

УДК 76.01: 663.954.56:7.03'06]: 111.852(510)  
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/80-1-18>

**Ван ЖУНЬЧЖІ,**  
*orcid.org/0009-0005-5525-2365*  
аспірант кафедри графічного дизайну  
Харківської державної академії дизайну і мистецтв  
(Харків, Україна) [runzhiwong@gmail.com](mailto:runzhiwong@gmail.com)

## ОСОБЛИВОСТІ КИТАЙСЬКОЇ ЕСТЕТИКИ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНОЇ УПАКОВКИ ЧАЮ

*Метою статті є дослідження особливостей китайської естетики в дизайні упаковки чаю, зокрема її культурні, історичні та символічні аспекти, що впливають на сучасні дизайнерські рішення. Стаття аналізує, як традиційні естетичні принципи Китаю використовуються для підкреслення національної ідентичності та якості продукту, а також для залучення міжнародних споживачів. **Методологія:** використано порівняльний аналіз зразків упаковки чаю різних періодів і стилів, а також контент-аналіз візуальних і графічних елементів. Досліджено вплив філософії Дао та конфуціанських ідей на конструктивне та графічне рішення в дизайні упаковки. Проведено інтерв'ю з дизайнерами китайських компаній для розуміння сучасних тенденцій у поєднанні традицій та інновацій. **Наукова новизна** статті полягає в тому, що систематизовано ключові елементи китайської естетики у сфері дизайну пакування чаю, такі як гармонія форм, природність кольорової гами, символіка зображень; а також виявлено, як ці елементи адаптуються до сучасних комерційних вимог та міжнародних трендів дизайну упаковки. **Висновки:** Китайська естетика значною мірою впливає на дизайн упаковки чаю через збереження культурної спадщини та символічних значень. Упаковка не лише виконує функцію зберігання продукту, але й стає інструментом передачі національної ідентичності та філософських цінностей. Сучасний дизайн упаковки чаю в Китаї є результатом синтезу традиційної естетики та інноваційних підходів, що дозволяє ефективно конкурувати на міжнародному ринку. Тому важливим є дослідження того, як сучасні китайські дизайнери інтерпретують традиційні естетичні принципи у своїй роботі та яким чином китайська культура впливає на сучасний дизайн упаковки чаю, зберігаючи свою автентичність та водночас відповідаючи вимогам глобального ринку.*

**Ключові слова:** китайська естетика, дизайн упаковки, чай, символіка, традиційна культура, сучасний дизайн, національна ідентичність.

**Wang RUNZHI,**  
*orcid.org/0009-0005-5525-2365*  
PhD student at the Department of Graphic Design  
Kharkiv State Academy of Design and Arts  
(Kharkiv, Ukraine) [runzhiwong@gmail.com](mailto:runzhiwong@gmail.com)

## FEATURES OF CHINESE AESTHETICS IN MODERN TEA PACKAGING DESIGN

*The purpose of this article is to explore the features of Chinese aesthetics in tea packaging design, particularly its cultural, historical, and symbolic aspects that influence modern design decisions. The article examines how traditional aesthetic principles of China are used to emphasize national identity and product quality, as well as to attract international consumers. **The methodology:** The study uses a comparative analysis of tea packaging samples from various periods and styles, along with a content analysis of visual and graphic elements. It investigates the influence of Daoist philosophy and Confucian ideas on structural and graphic solutions in packaging design. Interviews with designers from Chinese companies were conducted to understand current trends in combining tradition and innovation. **The scientific novelty:** The article systematizes key elements of Chinese aesthetics in tea packaging design, such as harmony of forms, natural color palettes, and image symbolism. It also reveals how these elements are adapted to modern commercial demands and international packaging design trends. **Conclusions.** Chinese aesthetics significantly influence tea packaging design by preserving cultural heritage and symbolic meanings. Packaging not only serves the function of product storage but also acts as a tool for conveying national identity and philosophical values. Modern tea packaging design in China results from a synthesis of traditional aesthetics and innovative approaches, allowing effective competition in the international market. Therefore, it is essential to study how contemporary Chinese designers interpret traditional aesthetic principles in their work and how Chinese culture impacts modern tea packaging design, maintaining its authenticity while meeting global market demands.*

**Key words:** Chinese aesthetics, packaging design, tea, symbolism, traditional culture, modern design, national identity.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі дизайн упаковки відіграє ключову роль не лише в забезпеченні функціональних характеристик продукту, але й у формуванні візуальної комунікації між брендом та споживачем. Особливо це стосується продуктів з глибокими культурними та історичними традиціями, як, наприклад, чай у Китаї. Китайська культура має багатовікову історію, багату символіку та естетичні принципи, які формувалися під впливом філософії Дао, буддизму та конфуціанства. Традиційні естетичні цінності, такі як гармонія з природою, простота форм та символізм, залишаються актуальними і сьогодні.

Однак, у контексті глобалізації та розвитку сучасного ринку виникає проблема: як зберегти та передати ці культурні та естетичні цінності в дизайні упаковки чаю, враховуючи потреби сучасних споживачів, зокрема міжнародної аудиторії, і вимоги сучасного ринку. Водночас виникає питання адаптації традиційної естетики до нових вимог маркетингу та конкуренції на світовому рівні, де актуальними стають не лише національні ознаки, але й універсальні тенденції мінімалізму, екологічності та технологічних інновацій.

**Аналіз досліджень.** Сьогодні можна знайти наукові та публіцистичні роботи присвячені темі розвитку дизайну упаковки чаю в Китаї. Зокрема, робота дослідників Ву Юджин та Чен Пейао (Wu Yuqing, Chen Peiyao, 2017) «Еволюція форм упаковки та дизайн упаковки стародавнього китайського чаю» (Evolution of packing form and packing design of ancient Chinese tea) надає аналіз цікавих матеріалів упаковки у різні часи та періоди історії Китаю, вказуючи на їх певні особливості. Упаковка чаю в різні періоди також відображає суспільну продуктивність, тенденції споживання, естетичні концепції та соціальні та культурні потреби часу: «За всю історію розвитку стародавнього Китаю упаковка чаю пройшла шлях від простоти до розкоші; від монотонності до насиченості; від грубості до вишуканості» (Wu Yuqing, Chen Peiyao, 2017:38).

Наступні автори Чень Сюейн, Лю Фаньї (Chen Xueying, Liu Fangyi, 2024) у статті «Вплив іноземного мистецтва на дизайн упаковки чаю в Китайській Республіці з точки зору культурного обміну» (The influence of foreign art on tea packaging design in the Republic of China under the perspective of cultural exchange) визначають ключові аспекти впливу західної цивілізації, які змусили в дизайні упаковки чаю в Китайській Республіці впровадити нові характеристики з точки зору естетичних концепцій, елементів дизайну, методів обробки та художніх стилів, що стало корисною довід-

кою для розвитку сучасної індустрії упаковки чаю. У роботі зазначається: «З появою іноземної культури та мистецтва дизайнери Китайської республіки почали знайомитися з більш сучасними та відкритими ідеями та концепціями дизайну та приймати їх... За часів Китайської Республіки, поглинаючи іноземні художні стилі, дизайнери упаковки чаю також вміло інтегрували в них національні культурні традиції, щоб створити унікальний художній стиль, що розвивається донині» (Chen Xueying, Liu Fangyi, 2024:56).

Вивченню впровадження традиційних культурних елементів у графічний дизайн упаковки присвячено роботу Ву Янь (Wu Yan, 2022), в якій зокрема запропоновано надати упаковці чаю більшого значення з позицій комунікативної функції, покладаючись на взаємну відповідність мистецтва дизайну та візуальних елементів, звичаї та історію вживання чаю. «У графічному дизайні упаковки можна спробувати поєднати ідею китайських літераторів «довіряти речі почуттям» з дизайном упаковки. Наприклад, класичні китайські картини тушшю, такі популярні твори, як «Три друзі Суй Хана» та «Безсмертний, віддаючи шану дню народження», є прикладами цих творів, які виражають високе прагнення стародавніх до єдності природи та людини, демонструючи гармонійний стан екстремального звільнення думок та емоцій, мистецьку концепцію та культуру, що може принести споживачам інший досвід дегустації чаю» (Wu Yan, 2022:23).

Концептуальні засади екологічного дизайну упаковки чаю в Китаї розглядають у своїй статті Лю Ван та Фозі Наейм (Lu Wang, Fauzi Naeim, 2023). Дослідники роблять висновки щодо необхідності переходу до стратегії поміркованості, екологічно чистих матеріалів та інноваційних дизайнерських прийомів: «Створення упаковки, яка буде придатною для переробки, повторного використання та виготовлена з високоякісних матеріалів, з включенням культурних та історичних елементів, не лише підніме його імідж, а й підсилить роль як носія китайської культури» (Lu Wang, Fauzi Naeim, 2023:32). Загалом, прагнення до зеленого пакування узгоджується з цінностями сталого розвитку, гармонізуючи природу та спадщину у симбіотичному втіленні дизайну.

Названі джерела є корисними й важливими для дослідження зазначеної теми, бо спрямовані на аналіз того, як китайські дизайнери поєднують традиційні естетичні підходи з новими тенденціями глобального ринку, такими як мінімалізм, екологічність і технологічні інновації, для створення успішного та конкурентоспроможного продукту, що водночас зберігає культурну автентичність.

Метою даної статті є дослідження того, як традиційні естетичні принципи китайської культури, зокрема гармонія, природність, символізм і філософські концепції Дао та конфуціанства, знаходять своє відображення у сучасному дизайні упаковки чаю.

**Виклад основного матеріалу.** Вивчення процесу розробки давньокитайської упаковки для чаю допоможе глибоко зрозуміти зв'язок і взаємодію між пакувальними матеріалами та формами упаковки в процесі дизайну упаковки чаю, а також взаємозв'язок і взаємодію між дизайном упаковки, а також вивчити культурне значення упаковки чаю.

Китайські традиції та культура мають багату історію, яка сягає тисячоліть. У ній зустрічаються різноманітні аспекти, від релігійних обрядів та свят до традиційних звичаїв та кулінарії. З моменту свого народження стародавня китайська упаковка для чаю виконувала не лише функції простого обгортання та зберігання, але й була невід'ємною частиною китайської традиційної культури.

Відомо, що з давніх давен в Китаї в різні періоди правління династій використовували різноманітні матеріали, технології та графічні оздоблення. Спочатку це були тканинні мішечки з геометричними та зооморфними візерунками, пізніше гончарні глеки та керамічні банки. Наприклад, після «повстання Анші» у період династії Тан (618 р. н.е.) почали стягувати податки на чай. У «Чайній класиці» (першій у світі чайній книзі) Лу Юй зазначається: «Паперові пакети були затиснуті щільним білим лозовим папером для зберігання чаю, щоб його аромат не витікав поза» (Wu Yuqing, Chen Peiyao, 2017:2). Видно, що паперову упаковку для чаю почали використовувати в династії Тан. Літератори династії Тан надсилали один одному новий чай як спосіб спілкування. Як правило, вони використовували білий папір або білий шовк, щоб загорнути його в кілька шарів, і писали на папері відповідні вірші. Дуже поширеним був і спосіб упаковки з використанням мішечків. В період династії Сун (960–1279 рр.) змінили спосіб заварювання чаю: з'явився вид розсипного чаю. Найпростішим способом упаковки чаю було загорнути його в листя бамбука, а потім обмотати бавовняними та лляними стрічками. Такий спосіб фасування чаю з листям бамбука був поширений і в Японії. З великим удосконаленням технології виробництва лакованого посуду в династії Сун широкого розповсюдження набули чайні коробки та ящики, виготовлені з деревини і оброблені лаком. Технологія друку в династії Сун була досить зрілою, тому паперова упаковка також широко використовувалася. У дизайні упаковки чаю під впливом неоконфуціанства династії Сун, «що наголошувало на раціональних речах аніж емоційних» а також конфуціанських і даоських ідей

«гармонії між людиною та природою», відстоювалося те, що дизайн має бути практичним і естетично єдиним. Відтворюючи тодішній дизайн упаковки чаю простим і яскравим, форма переслідувала стабільність і щедрість, а лінії були плавними і природними. Художній стиль був суворим і неявним, лаконічним і глибоким, небайдужим і змістовним, що цілком відповідало раціональним естетичним потребам народу Сун того часу. У цей же період почали з'являтися реклама та торгові марки.

Династія Юань (1271–1368 рр.) була багатостороннім феодалним періодом, заснованим монгольськими дворянами в Китаї. Завдяки цій історичній причині сформувалася унікальна мультикультурність. Імператори та вельможі того часу надавали великого значення ручній техніці. Урядові майстерні були створені в різних регіонах, і ремісники з різних національностей і місцевостей були скликані до майстерень. Завдяки інтеграції багатосторонніх культур і різноманітній естетиці, а також поєднанню різних ремесел, упаковка династії Юань демонструвала унікальні відмінності та вишукану майстерність. Уподобання правлячого класу також вплинули на колір упаковки, що переважав в той час: біле тло з синіми квітами або синє тло з білими квітами, використовували переважно флористичні мотиви.

Династії Мін (1368–1644 рр.) і Цін (1636–1912 рр.) були останнім періодом феодалного суспільства, і високоавтократичне політичне правління також мало певний вплив на мистецтво. Тривалий період часу політична ситуація була стабільною, економіка процвітала, і людям почала подобатися складна та розкішна упаковка. Прагнення вищого правлячого класу до якості життя сприяло розвитку пакувальної промисловості, і співіснували офіційні заклади художнього виробництва та процвітаючі майстерні народного мистецтва. Ремісничі техніки того періоду включали: гравіювання, інкрустацію, різьблення, розпис, випалювання та плетіння тощо. Для пакування палацового чаю використовувалися різноманітні матеріали та технології виробництва. Форма та графічне оздоблення були розроблені придворними художниками, які прагнули ідеального поєднання змісту, форми та культурної конотації в упаковці чаю. Крім того, технологія виробництва паперу та технологія обробки на той час були значно вдосконалені, а також види сировини стали багатшими. Одночасно поступово вдосконалювалися технологія друку, технологія виготовлення воску, вологостійкі функції паперу, поступово витісняючи парчу, шовк тощо. Папір за часів династії Мін поділявся на дві категорії: одна була бамбуковим папером, а друга – перга-



ментним. Пергамент використовувався здебільшого для пакувального паперу. Під час династії Цін технологія обробки паперу була інновована, а також були додані процеси порошкування, фарбування, полірування, парафінування, нанесення золота, розпилення золота та срібла та додавання клею галуни, завдяки чому текстура поверхні паперу стала більш насиченою та гладкою. Папір також міг бути водонепроникним, захищеним від комах і мав потужну фарбувальну дію, його можна було використовувати у зовнішній та внутрішній упаковці. Розвиток технології гравіювання рухомого шрифту, монохромного та кольорового накладного друку за часів династії Мін збагатили кольори, надруковані на упаковці чаю. Виробники почали друкувати назви своїх компаній, слогани та візерунки на власних продуктах, щоб розширити популярність продуктів і збільшити додану вартість продуктів. На цьому етапі літератори та вчені почали брати участь у розробці упаковки чаю. Ремісники співпрацювали з літераторами та вченими, щоб підвищити культурну грамотність майстрів і підштовхнути дизайн упаковки чаю часів династії Мін до вершини.

У династії Цін спосіб пиття чаю був таким же, як і в династії Мін, і контейнери для чаю також не сильно відрізнялися, за винятком того, що дизайн чайних банок був більш різноманітним. Банки для чаю були різних розмірів і виготовлені з порцеляни та фіолетової глини, щоб максимально зберегти оригінальний смак чаю. Вони мали просту та елегантну форму та чудову герметичність. Окрім порцеляни та пурпурового піску, додавали кераміку, олово, залізо, срібло, скло та інші матеріали. На додаток до синьо-білої порцеляни династії Мін додавали одноколірну глазур, пастель, старовинний колір і дукай. Чайні банки також були обгорнуті тканиною Хуанлін, яка мала як практичну, так і естетичну цінність.

За часів Китайської Республіки (1912–1949 рр.) дизайн упаковки чаю відображав регіональні особливості різних районів виробництва чаю, наприклад використання мальовничих місць, фірмових страв, фольклорних елементів тощо з різних регіонів як графічних елементів дизайну, що надавало упаковці чаю характерні регіональні характеристики. Упаковка також включала декоративне мистецтво та неокласичні стилі західного мистецтва, утворюючи унікальний художній стиль, який поєднує китайський та західний стилі.

Дизайн упаковки чаю в Китайській народній Республіці (1949 р. – сьогодні) повною мірою використовував традиційні культурні елементи, такі як пейзажі, малюнки квітів і птахів, калі-

графія тощо. Ці елементи не лише відображали культурний відтінок традиційної упаковки чаю, а й відтворювали соціальне тло КНР. У той же час він поєднує такі художні принципи, як реалістичне моделювання, симетричну композицію та колірний контраст у західній естетиці, комплексне використання обох робить дизайн більш сучасним. «У контексті загальної тенденції оновлення споживчого ринку китайські бренди чаю повинні підвищувати свою додану вартість шляхом раціонального пакування, формувати унікальний образ бренду та активно адаптуватися до особливостей споживання сучасності... Пакування чаю не може бути відокремленим від фізичних та духовних характеристик самого чаю. Дизайн пакування китайського чаю повинен ґрунтуватися на основі місцевої чайної культури: гармонія, спокій, приємність і правдивість, щоб відображати прекрасний характер чаю» (Zhang Yan, 2016: 46–47).

Сучасні китайські дизайнери, які працюють у напрямку дизайну упаковки стверджують, що поєднання естетики минулого з сучасністю дозволяє створити унікальний стиль, який відображає культурну спадщину країни, водночас відповідаючи вимогам сучасного ринку. Вони прагнуть інтегрувати традиційні китайські мотиви, символи й матеріали в сучасному дизайні, щоб підкреслити зв'язок з історією та автентичність, але у модернізованій, мінімалістичній формі, яка приваблює сучасного споживача.

Наприклад, Іп Він Кіт (Ip Wing Kit) у дизайні упаковки елітного зеленого чаю Loong Cheng, відомого своїм кольором, ароматом, смаком і формою вказує, що саме відомий вислів «Не картина, але краще за шедевр» надихнув його на створення цього дизайну упаковки чаю. Спрощений стиль китайського живопису був інтегрований у дизайн упаковки, представивши це давнє мистецтво в сучасному контексті (іл. 1).



Іл. 1. Ip Wing Kit. Loong Cheng – Chinese Green Tea Packaging Design, 2018  
<https://www.behance.net/gallery/73255969/Loong-Cheng-Chinese-Green-Tea-Packaging-Design> (дата звернення 18.06.2024)

Молоді дизайнери з агенції The Nine Shanghai відтворили дизайн упаковки для нового тайванського бренду. Вони прагнули створити молодіжний дизайн упаковки відповідно до бачення бренду, де органічно поєднали теплі ілюстрації чашок та чайників з молодіжними графічними елементами. Чайник, чайна чашка та чайне листя були представлені у вигляді теплих та елегантних ілюстрацій, щоб нагадати споживачам про спокійний і затишний момент пиття чаю, теплі відчуття чаю були передані через текстуру кольорового олівця. Для підкреслення основного кольору бренду, оранжевого, вони обрали теплий золотий, який символізує розкіш, і чорний як додатковий колір. Крім того, було впроваджено рукописний китайський шрифт, який гармонійно поєднується з текстурою ілюстрацій, а для англійського шрифту обрали класичний типографічний стиль, щоб передати поєднання вічності та молодіжного духу (іл. 2).



Іл. 2. The Nine Shanghai, XIAWUCHA, 2024 <https://packagingoftheworld.com/2024/01/xiawucha-tea-package-design.html> (дата звернення 22.06.2024)

Основний візуальний стиль упаковки подарункового набору чайних пакетиків, нещодавно випущений компанією CHALI Tea, натхненний фрескою династії Тан «Золотий край та зелений пейзаж». Відкривши подарункову коробку, перед вами постає сутність чайної культури династії Тан із зображенням давнього шляху доставки чаю кінями. Структура коробки нагадує стародавні китайські книги, а всередині додана популярна форма «сліпої коробки», яка передає різні смаки чотирьох видів чаю через костюми чотирьох дам на конях із династії Тан і декорації коней. Дизайн передньої частини чайного пакетика схожий на пазл, який можна скласти в ілюстрацію, тоді як задня частина відрізняється великими кольоровими блоками та зображенням жінок-вершниць. Це живий і унікальний дизайн, який повністю передає східну романтику чайної культури (іл. 3).



Іл. 3. TUSHI design. Chali Chinese National Drink in Tang Dynasty Gift Box, 2022 <https://www.foodtalks.cn/news/33974> (дата звернення 15.06.2024)

Повіт Джулу в Китаї, незважаючи на довгу історію та глибоку культуру, мало відомий людям. Все місто династії Сун, що має 900-річну історію, зараз знаходиться під землею і відоме як «Східна Помпея». Колись у Джулу було розкопано велику кількість вишуканої порцеляни династії Сун, що відкрило перед нами красу культури та мистецтва. Три скарби повіту Джулу – жимолость, червоні абрикоси та ягоди годжі, а супутні товари є однією з провідних галузей повіту. Дизайнерська команда Alibaba Group Holding Limited вивчила місцеву історію та культуру династії Сун, інтегрувавши їх, а також естетику живопису в дизайн продукції. Зовнішнє пакування прикрашено справжніми зображеннями порцеляни династії Сун: різні види порцеляни використовуються для різних продуктів, а також маркуються назвою порцеляни, її місцем знаходження та описом продукту, що робить пакування носієм для «поширення культури» (іл. 4).



Іл. 4. Alibaba Group Holding Limited . Julu Specialty Series Product Package Design, 2022 <https://www.foodtalks.cn/news/33974> (дата звернення 15.06.2024)

Молоді дизайнери креативної студії Shenzhen Bob Design вважають, що «хороші книги – це опора життєвих знань, а хороший чай – опора гарного життя». Саме тому цей дизайн упаковки китайського чаю використовує книги як прото-

тип коробки, створюючи поєднання книг і чаю, що підкреслює образ бренду як джерела насолоди від книг і чаю. Багатошаровий папір створює тривимірну «гору», що є привабливою та екологічною. Поєднання гірських хребтів додатково втілює перевернуту сторінку з глибоким змістом, що хороший чай приходить із віддалених гір. В даному дизайні упаковки також поєднуються давні китайські традиції паперопластики, що загалом повертає нас до автентичності особливостей китайської естетики (іл. 5).



**Іл. 5. Shenzhen Bob Design Tea Book, 2023** <https://www.behance.net/gallery/171458509/BOB-x->  
(дата звернення 05.07.2024)

Як стверджує креативний директор Лю Юн, дизайн упаковки подарункового набору чаю Youmingtang є ідеальним поєднанням китайської культури та сучасної моди. Основою дизайну цієї упаковки є симетрична китайська концепція, що створює елегантне та виважене візуальне враження.

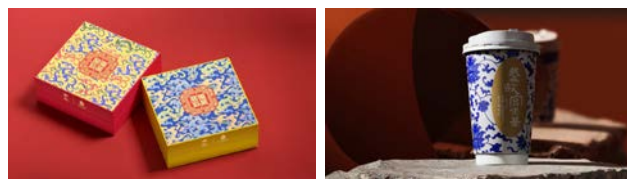
Упаковка розписана з використанням традиційних китайських елементів орнаменту. Цей стиль живопису надає продукту класичної краси, а також передає прагнення до чистоти та природності чаю. Дизайн з контрастними кольорами додає багатошаровості та візуального ефекту всій упаковці. Використання яскравих кольорних контрастів, таких як помаранчевий і зелений, робить упаковку більш привабливою. Така кольорова гармонія не тільки демонструє молодість та енергійність продукту, але й передає його характеристики та імідж бренду споживачам.

У технічному плані на упаковці використовуються тиснення та техніка гарячого тиснення фольгою. Вишукана майстерність яка орієнтується на стародавні китайські традиції робить упаковку більш преміальною. За допомогою технології тиснення візерунків стає рельєфним, додаючи текстури та об'єму упаковці. Одночасно процес гарячого тиснення створює металевий ефект на логотипах і тексті, підвищуючи загальну якість упаковки (іл. 6).



**Іл. 6. Liu Yong. You ming tang tea gift box, 2023**  
<https://packagingoftheworld.com/2023/12/you-ming-tang-tea-gift-box-packaging.html> (дата звернення 14.05.2024)

Імператорський чай – це більше, ніж просто напій; це культурний символ, занурений в історію, протягом тисячоліть він слугував символом елегантності та традицій. Відома дизайнерська студія Zhiyuan майстерно передає цю сутність, бездоганно поєднуючи спадщину з сучасною естетикою як у логотипі, так і в упаковці. Мистецтво на упаковці вшановує культові флору та фауну пізньої династії Цін. Ці яскраві візерунки гармонійно переплітаються з глибокою історією Забороненого міста. Кольорова палітра відображає яскравість імператорських придворних вбрань, де насичені тони передають пишність класичного палацу, водночас втілюючи сучасну енергію. Цей дизайн дозволяє кожному поціновувачу чаю здійснити культурну подорож, яка виходить за межі часу. Біло-блакитна порцеляна, класика китайської кераміки, має багату історію та тривалий вплив. Її включення в упаковку літнього трав'яного чаю є свідченням непереборної привабливості традиційної китайської культури. Лотос, що символізує чистоту, ще більше збагачує цей досвід. Гармонійна взаємодія білого та синього не лише створює візуально привабливу презентацію, але й викликає відчуття освіжаючої прохолоди в спекотні літні дні. Цей дизайн символізує не лише продовження спадщини, але й новаторський підхід, що забезпечує резонанс кожного чайного продукту з його культурною спадщиною, даруючи приємні відчуття від чаювання (іл. 7, 8).



**Іл. 7, 8. Zhiyuan. Tale of imperial tea: steeped in history, sipped in luxury, 2024.**  
<https://packagingoftheworld.com/2024/04/a-tale-of-imperial-tea.html>  
(дата звернення 11.07.2024)



Як бачимо сучасний дизайн упаковки чаю в Китаї знаходить баланс між традиційними естетичними принципами та сучасними маркетинговими підходами. Дизайнери активно впроваджують тенденції мінімалізму, що відповідає вимогам глобального ринку, де цінується простота і функціональність. Водночас використання сучасних технологій у матеріалах і виробництві дозволяє створювати екологічно чисті, інноваційні упаковки, що задовольняють запити еко-свідомих споживачів.

**Висновки.** У результаті проведеного дослідження було виявлено, що дизайн упаковки чаю в Китаї залишається потужним засобом вираження національної ідентичності та культурних цінностей, незважаючи на виклики глобалізації та сучасних ринкових вимог. Основні естетичні принципи китайської культури, такі як гармонія з природою, символізм і філософські концепції, продовжують відігравати ключову роль у формуванні візуальної мови упаковки. Водночас сучасні дизайнери шукають нові шляхи адаптації цих традиційних елементів для створення продукту, що буде привабливим як для внутрішнього, так і для міжнародного споживача.

Однією з основних тенденцій є використання природних матеріалів і кольорових палітр, що підкреслюють зв'язок з природою, який глибоко вкорінений у китайській культурі. Символіка продовжує бути важливим елементом, який несе як естетичну, так і культурну функції. Ці символи не лише прикрашають упаковку, але й передають певні смисли, пов'язані з добробутом, гармонією і духовною рівновагою, що особливо важливо для чайної культури.

Таким чином, китайська естетика в дизайні упаковки чаю не тільки зберігає свої історичні та культурні корені, але й успішно інтегрується у сучасний глобалізований ринок. Це демонструє гнучкість та універсальність китайських культурних цінностей, які можуть бути адаптовані до сучасних умов, не втрачаючи при цьому своєї автентичності. Упаковка чаю перетворюється не лише на засіб збереження продукту, але й на потужний інструмент культурної комунікації, що сприяє підвищенню його конкурентоспроможності на світовій арені. Загалом, майбутнє китайського дизайну упаковки чаю залежатиме від здатності інтегрувати традиції з інноваціями, зберігаючи при цьому баланс між культурною спадщиною та комерційними вимогами.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 陈雪影, 刘方义. 文化互鉴视域下外来艺术对民国时期茶叶包装设计的影响. 佳木斯大学社会科学学报. 2024. 年第 42. 卷 第 3. 期 56 – 62.
2. Lu Wang, Fauzi Naeim. Green Design Strategy for Lushan Yunwu Tea Packaging Design. *South Asian Journal of Social Sciences and Humanities*. 2023. Vol. 4(5). P. 32 – 50.
3. 吴 艳. 中国传统视觉元素对现代茶叶包装平面设计的作用研究. 茶馆·茶艺. 2022. 年第 4. 期 24 – 32.
4. 吴余青、陈培尧. 源于食品加工副产物纳米纤维素晶体的制备及其在食品中的应用. 食品与机械. 2017. 第 33 卷, 第 2. 33(2). 期. 1 – 5, 38.
5. Xiaochen Geng, Miaomiao Qiu. Innovation Research on Elements of the Republican Period in Chinese History in Modern Tea Packaging Design. *The 6th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education: 2020: (ICADCE 2020)*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, Volume 515. P. 713 – 719. URL: [https://www.researchgate.net/publication/348412676\\_Innovation\\_Research\\_on\\_Elements\\_of\\_the\\_Republican\\_Period\\_in\\_Chinese\\_History\\_in\\_Modern\\_Tea\\_Packaging\\_Design](https://www.researchgate.net/publication/348412676_Innovation_Research_on_Elements_of_the_Republican_Period_in_Chinese_History_in_Modern_Tea_Packaging_Design) (дата звернення 12.06.2024)
6. Zhang Yan. Research on the cultural marketing means of tea brands. *FuJian Tea*. 2016. №38 (11). P. 46 – 47.

#### REFERENCES

1. 陈雪影, 刘方义. (2024) 文化互鉴视域下外来艺术对民国时期茶叶包装设计的影响. [The influence of foreign art on tea packaging design in the Republic of China under the perspective of cultural exchange]. 佳木斯大学社会科学学报. 年第 42. 卷 第 3. 期 56 – 62. [in Chinese].
2. Lu Wang, Fauzi Naeim. (2023) Green Design Strategy for Lushan Yunwu Tea Packaging Design. *Tea Packaging Design*. *South Asian Journal of Social Sciences and Humanities*. 2023. Vol. 4(5). P.32 – 50.
3. 吴 艳. (2022) 中国传统视觉元素对现代茶叶包装平面设计的作用研究. [Research on the role of traditional Chinese visual elements in the graphic design of modern tea packaging] 茶馆·茶艺. 年第 4. 期 24 – 32. [in Chinese].
4. 吴余青、陈培尧 (2017) 源于食品加工副产物纳米纤维素晶体的制备及其在食品中的应用. [Evolution of packing form and packing design of ancient Chinese tea]. 食品与机械. 第 33 卷, 第 2. 33(2). 期. 1 – 5, 38. [in Chinese].
5. Xiaochen Geng, Miaomiao Qiu. (2020) Innovation Research on Elements of the Republican Period in Chinese History in Modern Tea Packaging Design. *The 6th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2020)*. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 515. P. 713 – 719. URL: [https://www.researchgate.net/publication/348412676\\_Innovation\\_Research\\_on\\_Elements\\_of\\_the\\_Republican\\_Period\\_in\\_Chinese\\_History\\_in\\_Modern\\_Tea\\_Packaging\\_Design](https://www.researchgate.net/publication/348412676_Innovation_Research_on_Elements_of_the_Republican_Period_in_Chinese_History_in_Modern_Tea_Packaging_Design)
6. Zhang Yan. (2016) Research on the cultural marketing means of tea brands. *FuJian Tea*. 2016. 38 (11). P. 46 – 47.