	44
5.1 徽州糕点包装市场调研	44
5.1.1 市场实地考察	44
5.1.2 市场调研分析	47
5.2 消费者问卷调研与分析	48
5.2.1 问卷基本概述	48
5.2.2 问卷数据分析	48
5.3 包装设计策略定位与细化	56
5.3.1 消费群体细化	56
5.3.2 消费心理洞察	56
5.3.3 包装设计定位	57
5.4 徽州礼俗文化视觉元素创新运用	58
5.4.1 视觉元素提取	58
5.4.2 插画设计实践	63
5.4.3 配色方案制定	73
5.4.4 标志设计分析	74
5.5 非遗渔亭糕包装设计综合实践	75
5.5.1 包装版式设计	75

5.5.2 包装材质选择	81
5.5.3 包装展开图	81
5.5.4 应用效果图呈现	89
5.6 文化衍生品设计展示	94
第6章 结论与展望	98
参考文献	100
附录	102
攻读学位期间研究成果	106
致谢	107

第1章 绪论

1.1 研究背景

徽州，作为中国古代文化的重要发源地之一，其独特的地理环境和深厚的历史积淀孕育了丰富多彩的礼俗文化。这种文化不仅体现在徽州人的日常生活中，更深深植根于各类传统艺术与手工艺中，其中糕点作为徽州饮食文化的重要组成部分，更是与礼俗文化紧密相连，承载着丰富的文化内涵与情感寄托。在徽州，糕点不仅是节日庆典、人生礼仪中不可或缺的食品，更是人们表达情感、传递祝福的重要载体。然而，当前市场上的徽州糕点包装设计往往忽视了这一重要的文化元素，导致产品缺乏文化内涵与地域特色，难以吸引消费者的目光。

随着社会的发展与文化的多元化，传统礼俗文化面临着前所未有的挑战与机遇。一方面，现代生活方式对传统礼俗与非遗糕点产生了冲击，使得其逐渐淡出大众的视野；另一方面，随着人们对传统文化的逐渐重视以及文化旅游的兴起，徽州礼俗文化的传承和徽州糕点的创新发展也迎来了全新的机遇。

因此，本研究旨在深入挖掘徽州礼俗文化的独特魅力，探讨其在徽州糕点包装设计中的创新应用。通过对徽州礼俗文化的深入研究，分析其与徽州糕点背后丰富的礼仪制度及独特的文化体系的关系，探索如何将徽州礼俗文化融入非遗渔亭糕的包装设计中。该研究不仅具有重要的理论价值，而且为徽州糕点的包装设计创新、市场拓展以及徽州礼俗文化的传承提供了实践性指导，通过这一探索，有利于提升非遗渔亭糕的文化价值和市场竞争能力，推动徽州礼俗文化的传播。

1.2 研究目的及意义

1.2.1 研究目的

本研究的目的在于通过徽州礼俗文化与非遗渔亭糕包装的结合，促进徽州非遗糕点的保护与传承，增强文化传承意识，并提升非遗渔亭糕的市场竞争力。这不仅有助于推动徽州礼俗文化的大力传播，还为徽州非遗糕点的现代化发展提供了新的思路和方向。具体表现在以下几个方面：

(1) 促进徽州非遗糕点的保护与传承。渔亭糕作为徽州地区的非遗糕点，承载

着丰富的历史文化和地方特色。通过将其与徽州礼俗文化相结合，设计出具有独特文化韵味的包装，从而提升非遗渔亭糕的知名度和吸引力。通过这种创新性的结合，激发公众对徽州非遗糕点的兴趣和关注，促进其制作技艺和传统文化的保护与传承，确保这些宝贵的文化遗产得以延续。

（2）增强文化传承意识，推动徽州礼俗文化传播。通过将徽州礼俗文化融入非遗渔亭糕包装中，使消费者在品尝美食的同时，也能了解到徽州文化的独特魅力和深厚底蕴。这种潜移默化的文化熏陶方式，增强了人们对传统文化的认知和认同感，激发了他们对文化传承的兴趣和热情，特别是年轻一代对徽州文化的了解和热爱。

（3）提升非遗渔亭糕的市场竞争力。现代消费者不仅注重食品的口味和质量，更加注重产品背后的文化故事与情感价值。将徽州礼俗文化巧妙融入非遗渔亭糕的包装，在市场竞争日益激烈的环境下，这种具有地域文化特色的产品能够在同质化竞争中脱颖而出，吸引更多的消费者。尤其是对年轻群体来说，具有文化象征意义的渔亭糕能够满足他们对新奇、个性化产品的需求，也能成为他们对传统文化认同的一种方式，从而在更广阔的市场中占据一席之地。

（4）增强非遗渔亭糕的包装辨识度，将情感与文化的链接。非遗渔亭糕的文化包装不仅仅是一个外在的符号，它承载的是徽州文化中的情感与祝福。通过将徽州礼俗文化元素融入渔亭糕包装，使产品具有鲜明的地域特色和文化标识，增强其对消费者的吸引力。在社交交往中，非遗渔亭糕不仅是一份美味的佳肴，更是一份传递着尊重友好和祝福的礼物，加深人与人之间的情感纽带。

1.2.2 研究意义

从理论层面来看，徽州礼俗文化与非遗渔亭糕包装设计的结合为文化融合与创新提供了新的视角与思路。徽州礼俗文化作为具有深厚历史积淀的地方性文化，其背后的形成原因、思想观念、社会制度等影响力赋予了这一文化深刻的社会功能。通过将这些深层次的文化元素与现代包装设计相结合，使非遗渔亭糕不仅作为传统美食呈现给消费者，还成为地域文化特色的重要载体。这一实践创新不仅丰富了徽州糕点的文化内涵，也为徽州礼俗文化在现代包装设计中的应用开辟了全新的发展路径，为文化保护和传承提供了理论与实践支持。

在实践层面，徽州礼俗文化的融入不仅提升了非遗渔亭糕的市场竞争力，还为徽州礼俗文化的传播与交流提供了新的平台。通过具有独特文化韵味的包装设计，使非遗渔亭糕在同类产品中脱颖而出。同时，本研究在推动文化传承与意识培养方面也发

挥了积极作用。将徽州礼俗文化元素融入非遗渔亭糕包装设计，为公众，尤其是年轻一代提供了更多接触传统文化的机会。通过这种潜移默化的文化熏陶，激发了人们对文化遗产的兴趣与责任感。在现代化进程中，这种文化传递方式不仅帮助年轻一代了解并欣赏传统文化，还促使他们形成对文化遗产的认同与尊重，从而为徽州礼俗文化的长期保护与持续发展奠定了坚实的基础。

在非物质文化遗产保护方面，非遗渔亭糕承载着徽州丰富的历史信息与文化底蕴。通过将徽州礼俗文化巧妙融入渔亭糕的包装设计，不仅提升了该产品的文化价值和市场吸引力，还增强了公众对徽州非遗糕点的关注与认知，从而为其制作技艺的保护与传承提供了新的路径。这一创新性结合不仅促进了徽州礼俗文化的延续，也使非遗渔亭糕成为文化交流与情感沟通的媒介，让糕饼包装功能从单纯的运输保护，逐步扩展为传递徽州生活美学与饮食文化的媒介，成为连接传统与现代的精神纽带。

1.3 国内外研究现状

1.3.1 糕点包装设计研究

从学术研究成果方面来说，以“糕点包装设计”关键词在中国知网(CNKI)数据库中进行检索，从2014年至2025年区间，搜索结果显示有关学位论文106篇，学术期刊57篇，通过计量可视化分析图(图1-1)可以看出，全国范围内发表糕点包装设计相关文献数量整体呈逐年上升趋势。

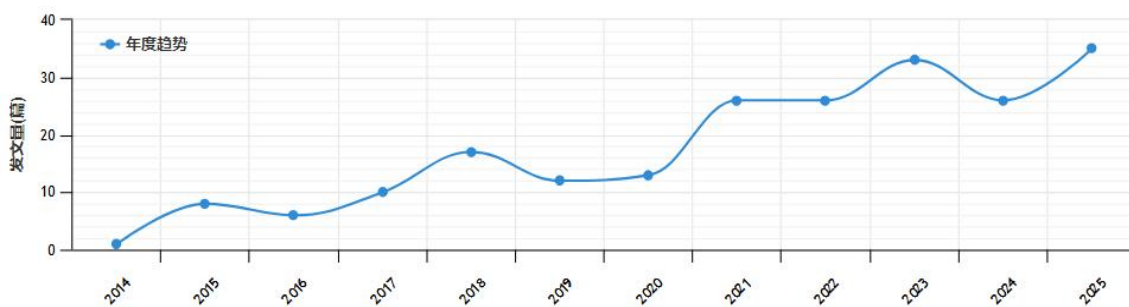


图 1-1 糕点包装设计相关文献数据图

(图片来源：中国知网)

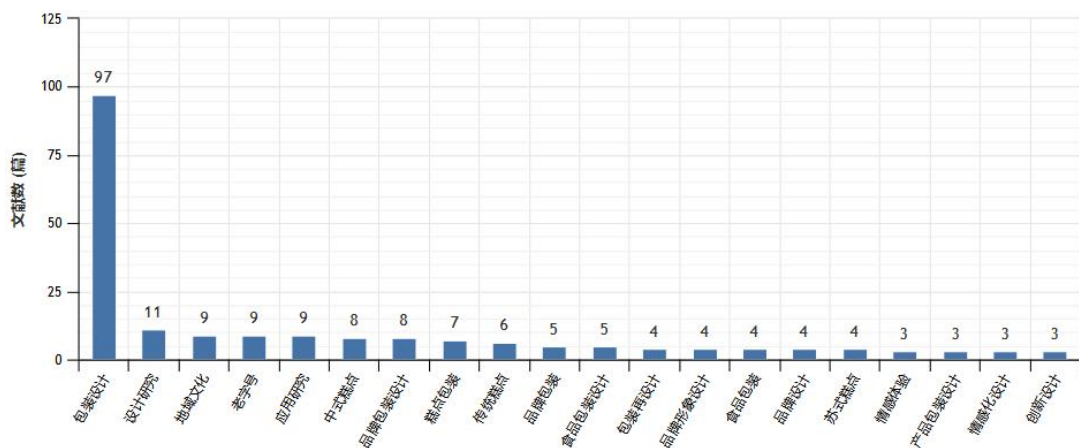


图 1-2 主要主题分布数据图

(图片来源: 中国知网)

在国内,在地域文化与糕饼包装设计的研究方面,江思宣在《地域文化视角下老字号品牌年轻化设计实践》一文中,深入探讨在当前市场环境下老字号品牌如何融合地域文化元素以实施品牌年轻化的策略。从地域文化的三个维度入手探讨老字号品牌年轻化的设计要素,即从品牌形象设计、品牌情感设计、品牌传播设计三个方面进行老字号品牌年轻化设计,探讨出老字号品牌年轻化设计路径^[1]。陈思在《京味糕点包装的视觉语言设计研究》一文中,提出将北京传统建筑、民俗图案等地域符号融入糕点包装,以增强文化辨识度。通过对京味糕点及其包装视觉语言的研究,可以促进包装的表达能力,并帮助提升京味糕点的经济与文化价值,希望对相关包装设计起到借鉴作用^[2]。姚茜在《九江地域文化元素在浔阳楼茶饼包装设计中的运用》一文中,通过深入研究九江区域文化元素,从众多的九江地域文化元素中提炼出九江方言、九江剪纸、九江景点、九江砚台这四个方面的元素与“浔阳楼”茶饼包装紧密结合,尝试创作出富有九江地域文化的“浔阳楼”茶饼包装,以寻求经济、文化、艺术价值的提升^[3]。董兴楠在《基于地域文化背景下的涿州沙记月饼包装设计》一文中,以古城涿州为切入点,选取当地特产沙记月饼为研究对象,通过实地调研分析沙记月饼的工艺特征及包装设计现状,以产品受众的文化、习俗及审美等方面的情感诉求为导向,摘取涿州的历史人文与特色建筑为主题,实现沙记月饼品牌视觉形象的现代化转译,从而以融合传统文化元素的创意设计唤起消费者对于涿州地域文化的情感共鸣,助力本土品牌建设^[6]。

在消费体验与情感化设计的研究理论方面,学者从消费者心理角度探讨包装设计策略。陈国栋在《糕点类食品包装设计探究》一文中,提到了当下糕点包装设计中缺乏文化内涵、情感体验以及缺乏个性等弊端,针对以上问题提出了解决办法^[6]。刘昱

铭在论文《“老鼎丰”品牌包装设计研究》一文中，找老鼎丰品牌包装设计的理念更迭，探索老字号品牌包装设计在当前市场环境下的现状，利用了地域文化特色，将哈尔滨特有的文化内涵表现在糕点包装设计中，激起人们的情感共鸣图^[7]。吴婕妤在《情感体验模式下传统糕点设计的视觉应用研究》一文中，完善了消费需求在情感体验模式中的理论缺失，又比较详尽地介绍了情感的分类，为江南米糕包装创新设计提供了丰富的研究方向^[8]。

在传统文化与糕点包装的研究方面，尹贝贝在《中国吉祥纹样在糕点类食品包装中的应用与研究》一文中，分析了中国吉祥纹样在糕点类食品包装设计中的应用将面临新的问题和启示，认为中国传统吉祥纹样应用于现代糕点类食品包装设计中不仅是艺术上的探索，更是文化上的传承^[9]。李颖琳在《明清时期云纹样在“李禧记”糕点包装设计中的运用研究》一文中，列举了传统云纹样特征，探究了传统文化与糕点品牌文化之间的关系，在基于这些研究上对“李禧记”糕点品牌进行包装形象^[10]。

在老字号糕点品牌包装设计的研究方面，匡栩葭在论文《中华老字号食品包装再设计——以沅江“亿昌”糕点为例》一文中，提出以中华老字号糕点品牌“亿昌”为例，以当地居民的竹编文化为民族特色切入点，对沅江“亿昌”糕点品牌的包装进行再设计，探索了包装如何体现民族性和时代性^[11]。汪媛媛在《文化延续视角下的“老字号”品牌形象创新设计探究》一文中，通过理解徐城北先生“老字号”、“新字号”、“后字号”的发展观点，借文化延续的角度，研究“老字号”品牌形象创新设计的问题，寻找基于文化的创新点，将品牌打造成不仅吸引消费者目光，更能打动消费者心灵的创新形象^[12]。彭梦涵在《长沙中华老字号“九如斋”糕点包装再设计研究》一文中，阐述了长沙老字号“九如斋”的包装设计内涵不足的现状，从地域文化角度出发，结合现代设计表现手法，使产品包装发扬传统文化的同时，又具有现代设计的美感，突出当地产品包装的品牌文化同^[13]。

在国外，国外设计师们致力于将民族文化精髓深度融入设计之中，同时高度聚焦于消费者的情感需求与心理倾向，赋予包装作品以深厚的文化内涵。以欧美工业发达国家为例，他们将包装设计理念与经济结构、生活方式及消费模式紧密相连，形成了一种独特的文化现象。通过积极推广“反对过度包装”的环保理念，糕饼包装的设计往往更加注重简洁实用，强调功能性，力求在满足基本保护需求的同时，最大限度地减少材料浪费，体现了对可持续发展的深刻理解；意大利设计师巧妙地在简约风格中融入时尚元素，使得包装作品在保持简洁的同时不失高雅格调，实现了艺术美感与实

用功能的和谐统一，彰显了设计师独特的审美追求与创意理念；相较于意大利，印度则因其独特的文化背景在糕饼包装设计上展现出截然不同的风貌。印度设计师倾向于大量运用鲜明的色彩对比与繁复的花纹图案，这些设计元素不仅极大地丰富了包装的视觉表现力，更深刻地传达了印度民族特色与文化底蕴。

综上所述，当前糕饼包装设计研究展现出“文化转向”与“可持续深化”的双重趋向。国内外针对糕饼包装的研究虽各有其侧重点，却均凸显了文化传承、消费者需求满足、技术创新及可持续发展等方面的核心价值，这些研究成果的理论与方法对于后续探索徽州礼俗文化在糕点包装设计中的应用具有深远的学习借鉴意义。

1.3.2 礼俗文化包装设计研究

从学术研究成果方面来说，2015年至2025年期间，以“礼俗文化”为关键词在中国知网(CNKI)数据库中进行检索，通过计量可视化分析图（图1-3）可以看出，相关研究文献数量呈逐年上升趋势。具体数据显示，相关学位论文累计29篇，学术期刊17篇。这一趋势表明，随着国家对传统文化传承的重视以及学术界的关注度提升，礼俗文化作为中华文化的重要组成部分，逐渐成为研究热点。

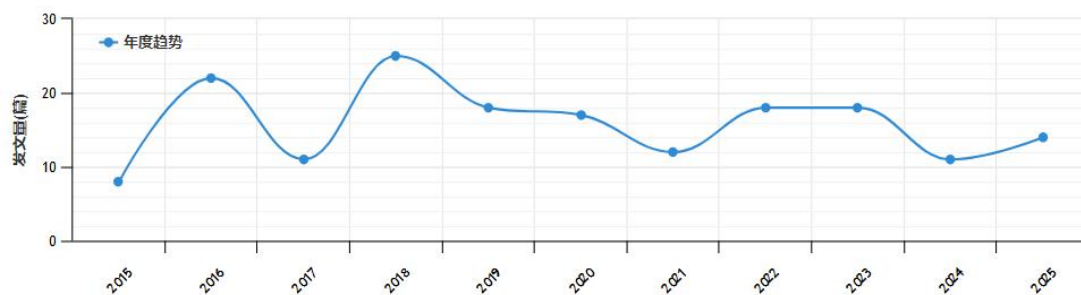


图 1-3 “礼俗文化”文献数据图

（图片来源：中国知网）

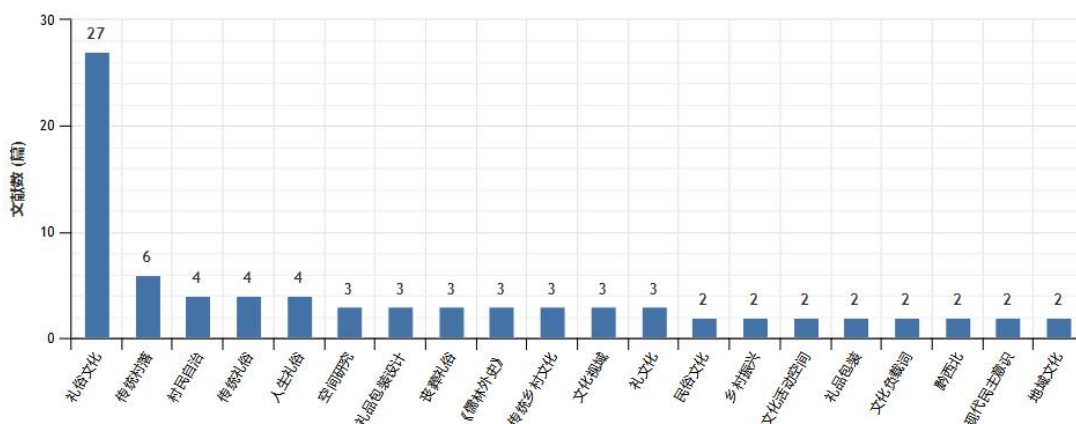


图 1-4 主要主题分布数据图

（图片来源：中国知网）

然而，其细分领域“礼俗文化包装设计”的研究却严重滞后，以“礼俗文化包装设计”关键词在中国知网(CNKI)数据库中进行检索，2007年至2025年期间，搜索结果相关文献仅3篇（图1-5），与整体研究形成鲜明对比。通过数据分析发现，礼俗文化与现代设计（如包装、视觉传达）的交叉研究尚未形成规模，设计实践与理论结合的研究路径尚未充分开发；实践需求未被满足，在文化创意产业快速发展的背景下，礼俗文化元素的商业化应用（如节日礼品、非遗产品包装）亟需理论指导，但现有研究未能覆盖这一需求；跨学科潜力待挖掘，礼俗文化的符号学意义、美学价值与包装设计的功能性、市场性结合，是未来研究的重要方向，但目前缺乏系统性探索。

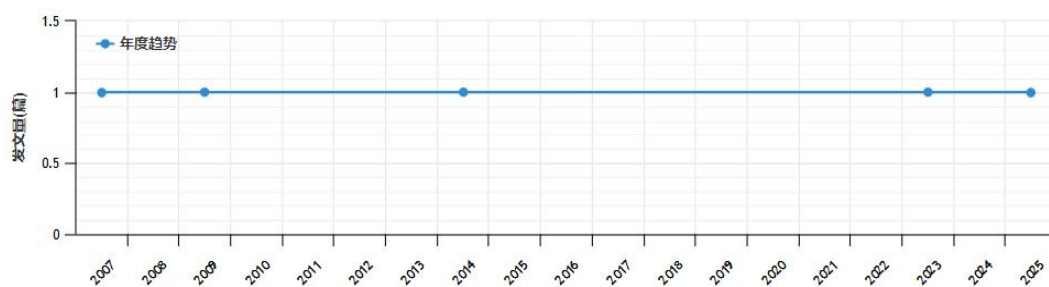


图 1-5 “礼俗文化包装设计” 文献数据图

（图片来源：中国知网）

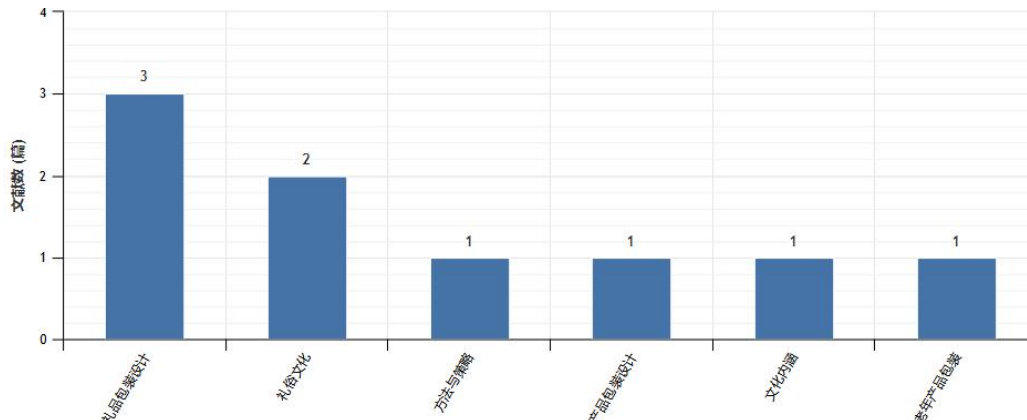


图 1-6 主要主题分布数据图

（图片来源：中国知网）

目前国内在礼俗文化包装设计中的研究理论主要有：顾艳云在《礼俗文化元素在礼品包装设计中的应用研究》一文中，在民族文化自信和文化启蒙的背景下，探究礼俗文化元素在礼品包装设计中的应用价值、应用方式及融入机制。基于对礼俗文化的研究，挖掘现代礼品包装存在的问题，阐明传统礼俗文化融于礼品包装设计的重要意义，并提出融礼俗文化于礼品包装设计的方法，呈现了应用该方法进行开学礼盒设计的实例，以期为提高包装设计理念中的文化内涵提供借鉴参考^[14]。

程蓉洁在《现代礼品包装设计中的文化内涵》一文中,从现代礼品包装的分类入手,研究和探讨现代礼品包装设计中的文化内涵。以唯物主义的哲学观,运用比喻、象征、联想的手法深入浅出的阐明了礼俗文化与礼品包装的紧密联系、现代礼品包装丰富的礼俗文化设计资源以及传统色彩、传统图案的巧妙运用,从而使现代的礼品包装体现出更多的文化内涵与审美情趣,并符合时代的审美要求,凸显时代特征^[15]。

郭智勇在《论礼俗文化在现代礼品包装设计中的应用》一文中,从设计的角度看,礼俗文化为现代礼品包装设计提供了极为丰富的设计素材。根据礼俗在馈赠行为中的主要表现,从礼俗的象征性、风俗性和时代性三方面分析礼俗文化在现代礼品包装设计中的应用,进而探究其深层结构的审美观念和文化隐喻,有助于弘扬中华民族的传统文 化,为现代礼品包装设计带来巨大的文化价值和社会价值^[16]。

在国外,关于礼俗文化在包装设计领域内的探索,其研究重心集中在文化符号学、可持续伦理观念以及跨学科科技应用的融合上。这些研究不仅深入挖掘了文化符号学的深层含义,还强调了可持续伦理的重要性,并通过跨学科的科技应用,为包装设计提供了创新的思路。它们与地域特色紧密结合,形成了多元化的实践路径,体现着传统文化与现代科技之间的深度融合与和谐共生。

举例来说,日本的“風呂敷”(Furoshiki)布艺包装,便是这一理念的杰出代表。它以“循环使用”和“传统再生”为核心理念,巧妙地将江户时代布艺包裹的实用功能转化为现代环保的解决方案。这种包装不仅体现了“生态伦理”的环保精神,还承载了“文化延续”的历史使命;韩国注重传统工艺与数字技术的深度融合,以雪花秀(Sulwhasoo)2020年中秋节礼盒为例,该礼盒采用韩纸精心制作,表面压印着精美的松鹤纹样,内附二维码链接至传统祭月仪式动画,结合非遗工艺与AR叙事强化文化认同;美国侧重于跨文化符号的商业化转译,星巴克每年针对春节推出的生肖主题咖啡礼盒便是这一理念的生动体现,2023年兔年剪纸风格的礼盒设计,外盒烫金图案巧妙地将中国生肖与西方几何线条相融合,既体现了中国传统文化的韵味,又展现了西方设计的简约与精致,进一步实践了“全球化本土化”的市场策略。

综上所述,在国内现有的研究中,研究者们主要将焦点聚集在礼俗文化元素如何巧妙地融入礼品包装设计之中,不仅深入分析了这些元素的应用价值、具体的应用方式以及它们与礼品包装设计的融合机制,而且还对现代礼品包装设计中所蕴含的文化内涵进行了全面而深刻的剖析;而国外研究者们更注重文化符号学的运用、可持续发展理论以及跨学科科技应用的融合,利用多元化的研究方向共同促进了具有鲜明地域

特色的包装设计实践路径的形成。通过这些国内外的研究成果，为徽州礼俗文化在糕点包装设计领域的创新应用提供了宝贵的理论支撑与实践指导，也为进一步挖掘和弘扬徽州礼俗文化的独特魅力奠定了坚实的基础。

1.4 研究创新点

（1）文化融合创新：目前从徽州礼俗文化视角出发探讨非物质糕点包装设计的案例相对较少，这一领域的研究与实践仍需进一步探索。通过徽州礼俗文化与糕点包装设计的深度融合与系统叙事，系统整合了徽州礼俗文化在人生礼仪、岁时节庆与社交礼仪中与徽州糕点之间的联系，构建了完整的文化叙事框架。通过这些深厚的文化内涵转化为具有艺术美感的视觉语言，巧妙地应用于非遗渔亭糕的包装设计中，使包装设计成为文化传承的桥梁，赋予了产品文化属性与艺术美感的双重价值，使消费者在品尝糕点的同时，也能感受到深厚的文化底蕴和哲学思想。

（2）功能深化与创新：研究通过赋予非遗渔亭糕包装更多元化功能，将徽州礼俗文化元素巧妙融入包装设计，既保留传统精髓，又展现创新与时代特色，使包装不仅承载文化，还成为传统智慧与现代审美的桥梁。

（3）体系构建：本研究构建“文化—设计—市场”联动机制，将徽州礼俗文化与非遗渔亭糕包装设计紧密结合，通过提炼核心文化元素，既保留徽州礼俗文化内涵，又兼顾现代审美需求，提升产品文化附加值与市场竞争力，为徽州礼俗文化的传播与发展开辟新路径。

1.5 研究方法及框架

1.5.1 研究方法

本论文将采用以下几种研究方法完成撰写工作：

（1）文献研究法：系统查阅地方志、学术专著、期刊论文等资料，广泛搜集阅读徽州礼俗文化、糕点包装设计等领域的学术著作、论文、报告，系统梳理分析相关研究成果，掌握研究现状、趋势及问题，为本研究奠定坚实理论基础。

（2）实地调研法：赴黄山实地探访徽州糕饼、民俗、文化及当地博物馆，进行参与观察，并造访渔亭糕发源地渔亭镇。深入徽州区域，走访伴手礼店铺、传统糕点工坊等，调研徽州伴手礼销售点及商超，搜集现行包装设计的视觉要素、材质技术及

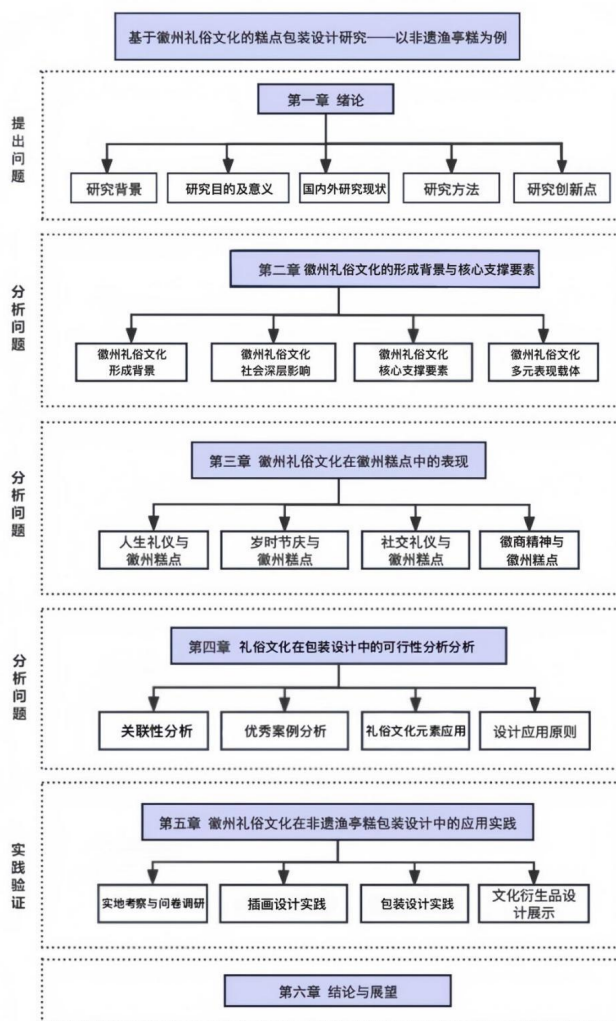
市场反响；与非遗继承者、糕点匠人及顾客深入交流，掌握文化认知与设计需求，获取徽州礼俗文化在当代传承与包装应用中的直接资料，为研究工作提供实证基础。

（3）案例分析法：寻找并收集的礼俗文化在包装设计中的优秀案例，分析设计元素的提取和设计手法的运用，不断吸收优秀设计案例中的成功经验，提炼出适合非遗渔亭糕包装设计的有益之处，为本研究的理论与实践探索提供坚实的实践参考，也为礼俗文化在包装设计领域的融合与创新提供具有前瞻性的启示与指导。

（4）问卷调查法：设计并分发问卷，涵盖线上线下渠道，获取有效样本。运用数据可视化分析工具，剖析市场需求与设计短板（例如文化内涵缺失、辨识度偏低），量化评估消费者对徽州糕点包装的认知偏好及改进意见。

（5）设计实践法：研究徽州礼俗文化于糕点包装设计中的运用，构建整体设计框架，将前期调研数据分析结果融入实践，制作实体包装，验证徽州礼俗文化应用于非遗渔亭糕包装设计的可行性。

1.5.2 研究框架



第2章 徽州礼俗文化的形成背景与核心支撑要素

2.1 徽州礼俗文化的形成背景

2.1.1 历史地理环境的塑造

徽州，地处安徽省南部一隅，四周群山环抱，形成相对封闭的自然地理环境。这一独特的地理位置，为徽州成为中原士族南迁的避乱目的地提供了天然屏障。东汉至两宋时期，中原士族三次大规模南迁至此，带来了中原地区丰富的文化和礼仪传统。随着大量文化、礼仪、学术思想的流入，徽州与本土文化的融合孕育出了具有地方特色的儒家思想、家族制度和民俗风情。这些外来文化与徽州本土文化在相互碰撞、相互渗透的过程中，实现了深度的交融与整合，不仅丰富了徽州文化的内涵，也为徽州礼俗文化的形成奠定了坚实的基础。此外，山区交通的不便也促使了徽州特有的社会习俗和自然敬畏观念的形成，山水文化在这里深植民间，体现在建筑、诗词与节庆中。水系发达的地理优势不仅支持了农业发展，也促进了徽州商业的繁荣，形成了以徽商为代表的商业文化，强调诚信与商道精神。徽州礼俗的形成，则是这一地理与历史背景下的自然结果，传统家族礼仪与对祖先和师长的尊重也凸显了当地对道德规范的重视。徽州文化的独特性，是多种因素交织的结果，反映了历史、地理、社会与经济的有机融合，成为中华文化的重要组成部分，具有深远的历史与文化价值。

2.1.2 社会结构的深层影响

徽州的礼俗文化在其社会结构中呈现出独特的层次感，形成了一种以宗族为核心的复杂而有序的体系，这一体系巧妙地融合了血缘关系、地缘关系以及儒家伦理道德观念。宗族在徽州社会中不仅是基本的社会单位，更是礼俗文化得以传承与发展的重要载体。每个宗族都有其专属的祠堂、族谱和族规，凭借这些象征和制度，宗族成员得以紧密团结，通过族规家训维系宗法秩序。血缘关系是徽州社会结构的核心纽带，同宗同族的成员彼此扶持，形成了深厚的家族凝聚力。地缘关系与血缘关系相辅相成，居住在同一村落的居民往往属于同一宗族或亲近宗族，进一步加深了彼此之间的紧密联系与互助精神。儒家伦理道德观念在徽州社会中深深扎根，成为日常行为的根本准则。忠孝、节义等传统美德在徽州被广泛践行，婚礼、丧礼、祭祀等各类仪式活动中，都无不体现出儒家对礼仪的重视与传承。徽州的礼俗文化在这些伦理观念的指引下，

表现出极高的仪式感和对社会秩序的尊崇，彰显了人们对传统道德的坚守与传递。

这种以宗族为基础，血缘、地缘与儒家伦理相结合的社会结构，不仅稳固了徽州社会的秩序与稳定，还成为礼俗文化得以代代相传、不断发展的强大推动力。它赋予了徽州礼俗文化鲜明的地域特色和深厚的文化积淀，使其成为徽州文化的核心组成部分。同时，这一结构也促进了徽州地区的经济发展与社会进步，礼俗文化通过“礼法兼治”机制，既维系社会秩序，又推动经济繁荣，体现徽州“贾而好儒”的特殊性，成为推动徽州社会走向繁荣的重要力量。

2.2 徽州礼俗文化的核心支撑要素

2.2.1 程朱理学的思想浸润

儒家思想作为中国古代的主流思想，强调“仁、义、礼、智、信”等核心价值观，提倡通过修身、齐家、治国、平天下的途径来实现个人与社会的和谐发展。儒家生命观中蕴含着丰富的德育教育资源，它从自然生命和道德生命的角度，剖析生命的个体与群体关系，从天、地、人三位一体的视角出发，创造出了丰富的生命观理论体系^[17]。这一理论体系为徽州礼俗文化的形成和发展提供了深厚的文化土壤和思想基础，而程朱理学的出现，使礼俗文化在徽州的践行达到了一个高度。

在程朱理学中的“格物致知”思想强调，通过深入研究和观察自然界及社会现象，可以理解背后的“理”。在徽州礼俗文化中，这一理念被具体体现于礼仪规范的精细化制定上。徽州地区的婚礼、丧礼、祭祀等各类礼仪活动，都遵循着严格的程序与规则。这些规范的存在不仅表现了对“理”的追求，也有助于维护社会秩序与稳定，确保徽州社会保持有序、和谐的状态。程朱理学主张“天理”与“人欲”的对立，强调“存天理，灭人欲”的原则。这一思想在徽州礼俗文化中得到了深入体现，成为徽州人处世行为的根本准则。徽州的宗祠文化与家规家训等社会制度，都深刻体现了尊卑有序、长幼有别的伦理规范。这些行为准则不仅在外在上约束着人们的行为，更在内心深处塑造了徽州人的道德观念与价值取向。例如，徽州宗祠中的祭祀活动，遵循严谨的礼仪程序，不仅体现了对祖先的崇敬，也强化了家族伦理的传承与坚守。

朱熹的《家礼》作为程朱理学在家庭礼仪方面的重要代表作，对徽州家庭礼仪的规范化产生了深远的影响。该书详细阐述了冠、婚、丧、祭等人生关键仪式的礼仪要求，为徽州家庭提供了明确的礼仪规范。在徽州社会中，家族是社会的基本单位，而家族内部的礼仪体系对维持家族秩序与文化传承起着至关重要的作用。《家礼》的融

入,使得徽州的家庭礼仪不仅更加规范化、制度化,同时也有助于提升家族成员的道德素养与礼仪修养。这些礼仪规范成为家族成员行为的约束,进一步强化了家族内在的凝聚力与传统文化的延续。徽州宗法家规的特色是对程朱理学的尊重,朱熹的家训是维持家族内部安定、高效的一种制度准则,许多徽州的宗族,在他们的族规家法中,都提及朱熹的著作要多阅读,要遵循“朱子家礼”,要遵循“四礼”^[18]。从文献依据来看,《家礼》在徽州地区的广泛传播和应用,得到了大量族谱、家训等文献的佐证。例如,徽州地区的族谱中常载有遵循《家礼》进行家族活动的记载,显示出《家礼》在徽州家庭礼仪中的重要地位。

在家族制度的完善与发展方面,程朱理学视家族为社会的核心单元,强调维持家族秩序的极端重要性。徽州的宗族体系严密且有序,家族观念根深蒂固,宗祠、族谱、族规等制度性安排成为了保障家族秩序的关键所在。这些制度不仅强化了家族成员之间的血缘关系,还增强了他们的共同认同感,从而确保了家族秩序的稳定与延续。同时,家族制度为徽州社会的长期稳定与发展提供了坚实的保障,推动了区域的社会进步与繁荣。徽州的家族结构使得社会成员之间彼此紧密联系,形成了具有凝聚力的社会单元。

在文化遗产与地域认同方面,程朱理学作为中国传统文化的重要组成部分,对徽商的文化认同与区域影响力产生了深远的作用。徽商在商业活动中,巧妙地将儒家伦理与商业实践有机结合,创造了独具特色的徽商文化。此外,徽商通过积极参与文化传播,推动了徽州文化的影响力扩展,提升了徽州的社会地位与美誉度。他们通过修建祠堂、编纂族谱、举办文化活动等多种形式,将徽州文化推向更广泛的范围,增强了地方的文化认同感。

在礼俗文化的传播与影响方面,程朱理学所强调的“修身、齐家、治国、平天下”的伦理观念在徽州地区得到了广泛传播与深刻实践。徽州的书院与私塾等教育机构成为了程朱理学思想传播的主要阵地,这些教育机构不仅传授儒家经典,还注重礼仪规范的培养与实践。通过这种教育形式,徽州人的文化素养与道德修养得到了显著提升,同时也促进了礼俗文化的广泛传播与普及,使得徽州的礼俗文化成为中国传统文化中的瑰宝之一。

2.2.2 宗族制度的组织保障

宗族制度,作为中国古代社会结构不可或缺的基石,其蕴含着的深厚文化底蕴以及展现出的独特组织形态,对徽州地区礼俗文化的塑造与发展历程产生了极为深远且

持久的影响。在徽州这片历史悠久、文化底蕴异常丰厚的土地上，宗族制度的作用显得尤为突出。它不仅是维系家族内部秩序、确保社会稳定的重要纽带，更是推动徽州礼俗文化体系逐步形成与不断演变的根本性力量。这一影响力主要表现在以下几个关键方面：

一是伦理纲常的强化与内化。制度与文化的结合使宗族制度依托血缘纽带，构筑家族为核心的社会结构。徽州宗族凭借宗祠、族谱、族规等制度化形式，使儒家伦理深入家族成员内心。宗祠祭祀的隆重典礼，既表达了对祖先的崇敬，也成为家族伦理教育的实践场所；族谱辈分严谨排序，彰显了家族内的尊卑长幼秩序；族规对行为的清晰界定，为家族成员提供行为的外在规范与内在指引。这些制度化形式与儒家伦理的融合，塑造了徽州人特有的道德观与价值观，为徽州礼俗文化奠定了伦理基石。

二是礼仪规范的制定与传承。在徽州礼俗文化的形成历程中，宗族制度对于构建秩序与和谐起到了举足轻重的作用。宗族内部通常精心制定了一套详尽且系统的礼仪规范体系，这些规范全面覆盖了从婚丧嫁娶到节庆祭祀，再到人际交往等多样化的生活场景中的礼仪需求。这些细致入微的礼仪规范不仅深刻体现了家族对成员行为举止的高度期望与严格要求，更为家族成员提供了一套明确的行为准则和可资参照的标准。这些礼仪规范的制定与传承，其意义远远超出了家族内部的范畴，它们不仅有效地维护了家族内部的秩序井然与和谐共处，更为徽州社会的整体稳定与发展注入了强大的动力。通过礼仪规范的遵循与实践，徽州社会得以在尊重传统、崇尚礼仪的氛围中持续前行，展现了深厚的历史文化底蕴和独特的地域社会风貌。

三是家族荣誉的维护与追求。认同与凝聚的强化宗族制度强调家族荣誉的重要性，将家族荣誉与家族成员的个人行为紧密相连。在徽州，家族荣誉是家族成员共同的精神追求和价值认同。家族成员在社交场合的言行举止、在公共事务中的表现等，都会直接影响家族的声誉和地位。因此，徽州人普遍注重个人修养和品德塑造，力求为家族赢得荣誉。这种对家族荣誉的维护与追求，不仅激发了家族成员的积极性和创造力，也增强了家族成员之间的凝聚力和向心力，使得徽州家族成为了一个个紧密相连、共同进退的社会单元。

宗族制度在徽州礼俗文化的形成与发展历程中，扮演了无可替代的核心角色。它不仅借助一系列制度性的载体，将儒家伦理纲常的深刻观念深深植根于每一位家族成员的心田之中，从而塑造出徽州人民别具一格的道德观念和价值取向。通过精心制定与世代传承的礼仪规范，宗族制度有效地维护了家族内部的秩序井然与和谐氛围。与

此同时，宗族制度还高度重视家族荣誉的价值，通过不断强调这一点，极大地增强了家族成员间的凝聚力与向心力，使得整个家族更加团结一致。这种深层次的互构关系，不仅揭示了中国传统文化中道德与礼俗的内在联系和相互作用，也为深入理解徽礼俗州文化的独特魅力提供了重要的理论支撑。

2.2.3 徽商群体的文化推动

徽商，作为明清时期中国商界的璀璨明星与杰出典范，其广泛而深入的商业活动不仅强有力地驱动了当时经济的蓬勃发展，而且在更为深远的层面上，对徽州地区的礼俗文化进行了别具一格的塑造与全面性的重构。在商业实践的这一片广阔无垠的天地之中，徽商以其独到的眼光和非凡的智慧，将儒家伦理的精髓、商业道德的准则与地域文化的独特韵味紧密地融合在一起，三者相辅相成，共同编织并成就了徽商文化这一幅绚丽多彩、瑰丽无比的篇章。

徽商深受儒家思想影响，将“仁、义、礼、智、信”等儒家伦理观念内化为商业行为的准则，例如“以诚为利、以和为贵”，“诚实守信、以人为本”，这些各地商人多为良商善贾，他们以儒家的价值观念指导商业活动，成为“儒商”^[19]。他们不仅坚守诚信经营的原则，更将商业道德视为生存与发展的基石。徽商在商业实践中，以义取利，以诚待人，这种商业伦理的践行不仅塑造了徽商诚信、公正、仁爱的品牌形象，更在徽州社会树立了一种崇高的商业道德风尚。同时，徽商还将儒家伦理与商业实践相结合，创新性地提出了许多商业道德观念和行为规范，如重视契约精神、尊重商业伙伴等，这些观念规范逐渐沉淀为徽州礼俗文化中的核心价值观念，对徽州社会的商业风气和礼俗规范产生了深远影响。

程朱理学强调“中庸之道”，注重人际关系的和谐与平衡。徽商在商业活动中，不仅传递商品和信息，更传播着徽州礼俗文化。徽商通过会馆、商号等商业组织，与当地社会建立紧密联系，将徽州的文化习俗、礼仪规范等输出到各地。同时，徽商还通过商业活动，促进了不同地域文化之间的交流与融合，使得徽州礼俗文化在更广阔的空间内得到传播与发展。徽商通过商业活动，将徽州文化带到全国各地乃至海外，使得徽州文化在更广泛的范围内得到认同和赞誉。徽商的诚信经营、仁爱之心、礼仪规范等，成为了徽州文化的亮丽名片，提升了徽州文化的社会影响力和美誉度。他们在商业活动中，秉持公正、公平、公开的原则，尊重商业伙伴，维护市场秩序，这些行为准则不仅塑造了徽商的良好形象，也促进了地方社会的和谐稳定。

徽商作为特定社会群体，在商业活动中深刻塑造了徽州礼俗文化，并通过文化传

播的方式对地方社会产生了深远影响。他们的商业智慧、文化传承精神和社会责任感，为徽州社会的整体进步与发展做出了不可磨灭的贡献，也为后世留下了宝贵的文化遗产和精神财富。

2.3 徽州礼俗文化的多元表现载体

2.3.1 衣食住行中的礼俗体现

文化载体是承载、传播和保存文化信息、传统和价值观的媒介形式，是文化得以传递和延续的重要工具，它与衣食住行之间的关系非常紧密，它们相互交织，共同体现了一个社会的文化特征和生活方式。这些载体不仅反映了社会的历史背景、价值观念和传统习俗，还在日常生活中塑造了人们的行为模式和生活体验。

在服饰方面，徽州服饰古朴而稳重，清爽而淡雅，刺绣图案自然精致，多含吉祥寓意，是徽州礼俗文化的重要载体。明代以前，徽州人以自织麻布为衣，多为黑、白、蓝三色，衣制长期不变。明清时期，部分山区民众因经济困窘，曾用桐油纸制作防雨外衣。到了清代，男子的服饰主要为大襟长衫或对襟短衫，女子则穿大襟中长褂，男女都穿大腰折叠式筒裤。长袍马褂是传统徽州男性的代表性服饰，马褂多采用直筒呢料或黑花绸缎，与蓝色、朱青色或灰色的长袍搭配，展现出庄重典雅的气质。同时，襦衣也是徽州女性常穿的服饰，襦衣多为短款大袖设计，面料包括朱青布、蓝竹布、白底蓝花布等，领口则有盘领、元宝领等不同样式，襟部设计上则包括大襟、如意襟和斜襟等。

徽州饮食文化对当地人民而言，蕴含着深刻的生活智慧。徽州人常以饮食为例，传达做人处事的道理，将严谨的教义转化为具体而生动的实践方式，体现出独特的文化内涵。徽州饮食是徽州社会风俗的具体表现形式，饮食的变化彰显着徽州社会风俗及徽州人生活习惯的变化，同时饮食又深刻影响着社会风俗，潜移默化地改变人们的生活^[20]。徽州糕点是徽州饮食文化的典型代表，明清时期，糕点文化在中国逐渐成熟，尤其在徽州民间占据了重要地位，成为节令庆典中的必备食品。徽州糕点常常印有富有地方特色的传统文化符号，这些符号源自徽州独特的地理与文化背景，展现出鲜明的地方色彩，它们不仅表达了徽州人民对现实的感恩，还寄托了对未来的期盼。

在居住方面，徽州礼俗在徽州建筑上的体现非常丰富且具有深刻的文化内涵。这些体现不仅反映了徽州地区的社会习俗和宗教信仰，还展示了徽州人对礼仪和家族传统的重视。徽州礼俗在徽州建筑中的体现是多方面的，从建筑风格、装饰艺术到宗教

设施、居住功能等方面都反映了徽州地区深厚的文化底蕴和礼仪传统。徽州建筑不仅是实用的居住空间，更是徽州人文化、礼仪和生活方式的具体体现。徽州传统民居多采用天井院布局，即四面围合形成采光通风的院落，象征着家庭的团圆和和谐；建筑的外立面通常使用青砖和黑色瓦片，这种简朴的色彩设计反映了徽州人务实的生活态度。在空间布局上，徽州人追求的“天人合一”是对古村落布局的追求，强调自然山水与人文气息的和谐，注重规划布局与自然环境的融合，并遵循“枕山、面水、聚合、朝阳”的堪輿理念^[21]。在礼仪空间上，门楼和牌坊不仅具有装饰作用，体现了礼仪规范。例如，家族祠堂前的牌坊常刻有“忠孝传家”之类的字句，显示对传统美德的推崇。祠堂是徽州建筑中重要的礼仪空间，用于家族祭祀和集会，体现了家族对祖先的尊敬和对家族传统的重视。

在交通方面，徽州地处南方山地和丘陵区，地形主要由山脉和丘陵组成，黄山、白际山、齐云山等山脉构成了徽州的地貌骨架，同时也影响了当地的气候与农业活动。徽州境内流经多条河流，如新安江、绩溪、黎阳河等。古徽州的陆路交通依赖山间小道和古代官道，由于地形复杂，陆路交通往往沿山而建，形成蜿蜒曲折的小道。徽商大道等官道连接徽州与周边地区，尤其与苏州、杭州等商贸中心保持了密切联系。由于徽州地势险峻，许多村落位于两山之间的狭长地带，船形布局成为适应这一地形的最佳选择。在地少人多的徽州，徽州商人在外经商谋生，船承载了他们与外部世界的联系，也代表着他们对美好生活的向往。这些依山傍水的村落，希望以航船的布局避免水患，以水为动力推动宗族的蓬勃发展，同时这些带着“扬帆起航”、“一帆风顺”、“满载而归”吉祥寓意的船形村落，也承载着家族心愿，为徽州经济发展注入了强大的精神动力。

2.3.2 历史文化中的礼俗表达

在文化方面，徽州古籍作为徽州礼俗文化的重要载体，详细记录了徽州的社会风俗、历史背景和文化传统。徽州古籍包括《徽州志》、《徽州通志》、《徽州文献》等，这些古籍详细记载了徽州地区的历史、地理、风俗、民情等。《徽州志》是徽州地区最早的地方志之一，最早由清朝的程孝谦等人编纂，后经多次修订，该志书详细记载了徽州的地理环境、历史沿革、经济状况、风俗习惯、名人事迹等；《徽州通志》是另一部重要的地方志书，其编纂工作始于清朝，主要由地方士绅和学者参与，该书系统全面地描述了徽州的历史、文化、经济和社会状况，涵盖徽州的历史演变、重大事件及重要历史时期，详细记录徽州的经济活动、农业生产、商业贸易等；《徽州文

献》是徽州地区各类文献的总称，包含了大量的地方文书、家谱、学术著作等，如乡规民约、家训家规，记录了徽州地区的社会规范和伦理道德；徽州家谱则详细记载徽州各大家族的世系及家族传承，反映了徽州的家族文化和宗族制度。

在艺术上，徽州三雕作为徽州木雕、石雕、砖雕的代表，承载着丰富的历史文化内涵。徽州的三雕艺术涵盖了广泛的主题，如家庭伦理、吉祥如意、自然环境以及乡村生活等，体现了徽州民众对儒家的五常(仁义礼智信)的深深敬仰，及其对理想生活和故乡的深情^[21]。三雕不仅丰富多彩地表达了徽州居民的生活追求、社会理念、文化心态和美学喜好，也展现了徽文化的深邃与博大。徽州人崇尚儒家文化，三雕艺术融入了儒家文化的烙印，传承并弘扬了仁义礼智信的道德观念，凸显了徽州人培养后代的理念，徽州地区善良守礼的淳朴民风，培养了徽州人包容的品质，形成了多样的民俗文化^[21]。

徽州书法与绘画不仅承载了地方的历史与文化，也深刻反映了徽州社会的礼俗、伦理与家族文化。徽州书法有着悠久的历史与丰富的文化积淀，深受宋明理学的影响，尤其是儒家思想的渗透，使得徽州书法不仅具备艺术价值，也富有深刻的文化寓意。徽州书法历来以清雅、简练和浑厚为主要特色，尤其在行书与楷书中，徽州书法家的创作常常注重书法的“气韵”和“形神”，不追求过分的技巧炫耀，而是讲求笔力的“中正平和”，体现了徽州人的儒家文化和稳重的性格。在徽州，许多家族的祠堂和家庭书房中会挂有祖训、家风箴言以及历代名人的诗文。这些作品大多反映了儒家理学的核心思想，如孝道、忠诚、家国情怀等，同时也表达了徽州人对礼仪、道德和家族文化的尊重。在祭祖、婚丧等重要礼仪场合上，书法作品也起到了传承家族文化的作用，家族中的书法艺术作品常常成为家族精神文化的一部分。而徽州的山水画艺术源远流长，具有鲜明的地方特色。在徽州山水画中，最具代表性的便是“徽派山水”，这种风格强调山水的意境表达，讲求画面布局的疏密有致与气韵生动。徽州画家往往偏爱将山水表现为苍茫、辽阔、深远的景象，画面中山石巍峨、云雾缭绕，展现出徽州山水的苍劲与雄浑。徽州山水画的精神内核受道家和儒家思想的影响，追求天人合一、和谐共生的境界，体现了自然与人文的融合。从书法的中正平和到绘画的山水意境，徽州的艺术创作展现了其独特的审美视角与生活哲学。这些艺术作品不仅是一种视觉享受，更是徽州人民对自然、家庭、社会 and 文化的深刻理解与表达。

徽州戏曲和民间音乐相辅相成，互为补充，共同促进了徽州礼俗文化的丰富性与多样性，它们深刻反映了徽州人民的生活方式、信仰和价值观。徽剧起源于徽州地区，

其表演风格融合了地方特色和传统戏曲元素，剧目内容丰富，涵盖历史、民间传说、家庭伦理等多种题材，尤其在节庆、庆典、婚礼等重要的社会活动中，徽剧扮演着不可或缺的角色，它不仅是娱乐形式，更是传承礼俗和风俗的重要载体；而徽州民间音乐是另一种展现徽州人民智慧与情感的艺术形式，徽州民间音乐包括了丰富的音乐种类，如徽州山歌、民间曲调以及各种地方乐器的演奏。徽州山歌是最具地方特色的民间艺术形式之一，歌词内容多与自然景观、劳动生产、婚恋生活等密切相关，旋律悠扬、节奏明快，展现了徽州人民热爱生活、勤劳善良的品质。徽州民间音乐与戏曲相辅相成，互为补充，共同促进了徽州传统文化的丰富性与多样性。无论是戏曲中的唱腔、音乐，还是民间音乐中的旋律与节奏，都蕴含着徽州人对自然、社会以及精神生活的深刻理解与尊重。

此外，徽州地区的民俗舞蹈也是徽州礼俗文化的重要载体之一。民俗舞蹈种类繁多，形式多样，具有浓厚的地方特色，如舞龙舞狮、踩街灯、竹马舞、灶火舞等，在民俗舞蹈的表演中，舞者们身着传统的服饰，手持特定的道具，按照约定的程序和规则进行表演，通过舞蹈的动作、节奏和韵律，徽州人民表达了对生活的热爱、对美好未来的期盼以及对礼俗的遵循和崇尚。这些民俗舞蹈不仅仅是一种娱乐形式，还承载着徽州人民的文化信仰、历史背景和生活方式，无论是庙会、节庆、婚礼，还是丰收、祭祖，徽州的民俗舞蹈都在其中扮演着至关重要的角色，是徽州文化的活态展示，展现了地方独特的审美和精神世界。

这些多元的文化艺术载体不仅反映了徽州地区的历史与风俗，也展示了其独特的社会文化内涵和审美价值，它们不仅仅是娱乐的手段，更是承载历史记忆、传递社会价值和规范生活的重要途径。

第3章 徽州礼俗文化与徽州糕点的内在联系

3.1 人生礼仪与徽州糕点

徽州文化深受儒家思想浸润，有“东南邹鲁”之称。儒家文化重视礼教、道德与伦理，这些在徽州礼俗中得以充分展现。徽州人讲究礼仪，尊老爱幼、和谐共处，与儒家核心价值观相符，尤其是徽州的人生礼仪独具特色，既彰显了儒家文化的深远影响，又反映了徽州糕点在徽州礼俗中的重要地位。

（1）出生礼

儒家文化强调家庭和社会的延续，因此出生礼在徽州文化中占有重要地位。出生礼通常包括一系列的仪式和习俗，如报喜、三朝礼、满月酒等，旨在庆祝新生命的到来，并祈求孩子健康成长。在徽州，新生命的诞生被视为大喜事。徽州自古聚族而居，非常重视宗族，因此多子多福是基本的传统理念。人口的增加，可使家族兴旺，宗族发达，提高家庭和宗族在社会中的地位。最普遍的习俗是在村子里重要道路旁设置照明用的求子灯，当地人称为“天灯”，取其“添丁”的谐音。过年时，宗族祠堂还会燃放“人丁炮”、赠送“莲花灯”给族里的新媳妇，祈求顺利怀孕为宗族增加新成员。在生子后以及岁末时，由户主发放“丁饼”给全村，领到越多丁饼的人家就越有面子，也象征以后运势越兴旺。在祭祀方面，妇女若要求子，还有拜观音以及中秋拜月的习俗。拜月时，香案上除了摆放月饼之外，会再摆上一个老南瓜和一个嫩南瓜以及一些南瓜藤，也是祈求“多子”之意。徽州地区有着悠久的生育文化和传统习俗，这些糕点不仅具有食用价值，更蕴含着深厚的文化内涵和象征意义。在新生儿出生前，家人为孕妇准备的传统糕点。“朝糕”又称“云片糕”，通常是用糯米或米粉制成，形状多样；“鸡子糕”则是一种类似鸡蛋形状的糕点，寓意着新生儿的降生。这两种糕点寓意着催生和吉祥。在徽州传统观念中，孕妇食用朝糕与鸡子糕可以保佑胎儿顺利降生，同时也为新生儿带来好运和祝福；在徽州出生礼中，“红蛋”是一种常见的礼品，鸡蛋被煮熟后，外壳被染成红色，象征着喜庆和吉祥。红蛋寓意着新生儿的诞生和家族的延续。在徽州传统观念中，红色代表喜庆和吉祥，而鸡蛋则象征着生命和新生。

（2）成人礼

成人礼是徽州礼俗文化中的重要组成部分，标志着一个人从少年成长为成人。儒家文化强调个人的成长和责任，认为成人后应该承担更多的社会责任和家庭义务。在

徽州，成人礼通常包括冠礼或笄礼等仪式，通过一系列的礼仪活动，宣告一个人已经长大成人，可以正式参与社会活动。徽州男子一般 18 岁成丁，女子 15 岁成人。男子行“冠礼”，女子行“笄礼”。给男孩加冠，须是德高望重的男性尊长。冠礼在 18 岁生日前一天举行，届时宴请宾客，由尊长剖去垂于眉际的孩童头发标记，理发成髻，戴上中冠，行过冠礼后，称“冠丁”，开始有资格入祠祭祖，并在宗谱上添名。冠丁首次入祠，要向祖宗献金“谢恩”，俗称“冠金”，数目多少视冠丁家境而定；给女孩加笄，须是子孙双全的老太，笄礼的方式庄重而优美，它是专为女孩子设计的成人礼，一头长发，细心梳成秀美的发髻，一根发笄，郑重簪上，以示成年及身有所属。徽州文化深受儒家思想的影响，强调个人修养、家庭和谐以及社会责任。在成年礼这样的重要场合，糕点的选择往往体现了儒家思想中对学识、品德和成就的重视。如“徽墨酥”其造型酷似徽墨，寓意着“满腹墨水学问”。徽州作为徽墨之乡，注重文教治学，因此徽墨酥在成年礼中可能象征着对成年者未来学识渊博、才华横溢的期望。

（3）婚姻礼

婚姻是人类繁衍生息的重要方式，也是建构家庭、家族和社会的基础。婚姻礼在徽州文化中占有极其重要的地位，被视为人生大事之一。儒家文化强调家庭和社会的和谐稳定，认为婚姻是建立家庭和社会关系的基础。在徽州，婚姻礼通常包括提亲、订婚、迎娶等环节，每个环节都有严格的礼仪规范。这些礼仪规范不仅体现了徽州人对婚姻的重视，也反映了儒家文化对家庭和社会关系的深刻影响。

在徽州，男女婚嫁被视为人生头等大事，缔结婚姻往往听从父母之命、媒妁之言，成婚大礼也有许多繁文缛节。一般有九道程序：说媒行聘、请期、搬行嫁、开脸、迎亲、拜堂、闹洞房、接会亲、回门。在绩溪，新娘的嫁奁里有一个装满百子糕、花生、瓜子、枣、栗、鸡蛋等食物的箱子，婚礼前一天由夫家派人搬取嫁妆，利市果子进门后众人抢取，称为“发利市”^[20]。婚礼当天，女家要宴请前来迎亲的女婿，依古礼扫席、举杯、举筷后请女婿入席，女婿答礼入座，单人单席。在登源一代，第一道菜和最后一道菜由妻舅端上，举案齐眉示意；亲迎第二天中午宴请女客，晚上宴请众宾客，主人和新郎到席敬酒。宴会结束后，鼓乐送房、撒帐；第三天女婿至岳父母家“回门”，第四天接会亲，还要宴请岳父母、妻舅和至亲长辈，邀宾客作陪^[20]。

撒帐礼俗是徽州婚姻礼中一种礼俗，共使用了包括酒、瓜子、枣头、花生、荔枝、麻球、莲蓬、糕饼、栗在内的九种饮食，食物代表着对新人早生贵子的祝福^[20]。食物所寄托的寓意多来自其谐音，如瓜子、枣头、花生，意为“早生贵子”、麻球与“王

侯”谐音、糕饼寓意“高升”、栗寓意“及第”等；也有因为食物本身的形态而将其与吉祥寓意联系起来的，如荔枝树可高至十多米，在新婚礼俗中用到荔枝，表达着对子孙像荔枝树一样“代代高”的祝愿；莲蓬多子，寓意新人多子多孙^[20]；“顶市酥”寓意着新人婚后生活的甜蜜和幸福，其名称中的“顶市”二字，也寓意着新人婚后生活能够步步高升，市场（生活）兴旺；“寸金糖”寓意着新人婚后生活的富足和珍贵，其名称中的“寸金”二字，也寓意着新人婚后能够财源广进，生活富足；“嵌字豆糖”在徽州常被用作喜糖，寓意着新人婚后生活的甜蜜和吉祥，糖中的汉字不仅传递了美好的祝福，也增添了婚礼的喜庆气氛；“麻酥糖”也常被用作喜糖，寓意着新人婚后生活的甜蜜和幸福。“和合二仙糕”（或带有和合二仙图案的糕饼），和合二仙作为婚姻美满幸福的象征，象征着夫妻和睦、婚姻美满。在徽州婚姻礼中，带有和合二仙图案的糕饼寓意着新婚夫妇能够像和合二仙一样，夫妻恩爱、和睦相处，这一寓意体现了徽州人对和谐美满婚姻的追求和对新婚夫妇的美好祝愿。在徽州，糕点不仅是一种美食，更是一种文化的传承和表达，它承载着对新人的美好祝愿和对传统文化的尊重，体现着徽州地区独特的文化魅力和人文情怀。

（4）祝寿礼

祝寿礼是徽州礼俗文化中的传统习俗之一，旨在庆祝长辈的生日并祈求他们健康长寿。儒家文化强调尊老爱幼的传统美德，认为孝敬长辈是每个人的责任和义务。在徽州，祝寿礼通常包括摆寿宴、送寿礼等环节，通过这些活动表达对长辈的敬意和祝福。徽州人的寿庆通常由五十岁开始，以后每增加十岁便祝寿一次，祝寿仪式通常选在农历腊月二十四小年节或是父母寿辰日，由儿女们负责举办。五十岁寿庆称“荣庆”、六十岁称“衍庆”、七十称“大庆”或“古稀之庆”，八十与九十岁称“耄庆”与“耄庆”，百岁则是“期颐之庆”。做寿这天摆设宴席，宴前请贺客们享用寿茶、寿糕、寿面。庆寿之家布置寿堂，堂前高挂“百寿图”和寿幛寿联，张灯结彩，陈设香案，将亲朋好友所送寿礼一一陈列，俗称“摆寿堂”。寿辰正日清晨，鸣放鞭炮。亲族友好登门祝贺、拜寿，早上先以鸡蛋、茶点款待，之后再吃寿面。拜寿时，堂前高挂“百寿图”和寿幛寿联，张灯结彩，陈设香案，寿星身着吉服上座，先由长子夫妻奉施上寿，寿星离座走到堂前，向外敬天，向内敬地，然后回座，接着家人按长幼次序，先男后女成双成对，跪拜上寿，亲朋则行三鞠躬礼。中午或晚上宴席开始，称为“吃寿酒”，菜肴丰盛，多多益善，取多福多寿之兆。客人们可以痛快畅饮，而年龄较长的寿星本人则另开一室，由几位年岁相仿的老者坐陪开席以避喧闹，有的富有人家还会

请戏班子演戏助兴。最后送客时，主人家准备寿桃来答谢贺寿的亲朋好友，在徽州寿桃分两种，发包寿桃与米粿寿桃，都是徽州的传统点心。

（5）丧葬礼

儒家文化重视对逝者的尊崇与缅怀，视丧葬礼为表达敬意与哀思的核心仪式。徽州丧葬礼俗，彰显多元文化积淀，融原始信仰思维、宗族礼仪影响及宗教仪式于一体。其映现生死两界虽隔，却相互贯通。死者能佑或惩生者，故生者待死者如生，定期祭奠，超度灵魂。徽州丧葬习俗，是原始信仰与宗法观念的交织，其独特之处在于风水选址的考究，认为山水形势关乎家族后世福祉。徽州丧葬礼俗隆重，含沐浴、停尸、报丧至安葬等数十环节。丧葬礼仪中，糕点选择与食用富含文化寓意，常置灵前或坟上，以供祭奠。如交切，寓“交织”与“连接”，象征逝者与亲人情感纽带不断。徽州人重家族情感与亲缘，认为逝者与亲人肉体虽离，情感永存。例如，交切寓意着“交织”与“连接”，象征着逝者与亲人之间割舍不断的情感纽带。徽州人重视家族情感和亲缘关系，认为逝者与亲人之间虽然肉体分离，但情感上的联系却永远存在。“玉条糕”寓意着“纯洁”与“高雅”，象征着逝者生前的高尚品德和纯洁心灵，徽州人崇尚儒家思想，在丧葬礼中食用玉条，既是对逝者品德的肯定，也是对徽州人崇尚品德文化的传承。

在徽州这片文化底蕴深厚的土地上，礼俗文化尤为丰富多彩，其中糕点作为礼仪之载体，承载着深厚的文化意义。通过这一系列与糕饼相伴的人生礼仪活动，徽州人不仅品味了生活的甜蜜与温馨，更将儒家文化的核心价值观融入日常，使其在这片土地上生生不息，代代相传。徽州糕饼，因此成为了儒家文化与徽州礼俗文化交融的瑰宝，承载着历史的记忆与文化的韵味。

3.2 岁时节庆与徽州糕点

徽州节庆礼俗是以程朱理学为核心理念之纲，通过“岁时节庆—礼制规范—民俗风情”的深度交融，巧妙地将宗族伦理的深厚底蕴、农耕信仰的朴实智慧与儒学价值的崇高追求融为一体，形成了独具徽州特色礼俗文化。“不忘祖先”的孝道精神与“天人合一”的哲学思想，不再仅仅是书卷上的文字，而是被转化为徽州人日常生活中可触可感的具体实践。

正月十五为元宵节，又称“上元节”这一天每户人家上午都要把灶神处整顿一番，神龛要添上新灶灯与新对联、灶神像也要换上新衣，然后奉上寿桃、元宝燃香祭拜。

到了晚上家家户户便张灯结彩吃元宵，小孩子提着灯笼结伴玩耍。一些较大的村镇还会举办盛大的灯会以及游神队伍和舞龙舞狮，有的地方还有猜灯谜和唱灯棚的活动，俗称“闹元宵”。元宵夜对徽州人来说是相当重要的夜晚，在许多热闹地方都是万人空巷、游人如织的。

农历二月初二也称“土地节”。徽州当地人在这一天，会起个大早到野外祭拜土地公，如果这一天是晴天就预示着来年收成好。这天农民忌耕田、妇女忌拿针线。徽州人过土地节有吃炒面的习俗，但各地方也不尽相同，应景食物除炒面外最为常见的便是吃“虫窠”。虫窠又叫“虫窠饼”，多以大米糊、酒酿发酵，添加甜料做成蜂窝状圆饼而成，其口感香甜又松软。食用虫窠饼的用意是希望农作物能免于虫害，有个好收成。在黟县会再多做一种铜钱大小的粿，俗称“老虎粿”，目的是为了赶跑“白虎星”，祈求家人平安无灾祸。

清明节是扫墓焚纸、追悼先人的祭祀节日，氛围庄严肃穆，为中国传统重要节日。徽州是中国古代最具代表性的宗法社会之地，在徽州墓祭十分严谨，须严肃对待，一年分为多次^[38]。除了家家户户各自扫墓外，宗祠还会举办大规模的“墓祭”，就算是在千里之外经营生意的徽商，也往往会兼程赶路回家参与扫墓祭祖。墓祭仪式非常庄严隆重，首先要备上丰厚的祭品以乡先人，行礼过后宣读祭祀祝文，已出嫁的女儿和孙女也都会回来，并製作“掛钱饼”、“守牛饼”发给墓地附近的牧童或村民，表示感谢墓地附近的外人们帮忙照看之意^[22]。在清明节前后，每户人家还会按照习俗摘採艾叶来做成艾叶饺以及清明粿以求远离百病。清明粿为徽州民间的传统美食，是清明时节的一大特色，古有诗句“清明时节野艾香，家家户户做粿忙”，描绘出男女老少齐聚一堂做清明粿的节气氛围。清明粿，酥滑韧糯、皮薄馅多、色泽翠绿、玲珑剔透，由清明时节采摘的鼠曲草制作而成，它一般用于清明祭祖，为求家族子孙延绵、求远离百病，同时也被寄托了一份浓浓的乡愁，是在外徽商游子们对家乡的思念、对亲人的不舍与对那份记忆的眷恋。

农历五月初五是端午节，又称“天中节”。从节令上看，此时正是盛夏之初，又刚过完梅雨季节，是百菌丛生的时候，因此杀菌、防病、避邪便是端午节的重要习俗内容。从五月初一开始，每户人家门前与屋檐都会悬挂菖蒲、艾蒿、大蒜，并用苍术、白芷薰蚊驱虫，用雄黄水消毒室内室外，然后在厅堂挂起钟馗像。这天徽州各县也会举办“跳钟馗”的活动以求驱恶避邪。跳钟馗分两种：一种是将钟馗塑像架在肩上，沿市街旋转舞动，旁有锣鼓相随；另一种则是由人装扮成钟馗和小鬼的样子，挨家挨

户跳舞取乐。在食物上，歙县吃角黍醇饼；婺源蒸汽糕以食；绩溪中午蒸包、蒸饅，晚上食用“一品锅”；此外，长辈要给小孩备置老虎鞋，佩以端午锦和彩绳。端午锦以五颜六色的丝绒线织就而成，内装香料；老虎鞋则突出头、眼、嘴、耳皆大的造型特点，以与孩子的天真、憨态、稚气相匹配，寓意健康、强壮和勇敢；彩绳挂在脖子上或套在手腕上，三者皆寓辟邪或祈求长命之意^[22]。

农历八月十五中秋节，如果天气晴朗，那去晚上便会有最圆满、皎洁的月亮，由于时值秋天，丰收在望，徽州人会进行拜月、祭月这一习俗。首先家家户户会在庭院或堂前天井设一供桌，摆上月饼、石榴、红柿、桂花糖等食品，接着点上红烛焚香叩拜，最后是品茗赏月，有的地方妇女还会遵从古早中原的传统，另设一桌供奉素食专拜月亮。

农历九月初九九是重阳节。这时秋高气爽，金菊飘香，适合登高赏菊花。在徽州，这天，人们会动手剪斜角式的双东巛旗然后竖立于庭院中以示庆贺。同时制作重阳粿来吃，即是米粿或糯米圆子。还会摘探茱萸泡于酒里饮用，因茱萸是种药用植物，味道香烈，可以驱虫除湿，还能治疗感冒，在古代是驱邪良物。

冬至为冬藏之日，为二十四节气之一，也是徽州民间的祭祀日。徽州人历来崇尚宗法，有“冬至大如年”之说。这天每户人家会准备酒食供品、锡箔香纸以及纸制衣物上坟祭祖，称做“送寒衣”。旧时名门望族还会在冬至时举行宗族祭祖，由族长主，中午摆设宴席。族中有功名者均会受邀，由族长坐陪，称为“冬至酒”，另外还有许多人家会在这一天制作“冬至粿”吃“馄饨”来祈求太平。

农历十二月称做腊月，十二月初八便是“腊八”，又称为“腊八节”。腊八一到，就表示新年即将来临，在这天，徽州人都要清扫自家环境，并且制作点心，像是芝麻糖、冻米糖、炒花生等等，有时也会宰杀年猪、互请酒席。许多人家还会烹煮“腊八粥”来食用，在黟县、休宁县一带还会晒干豆腐，俗称“腊八豆腐”。

三十夜又称除夕，家家户户洒扫庭除，张贴对联门神，将祖宗画像至于堂上，同样设贡品祀之。外出的徽商也要在大年三十之前赶奔回乡，与家人团聚，分享团圆饭，把酒叙人伦。中午阖家团圆，叙新年乐，啖新年饭，菜肴丰盛至极，各种物品与饭菜有 100 余种^[22]。在徽州地区，徽州糕点在年三十扮演着非常重要的角色。过年时家家户户都会准备各式各样的传统糕点，来庆祝和寄托着人们对新一年的美好祝愿，例如顶市酥、云片糕、徽墨酥等都是徽州非常有名且受欢迎的糕点。徽州人在除夕夜还有“发灯”之习，即所谓“发灯发丁、家庭兴旺”，每家每户悬挂蜡烛灯、小马灯、松

明灯、走马灯、荷花灯等各种灯饰，式样繁多，厅内堂外、楼上楼下，灯火遍布、彻夜通明^[22]。

初一晨，徽州人会起得很早，不超过五更三点，所谓“赶忙三十夜，清坐初一朝”。栉沐完毕，长者至堂前点香燃烛，先后向天地神祇、至圣先师和先祖列宗虔诚礼拜，其后，家中下辈向上辈行贺年礼，平辈之间也互相行礼^[37]。仪式结束后，全家人围坐一桌享用早茶，桌上摆有清茶、子糕、粽子、鸡蛋等茶食。徽州人对这一传统极为重视，每位家庭成员需先饮一杯清茶，再品一盏糖水，象征“苦先甜后、苦尽甘来”的生活哲理^[22]。随后全家会再到宗祠谒祖庆岁，领取元宝糕。初二是开始走访亲友的日子，拜访活动会一直到正月十八。先上门称为“拜年”，回拜者称为“回年”，登门拜年时客人必须带着四色礼，多为糖果与糕点类，主人则招待喝茶和五香茶叶蛋，客人告辞要回去时，主人会发红包给小孩，有时还会另外赠送用红纸包起来的甘蔗给小孩扛回去，寓意“节节高”。初七这天是“人日”，除了家家户户须祭拜祖宗之外，还会发红烛和丁饼给新婚朋友，祝福他们早日“添丁”。

这些节庆礼俗深深扎根于徽州人心中，塑造了他们“崇祠祭以敬祖、严宗法以序亲、守礼制以显文明”的集体秉性，无论是祭祖大典还是家常聚会，均体现了对宗族伦理的崇敬与持守。徽州社会中，礼俗交融、相依共生，共同营造出独特的文化生态。

3.3 社交礼仪与徽州糕点

徽州礼俗文化并不仅局限于世家大族的家规训示，它深入百姓的日常生活，广泛而深刻地影响着人民的日常活动与交往。总而言之，“礼”乃待人之道，为人之道；而“俗”则多强调人民生活的方方面面，二者是融合相通的，有着千丝万缕的关系^[26]。

社会性是人的基本属性，人与人之间的交往无时无刻不在发生，而饮食在这种互动关系中是一种媒介，用于寄托感情、传递心意，增强人与人之间的联系。现存明代徽州方氏亲友手札七百通，是记录了明代歙县士人方用彬与众多官宦名儒交往的详细资料，反映了其时具有丰富学识与一定社会地位的文人们的社会交往情况，而饮食在其中扮演着重要角色。手札中记载，方用彬与友人常以诗文唱和，交流创作心得，一方“煮清泉以候”，备好茶水，还要等“溪上桃花欲语”^[23]，届时环境优美，茶水清冽，极其雅致，方能写诗作赋，促膝畅谈；友人远行在即，要为其备下酒宴送行，并赠上“化糕一簋，奉舟中一茶”^[24]，供友人途中食用；友人经过，作为东道主，要准备酒宴欢迎。即便事务繁忙无暇脱身，也要“蔬酒献行厨”^[25]，备好酒菜送给友人，

以尽东道主之谊。

与文人相比,普通百姓之间的交往则更具生活色彩。传统社会中,婚丧之礼备受重视,亲友间吉凶相吊、互帮互助,普通百姓家庭无论丰简贫富,均要通知宾客、邀请亲朋,举办相应的仪式^[20]。徽州家谱中言:“亲族吉凶往复之礼,贫富相济,义所当然”,婚丧中亲朋之间的来往具有一定的互助功能,而人与人之间的感情在来往之间也得到有效的巩固和加强。红白喜事是人们互相来往的重要场合,而一些简单的饮食作为一种最普通最常见的礼物,用以寄托宾客的心意,同时主人需要设宴招待,并以饼、糕等食物回谢;丧葬中宾客的吊唁礼较为简单,且种类统一,通常为红烛、果盒、面饼等物,由来宾前往主家吊唁时携带,主家指派专人详细记下宾客姓名和吊礼内容。主家在丧葬进行过程中还要安排酒席,招待前来吊唁的亲朋以及在葬仪中帮忙的工作人员;婚礼时的宾客礼以花烛、喜联、挂面、鸡蛋较为常见,娶亲时主家也要开筵宴请宾客^[20]。

在社交礼仪方面,徽州人表现出极高的重视。待人接物时,他们严格区分长幼尊卑。对尊长,行跪拜之礼以示恭敬,落座不争首位,用餐不贪食,行走不争先,即“三不”礼节。与人交流或书信中,他们秉持尊重,以尊称呼对方,自谦以称己。徽州的见面礼仪蕴含独特的处世智慧,“和为贵、礼为先”观念根深蒂固,这种智慧如春风润物,利于构建和谐人际,促进社会文明提升。徽州礼俗文化推崇的处世之道,强调的是待人谦和、尊重他人及行为有礼,它们构成了社会等级秩序中的鲜明标志,彰显了社会结构的层次与尊卑之分;与此同时,这些礼仪规范也是人际交往中不可或缺的准则,引导人们在各种社交场合中展现出得体与适当的行为;更深层次而言,这些规范已经深深根植于人们的内心,成为难以抹去的道德观念,塑造了徽州人的精神世界与行为模式。

3.4 徽商精神与徽州糕点

徽州文化是中原土族文化与土著山越文化的融合产物,它在儒家文化与程朱理学的影响下,形成了独具特色的底蕴。在这里,家族的荣誉与命运紧密相连,犹如一条坚韧的纽带,维系着社会秩序与道德伦理,塑造了徽州社会的和谐美好与有序的风貌。

徽商的崭露头角可追溯至南宋,经过数百年的风雨磨砺,到了明清时期达到了鼎盛。尽管封建社会普遍轻视商人,徽州人却以突破常规、挑战世俗观念的勇气,将经商视为立身之本。这种商业文化的形成,得益于徽州独特的地理环境。群山环绕、崎

岖的地形使得本地粮食供给困难，人口日益增长，但徽州人没有因此屈服。相反，他们充分利用丰富的林木、茶叶等自然资源，以及便捷的水路运输，走出了大山，开创了经商致富的道路。

徽州人崇尚读书，深受儒家文化熏陶，注重修身、齐家、治国、平天下的理念。程朱理学中的“格物致知”精神被他们引入商业实践，用严谨的态度和求实的精神去探寻商业的真谛。这一精神不仅体现在他们的商业行为中，更深深印刻在徽州糕点的制作工艺中。徽州糕点，以其精致优雅和口感独特，成为了一绝，其中尤以渔亭糕最具特色。渔亭糕源自有“七省通衢”之称的黟县古镇渔亭，历史悠久，是徽商远行时的重要干粮，也见证了无数学子踏上仕途的足迹，每一块渔亭糕，都承载着徽州人对未来的期许与对故乡的眷恋。

徽州糕点的制作技艺在民间代代相传，逐渐涌现出一批技艺精湛的糕点师傅。原本以农耕为生的徽州人，逢年过节时会应邀制作糕点。凭借精湛的工艺与独特创意，师傅们获得了广泛赞誉。经过多年的传承与发展，徽州糕点师傅的技艺不断创新，他们在传承传统的基础上，不断将新元素融入其中，使糕点更符合时代需求。随着徽州人纷纷弃农从商，不少糕点师傅也走出大山，开设了糕点制作坊，逐渐形成了具有地方特色的徽派糕点产业。这一行业的崛起，不仅为徽州商人创造了更多的商业机遇，还进一步弘扬了徽州文化、宗族精神和儒家理念，吸引了更多的人了解并喜爱徽州糕点。

徽商凭借着吃苦耐劳、坚韧不拔的“绩溪牛”、“徽骆驼”精神，享誉海内外。他们恪守诚信为本、以义为利的商业道德，展现了儒家文化中的“仁义礼智信”精神。尽管从事糕点生意的徽州商人并未像徽州盐商或海商那样地位显赫，但他们同样凭借诚信与品质赢得了市场的认可。每一块精心制作的糕点，不仅展现了徽州的文化与精神，也使消费者在品尝美味的同时，感受到徽州人的热情与真诚。徽商三百年的历史长河中，他们留下了深刻的印记，为徽州文化、儒家文化和家族荣誉的传承与发展增添了光彩。

第4章 礼俗文化在包装设计中的原则与应用方法

4.1 包装设计的概念与要素

包装设计是集科学、艺术、经济、心理及市场要素于一体的综合性设计活动，其核心目标是通过视觉传达与功能实现，将产品特性、品牌理念及消费者需求转化为具有市场竞争力的实体载体。其本质可概括为对产品包装形式与视觉形象的整合设计，需综合考量包装材料、工艺技术、结构合理性及视觉吸引力，以实现产品保护、信息传递与商业价值的统一。

在功能维度上，包装设计以保护性、传播性、营销性为核心定位。通过材料创新与结构优化，构建物理防护屏障，抵御运输冲击与环境侵蚀；依托视觉符号系统与体验设计，实现品牌价值的高效传递与产品特性的精准表达；通过差异化美学策略与情感化叙事，塑造“一眼即识”的视觉记忆点，激发消费欲望并驱动市场转化。

在文化属性上，包装设计是文化符号的物质载体，其文化属性体现在三个层面：其一，地域文化通过传统元素强化产品归属感；其二，审美文化以“真、善、美”为核心，通过形态创新与色彩搭配创造视觉愉悦感；其三，社会文化反映时代价值观与消费趋势。环保包装通过可降解材料、简约设计响应低碳理念，既满足消费者对可持续性的期待，又规避因过度包装引发的社会争议。

在要素构成上，包装的造型、结构、视觉一起协同设计。造型要素以美学原则为基础，通过形态创新与色彩心理学提升视觉冲击力；结构要素需平衡保护性与实用性；视觉要素需强化信息传达效率。

包装设计是功能与文化的双重载体，以消费者需求为核心，通过科学化设计（材料、结构）与艺术化表达（视觉、符号）的协同，实现产品保护、品牌传播与商业转化的统一。在全球化与本土化交织的语境下，包装设计更需平衡普适性与差异性，以文化共鸣驱动消费决策，以创新设计塑造市场竞争力。

4.2 礼俗文化与包装设计的内在关联

礼俗源于生活，蕴含着丰富的社会规范与道德规范。礼，作为典章制度，更多地体现了社会上层的生活准则，是等级制社会的产物，用以维护国家和法制的威严。而

俗，则更多地反映了社会下层的生活规范，具有广泛的群众基础，是在人们的社会生活中约定俗成的^[27]。礼与俗虽有所不同，但共同构成了礼俗文化，其功能在于协调社会生活，礼俗文化与包装设计之间存在着紧密的联系，从历史角度看，礼俗是现代包装发展的历史前提^[39]。我国作为一个拥有五千年悠久历史的礼仪之邦，礼俗文化在社会发展中占据了举足轻重的地位。古代文献如《礼记》详细记述了各种礼仪规定与礼俗制度，这些规定不仅涉及不同时节、不同场合的馈赠行为模式，还对礼品的选择提出了明确的要求^[27]。这些历史背景为现代包装设计提供了深厚的文化底蕴。

此外，礼俗还是包装设计的文化源泉。生动的民间礼俗故事以及形式多样的馈赠行为，为糕点包装设计提供了取之不尽、用之不竭的设计元素，这些元素不仅丰富了包装设计的表现形式^[28]，还使得糕点包装更具文化内涵和审美价值。因此，礼俗文化在现代包装设计中发挥着重要的指导作用。设计师通过深入挖掘礼俗文化的精髓，将其巧妙地融入包装设计中，从而创造出既符合现代审美需求又蕴含深厚文化底蕴的礼品包装作品^[28]。

4.3 礼俗文化在包装设计中的优秀案例分析

礼俗文化作为中华民族悠久历史的重要组成部分，其独特的魅力和深厚的底蕴一直为现代设计所借鉴与融合。在包装设计中，巧妙融入礼俗文化元素，不仅能够提升产品的文化内涵，还能激发消费者的情感共鸣，使包装成为传递美好祝愿和文化价值的载体。

(1) MURA X 礼曰 东方美学中式糕点伴手礼品牌打造

礼曰是 MURA 打造的一个极具东方美学中式糕点中高端伴手礼品牌。这款礼品盒的设计巧妙地将礼俗文化与包装融为一体，设计中融入了丰富的传统文化元素，如中国结、祥云、龙凤等，这些元素不仅具有装饰性，更承载着深厚的文化内涵和象征意义。礼品盒上印有的“福”、“寿”、“喜”等祝福语或吉祥话，表达了送礼者对收礼者的美好祝福，增强了礼品的文化价值和情感寄托，此糕点共分为三个系列：

其一是“富贵盒系列”，中国对于生命的起源往往寄托于万物，无论女娲造人、盘古开天地，或是圣人的感生神话，由天地自然寄托对于生命的“孕育（毓）、期许（冀）、想象（梦）、喜悦（欣）、守护（护）、珍惜（宝）”，并以此延伸出许多关于生命的符号，例如图腾、祝贺、颂词、礼仪行为等。在设计元素运用中，锦鲤象

征着“鲤鱼跃龙门的期盼、钱纹象征富贵、竹纹象征平安、孔雀纹象征吉祥。在颜色选择上，粉色在中国文化中往往代表着祝福、温情和幸福，粉色常用来表达对生命的珍惜、对爱情的祝愿以及对新生命的期许；金色是财富、权力和荣耀的象征，往往用来传达“富贵”的祝愿，尤其在节庆、生日、婚礼等场合中，它常常与红色一起使用，营造出热烈和充满希望的气氛；紫色在中国文化中被视为一种非常尊贵的颜色，通常与帝王、权力和高贵的气质联系在一起，既能表现神秘和优雅，又能传递祥和、吉祥的氛围，紫色的含义与生命的“孕育”和“期许”密切相关，寓意着对未来的美好愿景和对生命的敬重，图 4-1 所示。



图 4-1 富贵盒系列

（图片来源：MURA 東西设计公众号）

其二是“生肖盒系列”，生肖是生命的守护神，展现中国对于每个人本命的信仰。在设计元素运用中，鸡、狗，以当年生肖为主题，萱草在中国传统文化中象征着“祝贺生子”，意味着喜迎新生命的到来，传达出对家庭的祝福和对新一代的期许。在颜色选择上，红与黄的搭配具有极强的视觉冲击力，同时这两种颜色的结合也传递着强烈的吉祥和好运的象征。狗在中国文化中代表忠诚和守护，红黄颜色搭配呼应了狗作为“守护神”的角色，寓意着家庭和睦、幸福安康。红色搭配具有优雅且高贵的视觉效果，同时也传递了一种祝福、吉祥的情感；紫红色的使用，不仅体现了鸡的活力与高贵，还表现出对生命的珍视和对未来的美好祝愿，这种色彩搭配适合用来表达对新生命的祝福和对孩子未来的美好期望，图 4-2 所示。



图 4-2 生肖盒系列

（图片来源：MURA 東西设计公众号）

其三是“平安盒系列”，每个生命都是父母的心头宝，无微不至地细心呵护，期望能平平安安茁壮成长。在元素运用中，苹果寓意“平平安安”，蝴蝶、南瓜、藤蔓鱼寓意“瓜瓞绵绵”。在颜色选择上，绿色是大自然的颜色，常常与生命的勃勃生机、健康和成长相联系，它代表了生命的力量，寓意着每一个生命在父母的悉心呵护下将茁壮成长，充满活力与希望，图 4-3 所示。



图 4-3 平安盒系列

（图片来源：MURA 東西设计公众号）

这款礼品盒的设计成功地将礼俗文化与包装融为一体，不仅展现了传统文化的魅力，还通过现代设计手法进行了创新，使得礼品盒既具有文化价值，又具有实用性和美观性。这样的设计不仅能够满足高端市场的需求，也能够吸引对传统文化有兴趣的人群，传递出送礼者的深厚情感和美好祝愿。

（2）东西制造局 X 蔡澜点心龙年礼盒

生肖是中国沿袭了数千年的传统，而龙更是中华文化中非常重要的图腾。东西制造局设计团队通过对“龙”这一文化图腾进行了大范围调研，最终选择了“鱼跃龙门”

的典故作为主题。

传说每年三月，万千鲤鱼自江河湖海而来，集龙门之下，逆流而上跨越龙门。跃过者，会降下云雨伴随天火，煅其身，烧其尾，化为真龙。在鱼跃龙门之后，鲤鱼会进入到鱼化龙这一状态，代表着“脱胎换骨”“金榜题名”“飞黄腾达”等寓意。在找到鱼化龙这一具象化元素之后，设计团队挖掘出了如烧尾宴、螭吻、潮州嵌瓷、乔西烟花火龙等极具文化特色的视觉元素，其中潮州嵌瓷构图雄伟、色彩绚丽，在当下环境，这样的色彩不仅能在内心带来情绪疗愈，也能够激发消费者的情绪，使多巴胺水平飙升，从而更容易达到一种舒适的愉悦感，而蔡澜点心祖籍正好也是潮汕。设计团队最终在视觉元素上选择乔西烟花火龙为造型，搭配嵌瓷多彩配色，呈现新年的热闹与繁荣，形象生动等特点，图 4-4 所示。



图 4-4 “鱼跃龙门”视觉调研

（图片来源：东西制造局公众号）

龙年礼盒的盒型灵感来源中国人新年习俗“全盒”，古称“攒盒”，设计团队将蒸笼打开时的起雾与鱼化龙结合，营造出一种腾云驾雾的氛围感。古典向的多巴胺色彩，扁平化的鱼化龙和意向化的蔡澜点心形象，构成了主画面。礼盒内部除了包含传统的对联、红包以及日历之外，还有一套门神年画印刷机，将中国古代的木版画技术进行了复刻，并且加以精简，只需要简单的上色和拓印，就能够完成一副蒸蒸日上或财源广进的财神年画，让年轻人可以无门槛的感受传统文化带来的满足和喜悦，图 4-5 所示。



图 4-5 蔡澜点心龙年礼盒

(图片来源: 东西制造局公众号)

(3) 茅台集团 X 二十四节气·春系列礼盒

贵州茅台酒“二十四节气·春系列”礼盒，作为茅台酒与中华传统节气文化深度融合的典范，展现了茅台酒对传统文化的尊重与创新，诠释了“茅台美学”的独特魅力，设计中的自然元素和节气场景，传递了人与自然和谐共处的生态理念，体现了茅台酒对生态文明的尊重与追求。

本系列茅台酒是首款融合数字技术与传统酿造工艺的数实融合产品，旨在传承经典美酒的同时，注入现代科技元素。其礼盒设计围绕“二十四节气”中的春季六个节气（立春、雨水、惊蛰、春分、清明、谷雨），灵感源自中国悠久的农耕文化与节气传统。设计团队深入挖掘节气文化的深厚底蕴，巧妙地将春季生机勃勃、万物复苏的景象与茅台酒酿造过程相结合，呈现出人与自然和谐共生的美好愿景。

在外观设计上，包装采用“莹润绿”作为主色调，宛如春雨滋润的绿叶，晶莹剔透、清新怡人，既体现了木的生长特征，也象征着春天的勃勃生机。瓶身整体以“细叶色”作为主色，但肩部的渐变绿色巧妙地融入了春季与夏季交替的变化，既展现了季节更迭的美妙，又充满了浓厚的东方文化韵味，图 4-6 所示。



图 4-6 “二十四节气·春系列”礼盒

(图片来源: 贵州茅台公众号)

在瓶身的图案与元素设计中,春芒形象与各个节气的自然景象巧妙结合,呈现出春季不同阶段的独特风貌。例如,立春时冰雪融化的景象、雨水时细雨纷飞的情景等,均展现了春天的变化与魅力。此外,每款产品都巧妙融入了各个节气特有的场景,如春分时昼夜平分的象征、清明时祭扫先祖的传统、谷雨时播种希望的画面等。这些元素不仅丰富了产品的文化底蕴,还增强了其艺术表现力,赋予了每款产品更深刻的情感共鸣,图 4-7 所示。



图 4-7 “二十四节气·春系列”礼盒

(图片来源: 贵州茅台公众号)

在文化理念与美学阐释上,农耕文明是茅台美学之源,中国是古老的农业大国,孕育了悠久而厚重的古代农耕文明和节气文化。白酒作为中华农耕文明的产物,特别是以茅台为代表的酱香型白酒,其生产酿造过程与农时安排、农事生产息息相关,小麦熟、高粱收,端午踩曲、重阳下沙,一年一个生产周期,顺天时、躬人事,矢志追求“天人共酿”,彰显的是一种中华农耕文明之美^[40]。本系列礼盒通过展现茅台酒的酿造过程与节气文化的紧密联系,彰显了中华农耕文明的厚重与美丽。

（4）山外山 X 万物福酥·茶点糕点礼盒

中华传统习俗语境中的礼文化，源于汉代兴于宋朝，自北宋时期起，每至岁末宋人有慷慨倾囊互赠佳礼的年俗，时至今日，承载着深厚民族情感与历史内涵的礼文化逐渐催生出“礼物经济”形态，而“以食为礼”则是国人适逢节庆访友送礼的优选。

万物福酥·茶点糕点礼盒是杭州的山外山糕点品牌，在响应宋韵文化传承和老字号创新的政策下，致力于以彰显东方文化属性特色的食礼为载体，为消费者带来兼具宋韵美学和健康品质的系列产品。设计师从产品包装的造型结构和视觉传达入手，深掘宋韵文化，依托从中式花窗到国风情致的意象延展，从茶香礼客到宋韵雅事的再创，外化“以食为礼”的中华优秀传统文化意蕴，助力品牌传播其文化价值，从而在趋于白热化的节礼市场中建立品牌壁垒、占据用户心智。

在画面展示上，汲取宋代茶饮文化精粹，将碾茶、点茶、茶百戏、品茶四则茶香雅事，以艺术抽象的现代插画形式进行呈现，同时模拟花蕊绽放姿态，将茶礼仪式融合在花瓣之中映射产品内容；而具有吉祥寓意的绯红与鹅黄等中国传统色彩彼此交织点染盒面，进一步彰显品牌文化基因与花型盒体相互映衬，承载着对未来的无限想象与期待，借势新式国风衔接年轻消费者审美实现无声促销，图 4-8 所示。



图 4-8 万物福酥·茶点糕点礼盒

（图片来源：顶尖包装公众号）

在礼盒造型设计上，区别于市面上常见的方形或圆形造型礼盒，该款盒型以宋代饮食文化与传统建筑为灵感采用源自南宋镶金口刻花纹银盂传统中式轩窗的花型符号来勾勒宋韵意境，赋能产品辨识度；盒面则采用哑光微弧工艺打造凹刻有古典花状印章形式的品牌标识则烙印于盒面正中突出层次感和精致度，彰显产品的品质格调与品牌的匠心传统，图 4-9 所示。



图 4-9 万物福酥·茶点糕点礼盒

(图片来源: 顶尖包装公众号)

(5) 东方好礼 X 司南问道端午礼盒

设计灵感来源于古人对天象的认识,其最早可以追踪到古人通过观天辨位,白天观日,晚上观星。在人类文明的初始,古人就有了时间和空间的萌芽意识,根据日月星辰的运行轨迹和位置,将黄道和赤道附近的区域分作 28 组星宿,俗称“二十八宿”,按东南西北四方各分为七宿四象,即青龙、白虎、玄武、朱雀。春天开始之际,苍龙七宿在东方地平线上崭露头角,故称“龙抬头”,也是农民预备开始播种的日子。等到夏至,恰好也是端午时节,苍龙高悬于天空正南位置,是一年中最“中正”之位,故称“飞龙在天”,端午的到来,也意味着一年过去将半。

礼盒设计参考了端午背后的星象文化、探索精神,“点亮”了司南,结合中国传统文化,将司南与中国传统文化相融合,体现文化特色。在设计元素与创意中,利用司南与答案之书相结合,将司南这一古代导航工具与答案之书这一象征智慧与解答的元素相结合,形成独特的创意。在礼盒的底盘设计上,融入了司南的底盘元素,使礼盒本身也成为设计的一部分,而勺柄方向不再是指南作用,而是问题的答案,赋予了司南勺新的寓意和功能,图 4-10 所示。



图 4-10 司南问道端午礼盒

(图片来源：顶尖包装公众号)

礼盒设计的盒面部分采用压凹工艺，图案若隐若现、高级素雅，不同层级上还设计了相关功能，如指南勺感应区域，天干地支，答案层，二十八星宿和八卦乾坤，完整答案之“盒”的形象。开启礼盒后，便能看到摆放其中的指南勺，将其放在盒面中心的“专座”，答案部分便会亮起，以隐衬明，交相呼应，图 4-11 所示。



图 4-11 司南问道端午礼盒

(图片来源：顶尖包装公众号)

在封套设计上，使用元代龙舟夺标图轴里的部分画面为主视觉，画面描绘了一场热闹的赛龙舟比赛，船身彩旗飘扬，岸边百姓摇旗呐喊，极具仪式感，而龙舟上的人一起奋进的拼劲，与产品想要体现的“生命不息，探索不止”的概念不谋而合，图 4-12 所示。



图 4-12 司南问道端午礼盒

(图片来源: 顶尖包装公众号)

(6) 锡林郭勒奶酪

作为传统奶制品品牌，制作工艺精湛，素有“宫廷奶食”之称。锡林郭勒奶酪奶源更是属于世界黄金奶源地带的优质奶源。奶制品是蒙古族饮食之首，蒙古语称为“查干伊德”，译为“白食”，蕴含着纯洁、吉祥之意。包装设计的形状来源于蒙古族传统礼仪奶酪盘，礼仪奶酪又称奶豆腐，每逢重大节日招待宾客都会摆上“礼仪奶酪”，敬宾客品尝，图 4-13 所示。



图 4-13 锡林郭勒奶酪

(图片来源: 慧申设计公众号)

在纹饰设计上，蒙古族的传统纹饰是蒙古族最纯真的艺术意志，他们热爱着草原的一切，将自然之景融入到纹饰之中。蒙古族过着长期与牧畜相伴的游牧生活，潜意识里影响着其创造思维，他们注重艺术的表现形式，并从自然中寻找灵感，动物纹样

主要以蒙古族历代养殖的五畜（牛、马、绵羊、山羊、骆驼）形象所创造出的图案。由于蒙古族纹饰有着其独特的艺术个性和民俗信仰与审美符号，因此用蒙古族纹饰串联传统文化，赋予吉祥团圆之意，这些纹饰体现了质朴豪爽的蒙古族对生活的无限热爱与追求，通过纹饰可以非常直接地呈现一种本真美和原始美，图 4-14 所示。



图 4-14 锡林郭勒奶酪

（图片来源：慧申设计公众号）

外包装盒主要以烫金烫银工艺将“宫廷奶食”的尊贵形象呈现出来，中间彩带、云彩环绕的奶酪盘呼应了其里面的产品，图形清晰的表现了奶酪盘的质感。在传统和现代设计感之间取得平衡，融入民族元素，使包装在视觉上具有连续性，既能体现锡林郭勒奶酪的精髓，有效地传达传统蒙古族元素，又能快速出圈并给消费者留下深刻印象，图 4-15 所示。



图 4-15 锡林郭勒奶酪

（图片来源：慧申设计公众号）

4.4 礼俗文化元素在包装设计中的运用

传统礼俗文化元素在包装设计中的运用,不仅是对传统文化的传承与发扬,更是对当代审美需求的回应与满足。通过色彩、谐音、象征物等元素的巧妙运用,得以在包装设计中创造出既具有时代感又不失文化底蕴的作品,让传统礼俗文化在新时代焕发出新的生机与活力。

(1) 以色显意

古人深谙色彩之道,依礼用色、以色明理的观念早已根深蒂固。依礼用色、以色明理的观念在古人心目中根深蒂固,婚丧寿宴、祭祷祝祀,大多遵循着先秦的五行色彩学理,即东青、西白、南赤、北黑和中黄^[29]。红色,作为吉祥之色,在中国传统中占据着举足轻重的地位,无论是婚嫁的喜庆还是节庆的欢腾,红色都是主色调,红包、对联、鞭炮等礼俗象征物,至今仍以红色为主,传递着浓浓的喜庆氛围;而黄色与紫色,同样被视为尊贵与富贵的象征,彰显着古人的审美取向与价值追求。五行色彩学理中的黑白二色,对立统一,体现了古人两极同构的哲学思维,认为凶吉相依、祸福相连,在传统礼俗中,黑白两色在丧葬礼俗中尤为显著,承载着对逝者的哀思与缅怀。

(2) 谐音颂情

通过谐音赋予文字和语言以吉祥寓意是礼俗文化中常见的现象,表达直接、适用性广。传统礼俗中的谐音是语言运用过程中巧妙借助音同或音近字词的语言特点来表达吉祥寓意,隐喻美好祝愿^[14]。例如,以中秋佳节为例,月饼作为节日的必备之选,其形状圆润饱满,象征着团圆与完满。而月饼上常刻有的“莲蓉”二字,谐音“连荣”,寓意着连连荣升、事业有成,寄托了人们对未来生活的美好愿景;端午佳节,家家户户挂艾草、佩香囊,艾草以其独特的香气,被视为驱邪避疫的吉祥之物,而香囊中常填充的香料,如菖蒲、白芷。“菖蒲”谐音“长福”,象征着福气长久;“白芷”则谐音“止滞”,寓意着一切不顺之事都能止步于此,为节日增添了一份吉祥与安宁;“鸡”谐音“吉”,寓意吉祥;“鱼”谐音“余”,寓意连年有余;“酒”谐音“久”,寓意夫妻恩爱,天长地久;“蒜”谐音“顺”,寓意生活顺顺畅畅;“枣”谐音“早”,寓意早生贵子^[30]。这种喻意的表达手法在中国传统礼俗中很常见,它追求的是具有吉祥象征意义的律动感与音律美,以此来表达人们心目中的追求与愿望^[30]。

(3) 托物寄情

从符号学角度来说,礼俗文化符号借助某些具体的事物或形象,通过类比使人联想与之有关联的某些属性和功能,间接把握所指的对象来体会其中的含义^[16]。自然界

的动物、植物以及日常生活中的器物等，常被用作此类象征物，在传统礼俗仪式中发挥着至关重要的作用。例如，寿礼中常借龟和鹤的形象为媒介，表达对长者长寿的美好祝愿。龟，以其长寿的特性，成为古人眼中的祥瑞之兽；鹤，则以其优雅的姿态和飘逸的神韵，象征着高洁与长寿；红豆又称“相思豆”，常常用作男女互赠的爱情信物；鸳鸯雌雄成对，形影不离，用雌雄鸳鸯并浮水面，寓意夫妻恩爱；“如意”，是搔痒用的搔杖和灵芝的结合，取前者的遂人心意和后者的流畅性，表达事事顺心的祝福，极富人情味；梅花是冬春之交开放的花，是“报春花”，“儿童骑竹弄梅”寓意梅花送子，青竹送孙，喜鹊与梅花寓意“喜报春来”，梅花与福寿字样寓意“福寿连绵”，与竹、松结合为“岁寒三友”^[31]。这些象征物在包装中的运用，不仅丰富了包装的文化内涵，更传递了人们对美好生活的向往与追求。

4.5 礼俗文化在包装设计中的应用原则

在当今消费市场中，包装设计早已超越了单纯保护商品的基本功能，成为连接商品与消费者情感、传递文化内涵的重要桥梁。礼俗文化作为民族精神与地域特色的鲜活载体，蕴含着深厚的历史积淀与丰富的象征意义，将其融入包装设计，不仅能够提升产品的文化附加值，还能增强消费者的情感共鸣与文化认同感。然而，礼俗文化在包装设计中的应用并非简单的元素堆砌，而需要遵循一系列科学且富有智慧的原则，以确保文化内涵得以精准传达，同时满足现代消费市场的多元化需求。

（1）文化性原则

在将礼俗文化元素融入包装设计的过程中，设计师不仅要注重外在形式的和谐统一，更应重视内在文化的传承与弘扬，深入挖掘徽州礼俗文化的精髓，细致分析其背后的历史故事、民俗风情以及独特的审美观。通过全面理解与把握这些文化元素，并结合现代人的审美需求与生活方式，提炼出最具代表性和特色的文化符号，合理地融入到包装设计中，让传统文化在现代设计中焕发出新的生命力。同时，糕点包装也能展现浓厚的徽州礼俗文化氛围，成为艺术与文化交织的佳作，传递情感与文化的深远内涵。

（2）创新性原则

设计师的任务并非简单地复制传统，而是要在继承的基础上寻求创新，使传统文化在现代设计中焕发新的光彩。徽州礼俗文化蕴含着丰富的思想与元素，为设计创新提供了源源不断的灵感。设计师应秉持开放的心态，将传统礼俗文化与当代审美观念

和设计思维相融合，借助现代技术手段，对传统文化进行全新的诠释和呈现。这种创新不仅仅是对传统文化的致敬，更是对其丰富与拓展，通过现代包装设计的形式，彰显其独特的魅力与时代感。

（3）实用性原则

在包装设计中，除了要传达美感与文化内涵外，实用性和可持续性也是设计的核心要素。市场上常见的过度包装不仅浪费了资源，也增加了环境负担。因此，设计糕点包装时，应仔细考虑包装与产品之间的内在联系，确保包装既能提升产品的整体品质感，满足消费者的审美需求，又能保持简洁实用，避免不必要的浪费。作为新时代的设计师，应响应环保与可持续发展的号召，充分认识到资源的有限性，倡导使用环保材料并设计可循环利用的包装。这样的包装不仅承载着丰富的文化底蕴，还体现出对环境的尊重与保护，彰显出时代的责任与追求。

第5章 徽州礼俗文化在非遗渔亭糕包装设计中的应用实践

5.1 徽州糕点包装市场调研

徽州礼俗文化作为地域文化的瑰宝，其在糕点包装设计中的应用不仅是对传统文化的传承，更是对现代设计理念的丰富与创新。本章将通过对非遗渔亭糕的实地考察以及徽州地区市面上徽州糕点包装的考察与调研，深入分析徽州礼俗文化在糕点包装设计中的具体应用及现状。

为近距离了解徽州糕点包装市场现状，本研究采取了多渠道、多维度的调研方法。笔者实地考察了黄山市徽州糕饼博物馆、徽州民俗博物馆、徽州文化博物馆、中国徽菜博物馆等地，深入徽州地区当地的伴手礼店、传统糕点作坊店等，调研了徽州伴手礼店、商超等销售终端，收集了现有包装设计的视觉元素、材质工艺及市场反馈；同时也走访了非遗渔亭糕的生产故乡一渔亭镇，与非遗传承人、糕点师傅及消费者深度访谈，了解文化认知与设计需求，获取了徽州礼俗文化在当代传承与包装设计中的第一手资料，为研究提供实证依据。

5.1.1 市场实地考察

非遗渔亭糕源自享有“七省通衢”美誉的黟县古镇渔亭，是徽州地区历史悠久、独具特色的传统食品之一。每逢腊月，当地几乎家家户户都会沿袭制作渔亭糕的习俗。据《黟县志》所载，渔亭作为新安江水系最西端的码头，自古以来便是湖广、江西与江浙皖等地的货运中转重镇，是官道与商路的必经之地。在徽商鼎盛的时期，渔亭糕更是扮演了干粮的重要角色，无数徽商因这小小的徽雕糕而叩开了财富之门，众多学子也伴随着它的滋味踏上了仕途之路。在实地考察中，笔者深入探究了渔亭糕的制作工艺、原料甄选以及它在徽州人民生活中的举足轻重的地位，同时考察了门店的经营模式与现有的包装样式。通过与当地居民、文化工作者及糕点师傅的深入交流与访谈，全面了解了非遗渔亭糕的发展现状与市场购买情况，为后续的研究提供了坚实的实证基础，图 5-1 为安徽省黄山市黟县渔亭镇线下非遗渔亭糕门店风貌。

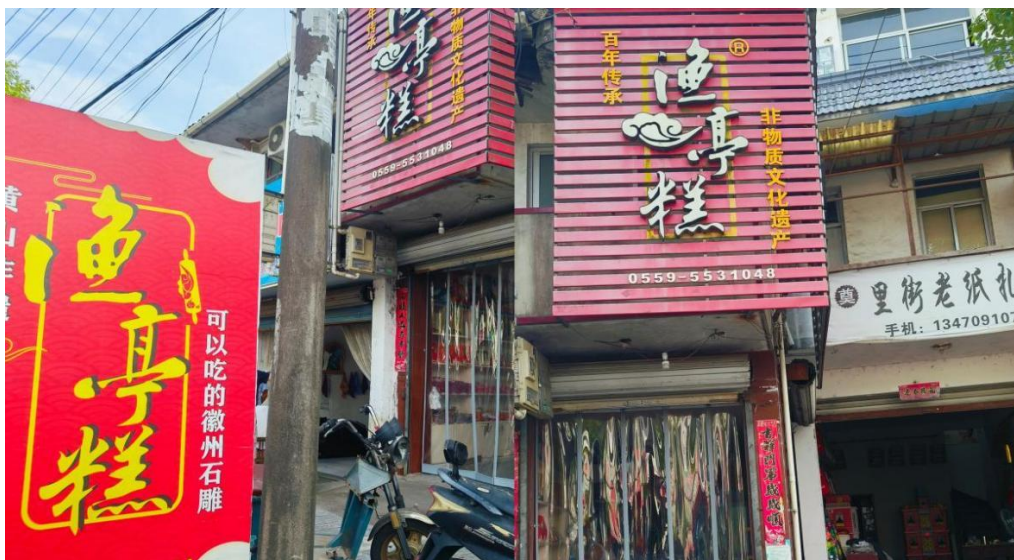


图 5-1 非遗渔亭糕门店

(图片来源：作者自摄)

店内的糕点包装款式不多，在颜色上大多采用了红色和金色等在中国文化中象征喜庆和富贵的颜色，传递出了喜庆的氛围；视觉元素上采用了徽州特色的山水、建筑等元素作为装饰，虽然包装上运用了传统元素，但这些元素往往只是浅尝辄止，而未能深入挖掘和传播其背后的深厚徽州文化内涵。这种老套单一的包装设计难以吸引年轻消费者的眼球，消费者很难通过包装了解到它的历史渊源、文化价值，这不仅影响了消费者对产品的整体认知度，也限制了该产品的市场拓展。



图 5-2 非遗渔亭糕的包装款式

(图片来源：作者自摄)



图 5-3 非遗渔亭糕的糕点包装

(图片来源：作者自摄)

随后，笔者亲自走访了多家颇具代表性的糕点店铺，深入黄山市的糕点伴手礼市场进行实地调研。这些店铺中，既有屯溪老街上那些历史悠久、底蕴深厚的本地老字号糕点店，承载着几代人的记忆与情怀；也有黄山糕饼博物馆内各式各样的礼品店，店内糕点琳琅满目，令人目不暇接；还有西递宏村周边旅游景点中人气爆棚的礼品糕点店，吸引着络绎不绝的游客驻足选购。在调研过程中，笔者重点关注了糕点包装的文化创新性与个性化部分，考察包装中如何融入徽州地域文化元素，塑造独特品牌形象在市场中脱颖而出；观察了环保材料的应用及可持续性，检查包装是否采用环保材料，注重资源节约与循环利用；此外，还考察了产品信息的详尽性与透明度，确保消费者能清晰了解糕点成分、食用方法等信息，保障食品安全。



图 5-5 徽州糕点伴手礼店

(图片来源：作者自摄)



图 5-4 徽州糕点伴手礼品店

(图片来源: 作者自摄)

5.1.2 市场调研分析

此次关于徽州糕点包装的深入调研过程中,通过深入的考察、研究与分析,发现了一系列关于徽州糕点包装的核心问题,现将这些问题总结归纳如下:

(1) 包装设计形式感匮乏。徽州糕点的部分包装设计在视觉呈现上显得极为单调,缺乏独具匠心的设计元素和创意灵感,这些包装仅仅满足于基本的保护功能,而未能充分挖掘和展现徽州糕点的深厚文化底蕴和独特地域特色。在视觉主导的消费时代,这种平庸无奇的设计使得产品在琳琅满目的货架上难以脱颖而出,难以迅速吸引消费者的目光,从而严重影响了产品的市场表现和竞争力。

(2) 产品特色未能充分凸显。部分包装在设计中未能充分彰显徽州糕点的独特口味、精湛制作工艺和丰富文化背景。消费者在购买时,往往难以通过包装来准确区分不同品牌、不同口味的糕点,导致产品之间的差异化不明显。包装设计与产品本身的特色严重脱节,无法有效传递产品的独特价值和魅力,进而难以激发消费者的购买兴趣和欲望。这种缺乏产品特色凸显的包装设计,无疑让徽州糕点在激烈的市场竞争中失去了应有的优势和地位。

(3) 设计风格雷同,辨识度低下。部分糕点包装设计在风格上存在高度相似的问题,不同品牌、不同口味的糕点包装在色彩、图案和布局等方面过于接近,缺乏差异化和个性化特色。这种低辨识度的包装设计使得消费者在购买时难以做出明确选择,增加了消费者选择的难度和困惑感,也削弱了产品的市场竞争力和品牌影响力,使得徽州糕点在消费者心中难以形成鲜明、独特的品牌形象。

(4) 文化内涵缺乏深度。徽州糕点的包装设计中普遍缺乏对徽州文化的深度挖

掘。虽然包装上多采用了徽州特色的山水、建筑等元素作为装饰图案，但这些元素的应用往往只是表面化的堆砌，而未能深入挖掘和传播其背后深厚的文化内涵和精神价值。消费者在购买徽州糕点时，难以通过包装深入了解到徽州丰富的文化，从而无法充分感受到产品的文化魅力和独特价值。

（5）设计形式老套单一，缺乏创新活力。部分包装仍然沿用传统的设计模式和元素，缺乏现代设计理念的融入和创新思维的注入。老套单一的包装设计难以满足现代消费者对新鲜感和个性化的追求和期待，也严重限制了自身的市场拓展空间和发展潜力。

5.2 消费者问卷调研与分析

5.2.1 问卷基本概述

为了更全面地了解消费者对徽州糕点的购买习惯、用途、偏好及需求，特此设计了调查问卷，并在线下进行了发放。本研究采用了科学严谨的问卷调查法，通过广泛收集数据，并对这些数据进行系统、细致的分析处理，旨在为徽州礼俗文化在非遗渔亭糕的包装设计创新与市场推广策略制定，提供具有前瞻性、实用性的参考依据。问卷的发放工作采用了线上与线下相结合的方式，确保了样本的广泛性与代表性，经过精心组织与实施，共成功收集到有效样本 462 份，这些样本数据将为后续的研究分析提供坚实的数据支撑。

5.2.2 问卷数据分析

（1）购买人群分析

本次调查问卷，根据年龄阶段的数据，据图 5-6 显示，参与者主要集中在 18-30 岁和 31-45 岁这两个年龄段，合计占据了超过 62% 的比例，显示出年轻和中年人群体的参与度较高。18 岁以下和 65 岁以上的群体参与度相对较低，分别仅占 6.06% 和 3.25%。

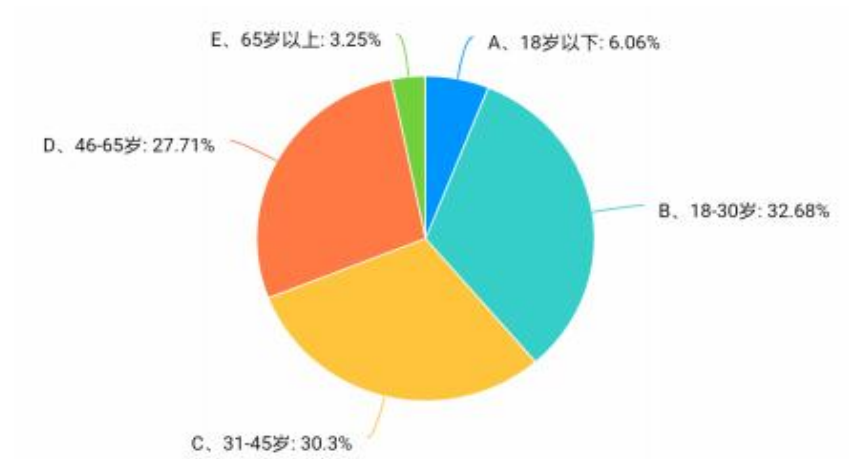


图 5-6 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

根据职业分布数据, 据图 5-7 显示, 企业职工占比最高, 达到 38.53%, 显示出该群体在样本中占据主导地位。其次是个体经营户和技术人员, 分别占 15.15% 和 14.72%。学生和政府工作人员的比例相对较低, 分别为 14.07% 和 9.96%。离退休人员的占比最低, 仅为 6.28%, 而“其他”选项的比例更是微乎其微, 仅为 1.3%。从数据中可以看出, 企业职工和个体经营户的比例较高, 表明该样本可能来源于与商业活动相关的群体。

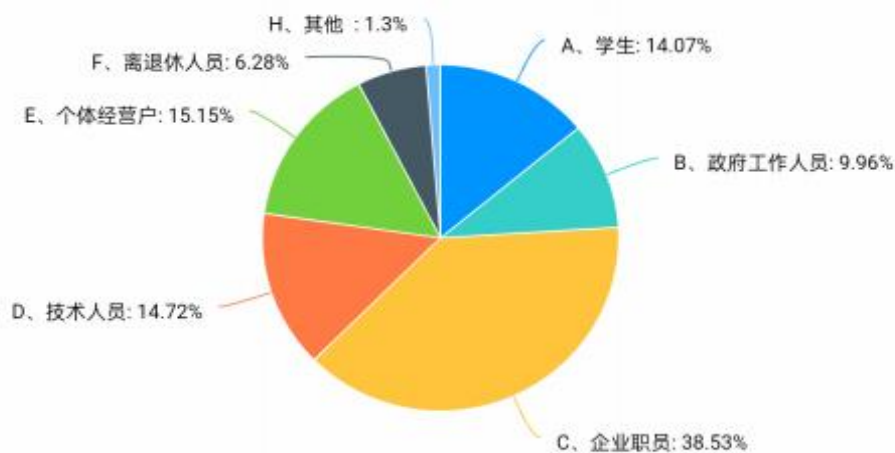


图 5-7 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

(2) 购买徽州糕点的原因分析

据图 5-8 显示, 购买徽州糕点的消费者行为呈现出较为明显的分布趋势。具体来看, 40.26% 的消费者表示“偶尔”购买徽州糕点, 成为最大的群体; 而“经常”购买的消费者占比为 27.06%, 具有一定的忠诚度; 选择“很少”和“从不”的消费者合计

占比为 32.69%。为了提升品牌的市场竞争力，建议从多个角度进行优化。针对“偶尔”购买的消费者，除了通过会员制度与优惠活动等方式增加其购买频率外，还应努力将他们转化为“经常”购买的忠实客户。对于“很少”或“从不”购买的消费者，可以通过市场调研深入了解其购买障碍，并借助广告宣传及试吃活动等方式，进一步提升品牌的知名度与吸引力；考虑到不同消费者的需求，推出具有创新性的产品，将有助于吸引更多潜在客户进行尝试，进而扩大品牌的影响力。

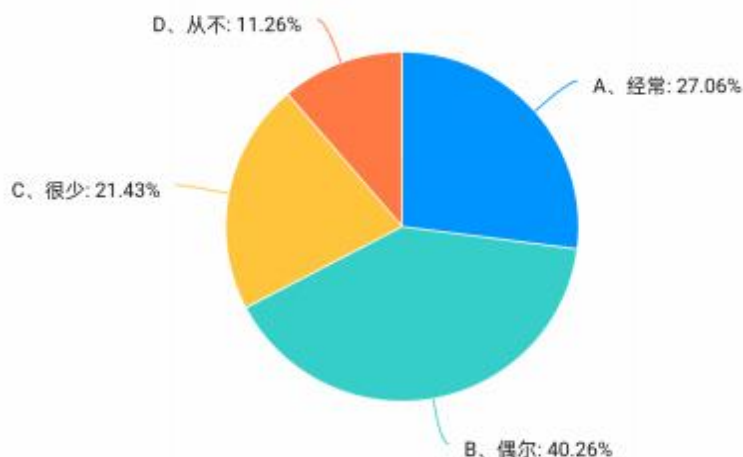


图 5-8 调研数据图

(图片来源：作者自制)

据图 5-9 显示，购买徽州糕点的主要原因是日常食用（66.88%），其次是个人喜爱（59.52%）和节日祝福（58.87%）。社交礼仪（50%）和对徽州文化的认可（49.78%）也占有相对重要的位置，而“其他”选项的比例极低（0.87%），表明其他因素对购买决策的影响微乎其微。针对数据提出改进建议，首先增强文化宣传上，针对徽州文化的认同度较高，建议增加文化相关的宣传和活动，吸引更多消费者通过对文化的兴趣来购买糕点。其次，在节日营销策略上，在节日时推出特别款式或礼盒，以满足消费者在节日祝福方面的需求，进一步提升节日销售。最后，在社交礼仪定位上，针对社交礼仪的需求，可以增强糕点包装的文化内涵，提升产品的文化属性，将包装扩展为传递徽州生活美学与饮食文化的媒介，成为连接传统与现代的精神纽带。

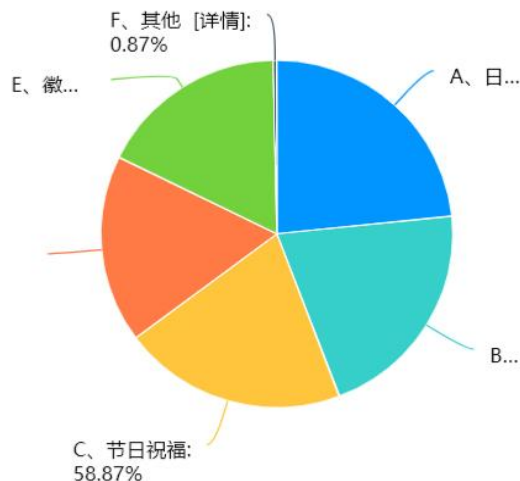


图 5-9 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

(3) 徽州糕点当前存在的问题

在徽州糕点包装上, 据图 5-10 显示存在多个方面的不足。主要集中在文化内涵、形式感和创新力等方面, 67.1%的受访者认为徽州糕点包装缺乏地域文化内涵, 这表明消费者对传统文化的认同感和期望值较高, 认为包装应更好地体现徽州独特文化; 66.67%的受访者指出包装的形式感较弱, 辨识度低, 可能导致品牌识别度不足; 63.2%的受访者认为同质化严重, 创新力不足, 说明市场上类似的包装设计过多, 缺乏独特性和新颖性; 48.05%的受访者提到过度包装和浮夸的设计, 这可能导致消费者对品牌的信任度下降; 50.87%的受访者认为包装缺乏产品本身的特色, 这表明消费者希望在包装设计中看到更多与产品相关的独特元素; 仅有 1.3%的受访者选择“其他”, 说明大部分问题已被覆盖, 但仍需关注消费者的个性化需求。

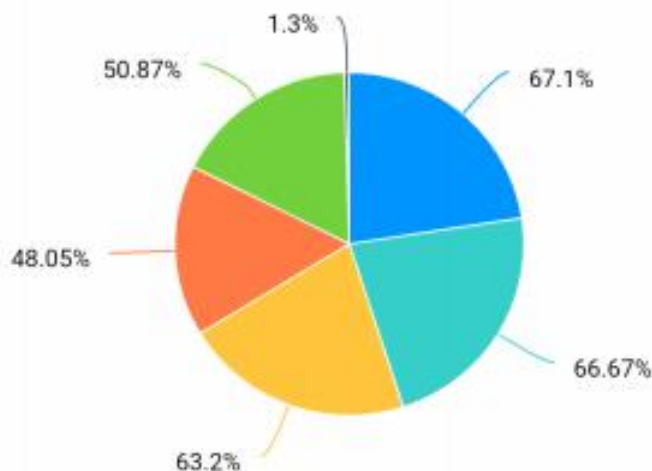


图 5-10 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

在徽州糕点包装文化内涵上，据图 5-11 显示，58.66%的受访者认为徽州糕点包装中的文化内涵“非常重要”，显示出大多数消费者对文化内涵的重视。而 23.81%的人认为“不重要”，17.53%的人表示“无所谓”，这表明仍有相当一部分人对文化内涵的关注度较低。建议糕点品牌可以考虑通过营销活动和宣传教育来提升消费者对文化内涵的认知和重视。在包装设计中融入徽州文化元素，如传统图案、故事或历史背景，以增强消费者的文化体验。通过社交媒体和线下活动，向消费者普及徽州糕点的文化价值，提升其对文化内涵的认可度。

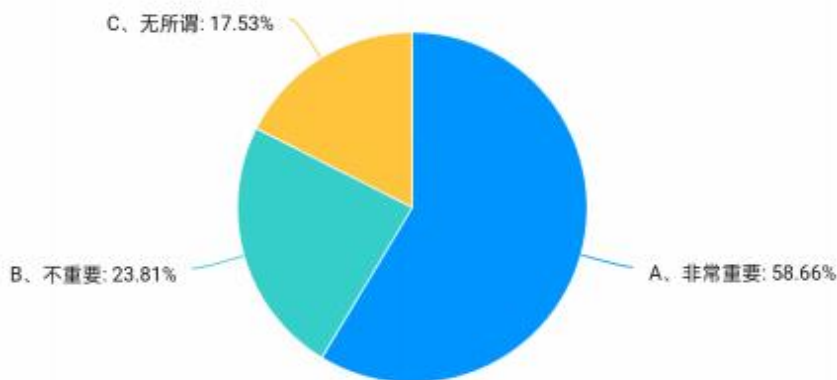


图 5-11 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

在徽州糕点包装设计风格的选择中，据图 5-12 显示，地方文化特色（62.55%）和古风雅致（59.74%）是最受欢迎的选项，显示出消费者对传统文化和历史感的重视。简约大方（50%）和与传统节日结合（51.52%）也有较高的接受度，表明现代设计与传统元素的结合受到青睐。明艳多彩（43.51%）和高调奢华（48.7%）的受欢迎程度相对较低，其他选项（19.7%）的比例很小。建议在设计风格上考虑古典雅致的包装，将徽州地域文化与徽州特色的传统节俗相结合，创造出富有文化气息的包装设计，提升包装的文化性和独特性，增强产品包装的辨识度，提升产品的市场竞争力。

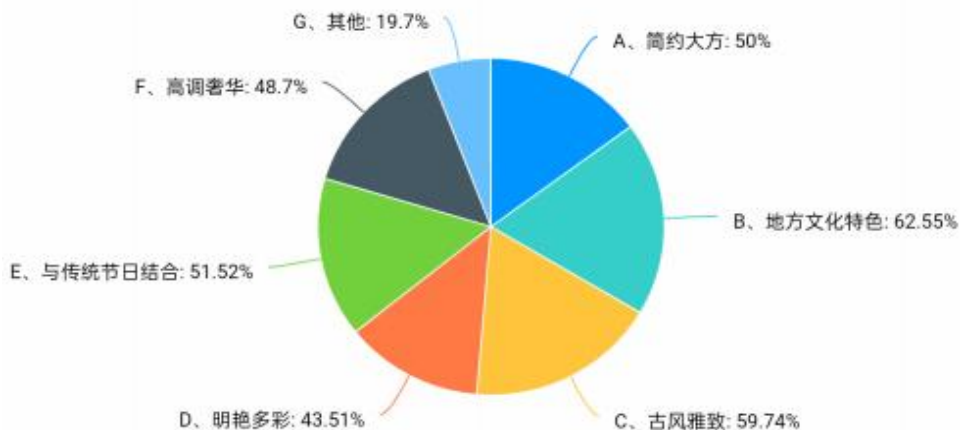


图 5-12 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

在徽州糕点包装设计材料的选择中, 据图 5-13 显示, 消费者在购买徽州糕点时, 注重的包装设计方面依次为地域文化价值 (75.11%)、视觉效果 (68.83%) 和材料工艺环保 (58.44%)。这表明, 消费者对传统文化的认同感和视觉吸引力有较高的关注, 同时也重视包装的环保性。

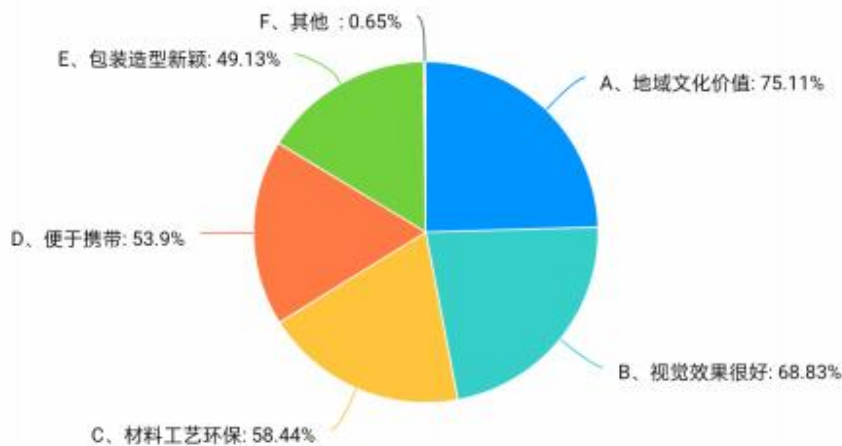


图 5-13 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

(4) 关于非遗渔亭糕的认知度

据图 5-14 显示, 49.57%的受访者表示“了解”徽州糕点中的非遗渔亭糕, 这表明该糕点在一定程度上受到关注和认可; 25.76%的受访者表示“有一点了解”, 显示出还有一部分人对其有一定的认识, 但并不深入; 24.68%的受访者则表示“没听说过”, 这部分人群的比例也不容忽视。综合分析, 虽然大部分受访者对徽州糕点有一定的了解, 但仍有近四分之一的人群对其毫无认知, 说明非遗渔亭糕在推广和宣传方

面仍有提升空间。

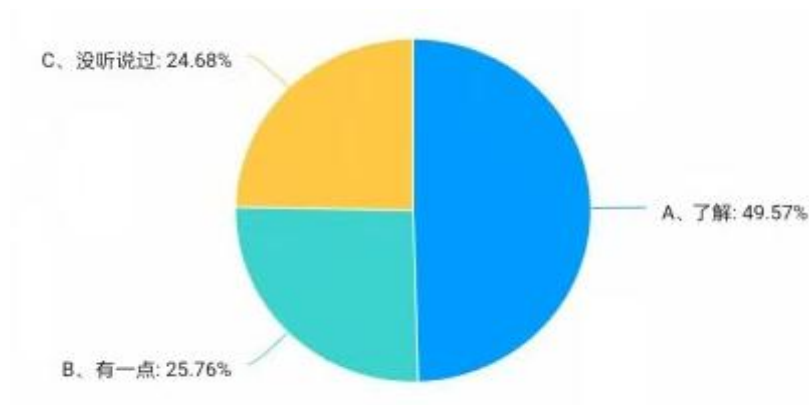


图 5-14 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

为了进一步提高公众对非遗渔亭糕的认识,可以考虑以下改进建议:其一加强宣传,通过社交媒体、传统媒体和地方文化活动等多种渠道,增加徽州糕点的曝光率,尤其是针对年轻人和外地游客;其二举办品鉴活动,定期举办徽州糕点的品鉴会或文化节,邀请公众参与,亲身体验和了解其制作过程和文化背景。在学校和社区开展相关的文化教育课程,讲解徽州糕点的历史和制作技艺,提升公众的文化认同感;其三与旅游结合,结合徽州的旅游资源,推出相关的旅游路线和活动,来吸引游客们了解和品尝非遗渔亭糕,有效提高公众对徽州非遗渔亭糕的认知度。

(5) 关于徽州礼俗文化的传播

在徽州礼俗文化的了解程度上,据图 5-15 显示,选择“非常了解”的受访者占比为 27.06%,选择“一般了解”的受访者占比最高,达到 37.88%,而了解较少和没听说过的人群分别占 23.59%和 11.47%。可以看出,大部分受访者对徽州礼俗文化有一定的了解,但也有相当比例的人对其了解不足或完全没有听说过。针对这一情况,建议通过组织文化讲座、研讨会或线上课程等形式,增加对徽州礼俗文化的宣传和教育,提升公众的认知度。同时,开发徽州相关礼俗文化的传播材料,以便大众更直观地展示徽州礼俗文化的丰富多样性,吸引更多人关注和了解。

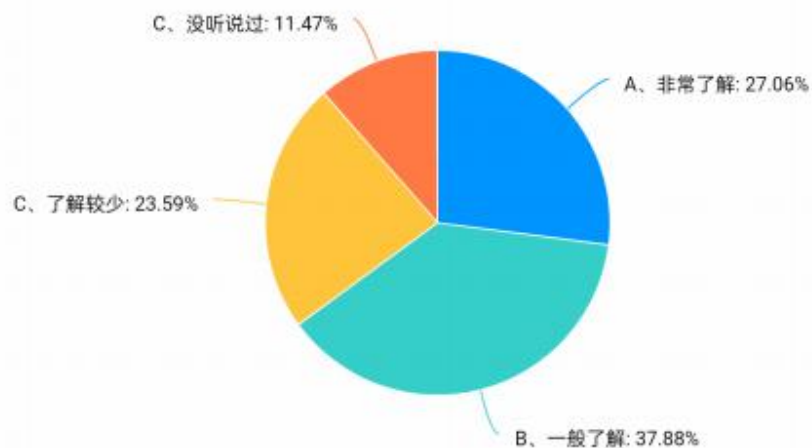


图 5-15 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

在关于徽州礼俗文化在糕点包装中的运用上, 据图 5-16 显示, 选项 A (非常能) 和选项 B (比较能) 合计占据了 68.4% 的比例, 显示出大多数受访者认为徽州礼俗文化在糕点包装上的运用能有效增加徽州文化内涵的传播力度, 这表明受访者对徽州礼俗文化的兴趣较强, 并且认为其在糕点包装中的应用具有积极的文化传播价值。相对而言, 选项 C (一般般) 和选项 D (不太能) 的合计比例为 31.61%, 显示出仍有部分受访者对这一观点持保留态度。

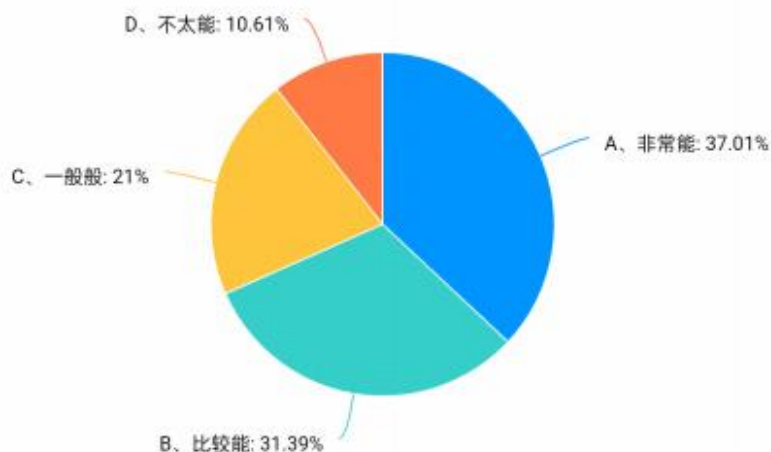


图 5-16 调研数据图

(图片来源: 作者自制)

针对这一现状, 本研究将聚焦深入挖掘徽州礼俗文化的内涵和特色, 将徽州礼俗文化融入非遗渔亭糕的推广中, 以包装设计为载体, 提炼徽州礼俗文化精髓融入其中, 打造出既具有徽州礼俗文化特色, 又符合现代审美需求的包装, 以求满足消费者的审美和精神需求, 提升产品的文化价值和市场竞争力, 推动了徽州礼俗文化的传播。同

时，举办文化推广活动，通过市场活动或线上宣传，增强消费者对徽州礼俗文化的了解与兴趣，从而提升他们对相关产品的购买意愿，并且定期收集消费者对包装设计的反馈，了解他们的需求和偏好，以便及时调整策略。

5.3 包装设计策略定位与细化

5.3.1 消费群体细化

基于问卷数据的深入调研与分析，通过对非遗渔亭糕的消费群体进行了全面而细致的剖析，明确了消费者购买糕点的主要用途。非遗渔亭糕的消费群体定位广泛，跨越了多个社会阶层和领域，主要可以归纳为以下几大类：

（1）传统文化爱好者旅游群体。这部分消费者对传统文化怀有深厚的情感与浓厚的兴趣，他们深深欣赏着徽州礼俗文化以及糕点背后所承载的悠久历史底蕴，激发了他们对文化遗产的兴趣与热情。对于旅游人群而言，非遗渔亭糕可以成为他们品尝地方美食、带走徽州文化记忆的理想选择，成为了旅游伴手礼中的佼佼者。

（2）商务人士、个体经营户、公司职员与上班族群体。商务人士和个体经营户在商务往来和社交活动中，尤为注重礼品的独特性与文化内涵，而公司职员和上班族在繁忙的工作之余，也格外注重生活品质与情感交流。非遗渔亭糕作为徽州特色的糕点，不仅历史悠久，更寓意吉祥，可以作为公司庆典、同事聚会或节日送礼的佳品，既表达了对传统文化的崇高敬意，又增进了同事间的情感纽带与团队凝聚力。

（3）健康养生追求者群体。随着现代人健康养生意识的日益增强，非遗渔亭糕凭采用传统制作工艺、无添加化学防腐剂的天然健康属性，可以吸引一批追求健康饮食与养生的消费者。

（4）家庭消费者群体。在节日庆典和日常生活中，家庭消费者更青睐于选择具有地方特色、拥有文化底蕴以及寓意美好的象征意义的糕点作为礼品。

5.3.2 消费心理洞察

通过对调查问卷结果的分析，可以看出，消费者的心理需求呈现出多样化与复杂化的特点。这些潜在的心理动因与需求导向，在很大程度上决定了消费者的购买选择，同时也对非遗渔亭糕的市场定位与营销策略产生了深远影响。

从消费者心理的角度来看，问卷数据揭示了消费者选择非遗渔亭糕的主要动机。在一些复杂的社交场合，特别是在商务及职场环境中，精英群体对礼品的需求显得尤为突出。他们倾向于挑选具有创意且寓意深刻的礼品，以便拉近彼此的距离，促进情

感交流。非遗渔亭糕凭借其独特的包装设计、深厚的文化积淀及徽州地方特色，这种产品不仅能够彰显送礼者的品味与文化素养，还传达了对收礼者的尊重与敬意。此外，非遗渔亭糕因其精致的外观和丰富的文化内涵，也可以成为促进人际交往的有效工具，帮助消费者轻松建立和维护良好的人际关系。在传统节日中，如春节、端午节和中秋节等，非遗渔亭糕自己的文化寓意能完美融入节庆氛围，成为消费者庆祝节日的选择，这不仅是对传统文化的尊重与传承，也进一步加强了家庭成员与亲友之间的情感纽带。在健康养生方面，随着现代社会对健康的关注增加，非遗渔亭糕凭借其采用传统工艺制作且不添加化学防腐剂，可以满足消费者对健康食品的需求。

从需求层面看，文化认同感是推动消费者选择非遗渔亭糕的重要因素之一。作为徽州传统的美食，非遗渔亭糕承载着丰富的历史与文化底蕴，消费者通过品尝或赠送这一美食，不仅能享受到独特的文化魅力，还能将这一文化传递给更多的人。同时，在现代快节奏的生活方式下，越来越多的消费者希望通过自己的购买行为，为传统文化的保护与传承贡献力量。

5.3.3 包装设计定位

(1) 在礼品市场定位方面，包装设计应注重精致、独特，并选用高品质的环保材料与工艺，同时融入富有故事性的插画，提升产品的附加值，使其成为传递情感的理想选择。在旅游伴手礼市场中，糕点包装设计应结合丰富的地域文化资源，将其定位为展现地域文化特色的载体，除了食用价值外，也可以成为一件精美的文化艺术品，吸引游客作为旅游纪念品或赠送亲友的理想选择。这不仅满足了游客对地方文化的兴趣，也有助于徽州礼俗文化的传播与交流。

(2) 在消费群体定位方面，传统文化爱好者对包装设计的需求偏重于深度挖掘与呈现文化元素，风格倾向于古朴典雅，插画应承载故事性，传达对传统文化的尊重与推崇。商务人士与上班族群体则注重包装的美观与实用性，特别在礼品赠送过程中，包装设计需兼顾便捷性与文化内涵，精美且富有内涵的礼品能够促进人与人之间的情感交流与社交互动。此外，健康养生追求者则更关注包装设计如何体现天然与健康特性，使用环保材料，并明确标示无添加化学防腐剂等内容，以迎合对健康饮食和生活方式有较高要求的消费者。

(3) 在功能性定位方面，包装设计需要确保有效的保护性与便捷性，保障产品在运输与储存过程中的安全，同时便于消费者的携带与开启。随着环保意识的提升，包装材料的选择也应符合可持续发展的要求，尽量采用可回收、可降解的环保材料，

减少对环境的负面影响。考虑到非遗渔亭糕本身具备天然与安全的食材特点，包装设计应注重环保性，确保材料的选择对环境友好。设计过程中，还应考虑包装从生产到废弃的每个环节对环境的影响，推动包装的循环利用，减少环境污染，保护消费者的健康。

5. 4 徽州礼俗文化视觉元素创新运用

5. 4. 1 视觉元素提取

徽州地区的礼仪文化展现了独特的风格，不仅深刻体现了儒家思想的影响，还反映了当地饮食文化在日常礼仪中的特殊地位，构成了徽州礼俗的核心内容。尤其是在祝寿礼这一传统中，徽州人通过这一仪式表达对长辈的尊敬与孝道，生动传递了该地区丰厚的文化底蕴与民俗风情。传统礼仪通过礼品、仪式、场景布置等独特的视觉元素得以展现，这些元素不仅是礼仪的承载体，也是徽州文化的象征，承载着历史记忆与情感交流。通过对这些视觉符号的提炼与分析，能够更深刻地理解徽州礼仪的文化内涵与社会意义，并有效通过插画等视觉艺术形式呈现其独特的文化魅力。

(1) 主视觉元素

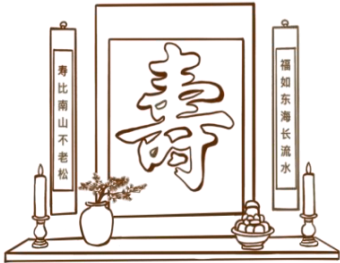
表 5-17 主视觉元素提取
(来源：作者自制)

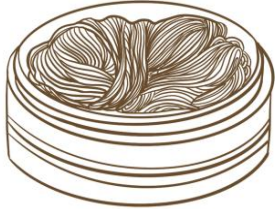
元素名称	元素图	提取图
祝寿		
贺寿		

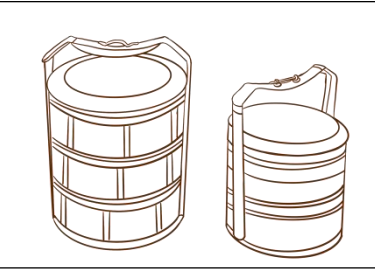
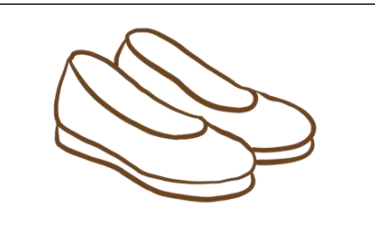
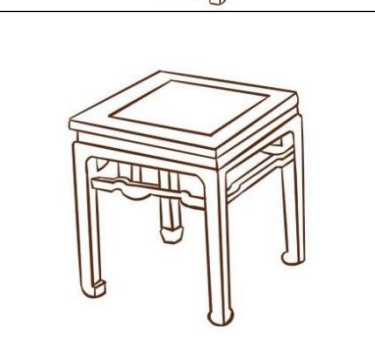
拜宴		
寿宴		

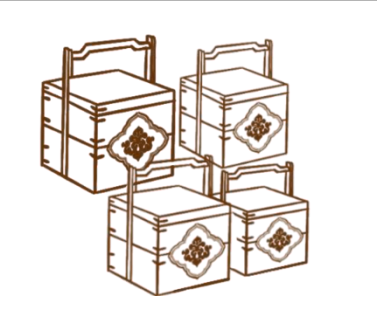
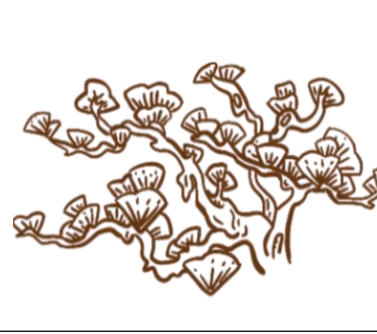
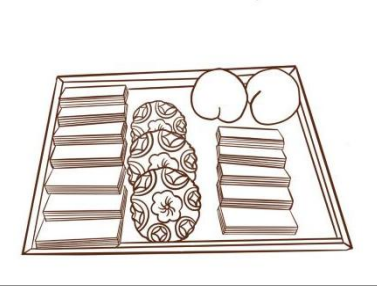
(2) 辅助元素

表 5-18 辅助元素提取
(图片来源：作者自制)

元素提取	元素图	提取图
寿堂		
寿字		

寿联		
寿烛		
寿桃		
猪肉		
鱼		
寿面		

食盒		
枣栗		
寿鞋		
八仙桌		
太师椅		
凳子		

传统提篮		
马头墙		
松柏		
戏曲		
白切糕		



5.4.2 插画设计实践

(1) 插画展示

徽州祝寿礼作为徽州文化的重要组成部分，深刻体现了当地人对长辈的尊敬与孝顺，同时展示了徽州丰富的传统文化与民俗风情。从寿诞前的精心准备到寿宴的举办，每个环节都充满了对长辈的祝福与敬意。祝寿仪式通常从五十岁开始，之后每十年一次。五十岁为“荣庆”、六十岁为“衍庆”、七十岁为“大庆”或“古稀之庆”，八十岁与九十岁分别为“耄庆”和“耄庆”，百岁则为“期颐之庆”。这些祝寿仪式一般选在农历腊月二十四小年节或长辈的寿辰日，由子女负责组织。

寿诞前，家人会精心准备寿堂，寿堂正中挂“寿”字，两边挂寿幛，座椅披红帷，张灯结彩，红烛高烧，营造出喜庆祥和的氛围。木桌上会摆放寿桃、寿面等象征长寿的物品，同时陈设香案，准备迎接亲朋好友的到来，同时将亲朋好友所送寿礼一一陈列，俗称“摆寿堂”。在寿礼的赠送上，女婿是祝寿的主力，要送六包寿礼，包括一双寿鞋、一包枣栗（寓意早生贵子）、一对寿烛、一副对联，以及四斤猪肉和四斤寿面。这些寿礼不仅体现了晚辈对长辈的尊敬与祝福，也承载了徽州人民对美好生活的向往与追求，图 5-19 所示。



图 5-19 线稿设计

(图片来源：作者自绘)



图 5-20 色彩设计

(图片来源：作者自绘)

寿辰正日之晨曦初照，亲族与挚友纷纷踏门而来，共襄拜寿之盛举，献上诚挚的祝贺与精心挑选的寿礼。大家恭敬地围绕其旁，拱手作揖、弯下腰低头致敬，表达对寿星的尊敬和谦逊；行礼时双手合十，置于胸前，传递出内心的纯净和敬意。这些礼仪动作不仅是对儒家思想的直观展现，更是对儒家价值观如礼仪、尊敬、孝道和社交礼仪的深刻诠释。在寿礼的赠送上，徽州人精挑细选，对联、喜贴等，寓意深远，寄托着对寿星的美好祝愿与长寿祈愿；而寿桃、寿糕、寿酒等，则以其吉祥的谐音与美

好的象征，传递着对寿星健康与幸福的深深祝福。更有松材棒与柏枝叶，取其“长久有财，松柏长青”之意，寓意着财富与健康的长久相伴，俗称“送财”，既是对寿星的深情厚谊的体现，也是对友情与亲情的真挚表达，图 5-21 所示。



图 5-21 线稿设计
(图片来源：作者自绘)



图 5-22 色彩设计

（图片来源：作者自绘）

在拜寿仪式上，堂前高挂“百寿图”和寿幛寿联，张灯结彩，陈设香案，寿星身着吉服上座，先由长子夫妻奉施上寿，寿星离座走到堂前，向外敬天，向内敬地，然后回座。接着家人按长幼次序，先男后女成双成对，跪拜上寿；亲朋则行三鞠躬礼。长辈端坐于太师椅上，下颌微收、双手交叠，体现儒家“温良恭俭”之风；晚辈躬身献礼，手臂前伸、衣褶下垂，图 5-23 所示。

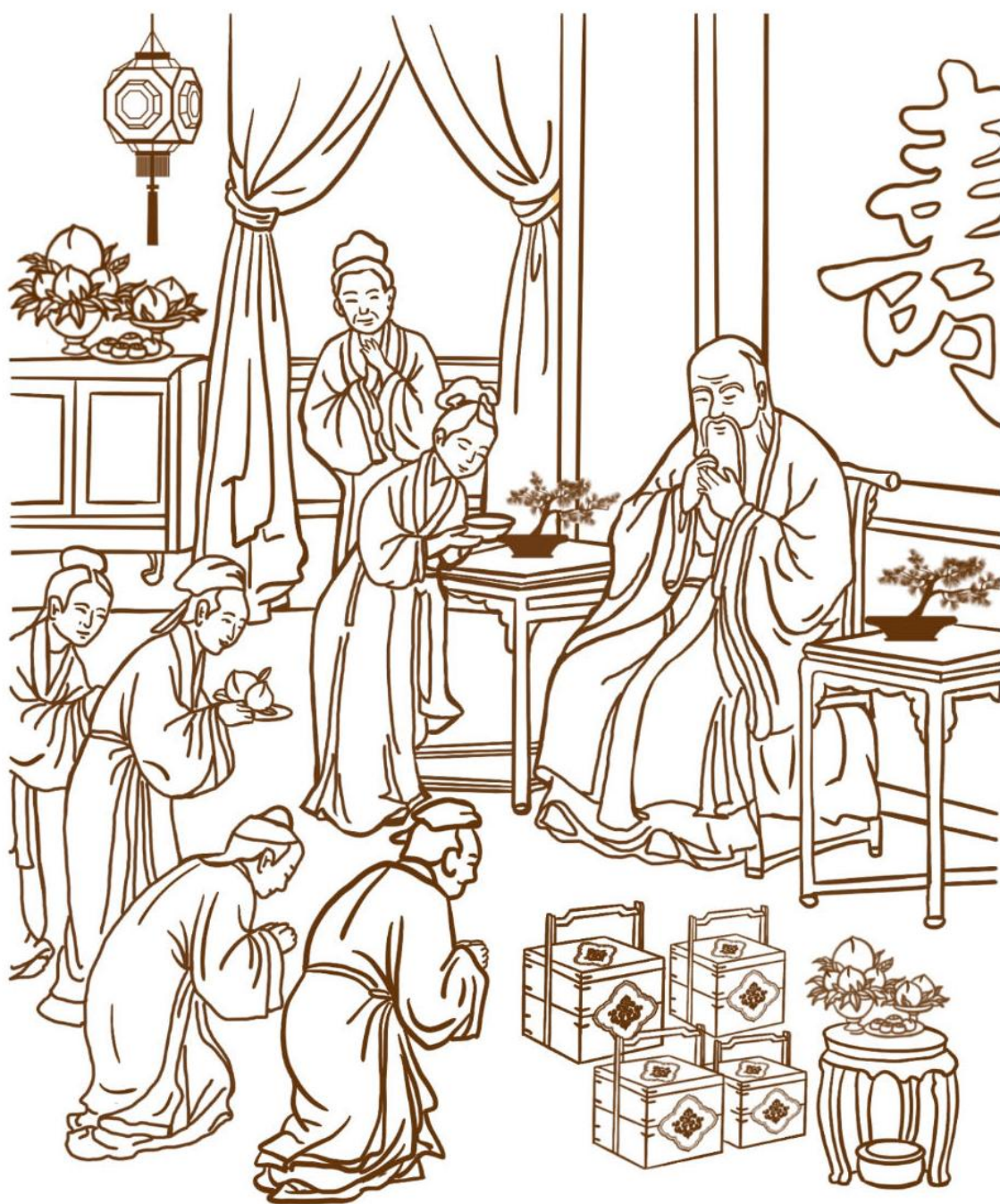


图 5-23 线稿设计

(图片来源：作者自绘)



图 5-24 色彩设计

(图片来源：作者自绘)

寿宴作为徽州传统祝寿仪式中的重要组成部分，往往在拜寿仪式圆满结束后隆重举行，用以热情款待前来庆贺的宾客。在寿宴之上，“长寿面”是不可或缺的一道佳肴，它不仅象征着寿星能够长命百岁、健康平安的美好愿景，更寄托了人们对福寿绵长的深切期盼。此外，寿宴的菜肴讲究丰盛多样，多多益善，寓意着多福多寿，吉祥如意，为整个庆祝活动增添了浓厚的喜庆氛围。客人们在此间可以尽情享受美食，畅

谈笑语，而寿星本人，而年龄较长的寿星本人则另开一室，由几位年岁相仿的老者坐陪开席以避喧闹。对于那些特别高寿的长辈，如七十岁以上的寿星，祝寿活动更是被赋予了更为深远的意义，往往规模更为宏大，形式更为多样，有的甚至会合族同庆，邀请整个家族的人欢聚一堂，共同见证这一荣耀而温馨的时刻。徽州的一些富裕人家，还会特意请来戏班，以一出精彩纷呈的戏曲表演为寿宴增添一抹独特的文化韵味，这既是对长辈的至高尊重，也是家族荣耀与团结的象征，图 5-25 所示。



图 5-25 线稿设计

（图片来源：作者自绘）



图 5-26 色彩设计

(图片来源：作者自绘)

(2) 设计说明

这组徽州祝寿礼的包装插画图，通过巧妙融合构图、人物、场景和文化内涵，生动呈现了徽州祝寿礼的礼仪流程。精心设计的视觉效果不仅展现了徽州祝寿礼的传统习俗，还传递了其深厚的文化内涵。这一设计理念，既表达了对传统文化的尊重与传

承，又巧妙地融入了现代审美和创意元素，使消费者能够深刻感受到徽州礼俗文化的独特魅力与深远底蕴。其设计构思的核心体现在以下几个方面：

在主题和构图上，儒家思想注重道德伦理、社会秩序以及人性本善，强调仁爱、孝道、礼教和中庸等核心理念。通过精心设计的场景和人物布局，结合徽州祝寿礼的传统元素，展现了儒家礼仪与宗族观念的深厚底蕴。人物的动作、表情以及位置关系等方面，通过细致的安排，传达出和谐、有序、尊重他人的儒家理念。这些元素不仅展现了仁爱之道、尊卑有序的社会观念，还强调了孝道的尊崇和徽州宗族文化的独特性。

在人物表现方面，插画中的人物形象鲜明生动，通过精细的线条和丰富的色彩展现了不同年龄段人物的特点。长辈形象庄重而亲切，晚辈则恭敬而充满热情。人物动作自然流畅，既符合祝寿礼的庄重氛围，又传递了家庭成员之间的亲密与和谐。如长辈微笑接受礼物、晚辈恭敬呈上寿礼等细节，通过生动的表现，增强了画面的情感感染力。

在场景设计上，插画营造了浓厚的节日氛围。家庭聚餐的场景充满温馨与热闹，长辈接受礼物的场面庄重典雅，而祝寿礼的仪式则显得格外严肃而有仪式感。通过对餐桌美食、精美寿礼、传统服饰等细节的细腻刻画，画面既丰富了内容，也增强了真实感与可信度。家庭聚餐的场景中，长辈位于中央，家人围坐一桌，生动展示了家庭团聚的和谐与温暖，体现了对长辈的敬意与关爱，并传达出家庭成员之间深厚的情感联系。

在文化内涵方面，插画中的每个场景和人物动作都体现了儒家礼仪的精神。家庭聚餐中的座次安排、接受礼物时的恭敬态度以及祝寿礼的庄重仪式，都展现了儒家文化中尊老爱幼、谦逊有礼的传统美德。插画通过描绘家庭成员之间的亲密关系，巧妙地传达了徽州文化中宗族观念的独特地位。在徽州社会中，宗族观念根深蒂固，家庭成员之间的亲情和联系被视为至高无上的财富。插画中的人物互动，如长辈与晚辈的亲密接触和家庭成员的相互支持，深刻表达了徽州礼俗文化中血缘亲情的重大意义。

5. 4. 3 配色方案制定

主色调	#fed76d #ffdca2 #a68a72 #977750 #643812 #a94022 #da614c	辅助色	#b3b1b0 #b6d1d8 #adc0d1 #cdc7d8 #aaa2b9 #6eb584 #5c9664
中性色	#fcf9ea #f7e9ce #f1ead8 #ddc4a6 #bc955e #987b64 #4d5353	整体色调	#f39989 #cc6343 #aec4c2 #f5d193 #fed76d #b3ba9b #5c9664

表 5-27 配色方案

（图片来源：作者自制）

在主色调的选择上，融入了徽州传统节庆色彩，选用了朱红与赭黄的结合。朱红源自徽州版画中节庆场景的印章红与门楣漆色，以其热烈与吉祥的特质为画面注入无限活力；赭黄则提取自徽州木雕的金箔点缀与古建筑梁枋的暖调底色，其沉稳与高贵的气质为整个配色增添了深厚的文化底蕴。

在辅助色的运用上，利用自然色调相融合，选用青绿色、土黄色与灰色，这些色彩源自徽州地区的山水风光，能够生动展现其自然之美与宁静氛围。青绿色的采用，其灵感源自徽州砖雕中山水纹样的石绿与靛蓝，不仅巧妙地平衡了主色调的浓烈，更与“粉墙黛瓦、青山绿水”的地域风貌相呼应，暗合儒家“天人合一”的自然观，使画面呈现出和谐共生的美感。

在中性色方面，选用了米白与浅灰，这两种色彩模拟了徽州宣纸的温润质感与徽派建筑的白墙基调，通过留白手法营造出“无画处皆成妙境”的版画意境，同时注入现代简约感，使画面在古朴中透露出时尚的气息。此外，色彩运用还借鉴了徽州三雕“以形赋色”的原则，如寿桃的渐变朱红模仿木雕彩绘的层次晕染，松柏枝叶的墨绿还原石雕中的矿物颜料质感，既强化了传统符号的识别性，又通过数字化渐变技术优化了视觉舒适度。

画面整体而言，采用了柔和的暖色调与中性色调相结合，营造出一种温馨、和谐且富有生活气息的氛围，这与徽州礼俗文化中注重家庭和睦、生活美满的价值观相契合。该配色方案平衡在浓郁与淡雅之间，它既传承了徽州礼俗中“红为吉、黄为贵、青为和”的文化寓意，又符合当代消费者对东方美学“雅致而克制”的审美追求。

5.4.4 标志设计分析



表 5-28 标志设计

（图片来源：作者自制）

在布局设计上，标志设计整体采用了中式对称美学。左右两侧的圆形图案内含“徽”和“礼”字样，不仅增加了设计的对称美感，还深刻体现了品牌的地域文化底蕴和礼品属性。这种对称设计不仅符合中式美学的审美观念，也给人一种稳定、和谐

的感觉，增强了标志的视觉吸引力。

在风格设计上，采用了中式复古的风格。“非遗渔亭糕”作为核心名称，采用了厚重的字体，凸显了产品的传统手工制作特质，同时传达出稳重与传承的意味，这与中式复古风格相契合。棕色系作为主色调，自然、健康，与食品行业的属性相契合，同时也带有一种复古的韵味，让人联想到传统的中式糕点。

在排版设计上，采用了上下结构的排版方式，中式 logo 外框在上，下方配以简洁的文字“传统手作”、“徽州糕点”以及“原料新鲜健康手作”，给人一种主次分明的感觉。成功传达了“非遗渔亭糕”的传统、健康、地域特色及手工制作工艺等核心价值。设计既体现了中式美学的韵味，又符合现代审美的需求，具有高度的辨识度和吸引力。

在装饰设计上，提取了中式牌匾的边框融入在标志设计中。牌匾是中华民族传统文化中一道独特的风景，将汉语言、汉字书法、中国传统建筑融于一体，集思想性、艺术性于一身的综合艺术，它凝聚了中华民族思想艺术之精华，是一道独特的人文景观，广泛应用于宫殿、牌坊、酒店、商号、民宅等建筑的显赫位置，是一座建筑的点睛之笔。将古色古香的中式牌匾元素融入其中，为标志整体的装饰性增添了古典韵味。

5.5 非遗渔亭糕包装设计综合实践

5.5.1 包装版式设计

在如今文化传承与创新并重的时代，产品包装设计逐渐成为品牌文化与消费者之间的重要纽带。包装设计不仅要突显产品的独特性与高品质，还应在细节中体现深厚的文化内涵与哲学思想，具体的设计理念如下：

（1）色彩选择与中庸之道：包装采用经典而素雅的色调，既呼应了自然美感，又融入了深厚的人文情怀。这种色彩运用与儒家中庸之道的理念相契合，强调平衡与适度，避免过于张扬或沉闷。包装色彩的选用需恰到好处，既不刺眼又不失活力，展现出一种内敛与和谐的美学，正是中庸之美的体现。

（2）排版设计与层级关系：包装设计的视觉重点落在“非遗渔亭糕”上，采用居中排版方式突出品牌的核心地位。而“传统手作”和“徽州糕点”则通过分布在上下或两侧的位置，作为辅助性信息进行呈现。通过巧妙的留白与间距处理，形成视觉平衡与层次感，使得整体设计更加清晰有序。

（3）中式对称美学与稳重和谐：设计中充分运用了对称性与平衡感的元素，突

出中式对称美学的独特魅力，营造出稳重而和谐的视觉效果。这种设计方式不仅符合中国传统的审美观念，也展示了对传统文化的深刻理解与运用。同时，包装中的人物图案生动传神，动作自然流畅，仿佛让消费者置身于一场温馨欢乐的寿宴之中，显著增强了包装的吸引力和情感渲染力。

（4）对称布局与仪式感：“祝寿礼”这一关键词在版面底部或侧边重复出现，既点明了产品用途，又通过对称布局增强了仪式感。对称布局在中式美学中占据着重要地位，它代表着稳定、和谐与庄重。在这款包装中，对称布局的运用不仅使画面更加美观，也传递出一种对传统文化的尊重与传承。

（5）祝福语与情感表达：包装设计巧妙地融入了“祝寿礼”、“福寿双全”、“松鹤延年”、“寿比南山”和“欢聚一堂”等祝福语，这些文字不仅赋予产品更深的文化内涵，也让消费者在赠送时能够感受到浓浓的情感寄托与美好祝愿。通过这种设计，包装不仅仅是一种商品的外在形式，更成为传递温暖与祝福的媒介，体现了设计中的人文关怀。

版式一：



图 5-29 大包装盒设计

(图片来源：作者自制)



图 5-30 小包装设计

(图片来源: 作者自制)

版式二：



图 5-31 大包装盒设计

(图片来源：作者自制)



图 5-32 小包装盒设计

(图片来源: 作者自制)

5.5.2 包装材质选择

在包装材质选择中,可持续发展是重要考量因素。如今人们的环保意识日益增强,越来越多的人开始注重包装的环保问题,这是影响到包装设计是否被消费者接受的关键要素。目前使用较多的包装材料主要有纸质、木材、棉麻、玻璃等,根据前文中提到的徽州礼俗文化在糕点包装中的设计准则,基于低碳理念设计一款包装盒——环保软木裱纸板,原因如下:

- (1) 可再生资源:软木来自软木橡树的树皮,可以定期收获而不伤害树木。这种可再生性使其成为一种可持续的包装材料选择。
- (2) 生物降解性:软木是天然材料,可以自然分解,不会像塑料那样长期污染环境。
- (3) 可回收利用:使用过的软木可以回收再利用,制成其他产品。
- (4) 耐用性:软木具有良好的耐用性和弹性,可以多次重复使用。
- (5) 天然美观:软木的自然纹理和颜色具有独特的美感,无需装饰。
- (6) 轻便:相比其他材料,软木重量轻,减少运输过程中的能源消耗。
- (7) 无污染:软木不含有害物质,安全健康。
- (8) 符合环保趋势:消费者环保意识的提高,软木包装能提升品牌形象。



图 5-33 环保软木包装盒

(图片来源:小红书)

5.5.3 包装展开图

包装结构的不同所呈现出的包装陈列视觉效果也有所差异,因此,非遗渔亭糕的包装结构设计将以原有盒型为主,在此基础上进行改变,增加了长方形、正方形与礼

盒盒型。在内部结构设计上，根据糕点的种类和数量，采用了分隔设计，同时在糕点与包装壁之间填充适当的缓冲材料（如泡沫、气泡膜等），从而避免糕点在运输过程中因碰撞受损，增强因果关系。在包装材质上，尽量减少包装材料的使用量，优化包装结构，降低对环境的影响，选用厚度为 2-3mm 的环保软木裱纸板作为包装材料，以确保包装的强度和耐用性，软木复合板兼具轻量化和结构强度，适用于复杂盒型加工。在用户体验上，考虑到消费者在使用包装时的便捷性，在长方形盒型上设计了易于开启的封口，正方形盒型上增加了防滑处理，从而提升使用便利性。

如下图所示，其中长包装盒尺寸为：32x17x7cm 、小包装盒尺寸为：14.8x14.8x5cm 、手提纸袋尺寸为 44x32x25cm， 、礼品包装盒尺寸为 78x42cm。

(1)长包装盒

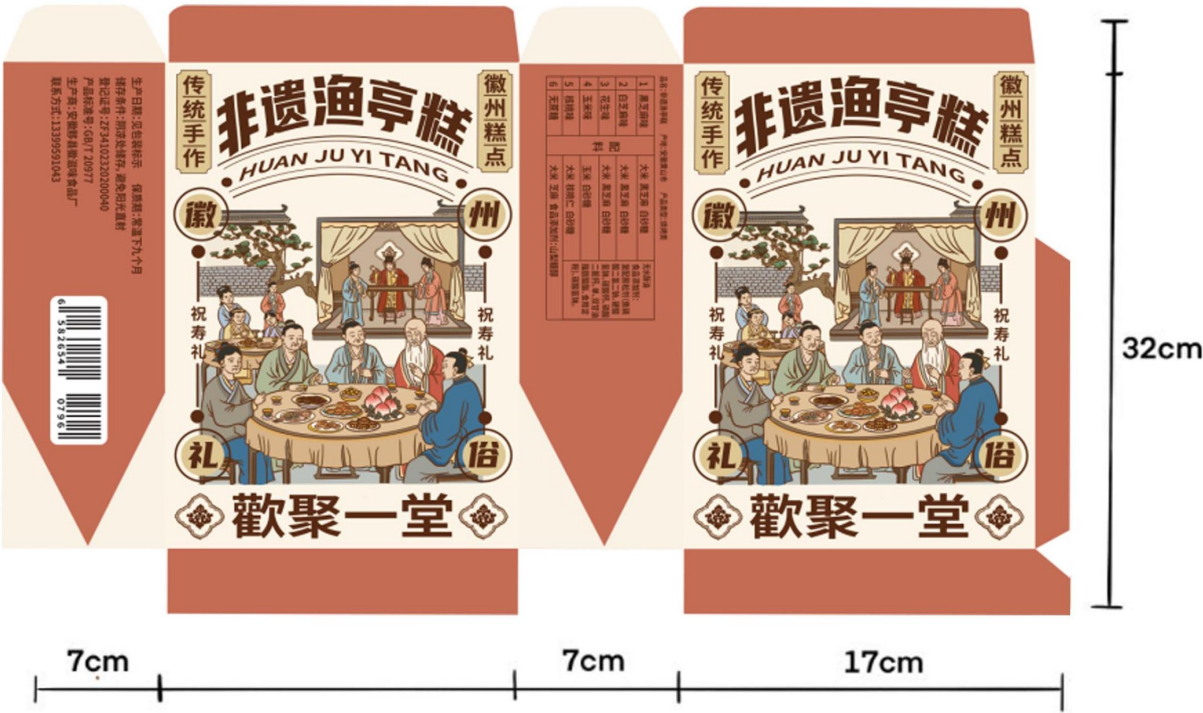


图 5-34 包装展开图

(图片来源：作者自制)





图 5-37 包装展开图
(图片来源：作者自制)

(2) 小包装盒

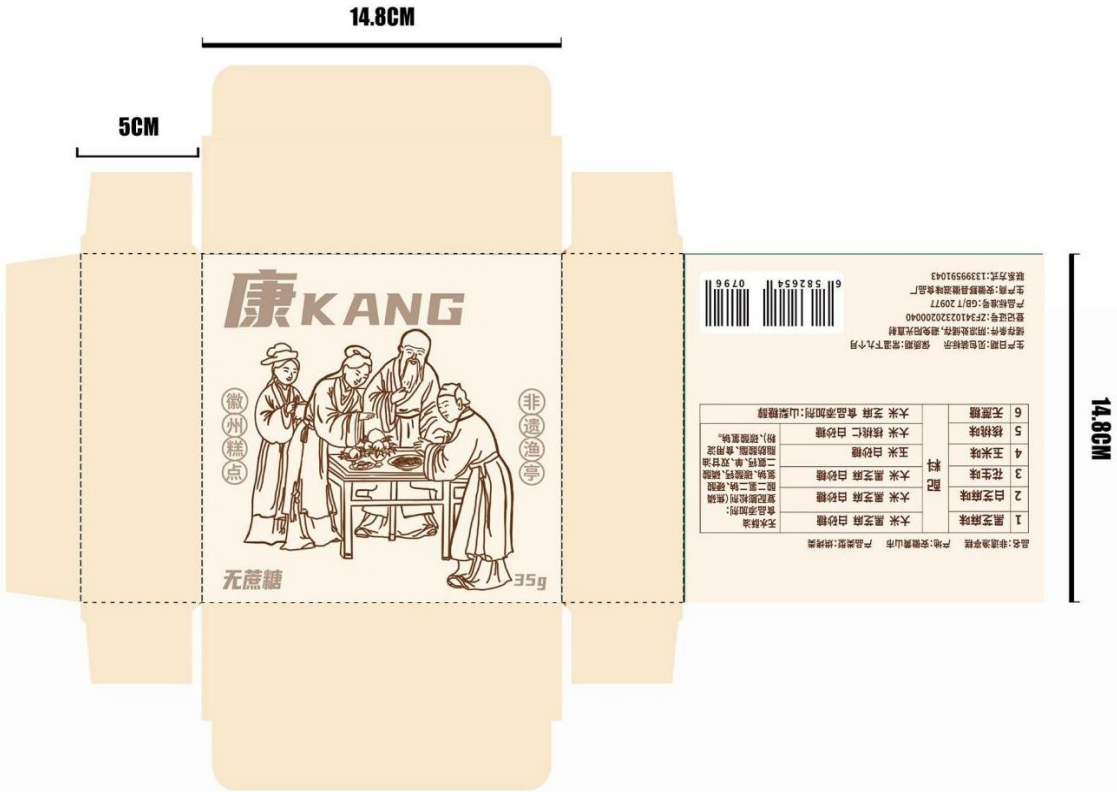


图 5-38 包装展开图
(图片来源：作者自制)

(图片来源：作者自制)

(图片来源：作者自制)



图 5-41 包装展开图

(图片来源: 作者自制)

(3) 手提纸袋

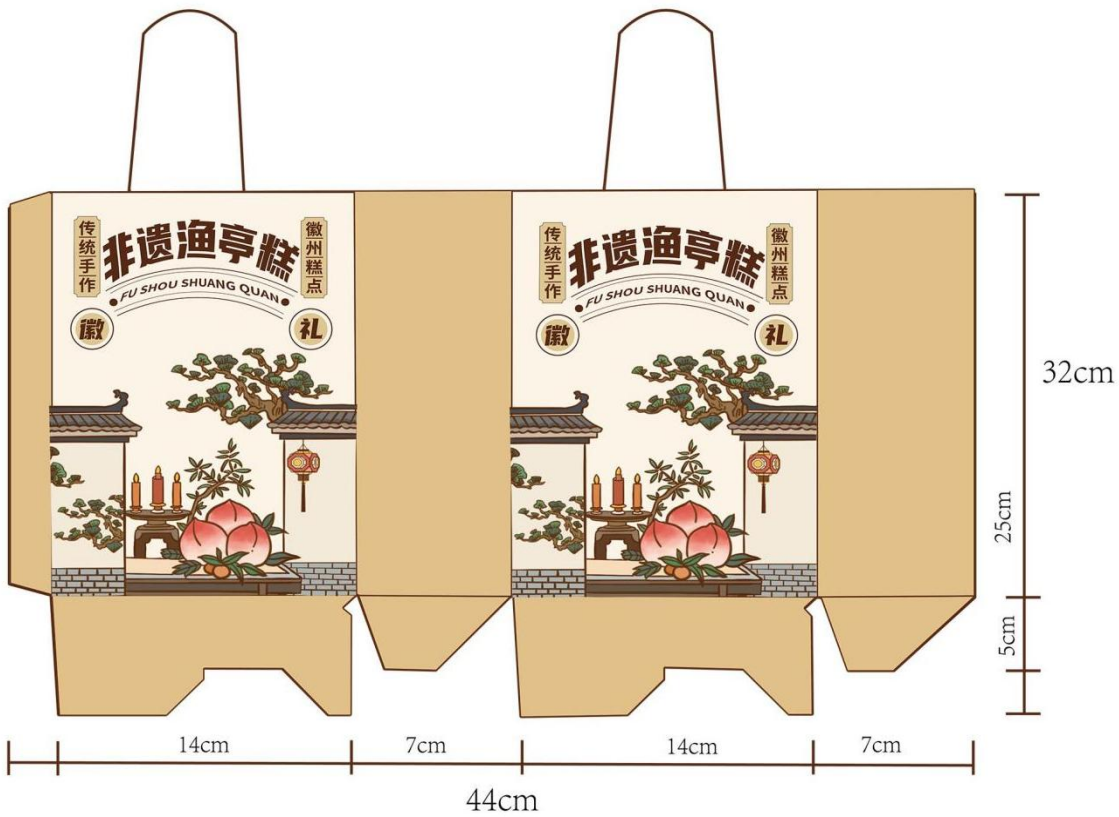


图 5-42 包装展开图

(图片来源: 作者自制)



图 5-43 包装展开图

(图片来源：作者自制)



图 5-44 包装展开图

(图片来源：作者自制)



图 5-45 包装展开图

(图片来源：作者自制)

(4) 礼品包装盒



图 5-46 包装展示图

(图片来源：作者自制)

5.5.4 应用效果图呈现

包装应用效果图以其直观而生动的方式，展现了设计理念与实际制作之间的融合，以下是包装效果展示图：



图 5-47 应用效果图
(图片来源：作者自制)



图 5-48 包装展开图

(图片来源：作者自制)



图 5-49 应用效果图

(图片来源：作者自制)



图 5-50 包装展开图

(图片来源：作者自制)



图 5-51 应用效果图

(图片来源：作者自制)

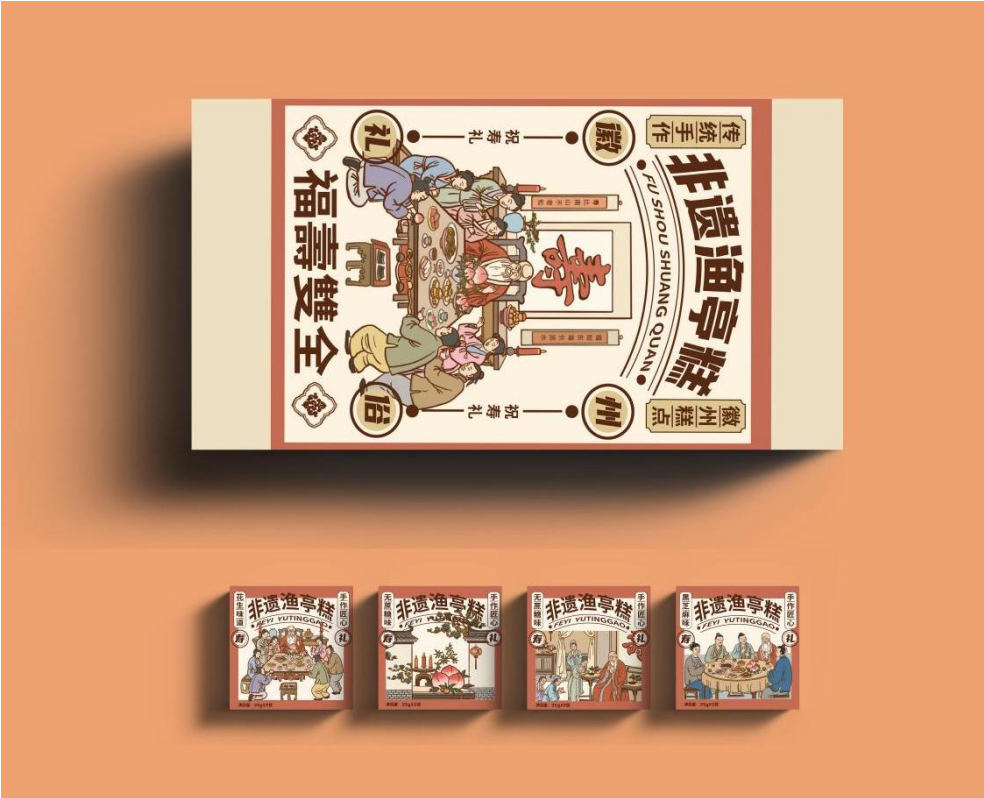


图 5-52 应用效果图

(图片来源：作者自制)



图 5-53 应用效果图

(图片来源：作者自制)



图 5-54 应用效果图
(图片来源：作者自制)



图 5-55 应用效果图
(图片来源：作者自制)

5.6 文化衍生品设计展示

文化的衍生品即通过对优秀传统文化的技术加工进行具体的物质化,使文化进入我们的生活,并具有实用价值。通过对徽州礼俗文化这一优秀传统文化的深度挖掘与技术加工,将其精髓具体物质化,让古老的文化韵味悄然融入日常。

非遗渔亭糕的插画,承载着徽州独特的文化底蕴,被巧妙地应用到鼠标垫、记事本、马克杯、钥匙扣、丝巾、便签木板夹等日常生活产品之中。这些衍生品,不仅彰显了品牌的独特魅力,更在无形中提升了消费者对品牌的好感与认同。同时,它们也成为了徽州糕饼文化传承与发展的新载体,让这份珍贵的非物质文化遗产在现代生活中焕发新的生机,让更多人在日常点滴中感受到徽州礼俗文化的独特魅力。



图 5-56 鼠标垫

(图片来源: 作者自制)



图 5-57 马克杯

(图片来源：作者自制)



图 5-58 钥匙扣

(图片来源：作者自制)



图 5-59 记事本
(图片来源：作者自制)



图 5-60 便签木板夹
(图片来源：作者自制)



图 5-61 丝巾

(图片来源：作者自制)



图 5-62 海报展示

(图片来源：作者自制)

第6章 结论与展望

本文通过深入探讨徽州礼俗文化，并结合非遗渔亭糕的包装设计创新，展示了徽州文化在现代设计中的独特价值与潜在发展空间。徽州礼俗文化的融入，不仅是文化元素的传递，更是对其历史与情感的延续。这一创新实践不仅推动了徽州礼俗文化的传播，提升了非遗渔亭糕的市场竞争力，还赋予了其包装设计更为深厚的文化内涵，使其不仅是外在的保护工具，更成为了传递徽州精神与情感的重要媒介。这种包装设计的转变，拓宽了包装的功能，使其从单纯的保护作用向传递文化美学与情感的媒介转化，成为连接过去与未来的精神纽带，这一结合在多个方面展现了其深远的意义和价值。

首先，在非遗渔亭糕的传承与保护方面，通过将徽州文化与非遗渔亭糕相结合，创造出具有深厚文化底蕴的包装设计，既增强了该糕点的地域特色，也提高了其文化辨识度。此种创新设计，增强了公众对徽州非遗糕点的关注与兴趣，帮助确保了这些历史悠久的非遗糕点文化得以保存延续并发扬光大，还为其在当代社会中寻找到了新的生命力和展示平台。

其次，在增强文化传承意识和文化推广层面，徽州礼俗文化的渗透不仅仅是形式上的传递，更通过消费者的日常体验潜移默化地增强了公众对徽州礼俗文化的认同感，消费者在享受美食的同时，也能感受到徽州文化的独特魅力。这种潜移默化的文化熏陶方式，不仅增强了人们对传统文化的认知和认同感，还激发了他们对文化传承的兴趣和热情，促使更多人主动参与到文化的保护与传承当中，培养他们的文化传承意识和责任感。

此外，在提升非遗渔亭糕的市场竞争力方面，通过将徽州礼俗文化元素融入非遗渔亭糕包装，使产品具有鲜明的地域特色和文化标识。这种结合不仅增强了产品对消费者的吸引力，还表达了人们的美好祝愿和深情厚意。在社交交往中，非遗渔亭糕成为了一份传递尊重、友好和祝福的礼物，加深了人与人之间的情感纽带。这种具有文化特色的礼品将继续在社交场合中发挥重要作用，成为代表徽州文化的一张名片。

尽管本研究在徽州礼俗文化与非遗糕点结合的包装设计上有一定的创新，但仍存在一些需要改进的方面，需通过更系统化的研究加以完善。其一，研究范围存在局限。

目前主要聚焦于非遗渔亭糕这一种传统糕点，但徽州地区还有一些其他的非遗糕点。这些糕点背后的文化故事各有特色，包装设计的需求也不尽相同，未来还需继续研究扩展至更多品类；其二，传播方式较为单一。现有设计主要通过包装本身传递文化，但在新媒体时代，文化传播可以更生动有趣。未来研究可以进一步拓展徽州礼俗文化在渔亭糕包装设计中的应用领域，探索徽州礼俗文化在包装材质、生产工艺等领域的应用。其三，可持续性考虑不足。在追求文化表达的同时，包装材料的环保性也是现代设计的重要课题。例如，传统包装中常用的塑料材质与环保理念存在冲突，但若改用可降解材料，又可能影响烫金工艺等传统技艺的呈现效果。如何平衡文化质感与生态友好，还需要与材料学专家共同探索，在保留传统美感的同时又减少环境污染。

展望未来，将继续致力于徽州礼俗文化与非遗渔亭糕包装设计的融合与创新。继续深入挖掘徽州礼俗文化的内涵和特色，将其更多地融入现代设计中，打造出更多具有独特文化韵味的非遗渔亭糕包装产品。同时，加强徽州文化教育，通过教育、社区活动等多种途径，将徽州礼俗文化传递给下一代。此外，还要加强与相关机构、企业和专家的合作与交流，共同推动徽州非遗糕点的保护与传承工作，为弘扬中华优秀传统文化贡献更多的力量。

参考文献

- [1]江思宣. 地域文化视角下老字号品牌年轻化设计实践[D]. 杭州电子科技大学, 2024.
- [2]陈思. 京味糕点包装的视觉语言设计研究[D]. 西南交通大学, 2012.
- [3]姚茜. 九江地域文化元素在浔阳楼茶饼包装设计中的运用[D]. 江西科技师范大学, 2018.
- [4]孙杰. 地域文化融合下的宣化“兴富源”糕点包装设计[D]. 河北科技大学, 2023.
- [5]董兴楠. 基于地域文化背景下的涿州沙记月饼包装设计[D]. 河北科技大学, 2022.
- [6]陈国栋. 糕点类食品包装设计探究[J]. 艺术科技, 2018.
- [7]刘昱铭. “老鼎丰”品牌包装设计研究[D]. 哈尔滨师范大学, 2019.
- [8]吴婕妤. 情感体验模式下传统糕点设计的视觉应用研究[D]. 浙江理工大学, 2019.
- [9]尹贝贝. 中国吉祥纹样在糕点类食品包装中的应用与研究[D]. 湖南师范大学, 2012.
- [10]李颖琳. 明清时期云纹样在“李禧记”糕点包装设计中的运用研究[D]. 江西师范大学, 2020.
- [11]罗启凡. 赣文化元素在江西土特产包装设计中的运用研究[J]. 包装工程, 2017.
- [12]汪媛媛. 文化视角下的“老字号”品牌形象创新设计探究[J]. 美与时代, 2017.
- [13]彭梦涵. 长沙中华老字号“九如斋”糕点包装再设计研究[D]. 湖南工业大学, 2020.
- [14]顾艳云, 陈松凯, 毕歆苒. 礼俗文化元素在礼品包装设计中的应用研究[J]. 绿色包装, 2023.
- [15]程蓉洁. 现代礼品包装设计中的文化内涵[J]. 中国包装工业, 2014.
- [16]郭智勇. 礼品包装的情感定位设计研究[D]. 南昌大学, 2006.
- [17]程伟秀. 儒家生命观及其德育价值研究[D]. 山东师范大学, 2023.
- [18]樊春阳. 明代黄河上游地区丧葬礼仪服饰研究[D]. 齐鲁工业大学, 2024.
- [19]赵玉洁. 《二十年目睹之怪现状》“士商”形象研究[D]. 信阳师范学院, 2023.
- [20]黄静静. 明清徽州饮食研究[D]. 安徽大学, 2016.
- [21]锁美楠. 徽州三雕文化符号数字化创新融合研究[D]. 安徽财经大学, 2024.

- [22]孙语圣. 明清时期徽州与淮北礼俗文化比较[J]. 东方论坛, 2020
- [23](明)方用彬等撰, 陈志超著:《明代徽州方氏亲友手札七百通考释一》《日册〇九一·汪大成》, 哈佛燕京图书馆数目丛刊第八种, 合肥:安徽大学出版社, 2001 年, 第 246 页.
- [24](明)方用彬等撰, 陈志超著:《明代徽州方氏亲友手札七百通考释一》《水册〇〇六·方应期》, 哈佛燕京图书馆数目丛刊第八种, 第 736 页.
- [25](明)方用彬等撰, 陈志超著:《明代徽州方氏亲友手札七百通考释一》《月册〇五八·张尧文》, 哈佛燕京图书馆数目丛刊第八种, 第 391 页.
- [26]曲晓红. 古代礼俗与地域文化的关系研究——以徽州礼俗文化为例[J]. 新疆大学学报, 2015.
- [27][法] 第亚尼·马克. 非物质社会——后工业世界的设计、文化与技术 [M]. 成都: 四川人民出版社, 2001.
- [28]郭智勇, 熊兴福. 论礼俗文化在现代礼品包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2007.
- [29]王文娟. 五行与五色[J]. 美术观察, 2005.
- [30]张志勇. 论民族文化在现代包装设计中的应用[J]. 包装工程, 2005.
- [31]田颖拓. 传统文化与现代设计[J/OL]. 设计在线, 2003.
- [32]杨辉, 高小敏. 论徽州礼俗文化在汉语国际教育中的应用与传播[J]. 黄山学院学报, 2021.
- [33]曹志. 略论徽商、徽文化及其时代意义[J]. 中央社会主义学院学, 2005.
- [34]李琳琦. 从谱牒和商业书看明清徽州的商业教育[J]. 中国文化研, 1998.
- [35]牛璐璐. 浅析中国传统民俗的发展与传承——以“徽雕糕”的造物观念为例[J]. 明日风尚, 2018.
- [36]左文. 民俗文化要素在地方特色食品包装设计中的表达[J]. 食品与机械, 2022.
- [37]张晓龙. 古代礼仪进入戏剧形体教学之探索[J]. 大舞台(双月号), 2009, (01):76-80.
- [38]潘丽琴, 张婷婷, 金鑫. 江南商帮文化游初探[J]. 长江技术经济, 2019.
- [39]王彤. 中国传统吉祥图案在现代礼品包装设计中的应用研究[D]. 延边大学, 2010.
- [40]贵州茅台酒二十四节气春系列文化产品发布[J]. 酒·饮料技术装备, 2023, (02):28-29.

附录

调查问卷

本次问卷调查旨在深入了解消费者对徽州糕点及其包装设计的认知和偏好，特别关注徽州文化的融入对消费者购买行为的影响。随着文化消费的日益增长，徽州糕点作为地方特色食品，其包装不仅承载着产品本身的价值，更是传播地域文化的重要载体。因此，了解消费者在选择和购买徽州糕点时对包装设计的期待与需求，显得尤为重要。为了做好毕业论文《基于徽州礼俗文化的糕点包装设计研究——以非遗渔亭糕为例》的调研工作，为设计实践工作提供事实依据，以下进行匿名纸质问卷调查，将会占用您部分时间，请您根据自己的真实意愿填写以下问卷信息，您的宝贵意见将会是我论文课题的重要依据，万分感谢！

1. 您的性别

男
女

2. 您的年龄

18 岁-30 岁
30 岁-45 岁
46 岁-65 岁
65 岁以上

3. 你的职业是

学生
政府工作人员
企业职员
技术人员
个体经营户

离退休人员

其他（详细说明）

4. 您平常购买徽州糕点的频率是？

经常

偶尔

很少

从不

5. 您购买徽州糕点的用途是什么？（多选题）

日常食用

个人喜爱

节日祝福

社交礼仪

徽州文化

其他（详细说明）

6. 您购买徽州糕点时，包装中哪个方面更吸引您？（多选题）

地域文化价值

视觉效果很好

材料工艺环保

便于携带

包装造型新颖

其他（详细说明）

7. 在您印象中，徽州糕点包装存在哪些不足？（多选题）

缺乏徽州地域文化内涵

形式感较弱，辨识度低

同质化严重，创新力不足

过度包装，过于浮夸

缺乏产品本色特色

其他（详细说明）

8. 您认为徽州糕点包装中的文化内涵重要吗？

非常重要

不重要

无所谓

9. 您对徽州礼俗文化有所了解吗？（比如人生礼仪、节庆习俗、社交礼仪等）

非常了解

一般了解

了解较少

没听说过

10. 您对徽州糕点中的非遗渔亭糕（徽雕糕）有所了解吗？

了解

有一点听说

没听说过

11. 您认为徽州礼俗文化与糕点包装的结合能够增强文化的传播力吗？

非常能

比较能

一般般

不太能

12. 对于徽州礼俗文化在糕点包装的运用是否能吸引您的注意力？

非常吸引

比较吸引

一般

不太吸引

没有吸引

13. 您愿意接受哪种徽州糕点包装的设计风格？（多选题）

简约大方

地方文化特色

古风雅致

明艳多彩

与传统节日结合

高调奢华

其他

14. 您对徽州糕点包装设计有什么合理化的建议？（填空题）

建议：

攻读学位期间研究成果

国赛三等奖，2024 年第八届米兰设计周中国高校设计学科师生优秀作品展作品《秋韵徽州·二十四节气秋系列插画海报设计》

省级一等奖，2023 年安徽省大学生原创动漫大赛作品《诗话节气》

省级二等奖，2024 年安徽省乡村振兴创新大赛作品《徽风皖韵 山水节气》

省级一等奖，2023 年第 11 届未来设计师大赛安徽赛区上海主题文创设计作品《“书适生活”浦东图书馆》

省级一等奖，2023 年安徽省动漫设计大赛作品《诗画节气》

省级三等奖，2023 年第 15 届大学生广告艺术设计大赛作品《探索世界，从一个箱包开始》

省级二等奖，2022 年安徽省乡村振兴创新大赛，作品《愈见乡村》

入选并优秀提名，2023 年第八届安徽省美术大展作品《古镇记忆》

省级三等奖，2023 年安徽省乡村振兴创新大赛作品《愈见乡野露营品牌包装设计》

银奖，2022 年伦敦中华艺术交流展，作品《乡村生态》（全球决赛）

铜奖，2022 年 ICDA 国际潮流文化设计大赛作品《健康日历信息可视化设计》

铜奖，2022 年 ICDA 国际潮流文化设计大赛作品《皖南记忆》

2022 巴里克希尔大学国际插画双年展作品《Soul of self》入选

2022 年第十六届中国之星设计奖作品《感受美好的生活》入选

校级一等奖，2022 年安徽省大学生摄影大赛作品《自由精灵》

致谢

当论文写至致谢部分，我的研究生生涯也即将画上句号。此刻，心中满是感慨，往昔的点点滴滴如电影般在脑海中不断放映。

首先，我要向我的导师王小元老师致以崇高的敬意与感激。导师以其深厚的学术造诣、严谨的治学态度以及对我无微不至的关怀与鼓励，引领我在学术的海洋中扬帆远航。从论文选题的精心指导，到撰写过程中的细致审阅，导师无不倾注心血，为我提供了宝贵的意见与建议，使我在困惑与挑战中不断突破自我，让我懂得了做学问要脚踏实地、精益求精。

我还要感谢同门的兄弟姐妹们。我们一起在工作室里并肩作战，分享项目的喜悦与挫折。那些一起熬夜做项目、讨论科研的日子，是我研究生生涯中最珍贵的回忆。你们的鼓励和支持，让我在面对困难时不再孤单，充满力量，这份深厚的同窗情谊，是我学术旅程中的宝贵财富。

特别感谢我的父母和家人。爸爸妈妈总是站在我身后，为我遮风挡雨，是我最坚实的后盾；舅舅在我人生无数个关键路口，以过来人的智慧与担当，为我拨开迷雾、指明方向；姨妈、姐姐给了我无尽的关怀和坚定的支持；外公外婆是我最温暖的守护者。多年来，你们的无私付出，让我在成长的道路上始终怀揣着爱与希望，有勇气追求自己的梦想。此外，我也感谢我的对象，在我为论文焦头烂额、情绪低落时，耐心帮我分析问题，提供新的思路，给予我坚定的信心与力量；在我取得进步时，与我共享喜悦与荣耀。感谢大家一直以来的陪伴与支持，让我在漫漫长路中不再孤单。

最后，我要感谢那个在学术道路上不断坚持、努力拼搏的自己。心怀热忱，脚踏实地，感谢一路平凡却坚持、不完美却勇敢的自己。这一路有彷徨、有失意，但执着与热情是我对青春最好的诠释。愿未来，我仍能保持这份初心，在漫漫前路上绽放光芒，平安喜乐，万事胜意。