



การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซุப்பு๋ฟานของเมืองลั่วหยาง



LINA CHEN

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซูปัฟานของเมืองลั่วหยาง



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

The Illustration Design for the Packaging of Luoyang's Peony Liquor and Bufan Soup



LINA CHEN

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR MASTER DEGREE OF FINE AND APPLIED ART
IN VISUAL ARTS AND DESIGN
FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS
BURAPHA UNIVERSITY
2024
COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ LINA CHEN ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณุ สรวัยสุวรรณ)

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิสิทธิ์ สีนธฤค)

..... กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ คณิตวานันท์)

(รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณุ สรวัยสุวรรณ)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ คณิตวานันท์)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ปิติวรรณ สมไทย)

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทวัส แจ่มเอียด)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

63920068: สาขาวิชา: ทักษะศิลป์และการออกแบบ; ศป.ม. (ทักษะศิลป์และการออกแบบ)

คำสำคัญ: ลั่วหยาง, วัฒนธรรมการกิน, การออกแบบภาพประกอบ, การออกแบบบรรจุภัณฑ์, ไวน์ดอกโบตัน, ซุปปูฟาน

LINA CHEN : การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตันและซุปปูฟานของเมืองลั่วหยาง. (The Illustration Design for the Packaging of Luoyang's Peony Liquor and Bufan Soup) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: ภาณุ สรวัยสุวรรณ, ศุภฤกษ์ คณิตวรานันท์ ปี พ.ศ. 2567.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง ซึ่งได้กล่าวถึงต้นกำเนิดและกระบวนการวิวัฒนาการทางประวัติศาสตร์

จุดประสงค์เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และนำความหมายแฝงทางวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตันและซุปปูฟานของเมืองลั่วหยาง ที่สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์อันโดดเด่นของอาหารลั่วหยาง และถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมลั่วหยางได้

โดยใช้วิธีการวิจัยวรรณกรรมและการสำรวจภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของไวน์ดอกโบตันและซุปปูฟานของเมืองลั่วหยาง และค้นหาสิ่งที่น่าสนใจสำหรับการออกแบบ เช่น บทกวี ตำนานพื้นบ้านและนิทานพื้นบ้าน จากนั้นวิเคราะห์นิทานและตำนานพื้นบ้านที่น่าสนใจเหล่านี้ เพื่อดำเนินออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบของนิทานพื้นบ้าน ตามทฤษฎีแนวคิดเรื่องบรรจุภัณฑ์ ทฤษฎีการออกแบบองค์ประกอบสี ฯลฯ เมื่อออกแบบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำผลงานการออกแบบไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน และนำไปสอบถามกลุ่มเป้าหมายของการวิจัยครั้งนี้

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการรักษารายละเอียดทางศิลปะที่มีอยู่แต่เดิม และให้ความสำคัญกับเอกลักษณ์และความหมายแฝงของวัฒนธรรมลั่วหยางเป็นหลัก เพื่อดำเนินการออกแบบโดยใช้บทกวี ตำนานและนิทานพื้นบ้านของเมืองลั่วหยางเป็นประเด็นในการสร้างสรรค์ จนสามารถออกแบบผลงานได้ทั้งหมด 6 ภาพ แบ่งเป็นภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตัน 3 ภาพ และภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ซุปปูฟาน 3 ภาพ ซึ่งผลงานทั้ง 6 ภาพนี้ ผู้วิจัยได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านประเมินและให้คำชี้แนะ จากนั้นจึงนำผลงานมาแก้ไขปรับปรุงเป็นครั้งสุดท้าย และเลือกภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตันและซุปปูฟานมาอย่างละ 1 ภาพ รวมทั้งหมด 2

ภาพ และนำภาพประกอบทั้งสองภาพนี้ไปสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายในรูปแบบของการทำแบบสอบถามออนไลน์ และไม่ระบุชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพที่ได้รับกลับคืนมามีทั้งหมด 102 ฉบับ จากการวิเคราะห์ทางสถิติข้อมูลจากแบบสอบถาม ช่วยให้ทราบว่าผลงานการออกแบบนี้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและมีความสามารถในการแข่งขันที่ดี ดังนั้นผลจากการสำรวจแบบสอบถามจึงเป็นไปตามที่คาดหวัง ผลงานมีความน่าสนใจและดึงดูดใจ ทั้งยังมีผลทางอารมณ์ที่สอดคล้องกับคุณค่าของแบรนด์ด้วย อย่างไรก็ตาม คำแนะนำเหล่านี้จะเป็นแนวทางในการออกแบบของผู้วิจัยเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคต เพื่อให้มั่นใจว่าการเปิดตัวในตลาดจะประสบความสำเร็จ และคาดว่าจะดึงดูดผู้บริโภคที่มีโอกาสเป็นลูกค้ามากขึ้น



63920068: MAJOR: VISUAL ARTS AND DESIGN; M.F.A. (VISUAL ARTS AND DESIGN)

KEYWORDS: Luoyang, Food culture, Illustration design, Packaging design,
Luoyang Peony Wine, Liu Ji does not turn over the soup

LINA CHEN : THE ILLUSTRATION DESIGN FOR THE PACKAGING OF
LUOYANG'S PEONY LIQUOR AND BUFAN SOUP. ADVISORY COMMITTEE: PANU
SUAYSUWAN, Ph.D. SUPARIRK KANITWARANUN, Ph.D. 2024.

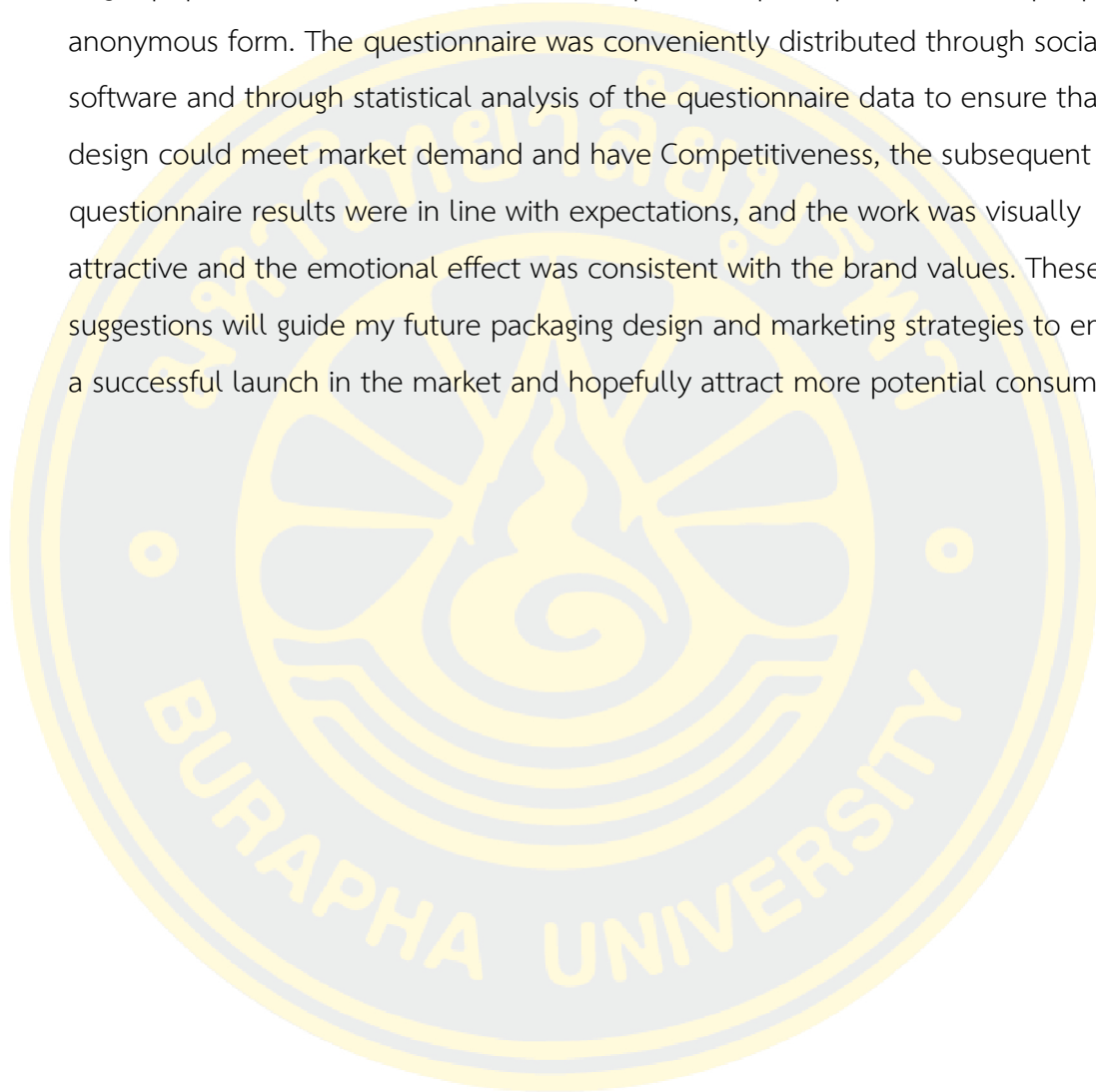
This article conducts a systematic study on the history and food culture of Luoyang City, covering the origin and development process, especially the study of Luoyang Peony Wine and Bufan Soup.

The purpose is to create an illustration packaging design by studying its history and culture and using its cultural connotation, and to design an illustration packaging design that can represent the food characteristics of Luoyang and convey its cultural heritage. It is also an illustration packaging design for Luoyang peony wine and non-turning soup.

The method is to conduct literature research and field investigation on the development history of Luoyang Peony Wine and Bufan Soup to find interesting design points, such as poems, folklore and folk stories. Analyze these interesting traditional folklore stories, and then carry out narrative illustration packaging design based on packaging theme concept theory, color composition design theory, etc. After the design is completed, conduct expert interviews and target group questionnaire research.

The research result is to innovate on the basis of retaining the characteristics of the original artistic heritage, focusing on the uniqueness and cultural connotation of Luoyang culture, and designing based on its cultural poetry, folklore and folk stories as innovation points. There are six design works, three One picture is for Luoyang Peony Wine, three pictures are for Liu Ji Bufan Tang, and six pictures were interviewed by three experts for evaluation, and then the final illustration

packaging design modifications were made. Finally, the illustration packaging for Luoyang Peony Wine and Liu Ji Bufan Soup was obtained. One design each, for a total of two works. Then we continued to conduct a questionnaire survey of the target population. The number of valid samples that participated was 102 people, in anonymous form. The questionnaire was conveniently distributed through social software and through statistical analysis of the questionnaire data to ensure that the design could meet market demand and have Competitiveness, the subsequent questionnaire results were in line with expectations, and the work was visually attractive and the emotional effect was consistent with the brand values. These suggestions will guide my future packaging design and marketing strategies to ensure a successful launch in the market and hopefully attract more potential consumers.



กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผมขอแสดงความขอบคุณต่อผู้คนจำนวนมาก ก่อนอื่น ผมขอขอบคุณศาสตราจารย์ ดร.ภาณุ สวยามสุวรรณ หัวหน้างานของผม สำหรับข้อเสนอแนะและคำแนะนำอันมีค่าในการวิจัยของผม ความรู้ทางวิชาชีพและคำแนะนำที่รอบคอบของคุณให้การสนับสนุนอย่างดีสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาพประกอบของฉันทัน ขอแสดงความขอบคุณอย่างจริงใจต่อผู้เชี่ยวชาญและเพื่อน ๆ ที่ช่วยฉันในการวิจัยของฉันทัน ความกระตือรือร้นและจิตวิญญาณในการทำงานร่วมกันของคุณช่วยปรับปรุงวิทยานิพนธ์ของฉันทันและทำให้กระบวนการออกแบบทั้งหมดสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และมีประสิทธิผลมากขึ้น ขอขอบคุณเป็นพิเศษต่อครอบครัวและเพื่อนๆ ของฉันทัน ซึ่งความเข้าใจ กำลังใจ และการสนับสนุนที่เป็นแรงบันดาลใจของฉันทันมาโดยตลอด ด้วยความช่วยเหลือของทุกคน ฉันทันสามารถทำวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับภาพประกอบและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้สำเร็จ แสดงความขอบคุณอย่างสุดซึ้งอีกครั้ง

ขอขอบคุณอย่างจริงใจของฉันทัน

LINA CHEN

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
ประโยชน์ที่จะได้จากการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
วิธีการวิจัย	6
วิธีการดำเนินการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
ภูมิหลังของวัฒนธรรมการกินในเมืองลั่วหยาง.....	9
1. เมืองลั่วหยาง	9
2. อาหารของเมืองลั่วหยาง	11
3. ไวน์ดอกโบตันเมืองลั่วหยาง	11
ไวน์ดอกโบตันลั่วหยาง.....	12

1. ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของดอกโบทันลั่วหยาง	12
2. คุณภาพและการผลิตดอกโบทันลั่วหยาง	13
3. ไวน์ดอกโบทันลั่วหยาง	13
ซูปปูฟานของลั่วหยาง	14
1. ประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมการกินน้ำซูปในเมืองลั่วหยาง	14
2. วิธีการทำซูปปูฟานของเมืองลั่วหยาง.....	15
3. ที่มาและเรื่องเล่าเกี่ยวกับซูปปูฟานของเมืองลั่วหยาง	15
ทฤษฎีการออกแบบ	16
1. ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์	16
2. แนวคิดเกี่ยวกับธีมบรรจุภัณฑ์	17
3. ทฤษฎีการออกแบบสี	19
4. กลุ่มเป้าหมาย	21
5. วัสดุและคุณสมบัติของวัสดุ	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	23
วิธีดำเนินการวิจัย	23
1. การวิจัยเชิงเอกสาร	23
2. การศึกษาข้อมูลจากการดูวิดีโอ	24
3. การออกแบบสัมภาษณ์	24
4. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ.....	25
5. ออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านเหล้าซูปปูฟานทั้ง.....	25
6. ออกแบบบรรจุภัณฑ์	26
แนวคิดเรื่องธีมการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์	28
1. แนวคิดเรื่องธีมการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบทันของเมืองลั่ว หยาง.....	28

2. แนวคิดเรื่องธีมการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ซุ้ปปูฟาน	31
3. แนวคิดการออกแบบและแนวโน้มนการสร้างสรรคของการออกแบบภาพประกอบสำหรับ บรรจุภัณฑ์	33
ทฤษฎีการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์	35
1. ทฤษฎีการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์	35
2. การออกแบบไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยางโดยใช้ภาพดอกโบตันอันเป็นสัญลักษณ์ของ วัฒนธรรมจีน.....	36
3. การนำเสนอตำนานพื้นบ้านและบทกวีเกี่ยวกับไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยาง	37
4. การนำเสนอตำนานพื้นบ้านเกี่ยวกับซุ้ปปูฟานของเมืองลั่วหยาง	38
5. สไตลการออกแบบภาพประกอบของไวน์ดอกโบตันและซุ้ปปูฟานของเมืองลั่วหยาง	38
การผสมผสานความโบราณและความทันสมัยในการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ ดอกโบตันและซุ้ปปูฟานของเมืองลั่วหยาง	39
1. โลโก้ตราประทับแบบดั้งเดิมของไวน์ดอกโบตันและซุ้ปปูฟานของเมืองลั่วหยาง	40
2. การนำเสนอความทันสมัยของชุดชาวฮั่นแบบโบราณในการออกแบบภาพประกอบสำหรับ บรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยาง	40
3. สไตลภาพประกอบสมัยใหม่	42
ทฤษฎีการจับคู่สีสำหรับการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์	42
1. การเลือกสีในการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยาง	42
2. การเลือกสีสำหรับใช้ออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ซุ้ปปูฟานของเมืองลั่วหยาง	43
แบบร่างภาพประกอบของร้านลั่วหยางจีวเจียและร้านหลิวจี๊ปูฟานทาง	44
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	46
สรุปผลการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตันและซุ้ปปูฟาน	46
การรวบรวมข้อมูลการประเมินผลการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์	57
ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ 1 :	61
ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ 2 :	61

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ 3 :	62
การแก้ไขและผลการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์	63
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์	66
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	77
สรุปและอภิปราย.....	77
ความสำคัญของข้อค้นพบ	79
การอภิปรายและการตีความ	79
ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย	80
ข้อจำกัดของการวิจัย	80
แนวทางการวิจัยในอนาคต	81
บรรณานุกรม.....	82
ภาคผนวก.....	84
ภาคผนวก ก.....	85
ภาคผนวก ข.....	91
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	101

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4-1สรุปผลการประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ของร้านลั่วหยางจีวเจีย	58
ตารางที่ 4-2 สรุปผลการประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ของร้านหลิวจีปู๋ฟานทาง.....	60
ตารางที่ 4-3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 1	66
ตารางที่ 4-4 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 2	67
ตารางที่ 4-5 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 3	68
ตารางที่ 4-6 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 4	69
ตารางที่ 4-7 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 5	69
ตารางที่ 4-8 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 6	70
ตารางที่ 4-9 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 7	71
ตารางที่ 4-10 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 8	71
ตารางที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 9	72
ตารางที่ 4-12 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 10	73
ตารางที่ 4-13 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 11	73

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1-1 กรอบการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2-1 หลี่จิ้งเหมิน เมืองเก่าลั่วหยาง.....	10
ภาพที่ 2-2 ดอกโบตั๋นลั่วหยาง.....	11
ภาพที่ 2-3 “MU DAN HUA DU JIU”	14
ภาพที่ 2-4 ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปซูปั๊ฟาน	16
ภาพที่ 3-1 เสื้อผ้าสตรีสมัยราชวงศ์ฮั่น.....	41
ภาพที่ 4-1 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจีวเจีย 1.....	47
ภาพที่ 4-2 สติกเกอร์ปิดผนึก 1	48
ภาพที่ 4-3 สติกเกอร์ข้างขวด 1	48
ภาพที่ 4-4 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจีวเจีย 2.....	49
ภาพที่ 4-5 สติกเกอร์ปิดผนึก 2.....	50
ภาพที่ 4-6 สติกเกอร์ข้างขวด 2	50
ภาพที่ 4-7 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจีวเจีย 3.....	51
ภาพที่ 4-8 สติกเกอร์ปิดผนึก 3.....	52
ภาพที่ 4-9 สติกเกอร์ข้างขวด 3	52
ภาพที่ 4-10 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของหลิวจีปั๊ฟานทาง 1	53
ภาพที่ 4-11 สติกเกอร์ข้างขวด 1	54
ภาพที่ 4-12 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของหลิวจีปั๊ฟานทาง 2	55
ภาพที่ 4-13 สติกเกอร์ข้างขวด 2	55
ภาพที่ 4-14 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของหลิวจีปั๊ฟานทาง 3	56
ภาพที่ 4-15 สติกเกอร์ข้างขวด 3	57

ภาพที่ 4-16 แบบร่างขั้นสุดท้ายของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ร้านลั่วหยางจีวี่เจีย.....	63
ภาพที่ 4-17 แบบร่างขั้นสุดท้ายของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ร้านหลิวจี้ปูฟานทาง	65



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

เมืองลั่วหยางตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของมณฑลเหอหนาน ประเทศจีน เมืองลั่วหยางเป็นเมืองโบราณที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 3000 ปี มีจักรพรรดิทั้งหมด 105 องค์ ในสายธารแห่งประวัติศาสตร์อันยาวนานของเมืองลั่วหยางนี้ ดอกโบตั๋นลั่วหยางได้รับการพัฒนาจนถึงปัจจุบันนับเป็นเวลากว่า 1600 ปี เมืองลั่วหยางเป็นถิ่นกำเนิดของดอกโบตั๋นจีนและเป็นแหล่งเพาะปลูกสำคัญในภาคกลางของประเทศ นอกจากนี้ดอกโบตั๋นยังเป็นดอกไม้ที่มีความโดดเด่นมากที่สุดในวัฒนธรรมลั่วหยาง ซึ่งมีคำกล่าวหนึ่งในสมัยราชวงศ์ซ่ง กล่าวว่า “ดอกโบตั๋นลั่วหยางงดงามที่สุดในโลก” ในสมัยนั้นดอกโบตั๋นลั่วหยางมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก เนื่องจากการเพาะปลูกอย่างแพร่หลาย และมีการพัฒนาเทคนิคการเพาะปลูกต่อเนื่องจนมีดอกโบตั๋นสายพันธุ์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย ด้วยเหตุนี้สมัยราชวงศ์ซ่งจึงเป็นยุคแห่งความรุ่งโรจน์สูงสุดในประวัติศาสตร์การพัฒนาของดอกโบตั๋นจีน

ภายหลังต่อมา เมื่อราชวงศ์ซ่งเหนือล่มสลาย ได้มีการโยกย้ายศูนย์กลางทางการเมืองของประเทศและมีการทำลายสวนที่มีชื่อเสียงหลายแห่งในเมืองลั่วหยาง ดอกโบตั๋นลั่วหยางที่ “งดงามที่สุดในโลก” จึงเข้าสู่ช่วงแห่งการพัฒนาที่ลดลง อย่างไรก็ตาม “ดอกโบตั๋นลั่วหยาง” ก็ได้กลายเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งทางวัฒนธรรมของประเทศจีน และเมืองลั่วหยางยังกลายเป็นดินแดนศักดิ์สิทธิ์ในใจของผู้คนสำหรับการเยี่ยมชมดอกโบตั๋นด้วย ดอกโบตั๋นเป็นดอกไม้ประจำเมืองของเมืองลั่วหยาง ซึ่งจะมีการจัดเทศกาลชมดอกโบตั๋นที่มีชื่อเสียงระดับโลกในทุก ๆ ปี จนได้รับการขนานนามว่าเป็น “เมืองหลวงของเหล่าทวยเทพ ดินแดนแห่งดอกโบตั๋น” ดอกโบตั๋นเป็นดอกไม้ที่มีความสำคัญและมีความหมายมากต่อเมืองลั่วหยาง ดังนั้นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหลายชนิดเช่น ไวน์ดอกโบตั๋น แจกันลวดลายดอกโบตั๋น บุหรี่จากดอกโบตั๋น และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีกมากมายได้กลายเป็นผลิตภัณฑ์พิเศษของเมืองลั่วหยาง โดย ไวน์ดอกโบตั๋น ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงมากที่สุด นอกเหนือจากดอกโบตั๋นแล้ว เมืองลั่วหยางยังมีวัฒนธรรมที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งนั่นคือ การรับประทานน้ำซุปร เนื่องจากเมืองลั่วหยางตั้งอยู่ตรงจุดเริ่มต้นของเส้นทางสายไหมสายตะวันออก ในอดีตพ่อค้าชาวตะวันตกที่เดินทางเข้ามาทำการค้าผ่านเส้นทางนี้และอาศัยอยู่ในเมืองลั่วหยาง ส่วนใหญ่เป็นชาวอาหรับและกลุ่มนักอภิบาลเร่ร่อน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้รับประทานเนื้อวัวและเนื้อแกะเป็นอาหารหลัก และพฤติกรรมการกินของพวกเขาที่ส่งผลกระทบต่ออาหารการกินของชาวเมืองลั่วหยางด้วย เมื่อเวลาผ่านไป ซุปวัวและซุปแกะก็กลายเป็นอาหารยอดนิยมของเมืองลั่วหยางโดยปริยาย ยิ่งกว่านั้นยังมีการสืบทอดสูตรการปรุงน้ำซุปร

มาจนถึงปัจจุบันด้วย การรับประทานน้ำซุปรยังรากลึกในวิถีชีวิตของชาวบ้านและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับสภาพอากาศและภูมิศาสตร์ของเมืองลั่วหยาง โดยเมืองลั่วหยางมีลักษณะภูมิประเทศเป็นแอ่งกระทะและมีความชื้นสูง ตามตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ เมืองลั่วหยางอยู่ในภาคเหนือของประเทศจีน ซึ่งมีลมแรง อากาศหนาวเย็นและแห้ง ดังนั้นการรับประทานอาหารที่มีรสเผ็ด อาหารรสจัด อาหารที่เรียกน้ำย่อยได้ดี และอาหารประเภทซุปรจะสามารถช่วยลดความชื้น ป้องกันความหนาวเย็น กระตุ้นการไหลเวียนโลหิต และเสริมสร้างกล้ามเนื้อได้ดี ดังนั้นซุปรจึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการปรับสภาพร่างกายให้เข้ากับธรรมชาติ นอกจากนี้ เมืองลั่วหยางยังมีสถานที่ท่องเที่ยวระดับ 5A หลายแห่ง ตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เฟื่องฟูอีกมากมาย ซึ่งผู้วิจัยก็มีความรู้ความเข้าใจในระดับสูงเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองลั่วหยาง, อาหารประจำท้องถิ่น, มรดกทางวัฒนธรรม และด้านอื่น ๆ อีกมากมาย เนื่องจากผู้วิจัยศึกษาระดับปริญญาตรีในเมืองลั่วหยางเป็นเวลากว่าสี่ปี ทำให้ผู้วิจัยมีโอกาสได้สัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมลั่วหยางด้วยตนเองจนเกิดความรู้สึกผูกพันกับเมืองแห่งนี้มาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวัฒนธรรมลั่วหยางให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น และหวังว่าจะสามารถเผยแพร่วัฒนธรรมลั่วหยางอันโดดเด่นนี้ให้กับผู้คนมากมาย อย่างไรก็ตาม ในระหว่างการเรียนรู้วัฒนธรรมต่าง ๆ และจากการสัมภาษณ์คนในท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ทราบว่า วัฒนธรรมที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของเมืองลั่วหยางมากที่สุดก็คือ วัฒนธรรมการดื่มไวน์ดอกโบตั๋นและการรับประทานซุปรปูพาน ซึ่งทั้งสองสิ่งนี้เป็นอาหารขึ้นชื่อที่นักท่องเที่ยวทุกคนต้องลองชิมสักครั้งเมื่อมาถึงเมืองลั่วหยาง ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันโดดเด่นของเมืองลั่วหยาง เมื่อผู้บริโภคใช้งานผลิตภัณฑ์จะสามารถระลึกได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมของเมืองลั่วหยาง สำหรับเหตุผลในการเลือกออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารเนื่องจากบรรจุภัณฑ์อาหารตามตลาดที่ออกแบบโดยใช้ลักษณะเด่นของวัฒนธรรมลั่วหยางมีไม่มากนัก ทั้งไม่มีความน่าประทับใจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทำให้ทุกคนรำลึกถึงวัฒนธรรมลั่วหยางเมื่อใช้งานผลิตภัณฑ์ และผู้วิจัยยังหวังว่าเมืองลั่วหยางแห่งนี้จะได้รับการพัฒนาที่ดีมากขึ้น

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้เมืองเมืองหนึ่งมีความเข้มแข็งและเจริญเติบโต ซึ่งเมืองลั่วหยางก็มีข้อได้เปรียบทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ และด้านอาหารประจำท้องถิ่นอันเลิศรส สิ่งเหล่านี้ล้วนสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมากมายให้หลั่งไหลเข้ามาเยี่ยมชมเมืองแห่งนี้ จากข้อได้เปรียบทั้งสองประการในข้างต้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การที่จะส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมลั่วหยางให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ได้นั้นจะต้องอาศัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยเฉพาะการพัฒนาภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ โดยควรเพิ่มเติมนวัตกรรมลงในบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างคุณค่าและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม และด้วยวิธีการนี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมของเมืองลั่วหยางได้รับการเผยแพร่อย่าง

มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวมีโครงสร้างที่ซับซ้อนและมีเนื้อหามากมาย เมื่อหลายปีก่อนเราจะเห็นว่า มีสินค้าและบรรจุภัณฑ์มากมายหลากหลายชนิดและหลากหลายรูปแบบตามท้องตลาดในเมืองลั่วหยาง ซึ่งบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละชนิดมีลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ ทำให้รู้สึกราวกับว่าสินค้าเหล่านั้นกำลังสวมใส่ “เสื้อคลุม” ของตัวเอง ซึ่งก็ถือเป็นเรื่องที่ดีมากสำหรับการเชิดชูเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น แต่เมื่อเวลาผ่านไป ตลาดเกิดการเปลี่ยนแปลงส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่เริ่มมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันจนแทบจะเหมือนกันทั้งตลาด ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของศาสตร์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความต้องการด้านสุนทรียภาพหรือด้านคุณภาพก็ตาม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะสามารถยกระดับและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมยังช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากขึ้น และทำให้ผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวประจำท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร

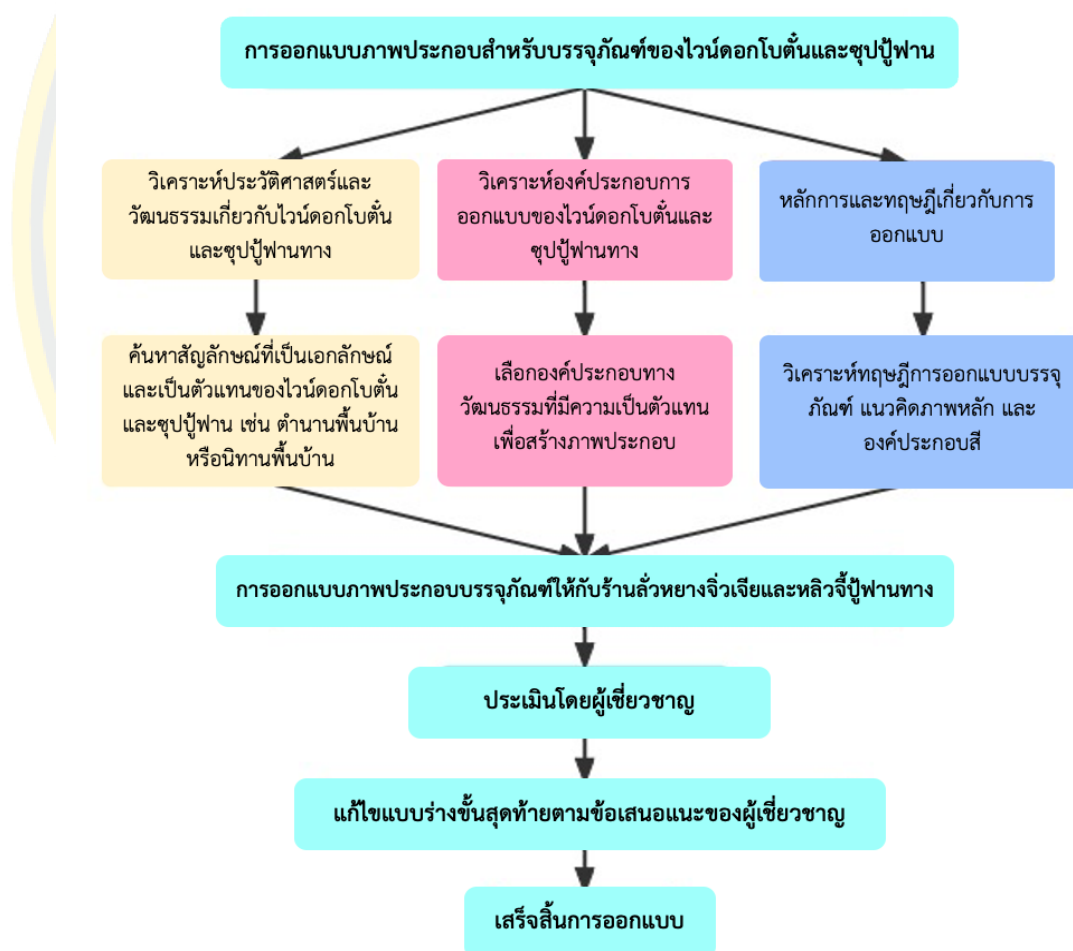
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองลั่วหยาง มณฑลเหอหนาน โดยเฉพาะไวน์ดอกโบตั๋นและซูปั๋วฟานของเมืองลั่วหยาง
2. เพื่อวิเคราะห์วัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง และลักษณะกับวัฒนธรรมที่โดดเด่นของซูปั๋วฟานและไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง
3. เพื่อออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับซูปั๋วฟานและไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้เริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของเมืองลั่วหยางและวัฒนธรรมลั่วหยาง รวมถึงที่มาและการวิวัฒนาการของวัฒนธรรมการกินในเมืองลั่วหยาง และขยายขอบเขตการศึกษาค้นคว้าไปยังด้านการประยุกต์ใช้และการสร้างนวัตกรรมสำหรับอุปกรณ์รับประทานอาหาร บรรจุภัณฑ์อาหาร ศิลปะและวรรณกรรม จากนั้นศึกษาด้านานพื้นบ้าน บทกวี โบราณ กลอน และเรื่องเล่าเกี่ยวกับการสืบทอดสูตรอาหารต่างๆ ของเมืองลั่วหยาง สุดท้ายดำเนินการสำรวจเชิงลึกเกี่ยวกับประวัติการพัฒนาของไวน์ดอกโบตั๋นและซูปั๋วฟานของเมืองลั่วหยาง และดำเนินการออกแบบผลงานตามข้อมูลและรายละเอียดของวัฒนธรรมลั่วหยางที่ได้รับ เพื่อสร้างผลงานที่สามารถสะท้อนถึงลักษณะเด่นของวัฒนธรรมการกินในเมืองลั่วหยาง จากนั้นเพิ่มเติมความเป็นนวัตกรรมลงในผลงานโดยรักษาคุณลักษณะทางศิลปะดั้งเดิมเอาไว้ เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์อาหารที่

สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกไปยังผู้บริโภคได้ จากนั้นดำเนินการออกแบบภาพประกอบต้นฉบับสำหรับไวน์ดอกโบตันของร้านลั่วหยางจิวเจียและน้ำซุப்பு๋ฟานของร้านหลิวจี้ปู๋ฟานทาง โดยเน้นเอกลักษณ์และความหมายแฝงทางวัฒนธรรมของเมืองลั่วหยาง สำหรับทฤษฎีทางศิลปะที่นำมาใช้ได้แก่ “การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมไม่ใช่แค่การออกแบบผิวเผินเท่านั้น แต่จะมุ่งเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรม” แม้ว่าผู้วิจัยจะอาศัยอยู่ในเมืองลั่วหยางนานถึง 4 ปี แต่ยังคงจำเป็นต้องลงพื้นที่สำรวจอย่างจริงจัง เพื่อค้นหาเอกลักษณ์อื่น ๆ ตลอดจนข้อมูลทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเพิ่มเติม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์คนในท้องถิ่นเพื่อศึกษามุมมองและความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อนำไปปรับปรุงแนวคิดในการออกแบบให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น



ภาพที่ 1-1 กรอบการวิจัย

ประโยชน์ที่จะได้จากการวิจัย

1. ได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง ซึ่งการศึกษากระบวนการพัฒนาของเมืองเมืองหนึ่งสามารถยกระดับทางวัฒนธรรมของผู้ศึกษาได้ และเพิ่มสีสันทางวัฒนธรรมต่างๆ ให้กับการออกแบบของตนเองในอนาคต
2. ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับภาพประกอบสไตล์ต่างๆ ซึ่งสามารถสร้างผลสัมฤทธิ์ที่แตกต่างกันให้กับผลิตภัณฑ์ได้ และเป็นการรวบรวมแม่แบบสไตล์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการอ้างอิงสำหรับการออกแบบของตนเองในอนาคต
3. ส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรมลั่วหยาง อาหารประจำท้องถิ่น และการท่องเที่ยวของเมืองลั่วหยาง ซึ่งจะช่วยให้เศรษฐกิจของเมืองลั่วหยางเติบโตขึ้น ยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับประชาชนระดับรากหญ้า

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ประวัติการพัฒนาของเมืองลั่วหยาง : เมืองลั่วหยางมณฑลเหอหนานเป็น 1 ใน 4 เมืองศักดิ์สิทธิ์ของโลก และเป็นเมืองหลวงที่เก่าแก่ที่สุดที่มีราชวงศ์มากที่สุด และมีประวัติศาสตร์ยาวนานที่สุดในประเทศจีน ยิ่งกว่านั้นเป็นเพียงเมืองเดียวในประวัติศาสตร์จีนที่ได้รับการขนานนามว่า “เส้นคู่” (หมายถึง เมืองหลวงของดินแดนศักดิ์สิทธิ์)
2. ประวัติการพัฒนาไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง และประวัติของร้านลั่วหยางจิวเจีย : ดอกโบตั๋นลั่วหยางงดงามที่สุดในโลก ซึ่งตั้งแต่สมัยโบราณเป็นที่รู้กันว่าดอกโบตั๋นนั่นไม่ได้เป็นเพียงไม้ประดับเพื่อความสวยงามเท่านั้น แต่ยังมีสรรพคุณทางการแพทย์ด้วย ในเอกสารสมัยราชวงศ์ฮั่นได้บันทึกรายละเอียดการผลิตไวน์ดอกโบตั๋นเอาไว้ ซึ่งในสมัยนั้นจะใช้สำหรับถวายจักรพรรดิเท่านั้น จนกระทั่งสมัยราชวงศ์ถังจึงมีการเผยแพร่กรรมวิธีในการผลิตไวน์ดอกโบตั๋นไปยังหมู่ประชาชน ทำให้ไวน์ดอกโบตั๋นได้รับความนิยมสูงสุดในช่วงหนึ่ง ภายหลังต่อมาได้มีการปรับปรุงสูตรเพื่อให้ไวน์มีคุณภาพมากขึ้น มีกลิ่นหอมและรสชาติที่กลมกล่อมยิ่งขึ้น สำหรับจุดเด่นของไวน์ชนิดนี้คือ เมื่อดื่มเข้าไปแล้วกลิ่นและรสชาติของมันจะติดอยู่ในลำคอเป็นเวลานาน และเป็นไวน์ที่มีสรรพคุณทางการแพทย์แผนจีน
3. ประวัติศาสตร์การพัฒนาน้ำซุப்பு๊ฟานของเมืองลั่วหยาง และประวัติของร้านหลิวจี้ปูฟานทาง: ลักษณะที่โดดเด่นที่สุดของอาหารประจำท้องถิ่นลั่วหยางคือ น้ำซุปปานาชนิด บนโต๊ะอาหารในแต่ละมือของชาวลั่วหยางมักจะมีน้ำซุพหรือน้ำแกงเป็นเมนูประจำ สำหรับวัฒนธรรมการกินของชาวลั่วหยาง สามารถสรุปได้คำเดียวว่า “น้ำซุบ” ซึ่งมีสำนวนโบราณหนึ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์

ของเมืองลั่วหยางได้อย่างชัดเจน นั่นคือ “ซุ่ปหนึ่งชามในยามเช้า แม้นไม่ใช่เมืองสวรรค์ แต่หากไม่ได้ทานซุ่ปเนื้อ ก็ถือว่ามาไม่ถึงเมืองลั่วหยาง”

ขอบเขตด้านพื้นที่

เมืองลั่วหยาง เป็นหนึ่งในสี่เมืองศักดิ์สิทธิ์ของโลก เป็นเมืองที่เก่าแก่ที่สุด มีราชวงศ์มากที่สุด และมีประวัติศาสตร์ยาวนานที่สุดในประเทศจีน ยิ่งกว่านั้นเป็นเพียงเมืองเดียวในประเทศจีนที่ได้รับการยกย่องว่าเป็น “เมืองแห่งเทพเจ้า” (เมืองหลวงหลวงแห่งเทพเจ้า)

ขอบเขตด้านการออกแบบ

1. ขอบเขตด้านการออกแบบในงานวิจัยนี้ ได้แก่ การออกแบบชุดภาพประกอบพิเศษจำนวน 1 ชุด ไปสเตอร์ภาพประกอบสำหรับโปรโมตอาหาร ชามลายพิมพ์ตัวอักษรที่ออกแบบตามวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของร้าน และถุงบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับบรรจุอาหารเดลิเวอรี่ที่มีเอกลักษณ์ของร้านค้า
2. ใช้วิธีการเผาในการทำตัวอักษรบนชาม และใช้วิธีการพิมพ์ลวดลายภาพประกอบในการทำถุงบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารเดลิเวอรี่ที่มีเอกลักษณ์ของร้านค้า
 - เกี่ยวกับขอบเขตด้านการออกแบบ ประการแรก การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจิวเจีย 3 ภาพ และภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจี้ปูฟานทาง 3 ภาพ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินผลงานการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ทั้ง 6 ภาพ เพื่อคัดเลือกเพียงร้านละ 1 ภาพเท่านั้น ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ ประกอบด้วย กระเป๋ผ้า สติกเกอร์ปิดผนึก และสติกเกอร์ข้างขวดไวน์ของร้านลั่วหยางจิวเจีย และกระเป๋ผ้า สติกเกอร์บนฝาชาม และปลอกกระดาษของชามอาหารแบบส่งกลับบ้านของร้านหลิวจี้ปูฟานทั้ง

วิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงเอกสาร

โดยศึกษาเอกสาร งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเชิงภาคสนาม

- 1) ลงพื้นที่สำรวจร้านหลิวจี้ปูฟานทางและร้านลั่วหยางจิวเจียที่ตั้งอยู่บนถนนสื่อจื่อในเมืองลั่วหยาง และสำรวจสวนดอกโบตั๋นในอุทยานแห่งชาติจีนที่ตั้งอยู่ในเมืองลั่วหยาง
- 2) การสำรวจแบบสัมภาษณ์ สัมภาษณ์คนในท้องถิ่นเพื่อศึกษาวัฒนธรรมการกินต่าง ๆ และวัฒนธรรมลั่วหยาง โดยเลือกพนักงานทั่วไปจำนวน 10 คนเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว

การวิจัยเชิงสร้างสรรค์

วิเคราะห์ปัญหาจากหลากหลายมุมมอง ตัวอย่างเช่น วัตถุดิบและส่วนผสม ฯลฯ โดยมุ่งเน้นไปที่ความหมายแฝงทางวัฒนธรรมในผลิตภัณฑ์อาหารและวัฒนธรรมของเมืองลั่วหยาง และสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องไม่เป็นเพียงการออกแบบผิวเผินเท่านั้น แต่ควรเน้นที่การใช้ความคิดสร้างสรรค์และการตีความหมายทางวัฒนธรรม

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงเอกสาร สืบค้นข้อมูลและรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์หลักของประเทศไทย เว็บไซต์ที่ผู้วิจัยสืบค้นข้อมูล ได้แก่ CNKI, Baidu Baike, Zhihu, วรรณกรรมไปตู้ ฯลฯ เพื่อเรียนรู้ประวัติการพัฒนาของเมืองลั่วหยางและลักษณะเด่นของวัฒนธรรมการกินในระดับที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จากนั้นศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับที่มาและประวัติการพัฒนาของดอกโบตั๋นและซูปัฟานของเมืองลั่วหยาง
2. การสำรวจภาคสนาม เพื่อศึกษาประเด็นสำคัญสำหรับการออกแบบภาพลักษณ์ และค้นหาเอกลักษณ์ของลั่วหยางที่ไม่เหมือนใคร เช่น อาหารว่างของเมืองลั่วหยาง และบรรยากาศที่อบอุ่นเป็นกันเองของเมืองลั่วหยาง เพื่อดำเนินการวิจัยและสรุปการออกแบบจากหลากหลายมุมมอง ตลอดจนทั้งค้นหาวัฒนธรรมพิเศษ เช่น ดำเนินพื้นบ้าน บทกวี สีสันทัน และสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของลั่วหยาง
3. สัมภาษณ์ผู้คนในท้องถิ่นลั่วหยางผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อศึกษามุมมองที่แตกต่างเกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง และความเข้าใจที่แตกต่างกันเกี่ยวกับวัฒนธรรมในซูปัฟานและวิธีการทำซูปัฟาน เพื่อทำความเข้าใจวิถีชีวิตของพวกเขาในช่วงวันหยุด
4. วิเคราะห์และสรุปข้อมูล จากนั้นทดลองปฏิบัติจากหลากหลายมุมมอง และรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้จากการสัมภาษณ์คนในท้องถิ่น
5. ออกแบบผลงานภาพประกอบฉบับร่าง จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน จากนั้นเลือกภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิด โดยเลือกชนิดละ 1 ภาพ จากนั้นนำภาพประกอบที่เลือกไปขอความคิดเห็นจากผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย
6. สรุปข้อค้นพบ จุดแข็ง และจุดอ่อนของผลงาน จากนั้นนำเสนอแนะต่าง ๆ ไปปรับปรุงผลงานทั้งสองภาพจนสำเร็จ

นิยามศัพท์เฉพาะ

เมืองลั่วหยาง หมายถึง เมืองระดับจังหวัดแห่งหนึ่งในมณฑลเหอหนาน ซึ่งเป็นสถานที่เป้าหมายในการดำเนินการวิจัย โดยผู้วิจัยได้เลือกร้านอาหารประจำท้องถิ่น 2 แห่งในเมืองลั่วหยาง ได้แก่ร้านลั่วหยางจิวเจียและร้านหลิวจี้ปูฟานทางที่ตั้งอยู่บนถนนคนเดินสี่จ้อเจีย เป็นขอบเขตด้านสถานที่ของงานวิจัยนี้

การออกแบบภาพประกอบ หมายถึง การออกแบบรูปภาพประกอบสำหรับพิมพ์ลายบนบรรจุภัณฑ์สินค้า ซึ่งรวมถึงการออกแบบตัวอักษรโบราณสำหรับการตกแต่งบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบภาพประกอบต้นฉบับและการออกแบบตัวอักษร แล้วนำไปพิมพ์ลงในสื่อหรือสิ่งของเพื่อการประชาสัมพันธ์ของร้านค้า

วัฒนธรรมการกิน หมายถึง ความสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนากับการใช้แหล่งอาหาร การประยุกต์ใช้กับความคิดสร้างสรรค์ในอุปกรณ์รับประทานอาหาร การผลิตกับการบริโภคอาหาร บริการจัดเลี้ยงกับการต้อนรับ เป็นต้น

กวีนิพนธ์ หมายถึง หมายถึง บทกลอนภาษาจีนแบบโบราณที่อยู่ในรูปแบบของบทกวีโบราณ บทกวีสมัยใหม่ และเพลงกลอน

“ตำนานพื้นบ้าน” หมายถึง เรื่องเล่าที่เล่าต่อกันมาด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษร ที่สืบทอดและสร้างโดยสามัญชนธรรมดา โดยทั่วไปมักเล่าแบบปากเปล่าและสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เรื่องเล่าเหล่านี้สะท้อนถึงคุณค่า ประเพณี ประวัติศาสตร์ และความเชื่อในวัฒนธรรม สังคม หรือภูมิภาคที่เฉพาะเจาะจง ตัวอย่างเช่น ตำนาน นิทาน เรื่องเล่า เทพนิยาย ฯลฯ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาด้านสายปลายเหตุของวัฒนธรรมการกินในเมืองลั่วหยาง โดยเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มของร้านหลิวจี้ปู้ฟานทางและร้านลั่วหยางจิวเจีย เพื่อออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารที่สามารถแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการกินของร้านอาหารทั้งสองแห่งนี้ และเนื่องจากผู้วิจัยอาศัยอยู่ในเมืองลั่วหยางมานานกว่า 4 ปีจึงมีความสนใจในวัฒนธรรมการกินของที่นี่มาก ซึ่งผู้วิจัยไม่เพียงชื่นชอบการรับประทานซูปัฟาน แต่ยังชอบดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยางมาก รวมไปถึงความรู้สึกต่าง ๆ ที่พิเศษในเมืองแห่งนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง และออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารที่สื่อถึงวัฒนธรรมการกินอันเป็นเอกลักษณ์ของเมืองลั่วหยาง

ภูมิหลังของวัฒนธรรมการกินในเมืองลั่วหยาง

1. เมืองลั่วหยาง

เมืองลั่วหยางมีประวัติศาสตร์ อารยธรรม มากกว่า 5,000 ปี ซึ่งใช้เวลายาวนานกว่า 4000 ปีในการสร้างเมือง และใช้เวลากว่า 1500 ปีในการสร้างเมืองหลวง มีจักรพรรดิทั้งหมด 105 องค์ เมืองลั่วหยางเป็นหนึ่งในแหล่งกำเนิดของอารยธรรมจีนและเป็นหนึ่งในถิ่นกำเนิดของชนชาติจีน การเจริญและการถอยยถ่วงของเมืองลั่วหยางก็เป็นภาพสะท้อนของการเจริญและถดถอยของราชวงศ์คังคังจินเช่นกัน เรียกว่า 25 ชุดตำราประวัติศาสตร์จีน นอกจากนี้ ประวัติศาสตร์อันยาวนานของเมืองลั่วหยางยังได้รับการอธิบายไว้ในบทกวี “ลู่ กั๋ว ลั่วหยาง เฉิง”(แปลว่า เดินผ่านเมืองลั่วหยาง) ว่า “ภูเขาล้อมรอบ เขียวขจี แม่น้ำซานชวนกระเพื่อม สดใส สายลมฤดูใบไม้ผลิ มีรุ้งขึ้นลง สีมรกตปกคลุมตลอดปี หมอกเศร้า ฟ้าคราม วัดสันเกิด ประตุนิคมใหญ่และพระราชวัง กลายมาเป็นควันไปนานแล้ว แต่กำแพงเมืองโบราณยังเป็นพยานถึงความรุ่งเรืองและการล่มสลาย” บทกวีนี้เป็นชุดกวีนิพนธ์ที่เขียนโดย ซื่อหม่ากวง นักประวัติศาสตร์ในสมัยราชวงศ์ซ่ง ซึ่งมาจากหนังสือ “WEN GUO WEN ZHENG SI MAGUANG” ซื่อหม่ากวง ย้ายไปอยู่เมืองลั่วหยางหลังจากเกษียณในปีค.ศ.1071 ระหว่างที่เดินผ่านเมืองโบราณลั่วหยางในสมัยราชวงศ์ซ่งและราชวงศ์เว่ย เขาได้เห็นความเสื่อมโทรมและหายนะทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการแต่งบทกวี ความหมายของบทกวีข้างต้น หมายถึง เมืองลั่วหยางล้อมรอบด้วยภูเขาเขียวขจีทุกทิศ มีแม่น้ำซานชวนไหลผ่าน เปลวคลื่นในแม่น้ำนั้นเป็นสีฟ้า ลมฤดูใบไม้ผลิจะรู้การขึ้นลงของโลกมนุษย์ได้อย่างไร แม้จะอยู่ในเมืองหลวงเก่า แต่ที่นี้เต็มไปด้วยหญ้าสีเขียวทุกปี

แต่แล้ว หมอกควันลอยก็ไปทั่วท้องฟ้า ลมและฝนคร่ำครวญ อดีตเมืองหลวงของจักรวรรดิปัจจุบัน เหลือซากปรักหักพัง หากผู้คนต้องการทราบกฎแห่งการขึ้นและลงของยุคสมัย เพียงแค่มองไปที่เมือง ลั่วหยาง เราจะได้เห็นร่องรอยแห่งประวัติศาสตร์ของลั่วหยางที่งดงามเหลือหลาย



ภาพที่ 2-1 หลัจิ้งเหมิน เมืองเกาลั่วหยาง
(ที่มา: <https://baike.sogou.com/m/>)

เมืองลั่วหยางมีพิชพรรณธัญญาหารอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากเป็นเมืองที่ตั้งอยู่ใกล้กับแม่น้ำหวงเหอ(แม่น้ำเหลือง) จึงมีดินที่อุดมสมบูรณ์และให้ผลผลิตทางการเกษตรมากมาย ในสมัยโบราณ เมืองลั่วหยางถูกเรียกว่าเป็น เมืองหลวงของจักรพรรดิ ดังนั้นจึงมีอาหารเลิศรสมากมายหลากหลายชนิดรวมอยู่ในเมืองแห่งนี้ ทั้งอาหารในพระราชวังและอาหารตามพื้นบ้าน และเมืองลั่วหยางยังเป็นถิ่นกำเนิดของ ตู๋คังจิว สุราที่มีชื่อเสียงที่สุดในประวัติศาสตร์ด้วย อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่สมัยโบราณ สุราเป็นเครื่องดื่มที่มักใช้ในพิธีการต่าง ๆ เช่น งานมงคล งานเทศกาล และงานสังสรรค์ทั่วไป ซึ่งธรรมเนียมการดื่มสุราก็เช่นกัน กับกลิ่นหรือของกินเล่นในเมืองลั่วหยางก็มีความเป็นมาที่ยาวนานด้วย อีกทั้งมีมากมายหลากหลายชนิด ทั้งขนมที่ทำด้วยกรรมวิธีอย่างหายาและขนมที่ทำอย่างพิถีพิถัน จนเกิดเป็นอาหารสไตล์ลั่วหยางที่มีความโดดเด่นไม่เหมือนใคร (Bosch & De Pelsmacker, 2016)

ดอกโบตันลั่วหยางมีชื่อเสียงไปทั่วโลก จนได้รับการยกย่องว่าเป็น “เมืองหลวงแห่งสวรรค์ เมืองแห่งดอกโบตัน” เมืองลั่วหยางเป็นเมืองที่ล้อมรอบด้วยภูเขาทั้งสี่ทิศ มีปริมาณน้ำฝนค่อนข้างน้อย และมีอากาศหนาวเย็นมากในฤดูหนาว ดังนั้นอาหารส่วนใหญ่จึงเป็นอาหารประเภทน้ำซุบน้ำแกง เพื่อสร้างความอบอุ่นให้แก่ร่างกาย ดังนั้นลักษณะที่โดดเด่นที่สุดของอาหารประจำท้องถิ่นลั่ว

หยางคือ น้ำซุปรานาชนิด บนโต๊ะอาหารในแต่ละมื้อของชาวลั่วหยางมักจะมีน้ำซूपหรือน้ำแกงเป็นเมนูประจำ สำหรับวัฒนธรรมการกินของชาวลั่วหยาง สามารถสรุปได้คำเดียวว่า “น้ำซूप”

2. อาหารของเมืองลั่วหยาง

อาหารที่เรียกได้ว่าเป็นเสมือนตัวแทนของเมืองลั่วหยาง ได้แก่ น้ำซูปู้ฟานของร้านหลิวจี้ปู้ฟานทาง ซุปู้ฟานเป็นน้ำซูปที่มีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 120 ปี และเป็นหนึ่งในอาหารประจำท้องถิ่นของมณฑลเหอหนาน ซึ่งก่อนหน้านี้ น้ำซูปู้ฟานยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก จนกระทั่งรายการ “อาหารจีนโอซารส (A Bite of China)” ซีรีส์สารคดีจีนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของอาหารการกิน และการทำอาหารในประเทศจีนได้มาถ่ายทำเกี่ยวกับน้ำซูปู้ฟานที่เมืองลั่วหยาง และนำไปเผยแพร่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กลางแห่งประเทศจีน (CCTV) ทำให้น้ำซูปู้ฟานกลายเป็นที่รู้จักของผู้คนมากขึ้น และกลายเป็นอาหารที่นักท่องเที่ยวทุกคนที่ไปถึงเมืองลั่วหยางต้องลองชิมสักครั้ง



ภาพที่ 2-2 ดอกโบตั๋นลั่วหยาง

(ที่มา : <https://baike.sogou.com/m/>)

3. ไวน์ดอกโบตั๋นเมืองลั่วหยาง

ไวน์ดอกโบตั๋นที่ผลิตจากดอกโบตั๋นดอกไม้ประจำเมืองลั่วหยาง โดยนำไปผ่าน “กระบวนการกลั่นเหลียง” ในการผลิตเพื่อให้ได้ไวน์ที่มีคุณภาพสูง และใช้ดอกโบตั๋นที่ “สง่างามและทรงคุณค่า” ในการเพิ่มมูลค่าทางจิตวิญญาณ โดยนำธรรมเนียมการต้อนรับแขกด้วยไวน์ของชาวลั่วหยางมาบูรณาการเข้ากับวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของลั่วหยาง สำหรับร้านจำหน่ายไวน์ดอกโบตั๋นที่มีชื่อเสียงที่สุดในเมืองลั่วหยาง ได้แก่ ร้านลั่วหยางจิวเจีย

ไวน์ดอกโบทันลั่วหยาง

1. ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของดอกโบทันลั่วหยาง

จากการสืบค้นสารานุกรม Baidu และห้องสมุด Baidu ในหัวข้อ “ประวัติไวน์ดอกโบทันของเมืองลั่วหยาง” และหัวข้อ “ดอกโบทันของเมืองลั่วหยาง” สามารถสรุปข้อมูลโดยย่อได้ดังนี้ ดอกโบทันเป็นดอกไม้ขึ้นชื่อของประเทศจีน และได้รับการยกย่องว่าเป็น “ราชาแห่งดอกไม้” มีการเพาะปลูกตามเมืองชายฝั่งแม่น้ำเหลืองในเมืองลั่วหยางมณฑลเหอหนาน จนถึงปัจจุบันมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 1600 ปี เมืองลั่วหยางถือเป็นศูนย์กลางการเพาะปลูกและขยายพันธุ์ดอกโบทันของประเทศจีน ซึ่งมีการคิดค้นวิธีการเพาะปลูกอย่างเป็นระบบตั้งแต่สมัยราชวงศ์ถังและราชวงศ์ซ่ง เมื่อเวลาผ่านไปจึงเกิดเป็นประเพณีชมดอกโบทัน การแต่งบทกวีเกี่ยวกับดอกโบทัน ภาพวาดดอกโบทัน เรื่องเล่าดอกโบทัน และเครื่องแต่งกายลวดลายดอกโบทัน เป็นต้น และด้วยเหตุนี้ ดอกโบทันจึงกลายเป็นดอกไม้สำคัญของเมืองลั่วหยางและแทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตของชาวเมืองลั่วหยาง เมืองลั่วหยางเป็นราชธานีในสมัยราชวงศ์ถัง มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย เศรษฐกิจเจริญรุ่งเรือง มีสวนสาธารณะมากมาย และที่สำคัญคือมีการปลูกดอกโบทันเกือบทุกครัวเรือน อีกทั้งยังมีประเพณีชมดอกโบทันทุกปีด้วย บทกวีที่เขียนโดยหลิว หยูซี นักเขียนแห่งราชวงศ์ถัง เขาบรรยายถึงดอกโบทันลั่วหยางดังนี้ว่า “ดอกเสาเย่าที่อยู่หน้าบ้านแม้งดงามแต่ไม่สูงส่ง ดอกบัวหลวงที่อยู่ในสระแม้บริสุทธิ์แต่ไร้ความรู้สึก มีเพียงดอกโบทันสีส้มแห่งชาติ ยามแบ่งบานงดงามประเทืองเมือง” แปลได้ว่า ดอกเสาเย่าที่ลานบ้าน แม้จะมีสีสันสวยงามแต่กลับไม่มีสง่างาม ดอกบัวหลวงในสระน้ำ แม้จะดูสว่างสดใสแต่ขาดความกระตือรือร้น มีเพียงดอกโบทันเท่านั้นที่เป็นสีประจำชาติที่แท้จริงและเป็นดอกไม้ที่สวยงามที่สุด เมื่อแบ่งบานเต็มที่ ความงดงามของดอกโบทันนั้นเหลือคำบรรยาย งามวิไลประทับใจผู้คน และวรรณคดีหนึ่งในบทกวีของไป๋จู่ยี้ นักวิสมัยราชวงศ์ถัง กล่าวไว้ว่า “ดอกไม้บานและร่วงโรยใน 20 วัน ชาวเมืองครีครื้นเที่ยวชมดอกไม้” และวรรณคดีหนึ่งในบทกวีของ หลิวหยูซี กล่าวไว้ว่า “มีเพียงดอกโบทันเท่านั้น ที่ทำให้ทั้งเมืองสนั่นหวั่นไหวเมื่อมันผลิบาน” บทกลอนทั้งสองตอนนี้ได้แสดงให้เห็นถึงบรรยากาศอันครีครื้นของเทศกาลชมดอกไม้ในเมืองลั่วหยางได้อย่างชัดเจน ดอกโบทันเป็นไม้พุ่มยืนต้นขนาดเล็ก เจริญเติบโตช้า ต้นเล็ก ลำต้นสูงประมาณ 0.5 ถึง 2 เมตร รากใหญ่ หนาและยาว ลำต้นเรียบตรง ความยาวโดยทั่วไปอยู่ที่ 0.5 ถึง 0.8 เมตร มีส่วนน้อยที่จะยาวถึง 2 เมตร

ดอกโบทันเป็นไม้ดอกสำคัญและเป็นดอกไม้ประจำชาติจีน ดอกบานจะมีขนาดใหญ่ สีสันหลากหลาย ดูสวยงามและหรูหรา มีกลิ่นหอมชื่นใจ อีกทั้งมีหลากหลายสายพันธุ์ ด้วยเหตุนี้มันจึงได้รับการยกย่องว่าเป็น “ความงามของชาติ กลิ่นหอมของสวรรค์” และ “ราชาแห่งดอกไม้” โดยต่อมาผู้คนได้ใช้ดอกโบทันเป็นสัญลักษณ์แห่งความมั่งคั่ง ความเป็นสิริมงคล และความเจริญรุ่งเรือง จนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีประโยคหนึ่งบนภาพวาดดอกโบทันที่มีชื่อเสียง เขียนไว้ว่า “ดอกไม้ที่

เติบโตบนดินของลั่วหยางยอดเยี่ยมที่สุด และดอกโบตันคือสิ่งอัศจรรย์ของโลก” หากค้นหาในหนังสือเพลง Odes หรือ Shih-ching จะพบว่ามีการแต่งบทกวีเกี่ยวกับดอกโบตันตั้งแต่เมื่อ 3000 ปีที่ผ่านมาแล้ว และในสมัยราชวงศ์ฉินและราชวงศ์ฮั่นยังมีการบันทึกในหนังสือ “ฉินหลงเป็นฉ่าจิง” เกี่ยวกับดอกโบตันในศาสตร์ทางการแพทย์ด้วย

2. คุณภาพและการผลิตดอกโบตันลั่วหยาง

ดอกโบตันของเมืองลั่วหยางเป็นไม้พุ่มยืนต้นขนาดเล็กที่สง่างามและให้ความรู้สึกหรูหรา เป็นดอกไม้ที่มีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์ และแสดงถึงความรุ่งโรจน์ของชาติจีน ภายหลังถูกนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ของความสวยงาม ความสุข ความเป็นสิริมงคล ความมั่งคั่ง และความเจริญรุ่งเรืองของชาติจีน ดอกโบตันของเมืองลั่วหยางมีดอกขนาดใหญ่ หลากหลายสายพันธุ์ และมีสีอันที่เป็นเอกลักษณ์ประมาณ 9 สี เช่น สีแดง สีขาว สีชมพู สีเหลือง สีม่วง สีฟ้า สีเขียว สีดำ และสีผสม เป็นต้น รูปร่างของดอกมีหลายรูปแบบ และมีสายพันธุ์มากกว่า 1000 ชนิด สำหรับไวน์ดอกโบตันนั้นเป็นการนำดอกโบตันสดจากธรรมชาติร้อยเปอร์เซ็นต์มาสกัดและผสมกับไวน์ผลไม้คุณภาพสูงของหุ่ยหยาง ตักตามสูตรโบราณ โดยจะคัดสรรวัตถุดิบที่มีสรรพคุณทางยาหลากหลายชนิด และใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการสกัดสารสำคัญ จากนั้นนำไปผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์จนได้ไวน์สมุนไพรเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร ไวน์ดอกโบตันมีกลิ่นหอมของดอกไม้ รสชาติกลมกล่อม สดชื่น มีคุณค่าทางโภชนาการ สัมผัสนุ่มลิ้น และมีกลิ่นพืชสมุนไพรช่วยให้รู้สึกสดชื่น เมื่อดื่มเป็นเวลานานจะทำให้สึกกระปรี้กระเปร่า บำรุงธาตุ บำรุงร่างกายและกระดูก เรียกได้ว่าเป็นไวน์เพื่อสุขภาพที่ดีที่สุด

3. ไวน์ดอกโบตันลั่วหยาง

บทกวีเรื่อง “Da xi jing liu shou hui hua jiu” เขียนโดย จาง ซีเชียน กวีสมัยราชวงศ์ถัง เขาได้พูดถึงไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยางว่า “มีดอกไม้แต่ไร้สุรา จะเซ็ดหน้าอย่างไร มีสุราแต่ไร้ดอกไม้ ดวงตาก็เหนื่อยล้าไป โชคดีที่วันนี้เป็นวันที่เจียบสงบ มาเกิดสุราดอกไม้แห่งลั่วหยาง” ซึ่งเป็นการแสดงความต้องการดื่มไวน์ดอกโบตันของตัวเอง บริษัทที่มีชื่อเสียงในตลาดไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยางในปัจจุบัน ได้แก่ “Mudan hua du jiu” ซึ่งเป็นบริษัทผลิตเหล้าขาวจีน (ภาพที่ 2) ตั้งอยู่ในเมืองลั่วหยาง และเปิดตัวเมื่อ 18 ธันวาคม พ.ศ.2555 ทั้งนี้ “Mudan hua du jiu” เป็นแบรนด์เชิงวัฒนธรรมที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า โดย บริษัท Yurenxuan Liquor Co.,Ltd. ซึ่งเป็นอีกหนึ่งบริษัทผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สร้างชื่อเสียงอย่างมากให้กับเมืองลั่วหยาง อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในผู้ผลิตไวน์ดอกโบตันที่สำคัญของมณฑลเหอหนานด้วย ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดของแบรนด์ Mudan hua du jiu จะมีภาพดอกโบตันเป็นส่วนประกอบ ส่วนด้านการผลิตใช้ “กระบวนการลิ่วเหลียง” เพื่อให้ได้ไวน์ที่มีคุณภาพสูง การนำดอกโบตันอันเป็นดอกไม้ประจำท้องถิ่นของเมืองลั่วหยางที่มีชื่อเสียงระดับโลกมาเป็นวัตถุดิบหลักยังเป็นการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ด้วย แบรนด์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะนี้ ได้อาศัยธรรมเนียมประเพณีการต้อนรับแขกด้วยไวน์ของชาวลั่วหยางและ

วัฒนธรรมการให้ไวน์เป็นของขวัญในการรวมผลิตภัณฑ์ไวน์ของตนเองให้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของชาวเมืองลั่วหยางและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองลั่วหยาง



ภาพที่ 2-3 “MU DAN HUA DU JIU”
(ที่มา: <https://baike.baidu.com/pic>)

ซูปู้ฟานของลั่วหยาง

1. ประวัติความเป็นมาของวัฒนธรรมการกินน้ำซูปในเมืองลั่วหยาง

ในสารคดีเรื่อง “วัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยางอันเป็นเอกลักษณ์ : อาหารจีนโอชารส” ผู้เขียนบทความดังกล่าวได้ระบุว่า น้ำซูปเป็นอาหารทั่วไปที่มีอยู่ในทุกมือของชาวลั่วหยาง และน้ำซูปยังเป็นอาหารเข้าที่ขาดไม่ได้ด้วยเช่นกัน น้ำซูปของเมืองลั่วหยางแบ่งเป็นสองประเภท ได้แก่ ซูปมั่งสวีตและซูปเนื้อ ซูปมั่งสวีตที่เห็นทั่วไปในเมืองลั่วหยาง เช่น ซูปลูกขึ้น ซูปเต้าหู้ ซูปู้ฟาน และซูปเส้นหมี่ เป็นต้น ส่วนซูปเนื้อของเมืองลั่วหยาง เช่น ซูปเนื้อวัว ซูปเครื่องในวัว ซูปเนื้อแกะ ซูปเครื่องในแกะ และซูปเนื้อลา เป็นต้น เวลาที่ชาวลั่วหยางพบหน้ากันมักจะทักทายกันด้วยประโยคที่ว่า “รับประทานซูปมาหรือยัง” นอกจากนี้เราจะเห็นผู้คนมากมายทั้งผู้หญิงผู้ชาย คนแก่และเด็กนั่งรวมกันโต๊ะละสามถึงห้าคนในร้านขายซูป และยังมีผู้คนอีกจำนวนหนึ่งที่ต่อแถวยาวเหยียดเพื่อรอซดน้ำซูปร้อนๆในตอนเช้า เมื่อเราเดินบนถนนหรือตรอกซอຍในเมืองลั่วหยาง เราจะพบว่าร้านขายซูปหลากหลายชนิดเปิดให้บริการตลอดเส้นทาง

2. วิธีการทำซูป்பู่ฟานของเมืองลั่วหยาง

จากการสืบค้นสารานุกรม Baidu ด้วยคีย์เวิร์ดคำว่า “ซูป்பู่ฟานของเมืองลั่วหยาง” ระบบได้แสดงข้อมูลดังนี้ ซูป்பู่ฟานของเมืองลั่วหยางเป็นหนึ่งในอาหารเรียกน้ำย่อยของเมืองลั่วหยางที่มีมาแต่ช้านาน เป็นซูปที่มีหลากหลายรสชาติทั้งรสเปรี้ยว รสเผ็ด และรสเค็ม เป็นอาหารที่สามารถเรียกน้ำย่อยได้ดีมาก ชาวลั่วหยางเรียกมันว่า “ซูป்பู่ฟานแห่งประตูจั่วฟู่” จนถึงปัจจุบัน ซูป்பู่ฟานมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 120 ปี รับประทานคู่กับแผ่นแป้งบาง ใส่ไส้เห็ดเข็มทอง วุ้นเส้น กระเทียมหอม เคลป์ ผักชี กุ้งแห้ง เห็ด สาหร่าย ฯลฯ และปรุงรสด้วยเกลือ ผงชูรส พริกไทย และน้ำส้มสายชูจากข้าว เป็นต้น

3. ที่มาและเรื่องเล่าเกี่ยวกับซูป்பู่ฟานของเมืองลั่วหยาง

มีนิทานพื้นบ้านที่มีชื่อเสียงในเมืองลั่วหยางกล่าวไว้ว่า คำว่า “ปู้ฟาน (แปลว่า ไม่พลิก)” จริงๆ แล้วเป็นแผ่นแป้งถั่วเขียวขนาดเท่าฝ่ามือของเด็ก วิธีทำคือนำถั่วเขียวไปบดละเอียดและเติมน้ำลงไป นวดจนเข้ากัน จากนั้นแบ่งแป้งและรีดให้เป็นแผ่นบาง โดยพยายามอย่าให้หนาเกินไป จากนั้นนำกระทะมาตั้งเตาโดยไม่ต้องทาน้ำมัน เมื่อกระทะร้อนแล้วจึงวางแผ่นแป้งลงในกระทะ ประมาณ 1 นาทีแป้งก็จะสุกพร้อมทานโดยไม่ต้องพลิกแผ่นแป้ง ดังนั้นจึงเรียกว่า “ปู้ฟาน (แปลว่า ไม่พลิก)” ถึงแม้ไม่รู้ว่าเป็นใครผู้คิดค้น “ปู้ฟาน (แปลว่า ไม่พลิก)” แต่ตามคำบอกเล่า แผ่นแป้งถั่วเขียวนี้มีความเป็นมาที่ไม่ธรรมดาเช่นกัน ตามตำนานเล่าว่าจักรพรรดิถังซี้แห่งราชวงศ์ซ่งได้เสด็จเยือนประชาชนโดยไม่แจ้งล่วงหน้า เมื่อผ่านเมืองเสี่ยวเหลียงตี้ในเขตเหมิงจินก็รู้สึกหิวขึ้นมา และทันนั้นได้กลิ่นหอมแปลกๆ ไซ้มา เมื่อค้นหาต้นตอของกลิ่น ปรากฏว่าหญิงชราคนหนึ่งกำลังปิ้งแผ่นขนมปังอยู่ จักรพรรดิถังซี้จึงสั่งให้หญิงนั้นนำแผ่นแป้งดังกล่าวมาถวาย หญิงชราตอบว่า “ยังไม่ได้พลิกแป้ง แผ่นแป้งยังไม่สุกดี” แต่ในเวลานั้นจักรพรรดิถังซี้หิวมาก ๆ จึงบอกว่า “ไม่ต้องพลิกแล้ว ตอนนี้ต้องการประทังชีวิตก่อน” เมื่อพูดจบก็หยิบแผ่นแป้งขึ้นมากินทันที จักรพรรดิถังซี้ตะลึงกับรสชาติอันแสนอร่อยของแผ่นแป้งนี้ จึงได้ประทานชื่อให้กับอาหารชนิดนี้พร้อมกับบันทึกไว้

ด้วยเหตุนี้แผ่นแป้งที่ถูก “บัญญัติไว้” จึงไม่ต้องพลิกอีกต่อไป และถูกเรียกว่า “ปู้ฟาน (แปลว่า ไม่พลิก)” แผ่นแป้งบาง ๆ ปิ้งบนกระทะร้อนโดยไม่ต้องพลิก ทำให้ด้านหนึ่งเป็นสีเหลืองเกรียมและอีกด้านเป็นสีขาวสวยงาม จากนั้นหยิบซอสสีขาวลายครามมา ใส่พริกไทยขาว น้ำส้มสายชู เกลือ และเครื่องปรุงอื่น ๆ ที่กันซอส จากนั้นใส่สาหร่ายทะเลที่ต้มสุกแล้ว วุ้นเส้นแช่ และเลือดไก่ชิ้นเล็ก ๆ จากนั้นโรยหน้าด้วยกุ้งแห้งและกุยช่าย และโรยสาหร่ายทับอีกที จากนั้นนำแผ่นแป้งปู้ฟานวางไว้ด้านบนสุด และราดด้วยซूपระดูกหมูทานคู่กับแผ่นแป้งปิ้งสีขาว แค่นี้ซูป்பู่ฟานเพียงสามอย่างเท่านั้นก็สามารถอยู่รอดได้



ภาพที่ 2-4 ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปชุปู้ฟาน
(ที่มา: <https://kkimsgs.yisou.com/>)

ทฤษฎีการออกแบบ

1. ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ในหนังสือหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้เชื่อมโยงทฤษฎีกับการปฏิบัติเข้าด้วย โดยแบ่งออกเป็น 7 บท ได้แก่ ความรู้พื้นฐาน กระบวนการออกแบบ แนวคิดการออกแบบ องค์ประกอบการสื่อสารด้วยภาพ ความคิดสร้างสรรค์ และหลักการจัดองค์ประกอบ การวิเคราะห์โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และกระบวนการพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งเนื้อหาทั้งหมดนี้มีอธิบายอย่างละเอียดในหนังสือดังกล่าว

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นการสร้างกราฟิกที่สวยงามภายใต้แนวคิดการออกแบบ เค้ โครง และกระบวนการพิมพ์ โดยผสมผสานรูปแบบการสื่อสารทางศิลปะ เช่น องค์ประกอบภาพ ความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการรับรู้เชิงทัศน์ จากนั้นสื่อสารออกมาผ่านทางกราฟิก ข้อความ สี ฯลฯ จุดประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์คือการใช้ทฤษฎีองค์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นวิทยาศาสตร์ เข้มงวด และสวยงามมากขึ้นในการจัดองค์ประกอบการออกแบบที่ซับซ้อนด้วย คุณลักษณะ กฎเกณฑ์ และจังหวะ เพื่อให้ผลลัพธ์การออกแบบแบบบรรจุภัณฑ์มีความเป็นศิลปะ พิเศษ และงดงามไม่เหมือนใคร สำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีภาษาศิลปะที่โดดเด่นของตัวเอง ขณะที่มีความสัมพันธ์กับศิลปะแขนงอื่น ๆ ด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์มักถูกนำไปใช้งาน ในการออกแบบโฆษณา การสื่อสารด้วยภาพ การออกแบบกราฟิก และสาขาอื่นๆ การพัฒนาที่ยั่งยืน และนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์อาหารในประเทศจีน ในบริบทของการขาดแคลนทรัพยากรและปัญหาสิ่งแวดล้อม การออกแบบบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องแสวงหาวิธีแก้ปัญหาคือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและ

ยั่งยืนมากขึ้น ดังนั้น การวิจัยนี้จึงได้มุ่งเน้นไปที่ความท้าทายและโอกาสเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนของจีน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมอาหาร(Li Ming., & Zhang Wei, 2020, pp. 78-82) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนมีความสำคัญมากในสังคมปัจจุบัน เช่น การเลือกวัสดุ การวิเคราะห์วงจรอายุการใช้งาน และกลยุทธ์เศรษฐกิจแบบหมุนเวียน ฯลฯ การใช้กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงนวัตกรรมนี้ ไม่ใช่แค่ความรับผิดชอบต่อทางศีลธรรมของบริษัทเท่านั้น แต่ยังเป็นโอกาสในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด (Lockhart, J., & Salgado, 2020, pp.1-18)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีภาษาศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ ขณะเดียวกันก็เกี่ยวข้องกับศิลปะสาขาอื่นๆ ด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีการใช้กันอย่างแพร่หลายในด้านต่างๆ เช่น การออกแบบโฆษณา การสื่อสารด้วยภาพ และการออกแบบกราฟิก เป็นต้น ทั้งนี้ บทบาทสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของจีนในการสืบทอดวัฒนธรรมคือ การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นผู้สืบทอดวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของจีนได้สร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กับบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ โดยการบูรณาการองค์ประกอบแบบดั้งเดิมเข้ากับการออกแบบ ขณะเดียวกันก็พยายามรักษาสสมดุลระหว่างความดั้งเดิมและนวัตกรรมใหม่ๆ ด้วย เพื่อยืนยันภารกิจของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของจีนในการปกป้องและเผยแพร่วัฒนธรรม (Wang Wenqing, & Peng Hongqi, 2019, pp. 1-5) นอกจากนี้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นแบรนด์ส่วนบุคคล การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ สามารถยกระดับความตั้งใจของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์แบรนด์ส่วนบุคคลได้ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญสำหรับผู้จัดการแบรนด์ที่ต้องพิจารณากลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์อย่างรอบคอบ(Bosch, N. & De Pelsmacker, P., 2016, pp. 71-83)

2. แนวคิดเกี่ยวกับธัมมบรรจุภัณฑ์

แนวคิดเกี่ยวกับธัมมบรรจุภัณฑ์โดยทั่วไปหมายถึง ความคิดริเริ่ม หรือจุดเริ่มต้นของความคิดในการออกแบบ ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับหัวข้อการออกแบบสามารถกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจหรือความคิดสร้างสรรค์ในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านวัฒนธรรม ด้านศิลปะ ด้านสารสนเทศ ด้านสัตววิทยา ด้านนิเวศวิทยา และด้านอื่น ๆ ทำให้เป้าหมายการออกแบบมีมิติมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มันสามารถเติมเต็มอุปสงค์ด้านความหมายแฝงทางวัฒนธรรม รูปแบบศิลปะ และวิธีการทางเทคนิค บทบาทสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์คือ นอกจากจะเป็นเปลือกนอกของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังเป็นภาพลักษณ์ของแบรนด์ด้วย บรรจุภัณฑ์สามารถถ่ายทอดค่านิยมหลักและภาพลักษณ์ของแบรนด์ ด้วยองค์ประกอบการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสร้างการเชื่อมโยงทางอารมณ์ นอกจากนี้ ผู้จัดการแบรนด์จะต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างระมัดระวัง เพื่อให้แน่ใจว่าบรรจุภัณฑ์ของตัวเองสามารถเชื่อมต่อทางอารมณ์กับกลุ่มเป้าหมายได้

จริง ซึ่งจะช่วยเพิ่มความภักดีของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์และความสามารถในการแข่งขันของแบรนด์ (Sundar, A., & Washburn, J., 2019, pp. 1-13)

บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มักขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค โดยใช้ในการบรรจุและตกแต่งผลิตภัณฑ์เพื่อโปรโมตการขาย ซึ่งคำว่า บรรจุภัณฑ์ที่มีหัวข้อชัดเจน หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ของตัวเอง มีรูปแบบที่น่าสนใจ และเป็นรูปแบบการแสดงออกอีกประเภทหนึ่งที่สามารถสื่อความหมายโดยนัยได้ดีขึ้น บรรจุภัณฑ์ที่มีหัวข้อสามารถกระตุ้นความสนใจและความต้องการซื้อของผู้บริโภคจากหลากหลายด้านเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า ปัจจุบันนี้มีแข่งขันเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในตลาดมากขึ้นเรื่อย ๆ และผู้บริโภคต้องเผชิญกับตัวเลือกมากมายนับไม่ถ้วนทุกวัน ดังนั้นหากผู้ค้าต้องการสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าของตนจะต้องเรียนรู้ที่จะใช้บรรจุภัณฑ์แบบมีหัวข้ออย่างเหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้า การประยุกต์วัฒนธรรมดั้งเดิมของจีนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ มักจะเน้นย้ำความเป็นเอกลักษณ์ของทางวัฒนธรรมจีนดั้งเดิม เช่น ภาพทิวทัศน์และศิลปะการแกะสลักตราประทับ ฯลฯ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และดึงดูดผู้บริโภคด้วยการผสมผสานความโบราณและความทันสมัยเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน เพื่อเน้นย้ำถึงความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อการสืบทอดทางวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Chen Ting., & Huang Zhihua., 2019, pp. 49-53) องค์ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถใช้สร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้ บรรจุภัณฑ์สามารถถ่ายทอดลักษณะเด่นและภาพลักษณ์ของแบรนด์ ผ่านองค์ประกอบต่างๆ เช่น สี รูปร่าง และกราฟิก ซึ่งมีอิทธิพลต่ออารมณ์และความภักดีของผู้บริโภค (Pettigrew, S., & Charters, S., 2017, pp. 404-427)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบแฝงความหมาย คือการกำหนดตำแหน่งของตัวเอง ตำแหน่งการออกแบบ เป็นหนึ่งในขั้นตอนสำคัญของแนวคิดการออกแบบ ที่เน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง และคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมากขึ้น จากนั้นจึงส่งต่อข้อมูลที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ไปให้กับผู้บริโภคผ่านทางผลงานการออกแบบ ซึ่งวิธีการนี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจที่แตกต่างออกไปได้ มุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์และมูลค่าแบรนด์สู่ราระดับสูงในประเทศจีน เนื่องจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์สู่ราระดับสูงมีบทบาทในการสืบทอดวัฒนธรรมและแบรนด์ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน บรรจุภัณฑ์สู่ราระดับสูงยังสามารถเพิ่มการรับรู้และความไว้วางใจของผู้บริโภคต่อแบรนด์ได้ด้วย การวิจัยดังกล่าว ได้เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของบรรจุภัณฑ์ในอุตสาหกรรมสู่ราระดับสูงในประเทศจีน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์และเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด (Zhang Juan.,& Li Ming, 2017, pp. 24-29.)

เมืองลั่วหยางมีวัฒนธรรมการกินที่รุ่งเรือง ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานน้ำซุปร้อนหรือการดื่มไวน์ดอกโบตั๋นก็ล้วนมีบทบาทสำคัญทางประวัติศาสตร์ จากมุมมองของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามฮิม ผู้วิจัยได้เพิ่มวิธีการแบบใหม่ลงบนรูปแบบสมัยเก่า เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ท่ามกลางความ

ดั้งเดิม และด้วยแนวโน้มการพัฒนาของสังคมสมัยใหม่ สิ่งต่าง ๆ เริ่มมีความเป็นเทคโนโลยีและทันสมัยมากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าความดั้งเดิมของสิ่งต่าง ๆ นั้นควรค่าแก่การอนุรักษ์อย่างยิ่ง และด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำลักษณะของขวดเหล้าแบบดั้งเดิมและจอกเหล้าที่ปากกว้างและแบนมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับไวน์ดอกโบตั๋น และบรรยายฉากด้วยบทกวีตอนหนึ่งที่กล่าวว่า “ลมพัดต้นหลิวและดอกไม้เต็มกลิ่นหอมให้ร้านเหล้า อุจี้แจกสุราให้แขกดื่ม” โดยผู้วิจัยได้รวมบรรยากาศเหล่านั้นเข้ากับภาพประกอบที่ออกแบบในงานวิจัยนี้ ซึ่งความหมายของบทกวีข้างต้น กล่าวว่า มีลมพัดผ่านใบและดอกของต้นหลิว ทำให้กลิ่นหอมของต้นหลิวอบอวลไปทั่วทั้งโรงเตี๊ยม และเจ้าแก้วในร้านกำลังร้องเรียกลูกค้าให้มานั่งดื่มสุราเลิศรส ซึ่งสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการสื่อนั้นก็คือ บรรยากาศที่ผ่อนคลายจากบทกวีนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้วงกลมเป็นพื้นหลังเพื่อสื่อถึงการตกแต่งโรงเตี๊ยมในสมัยโบราณและบรรยากาศอันงดงาม

สำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ซุப்புฟาน ผู้วิจัยได้รวบรวมลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมบ้านเรือนแบบย้อนยุคในเมืองลั่วหยางเก่า จากนั้นผู้วิจัยจึงใช้ภาพกระเบื้องหลังคาในเมืองเก่าเป็นพื้นหลังของภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งภาพกระเบื้องดังกล่าวสามารถถ่ายทอดความรู้สึกย้อนยุคและประวัติศาสตร์อันยาวนานของวัฒนธรรมการรับประทานซุพูในเมืองลั่วหยางได้ ส่วนการออกแบบภาพซุப்புฟานจะใช้การออกแบบสมัยใหม่ และออกแบบรูปร่างของภาพซุப்புฟานให้เหมือนกับซุப்புฟานของจริง ซึ่งในซุพูจะประกอบไปด้วยลูกชิ้นสดใหม่ ผักใบเขียว และน้ำซุพูสีใส ซึ่งเป็นลักษณะของซุப்புฟานตามความเข้าใจของชาวลั่วหยาง ส่วนภาพซุพูผู้วิจัยได้ออกแบบให้มีลักษณะคล้ายกับซุพูแบบดั้งเดิมที่ทำด้วยช่างฝีมือ และได้ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์นี้ ผู้วิจัยยังเพิ่มคำแนะนำสั้น ๆ เกี่ยวกับลักษณะเด่นของซุப்புฟานด้วย ดังนั้นไม่ว่าผู้บริโภคจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือคนในท้องถิ่นก็สามารถเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับซุப்புฟานได้

3. ทฤษฎีการออกแบบสี

ในโลกของการออกแบบ สีเป็นสิ่งที่มีความโดดเด่นมาก สีที่แตกต่างกันสามารถกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกและการตอบสนองที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นสีเดียวกันแต่ก็มีผลต่อจิตใจและความรู้สึกของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งบางครั้งก็เกี่ยวข้องกับความชอบส่วนตัว และบางครั้งก็เกี่ยวข้องกับภูมิหลังทางวัฒนธรรมของบุคคล

สีมีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของผู้คน ทั้งชีวิตทางสังคม การผลิตและแรงงาน ตลอดจนปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต เช่น เครื่องแต่งกาย อาหาร ที่อยู่อาศัย และการเดินทาง เป็นต้น จากข้อมูลการวิจัยทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ชี้ให้เห็นว่า คนปกติมากกว่า 90% รับข้อมูลภายนอกด้วยการมองเห็น และภาพที่มองเห็นทั้งหมด เช่น รูปร่าง พื้นที่ ขอบเขตตำแหน่งและความแตกต่างของวัตถุล้วนเกิดจากการใช้ความแตกต่างของสีและความสัมพันธ์ของแสงและเงา ยิ่งกว่านั้นคือการรับรู้อันดับแรกมนุษย์เมื่อมองเห็นสิ่งต่าง ๆ นั่นก็คือ สี นอกจากนั้นความสนใจในสีต่าง ๆ ก็

นำไปสู่การรับรู้ความงามของสีของมนุษย์ และกลายเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้มนุษย์สามารถตกแต่งและประดับประดาสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตให้มีสีสันได้ ดังที่มาร์กกล่าวไว้ว่า “สีเป็นรูปแบบความงามทั่วไปที่นิยมมากที่สุด” ลักษณะทางวัฒนธรรมและนวัตกรรมของการออกแบบสีบรรจุภัณฑ์อาหารจีน การเลือกสีของบรรจุภัณฑ์อาหารจีนมักได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิภาค ซึ่งจากการวิจัยพบว่า นักออกแบบสามารถสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สะดุดตาและเต็มไปด้วยวัฒนธรรมได้ โดยการผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒนธรรมดั้งเดิมและการสร้างสรรค์สมัยใหม่ ซึ่งจะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและถ่ายทอดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Huang Yao, 2018, pp.31-35) การเลือกสีในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ สีของบรรจุภัณฑ์มีผลกระทบอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคทราบว่าสีบรรจุภัณฑ์ของอาหารเกี่ยวข้องกับสุขภาพ พวกเขามีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้านั้นมากขึ้น นี่แสดงให้เห็นว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยการเลือกใช้สีอย่างรอบคอบ และยังสามารถเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย (Lee, K., & Lee, S., 2018, pp.1-14) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างสีของบรรจุภัณฑ์กับภาพลักษณ์แบรนด์ของผลิตภัณฑ์สุราจีนนั้น จากการวิจัยพบว่า การเลือกสีของบรรจุภัณฑ์สุรามีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์และดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ในตลาดเป้าหมายได้ ดังนั้น การเลือกใช้สีของบรรจุภัณฑ์อย่างชาญฉลาด จึงทำให้แบรนด์สุราสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างกันของแบรนด์ และช่วยปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดให้กับแบรนด์ได้ (Li Hui., & Zhao Lihua, 2020, pp. 40-45)

การออกแบบในงานวิจัยนี้ได้ใช้ประโยชน์จากความงามของสี เนื่องจากหากเป็นสีที่ผู้คนส่วนใหญ่ชื่นชอบก็จะสามารถได้รับการยอมรับง่ายขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกสีที่ได้รับข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์คนในท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตั๋นและซุปรู้ฟานของเมืองลั่วหยาง ตัวอย่างเช่น สีของซุปรู้ฟานในความทรงจำของผู้คนคือน้ำซุปรู้ฟานและสีขา มีผักสีเขียวและลูกชิ้นสีเหลืองอยู่ในซาม ส่วนไวน์ดอกโบตั๋นนั้นจะมีขวดเป็นสีแดงเข้ม ซามเหล้าเป็นสีน้ำตาล และดอกโบตั๋นสีแดง เป็นต้น ดังนั้นแล้วภาพประกอบของซุปรู้ฟานจึงใช้สีโทนเย็นเป็นหลัก ส่วนภาพประกอบของไวน์ดอกโบตั๋นใช้สีโทนอบอุ่นเป็นหลัก โทนสีอบอุ่น ได้แก่ สีแดง สีส้ม สีเหลือง และสีอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงสามสีนี้ ซึ่งสีทั้งสามเป็นสีของเปลวเพลิง ใบไม้แก่ และสีของพระอาทิตย์ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของพลังงาน ความหลงใหล และพลังบวก เช่นเดียวกับไวน์ดอกโบตั๋นหนึ่งแก้ว ความแรงกล้าและความกลมกล่อมของเหล้าขาวสามารถให้ความรู้สึกมีพลัง มีความหลงใหล และความคิดแง่บวกให้กับผู้ที่ดื่มได้ ส่วนระบบสีโทนเย็นประกอบด้วยสีเขียว สีฟ้า และสีม่วง ซึ่งจะมีสีอ่อนกว่าสีโทนอุ่น สีเหล่านี้เป็นสัญลักษณ์ของกลางคืน น้ำ และธรรมชาติ มักจะให้ความรู้สึกเย็นสบายและผ่อนคลาย เช่นเดียวกับวัฒนธรรมการรับประทานซุปรู้ฟานที่ผู้วิจัยต้องการสื่อความหมาย

รับประทานซุบน้ำใสสักขม น้ำซุบที่ไม่ทำให้รู้สึกเย็นแต่ช่วยบำรุงสุขภาพสามารถเพิ่มความสดชื่นได้ตลอดทั้งวัน

4. กลุ่มเป้าหมาย

สำหรับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยนี้ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคของร้านล้วยหางจิวเจียและร้านหลิวจู้ฟูพานทาง ซึ่งมีทั้งลูกค้าที่เป็นคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และลูกค้าที่ส่งกลับบ้าน สำหรับการจับคู่ในการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตันของร้านล้วยหางจิวเจีย ผู้วิจัยเลือกใช้สีโทนสีอบอุ่นเป็นหลัก ซึ่งสีแดงเป็นสีที่ทรงพลังมาก สามารถกระตุ้นความคิดของผู้คนทำให้ผู้คนนึกถึงความรักและความหลงใหล ในประเทศจีน สีแดงเป็นสัญลักษณ์ของความเจริญรุ่งเรืองและความสุข เป็นสีที่ใช้เรียกโชคลาภ และสีแดงยังทำให้เกิดการตอบสนองทางกายภาพ เช่น เพิ่มความดันโลหิตและอัตราการเต้นของหัวใจได้ด้วย นอกจากนี้ยังมีข้อมูลว่า สีแดงนั้นสามารถเร่งการเผาผลาญของร่างกายได้ เนื่องจากแสงสีแดงมีความเป็นพลวัตสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการจะส่งต่อความรู้สึกเหล่านี้ไปให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคไวน์ดอกโบตัน

สำหรับการจับคู่ในการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ซุบน้ำของร้านหลิวจู้ฟูพานทาง ผู้วิจัยเลือกใช้สีโทนเย็นเป็นหลัก และแซมด้วยสีโทนอุ่นเล็กน้อย เช่น สีฟ้า สีเขียว สีนํ้าตาล และสีส้มเอิร์ธโทน หลังจากพิจารณาคุณสมบัติและจุดยืนของผลิตภัณฑ์แล้ว ซุบน้ำพานเป็นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพและเป็นธรรมชาติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้สีเขียวและสีธรรมชาติเพื่อสื่อถึงความสดชื่นและความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ การใช้สีโทนเย็นในการออกแบบสามารถสร้างความรู้สึกสงบนิ่งและความเป็นมืออาชีพได้ สีนํ้าเงินเทาให้ความรู้สึกบางเบา เมื่อนำไปรวมกับสีขาวก็จะยิ่งรู้สึกเบามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อจับคู่กับสีเขียว จะให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติและมีชีวิตชีวาอย่างมาก เช่นเดียวกับแนวคิดของผู้วิจัยที่ต้องการถ่ายทอดซุบน้ำพานที่มีรสชาติเบาและไม่มันเยิ้ม สดชื่นแต่ไม่จืดชืด

5. วัสดุและคุณสมบัติของวัสดุ

สำหรับวัสดุและคุณสมบัติของวัสดุที่จะนำมาใช้ในการออกแบบในอนาคต ในบริบทของการพัฒนาอย่างยั่งยืน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรีไซเคิลมากขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดกระแสแรงจูงใจให้ใช้วัสดุหมุนเวียน ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ และการใช้วัสดุรีไซเคิลและย่อยสลายได้ทางชีวภาพ เป็นต้น ถัดมาคือ ความสะดวกสบายและการใช้งาน บรรจุภัณฑ์จะต้องสะดวกต่อการพกพา ใช้งาน และจัดเก็บ มีการออกแบบที่สอดคล้องตามหลักสรีรวิทยา เปิดและปิดได้ง่าย รวมถึงบรรจุภัณฑ์มีขนาดและรูปร่างที่เหมาะสม ฯลฯ สามารถให้ความสะดวกสบายและประสบการณ์การใช้งานที่ดี ดังนั้น อันดับแรก ผู้วิจัยกำหนดให้ใช้ผ้าใบเป็นวัสดุของบรรจุภัณฑ์ กระเป๋าผ้ามักทำจากวัสดุที่ยั่งยืน เช่น ผ้าฝ้ายหรือผ้าใบ ซึ่งจะช่วยลดการใช้ถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ไม่เพียงเท่านั้น ผ้าใบยังเป็นผ้าที่มีความแข็งแรงและทนทานสูง

สามารถใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน สามารถใช้สำหรับการซื้อปิ้ง หั้วหนังสือ เครื่องเขียน คอมพิวเตอร์ ฯลฯ การใช้วัสดุผ้าใบไม่เพียงแต่ทำให้ผลงานของผู้วิจัยมีคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์เท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์สำหรับการนำไปใช้งานในอนาคตด้วย ซึ่งขนาดของกระเป๋ ผู้วิจัยกำหนดให้มีขนาด 27 ซม. x 34 ซม. สรุปลแล้ว การใช้กระเป๋าผ้าร่วมกับการออกแบบภาพประกอบสำหรับแบบบรรจุภัณฑ์ทำให้ผลงานการออกแบบของผู้วิจัยมีความสำคัญเป็นพิเศษในชีวิตประจำวัน วิธีนี้ไม่เพียงแต่เป็นวิธีที่สนุกเท่านั้น แต่ยังช่วยแสดงบุคลิกภาพ ส่งเสริมผลงานของคุณ พร้อมทั้งมีคุณค่าต่อสิ่งแวดล้อมด้วย

สรุป

จากการศึกษาวัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง ผู้วิจัยได้รับข้อมูลมากมายเกี่ยวกับต้นกำเนิดและการพัฒนาของไวน์ดอกโบตั๋น รวมถึงสายพันธุ์ของดอกโบตั๋นที่มีมากมายจนน่าตะลึง และกรรมวิธีในการผลิตไวน์ดอกโบตั๋น ตลอดจนต้นสายปลายเหตุทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์นี้ด้วย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เรียนรู้เกี่ยวกับเสน่ห์อันเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมการรับประทานอาหารน้ำซุขของเมืองลั่วหยาง ต้นกำเนิดและกระบวนการผลิตซุขปู๊ฟาน รวมถึงเรื่องเล่าที่น่าสนใจเกี่ยวกับที่มาของซุขปู๊ฟานด้วย ซึ่งข้อมูลความรู้เหล่านี้เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในงานวิจัยนี้

ประการแรก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การพัฒนานวัตกรรมและคุณสมบัติที่ใช้งานของผลงานภาพประกอบที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการกินของเมืองแห่งการท่องเที่ยวและการเพิ่มมูลค่าทางศิลปะและเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคใส่ใจกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริโภคมากขึ้น ดังนั้นการออกแบบภาพประกอบเชิงวัฒนธรรมที่ดีจะสามารถทำให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมมากขึ้น และยังสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดีกว่าด้วย สำหรับการเลือกใช้สีที่แตกต่างกันในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของแต่ละร้านยังเป็นการสื่ออารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกันให้กับผู้บริโภคด้วย สำหรับการออกแบบภาพประกอบ นักออกแบบจะต้องพยายามสร้างความแตกต่าง คิดค้นนวัตกรรมและความโดดเด่นที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและยังมีมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วย และที่สำคัญภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์จะต้องสามารถนำกลับมาใช้งานซ้ำได้เช่นเดียวกับถุงบรรจุภัณฑ์อาหารสำหรับส่งกลับบ้านที่ออกแบบในงานวิจัยนี้ การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะช่วยให้บรรจุภัณฑ์สินค้านั้นมีคุณสมบัติในการเผยแพร่และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น อีกทั้งทำให้ผู้บริโภคจดจำวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองลั่วหยางได้แม้ว่าจะออกจากสถานที่แห่งนี้ไปแล้วก็ตาม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซุப்புฟานของเมืองลั่วหยางฉบับนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับต้นกำเนิดและการพัฒนาไวน์ดอกโบตั๋น กรรมวิธีในการผลิตและต้นสายปลายเหตุของวัฒนธรรมการดื่มไวน์ดอกโบตั๋น และศึกษาเกี่ยวกับที่มาและประวัติศาสตร์การพัฒนาของวัฒนธรรมการรับประทานน้ำซุப்புของชาวเมืองลั่วหยาง ตลอดจนกระบวนการผลิตและเรื่องเล่าตามพื้นที่บ้านที่แตกต่างกันไป ซึ่งให้ทิศทางการวิจัยและการสร้างสรรค์ใหม่ ๆ แก่ผู้วิจัย นอกจากนี้การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบยังช่วยให้ผู้วิจัยสามารถพัฒนาฝีมือการออกแบบ และช่วยในการกำหนดรูปแบบ สี หัวข้อ โทนสี และวัสดุ สำหรับการออกแบบ ซึ่งผู้วิจัยได้อธิบายขั้นตอนดำเนินการวิจัยโดยละเอียดไว้ในเนื้อหาต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงเอกสาร

สิ่งสำคัญในการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประการแรก ผู้วิจัยจะต้องพยายามรวบรวมเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องให้ได้มากที่สุดเท่า ประการที่สอง รวบรวมเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่มีทิศทางชัดเจน และประการที่สาม ผู้วิจัยจะต้องรวบรวมเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมมากที่สุด คำว่าครอบคลุมในที่นี้หมายถึง ไม่เพียงแต่รวบรวมวรรณกรรมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยเท่านั้น แต่ยังต้องรวบรวมเอกสารข้อมูลที่จัดบันทึกบรรยาย หรือประเมินเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวจากบุคคลหรือมุมมองที่ต่างกันไป และจากมุมมองที่เหมือนกัน หรือแม้กระทั่งมุมมองที่ตรงข้ามกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเริ่มต้นจากการรวบรวมและศึกษาวรรณกรรมมากมายเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง โดยเฉพาะเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ BaiduBaiké และสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังความเป็นมาของวัฒนธรรมการรับประทานน้ำซุப்புและวัฒนธรรมการดื่มไวน์ของเมืองลั่วหยางจากเว็บไซต์CNKI , วรรณกรรมBaidu และวารสาร Sohu การศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้นและอ้างอิงข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ ทั้งนี้ เว็บไซต์ CNKI เป็นเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงที่รวบรวมและเผยแพร่วิทยานิพนธ์มากมายของประเทศจีน ซึ่งมีคุณสมบัติและมีคุณค่าแก่การอ้างอิง นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ Baidu และเว็บไซต์อื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งการศึกษา

ข้อมูลเหล่านี้ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นทิศทางการออกแบบสำหรับงานวิจัยนี้มากขึ้น และสามารถใส่ความหมายแฝงทางวัฒนธรรมลงในผลงานการออกแบบได้

2. การศึกษาข้อมูลจากการดูวิดีโอ

ปัจจุบันโลกเรากำลังเข้าสู่ “ยุคแห่งการปฏิวัติข้อมูลสารสนเทศ” ซึ่งมีทรัพยากรข้อมูลประเภทวิดีโอมากมายที่สามารถพัฒนาและนำไปใช้ได้ โดยอาศัยหลักการของทฤษฎีสารสนเทศ ทฤษฎีระบบ และไซเบอร์เนติกส์ เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ผ่านการรวบรวม การส่ง การประมวลผล และการจัดข้อมูลจากนั้นนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในทางปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายใหม่เนื่องจากเมืองลั่วหยางเป็นเมืองท่องเที่ยว ดังนั้นจึงมีบล็อกเกอร์ท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวนมากและยังโพสต์ข้อมูลลงใน vlog ของตัวเองด้วย และคู่มือสารสนเทศเกี่ยวกับอาหารและร้านอาหาร บล็อกเกอร์จะอธิบายเกี่ยวกับเส้นทางการขับขี่ ที่ตั้งร้าน รสชาติของอาหาร และประวัติร้าน นอกจากนี้ยังทำให้ผู้วิจัยได้สังเกตต้นสายปลายเหตุของวัฒนธรรมและความคิดเห็นจากมุมมองต่างๆ จากนั้นทำการถ่ายรูปและจดบันทึกข้อมูล ซึ่งอันที่จริงในวิดีโอสารสนเทศเกี่ยวกับอาหารนั้น ผู้ถ่ายทำหรือพิธีกรมักมีการบรรยายหรือลงรายละเอียดเกี่ยวกับความรู้สึกของตัวเองที่มีต่อรสชาติของอาหารด้วย ดังนั้นการศึกษาข้อมูลจากการดูวิดีโอจึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ดีมาก

3. การออกแบบสัมภาษณ์

ผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์สื่อสารกันโดยตรงเพื่อพูดคุยและได้ตรงเกี่ยวกับประเด็นที่กำหนด ซึ่งผู้สัมภาษณ์จะต้องแยกย่อยคำถามที่ใช้ในการสำรวจออกเป็นระดับต่าง ๆ เพื่อให้คำถามแต่ละข้อที่ใช้สัมภาษณ์นั้นเข้าใจง่ายและตอบง่าย สำหรับคำถามที่มีคมคายเกินไปหรือกว้างเกินไปขอบเขตภูมิหลังทางวิชาชีพและความรู้ของผู้ให้สัมภาษณ์อาจส่งผลต่อความถูกต้องของคำตอบ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยไปเมืองลั่วหยางหรือผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองลั่วหยาง โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เพื่อนร่วมชั้นที่มีบ้านอยู่ในเมืองลั่วหยางจำนวน 5 คน และมีคำถามดังต่อไปนี้ 1) คุณเคยรับประทานซูปัฟานและไวนด์อกโบตันหรือไม่ 2) สีของซูปัฟานและไวนด์อกโบตันในความคิดของคุณคือสีอะไร 3) คุณทราบประวัติความเป็นมาของซูปัฟานและไวนด์อกโบตันหรือไม่ หรือประวัติความเป็นมาของซูปัฟานและไวนด์อกโบตันที่คุณทราบเป็นอย่างไร 4) คุณคิดว่าร้านหลิวจี้ปัฟานทางและร้านลั่วหยางจิวเจียมีความจำเป็นในการออกแบบกราฟิกเพื่อโปรโมตหรือไม่ และ 5) หากจำเป็นต้องออกแบบ คุณอยากให้ออกแบบภาพสไตล์ไหน

หลังจากประมวลผลคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 5 คนอย่างเป็นระบบ ผลที่ได้คือ ทั้ง 5 คนเคยรับประทานซูปัฟานและดื่มไวนด์อกโบตัน สำหรับสีของอาหารทั้งสองชนิดนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 5 คนมีความเห็นตรงกันว่าสีของซูปัฟานคือสีโทนเย็นที่อ่อนและบางเบา ส่วนสีของไวนด์อกโบตันมีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 3 คนกล่าวว่าไวนด์อกโบตันในความคิดของพวกเขา คือ สีแดงที่มีอารมณ์ร่ำร้อน และผู้ให้สัมภาษณ์อีกสองคนกล่าวว่า เป็นสีขาวใสของเหล้าขาวที่เติมสีชมพูของดอกโบตันลงไป

สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของซูปู้ฟานและไวนด์อกโบตันมีจำนวนไม่มากและไม่ได้รู้อย่างละเอียด อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนล้วนมีความคิดเห็นว่า ภายใต้สภาวะที่มาตรฐานการครองชีพของผู้คนสูงขึ้นเรื่อย ๆ การประชาสัมพันธ์โดยใช้การออกแบบกราฟิกเป็นสิ่งที่จำเป็น ส่วนรูปแบบสไตล์ที่ต้องการให้ออกแบบนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนให้คำตอบไม่เหมือนกัน แต่ถึงอย่างนั้น การออกแบบภาพประกอบในงานวิจัยนี้ก็อิงจากรูปร่างที่แท้จริงของซูปู้ฟานและไวนด์อกโบตัน เพราะว่าไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนในท้องถิ่น การสื่อสารโดยสัญลักษณ์ก็เป็นสิ่งสำคัญยิ่งกว่า หลังจากฟังการให้สัมภาษณ์ของพวกเขาแล้ว ทำให้ผู้วิจัยปรับปรุงการออกแบบภาพประกอบในงานวิจัยนี้ตามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ให้สัมภาษณ์

4. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

จากการศึกษาความโดดเด่นของวัฒนธรรมการกินในเมืองลั่วหยางโดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ทำให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้ที่จะมองปัญหาจากหลายมุมมอง ในขั้นแรกของขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ไวนด์อกโบตันและซูปู้ฟานจากมุมมองด้าน "คุณภาพ" โดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การสรุปและการอนุมาน การวิเคราะห์และการสังเคราะห์ ตลอดจนวิธีการที่เป็นนามธรรมและลักษณะทั่วไป เป็นต้น จากนั้นได้ตรงต่อและแปรรูปวัสดุต่าง ๆ ที่ได้มา ทำให้สามารถจัดความหยابและสกัดแก่นแท้ จัดสิ่งปลอมและรักษาความเป็นจริงจากภายนอกสู่ภายใน และนำวิธีการนี้มาใช้ในการสร้างผลงาน โดยมุ่งเน้นไปที่ความหมายแฝงทางวัฒนธรรมของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์และการออกแบบจากมุมมองของผู้บริโภคโดยเน้นความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการออกแบบที่ดีต้องไม่ใช้การออกแบบแบบผิวเผินเท่านั้น นักออกแบบควรเพิ่มเติมความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ และความหมายให้กับผลงานด้วย และเลือกสินค้าที่มีคุณสมบัติใช้งานได้ดีจริงและสะดวกสบาย ดังนั้นหลังจากพิจารณาถี่ถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจึงตัดสินใจเลือกนวัตกรรมในความดั้งเดิมเป็นทิศทางในการออกแบบ นวัตกรรมการสื่อสารเป็นบรรทัดฐานทางประวัติศาสตร์การพัฒนาวัฒนธรรมจีน จุดสูงสุดในการพัฒนาวัฒนธรรมในประวัติศาสตร์จีนครั้งแล้วครั้งเล่าล้วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างนวัตกรรมสำหรับสืบสานและเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณี สิ่งนี้ไม่ได้เป็นเพียงกระบวนการของการค้นพบและทำความเข้าใจใหม่เกี่ยวกับคุณค่าและความหมายภายในของวัฒนธรรมดั้งเดิม แต่ยังเป็นผลจากการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องในช่องทางการสื่อสารรูปแบบ และวิธีการ ดังนั้นหัวข้อของการออกแบบในงานวิจัยนี้ก็เป็นการสร้างนวัตกรรมโดยยังคงการรักษาความหมายแฝงของวัฒนธรรมเดิมเอาไว้

5. ออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจี้ปูฟานทั้ง

การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจี้ปูฟานทั้ง โดยได้รับแรงบันดาลใจจากเรื่องราวความเป็นมาของชื่อ ซูปู้ฟาน โดยใช้สไตล์ภาพสองมิติ มีฉากร้านขายอาหาร

ข้างทางในตลาดสมัยโบราณของเมืองลั่วหยาง และมีหญิงวัยกลางคนคนหนึ่งกำลังเตรียมวัตถุดิบ และมีลูกค้าคนหนึ่งยืนรออยู่ด้านข้าง ส่วนพื้นที่ด้านหลังของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์นี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ภาพกระเบื้องของสถาปัตยกรรมในเขตเมืองเก่าของลั่วหยาง ซึ่งรูปร่างของกระเบื้องประเภทนี้ไม่มีให้เห็นอีกแล้วในลั่วหยางสมัยใหม่ มีเพียงในเขตเมืองเก่าและที่ร้านหลิวจี้ปูฟานทั้งเท่านั้น ส่วนการจัดวางโครงร่างภาพ ผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคสมัยใหม่แบบทั่วไป ซึ่งสะท้อนเห็นถึงแนวคิดของผู้วิจัยที่อยากสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในความโบราณ ส่วนการเลือกใช้นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้โทนเย็นเป็นหลัก และเสริมด้วยสีโทนอบอุ่นเล็กน้อย เช่น สีน้ำเงิน สีเขียว สีน้ำตาล และสีส้มเอิร์ธโทน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสร้างแบบอักษรที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับป้ายร้าน “หลิวจี้ปูฟานทั้ง” ด้วย สามารถสะท้อนความหมายที่แท้จริงของคำว่า ปูฟาน (ไม่พลิก) ได้อย่างดีเยี่ยม และคำว่า “หลิวจี้” ในภาพประกอบนี้ ผู้วิจัยเลือกการนำเสนอในรูปแบบของตราประทับแบบโบราณของจีน

สำหรับไวน์ดอกโบตั๋นของร้านลั่วหยางจิวเจีย อันดับแรก ผู้วิจัยได้ศึกษาอารมณ์และเจตนารมณ์ของสิ่งนี้จากตำนานพื้นบ้านเรื่องนางฟ้าดอกโบตั๋นและบทกวี “ชื่อชมดอกโบตั๋น” จากนั้นเลือกใช้เทคนิคการแปลงดอกไม้ให้เป็นมนุษย์โดยยึดตามองค์ประกอบสำคัญของตำนานพื้นบ้านและบทกวีข้างต้น เช่น ดอกโบตั๋น ตัวละคร และองค์ประกอบอื่นๆ เพื่อสร้างโครงร่างภาพ อธิบายของตัวละครและสิ่งแวดล้อมโดยรอบของตัวละคร ซึ่งการบูรณาการอารมณ์และแนวคิดทางศิลปะของบทกวีเข้ากับภาพประกอบ โดยการแปลงผลงานวรรณกรรมเป็นภาพที่งดงามและมีความหมาย จะช่วยให้ผู้ชมเข้าใจและสัมผัสถึงอารมณ์และเจตนารมณ์ของผลงานลึกซึ้งยิ่งขึ้น ส่วนสีของภาพประกอบนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้สีโทนอบอุ่นเป็นหลัก เช่น สีส้ม สีแดงเข้ม สีส้มอ่อน และสีเบจ เพื่อถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกรักอันอบอุ่นและเชิงบวกให้กับผู้คน ส่วนการออกแบบตัวอักษรชื่อร้าน “ลั่วหยางจิวเจีย” ผู้วิจัยได้นำรูปแบบของตราประทับแบบโบราณมาใช้ในการออกแบบตัวอักษรเพื่อสร้างอารมณ์แบบย้อนยุคและสะท้อนถึงประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวเมืองลั่วหยาง วัฒนธรรมดั้งเดิมเป็นวัฒนธรรมชนิดหนึ่งที่สะท้อนถึงลักษณะและรูปแบบของชาติที่เกิดจากการรวมกันของอารยธรรมและการวิวัฒนาการ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ขาดไม่ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการให้ผลงานการออกแบบนี้มีความดั้งเดิมในนวัตกรรม และมีความเป็นนวัตกรรมในวัฒนธรรมดั้งเดิม

ซูปูฟานและไวน์ดอกโบตั๋นเป็นอาหารที่ไม่มีฤดูกาล ทำให้อาหารไม่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล ดังนั้นจึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภคตลอดทั้งปี

6. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

การใช้ภาพประกอบ รูปร่าง และสีในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เพียงมีผลในการแนะนำและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เท่านั้น ยังมีแนวโน้มการพัฒนาความต้องการทางสังคมและวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งมากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการออกแบบภาพประกอบอย่างชาญฉลาด จะเผยให้เห็นคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมองค์กรได้ดีกว่า ในขณะที่ปรับปรุง

คุณภาพด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และอิมแพคของภาพ ทั้งยังเพิ่มพูนความสำคัญทางวัฒนธรรมและผลกระทบต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวมของผลิตภัณฑ์ ทำให้บรรจุภัณฑ์เอกลักษณ์พิเศษสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Zhang Yue, 2020, pp. 36) จุดประสงค์สูงสุดของภาพประกอบคือเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นคนเดินถนนทั่วไป หรือนักท่องเที่ยวที่เดินผ่านหน้าประตูร้าน เมื่อเห็นโปสเตอร์นี้แล้วก็อยากลิ้มลองรสชาติอันแสนอร่อยนี้ ส่วนการพิมพ์บรรจุภัณฑ์แบบส่งกลับบ้าน การส่งกลับบ้าน หมายถึงการขายอาหารให้ลูกค้านำออกจากร้าน (โดยทั่วไปหมายถึง ทางร้านทำเอง) ซึ่งมักจากเป็นไปในรูปแบบของการห่อกลับบ้าน ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ และเป็นต้นแบบของการส่งอาหารเดลิเวอรี่ในปัจจุบัน จากความนิยมของโทรศัพท์ โทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตทำให้อุตสาหกรรมเดลิเวอรี่เติบโตอย่างรวดเร็ว จากข้อมูลทางสถิติจะเห็นว่า ผู้ใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ในประเทศจีนมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี จาก 63 ล้านคนในปีพ.ศ.2559 เพิ่มขึ้นเป็น 423 ล้านคนในปีพ.ศ.2562 และคาดว่าจำนวนผู้ใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ในจีนจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็น 456 ล้านคนในปีพ.ศ.2563 สำหรับการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ถือเป็นการโฆษณาอีกรูปแบบหนึ่งในบริการส่งกลับบ้านตั้งแต่ต้นจนจบ มันสามารถทำให้คนเดินถนนหรือผู้ที่ใช้บริการสั่งอาหารกลับบ้านจดจำอาหารประเภทนี้ของร้านที่สั่งซื้อ ดังนั้นการเพิ่มชื่อเสียงจึงเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มยอดขายด้วย ถัดมาคือ การออกแบบแบบอักษรของร้าน ดังนั้น อาจตีความได้ว่าเป็นบัตรประจำตัวของร้าน

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื้อหาของผลงานควรเป็นวัตถุต่าง ๆ ทางวัฒนธรรมทางสถาบัน และทางจิตวิญญาณที่เคยมีอยู่ในแต่ละยุคสมัย และเป็นจิตสำนึกทางวัฒนธรรม ซึ่งวัฒนธรรม เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างหนึ่ง และเป็นผลจากการสร้างระยะยาวของมนุษย์ ขณะที่วัฒนธรรมก็เป็นปรากฏการณ์ทางประวัติศาสตร์และเป็นตะกอนของสังคมด้วยเช่นกัน นอกจากนี้วัฒนธรรมยังรวมถึงส่วนที่มีคุณสมบัติเชิงอุดมการณ์ เช่น โลกทัศน์ มุมมองชีวิต ค่านิยมต่าง ๆ ฯลฯ และส่วนที่ไม่มีคุณสมบัติเชิงอุดมการณ์ เช่น วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางธรรมชาติ ภาษาและตัวอักษร ฯลฯ ซึ่งสาระสำคัญของมันก็คือ ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางจิตวิญญาณ และสาระสำคัญของมันก็คือ การแพร่กระจาย เช่นเดียวกับการถ่ายทอดความหมายแฝงทางวัฒนธรรมดั้งเดิมและนวัตกรรมผ่านการออกแบบที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสารในงานวิจัยนี้ เพื่อสร้างการประชาสัมพันธ์แบบใหม่และสร้างรายได้ให้กับร้านค้าและเมืองลั่วหยางแห่งนี้

ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการค้ายุคใหม่ การใช้ภาพประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์กลายเป็นเรื่องปกติ การออกแบบภาพบรรจุภัณฑ์เป็นวิธีสำคัญในการแสดงภาพลักษณ์ทางการค้าและมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการค้า (Xiong Yuqing, 2020, pp. 50-51) ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อหลายอุตสาหกรรม ทำให้หลายอุตสาหกรรม

ได้รับอิทธิพลจากมัน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ในบริบทของความคิดสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถบูรณาการเข้ากับภาพประกอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มมูลค่าทางการค้าให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่มีอิมแพคสูงด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาอย่างดี นอกจากนี้ การใช้ภาพประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ยังช่วยเพิ่มสีสันและความรู้สึกมากมายแก่ผลิตภัณฑ์ด้วย (Zhan Zhuo'er, 2020, pp. 83-85) ทั้งนี้ จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ผู้บริโภคมีข้อกำหนดมากขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ ในบริบทของความคิดสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม นักออกแบบผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องสร้างสรรค์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์อยู่เสมอ เพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กับบรรจุภัณฑ์ สร้างความโดดเด่นให้กับภาพลักษณ์และจุดแข็งของผลิตภัณฑ์จากหลายมิติและหลายด้าน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและควมมีชีวิตชีวาในตลาดให้คงอยู่ต่อไปอีกยาวนาน (Chen Yakun, 2020, pp. 72-75)

แนวคิดเรื่องธีมการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

แนวคิดเรื่องธีมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตั๋นและซุปลีวี่ปูฟานของเมืองลั่วหยาง ประเทศจีน จะต้องกำหนดแนวคิดหลักของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ต้องการถ่ายทอด และจุดสนใจของการออกแบบให้ชัดเจน และการเลือกธีมการออกแบบนั้นจะต้องพิจารณาจากหลายด้าน เช่น จุดยืนของผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมาย การแข่งขันในตลาด และคุณค่าที่แท้จริงของแบรนด์ แนวคิดเรื่องธีมเหล่านี้จะช่วยให้เราเข้าใจทิศทางการออกแบบมากขึ้น และสามารถทำให้ผลงานมีเสน่ห์ยิ่งขึ้น และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคพร้อมทั้งถ่ายทอดเอกลักษณ์ของแบรนด์ได้ด้วย นอกจากนี้ เราอาจลองค้นหาความคิดสร้างสรรค์ได้จากด้านอื่น ๆ เช่น วัฒนธรรม ศิลปะ สารสนเทศ รูปทรง นิเวศวิทยา ฯลฯ เพื่อให้เป้าหมายการออกแบบของเรามีมิติยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสอดคล้องกับความหมายแฝงทางวัฒนธรรมและความต้องการด้านศิลปะยิ่งขึ้น

1. แนวคิดเรื่องธีมการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง

เมืองลั่วหยาง เป็นเมืองแห่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของประเทศจีน เป็นที่รู้จักในนามเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน วัฒนธรรมโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และธรรมเนียมประเพณีที่รุ่งเรือง ไวน์ดอกโบตั๋นแห่งลั่วหยาง เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ตัวแทนของเมืองลั่วหยาง ที่ได้หลอมรวมประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองแห่งนี้เอาไว้ การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองลั่วหยาง รวมถึงบทกวีที่พรรณนาถึงดอกโบตั๋นและตำนานพื้นบ้าน “หมู่ตันเซียนจื่อ”(แปลว่า นางฟ้าดอกโบตั๋น) เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ

ภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตันแห่งเมืองลั่วหยาง ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากการค้นคว้านี้ยังให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการออกแบบด้วย เช่น ต้นกำเนิดทางประวัติศาสตร์ ความหมายแฝงทางวัฒนธรรม ความน่าสนใจ และศักยภาพด้านการออกแบบ เป็นต้น

1) เมืองลั่วหยางเป็นเมืองแห่งมรดกทางวัฒนธรรมที่รุ่งเรืองที่สุด เป็นจุดศูนย์กลางของเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์มากมาย และยังเป็นแหล่งรวมตัวของเหล่านักปราชญ์ตั้งแต่สมัยโบราณ ดอกโบตันเป็นดอกไม้ประจำเมืองลั่วหยาง สื่อถึงเกียรติยศ ความมั่งคั่ง และความเจริญรุ่งเรือง ดังนั้น ไวน์ดอกโบตันที่เป็นผลิตภัณฑ์พิเศษของท้องถิ่นจึงมีหน้าที่ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของเมืองนี้ด้วย

2) ไวน์ดอกโบตันลั่วหยาง เป็นเหล้าขาวสูตรโบราณชนิดหนึ่ง มีประวัติความเป็นมาแสนยาวนาน กรรมวิธีในการผลิตได้รับสืบทอดมาตั้งแต่สมัยโบราณ นับเป็นวิธีการบ่มไวน์หรือหมักเหล้าแบบโบราณของจีนที่ยังคงรักษาเอาไว้จนถึงปัจจุบัน ผู้ผลิตไวน์ดอกโบตันมักเติมเครื่องเทศ ดอกไม้ และส่วนผสมจากธรรมชาติชนิดต่าง ๆ ลงในขั้นตอนการบ่มไวน์ด้วย เพื่อเสริมให้กลิ่นของดอกโบตันเด่นชัดยิ่งขึ้น และยังทำให้ความหอมของไวน์ดอกโบตันพิเศษกว่าไวน์ชนิดอื่น ๆ การเอากลิ่นของดอกโบตันมาผสมกับไวน์ดอกโบตัน นอกจากจะช่วยปรับปรุงประสบการณ์ทางกลิ่นแล้ว ยังเป็นการแสดงความเคารพต่อดอกโบตันและวัฒนธรรมดอกโบตันของเมืองลั่วหยางด้วย ดังนั้น การเชื่อมโยงเช่นนี้จึงสามารถเน้นย้ำถึงความสำคัญของดอกโบตันในวัฒนธรรมลั่วหยาง พร้อมกับเชื่อมโยงดอกโบตันเข้ากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยาง ไม่เพียงเป็นเหล้าชนิดหนึ่ง แต่ยังเป็นผู้ถ่ายทอดความหมายแฝงทางวัฒนธรรมอันรุ่งเรืองของเมืองลั่วหยางด้วย ไวน์ดอกโบตันเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณีลั่วหยาง และสื่อถึงความรักและความเคารพของผู้คนที่มื่อต่อเมืองแห่งนี้ ดอกโบตันเป็นสัญลักษณ์ของเมืองลั่วหยาง แต่ไวน์ดอกโบตันได้นำสัญลักษณ์นี้เข้ามาสู่แวดวงวัฒนธรรมการดื่มสุรา และถ่ายทอดความเคารพและอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อวัฒนธรรมลั่วหยาง ผ่านการบ่มไวน์รสเลิศ

3) “หมุดต้นเซียนจื่อ” (แปลว่า นางฟ้าดอกโบตัน) เป็นตำนานเรื่องเล่าของประเทศจีนเกี่ยวกับนางฟ้าดอกโบตัน ซึ่งได้เน้นย้ำถึงความงดงามและความลึกลับของดอกโบตัน ต่อไปนี้เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับนางฟ้าดอกโบตัน ตามตำนานกล่าวไว้ว่า เมื่อนานมาแล้ว มีหญิงงามผู้หนึ่งเกิดและเติบโตในพระราชวัง เธอได้รับการขนานนามว่าเป็น นางฟ้าแห่งกลิ่นหอม และเป็นหนึ่งในหญิงสาวที่งดงามที่สุดในสมัยนั้น แต่ทว่า เธอกลับไม่ชอบการมีชีวิตที่สุขสบายในวังหลวงเช่นนี้ เธอปรารถนาที่จะมีอิสระและอยู่กับธรรมชาติมากกว่า อยู่มาวันหนึ่ง เธอตัดสินใจหนีออกจากพระราชวังเพื่อไปแสวงหาชีวิตในแบบที่เธอต้องการ จนกระทั่งมาถึงหุบเขาอันเงียบสงบแห่งหนึ่ง ในหุบเขานี้มีสวนดอกโบตันที่งดงามเป็นพิเศษ เธอตกหลุมรักดอกโบตันเหล่านี้ทันที และตัดสินใจอาศัยอยู่ที่นี้ เมื่อเวลาผ่านไป

ไป เธอก็ค่อยๆ กลายเป็นหนึ่งเดียวกับดอกโบตั๋น ใบหน้าของเธอเริ่มเปลี่ยนไปงดงามราวกับดอกไม้ หัวใจและจิตวิญญาณของเธอก็ถูกเปลี่ยนให้บริสุทธิ์และสูงส่งเช่นกัน ในตำนานกล่าวว่า เธอ นั้นได้ กลายเป็นนางฟ้าดอกโบตั๋น คอยปกปักรักษาสวนดอกโบตั๋นที่สวยงามแห่งนี้

ตำนานเรื่องนี้ได้เน้นย้ำถึงความงดงามและความบริสุทธิ์ของดอกโบตั๋น โดยการเชื่อมโยง เข้ากับหญิงสาวมนุษย์ที่สวยงาม นางฟ้าดอกโบตั๋นกลายเป็นภาพลักษณ์ที่ลึกลับน่าค้นหาและทำให้ ผู้คนติดตาม ทั้งยังสะท้อนถึงการเคารพต่อธรรมชาติและการแสวงหาความงามบริสุทธิ์ในวัฒนธรรม จีนด้วย ตำนานเรื่องนี้มักปรากฏในวรรณคดี จิตรกรรม และบทกวีมากมายของจีน เพื่อยกย่องความ สูงส่งและความลึกลับของดอกโบตั๋น ผลงานการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของเรา ก็ เป็นการออกแบบภาพของนางฟ้าดอกโบตั๋นตามตำนานพื้นบ้านนี้เช่นกัน

อันดับแรก คือการเตรียมวัสดุ ผู้วิจัยได้รวบรวมภาพและวัสดุที่เกี่ยวข้องกับดอกโบตั๋นและ นางฟ้า สำหรับใช้ในการอ้างอิงและทำความเข้าใจภาพและรายละเอียดอย่างถูกต้อง พิจารณา องค์ประกอบของนางฟ้าดอกโบตั๋น เช่น เครื่องแต่งกาย ท่าทาง ฉากหลัง และการแสดงออกทาง อารมณ์ จากนั้นเริ่มร่างเค้าโครงและท่าทางของนางฟ้าและรายละเอียดของดอกโบตั๋นโดยใช้ลายเส้นที่ บางเบา ตัวอย่างเช่น ลักษณะพิเศษบนใบหน้าของนางฟ้า เครื่องแต่งกาย ลวดลายของดอกไม้ ฯลฯ และเพิ่มองค์ประกอบพื้นหลัง ปรับแสงและเงา และไฮไลต์ของภาพ เพื่อเพิ่มความมีชีวิตและความตื่น ลึกให้กับภาพ จากนั้นก็ปรับแต่งและเก็บรายละเอียดขั้นสุดท้าย เพื่อให้ภาพประกอบโดยรวมมีความ กลมกลืนและความสมบูรณ์แบบ

4) จากการสืบค้นเอกสารและข้อมูลจำนวนมาก ผู้วิจัยพบว่ามียุคทองและกวีนิพนธ์ โบราณมากมายที่บรรยายถึงดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง แต่สิ่งที่ประทับใจผู้วิจัยมากที่สุดคือ “ชื่นชม ดอกโบตั๋น” บทกวีที่เขียนโดยหลิว หยูซี นักเขียนแห่งราชวงศ์ถัง เขาบรรยายถึงดอกโบตั๋นลั่วหยาง ดังนี้ว่า “ดอกเสาย่าที่อยู่หน้าบ้านแม้งดงามแต่ไม่สูงส่ง ดอกบัวหลวงที่อยู่ในสระแม้บริสุทธิ์แต่ไร้ ความรู้สึก มีเพียงดอกโบตั๋นสีส้มแห่งชาติ ยามแบ่งบานงดงามประเทืองเมือง” แปลได้ว่า ดอกเสาย่า ที่ลานบ้าน แม้จะมีสีส้มสวยงามแต่กลับไม่มีสง่างาม ดอกบัวหลวงในสระน้ำ แม้จะดูสว่างสดใสแต่ขาด ความกระตือรือร้น มีเพียงดอกโบตั๋นเท่านั้นที่เป็นสีประจำชาติที่แท้จริงและเป็นดอกไม้ที่สวยงามที่สุดเมื่อ แบ่งบานเต็มที่ ความงดงามของดอกโบตั๋นนั่นแหละคำบรรยาย งามวิไลประทับใจผู้คน

ประการแรก ผู้วิจัยได้อ่านและทำความเข้าใจบทกวี “ชื่นชมดอกโบตั๋น” ของหลิว หยูซี อย่างละเอียด เพื่อให้เข้าใจอารมณ์และภาพที่แสดงออกในบทกวี บทกวีนี้บรรยายถึงความงามและ ความยิ่งใหญ่ของดอกโบตั๋น ตลอดจนการชื่นชมของผู้เขียนที่มีต่อดอกโบตั๋น จากนั้นผู้วิจัยจึงเลือก เนื้อหาที่ต้องการนำเสนอในภาพประกอบของงานวิจัยนี้จากองค์ประกอบสำคัญในบทกวี ซึ่งผู้วิจัยได้ ดำเนินการออกแบบดอกโบตั๋น ตัวละคร ฯลฯ โดยใช้เทคนิคการแปลงดอกโบตั๋นให้เป็นมนุษย์ สร้าง องค์ประกอบภาพ กำหนดตำแหน่งของดอกโบตั๋น ท่าทางของตัวละคร และสิ่งแวดล้อมโดยรอบ

จากนั้นก็พิจารณาวิธีการผสมผสานอารมณ์และแนวคิดทางศิลปะของบทกวีเข้ากับภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

หลังจากที่แปลงผลงานวรรณกรรมเป็นรูปภาพแล้ว ทำให้เข้าใจและสัมผัสถึงอารมณ์และจินตภาพของผลงานได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น และเมื่อนำมาออกแบบเป็นภาพประกอบ ก็ยิ่งทำให้เข้าใจผลงานวรรณกรรมเหล่านั้นได้ดีขึ้น เพราะเราต้องค้นหาอารมณ์และธีมจากในนั้น การนำเสนอวรรณกรรมในรูปแบบของภาพประกอบเป็นวิธีการสร้างสรรค์ชนิดหนึ่งที่มีประโยชน์มาก สามารถถ่ายทอดความรู้สึกพร้อมกับแบ่งปันและถ่ายทอดความงามของวรรณกรรมได้ ดังนั้น การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ จึงดำเนินการสร้างสรรค์ตามผลงานวรรณกรรมนี้ด้วยเช่นกัน

5) ผลงานการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยางมีความหมายแฝงทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ผลงานนี้สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองลั่วหยางได้ และดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาท่องเที่ยวและลิ้มรสไวน์โบราณชนิดนี้ที่เมืองแห่งนี้ อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญคือ ผลงานชิ้นนี้สามารถผสมผสานความโบราณและความทันสมัย วัฒนธรรมและธุรกิจเข้าด้วยกันอย่างลงตัว ทั้งยังเติมพลังใหม่ให้กับการสืบทอดวัฒนธรรมลั่วหยางด้วย การออกแบบเช่นนี้ ไม่เพียงสามารถโปรโมตผลิตภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นได้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังเพิ่มระดับการรับรู้วัฒนธรรมลั่วหยางด้วย เนื่องจากการออกแบบนี้ได้ผสมรวมและนำเสนอวัฒนธรรมและการค้าของเมืองลั่วหยาง ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนเศรษฐกิจในท้องถิ่นและการสืบทอดวัฒนธรรม นอกจากนี้ การรวมวัฒนธรรมดั้งเดิมและการออกแบบเข้าด้วยกัน ยังสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความหมายแฝงทางวัฒนธรรมที่ยอดเยี่ยม และดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคเป้าหมายได้มากขึ้น

2. แนวคิดเรื่องธีมการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ซูปัฟาน

เมืองลั่วหยาง เป็นหนึ่งในเมืองเก่าแก่และโบราณของประเทศจีน มีมรดกด้านวัฒนธรรมการกินที่รุ่งเรืองและประวัติศาสตร์อันยาวนานมาก เมืองแห่งนี้มีชื่อเสียงโด่งดังด้านอาหารรสเลิศที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร ซึ่งในบรรดานี้ ซูปัฟาน ถือเป็นตัวแทนของอาหารเรียกน้ำย่อยแห่งเมืองลั่วหยาง ซูปัฟานเป็นอาหารที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาและคุณค่าทางประเพณีมากมาย สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าแบบเจาะลึกเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่าง ๆ ของวัฒนธรรมการกินและประวัติศาสตร์ของลั่วหยาง และดำเนินการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ซูปัฟาน โดยมีตำนานพื้นบ้านเกี่ยวกับที่มาของชื่อซูปัฟานเป็นแรงบันดาลใจ รวมไปถึงต้นกำเนิดทางประวัติศาสตร์ ภูมิหลังทางวัฒนธรรม ความน่าดึงดูด และศักยภาพในการออกแบบด้วย

1) เมืองลั่วหยางตั้งอยู่ในที่ราบภาคกลาง เป็นหนึ่งในแหล่งกำเนิดของวัฒนธรรมอาหารจีนที่สำคัญ ตั้งแต่สมัยโบราณ เมืองลั่วหยางเป็นแหล่งรวมอาหารรสเลิศนานาชนิด ชาวลั่วหยางได้รวบรวมวิธีการปรุงอาหารจากที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศมาประยุกต์ใช้จนเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซูปัฟาน

ฟานเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการกินแห่งเมืองลั่วหยาง และเป็นสัญลักษณ์แห่งความรุ่งเรืองของอาหารลั่วหยาง นอกจากนี้ ซุปปูฟานยังสะท้อนถึงให้เห็นถึงความรักและการแสวงหาอาหารรสเลิศของผู้คนด้วย

2) ซุปปูฟาน เรียกอีกชื่อว่า ปูฟานเล่า เป็นอาหารประเภทน้ำซุปและแป้งแบบดั้งเดิมของเมืองลั่วหยาง ซึ่งมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่าหลายร้อยปี อาหารเรียกน้ำย่อยชนิดนี้ขึ้นชื่อในด้านขั้นตอนการทำที่พิเศษและรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งคำว่า “ปูฟาน”(แปลว่า ไม่พลิก) มาจากขั้นตอนการทำที่ไม่ต้องพลิกกลับ แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาการทำอาหารของชาวเมืองลั่วหยางในสมัยโบราณ สำหรับความสำคัญทางวัฒนธรรมของซุปปูฟานนั้น ไม่เพียงแต่เป็นอาหารชนิดหนึ่ง แต่ยังเป็นผู้สืบทอดความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันเจริญรุ่งเรืองของเมืองลั่วหยางด้วย วิธีการทำและการเลือกวัตถุดิบยังแสดงให้เห็นถึงเทคนิคการทำอาหารแบบดั้งเดิมของเมืองลั่วหยาง นอกจากนี้ ซุปปูฟานยังได้รับการตีความหมายที่เป็นมงคล โดยเชื่อกันว่าซุปปูฟานจะนำมาซึ่งความโชคดีและความสุขแก่ผู้ที่รับประทาน

3) ซุปปูฟาน เป็นอาหารพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงในลั่วหยาง ที่มาของชื่อนี้มีอยู่ว่า ตามตำนานเล่าว่าจักรพรรดิคังซีแห่งราชวงศ์ชิงได้เสด็จเยือนประชาชนโดยไม่แจ้งล่วงหน้า เมื่อผ่านเมืองเสี่ยวเหลี่ยงตี้ในเขตเหมิงจินก็รู้สึกหิวขึ้นมา และทันนั้นได้กลิ่นหอมแปลกๆ ไซ้มา เมื่อค้นหาดันตอของกลิ่นปรากฏว่าหญิงชราคนหนึ่งกำลังบั้งแผ่นขนมปังอยู่ จักรพรรดิคังซีจึงสั่งให้หญิงนั้นนำแผ่นแป้งดังกล่าวมาถวาย หญิงชราตอบว่า “ยังไม่ได้พลิกแป้ง แผ่นแป้งยังไม่สุกดี” แต่ในเวลานั้นจักรพรรดิคังซีหิวมาก ๆ จึงบอกว่า “ไม่ต้องพลิกแล้ว ตอนนี้ต้องการประทังชีวิตก่อน” เมื่อพูดจบก็หยิบแผ่นแป้งขึ้นมากินทันที จักรพรรดิคังซีระลึกกับรสชาติอันแสนอร่อยของแผ่นแป้งนี้ จึงได้ประทานชื่อให้กับอาหารชนิดนี้พร้อมกับบันทึกไว้ ด้วยเหตุนี้แผ่นแป้งที่ถูก “บัญญัติไว้” จึงไม่ต้องพลิกอีกต่อไป และถูกเรียกว่า “ปูฟาน (แปลว่า ไม่พลิก)”

ตำนานพื้นบ้านนี้ได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เป็นการสืบทอดวัฒนธรรมที่หาได้ยากมาก การใช้ตำนานพื้นบ้านนี้ออกแบบเป็นภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ จะช่วยให้ผู้คนเข้าใจถึงต้นกำเนิดและวิวัฒนาการของอาหารอันโอชะแบบดั้งเดิมนี้ และตำนานนี้ยังเป็นแรงบันดาลใจแรกของผู้วิจัยสำหรับการสร้างสรรค์ผลงานภาพประกอบด้วย ผู้วิจัยเชื่อว่า ผลงานภาพประกอบนี้จะประโยชน์ต่อการสืบทอดและส่งเสริมวัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยางให้คงอยู่สืบไป และจะทำให้ผู้คนรู้จักซุปปูฟานมากขึ้น โดยการผสมผสานวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์อย่างแยบยล เพื่อถ่ายทอดข้อมูลที่น่าสนใจ ในขณะเดียวกันก็เพิ่มความเข้าใจและความชื่นชมในวัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง สิ่งนี้ไม่เพียงช่วยให้ผู้วิจัยได้ฝึกฝนทักษะและความคิดสร้างสรรค์ของตนเองเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสแบ่งปันเรื่องราวดี ๆ และวัฒนธรรมอันทรงคุณค่านี้ด้วย

ก่อนอื่นใด ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าอย่างละเอียดเกี่ยวกับเนื้อเรื่องและองค์ประกอบสำคัญซุப்புฟาน ทำความเข้าใจเบื้องหลังและตัวละครของเรื่อง เพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดแก่นแท้ของเรื่องราวได้อย่างถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น ต่อมาผู้วิจัยจึงเลือกฉากสำคัญหรือประเด็นสำคัญ เช่น ช่วงเวลาที่ตัวละครดื่มน้ำซุปป หรือบทสนทนาที่สำคัญ แล้วเริ่มร่างตัวละครหลักกับฉากด้วยภาพร่างและโครงร่างแบบง่าย ๆ วัตถุประสงค์ของขั้นตอนนี้คือเพื่อกำหนดภาพหลักและเค้าโครงของภาพประกอบ จากนั้นจึงค่อยๆ เติมรายละเอียด เช่น เสื้อผ้าและสิ่งแวดล้อมรอบตัวของตัวละคร เป็นต้น โดยพยายามให้ภาพวาดสามารถถ่ายทอดอารมณ์และธีมของเรื่องได้ จากนั้นเลือกโทนสีที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มอารมณ์ให้กับภาพวาด และนำเสนอบรรยากาศเรื่องราวที่เสนออ่อนโยน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้เพิ่มองค์ประกอบและรายละเอียดพื้นหลัง เพื่อเสริมสร้างอารมณ์ของภาพให้เด่นชัดยิ่งขึ้น ซึ่งอาจรวมถึงโต๊ะ ชาม ซุปป และการโต้ตอบระหว่างตัวละคร

4) การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ซุப்புฟานที่ได้รับแรงบันดาลใจจากมรดกทางวัฒนธรรมการกินและประวัติศาสตร์ของเมืองลั่วหยางนั้นมีความหมายแฝงทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมากมาย เนื่องจากเป็นผลงานที่มีการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารของเมืองลั่วหยางและเป็นการแสดงความเคารพต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมของจีน ประการแรก ผลงานนี้สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองลั่วหยางได้ และดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาท่องเที่ยวและลิ้มรสไวน์โบราณชนิดนี้ที่เมืองแห่งนี้ อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญคือผลงานชิ้นนี้สามารถผสมผสานความโบราณและความทันสมัย วัฒนธรรมและธุรกิจเข้าด้วยกันอย่างลงตัว ทั้งยังเติมพลังใหม่ให้กับการสืบทอดวัฒนธรรมลั่วหยางด้วย

3. แนวคิดการออกแบบและแนวโน้มการสร้างสรรคของการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

หลังจากที่ทราบแนวคิดการออกแบบเบื้องต้นสำหรับการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตั๋นและซุப்புฟานอย่างชัดเจนแล้ว ผู้วิจัยจึงจะดำเนินการกำหนดแนวคิดการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

1) ในบริบทของการพัฒนาอย่างยั่งยืน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรีไซเคิลมากขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดกระแสแรงค้ำให้ใช้วัสดุหมุนเวียน ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ และการใช้วัสดุรีไซเคิลและย่อยสลายได้ทางชีวภาพ เป็นต้น ถัดมาคือ ความสะดวกสบายและการใช้งาน บรรจุภัณฑ์จะต้องสะดวกต่อการพกพา ใช้งาน และจัดเก็บ มีการออกแบบที่สอดคล้องตามหลักสรีรวิทยา เปิดและปิดได้ง่าย รวมถึงบรรจุภัณฑ์มีขนาดและรูปร่างที่เหมาะสม ฯลฯ สามารถให้ความสะดวกสบายและประสบการณ์การใช้งานที่ดี ดังนั้น อันดับแรก ผู้วิจัยกำหนดให้ใช้ผ้าใบเป็นวัสดุของบรรจุภัณฑ์ กระเป๋าผ้ามักทำจากวัสดุที่ยั่งยืน เช่น ผ้าฝ้ายหรือผ้าใบ ซึ่งจะช่วยลดการใช้ถุงพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว ทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย ไม่เพียงเท่านั้น

ผ้าใบยังเป็นผ้าที่มีความแข็งแรงและทนทานสูง สามารถใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน สามารถใช้สำหรับการห่อหุ้ม หิ้วหนังสือ เครื่องเขียน คอมพิวเตอร์ ฯลฯ การใช้วัสดุผ้าใบไม่เพียงแต่ทำให้ผลงานของผู้วิจัยมีคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์เท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์สำหรับการนำไปใช้งานในอนาคตด้วย ซึ่งขนาดของกระเป๋าสาน ผู้วิจัยกำหนดให้มีขนาด 27 ซม. x 34 ซม. สรุปลแล้ว การใช้กระเป๋าสาน ร่วมกับการออกแบบภาพประกอบสำหรับแบบบรรจุภัณฑ์ทำให้ผลงานการออกแบบของผู้วิจัยมีความสำคัญเป็นพิเศษในชีวิตประจำวัน วิธีนี้ไม่เพียงแต่เป็นวิธีที่สนุกเท่านั้น แต่ยังช่วยแสดงบุคลิกภาพ ส่งเสริมผลงานของคุณ พร้อมทั้งมีคุณค่าต่อสิ่งแวดล้อมด้วย

2) การผสมผสานความโบราณและความทันสมัย : นำเสนอความงามของการผสมผสานระหว่างความโบราณและความทันสมัย โดยการนำการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตั๋นและซุปปูฟานของเมืองลั่วหยางมารวมเข้ากับวัฒนธรรมโบราณของเมืองลั่วหยาง และใช้องค์ประกอบศิลป์แบบโบราณ ลวดลายแบบดั้งเดิม และแบบอักษรพุทักันจิน เพื่อนำเสนอเส้นทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของลั่วหยาง ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์นี้อาจกลายเป็นวิธีการบอกเล่าเรื่องราวของไวน์ดอกโบตั๋นและซุปปูฟานของเมืองลั่วหยาง ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยการผสมผสานเรื่องราวสมัยโบราณกับผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ ซึ่งการออกแบบเช่นนี้ช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ และทำให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำผลิตภัณฑ์กับแบรนด์ได้ดียิ่งขึ้น เข้าใจและซาบซึ้งในองค์ประกอบแบบโบราณเหล่านี้มากขึ้น

3) เรียบง่ายและใช้งานได้จริง: การออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่ใช่แค่รูปแบบแคร์ปัลลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือในการแสดงเรื่องราวของแบรนด์และการเชื่อมโยงทางอารมณ์ด้วย เราสามารถสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้บริโภคและเอกลักษณ์ของแบรนด์ ผ่านองค์ประกอบต่างๆ เช่น ลวดลาย สี ข้อความ และรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ ศึกษาเครื่องหมายและสัญลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น รูปแบบเฉพาะ รูปภาพ สี แบบอักษร ฯลฯ เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบ ซึ่งสัญลักษณ์เหล่านี้สามารถสื่อถึงวัฒนธรรม ค่านิยม หรือประเพณีที่เจาะจง ตลอดจนสามารถถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมและเรื่องราวของแบรนด์ได้ผ่านการใช้งานอย่างชาญฉลาด ดังนั้น ผู้วิจัยจะสรุปข้อมูลโดยใช้เนื้อหานี้เป็นหลัก จากนั้นออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่าย โดยเน้นคุณสมบัติหลักและการใช้งานของผลิตภัณฑ์ โดยการปรับปรุงองค์ประกอบการออกแบบและรูปแบบที่ชัดเจน ผสมผสานองค์ประกอบและสไตล์สมัยใหม่เข้าด้วยกัน ซึ่งผู้วิจัยจะคำนึงถึงการรวมความสุนทรีสมัยใหม่กับความต้องการของตลาดเป็นพิเศษ ในขณะที่ใช้องค์ประกอบทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จากนั้น ผู้วิจัยจะเลือกสี รูปแบบตัวอักษร รูปแบบกราฟิก ฯลฯ ที่ทันสมัย แล้วนำไปผสมผสานกับเข้ากับองค์ประกอบแบบโบราณ เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และทันสมัย

ทฤษฎีการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

สำหรับทฤษฎีการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตันและซูปปูฟาน ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเชิงลึก โดยเริ่มจากความสม่ำเสมอของแบรนด์ ความเรียบง่ายและองค์ประกอบที่ชัดเจน ตลอดจนสีและกราฟิกที่เหมาะสม เช่น ความสอดคล้องระหว่างการออกแบบกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ ความสามารถในการสื่อสารค่านิยมหลักและเอกลักษณ์ของแบรนด์ การคำนึงถึงคีย์ของแบรนด์ โลโก้แบรนด์ สีของแบรนด์ และองค์ประกอบอื่น ๆ และการรวมเข้ากับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนเอฟเฟกต์ภาพที่เรียบง่ายและชัดเจน การหลีกเลี่ยงการออกแบบและการใส่ข้อมูลมากเกินไป การเน้นข้อความและลักษณะเด่นที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายคือ การใช้กราฟิกและลวดลาย ซึ่งสามารถเพิ่มความน่าดึงดูดและการแยกแยะบรรจุภัณฑ์ได้

1. ทฤษฎีการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

พัฒนาการทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของไวน์ดอกโบตันแห่งเมืองลั่วหยาง: ไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยางมีต้นกำเนิดในสมัยราชวงศ์ถัง และเป็นหนึ่งในไวน์ของจักรวรรดิในยุคนั้น ไวน์ดอกโบตันได้รับการตั้งชื่อตามชื่อเสียงของเมืองลั่วหยางอันเป็นบ้านเกิดของดอกโบตันในประเทศจีน ซึ่งมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับวัฒนธรรมดอกโบตัน ต่อมาเมื่อสิ้นสุยคราของวงศ์ถัง ไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยางก็ค่อยๆ กลายเป็นเครื่องดื่มพิเศษประจำเมือง และกลายเป็นที่ชื่นชอบของผู้คนมากมาย เนื่องจากกระบวนการผลิตและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ เมืองลั่วหยางมักจัดเทศกาลดอกโบตันอย่างยิ่งใหญ่ ในช่วงฤดูใบไม้ผลิของทุกปี ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ให้มาลิ้มลองไวน์ดอกโบตันและชื่นชมความงดงามตระการตาของดอกโบตันที่นี่ ทำให้สถานที่แห่งนี้คลั่งคลึงไปด้วยบรรยากาศทางวัฒนธรรมของดอกโบตันที่แข็งแกร่ง

พัฒนาการทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของซูปปูฟานแห่งเมืองลั่วหยาง: หลิวจี้ปูฟานทั้ง เป็นเมนูชิกเนเจอร์ของเมืองลั่วหยาง มีต้นกำเนิดในสมัยจักรพรรดิเฉียนหลงแห่งราชวงศ์ชิง ซูปปูฟานมีเทคนิคการตุ๋นที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร สามารถทำอาหารโดยไม่ต้องพลิกกลับหม้อได้ จึงเป็นที่มาของชื่อ “ซูปปูฟาน” (แปลว่า ไม่พลิก) วิธีการปรุงอาหารอันเป็นเอกลักษณ์นี้ สามารถรักษารสชาติดั้งเดิมและคุณค่าทางโภชนาการของวัตถุดิบได้ ทำให้เกิดเป็นซูปปูฟานที่มีรสชาติและความอร่อยไม่เหมือนใคร ซูปปูฟานเป็นที่ชื่นชอบของคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในเมืองลั่วหยาง เนื่องจากซุ้ที่เข้มข้น หอมกลมกล่อม และส่วนผสมที่หลากหลาย ด้วยเหตุนี้ การวิวัฒนาการของหลิวจี้ปูฟานทั้ง หรือ ซูปปูฟาน จึงกลายเป็นหนึ่งในตัวแทนของวัฒนธรรมอาหารกินแห่งเมืองลั่วหยาง และได้สร้างความประทับใจให้กับทุกคนที่รับประทานอาหารลั่วหยาง

การใช้สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมลัทธิหยางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตันและ
ซูปปู่พาน เป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความน่าสนใจให้กับแบรนด์อาหารทั้งสองแบรนด์นี้ ซึ่งผู้วิจัยได้
ดำเนินการวิเคราะห์การใช้สัญลักษณ์เหล่านี้จากหลากหลายมุมมอง

2. การออกแบบไวน์ดอกโบตันของเมืองลัทธิหยางโดยใช้ภาพดอกโบตันอันเป็น

สัญลักษณ์ของวัฒนธรรมจีน

ดอกโบตันถือเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่ง เกียรติยศ และความสุขในวัฒนธรรมจีน ภาพ
ดอกโบตันมีความโดดเด่นมากในการออกแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปลักษณะของผู้หญิงที่สวมผ้าโพก
ศีรษะดอกโบตัน การออกแบบนี้แสดงออกถึงความสง่างามและคุณค่าของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน
และด้วยวิธีนี้ บรรจุภัณฑ์จึงสามารถถ่ายทอดสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจีนได้สำเร็จ ขณะที่
สัญลักษณ์ที่ลึกซึ้งนี้ยัง ช่วยสร้างการเชื่อมต่อทางอารมณ์ระหว่างแบรนด์และผู้บริโภค และสะท้อน
อารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายด้วย

1) ดอกโบตันมีบทบาทสำคัญในวัฒนธรรมลัทธิหยาง เป็นที่รู้จักในนาม "ราชาแห่งดอกไม้"
และเป็นหนึ่งในองค์ประกอบอันล้ำค่าในวัฒนธรรมจีนโบราณ การรวมดอกโบตันไว้ในภาพประกอบไม่
เพียงแต่สื่อถึงสัญลักษณ์แห่งความมั่งคั่งและความมงคลเท่านั้น แต่ยังเป็นการสืบทอดและส่งเสริม
วัฒนธรรมจีนอีกด้วย อย่างไรก็ตาม สำหรับแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์แล้ว นี่คือการเคารพและสืบทอด
ประเพณี และเป็นการผสมผสานแบรนด์เข้ากับวัฒนธรรมในระดับสูง

2) ดอกโบตันมีชื่อเสียงในด้านความสวยงามและสีสันสดใส ดังนั้นดอกโบตันใน
ภาพประกอบจึงไม่เพียงแต่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์เท่านั้น แต่ยังมีคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ด้วย
รายละเอียดและสีของดอกไม้เหล่านี้สามารถยกระดับศิลปะของภาพประกอบ ทำให้ภาพประกอบ
กลายเป็นความสุขทางสายตา ผู้ชมจะหลงใหลในสีสันอันสดใสและเทคนิคการวาดภาพอันยอดเยี่ยม
ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้ชม

3) ดอกโบตันไม่ได้เป็นเพียงดอกไม้ที่สวยงามเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับความรัก ความโร
แมนติก และความสง่างามอีกด้วย ดังนั้นจึงทำให้ภาพประกอบมีอารมณ์ความรู้สึกที่ลึกซึ้งและทำให้
ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมได้ ส่วนรูปภาพผู้หญิงสวมชุดดอกโบตันในภาพประกอบ ยังให้ความรู้สึกสูงส่ง ทำ
ให้แบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ดูหรูหราและโรแมนติกมากขึ้น

4) ดอกโบตันสามารถนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ของแบรนด์ได้ด้วย ซึ่งจะช่วยให้ผู้คนจดจำแบ
รณได้ง่ายขึ้น เมื่อผู้ชมเห็นภาพวาดดอกโบตันเช่นนี้ พวกเขาจะนึกถึงแบรนด์นี้ขึ้นมาทันที ส่งเสริม
เอกลักษณ์ของแบรนด์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น และทำให้แบรนด์โดดเด่นในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

5) พื้นหลังที่เป็นเงาของดอกโบตันช่วยเพิ่มมิติและความลึกให้กับภาพประกอบ แสงเงา
เหล่านี้ เป็นส่วนเสริมที่ทำให้ธีมของภาพประกอบสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และเพิ่มความสวยงามโดยรวมให้กับ

ภาพ และผู้ชมก็ประทับใจกับองค์ประกอบที่ซับซ้อนและน่าสนใจเช่นนี้มากกว่าด้วย เพราะมีรายละเอียดและทำให้น่าคนหามากยิ่งขึ้น

สรุปแล้ว การรวมดอกโบตันเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบของภาพบรรจุภัณฑ์ ไม่เพียงทำให้ผลงานมีความสวยงามและมีความหมายเชิงสัญลักษณ์เท่านั้น แต่ยังสามารถผสมผสานรายละเอียดอีกหลายด้าน เช่น มรดกทางวัฒนธรรม การสร้างอารมณ์ร่วม โลโก้ของแบรนด์ และเรื่องราวของแบรนด์ เป็นต้น ดังนั้น การออกแบบที่ค่อนข้างครอบคลุมเช่นนี้ จึงสามารถมอบประสบการณ์ทางภาพที่สมบูรณ์และน่าดึงดูดให้กับแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดี ขณะเดียวกันก็เชื่อมโยงแบรนด์และวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างลงตัว

3. การนำเสนอตำนานพื้นบ้านและบทกวีเกี่ยวกับไวน์ดอกโบตันของเมืองลั่วหยาง

การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตัน ได้นำเสนอเรื่องราวตำนานพื้นบ้านและบทกวีที่เกี่ยวข้องกับดอกโบตันผ่านรายละเอียดที่น่าสนใจ โดยใช้เทคนิคการแปลงดอกโบตันให้เป็นหญิงสาวมนุษย์ที่มีรูปโฉมงดงามดุจนางฟ้าดอกโบตัน การออกแบบเช่นนี้ไม่เพียงสามารถสร้างความอยากรู้อยากเห็นให้กับผู้ชมเท่านั้น แต่ยังนำผู้ชมเข้าสู่โลกแห่งเรื่องราวลึกลับและน่าหลงใหล พร้อมทั้งสร้างการเชื่อมต่อทางอารมณ์ที่มากขึ้น ทั้งนี้ การใช้ตำนานพื้นบ้านและบทกวีมาเป็นองค์ประกอบในภาพประกอบ ทำให้ภาพประกอบที่ได้ไม่เพียงเป็นรูปภาพที่งดงามเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือถ่ายทอดเรื่องราว เป็นประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอันยาวนาน และเป็นสื่อที่สามารถส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมได้อย่างลึกซึ้ง สำหรับประโยชน์ของการประยุกต์ใช้องค์ประกอบเหล่านี้ไว้ใน การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ตำนานพื้นบ้านและบทกวีมีคุณสมบัติของการเล่าเรื่องสูง โดยทั่วไปมักประกอบด้วยอารมณ์ ศีลธรรม และสัญลักษณ์ ดังนั้นผู้ชมไม่เพียงแค่มองดูภาพวาดอีกต่อไป แต่ยังสามารถมีส่วนร่วมในเรื่องราวด้วย ภาพประกอบประเภทนี้จุดประกายความอยากรู้อยากเห็นและมีส่วนร่วมทางอารมณ์ของผู้ชม ทั้งยังทำให้พวกเขาต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องราวนี้น จนกลายเป็นแรงดึงดูดที่แข็งแกร่งของแบรนด์หรือผลิตภัณฑ์

2) ตำนานพื้นบ้านและบทกวีมีองค์ประกอบทางอารมณ์ที่ลึกซึ้ง เช่น ความรัก ความรักดี ความกล้าหาญ และการเสียสละ อารมณ์เหล่านี้สามารถถ่ายทอดไปยังผู้ชมได้โดยตรงและกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมได้ผ่านภาพประกอบ ซึ่งผู้ชมอาจเกิดอารมณ์ความรู้สึกที่คล้ายคลึงกับตัวละครในภาพประกอบ ทำให้เกิดการเชื่อมโยงทางอารมณ์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแบรนด์ในการสร้างฐานลูกค้าที่ภักดีและส่งเสริมการเผยแพร่แบบปากต่อปาก

3) ตำนานพื้นบ้านและบทกวีเป็นมรดกอันล้ำค่าของวัฒนธรรมจีนโบราณ ดังนั้นการนำองค์ประกอบเหล่านี้มารวมไว้ในภาพประกอบ ไม่เพียงแต่ถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้ชมเข้าใจวัฒนธรรมจีนอย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้นอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ชมที่

สนใจในวัฒนธรรมจีน ที่จะได้สำรวจวัฒนธรรมผ่านภาพประกอบนี้ และทำให้พวกเขาได้ใกล้ชิดและเข้าใจประเพณีจีนมากขึ้น

4. การนำเสนอตำนานพื้นบ้านเกี่ยวกับซุปู้ฟานของเมืองลั่วหยาง

ตำนานพื้นบ้านเป็นเรื่องราวสมัยโบราณที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับวัฒนธรรม ค่านิยม และอารมณ์ของผู้คน การเชื่อมต่อทางอารมณ์นี้ทำให้ภาพประกอบที่สร้างขึ้นจากตำนานพื้นบ้านสามารถกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมได้ง่ายขึ้น ขณะที่ผู้ชมเอง ก็สามารถค้นพบประสบการณ์ทางอารมณ์ของตัวเองได้จากเรื่องราวนี้ และสร้างการเชื่อมโยงทางอารมณ์ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นกับภาพประกอบ เนื่องจากตำนานพื้นบ้านไม่ใช่แค่ตัวอักษรหรือรูปภาพจำนวนหนึ่งเท่านั้น ตำนานพื้นบ้านยังเป็นการสะท้อนประสบการณ์ของมนุษย์ เป็นตัวแทนแห่งความปรารถนา ความหวัง และความรักของผู้คน

1) ตำนานพื้นบ้านเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม ตำนานพื้นบ้านมักเป็นตัวแทนของค่านิยมและธรรมเนียมประเพณีในวัฒนธรรมที่เจาะจงของมนุษย์ ดังนั้นภาพประกอบที่สร้างขึ้นโดยมีแรงบันดาลใจจากเรื่องราวในตำนานพื้นบ้าน จึงสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมของมนุษย์ได้ และวิธีการสร้างสรรค์เช่นนี้ยังช่วยสืบสานประเพณี พร้อมกับทำให้คนรุ่นใหม่ตระหนักถึงมรดกทางวัฒนธรรมของตนมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เรื่องราวและตำนานเหล่านี้จะถูกส่งต่อไปยังคนรุ่นใหม่ และรักษาความการพัฒนาทางวัฒนธรรมได้สำเร็จ ผ่านทางภาพประกอบที่ได้รับการออกแบบอย่างชาญฉลาด

2) ภาพประกอบเป็นศิลปะการเล่าเรื่องชนิดหนึ่ง และตำนานพื้นบ้านก็มีคุณสมบัติของการเล่าเรื่องสูง เรื่องราวเหล่านี้มักมีโครงเรื่องและตัวละครที่ชัดเจน ดังนั้นจึงทำให้คุณสมบัติการเล่าเรื่องของภาพประกอบเข้าใจง่ายขึ้น ผู้ชมจะเกิดอารมณ์ร่วมตามการดำเนินของโครงเรื่องในภาพประกอบ ทำให้ภาพประกอบมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ตำนานพื้นบ้านยังเป็นฉากหลังที่งดงามให้กับภาพประกอบ เพื่อบรรลุการเล่าเรื่องด้วยภาพ

3) จากมุมมองของแบรนด์ ภาพประกอบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากตำนานพื้นบ้าน สามารถช่วยเพิ่มมิติและอารมณ์ให้กับแบรนด์ได้ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์และทำให้แบรนด์มีความพิเศษมากขึ้น แบรนด์สามารถสื่อสารค่านิยมและเรื่องราวของตัวเองผ่านตำนานพื้นบ้าน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งกับผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความภักดีต่อแบรนด์ และการรับรู้แบรนด์มากขึ้น

5. สไตล์การออกแบบภาพประกอบของไวน์ดอกโบตั๋นและซุปู้ฟานของเมืองลั่วหยาง

สำหรับสไตล์ภาพการออกแบบประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตั๋น ประการแรก คือธรรมชาติและดอกไม้: การออกแบบครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงลักษณะเด่นของไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง นั่นคือวัตถุดิบหลักดอกโบตั๋น ดังนั้นจึงได้เพิ่มภาพดอกไม้ลงในภาพประกอบ โดย

พรรณนาถึงรูปทรงและรายละเอียดของดอกไม้อย่างละเอียดบรรจง และใช้สีโทนอ่อนเพื่อนำเสนอความหรูหราและความอบอุ่นของดอกไม้ ประการที่สอง คือความโบราณและความทันสมัย: ผู้วิจัยได้รวมชื่อแบรนด์เข้ากับภาพประกอบอย่างชาญฉลาด โดยคำนึงถึงมรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และศิลปะดั้งเดิมของเมืองลั่วหยาง ผสมผสานตัวอักษรสไตล์โบราณและศิลปะการแกะสลักตราประทับ แล้วรวมไว้ในภาพประกอบ เพื่อแสดงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเมืองลั่วหยาง และเสริมสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้วาดรูปแบบและองค์ประกอบต่าง ๆ ในภาพประกอบโดยใช้เทคนิคการวาดภาพกราฟิกและเอฟเฟกต์เรียบสมัยใหม่ โดยเน้นความเรียบและแบนเป็นหลัก เพื่อหลีกเลี่ยงเงาและการไล่ระดับสีที่มากเกินไป จากนั้นใช้โทนสีที่เรียบง่ายและการจัดองค์ประกอบแบบระนาบ เพื่อเน้นธีมและองค์ประกอบของรูปภาพให้โดดเด่น ประการสุดท้ายคือ คำโคร่งที่เรียบง่าย ผู้วิจัยใช้รูปแบบคำโคร่งที่เรียบง่ายและทันสมัยในการนำเสนอตัวอักษร โดยเลือกแบบอักษรที่ชัดเจนและอ่านง่าย หลีกเลี่ยงการตกแต่งตัวอักษรที่มากเกินไป เพื่อให้ตัวอักษรและภาพประกอบประสานกันอย่างกลมกลืน และสามารถถ่ายทอดแนวคิดของผลิตภัณฑ์ได้ตามที่ต้องการ

สำหรับสไตล์ภาพการออกแบบประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของซูปัฟาน ประการแรก คือเชื้อชาติและภูมิภาค ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบภาพประกอบโดยใช้องค์ประกอบทางเชื้อชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อนำเสนอลักษณะเด่นทางภูมิภาคของวัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง ตัวอย่างเช่น ผสมผสานสถาปัตยกรรมหรือประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่นเข้าด้วยกัน จากนั้นนำไปใช้ในการออกแบบภาพประกอบ เพื่อแสดงเอกลักษณ์และความเป็นภูมิภาคของผลิตภัณฑ์ ประการที่สองคือการผสมผสานระหว่างความโบราณและความทันสมัย ผู้วิจัยได้วาดรูปแบบและองค์ประกอบของภาพประกอบโดยใช้เทคนิคการวาดภาพกราฟิกและเอฟเฟกต์เรียบสมัยใหม่ โดยเลือกสไตล์ที่เรียบง่าย สะอาดตา และทันสมัย ตลอดจนใช้รูปทรงเรขาคณิตและสีที่เรียบง่าย เพื่อแสดงถึงลักษณะที่ทันสมัยและดีต่อสุขภาพของผลิตภัณฑ์

การผสมผสานความโบราณและความทันสมัยในการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซูปัฟานของเมืองลั่วหยาง

ผู้วิจัยใช้สไตล์การออกแบบที่ผสมผสานระหว่างความโบราณและความทันสมัยในการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซูปัฟานของเมืองลั่วหยาง ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นวิธีการออกแบบที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ และดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ ทั้งยังช่วยให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นยิ่งขึ้นในตลาดที่มีการแข่งขันสูง นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ตกแต่งด้วยภาพประกอบยังสามารถเป็นช่องทางในการบอกเล่าเรื่องราวของไวน์ดอกโบตั๋นและซูปัฟานของ

เมืองลั่วหยาง ด้วยการผสมผสานเรื่องราวตำนานโบราณเข้ากับผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ การออกแบบเช่นนี้สามารถสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ ทำให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์และเพิ่มระดับการรับรู้แบรนด์ได้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เหล่านี้ประสบความสำเร็จในการผสมผสานองค์ประกอบแบบโบราณและแบบทันสมัยเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน ทั้งยังเพิ่มสีสันให้กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย โดยมีรายละเอียดการออกแบบดังต่อไปนี้

1. โลโก้ตราประทับแบบดั้งเดิมของไวน์ดอกโบตั๋นและซุ่ยปู้ฟานของเมืองลั่วหยาง

โลโก้ของร้านแสดงถึงการผสมผสานระหว่างความโบราณและความทันสมัย รูปแบบตราประทับแบบจีนเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมประเพณีจีน เมื่อนำโลโก้ของร้านมาใช้ในการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ จะทำให้แบรนด์ทั้งน่าจดจำและน่าสนใจยิ่งขึ้น และยังสร้างความรู้สึกแปลกใหม่ให้กับผู้บริโภคด้วย การผสมผสานระหว่างความโบราณและความสมัยเช่นนี้ทำให้แบรนด์มีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะ นอกจากนี้ สิ่งสำคัญที่ทำให้วิธีการออกแบบประเภทนี้ประสบความสำเร็จคือ ความสมดุลระหว่างวัฒนธรรมจีนโบราณและสุนทรียภาพสมัยใหม่ การผสมผสานเช่นนี้ ไม่เพียงสร้างสัญลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์และผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังทำให้บรรจุภัณฑ์มีความน่าดึงดูดด้วย เพราะผู้บริโภคสามารถสัมผัสถึงความทันสมัยบนความโบราณ

2. การนำเสนอความทันสมัยของชุดชาวฮั่นแบบโบราณในการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง

ชุดชาวฮั่นที่ตัวละครหญิงสาวสวมใส่ในภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋น เป็นเครื่องแต่งกายของผู้หญิงแบบโบราณในสมัยราชวงศ์ฮั่นตะวันออก (ครึ่งหลังของราชวงศ์ฮั่น) ในประวัติศาสตร์อันยาวนานของเมืองลั่วหยาง ซึ่งในภาพประกอบที่ออกแบบนี้ ชุดฮั่นมีลวดลายของดอกโบตั๋น และผสมผสานองค์ประกอบทางสุนทรียภาพสมัยใหม่ การออกแบบเช่นนี้ไม่เพียงเพื่อถ่ายทอดความงามของวัฒนธรรมโบราณเท่านั้น แต่ยังทำให้การออกแบบมีเสน่ห์มากขึ้นด้วย โดยเฉพาะ สำหรับผู้ชมที่เป็นวัยรุ่นสมัยใหม่



ภาพที่ 3-1 เสื้อผ้าสตรีสมัยราชวงศ์ฮั่น

(ที่มา: <https://kknews.cc/zh-cn/culture/klelb5q.html>)

1) ชุดฮั่นเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมการแต่งกายแบบดั้งเดิมของจีนส่วนหนึ่ง และราชวงศ์ฮั่นก็เป็นราชวงศ์ที่สำคัญมากในประวัติศาสตร์ของเมืองลั่วหยาง ดังนั้น การนำชุดชาวฮั่นมารวมไว้ใน การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์จึงช่วยให้สามารถถ่ายทอดความเคารพและอัตลักษณ์ ของวัฒนธรรมลั่วหยางในประเทศจีน และยังช่วยให้แบรนด์หรือผลิตภัณฑ์สร้างความสัมพันธ์อัน ใกล้ชิดกับวัฒนธรรมลั่วหยางด้วย

2) ชุดฮั่นนั้นมีรายละเอียดที่ประณีตและงดงามแบบสีเส้นอันหลากหลาย จึงทำให้ผลงาน การออกแบบภาพประกอบมีแรงดึงดูดทางภาพสูง และผู้ชมมักถูกดึงดูดด้วยความสวยงาม และเอกลักษณ์ของชุดฮั่น ทำให้การออกแบบดูน่าหลงใหลมากยิ่งขึ้น

3) ชุดฮั่นนั้นมักกระตุ้นอารมณ์ร่วมของผู้ชมบ่อยครั้ง เนื่องจากสื่อถึงค่านิยมแบบดั้งเดิม ครอบครั้ว และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ดังนั้น เราสามารถสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์ที่ลึกซึ้ง ยิ่งขึ้นกับผู้ชมในการออกแบบได้ โดยอาศัยชุดฮั่นนี้ เนื่องจากว่า ผู้ชมอาจสัมผัสได้ถึงอารมณ์ความรู้สึก ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองลั่วหยาง

4) ชุดฮั่นมีประวัติศาสตร์และประเพณีวัฒนธรรมอยู่ในตัว ดังนั้นการนำมาบูรณาการ ร่วมกับการออกแบบจึงสามารถส่งเสริมคุณสมบัติการเล่าเรื่องของผลงานให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นได้ และ ผู้ชมอาจเข้าใจเรื่องราวเบื้องหลังของการออกแบบลึกซึ้งยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยในการดึงดูดความสนใจของ พวกเขาและสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ในระดับที่สูงขึ้น

3. สไตล์ภาพประกอบสมัยใหม่

ผู้วิจัยเลือกรูปแบบภาพประกอบที่มีความทันสมัย เช่น เรียบง่าย เรียบแบน หรือเป็นนามธรรม เป็นต้น เพื่อสร้างการเปรียบเทียบระหว่างองค์ประกอบแบบโบราณในการออกแบบ การออกแบบภาพประกอบสมัยใหม่ก็มีแนวโน้มไปทางความเรียบง่ายและความเรียบแบน เน้นองค์ประกอบกราฟิก ลวดลายละเอียดที่ไม่จำเป็น เพื่อให้มีธีมหรือแนวคิดโดดเด่นที่สุด สไตล์การออกแบบเช่นนี้ มักให้ความรู้สึกที่ทันสมัยและใหม่เอี่ยม ส่วนการใช้สีสันและลวดลายที่ทันสมัย และเลือกการผสมสียอดนิยมและองค์ประกอบลวดลาย เช่น สีที่สดใสและและมีชีวิตชีวา เอฟเฟกต์การไล่ระดับสี รูปทรงเรขาคณิต ฯลฯ เพื่อเพิ่มความดึงดูดทางสายตาให้กับบรรจุภัณฑ์ และสร้างการเปรียบเทียบต่างกับองค์ประกอบแบบโบราณ ทั้งนี้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เหล่านี้ ประสบความสำเร็จในการผสมผสานองค์ประกอบแบบโบราณและสมัยใหม่เข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน ซึ่งช่วยเพิ่มสีสันให้กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้ายได้มาก

ทฤษฎีการจับคู่สีสำหรับการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์

ประการแรก จากการศึกษาค้นคว้าก่อนหน้านี้เกี่ยวกับการเลือกสีของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยทราบว่าสีแต่ละสีสามารถกระตุ้นอารมณ์และปฏิกิริยาที่แตกต่างกัน เกี่ยวกับสัญลักษณ์ของสีนั้น สีอาจมีความหมายเชิงสัญลักษณ์และความหมายแฝงที่แตกต่างกันในวัฒนธรรมและบริบทที่แตกต่างกัน ประการที่สอง คือความสม่ำเสมอของสีที่นำมาใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ด้วย ซึ่งเราสามารถเสริมสร้างเอกลักษณ์และความสม่ำเสมอของแบรนด์ได้โดยการใช้สีประจำตัวของแบรนด์หรือชุดสีที่คล้ายกับสีของแบรนด์

1. การเลือกสีในการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง

การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์โดยใช้ภาพหญิงสาว ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากตำนานพื้นบ้านเรื่อง “นางฟ้าแห่งดอกโบตั๋น” เต็มไปด้วยองค์ประกอบทางวัฒนธรรมจีนโบราณมากมาย การเลือกสีและการประยุกต์ใช้องค์ประกอบรูปภาพเป็นส่วนที่สำคัญมาก ตั้งแต่สี รูปภาพ โลโก้ การจัดเรียง ไปจนถึงสุนทรียภาพโดยรวมของภาพประกอบเหล่านี้ การออกแบบเช่นนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายและถ่ายทอดอารมณ์กับข้อความที่เจาะจง แต่อย่างไรก็ตาม การเลือกใช้สีโทนอบอุ่นและจิตวิทยาสีจะสามารถเพิ่มความน่าดึงดูดให้กับบรรจุภัณฑ์ได้อย่างไร เนื้อหาต่อไปนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์โดยละเอียดเกี่ยวกับสีขององค์ประกอบเหล่านี้ และวิธีการสร้างรูปลักษณ์ที่น่าดึงดูดใจของบรรจุภัณฑ์

1) สีเป็นเครื่องมือทางอารมณ์และการส่งข้อความที่ทรงพลังในการออกแบบ สำหรับภาพประกอบนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้สีโทนอบอุ่น เช่น สีส้ม สีแดงเข้ม และสีเบจ ซึ่งผู้วิจัยตั้งใจเลือกใช้สี

เหล่านี้ เนื่องจากมีความหมายเชิงสัญลักษณ์และการเชื่อมโยงทางอารมณ์ในวัฒนธรรมลัวหยาง นอกจากนี้ ผู้วิจัยทำการสำรวจแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายเรียบร้อยแล้วก่อนเริ่มออกแบบ เพื่อศึกษาความชอบและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นผู้วิจัยจึงเลือกสีที่ตรงกับความต้องการของผู้ชมกลุ่มต่าง ๆ และสรุปผล

2) สีแดง หมายถึงความสุข ความมงคล ความรุ่งเรืองและความชื่นชมยินดีในวัฒนธรรมจีน สีแดงมักถูกนำมาใช้ในงานแต่งงาน เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลเฉลิมฉลองต่าง ๆ สำหรับการออกแบบในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำสีแดงมาใช้กับภาพดอกโบตั๋น เพื่อเชิดชูความงดงามและความสงบสุขของมัน

3) สีส้มอ่อน หมายถึงความมีชีวิตชีวา ความสุข และความเป็นมิตร สื่อถึงความสดใสและความไม่ถือตัวของหญิงสาว ซึ่งผู้วิจัยได้นำสีส้มมาใช้กับคอเสื้อของชุดอันที่หญิงสาวสวมใส่ในภาพประกอบ เพื่อให้ผู้ชมสัมผัสถึงความอบอุ่นและความสุข

4) สีส้มเข้ม มักเกี่ยวข้องกับพลังและความกระตือรือร้น สีนี้นำมาใช้กับภาพหญิงสาวในภาพประกอบดูมีชีวิตชีวามากขึ้น

5) สีเบจเป็นสีที่เป็นกลาง ช่วยปรับสมดุลของโทนสีอบอุ่นอื่น ๆ เพิ่มความรู้สึกคลาสสิกและดั้งเดิมให้กับภาพประกอบ ซึ่งกลมกลืนกับพื้นหลังภาพประกอบ

6) สีเหล่านี้จะช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ดี เนื่องจากเป็นสีที่สามารถสร้างอารมณ์ร่วมเชิงบวก ซึ่งผู้ชมจะเกิดการเชื่อมโยงทางอารมณ์กับหญิงสาวและดอกโบตั๋นในภาพประกอบ และสัมผัสได้ถึงความสุขและความอบอุ่น

2. การเลือกสีสำหรับใช้ออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ชุปู้ฟานของเมืองลัวหยาง

การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากตำนานพื้นบ้านเกี่ยวกับที่มาของชื่อชุปู้ฟานเต็มไปด้วยองค์ประกอบทางวัฒนธรรมจีนโบราณมากมาย การเลือกสีและการประยุกต์ใช้องค์ประกอบรูปภาพเป็นส่วนที่สำคัญมาก การออกแบบเช่นนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายและถ่ายทอดอารมณ์กับข้อความที่เจาะจง แต่อย่างไรก็ตาม การเลือกใช้สีโทนเย็นเป็นหลักและจิตวิทยาสีจะสามารถเพิ่มความน่าดึงดูดให้กับบรรจุภัณฑ์ได้อย่างไร เนื้อหาต่อไปนี้เป็น การวิเคราะห์โดยละเอียดเกี่ยวกับสีขององค์ประกอบเหล่านี้ และวิธีการสร้างรูปลักษณ์ที่น่าดึงดูดใจของบรรจุภัณฑ์

จากการพิจารณาอิทธิพลของสีที่มีต่อจิตใจและอารมณ์ผู้บริโภค ผู้วิจัยได้กำหนดให้การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ชุปู้ฟานของเมืองลัวหยางเป็นสีโทนเย็น และอาจมีการเพิ่มเติมสีโทนร้อนบางสี เช่น สีนํ้าเงิน สีเขียว สีนํ้าตาล และสีส้มเอิร์ธโทน และใช้สีเขียวกับสีธรรมชาติ เพื่อสื่อถึงคุณสมบัติและจุดยืนของผลิตภัณฑ์อาหารที่ดีต่อสุขภาพและเป็นธรรมชาติ ซึ่งจะให้

ความรู้สึกสดชื่นและน่าเชื่อถือ และผู้วิจัยยังทำการสำรวจแบบสอบถามและสรุปผลกับกลุ่มเป้าหมายเรียบร้อยแล้วก่อนเริ่มออกแบบ

1) สีสันเงิน มักถูกมองว่าเป็นตัวแทนของความสงบสุข ความใจเย็น และความเชื่อมั่น ดังนั้น การใช้สีน้ำเงินในภาพประกอบนี้ จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อถ่ายทอดบรรยากาศอันเงียบสงบของร้านขายอาหารข้างทางแบบโบราณ ซึ่งจะช่วยสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายและทำให้ผู้ชมรู้สึกสบายใจ

2) สีเขียวมักเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ความสดชื่น ความมีชีวิตชีวา และสุขภาพ ซึ่งจะช่วยสร้างความรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมชาติ และเกี่ยวข้องกับความสดใหม่และสุขภาพของอาหาร

3) สีสันตาล หมายถึง ดิน โบราณ ประเพณี และความอบอุ่น ซึ่งเป็นสีของร้านขายอาหารข้างทาง ทำให้ฉากนี้เต็มไปด้วยบรรยากาศเก่าแก่และดั้งเดิม และผู้ชมอาจเชื่อมโยงสิ่งนี้กับอาหารทำมือแบบดั้งเดิมได้

4) สีส้มเอิร์ธโทนมีความเกี่ยวข้องกับเสื้อผ้าของตัวละครในภาพประกอบ เนื่องจากให้ความรู้สึกอบอุ่นและน่าดึงดูด นอกจากนี้ ในภาพประกอบนี้ สีส้มเอิร์ธโทยังเน้นย้ำถึงความหลงใหลของตัวละคร ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและทำให้ดูโดดเด่นยิ่งขึ้น

5) จุดประสงค์ของการใช้องค์ประกอบสีเหล่านี้คือเพื่อเพิ่มอารมณ์และการมองเห็นให้กับภาพประกอบ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวและสถานการณ์ได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังอ้างอิงทฤษฎีสีในทางจิตวิทยาด้วย เช่น อิทธิพลของสีที่มีต่ออารมณ์และสภาวะทางจิตใจของผู้คน ตัวอย่างเช่น โทนสีเย็นของสีน้ำเงินและสีเขียวช่วยสร้างความรู้สึกสงบและผ่อนคลาย ซึ่งเข้ากันดีกับฉากอาหารขณะเดียวกัน โทนสีอบอุ่นของสีส้มเอิร์ธโทนและสีน้ำตาลก็สามารถกระตุ้นความอยากอาหาร และความใกล้ชิดของผู้ชมได้ด้วย ทำให้ผู้ชมมีความน่าสนใจและน่าอร่อยมากขึ้น สรุปแล้ว การเลือกองค์ประกอบสีเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยถ่ายทอดเรื่องราวและอารมณ์ของภาพเท่านั้น แต่ยังใช้ทฤษฎีสีเพื่อเพิ่มความน่าดึงดูดของบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผู้ชมเชื่อมโยงกับฉากได้ง่ายขึ้น

แบบร่างภาพประกอบของร้านลั่วหยางจิวเจียและร้านหลิวจี้ปูฟานทาง

ต่อไปนี้เป็นแบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจิวเจีย ซึ่งได้มีการเพิ่มการผสมผสานสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจีน ประเพณี และองค์ประกอบสมัยใหม่ของจีนในองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบ



ต่อไปนี้เป็นแบบร่างภาพประกอบบรรณทัศน์ของร้านหลิวจีปูฟานทาง ซึ่งได้มีการเพิ่มการผสมผสานสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจีน ประเพณี และองค์ประกอบสมัยใหม่ของจีนในองค์ประกอบสำคัญของการออกแบบ



บทที่ 4

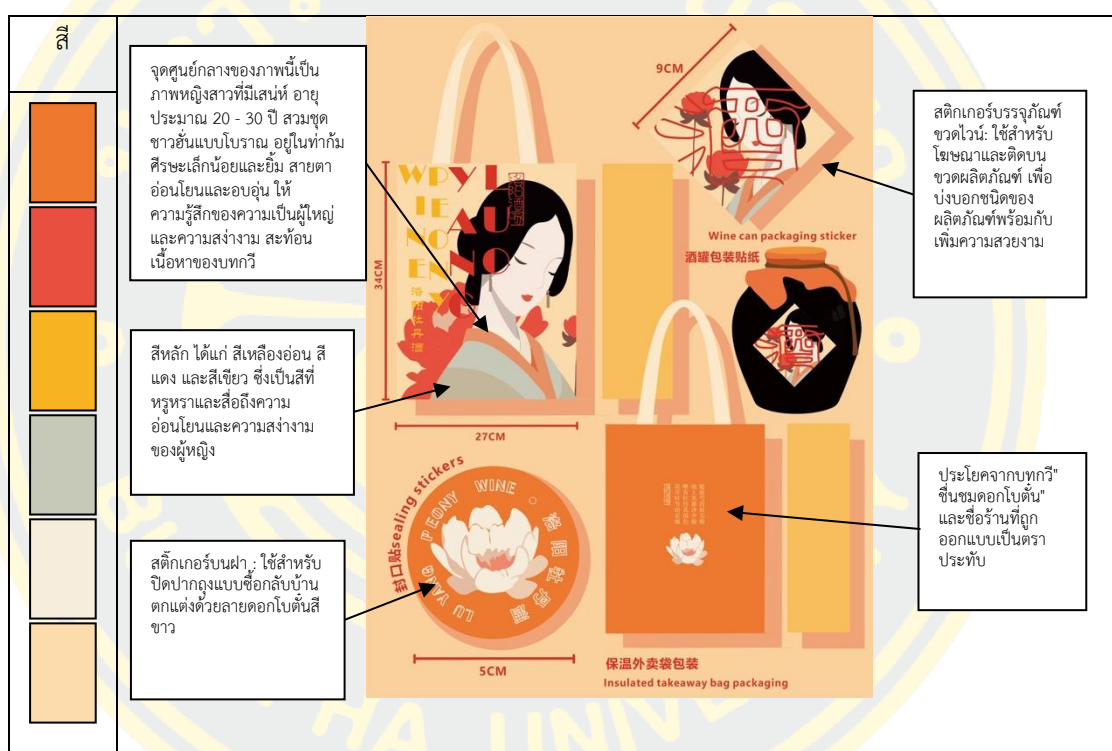
ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้จะอธิบายอย่างละเอียดเกี่ยวกับการออกแบบและสร้างภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซุப்பு๊ฟานของเมืองลั่วหยาง และอธิบายองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบ เช่น สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน การผสมผสานองค์ประกอบโบราณและองค์ประกอบสมัยใหม่ และการประยุกต์ใช้จิตวิทยาสี นอกจากนี้ ยังได้อธิบายการประเมินผลงานการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ และการสัมภาษณ์ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสรุปผลการวิจัยเชิงออกแบบและสร้างสรรค์ในครั้งนี้ การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยการใช้ลายเส้นที่ดึงดูดใจผู้บริโภค และการเชื่อมโยงคุณค่าที่แท้จริงของแบรนด์ผลงานที่ออกแบบในการวิจัยครั้งนี้ มีทั้งหมด 6 ภาพ แบ่งเป็นภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋น 3 ภาพ และภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ซุப்பு๊ฟาน 3 ภาพ สำหรับภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นนั้นได้รับแรงบันดาลใจมาจากตำนานเทพเจ้าของชาวจีนและบทกวีเลื่องชื่อ มีการสอดแทรกภาพของดอกโบตั๋น ซุชชาวฮั่น และองค์ประกอบอื่น ๆ ในภาพวาด และใช้สีโทนอบอุ่นเป็นหลัก เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์และประวัติความเป็นมาของแบรนด์ ส่วนภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของซุப்பு๊ฟาน ได้รับแรงบันดาลใจมาจากนิทานพื้นบ้านซึ่งเป็นที่มาของชื่อ “ปู้ฟานทั้ง” (แปลว่า น้ำซุพที่ไม่พลิก) โดยในภาพวาดจะเป็นฉากบรรยากาศร้านขายอาหารข้างทางแบบโบราณของเมืองลั่วหยาง และใช้สีโทนเย็นเป็นหลัก การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ชุดนี้สื่อถึงวิธีการปรุงอาหารและกลิ่นอายอันเป็นเอกลักษณ์ของอาหารลั่วหยาง เมื่อออกแบบเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดำเนินการประเมินผลงานทั้ง 6 ภาพ เพื่อคัดเลือกภาพประกอบของไวน์ดอกโบตั๋น 1 ภาพ และภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ซุப்பு๊ฟาน 1 ภาพ รวมทั้งหมด 2 ภาพ จากนั้น ในขั้นตอนสุดท้าย ผู้วิจัยจึงนำผลงานภาพประกอบทั้งสองภาพนี้ไปสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดำเนินการสรุปจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาสในการพัฒนาต่อไปในอนาคตของผลงานการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

สรุปผลการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซุப்பு๊ฟาน

1. แบบร่างที่ 1 ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง ได้รับแรงบันดาลใจจากบทกวี "ชื่นชมดอกโบตั๋น" ถูกบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 27 ซม. x 34 ซม. เนื้อหาภาพประกอบด้านหน้า เป็นภาพหญิงสาวที่มีเสน่ห์ อายุราว 20-30 ปี แสดงสีหน้าที่สง่า

งามและมีความเป็นผู้ใหญ่ อยู่ในลักษณะก้มศีรษะและยิ้มเล็กน้อย สายตาอ่อนโยน สามารถสะท้อนเนื้อหาของบทกวีนี้ได้ดี ตัวละครหญิงสาวนี้สวมใส่ชุดชาวฮั่นแบบดั้งเดิมสีโอรสและสีเขียวแกมฟ้าอ่อน พร้อมกับทรงผมอันเป็นเอกลักษณ์ของสตรีสมัยโบราณ เครื่องแต่งกายเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสง่างามและความซับซ้อนของวัฒนธรรมลัทธิขงจื๊อสมัยโบราณ สีหลักของภาพประกอบนี้ ได้แก่ สีเหลืองอ่อน สีแดง และสีเขียวแกมฟ้า ให้ความรู้สึกหรูหรา อ่อนโยน และสง่างาม ส่วนพื้นหลังนั้นจะมีข้อความต้นฉบับของบทกวี "ชื่นชมดอกโบตั๋น" และชื่อร้านค้าที่ทำเป็นตราประทับแบบโบราณกับดอกโบตั๋นสีขาวนวล



ภาพที่ 4-1 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลัทธิขงจื๊อ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังออกแบบสติ๊กเกอร์ข้างขวดและสติ๊กเกอร์ปิดผนึกสำหรับขวดไวน์ดอกโบตั๋นที่เป็นชุดเดียวกันด้วย สติ๊กเกอร์ข้างขวดเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนขนาด 9 ซม. x 9 ซม. ใช้สำหรับติดไว้ข้างขวดไวน์ ซึ่งจะระบุข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นเอาไว้ เพื่อให้เห็นได้ชัด พื้นหลังของสติ๊กเกอร์นี้เป็นภาพหญิงสาวที่แปลงมาจากดอกโบตั๋น และมีตัวอักษร ไวน์ เขียนด้วยสีแดงติดที่ด้านหน้า ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็วก่อน จากนั้นจึงถูกดึงดูดด้วยการรายละเอียดของภาพประกอบ

ส่วนสติ๊กเกอร์ปิดผนึกบนฝาขวดไวน์นั้นเป็นรูปวงกลมสีส้มขนาด 5 ซม. x 5 ซม. ใช้สำหรับปิดผนึกขวดไวน์ สติ๊กเกอร์นี้ออกแบบให้มีตัวอักษรล้อมรอบเป็นวงกลม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับการออกแบบ จากนั้นตรงกลางสติ๊กเกอร์เป็นดอกโบตั๋นสีขาวนวล ที่แสดงแนวคิดธีมของบรรจุภัณฑ์นี้



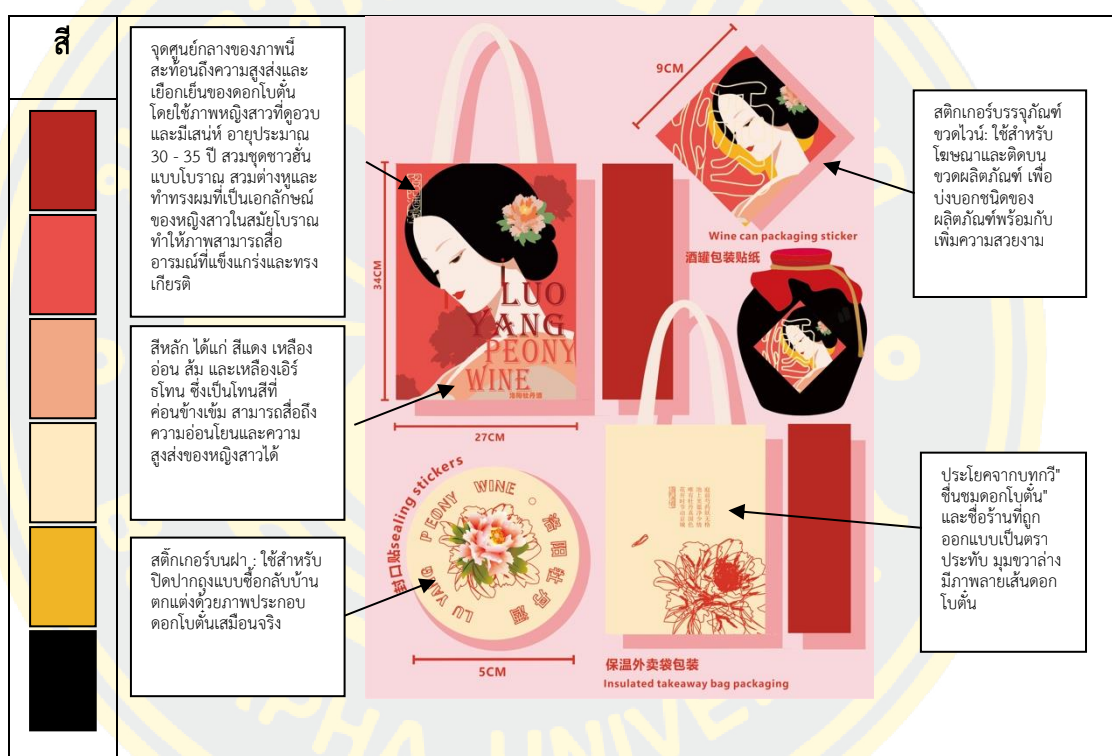
ภาพที่ 4-2 สติ๊กเกอร์ปิดผนึก 1



ภาพที่ 4-3 สติ๊กเกอร์ข้างขวด 1

2. แบบร่างที่ 2 ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง ถุงบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 27 ซม. x 34 ซม. เนื้อหาภาพประกอบด้านหน้าเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 27 ซม. x 34 ซม. ได้รับแรงบันดาลใจจากบทกวี "ชื่นชมดอกโบตั๋น" ความแตกต่างระหว่างผลงานชิ้นนี้กับผลงานชิ้นก่อนหน้านี้คือ อารมณ์ของตัวละครหญิงสาวในภาพประกอบ บทกวีนี้บรรยายถึงความงามและความสง่างามของดอกโบตั๋น และยังสะท้อนถึงความสูงส่งและความเย็นชาของดอกโบตั๋นด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้เป็นภาพของหญิงสาวที่สง่างามและสูงส่ง อายุราว 30-35 ปี ผิวขาวอิมและมีเสน่ห์ ซึ่งอยู่ในท่าก้มศีรษะลงและยิ้ม สายตาอ่อนโยนและอบอุ่น สามารถสะท้อน

เนื้อหาของบทกวีนี้ได้ดี ตัวละครหญิงสาวนี้สวมใส่ชุดชาวฮั่นแบบดั้งเดิมสีโอรสและสีกากี พร้อมกับทรงผมและต่างหูที่เป็นเอกลักษณ์ของสตรีสมัยโบราณ เครื่องแต่งกายเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสง่างามและความซับซ้อนของวัฒนธรรมลั่วหยางสมัยโบราณ สีหลักของภาพประกอบนี้ ได้แก่ สีแดง สีเหลืองอ่อน สีโอรส และสีเหลืองเอิร์ธโทน สีเส้นที่หลากหลายนี้ ได้สื่อถึงความอ่อนโยนและความสูงส่งของหญิงสาว ส่วนพื้นหลังนั้นจะมีข้อความต้นฉบับของบทกวี "ชื่นชมดอกโบตั๋น" และชื่อร้านค้าที่ทำเป็นตราประทับแบบโบราณกับดอกโบตั๋นสีแดง



ภาพที่ 4-4 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจิวเจีย 2

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังออกแบบสติ๊กเกอร์ข้างขวดและสติ๊กเกอร์ปิดผนึกสำหรับขวดไวน์ดอกโบตั๋นที่เป็นชุดเดียวกันด้วย สติ๊กเกอร์ข้างขวดเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนขนาด 9 ซม. x 9 ซม. ใช้สำหรับติดไว้ข้างขวดไวน์ ซึ่งจะระบุข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นเอาไว้ เพื่อให้เห็นได้ชัด พื้นหลังของสติ๊กเกอร์นี้เป็นภาพหญิงสาวที่แปลงมาจากดอกโบตั๋น และมีตัวอักษร ไวน์ เขียนด้วยสีแดงติดที่ด้านหน้า ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็วก่อน จากนั้นจึงถูกดึงดูดด้วยการรายละเอียดของภาพประกอบ

ส่วนสติ๊กเกอร์ปิดผนึกบนฝาขวดไวน์นั้นเป็นรูปวงกลมสีเบทขนาด 5 ซม. x 5 ซม. ใช้สำหรับปิดผนึกขวดไวน์ สติ๊กเกอร์นี้ออกแบบให้มีตัวอักษรล้อมรอบเป็นวงกลม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้การออกแบบ จากนั้นตรงกลางสติ๊กเกอร์เป็นดอกโบตั๋นสีโอรสเหมือนจริงซ้อนทับกับลายเส้นดอกโบตั๋นอีกที ซึ่งช่วยส่งเสริมการขยายและการเล่าเรื่องของการออกแบบนี้ได้อย่างมาก และสะท้อนแนวคิดธีมของบรรจุภัณฑ์นี้



ภาพที่ 4-5 สติ๊กเกอร์ปิดผนึก 2



ภาพที่ 4-6 สติ๊กเกอร์ข้างขวด 2

3. แบบร่างที่ 3 ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง ภูเขาบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 27 ซม. x34 ซม. เนื้อหาภาพประกอบด้านหน้าเป็นรูปหญิงสาวที่งดงามซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากตำนานพื้นบ้านเรื่อง “นางฟ้าดอกโบตั๋น” ตัวละครหญิงสาวนี้เต็มไปด้วยองค์ประกอบทางวัฒนธรรมจีนโบราณ โดยสวมใส่ชุดชาวฮั่นอันงดงามที่มีลวดลายของดอกโบตั๋น ตามภาพลักษณ์ของนางฟ้าดอกโบตั๋นในตำนาน ช่วงอายุของตัวละครหญิงสาวนี้เป็นนิรันดร์ เธอแลดูอ่อนเยาว์และสดใสมาก แต่ก็เผยให้เห็นถึงการสั่งสมและภูมิปัญญาแห่งอายุขัยด้วย เธอกำศิระขมและยิ้มด้วยดวงตาอันเปี่ยมไปด้วยความรัก สื่อถึงความอ่อนโยนและความลึกซึ้งของนางฟ้า รอยยิ้มของเธอแสดงถึงความห่วงใยต่อโลกมนุษย์และความงดงามของแดนสวรรค์ สีหลักของภาพประกอบนี้ ได้แก่ สีส้ม สีแดง และสีโอรส สีเหล่านี้สื่อถึงบรรยากาศอันลึกซึ้งของนางฟ้าดอกโบตั๋น ซึ่งโดยรวมแล้ว ภาพประกอบนี้ มีความโดดเด่นของเสน่ห์แห่งตำนานและนิทานจีนโบราณมาก งาน ส่วนพื้นหลังนั้นจะเป็นชื่อร้านค้าที่ทำเป็นตราประทับแบบโบราณกับดอกโบตั๋นสีแดง



ภาพที่ 4-7 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจีวเจีย 3

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังออกแบบสติ๊กเกอร์ข้างขวดและสติ๊กเกอร์ปิดผนึกสำหรับขวดไวน์ ดอกโบตั๋นที่เป็นชุดเดียวกันด้วย สติ๊กเกอร์ข้างขวดเป็นรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนขนาด 9 ซม. x 9 ซม. ใช้สำหรับติดไว้ข้างขวดไวน์ ซึ่งจะระบุข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นเอาไว้ เพื่อให้เห็นได้ชัด พื้นหลังของ สติ๊กเกอร์นี้เป็นภาพหญิงสาวที่แปลงมาจากดอกโบตั๋น และมีตัวอักษร ไวน์ เขียนด้วยสีแดงติด ที่ด้านหน้า ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็วก่อน จากนั้นจึงถูกดึงดูดด้วยการรายละเอียดของ ภาพประกอบ

ส่วนสติ๊กเกอร์ปิดผนึกบนฝาขวดไวน์นั้นเป็นรูปวงกลมสีเบทขนาด 5 ซม. x 5 ซม. ใช้สำหรับปิดผนึกขวดไวน์ สติ๊กเกอร์นี้ออกแบบให้มีตัวอักษรล้อมรอบเป็นวงกลม เพื่อเพิ่มความ น่าสนใจให้การออกแบบ จากนั้นตรงกลางสติ๊กเกอร์เป็นดอกโบตั๋นแบบมีก้านสีโอรสสีดอก ซึ่งช่วย ส่งเสริมการขายและการเล่าเรื่องของการออกแบบนี้ได้อย่างมาก และสะท้อนแนวคิดเริ่มของ บรรจุภัณฑ์นี้

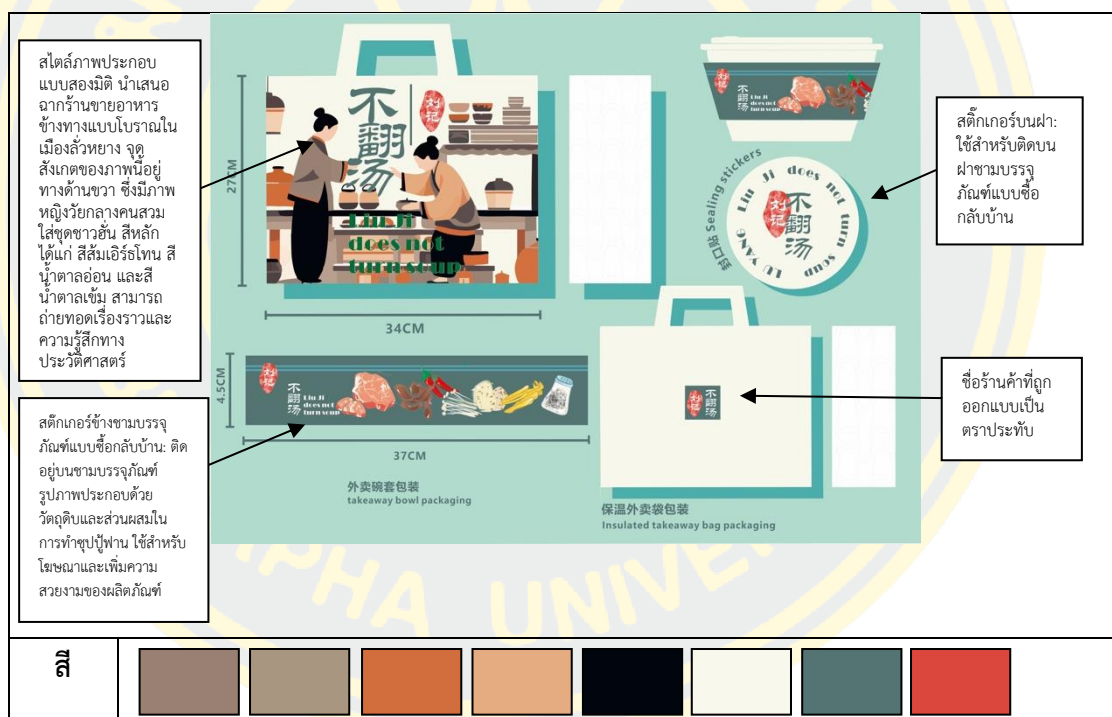


ภาพที่ 4-8 สติ๊กเกอร์ปิดผนึก 3



ภาพที่ 4-9 สติ๊กเกอร์ข้างขวด 3

4. แบบร่างที่ 1 ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจี้ปูฟานทั้ง ถุงบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 34 ซม. x 27 ซม. ภาพประกอบด้านหน้าได้รับแรงบันดาลใจจากตำนานพื้นบ้านเกี่ยวกับซุ้ปูฟาน สไตล์ภาพประกอบแบบสองมิติ นำเสนอฉากร้านขายอาหารข้างทางแบบโบราณในเมืองลั่วหยาง ซึ่งประกอบไปด้วยหม้อและกระทะแบบธรรมดา ภาพนี้ต้องการสร้างบรรยากาศที่ละคลุ้งไปด้วยควันอาหารในเมือง นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังออกแบบภาพหญิงวัยกลางคนอายุราว 50-60 ปี สวมใส่ชุดชาวฮั่น ยืนเรียกลูกค้าพร้อมกับขายอาหาร ซึ่งเป็นฉากที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและความรู้สึกทางประวัติศาสตร์ของภาพประกอบนี้ได้ดี และยังสะท้อนถึงตำนานพื้นบ้านเรื่องซุ้ปูฟาน ด้วย สีหลักของภาพประกอบนี้ ได้แก่ สีน้ำตาลอ่อน สีน้ำตาลเข้ม และสีส้มเอิร์ธโทน พื้นหลังมีชื่อร้านค้าที่ทำเป็นตราประทับแบบโบราณพร้อมด้วยลายหิน



ภาพที่ 4-10 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของหลิวจี้ปูฟานทาง 1

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังออกแบบสติ๊กเกอร์ข้างซามอาหารและสติ๊กเกอร์บนฝาซามที่เป็นชุดเดียวกันด้วย สติ๊กเกอร์ข้างซามเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาด 4.5 ซม. x 37 ซม. ใช้สำหรับติดไว้ข้างซาม ซุปปูฟานแบบซ็อกกลับบ้าน ประโยชน์คือ สามารถป้องกันความร้อนของซาม และสามารถถ่ายทอดข้อมูลและส่วนผสมของซุปปูฟานได้ พื้นหลังของ สติ๊กเกอร์นี้เป็นสีเขียวเข้ม และบ้างก็ใช้สีที่เหมือนจริง เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็วก่อน จากนั้นจึงดึงดูดพวกเขาด้วยการออกแบบที่เน้นละเอียด

ส่วนสติ๊กเกอร์บนฝานั้นเป็นรูปวงกลมสีขาวขนาด 5 ซม. x 5 ซม. ใช้สำหรับปิดผนึกซามซุปปูฟานแบบซ็อกกลับบ้าน สติ๊กเกอร์นี้ออกแบบให้มีตัวอักษรล้อมรอบเป็นวงกลม แล้วให้โลโก้ร้านหลิวจีปูฟานทั้งอยู่ตรงกลาง เพื่อสะท้อนแนวคิดธีมของบรรจุภัณฑ์นี้



ภาพที่ 4-11 สติ๊กเกอร์ข้างซาม 1

5. แบบร่างที่ 2 ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจีปูฟานทาง ถุงบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 34 ซม. x 27 ซม. ภาพประกอบด้านหน้าได้รับแรงบันดาลใจจากตำนานพื้นบ้านเกี่ยวกับซุปปูฟาน สไตล์ภาพประกอบแบบสองมิติ นำเสนอฉากร้านขายอาหารข้างทางแบบโบราณในเมืองลั่วหยาง ซึ่งประกอบไปด้วยฉากร้านขายอาหาร ป้ายโฆษณา หม้อและกระทะแบบธรรมดา ภาพนี้ต้องการสร้างบรรยากาศที่คลั่งคลึงไปด้วยควันอาหารในเมือง จุดสังเกตของภาพนี้อยู่ทางด้านขวา ซึ่งมีภาพหญิงวัยกลางคนอายุราว 50-60 ปี สวมใส่ชุดขาวอัน ยืนเรียกลูกค้าพร้อมกับขายอาหาร ซึ่งเป็นฉากที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและความรู้สึกทางประวัติศาสตร์ของภาพประกอบนี้ได้ดี และยังสะท้อนถึงตำนานพื้นบ้านเรื่อง ซุปปูฟาน ด้วย สีหลักของภาพประกอบนี้ ได้แก่ ส้มเอิร์ธโทน สีน้ำตาลอ่อน และสีน้ำตาลเข้ม พื้นหลังมีชื่อร้านค้าที่ทำเป็นตราประทับแบบโบราณ พร้อมด้วยลายหินแบบโบราณของเมืองลั่วหยาง



ภาพที่ 4-12 แบบร่างภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของหลิวจีปู้ฟานทาง 2

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังออกแบบสติกเกอร์ข้างซามอาหารและสติกเกอร์บนฝาซามที่เป็นชุดเดียวกันด้วย สติกเกอร์ข้างซามเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาด 4.5 ซม. x 37 ซม. ใช้สำหรับติดไว้ข้างซามซุปรู้ฟานแบบช็อกกลับบ้าน ประโยชน์คือ สามารถป้องกันความร้อนของซาม และสามารถถ่ายทอดข้อมูลและส่วนผสมของซุปรู้ฟานได้ พื้นหลังของ สติกเกอร์นี้เป็นสีน้ำเงิน และบ้างก็ใช้สีที่เหมือนจริงเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็วก่อน จากนั้นจึงดึงดูดพวกเขาด้วยการออกแบบที่เน้นละเอียด ส่วนสติกเกอร์บนฝาสามนั้นเป็นรูปวงกลมสีขาวขนาด 5 ซม. x 5 ซม. ใช้สำหรับปิดผนึกซามซุปรู้ฟานแบบช็อกกลับบ้าน สติกเกอร์นี้ออกแบบให้มีตัวอักษรล้อมรอบเป็นวงกลม แล้วให้โลโก้ร้านหลิวจีปู้ฟานทางอยู่ตรงกลาง เพื่อสะท้อนแนวคิดธีมของบรรจุภัณฑ์นี้



ภาพที่ 4-13 สติกเกอร์ข้างซาม 2

ส่วนสติกเกอร์บนฝาซามนั้นเป็นรูปวงกลมสีขาวขนาด 5 ซม. x 5 ซม. ใช้สำหรับปิดผนึกซามซูปู่ฟานแบบซื้อกลับบ้าน สติกเกอร์นี้ออกแบบให้มีตัวอักษรล้อมรอบเป็นวงกลม แล้วให้โลโก้ร้านหลิวจีซูปู่ฟานทั้งอยู่ตรงกลาง เพื่อสะท้อนแนวคิดริเริ่มของบรรจุภัณฑ์นี้



ภาพที่ 4-15 สติกเกอร์ซาม 3

การรวบรวมข้อมูลการประเมินผลการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

ผู้วิจัยไม่มีความรู้ความเข้าใจอันใดก่อนการดำเนินการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินและตำนานพื้นบ้านที่น่าสนใจของเมืองลั่วหยาง รวมถึงความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับหลักการออกแบบ ซึ่งจากการดำเนินการศึกษาวิจัยและออกแบบในครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมลั่วหยาง โดยมีกระบวนการศึกษาดังต่อไปนี้

ประการแรก ก่อนเริ่มดำเนินการออกแบบ การศึกษาและทำความเข้าใจข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์และความหมายแฝงทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นมาก รวมถึงการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยมของผลิตภัณฑ์และข้อมูลที่ต้องการสื่อสารของผลิตภัณฑ์

ประการที่สอง เป็นขั้นตอนของการรวบรวมแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งช่วยในการค้นพบแนวคิดการออกแบบใหม่ๆ โดยผู้วิจัยได้สำรวจแนวทางการออกแบบที่แตกต่างกัน และแปลงเป็นแนวคิดการออกแบบที่เฉพาะเจาะจง ตัวอย่างเช่น ผู้วิจัยค้นหาแรงบันดาลใจจากตำนานพื้นบ้าน ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยสามารถทำให้การออกแบบสอดคล้องกับความคาดหวังได้ ขณะที่การศึกษาเชิงลึกก็ช่วยพัฒนาทักษะการออกแบบของผู้วิจัย เช่น การออกแบบภาพประกอบ กราฟิก ทฤษฎีสี และการพิมพ์ ซึ่งทักษะเหล่านี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับโครงการออกแบบในอนาคตได้ และมีส่วนช่วยในการชั่งน้ำหนักตัวเลือกต่าง ๆ เพื่อค้นหาโซลูชันการออกแบบที่ดีที่สุด

ประการสุดท้าย คือการยอมรับฟีดแบค และนำไปปรับปรุงการออกแบบให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นโอกาสในการศึกษาเรียนรู้ที่สำคัญมากๆ สามารถช่วยให้เราเปิดใจรับข้อเสนอแนะต่าง ๆ มากขึ้น และกว้างขึ้น ทำให้เราเติบโตยิ่งขึ้นจากการวิจารณ์ พัฒนาและปรับปรุงทักษะการออกแบบของตัวเองอยู่เสมอ หวังว่าการศึกษานี้จะนำมาซึ่งผลประโยชน์มากมายแก่เมืองลั่วหยางแห่งนี้เช่นกัน

สรุปโดยรวมแล้ว หลังจากออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยไม่เพียงได้รับประสบการณ์อันล้ำค่าด้านสุนทรียศาสตร์และความคิดสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ในด้านการสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมาย ทักษะความสามารถ และการแก้ไขปัญหาของตัวเองก็ดีขึ้นด้วย ประสบการณ์เหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่องานด้านการออกแบบในอนาคตของผู้วิจัย และช่วยให้ผู้วิจัยสามารถปรับปรุงคุณภาพการออกแบบและความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายให้ดียิ่งขึ้นด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบผลการประเมินที่มีความครอบคลุม เฉพาะด้าน และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญจำนวนสามท่าน ดำเนินการประเมินผลงานการออกแบบครั้งนี้ โดยมีขั้นตอนดังนี้ ประการแรก ผู้วิจัยต้องกำหนดเกณฑ์การประเมินให้ชัดเจน ซึ่งเกณฑ์เหล่านี้จะเป็นพื้นฐานสำหรับการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย การใช้สี รายละเอียด การแสดงออก ความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารทางอารมณ์ ฯลฯ ซึ่งในการออกแบบของผู้วิจัย เกณฑ์การประเมินอาจรวมถึงโทนสีอบอุ่น การแสดงออกของตัวละครหญิงสาว เสื้อผ้า รายละเอียดของผ้าโพกศีรษะ ลายดอกโบตัน ฯลฯ ประการที่สอง เพื่อให้การประเมินมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้เชิญอาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบจากมหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีของผู้วิจัย ให้มาเป็นเป็นผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลงานการออกแบบครั้งนี้ โดยอาจารย์ทั้งสามท่านล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีทักษะด้านความสุนทรีย์และมีมืออาชีพด้านการออกแบบทั้งสิ้น เมื่อผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่านทำความเข้าใจเกณฑ์การประเมินและรับรองความเที่ยงตรงของผลงานแล้ว ในขั้นตอนสุดท้าย เป็นการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอภาพประกอบสำหรับผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดที่ละภาพต่อหน้าผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่าน

ตารางที่ 4-1สรุปผลการประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านกล้วยางจิวเจีย

ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อเสนอแนะด้านการใช้สี	ข้อเสนอแนะด้านความคิดสร้างสรรค์	ข้อเสนอแนะด้านการแสดงรายละเอียด	ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารทางอารมณ์
ผู้เชี่ยวชาญ 1: จางเจิง (อาจารย์ ผู้สอนวิชาการ ออกแบบการ สื่อสารด้วยภาพ มหาวิทยาลัย)	สีสดใสและ กลมกลืน สามารถนำเสนอ ลักษณะเด่นของ ภาพประกอบ แบบดั้งเดิมของ	สามารถเพิ่ม ความลุ่มลึกให้กับ อารมณ์ของตัว ละครหญิงได้อีก	แต่ภาพเงาของ ดอกโบตันที่พื้น หลังของภาพ อาจ ต้องเพิ่ม รายละเอียดให้ มากกว่านี้	ดีมาก ผลงาน ทั้งชิ้นสามารถ ถ่ายทอด ความรู้สึก อบอุ่นและ สบาย

ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อเสนอแนะด้านการใช้สี	ข้อเสนอแนะด้านความคิดสร้างสรรค์	ข้อเสนอแนะด้านการแสดงรายละเอียด	ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารทางอารมณ์
ครูลัหวาย)	จีนได้อย่างเต็มที่			
ผู้เชี่ยวชาญ 2: ฉินฟาง (อาจารย์ผู้สอนวิชาวิทยานิพนธ์การออกแบบการสื่อสารด้วยภาพมหาวิทยาลัยครูลัหวาย)	โทนสีมีความโบราณมากเหมาะสมกับหัวข้อของภาพตามความคาดหวัง	โครงสร้างภาพในภาพประกอบนี้ดูมีชีวิตชีวา แต่ก็ควรลองออกนอกกรอบบ้าง และกล้าที่จะคิดสร้างสรรค์มากกว่านี้	ผ้าพันศีรษะดอกโบตันและลวดลายดอกโบตันแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับรายละเอียด และเพิ่มความลึกกับลักษณะพื้นผิวให้กับองค์ประกอบทั้งหมดของภาพ	อาจต้องเพิ่มการแสดงอารมณ์ให้กับตัวละครหญิงในภาพมากขึ้น
ผู้เชี่ยวชาญ 3: หยาง จิ้งเฟย (อาจารย์ที่ปรึกษาด้านการออกแบบการสื่อสารด้วยภาพมหาวิทยาลัยครูลัหวาย)	สีนี้ทำให้ผู้ชมรู้สึกมีความสุข	ชุดขาวอันและดอกโบตันดูโดดเด่นทั้งคู่	ขาดรายละเอียดและจุดศูนย์ของภาพ และควรเพิ่มการเก็บรายละเอียดของภาพมากขึ้น	รอยยิ้มของตัวละครหญิงน่าประทับใจมาก

ตารางที่ 4-2 สรุปผลการประเมินและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับภาพประกอบบรรณทัศน์ของร้านหนังสือปูพามทาง

ผู้เชี่ยวชาญ	ข้อเสนอแนะด้านการใช้สี	ข้อเสนอแนะด้านความคิดสร้างสรรค์	ข้อเสนอแนะด้านการแสดงรายละเอียด	ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารทางอารมณ์
ผู้เชี่ยวชาญ 1: จางเจิง (อาจารย์ผู้สอนการสื่อสารด้วยภาพมหาวิทยาลัยครูหลวงหยาง)	เนื้อหามีความหลากหลายเลือกใช้ได้เหมาะสมและเข้ากลมกลืนกัน	ควรแยกแยะความสัมพันธ์ของเนื้อหาหลักและเนื้อหารองในภาพประกอบให้ชัดเจน	การบรรยายฉากในภาพประกอบมีลักษณะของการเล่าเรื่องสูง	สามารถเพิ่มการเน้นอารมณ์และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของภาพประกอบให้มากขึ้น
ผู้เชี่ยวชาญ 2: ฉินฟาง (อาจารย์ผู้สอนวิชาวิทยานิพนธ์การออกแบบการสื่อสารด้วยภาพมหาวิทยาลัยครูหลวงหยาง)	เหมาะสมตามความคาดหวัง	มีรายละเอียดความคิดสร้างสรรค์เยอะมาก แต่ไม่ถึงกับซับซ้อนจนเกินไปเป็นไปตามที่คาดหวัง	สไตล์ภาพของภาพประกอบช่วยสร้างลำดับขั้นของภาพที่ชัดเจน เมื่อเทียบกับสไตล์ภาพประกอบแบบเรียบ ๆ ของภาพประกอบแบบดั้งเดิม	ภาพประกอบแบบเรียบ ๆ มีลักษณะเด่นด้านการมองเห็นทางอารมณ์
ผู้เชี่ยวชาญ 3: หยาง จิ้งเฟย (อาจารย์ที่ปรึกษาด้านการออกแบบการสื่อสารด้วยภาพมหาวิทยาลัยครูหลวงหยาง)	สีกลมกลืนกัน	ด้านความคิดสร้างสรรค์ของภาพนี้สามารถนำเสนอการผสมผสานความโบราณและความทันสมัยได้ดี	การจัดเรียงเค้าโครงมีความคิดสร้างสรรค์สอดคล้องกับความคิดสร้างสรรค์และเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์	ภาพเต็มไปด้วยเรื่องราว และมีคุณสมบัติของการเล่าเรื่อง ทำให้ประสบความสำเร็จในการสื่อสารทางอารมณ์และซึม

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ 1 :

สำหรับการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านลั้วยางจิวเจีย สีสดใสและกลมกลืนกันมาก สามารถนำเสนอเอกลักษณ์ของภาพประกอบแบบดั้งเดิมของจีนอย่างเต็มที่ รอยยิ้มของตัวละครหญิงสาวและภาพดอกโบตั๋นทำให้ภาพโดยรวมมีความใกล้ชิดมากขึ้น แต่ภาพพื้นหลังที่เป็นเงาของดอกโบตั๋นอาจต้องเพิ่มรายละเอียดเพื่อให้ภาพมีความลึกซึ้งยิ่งขึ้น ภาพประกอบเหล่านี้ให้ความรู้สึกเหมือนได้พบความสมดุลระหว่างความโบราณและความทันสมัย และชอบการใช้สีของภาพเหล่านี้มาก โดยเฉพาะสีแดงให้ความรู้สึกถึงพลังแห่งชีวิตอันแข็งแกร่ง ขณะเดียวกันก็นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบของศิลปะสมัยใหม่ ส่วนสีหน้าของตัวละครหญิงสาวนั้นสามารถเพิ่มความลึกซึ้งได้อีก นอกจากนี้ การใช้ตำนานของนางฟ้าดอกโบตั๋นเป็นแรงบันดาลใจไม่เพียงสามารถสร้างจุดสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ได้ แต่ยังมิบทบาทในการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมของลั้วยางด้วย และการเลือกโทนสีอบอุ่นก็ถือเป็นการตัดสินใจที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก เพราะโทนสีชนิดนี้จะทำให้ผลงานการออกแบบมีอารมณ์ความรู้สึกที่อบอุ่นใจและสบายใจ

สำหรับการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจู้ปูฟานทาง ฉากในภาพประกอบเหล่านี้มีความเป็นนิทานสูง กล่าวคือ สามารถสัมผัสได้ถึงบรรยากาศการดำรงชีวิตของตัวละครในนิทาน มีเนื้อหาหลากหลายและสีเข้ากันมาก ผู้ชมสามารถสัมผัสถึงอารมณ์และบรรยากาศการดำรงชีวิตของตัวละครในนิทาน ซึ่งทำให้ภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์หลักและรองต้องแยกแยะให้ชัดเจนด้วย นอกจากนี้ ความกลมกลืนของสียังเพิ่มสีสันให้กับผลงาน สะท้อนถึงบรรยากาศร้านขายอาหารและของว่างในตลาดสมัยโบราณ และผู้ออกแบบอาจเพิ่มการเน้นอารมณ์และองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของภาพประกอบเหล่านี้ได้อีก

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ 2 :

สำหรับการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านลั้วยางจิวเจีย โทนสีโบราณมาก ซึ่งก็เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ รายละเอียดมีความประณีตมาก ผ้าโพกศีรษะดอกโบตั๋นและลวดลายดอกโบตั๋นแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียด ทั้งยังทำให้ความลึกและเทกเจอร์ของภาพทั้งหมดเพิ่มขึ้นด้วย สีอ่อนนุ่มนวลของดอกโบตั๋นดูกลมกลืนกับเครื่องแต่งกายของตัวละครหญิงสาว ถือ เป็นการจับคู่ที่ลงตัว การประยุกต์ใช้ที่ชาญฉลาดเช่นนี้ช่วยให้ภาพประกอบดูน่าสนใจยิ่งขึ้น และองค์ประกอบในภาพประกอบก็ดูมีชีวิตชีวาขึ้น แต่ผู้ออกแบบยังต้องพยายามก้าวข้ามข้อจำกัดต่าง ๆ และกล้าที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ มากกว่านี้ โดยเฉพาะอิริยาบถของตัวละครหญิงสาวที่ก้มศีรษะลงและยิ้มสามารถเพิ่มการพรรณนาเข้าไป ตัวละครหญิงอาจต้องมีการแสดงออกทางอารมณ์มากกว่านี้ และรายละเอียดของดอกโบตั๋นจะต้องชัดเจนกว่านี้ นอกจากนี้ ภาพประกอบไม่มีการแสดงถึงแนวคิดทางศิลปะของบทกวีอย่างลึกซึ้งมากนัก

สำหรับการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจู้ปูฟานทาง สไตล์ภาพแบบสองมิติช่วยสร้างลำดับชั้นภาพที่ชัดเจน มีรายละเอียดมาก แต่ก็ไม่ได้ซับซ้อนเกินไป แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีข้อจำกัดด้านความหลากหลายอยู่ด้วย สไตล์นี้อาจไม่ตอบสนองผู้ชมที่มองหาสิ่งเร้าทางสายตาหรือการแสดงออกเชิงนามธรรม มีเอกลักษณ์ทางภาพที่พิเศษ และสไตล์ภาพของภาพประกอบประเภทนี้ที่ค่อนข้างโบราณทำให้ลำดับชั้นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น และถ่ายทอดแนวความคิดทางศิลปะได้อย่างลึกซึ้ง การจัดวางโครงสร้างเข้าใจง่ายและชัดเจน โดยมุ่งเน้นไปที่ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เป็นภาพที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก แต่ก็ไม่ได้ซับซ้อนเกินไป และถือว่าเป็นไปตามความคาดหวัง ซึ่งผู้ออกแบบอาจเพิ่มเติมรายละเอียดบางส่วนให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นได้

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ 3 :

สำหรับการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจิวเจีย ภาพประกอบมีเสน่ห์น่าดึงดูดมาก สีสดใสสวยงาม และรอยยิ้มของหญิงสาวในภาพก็สดใสมาก แม้แต่ชุดขาวอันและดอกโบตั๋นก็มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนภาพเงาของดอกโบตั๋นที่พื้นหลังนั้นช่วยเพิ่มบรรยากาศโดยรวมให้หนักแน่นขึ้น แต่ยังขาดรายละเอียดและจุดศูนย์กลางสายตา แม้ว่าภาพประกอบนี้จะประสบความสำเร็จในการผสมผสานองค์ประกอบโบราณและสมัยใหม่ แต่ด้านการสร้างสรรค์ยังคงมีช่องว่างสำหรับการพัฒนาอยู่มาก ดังนั้นผู้ออกแบบอาจเพิ่มรายละเอียดและองค์ประกอบภาพมากขึ้น เพื่อให้ผู้ชมสามารถมองเห็นองค์ประกอบที่ละเอียดอ่อนมากขึ้น การนำเสนอภาพที่ประณีตนี้เพิ่มความน่าสนใจให้กับผลงานได้ดี

สำหรับการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจู้ปูฟานทาง เป็นการออกแบบที่เน้นการถ่ายทอดประเพณีและประวัติศาสตร์ของผลิตภัณฑ์ มีการแสดงสัญลักษณ์วัฒนธรรมโบราณและโลโก้แบบตราประทับได้ดีมาก การจัดวางโครงสร้างมีความสร้างสรรค์สอดคล้องกับนวัตกรรมและภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การออกแบบภาพเต็มไปด้วยเรื่องราวและคุณสมบัติในการเล่าเรื่องที่ยอดเยี่ยม ความสำเร็จในการถ่ายทอดอารมณ์และธีมานอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างความโบราณและความทันสมัยได้อย่างดีในแง่ของการเล่าเรื่อง ซึ่งผู้ชมสามารถเข้าใจนิทานพื้นบ้านอันเป็นที่มาของชื่อชุปนี้ได้ ดังนั้น นี่จึงเป็นจุดสนใจที่มีดีมาก ๆ จุดหนึ่งของบรรจุภัณฑ์นี้ นอกจากนี้ ผู้ออกแบบอาจเพิ่มคำอธิบายหรือบริบททางวัฒนธรรม เพื่อช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจสถานการณ์ในภาพประกอบได้ดียิ่งขึ้น

การแก้ไขและผลการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

จากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้สรุปและวิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์แต่ละแบบ เช่น การใช้สี รายละเอียด การแสดงออก ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสารทางอารมณ์ จนในขั้นตอนสุดท้าย ผู้วิจัยได้เลือกแบบร่างที่ 3 ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจิวเจีย และแบบร่างที่ 3 ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้าน หลิวจู้ฟานทาง เพื่อนำมาเข้าสู่กระบวนการแก้ไขปรับปรุง โดยมีผลลัพธ์ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4-16 แบบร่างขั้นสุดท้ายของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ร้านลั่วหยางจิวเจีย

1. จากการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุง ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจิวเจียสามส่วนดังนี้ ส่วนแรกคือ การออกแบบชุดขาวอื่น ผู้วิจัยได้เน้นย้ำองค์ประกอบแบบดั้งเดิมให้โดดเด่นยิ่งขึ้น เช่น คอปกเสื่อ การจับจีบแขนเสื้อ และรายละเอียดที่คาดเอว เป็นต้น รายละเอียดเหล่านี้ได้ถ่ายทอดคุณค่าของวัฒนธรรมราชวงศ์อันโบราณในเมืองลั่วหยาง เช่นความเคารพ ความสง่างาม และความสวยงาม ซึ่งค่านิยมเหล่านี้

สอดคล้องกับความหมายแฝงทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแบรนด์เช่นกัน ดังนั้นจึงทำให้ภาพประกอบนี้มีความน่าสนใจมากขึ้น และผู้วิจัยยังปรับแก้เครื่องประดับตกแต่งบนศีรษะให้มีรายละเอียดมากขึ้น เน้นโลโก้ของแบรนด์ พร้อมทั้งเพิ่มออร่าความเป็นนางฟ้าของตัวละครหญิงสาวให้มากขึ้นด้วย ส่วนรายละเอียดของทรงผมถูกออกแบบให้สอดคล้องกับสไตล์แบบดั้งเดิมของชุดชาวฮั่นมากขึ้นส่วนที่สองคือ รอยยิ้ม การก้มศีรษะ และท่าทางของตัวละครหญิงสาวยังได้รับการปรับปรุงให้สามารถสื่อถึงความมั่นใจในตัวเองและความสง่างามของหญิงสาวยิ่งขึ้น ซึ่งการกระทำเหล่านี้สามารถสื่อถึงคุณค่าของแบรนด์ และทำให้ผู้ชมสามารถสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์กับตัวละครหญิงสาวได้ ส่วนสุดท้ายคือ ภาพเงาของดอกโบตั๋นในภาพพื้นหลัง โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงให้เงานั้นมีความชัดเจนมากขึ้น โดยเน้นโลโก้แบรนด์ไวน์ดอกโบตั๋นเป็นหลัก ทำให้การรับรู้ถึงแบรนด์เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันผู้วิจัยก็เน้นความงดงามของดอกไม้จีนโบราณ และเพิ่มความลึกทางวัฒนธรรมให้กับบรรจุภัณฑ์ด้วยสรุปโดยรวมแล้ว การปรับแก้รายละเอียดเหล่านี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพิ่มความน่าสนใจให้กับบรรจุภัณฑ์ได้ดี และทำให้โดดเด่นไม่เหมือนใคร จนสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้สำเร็จ พร้อมทั้งถ่ายทอดความหมายแฝงทางวัฒนธรรมและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์และคุณค่าทางวัฒนธรรมด้วย

2. ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจิวเจีย ภาพนี้มีความโดดเด่นเด่นด้วยการผสมผสานทางวัฒนธรรม การเลือกสีและองค์ประกอบ และความใส่ใจในรายละเอียด สื่อถึงอารมณ์และธีมของนางฟ้าดอกโบตั๋น ในขณะเดียวกันก็สร้างสมดุลระหว่างความโบราณและความทันสมัย แม้ว่าจะมีความท้าทายอยู่บ้าง แต่ภาพนี้ก็สามารถเอาชนะในหลายๆด้าน จนสามารถทำหน้าที่ในการสืบทอดและสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมได้สำเร็จ



ภาพที่ 4-17 แบบร่างขั้นสุดท้ายของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ร้านหลิวจีปู๋ฟานทาง

1. จากการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจีปู๋ฟานทั้งสามส่วนดังนี้ ส่วนแรกคือ ปรับปรุงองค์ประกอบด้านความมีชีวิตชีวาของตลาดโบราณในภาพประกอบ เช่น ฉากแผงขายของริมถนน ป้ายร้านค้า ตลอดจนเสื้อผ้าและวิถีชีวิตของชาวเมืองในสมัยโบราณ ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้จะช่วยเพิ่มความลึกซึ้งของการเล่าเรื่องและวัฒนธรรมให้กับบรรจุภัณฑ์ ทั้งยังช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าสู่บรรยากาศของตลาดสมัยโบราณผ่านการมองเห็นองค์ประกอบภาพเหล่านี้ และเชื่อมโยงเข้ากับเรื่องราวของแบรนด์สุดท้ายคือ การเลือกสี ผู้วิจัยเลือกใช้สีที่พบได้ทั่วไปในวิถีชีวิตของชาวเมืองสมัยโบราณ เช่น สีน้ำตาลจากโครงสร้างไม้ต่าง ๆ และสีแดงของกระเบื้อง สีเหล่านี้สามารถถ่ายทอดอารมณ์ทางประวัติศาสตร์และและ ความอบอุ่นได้ดี ขณะเดียวกันก็เป็นสีที่สอดคล้องกับธีมของบรรจุภัณฑ์ด้วย การเลือกสีและการเพิ่มองค์ประกอบที่มีรายละเอียด จะช่วยเสริมอารมณ์ทางประวัติศาสตร์และความหมายแฝงทางวัฒนธรรมให้กับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งไม่ใช่แค่รูปลักษณ์ที่น่าสนใจเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวของแบรนด์ด้วย สรุปโดยรวมแล้ว การปรับแก้รายละเอียดเหล่านี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านหลิวจีปู๋ฟานทาง โดยให้ความหมายแฝงทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ทำให้แบรนด์ดูสะอาดตามากขึ้น ขณะเดียวกันก็สร้างความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งระหว่างแบรนด์

กับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตในตลาดโบราณของเมืองลั่วหยาง ซึ่งช่วยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ดี และต่อยอดคุณค่าทางวัฒนธรรมของแบรนด์พร้อมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ด้วย

2. ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจี้ปูฟานทั้ง ภาพนี้อิงจากเรื่องราวอันเป็นที่มาของชื่อซูปูฟาน มีฉากหลังเป็นร้านขายอาหารข้างทางที่มีบรรยากาศของตลาดในลั่วหยางสมัยโบราณ และมีภาพผู้หญิงกำลังทำซูปูฟาน ภาพประกอบนี้ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกอันแรงกล้าผ่านฉากและตัวละครที่มีชีวิตชีวา ท่าทางของผู้หญิงในภาพ บ่งบอกถึงความเอาใจใส่ในการทำซูปูฟาน ซึ่งผู้ชมสามารถสัมผัสได้ถึงอารมณ์และบรรยากาศชีวิตของตัวละครในเรื่องได้ ทำให้ภาพประกอบนี้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น ภาพประกอบนี้มีรายละเอียดมากมาย ตั้งแต่เตาไปจนถึงการตกแต่งร้านอาหารข้างทางซึ่งเพิ่มความรู้สึกสมจริงให้กับผลงานมากขึ้น นอกจากนี้ การนำเสนอภาพที่ประณีตเช่นนี้ยังทำให้ผู้ชมรู้สึกราวกับว่าพวกเขาอยู่ในตลาดสมัยโบราณ และได้สัมผัสกับขั้นตอนการทำน้ำซูปูฟานด้วยตัวเอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์

หลังจากฉบับสุดท้ายของร่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาพประกอบของโรงสุราลั่วหยาง และซูปูไม่พลิกหลิวจี้ได้รับการยืนยัน ดิฉันได้ออกแบบแบบสอบถามสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจผลกระทบที่มีต่อการรับรู้ของผู้บริโภคจากหลายด้าน เช่น ความน่าดึงดูด การเลือกซื้อ การถ่ายทอดอารมณ์ การแข่งขันในตลาดและกำลังซื้อ เป็นต้น โดยผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามทั้งหมด มี 102 คน เป็นรูปแบบที่ไม่ระบุชื่อ มีแบบสอบถาม 100 ฉบับที่ใช้ได้ตอบกลับมาผ่านโซเชียลมีเดียอย่างสะดวก เพื่อให้แน่ใจว่าการออกแบบสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและสามารถแข่งขันได้ผ่านการวิเคราะห์ทางสถิติของข้อมูลแบบสอบถาม โดยแสดงผลการวิเคราะห์ตามตารางต่อไป

คำถามที่ 1 คุณให้ความสนใจกับความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ เมื่อซื้อไวน์ดอกโบตั๋นหรือซูปูฟาน (คำถามเชิงปริมาณ)

ตารางที่ 4-3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 1

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	0	0%
ไม่เห็นด้วย	0	0%
เฉยๆ	9	8.82%

เห็นด้วย	43	42.16%
เห็นด้วยอย่างมาก	50	49.02%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

(1) จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 102 คน การวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพจำนวน 102 ฉบับ พบว่าวัยรุ่นสมัยนี้กว่า 90% ให้ความสนใจกับความสวยงามของการออกแบบผลิตภัณฑ์ เมื่อซื้อสินค้าเป้าหมาย ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าจึงมีความจำเป็นมาก

คำถามที่ 2 คุณชอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยมากกว่า เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋น (คำถามเชิงปริมาณ)

ตารางที่ 4-4 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 2

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	0	0%
ไม่เห็นด้วย	0	0%
เฉยๆ	5	4.9%
เห็นด้วย	51	50%
เห็นด้วยอย่างมาก	46	45.1%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

คำถามที่ 3 คุณชอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์โทนสีเย็นมากกว่า เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ซูปปู่ฟาน (คำถามเชิงปริมาณ)

ตารางที่ 4-5 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 3

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	0	0%
ไม่เห็นด้วย	0	0%
เฉยๆ	19	18.63%
เห็นด้วย	83	81.37%
เห็นด้วยอย่างมาก	0	0%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

(2) การเลือกสีและความพึงพอใจ: เกี่ยวกับสีที่ใช้ในการออกแบบ ผู้ตอบแบบสอบถาม 80% กล่าวว่าพวกเขาพอใจกับการเลือกสีของบรรจุภัณฑ์ และมีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงไม่กี่คนที่รู้สึกเฉยๆ กับการเลือกสี สามารถเพิ่มตัวเลือกสีให้หลากหลายมากขึ้นได้ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีโอกาสเป็นลูกค้าบางรายมีความคาดหวังที่แตกต่างกันในด้านจิตวิทยาสีและความสวยงามของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น การออกแบบในอนาคต ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาเพิ่มตัวเลือกสีที่อาจช่วยตอบสนองความต้องการด้านสุนทรียศาสตร์ที่มากขึ้น

คำถามที่ 4 คุณคิดว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตั๋นและซูปู่ฟาน สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้ซื้อและถ่ายทอดคุณค่าหลักของแบรนด์ (คำถามเชิงปริมาณ)

ตารางที่ 4-6 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 4

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	0	0%
ไม่เห็นด้วย	0	0%
เฉยๆ	8	7.84%
เห็นด้วย	43	42.16%
เห็นด้วยอย่างมาก	51	50%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

3) การถ่ายทอดอารมณ์และแนวคิดการออกแบบ: ในแง่ของการถ่ายทอดอารมณ์ 80% ของผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าบรรจุภัณฑ์ภาพประกอบประสบความสำเร็จในการถ่ายทอดแนวคิดการออกแบบที่ผสมผสานระหว่างประเพณีและความทันสมัย สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการผสมผสานประเพณีทางประวัติศาสตร์และองค์ประกอบร่วมสมัย อย่างไรก็ตาม 15% ของผู้ตอบแบบสอบถามเสนอให้เน้นองค์ประกอบดั้งเดิมมากขึ้นเพื่อเพิ่มความรู้สึกทางประวัติศาสตร์ของแบรนด์ นี่แสดงให้เห็นว่าแบรนด์สามารถดึงดูดเป้าหมายบางส่วนได้โดยการเน้นองค์ประกอบดั้งเดิมมากขึ้น

คำถามที่ 5 คุณคิดว่าบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตั๋นและซูปู่ฟานควรมีคุณลักษณะอย่างไรบ้าง (คำถามแบบเลือกตอบหลายข้อ)

ตารางที่ 4-7 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 5

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
พกพาสะดวก	63	61.76%
ดูมีระดับ	49	48.04%

เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	50	49.02%
ปลอดภัยสุขอนามัย	60	58.82%
อื่นๆ	0	0%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

คำถามที่ 6 หลังจากที่คุณซื้อผลิตภัณฑ์ คุณต้องการให้บรรจุภัณฑ์ภายนอกมีลักษณะอย่างไร (คำถามแบบเลือกตอบข้อเดียว)

ตารางที่ 4-8 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 6

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
สามารถนำมาใช้ซ้ำได้	29	28.43%
สามารถสะสมเป็นของที่ระลึกได้	41	40.2%
สวยงามและมีความโดดเด่นมาก	17	16.67%
สามารถทิ้งได้โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	15	14.71%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

(4) บรรจุภัณฑ์ด้านนอกของไวน์ดอกโบตั๋นและซูปปูฟาน ผู้ตอบแบบสอบถามชอบบรรจุภัณฑ์ที่พกพาสะดวก เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยและถูกสุขอนามัย และสามารถสะสมเป็นของที่ระลึกได้ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ออกแบบในงานวิจัยนี้

คำถามที่ 7 คุณคิดว่าข้อดีของบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซูปปูฟานที่ออกแบบในงานวิจัยนี้คืออะไร (คำถามแบบเลือกตอบข้อเดียว)

ตารางที่ 4-9 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 7

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
เรียบง่ายและทันสมัย	10	9.8%
มีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น	13	12.75%
น่าสนใจและสร้างสรรค์	28	27.45%
มีความดึงดูดสายตา	51	50%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

(5) ในแง่ของรูปลักษณ์ที่น่าดึงดูด ผู้ตอบแบบสอบถาม 50% กล่าวว่าพวกเขาพอใจกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีภาพประกอบของทั้งสองแบรนด์ แสดงให้เห็นว่าการออกแบบมีประโยชน์ในการดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจเชิงบวกให้กับผู้บริโภค ซึ่งภาพประกอบอาจเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้ตอบกับแบรนด์ ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อของพวกเขา และผู้ตอบแบบสอบถาม 27.45% มองว่าการออกแบบนี้มีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น และผู้ตอบแบบสอบถาม 9.8% มองว่าเป็นการออกแบบที่เรียบง่ายและทันสมัย ดังนั้นแล้ว จะเห็นได้ว่าการออกแบบในครั้งนี้บรรลุผลตามเป้าหมาย

คำถามที่ 8 คุณคิดว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตั๋นและซูปปูฟาน สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและฉากการเล่าเรื่องในการออกแบบได้หรือไม่ (คำถามเชิงปริมาณ)

ตารางที่ 4-10 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 8

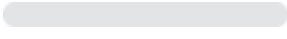
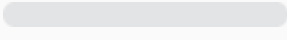
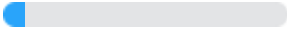
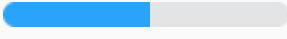
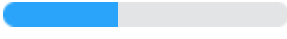
ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วน
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	0	0%
ไม่เห็นด้วย	0	0%
เฉยๆ	6	5.88%
เห็นด้วย	48	47.06%

คำถามที่ 8 คุณคิดว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของไวน์ดอกโบตันและซูปปูฟาน สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและฉากรเล่าเรื่องในการออกแบบได้หรือไม่ [คำถามเชิงปริมาณ] (ต่อ)

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วน
เห็นด้วยอย่างมาก	48	 47.06%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

คำถามที่ 9 คุณคิดว่าบรรจุภัณฑ์ของผู้วิจัยดีกว่าบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แบรนด์เดียวกันที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบันหรือไม่

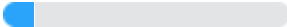
ตารางที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 9

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วน
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	0	 0%
ไม่เห็นด้วย	0	 0%
เฉยๆ	8	 7.84%
เห็นด้วย	53	 51.96%
เห็นด้วยอย่างมาก	41	 40.2%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

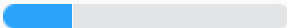
(6) ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่า 90% คิดว่าการออกแบบนี้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและฉากรเล่าเรื่องได้ และผู้ตอบแบบสอบถาม มากกว่า 90% เชื่อว่าแบรนด์ทั้งสองนี้มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจากผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน และมีผู้ตอบแบบสอบถาม 8% ที่รู้สึกเฉยๆ กับประเด็นนี้ และสามารถนำความแตกต่างที่แข็งแกร่งขึ้นไปใช้เพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์ได้ในอนาคตได้ แสดงให้เห็นว่าแม้ว่าการออกแบบจะได้รับการยอมรับจากผู้ตอบแบบสอบถาม แต่แบรนด์ยังคงมีช่องว่างสำหรับการเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์อีก

คำถามที่ 10 คุณคิดว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้วิจัยควรสื่อถึงการออกแบบแบบดั้งเดิมหรือการออกแบบสมัยใหม่มากกว่า (คำถามแบบเลือกตอบข้อเดียว)

ตารางที่ 4-12 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 10

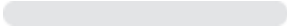
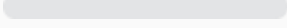
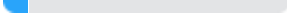
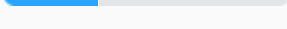
ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วน
การออกแบบแบบดั้งเดิม	11	 10.78%

คำถามที่ 10 คุณคิดว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้วิจัยควรสื่อถึงการออกแบบแบบดั้งเดิมหรือการออกแบบสมัยใหม่มากกว่า [คำถามแบบเลือกตอบข้อเดียว] (ต่อ)

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วน
การออกแบบสมัยใหม่	25	 24.51%
การผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมและความทันสมัย	66	 64.71%
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	

คำถามที่ 11 คุณคิดว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้วิจัย สามารถถ่ายทอดแนวคิดเรื่อง การผสมผสานการออกแบบแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ได้หรือไม่ (คำถามเชิงปริมาณ)

ตารางที่ 4-13 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของคำถามที่ 11

ตัวเลือก	จำนวน	อัตราส่วน
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	0	 0%
ไม่เห็นด้วย	0	 0%
เฉยๆ	9	 8.82%
เห็นด้วย	34	 33.33%
เห็นด้วยอย่างมาก	59	 57.84%

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	102	
----------------------	-----	--

(7) ผู้ตอบแบบสอบถาม 90% คิดว่าบรรรจุภัณฑ์นี้ประสบความสำเร็จในการถ่ายทอดแนวคิดเรื่องการผลิตผสมผสานการออกแบบแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการผสมผสานประเพณีทางประวัติศาสตร์และองค์ประกอบร่วมสมัย อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบแบบสอบถาม 24.51% เสนอว่าควรเน้นย้ำองค์ประกอบแบบสมัยใหม่ให้มากขึ้น และผู้ตอบแบบสอบถาม 10.78% เสนอว่า ควรเน้นย้ำองค์ประกอบแบบดั้งเดิมให้มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสุนทรียภาพของผู้คนมีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ออกแบบจะต้องพยายามสร้างสมดุลให้มากที่สุดในการวิจัยในอนาคต

จากผลตอบรับของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุง ดังต่อไปนี้

1) รักษาความยั่งยืน: ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เน้นความสำคัญของความยั่งยืนในการตัดสินใจซื้อของพวกเขา ดังนั้น ดิฉันจึงแนะนำให้เน้นองค์ประกอบของความยั่งยืนในการออกแบบบรรรจุภัณฑ์

2) การเน้นองค์ประกอบการออกแบบ: เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายบางคนต้องการเน้นองค์ประกอบแบบดั้งเดิมให้มากขึ้น ดังนั้นผู้ออกแบบอาจค้นหาความสมดุลในการออกแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้

3) เสริมสร้างความแตกต่าง: แม้ว่าจะมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน แต่การเสริมสร้างความแตกต่างของแบรนด์จะช่วยปรับปรุงการจดจำและดึงดูดผู้บริโภคมากขึ้น

4) ให้ความสนใจกับการตีพิมพ์ของตลาดอย่างต่อเนื่อง: ดำเนินการสำรวจตลาดอย่างสม่ำเสมอและให้ความสนใจกับการตีพิมพ์ของผู้บริโภคเพื่อรักษาความอ่อนไหวต่อแนวโน้มของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค

5) ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม: ผู้ตอบแบบสอบถามบางคนต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บรรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคในอนาคตเข้าใจผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น

สรุปข้อย่อย

1. การวิจัยการออกแบบนี้ช่วยให้เข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินที่มีความโดดเด่นที่สุดและเป็นสัญลักษณ์ของเมืองลั่วหยาง มณฑลเหอหนาน โดยเฉพาะไวน์ดอกโบตั๋นและซุ้ปปูฟาน

2. การวิจัยการออกแบบนี้ได้วิเคราะห์วัฒนธรรมการกินของลั่วหยาง รวมถึงลักษณะเด่นและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของซุ้ปปูฟานและไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง

3. การวิจัยการออกแบบนี้ได้ออกแบบภาพประกอบบรรรจุภัณฑ์อาหารของไวน์ดอกโบตั๋นและซุ้ปปูฟานที่มีสไตล์เป็นเอกลักษณ์

4. แบบสอบถามนี้ได้ค้นพบความน่าดึงดูดทางสายตาและผลกระทบทางอารมณ์ของตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบสอดคล้องกับค่านิยมของแบรนด์และคาดว่าจะดึงดูดผู้บริโภค ในอนาคตมากขึ้น ข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้จะช่วยให้ดิฉันปรับปรุงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนอง ความต้องการของตลาด

ขั้นตอนต่อไปที่แนะนำ:

ข้อสรุปและข้อเสนอแนะเหล่านี้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถชี้นำการปรับปรุงกลยุทธ์การ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ในอนาคต และเพิ่มบทบาทของแบรนด์ในตลาดที่มี การแข่งขันสูง ขั้นตอนต่อไป ดิฉันจะทำการสำรวจตลาดในเชิงลึกมากขึ้นเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของวัฒนธรรมและ ภูมิภาคต่าง ๆ ตลอดจนการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการออกแบบใหม่ ดิฉันจะยังคง สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคในอนาคต เพื่อให้แน่ใจว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นไปตามความ คาดหวังของพวกเขา ผ่านแบบสอบถาม ดิฉันรู้ว่าควรเน้นความน่าดึงดูดทางสายตา ผลกระทบทาง อารมณ์และความสอดคล้องของค่านิยมของแบรนด์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คำแนะนำเหล่านี้จะ เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคตของดิฉัน เพื่อให้แน่ใจว่า จะประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาด

สรุป

1. จากการวิจัยและการวิเคราะห์ผลงานการออกแบบในบทที่ 4 ผู้วิจัยพบว่า คุณค่า การออกแบบและความสำคัญทางวัฒนธรรมที่สื่อถึง แน่นอนว่าอาจมีความท้าทายและข้อเสียอยู่บ้าง เราจะเห็นได้ว่า การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์นี้ประสบความสำเร็จในการ ผสมผสานองค์ประกอบแบบโบราณและแบบสมัยใหม่อย่างลงตัว สามารถสื่อถึงความรู้สึกใกล้ชิด ความสูงส่ง และความกลมกลืนกัน ตลอดจนความหมายเชิงสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมลัวหยางและ ดอกโบตั๋น ซึ่งการผสมผสานความโบราณและความทันสมัยเช่นนี้ทำให้ผลงานมีเสน่ห์ที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งยังมีความเป็นสากลในด้านปริภูมิด้วย โดยรวมแล้ว นี่คือผลงานการออกแบบภาพประกอบที่มี ความหมายแฝงและน่าดึงดูดอย่างยิ่ง เป็นภาพที่มีการนำเสนอเรื่องราวตำนานพื้นบ้านในสมัยโบราณ ขณะเดียวกันก็นำประสบการณ์ภาพและอารมณ์ที่ยอดเยียมมาสู่ผู้ชมด้วย

2. ไม่เพียงเท่านั้น จากการศึกษายังพบว่า การประเมินเป็นส่วนสำคัญในการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ นอกจากจะเป็นตัวชี้วัดความน่าสนใจและดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังส่งผลต่อ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระดับสูงด้วย และการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่มี บทบาทสำคัญในการเป็นสะพานเชื่อมระหว่างผลิตภัณฑ์และผู้บริโภค

การประเมินการออกแบบจะช่วยให้บรรจุกฎเกณฑ์ของเรามีแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิด การตอบสนองทางอารมณ์ได้ ซึ่งบรรจุกฎเกณฑ์สามารถกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ เช่น ความสุข ความอยากรู้อยากเห็น ความเพลิดเพลิน ฯลฯ ผ่านการเลือกสี ภาพ การจัดวาง และองค์ประกอบ อื่นๆ ทั้งนี้ การเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคนี้ จะทำให้เกิดการส่งเสริมและ การเผยแพร่แบบปากต่อปาก

การออกแบบจะทำให้บรรจุกฎเกณฑ์สามารถถ่ายทอดคุณค่าและเรื่องราวของแบรนด์ได้ดีขึ้น ซึ่งบรรจุกฎเกณฑ์จะถ่ายทอดค่านิยมหลักของแบรนด์ เช่น ความยั่งยืน ความหรูหรา หรือความคิด สร้างสรรค์ ผ่านการเลือกภาพ สี และการจัดวางที่เหมาะสม สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจ อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับแบรนด์ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความภักดีต่อแบรนด์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

3. การวิจัยในอนาคต สามารถสำรวจความต้องการของผู้บริโภคต่อองค์ประกอบ การออกแบบได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ซึ่งรวมถึงแง่มุมต่างๆ เช่น สี รูปร่าง การจัดวาง รูปภาพ และอื่นๆ ทั้งยัง สามารถศึกษาความชอบด้านการออกแบบของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เพื่อตอบสนองความ ต้องการของพวกเขาได้ดีขึ้น และสร้างบรรจุกฎเกณฑ์ที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

เนื่องจากผู้คนเริ่มให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นการวิจัยในอนาคต อาจมุ่งเน้นไปที่การออกแบบที่ยั่งยืน ซึ่งรวมถึงการใช้วัสดุหมุนเวียน ลดของเสียจากบรรจุกฎเกณฑ์ และการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การวิจัยประเภทนี้สามารถส่งเสริมการพัฒนา ที่ยั่งยืน และปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในอนาคตได้ดีขึ้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทที่ห้าของวิทยานิพนธ์นี้ ประกอบด้วยการสรุปข้อค้นพบของการศึกษา ความสำคัญของข้อค้นพบ การอภิปรายและการตีความ ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อจำกัดของการวิจัย และแนวทางการวิจัยในอนาคต

สรุปและอภิปราย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองลั่วหยาง มณฑลเหอหนาน เพื่อวิเคราะห์วัฒนธรรมการกินของเมืองลั่วหยาง และลักษณะกับวัฒนธรรมที่โดดเด่นของซุப்பு๋ฟานและไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง และเพื่อออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารที่เป็นเอกลักษณ์สำหรับซุப்பு๋ฟานและไวน์ดอกโบตั๋นของเมืองลั่วหยาง จากการประเมินการออกแบบและการสัมภาษณ์ผู้ชมแล้ว ผู้วิจัยได้เลือกการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจี๋เจียและร้านหลิวจี๋ปู๋ฟานทั้ง เพื่อถ่ายทอดองค์ประกอบทางวัฒนธรรมโบราณและตำนานพื้นบ้านของเมืองลั่วหยาง โดยในระหว่างการวิจัย ผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสามท่านเข้าร่วมในการประเมินการออกแบบ แต่เนื่องจากข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ การประเมินการออกแบบจึงเป็นไปในรูปแบบการสัมภาษณ์ออนไลน์และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เพื่อเลือกการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ สำหรับนำไปปรับปรุงในขั้นตอนต่อไป เมื่อได้ภาพประกอบที่ได้รับคะแนนการประเมินสูงสุดแล้ว จากนั้นปรับแก้การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ขั้นสุดท้าย แล้วจึงนำภาพประกอบทั้งสองภาพที่ได้รับเลือกไปสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้แน่ใจว่าภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบในงานวิจัยครั้งนี้สามารถตอบสนองความต้องการของแบรนด์และกลุ่มเป้าหมายได้จริง

1. จากผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญและผลการประเมินของตลาด ผู้วิจัยได้เลือกการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจี๋เจีย 1 ภาพ เพื่อดำเนินการปรับแก้ขั้นสุดท้าย และการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจี๋ปู๋ฟานทั้ง 1 ภาพ ซึ่งภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านลั่วหยางจี๋เจียได้รับแรงบันดาลใจจากตำนานพื้นบ้านเรื่องนางฟ้าดอกโบตั๋น และใช้สีโทนอบอุ่นเป็นหลัก ซึ่งประสบความสำเร็จในการถ่ายทอดอารมณ์แห่งความลึกซึ้งและความสง่างามของนางฟ้าดอกโบตั๋น ส่วนภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ของร้านหลิวจี๋ปู๋ฟานทั้งได้รับแรงบันดาลใจจากตำนานพื้นบ้านอันเป็นที่มาของชื่อซุப்பு๋ฟาน และใช้โทนเย็นเป็นหลัก เช่น สีน้ำดาล

สีเขียว และสีส้มเอิร์ธโทน ซึ่งภาพนี้ประสบความสำเร็จในการแสดงบรรยากาศของร้านขายอาหารข้างทางในตลาดสมัยโบราณของเมืองลั่วหยาง ภาพประกอบทั้งสองภาพนี้ล้วนมีความสอดคล้องกับรูปแบบโลโก้ของร้านทั้งสองแห่ง และยังทำให้แบรนด์เป็นที่จดจำมากขึ้นด้วย

2. ในการประเมินการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญได้เน้นย้ำถึงการเลือกใช้สีและการแสดงรายละเอียดของภาพประกอบ เช่น การวาดดอกโบตั๋น การออกแบบชุดชาวฮั่น และภาพเงาพื้นหลัง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้เพิ่มมิติและความน่าสนใจให้กับภาพประกอบ ทำให้ภาพประกอบสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ ขณะที่ การแสดงออกทางอารมณ์ของภาพและการจับคู่เรื่องราว ยังทำให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงทางอารมณ์ได้ด้วย

อย่างไรก็ตาม ภาพนี้ยังคงมีข้อเสียบางประการที่ต้องปรับปรุง เช่น ข้อจำกัดทางวัฒนธรรม ภาพนี้เน้นย้ำองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของจีนมาก เช่น ตำนานนางฟ้าดอกโบตั๋นและชุดชาวฮั่น ซึ่งอาจนำไปสู่ความเข้าใจและอารมณ์ร่วมที่จำกัดของภาพประกอบในตลาดต่างประเทศ เนื่องจากผู้ชมในวัฒนธรรมและภูมิภาคที่แตกต่างกันอาจไม่รู้จักรักและไม่เข้าใจองค์ประกอบเหล่านี้มากพอ ดังนั้น ภาพประกอบนี้จึงยังคงมีความท้าทายในด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ข้อจำกัดของผู้ชม สไตล์ของภาพประกอบนี้ค่อนข้างเป็นแนวคิดส่วนตัว อาจไม่สอดคล้องกับความชื่นชอบส่วนตัวของทุกคน แม้ว่าเนื้อหาของภาพประกอบนี้จะยังเป็นแบบดั้งเดิม แต่บางคนอาจชอบงานศิลปะรูปแบบอื่นมากกว่า ซึ่งสิ่งนี้อาจจำกัดความน่าดึงดูดของผลงานนี้สำหรับผู้ชมในวงกว้าง ความท้าทายของการสร้างสรรค์ แม้ว่าภาพประกอบนี้จะประสบความสำเร็จในการผสมผสานความโบราณและความทันสมัย แต่ด้านความคิดสร้างสรรค์ยังมีพื้นที่สำหรับพัฒนาได้อีก การพยายามทดลองและก้าวข้ามความดั้งเดิมอาจช่วยเพิ่มความโดดเด่นให้กับผลงานได้ และช่วยดึงดูดผู้ชมได้กว้างขึ้น

3. ในการสัมภาษณ์ผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เน้นย้ำถึงรูปลักษณ์ที่น่าสนใจของภาพประกอบเหล่านี้และความสอดคล้องกับคุณค่าของแบรนด์ พวกเขาคิดว่าภาพประกอบเหล่านี้ประสบความสำเร็จในการถ่ายทอดองค์ประกอบทางวัฒนธรรมและตำนานพื้นบ้านของจีน และสอดคล้องกับเรื่องราวของแบรนด์ ความดึงดูดใจของภาพประกอบทำให้พวกเขาต้องการได้พบกับแบรนด์ และสร้างการเชื่อมต่อทางอารมณ์ ข้อค้นพบเหล่านี้เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของภาพประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของร้าน

ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนมีมุมมองด้านสุนทรียศาสตร์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นความชอบและการให้คะแนนผลงานภาพประกอบนี้จึงแตกต่างกันไป บางคนชอบสีโทนอบอุ่นและภาพที่มีการแสดงออกทางอารมณ์ ขณะที่บางคนชอบสีโทนเย็นและภาพที่มีรายละเอียดมาก จากความแตกต่างนี้จะเห็นได้ว่า วัฒนธรรมและภูมิหลังของผู้ให้สัมภาษณ์มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของพวกเขาเกี่ยวกับการออกแบบภาพประกอบ ผู้ที่มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันย่อมมีความเข้าใจและความผูกพันที่แตกต่างกันเกี่ยวกับองค์ประกอบแบบโบราณของเมืองลั่วหยางที่สะท้อนให้เห็นในภาพประกอบนี้

นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนกล่าวว่าพวกเขาชอบบรรจุภัณฑ์ที่เรียบง่ายกว่านี้ และคิดว่าการออกแบบที่ซับซ้อนเกินไปอาจทำให้บรรจุภัณฑ์สูญเสียจุดเด่นที่น่าดึงดูดใจไป ขณะที่ อีกกลุ่มหนึ่งกล่าวถึงความหลากหลายและความคิดสร้างสรรค์ของการออกแบบนี้ว่า พวกเขาคาดหวังที่จะได้เห็นองค์ประกอบการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์มากกว่านี้

4. จากข้อค้นพบเหล่านี้ ผู้วิจัยเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ที่เลือกสามารถสนองวัตถุประสงค์การวิจัยและความต้องการของแบรนด์ ด้วยเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะภูมิภาคของไวน์ดอกโบตั๋นและชุปู้ฟาน และการนำเสนอวัฒนธรรมดอกโบตั๋นและวัฒนธรรมการดื่มชุปู้ฟานของเมืองลั่วหยางให้กับผู้บริโภค ผ่านทางภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบอย่างชาญฉลาด ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสัมผัสถึงเสน่ห์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมอันเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ลั่วหยางจากบรรจุภัณฑ์อาหารทั้งสองชนิดนี้ นอกจากนี้ เรายังเห็นอย่างชัดเจนว่า ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ทั้งสองภาพนี้สามารถทำให้แบรนด์สมบูรณ์และเผยแพร่ตำนานและวัฒนธรรมพื้นบ้านของเมืองลั่วหยางได้ โดยการออกแบบภาพประกอบที่มีเสน่ห์น่าดึงดูดใจ และการเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมซึ่งเป็นรากฐานที่มั่นคงสำหรับความสำเร็จของแบรนด์และการเผยแพร่เรื่องราว

ความสำคัญของข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้มีความสำคัญในหลายด้าน ประการแรก ภาพประกอบเหล่านี้ช่วยเติมเต็มเรื่องราวของแบรนด์และถ่ายทอดองค์ประกอบทางวัฒนธรรมดั้งเดิมและตำนานพื้นบ้านของลั่วหยาง โดยภาพประกอบของไวน์ดอกโบตั๋นมีความโดดเด่นด้านความลึกซึ้งและความงดงามในวัฒนธรรมลั่วหยาง และมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับตำนานนางฟ้าดอกโบตั๋น ส่วนภาพประกอบของชุปู้ฟานชวนให้นึกถึงประเพณีและภาพในอดีตของตลาดสมัยโบราณของเมืองลั่วหยาง สามารถถ่ายทอดความรู้สึกอันอบอุ่นและความโบราณได้ดี ภาพประกอบเหล่านี้ช่วยเติมเต็มช่องว่างของเผยแพร่วัฒนธรรม และเป็นเครื่องมืออันทรงพลังสำหรับการเผยแพร่แบรนด์

ประการที่สอง ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยภาพประกอบของไวน์ดอกโบตั๋นและภาพประกอบของชุปู้ฟานประสบความสำเร็จในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีช่วงวัยและมีภูมิหลังทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ ความสอดคล้องนี้ช่วยให้ลูกค้าจดจำแบรนด์และเกิดความไว้วางใจต่อแบรนด์

การอภิปรายและการตีความ

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้นำไปสู่การอภิปรายและการตีความที่น่าสนใจมากมาย ประการแรก ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าการเลือกสีมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารทางอารมณ์และความ

สอดคล้องกับแบรนด์ โทนี่ที่ต่างกันจะเพิ่มความลึกซึ้งให้กับอารมณ์และเรื่องราวต่างๆ ในภาพประกอบ ดังนั้น การใช้สีโทนอบอุ่นออกแบบภาพประกอบของไวน์ดอกโบตั๋นจึงช่วยเพิ่มความลึกซึ้งและความสง่างามให้กับภาพ ทั้งยังกลมกลืนกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ด้วย และการใช้สีโทนเย็นและสีน้ำตาลออกแบบภาพประกอบของซูปัฟานชวนให้นึกถึงบรรยากาศในอดีตของร้านขายอาหารข้างทางในตลาดสมัยโบราณ และยังเพิ่มสีสันให้กับแบรนด์ไม่น้อย

ประการที่สอง การนำเสนอรายละเอียดก็มีความสำคัญมากเช่นกัน คุณภาพของภาพวาดดอกโบตั๋น การออกแบบชุดชาฮั่น และความซับซ้อนของภาพเงาพื้นหลังในภาพประกอบของไวน์ดอกโบตั๋น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นตัวช่วยที่เพิ่มมิติและความน่าสนใจให้กับภาพประกอบทั้งสิ้น ซึ่งผู้ชมจะสามารถชื่นชมทุกรายละเอียดและสัมผัสได้ถึงความสวยงามของภาพประกอบ นอกจากนี้ ภาพประกอบนี้ยังประสบความสำเร็จในการจับคู่การแสดงอารมณ์กับเรื่องราวด้วย ทำให้ลูกค้าสามารถเกิดการเชื่อมต่อทางอารมณ์กับแบรนด์ได้

นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพประกอบต่างๆ ยังควรค่าแก่การอธิบายในงานวิจัยนี้ด้วย ภาพประกอบของไวน์ดอกโบตั๋นและซูปัฟานต่างแสดงให้เห็นถึงแง่มุมต่าง ๆ ของวัฒนธรรมดั้งเดิมในเมืองลั่วหยาง และทำให้แบรนด์มีความหลากหลายและดึงดูดผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง ความหลากหลายเช่นนี้ ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มการจดจำแบรนด์เท่านั้น แต่ยังดึงดูดลูกค้าประเภทต่างๆ ได้ดีด้วย

ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้เกี่ยวข้องกับคำถามวิจัยอย่างใกล้ชิด ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการเลือกการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถถ่ายทอดองค์ประกอบทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของลั่วหยาง และเหมาะสมกับเรื่องราวของแบรนด์ สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมโยงทางอารมณ์ ซึ่งข้อค้นพบเหล่านี้ได้ตอบคำถามการวิจัยครั้งนี้อย่างชัดเจน ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลและความสำคัญของการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์

ข้อจำกัดของการวิจัย

แม้ว่าการวิจัยครั้งนี้จะให้ข้อค้นพบที่สำคัญ แต่เรายังคงต้องอธิบายข้อจำกัดของการวิจัยครั้งนี้ตามความเป็นจริงด้วย เช่น ข้อจำกัดด้านตัวอย่าง และอติวิสัยของการประเมินการออกแบบการประเมินการออกแบบขึ้นอยู่กับมุมมองส่วนตัวด้านสุนทรียศาสตร์ของผู้ประเมิน ดังนั้น อาจมีเจตคติส่วนตัวและความแตกต่างระหว่างบุคคลในการประเมิน ข้อจำกัดเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการคาดการณ์และความสามารถในการสรุปผลลัพธ์ของการวิจัยนี้ ดังนั้น การวิจัยในอนาคตจึงควร

ใช้เกณฑ์ที่เป็นกลางมากขึ้นในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อค้นพบ นอกจากนี้ยังมี ข้อจำกัดด้านการรวบรวมข้อมูลและขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ด้วย ซึ่งผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรขยายขนาดกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้นสำหรับการวิจัยในอนาคต และข้อจำกัดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะภูมิภาค ซึ่งผู้วิจัยแนะนำให้ขยายขอบเขตภูมิภาคของการวิจัยในอนาคตให้กว้างขึ้น เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น

แนวทางการวิจัยในอนาคต

แนวทางการวิจัยในอนาคต เช่น การสำรวจเพิ่มเติมเกี่ยวกับอิทธิพลของสไตล์ภาพประกอบและธีมต่างๆ รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้กับการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในวงกว้าง นอกจากนี้ยังสามารถวิจัยอิทธิพลของการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อการจดจำตราสินค้าและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อกำหนดมูลค่าที่แท้จริงในตลาด

สรุป

จากการอภิปรายข้างต้น ข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซุப்புฟานของเมืองลั่วหยาง ได้นำเสนอเอกลักษณ์คุณภาพ และภูมิหลังทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ ทั้งยังเติมเต็มเรื่องราวของแบรนด์ ผ่านรูปแบบและการจับคู่สีที่แตกต่างกัน ซึ่งการออกแบบแต่ละชิ้นล้วนแสวงหาความงามและศิลปะแห่งภาพขณะเดียวกันก็สื่อถึงการรับรู้และการสืบทอดวัฒนธรรมและค่านิยมที่เฉพาะเจาะจง สร้างอารมณ์ร่วมและการเชื่อมโยงสถานการณ์ระหว่างผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์เหล่านี้ได้มอบคุณค่าเป็นรากฐานที่มั่นคงสำหรับการเผยแพร่แบรนด์ และยังเป็นเวทีพิเศษในการเผยแพร่ตำนานพื้นบ้านและวัฒนธรรมดั้งเดิมของเมืองลั่วหยางด้วย ทั้งนี้ เราได้วางรากฐานที่มั่นคงสำหรับความสำเร็จของแบรนด์ ผ่านกระบวนการประเมินการออกแบบที่วางแผนไว้อย่างรอบคอบนี้ รอคอยที่จะเห็นความสำเร็จของแบรนด์อาหารทั้งสองชนิดนี้ในตลาด และการดึงดูดผู้บริโภคจำนวนมาก ตลอดจนรอคอยที่จะได้เห็นการเผยแพร่สาระสำคัญและเสน่ห์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมของเมืองลั่วหยางต่อไป

บรรณานุกรม

- Bosch, N., & De Pelsmacker, P. (2016). Influence of Package Design on Consumers' Willingness to Buy Private Label Brands. *Food Quality and Preference*, (53), 71-83.
- Chen, T., & Huang, Z. (2019). Research on the Application of Chinese Traditional Culture in Modern Packaging Design. *Chinese Art Education*, (5), 49-53.
- Chen, Y. (2022). Analysis of the integration of illustrations and packaging design in the context of cultural creativity. *Green Packaging*, (01), 72-75.
doi:10.19362/j.cnki.cn10-1400/tb.2022.01.014.
- Huang, Y. (2018). Cultural Characteristics and Innovation of Color Design of Chinese Food Packaging. *Packaging Engineering*, 39(5), 31-35.
- Lee, K., & Lee, S. (2018). The Impact of Packaging Color on Consumer Behavior: Exploring the Role of Perceived Food Healthiness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(6), 1-14.
- Li, H., & Zhao, L. (2020). Research on the relationship between packaging color and brand image of Chinese liquor. *Packaging Technology and Products*, 10(3), 40-45.
- Li, M., & Zhang, W. (2020). Sustainable Development and Innovation of Food Packaging in China. *China Food Industry*, 41(11), 78-82.
- Lockhart, J., & Salgado, M. (2020). Sustainable Packaging Design: A Review. *Sustainability*, 12(4), 1-18.
- Pettigrew, S., & Charters, S. (2017). The Use of Packaging Elements to Create Brand Personality. *Journal of Marketing Management*, 33(5-6), 404-427.
- Sundar, A., & Washburn, J. (2019). The Role of Packaging Design in Building Brand Identity. *Journal of Brand Management*, 26(1), 1-13.
- Wang, W., & Peng, H. (2019). The Role and Challenges of Chinese Packaging Design in Cultural Inheritance. *Packaging Engineering*, 40(10), 1-5.
- Xiong, Y. (2020). Analysis of design application of commercial illustrations in Packaging Design. *Tomorrow's Fashion*, (22), 50-51.

- Zhang, J., & Li, M. (2017). Research on the relationship between packaging design and brand value of high-end liquor in China. *Packaging Engineering*, 38(12), 24-29.
- Zhang, Y. (2020). A brief analysis of the application of illustrations in packaging design modeling. *Artist*, (09), 36.
- Zhang, Z. (2022). Discussion on the integration strategy of illustration and packaging design in the context of cultural creativity. *Daguan*, (04), 83-85





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
เอกสารราชการ

ผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



เลขที่ IRB4-029/2566

เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาโครงการวิจัย

รหัสโครงการวิจัย: G-HU 005/2566

โครงการวิจัยเรื่อง: การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซุ้ปปูฟานของเมืองลั่วหยาง

หัวหน้าโครงการวิจัย: Ms.LINA CHEN

หน่วยงานที่สังกัด: คณะศิลปกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการหลัก (งานนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์):

รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณุ สรวายสุวรรณ หน่วยงานที่สังกัด: คณะศิลปกรรมศาสตร์

วิธีทบทวน:

☒ Exemption

☐ Expedited

☐ Full board

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ตัวอย่างการวิจัยและผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงการวิจัยที่เสนอได้ (ดูตามเอกสารตรวจสอบ)

- | | |
|--|---|
| 1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ | ฉบับที่ 2 วันที่ 3 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 |
| 2. โครงการวิจัยฉบับภาษาไทย | ฉบับที่ 1 วันที่ 14 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566 |
| 3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 2 วันที่ 3 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 |
| 4. เอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 1 วันที่ 14 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566 |
| 5. แบบเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น แบบบันทึกข้อมูล (Data Collection Form) | |
| แบบสอบถาม หรือสัมภาษณ์ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | ฉบับที่ 1 วันที่ 14 เดือน มกราคม พ.ศ. 2566 |
| 6. เอกสารอื่น ๆ (ถ้ามี) | ฉบับที่ - วันที่ - เดือน - พ.ศ. - |

วันที่รับรอง : วันที่ 11 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566

วันที่หมดอายุ : วันที่ 11 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

(ดร.พิมลพรรณ เลิศล้ำ)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา
สำหรับโครงการวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา และระดับปริญญาตรี
ชุดที่ 4 (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

**** หมายเหตุ การรับรองนี้มีรายละเอียดตามที่ระบุไว้ด้านหลังเอกสารรับรอง ****

หนังสือเชิญผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน มหาวิทยาลัยบูรพา บัณฑิตวิทยาลัย โทร. ๒๗๐๐ ต่อ ๗๐๑, ๗๐๕, ๗๐๗
ที่ อว ๘๑๓๗/๓๕๒๘ วันที่ ๑๓ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕
เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ปัทมรัตน์ คุณพูนทรัพย์ (คณะศิลปกรรมศาสตร์)

ด้วย Ms. LINA CHEN รหัสประจำตัวนิสิต ๖๓๙๒๐๐๖๘ นิสิตหลักสูตรศิลปกรรมศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้รับอนุมัติเค้าโครงวิทยานิพนธ์ เรื่อง
“การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและชุปูฟานของเมืองลั่วหยาง” โดยมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาณุ สรวายสุวรรณ เป็นประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการเตรียม
เครื่องมือการวิจัย นั้น

เนื่องจากท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวิจัยดังกล่าวอย่างดียิ่ง ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัยของนิสิต
ดังกล่าวแนบ ทั้งนี้ สามารถติดต่อนิสิตดังรายนามข้างต้น ได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙๒-๒๙๑๙๐๙๓ หรือที่
E-mail: 63920068@go.buu.ac.th

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ อว ๘๑๓๗/๑๓๒๐

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
๑๖๙ ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๓ กันยายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอเชิญบุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. คำโครววิทยานิพนธ์
๒. เครื่องมือวิจัย

ด้วย Ms. LINA CHEN รหัสประจำตัวนิสิต ๖๓๙๒๐๐๖๘ นิสิตหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้รับอนุมัติคำโครววิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและชุปู๊ฟานของเมืองลั่วหยาง” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภานุ สรวัยสุวรรณ เป็นประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการเตรียมเครื่องมือการวิจัย นั้น

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอเรียนเชิญบุคลากรในสังกัดของท่าน คือ อาจารย์ ดร.วาทีตา เอื้อเจริญ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ และบรรณารักษศาสตร์ ซึ่งเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับการวิจัยดังกล่าวอย่างดียิ่ง เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย ดังเอกสารแนบ ทั้งนี้ สามารถติดต่อนี้สติดังรายนามข้างต้น ได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙๒-๒๙๑๙๐๙๓ หรือที่ E-mail: 63920068@go.buu.ac.th

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

สำเนาเรียน อาจารย์ ดร.วาทีตา เอื้อเจริญ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
โทร ๐๓๘ ๑๐๒ ๗๐๐ ต่อ ๗๐๕, ๗๐๗
อีเมล grd.buu@go.buu.ac.th



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน มหาวิทยาลัยบูรพา บัณฑิตวิทยาลัย โทร. ๒๗๐๐ ต่อ ๗๐๑, ๗๐๕, ๗๐๗
ที่ อว ๘๑๓๗/๓๕๒๙ วันที่ ๑๓ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕
เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ คณิตวานันท์ (คณะศิลปกรรมศาสตร์)

ด้วย Ms. LINA CHEN รหัสประจำตัวนิสิต ๖๓๙๒๐๐๖๘ นิสิตหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้รับอนุมัติเค้าโครงวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซูปัฟานของเมืองลั่วหยาง” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภานุ สรวายสุวรรณ เป็นประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการเตรียมเครื่องมือการวิจัย นั้น

เนื่องจากท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวิจัยดังกล่าวอย่างยิ่ง ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัยของนิสิต ดังเอกสารแนบ ทั้งนี้ สามารถติดต่อนิสิตตั้งรายนามข้างต้น ได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙๒-๒๕๑๙๐๙๓ หรือที่ E-mail: 63920068@go.buu.ac.th

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ใบตอบรับการตีพิมพ์บทความ



วันที่ 20 ธันวาคม 2566

เรื่อง การนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ
สายสังคมศาสตร์

เรียน คุณ Lina Chen และ คุณ Panu Suaysuwan

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัยและเข้านำเสนอต่อคณะกรรมการในคราวการประชุมวิชาการบรรยายพิเศษและ
นำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ สายสังคมศาสตร์ ในวันที่ 15 ธันวาคม 2566 ผ่านระบบ Online จัด
โดยคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และเครือข่ายวิชาการร่วมกับ 3 สถาบันอุดมศึกษา
นั้น

บัดนี้ การดำเนินโครงการข้างต้นเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว โดยคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาบทความ
ให้บทความวิจัย เรื่อง “การออกแบบภาพประกอบสำหรับบรรจุภัณฑ์ไวน์ดอกโบตั๋นและซูปปูฟานของเมือง
ลั่วหยาง” ซึ่งบทความของท่านได้ผ่านการประเมินและให้จัดพิมพ์การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับ
บัณฑิตศึกษาแห่งชาติ สายสังคมศาสตร์ (Proceeding) ต่อไป

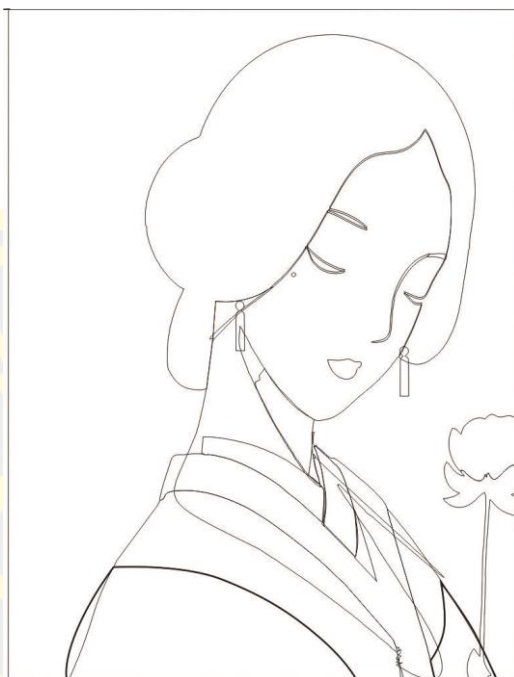
จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)
ประธานจัดงานประชุมฯ ปฏิบัติหน้าที่แทน
คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม



ภาคผนวก ข
ภาพร่างและผลงาน



ภาพร่างบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านลั่วหยางจีวเจีย 1



ภาพร่างบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านลั่วหยางจีวเจีย 2



ภาพร่างบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านลั่วหยางจีวเจีย 3



ภาพร่างบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านหลิวจีปูฟานทาง 1



ภาพร่างบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านหลิวจี่ปูฟานทาง 2



ภาพร่างบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านหลิวจี้ปูฟานทาง 3



ภาพจริงบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านลั่วหยางจีวเจีย (ด้านหน้า)



ภาพจริงบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านลั่วหยางจีวเจีย (ด้านหน้าและสติ๊กเกอร์ปิดผนึก)



ภาพจริงบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านลั่วหยางจิวเจีย (ด้านหลัง)



ภาพจริงบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านลั่วหยางจิวเจีย (สตีกเกอร์ขวดไวน์)



ภาพจริงบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านหลิวจี้ปู๋ฟานทาง (ด้านหน้า)



ภาพจริงบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านหลิวจี้ปู๋ฟานทาง (ด้านหน้าและสติ๊กเกอร์ปิดผนึก)



ภาพจริงบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านหลิวจี๊ปูฟานทาง (ด้านหลัง)



ภาพจริงบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านหลิวจี๊ปูฟานทาง (บรรจุภัณฑ์ชาม)



ภาพจริงผลงานการออกแบบภาพประกอบบรรจุภัณฑ์อาหารของร้านลั่วหยางจิวเจียและร้านหลิวจี๋ปู้
ฟานทาง

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล LINA CHEN
วัน เดือน ปี เกิด 10 March 1998
สถานที่เกิด Zhumadian, Henan Province
สถานที่อยู่ปัจจุบัน Yicheng District, Zhumadian City, Henan Province
ตำแหน่งและประวัติการ -
ทำงาน
ประวัติการศึกษา Bachelor
School: Luoyang Normal University
Major: Visual Communication, College of Art and Design
รางวัลหรือทุนการศึกษา -