



刚刚过去的中秋佳节，作为节日载体的月饼包装，正悄然掀起一场覆盖文化、材质、设计、技术的革新——

文创交融 国潮焕彩

□本报记者 祝小霖 文/摄

用印章拼出“喜乐福康”，还能拓印成画，方正字库设计的月饼包装以活字印刷为灵感，让消费者直观感受传统印刷的魅力；广东鹤山雅图仕印刷有限公司出品的茶油月饼包装“内外兼修”，紫色盒身借鉴皮影戏效果，晃动时玉兔图案可灵动“跳跃”……《中国新闻出版广电报》记者采访了解到，随着应用技术的不断创新以及环保理念的深度普及，传统月饼包装已转向跨界融合、绿色可持续的全新赛道。

看业内，打破边界创意新

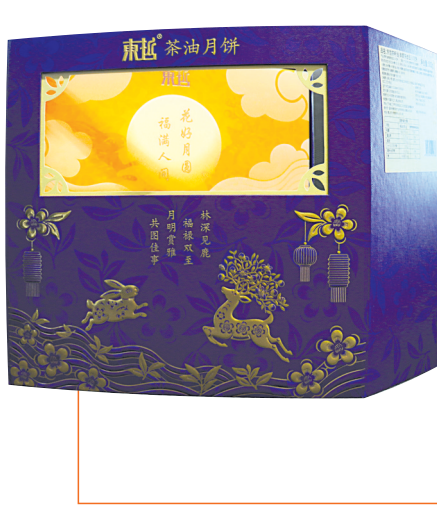
在广东鹤山雅图仕印刷有限公司的现代化厂区内，一边是机器轰鸣、承载着“亚洲最大单体印刷工厂之一”实力的印刷车间，一边是陈列着高山茶籽油、茶油月饼、小青柑普洱茶的产品展示厅，两种看似毫无关联的场景同框呈现，引业界关注。这家以印刷为核心业务的企业，突破行业边界，跨界种起了油茶树。茶油月饼，正是其跨界创新之路上的亮眼成果。

今年中秋，雅图仕设计团队将国潮风与传统工艺深度结合，为茶油月饼打造了一款兼具观赏性与互动性的包装。记者看到，这款茶油月饼的包装盒以雅致的紫色为基底，玉兔憨态可掬的模样跃然盒上。更巧思的是，这组图案并非传统的简单印刷，而是巧妙借鉴皮影戏的视觉精髓，通过多层镂空与色彩叠加工艺精心打造，在灯光的加持下更显生动。当消费者轻轻晃动包装盒，盒面上的玉兔会随着角度的变化“活蹦乱跳”，将皮影戏影随人动的趣味生动还原，让月饼包装变身国潮文创。

“这是我们专门为中秋研发的茶油月饼，不仅包装盒精美有创意，内料也在传统广式月饼配方的基础上，用茶籽油替代了普通的色拉油，经36道工序才完成。”雅图仕相关负责人介绍，从单一产品到多元化健康食品矩阵，这不仅是印刷企业的战略转型，更是践行环保责任、传播健康文化的生动实践。

方正字库2025中秋礼盒“字印花朝”也以一场精彩的进化，彰显了传统文化在现代设计中的魅力。记者注意到，这款月饼包装以活字印刷术为核心设计灵感，将常用汉字拆解为一个独立的笔画印章。消费者可根据自己的喜好，拿印章蘸取特制印墨，搭配多彩的印泥颜色，拓印独一无二的“印花”或“喜乐福康”字样的祝福语，感受活字印刷字随人动、意由心生的独特魅力。

据了解，为了让这款月饼包装的文化属性更加统一，方正字库设计团队在礼盒的信息标注上，全部采用自主研发的方正潘虎包装体。这款字体经过长期市场调研与设计优化，提供了5档字重与6级字宽的组合选择，能够为包装设计提供30款不同的适配方案。无论是月饼包装礼盒正面的主标题，还是侧面的产品信息说明，都能在保证整体风格统一的前提下，根据内容需求选择最合适的字体样式，让每一处细节都彰显出印刷设计的匠心。



▲雅图仕出品的茶油月饼包装仿照皮影戏的视觉效果，映照出嫦娥和玉兔的图案。

▼方正字库设计的月饼包装以活字印刷为设计灵感。



观业外，IP 与环保赋能赛道宽

如果说业内企业的创新聚焦于印刷工艺与文化创意的深度融合，那么业外力量对于月饼包装的加持，更多展现的是IP赋能与环保可持续。这种跨界联动与绿色实践，让月饼礼盒摆脱了一次性包装的局限，升级为兼具收藏价值与实用价值的文化载体。

博物馆文创与热门IP的跨界联名，成为今年中秋月饼包装市场的一大亮点。故宫博物院推出的中秋月饼礼盒，把故宫的中秋故事装进8款限定礼盒里，既有复刻御园名亭的萌绒设计，能变毛绒包包的玉兔宫仔，又有藏着“扇展满月”意境的宫扇盒，仿太和殿檐角的宝殿盒。尤其是带着“立体惊喜”的宫扇盒，以剔红山水人物图扇面式套盒、黑漆股绢画花鸟人物图面折扇为灵感，打造出立体艺术扇形提篮盒，推出红、蓝两款配色。盒体采用树脂+经典马口铁材质，先进印刷复合工艺让纹样的细节拉满。

IP定制，将潮玩元素与传统文化相结合，让月饼包装更具年轻属性。快手与国民级影视IP《武林外传》合作推出两款中秋礼盒，其中一款的设计灵感来自《武林外传》经典道具和美食，共有6款造型图案可选，以盲盒形式发放。京东与景德镇御窑博物馆联名推出中秋礼盒，礼盒中包含6款以JOY元素制成的瓷器手办，以及不同口味的月饼和茶包。这些手办采用青花、釉里红、粉彩、斗彩、珐琅彩、汝窑等工艺，同时搭配

扩香晶石和粉瓷盘，兼具艺术性与实用性。

除了IP赋能、环保理念的深入普及及也正在重塑消费者的选购标准，让绿色包装成为中秋市场的新趋势。这种转变的背后，离不开政策的“硬约束”。自《限制商品过度包装要求——食品和化妆品》标准第1号修改单于2022年8月15日实施以来，该标准就成为规范月饼包装的重要依据。标准明确规定，月饼包装层数不得超过3层，包装空腔率不得超过30%，同时严禁使用贵金属、红木等稀缺材料制作包装或内衬。标准实施后，从各地监管部门通过日常巡查、节日专项整治等方式的市场反馈看，过度包装的现象明显减少，行业正逐步回归重品质、轻包装的理性发展轨道。

政策“红线”下，业内外企业也纷纷主动将环保理念融入包装设计，探索循环利用、材质革新路径。浙江五芳斋实业股份有限公司推出的中秋礼盒，就从材质选择到结构设计都践行了绿色理念。材质上，采用竹浆与甘蔗渣混合制成

的可降解材料，经过第三方专业机构测试，这种材料在自然环境中只需6个月就能完全分解，且分解后不会产生污染土壤的有害物质。结构上则遵循极简主义原则，去除传统礼盒中多余的装饰彩带、分层隔板。京东集团、咕咕月的中秋礼盒同样是材质革新，前者的礼盒外观采用环保的纸质包装，搭配6种不同图样的腰封，后者的中秋礼盒以天然软木纸为盒身，环保可降解，内盒则选用高密度环保蜂窝纸板，搭配两片式手提折叠工艺与广西壮锦特色图案的手提袋，真正实现包装不浪费。



印话评说

中国包装出海扬帆加速

□钟云飞

中国包装联合会近日发布的包装行业运行数据显示，2024年，我国包装行业总体规模持续扩大，营业收入突破2万亿元，进出口总额实现稳步增长。在原材料成本上升、市场竞争加剧的挑战下，包装行业不仅实现规模持续扩张，更以强劲的出口表现和清晰的产业格局，展现出中国包装供应链的坚韧韧性。

对外贸易的持续扩大，成为拉动行业增长的核心动力。根据运行数据，2024年，全国包装行业进出口总额达494.98亿美元，较上年增加20.70亿美元。其中，出口表现尤为突出：出口额424.06亿美元，同比增长20.08亿美元，占进出口总额比重达85.7%，成为行业发展的重要引擎。这一数据背后，是中国包装产品国际竞争力的持续提升，中国包装企业越来越多地参与到全球供应链中。从出口目的地来看，美国、越南、日本、印度尼西亚、韩国位居前五，既覆盖了美国等发达经济体，也包含越南、印度尼西亚等东南亚新兴市场，前者体现对产品品质的认可，后者则顺应了当地制造业发展带来的包装需求增长，凸显中国包装在全球供应链中的重要地位。

进出口市场的区域分布同样清晰。进口方面，日本、韩国、德国、美国等是主要来源地，反映出我国与周边经济体及发达经济体的紧密贸易联系。出口方面，沿海经济发达省份成为绝对主力，广东省、浙江省、江苏省、山东省、上海市包揽出口额前五。这种分布格局与我国区域经济发展水平高度吻合，沿海地区凭借便利的港口条件、完善的产业配套和丰富的外贸经验，继续在外向型经济中占据重要地位。

细分领域中，纸制品出口表现优异，福建省纸制品出口堪称亮点。2024年，福建省纸制品出口总值达133.99亿元，同比增长10.32%。数据显示，福建省纸制品出口产品以纸袋、纸手帕及纸面巾、纸箱纸盒、笔记本为主，且在亚洲市场表现格外亮眼，出口值65.44亿元，同比增幅达25.32%。更值得关注的是，民营企业成为出口主力军，全年出口109.23亿元，同比增长13.82%，占同期全省纸制品出口总值的81.52%，展现出民营经济在细分领域的灵活活力与强劲竞争力。

当前，包装业虽已取得显著成绩，但仍需直面竞争加剧与成本压力的挑战。未来，如何在规模扩张的同时提升盈利水平，将是行业实现高质量发展的关键。不过从2024年的表现来看，出口韧性与区域协同形成的合力，已为行业指明发展方向，相信其将继续为中国包装出海提供坚实支撑。

（作者系湖南工业大学包装工程学院教授）



资料图片

创意坊

金秋研学正当时 非遗互动刷新知



10月11日，南京师范大学附属小学铁北新城分校500多名学生在凤凰印刷实践基地，深入了解跨越千年的印刷发展史、近距离接触高科技印装设备，探索一本书的诞生过程。



10月10日，来自上海师范大学附属中学的400余位同学在上海中华印刷博物馆，开展了一场别开生面的印刷探索之旅。

（来源：各印刷企业）