

地域农产品包装设计思路探究

崔洋

(内蒙古大学 创业学院, 呼和浩特 010000)

摘要: **目的** 探索地域元素作用下的农产品包装设计创新思路。**方法** 农产品包装上的缺失与不足影响着其经济价值的发挥,更在市场竞争中失去先机。所要探讨的中心是以农产品包装为视角的地域性设计路径,以当前的经济趋势和产品包装现状为背景,总结其在包装缺失、风格单一、缺乏个性等层面的种种突出表现,指出地域农产品包装设计的发展趋势,最后从抓住自身优势、明确包装定位、扩大品牌效应、结合市场需求、融入新媒体等方面对具体的设计路径进行探究,合理展开有关地域农产品的现代包装设计思路。**结论** 地方特色产品必须对自身有清晰的认识,以科学的市场定位为基础,从各个层面展开设计的尝试,以便在未来的发展中拥有强大的市场竞争力,保障农产品行业的持续发展壮大。

关键词: 农产品; 市场需求; 包装设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)06-0401-03

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.06.045

Design Ideas for Packaging of Regional Agricultural Products

CUI Yang

(Pioneer College, Inner Mongolia University, Hohhot 010000, China)

ABSTRACT: The work aims to explore the innovative design ideas for packaging of agricultural products under the influence of regional elements. The lack and deficiencies of agricultural product packaging affected the economic value of agricultural products and resulted in the loss of opportunity in market competition. The focus was to discuss the regional design path from the perspective of agricultural product packaging. With the current economic trend and the status quo of product packaging as the background, the prominent problems in the aspects of packaging lack, single style and lack of personality were summarized, and the development trend of regional agricultural product packaging design was put forward. Finally, from making use of advantages, clearing packaging positioning, expanding the brand effect, combing market demand, integrating into the new media, the specific design path was explored to reasonably develop the modern packaging design ideas of regional agricultural products. There must be a clear understanding on local characteristic products. It is necessary to try design from all levels based on scientific market positioning, so as to obtain strong market competitiveness in the future development and ensure the sustainable development and growth of agricultural products industry.

KEY WORDS: agricultural products; market demand; packaging design

吃、穿、住、行是人们生活中的四大必需方面,其中吃的重要性更是不言而喻。在我国,由于差异化、多样性的地理和气候条件造就了农产品的丰富性,给了“吃”以更多的种类和选择,而其中一些代表性的美食更是成为一张名片,向国人和世界人民展示着自身的魅力^[1]。但是,食品安全问题同样突出,曾经的

催熟水果、染色馒头等给了人们以深刻的教训,同时促使人们开始将目光转向有着天然有机特点的农产品身上。具体到农产品上,不难发现除了其自身的价值外,还对包装设计有着极大的需求,而且农产品大都有着极强的地域性和文化性特点,想要附加值更加突出,必须要有独特的个性,尤其那些以地域特色文

收稿日期: 2022-10-12

作者简介: 崔洋(1987—),女,硕士,副教授,主要研究方向为视觉传达设计。

化为支撑的农产品包装设计,让原本单一化的土特产包装有了丰富的表现和多样化的选择,相关产品也开始从最初的保护商品功能转变为文化融合、形象塑造、魅力展示方面,以地域文化精髓为中心开展相关的地域农产品包装设计便成为一种天然、绿色的特点展示,同时能够更好地增加产品的附加值^[2]。但是,农产品包装的起步较晚,很多时候农产品都是直接使用塑料袋,更没有相关的说明书,即便有所包装和创新,也多限于现有的市场趋势,表现出单一重复的特点,缺乏有效的时代性和创新性,对当地的风土人情也没有足够好的展示。这些现象根本无法推动农产品市场竞争力的提升,不仅难以吸引消费者购买,也难以刺激当地的经济的发展^[3]。因此,对地域农产品的包装引起重视,明确科学的发展方向,并不断在实践中尝试融入有效元素,彰显地域农产品的风采很有必要。

1 地域农产品包装设计的可行性方向

地域农产品包装设计并不是表面文章,因为包装除了保护产品不被破坏,还拥有功能性、文化性、审美性和交互性的特点,需要设计者引起重视,以丰富设计的手法和形式,让地域农产品不再局限于当地的市场,拓宽受众范围,同时以功能、文化和互动的优势促就更加长远的发展。

1.1 在功能性上进一步强化

农产品包装设计是对自身特征的凸显,是对人们的认知和消费情况的综合审视,从整体的包装材料到包装技巧,都应该得到进一步美化,以便更好地展示其特点和功能,以艺术化的形式让消费者更加直观地看到这些特点,对功能特征有清楚的认知。这是农产品包装的重要基础和发展方向^[4]。

1.2 在文化性上进一步深化

增加农产品包装的文化内涵,能够对农产品的内容进行更好的展示,在突出的文化特性的同时显示自身的价值和魅力,吸引更多的消费者^[5]。尤其将地域文化元素与农产品包装设计融合,对那些代表地域的符号和元素进行提炼,有利于拓展用户群体,提升竞争力,甚至进一步强化其文化品牌建设。这同样是地域农产品包装设计的发展方向。

1.3 在互动性上进一步升级

对农产品而言,其与消费者的重要交互纽带就是包装,所以进行科学的包装定位是推动农产品与地方文化的有效互动、促进包装与消费者互动的重要支撑^[6]。设计者在具体的设计过程中可以从色彩、材质和造型等细节之处进行互动性设计,以此提升农产品的附加值,为其长远发展提供支持。

2 地域农产品包装设计的可行性策略

基于上述分析,不难发现,在未来的设计之路上,想要获得更加理想的设计效果,并不是轻易就能实现的,其中仍有许多值得人们不断探索和尝试的方向。为了验证理论思路,下面主要从差异发展、多元发展和创新发展三方面展开具体的设计论述,尝试在可行性的基础上思考具体的设计方式与方法。

2.1 放大优势,差异发展

地域农产品市场并不缺乏产品,而是缺乏从普通农产品中跳脱出来的精品,这不仅是一些包装上文字与色彩的变化,还有着更多需要关注的内容,最重要的是农产品身上浓厚的地域特质,这些特质急需进一步挖掘和开发,以更加新奇、个性的形式实现差异化发展,从而在提高农产品附加值的同时,给消费者以美的享受,而这也让农产品的包装更具吸引力,避免了同质化的负面影响^[7]。

首先,设计者应在农产品包装设计中把握好地域文化中的视觉因素,如文字、色彩和图形,同时在审美上吸引消费者的注意^[8]。以色彩为视角,设计者可以借助色彩的视觉敏感度对农产品进行合理化设计,这其中就要从地域风俗中找到合适的代表性色彩,因地制宜地将地域形象以色彩的形式展示出来,借此促就消费者的情感共鸣和丰富联想,使消费者看到色彩就能为其地域性特点所感染,更加乐于去购买这样的地域农产品。以图形视角审视,设计者可以将承载地域特点的吉祥图案、装饰纹样、民俗图案等以新颖的创意手法与农产品包装设计结合起来,让图形图案与农产品的特质相统一,在传统的彰显中透露出时代的特点,从而以更加直观的形象实现艺术设计效果的升华。

其次,设计者还应从材料的选择上对地域文化进行展示和表达。这些材料包括木材、竹材、塑料、藤、麻、草、纸等,是表现农产品适用性和地域性的关键^[9]。设计者在设计过程中应从农产品的自身特点出发,结合其包装需求和保存需求,合理有效地应用地域性材料。比如,从保护产品、环保等方面考虑,结合地域材料进行农产品的包装,可以选择环保纸张,甚至天然植物等,让包装能够与整体环境相协调,做到零污染,这也是当前地域农产品包装设计的一大趋势。

2.2 明确定位,多元发展

一直以来,产品、品牌和消费者都是三个基本的设计定位要素,且各有优势,缺一不可。对地域农产品的包装设计而言,在未来的设计发展中,同样需要找好定位,对这三者的特点进行分析,从不同视角进行关照,让地域文化特质在包装设计中能够得到最大化的发挥^[10]。首先,从产品的定位来看,地域农产品

的最大特点是地域性和农产品,所以在设计时需要找准定位,对产地特点进行突出,让浓郁的地域特色借助设计元素进行更好的表达;其次从品牌的定位看,品牌形象的打造是更有利于消费者更直观了解产品的有效路径,能够让消费者产生一种信任感;再次,在消费者层面,设计者应当进行多方面的关照,从基础的视觉元素到功能定位都要符合目标消费者的需求,让他们能够心情愉悦地选择这类农产品^[11]。

比如,设计师在罐头制品类地域农产品的包装设计中就可以借助特殊的技术,消费者可以通过罐头包装外观的凹凸情况对产品的新鲜状态进行鉴定,让地域农产品的品质感上升一个档次^[12]。另外,设计师还可以进行复古、仿古,迎合消费者的怀旧心理,从当地的传统文化中找到契合点,让有着地域文化内涵的特殊符号和材料与农产品相得益彰,共同打造一种文化品牌;还可以从艺术的视角进行设计,将审美与地域文化元素相结合,以新颖、奇特的特点进行包装设计,这样的设计方式的价值和效果必定会大大提高。

2.3 紧跟市场,创新发展

地域农产品包装设计并不能只将眼光局限于当前的市场,应从更加广阔的视角进行探寻,找到合适的发展路线,紧跟市场,创新发展,从而在未来具备更大的竞争优势。

第一,要有透明化的包装信息展示。特色地域农产品包装设计必须足够特别,才能得到消费者的青睐和追捧^[13]。从市场发展规律看,设计者可以将包装信息进行透明化处理,除了艺术化的造型、色彩、材质的应用外,还应对产品信息进行合理展示,对产品特点进行详细介绍,这是一种产品自信的表现,也是促进消费者信任产品的一个有效措施。

第二,设计系列化农产品包装。设计者可以将农产品化零为整,结合不同的产品组合成系列产品,进行整体的设计。比如,将色调调整为相同或各自对比中有所统一的形式,之后再结合地域文化特质设计出不同产品的不同代表性图形符号,以便消费者辨识。事实上,这样的系列化包装设计能够将地域体质进行更大的展示,有利于扩大地域影响力,十分符合市场需求。

第三,打造精品包装设计。设计者可以在更深的层面继续深挖,对不同消费者的不同需求进行关照,将农产品的包装设计融入不同层面的地域元素,或者展示地域文化,或者宣传生态环保,或者突出个性特点,总之要以差异化创新立足于国内甚至开拓国际市场,让更多的消费者认可并乐于购买,带来更大的影响力。

3 结语

地域农产品要从地域特色的视角进行包装设计,

因为在当前这个农产品市场中,不仅存在同类产品间的竞争,还有品牌间的竞争,积极提升农产品包装设计的质量,结合地域文化元素,打造地域农产品包装佳品、精品,是展示地域文化,提升农产品附加值的关键。设计师在相关的设计实践中,应积极改进当前地域农产品包装设计的现实问题,积极创新和实践个性化、特色化的内容,打造地域特色,凸显文化特色,注重可持续发展的个性化设计,努力让地域农产品的包装真正实现自身的价值,以更加强大的市场竞争力争取更加长远的发展。

参考文献:

- [1] 辛路娟. 丝路地域文化下的农产品包装设计研究[J]. 湖北农业科学, 2019, 58(11): 141-143.
XIN Lu-juan. Research on Agricultural Product Packaging Design under Silk Road Regional Culture[J]. Hubei Agricultural Sciences, 2019, 58(11): 141-143.
- [2] 吴昊霖. 地域文化元素在地方特色产品品牌及包装中的设计与推广研究[J]. 传播力研究, 2019, 3(12): 16-17.
WU Hao-lin. Research on the Design and Promotion of Regional Cultural Elements in the Brand and Packaging of Local Characteristic Products[J]. Research on Transmission Competence, 2019, 3(12): 16-17.
- [3] 陈若茜. 农产品包装设计的探究[J]. 中国科技博览, 2013(14): 294.
CHEN Ruo-qian. Research on Packaging Design of Agricultural Products[J]. China Science and Technology Expo, 2013(14): 294.
- [4] 朱冉. 黑龙江省地域性农产品包装设计研究[J]. 现代装饰(理论), 2016(4): 108.
ZHU Ran. Study on Packaging Design of Regional Agricultural Products in Heilongjiang Province[J]. Modern Decoration (Theory), 2016(4): 108.
- [5] 彭鑫. 论产品包装设计在农产品品牌营销中的作用[J]. 产业与科技论坛, 2011, 10(19): 232-233.
PENG Xin. On the Function of Product Packaging Design in Brand Marketing of Agricultural Products[J]. Industrial & Science Tribune, 2011, 10(19): 232-233.
- [6] 张康宁. 农产品包装设计研究[J]. 包装工程, 2020, 41(6): 289-292.
ZHANG Kang-ning. Packaging Design of Agricultural Products[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(6): 289-292.
- [7] 方芳, 周金星, 李柏林. 农产品包装设计的地域特色研究——以广东茂名为例[J]. 包装世界, 2018(7): 19-20.
FANG Fang, ZHOU Jin-xing, LI Bo-lin. Research on the Regional Features of Agricultural Products Packaging Design——Taking Guangdong Maoming as an Example[J]. Packaging World, 2018(7): 19-20.

(下转第419页)