

刍议汉中仙毫茶叶包装设计

杨尧

(陕西理工学院, 陕西 汉中 723000)

[摘要]汉中仙毫茶叶品牌的统一使多年困扰汉中茶产业发展的品牌多、杂、乱的问题得以逐步解决,为进一步发展汉中茶产业奠定了良好的基础。但目前市场上汉中仙毫茶叶包装设计还存在一些问题,影响着汉中茶叶品牌的进一步发展。应以汉中茶叶品质特色为基础,结合地域特点及历史文化背景,设计特色鲜明的汉中仙毫茶叶包装。

[关键词]茶叶品牌;汉中仙毫;包装设计

[中图分类号]J524.2 [文献标识码]A [文章编号]1005-3115(2010)16-0080-02

作为我国著名的古老茶乡,汉中产茶历史悠久,文化底蕴厚重。2005年起,汉中市政府启动了茶叶品牌整合工作,将各个县区茶叶品牌由最初的20多个整合为“午子仙毫”、“定军茗眉”、“宁强雀舌”三个品牌。2007年,汉中市政府又以申请地理标志产品保护工作为契机,最终将茶叶品牌整合为“汉中仙毫”,并加大标准化生产技术培训,统一定点经营企业、经营门店门头标志,加强市场监管,规范经营秩序。汉中茶品牌的统一,解决了汉中茶产业品牌多、杂、乱等问题。但目前,市面上汉中仙毫茶的包装设计依旧处于各生产商、经销商“各自为战”的境地;包装总体水平良莠不齐,外形千篇一律,文化内涵表现肤浅;包装陈旧,缺乏时代感;仿制和雷同现象普遍,难以形成品牌效应。这对进一步做大做强汉中茶产业构成了极大阻碍。因此,应以汉中茶叶品质特色为基础,结合地域特点及历史文化背景,设计特色鲜明的汉中仙毫茶叶包装,能有效提高汉中仙毫的文化内涵、市场认可度,推动汉中茶产业的进一步发展。

一、汉中仙毫茶包装设计的基本原则

第一,安全原则。汉中仙毫属于绿茶,为保证其特有的茶形、色泽及品质,必须在包装设计时,考虑储藏、运输、展销、携带及饮用等方面的保护措施,确保茶叶在流通过程中完好无损。

第二,美观原则。优秀的包装设计还应当具有完美的艺术性,能给人以美的享受,从而赢得消费者的青睐。茶叶包装设计过程中,应当尽量除去无谓的视觉元素,注重强化视觉主题。

第三,促销原则。促进商品销售是包装设计最重要

的功能理念之一。好的汉中仙毫包装设计能够抓住消费者的视线,并充分激发其购买欲望。

第四,人性化原则。汉中仙毫的包装设计必须适应商品的储藏、运输、展销以及消费者的携带与开启等。包装设计要比例合理、结构严谨、造型精美,力求达到包装结构、功能齐全,外形精美,适应生产、销售和使用。

二、汉中仙毫茶叶包装设计中色彩的运用

汉中仙毫茶包装的色彩设计应当与绿茶的属性相配合,能使消费者联想出商品的特点、性能。汉中仙毫属于绿茶,其特点是色泽翠绿、香馥浓烈,具有“形美、色绿、香郁、味醇”四绝,是茶中极品。包装应选用绿色、蓝色等冷色调,使人有一种清新鲜爽的感觉。总之,汉中仙毫茶叶包装应当能够满足消费者的审美需求,表达消费者的情感心声。只要用色彩体现和诱发消费者的美好情感,就能激发他们的购买欲望。

三、汉中仙毫茶包装设计中的文字与图案

在包装设计中,文字是传达商品信息必不可少的组成部分。好的包装都十分重视文字的设计,优秀的文字设计不仅能传达商品的属性,更能以其独特的视觉效果吸引消费者。中国文字源远流长,经过历史的锤炼,岁月的琢磨,使汉字本身已具备了形象之美而达到了一定的艺术境界。茶文化与汉字书法均是中华民族智慧的象征,它们之间有着密切的联系,从汉字中的第一个“茶”字出现,就由书法字体写成。因此,用书法字体作为茶叶包装的视觉元素的确是恰到好处。书法字体应用到茶叶包装设计中并非随意照搬,必须经过反

复推敲及加工。汉中仙毫茶包装的文字一定要简洁明了,充分体现商品属性,不宜用过于繁琐的字体和不易辨认的字,太生硬、有尖角字体也不太合适。汉中仙毫茶是传统性和民族性较强的商品,中国的书法又有着悠久的历史,而且有很强的艺术性和观赏性,要适当运用书法来体现汉中仙毫茶丰厚的文化底蕴,体现汉中悠久的历史。

图案的运用能使商品更加形象、生动、有趣。设计师应充分借助设计因素所组合的视觉图形,使消费者产生丰富的联想,牵动消费者的情感,激发消费者的购买欲望。茶叶是一种民族性商品,在世界上,不同地区、不同民族的人对茶叶有不同的使用方法。可以运用一些中国画、装饰纹样、吉祥图案及民间剪纸等具有强烈汉中民族文化气息的图案来表现汉中仙毫的传统性。设计时可以将汉中传统文化符号运用现代设计手法,如将简化、夸张、对比、穿插、扩散等手法重新组合,使之具有汉民族性的同时又不失时代感,焕发出更迷人的风采。图案在茶叶包装设计中有画龙点睛的作用,能使汉中仙毫更加形象化。对于传统图案应该赋予它新的内容、新的生命、新的形势,应该把一种精神贯穿进去,体现一种神韵。传统应是一种风格,是一种时尚。可以用现代手法把传统的纹样进行变形,使之更具有现代味、更符号化、更简洁。真正传统的包装能给人一种有文化、有内涵、超凡脱俗之感。

四、汉中仙毫茶叶包装设计中的汉中烙印

包装作为一种文化现象,同艺术作品一样,也有属于它的时代与地区烙印。汉中位于陕西省西南部,北倚秦岭,南屏大巴山,地处我国南北分界线,素有“天汉”之美誉,是“汉家发祥地,中华聚宝盆”,历史久远,两汉三国文化厚重。在汉中仙毫茶叶包装设计领域,应当把汉中的历史文化、自然风貌、民俗习惯、名人典故等融入其

中。如汉王拜将、张良月下追韩信、定军古战场、石门十三品等,为汉中仙毫茶叶包装设计打下了深刻的汉中烙印,使包装以商品的属性兼顾文化与宣传的效果。

包装设计还应当把握时代脉搏。当今时代,商品的包装应凸显出三个特点:首先,包装设计应当符合消费者日益成熟的消费观念;其次,环保理念和健康理念日益成为当今世界的主旋律;再次,包装设计应当充分考虑当代人文因素。譬如,当今社会已经步入网络时代,包装设计需要充分考虑网络时代满负荷、快节奏的现代人对回归大自然的渴望。

五、汉中仙毫包装设计应当激起消费者的购买欲望

能够激发消费者的购买欲望,是汉中仙毫茶叶包装设计的最大成功。要想达到这一目标,需要设计者充分考虑商业、工业、艺术、心理等各方面因素,并且本着“构思—设计—实践—总结—完善—再设计”的原则,从实际出发,使汉中仙毫茶叶包装设计得到越来越多的消费者的接受与认可,形成品牌效应。应该看到,汉中仙毫茶的包装设计不仅仅是纯粹的艺术行为,而是多学科的综合体,设计者要以深厚的茶文化知识为基础,通过学习艺术设计学、市场学、销售学、经济学、消费心理学、结构材料学等相关知识,拓展、优化自身知识结构。总之,优秀的包装设计应该是大众化、国际化、市场化的设计,应该对消费者的视觉和心理都形成强大的冲击力,能够激起消费者强烈的购买欲望。

随着社会经济的发展,消费者不但要求茶叶本身具有优良品质,同时要求茶叶的包装造型美观、赏心悦目,而且还要有一定的知识性和艺术欣赏性。这样包装的茶叶不但满足了人们的物质享受,同时满足了人们的精神享受。从商品的角度来看,茶叶美观的包装设计造型,可以提高其经济价值。

[参考文献]

- [1]李大算.西乡茶话[M].西乡:西乡教育出版社,2006.
- [2]张大鲁,吴钰.包装设计基础与创意[M].北京:中国纺织出版社,2006.
- [3]王伟建.黑龙江包装行业绿色意识的建构[J].艺术研究,2009,(2).
- [4]康立新.4R标准与黑龙江包装文化的思辨[J].艺术研究,2009,(2).
- [5]李晓民.绿色印刷——黑龙江现代包装的革新之路[J].艺术研究,2009,(2).
- [6]王伟.保护生态环境需要绿色包装[J].中国高新技术企业,2007,(10).
- [7]周承君.关于绿色包装的深层次探索[J].科技创业月刊,2007,(9).
- [8]梁彤.论商品包装设计的公益性[J].包装工程,2007,(7).
- [9]牛玖荣.自然辩证法在包装设计中的体现[J].包装工程,2007,(2).
- [10]胡海萍.中国传统艺术在现代包装装潢设计中的应用[J].包装工程,2005,(5).