

# 基于传统手工艺的茶产品包装策略研究

周雅琴, 王佳瑞, 刘虹, 郑敏婕

(天津理工大学, 天津 300384)

**摘要:** **目的** 以传统手工艺为切口, 剖析茶产品包装在乡村振兴和听障帮扶上的设计价值, 研究符合当下实用审美的融通策略。**方法** 通过剖析茶产品包装的内容物、包材材质、形态等组成要素, 挖掘传统手工艺与茶产品包装对应的融通点位, 推演出严谨的融通策略模型, 着重在“艺”的视觉设计层面打造肌理与造型, 选取可行性的工艺材料, 形成可实施的仿生、环保、溢价3项融通策略。**结论** 茶产品包装设计的融通策略, 在提升传统手工艺设计占比的同时, 实现了茶产品包装的设计价值与文化价值。

**关键词:** 茶产品包装; 传统手工艺; 仿生设计; 环保材料; 溢价设计

**中图分类号:** TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)20-0322-08

**DOI:** 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.20.038

## Tea Products Packaging Strategy Based on Traditional Handicraft

ZHOU Ya-qin, WANG Jia-rui, LIU Hong, ZHENG Min-jie

(Tianjin University of Technology, Tianjin 300384, China)

**ABSTRACT:** Based on traditional handicraft, this paper analyzes the design value of tea products packaging in rural revitalization and hearing-impaired assistance, and studies the integration strategy in accordance with the present practical aesthetics. By analyzing the contents, materials, forms and other elements of tea products packaging, this paper excavates the integration points between traditional handicraft and tea products packaging, deduces a rigorous integration strategy model, focuses on creating texture and style at the visual design level of art, selects feasible process materials, and forms three integration strategies that can be implemented in bionics, environmental protection and price premium. Conclusions could be drawn that the integration strategy in tea products packaging design not only promotes the proportion of traditional handicraft design, but also realizes the design value and cultural value of tea products packaging.

**KEY WORDS:** tea products packaging; traditional handicraft; bionics design; environmental protection materials; price premium design

2020年我国茶叶产量接近220吨,较去年增幅为8.69%,市场销售额突破2888.84亿元,茶叶消费群体超过4.9亿,形成千亿级别的茶产品生产与消费市场,2011—2020年中国茶叶销售总量见图1。产品之间的区别,透过包装策略便能一决高低。茶产品作为乡村的重要产业,需要适宜的包装策略才能真正帮扶农产品提升综合价值。为了更好地落实乡村振兴与帮扶,以传统手工艺作为突破口对茶产品包装进行升

级与更新。

传统手工艺是指以手工的方式对自然物进行加工与改造的一种生产方式,也是手艺人造物智慧和文化的物化遗存。中国传统手工艺经过古代、近代、现代的演变,已有上万年历史,始于对木、石、竹等最原始自然物的加工与利用。手工艺伴随农耕文化逐步发展起来,并逐步开始细分渗透到各行各业中,其技术水平也随之演进不断发展而成熟,到明清时期,

收稿日期: 2021-07-02

基金项目: 国家级大学生创新创业训练计划《无声铸就富裕梦 聋健融合助推兴茶扶贫》(202010060014); 天津社科基金项目《传统文化在聋人高等艺术教育中的传承与创新研究》(TJJX18-007)

作者简介: 周雅琴(1981—),女,湖北人,硕士,天津理工大学副教授,主要研究方向为视觉传达设计理论与创新方法研究。

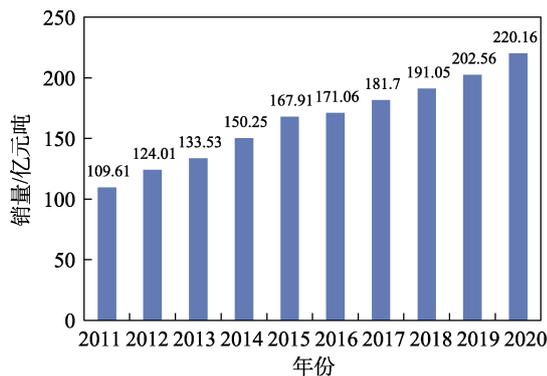


图1 2011—2020年中国茶叶销售总量

Fig.1 Chinese total sales of tea from 2011 to 2020



图2 六堡茶传统手工艺包装

Fig.2 Liubao tea traditional handicraft packaging

人文艺术的兴盛将传统手工艺推向发展的高峰。随着农耕文明孕育而生的还有茶叶种植与制茶技术，而手工艺的不断进步，使茶产品包装的设计审美意识也随之形成。茶产品发展至今，需将包装设计与传统手工艺相结合，在人文艺术与社会文化上实现双重价值。

## 1 茶产品包装设计的的发展

“茶”是我国传统文化体系中重要的文化要素，涵盖了茶叶、茶点等产品形态层面，种采、制茶等技术层面，也包括茶艺、茶道、茶礼等精神礼仪层面<sup>[1]</sup>，茶产品包装的整体策略将茶文化衍生得更加多元，从而更好展现出其包装的实用美学。因此，需要突破茶包装的传统形态，使茶产品产生文化层面的溢价价值。

茶产品包装形态的沿革经历了茶饼包装、茶末包装、散茶包装和现代茶产品包装4个阶段<sup>[2]</sup>。近现代以来，茶产品种类逐渐丰富，部分茶产品包装虽秉承了手工艺的艺术形态，但没有做到与时俱进，如曾经为节省运输成本以“大竹箩”包装的六堡茶，仍采用传统的竹编包装，在防潮储存及物流方面仍有所欠缺，需要根据现状进行改进，六堡茶传统手工艺包装见图2。随着手工艺的热潮，手工茶具也成为消费热点，茶具作为个性化与审美情趣的体现，是茶产品必不可少的一部分，但部分手工茶具仅还原了手工艺的



图3 传统手工茶具

Fig.3 Traditional handicraft tea sets



图4 传统手工艺普洱茶包装设计

Fig.4 Traditional handicraft pu'er tea packaging design

原始形态，图案老旧，并未根据当下审美需求进行创新设计，传统手工茶具见图3。此类包装设计需以创新策略提升设计与文化价值，与传统手工艺设计融合发展，促进茶产品包装的升级迭代，传统手工艺普洱茶包装设计见图4，在保留传统竹编手工艺的同时，也考虑到现代审美与需求。产品体积小便于携带，展现出传统手工艺的独特魅力。

传统手工艺作为包装设计的策略有着悠久的历史 and 深厚的根基。传统手工艺来源于自然的场域，手工艺是艺人“手”的艺术，是最具“温度”的匠心之作，在文化复兴与文化自信建设的当下，更符合实用审美的文化需求。茶产品包装设计的策略根据文化属性逐渐重视传统手工艺的融入。因此茶产品的包装策略可从茶文化和受众认知中提取设计元素，以传统手工艺作为切口形成独特的设计符号，研究出具备文化特色和形态创新的茶产品包装，产生实用与审美兼顾的溢价，实现传统手工艺再生与茶产品热销的双赢目标。品牌“武夷瑞芳”2020年茶包装设计见图5，采用以承载温度的手工“措铜”技艺呈现于天然的木材之上，纹理独一无二，将传统的手工艺与现代设计结合，在满足消费者精神文化需求的同时，也交织出原初的工艺之美，肯定了传统手工艺为设计创新带来的可行性策略<sup>[3]</sup>。



图5 “武夷瑞芳”2020年茶包装设计  
Fig.5 “Wuyi Rui Fang” tea packaging design in 2020

## 2 传统手工艺融入茶产品包装策略的创新发展

茶产品与传统手工艺有着天然的契合度,传统手工艺是依靠自然产物孕育而生的,受地理气候、人文环境等因素造就了多样化的地域特征,传统手工艺是真实反映自然地貌的实用美学。将传统手工艺融入茶产品包装策略中,不仅能凸显茶产品的地域文化属性,还能拓展社会价值,是茶产品包装设计策略的重要价值。

### 2.1 依托手工艺的茶产品包装,助推乡村振兴

传统手工艺是“工”与“艺”的结合,即包含技术与艺术两个方面<sup>[4]</sup>。传统手工艺受工业化影响的冲击,逐渐没落,其根本问题不是“工”的落伍,而是“艺”的停滞,传统手工艺不应局限在独立的造物艺术框架之内<sup>[5]</sup>。2018年党中央发布《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》,将农业农村工作提升到战略高度,提出“打造一乡一业,一村一品的发展格局,大力推动农村地区实施传统工艺振兴计划”<sup>[6]</sup>。在这个千亿级的茶产品消费市场里,传统手工艺可凝聚产品文化,产品可助推乡村的发展。

近年来“新生代”群体成为茶文化消费的主力军,更注重精神层面的需求,呈现多元化的审美特点。因

此将“艺”附着在茶产品的包装上,通过设计的介入解决“艺”的落后,设计出传统手工艺的当下审美,融入茶产品的包装设计中<sup>[7]</sup>。基于传统手工艺与包装设计的融合程度,需要设计师与手艺人协同合作。设计师结合传统手工艺的特点与形式进行茶产品包装的创新构想,手艺人参与茶产品包装的艺术创作,在协同合作的过程中不仅能将“工”得以传承,还使“艺”得到创新发展,为传统手工艺和茶产品包装带来双向发展。2016—2020年德国iF奖中国手工艺类包装设计获奖率见表1。可以看出2018年国家推行乡村振兴政策以来手工艺类产品包装获奖率逐年增高,反映出各个行业对国家政策的响应以及对传统手工艺的重视。依托传统手工艺的茶产品包装受到设计市场和消费市场上的热捧,吸引了更多的创新创业留在乡村投入相关产业生产,将乡村的地域文化通过茶产品去展现,为乡村传统产业带来了新机遇,最终助力乡村振兴。

### 2.2 帮扶听障群体,增加就业机会

手工艺强调“手”作,为听障人士提供了新的发展平台。听障人士身体状况处于劣势地位,语言能力受限,只能通过“手”语交流。茶产品包装设计借助传统手工艺以手作锻炼听障人士的眼手协调能力,培养手工技能与生存技能,增进沟通交流,丰富其文化生活,并能够吸引更多特殊群体的加入。新的创业群体加入为手工艺的复苏,提供了创业创新平台。以传统手工艺为切入点,通过培育和发展更多有前景的社会创新项目,扩大范围,使传统手工艺的复兴从乡村延展到城市,促使大量特殊的群体进军商业领域,帮扶更多残疾人实现创收、提升自身价值。传统手工艺独特的文化内涵通过现代的设计手法与茶产品包装相结合,能吸引更多的听力障碍人群发出属于自己的“声音”,展现自身才华及创意,促使聋健融合,实现提升社会和经济的双重效益。

表1 2016—2020年德国iF奖中国手工艺类包装设计获奖率  
Tab.1 Award rate of Chinese handicraft packaging design of Germany iF Award in 2016-2020

时间	品类	品牌名称	机构	获奖率
2020	茶类	宋—山茶	林韶斌品牌设计	15%
2020	茶类	TEA OF MASTER FENG	深圳市祥聚源包装	15%
2020	茶类	泾阳茯茶包装设计	LITETE 品牌设计	15%
2020	食品类	“潮州三宝”	深圳火狼包装设计公司	15%
2019	茶类	Rhythm of Tea	致理科技大学	6%
2018	茶类	吉想茶	深圳武汉理工大研究院有限公司	5%
2018	酒类	十八酒坊酒	深圳祥聚源集团	5%
2018	酒类	五独·青瓷	凌云创意	5%
2018	酒类	心悠然	深圳甲古文创意设计有限公司	5%
2017	酒类	禅音小米酒	凌云创意	1%
2016	/	/	/	0%



图 6 “无声茶香”传统手工艺茶产品包装设计  
Fig.6 “Silent Tea Fragrance” traditional handicraft tea product packaging design



图 7 第三届“中国优秀创翼项目”代表项目展  
Fig.7 The third “China Excellent Creative Wing Project” representative project exhibition



图 8 第五届天津市创客马拉松银奖获奖  
Fig.8 The fifth Tianjin Maker Marathon silver award

项目“无声茶香·助推兴茶扶贫”于 2019 年在天津理工大学聋人工学院、校众创空间联合指导下正式启动，项目的设计服务主动对接福建省福鼎市与福安市，承担当地乡村振兴责任，品牌“福鼎白茶”“无声茶香”传统手工艺茶产品包装设计见图 6。团队通过前期大量调研，结合乡村文化元素并以福建当地传统竹编手工艺为依托，结合传统年画进行图形设计，根据大众的口味喜好深度研发出多种口味的茶产品并投入市场，深受年轻消费群体的喜爱。项目多次入围中国国际“互联网+”大学生创新创业项目、挑战杯等多个校级、市级、国家级项目，并获得 2020 年“挑战杯”天津市大学生创业计划银奖，获得了市场与社会的认可。第三届“中国优秀创翼项目”代表项目展见图 7，第五届天津市创客马拉松银奖获奖见图 8。半年来培训帮助了数十余名聋人实现了自主就业，探索了残障群体与商业融合的多种可能。通过基于传统手工艺的茶产品包装设计来带动聋人学习一技之长，以文旅结合的方式，不断增进当地的经济收入，以残助残、聋健融合，使更多的听障人士展现自身社会价值，为其生活创造更多的可能性。

### 3 基于传统手工艺的茶产品包装融通策略研究

#### 3.1 融通策略模型推演

要实现茶产品包装上的传统手工艺融通策略模式，需要挖掘传统手工艺属性与茶产品包装要素之间的转译关系。挖掘茶产品内容物、包装材质与形态信息要素，提取茶产品包装视觉需求与技术需求的关键词，茶产品包装信息要素与制作需求见表 2。传统手工艺依据其性质特征分为雕塑、加工与制作、织染、编织轧制、刻绘、绘画 6 大类，其技术特征与茶产品技术指标相对应，传统手工艺信息要素见表 3。挖掘茶产品的技术指标与传统手工艺对应的融通点位，梳理茶产品的形态、内容物与技术需求从而推导出茶产品包装与传统手工艺融通策略模式，见表 4。

表 2 茶产品包装信息要素与制作需求  
Tab.2 Tea products packaging information elements and production requirements

C 内容物	茶产品信息要素			制作需求	
	M 包材材质	A 形态	种类	视觉需求	T 技术需求
c <sub>1</sub> 原叶茶	铝箔、铁、食品级聚乙烯、复合材料	A <sub>1</sub> 颗粒	福鼎白茶、西湖龙井、早春银毫等	美观、精致	t <sub>1</sub> 避光、t <sub>2</sub> 防潮
c <sub>2</sub> 饼茶/砖茶/沱茶	棉纸	A <sub>2</sub> 块状	云南七子茶饼、普洱沱茶、福鼎白牡丹茶等	创意、美观	t <sub>3</sub> 透气、t <sub>1</sub> 避光
c <sub>3</sub> 袋泡茶	棉纸、尼龙、玉米纤维	A <sub>1</sub> 颗粒	桂花乌龙茶、玫瑰红茶等	简洁、实用	t <sub>2</sub> 防潮、t <sub>3</sub> 透气
c <sub>4</sub> 冲泡茶	食品级聚乙烯、玻璃	A <sub>2</sub> 块状	花草茶、果茶等	可视、美观、简洁	t <sub>4</sub> 可视、t <sub>6</sub> 便携
c <sub>5</sub> 速溶茶粉	铝箔、塑料复合软包装	A <sub>3</sub> 粉末	柠檬红茶、茉莉花茶等	潮流、创意、美观	t <sub>6</sub> 便携、t <sub>5</sub> 密封
c <sub>6</sub> 浓缩茶原液	铝箔	A <sub>4</sub> 液体	茉莉绿茶、果茶等	潮流、创意、美观	t <sub>5</sub> 密封、t <sub>2</sub> 防潮
c <sub>7</sub> 茶饮	铝箔、食品级聚乙烯	A <sub>4</sub> 液体	柠檬红茶、奶茶等	潮流、创意、美观	t <sub>5</sub> 密封、t <sub>2</sub> 防潮

表3 传统手工艺信息要素  
Tab.3 Traditional handicraft information elements

s 雕塑	m 加工与制作	t 织染	b 编织	e 刻绘	p 绘画
木雕	陶瓷制作	缝纫	扎制	剪纸	版画
玉雕	金属加工	刺绣	竹编	皮影	年画
奇观彩塑	髹漆	蜡染	草编	灯彩	壁画
小型泥人	家具制作	印花布	柳条编	窗花	灯笼画
建筑石雕	文房用品制作	土布	秫秸编	礼花	扇面画
金属铸雕		织锦	麦秆编		
面塑		挑花	棕编		
		补花	纸编		

表4 茶产品包装与传统手工艺融通策略模式  
Tab.4 Integration strategy pattern of tea products packaging and traditional handicraft

A 形态	C 内容物	T 技术需求	策略模式	
A <sub>1</sub> 颗粒	C <sub>1</sub> 原叶茶	T <sub>1</sub> 避光—s、m、t	A <sub>1</sub> C <sub>1</sub> s	A <sub>2</sub> C <sub>4</sub> e
A <sub>2</sub> 块状	C <sub>2</sub> 饼茶	T <sub>2</sub> 防潮—s、m、t	A <sub>1</sub> C <sub>1</sub> m	A <sub>3</sub> C <sub>5</sub> p
A <sub>3</sub> 粉末	C <sub>3</sub> 袋泡茶	T <sub>3</sub> 透气—t、b、e、p	A <sub>1</sub> C <sub>1</sub> t	A <sub>4</sub> C <sub>6</sub> s
A <sub>4</sub> 液体	C <sub>4</sub> 冲泡茶	T <sub>4</sub> 可视—b、e	A <sub>1</sub> C <sub>3</sub> t	A <sub>4</sub> C <sub>6</sub> m
	C <sub>5</sub> 速溶茶粉	T <sub>5</sub> 密封—s、m、p	A <sub>2</sub> C <sub>2</sub> t	A <sub>4</sub> C <sub>7</sub> s
	C <sub>6</sub> 浓缩茶原液	T <sub>6</sub> 便携—s、t、b、e、p	A <sub>2</sub> C <sub>4</sub> b	A <sub>4</sub> C <sub>7</sub> p
	C <sub>7</sub> 茶饮			

在强调文化融入与文化自信的今天，茶产品包装设计应更注重对传统文化的解读，通过剖析茶产品包装的内容物、包材材质、形态等组成要素，挖掘传统手工艺中与之对应的融通点位，着重在“艺”的视觉设计层面对造型、原料、肌理和内容方面进行创新，为本土茶产品包装设计提供实施路径，验证了手工艺包装设计的可行性<sup>[8]</sup>。

### 3.2 传统手工艺结构的仿生策略

茶产品包装设计通过传统手工艺结构与表皮的仿生策略达到科学性、稳定性的同时带给了消费者视觉美感与文化内涵。生物结构是自然选择与进化的结果，具有精密性与鲜明的特征。传统手工艺结构的仿生策略是根据手工艺材料、技艺与地缘特点，找到与自然生物结构最佳的契合点，为包装结构造型增添了趣味性，给惯性形态包装以崭新的视觉面貌<sup>[9]</sup>。将生物最具特点的结构运用提炼、重组或夸张的表现手法通过手工艺进行再设计，使包装具有严谨的结构与天然的美感。常见的仿生类型有外形轮廓结构仿生法、骨架结构仿生法、壳体结构仿生法、网状结构仿生法等<sup>[10]</sup>。表皮仿生即利用传统手工艺的表皮特征，包含

图案、纹理、色彩、材料等典型识别性视觉信息<sup>[11]</sup>，通过不同的传统手工艺技艺模仿还原自然物的表皮特点。客家竹壳茶的茶产品包装设计见图9，其内包装还原了当地凉茶的包装手法并做出优化，外包装采用现代设计的手法使葫芦茶更便于运输携带。通过对葫芦造型的提炼概括与夸张运用生物结构与表皮仿生的方法，模仿了葫芦的造型结构与颜色，因此客家竹壳茶又被称为葫芦茶，并以整片竹壳手工扎制而成，其手工编制竹壳天然的肌理能够带给消费者手工的温度和特殊的感官体验，增加了产品的趣味性的同时也体现了地域文化，是茶产品包装结构的创新与突破。

### 3.3 传统手工艺材料的环保策略

传统手工艺材料的环保策略是指包装需使用天然材料或可降解的人工材料，减少污染的化学材料应用，以缓解环境污染问题，达到环保的目的且与茶叶的天性吻合<sup>[12]</sup>。自然界拥有最全面和最优质的原材料，通过将自然界中的原材料进行加工与重制，不仅能够有效减少环境污染还能降低包装的费用，而且使包装呈现出天然的美感，让消费者在日常饮茶的过程

中也能够感受到自然物带来的温暖与亲切,感受到自然材料的独特魅力。自然界中的材料各有其特点,如稻草具有一定的弹性和柔韧性,是包裹易碎物品的理想材料;竹子具有山林的清新之味,是包裹食物也是容纳酒饮的最佳容器。经常用于包装的有牛皮纸、宣纸、锡、布等,它们具备很好的延展性,能够适应多种包装造型,美观实用。这些材料也常被用于传统的手工艺中,因此可以根据当地手工艺特点和茶叶属性寻找适合的茶叶包装原料,创造出富有中国韵味的茶产品包装设计。茶叶属性决定了储存需要的条件,不同材料的水分、温度、湿度等也不尽相同,因此在选择包装材质时不仅要考虑其是否绿色环保,也要考虑

其是否防潮、耐高温、透气,及软硬程度等储存条件。茶产品包装部分自然材料的特性见表 5,在包装设计时需根据不同茶的茶性、保存方式和运输方式选择适当的产品包装材料。

2019 年获得 iF 设计奖的“吉想茶”茶叶包装设计见图 10,其外盒集聚艺术与环保为一体,材质由废弃的酒椰叶纤维制成。酒椰叶纤维见图 11,具有良好的植物纤维特性的特点,经常被用来编织各种各样的绳子或制作成家用器皿使用,也常被人们制成具有民族特色的织物、饰品等,其延展性、透气性强,能够制成茶叶包装的外盒来保存和运输茶叶。“吉想茶”的茶叶包装将酒椰叶纤维进行重塑造型,再进行



图 9 客家竹壳茶的茶叶包装设计  
Fig.9 Hakkas bamboo shell tea packaging design

表 5 部分自然材料的特性  
Tab.5 The characteristics of some natural materials

材料	是否防虫潮	是否耐高温	是否透光	是否透气	是否有韧性	软硬程度
纸	否	否	否	否	是	软
布	是	否	是	否	是	软
竹	否	否	否	是	否	硬
稻草	否	否	是	是	否	软
藤编	否	否	是	是	否	软
陶瓷	是	是	否	否	否	硬
铝箔	是	是	否	否	否	软
葫芦	否	否	否	否	否	硬



图 10 “吉想茶”茶叶包装设计  
Fig.10 “Jixiang Tea” packaging design

图 11 酒椰叶纤维  
Fig.11 Raffia fiber



图 12 手工竹编茶漏与茶产品礼盒  
Fig.12 Hand-made bamboo tea glass and tea products gift box



图 13 竹编茶筴礼盒  
Fig.13 Bamboo chasen gift box

打印制作而成,变废为宝,包装的成本较低,并且可以二次回收利用,做到对消费者真正的绿色无害。在艺术方面,经过处理形成的风格各异的自然纹理造就了独一无二的图案样式,加以毛笔字设计出品牌名称,使设计兼具了含蓄、内敛东方之美。茶叶包装设计通过设计师、手工艺人与茶农共同完成,在一定程度上帮扶了贫困地区的人员,真正做到了绿色可持续性设计。

### 3.4 传统手工艺功能的溢价策略

“茶”涵盖了不同形态。在技术与精神礼仪层面,随着茶产品的种类与茶文化的需求逐渐丰富,饮茶工具作为必需品,与茶产品相关的器具也逐渐多元化。茶产品内容物通过增加便携、美观、实用的手工茶器为新型饮茶方式提供了更多的可能,符合当下消费者需求,能够有效提升茶叶包装的文化、经济、社会和人文价值等多重价值,从而增强消费者的体验感,递延品牌价值<sup>[13]</sup>。手工艺同茶文化有着天然契合的相同属性,与区域文化的发展一脉相承,不同区域有其代表性的手工艺,能够一定程度地反映当地历史与文化。在传统手工艺之手段的方式及其规范的形成过程中,工具的因素所发挥的作用是极为重要的。“工械技巧,物究其极。”<sup>[14]</sup>。因此传统手工艺是规范性与功能性相结合的产物,利用当地手工艺来制成相应的茶器,不仅能够增加产品的趣味性与人文情怀,还能够体现出茶产品的功能性与地域性,增加了茶产品的包装溢价空间。

在人文上,手工茶器的融入使茶产品包装产生了溢价价值。手工茶具通过“手”的艺术将“工”与“艺”结合,能够使消费者在饮茶之余感受到手工之美<sup>[15]</sup>。手工竹编茶漏与茶产品礼盒见图 12,摒弃了繁琐的修饰,做工精良,为传统的茶产品增添了趣味性。竹编茶筴礼盒见图 13,茶筴是古代烹茶的调茶工具,由整节竹节手工切割制作,用以搅拌粉末茶起泡沫,质朴、天然、唯一和其独特的手感触感也能够增加消费者对品牌的认可度。这些器物不仅是传统的茶器,也是一件精美的手工艺品,增加了茶产品的经济与文化

附加值。在经济上,手工茶具给手艺人和本地老百姓带来了工作机会,使其能够就地就近就业,做到真正精准扶贫,乡村振兴,增强其社会效益。在文化上,将传统手工艺的功能延递于产品之上,增加了饮茶的仪式感,也是馈赠与收藏的佳品,其长久使用的特点也拓宽了茶文化传播时间与空间,建立起茶叶品牌与受众的紧密联系和消费者以茶为媒的生活礼仪<sup>[16]</sup>,达到“以器载道”的效果,并做到了真正的绿色环保、循环可持续发展,有效地增加了茶产品的附加值。

## 4 结语

通过分析茶产品包装设计的发展历程,厘清传统手工艺中“工”与“艺”的关系,并提出以传统手工艺为切口的重要意义,进而梳理出茶产品包装与传统手工艺可对标的信息要素,推演包装设计的融通模式,制定了传统手工艺结构的仿生策略、环保策略与传统手工艺功能的溢价策略 3 项可实施的融通策略,使传统手工艺依托“工”的传承在茶产品的包装设计上得以发展,在实用美学的驱使下“艺”的提升也促进了“工”的再生。此类包装在保留“工”的前提下对“艺”进行创意,探索传统技术可表现出的创新艺术,使茶产品的包装设计成为连接过去、现在与未来的桥梁,用设计价值助力乡村振兴和帮扶听障群体。通过包装设计激活传统手工艺,提升传统手工艺在包装设计中的占比,衍生茶产品的溢价价值,可大力助推中国茶产业更新发展。

### 参考文献:

- [1] 施由明. 中国茶叶和茶文化走向更广阔世界的机遇与挑战[J]. 农业考古, 2021(2): 79-83.  
SHI You-ming. Chinese Tea and Tea Culture to the Wider World of Opportunities and Challenges[J]. Agricultural Archaeology, 2021(2): 79-83.
- [2] 张悦. 茶文化在茶叶包装设计中的体现方式研究[J]. 中国食品, 2018(21): 149.  
ZHANG Yue. Tea Culture is Reflected in a Tea Packing

- Design in Research[J]. Chinese Food, 2018(21): 149.
- [3] 廖勇, 刘怡, 李庆芳. 传统手工艺创新——共创视野下传统工匠与时尚设计师的合作机制研究[J]. 装饰, 2021(3): 120-123.  
LIAO Yong, LIU Yi, LI Qing-fang. Traditional Craft Innovation, Create the Traditional Craftsmen and Fashion Designers from the Perspective of the Cooperation Mechanism Study[J]. Zhuangshi, 2021(3): 120-123.
- [4] 王潇. 传统手工艺的再生产研究[D]. 西安: 西安美术学院, 2016.  
WANG Xiao. Reproduction of Traditional Handicraft Research[D]. Xi'an Academy of Fine Arts, 2016.
- [5] 陈平, 马熙逵. 从中华文化复兴谈传统手工艺的现代化转化与再生设计[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2021, 43(2): 102-108.  
CHEN Ping, MA Xi-kui. From the Modern Transformation of the Chinese Cultural Renaissance about Traditional Handicraft and the Regeneration Design[J]. Journal of Jinan University (Philosophy and Social Sciences Edition), 2021, 43(2): 102-108.
- [6] 马知遥, 刘垚瑶. 乡村振兴与传统工艺类非遗保护和发展路径研究[J]. 文化遗产, 2020(2): 19-29.  
MA Zhi-yao, LIU Yao-yao. Rural Revitalization and the Traditional Process of Heritage Protection and Development Path of Research[J]. Journal of Cultural Heritage, 2020(2): 19-29.
- [7] 曾小艳. 传统手工艺设计在塑料产品中的应用——评《塑料成型工艺与模具设计》[J]. 塑料工业, 2019, 47(10): 156.  
ZENG Xiao-yan. In the Application of Plastic Products, Traditional Arts and Crafts Design Review the Plastic Forming Technology and Die Design[J]. Journal of Plastic Industry, 2019, 47(10): 156.
- [8] 孙佳欣, 王凤华. 东北地区稻草编织技艺在产品包装中的应用[J]. 轻纺工业与技术, 2020, 49(7): 44-45.  
SUN Jia-xin, WANG Feng-hua. Straw Weaving Skills in the Application of the Product Packaging in Northeast China[J]. Journal of Textile Industry and Technology, 2020, 49(7): 44-45.
- [9] 杨天舒, 杨天明. 包装设计中仿生结构设计的新思维[J]. 美术大观, 2017(1): 126-127.  
YANG Tian-shu, YANG Tian-ming. Packaging Design of Bionic Structure Design of the New Thinking[J]. Journal of Fine Arts, 2017(1): 126-127.
- [10] 孙宁娜. 仿生设计在产品形态设计中的应用研究[J]. 人民论坛, 2015(33): 218-219.  
SUN Ning-Na. The Application of Bionic Design in Product form Design[J]. People's BBS, 2015(33): 218-219.
- [11] 刘宇, 王焯淋. 基于运河文化遗产的仿生包装设计研究[J]. 包装工程, 2021, 42(10): 315-322.  
LIU Yu, WANG Zhao-lin. Bionic Packaging Design Based on the Canal Cultural Heritage Research[J]. Journal of Packaging Engineering, 2021, 42(10): 315-322.
- [12] 黄春, 吴题诗. 茶叶包装绿色设计与精准营销[J]. 农业考古, 2020(5): 75-78.  
HUANG Chun, WU Ti-shi. Green Tea Packaging Design and Precise Marketing[J]. Agricultural Archaeology, 2020(5): 75-78.
- [13] 余斌, 蔡锐. 手工意味在陶瓷茶具设计中的应用研究[J]. 中国陶瓷, 2016, 52(6): 92-95.  
YU Bin, CAI Rui. Manual Means in the Application of Ceramic Tea Set Design Research[J]. Journal of Chinese Ceramics, 2016, 52(6): 92-95.
- [14] 方李莉. 传统手工艺的复兴与生态中国之路[J]. 民俗研究, 2017(6): 5-11.  
FANG Li-li. The Revival of Traditional Handicraft and Ecological Road[J]. Chinese Folk Custom Research, 2017(6): 5-11.
- [15] 马应应. 面向多主体用户的茶叶包装迭代设计方法研究[J]. 茶叶通讯, 2021, 48(1): 167-172.  
MA Ying-ying. The Multi-agent User Oriented Tea Packing Design Iteration Method Research[J]. Journal of Tea Communications, 2021, 48(1): 167-172.
- [16] 梁青青. 中国茶道哲学思想研究[J]. 福建茶叶, 2020, 42(3): 373-374.  
LIANG Qing-qing. Chinese Tea Ceremony Philosophy Research[J]. Journal of Fujian Tea, and 2020(3): 373-374.