

生态美学视域下中国茶文化在包装设计中的应用研究

王润琦, 覃会优*

常州大学美术与设计学院, 江苏 常州

收稿日期: 2023年3月16日; 录用日期: 2023年6月8日; 发布日期: 2023年6月15日

摘要

中国茶叶文明具有悠久的历史, 涉足人类社会生活的各个领域, 是人们日常生活不可或缺的重要组成部分。本文从生态美学角度, 通过对各包装设计大赛获奖作品进行分析, 并查阅茶文化相关文献, 收集茶的历史、有趣故事、种类以及茶包装等内容, 同时分析了中国茶文化的发展过程、生态审美价值、生态美的表现形式, 及其在茶叶包装设计中的表现。在此基础上阐述如何将中国茶文化所具有的独特魅力应用于茶叶包装设计, 使茶文化视觉化, 有效传承无形文化。

关键词

生态美学, 中国茶文化, 包装设计

Research on the Application of Chinese Tea Culture in Packaging Design from the Perspective of Ecological Aesthetics

Runqi Wang, Huiyou Qin*

School of Arts and Design, Changzhou University, Changzhou Jiangsu

Received: Mar. 16th, 2023; accepted: Jun. 8th, 2023; published: Jun. 15th, 2023

Abstract

Chinese tea civilization has a long history, involved in all fields of human social life, is an indispensable part of people's daily life. From the perspective of ecological aesthetics, this paper analyzes the winning works of each packaging design competition, and consults relevant literature of

*通讯作者。

tea culture to collect tea history, interesting stories, types, and tea packaging. At the same time, it analyzes the development process of Chinese tea culture, ecological aesthetic value, expression form of ecological beauty, and its performance in tea packaging design; on this basis, how to apply the unique charm of Chinese tea culture to the design of tea packaging, to make the tea culture visual and to effectively inherit the intangible culture.

Keywords

Ecological Aesthetics, Chinese Tea Culture, Packaging Design

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 中国茶文化发展概况

早期茶文化的发展: 秦汉时期, 巴蜀地区已经开始喝茶, 在这个时期茶叶作为一种饮品已风靡全社会, 人们在喝茶时体会到茶的清香, 感受到茶的韵味, 与此同时, 茶叶正式踏入文学阶层, 文人墨客们开始给予茶自身以外的情感, 这是茶文化早期形成的重要里程碑。自此, 茶开始脱离单纯的实用意义, 上升到文化高度, 茶文化开始发展[1]。

上升期茶文化的发展: 唐代是历史上繁荣昌盛的强大王朝, 此时的茶文化越发成熟, 茶叶包装也开始分门别类, 正式进入茶文化发展的上升期。唐代商贸往来密切, 文人墨客相互交流频繁, 茶逐渐融入生活。此时人们开始用丝绸包装茶饼, 用纸囊包装茶叶, 在零售时, 这种纸质的包装材料可以随意使用, 方便人们携带。但茶叶采摘生产后需要储存和进行远距离贸易, 为应对储存流通的问题, 人们采用陶瓷包装, 保持茶叶干燥并方便运输。通过不同材料的包装、商贸往来、文人交流以及外国思想的冲击, 稳定了茶产业的发展, 形成了真正的茶文化[2]。

兴盛时期茶文化的发展: “茶兴于唐, 而盛于宋”, 当时宋朝追求尊重自然退耕还林, 在《清明上河图》中也可以发现道路两旁皆是树木, 植树造林兴起, 也促进了茶文化在中国的进一步发展。这个时期的贡茶包装复杂且精妙, 茶叶量少, 内用黄色丝绸, 外用红漆方盒, 盒内铺上青色竹叶, 盒外安装镀金小锁。其他茶叶以纸袋密封, 放入茶笼, 隔绝潮气, 保存香味。宋代还出现前所未有的锡制包装, 这种材料的包装可保鲜, 使茶叶不变色变味。据了解, 宋代名茶已有 200 多种, 而现在日本的“抹茶”也是借鉴宋朝的“点茶”由日本僧侣引入的。茶成为民间生活不可或缺的一部分[2]。

可持续发展期茶文化的发展: 到了明清时期, 茶叶包装多种多样, 有用名贵木料雕刻而成的外包装, 箱内使用铁通装茶叶, 有良好的保质以及装饰效果, 也有用竹子进行包装, 凸显地方特色。这个时期中国虽被两大主义破坏, 但中国的茶事业在乱世中缓慢前行, 终归得到了持续发展, 至今茶依旧受大家喜爱[3]。

2. 中国茶文化的生态审美价值

生态美学是研究人与自然、人与环境相互关系的学科, 茶是自然, 茶文化是人文环境, 是物质与精神的结合, 茶自身的色香味分别给人们带来不同的审美价值[1]。茶的形态多种多样, 其色香味俱全且富有独特魅力, 是极为丰富的精神与物质结合的文化。因此, 茶可以通过自身独特的“色”为人们带来眼前一亮的视觉盛宴, 也可以通过勾人的“香”与“味”让人们感受到自然悠静、舒畅美好的感官体验, 这是茶的生态审美为人类带来的价值。除此之外, 茶不仅具有物质价值, 也具有精神内涵, 人们从这种

肉体愉悦转移到精神层面, 通过品茶感受内在之美, 净化心灵, 沉浸其中, 达到空旷澄净的美好境界。

作为一种物质, 茶呈现出丰富多彩的姿态, 其形态各具独到之处, 形成了多姿多彩的物质文化。唐宋时期, 人们认识到茶的形态、色、香等几个方面中蕴藏着一定的联系, 可以通过这些来鉴定茶的品质。诗人在写诗时除了喝酒也不乏会喝喝茶, 茶在诗人的笔下描绘出各式各样的风采、茶清香馥郁的香气、醇厚浓酽的味道, 是情感细腻的诗人为茶谱写的赞歌。

3. 中国茶文化生态美的表现形式

茶的生态之美既有大自然的底蕴, 又有深厚的人文底蕴。中国把茶作为一种精神产品, 既融入了道释家思想、儒家思想、三教思想的精华, 又融入了丰富多彩的民俗风尚, 是美的象征, 是文学艺术反映思想情感的载体。是中国特有的传统, 茶文化渗透于社会生活的各个领域。这种渗透也是随着社会的发展, 人民生活水平的提高而日益加深的。

茶文化在诗词中出现, 通过诗词表现自身的魅力: 艺术来源于生活, 在历史长河中, 宋代是茶叶发展的鼎盛时期, 在此期间, 诗人们饮茶品茶作诗, 将情感寄托于茶身上, 抒发情感。宋代苏轼所作《望江南·超然台作》, 此词被《史上最美茶诗》评为第八名, 其中“休对故人思故国, 且将新火试新茶。诗酒趁年华。”充分将对老朋友的思念寄托于烹煮新茶, 是典型将茶文化在诗词歌赋中表现出来的。

茶文化在传统绘画中出现, 通过绘画茶的形态表达情感: 茶叶在历史长河中发展, 其栽培技术得到了进一步提高, 很快就融入人们的日常生活。人们用茶叶所创造的物质财富, 势必能体现在文学上。所以, 人们用绘制茶叶形态来保持内心的情感。不管是工笔画还是意笔图, 不管是兼工带写茶, 还是绘画词汇的差别, 都是把它当作对艺术语言的使用与追求。古人云“有笔有墨的画”, 这说明了中国画的本质所具有的特点, 笔墨相辅相成, 只有二者互相帮助, 才能真正地实现其意蕴。画家的目的是通过意笔、工笔或兼工带写所描绘的艺术表达方式, 描绘茶叶真正的优美形态, 既是描绘形态, 又是表达自己的审美趣味[1]。

4. 茶包装设计对茶文化传承的作用

4.1. 有助于增加茶文化功能

茶叶包装设计是视觉文化传播媒介, 将茶文化通过视觉设计发扬光大, 让茶文化在各种领域更能发挥其独特功能, 是一种文化传播。此外, 设计师在设计茶叶外包装时, 除了提升茶产品整体的文化含量外, 还能体验到消费文化的愉悦, 运用与茶文化相关的理念, 让人们更深入地了解茶文化的形态和内容。需要整体提升茶产品的文化含量, 在设计茶叶外包装时, 要善于利用茶文化的相关概念, 让人们对茶文化的形态、内容、精神等有更深入的了解, 为消费者带来在消费中了解文化的体验。设计者在茶叶包装上运用了多种方式来体现茶文化, 以此来张扬茶文化的高尚精神和淳朴文化。将中国茶文化的自然美融入茶叶的包装设计中, 以促进积极响应二十大报告中人与自然和谐共生的环保理念, 给人以悠然自得、悠然自得之感。此外, 在繁冗复杂的社会发展中, 以茶文化为娱乐休闲的活动开始出现, 文化与旅游相融合等模式不断发展, 使传统茶文化在传递各种人际关系的同时, 也逐渐成为社会传递情感、使其具有一定社会功能的不可或缺的载体, 从而充分满足现代人成长、发展的需要。

4.2. 有助于丰富茶文化内涵

视觉传达设计是通过可视形式向大众传播信息的方式, 现代社会通常用来传播当前的时尚风向, 虽然其起步较晚, 但所涉及到的领域非常宽泛。随着茶文化的推进, 现代茶叶包装设计在国内发展迅速, 茶叶包装的形式多种多样, 有些包装从时代特色入手, 紧贴社会热点, 创造金句文案, 走在潮流前端, 具有时效性。还有些包装与生态美、绿色环保相结合, 也产出许多不同的设计思想和方式。在茶叶包装

设计上, 赋予中国茶文化发展一定的绿色内涵, 使中国传统茶文化包含人文需求和价值理念, 以中国茶文化为设计元素, 履行绿色环保理念, 走可持续发展之路。从市场销量的角度讲, 新手买茶一般会综合考虑茶叶种类、包装、价格三个方面, 再进行有选择性的购买。从文化角度讲, 现代茶叶的外包装设计注重打造仁爱至善的美好意境, 运用设计软件, 以大众的消费观为基础, 辅以传统的再现中华茶文化, 使中国茶文化在无形的教育中, 与现代社会的发展要求相适应。此外, 在设计上, 茶包装的诸多场景都使人们从多方面对茶文化有更深刻的认识, 使中华茶文化得到了进一步的传承, 如茶俗茶事等, 都与茶文化的因素有关。并且, 社会发展迅速, 人们审美水平逐渐提高, 为满足大众需求, 在进行包装设计时加入一些流行元素, 将社会热点内容和地方特色场景融入其中, 使茶文化跟随时代的脚步进化。在包装中加入地域特色, 体现当地民俗, 拉近与消费者的距离, 与茶文化的有效结合, 也进一步丰富了茶文化内涵, 以突出民族特色和地域特色。

5. 茶文化应用于现代茶叶包装设计

现代包装相较于古代包装材质较为简便, 隆重的礼盒款结构也不会过于繁琐, 并且制作成本低, 产量大。而古代茶叶包装多为丝麻、陶罐、纸质字、丝绸、漆器等进行包装, 并且分为贵族和平民等级, 贵族使用的制作更为精致繁琐, 制作成本过高且效率低。现代茶叶包装多从包装的图案、色彩、字体设计上展现茶文化的内容与魅力。

5.1. 融入地域元素, 提升茶叶包装结构内涵

古代茶叶包装从唐宋开始花样变多, 所用材料逐渐多样, 制作过程繁琐, 成本过高。现代茶叶包装吸取了古代茶叶包装的优秀纹样、结构等元素, 在此基础上进行升级改良, 实现工业批量化生产, 大大增加销售量与流通范围。

包装材料的采用改为制作成本低且效率高的材质, 结构方面融入地域特色, 在满足方面人们使用的同时, 加入地方元素, 为茶文化增添不一样的色彩, 同时也对其地域进行宣扬。“一坛好茶”荣获 2022 年 Pentawards 全球包装设计大奖赛铜奖, “一坛好茶”以福建土楼为主要元素, 茶叶罐体为陶瓷所制, 将茶文化与福建土楼特色和中国陶瓷相结合, 对外充分展示中国文化, 推广文化内涵, 对内积极树立文化自信, 培养文化自信。包装整体结构符合人体工学和东方韵美, 茶叶盖旋转开启, 盖口采用土楼的屋顶结构, 一定程度上起到了防滑作用, 罐体选用陶瓷材质, 现代陶瓷相较于古代陶瓷, 重量更轻, 更方便携带。从内到外整体包装对工厂来说也是易于制作, 工业化生产也节省了成本(如图 1)。



Figure 1. By integrating regional characteristics into packaging structure to increase recognition, “Yitan Hao Tea” won the “Oscar Award” in packaging design—Pentawards Bronze Award

图 1. 在包装结构中融入地域特色增加辨识度中茶, “一坛好茶”荣获包装设计界“奥斯卡大奖”——Pentawards 铜奖^①

5.2. 具象抽象的结合, 加深茶叶包装图案的理解

图案是设计中最重要元素, 成功的图案设计可以让人多看一眼, 从而吸引消费者继续了解下去, 优秀的包装设计是决定市场销量的重要元素之一, 成功的包装相当于是向别人推销自己的敲门砖, 现代人愿意为审美买单, 同时包装上的图案展示空间大, 限制少, 能有效展示产品的多样性。近些年茶叶包装上的图案设计主要表现为产品造型绘画、变形字体、诗词歌赋、富有地域特色的简易绘画等。在使用插画的同时, 不仅仅局限于此, 通过了解茶带给人们的感受, 进行对感知的抽象绘制, 具象与抽象想结合, 体现出茶文化的精妙。“山外山古茶树”的茶叶包装, 在图案上选用 3D 立体效果, 描绘古茶树背靠山脉成长的场景, 其意义在于让观众将注意力放在茶树的生长环境上, 突出培养茶叶的不易(如图 2), 将茶文化的传统、自然等元素完美地展现在设计师的作品中。现代茶包则充分利用茶文化进行设计, 一方面通过独特的设计展现中国传统文化的魅力, 提升大众的审美高度, 将茶文化元素作为图案融入设计中, 是传统文化新时代的再现。另一种则是融合传统文化, 将经过包装图案设计的产品打造得更具审美价值。



Figure 2. 3D technology is integrated into packaging patterns to increase consumers' understanding of tea growth. Name of work: Shanwai Shan Ancient Tea, Tree Design Agency: Shenzhen Yutong Packaging Technology Co, LTD.

图 2. 3D 技术融入包装图案增加消费者对茶叶生长的理解。作品名称: 山外山古茶树, 设计机构: 深圳市裕同包装科技股份有限公司²⁾

5.3. 合理运用颜色搭配, 表现茶叶的生长环境, 丰富茶叶包装的色彩

色彩是茶叶包装设计中的装饰, 是花纹的优化, 使花纹、图案的色彩更加丰富, 以传递情感为主要作用。优秀的配色会增加消费者对茶叶的关注度, 人类根据以往经验, 在潜意识里会用颜色来定义事物属性, 例如绿色有清新的感觉、橙色生机勃勃之感。不同颜色带给人们的感官也大大不同, 比例合适的配色会增强花纹美感, 丰富设计作品, 提升茶叶品牌影响力, 这是现代茶文化设计理念中的精品。现代茶叶包装的色彩设计首先在茶具、茶宠设计上, 以茶色、灰色等色彩为主, 主要根据茶叶的性质进行选择。色彩搭配在设计过程中一般以一主一副或两副来衬托, 一般以绿色为主色调, 以白色、淡黄色等为辅助色居多, 并对色彩进行多次调整, 以保证其色彩饱和, 在视觉上给人以冲击的感觉。“茶田 35 號”设计灵感来自台湾阿里山风景区特有的各种动植物, 用不同色彩进行表现, 同时运用水墨画的表现手法, 将台湾茶文化与生态环境所结合, 抓人眼球(如图 3)。



Figure 3. Rich colors show the growing environment of tea. Work Name: Tea Field No. 35, Design Agency: I'DER Visual Image Design, Taichung City, Taiwan

图 3. 丰富色彩表现茶的生长环境。作品名称：茶田 35 號，设计机构：I'DER Visual Image Design, 台湾台中市®

5.4. 拆分字体结构，增添茶叶包装韵味

茶叶的外包装设计除了上面所说的元素之外，文字也是不可缺少的内容。文字主要功能是给出图样解释，有些包装还会具体说明茶叶的功效。在文字的设计上，可以对字体进行变形，在字体上体现出中国的传统文化，可从隶书、草书等古文字入手，同时也可以对现代简体字进行拆分，拆分成单个笔画，别有一番趣味，例如“文化茶”的设计灵感，其选取了 28 个代表性笔画与普洱茶进行结合，再加以朦胧的表现方式，在品茶过程中感受笔画逐渐消失在茶叶中的消逝感，既突出汉字之美，又体现茶叶韵味(如图 4)。运用信息化手段，使之千变万化，创造出自己独特的美感。近几年，国内茶叶包装样式基本用古诗词、民俗风俗、茶的特点等，图样说明是文字的主要作用。茶叶包装使用文字进行设计大致分为两种，一种文字仅用来辅助说明，另一种是将文字作为包装的主要图案，用文字填充整个包装。这样的方式不仅可以宣扬传统文化，还可以用夸大变形的样式吸引消费者，在一众包装中加强自身视觉带来的震撼感，用这种形式进一步传播传统文化。与此同时，良好运用文字元素进行包装设计，也突出了民族特色，增强民族自尊心和认同感，在海外流通时可以增加外国人想了解中国文化的兴趣，更好地传承和弘扬茶文化。



Figure 4. The application of the separation of font structure in tea packaging. Work Name: Cultural tea, Design Agency: Shenzhen Maixi Industrial Product Planning Co, LTD

图 4. 字体结构的拆分在茶叶包装中的运用。作品名称：文化茶，设计机构：深圳市麦锡工业产品策划有限公司®

6. 总结

从茶的历史发展、生态审美价值、茶文化生态美的表现形式,到茶包装设计对茶文化传承的作用,再到茶文化应用于现代茶叶包装中的设计,其中可以发觉人们对茶态度的转变以及茶叶包装的改良进化程度。古代茶叶包装材质各不相同但较为繁琐,现代设计师在茶叶包装中加入了茶本身的特质,有些在结构中融入当地特色,有些将图案、色彩、字体与茶文化相融合,创意不同但包装结构和所用材质都适合工业化大批量生产,节约成本。现代茶叶包装设计大都基于茶的生态审美价值和制作成本,在此基础上向外扩散思维进行设计,茶文化是我国传统文化中重要的构成要素,将其融入茶叶包装,为非遗走进民间生活和传承提供了新思路。

注 释

- ①图 1 来源: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1746925268785965401&wfr=spider&for=pc>
- ②图 2 来源: <https://www.libangpackaging.cn/h-nd-88.html>
- ③图 3 来源: <https://www.libangpackaging.cn/h-nd-88.html>
- ④图 4 来源: <https://www.cgdaward.com/online-exhibition/index.php?show--cid-1-id-1009.html>

参考文献

- [1] 黄闽倩. 生态美学视域下的中国“茶”文化研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京林业大学, 2021.
- [2] 方燕燕. 古代茶文化与茶叶包装形态[J]. 炎黄地理, 2021(9): 94-96.
- [3] 冷益虎. 中国茶文化在茶叶包装设计中的应用[J]. 福建茶叶, 2022, 44(2): 166-168.