

探討臺灣茶葉包裝設計形式風格的演變

Study of form style of tea packaging design during the past century in Taiwan

許杏蓉

Hsing Jung-Hsu

徐可欣

Choi Ho-Ian

摘要

本研究試圖以清末時期迄今（1860-2013）臺灣近代百年茶葉包裝設計形式風格為研究對象，分為清末時期（1860-1894 年）、日治時期（1895-1945 年）、民國外銷時期（1946-1974 年）、民國內銷時期（1975-2013 年）等四個時期進行分析，並採用歷史研究法，田野調查及訪談法，蒐集臺灣地區所販售之茶葉包裝樣本，再從茶葉包裝設計形式風格的觀點切入，解析臺灣茶葉產業的發展脈絡與茶葉包裝之間的關係，企圖以圖示的方式來建構從清末時期到近代（1860-2013）這一百多年來臺灣茶葉包裝設計形式風格的表現與特點。

研究結果發現，隨著臺灣茶葉產業從過去國際外銷演變為國內內銷，茶葉包裝在包裝形式設計上，皆呈現豐富多元性的發展，就產業歷史發展與茶葉包裝設計之關係，其突顯以下幾點特色：1. 早期臺灣茶葉包裝設計呈現外銷當地的社會民俗風情。2. 茶葉包裝形式設計呈現當時社會的發展。3. 茶葉包裝視覺設計成為了政府宣導的工具。4. 從茶葉包裝設計可看出臺灣茶葉產業經濟結構的改變。

【關鍵詞】 台灣、茶葉、包裝設計

一、研究動機

臺灣茶產業自 1860 年代後，杜德在臺北市艋舺（今萬華）一帶所創設精製烏龍茶廠為起源，對於臺灣過去一百多年的經濟發展與繁榮上，有著不可取代的貢獻。這些茶葉包裝材質、視覺圖像的表現不僅代表著當時社會包裝科學技術，也隱含著時代性，象徵當時社會、歷史、文化等不同面向的全貌。本研究將藉由彙整臺灣茶葉形式包裝之演變，期盼能藉此補綴臺灣茶葉發展史的一些漏闕史料。

二、研究目的

本研究將從臺灣有史可稽的茶葉包裝至近代茶裝作一個有系統的分類、整理，企圖以圖示的方式，建構臺灣百年茶葉的歷史脈絡與演變，並藉由視覺設計的視角切入，結合各時期的政治文化背景與美學觀點為參考資料，針對茶裝上的圖像、字體、色彩與材質等多個視點，分析出各時期臺灣茶葉包裝形式特色及設計元素的演變，藉以窺探出臺灣近百年來的設計發展，以及茶葉包裝設計構成要素的演變，作為日後茶葉包裝與文化結合提供重要的參考，為臺灣文化產業盡一份力量。

三、研究方法

本研究採用歷史研究法針對臺灣茶產業作文獻資料的彙整與分析，配合田野調查及訪談法，實際採訪茶商工會、農會、具有五十年歷史以上的老店、民俗收藏家來進行本計畫的研究樣本及資料收集，其採訪時間、地點及採訪對象如表 3-1，以臺灣茶葉包裝為主要的研究對象，進行拍攝、掃描等圖像建檔，再透過臺灣百年茶史與其包裝圖像設計之間的交叉對比，歸納出各時期茶葉包裝設計形式風格之演變，並藉由訪談法找出臺灣百年茶史的發展與當時社會文化背景之關聯，企圖整理、組織出完整的臺灣茶葉事紀，以補綴史料、文獻資料上的不足，藉此提供設計學界或臺灣史方面的學者，對清末時期迄今（1860-2013）臺灣百年茶葉包裝形式風格發展及茶文化發展有更深入的了解。

表 3-1：本計畫採訪時間、地點及受訪對象

採訪時間	受訪對象	採訪地點
2012年10月4日	王敏超理事長	台北市茶商公會
2013年2月25日	王俊欽先生	王德傳茶行
2013年2月26日	林老闆	林華泰茶行
2013年2月26日	蔣炳照董事長	峰園茶行
2013年3月5日	陳亦若館長	天仁文仁館

2013年3月5日	羅吉銓老闆	錦泰製茶工廠
2013年3月5日	羅先生	台灣紅茶有限公司
2013年3月11日	王連源老闆	有記茶行
2013年3月11日	王國來老闆	競厚茶莊
2013年3月11日	王端鎧老闆	曉陽茶行
2013年3月12日	嚴鴻鈞老闆	台南振發茶行
2013年3月17日	林獻堂推廣股長	鹿谷鄉農會
2013年3月26日	林仁宗總經理	天仁公司

本研究整理

四、文獻探討

(一)臺灣茶葉傳入的歷史考察

臺灣茶葉最早的文獻紀錄是在一六四五年荷蘭人寫的《巴達維亞城日記》中：「茶樹在臺灣也有發現，似與土質有關…。」¹（池宗憲，2003）文獻中的茶樹就是野生茶（臺灣山茶）。當年臺茶原生種已有少量種植在水沙連（今南投埔里一帶），但礙於茶生長地有生番統治，故漢人不敢入採，又不諳製茶之法。²（范增平，1992）故茶遲遲無法得到大量的種植與開發。直至淡水開港，大量洋行進臺投資，才引進福建茶苗，茶葉才得以在臺灣生根繁殖。針對茶葉何時傳入臺灣，文獻上並無明確的資料記載，經本計畫整理，有以下幾種說法（表 4-1）：

表 4-1：臺灣茶葉的來源

作者	參考文獻	內容
范增平	《台灣茶葉發展史》p.19	台灣人民的飲茶習慣、製茶方法、植茶技術，由隋、唐、宋、元等朝代遷居台灣的中國大陸人民隨時隨人傳入台灣。
池宗憲	《貴德街史》p.14	「臺灣山茶」在鄭成功趕走荷蘭人之後的三十九年，清朝宣布臺灣版圖十七年後。
吳振鐸	《茶學拾遺集》p.15-26	清朝嘉慶至道光年間（1810-1836）由福建省泉州府安溪縣輸入，為本省茶葉發展之起源。
高傳棋	《引領臺北走向世界舞台的茶文化特刊》p. 14-17	嘉慶時，有柯朝者，歸自福建，始以武夷山，植於（魚桀）魚坑（約今臺北縣瑞芳一帶），發育甚佳，既以茶子二斗播之，收成亦豐，隨互相傳，蓋以臺北多雨，一年可收四季，春夏為盛…

本研究整理

¹ 池宗憲：《貴德街史》（台北：臺北市文獻委員會，2003），14 頁。

² 范增平：《台灣茶業發展史》（台北市茶商業同業公會，1992），62 頁。

臺灣茶葉的發展與中國大陸有著密不可分的關係。由於臺茶原生種量少且缺乏製茶技術，所以自康熙年起，臺灣對於茶葉的需求大多仰賴著大陸進口。在《臺北建城百年史》中曾記載：

康熙末年，閩浙的商船已來淡水港裝載穀穀與鹿脯，可見淡水河流域已漸開發，因而需與大陸互易商品。．．．乾隆八年(1743)，由於淡水河流域開發日廣，兩岸貿易更趨繁盛，社船再增為十隻，每年九月至十月由殷實淡水莊民至廈門買進布帛、煙、茶器具來淡水出售，再買米回廈門販賣。³（黃富三，1995）

這種兩岸貿易交換的方式一直持續至清朝嘉康年（1796）；在連橫所著《臺灣通史》中曾提到：

「有柯朝者，歸自福建，始之武夷之茶，植於（魚桀）魚坑，發育甚佳；既以茶子二斗播之，收成亦豐，遂互相傳植。⁴」（高傳棋，2005）

由於德記洋行業務柯朝（Kosing）把福建茶苗移植入臺，臺茶才正式得以萌芽發展。

（二）臺灣茶葉產業發展概況

清末時期迄今臺灣茶葉產業的發展概況，以年表的方式紀錄如下表 4-2：

表 4-2：臺灣茶葉產業的發展概況

年代	重要事紀
1860	• 清廷簽訂北京條約後，滬尾（今淡水）開埠成為西方國家商貿口岸。
1861	• 英商約翰·杜德（John Dodd）在淡水創設行號 Dodd & Co（寶順洋行）。
1869	• 杜德更以「Formosa Tea」之名，將臺茶運往美國紐約販售，因而獲得巨大的利潤，開創了臺茶在國際市場上的地位。 • 杜德在臺北市艋舺（今萬華）一帶，創設臺灣第一間精製烏龍茶廠。
1872	• 美國廢止輸入茶稅，導致臺茶茶價下跌。
1873	• 在臺洋商嫌烏龍茶價格昂貴，因而停止收購臺灣烏龍茶。 • 臺商只好將滯銷的臺茶運至福州加以薰花製成「花香茶」（即包種茶）。當時伴

³ 黃富三：《臺北建城百年史》（台北，臺北市文獻委員會，1995）。

⁴ 高傳棋：《引領臺北走向世界舞台的茶文化特刊》（台北，臺北市政府文化局，2005），14 頁。

	隨著包種茶而轉入臺灣的四兩茶包也影響日後臺灣近百年茶葉包裝形式。
1889	臺灣巡撫劉銘傳為了防止不肖商人破壞臺茶聲譽，下令業界組織同業公會，當時以烏龍茶商為團體，稱「茶郊永和興」；以包種茶商為團體則稱為「鋪家金協和」。
1895	中日簽訂馬關條約，臺灣成為日本南侵的殖民地。
1898	日本總督府頒布〈臺灣茶業取締規則〉令臺灣茶商公會（原茶郊永和興）與鋪家金協和合併，再加入茶箱製造業者，組織名為「臺北茶商公會」。
1899	日本三井財團於台北縣海山地區發桃園大溪地區開拓大規模茶園，其後並設立新式製茶廠專製紅茶，生產享譽國際的「日東紅茶」。
1900	臺茶在法國巴黎「萬國博覽會」上得到最高賞證書。
1903	日本的三井物產及野澤組開始從事臺茶買賣。
1906	台灣紅茶首度外銷。
1915	總督府重新設立臺灣重要物產同業組合法，公會改名「同業組合臺北茶商公會」。
1918	總督府在臺北舉辦「始政二十年紀念臺灣勸業共進會」，並首次舉行包種茶比賽。
1920	第一次世界大戰，臺灣烏龍茶被爪哇紅茶取代，自從一蹶不振。
1922	日本總督府為了防止茶販從中操控茶價，成立「台灣茶共同販賣所」（即茶葉市場）改善台茶交易方式，以穩定茶源。同年，也公佈了「茶葉檢驗制度」，以提高臺茶在國際上的聲譽。
1928	- 三井公司將台灣紅茶以「Formosa Black Tea」的品牌運送至倫敦及紐約銷售，大受好評。 - 包種茶成為台灣對南洋首位輸出品。
1933	紅茶更超越了原有烏龍茶的地位。
1941	太平洋爆發，海運中斷，導致臺茶銷售量下降。
1945	戰爭結束，依中華民國人民團體組織法改組為「臺灣省茶葉商業同業公會」。
1946	由農林處（後改為農林廳）連續3年開辦製茶及茶園復興貸款。
1950	台灣省政府頒佈「台灣省製茶業管理規則」，規定省內製茶業者，須向農林廳申辦許可登記，以利管理。此規則於1982年廢止。
1952	綠茶取代紅茶成為臺灣最主要的輸出茶葉。
1954	購入眉茶製造機械及自日本進口蒸菁綠茶全套設備，開始蒸菁綠茶的試驗與推廣。
1961	臺灣茶業改進委員會設立，負責產、製、銷一體的外銷系統。
1963	煎茶試銷日本成功，煎茶製造業急劇發展至1973年達最高峰。
1968	5月3日政府為統一事權，將平鎮與魚池兩個茶業試驗分所及林口茶業傳習所等三單位，合併改組為「台灣省茶業改良場」，設總場於桃園縣埔心。

1969	• 台灣省茶業改良場育成茶樹新品種：台茶一號、台茶二號、台茶三號、台茶四號均為適製紅茶、眉茶之品種。
1971	• 政府開始全面補助實施茶園與茶葉生產工廠半機械化及全機械化，臺灣茶葉生產進入現代化模式。
1975	• 農林廳首次舉辦全省優良包種茶比賽及展售會，引起內銷茶蓬勃發展及國人愛好飲茶之回響。
1976	• 因農林廳連年舉辦全省性的茶葉競賽，凍頂茶農履獲大獎，奠定了凍頂茶的發展基礎。 • 「茶藝館」逐漸在台灣地區發展，對內銷茶的發展影響深遠。
1981	• 臺灣茶業首次為了滿足國內需求而正式進口茶葉來臺。 • 國內比賽茶開始區分春茶、冬茶比賽。
1982	• 8月6日廢止「台灣省製茶業管理規則」。
1985	• 臺灣掀起罐裝茶飲料的風潮。
1989	• 泡沫紅茶店興起，以進口茶為主要原料。主要進口來源國為：越南、錫蘭、印尼等。
1991	• 茶葉進口量首次超越出口量，台灣已變成茶葉進口國。
1993	• 罐（盒）裝茶飲料銷售額超越碳酸飲料，位居非酒精性飲料的龍頭。
1997	• 政府首次動用「農產品受進口損害救助基金」來輔導茶農轉作及生產補貼。
2004	• 引進義大利IMA C-24型全自動袋茶包裝機及日本松樂GX-6型保麗袋自動充填系統。
2006	• 天仁喫茶趣舉辦「茶點子創意王」大賽，將市場及顧客需求融入產品開發。

本研究整理

五、臺灣茶葉包裝設計形式分析

1796 年，柯朝（Kosing）雖成功把福建茶苗移植來臺，但直到 1820 年間臺灣所製造的茶葉皆為粗製茶，須裝置在外層有竹編保護，裡有鉛、錫製隔層的木製大茶箱裡（俗稱「茶箱」），再運往中國福建併堆加工精製、包裝，以備運銷國際。直到 1869 年杜德在臺艋舺創設精製茶廠，臺灣才得以開始自行加工包裝茶葉。

1873 年適逢國際茶葉市場的不景氣，臺商只好將滯銷的臺茶運至福州加以薰花製成「包種茶」。由於包種茶茶香特殊，因而廣受南洋各地市場的熱烈歡迎。依照當時泰國、印尼等國家規定，茶葉販賣須以四兩（即 150 克）為一單位，用兩張長方形福建手邊紙內外相襯，包折成長方體之四方包，而包裝紙的表面須蓋上其茶名、茶行店號、商標、創始者、地址、電話、英文簡稱、茶行

的登錄商標等內容，方能放置在茶箱中，運送到東南亞各國販售。由於這種四兩茶包裝成本廉價、圖像精美、包材取得便利，導致往後五十多年臺灣茶葉包裝也以四兩茶包的形式來作為零售包裝之販售單位。⁵（許賢瑤，2005）

而針對當時國內茶葉內銷市場，早期茶商會把茶葉以四兩茶包的形式用報紙、牛皮紙包袱，每十包一捆，寄放在柑仔店販賣，而柑仔店老闆再依照顧客的需求，從錫罐裡把所需要的茶葉依客戶需求用毛邊紙包裝，再用草繩網綁成小包，蓋上店章與茶名，這樣的包裝形式又稱為「散茶」。

日治時期除茶商公會所發行的紙盒包裝少數輸往歐美地區外，基本上日治時期臺茶包裝仍以清末時期的包裝形式為主。當時為提升臺茶的品質與聲譽，日本總督府更針對外銷店家之商標作登錄商標的註冊，對於茶箱也有特別的立法規定，

根據林馥泉指出：「當時的茶箱多為鉛錫混合鑄之鉛錫桶，每桶重二公斤許。每箱可裝四方包茶葉一百二十包，分六層裝入，每層四行，每行五包。裝箱務求緊密，以免茶香散失，茶質受潮變質。裝前內箱四邊，須先襯紙一層。裝後加蓋，並用錫漿焊口。近木蓋一面，內箱頂尚須襯紙一張，免使釘箱後裱褙縫口時，油料流質漏入，被茶葉吸收，影響茶質。木蓋用騎釘釘邊，釘後加裱棉紙，上註茶種及毛重、茶莊名稱、封箱日期等等，沿邊仍裱以花紋棉紙，然後塗料加油，候乾後，於箱外加編竹篾包一層，蔑包是用葦草織成，從廣州輸入，有一定的大小，需要由專門工人來擔任，以防於運銷時，起落搬動，茶箱破損，待蔑包完畢，外用鋅板刻字、刷印茶名、莊號等字樣，復於箱其他一面標明件數。至此包裝即稱完竣，可以配運。」⁶（池宗憲，2010）

民國初期，隨著政府積極復興茶業，英商在臺提倡仿照中國綠茶的做法，成功讓臺灣綠茶外銷至日本、北非、中東等國家。

根據 1956 年《台灣戰後時期經濟部門檔案》指出：「當時臺茶外銷產品以散茶出貨櫃為主，大多使用油紙及木箱打包裝箱，茶箱由良好木材所造，充分乾燥無其他氣味，構造堅固。茶箱的內側則具有鉛袋、鉛紙袋、蠟紙袋的防濕

⁵ 許賢瑤：《臺灣包種茶論集》（台北，樂學書局出版，2005），3-14 頁。

⁶ 池宗憲：《茶裝甘醇》（台北：藝術家出版社，2010），54 頁。

設備，內面並襯以堅韌光緻之紙。每批茶箱及容量均須一致，外裝用麻袋套、蓆套、襪套，須乾燥無異味，並應加繩或戴帶等捆札之。⁷」

受到中國東北市場被中共所據，國內部份茶行除了持續尋找其他替代的外銷市場以外，也開始逐漸重視國內的內銷事業，茶行間以批發的形式採用布袋、黑鐵桶或錫桶等將 30 斤以上的茶葉裝袋／桶，再以麻繩捆綁，運送至北部零售茶莊，茶莊再經由「買斤賣兩」的方式販售。自七〇年代初，台灣茶業以天仁為首，更逐步帶動國內茶行從外銷轉為內銷，針對客戶的需求提供不同容量的紙盒、紙袋、馬口鐵茶罐、鐵盒、錫罐、陶瓷等更多的防潮材質應運而生。

1970 年代起，為迎合國內茶店仔、五星級飯店市場的需求及都市人的新品茗習慣，峰圓茶莊在民國六十年引進德國製的茶包機器。根據峰圓茶莊蔣炳榮老闆指出，早期茶包為一泡包的全手工紙包方式，店家須用手工縫紉的方式把店家名牌車縫在茶包上，以一盒 10-30 包為單位，裝於長條型紙盒裡以供販售。由於這種茶包技術能夠克服不需使用茶壺即可隨時隨地享用飲茶的功能，在推出過後大受歡迎。其後，隨著包裝技術日益發達，茶包封口也從過去手工封口逐漸演變為機器式車縫封口，封口上還用釘子固定。

90 年代初，由於印刷技術的進步，造成價格低廉的紙罐及紙箱興起，茶商只需把所需的資料印製在紙罐紙箱上，工人即可裝箱出口，大幅節省時間與成本。而內包裝則隨著包裝技術的突破，以透明塑膠袋、塑膠鋁箔袋、夾鍊袋為主流。90 年代中期真空包裝技術的發達，帶動了以真空包裝外加合成紙罐或鐵罐的包裝形式。

2000 年後，有記名茶、王德傳茶莊和曉陽茶行更率先以品牌為導向的行銷策略，有效提昇產品本身的價值，茶商也開始重視包裝的結構設計，研發出多種便利人們開啟與保存茶葉的封口設計。

在茶包的封口上，全機器自動封口技術更取代過去有金屬釘子的機器封口，以三面熱封的方式把茶葉封在鋁箔塑膠積層的薄膜袋裡，以保持茶葉的香味。而針對追求茶葉香味之消費者，茶商也推出可重複性沖泡的立體袋茶，

⁷ 中央研究院近史所檔案館：《台灣戰後經濟部門檔案》，〈台灣茶葉檢驗規則〉，館藏號 035-07228，(台北：國史館，1956 年)。

把完整的茶葉以「充氮鋁箔包」的封口方式，做成立體三角錐型與四方型，讓茶葉原片得以充分展開。目前，這些具有品牌行銷策略的精緻茶葉包裝，已成為了當今茶商或茶農行銷茶葉時不可或缺的利器，並廣泛充斥在具備品牌概念的茶業行銷市場裡。

六、臺灣茶葉包裝視覺設計風格分析

本研究共分為四個發展階段：第一階段為清末時期（1860-1894 年）；第二階段為日治時期（1895-1945 年）；第三階段為民國外銷時期（1946-1974 年）；第四階段為民國內銷時期（1975-2013 年）。藉以分析和探討各時期茶葉包裝視覺設計風格與演變，企圖更進一步瞭解整個臺灣茶葉包裝設計與當時社會發展之關係。

（一）清末時期茶葉包裝視覺設計風格特色（1860-1894 年）

清末隨著中國沿海地區戰亂不斷，許多福建、安溪一帶的種茶師傅及茶商紛紛移民來臺工作，1882 年，以華商為首的茶行多特聘來自中國福州、泉州等地的製茶師傅來臺傳授製茶技術，由於臺灣早期的漢族移民大多來自閩粵沿海一帶，因此臺灣初期的茶葉包裝視覺設計常常沿用中國傳統吉祥圖案的構圖樣式。如峰園茶莊的「獅頭」商標（圖 6-1）。



圖 6-1：1883 年「獅頭」商標
圖片來源：峰園茶莊

此外，自 1860 年淡水開港，洋商大量的投資臺灣茶業，也間接地影響到茶裝上的圖像設計，形成中西方文化混雜的局面；曉陽茶行的「綠觀音」四兩茶包（圖 6-2），其包裝上的觀音及商標四周的邊框設計正是表現了裝飾主義的設計風格。



圖 6-2：曉陽茶行的「綠觀音」四兩茶包
圖片來源：曉陽茶行

（二）日治時期茶葉包裝視覺設計風格特色（1895-1945 年）

日治初期，臺灣茶商為了迅速獲得異國消費者（南洋華僑）的認同，常常在茶葉包裝上使用具有中國特色之圖案，或以哪吒鬧海等中國傳統神話故事（圖 6-3），透過這些民眾所熟悉的視覺符號，較易獲得消費者的青睞與記憶。此外，隨著包種茶在南洋地區日漸廣受歡迎，茶商為了吸引當地消費者的購買慾，在茶裝設計上，也開始以外銷地區風俗民情為主要的創作題材，藉以成為茶商與當地土著人民的溝通橋樑（圖 6-4）。

日治中期，總督府更採取「同化政策」籠絡臺人，實施日本化運動，同時也塑造臺灣是適合日人生活的環境，鼓勵日人移居臺灣，因此茶裝上常常運用具有臺灣特色之圖像，來突顯日本政府對殖民地臺灣的統治經營成就。當時以臺灣特有的動植物、自然風光、建築景觀、風俗民情以及原住民等主題為常用的「臺灣圖像」（姚村雄，2010）。如陳永裕選庄（圖 6-5）以臺灣梅花鹿來塑造殖民地臺灣的獨特風貌商品。



圖 6-3：陳錦記茶行
圖片來源：台北茶商公會



圖 6-4：陳義裕選庄
圖片來源：台北茶商公會



圖 6-5：陳永裕選庄
圖片來源：台北茶商公會

此外，在當時一般臺灣人的心目中，舶來品常是優越的象徵。為了追隨流行及提升其品牌形象，茶葉包裝的外觀逐模仿外國的設計形式或流行風格。



圖 6-6：郭河東茶會
圖片來源：台北茶商公會



圖 6-7：張錦行選庄
圖片來源：台北茶商公會

（三）民國外銷時期茶葉包裝視覺設計風格特色（1946-1974 年）

光復初期，為了籌得資金進行重建，國民政府積極鼓勵重建臺灣國內茶葉產業，包括誘導茶農設立共同製茶場，增加外銷市場的競爭力，讓臺灣茶葉生產進入現代化模式。此外，受到中國大陸東北市場被中共所據，國內茶行也積極尋找其他的國際替代市場，如：林華泰茶行為國內最早轉向內銷批發為主之茶行；然而，當時大部分國內內銷茶行對於茶葉包裝設計仍尚未重視，通常以四兩茶包的包裝方式搭配店家蓋章的方式來呈現（圖 6-8）。

光復後，國民政府為鞏固政權，積極進行一連串復興中華文化運動，藉以宣示國民政府才是中華文化正統的傳承者。當時茶行一方面配合國家政策，在茶葉包裝上使用具有吉祥象徵意義的圖像設計，而另一方面則是延續日治時期的外銷策略，針對南洋華僑作具有中國特色之廣告設計，如有記外銷到泰國的「雙龍」茶罐（圖 6-9）。在色彩上除了沿用中國傳統討喜的紅、黃、金色以外，也嘗試使用黑色來作為底色，以襯托鐵罐上的圖騰：茶罐上還印有中英文及泰文等字樣設計，以方便海外市場分公司運作。



圖 6-8：林華泰 60 年代茶裝
圖片來源：林華泰茶行



圖 6-9：1950 年代「二龍」茶罐
圖片來源：有記名茶



圖 6-10：天塔茶行茶裝
圖片來源：《打開茶箱的故事》



圖 6-11：天塔茶行茶裝
圖片來源：《打開茶箱的故事》

自 1948 年起，英商協和洋行（Hellyer & Co.）讓臺灣炒菁綠茶在戰後成功取代中國，外銷到中東、北非及日本、歐洲、西班牙等地區。在茶裝上，除了印有阿拉伯文字及中英文對照字體以外，其視覺設計也跳脫了早期東南亞地區所販售之茶裝的複雜圖像表現。以北非特有的巴巴里虎為主要視覺設計，摩洛哥特有的神燈為標誌（圖 6-10、6-11）。

民國五〇年代，韓戰爆發，隨著美援入臺，許多西方文化與思想被引進來臺，也影響了當時的臺灣生活文化及設計流行。臺灣紅茶公司以利用流暢的曲線來顯現出茶葉的香味，以紅色來作為臺灣紅茶之聯想（圖 6-12）；有記名茶運用簡約的直線來烘托出具有中西方融合的現代化設計風格（圖 6-13），以滿足消費者的喜好與流行，並藉此提昇產品的現代感與價值感。



圖 6-12：台紅牌茶裝
圖片來源：台灣紅茶公司



圖 6-13：有記茶行茶裝
圖片來源：有記名茶

（四）民國內銷時期茶葉包裝視覺設計風格特色（1975-2013 年）

1970 年代起，隨著臺灣國內經濟起飛，人們品茗習慣改變，為迎合當時國內茶店仔、五星級飯店市場的需求，許多茶行引進國外的茶包技術，推出一次

性沖泡的茶葉包裝。由於這種茶包攜帶輕巧，使用便利，因此深受國內外市場歡迎。在茶包包裝上，除了印有茶行名稱、地址及茶名外，其視覺設計主要以顯示委託者的店家商標、相關資訊及廣告為主（圖 6-14）。

1976 年，政府為拓展國內的茶葉市場，開始積極鼓勵舉辦符合國人口味需求的優良茶比賽。由政府補助，南投縣政府於鹿谷鄉舉辦首次凍頂烏龍茶比賽及展售會，由農會統一將茶農繳來的茶葉以四方道林紙作現場包裝封籤之評審處理，待評審結果出爐



圖 6-14：1970 年代名流大飯店茶包 圖片來源：峰園茶莊

後，由農會給予分級包裝後轉交還給茶農，茶農再將已封籤的得獎作品與展售會現場顧客作自由議價交易。針對比賽展售茶的包裝形式，為了讓消費者能夠安心購買其所需的等級與品牌，以鹿谷鄉農會所舉辦的比賽茶為例：

早期是以四方型的道林紙包折而成，封口上貼有農會封籤，以簡潔的文字編排來訴說其比賽的專業性（圖 6-15），但由於這種包裝方式耗工費時，自 1981 年起，即改用已印製梅花與國旗之紙袋取代，外加塑膠袋來增強茶裝之保存性（圖 6-16）；到了 1984 年春茶賽開始，隨著包裝技術發達，農會改採用紙罐包裝，外加包裝盒；1989 年又改以半斤鐵罐裝，外加包裝紙盒；1997 年起實施真空充氮包裝方式，而 2000 年起則採用真空充氮包裝加脫氧劑，以提高茶葉包裝的隔絕度及防潮性。⁸（林獻堂，2010）

綜觀 1984 年以後的比賽茶包裝盒的視覺設計，多呈現以傳達產地風景特色為主要的設計主流（圖 6-17、圖 6-19），其餘的則是以簡潔的文字編排作為包裝視覺表現（圖 6-18）。



圖 6-15：1976 年鹿谷鄉比賽茶包裝
圖片來源：《鹿谷鄉志 茶葉志》
p. 50



圖 6-16：1981 年鹿谷鄉比賽茶包裝
圖片來源：《鹿谷鄉志 茶葉志》
p. 50



圖 6-17：1988 年竹山鎮比賽茶包裝
圖片來源：王德傳茶莊



圖 6-18：1989 年竹山鎮比賽茶包裝
圖片來源：王德傳茶莊



圖 6-19：2008 年鹿谷鄉比賽茶包裝
圖片來源：《鹿谷鄉志 茶葉志》
p. 50

⁸林獻堂：《鹿谷鄉志 茶葉志》（鹿谷：鹿谷鄉公所，2010），50 頁。

而針對國內茶行的茶裝視覺設計，早期民國內銷時期仍延續國民政府復興中華文化運動政策，應用大量具有中國傳統吉祥圖案在國內外所販售之茶裝上。如臺灣本土知名書法家于右任的書法字（圖 6-20）、龍紋、雲紋、山水畫等，透過這些富有中華傳統文化意象之圖像應用，以傳達出一種重視傳統的視覺表現（圖 6-21、圖 6-22、圖 6-23，圖 6-24）。



圖 6-20：峰園茶罐
圖片來源：峰園茶行



圖 6-21：1990 年代天仁茗茶茶王系列 圖片來源：天仁茗茶



圖 6-22：有記茶裝
圖片來源：有記名茶



圖 6-23：林華泰茶裝
圖片來源：林華泰茶行



圖 6-24：1980 年代峰園茶裝
圖片來源：峰園茶莊

到了 1980 年代，業者為了節省生產成本，積極開墾臺灣中南部高海拔山區茶園，帶動了臺灣茶葉走向高品質及高價位的販售方式。因此具有高山採茶風景的圖像無論是以插畫或攝影的形式印在包裝盒上，都象徵著茶葉品質與產地來源的保證（圖 6-25）。

1982 年政府廢除「製茶管理規則」，讓臺茶成了個體茶農商及產茶縣市農會百家爭鳴的局面，加上受到國際進口茶葉包裝的影響，茶商不得不重視茶葉的包裝設計，為了呈現品牌的活力及時尚感，不少國內茶商引進西方設計風格，以簡潔明快的幾何造形營造視覺包裝上的色彩，搶攻國內年輕市場。如圖 6-26、圖 6-27，運用二方連續圖形、色塊及線條來營造出簡潔精緻的設計感。而近年來受到簡約風格設計的影響，曉陽茶莊原片袋茶系列（圖 6-28），有記茶葉包裝禮盒（圖 6-29）也跳脫了傳統吉祥用色，以雅致的粉紅色及灰色來作為主色，表現出不失傳統意象又具有高雅大方的視覺效果。



圖 6-25：明山茶行茶裝
圖片來源：《引領臺北走向世界舞台的茶文化特刊》p.129



圖 6-26：1990 年有記茶裝
圖片來源：有記名茶



圖 6-27：有記小袋茶系列
圖片來源：有記名茶



圖 6-28：2000 年曉陽原片袋
圖片來源：曉陽茶莊



圖 6-29：有記名茶包裝禮盒
圖片來源：有記名茶

2000 年後，臺灣更掀起針對「文化根源」定位的反思議題，帶動了復古新包裝的潮流。因此部分茶商直接把舊有的茶葉包裝翻拍印在紙盒上，以彰顯其品牌的歷史價值（圖 6-30）。

此外，部份茶行也積極推出異業合作的行銷策略，針對年輕人對時下流行的喜好與文化而設計茶葉包裝，以提昇茶葉本身的親和力及在地性，重新賦予品牌新的價值。天仁茗茶與日本三麗鷗公司合作，推出凱蒂貓茶罐系列（圖 6-31）。嶢陽茶行於 2013 年推出嶢陽霹靂袋茶系列（如圖 6-32），以吸引廣大的霹靂布袋戲粉絲，開發新的通路市場。台北市茶商公會也在 2009 年與臺北市商業處合作，推出茶郊媽祖 120 週年紀念四兩茶包（圖 6-33），慶祝台北市茶商公會與茶郊媽祖來台 120 週年。



圖 6-30：台灣紅茶公司復古茶裝
圖片來源：台灣紅茶公司



圖 6-31：天仁茗茶茶裝
圖片來源：天仁茗茶



圖 6-33：茶郊
媽祖 120 週年
紀念四兩茶包
圖片來源：有
記茗茶



圖 6-32：嶢陽霹靂袋茶 圖片來源：嶢陽茶莊

七、結論

臺灣茶葉包裝設計在不同時期而有不同的呈現與演變，從清末時期迄今同時突顯了以下幾點特色：

(一)早期臺灣茶葉包裝設計呈現了外銷當地的社會民俗風情

1869年，自杜德以「Formosa Tea」之名，將臺茶運往美國紐約販售，成功了開創臺茶外銷國際的先河。為吸引外銷國家當地消費者的購買意慾，臺茶的包裝設計多以外銷當地的日常生活經歷、建築景觀、動植物及宗教為主要的創作題材。

(二)茶葉包裝設計呈現了當時社會的發展

在日本殖民統治下，日人移民來臺帶動舶來品熱潮與西方藝術思潮，使得

臺灣茶葉包裝設計呈現混合多元文化風格的特殊樣貌。1945年國民政府來臺，積極復興中國傳統文化，使得具有中國文化意涵的視覺設計再現於茶裝上。60年代後美援入臺，許多西方文化與思想的引進，茶葉包裝烘托出具有中西文化融合的現代化設計風格。80年代起，國內內銷事業的發展，使得臺茶走向高品質及高價位的定位方式。因此，自清末迄今，臺灣茶葉從包裝設計上可清楚地反映了各時代當時社會發展的轉變所造成的多元、豐富的設計表現。

(三)茶葉包裝視覺設計早期成為政府宣導的工具

日治中期，日治總督府採取「同化政策」籠絡臺人，以實施日本化運動。戰後國民政府為了鞏固政權，一方面實施「去日本化」，另一方面受到1966年中共「文化大革命」影響，國民政府進行一連串復興中華文化運動，使得具有中華傳統文化意象之設計得以再現於茶葉包裝上。1980年代起，臺灣茶業從外銷走向內銷，政府出資鼓勵「優良茶比賽」在國內茶葉產地大肆舉行，其包裝視覺設計上多以呈現產地特色為主。由前述觀之，在當時威權主義的強勢作風下，茶裝的視覺設計需配合國家政策的執行與宣導，透過文字或圖像影響人民的意識，成為各時期政府宣導的工具。

(四)從茶葉包裝設計可看出臺灣茶葉產業經濟結構的改變

早從日治時期開始，臺灣的物質及貿易運輸往來主要靠著「戎克船」來運載，而洪發記選庄的茶裝就紀錄了當時重要的運輸工具。光復後臺灣茶葉外銷事業因獲得政府的支持而逐漸回復，在茶裝上陸續出現了中東、北非、歐洲等多個國家特色之視覺元素。隨著臺灣經濟迅速發展，臺灣茶商更在1970年代起，推出茶包包裝，改變當時人們品茗的傳統習慣，開啟客製化服務的先端。80年代，過去傳統勞動工業更逐漸走向於工業化社會發展，茶商為提昇產品的差異性，更注重產品的包裝及品牌設計，使得這時期的茶葉視覺風格及包裝形式呈現豐富多元化的發展，由此可見，茶葉包裝設計扮演著刻畫臺灣茶葉產業經濟結構的重要角色。

參考文獻

- 陳世賢：《臺北市茶商業同業公會 120 周年特刊- 百年魅力》（台北市，臺北市茶商業同業公會出版，2009 年）。
- 范增平：《台灣茶業發展史》（台北市，臺北市茶商業同業公會出版，1992 年）。
- 黃富三：《臺北建城百年史》（台北市：臺北市文獻委員會，1995 年）。
- 池宗憲：《貴德街史》（台北市，臺北市文獻委員會出版，2003 年）。
- 池宗憲：《茶裝甘醇》（台北市，藝術家出版社出版，2010 年）。
- 許賢瑤：《臺灣包種茶論集》（台北，樂學書局出版，2005 年）。
- 林木連：《台灣的茶葉》（台北縣新店市，遠足文化事業有限公司出版，2009 年）。
- 高傳棋：《引領臺北走向世界舞台的茶文化特刊》（台北市，台北市政府文化局，2005 年）。
- 曾至賢：《打開茶箱的故事：台灣老茶仔店》（台北縣汐止市，清涼齋文化工作室出版，2007 年）。
- 姚村雄：〈日治時期臺灣美術設計之「台灣圖像」符號研究〉（台北市，七月文化，2010 年）。
- 林獻堂：〈鹿谷鄉志- 茶葉志〉（鹿谷：鹿谷鄉公所出版，2010 年）。
- 吳淑娟：〈戰後台灣茶業的發展與變遷〉，國立中央大學歷史研究所碩士論文，2007 年。
- 中央研究院近史所檔案館：《台灣戰後經濟部門檔案》，〈台灣茶葉檢驗規則〉，館藏號 035-07228，（台北：國史館，1956 年）。

致謝：

本研究承蒙國科會研究計畫(NSC 101-2410-H-144-010-)之補助得以完成，特此致謝。