

古典窗棂元素在茶叶包装设计中的运用

朱琼芬

(上海邦德职业技术学院, 上海 200444)

摘要: **目的** 探析古典窗棂元素在现代茶叶包装设计中的传承和创新运用。**方法** 从窗棂元素的主要表现形式和现代茶叶包装设计发展趋势入手, 分析古典窗棂元素在图形表现、色彩挑选、材料使用和意蕴构建四个方面在现代茶叶包装设计运用中所达到的艺术效果及对中国茶道精神的深度阐释。**结论** 融合了现代设计理念和技巧的古典窗棂元素构建了茶叶产品包装设计的新风格, 对提升产品品牌价值, 传播文化信息, 弘扬民族特色具有重要意义。传统文化与现代设计理念的融合是实现艺术个性和民族风格统一、提升商品附加值和文化内涵双重功能的必由之路。

关键词: 窗棂; 包装设计; 茶叶

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)18-0046-05

Applications of Classic Window Lattice Element in Package Design of Tea

ZHU Qiong-fen

(Shanghai Bangde Vocational College, Shanghai 200444, China)

ABSTRACT: It explores the inheritance and innovation of classical lattice elements in modern packaging design of tea. Based on the main forms of lattice elements and modern tea packaging design trend, it analyzes the application of classical lattice elements in package design of tea from four aspects: graphics performance, color selection, material use and connotation building. By integrating with modern design concepts and techniques, classic lattice elements constructs a new style of tea packaging design, which helps enhance the brand value, transmit product information, and thus plays an important role in expressing national characteristics as well as Chinese traditional tea culture. Furthermore, the combination of traditional culture and modern design concepts has become a necessary approach for national packaging design to innovate and realize its artistic and national unity, as well as to promote the dual function of the additional value and cultural connotations.

KEY WORDS: Window lattice; package design; tea

茶叶作为中国社会生活中必不可少的流通商品和传统文化的标志性载体, 茶叶产品的包装设计不仅要实现其作为一般商品所必备的购买吸引力和转换力, 而且还要实现其作为特殊文化商品所蕴含的文化感情诉求功能、文化价值附加功能以及文化内涵信息传播功能。窗棂作为中国传统建筑艺术中极具审美价值的精华元素, 其精美的纹案、精致的造型、丰富的形式和强烈的艺术韵味也使其成为现代商品包装设计中常见的古典文化内涵外现的图形和符号^[1]。由此, 将窗棂元素符号运用到茶叶包装设计中, 使建筑元素符号本身所具备的鲜明文化媒介特征融入到产

品内涵信息中^[2], 加之现代包装设计的多样表现形式、设计手法和技巧, 着力突显茶道精神与茶叶产品的有机契合^[3], 从而达到进一步塑造商品品牌的整体形象, 提升文化附加价值, 对于弘扬民族传统历史文化、彰显地域文化特色也具有重要意义。

1 窗棂和窗棂元素

作为我国悠久的建筑历史中生动的艺术载体, 窗棂这一独特的建筑装饰语言通常运用于古典园林和现代室内装饰设计中。通过简化和深化古典窗棂的几

收稿日期: 2017-05-10

作者简介: 朱琼芬 (1984—), 女, 上海人, 硕士, 上海邦德职业技术学院讲师, 主要研究方向为环境艺术设计与理论研究。

何构建，提炼这一建筑元素的文化外延信息，以图形符号的方式突破空间的局限，实现符号化和平面化转化，向传播主体传递其功能性和艺术性信息，并最终接受元素所蕴含的象征意义和文化内涵^[4]。

1.1 窗棂的缘起和演变

古典窗棂历史悠久，是中国建筑文化中活跃的建筑构件，窗棂的构成见图 1（图片来自《中国传统窗

棂》）。窗棂起源于先秦时期，最初只有功能性作用；汉代开始出了结构简单的窗户——直棂窗；魏晋时期，直棂窗迅速普及，并具有了真正的美学意义；唐宋时期，窗的装饰手段日渐完善成熟，开始实现功能性向装饰性的重心转移；明清时期，窗棂装饰艺术达到巅峰，形式多变、花样繁多的窗棂造型成为窗饰艺术的核心^[5]。

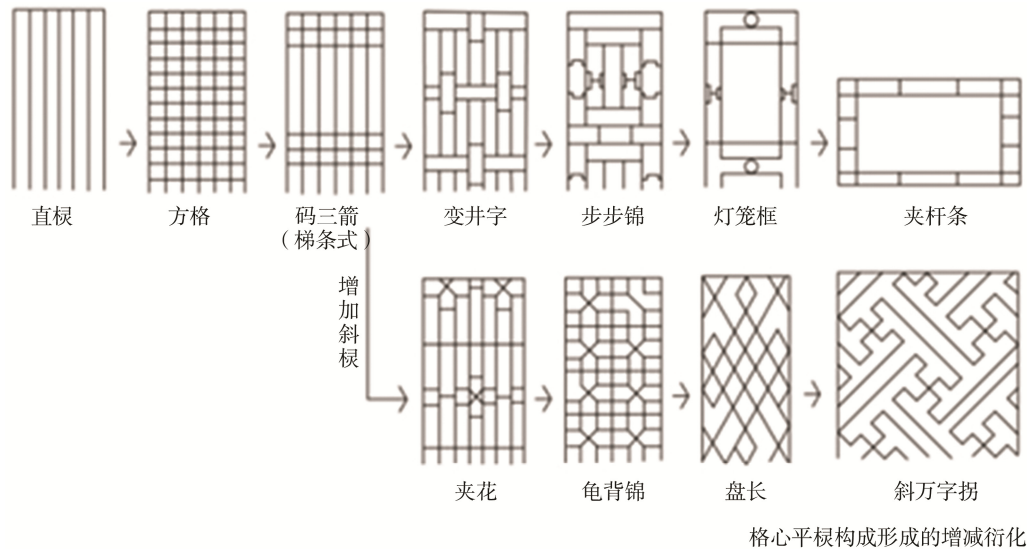


图 1 窗棂的构成
Fig.1 Structure of window lattice

1.2 窗棂元素的文化内涵解析

在北方官式风格和江南民间风格两大派园林建筑艺术的逐渐形成过程中，窗棂纹样不断融入南北审美特点和艺术特色，忠、孝、仁、义等儒家核心思想及福、禄、财、寿等大众心理。在纹样上由直棂逐渐发展为方格、码三箭、变井字、步步锦、灯笼框、夹杆条等图案，后来又增加了斜棂、杂花、龟背锦、盘长、斜万字拐等样式，并被赋予了鲜明的社会等级色彩；在形态上，形成花鸟飞禽等多种窗格内容，通过象征、拟人等手法，按照阴阳五行、动静虚实、疏密臧露等辩证思维组合。例如龟背锦绣将仿生原理，将龟背图形抽象处理形成窗棂，因为龟是长寿的元素体现，因此龟背锦绣窗棂通常用于长者房间窗饰上；冰裂纹取形于冰块碎裂，寓意寒冷和忍耐，同时又取“碎碎平安”的谐音，常见于书房的窗饰。古典窗棂所散发出的特有的文化神韵、饱经沧桑的历史沉淀感、和谐自然的情趣美感，以及吉祥如意的情感气息，使其成为体现民族审美意象内涵的特色部分，广泛运用于商品包装设计中^[6]。

2 茶叶包装设计的发展趋势

随着经济文化的发展，茶叶产品的包装已经由最

初的简单防护、方便储运的功能，逐渐地衍生出兼顾文化性、科学性、经济性和环境友好性等众多功能，不仅要满足保存茶叶新鲜完整的品质、适应消费者的多层次购买需求，凸显茶叶品牌的经营理念，还要传播茶文化中所蕴含的中国传统价值取向^[7]。但与此同时，避免传统文化元素的重复堆砌使用和由此带来的审美疲劳，加大不同系列和品牌的茶叶包装设计之间的相异性，不落窠臼，彰显个性，也成为茶叶包装设计的发展趋势。加速传统文化与现代设计理念的融合，在秉承传统设计风格的同时，大胆采用现代设计手法和技巧，引入西方文化元素，创新运用传统文化元素，从而构建茶叶产品包装设计的新风格。

2.1 传统茶文化与现代设计理念的融合

作为传统文化的核心和灵魂，茶道精神讲求清、静、雅、和，追求茶事活动中哲理、伦理和道德的陶冶，以达到精神和人格的提升完善，实现天人合一的最高境界^[3]。为了凸显茶叶商品与茶道精神的高度契合，实现商品文化附加值，越来越多的茶叶包装更为注重融合传统与现代相融合的设计理念，在呈现传统的视觉元素同时，带入强烈的时代感，以更为多元的设计风格体现商品本身的茶道精神。甚至以简约化生活为口号的西方设计理念也逐渐融入现代茶叶

包装设计中——造型多样,图样简洁,颜色丰富,英文装饰,在传递传统茶文化的基础上,主体设计更为简洁生动,赋予了产品全新的文化意义和内涵理念。

传统与现代并不相悖,相反,遵循传统茶道精神,通过借助不同设计理念更能有助于重竖茶叶包装的独立精神,提升品味,强化个性,达到简洁而不简单、有文化而不奢华、有品味而不乏味的艺术效果,并最终突显产品所蕴涵的茶道精神。

2.2 传统设计元素的传承和超越

在传统茶叶包装设计中,通常选用绿、蓝、黄为主要包装色彩,来展现古朴雅致的风格;在包装结构外形上,则沿袭国人四平八稳、温柔敦厚的心理,通常选用长短相宜的方形结构;在平面构图上,讲究“中轴”意识,习惯以中轴线为中心向两端或上下推进,以达到左右均衡对称或上下均衡堆成的视觉感;在茶叶包装的图案运用上,传统文化元素如祥云、金龙、中国结、窗棂、窗锦、纹样,通常出现在内外包装之上,以传达中国古典的神韵;在茶叶包装的意境设计上,通常遵循“天人合一”的道家思想,多以山、水、云、木等自然景观,或竹、兰、梅、菊等自然植物为关照对象,追求寄情于山水、自然即美的价值取向;在包装字体方面,设计师通常采用书法艺术,或淡墨勾划凸显宁静祥和的境界,或浓墨重彩彰显沉稳大气的意境^[8]。

精美雅致的古典传统文化元素固然能满足现代人日渐提高的美学需求,但千篇一律、求同从众的设计风格也使得茶叶包装设计识别度低,反而桎梏了品牌和中国传统文化的传播。现代茶叶的包装设计已经意识到了这个问题,开始从文化元素的选取、汉语文字图形设计、色彩搭配运用和包装图案设计等方面入手,打破传统设计风格的制约,删繁就简,大胆引进西方文化元素,充分运用现代色彩和形象语言对中国传统文化元素重新再造,达到简约、明快、活泼的现代风格以及个性化和差异化的艺术效果。

3 窗棂元素在茶叶包装设计中的继承和创新

在传统茶文化的基础上,传承古典窗棂图案的本质精髓,提取关键设计元素,引入现代表现理念,采用多种创作技巧和手段,从图形的再现和重构、色彩的采集和凝练、材料的综合运用与意境的融合和寄托四个方面来革故鼎新,突显茶道精神的定位,实现其艺术个性和民族风格的统一,完成提升商品附加值和文化品味的双重功能。

3.1 图形的再现和重构

传统窗棂图案多样,历史信息丰富,文化内涵深厚,具有浓厚的社会历史内涵。在考虑到茶叶包装的

性能和主体消费人群的特点后,分析传统窗棂图形和内涵外延,提取图形表现的主要形式和精华,结合商品自身特点和定位,通过重复、增减、解构和重构等手法融入现代设计元素,打造出简洁明快、符合现代审美精神的个性化设计^[6]。

比如铁观音茶叶包装见图2,此款茶叶设计外包装以白绿双色为主色,狂草书法清风二字飘逸灵动,潇洒奔放,兼之大量的留白,宁静浑厚,给人以无限的联想空间。画龙点睛之笔则是正中的正八边形圆镜冰裂纹窗棂图案:图案居中暗合了中国传统文化中“中和”的审美意向,显得设计庄重大方,古朴雅致;正八边形外框暗合道家八卦五行方位图,取其“天人合一”之意;冰裂纹图案寓意冰清玉洁,清逸出尘,岁岁平安;圆镜图案含有吉祥团聚之意;镂空雕刻使得整体造型更具立体感和空间感。



图2 铁观音茶叶包装
Fig.2 Package of Tieguanyin Tea

在传统窗棂图案元素的基础上,设计师又进行了有机重构,突显茶道精神,达到了耳目一新的艺术效果。传统冰裂纹图案也称劈柴纹,线条错落无序,散而不乱,而在此包装中,设计师明显同型异构,调整了窗棂线条的布局,显得错落有序,窗格之间相似但不相同;同时缩小了传统此类图案中圆镜大小的比例,使整个图形既相似于传统的剪纸窗花,又相似于冬日的雪花棱片,从而营造出冬日落雪、故友相聚、以茶言志、欢聚一堂、其乐融融的艺术意境,巧妙诠释了茶道精神中以茶敬客、天地人和的自然境界。

3.2 色彩的采集和凝练

色彩在产品包装设计中极为重要,不仅直接刺激消费者视觉感官,从而影响消费者对商品质量的信任感和购买欲,而且还能强化产品属性,美化产品并提高产品价值,促进产品的销售^[9],因此,在众多的茶叶类别和品牌中,要想增强品牌的辨识度,激发强烈的视觉刺激,从而促进消费意愿的产生,就必须跳出传统茶叶包装用色体系,革新色彩组合和搭配,赋予设计全新的精神。古典窗棂作为经典建筑装饰结构,

多为木质色系，而在茶叶的包装设计中，窗棂的颜色则可根据产品的特性和设计定位，进行多元化的组合和搭配，带给消费者别样的视觉感受。

如茶之味铁观音茶叶包装见图 3，产品的外包装选用硬度较高的纸板盒为材料，给人高端、厚重的直观感受；同时以传统窗棂图案中的冰裂纹为构图主体，纹样如同被冰击破所呈现出的碎裂状，碎片重叠覆盖，产生了强烈的立体效果，有效拉伸了空间的层次感，塑造出悠远的历史感和凝重的文化感，商品名称茶之味位于包装正中，大气中和。值得称道的是该设计在窗棂纹案的颜色上没有采用统一的色彩，而是提取不同纯度的茶叶色，着力突出冰裂纹的通透感，从而营造出古朴而又强烈的时代感和动态感，营造出清静自然、绿色健康的精神境界。

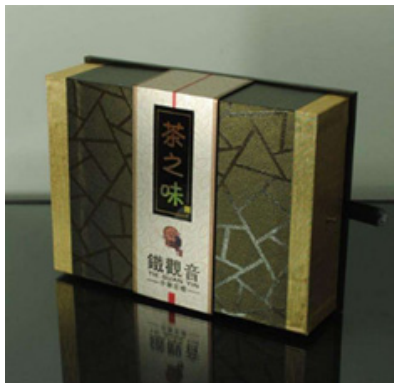


图 3 茶之味铁观音茶叶包装
Fig.3 Package of Tieguanyin tea

3.3 材料的使用与综合

传统的茶叶包装材料为铁盒、纸袋、纸盒、塑料袋，近些年，古色古香的木质包装和清新典雅的陶瓷包装也开始在市场上流行起来。在满足保持茶叶色、香、味、鲜的功能上，将包装材料通过雕刻、镶嵌、书法、描金、丝绸印花等多种艺术手段，加强包装的美观性和文化性，提升商品的文化附加值^[10]。综合法是指根据产品定位和材料的属性特点，将多种材质综合运用，利用材料自身不同的肌理，产生多层次的视觉反差，从而引起消费者对材料细节的注意^[11]。

通过综合法，古典窗棂元素在茶叶包装中的呈现方式也更加多元化和精细化，达到了多层次的艺术效果，如凤泽奇针绿茶外包装见图 4，该茶叶包装打破传统绿、蓝、黄的色彩体系，大胆采用无彩色系中的灰色，带给人温和内敛、知性雅致的视觉感受；银色祥云印花低调含蓄，衬托主色的高雅稳重，同时传递着吉祥如意的寓意；采用拐子纹中的步步锦，寓意事事成功，步步高升^[10]；带有品牌名称的立体书法雕刻位居正中，传统出传统茶叶包装中“中正人和”文化心

理。整体设计造型端庄大气，古朴敦厚，包装材料的综合运用更是为整体包装增添了古朴奢华的质感，厚纸板制成的纸盒与木质空雕窗棂组合运用，相得益彰。纸质外盒自然轻便，木质雕刻细腻雅致，有效避免了灰色色彩可能带来的沉闷感和呆板感，以及全木结构可能会带来的沉重感。木质镂空窗棂使人仿佛置身于园林建筑中，给人以迫不及待地想探寻轩窗之后实物的心理感觉。纸质和木质两种不同的视觉和触觉美感，让消费者切实感受到“物外之趣”，体会到品牌所传递的稳重雅致、层层有序、丝丝入扣的设计理念。

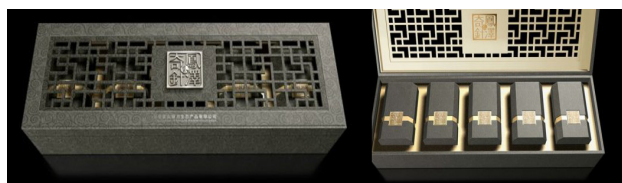


图 4 凤泽奇针绿茶外包装
Fig.4 Outer package of green tea

3.4 意蕴的融合与寄托

中国深厚悠久的茶文化对茶叶包装设计中意蕴的传达提出了较高的要求：不仅外在形式赏心悦目，而且内涵意蕴也必须让人回味无穷。山水之美、天地之妙、理想之超然、生活之怡然都通过情景结合、动静结合以营造出“天地人和”、“天人合一”的品茶问道的哲学和美学境界，从而让消费者在获得物质享受到同时，也领略到更高层次的精神享受。古典窗棂本身就饱含丰富的情感信息、历史积淀和文化内涵，因此成为茶叶包装设计中意蕴的主要传递方式之一也理所当然。

以光照人铁观音茶叶包装为例见图 5，主体包装沿袭了传统的方形设计和绿色主色，整体显得清新活泼，明快柔和。绿色渐变色从上至下由深至浅，带个人由近及远的视觉空间感；红色如意锦带，将上半部分的空间隔成两半，宋体书法工笔细腻有力，增加了文化感的同时，书法线条与红色锦带构成了一幅花红柳绿，春风拂面，绿草如茵的画面。与上半部分的“春色暖阳图”遥相呼应的便是下半部分的窗棂。该图采用的是圆窗拐子纹中的套云纹，寓意祥和宁静，与世无争，潇洒脱俗。更令人称赞的是设计师将窗棂用作隔断，却隔而不断，环绕着青花瓷色的茶具，产生了由近及远的视觉距离，貌似从窗外看到窗内雅士品茶的场景。由此，一幅完整的春日茗品图跃然纸上，窗外春意盎然，窗内茶香悠悠，香飘万里。动静结合，情景相融，通过构造舒适、自然、和谐的意蕴，巧妙而又雅致地将天人合一的茶道精神与商品品牌的文化理念传递给消费者。



图5 光照人铁观音茶叶包装
Fig.5 Package of Tieguanyin Tea

4 结语

古典窗棂作为传统文化中最具代表性的设计语言之一,为富有文化特色的茶叶包装设计带来了丰富的灵感和充沛的文化气息^[12]。在传统工艺基础上,围绕传统茶文化,通过图形的再现和重构、色彩的采集和凝练、材料的综合使用和意蕴的寄托和融合四个方面将传统窗棂艺术渗透到现代茶叶包装设计审美中,着力突显产品的茶道精神,达到新旧交融、推陈出新的艺术效果。重新排练组合设计元素,大胆创新元素组合方式,将不同种类材料结合使用并通过新的装饰手法将传统窗棂元素渗透到茶叶包装设计中,为创造富有时代特色的茶叶包装设计无疑提供了新鲜视角和思路,实现了文化价值、艺术价值和实用价值的再统一,也为中国品牌包装设计走出国门,走向世界提供了参照^[13-14]。

参考文献:

- [1] 李立锋. 中国传统文化元素在茶叶包装设计中的运用[J]. 艺苑, 2012, 3(11): 105—107.
LI Li-feng. Application of Chinese Classical Cultural Elements in Packaging of Tea[J]. Forum of Arts, 2012, 3(11): 105—107.
- [2] 于菁菁. 建筑空间符号的传播学解读[D]. 重庆: 西南政法大学, 2013.
YU Jing-jing. Interpretation of the Symbol of Architectural Space by the Communication Study[D]. Chongqing: Southwest University of Political Science and Law, 2013.
- [3] 张文莲. 中国茶文化与现代茶叶包装设计[D]. 苏州: 苏州大学, 2007.
ZHANG Wen-lian. Tea Culture and Modern Tea Packaging Design in China[D]. Suzhou: Suzhou University, 2007.
- [4] 藤秀夫. 传统园林建筑中窗棂纹饰在现代室内设计中的运用[D]. 扬州: 扬州大学, 2013.
TENG Xiu-fu. An Application of Traditional Window Lattice Graphics in Modern Interior Design[D]. Yangzhou: Yang Zhou University, 2013.
- [5] 朱琼芬. 中国传统窗棂装饰图案的现代融合[J]. 才智, 2016, 20(1): 224—225.
ZHU Qiong-fen. Modern Combination of Chinese Traditional Decorative Window Lattice Graphics[J]. Intelligence, 2016, 20(1): 224—225.
- [6] 文瑞青, 余敏. 中国古门窗艺术与包装设计[J]. 艺术与设计理论, 2009, Z1(11): 112—114.
WEN Rui-qing, Yu Min. The Door and Window's Art of Chinese and Packing Design[J]. Art and Design, 2009, Z1(11): 112—114.
- [7] 李继侠. 中国古典建筑装饰元素在包装艺术中的应用[J]. 包装工程, 2016, 37(22): 181—185.
LI Ji-xia. Application of Chinese Classical Architectural Decorative Elements in Packaging Art[J]. Packaging Engineering, 2016, 37 (22): 181—185.
- [8] 金菁. 徽州古民居建筑图形符号在茶叶包装设计中的运用[D]. 广州: 华东理工大学, 2015.
JIN Jing. Graphical Symbols for Huizhou Ancient Dwellings in Application Study of Tea Packaging Design[D]. Guangzhou: East China University of Science and Technology, 2015.
- [9] 高秦艳, 葛颂. 商品包装设计[M]. 北京: 中国海洋大学出版社, 2014.
GAO Qin-yan, Ge Song. Commodity Package Design[M]. Beijing: China Ocean University Press, 2014.
- [10] 闭郭华, 段燕飞. 民族化包装设计形式研究[J]. 美术大观, 2011(18): 33—35.
BI Guo-hua, Duan Yan-fei. Study on the Packaging Design National Form[J]. Art Panorama, 2011(18): 33—35.
- [11] 黄静, 黎彦希. 包装设计中意境的营造[J]. 包装工程, 2010, 31(20): 120—122.
HUANG Jing, LI Yan-xi. The Construction of the Artistic Conception in Packaging Design[J]. Packaging Engineering, 2010, 31(20): 120—122.
- [12] 陈益平. 中国传统窗棂艺术在现代设计中的运用[J]. 现代教育, 2007(18): 178.
CHEN Yi-ping. Application of Chinese Traditional Window Lattice Art in Modern Design[J]. Modern Education, 2007(18): 178.
- [13] 罗方, 戴向东, 黄艳丽. 设计策略对品牌价值提升的驱动性研究[J]. 包装工程, 2016, 37(4): 168—171.
LUO Fang, DAI Xiang-dong, HUANG Yan-li. Key Role of Design Strategy in the Brand Value Enhancement[J]. Packaging Engineering, 2016, 37(4): 168—171.
- [14] 孙宝瑞, 黄一玲, 高剑宇. 时尚潮流环境下的茶叶包装现代化设计研究[J]. 设计, 2016, 29(7): 18—19.
SUN Bao-rui, HUANG Yi-ling, GAO Jian-yu. Study on the Modern Design of Tea Packaging in Fashionable Environment[J]. Design, 2016, 29(7): 18—19.