

论数字时代视觉传达在茶叶包装设计中的新理念

王艺霖

兰州职业技术学院

【摘要】现如今，我国国民经济水平有了显著的提高，这同样带动了当前我国商品贸易的繁荣。在产品的流通过程中，产品的包装设计工作是企业需要重点注意的一个环节，产品的包装设计带给消费者的视觉体验是刺激消费者进行消费的重要影响因素。不可或缺的就是要对产品进行包装的设计，为了能够提高我国商品经济在国际上的发展地位就需要创新产品的包装风格，以此调动消费者的购买欲望。本文以茶叶的包装为例，分析了视觉传达技术在茶叶包装设计方面的应用新理念和应用原则。

【关键词】数字时代；视觉传达；茶叶包装设计；新理念

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2021.09.208

引言

在当前我国商品贸易经济不断繁荣发展的过程中，产品的包装设计是吸引消费者购买的主要因素之一。现如今，随着我国数字化时代的不断深入发展，出现了先进的通过视觉传达技术，该技术能够有效优化产业的包装设计理念，创新茶叶产品的和包装风格，因为在广大消费者挑选产品的过程中，主要会根据产品包装对消费者所产生的视觉效果，从而刺激消费者的购买欲望产生对产品强烈的购买欲望，从而使产品更具有价值和吸引力，这也是视觉传达技术的主要应用的对象。

1 当前茶叶包装设计存在的问题

1.1 文化内涵匮乏

在当前国际贸易的交流过程中，不同国家的特色产品会受到很多消费者的青睐和喜爱。这主要源于不同国家的产品具有不同的文化特色和视觉效果，对于我国的茶叶产品来说，由于我国的茶叶文化本身具有悠久的文化历史价值，通过茶叶的流通能够有效发扬我国优秀的产业文化，提升茶产业在国际上的地位，这也是吸引消费者购买茶叶产品的重要因素。而当前一些茶产业在茶叶产业产品的包装设计环节，却没有紧密结合我国的产业文化历史背景，将丰富的茶叶文化元素融入茶叶的包装设计中，使得茶叶产品本身失去了其本质的文化特征，进而从而降低了广大消费者对茶叶产品的喜爱程度。由此可见，一些茶叶生产企业由于茶产业对我国茶叶文化的了解不够深刻，缺乏茶叶文化内涵，导致产业的包装设计缺乏了文化价值，这对产业的繁荣发展会产生极大的阻碍影响。

1.2 创新性不足

产品的外包装是吸引广大消费者购买欲望的主要因素，然而，在当前茶产业的包装设计环节，却没有创新性的包装风格和包装样式的支撑，导致茶叶产业在市场中的地位逐渐下降，并且在一些茶叶产业的中外包装设计过程中，的设计人员仍旧利用传统落后的设计理念和风格图案，这难以在色彩和风格上调动消费者的购买热情。另外，在当前时代不断发展的过程中，只有包装设计风格的创新性才能够为产业注入新鲜的血液，为提高企业在市场中的竞争力提供重要的动力支撑，而当前很多茶产业并没有适应数字化时代的发展要

求，对设计风格、设计理念和色彩的构造进行创新，导致无法提高茶叶的包装无法刺激消费者的要求，进而对广大消费者的视觉体验，从而使茶叶的销售量正在不断下降^[1]。

1.3 未分析消费者需求

在企业对产品进行生产和包装的过程中，都需要根据消费者的需求，进行产品和产品包装的生产和设计，从而增加消费者对该产品的满意程度，使得企业能够实现更加长远的发展。而在当前茶产业的包装环节中，企业并没有充分对消费者的购买需求进行分析，制定更具特色的产品包装方案，而是仍旧利用传统落后的设计理念和包装风格，这大大降低了广大消费者对茶叶产品的购买欲望。在当前社会不断进步的过程中，人们的生活品质有了显著的提高。消费者在选择产品已经不再仅仅关注局限于产品的质量，消费者还更加注重于产品外包装设计的独特性和美观性是否符合消费者的视觉需求，所以茶叶产品的包装设计需要讲究创新性和特殊性，才能够吸引消费者的眼球。然而，一些茶叶产业对数字化时代下视觉传达技术的应用方式不够了解，无法为茶叶的包装设计融入创新元素，这大大降低了茶叶产品的销售量效果^[2]。

2 数字时代下视觉传达在茶叶包装设计中的运用原则

2.1 注重茶叶养生功能

在当前数字化时代深入发展的背景下，茶产业在茶叶产品的包装设计过程中还需要注重对茶叶养生功能元素的融入，使产业产品的外包装能够充分凸显茶叶产品的功能特征，这样不仅能够有效体现我国的茶叶文化，还能够让消费者了解茶叶产品的功能价值。在古代，茶叶主要被用于药物的制作，因为其本身具有清热解毒的功能，而随着茶叶产品的发展，茶叶的饮用能够产生很好的养生效果，这逐渐受到了广大消费者的青睐和喜爱。因此，在茶叶外包装的设计过程中，设计人员需要合理应用利用视觉传达技术，引用茶叶的养生功能价值的相关元素，在外包装上体现出茶叶健康养生的作用价值，从而调动广大消费者的购买积极性。

2.2 注重茶叶品牌价值

各种产品的销售不仅是为企业创造更高的经济效益，还是提升该产品品牌的知名度，塑造良好的品牌形象的重要途径，只有品牌知名度的提升才能为提升企业在市场中的竞争

力奠定良好的基础。所以在我国茶产业的产品包装环节,需要设计人员能够通过视觉传达技术,将茶叶的品牌价值通过在外包装的设计,上能够体现出来,使我国的茶叶文化和品牌含义共同传递给广大消费者,这不仅能够让消费者感受到企业对茶叶产品的重视程度,并且还能够还能够有效提升企业对消费者的服务效果,提升消费者对该品牌的满意程度,从而不断产生对这一产品的购买欲望^[3]。

3 数字时代下视觉传达在茶叶包装设计中的运用策略

3.1 融入视觉元素

为了能够提升茶叶产品包装风格对广大消费者的吸引力,就需要设计人员科学利用视觉传达技术,改变原先的静态设计方式,通过多样化的动态设计方法,向茶叶包装设计环节,引入多样化的视觉元素和文化元素,使产品的价值符合消费者的购买需求。另外,为了能够为消费者带来更好的视觉体验,还需要设计人员根据消费者的美观性要求和视觉特点,科学制定准确的茶叶包装设计策略。

3.1.1 造型设计

茶叶产业产品包装风格的独特性和创新性是吸引广大消费者的重要因素,所以当前茶产业的产品包装环节,需要响应当前数字化时代背景的号召,在满足消费者购买需求和个性化要求的前提下,利用视觉传达技术,科学优化茶叶产业的包装方案。在进行包装造型的设计过程中,引入贴合消费者视觉特点的图案和风格元素,以此提高消费者对茶叶产品的满意程度。

3.1.2 色彩设计

在产品的外包装上,图案的合理搭配和色彩的勾勒是影响产品外包装风格和美观性的重要因素。这也意味着产品包装设计对设计人员的色彩应用能力和图案搭配能力提出了更高的要求,设计人员需要根据消费者的心理需求和个性特点,通过色彩的独特搭配,使其能够有效冲击消费者的视觉神经,从而利用视觉传达技术向其中融入茶叶品牌元素,使茶叶的包装富有层次感,也能使消费者通过色彩的搭配感受到茶叶本身的价值,调动消费者的购买积极性。

3.1.3 图形设计

茶叶产品的品牌价值、功能价值可以通过外包装的图形设计进行凸显,这也是茶叶包装设计环节至关重要的设计步骤。设计人员需要科学应用视觉传达技术,根据消费者的视觉特点和美观性需求,制定具有特色的图形搭配方案,使消费者能够通过生动的图案,了解茶叶产品产业包装的内涵。例如,设计人员可以利用水墨画的方式,将茶叶的文化意义,利用生动的图案表示出来,这不仅能够为消费者带来强烈的视觉冲击,还能使消费者深刻了解我国悠远的茶叶文化。

3.1.4 文字设计

在进行茶叶产品的外包装设计环节中,文字的应用是不可或缺的,也是视觉传达技术应用过程中的主要元素之一。通常情况下,利用文字设计主要是表现产业产品的品牌信

息、日期、发源地等信息,主要是为了让消费者直观的了解该产品的出处和产品品牌,这对消费者购买欲望的提升有着密切的联系。对此,设计人员需要科学应用视觉传达技术和创新性设计理念,结合茶叶本身的文化价值和功能价值,利用具有特色的文字形式展现在产业的外包装上,从而加深广大消费者对该茶叶产品的印象。

3.2 融入文化内容

我国的茶叶文化有着悠久的历史,所以对于茶产业来说,不仅要注重经济效益的提升,还需要承担起我国优秀的茶文化的传承责任。在当前数字化技术不断发展的过程中,茶叶产品包装设计人员需要切实了解我国优秀的茶文化的历史背景、文化内涵和茶文化的开端,从而使设计人员能够更好地利用视觉传达技术,将我国优秀的茶文化内涵融入茶叶产业产品的外包装中,向消费者传递我国优良的茶文化信息,让更多的人深刻了解我国茶叶文化的起源、历史背景和发展情况。所以在设计人员进行茶叶产品的外包装设计过程中,需要融入茶叶的发源地信息、文化信息,通过图片、装饰纹样的合理搭配,为拓宽消费者预留更广阔的思想空间,从而为消费者的购买增添更多的乐趣。

3.3 融入品牌效应

在进行茶叶产品的销售过程中,不仅需要提升茶叶产品的销售量,还必须要打造更高的品牌知名度,所以在当前的时代背景中,茶产业还需要优化茶叶产业产品的销售方案,拓展销售途径,不仅需要注重线下茶产业的销售工作,还需要通过线上的茶叶产品的经营进行多渠道的销售。因此,为了能够为茶产业的产品塑造优良的品牌形象和知名度,提升茶产业在市场中的地位,就需要利用视觉传达技术,将茶叶产品的品牌元素融入外包装的设计过程中,使茶叶外包装能够彰显茶文化的发展历史和文化价值,从而打造更高的品牌效应。

4 结语

以上是本文对数字化背景下,茶产业在茶叶产业产品的包装设计环节中存在的问题,以及为了能够提高茶叶产品的文化价值和经济效益,提出了相应的设计建议,其中,在进行茶叶产品外包装的设计过程中,需要本着满足消费者购买需求,提升消费者购物体验的核心目标,合理应用先进的视觉传达技术,将茶文化元素、功能元素、创新元素引入茶叶的包装设计中,以此调动广大消费者的购买积极性,使我国的茶文化持续的传承下去。

参考文献

- [1]钟志先.数字时代视觉传达在茶叶包装设计中的新理念[J].艺术家,2021(6):1.
- [2]王雅洁.数字时代下视觉传达在茶叶包装设计中的新理念[J].福建茶叶,2016(11):2.
- [3]张毓峰.浅谈数字时代下视觉传达在茶叶包装设计中的新理念[J].明日风尚,2020(9):70-71.