

陶瓷容器在茶包装中的应用及当代设计发展策略

Application of ceramic container in tea packaging and development strategy of contemporary design

李玲玲

LI Ling-ling

(佛山科学技术学院, 广东 佛山 528000)

(Foshan University, Foshan, Guangdong 528000, China)

摘要:从陶瓷容器发展历程厘清其应用于茶包装的价值,研究当代工业化、消费文化、全球化对陶瓷茶包装容器的影响与冲击,并探讨了当代陶瓷容器应用于茶包装的定位及设计发展策略。

关键词:陶瓷;容器;包装;设计策略;文化策略

Abstract: Clarify the value of ceramic containers used in tea packaging from the development process, study the impact of contemporary consumer culture, industrialization and globalization on ceramic tea packaging containers, discuss the orientation and development strategy of contemporary ceramic containers design applied to tea packaging.

Keywords: ceramic; container; packaging; design strategy; cultural strategy

陶瓷与茶的联系可以追溯到远古茶最初被发现的时代,陶瓷作为日用器具用于茶的盛装、储存。伴随着茶商品化的萌芽、成长,陶瓷容器应用于茶包装从对茶的盛载、保护,逐渐发展到精神文化层面的传达与彰显;不仅以独特的艺术形式美化、装饰商品,而且渗透于器物之中的陶瓷文化还以同构的关系传达出茶的内在品性与茶文化精神。

当今时代新的包装材料层出不穷,陶瓷在茶包装中逐渐褪去主角光环。陶瓷的生产由机器代替手工成为主要生产方式,使茶包装呈现出同质化、冷漠化的趋势。当下社会流行的消费文化操控包装设计以追逐利益为目的,陶瓷包装疏离了茶的品性与文化精神的表达。当代

茶文化在全球化影响下呈现出中西融合的新气象催生包装革新的需求。内部因素与外部因素共同裹挟下陶瓷茶包装在当代遭遇发展的困境。厘清陶瓷应用于茶包装无可替代的价值,在此基础上重新思考陶瓷容器作为茶包装的定位探索设计发展策略,是摆脱困境亟需解决的时代命题。

1 陶瓷容器作为茶包装在茶发展史中的影响与传承

人们常用“瓷茶同源”来解说自古以来瓷与茶的密切关系。古书《太平御览》记载“神农耕而作陶”^[1],以陶作为盛装和蒸煮的器具解决了人们的生活所需。传说茶也是神农氏发现的,唐代茶圣陆羽在《茶经》中说“茶之为饮,发乎神农氏”^[2],共同的起源注定了茶文化与陶瓷文化自发端便有着不可分割的关系。茶最初是药用或食用,人们使用日常的陶器如陶罐来贮茶,生活需求促成了陶器与茶最初的结合。

早在 2 000 多年前茶叶已经作为商品进入了人们的日常生活。西汉王褒在《僮约》中提到“武阳买茶”证实了茶的商品化^[3],用于容纳、保护茶的陶瓷容器生发出新的功能——包装。浙江省湖州市博物馆收藏的一只东汉末至三国时期的青瓷瓮,瓮肩部装饰的“茶”字表明了人们已经使用陶或青瓷制成贮茶容器^[4],茶容器从混用到专用揭示了陶瓷与茶的结合进入新的阶段。

唐代陶瓷业已繁盛,最具代表性的是南方越窑青瓷、北方邢窑白瓷,形成了“南青北白”的格局。陆羽在《茶经》中对邢窑、越窑瓷器进行了分析比较,从 3 个方面指出了邢不如越:“越瓷类玉”“越瓷类冰”“越瓷青而茶色绿”^[5],形成了以茶择器的观点,进一步将茶器在陶瓷审美的基础上附加茶文化精神,陶瓷与茶从物质的结合升

基金项目:广东省哲学社会科学“十三五”规划项目(编号:GD20XYS43)

作者简介:李玲玲(1976—),女,佛山科学技术学院副教授,硕士。
E-mail:739703441@qq.com

收稿日期:2022-08-21 **改回日期:**2022-11-03

华为精神层次的契合,“类玉”“类冰”即是茶文化的审美境界在陶瓷茶器上的映射。唐代茶的存在形态多元化,据《茶经》记载“饮有粗茶、散茶、末茶、饼茶者”,具有代表性的是饼茶,其次是末茶^[6],人们常以瓷盒作为茶饼或茶末的包装容器。

宋代是中国陶瓷史上最辉煌的时期,制瓷工艺臻于成熟,造型之美、釉色之美达到了一个新的美学境界。宋代的饮茶方式因袭唐制并且加以改进,由煮饮发展为点茶,成为一种极具仪式感的艺术化生活方式。宋代饼茶、散茶并存,陶瓷的空前发展促进了陶瓷茶包装容器的精致化、多样化。南宋诗人陆游曾诗注“日铸贮以小瓶,蜡纸丹印封之”^[7]。茶瓶加上蜡、纸密封适合储存散茶,增强了茶包装防潮、防串味的功能,而且茶瓶简约、端庄的形态彰显了宋代典雅的审美情趣。元代饮茶之风基本承袭宋代,但饼茶式微散茶开始流行,陶瓷茶包装容器在延续宋代形制基础上表现出时代特色。元代陶瓷生产中心转向江西景德镇,在青白瓷上成功烧制出青花,自此陶瓷绘画渐渐成为陶瓷茶包装容器装饰的主流形式。

明代茶文化发生了重大变革,冲泡取代点茶,散茶代替饼茶成为主要的茶叶形态。散茶的流行对茶包装提出了更高的要求。明代紫砂创作极盛,在陶瓷茶包装容器中得到广泛应用,其优良的性能在散茶防潮保味等方面比其他包装材质更胜一筹。明人高濂在《茶乘》中提到“藏茶莫美于沙瓶”^[7],验证了人们对紫砂包装容器的推崇。紫砂以造型取胜,古朴醇厚、不媚不俗。清代紫砂巨匠陈鸣远以诗、书、画、印作为装饰将紫砂的艺术境界推升到文人气质,与茶廉、简的精神品质最相契合。清代饮茶习俗承明制,陶瓷茶包装容器与明代也大同小异,陶质、瓷质、紫砂等罐类容器最为普遍。装饰除青花、釉里红外,古彩、粉彩、珐琅彩也较为流行。如现存于中国茶叶博物馆的清代粉彩轧道花卉纹罐(图1),绿地轧道上施粉彩折枝花卉,展示出清代陶瓷精巧的装饰特色。民国是一个动荡、文化交融剧烈的年代,中西文化碰撞、近代的商业竞争氛围直观地在陶瓷茶包装容器中显露出来。如民国华茶公司的一件陶瓷茶包装(图2),细腻的白瓷搭配传统人物题材的粉彩装饰,罐盖采用棉线捆扎,加上华茶公司标志吊牌,既具有中国传统特色又兼具国际潮流,映衬出民国包装设计形式审美的时代基调。

2 陶瓷容器作为茶包装的价值与意义

纵观陶瓷容器作为茶包装的历史,自瓷成功烧制以后瓷质包装以显著的材料优势占据了茶包装的主流,流行于整个传统手工业时代。陶瓷原料蕴藏丰富,工艺简便、制作成本低,符合作为包装材料的经济适用性。丰富多样的陶瓷容器能够达到茶叶防潮保味的包装功能要求,而且陶瓷胎体坚硬、致密,有利于保护茶叶形态的完



图片来源于中国茶叶博物馆网站

图1 清粉彩轧道花卉纹罐

Figure 1 Qing Dynasty of the famille rose ceramic container engraved with flower decorative pattern



图2 民国华茶公司原封瓷茶罐^[8]

Figure 2 The republic of China era original tea packing of Huacha company

整性。瓷器以精炼的原料成型,在坯体表面罩施釉料经高温烧制而成。从食品安全角度来看,釉面耐酸、碱具有化学稳定性,不存在有机物的迁移,能够保护茶叶的品质不受侵蚀;陶瓷具有良好的热稳定性抗冷、热急变,可以防止气温过高对茶叶造成的损坏,满足自然条件下茶的包装需求。

陶瓷容器作为茶包装的价值不仅体现在优异的物理性能,更重要的是陶瓷作为文化载体在茶文化精神建构与表达中的价值与意义。自古代直至近代,中国的商品经济极不发达,陶瓷容器与茶文化在传统社会建立了稳定的同构关系,由自在的生活形态为基础孕育并逐渐丰富成为自为的茶文化包装形态,实用与审美相结合自觉地反映着中华民族思想情感、文化信仰及审美旨趣。陶瓷是传统文化中集物质、审美、文化于一体的精粹,它不仅以生活器具的形式满足人们物质需要,制瓷技艺的不断进步创造出独特且丰富的材料美、技艺美,丰富了陶瓷的艺术表现,以审美的形式反映着人们的思想、情感、文化、观念以及精神境界。茶文化亦是传统文化极为重要的一个组成部分,融合儒家、道家、禅宗的哲学思想成为一种独具特色的文化模式,通过具体的茶道、茶器、礼仪表现出来。陶瓷包装作为承载、保护、交流、展示的一类

茶器,集中体现了这种基于生活的物质与精神层面的完美契合。在5 000多年的茶文化发展历程中,饮茶方式由煮饮、点茶发展到冲泡,茶叶形态经历了饼茶、散茶等的嬗变。陶瓷容器的器型、结构、功能等物质的形态伴随着人们饮茶方式的变化不断演化,容器的材料之美、造型之美、装饰之美始终体现着茶文化精神指引下人们革新陶瓷材料与技艺对审美境界、文化内涵的极致追求。同时陶瓷容器审美境界的提升也从茶器的维度促进了茶文化艺术境界的升华,中华民族风雅的艺术化饮茶方式,以及东方哲思孕育的茶文化精神通过陶瓷包装容器的器型、装饰、材美、工巧等展现出来。

3 当代陶瓷容器作为茶包装的发展背景与现状

3.1 工业化生产背景下陶瓷茶包装容器设计

传统陶瓷茶包装首先是陶瓷产品,包装材料的物质属性决定了它必然承载着传统陶瓷手工艺的特征。陶瓷艺人们在长期劳动过程中积累的手工技艺和审美意识,通过精美的造型和装饰显现出来,是传统陶瓷包装文化及审美价值的载体。当代陶瓷生产由手工过渡到工业化生产方式,运用石膏模具、滚头等机械加工方式批量化生产。标准的生产工艺、稳定的材料配方确保产品质量规整划一。包装设计也从生产中独立出来形成了完善的设计体系。面向机械化流水线生产的现代设计,必然要将生产工艺的适应性作为设计的重要因素。陶瓷造型必须符合批量生产的工艺特点与技术要求;排除繁复的形式,减少不必要的工序便于制作。陶瓷产品呈现出简洁化、趋同化趋势。在装饰方面运用转印贴花工艺进行批量化装饰,代替绘画、印花、贴塑等多样化的手工装饰技艺,进一步加深了工业化陶瓷产品的单调与同质化,导致陶瓷包装容器千篇一律、缺少人情味的现状。

3.2 消费文化对陶瓷茶包装的异化

当代伴随着世界工业化、信息化、全球化的高速发展,中国社会发生了翻天覆地的变化,悄然走进后工业社会。人们常用消费社会来概括这个科学技术与生产力空前发展,物质极度丰裕的社会现状。当前消费文化已经成为影响中国人社会生活的文化语境,陶瓷茶包装作为商品意识形态对茶消费施加作用的一种手段,集中体现了消费文化对茶包装的异化。当代商品经济高度发展背景下,包装依靠商品美学促进商品利润最大化以维持资本运转的逻辑。茶包装极力迎合消费者的审美情趣,以纯粹的视觉冲击刺激人们的感官体验,有些甚至脱离茶本质属性的表达,盲目地追求华丽的装饰和浮躁的色彩,充分体现了消费文化对于茶包装审美的异化。

让·鲍德里亚^[9]在《消费社会》中说“人们从来不消费物的本身(使用价值),人们总是把物用来当作能够突

出自己的符号。”在物质丰富的商品时代人们的消费从满足物质需求转向对显示身份、品味的商品符号价值的追求。消费社会商品的使用价值只有依附于符号价值,才能够满足消费者的需求。茶的品质和使用价值被人们忽略,茶包装创造的商品形象成为使用价值的替代,取代茶叶成为消费对象,充当了衡量意义、价值的符号。某些品牌甚至迎合权力崇拜情结以官印作为包装器型,使茶之形象远离高洁。消费文化从颠覆人们对商品的传统认识入手,塑造人们的审美观、价值观,进而渗入文化心理结构造成人的异化。在商品意识形态掌控下,铺天盖地的包装、广告、媒体等编织成关于商品的虚假幻象。人们被从现实中抽离出来,沉浸在这个幻象世界中,将媒介传递的幻象信息内化形成茶之意象,对茶的认识越来越肤浅化。

3.3 全球化影响下茶文化的现代转型以及陶瓷在新兴茶形态包装中的缺位

茶文化对于古人既是日常生活的需要,也代表着古人对精神境界的追寻,是传统文化、价值体系在生活中的自然映射。近现代以来,在西方现代文明的冲击下传统文化日渐衰落,作为传统文化外在表现的茶文化亦遭受严重冲击呈现式微的趋势。以英国为代表的西方茶文化,伴随着全球化的进程对中国人的饮茶习俗产生了不可忽视的影响。英国茶文化来源于中国,他们将中国的饮茶习俗消化吸收后创造出基于西方文化特色的茶文化,例如下午茶及其礼仪、风俗等。下午茶以活泼、热闹的仪式形成了下午茶礼仪,密切了人们的社会关系,在西方人的日常生活中占据着极为重要的地位。英国人崇尚混饮,他们首先发明了袋泡茶将多样的茶叶调配成茶袋,如早茶集斯里兰卡茶的口感、阿萨姆茶的浓度和肯尼亚茶的色泽于一体^[10]。与中国相比,他们的饮茶方式更加多元化,热饮常混搭奶、糖、白兰地或各式水果等,后来还出现了冷饮方式。英国的袋泡茶闻名世界,如川宁(Twining)、立顿(Lipton)等品牌是英式茶的代表。这些百年品牌以现代的产品开发理念适应社会发展,针对不同消费群体推出名目繁多的产品类型。

西方茶文化对中国茶文化的影响主要体现在两个方面。一是饮茶习俗,下午茶被解读为休闲、高贵的生活方式,盛行于北、上、广、深等一线都市的白领阶层,满足了他们享受生活的情感诉求。其次,是茶叶形态,袋泡茶的消费方式在年轻一代群体中占据了较大比例。诚如“立顿”所标榜的,袋泡茶解决了冲泡程序复杂、茶渣处理不便等问题,以简洁的冲泡方式切中了年轻人茶消费的心理的痛点,袋泡茶成为市场中散茶、饼茶之外的另外一种重要茶叶形态。在西方茶品牌的影响下,中国市场也兴起了袋泡茶,如“CHALI”“茶颜悦色”等新兴品牌,以草本、果味、花茶等为特色不断升级新口味紧贴流行趋势。

传统的茶品牌如“大益茶”也开发出普洱、陈皮普洱、菊花普洱等袋泡茶品种。八马茶业开发了冷泡系列袋泡茶，将传统的茉莉花茶、白茶、红茶等茶叶种类做成冷泡茶。

西方茶文化影响下中国当代饮茶习俗、茶叶形态的变化必然会引发茶包装的革新。当前新兴的袋泡茶多以铝箔纸袋独立密封，再搭配纸盒或塑料袋外包装。袋泡茶包装运用现代设计的理念、手法，发挥文字、图案的表达作用，以醒目的色彩搭配、活泼的形式语言区分茶不同的口味特性，突出品牌形象。陶瓷包装以传统的形态已无法满足袋泡茶的包装需求，在市场上处于暂时性的缺位状态。

4 当代陶瓷容器在茶包装中的应用定位

随着材料工业及包装加工技术的发展，应用于茶包装的材料空前繁荣，各种样式的纸袋、纸盒、塑料袋、金属材料以及塑料制成的茶叶罐等琳琅满目，特别是近年发展起来的多层复合材料，使茶包装方式发生了较大变化。复合材料热封方便、加工性能优良，在茶包装中被广泛使用。历史上，陶瓷也曾面临与漆器、金属等其他材料的竞争但从未被取代，不仅是因为陶瓷具备作为茶包装材料的优良性能，更重要的是因为陶瓷的文化属性。尤其在当代随着生活水平的提高，人们对茶包装不再满足于盛装、避光、防潮等功能性需求，精神、文化的需求空前高涨。陶瓷自身深厚的文化内涵、历史底蕴，独树一帜的审美特色、材料特色以及独特的手工艺特性使陶瓷容器超越实用功能，展示出极高的艺术价值与文化价值，对于凸显茶的高端品质，呈现茶的文化特质具有无可比拟的优越性。

陶瓷相较于其他包装材料的独特性——文化属性，亦是解决陶瓷容器应用于茶包装当代命题的关键所在。充分发挥陶瓷作为文化载体的价值，将陶瓷容器在茶包装中的应用定位于文化包装，在传统文化与现代生活、现代设计、现代审美、现代科技的深度融合中重新审视陶瓷包装的发展策略，将包装打造成为承载传统文化、时代文化的文化符号。一方面利用历史上积淀的深厚的器物文化，借鉴传统陶瓷造型、图案、陶瓷材料美、工艺美等体现民族价值观念的形式特征，将茶包装的审美厚植于传统陶瓷文化土壤，以文化的亲和力作为包装特色。其次，在对传统茶文化深度理解的基础上提炼茶文化现代化重构的价值核心，作为陶瓷容器应对茶文化现代转型，阐释当代人生活方式、文化思想、精神理念与审美情趣，进行现代审美创新必须坚守的文化价值，在茶包装的时代性中融入民族文化底蕴。文化包装的定位使陶瓷容器不止于发挥包装的功能，它具有独立的审美属性在完成包装使命之后作为贮茶器或陈设陶瓷，以陶瓷艺术的魅力营造茶事氛围或装点家居环境，与那些用后即弃的包装相比

陶瓷包装是真正意义上绿色环保的包装。

5 当代陶瓷容器作为茶包装的设计发展策略

5.1 传承传统文化精神，建构陶瓷容器作为茶包装的价值核心

陆羽以《茶经》搭建了茶文化的基本架构，在传统文化儒、道、佛融合发展的框架下建构茶的文化属性、精神属性，自此茶不仅是物质层面的南方嘉木，茶文化精神充盈于具体的茶艺、器具之中。特别是用来煮、饮、贮茶之器超乎形而下的物质范畴，作为茶文化的载体，担当了茶从物质向精神、文化世界升华的媒介。

儒、道、佛的哲学思想反映在茶文化中的境界和价值取向相互补充，共同创建了茶道与茶器的艺术境界和美学思想。儒家茶文化的道德教化功能在陶瓷茶包装中落实于“茶性”的塑造，通过外在造型、装饰建立茶包装容器的人格化表现形式，以“茶性俭”为中心，将茶的君子人格诉诸于敦厚、和谐的“中和”之美。道家与禅宗的美学意境融汇于“静”，清静无为、虚静恬淡的境界映射到陶瓷茶包装容器则是自然、素朴的风格，不累俗、不矫饰，以陶瓷的自然之美反映出茶文化的境界。“天人合一”是儒、道、佛共有的思维方式，它不仅反映为陶瓷包装容器以恬淡、清雅、韵致的艺术品味融入人们的生活。更重要的是秉承顺应自然规律的哲学思维，建立包装与人、与自然、与社会的协调、可持续的关系，化解消费社会商品泛滥、过度包装等问题与危机。

茶文化融合儒、道、佛的思想精粹，将传统文化之“道”在具体的茶艺、茶器中显露出来，通过品茶、品器，从享受平淡的生活上升到体悟生命的真谛，这也是茶文化的深奥气象汇聚于陶瓷茶包装容器的人文精神和工艺之美的价值所在。以传统文化建构陶瓷茶包装容器的核心价值，克服消费文化毫无文化高度、广度的低俗纵欲，从感性的形、色刺激上升到深广的文化与情感熏染，使陶瓷茶包装容器的审美活动围绕“和”“静”，达到真善美的全面发展。

安徽绿茶代表品牌徽六的六安瓜片 2022 年国礼天赐高端礼盒(图 3、图 4)，以景德镇陶瓷制作传统造型瓷罐作为茶包装，瓷罐上手工绘制“梅兰竹菊”。梅迎寒而开；兰空谷幽香；竹清淡高雅；菊隐逸高洁，都是传统文化中文人气节的写照，茶包装借用花中四君子广泛而深远的象征意义比拟茶之品性，结合釉下“青花”清冷、沉静、典雅、隽逸的装饰格调，诠释出茶文化清、静、雅、和的精神内涵。

5.2 发挥陶瓷文化对茶文化形象塑造的价值

陶瓷是由先民们创造的见证了民族成长历程，携带着民族文化、审美印记的物质，是民族文化与精神创造的

显现。先民们抟土为器在漫长的岁月中以精湛的技艺结合民族独特的审美旨趣创造了辉煌的成就,奠定了中国陶瓷在世界陶瓷史上首屈一指的地位。陶瓷容器作为包装不仅具有实用功能,它的物质形态以独具东方特色的陶瓷工艺之美参与建构茶事活动的文化氛围与审美意境,同时包装容器的材料、器型、装饰自然地勾连深邃的传统陶瓷文化,将包装的内涵引向厚重的人文层次。工业化生产条件下陶瓷包装除了移植传统陶瓷艺术外在的审美形式,更重要的是深入挖掘陶瓷手工艺贯彻传统文化精神形成的思维方式以及表达方法,才能充分发挥陶瓷文化的价值,在冷漠的工业产品中填充工艺与文化的温情。

首先,顺应材料选择工艺实现包装的“材美”“工巧”,材料是自然的赐予存在地域性差异,而技艺的使命是顺应材料特性发掘物性之美,例如龙泉窑的刻花以材料与技艺的完美结合展现出极高的艺术价值;其次,中国传统造物讲究“器以载道^[1]”,陶瓷造型、装饰细节承载着传统社会人们的思想情感和价值观念。充分学习、运用这些传统陶瓷文化精粹,能够让包装的内涵深入到民族精神本质的层面进行有意义的表达。

陶瓷茶包装容器是具有从属性的造物,在物质层面保护茶的形态、质量不受损害,在审美、文化层面建立商品形象满足人们对茶的认知需求。消费社会陶瓷包装在商品美学的加持下塑造的茶之形象更多地指向利润的目标,打破了存在于传统陶瓷茶包装容器中陶瓷与茶的同构关系,使茶文化精神在消费者心中日益消散。在当今茶文化转型背景下重新建构陶瓷与茶的同构关系,使包装传达正确的茶文化信息,是陶瓷茶包装容器必须要承担的使命与责任,对于茶文化普及与发展至关重要。某些高端茶品牌已然意识到陶瓷文化在茶形象建构中的重要性,基于茶的特性通过陶瓷的审美、文化塑造茶的形象。例如西湖龙井茶的包装容器(图5),利用当地龙泉青瓷的釉色之美比拟春茶,把龙井茶的特性表达得淋漓尽致。包装容器通体施以粉青釉与茶之鲜、嫩相呼应,釉层

凝厚,釉面匀净,具有如玉般通透润泽的质感。容器器型对称规整、饱满敦厚,显露出传统的“中和”气质。腹部装饰弦纹,纹饰凸起处釉层稍薄,釉色浅淡显现胎骨,此装饰特色名曰“出筋”,凸显了釉的莹润与胎骨的洁白。容器无刻花、画花等杂饰,纯粹的造型之美、材料之美、工艺之美展示出迷人的艺术魅力,清淡中见高雅,与龙井茶的清爽、纯净如出一辙,实现了陶瓷审美与茶之本性的完美契合。

5.3 以现代设计阐释茶文化的当代转型

当代随着西方文明对自然、对社会的破坏作用日益显现,以“天人合一”为核心的传统文化倡导人与自然、与社会和谐发展的理念,越来越被世界关注、认同,迎来复兴的契机。茶文化的复兴亦是传统文化复兴的外在显现,复兴并不是复古,而是根植于当代社会生活的再生。历史上茶的形态及饮茶方式曾发生过多次嬗变,传统文化都以强大的同化能力将这些翻腾的浪花纳入滚滚不息的洪流,成为传统茶文化发展进程中生动的时代注脚。西方茶文化注重个人享受与精神满足的特色以及以茶社交的礼仪,在物质繁荣的当代社会也终将被茶文化吸收融合,成为复兴与新生的裨益。现代社会人们对茶的需求空前多样化,传统茶文化的“和”“静”境界也在当代延伸出更多的意义,人们身处现代社会的冷漠、喧嚣,面临无处可逃的焦虑、孤独之时,茶能够将心灵导向平静、安宁,展示出对人们精神世界的抚慰作用。

当下,茶文化处于转型进行时,中与西、复古与新生等现象并存,茶文化经历的困顿、迷茫都在茶包装中显露无疑。茶文化的当代转型涉及茶叶形态、饮茶习俗、精神文化内涵等全方位的变革,由此引发茶包装革新的现实需求。现代设计为陶瓷产品提供了一套基于消费需求的设计流程及方法论,设计具有多重属性引导人们从艺术、技术、经济、社会等多重维度思考陶瓷茶包装容器的发展问题,陶瓷茶包装容器的转型因此涉及多重指向:

(1) 作为茶包装亟需从传统陶瓷手工艺的视角转换为现代设计的视角,依据人们对茶的需求类别、层次进行



图3 六安瓜片高端礼盒之一

Figure 3 Picture 1 of upscale tea packaging of Liuan Guapian tea



图4 六安瓜片高端礼盒之二

Figure 4 Picture 2 of upscale tea packaging of Liuan Guapian tea



图5 西湖龙井茶包装容器

Figure 5 Tea packing of the west lake Longjing tea

包装设计,思考包装与茶叶形态、饮茶习俗、品牌、企业文化的关系以及包装必须承担的社会责任。

(2) 作为陶瓷产品,以设计的手段创造出符合当代审美的造型,协调处理造型与材料、工艺,降低成本与工艺难度。

(3) 从文化的角度而言,以传统文化精神作为价值核心,运用现代设计的思维方式提炼适合当代的元素,将儒家的“中和”、道家与禅宗的“清静”“虚静”以及当代新生的茶文化精神,落实到陶瓷茶包装容器的意境表达,使包装展现出当代茶文化精神。八马茶业信记号高端生普洱茶饼陶瓷包装(图 6)充分展示了以现代设计手段综合多种思维视角设计而成的现代茶包装。这件陶瓷包装从传统普洱茶笋壳包装中提取灵感,模仿笋壳包裹茶饼经竹丝捆扎形成的形式节奏作为造型特色,抽象成简洁且富有变化的罐型,既突出了普洱茶包装的历史底蕴又鲜明地体现了现代的设计理念,富有时代气息。茶罐整体施以沉静的黑色哑光釉料与稳重大方的罐形相得益彰,象征普洱茶淳朴、厚重的品质。罐盖的盖纽以普洱六大茶山意象造型代表信记号“选料万重山,做茶不惜力”的祖训,彰显了包装的品牌文化特色。这件陶瓷包装堪称以现代设计理念阐释茶包装的优秀案例。



图 6 八马茶业饼茶陶瓷包装

Figure 6 Ceramic tea packing of the cake tea of Bama tea industry

6 结语

日新月异的科学技术不断地革新陶瓷的设计与实现手段,以 3D 打印为代表的数字化制造技术开辟了全新的创意与制造维度。新的技术手段带来的形式与材料的自由度,赋予了陶瓷包装属于时代的艺术想象力。材料的创新也为陶瓷包装的应用与发展注入活力,不同材料与包装技术的联合应用,推动陶瓷这种传统包装材料作为茶包装的功能与时俱进。陶瓷容器作为茶包装在每个时代都伴随着物质技术的进步以及人们生活方式、精神文化的变化产生不同的时代特点。尽管包装的物质形态不断演变,传统文化的基因永远是贯穿其中世代相袭的精

神内核。当代陶瓷容器应用于茶包装的设计实质是文化的设计,遵循民族文化的价值取向立足于民族文化价值核心,扎根当代人的生活方式与审美旨趣,是陶瓷茶包装设计发展的关键。

参考文献

- [1] 朱广宇,王廷信. 中国古代陶瓷所体现的造物艺术思想[M]. 南京: 东南大学出版社, 2018: 23.
ZHU G Y, WANG T X. The artistic thought of creation embodied in ancient Chinese ceramics[M]. Nanjing: Southeast University Press, 2018: 23.
- [2] 陈文华. 试论神农与茶[J]. 农业考古, 2009(2): 1-8.
CHEN W H. Trying to discuss Shennong and tea[J]. Agricultural Archaeology, 2009(2): 1-8.
- [3] 林鸿荣. 茶事探源[J]. 中国农史, 1994(2): 75-82.
LIN H R. Exploring the origin of tea[J]. Agricultural History in China, 1994(2): 75-82.
- [4] 李竹雨. 中国古代茶叶储藏方式及器具的演变[J]. 农业考古, 2014(2): 57-64.
LI Z Y. The evolution of tea storage methods and utensils in ancient China[J]. Agricultural Archaeology, 2014(2): 57-64.
- [5] 陈宁. 从 China 到 China[M]. 南昌: 江西高校出版社, 2020: 67.
CHEN N. From China to China[M]. Nanchang: Jiangxi University Press, 2020: 67.
- [6] 郭丹英,王建荣. 中国茶具流变图鉴[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2009: 13.
GUO D Y, WANG J R. Illustrated handbook of the evolution of Chinese tea sets[M]. Beijing: China Light Industry Press, 2009: 13.
- [7] 康佳丽,陈祖建,刘颖. 中国古代茶叶包装艺术解析[J]. 农业考古, 2021(5): 43-47.
KANG J L, CHEN Z J, LIU Y. Research on packaging art of ancient Chinese tea[J]. Agricultural Archaeology, 2021(5): 43-47.
- [8] 茶语网. 民国时期茶叶包装大赏(上): 国内篇[EB/OL]. (2014-12-24)[2022-10-03]. <https://www.chayu.com/article/126656>.
chayu.com. Appreciation of tea packaging in the republic of China era (Part 1): Domestic[EB/OL]. (2014-12-24)[2022-10-03]. <https://www.chayu.com/article/126656>.
- [9] 鲍德里亚. 消费社会[M]. 刘成富,全志刚,译. 南京: 南京大学出版社, 2001: 48.
BAUDRILLARD J. Consumer society[M]. LIU C F, QUAN Z G, Translated. Nanjing: Nanjing University Press, 2001: 48.
- [10] 关剑平. 世界茶文化[M]. 合肥: 安徽教育出版社, 2011: 186.
GUAN J P. Tea culture of the world[M]. Hefei: Anhui Education Press, 2011: 186.
- [11] 杨先艺,周蕴斐,王琴. 论中国传统造物的“器以载道”思想[J]. 理论月刊, 2006(12): 53-56.
YANG X Y, ZHOU Y F, WANG Q. On the thought of "Tao is carried by objects" in Chinese traditional creation [J]. Theory Monthly, 2006(12): 53-56.