

【视觉传达设计】

设计管理视域下的太平猴魁绿色包装设计研究

成乔明

(南京航空航天大学, 南京 210016)

摘要: **目的** 从设计管理的角度分析太平猴魁包装设计的现状,从而有针对性地对其绿色包装设计方案进行研究并提出建议。**方法** 主要运用实证分析法、比较分析法和文化解析法全方位考察太平猴魁的包装设计,指出太平猴魁设计现状中的不足,进而提出太平猴魁包装设计的深度改进方案。**结论** 目前太平猴魁的包装设计不尽如人意,存在过度包装、空虚包装和粗陋包装的问题。只有运用设计管理思维,在政府规范、行会监督、企业协同的模式下,对太平猴魁推行适度包装设计战略,并从材料、形制、色彩、图案、商业策划等方面对太平猴魁的绿色包装设计确立地域性行业规范,才能充分凸显自然文化观,发扬中国创造精神,并最终实现设计价值的增值与设计品牌的重建。

关键词: 设计管理; 太平猴魁; 绿色包装; 包装设计

中图分类号: TB482 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)02-0155-05

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.02.024

Taiping Houkui Tea's Green Packaging Design Based on Design Management Thinking

CHENG Qiao-ming

(Nanjing University of Aeronautics and Astronautics, Nanjing 210016, China)

ABSTRACT: The work aims to analyze the current situation of Taiping Houkui Tea's packaging design from the perspective of design management, so as to make targeted research and suggestions on the green packaging design of Taiping Houkui. Empirical analysis, comparative analysis and cultural analysis were mainly used to conduct a comprehensive investigation on the packaging design of Taiping Houkui. It pointed out the shortcomings in the design status of Taiping Houkui, and proposed a deep improvement scheme for the packaging design of Taiping Houkui. The current packaging design of Taiping Houkui is not satisfactory in over-packaging, empty packaging, rough packaging. Only the design management thinking is used in the mode of government regulation, guild supervision, corporate collaboration to implement appropriate packaging design strategy of Taiping Houkui, and establish regional industry norms for green packaging design of Taiping Houkui from materials, shape, color, pattern, business planning, etc., can it fully highlight the natural cultural concept, carry forward the creative spirit of China, and realize the value added of design value and reconstruct the design brand.

KEY WORDS: design management; Taiping Houkui; green packaging; packaging design

茶叶出于自然,吸收阳光、雨露、风云等自然之灵气,在加工过程中亦没有过多的人工改造,保证了自然界的味道和形制,因此属于最健康和绿色的饮品,深受消费者欢迎。茶道,尤其是中国茶道,即中国文化的最高代表之一,对其绿色包装设计研究具有重要的意义。

1 基本概念介绍

1.1 设计管理要义

设计管理是一门新兴的交叉学科。英国设计师迈克尔·法尔利(Michael Farry)1966年立足于设计师

收稿日期: 2020-09-10

基金项目: 国家社会科学基金重点项目“我国经济转型期企业美学管理创新研究”(10AZX006)

作者简介: 成乔明(1976—),男,江苏人,博士,南京航空航天大学副教授,主要研究方向为设计管理和艺术学理论。

工作效率的角度首次提出了设计管理的概念,随后在欧美等国家迅速崛起,成为了一个热门显学专业。国外学者普遍认为设计管理是关注设计市场,通过组织一系列有效资源,实现最佳设计方案的过程与活动,重点是立足于设计企业对设计项目的运营和市场化操作。《设计项目管理》中,提出设计管理不是简单的经济或企业化的运营管理,它需要考虑文化发展、国家形象、人民生活、生态环境、国民经济、教育事业等多方面的综合利益^[1]。设计管理已不再只是关注设计企业的效率问题,而应该上升到创造价值和建立文化品牌的高度去研究和讨论,其中,关注人与自然、人与环境、人与生态的均衡发展是设计管理所追求的终极目标。

1.2 黄山太平猴魁简介

黄山属于安徽省境内的著名风景区,由于气候、地貌、降雨、光照等条件适合,所以黄山也生产茶叶。黄山地区的茶叶品类丰富、品种齐全,其中,黄山太平猴魁最具特殊魅力。太平猴魁不仅在黄山诸茶,甚至在全国来说,都因其茶形独特而别具一格。一般绿茶取嫩芽尖为最佳,往往以茶形细嫩短小为上品,如西湖龙井。虽然猴魁也取芽尖,但是却保留两叶抱芽之形制,干制后的茶叶整体宽阔如刀、扁平挺直、白毫隐伏、苍绿醇厚,每片茶叶能达到 5~8 cm,实属绿茶中的“巨无霸”。这使得太平猴魁在视觉上极富观赏性,在饮用上也别有风味。太平猴魁产于安徽省黄山市北麓的黄山区,即原太平县地区,其中尤以太平县“猴坑”的猴魁最为著名,是尊贵的国礼。

1.3 绿色包装设计定义

20 世纪 60 年代,美国学者维克多·巴巴纳克(Victor Papanek)在《为真实的世界设计》中提出,创造商业价值并不是设计的本质,而像包装和审美风格方面的差异性发展也不是设计追求的目标,设计的真正用意是什么呢?其实是反映社会变革全部因素的集中表达^[2]。这个观点发人深省,真正揭示了设计的根本价值,即设计并非重在商业盈利,亦非停留在美学上的争执,而是体现人与自然、人与社会、社会与自然的关系之变革。巴巴纳克的理论加速了绿色设计思维和理念的全面发展和推广,这是因为社会与自然的紧张关系已进入白热化的地步。绿色包装设计已成为包装设计的最高指示,即包装材料、包装手法、包装工艺、包装形式都必须深刻体现关注自然、保护环境的价值取向,尤其不能因为包装设计造成对自然生态的破坏,人类的包装智慧应当体现惜物重道和回归天性的所指。

2 太平猴魁包装设计现状

2.1 过度包装

过度包装在太平猴魁包装设计上随处可见。珍贵

的包装材料如珍贵木料、绸缎、金属附件等大大提高了茶叶的价格;外、中、内多层包装形式,厚厚的泡沫、海绵、塑料、硬纸等衬垫使产品虚浮不堪、华而不实。泡沫、海绵、塑料等不可降解的化工合成材料也对环境造成了极大的污染,加重了生态保护的壓力,从而成为污染浪费的罪魁祸首。

2.2 空虚包装

空虚包装属于过度包装的变体,即外表看上去很大,但实际的茶叶又很少,有欺骗消费者之嫌。另外,因为太平猴魁叶子大,所以市场上有故意使用形状相似的树叶制成的“猴魁”;并且为了产生兰香,有的厂家甚至添加香精来“制香”;而使用非茶尖部位的“魁片”冒充猴魁的行为更加普遍。这些显然都属于假猴魁,假猴魁之盛现象在市场上已令人触目惊心。茶叶是中国文化的重要代表之一,但近年来,中国茶叶的出口额在全国出口商品总额中的比重呈现连年下降的趋势^[3],这说明在饮品实质没有改变的情况下,弄虚作假的包装必然会成为国际市场接受中国茶产品的绊脚石。缺斤少两、次品泛滥都是空虚包装的具体表现。

2.3 粗陋包装

粗陋包装有三个主要特征:(1)包装材料过于普通,令人感觉产品太次;(2)包装形制设计粗放,令人感觉缺乏诚意;(3)包装装饰轻率马虎,毫无美感可言。粗陋包装,说到底就是整个包装设计平庸、丑陋。类似于将“绿茶精品——太平猴魁”、“太平猴魁——国礼之首”等几个大字和几片茶叶形状直接印在铁皮盒子外面、纸袋子上面,连生产厂家、商品标志都省去的现象到处可见。这虽然可以节约包装设计费,但无疑是“视觉谋杀”,更用不着说什么品牌意识了。锡箔纸外套一个铁皮盒的包装是猴魁茶叶最常见的包装形式,盒盖内往往也没有防潮隔热棉,还容易变形,变形后的盒盖很容易让空气中的水分进入茶盒,从而提高茶叶的受潮率。另外,大包茶叶一旦开封,由于一下子喝不完,所以时间长了也容易吸收水气,使茶叶受到污染。这类包装让太平猴魁一直无法跻身高端茶叶的阵营,起码在普通消费者心中,对太平猴魁还存在陌生感。

3 太平猴魁绿色包装设计原则

3.1 有效保护茶叶,避免环境污染

茶叶易受环境污染,因此茶叶的包装设计首先在于保护茶叶。保护茶叶不受污染是重中之重,因为茶饮会直接进入人体,所以人性化设计的第一要义就是在满足人的需求之外关注和保护人身心的健康^[4]。目前,太平猴魁的包装从材料上看,金属罐、硬纸罐、塑胶袋、瓷罐是常用的盛装器皿。金属罐容易产生金

属异味,影响茶叶口感;硬纸罐在制作过程中会用到胶水,而胶水是一种含甲醛的挥发物,无疑对茶叶具有很强的破坏力;塑胶袋就不用说了,塑胶物质会与绿茶发生反应,应当杜绝使用;瓷罐相对来说更加健康和安全,应该成为盛放太平猴魁的最佳选择。另外,如果具有良好的隔光工艺,那么玻璃也是一种不错的包装材料。

3.2 重在传递文化,体现人文情怀

绿色包装设计不同于其他包装设计的核心就在于其具有浓浓的人文情怀,尤其对构建文化生态负有历史性的使命。形与意的结合是绿色包装设计的艺术追求,是精神上的“绿色”,也是文化市场、艺术市场的“绿色”,即“艺术—社会—自然”三位一体、均衡协调的艺术市场^[5]。徽州的悠久文化、皖南的淳朴民风、黄山的巍峨山色,再加上太平猴魁来源于人救神猴、神猴赠茶的动人传说,都是太平猴魁包装设计的文化基因。如何把这些基因与尊重自然、关注生态结合起来,将会成为太平猴魁包装设计提档升级的重要抓手。

3.3 密切关爱环境,合理开发利用

环保精神已经成为社会价值体系的第一精神。包装的环保精神主要从三个方面考虑,即包装材料的自然性、无污染性、可降解性^[6]。自然环境不仅值得关爱和保护,而且提供了很多创意和资源供人类使用,其中就包含包装材料,如石头、原木、棉麻、藤蔓、竹^[7],以及其他的天然编织类材料,这些都是别具特色、天然绿色的原生性包装材料。天然原料不需要在分子和结构上进行改变就可直接成为包装材料。也有需要通过化学方法生成的无污染材料,但其原料依然来源于大自然,如泥土烧制的瓷器、陶器等。另外中国古代的汉麻纸^[8]、丝绸、棉布等也是取材于大自然的包装材料。虽然走自然材料的路线固然是最好的,但是开发大自然材料时要采取有计划、有步骤、有采、有生的可循环发展模式。

3.4 引导健康消费,倡导绿色生活

文化消费、品牌消费、虚拟消费^[9]等越来越成为时代的主流,这相较于历史上一度盛行的过度消费、奢侈消费、攀比消费、无计划消费、毁灭性消费已有很大进步。绿色包装设计就是要承担起引导消费趋向健康和理性的责任,也就是要进一步克服现代工业弊病,努力追求个性化、探索性的新创意、新理念、新方法,把可持续性、可再生性作为包装设计生产制造业发展的立足之基^[10]。包括太平猴魁在内的茶叶是农耕经济的产物,强调的是传统文化理念下的慢生产和慢生活,绿色、健康、有节制的生产与消费是其最高境界,更是中国茶道自然和中国传统设计之道的本质精神^[11]。因此太平猴魁的包装设计既要精心策划,又

要简朴克制;既要精美巧思,又要素雅大方,重在引导健康消费和倡导绿色生活。

4 太平猴魁绿色包装设计策略

4.1 包装理念适度化成为最优选择

首先太平猴魁的绿色包装设计要确立最佳的包装理念,即适度包装。适度包装具有四个重要特征:

(1)选料恰如其分;(2)形制准确到位;(3)装饰低调稳重;(4)效果经济适用。设计包装之前,要深刻分析太平猴魁生长的自然环境、文化环境与茶叶的特征,梳理出太平猴魁作为一种茶文化的自然进化史和历史文脉,然后才能准确找到太平猴魁包装设计的着力点。低调稳重是中国设计的总体风格,黄山大气沉稳、徽州灵动清新,太平猴魁茶叶粗壮劲健的特色非常适合低调稳重的设计定位,不张扬、不喧嚣、不浮夸才符合绿茶之王的内在气质。

4.2 包装材料环保性彰显匠心妙境

绿色包装设计的第一要旨就是保护环境、减少污染。显然天然性原材料的污染性更小,黄山上不乏天然性原料,这些原料经过编织、雕琢、烧制、初级加工之后皆可成为太平猴魁的包装材料。黄山地区树木及森林覆盖率为84.7%,面积达11 686.67 hm²,而每年清理出的老枯乔、灌木超过1 800 m³。另外,除了随处可见的竹海以外,奇松、怪石也是黄山四绝之二,这些都是宝贵的天然性包装材料。细细考察可以发现可回收的包装材料有很多,日常生活中常见的可回收材料包括硬纸、塑料、玻璃、金属等,而大自然中的原生材质,基本全部都是可回收和二次利用的,如竹木、棉麻、石材、泥土的烧制性原材料等^[12],重复加工再利用是一个比较理想的思路。随着科学技术的进步,人工合成材料越来越兴盛、使用成本越来越低、使用效率越来越高、适用范围也越来越广,跟以往不同的是,如今用不着谈合成而色变^[13],因为人类的技术越来越高、人类的环保理念也越来越明确。可完全降解的淀粉塑料已成为国际上包装设计原料的新宠儿。黄山市包装设计协会和太平猴魁茶叶管理协会密切关注着材料学的前沿,正积极融入材料学的合作计划之中。

4.3 地区文化原生态提升包装档次

目前市场上通行的茶叶包装有时显得过于简单粗陋,降低了茶叶的档次和文化内涵。要想提升中国茶叶的档次就必须在包装设计上融入地区文化,使包装具有个性且体现巧思与匠心。如设计品牌壹壶春就将徽州建筑中的马头墙形制引入到了太平猴魁的包装设计之中,极富地域特色。壹湖春设计的太平猴魁品牌形象见图1(图片摘自站酷网)。



图1 壹湖春设计的太平猴魁品牌形象

Fig.1 Taiping Houkui brand image designed by the Spring Lake Tea

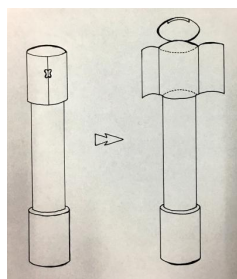


图2 金箍棒型太平猴魁便携包装盒形制

Fig.2 Golden cudgel type Taiping Houkui portable box shape



图3 猴坑茶业的标志设计

Fig.3 Logo design of Hong King Tea

笔者在指导学生的时候,也鼓励学生多以方形、三角形、圆柱形、长条形等几何形为太平猴魁包装的形制,简单、冷静、刚健的几何形非常符合太平猴魁浓郁、刚正的茶叶香型和太平猴魁粗长宽阔的叶型。笔者针对太平猴魁茶叶成品比较粗长的特征设计了一种金箍棒型的便携包装盒,这种随身携带的茶叶包既可以保护茶叶,又可以取少量饮用,避免污染大包装茶叶,还体现了太平猴魁的文化底蕴——神猴赐茶说。另外,将徽州传统石、木、砖三雕技艺和其他徽州民间工艺引入太平猴魁的包装设计,变古为今、化陈为新,使包装具有了文化天然的粘合性。金箍棒型太平猴魁便携包装盒形制见图2。

4.4 包装装潢审美化列为当务之急

包装装潢即印刷在外包装材料上的视觉形象,包含图案、文字、色彩、标志等。太平猴魁作为一种茶叶品牌尚没有统一的标志,也没有一致的装潢视觉形象,而粗制滥造、毫无设计美感的包装装潢已经形成市场上的视觉污染。太平猴魁的包装装潢应当要准确体现茶叶的自然和人文内涵。例如图1的外包装装潢设计,着色浓郁深沉,上部的淡绿色体现猴魁的绿茶类别,下部的蓝色体现猴魁的浓郁香型;密集

排列说明猴魁具有深厚的文化底蕴,如山形图案显然指黄山峻岭,四联方块图案变形自中国古代的花格窗,叶形图案暗指茶叶,树形图案代表猴魁茶树形象。该款设计形色兼备又切中主题。关于太平猴魁的标志设计,应当深度挖掘其文化内涵并加以运用,猴坑茶业的标志设计就是一个成功的设计案例,见图3。

猴魁与猴有关,因此猴坑茶业的标志就巧妙地融入了孙悟空的形象。将孙悟空的金箍用镂空的手法加以凸显,金箍套在一个纯绿色的圆球上面,貌似孙悟空的头,因为孙悟空是天下猴王之尊,所以暗指猴魁是绿茶之首。运用想象力将金箍联想为云纹缠绕,从而构成了青绿的黄山之巅云雾缭绕的艺术意象,宽大的文字稳稳托出了绿色的图标。该标志实在是形神兼备、意蕴无穷。

4.5 策划管理规范化具备市场潜力

事实上太平猴魁市场存在一个巨大、潜在的隐患,即“有名茶、无名牌”^[14]。对这句话最简单和直接的理解就是虽然太平猴魁具有较大的名声,但是却不具备有号召力的品牌,这个品牌不仅是商业竞争上的商标品牌,而且包括对太平猴魁在茶文化中的地位、充分、深度、准确的挖掘和提炼。从整体上看,太平猴魁市场具有小、散、乱、差的特点,缺乏有号召力的大企业、大品牌和准确的文化定位,这种缺乏自主管理体系和精准管理意识的随行就市导致太平猴魁被市场被严重低估。太平猴魁包装设计的策划管理应当从政府、行业协会、企业、茶农四个方面进行协同筹划、系统管理:(1)当地政府要将太平猴魁作为本地的文化品牌进行推广和统一宣传,结合文旅融合的大背景,加强统筹规划并纳入当地的文化和旅游产业的发展规划中,明确精品化的定位和各项配套政策的服务体系;(2)行业协会要成为政府与企业、文化

造项目,尤其需要专家团队成为推进产业市场布局和扩展的中坚力量;(3)茶叶制造和包装企业明确高端市场、中端市场、低端市场的标准参与市场细分战略,取得生产资质的正规企业都应当成为太平猴魁文化分协会的会员,只有入会者才能享受各种政策红利和地方文化产业资金资助,尤其在企业生产、企业发展方面可以享受到协会智库的支持和帮助,从而共同为太平猴魁市场的规范化建设贡献力量;(4)各级地方农业部门要上到下帮助、支持、指导茶农的科学化种植,保证茶叶生产的绿色、健康和环保,以此促进茶叶品质的精品化、高端化,另外,还应当通过地区统一定价的方式,确保茶农早涝保收和既得利益。通过上述管理措施,构建一个“政府—行会—企业—茶农”四位一体的包装设计管理模式,如此方能从茶产品供给侧营造优异的商业氛围、打造优秀的文化品牌。

5 结语

太平猴魁是国宾礼茶,其包装设计表面上看好像仅仅是一种商品自我发展的问题,但其实它关乎国家文化形象、国家礼仪精神,因为它会随着到访中国的各类各级贵宾走向全世界,成为中国形象与中国精神在海外传播的重要载体。可以这么说,作为国宾礼茶的太平猴魁的包装设计是中国文化产业输出战略的有机组成部分。地域文化与传统人文精神是太平猴魁包装设计的主要源头:“白毛神猴”、“猴岗”、“猴坑”、“观太平石”、“观海台”、猴魁发起人“王老二”等传说本身就属于太平猴魁的独有资源,值得挖掘和延伸;黄山的云海、迎客松与峻峭多姿的自然景观也隐藏着大量的神话传说、民间故事和名人轶事,这些都是打造猴魁品牌的文化宝库;徽州的马头墙、三雕、名人佳话、青山碧水、野逸乡村、农耕文化、经商历史及众多的非物质文化遗产,都属于优质的自然和人文素材。通过构建“政府—行会—企业—茶农”四位一体的包装设计管理战略,相信太平猴魁茶一定能成为生机勃勃、品质优异的中国茶文化品牌。

参考文献:

- [1] 成乔明. 设计项目管理[M]. 南京: 河海大学出版社, 2014.
CHENG Qiao-ming. Design Project Management[M]. Nanjing: Hehai University Press, 2014.
- [2] 维克多·巴巴纳克. 为真实的世界设计[M]. 周博, 译. 北京: 中信出版社, 2012.
BABANAK V. Design for the Real World[M]. ZHOU Bo, Translate. Beijing: CITIC Publishing House, 2012.
- [3] 高彩云. 面对绿色壁垒的我国茶叶出口贸易[J]. 中国茶叶, 2002(3): 26-28.
GAO Cai-yun. Facing Green Barriers, China's Tea Ex-
- ports to China[J]. China Tea, 2002(3): 26-28.
- [4] 张鹏. 茶叶包装的人性化设计方法研究[J]. 福建茶叶, 2016(7): 193-194.
ZHANG Peng. The Humanized Design Method of Tea Packaging[J]. Fujian Tea, 2016(7): 193-194.
- [5] 成乔明. 艺术市场学论纲[D]. 南京: 东南大学, 2009.
CHENG Qiao-ming. The Outline of Art Marketing[D]. Nanjing: Southeast University, 2009.
- [6] 郑冠宇, 周潇. 绿色包装设计理念在茶叶包装中的应用[J]. 福建茶叶, 2017(11): 145.
ZHENG Guan-yu, ZHOU Xiao. Application of Green Packaging Design Concept in Tea Packaging[J]. Fujian Tea, 2017(11): 145.
- [7] 郁波. 融合本土竹材的宁波绿色生态茶叶包装设计探讨[J]. 宁波工程学院学报, 2017(3): 48-52.
YU Bo. Discussion on Ningbo Green Eco-tea Packaging Design Based on Native Bamboo[J]. Journal of Ningbo Institute of Technology, 2017(3): 48-52.
- [8] 郑君玲, 张莉. 浅谈普洱茶包装设计中汉麻纸的运用及审美价值体现[J]. 福建茶叶, 2017(6): 149-150.
ZHENG Jun-ling, ZHANG Li. Discussion on the Application and Aesthetic Value of Chinese Ma Paper in Pu'er Tea Packaging Design[J]. Fujian Tea, 2017(6): 149-150.
- [9] 梁月荣. 日本茶叶生产和经营管理模式[J]. 茶叶, 1999(12): 10-12.
LIANG Yue-rong. Japanese Tea Production and Management Model[J]. Tea, 1999(12): 10-12.
- [10] 熊璇. 低碳生活理念下茶叶包装的发展趋势[J]. 福建茶叶, 2016(4): 212-213.
XIONG Xuan. The Development Trend of Tea Packaging under the Concept of Low Carbon Life[J]. Fujian Tea, 2016(4): 212-213.
- [11] 黄小宇. 设计之道——用《道德经》思想论版式设计[J]. 艺术品鉴, 2018(24): 246-247.
HUANG Xiao-yu. The Way of Design: Designing the Typology of the “Tao Te Ching”[J]. Artworks, 2018(24): 246-247.
- [12] 赵晓悦. 绿色环保材料在茶包装设计中的应用[D]. 长春: 长春工业大学, 2016.
ZHAO Xiao-yue. Application of Green Environmental Protection Materials in Tea Packaging Design[D]. Changchun: Changchun University of Technology, 2016.
- [13] 张琳. 日照绿茶包装设计研究[D]. 济南: 山东轻工业学院, 2011.
ZHANG Lin. Packaging Design of Rizhao Green Tea[D]. Jinan: Shandong Institute of Light Industry, 2011.
- [14] 熊璇. “桂茶”品牌发展的困境与对策[J]. 广西职业技术学院学报, 2017(2): 11-14.
XIONG Xuan. The Difficulties and Countermeasures of the Development of “Guicha” Brand[J]. Journal of Guangxi Vocational and Technical College, 2017(2): 11-14.