

“曲间茶”——昆曲主题茶饮品牌视觉形象设计

王雨寒

盐城工学院 江苏 盐城 224000

【摘要】：本文选取“曲间茶”昆曲主题茶饮品牌作为研究对象，从品牌的视觉形象入手，对品牌进行系统的设计以及落地，冲破传统戏曲元素在茶饮品牌上只是简单堆砌的瓶颈，深入挖掘昆曲艺术的写意美学与茶饮雅致消费的内在关联，融合现代设计技术和消费场景要求，创建起有文化辨识度、可操作性强并具备传播效力的品牌视觉形象。研究经由精准萃取昆曲服饰、妆容、身段、曲词这些核心要素，用几何化转译、色彩精确对接、多种场景适配设计等技法，破解传统戏曲文化同现代茶饮审美相脱离、视觉传达效率不高、应用场景无法契合需求等诸多难题，达成昆曲文化向年轻化、商业化转化的目的，并且给其他类似传统文化主题茶饮品牌的视觉设计提供可以参考的实践办法，注重文化传承、商业价值和用户体验这三方面共同提高的目标。

【关键词】：曲间茶；昆曲主题；茶饮品牌；视觉形象设计

DOI:10.12417/3041-0630.26.05.083

在新中式茶饮市场同质化竞争越来越激烈的今天，文化赋能成了品牌差异化突围的主要途径，昆曲是我们的非物质文化遗产经典戏曲，写意美学、雅致韵味和茶饮温润气质天然契合，给品牌视觉设计赋予了诸多文化载体。目前大多数戏曲主题茶饮品牌只是停留在元素拼接的浅层次融合上，缺少对昆曲文化内涵的挖掘和系统的转化，存在着视觉表现繁杂、场景适用性差、传播效果不好等问题，不能很好地满足年轻消费者个性化、审美化、文化化的购物需要。

1 “曲间茶”——昆曲主题茶饮品牌视觉形象设计定位

曲间茶品牌视觉形象设计定位以昆曲写意美学和现代茶饮场景为载体，克服传统戏曲主题品牌重形式、轻内涵、重理论、轻落地的弊端，强调精准化、差异化、实操性这三个主要方面，既重视文化内涵又考虑商业适配性，在设计过程中需要对昆曲抽象的韵味与具象场景之间进行精确的对接，需要借助专业设计技术把昆曲服饰纹样、水袖身段、脸谱线条这些具体的元素拆解出来，提炼出几何化的表现方式，并且避免出现元素堆积造成审美疲劳的情况发生^[1]。设计定位不再泛泛地宣称文化赋能，而是以年轻人的审美偏好和使用习惯为依据，在“雅致而不晦涩、时尚而不浮夸”这样的基调下创建起视觉形象，依靠标准化视觉体系构建、多场景适配设计、互动式视觉表达这些技术途径，使得品牌视觉既表现出昆曲的非遗底蕴，又符合茶饮的便携、实用特性，还拥有独有的视觉辨识度，从而破解同类品牌文化表达不清、传播效果差的问题，达成文化价值、商业价值、用户体验三者同向提升的技术要点，在元素转译的精确度、视觉体系的系统性、场景适应的灵活性这三个方面得以体现。

2 曲间茶品牌视觉形象设计的核心原则

2.1 昆曲韵味保留原则

昆曲韵味保留原则的核心就是抛弃元素表面的模仿，以写意传神、精准提炼为方向，打破传统戏曲设计繁琐复古的限制，既有创新性又有技术性，难就难在把昆曲的抽象韵味（身段的韵律感、曲词的意境美、妆容的雅致感）用可视化的视觉语言准确地表现出来，而不是简单的复制服饰、脸谱这些具象元素^[2]。采用设计阶段的元素解构技术，把昆曲水袖的飘逸线条、脸谱的色彩肌理、折扇的开合形态、经典曲词的意境等拆解开去，提炼出其中的韵律与符号特征，然后运用专业化的几何化重构、线条韵律化处理、色彩渐变衔接等手段完成形简而神存的效果，保证昆曲的雅致韵味与非遗底蕴不会被视觉表达所遮蔽，同时与茶饮温润的气质相契合，让昆曲的韵味自然而然地流淌在每一个视觉细节之中，达到文化内涵与视觉美感的统一，其技术性体现在元素提炼的准确性、韵味转译的可视性、细节表达的层次性这三个方面。

2.2 茶饮场景适配原则

茶饮场景适配原则强调实用性优先、视觉适配，冲破传统文化主题设计重审美轻实用的迷思，具有创新性并且具有很强的技术性，难在实现视觉美感同茶饮消费全场景的精准对接，兼顾包装功能、门店氛围和传播便利，防止出现视觉设计与实际使用场景相脱离的情况。在设计过程中需要考虑茶饮产品的特点，运用包装结构设计技术同时兼顾防潮、密封、便携等功能，使得视觉元素同包装结构、规格高度契合，避免由于视觉设计造成的使用困难；根据门店、外卖、周边等不同的场景，利用视觉层级优化技术调整元素大小、色彩饱和度、排版，保证门店场景视觉有冲击感、外卖场景视觉容易识别、周边场景视觉有质感；考虑到茶饮消费的即时性、便利性，减少视觉冗余元素，突出主要符号的识别度，技术性体现在场景需求准确

把握、视觉和功能相互配合、多场景视觉标准适用等方面。

2.3 视觉传播高效原则

视觉传播高效原则用快速识别、情感共鸣作为两大核心，打破传统文化品牌视觉传播晦涩难懂、传播低效的困境，将创新传播理念和专业设计技术融合起来，难点在于有限的视觉空间内，将昆曲文化内涵、品牌核心信息、传播效率三者之间的平衡问题。设计时采用视觉焦点强化技术，将提炼出的昆曲核心符号与品牌名称、产品信息做层级排版，突出视觉焦点，降低识别成本；用色彩心理学和视觉传播规律，选择高适配、高识别度的色彩组合，加强视觉冲击力，符合昆曲韵味和茶饮气质，根据目前的传播场景，设计符合短视频、朋友圈、外卖平台等线上场景的轻量化视觉元素，兼顾传播便利性和视觉完整性，避免过多复杂元素影响传播速度，它的技术性体现在视觉层级的合理排布、色彩同传播场景的精准匹配、轻量化视觉元素的创新等方面。

2.4 传统现代融合原则

传统的现代融合原则就是打破壁垒、双向赋能，摒弃传统复古化的极端设计和现代同质化的低端设计，具有创新性和高技术性，难度在于将昆曲传统的美学理念与现代的设计语言、消费审美、技术手段结合起来，既不能背离昆曲的文化内涵，也不能脱离现代年轻人的审美取向和使用需求^[3]。使用传统元素现代化转译技术，将昆曲经典元素（霓裳纹样、水袖线条等）与现代几何设计、极简美学相结合，“传统元素年轻化、现代设计有底蕴”，利用现代设计软件和工艺改善视觉细节，提高视觉质感，符合环保理念，选用可降解材料和简约工艺，顺应现代消费趋势，融入互动式设计理念，视觉元素既有观赏价值又带互动功能，扫码获取昆曲小知识、互动打卡等互动形式增强用户参与感，技术性体现在元素转译的创新性、传统与现代的平衡度、设计工艺的适应性以及互动设计的可行性。

3 曲间茶品牌视觉形象的具体设计内容

3.1 核心视觉符号设计

核心视觉符号设计以昆曲元素精准转译、品牌识别度提升为目标，突破传统符号设计同质化、表面化的限制，具有创新性的同时又有较强实用性，难点在于创建起一套独一无二、可以拓展的中心符号系统，实现昆曲文化内涵和品牌主要价值的可视传达效果，并且要符合多场景的应用需求。设计过程中使用元素解构与重构技术，以昆曲经典剧目《牡丹亭》、《桃花扇》等为灵感来源，从水袖、折扇、玉簪、脸谱等主要元素中提取核心符号，用几何简化、线条韵律化的处理方式去除繁杂部分，保留出有辨识度的文化感符号，再将符号与品牌名称“曲间茶”结合，并且使用字体和图形之间的衔接技术，使符号在不同的应用场景（包装、门店、周边）下都有适用性；通

过视觉测试来优化符号比例、线条流畅度，保证符号缩小或者放大时依然可以被识别出来，技术性体现在元素提炼准确、符号设计系统、变体设计合理、视觉识别稳定这四个方面。

3.2 品牌标准色体系设计

品牌标准色体系设计以昆曲韵味适配、场景化应用、视觉统一性三大原则为基础，打破了传统文化品牌色彩杂乱、单调的现状，具有创新性与技术性，难在创建出一套有文化感、辨识度、多场景适配性和能够保证不同材质、不同场景下色彩一致性的色彩体系，最终达到色彩和昆曲剧目、茶类特性、消费场景精准对接的目的^[4]。设计过程中用色彩提取技术，从昆曲服饰、妆容、经典剧目意境中提取出主要颜色，比如《牡丹亭》的清绿、月白，《桃花扇》的正红、鎏金，再和各种茶的汤色、质感相结合来确定六个系列特有的颜色，建立起了主色、辅色、点缀色的统一标准体系，采用色彩搭配的基本原理来保证颜色之间的协调性及层次感，以主色表现品牌核心气质，辅色丰富视觉表现，点缀色强调细节，经过色彩打样检验来改善色彩的明度、饱和度，满足包装、门店装饰、周边产品等不同材质的需求（纸质、塑料、布料），防止出现色彩失真问题，色彩稳定。

3.3 品牌字体系统设计

品牌字体系统设计遵循昆曲韵味与现代审美相融合的原则，注重实用性与识别性相统一，摒弃以往文字设计古朴凝滞、缺乏实用性的模式，在创建出具有独特性文字的时候，存在的主要问题是怎样创造出独具特色的文字，文字既要体现出昆曲的优雅旋律，也要适应当代排版的需求，满足各种场景的使用，同时具备良好的可读性和视觉感受。设计时以昆曲书法的韵味为灵感，结合现代无衬线字体的简洁性，用字体设计技术优化字体笔画结构，把昆曲水袖的飘逸线条融入到字体笔画中，使字体既有传统书法的雅致又有现代字体的简洁易读；创建出主标题字体、副标题字体、正文字体、辅助字体四部分组成的完整体系，确定各个字体所适用的场合和规范，主标题字体体现昆曲韵味和品牌个性，正文字体注重可读性，辅助字体用于信息补充，通过字体测试来改进字体的间距、笔画粗细，保证字体在各种尺寸、各种场景（包装、海报、菜单）下都能清晰地被看见，并且与核心视觉符号、标准色相呼应，提升视觉一致性，技术性主要体现在字体笔画的革新设计、体系的系统化、场景适配的实用性以及视觉上的协调性上。

3.4 应用场景视觉设计

应用场景视觉设计以全场景覆盖、精准适配、视觉统一为原则，对传统场景设计的碎片化、适配性差的痛点进行创新和解决，具有很强的技术性和创新性，难就难在使核心视觉元素能够在各种茶饮场景中灵活运用，既实用又美观又容易被识别

出来是某个品牌的茶饮品牌,不能造成场景之间的视觉隔阂。在茶饮消费全场景使用的基础上,运用场景化设计技术对产品包装、门店空间、菜单设计、外卖物料等进行视觉设计工作,茶叶类根据茶的特性以及昆曲剧目的特点,采用分层排版法,突出核心符号和产品信息,在密封、便携方面也考虑到了,门店设计以标准色和核心符号为依托打造沉浸式的场景,通过墙面装饰、灯光搭配、陈列设计来符合昆曲的雅致氛围,并且提高消费体验,菜单和外卖物料设计注重信息层次分明、减少不必要的元素、加强主要视觉和产品卖点、适配线上线下传播需求,场景模拟测试后调整场景之间的视觉衔接度,保证各个场景的视觉一致性,技术性体现在场景需求精准研判、视觉与功能协同设计、全场景视觉标准化适配。

3.5 视觉形象延伸设计

视觉形象延伸设计以品牌价值延伸、用户粘性提升为出发点,克服传统延伸设计同质化、实用性差的缺点,具有创新性、技术性等特点,难点是把延伸产品和核心视觉体系系统一起,但不能忽视产品的实用性、文化感和年轻化,使延伸产品成为品牌文化传播的载体。根据年轻消费群体需求,采用延伸设计技术,设计出包含文创周边、实用好物、互动产品等各方面的延

伸产品,例如昆曲元素书签、水袖造型杯套、可定制茶罐、互动式明信片等;所有的延伸产品均带有核心视觉符号、标准色、昆曲元素,用元素变体设计来匹配不同的产品形态和功能,避免出现元素的生硬堆砌;重视产品的实用性与创新性,茶罐有密封防潮设计、书签有昆曲曲词加入、明信片扫码听昆曲选段同时保持产品成本可控,具备可操作性,经由视觉测试对延伸产品的视觉细节进行调整,使得延伸产品视觉更加符合品牌核心视觉,形成系列化,提升品牌的识别度和用户粘连程度,技术性主要体现在延伸产品品类创新、元素适配的灵活性、功能和视觉的协同性、落地性等几个方面^[5]。

4 结语

本文以曲间茶昆曲主题茶饮品牌视觉形象设计为研究对象,在文化传承和商业落地的基础上,打破传统的局限性,从实操、创新和技术三个角度出发,确定了品牌的视觉定位,并提出了四个设计原则,完成了全方位的设计工作。利用专业技术手段解决昆曲文化同现代茶饮审美相脱离的难题,从而使得昆曲非遗文化得以年轻化、商业化地落地,并创建出具有深厚文化底蕴、美感和实际操作性的品牌视觉形象体系。

参考文献:

- [1] 赵梓存.Z世代消费观视域下新式茶饮品牌的视觉形象设计研究[D].沈阳建筑大学,2025.
- [2] 咸郁欣.药食同源概念下的“顺时茶饮”品牌形象设计研究[D].安徽工程大学,2025.
- [3] 邱雪仪.动态图形在品牌视觉识别设计中的应用研究[D].江南大学,2024.
- [4] 曾忆红.图像叙事视角下茶饮品牌情感化设计[D].广东工业大学,2024.
- [5] 邹萱.“倚云”天柱山茶视觉形象整体设计研究[D].安徽工程大学,2023.