

Философия и культура

Правильная ссылка на статью:

Юй Б. Разработка конструкции подарочной упаковки чая в Китае // Философия и культура. 2024. № 6. DOI: 10.7256/2454-0757.2024.6.70725 EDN: AZHEWU URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=70725

Разработка конструкции подарочной упаковки чая в Китае

Юй Бэйбэй

аспирант; кафедра общественных наук; Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна

191186, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, 18, каб. 440

✉ yubeibei@rambler.ru



[Статья из рубрики "Философия и искусство"](#)

DOI:

10.7256/2454-0757.2024.6.70725

EDN:

AZHEWU

Дата направления статьи в редакцию:

13-05-2024

Аннотация: Объектом исследования является дизайн подарочной упаковки чая в Китае. Предметом исследования выступает проблема разработки конструкции подарочной упаковки чая в современном китайском дизайне. В ходе рассмотрения темы прослеживаются такие вопросы, как степень изученности рассматриваемой проблематики, общая ситуация в области разработки подобной упаковочной конструкции на современном этапе, динамика развития дизайна подарочной упаковки чая во взаимосвязи с социокультурной спецификой, новейшие подходы китайских специалистов к определению конструктивных особенностей подарочной упаковки чая. Кроме того, дается анализ ряда образцов, которые позволяют проиллюстрировать инновационные дизайнерские решения китайских специалистов и выявить основную специфику китайского подхода к разработке подарочной упаковки чая. Выявляется влияние традиционной национальной эстетики. Рассматриваются приемы китайских дизайнеров, благодаря которым конструкция обеспечивает семантическую связь упаковки с содержанием, а также помогает отобразить художественный замысел автора. Исследование предполагает систематизацию имеющихся сведений по теории и истории дизайна упаковки, в том числе подарочной, чая в Китае. В работе используются традиционные методы искусствоведческого и историографического анализа, а также

социокультурный и функциональный анализ. Научная новизна исследования связана с тем, что впервые проводится изучение комплекса вопросов, связанных с проблемой разработки конструкции подарочной упаковки чая в современном китайском дизайне. Вводятся в научный оборот отдельные образцы современного китайского дизайна подарочной упаковки чая. Основным вкладом автора в исследование темы является выявление основной специфики китайского подхода к разработке подарочной упаковки чая, а также ряда инноваций, разработанных китайскими дизайнерами. Основные выводы проведенного исследования: конструкция подарочной упаковки в современном китайском дизайне позиционируется как основное средство выражения художественного замысла, как «холст», на котором дизайнер создает авторское произведение искусства. Художественный замысел – не сам продукт, а его художественная интерпретация – всецело определяет концепцию, функционал, особенности конструкции упаковки. Для его воплощения дизайнеры зачастую пренебрегают глобальным трендом на экологичность, а также на сокращение использования избыточной упаковки. Подход китайских дизайнеров в этом смысле демонстрирует принципиальное отличие от зарубежной практики.

Ключевые слова:

китайский дизайн, дизайн упаковки, упаковка чая, проектирование упаковки, подарочная упаковка, разработка конструкции, художественный замысел, концепция, функционал, экологичность

Проектирование упаковки чая в настоящее время является одной из наиболее динамично развивающихся сфер дизайна в Китае. В последние годы интенсивный процесс совершенствования и развития дизайна упаковки чая связан с возникновением жесткой конкуренции на рынке чая, развитием концепций инновационности продукта, «зеленого здоровья». В этой связи не удивительно то, что наряду с новейшими практическими разработками в данной области формируется тенденция к осмыслению и теоретизации основных направлений и перспектив развития дизайна упаковки. При том что инновации в разработке и проектировании упаковки чая находятся в мейнстриме исследований (Сяочэнь Гэн, Мяомяо Цю [\[5\]](#), Юй-чэнь Лю, Чжу Лю [\[11\]](#), Хуэйцин Чэнь, Чжан Цзянь [\[2\]](#), Чжэньюнь Цюй [\[1\]](#) и др.), не менее значимыми фокусами развития теории проектирования упаковки чая в Китае являются проблемы интеграции национальной культурной традиции и эстетики в современном дизайне (Бинь Ху [\[7\]](#), Ли Исюань [\[13\]](#) и др.), разработки конкурентной продукции с учетом потребительской аудитории (Ли Чжицюань [\[16\]](#), Сюэфэй Ли, Юйсюань Ци, Чарльз Спенс, Сяоан Вань [\[10\]](#), Тао Юйтин, Фаузи Наим Мохамед [\[14\]](#), Цзяин Гао, Марлон Раэль Астиллеро [\[4\]](#) и др.).

Если говорить о теме дизайна подарочной упаковки, то нужно отметить, что эта проблематика до сих пор остается практически не изученной. Ряд публикаций затрагивает тему традиции дарения чая (Линюнь Тун, Энн Топпинен, Лэй Ван [\[12\]](#), Тао Юйтин, Фаузи Наим Мохамед, Хуэйлинь Чжэн [\[15\]](#) и др.), в немногочисленных работах присутствуют описания отдельных примеров дизайна подарочной упаковки (Сяочэнь Гэн, Мяомяо Цю и др.). Специальное рассмотрение проблематики представлено в исследовании Цзяин Хао, выполненном на базе Тяньцзиньского технологического университета, в котором устанавливается взаимосвязь между дизайном подарочной упаковки чая и национальной стратегией экономического развития Китая [\[6\]](#). Другой

значимой публикацией является работа Джеки Чунг, посвященная осмыслению результатов проекта, направленного на создание подарочной упаковки чая премиум-класса, в которой отражена концепция китайского зодиака и гороскопа. Автор анализирует инновационные подходы, современные прочтения проблемы, возможности внедрения новых материалов и творческих техник. Разработка продукта ориентирована на мировую потребительскую аудиторию, в связи с чем автор конструирует теоретические основания с привлечением концепции «ориентализма», с учетом семиотического подхода и возможностей инфографики. Автор подчеркивает, что фактор идентичности принимался во внимание на всех этапах проектирования упаковочной продукции [9].

В настоящее время разработка конструкции подарочной упаковки чая в Китае качественно в значительной степени различается. Как отмечают исследователи [8], многие существующие дизайны упаковки чая не современны, имеют различные недостатки, в том числе конструктивного плана. На рынке представлено большое количество упаковок, которые очень похожи, в них нет изюминки, уникальных индивидуальных особенностей. Повсеместное единообразие в дизайне упаковки чая – это довольно серьезная проблема, которую осознает все большее число специалистов. В противовес сложившейся в данной сфере дизайна ситуации в настоящее время активно развивается новый концептуальный подход, в соответствии с которым на передний план выдвигаются такие требования к дизайну упаковки чая, как креативность, персонализированность, инновационность [1, 2, 8, 11]. Этот подход активно развивает в своем творчестве новое поколение китайских дизайнеров, в особенности те из них, кто получил образование или опыт работы за рубежом, а также ориентирован на мировые тенденции в сфере дизайна. Привнося инновации в китайский дизайн упаковки, они в первую очередь осуществляют активный поиск решения проблем практического внедрения нового подхода. Вместе с тем они не ограничиваются созданием ряда уникальных и креативных дизайнов упаковки чая, но также стремятся выработать некие универсальные принципы, которыми следует руководствоваться в целях разработки и проектирования упаковочной продукции более высокого уровня качества, разработки наилучших дизайнерских решений, в том числе в плане конструирования упаковки. В этой связи необходимо отметить, что наиболее интенсивные динамические процессы трансформации привычных клише проектирования упаковки чая наблюдаются именно в сфере подарочной упаковки. Чай в Китае в силу социокультурной специфики является одним из наиболее значимых и популярных объектов дарения, в силу чего подарочный чай – это не узко специализированная часть продукция, составляющая небольшую долю рынка чая, напротив, подобная продукция превалирует, выступая фундаментальным основанием рынка.

Последние разработки китайских специалистов в дизайне, в том числе конструировании, подарочной упаковки чая свидетельствуют о развитии достойных внимания дизайнерских решений, которые могут представлять интерес и быть в высшей степени конкурентными на международном уровне. Рассмотрим несколько примеров.

В большинстве своем креативные концепции дизайна подарочной упаковки чая обладают свойством многослойности. Это сложные конструкции, которые при этом могут быть выдержаны в лаконичном, минималистичном ключе или, наоборот, отличаться пышностью декора и яркостью цветовой палитры. Многие дизайнеры используют форму книги. На рис. 1 представлен дизайн подарочной упаковки напитка *чали*. Авторы дизайна разработали прямоугольную конструкцию, которая в целом имеет форму коробки. В соответствии с концепцией стилизации дизайна в соответствии с эстетикой династии Тан,

они предлагают использовать механизм открывания/закрывания конструкции не с помощью замка, а с помощью ленты, которая выполняет также декоративную функцию. Открытие крышки, которую потребителю продукта помогает определить присутствие яркой и самобытной картины, а также нарядной надписи, раскрывающей содержание упаковки, позволяет обнаружить тот факт, что перед нами, по сути, конструкция-обманка. Вместо ожидаемого чая покупатель обнаруживает разворот обычной книги, на котором фигурируют сведения и иллюстрации к ним: «когда вы открываете подарочную упаковку, перед вами предстает суть чайной культуры династии Тан, в качестве некоего фона выступают изображения сцен древней доставки чая на лошадях» [\[3\]](#).

Внутри коробки находятся пакетики с чаем, каждый из которых в своей индивидуальной упаковке, имеющей довольно обычную конструкцию немного вытянутого квадрата. Этот пример демонстрирует тот факт, что в разработке конструкции подарочной упаковки китайские дизайнеры склонны иногда игнорировать актуальное требование избегать избыточности в использовании материалов. Отсутствие вставной страницы, безусловно, способствовало бы повышению степени экологичности представленной упаковки, однако разработчики намеренно идут на введение этого листа во многом с целью придания конструкции большего сходства с книгой книги в соответствии с концепцией дизайна. Кроме того, эта страница позволяет ввести большее количество декоративных элементов – красочных иллюстраций, которые не только повышают эстетические свойства упаковки, но и усиливают ее содержательную связь с продуктом: каждое из четырех изображений повторяется в индивидуальных упаковках чайных пакетиков: это усиливает семантическую связь упаковки с содержимым, а также позволяет привести в гармонию, согласовать дизайн общей упаковочной конструкции и дизайн индивидуальных упаковок заварочных пакетиков.



Рис. 1. Китайский национальный напиток *чали* в подарочной упаковке в стиле династии Тан. 2022 г. «Marking Awards», Шанхай.

На рис. 2 представлен другой пример реализации концепции книги, который определил характер разработки конструкции чайной упаковки. Эта книга-обманка выполнена довольно минималистично. Приятный глазу бежевый цвет, выполненные золотом каллиграфические надписи. В этом примере также прослеживается умение китайских дизайнеров использовать конструктивные особенности упаковки для максимально полного и раскрытия концепции дизайна. Если в случае предыдущего дизайна конструкция упаковки предопределяла необходимость переворачивать импровизированную страницу и знакомиться с информационной и иллюстративной частью «книги», задействуя когнитивный и тактильный уровни восприятия, то здесь способ передачи «послания» продуман более тонко. Текстовая часть сведена к минимуму, однако она очень интересно взаимодействует с конструкцией упаковки. В полностью закрытом виде приводится емкая мысль «мой чай... моя книга», что определяет взаимосвязь решения упаковки и ее содержимого. Три рваных листа картона, которые присоединены к корешку «книги» и располагаются на ее обложке, создают образ гор, который приобретает тем самым 3D эффект. Эта дополнительная декоративная

конструкция также имеет и другую функцию: покупатель, открывая упаковку, невольно поднимает эти листы картона один за другим, словно листая книгу, и это усиливает сходство упаковочной конструкции с ее прототипом, вновь напоминая о концепции дизайна упаковки. Любопытно, что на внешнем отвороте помимо надписи фигурирует образ дороги с идущим по ней человеком, маленьким и нечетким, словно сошедшим с традиционных пейзажных картин *шань-шуй*. Эта дорога ведет через горы. Отвернув последний лист картона, мы видим видеоизмененную обложку: раскидистое дерево, которое уходит своими могучими корнями в развернутую к зрителю книгу. На страницах книги, ранее спрятанных за изображением горы и идущего по дороге человека, выполнена надпись на английском и на китайском: «моя книга.. мой чай.. моя жизнь». Образ дороги благодаря видеоизмененной первоначальной надписи приобретает глубокое прочтение: он становится олицетворением жизненного пути человека и связывает этот концепт с образами чая и книги. Интересно то, что разработчики используют не пакетики в качестве индивидуальной упаковки, а обертки. Чайные листья разделены на небольшие части, спрессованы в аккуратные шарики и аккуратно упакованы в тонкую индивидуальную бумажную обертку. Этот подход обеспечивает не только удобство и быстроту использования, но и позволяет сохранить вкус и аромат чая. Внутри коробки присутствует картонная вставная конструкция, имеющая яркий морковный оттенок и резко контрастирующая со спокойным цветовым решением, как общей упаковки, так и индивидуальных оберток для чайных листьев. Под каждым из шариков выполнены специальные отверстия, благодаря которым расположение отдельных индивидуальных упаковок не меняется, они аккуратно и симметрично размещены внутри коробки, кроме того, исключена возможность их трения друг об друга и деформации обертки или ее содержимого.



Рис. 2. Дизайн подарочной чайной упаковки. Дизайнер Шэньчжэнь Боб. 2022 г. «Marking Awards», Шанхай.

Некоторые дизайнеры в разработке подарочной упаковки чая продвигают более современную эстетику и дизайнерские решения. На рис. 3 представлен дизайн подарочной упаковки быстрорастворимого чая «PUYU». В нем, очевидно, прослеживаются современные художественные и дизайнерские тенденции, в то же время присутствует и восточная эстетика. Внешняя упаковка представляет собой прозрачную пластиковую коробку прямоугольной формы. В ее основании – специальная подставка с маленькими круглыми отверстиями для содержимого упаковки. Это основание образует общую «чайную гору». Такое впечатление обеспечивается благодаря тому, что дизайнеры сконструировали маленькие капсулы, имеющие вид чайного дерева. Форма капсул при этом не натуралистична: концепция дерева представлена скорее обобщенно. Конструкция состоит из одинакового для всех капсул коричневого основания – ствола дерева, а также капсульной части, которая ассоциируется с кроной дерева. Эта часть конструкции на самом деле представляет собой собственно капсулу и крышку, которую необходимо снять для приготовления

напитка. В отличие от «ствола» «кроны» имеют разную форму и цвет, что связано, с одной стороны, со стремлением дизайнеров обозначить четыре разных вида чая, с другой стороны, развить концепцию природного ландшафта, в том числе отражая смену четырех времен года. Важно то, что конструкция всех капсул модульная, что снижает производственные затраты. Таким образом, представленный дизайн упаковки вызывает у покупателей ассоциации касательно происхождения чая. Концепция природного ландшафта эффективно воплощается с помощью прозрачного пластикового основания внешней упаковки, поскольку к нему надежно крепятся капсулы с помощью специальных углублений и «стволов деревьев». Представленный пейзаж – это аккуратно упорядоченные внутри коробки капсулы, каждая из которых занимает специально отведенное ей место в этой красочной картине. Благодаря конструкции упаковки хаотичное смешение капсул невозможно, как невозможно их повреждение в результате трения друг об друга. Интересно, что если в рассмотренных выше дизайнах основную роль в выражении концепции играла общая упаковка, то здесь она отходит на второй план. Конструкция внутри нее является основным элементом, несущим эстетическую, содержательную нагрузку в дизайне. Внешняя конструкция в связи с этим сделана из прозрачного пластика, что позволяет сразу привлечь внимание покупателя к чайному «ландшафту». Ее функция – защитная. Кроме того, основание упаковки уподобляется холсту, на котором дизайнеры «пишут свой пейзаж».



Рис. 3. Дизайн подарочной упаковки быстрорастворимого чая «PUYU». 2022 г. «Marking Awards», Шанхай.

Таким образом, рассмотренный выше материал свидетельствует о том, что современные китайские дизайнеры применяют большое разнообразие подходов к разработке конструкции подарочной упаковки чая. В подавляющем большинстве используются отсылки к традиционной культуре чая, чайным традициям, культурным истокам. Дизайнерские решения в плане разработки конструктивных особенностей упаковки можно с уверенностью назвать креативными даже с позиций мирового дизайна и актуальных трендов и достижений в данной сфере. Во всех рассмотренных образцах присутствует общее стремление передать восточную эстетику в том смысле, что традиционное китайское искусство отличается повышенное внимание к художественному замыслу. Художественный замысел – не сам продукт, а его художественная интерпретация – является основой, фундаментом, на котором выстраивается концепция, функционал, особенности конструкции упаковки. Для его воплощения дизайнеры зачастую пренебрегают глобальным трендом на экологичность, а также на сокращение использования избыточной упаковки. Подход китайских дизайнеров в этом смысле демонстрирует принципиальное отличие от зарубежной практики: в их представлении каждая упаковка, по сути, создается как уникальное произведение искусства.

Библиография

1. Цюй Чжэньюнь. "Китайский стиль" в дизайне упаковки и особенности интеграции культурных традиций и технологических инноваций при профессиональной подготовке дизайнеров // Научное мнение. 2021. № 7-8. С. 139-146.
2. Chen Huiqing, Jian Zhang. Research on the Innovativeness of Chinese Tea Set Design

- Based on "Craftsmanship Spirit" // Proceedings of the 5th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2019). 2019. Vol. 341. P. 456-459.
3. Eye-Catching Tea Packaging / MA 2022 Works Feature // FoodTalks. 21.07.2022. URL: <https://www.foodtalks.cn/news/33974> (accessed: 10.05.2024).
 4. Gao Jiaying, Astillero Marlon Rael. Product Packaging Design as The Basis of Product Purchase Decision // Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics. Vol. 5 (2). P. 517-531.
 5. Geng Xiaochen, Qiu Miaomiao. Innovation Research on Elements of the Republican Period in Chinese History in Modern Tea Packaging Design // Advances in Social Science, Education and Humanities Research. Atlantis Press, 2020. Vol. 515. P. 713-719.
 6. Hao Jiaying. A Research on Brand Tea Gift Packaging Design Based on National Economic Strategy. Tianjin University of Technology, 2017.
 7. Hu Bin. Exploring Contemporary Visualizations of Traditional Chinese Symbols: A Case of Tea Packaging Design // The Design Journal. 2020. Vol. 23(2). P. 309-320.
 8. Hui, L. (2012). Analysis of Chinese Tea Packaging Design // Soft Computing in Information Communication Technology. Advances in Intelligent and Soft Computing / ed. by J. Luo,. Vol 161. P. 269-274.
 9. Cheung Jacky. Design Report-Yun Tea 茗願茶. Premium Tea Gift Collection Design // Sharpmotion. 2018. 7 p. URL: <https://www.sharpmotion.com.hk/uploads/portfolio/YunTea-Design-Report.pdf> (accessed: 01.03.2024).
 10. Li Xuefei, Qi Yuxuan, Spence Charles, Wan Xiaoang. Influence of Teaware on Subjective Ratings of, and Taste Expectations Concerning, Tea // Food Quality and Preference. 2019. Vol. 80. Article 103834.
 11. Liu Yu-chen, Liu Zhu. Research on the Promotion of CCP to Conventional Indust2018. Vol. 221. P. 397-403.
 12. Tong Lingyun, Toppinen Anne, Wang Lei. Cultural motives affecting tea purchase behavior under two usage situations in China: a study of renqing, mianzi, collectivism, and man-nature unity culture // Journal of Ethnic Foods. 2021. Vol. 8 (15). URL: <https://www.researchgate.net/> (accessed: 11.03.2024).
 13. Li Yixuan. Application of Traditional Culture in Packaging Design // 2019 International Conference on Humanities, Cultures, Arts and Design (ICHCAD 2019). UK: Francis Academic Press, 2019. P. 522-524.
 14. Tao Yuting, Naeim Mohamed Fauzi. Examining Consumer Perception and Purchase Intention of Gift Packaging: A Case Study of Chinese Consumers on Green Tea Packaging // International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. 2023. Vol. 13(2). P. 702-712.
 15. Zheng Huilin. The Analysis of Sustainable Business Model in Traditional Chinese Tea Industry // Advances in Economics Management and Political Sciences. 2023. Vol. 55(1). P. 107-111.
 16. Li Zhiquan. Tea China sleeve showing humanistic concern. URL: <https://typeset.io/papers/tea-china-sleeve-showing-humanistic-concern-ubdy8wvyt6> (accessed: 12.04.2024)

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования статьи «Разработка конструкции подарочной упаковки чая в Китае» - дизайн подарочной упаковки чая в Китае.

Методология исследования разнообразна и включает сравнительно-исторический, аналитический, описательный и др. методы.

Актуальность статьи необычайно велика, особенно в свете возросшего интереса современного научного сообщества к истории и культуре Востока. Сам автор отмечает, «что наряду с новейшими практическими разработками в данной области формируется тенденция к осмыслению и теоретизации основных направлений и перспектив развития дизайна упаковки. Если говорить о теме дизайна подарочной упаковки, то нужно отметить, что эта проблематика до сих пор остается практически не изученной».

Важную роль играет то, что в современной науке мало достойных исследований, посвященных производственной сфере. Научная новизна работы также не вызывает сомнений, равно как и ее практическая польза.

Перед нами – небольшое, но вполне достойное научное исследование, в котором стиль, структура и содержание полностью соответствуют требованиям, предъявляемым к статьям такого рода. Оно отличается обилием полезной информации и важными выводами. Статья четко и логично выстроена, имеет 3 части: введение, основную часть и выводы.

Остановимся на ряде положительных моментов. Автор дает исторический экскурс в развитие теории проектирования упаковки чая в Китае, отмечая недостатки существующих на рынке вариантов. Автор подчеркивает важные особенности: «Чай в Китае в силу социокультурной специфики является одним из наиболее значимых и популярных объектов дарения, в силу чего подарочный чай – это не узко специализированная часть продукция, составляющая небольшую долю рынка чая, напротив, подобная продукция превалирует, выступая фундаментальным основанием рынка».

Исследователь весьма подробно характеризует предмет своего изучения: «Авторы дизайна разработали прямоугольную конструкцию, которая в целом имеет форму коробки. В соответствии с концепцией стилизации дизайна в соответствии с эстетикой династии Тан, они предлагают использовать механизм открывания/закрывания конструкции не с помощью замка, а с помощью ленты, которая выполняет также декоративную функцию. Открытие крышки, которую потребителю продукта помогает определить присутствие яркой и самобытной картины, а также нарядной надписи, раскрывающей содержание упаковки, позволяет обнаружить тот факт, что перед нами, по сути, конструкция-обманка. Вместо ожидаемого чая покупатель обнаруживает разворот обычной книги, на котором фигурируют сведения и иллюстрации к ним: «когда вы открываете подарочную упаковку, перед вами предстает суть чайной культуры династии Тан, в качестве некоего фона выступают изображения сцен древней доставки чая на лошадях» [3].

Внутри коробки находятся пакетики с чаем, каждый из которых в своей индивидуальной упаковке, имеющей довольно обычную конструкцию немного вытянутого квадрата. Этот пример демонстрирует тот факт, что в разработке конструкции подарочной упаковки китайские дизайнеры склонны иногда игнорировать актуальное требование избегать избыточности в использовании материалов». Или: «На рис. 3 представлен дизайн подарочной упаковки быстрорастворимого чая «PUYU». В нем, очевидно, прослеживаются современные художественные и дизайнерские тенденции, в то же время присутствует и восточная эстетика. Внешняя упаковка представляет собой прозрачную пластиковую коробку прямоугольной формы. В ее основании – специальная подставка с маленькими круглыми отверстиями для содержимого упаковки. Это основание образует общую «чайную гору». Такое впечатление обеспечивается благодаря тому, что дизайнеры сконструировали маленькие капсулы, имеющие вид чайного дерева. Форма капсул при этом не натуралистична: концепция дерева

представлена скорее обобщенно. Конструкция состоит из одинакового для всех капсул коричневого основания – ствола дерева, а также капсульной части, которая ассоциируется с кроной дерева. Эта часть конструкции на самом деле представляет собой собственно капсулу и крышку, которую необходимо снять для приготовления напитка. В отличие от «ствола» «кроны» имеют разную форму и цвет, что связано, с одной стороны, со стремлением дизайнеров обозначить четыре разных вида чая, с другой стороны, развить концепцию природного ландшафта, в том числе отражая смену четырех времен года. Важно то, что конструкция всех капсул модульная, что снижает производственные затраты. Таким образом, представленный дизайн упаковки вызывает у покупателей ассоциации касательно происхождения чая». Представленные примеры демонстрируют глубокие познания автора и умение донести их до читателя, создавая целостную картину представленных вариантов дизайна

Весьма похвально, что автор снабдил работу рядом рисунков: «1. Китайский национальный напиток чали в подарочной упаковке в стиле династии Тан. 2022 г. «Marking Awards», Шанхай. 2. Дизайн подарочной чайной упаковки. Дизайнер Шэньчжэнь Боб. 2022 г. «Marking Awards», Шанхай. 3. Дизайн подарочной упаковки быстрорастворимого чая «PUYU». 2022 г. «Marking Awards», Шанхай».

Библиография исследования обширна, включает основные источники по теме, в т.ч. множество иностранных, оформлена корректно.

Апелляция к оппонентам достаточна и сделана на достойном профессиональном уровне. Выводы, как мы уже отмечали, сделаны серьезные и обширные, остановимся на них: «Таким образом, рассмотренный выше материал свидетельствует о том, что современные китайские дизайнеры применяют большое разнообразие подходов к разработке конструкции подарочной упаковки чая. В подавляющем большинстве используются отсылки к традиционной культуре чая, чайным традициям, культурным истокам. Дизайнерские решения в плане разработки конструктивных особенностей упаковки можно с уверенностью назвать креативными даже с позиций мирового дизайна и актуальных трендов и достижений в данной сфере. Во всех рассмотренных образцах присутствует общее стремление передать восточную эстетику в том смысле, что традиционное китайское искусство отличается повышенное внимание к художественному замыслу. Художественный замысел – не сам продукт, а его художественная интерпретация – является основой, фундаментом, на котором выстраивается концепция, функционал, особенности конструкции упаковки. Для его воплощения дизайнеры зачастую пренебрегают глобальным трендом на экологичность, а также на сокращение использования избыточной упаковки. Подход китайских дизайнеров в этом смысле демонстрирует принципиальное отличие от зарубежной практики: в их представлении каждая упаковка, по сути, создается как уникальное произведение искусства».

На наш взгляд, статья будет иметь большое значение для разнообразной читательской аудитории – дизайнеров, студентов и педагогов, историков, искусствоведов и т.д. а также всех тех, кого интересуют вопросы дизайна и международного культурного сотрудничества.