

“国潮风”对化妆品产品造型及包装设计的影响

王肖莉, 李楠

广州科技职业技术大学, 广东 广州 510000

DOI: 10.61369/SDME.2025160029

摘 要 : 在民族自信日益提升的当下, “国潮风”席卷全球。近年来, 众多国产品牌在化妆品产品造型设计与包装设计中加入各式各样中国元素, 将色彩、图案、工艺、造型、材质、故事与情感等注入其中, 通过工艺的运用, 使传统文化元素更加精美、精致, 提升产品的质感与视觉效果, 从而增加产品的附加值和市场竞争力, 也增强了消费者对产品的认同感和情感连接。中国传统文化中的中国元素为化妆品产品造型及包装设计提供了创作灵感并注入新的灵魂, 呈现其独特的审美风格, 展现传统文化与现代工艺相结合的互动共生关系, 这一关系即满足现代社会多元化的审美需求又为现代社会发展和进步做出更多贡献。

关 键 词 : 国潮风; 化妆品包装; 造型设计

The Influence of "Guochao Style" on the Modeling and Packaging Design of Cosmetics Products

Wang Xiaoli, Li Nan

Guangzhou Vocational University of Science and Technology, Guangzhou, Guangdong 510000

Abstract : With the increasing national confidence, "Guochao Style" has swept the world. In recent years, numerous domestic brands have incorporated various Chinese elements into the modeling and packaging design of cosmetics. They have integrated colors, patterns, craftsmanship, shapes, materials, stories, and emotions into the products. Through the application of craftsmanship, traditional cultural elements are made more exquisite and delicate, enhancing the product's texture and visual effect, thereby increasing its added value and market competitiveness. Additionally, it strengthens consumers' sense of identity and emotional connection with the product. Chinese elements from traditional culture provide creative inspiration and inject a new soul into the modeling and packaging design of cosmetics, presenting their unique aesthetic style and demonstrating the interactive and symbiotic relationship between traditional culture and modern craftsmanship. This relationship not only meets the diversified aesthetic needs of modern society but also contributes more to its development and progress.

Keywords : Guochao Style; cosmetics packaging; modeling design

一、“国潮风”概述

(一) “国潮风”及其特点

“国潮风”是指中国传统文化元素与现代时尚潮流相结合的风格。这一风格被巧妙地融入到化妆品产品造型设计与包装设计中, 如传统图案、绣花、刺绣、剪纸等, 通过设计、材质和工艺等方面体现出中国的独特风情。

国潮风在传统文化的基础上进行创新, 注重与时尚潮流相结合, 设计师们通过创新的设计理念、材质和工艺等方式, 使传统元素焕发出新的时尚魅力, 吸引了消费者的关注和喜爱。国潮风倡导不同领域之间的跨界合作, 使传统文化元素与现代时尚、艺术、音乐等领域相互融合, 这种跨文化的交流与融合, 不仅为传统文化带来了新的表达方式, 也为不同领域的创意产业带来了新的灵感和市场机遇。

(二) “国潮风”的兴起

随着中国经济的崛起, 中国人民对于自己的文化有了更多的自豪感和认同感, 人们愿意购买国潮风的物品, 是因为它们代表了中国的传统文化和现代审美, 具有独特的魅力。国潮风的设计融合了传统的中国文化元素和现代时尚元素, 形成了独特的设计风格, 这种创意设计符合了消费者的审美需求, 因此受到了广泛的欢迎; 中国的化妆品制造业发展迅速, 具备了强大的生产能力, 使得国潮风化妆品在品质和价格上都具有优势, 为国潮风的兴起提供了物质基础; 社交媒体的普及为国潮风的传播提供了便利, 许多网红、明星通过在社交媒体上分享自己的妆容、国货彩妆产品, 引发了广泛的模仿和跟风, 进一步推动了国潮风化妆品的流行。

国潮风的兴起反映了中国年轻一代对传统文化的重新认识和认同, 体现了他们对中国文化的自信和身份认同, 也在一定程度

上推动了传统文化的传承和发展。随着中国在国际上的影响力逐渐提升,国潮风也开始在国际上受到关注,许多外国人也开始对中国的传统文化和时尚风格产生兴趣,这也为国潮风的国际化提供了动力。

（三）“国潮风”的发展

国潮风经历了从产生到发展的几个阶段。初期,它主要在本土范围内传播,通过一些独立设计师和小众品牌展现出来。随着时间的推移,国潮风逐渐受到主流市场的关注和认可,成为一种具有全球影响力的时尚潮流。

然而,国潮风也面临着一些挑战。随着市场竞争的加剧,一些品牌和设计师为了追求商业利益而忽略了文化内涵的传承,导致出现了一些粗制滥造、缺乏创意的产品。此外,随着国潮风的普及,如何保持其独特性和创新性也成为了一个亟待解决的问题。

在未来的发展中,国潮风有望与更多领域实现跨界融合,如影视、动漫、游戏等。通过与其他文化的交流与碰撞,国潮风有望在全球范围内引发更加广泛的影响和关注。

现在越来越多的国货品牌秉承“创新驱动,品质为先”的“工匠精神”,满足消费者的消费需求,以此提高国人对国货品牌的消费水平^[1]。

二、“国潮风”对化妆品产品造型及包装设计的影响

（一）“国潮风”对化妆品产品造型影响

造型是艺术创造领域中的一种设计语言,有广义与狭义之分。广义的造型指自然界中所有可以塑造的事物,它可以是具象性的、抽象性的,或者是介于具象性与抽象性之间的一种形象^[4]。狭义的造型指一切可以塑造的视觉感知形象,它是将点、线、面、体以及空间、形式、色彩、肌理等不同的造型要素组合成整体的形象。

化妆品产品的形态与结构决定了其整体外观和空间占用,爱美之心人皆有之,好看的事物总是有着得天独厚的优势,不管对人还是对产品,都是一致的,外在美不得不说是个有力的武器,能够在市场竞争中获得更大的优势。形态与结构最能体现产品的创新性,一个产品的外在气质全在造型上^[5]。

近年来,国产品牌花西子凭借其独特的品牌理念和产品设计,迅速在国内外美妆市场上崭露头角。花西子深谙东方美学之道,巧妙地将传统元素与现代审美相结合,为国人乃至全球消费者带来了全新的美妆体验。以浮雕口红为例,花西子浮雕口红的设计灵感来源于东方微浮雕工艺,如图1。这种工艺在口红膏体上雕刻出细



图1 花西子浮雕口红

腻的图案,如牡丹花神图。每一支口红都仿佛是一件艺术品,既展示了东方美学的魅力,又赋予了产品独特的艺术价值。这就是外观造型给我们带来的视觉上的不同感受^[6]。

（二）“国潮风”对化妆品色彩与配色的影响

在当今竞争激烈的化妆品市场中,包装设计对于产品的成功至关重要。其中,色彩与配色在化妆品包装设计中起到了关键的作用。歌德曾说:“颜色对于人的心灵有一种作用,它能够刺激感觉,唤起那些使人激动、使人痛苦或使人快乐的情绪^[2]。了解中国传统色彩的寓意,有助于在包装设计中传递相应的情感 and 价值观。基于“国潮风”的包装色彩语言中,具有中国传统吉祥寓意的红色、黄色、金色等是较常出现的色彩元素^[3]。

在运用传统色彩时,需要遵循一定的搭配原则和技巧。首先,要保持色彩的协调与平衡,避免过于突兀的色彩组合^[7]。其次,要考虑到色彩的明度与饱和度,确保视觉效果的美观。此外,根据产品特点和定位,选择恰当的色彩组合,能够更有效地吸引目标消费者。传统图案和图形是中国文化的重要组成部分,如云纹、龙凤、莲花等,都富有深厚的文化内涵。将这些图案融入包装设计中,不仅能增加产品的文化底蕴,还能为消费者提供独特的视觉体验^[8]。

化妆品包装设计巧妙地结合传统文化,能够赋予产品独特的魅力和竞争力。如在中国传统文化中,红色呈现出来的是吉祥、富贵的寓意,每逢佳节,商品的外包装几乎都会挑选红色,突出商品的形象,给人们以视觉之上的冲击,如图2。



图2 寓意美好的红色元素

（三）“国潮风”对化妆品包装设计的影响

将传统文化运用到化妆品包装设计中,可以让包装更具独特性和辨识度,也可以传达品牌的价值和理念。例如,如果品牌强调自然、健康、纯净等理念,可以选择与自然相关的文化元素,如山水、花鸟等注重细节和质感,同时可以通过选择合适的材质、印刷工艺等,让包装更具层次感和触感^[9]。

毛戈平是一个国内知名的高端彩妆品牌,其产品包装设计常常融入中国传统文化元素。例如,其“气韵东方”系列产品的包装设计就运用了故宫博物院珍藏的宋代书画和器物元素,如图3。展现出浓厚的文化底蕴和东方神韵。佰草集是上海家化联合股份有限公司旗下的品牌,其产品包装设计常常融入中国传统文化元素。例如,其“太极”系列产品的包装设计就运用了太极图案和

中草药图案，如图4。展现出中国传统医学的文化底蕴和特色。这些品牌的包装设计不仅展现出中国传统文化的独特魅力和深厚底蕴，同时也符合现代审美和市场需求，为消费者带来了别具一格的购物体验。



图3 毛戈平彩妆包装



图4 佰草集“太极”包装

三、结束语

“国潮风”这一传统文化与现代工艺相融合的呈现形式，对文化自身、社会进步、现代工艺、企业发展都发挥着积极作用。化妆品行业是一个全球性的庞大市场，目前正处于快速发展的阶段，而消费者对化妆品的需求也日益多元化，“国潮风”设计有助于企业在激烈的市场竞争中占有一席之地^[10]。

国潮产品不断走向世界，弘扬与发展了中国传统文化，提高了民族自信。在现代工艺为传统文化注入崭新的活力的同时，在实用性上也实现了对传统文化的延伸与创新。传统文化为产品设计提供灵感与思路，为产品造型及包装设计带来了无限可能，通过工艺技术手段，完成对产品造型及包装设计的创新与升级，有利于不断增强世人对中国文化的认同感，使中国文化可以更好的屹立于世界民族之林。

参考文献

[1] 黎姣. 基于漆器造物意象的“悦颜”化妆品包装设计[D]. 湖南工业大学, 2024.

[2] 廖韵仪. 新零售时代下国潮化妆品品牌包装个性化设计研究[J]. 鞋类工艺与设计, 2023, 3(12): 21-23.

[3] 蒋淑婷. 民族自信的重塑——论“国潮风”在本土化妆品包装设计中的应用[D]. 南昌大学, 2022.

[4] 马瑛. 中国元素在国产化妆品包装上的创意设计管理研究[D]. 南京航空航天大学, 2022.

[5] 潜铁宇, 蒋淑婷. 浅析“国潮风”在本土化妆品包装设计中的应用[J]. 绿色包装, 2022, (01): 84-88.

[6] 张慧敏. 文创语境下的国潮风包装设计研究[J]. 艺术品鉴, 2021, (30): 143-144.

[7] 李陈, 赵悦悦, 王梅. 国潮在化妆品包装设计中的应用——以毛戈平为例[J]. 牡丹, 2021, (14): 156-157.

[8] 郭玉川, 丁雪. 基于“国潮”风格的包装视觉语言初探[J]. 工业设计, 2020, (11): 91-92.

[9] 黄梦岚, 庄宇铮, 翁文静, 许安心. 中国文化自信对国货品牌消费的影响[J]. 商业经济, 2020, (05): 68-69.

[10] 王少妹. 试析包装色彩的指示功能[J]. 美术大观, 2011, (04): 150.