

บทที่ 6

การออกแบบ

ในบทนี้เป็นการนำผลสรุปจากงานวิจัย มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารและกลั่น เป็น การพิสูจน์ว่า ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยจะประมวลเข้ากับกลยุทธ์ทาง การตลาดและแนวคิดทางการออกแบบ มีรายละเอียด ดังนี้

ชื่อโครงการ (Title)

การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ บริษัท โบชาตราสามม้า จำกัด

ประวัติความเป็นมา (Background)

บริษัท โบชาตราสามม้า จำกัดเป็นผู้ผลิตใบชาที่มียอดขายสูงสุดในประเทศไทย (ข้อมูลทางสถิติบริษัท AC NEWSON จำกัด) และต้องการพัฒนารูปแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย มีความเป็นสากลมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ (Objective)

เพื่อปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของบริษัท โบชาตราสามม้า จำกัดให้ทันสมัย มีเอกลักษณ์ เหมาะกับคนรุ่นใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Desired Response)

เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ บริษัท โบชาตราสามม้า จำกัด สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ของผู้บริโภค ได้และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่ง

ข้อมูลการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

การวางกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นกระบวนการขั้นต้นในการสร้างผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งจำเป็นในการสร้าง สภาพแวดล้อมที่แข็งแกร่งให้กับตัวผลิตภัณฑ์ เป็นการต่อยอดคุณสมบัติที่เด่นชัดในตัวของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการ ของผู้บริโภคและช่วยให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตรงเป้าหมายมากขึ้นการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของ บริษัท โบชาตราสามม้า จำกัดได้จากการสังเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ข้อสรุป จากทฤษฎี 4P ของ บริษัท โบชาตราสามม้า จำกัด

- Product : 1. ชาอูหลง ที่ผู้บริโภคนิยม มี 4 ชนิดได้แก่ ชาอูหลงทิกวนอิม, ชาอูหลงจ้ยเจียน, ชาอูหลง และชาเกาซันอูหลง ที่เก็บจากชาพันธุ์ดี เต็มใบ มีรสชาติความเข้มข้นสูง โดยแต่ละชนิด มี สี, กลิ่น และรสชาติ ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถดื่มได้ทุกเมื่อ
2. บรรจุภัณฑ์ ไม่สื่อถึงบุคลิกของผลิตภัณฑ์ รูปแบบล้ำสมัย
- Price : ราคาของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับสูงของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชา เนื่องจากกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็น

กลุ่มคนรุ่นใหม่ รายได้ระดับบีขึ้นไป

Place : มีการวางสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาเก็ต ได้แก่ 7-Eleven, Tops Supermarket, Market Place, Tesco Lotus, Carrefour เป็นต้น

Promotion: มีการส่งเสริมการขายโดยการแลกซื้อ ได้รับส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อคู่pong โดยจัดกิจกรรมร่วมกับห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และร้านค้าที่ร่วมรายการทั่วประเทศ

ข้อสรุป จากทฤษฎี S.W.O.T ของชา บริษัท โฆชาตราสามม้า จำกัด

- S** -
1. ตราสินค้าติดหู เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง เก่าแก่มานานกว่า 80 ปี
 2. มีระบบการเก็บรักษาสภาพแบบ Vacuum เพื่อคงคุณภาพที่ดีกว่า โดยทำให้การระเหยของกลิ่นลดลงเพียง 3-5 % ต่อปีของกลิ่นที่ระเหยออก
- W** - ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก แต่บรรจุภัณฑ์ล้าสมัย ไม่สามารถก้าวสู่ระดับสากลได้
- O** -
1. ผู้บริโภคหัวใหม่เน้นการดูแลในเรื่องสุขภาพมากขึ้น
 2. ผู้บริโภคชอบที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง
- T** -
1. ภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่มีผลิตภัณฑ์ต่างๆ หลายตราสินค้า
 2. มีผลิตภัณฑ์ขายี่ห้ออื่นที่ได้รับความนิยมในตลาดในปัจจุบันจำนวนมาก และแต่ละตราสินค้ามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เหมาะกับผู้บริโภค

กลุ่มเป้าหมาย (Target)

จำแนกกลุ่มเป้าหมายตามทฤษฎีประชากรศาสตร์ (Demographic)

1. เพศชายหญิง อายุ 25-30 ปี
2. การศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี
3. อาศัยในเมือง รายได้ไม่ต่ำกว่า 15,000 บาท
4. อาชีพนักธุรกิจ, เจ้าของกิจการ

จำแนกกลุ่มเป้าหมายตามทฤษฎีจิตวิทยา (Psychographic)

1. มีเสน่ห์ ทันสมัย มีรสนิยมดี
2. เชียบแหลม มีสไตล์ มีความคิดสร้างสรรค์
3. หลงใหลในอาหารและวัฒนธรรมจีน ชอบความแปลกใหม่
4. เชื่อมั่นในตัวเอง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว



ภาพที่ 122 : กลุ่มเป้าหมาย

แนวความคิดที่ใช้ (Concept : What to Communicate)

Three (C)ups

ข้อสนับสนุนแนวความคิด (Support)

Three หมายถึง Brand ตรา 3 ม้า และ Product ที่สื่อถึง 1. กลิ่น 2. รส 3. สัมผัส

C หมายถึง China วิถีชีวิตและวัฒนธรรมจีน

up หมายถึง การพัฒนาขึ้นจากรูปแบบเดิม

Cups หมายถึง ถ้วยชาจีนหลากหลายถ้วย ที่แต่ละถ้วยมีเอกลักษณ์ทั้งด้านสี, กลิ่นและรสชาติ



ภาพที่ 123 : สนับสนุนแนวความคิด

วิถีและลีลาที่ใช้ (Mood & Tone : How to Communicate)

Product = Active (กระปรี้กระเปร่า) + Culture (ผสมวัฒนธรรมจีน)

Target = Experimental (ชอบลองของ) + Confident (มีสไตล์ที่โดดเด่น)

Designer = Creative (มีความสร้างสรรค์) + Original (สร้างตำรับขึ้นเอง)

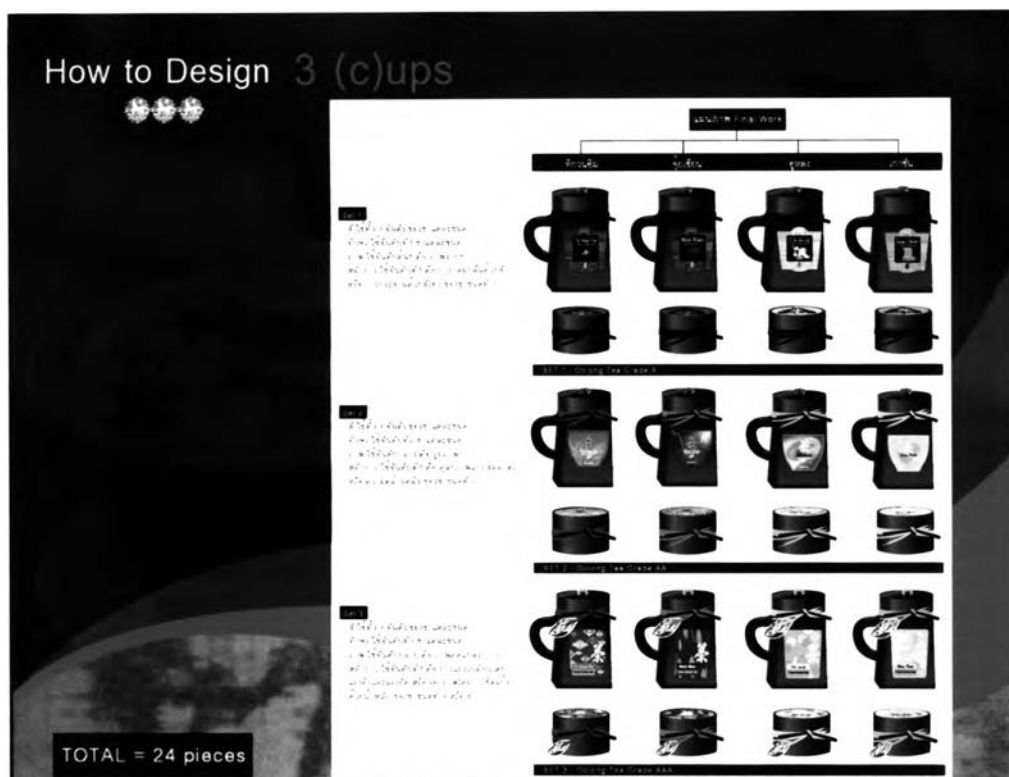
ผลตอบรับ (Desire response)

เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ชา บริษัท ไบชาตราสามม้า จำกัด สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ของผู้บริโภคได้และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง

ขอบเขตการทำงาน (Scope)

ออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ชา บริษัท ไบชาตราสามม้า จำกัด มีรายการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ชา ดังนี้

1. ชาอุหลงทิกวนอิม	1	ชนิด	6	แบบ
2. ชาอุหลงจู้เยียน	1	ชนิด	6	แบบ
3. ชาอุหลง	1	ชนิด	6	แบบ
4. ชาเกาซันอุหลง	1	ชนิด	6	แบบ
		รวมงานออกแบบทั้งสิ้น	24	แบบ



ภาพที่ 124 : แสดงขอบเขตการออกแบบและการแบ่งชาอุหลงตามเกรด

เกณฑ์ในการออกแบบ

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การออกแบบที่เป็นผลจากการวิจัย และการแบ่งชาออกเป็น 3 เกรด ได้แก่ ชาอุหลงเกรด A, ชาอุหลงเกรด 2A และชาอุหลงเกรด 3A ดังนี้

ชาอุหลงเกรด A

- สี ใช้ทั้ง 3 อันดับของชาแต่ละชนิด
- อักษร ใช้อันดับที่ 1 ของชาแต่ละชนิด
- ภาพ ใช้อันดับต้น คือ ภาพง่ายๆ
- หลักการ ใช้อันดับที่ 1 คือ การกลมกลืนด้วยสี หรือ การประสานด้วยสีเทา (ของชาชนิดที่ 1)

ชาอุหลงเกรด 2A

- สี ใช้ทั้ง 3 อันดับของชาแต่ละชนิด
- อักษร ใช้อันดับที่ 2 ของชาแต่ละชนิด
- ภาพ ใช้อันดับกลาง คือ รูปภาพ
- หลักการ ใช้อันดับที่ 1 คือ ดุลยภาพแบบสมมาตร หรือ ความคล้ายคลึง (ของชาชนิดที่ 2)

ชาอุหลงเกรด 3A

- สี ใช้ทั้ง 3 อันดับของชาแต่ละชนิด

- อักษร ใช้อันดับที่ 3 ของชาแต่ละชนิด
- ภาพ ใช้อันดับปลาย คือ ภาพตัดแปลง
- หลักการ ใช้อันดับที่ 1 คือ การแปรเปลี่ยนโดยแรงดึงและแรงอัด หรือ เอกภาพโดยการขัดแย้งด้วยน้ำหนัก (ของชาชนิดที่ 1)

ผลสรุปชาทั้ง 4 ชนิด

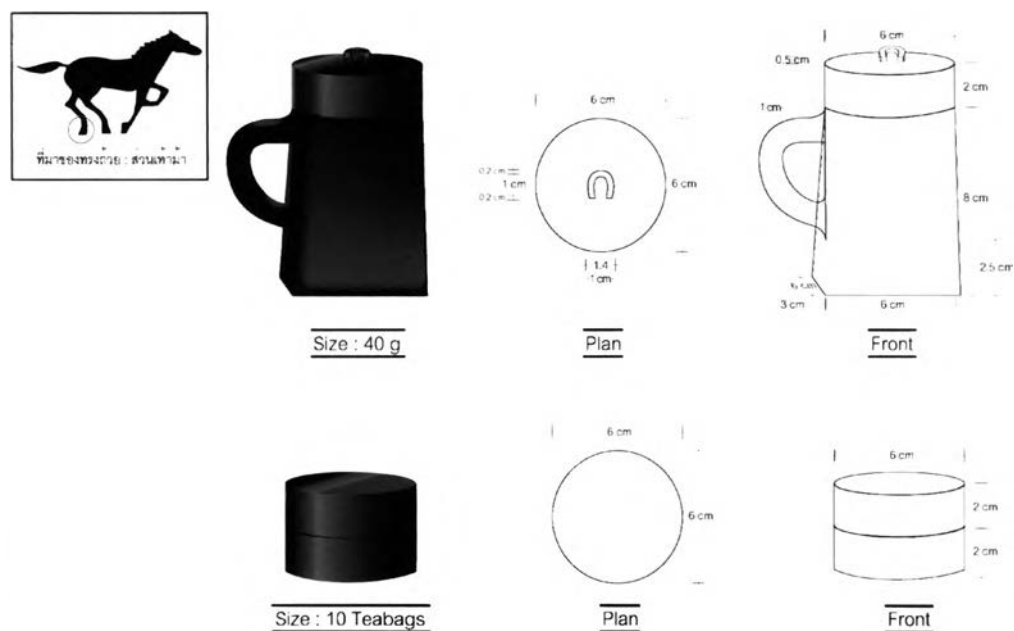
ชาที่ควอนอิม	ชาปุอูจย.เขียน	ชาอุหลง	ชาพานั้นอุหลง
<p>อันดับ 1</p> <p>21 Mahogany R2A</p> <p>อันดับ 2</p> <p>20. Spinnor Red R2A 21. Bino R2B</p> <p>อันดับ 3</p> <p>13. God R2B 11. Black Red R2B</p>	<p>อันดับ 1</p> <p>10B. Darkened Bun. P22C</p> <p>อันดับ 2</p> <p>12B. Neutral N2 Strawb. Cris. I</p> <p>อันดับ 3</p> <p>15. Dark Green G2B 17. Neutral N2B</p> <p>16. Bino R2B 18. Neutral N2</p>	<p>อันดับ 1</p> <p>43. Yiny Y2B</p> <p>อันดับ 2</p> <p>24. Cony G2B 27. Bino R2B 30. Jdt. Green G2B 31. Yiny Y2B 41. Yiny Y2B 42. Yiny Y2B</p> <p>อันดับ 3</p> <p>23. Cony G2B 26. Lesner R2B 40. Yiny Y2B</p>	<p>อันดับ 1</p> <p>37. Aqua R2B</p> <p>อันดับ 2</p> <p>24. Cony G2B</p> <p>อันดับ 3</p> <p>23. Cony Yellow Y2B 25. Dried G2B</p>
ภาพประกอบ			
<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพถ่าย - ตัวอักษรขย <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - สัญลักษณ์ <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปภาพ 	<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพถ่าย - สัญลักษณ์ <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปภาพ <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตัวอักษรขย 	<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปภาพ <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพถ่าย - ภาพประดิษฐ์ <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพประดิษฐ์ หรือภาพตัดแปลง 	<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - รูปภาพ - ภาพประดิษฐ์ <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตัวอักษรขย <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาพถ่าย - สัญลักษณ์
ตัวอักษร			
<p>ไทย</p> <p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - DB Nara <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - DB Fong Nam <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - PSI Thai Common - PSI Dispa. 	<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - DB Nara <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - DB Fong Nam <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - DB Phadt. Medium - PSI Thai Common 	<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - DB Fong Nam <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - PSI Thai Common <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - DB Nara 	<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tina <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - DB Nara - PSI Dispa. <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prance - Sium
<p>อังกฤษ</p> <p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adobe Garamond <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lmole-I <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zia 	<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lublin Graph. Demold <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zia <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adobe Garamond 	<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Callisch Script <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zia <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - ----- 	<p>อันดับ 1</p> <ul style="list-style-type: none"> - Callisch Script <p>อันดับ 2</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zia <p>อันดับ 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adobe Garamond
หลักการออกแบบ			
<p>อันดับ 1</p> <p>การประสานโดยเลือก เป็นสีประสาน การผสมกันของสี</p> <p>อันดับ 2</p> <p>การวางองค์ประกอบ แบบศิลปะ - สัดส่วนและขนาด</p> <p>อันดับ 3</p> <p>การเน้นโดยการตัดกับ ความเข้มโดยการใช้สี ที่ต่างกัน</p>	<p>อันดับ 1</p> <p>การวางองค์ประกอบ แบบศิลปะ การประสานโดยใช้สี ที่ต่างกัน</p> <p>อันดับ 2</p> <p>การวางองค์ประกอบ แบบศิลปะ การวางองค์ประกอบ แบบ 2 มิติ</p> <p>อันดับ 3</p> <p>การวางองค์ประกอบ แบบศิลปะ การเน้นโดยการตัดกับ ความเข้มโดยการใช้สี ที่ต่างกัน</p>	<p>อันดับ 1</p> <p>การวางองค์ประกอบ แบบศิลปะ โดยวางองค์ประกอบ</p> <p>อันดับ 2</p> <p>การวางองค์ประกอบ แบบศิลปะ</p> <p>อันดับ 3</p> <p>การวางองค์ประกอบ แบบศิลปะ การวางองค์ประกอบ แบบ 2 มิติ</p>	<p>อันดับ 1</p> <p>เอกภาพโดยการ ใช้สีองค์ประกอบ เหมือนกัน</p> <p>อันดับ 2</p> <p>เอกภาพโดยการ ใช้สีองค์ประกอบ ต่างกัน</p> <p>อันดับ 3</p> <p>การเน้นโดยการตัด กับความเข้ม การผสมกันของสี</p>

ภาพที่ 125 : แสดงผลสรุปชาทั้ง 4 ชนิดที่นำมาใช้ในการออกแบบชาตามเกรดต่างๆ

รายละเอียดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชา บริษัท ใบชาสามม้า จำกัด

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ถ้วย)ชา

ถ้วยชาได้แนวความคิดมาจาก ถ้วยชาจีนในศตวรรษที่ 19 ที่ประกอบด้วยฝาจุกปิดตรงปากถ้วย และที่จับถ้วย ผลิตโดยใช้ดินเผาผสมเคลือบให้กลายเป็นสีดำ ถ้วยมีลักษณะปากกลมก้นเหลี่ยม เปรียบได้กับสวนเท้าม้า มีสัญลักษณ์ในการแบ่งเกรดชา คือ ฝาจุกรูปเกือกม้า



Cup (Final)

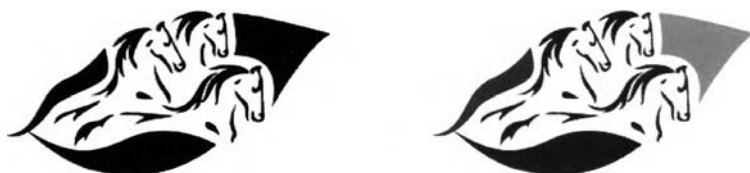
ภาพที่ 126 : แสดงที่มาและขนาดของถ้วยบรรจุชา บริษัท ใบชาสามม้า จำกัด



ภาพที่ 127 : แสดงสัญลักษณ์ในการแบ่งเกรดชา คือ ฝาจุกรูปเกือกม้าสีต่างๆ

รายละเอียดการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

- การออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo)



LOGO : THREE HORSES TEA

ภาพที่ 128 : แสดงตราสัญลักษณ์บริษัท ไบชาสามม้าจำกัด

- การออกแบบชาอูหลงเกรด A



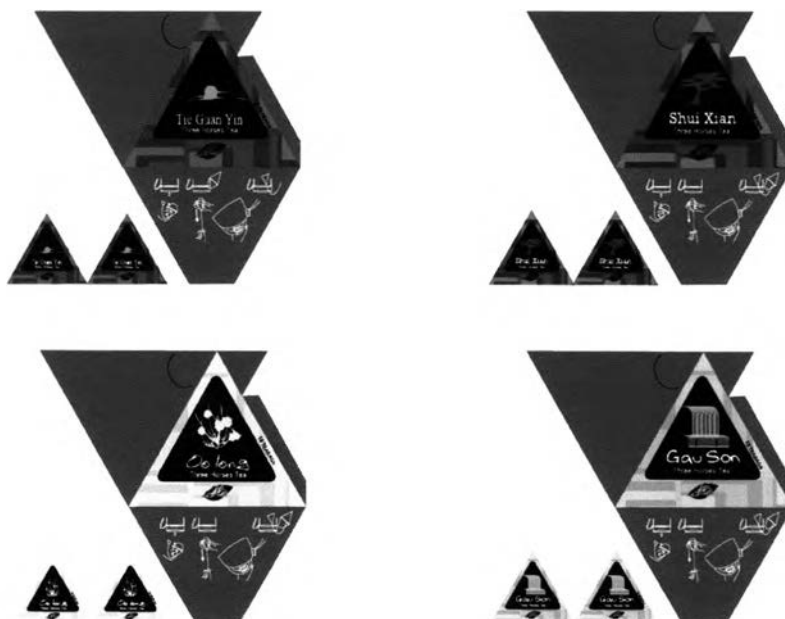
SET 1 : Oolong Tea Grade A

ภาพที่ 129 : แสดงการออกแบบด้วยใส่ชาอูหลงเกรด A ขนาด 40 กรัม



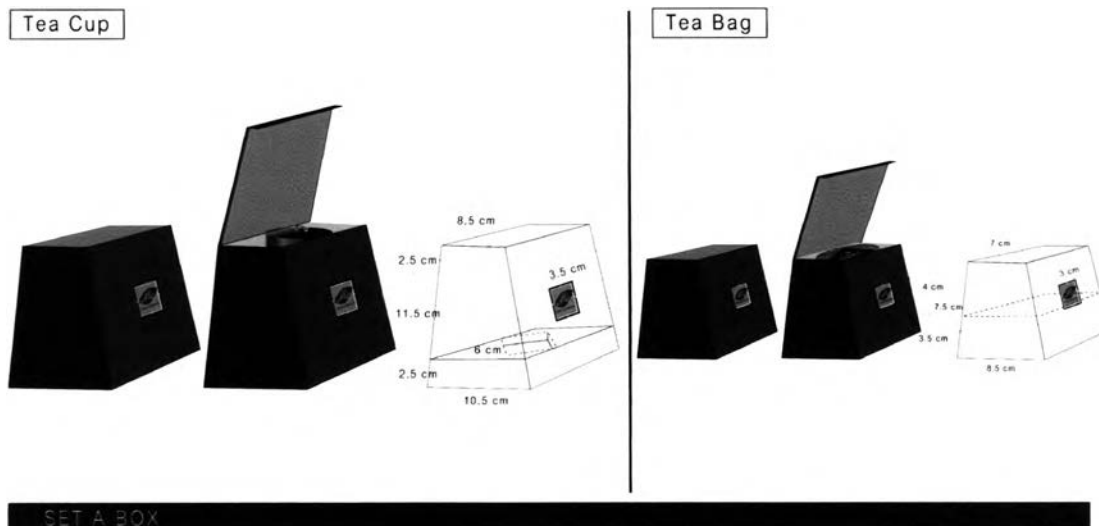
Oolong Tea Grade A : 10 Teabags

ภาพที่ 130 : แสดงการออกแบบกล่องใส่ซองชาอูหลงเกรด A ขนาด 20 กรัม



Oolong Tea Grade A : Plan (Teacag)

ภาพที่ 131 : แสดงการออกแบบซองชาอูหลงเกรด A ขนาด 2 กรัม



ภาพที่ 132 : แสดงการออกแบบกล่องใส่ชาอูหลงเกรด A ทั้ง 2 แบบ

- การออกแบบชาอูหลงเกรด 2A

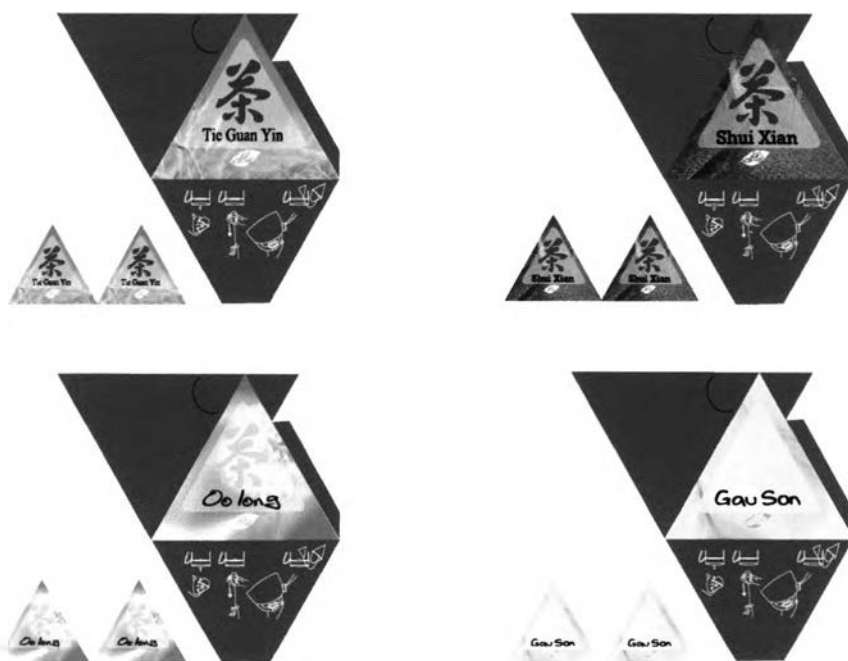


ภาพที่ 133 : แสดงการออกแบบถ้วยใส่ชาอูหลงเกรด 2A ขนาด 40 กรัม



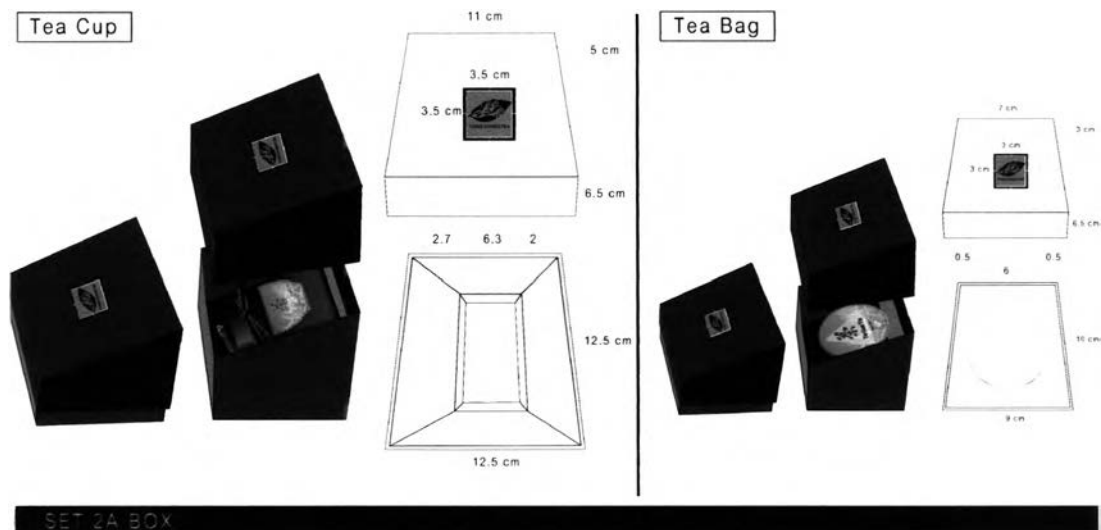
Oolong Tea Grade 2A 10 Teabags

ภาพที่ 134 : แสดงการออกแบบกล่องใส่ซองชาอูหลงเกรด 2A ขนาด 20 กรัม



Oolong Tea Grade 2A : Plan (Teabag)

ภาพที่135 : แสดงการออกแบบซองชาอูหลงเกรด 2A ขนาด 2 กรัม



ภาพที่ 136 : แสดงการออกแบบกล่องใส่ชาอุหลงเกรด 2A ทั้ง 2 แบบ

- การออกแบบชาอุหลงเกรด 3A

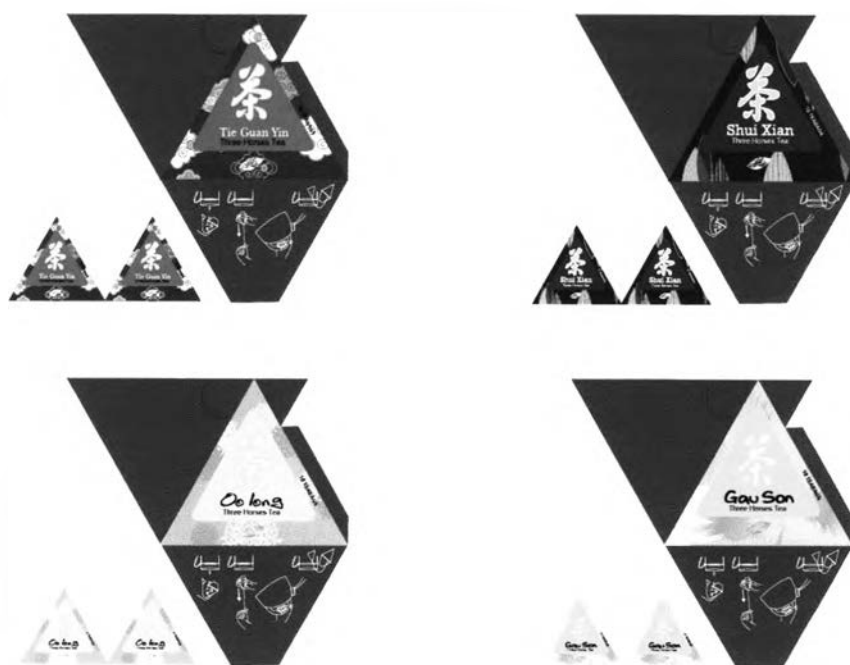


ภาพที่ 137 : แสดงการออกแบบถ้วยใส่ชาอุหลงเกรด 3A ขนาด 40 กรัม



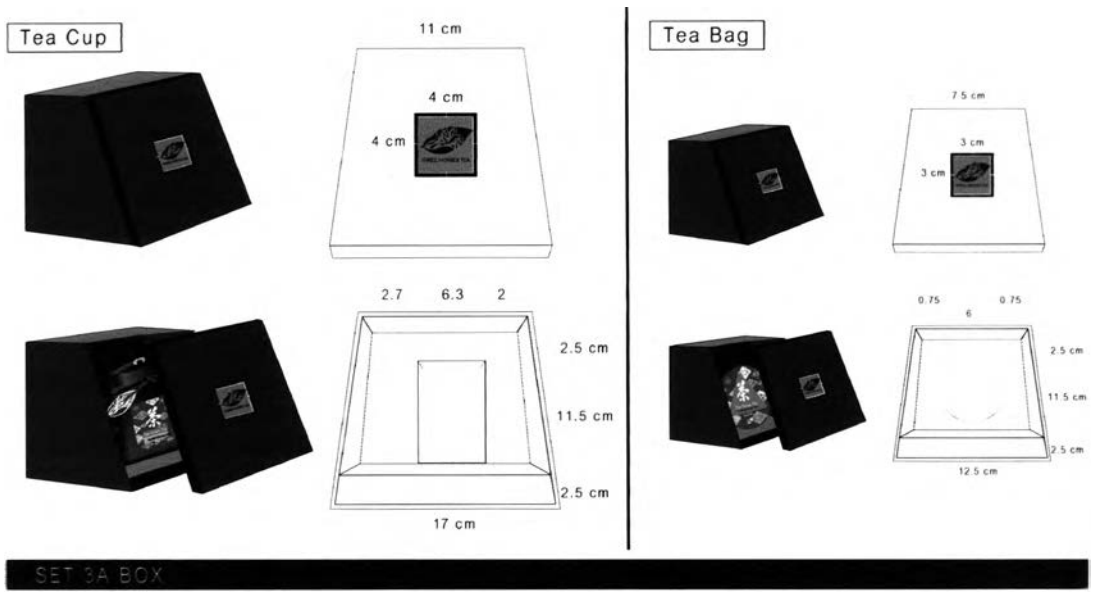
Oolong Tea Grade 3A : 10 Teabags

ภาพที่ 138 : แสดงการออกแบบกล่องใส่ซองชาอูหลงเกรด 3A ขนาด 20 กรัม

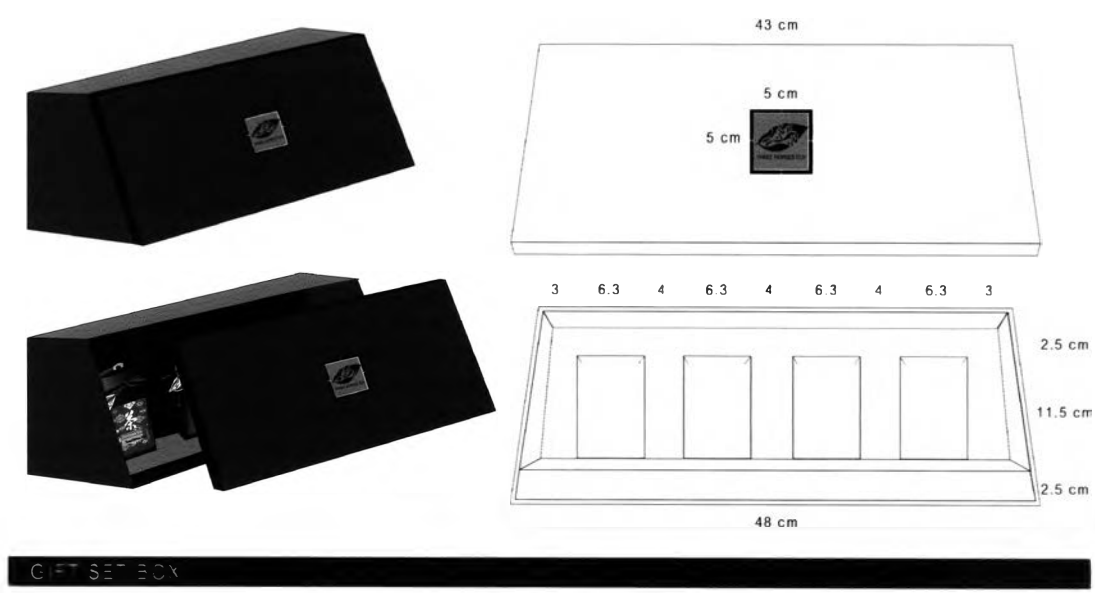


Oolong Tea Grade 3A : Plan (Teabag)

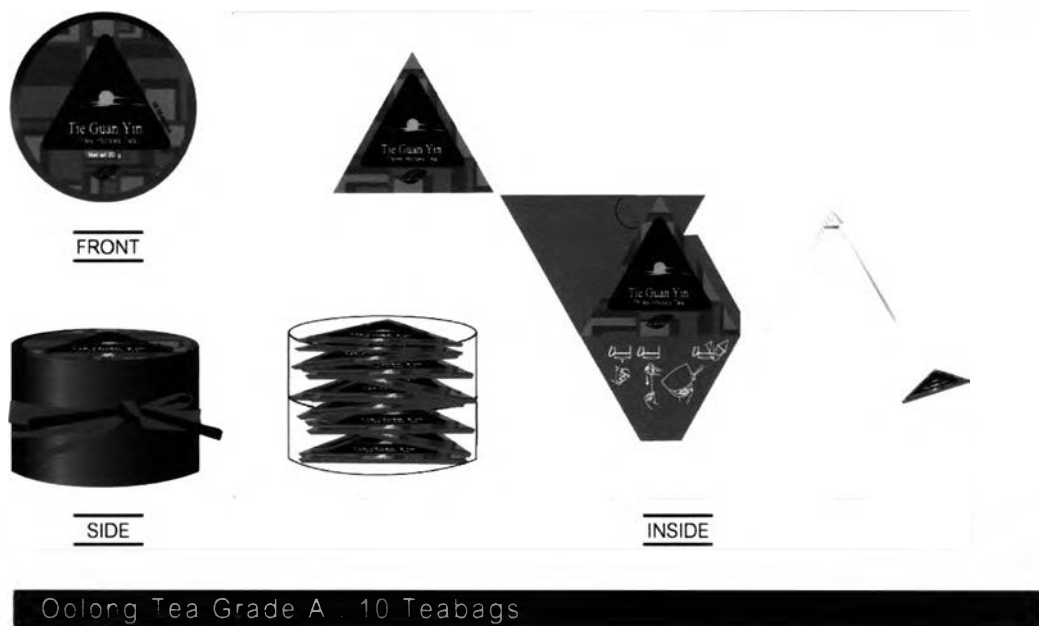
ภาพที่ 139 : แสดงการออกแบบของชาอูหลงเกรด 3A ขนาด 2 กรัม



ภาพที่ 140 : แสดงการออกแบบกล่องใส่ชาอุณหภูมิต่ำ 3A ทั้ง 2 แบบ



ภาพที่ 141 : แสดงการออกแบบกล่องของขวัญชาอุณหภูมิต่ำ



ภาพที่ 142 : แสดงปริมาณของชา และวิธีการใช้

- การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ (Brochure)



ภาพที่ 143 : แสดงการคลีของสื่อสิ่งพิมพ์ด้านนอก



ภาพที่ 144 : แสดงการคัดเลือกของสื่อสิ่งพิมพ์ด้านใน

ผลงานการออกแบบ



ภาพที่ 145 : แสดงถ้วยและกล่องชาอูหลงทั้ง 3 เกรด



ภาพที่ 146 : แสดงการเปิดใช้ถ้วย และกล่องชาอุหลง



ภาพที่ 147 : แสดงการเปิดใช้สื่อสิ่งพิมพ์



ภาพที่ 148 : แสดงการวิธีการเปิดใช้กล่องชาอูหลงเกรด A



ภาพที่ 149 : แสดงการวิธีการเปิดใช้กล่องชาอูหลงเกรด 2A



ภาพที่ 150 : แสดงการวิธีการเปิดใช้กล่องชาอูหลงเกรด 3A



ภาพที่ 151 : แสดงการวิธีการเปิดใช้กล่องของขวัญ



ภาพที่ 152 : แสดงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ชาอูหลงโดยสมบูรณ์

ผลสรุปแนวคิดทางการออกแบบ

เนื่องจากผลสรุปการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชาเพื่อสื่อสารรสและกลิ่น นักออกแบบสามารถเลือกองค์ประกอบและหลักการออกแบบที่ได้เน้น ไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย ดังนั้นการวิจัยนี้จึงได้มีการตั้งเกณฑ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาอูหลง บริษัทใบชาสามม้า โดยแบ่งชาอูหลง 4 ชนิด ออกเป็นเกรดต่างๆตามเบอร์ของใบชาเพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย จึงแบ่งออกเป็น 3 เกรดได้แก่ ชาอูหลงเกรด A, ชาอูหลงเกรด 2A และชาอูหลงเกรด 3A

หลักการแบ่งเกรดบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาอูหลงแบบใส่ใบชาขนาด 40 กรัม บริษัทใบชาสามม้า มีเกณฑ์ดังนี้

- | | | |
|-------------------|-----|---|
| 1. ชาอูหลงเกรด A | คือ | ฝาจุกสีทองแดง คาดโบว์ดำ ฉลากชาเป็นรูปถ้วยชาจีนแบบมีฝาปิด |
| 2. ชาอูหลงเกรด 2A | คือ | ฝาจุกสีเงิน คาดโบว์ดำและโบว์สีของรสชาติชาแต่ละชนิด ฉลากชาเป็นรูปถ้วยจอกชาจีน |
| 3. ชาอูหลงเกรด 3A | คือ | ฝาจุกสีทองคาดโบว์ดำและโบว์สีของรสชาติชาแต่ละชนิด รวมทั้งห้อยป้ายโลโก้ ฉลากชาเป็นรูปถ้วยชาจีนแบบทรงสูง |

หลักการแบ่งเกรดบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาอูหลงแบบใส่ซองชาขนาด 20 กรัม บริษัทใบชาสามม้า มีเกณฑ์โดยการใช้ฉลากรูปภาพฟีกเดียวกันกับชาแต่ละชนิด แต่มีการใส่กราฟฟิกรูปสามเหลี่ยมเพิ่ม โดยเน้นตรงชื่อ เพื่อสื่อถึงของชารูปสามเหลี่ยมที่อยู่ข้างในกล่อง และกราฟฟิกรูปสามเหลี่ยมก็สามารถสื่อถึงชื่อบริษัทใบชาสามม้า

ส่วนหลักการในการใช้ภาพประกอบเพื่อสื่อสารและกลืน ผู้วิจัยได้นำผลสรุปจากการสัมภาษณ์แบบปากเปล่า ด้วยวิธีการระดมสมอง (Brain storming) จากผู้เชี่ยวชาญชาทั้ง 3 ท่านโดยได้ผลดังนี้

1. ชาอูหลงทิกวนอิม ได้แก่ ภาพตะวันยามเย็น, ทุ่งหญ้า, ดอกหญ้า และสายลมอ่อนๆ
2. ชาอูหลงบูอิจัยเซียน ได้แก่ ภาพต้นไม้ใหญ่, ฝูไม้ลึก, กำแพงอิฐเก่า และภูเขาหินสูงตระหง่าน
3. ชาอูหลง ได้แก่ ภาพเมฆทลาย, เมล็ดพืช, ทะเลทลาย และดิน
4. ชาอูหลงเกาซัน ได้แก่ ภาพลำธารตื้นๆ, ก้อนกรวด และขนนกลอยอยู่บนอากาศ

ทั้งนี้ การตั้งหลักการแบ่งเกรดบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชาอูหลง และการออกแบบฉลากชาเป็นรูปด้วยชาจีนแบบต่างๆขึ้น ในการวิจัยนี้เพื่อให้งานออกแบบเกิดเป็นงานแนวความคิด (Concept) เดียวกัน และเพื่อให้ง่ายต่อการออกแบบที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต