

基于地理标志产品保护的坦洋工夫红茶包装设计

Packaging design of Tanyang congou black tea based on geographical indication product protection

邱汉周

QIU Han-zhou

(宁德师范学院经济管理学院, 福建 宁德 350002)

(School of Economics and Management, Ningde Normal University, Ningde, Fujian 350002, China)

摘要:以地理标志保护产品“坦洋工夫红茶”的包装设计为核心内容,采用案例研究与数据调查相结合的方法,深入解读和提炼坦洋村的地域文化特色,进一步将坦洋村地域地理文化因素融入设计中,以提升产品附加值和影响力。

关键词:地域文化;标志;坦洋工夫红茶;包装设计

Abstract: Taking the packaging design of Tanyang Gongfu Black Tea, a product protected by geographical indication, as the core content, the paper adopts the method of combining case study with data investigation to deeply interpret and refine the regional cultural characteristics of Tanyang Village, and further integrate the regional geographical and cultural factors of Tanyang Village into the design to enhance the added value and influence of the product.

Keywords: regional culture; symbol; Tanyang congou black tea; packaging design

地理文化是中华文化的重要组成部分,它反映了一个地理区域的民族特点和地域风貌,包括当地的自然和人文因素。2017 年中共中央办公厅、国务院办公厅发布的《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》正式将地理文化发展纳入各地区的发展规划。地理标志保护产品是指源自特定地区,其质量、声誉或其他特性主要取决于产地地理文化中的自然和人文因素,经过审核批准并以地理名称命名的产品。有研究^[1]显示,将地理文化因素融入茶叶包装设计能增强产品的文化内涵,吸引消费者关注;也有研究^[2]表明,地理文化因素的融入可以增强消费者对产品的认同感和归属感。但是,大多数研

究都集中在包装外观的造型设计或包装材料的综合运用上^[3-4],鲜有体现产品地理文化的研究。坦洋村拥有逾千年的历史,早在先秦时期便成为闽越族的定居地,是中国闽东地区历史悠久的传统村落。2014 年,坦洋村荣登第三批中国传统村落名录,而后于 2019 年跻身第七批中国历史文化名村。当地独特的地理文化是居民生活方式中不可或缺的一环,广泛体现在其饮食、娱乐、宗教等方面^[5]。坦洋工夫红茶作为福建省福安市坦洋村的地理标志保护产品,于 2019 年入选中国农业品牌名录,2021 年列入中国非物质文化遗产名录^[6]。研究拟采用案例研究、数据调查与数据分析相结合的方法,探讨将地理文化因素融入坦洋工夫红茶包装设计的实际效果与意义,通过包装设计增加对地理标志产品的保护,提升坦洋工夫红茶的产品附加值和影响力。

1 研究方法及框架

1.1 研究方法

首先,通过问卷调查法收集坦洋村消费者对坦洋工夫红茶包装设计的需求。采用定量分析方法对问卷数据进行统计学处理。消费者认为坦洋工夫红茶包装设计存在辨识度不足、品牌文化欠缺以及设计雷同和材质单一等问题,同时指出包装设计的关键点在于文化理念、品牌印记和地理产品特色的展现。然后,以地理标志保护产品的地域特色为出发点,调查了坦洋村的自然文化和人文文化;并运用设计研究方法,结合消费者数据,将坦洋村地理文化因素融入坦洋工夫红茶包装设计的实证探究中,提炼出包装设计要素,并将其应用到实际案例中。

1.2 研究框架

1.2.1 研究目的 该研究旨在系统性地探讨坦洋村的地理文化因素,并将这些因素融入坦洋工夫红茶包装设计中,从而提升产品销量并增强市场竞争力。具体而言,该研究目标包括:深入研究坦洋村的地理文化因素,全面了

基金项目:福建省社会科学基金项目(编号:FJ2022B125);宁德师范学院青年专项资助项目(编号:2016Z16)

作者简介:邱汉周(1974—),男,宁德师范学院副教授,博士。

E-mail:80706779@qq.com

收稿日期:2022-12-26 **改回日期:**2023-03-11

解其特征、影响及对当地生活的贡献;分析坦洋工夫红茶市场现状,掌握其市场地位及消费者对产品的需求;探讨如何将坦洋村地理文化因素融入坦洋工夫红茶包装设计,并详细阐述相关方法;评估将地理文化因素融入坦洋工夫红茶包装设计的成效,并进行实证分析。

1.2.2 研究意义 该研究的意义在于为坦洋村地理文化因素的保护和传承提供理论依据,从包装设计角度为坦洋工夫红茶地理标志产品保护提供有效方法,为坦洋村文化产业发展提供宝贵启示。

1.2.3 研究框架结构 以福建省地理标志保护产品“坦

洋工夫”为研究对象,系统整理“坦洋工夫”产地坦洋村的自然因素和人文因素,探讨其特点、影响及对当地生活的贡献。全面分析坦洋工夫红茶包装设计的现状。探索一种将坦洋村地理文化因素有效融入坦洋工夫红茶包装设计的方法,并详细说明该方法。同时,对融入地理文化因素的坦洋工夫红茶包装设计进行实证评估,分析其对产品保护力的影响(见图1)。该研究成果不仅为保护和传承坦洋村地理文化因素提供重要理论支持,还为提升坦洋工夫红茶的影响力和市场竞争力提供有效途径,同时为坦洋村文化产业发展提供了重要的启示。

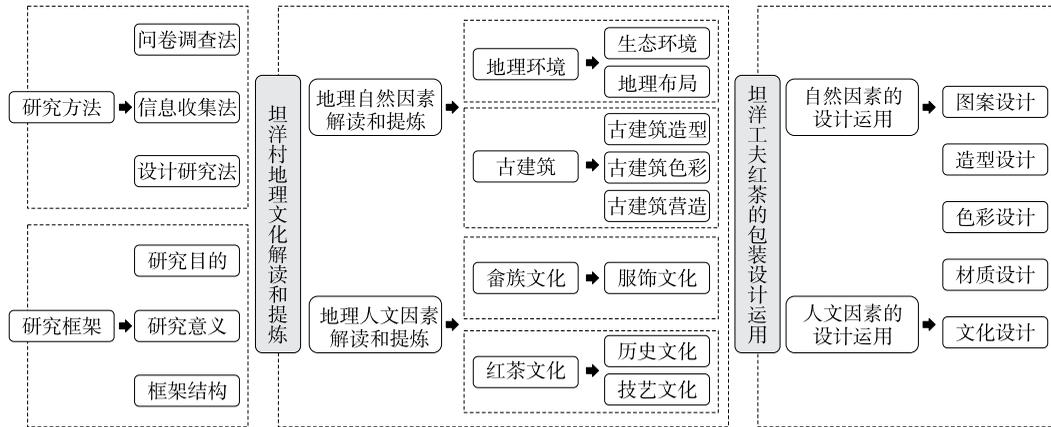


图1 研究路径

Figure 1 Research path

2 坦洋村地理文化解读和提炼

地理文化体现了一个地区历史积淀的文化遗产,是自然因素和人文因素相互交织的综合体现。地理自然因素包括有形价值的文化元素,如当地的生态环境、地理布局和建筑特色等;而地理人文因素则以非物质形态存在,与当地民众的生活密切相关,包括民族文化、传统技艺文化等方面。

2.1 坦洋村地理自然因素的解读和提炼

2.1.1 地理环境因素

(1) 生态环境:坦洋村位于福建省福安市社口镇西部,属于中亚热带海洋性季风气候区。全村占地面积 675 hm^2 ,其中茶园面积约 213 hm^2 ,林地面积约 277 hm^2 。坦洋村的森林覆盖率高达 74.5% ,空气湿度较大。以种植坦洋工夫红茶为主的坦洋村,保留着优美的自然生态环境,茶园与群山相融的景观成为该村自然环境的独特魅力。

(2) 地理布局:坦洋村海拔平均在 900 m 以上,地势高峻群山环抱,其中坦洋溪从村中穿过,形成群山环抱且溪水贯穿的盆地布局。坦洋村分为上街和下街,上街以住宅、古宅为主,下街以茶行、古茶铺为主,目前坦洋村的上街和下街的历史风貌保存完好^[7]。

2.1.2 古建筑因素 坦洋村的重点古建筑分为公共建筑和民居建筑两大类。公共建筑包含真武廊桥、碉楼、宗祠和天后宫;保存较好的古民居建筑是施光凌老宅、王氏大院,古民居是基本围绕着宗祠而建的礼制宗族聚落建筑,多为清代时期风格^[8]。

(1) 古建筑造型:以真武廊桥为例,桥长 39 m ,高 11 m ,整体呈弧形线条,且弧面层次丰富,分别分为桥顶、通道和桥基。桥顶屋檐两边微弧上翘,桥顶横梁连接红色吊柱,排列整齐,与弧形呈曲直结合的造型。其余建筑造型是建筑体立体四边形,屋面弧形相结合的造型。

(2) 古建筑色彩:坦洋村古建筑的建筑色彩与建筑材料密切相关。这些古建筑大多建于清朝时期,当时的建筑材料主要就地取材,以实现与自然环境的和谐融合。根据坦洋村遗留下的古建筑的分类,建筑材质可以分为石材、木材、砖瓦和夯土。① 石材:用于坚固古建筑的建筑墙面基部和地面拼花。② 木材:用于建筑梁柱受力支持、门窗的装饰和雕刻。③ 砖瓦:墙面砌筑和屋顶铺面常使用青砖和青瓦。④ 夯土:炮楼等古建筑用夯土砌筑装饰建筑的外立面。

(3) 古建筑营造:坦洋村的古建筑有三大独特的建筑营造特色:① 选址:坦洋村建筑选址依山傍水,包含廊桥和民居等建筑与自然环境和协调,建筑融入风景形成自



图片来源: <http://www.showcha.net/siluxincharen/5.html>

图 2 坦洋村公共建筑类型
Figure 2 Types of public buildings in Tanyang village

表 1 古建筑的材料及色彩提取

Table 1 Material and color extraction of ancient building

| 材料 | 特色 | 图片 | 色彩提取 |
|----|--------------|----|------|
| 石材 | 墙面基部、地面拼花 | | |
| 木材 | 受力梁柱、门窗装饰 | | |
| 砖瓦 | 墙面砌筑、屋顶铺面 | | |
| 夯土 | 黄壤土为主，用于砌筑墙面 | | |



图片来源: Google Earth; <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1664900885294365713&wfr=spider&for=pc>

图 3 古建筑的营造特征
Figure 3 Architectural features of ancient buildings

然的营造特色。② 山墙:坦洋村的古建筑山墙层次丰富,造型多样,有直线型和圆弧型等,部分山墙用不同颜色的涂料装饰以作区分。因气候多雨,坦洋村的古建筑顶部均采用大面积大双坡悬山屋面的营造特色,屋檐大大超过建筑外墙,部分建筑为减少雨水侵蚀甚至使用双屋面。建筑屋顶两边对称,并用木质悬鱼对称装饰。

2.2 坦洋村地理人文因素解读和提炼

2.2.1 坦洋村畲族文化 最早的畲族人从唐朝末期迁入闽东,畲族有鲜明的民族特色,其生产劳动、习俗和风俗促进了当地的农耕文化和民俗文化^[9]。畲族擅长工艺技术,尤其是彩编和竹编。畲族服饰斑斓绚丽丰富多彩,已被批准列入第二批国家级非物质文化遗产名录。畲族妇女的服装大多是用自织的苧麻布制作,黑蓝居多,衣服是右开襟,衣领、袖口、右襟多镶有彩色花边,花多、边纹宽的是中青年妇女的服装。她们腰间束一条花腰带,亦叫合手巾带,宽 4 cm、长 1 m 余,上面有各种装饰花纹。

2.2.2 坦洋工夫红茶文化

(1) 历史文化

① 明朝(雏形期):坦洋工夫红茶最早可追溯到明朝洪武年间,当地茶农发现并培育了小叶种古茶树。② 明末清初(成型期):坦洋村茶农胡氏开始尝试制作坦洋红茶,因制作工艺耗费功夫,改名为坦洋工夫红茶。③ 清末(发展期):19 世纪中期咸丰和同治年间,“坦洋工夫红茶”开始对外贸易,坦洋工夫红茶成为坦洋村的支柱产业,村内开始大面积种植。同时坦洋村各大形式开始塑造坦洋工夫红茶品牌,有施氏的“丰泰隆”、吴氏的“元记”茶行和林氏的“振泰兴”。④ 目前(鼎盛期):经过 100 多年的沉淀,通过市场的不断扩大和政府的政策扶持,坦洋村的坦洋工夫红茶品牌已经经历了 6 代人的传承。

(2) 技艺文化

① 初制:采摘,当地采摘单芽、一芽一叶或二叶;萎凋,视天气将茶青摊于竹匾上萎凋,直至青草气消退;揉捻,将青叶置于竹箩中,双手揉转至叶片泛黄;发酵,将揉捻叶轻放于竹箩中,待叶片转红铜色并伴有花果香;干燥,将发酵叶撒入焙笼中烘焙,直至焙叶有刺手感。② 精制:精制加工是坦洋工夫红茶的关键工艺,经吊筛、平筛、抖筛、撩筛、风扇、跳筛、簸扬、拣剔、拼和、焙火等工序组成。③ 传统工具:以竹、木材料麻绳编织为主,以制茶工艺为中心制作适合的工具和机器。

3 基于地理标志产品保护的包装设计运用

地理标志产品的保护涵盖了产自特定地理区域的产品、产品生产加工技术以及产品地理标志本身。地理标志保护产品具有地理标志权,从包装设计角度来看,主要表现为基于地理文化因素的商标、图案、色彩、文字和造型等设计元素。坦洋工夫红茶在经过粗制和精制加工

后,干燥的散茶可以散装,也可经高温蒸软压紧成型,制作成饼茶、颗粒茶、柱茶等工艺造型。

研究以地理标志产品保护为目的,以坦洋工夫红茶产品的实际造型为设计对象,将坦洋村的地理文化元素融入坦洋工夫红茶的包装设计中。具体包括图案设计、造型设计、色彩设计、包装文化、材质选择以及包装趣味性6个方面^[10]。

3.1 自然因素的设计运用

3.1.1 包装图案设计 坦洋工夫红茶包装图案设计包含其本身的形象和与其相关的辅助装饰图案,图案作为设计的传达语言,可以将坦洋工夫红茶相关的内在和外在构成图案以视觉传达的形式准确地传达给消费者。图4采用了景色因素图形提取法,通过丹青色水墨勾勒坦洋村内生态环境和建筑相结合的文化场景图,勾画了一幅山水与建筑相适宜和山间薄雾缭绕的画面,作为坦洋村的代表图案,并将图案赋予到坦洋红茶的茶叶罐、茶叶盒和手提袋中。



图4 包装图案设计(作者设计案例)
Figure 4 Packaging pattern design

3.1.2 包装造型设计 包装造型设计是指展示坦洋工夫红茶外包装的外观,包括大小、尺寸和形状,涵盖自然形态和人造形态。包装造型的目的在于保护产品并美化宣传,因此,坦洋工夫红茶的包装造型设计应与茶叶加工后的成型及冲泡习惯相适应,同时结合各种与坦洋工夫红茶相关的有机因素,以实现完美统一的包装造型。

图5的坦洋工夫红茶设计采用了高山设计文化元素,以坦洋村的山体和群山特色为灵感,提炼出不同的包装造型。各造型线条从简单到复杂,从现代到古典。图5(a)为几何圆锥形,结合山体层峦叠嶂的形态和绿色调性,将颗粒状的坦洋工夫茶叶分装在绿色锥四边形的包装中,与山体外形相协调。图5(b)在几何锥形的基础上加入起伏的山体线条,采用双色瓦楞纸作为包装材料,分开底部和盖部,整体突显包装的朴素感,坦洋工夫红茶散装7g/泡装在山体包装内。图5(c)的山体以水墨画风格呈现在长方体包装上,内装饼状坦洋工夫红茶,顶部采用立体展现的造型,表现丰富层次的群山峻岭特色。

图6的坦洋工夫红茶设计采用古建筑设计文化元素,以古建筑的造型和营造特色为设计灵感。图6(a)从不同造型的古建筑中提取立体几何造型,将弧面线条应用于细节,增强几何造型的丰富度和美感。图6(b)借鉴碉楼的造型,屋面采用悬山大山坡营造法式处理。



(a) 单泡紧压茶包装设计 (b) 单泡散装茶包装设计



(c) 礼盒装外观设计

图片来源: <https://huaban.com/pins/1752076243>

图5 自然山体的包装设计

Figure 5 Packaging design of natural mountain



(a) 古建筑弧线重组 (b) 碉楼外观造型

图6 包装造型设计(作者设计案例)

Figure 6 Packaging design

3.1.3 包装色彩设计 包装的色彩设计对于美化和凸显坦洋工夫红茶及其相关性具有重要意义,与包装图案和造型紧密相连。设计时要求色彩主题化和均衡,并结合消费者的喜好、包装工艺、材料和销售目的。图7展示了坦洋工夫红茶的包装设计系列,包装颜色参考了古建筑中建筑材料的色彩。图7(a)的圆柱形罐装散茶采用原木色罐体,同时加入3种不同颜色的标签进行区分,这些颜色源于古建筑中砖瓦和木材的色调。图7(b)的纸质坦洋工夫红茶包装则采用了夯土和石材中提取的颜色。

3.1.4 包装材质设计 坦洋工夫红茶的包装材料需要考虑发酵茶的造型、运输过程和展示效果,并与坦洋村的文化因素相结合,在当地选取具有特色的适宜材料。

图8(a)以制茶工具为灵感,选用天然竹材、麻绳和藤条作为材料,上部采用竹材做为包装框架,麻绳作为固定材料;下部将藤条编织后用作包装固定材料。包装图案展示了制茶的工序要素,整体呈现出古朴美观的效果。图8(b)从畲族的服饰材料中汲取灵感,采用棉麻织物作



(a) 古建筑砖瓦、木材色彩提取运用 (b) 古建筑夯土、石材色彩提取运用

图片来源: <https://uuiiuii.com/inspiration/1616484785.html>

图 7 包装色彩设计

Figure 7 Packaging color design



(a) 天然材料综合包装运用 (b) 畲族服饰布料的包装运用



(c) 当地造纸染色的包装运用

图片来源: https://www.sohu.com/a/551556303_121124791

图 8 包装材质设计

Figure 8 Packaging material design and application

为包装材料,外部用藤编框进行固定。图 8(c)采用坦洋村内的造纸原料经蜡染上色后制作而成,纸质包装轻盈,且可在其表面雕刻图案。

3.2 人文因素的设计运用

3.2.1 畲族图案设计 包装的图案是最直接的视觉表达方式,坦洋工夫红茶的视觉图案设计可以从坦洋村非遗文化中获取灵感,如当地的畲族文化可作为坦洋工夫红茶地理标志产品设计的创意来源。图 9 选取了畲族服饰的黑色调,并以妇女服装的图案作为包装的视觉元素。

3.2.2 技艺文化设计 坦洋工夫红茶包装文化将提炼的坦洋村文化因素与设计相结合,旨在体现坦洋工夫红茶作为传播坦洋村特色产品的途径,弘扬当地的文化特点。在坦洋工夫红茶包装文化中,坦洋工夫红茶的制茶工艺拥有超过100年的历史底蕴,其制茶技艺繁复且富有深



图 9 人文因素设计(作者设计案例)

Figure 9 Design and application of human factors

厚的文化内涵。

图 10(a)采用叙事图形提取方法和线描手法对制茶工序进行概括,使消费者能够通过图形了解制茶背后的历史文化信息,或运用漫画式的绘图方式,以轻松简洁的手法和色彩将制茶的历史文化信息传递给年轻人。图 10(b)通过简约明快的设计方式,将制茶工艺以文字形式直观呈现,并与坦洋村地理生态环境和文字相结合。



(a) 线描制茶工序



(b) 文字与环境图案结合



(b) 文字与环境图案结合

图片来源: <https://weibo.com/2811490621/KxNCCtIAR>

图 10 制茶技艺文化设计运用

Figure 10 Application of tea making technique and culture design

4 结论

坦洋工夫红茶的包装设计对于推广和保护坦洋工夫红茶、传承当地文化具有重要意义。研究结果显示,将当地文化因素融入包装设计有助于坦洋工夫红茶的保护和当地文化的传承,可以使茶叶包装设计更具特色,更有

吸引力,从而增加茶叶的销售量和提高品牌形象;同时,可以使地理文化得到传承,并被更多的人了解和关注,从而促进地理文化的保护。后续可以考虑在其他地区进行类似的研究,以比较不同地区的地理文化因素融入情况;可以考虑使用其他数据收集方法,如专家访谈、焦点团队讨论等,以提高研究的准确性。

参考文献

- [1] 康佳丽, 陈建祖, 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. Analysis of artistic packaging of ancient Chinese tea[J]. Agricultural Archaeology, 2021(5): 43-47.
- [2] 万煦. 中国地理文化因素在茶叶包装视觉传达设计中的运用[J]. 福建茶叶, 2017, 39(10): 117.
WAN X. The application of chinese geographical and cultural factors in visual communication design of tea packaging[J]. Fujian Tea, 2017, 39(10): 117.
- [3] 杨澜. 绿色理念对现代包装设计的影响: 以龙井茶包装为例[J]. 绿色包装, 2021(9): 68-70.
YANG L. The impact of green concept on modern packaging design: A case study of longjing tea packaging[J]. Green Packaging, 2021(9): 68-70.
- [4] 郭芳, 吕雪莲, 吕品磊. 地域元素符号化在包装设计中的应用: 以茶包装为例[J]. 湖南包装, 2021, 36(1): 55-57.
GUO F, LU X L, LU P L. Application of regional element symbolization in packaging design: Taking tea packaging as an example[J]. Hunan Packaging, 2021, 36(1): 55-57.
- [5] 袁菲, 葛亮. 福建省福安市社口镇坦洋古村[J]. 城市规划, 2021, 45(8): 118-119.
YUAN F, GE L. Tanyang ancient village, shekou town, Fu'an city, Fujian province[J]. Urban Planning, 2021, 45(8): 118-119.
- [6] 福建省文化厅. 福建非物质文化遗产名录(三)[M]. 福州: 海峡书局, 2019: 174.
Fujian Provincial Department of Culture. List of intangible cultural heritage of Fujian (III)[M]. Fuzhou: Strait Book Bureau, 2019: 174.
- [7] 陆以载. 福安县志[M]. 福建省地方志编纂委员会. 厦门: 厦门大学出版社, 2009: 645.
LU Y Z. Fuan county diary[M]. Fujian Provincial Local History Compilation Committee. Xiamen: Xiamen University Press, 2009: 645.
- [8] 廖小军, 郑新聪. 宁德历史文化名镇名村[M]. 福州: 福建人民出版社, 2013: 60.
LIAO X J, ZHENG X C. Ningde historical and cultural towns and villages[M]. Fuzhou: Fujian People's Publishing House, 2013: 60.
- [9] 施联朱. 关于畬族来源与迁徙[J]. 中央民族学院学报, 1983(2): 34-42, 33.
SHI L Z. On the origin and migration of the She[J]. Journal of the Central Academy of Nationalities, 1983(2): 34-42, 33.
- [10] 张玥, 侯雅单, 李辉. 基于眼动追踪技术和数量化理论的包装设计要素分析[J]. 食品与机械, 2019, 35(4): 113-119.
ZHANG Y, HOU Y D, LI H. Analysis of packaging design elements based on eye-tracking technology and quantitative theory [J]. Food & Machinery, 2019, 35(4): 113-119.
- (上接第 107 页)
- [9] 叶苹. 展示设计教程[M]. 北京: 高等教育出版社, 2008: 45.
YE P. Display design tutorial[M]. Beijing: Higher Education Press, 2008: 45.
- [10] 于小童. 社交属性产品包装的设计方法研究[J]. 湖南包装, 2022, 37(5): 174-178.
YU X T. Research on design method of product packaging with social attributes[J]. Hunan Packaging, 2022, 37(5): 174-178.
- [11] 孙媛媛, 王玉明. 体验经济视域下的交互式包装设计应用研究[J]. 湖南包装, 2021, 36(2): 71-73.
SUN Y Y, WANG Y M. Research on the application of interactive packaging design from the perspective of experience economy[J]. Hunan Packaging, 2021, 36(2): 71-73.
- [12] 杨雪, 黄守政. 互动性在食品包装设计中的体现[J]. 艺术科技, 2014(10): 240.
YANG X, HUANG S Z. The embodiment of interaction in food packaging design[J]. Art Science, 2014(10): 240.
- [13] 王序. 黑川雅之的产品设计[M]. 北京: 中国青年出版社, 2002: 6.
WANG X. Product design of kurokawa masayuki[M]. Beijing: China Youth Press, 2002: 6.
- [14] HUSIC'-MEHMEDOVIC' M, OMERAGIC' I, BATAGELJ Z, et al. Seeing is not necessarily liking: Advancing research on package design with eye-tracking[J]. Journal of Business Research, 2017, 80: 145-154.
- [15] TYLER A C. Shaping belief: The role of audience in visual communication[J]. Design Issues, 1992, 9(1): 21-29.
- [16] 宫甜甜. 基于多感官理念对通用包装设计的应用研究[D]. 北京: 北京印刷学院, 2015: 34-36.
GONG T T. Research on the application of universal packaging design based on multi-sensory concept [D]. Beijing: Beijing Institute of Graphic Communication, 2015: 34-36.
- [17] 张永年, 赵英杰, 樊清熹. 视障用户的多模态交互包装设计研究[J]. 湖南包装, 2023, 38(1): 159-163.
ZHANG Y N, ZHAO Y J, FAN Q X. Research on multimodal interactive packaging design for visually impaired users[J]. Hunan Packaging, 2023, 38(1): 159-163.
- [18] 杨虎. 从“文化自知”到“文化馈赠”: 树立“文化自信”需要注意的五个问题[N]. 中国艺术报, 2019-04-01(3).
YANG H. From "cultural self-knowledge" to "cultural gift": Five questions to be aware of "cultural self-confidence"[N]. China Art News, 2019-04-01(3).