

乡村振兴战略下特色农产品包装设计研究

何烛明

(四川工程职业技术学院, 四川 德阳 618000)

摘要: **目的** 为了促进社会的全面发展、提升我国广大农村的发展速度,党中央提出了乡村振兴战略。在乡村振兴战略背景下,如何有效推动农村经济的健康发展是各方面重点关注的问题。**方法** 农村经济的发展大部分依赖于特色农产品生产、加工与销售产生的经济效益。因此为了充分提升农村经济的发展速度,应大力发展地方特色农产品种植与销售。**结果** 在此过程中,独具匠心的特色农产品包装设计不仅能够吸引广大消费者的注意力,还能够增强消费者的情感体验。**结论** 因此在特色农产品包装设计过程中,不仅要进行思维创新,构建特色农产品品牌意识,还应当充分融入地方特色文化元素,从而形成具有地方文化特色的产品包装设计,提升特色农产品市场经济效益,助力乡村振兴。

关键词: 乡村振兴战略;特色农产品;包装设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2023)14-0316-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2023.14.034

Packaging Design of Characteristic Agricultural Products under the Rural Revitalization Strategy

HE Zhu-ming

(Sichuan Engineering Technical College, Sichuan Deyang 618000, China)

ABSTRACT: In order to promote the all-round development of society and accelerate the development speed of China's vast rural areas, the Party Central Committee put forward the Rural Revitalization Strategy. In the context of the Rural Revitalization Strategy, how to effectively promote the healthy development of rural economy is a focus of all aspects. The development of rural economy mostly depends on the economic benefits produced by the production, processing and sales of characteristic agricultural products. Therefore, to accelerate the development of rural economy, the planting and sales of local characteristic agricultural products should be developed with great efforts. In this process, the unique packaging design of characteristic agricultural products can not only attract the attention of consumers, but also enhance consumers' emotional experience. Therefore, in packaging design of characteristic agricultural products, we should not only innovate in thinking and build brand awareness of characteristic agricultural products, but also fully integrate local characteristic cultural elements, so as to form product packaging design with local cultural characteristics, improve the economic benefits of characteristic agricultural product market and help rural revitalization.

KEY WORDS: rural revitalization strategy; characteristic agricultural products; packaging design

在乡村振兴战略背景下,发挥农产品种植与销售优势,提升乡村经济发展速度,是现阶段乡村发展的关键目标。在特色农产品销售过程中,产品包装设计直接影响着广大消费者的购买意愿^[1]。因此,分析和研究特色农产品包装设计,助力乡村振兴,是设计人员应当考虑的重要问题。

1 包装设计的时代发展背景

自20世纪我国改革开放以来,我国各种产品的包装设计正在不断发展与创新。随着我国社会经济的飞速发展,受各种商品货物进出口量的逐渐提升、城

镇化建设水平的飞速发展、网络购物模式的日渐强大以及产品设计公司数量的大幅度增加等众多因素的影响与促进,我国商品包装设计质量与设计水平都得到了多方面的提升。随着乡村振兴战略的逐步实施,截至2019年我国大部分乡村地区都修建了水泥公路,达到了村村通公路的国家政策标准,为进一步促使更多的青年民众回乡创业打下了坚实的基础^[2]。在我国农业部门的扶持与指导下,农产品种植业得到了飞速的发展。农产品种植与经营销售不仅完全符合乡风文明、产业兴旺、生态宜居、生活富裕的国家战略总体要求,更符合生态发展以及时代健康发展的整体消费需求新模式。在乡村振兴战略的背景下,乡村经济发展迎来了前所未有的大好时机。随着丰富多样的特色农产品的不断种植与收获,特色农产品包装与设计逐渐受到各方面的广泛关注,为进一步拓展农产品市场,奠定了良好的基础。

2 乡村振兴战略背景下特色农产品包装设计种类和情况分析

2.1 乡村旅游中的特殊农产品包装设计

随着社会经济的不断发展,我国城镇居民的生活水平得到了飞速的提升,带动了乡村旅游的进一步发展。大量城市居民会选择在节假日到周边乡村进行游玩,当地特色农产品以其独特的自然优势吸引了广大城镇游客的关注,例如特色农产品价格公道、无公害、纯天然等,促使众多城镇游客争相购买。现阶段,此类乡村农产品大多数还没有进行特定的专业设计与包装,在经营过程中通常采用塑料袋或纸箱进行简易的捆绑或盛装,甚至有时候还会用其他产品使用后的外包装进行盛装。尤其在我国一些偏远的城市,普遍存在着农产品包装重复使用以及交叉使用的现象,由于部分农村种植户缺乏资金,而且缺乏专业的品牌概念,所使用的农产品外包装并没有搭载明确的产品信息^[3]。与此同时,部分地区对农产品包装的需求量相对较低,还缺乏相应的农产品包装设计意识。

“行到水穷处,坐看云起时。”自古以来我国城镇居民就有对大自然生活的深切向往以及对大自然深切热爱的情怀。在如今乡村振兴战略的不断实施之下,乡村旅游项目也紧跟时代发展的步伐推陈出新,努力吸引城镇广大游客。在此背景下拓宽了特色农产品销售的市场和途径。我国地域面积辽阔,种植产业的不断发展,促使各种各样的农产品被销售到城市当中,从而形成了特色农产品销售产业链。现阶段农产品终端销售分成以下几种形式:一是农产品种植户自行到城镇进行摆摊销售,将自己种植的各种农产品运送到各个城镇社区附近,以摊位销售的模式进行经营,此类特色农产品在通常情况下采用简易的塑料袋或是牛皮纸袋进行简单包装,虽然外包装具备基本的

使用功能,还印刷了相应的产品介绍信息,但是缺乏一定的美感设计;二是社区特色农产品店面销售模式,有部分特色农产品被统一用简易纸箱进行包装,并进入城镇社区中的精品店面进行零售,但销售价格相对较高,造成实际销售量比较小;三是菜贩子采用大批量的采购模式,进行简单捆绑或用大纸箱进行装载,运输到城镇蔬菜批发市场进行销售,随后菜市场摊贩将蔬菜分散到各个小型菜市场进行零售,当城市居民购买时,通常采用简易的塑料袋,没有针对性的包装与设计^[4]。

2.2 网络电商销售途径中的农产品包装分析

随着信息化技术的飞速发展,农产品销售也逐渐融入了电子商务销售模式。在此背景下逐渐发展出了微商以及网络销售的农产品终端销售模式。在此种模式下销售的农产品,通常都会采用专用的纸箱或者纸盒进行包装,外包装中还印刷有特色的产品设计图案,从而达到视觉美化的效果。随着农产品购买模式的转变,消费者所依据的购买决策点也在发生着相应的转变,使农产品从售前包装设计逐步转变到售后包装设计模式^[5]。在传统的线下农产品购买模式中,人们将产品外包装上的印刷信息作为消费依据。而在网络平台销售模式当中,消费者更加注重分析购买群体的实际评价以及自身对产品的合理认知来判断此产品是否符合自己的购买欲望。在网络平台销售模式下,消费者往往采用的是线上观看图片或视频、线下收货才能见到产品实物的消费模式。在此过程中,包装所起到的重要作用就是保护产品在实际运输过程中不会发生损坏。在一些消费者经常使用的网络购物平台中,例如京东、淘宝、拼多多等,用户的真实评价已经发展成为影响消费者购物的关键因素。网络销售平台产品终端的陈列模式从多到少、从单一到趣味性的多形态组合形式,从密集到稀疏,产品包装展示的竞争环境也在发生着相应的转变。产品运输物流从传统的点到点的集中模式发展到网络销售的分散模式,提升了对包装保护功能、包装材料的绿色环保以及材料再生性能的要求。因此,在乡村振兴战略背景下,特色农产品包装设计需要兼顾各个方面的要求标准^[6]。

3 乡村振兴战略背景下提升特色农产品包装设计的重要目的

现阶段,在乡村振兴战略背景下,将农产品经营销售作为农村经济振兴的主要途径是各级地方政府贯彻落实乡村振兴战略、振兴农村经济的基本手段。在充分确保地方特色农产品质量过硬、产量提升的基础之上,有效提升特色农产品的实际包装与设计水平,细化特色农产品包装设计,不仅可以有效凸显地方特色文化,还能够有效促进农村经济的发展与振兴^[7]。

在乡村振兴战略背景下,提升特色农产品包装设计水平有以下几方面的重要目的:首先,可以有效推动广大消费者加强对地方特色农产品的认知,提升实际需求量。为了充分扩大特色农产品的知名度与影响力,提升广大消费者的合理认知,就应当先从特色农产品的包装与设计着手,通过不断创新与研发特色农产品的外部包装与设计,有效加强广大消费者对特色农产品的认知程度,构建起广大消费者对特色农产品认知与了解的桥梁,促使地方特色农产品包装设计不仅符合广大消费者的视觉审美需求,还完全符合自身的生产特点以及生产品质,并在此基础之上能够紧跟时代发展的设计步伐,能够将地方特色文化进行有效传播,从而充分提升广大消费者的实际购买欲望,进而提升特色农产品的实际销售总量。其次,提升特色农产品的实际附加值,特色农产品与普通农产品相比较来讲,除了在自身特质以及质量等方面具备一定的优势之外,相应的配套包装设计也为其拓展销售市场提供了重要的依据和机遇。因此可以通过不断完善与创新特色农产品包装设计,构建具备地方文化特色的品牌价值理念,进一步推动地方人文与历史元素的广泛传播。与此同时,地方特色农产品包装设计能够充分提高地方特色农产品的实际附加值,从而提升自身的实际市场竞争力,扩大地方特色农产品的影响范围,为地方农村经济的健康发展增添动力。最后,助力地方特色农业经济健康、迅速发展。作为农业生产大国,充分实现社会主义共同富裕的奋斗目标,促进特色农产品经济的健康发展,是现阶段乡村振兴战略的必经之路。通过分析与研究地方农业经济健康、可持续发展的情况可知,必须有效提升整体地方特色农产品的质量与水平^[8]。因此,应当重视地方特色农产品的包装设计。通过对地方特色农产品进行有效的包装与设计,进一步对地方特色文化进行拓展传播,全面促进地方农业经济健康、可持续发展,构建地方经济发展特色。

4 乡村振兴战略背景下提升特色农产品设计的相关对策

4.1 深度挖掘地方文化特色,构建具备地方特色的农产品品牌形象

具备地方文化特色的特殊农产品包装设计因其自身的地域性文化视觉特点,一方面可以充分激发广大消费者对乡土文化情节的思想共鸣,另一方面还能有效提升广大消费者对地方特色农产品产生的认同感,从而有效塑造出具备地方特点的农产品品牌形象。由于我国地域辽阔,地域差异性明显,各地区受自然环境以及历史因素的共同影响,形成了具备地方特色的人文风景、人文民俗等多种类的地域文化。在地方特色农产品包装与设计的过程中,充分挖掘地方

文化特色,提炼和重组地方特色文化元素,有效结合现代的视觉审美特点,在充分融入地方特色农产品的设计与包装过程中,促进地方特色农产品外包装更具地方文化艺术感,提升视觉影响力^[9]。例如,盘锦大米和阳澄湖大闸蟹的外包装,充分展示出地方文化特色,吸引了广大消费者的注意力,有效增进了与广大消费者的情感交流,为地方品牌构建了一定的附加价值。构建具备地方特色的农产品品牌形象,促使地方特色农产品形成重要的品牌价值,充分提升地方特色农产品的吸引力与识别度,传播地域特色文化,从而有效增加地方特色农产品的实际附加值,助力乡村振兴事业可持续发展。

4.2 创新改变特色农产品包装形式,有效提高广大消费者的实际体验感

随着乡村振兴战略的稳步实施,在提升特色农产品外包装方面不能一味地重视创新视觉效果,还应当创新特色农产品外包装的功能结构。因此,在重视特色农产品外包装视觉美感的基础之上,应当对农产品在运输和储存方面的实际使用功能进行着重分析与研究,从而进行针对性的规划与定位。在实际的包装设计过程中应遵循绿色环保的基本原则,充分利用包装原材料的工艺特性与自身结构特点来有效提升特色农产品外包装结构的合理性与实用性,在采用减量化商品包装模式的基础之上合理利用原材料,避免资源浪费现象的发生^[10]。为了充分提升地方特色农产品给广大消费者带来的情感体验,包装设计作为产品视觉体验的实际载体,还能够在设计的过程中有效结合先进的信息技术,例如AR技术、智能材料以及数字技术等,引导消费者通过扫描外包装上的特点图案或是二维码,进一步掌握与了解地方特色农产品的详细信息。例如西湖龙井茶叶的外包装上印刷有相应的二维码,当消费者用微信扫描时,就能够详细了解茶叶的生产基地、生长过程以及制作过程等信息,在充分提升广大消费者与特色农产品的互动体验感的基础之上,有效推动了消费者与特色农产品之间的情感交流。在乡村振兴背景下,对地方特色农产品的包装设计进行科学、合理的创新,不仅能够给广大消费者带来视觉、触觉、听觉、味觉以及嗅觉等多方面的切身体验感,还能够充分提升地方特色农产品的影响范围以及影响力^[11]。

4.3 在特色农产品包装中融入地方文化,提升全民文化自信意识

国家主席习近平同志曾经指出,乡村振兴战略的逐步实施,不仅要塑形,还必须铸魂。我国悠久的传统文化大部分是依靠农村这个重要载体才得以广泛继承与发扬的^[12]。农村是广大人民群众的精神家园和心灵归宿,更是建设乡村文化的关键核心。乡村文化不仅是构建乡村文明的基本内容,更是乡村振兴战略

的根本与灵魂。因此在乡村振兴战略背景下,需要在特色农产品包装设计过程中充分融入乡村景观文化、农耕文化以及各种乡村民俗等多样化乡村特色文化内容,在设计构思中结合系列包装设计理念,在充分提升特色农产品包装外观视觉形象的基础上,提高产品包装外观设计的内涵与层次。与此同时还需要在乡村振兴战略实施过程中有效保护乡村本土文化,弘扬与传承乡村文化精神,进而有效提升全民乡村文化自信意识。

4.4 在特色农产品包装设计过程中采用绿色环保型原材料

在乡村振兴战略背景下,特色农产品包装设计的关键环节是将设计元素与产品外包装造型进行充分融合,在此过程中应当重视合理利用与选取产品包装材料。随着社会的飞速发展,人们的环保意识逐渐提升,因此在特色农产品包装设计过程中,更应当增强绿色环保意识^[13]。可以选取可降解材料、再生材料、可食性材料、可循环利用材料以及纸质材料等,从而在特色农产品包装设计过程中提升环保意识,满足消费者的环保消费需求。

5 结语

综上所述,在现阶段乡村振兴背景下,为了有效促进特色农产品的影响范围不断扩大,在包装设计过程中应当构建特色品牌文化,在追求视觉审美的同时,注重消费者的情感体验,从而设计出能够提升特色农产品销量的作品。

参考文献:

- [1] 王建华,夏璐.彝族刺绣文化在扶贫特色农产品包装设计中的应用[J].湖南包装,2021,36(6):119-122,190.
WANG Jian-hua, XIA Lu. The Application of Yi Embroidery Culture in the Packaging Design of Featured Agricultural Products for Poverty Alleviation[J]. Hunan Packaging, 2021, 36(6): 119-122, 190.
- [2] 罗玉葵.乡村振兴战略背景下阳江特色农产品包装设计策略[J].商场现代化,2021(23):14-16.
LUO Yu-kui. Packaging Design Strategy of Yangjiang Characteristic Agricultural Products under the Background of Rural Revitalization Strategy[J]. Market Modernization, 2021(23): 14-16.
- [3] 陆培培,王双桃,李虹,等.乡村振兴战略下特色农产品包装设计的应用研究——以桂北“丹桂鲜”竹荪为例[J].绿色包装,2021(12):135-139.
LU Pei-pei, WANG Shuang-tao, LI Hong, et al. Application Research on Package Design about Special Agricultural Products under the Strategy for Rural Revitalization—Take the Northern Guangxi 'Dan Gui Xian' Dicotyledonous as an Example[J]. Green Packaging, 2021(12): 135-139.
- [4] 高媛.乡村振兴背景下四川地区特色农产品包装设计研究——以“彭山田野·礼”项目为例[J].黑龙江粮食,2021(11):72-74.
GAO Yuan. Research on the Packaging Design of Characteristic Agricultural Products in Sichuan under the Background of Rural Revitalization—Taking the "Pengshan Field Ceremony" Project as an Example[J]. Heilongjiang Grain, 2021(11): 72-74.
- [5] 叶露露.《乡村振兴战略下榕江地区农产品包装设计路径研究——以“乐榕”品牌为例》(包装设计)[J].出版发行研究,2021(11):113.
YE Lu-lu. Research on the Packaging Design Path of Agricultural Products in Rongjiang Area under the Strategy of Rural Revitalization—Taking "Le Rong" Brand as an Example (Packaging Design)[J]. Publishing Research, 2021(11): 113.
- [6] 李明,苟晓梅,邵文静.盐城“一村一品”特色农产品包装设计现状、问题及对策研究[J].湖南包装,2021,36(5):86-88,101.
LI Ming, GOU Xiao-mei, SHAO Wen-jing. Research on the Current Situation, Problems and Countermeasures of the Packaging Design Of "one Village, One Product" Agricultural Products in Yancheng[J]. Hunan Packaging, 2021, 36(5): 86-88, 101.
- [7] 龚雨欣,刘璇,胡玉林,等.江西省特色农产品包装设计存在的问题及对策[J].乡村科技,2021,12(29):33-35.
GONG Yu-xin, LIU Xuan, HU Yu-lin, et al. Problems and Countermeasures in Packaging Design of Characteristic Agricultural Products in Jiangxi Province[J]. Xiang Cun Ke Ji, 2021, 12(29): 33-35.
- [8] 胡梦婷.乡村振兴背景下地方特色农产品包装设计研究[J].绿色包装,2021(10):70-73.
HU Meng-ting. Research on the Packaging Design of Local Special Agricultural Products in the Context of Rural Revitalization[J]. Green Packaging, 2021(10): 70-73.
- [9] 胡小蝶.基于地域特色农产品包装设计——以华容芥菜为例[J].美与时代(上),2021(9):62-64.
HU Xiao-die. Packaging Design of Agricultural Products Based on Regional Characteristics—Taking Huarong Mustard as an Example[J]. Designs, 2021(9): 62-64.
- [10] 董有国.乡村振兴战略背景下地方特色农产品包装设计刍论[J].科教文汇(上旬刊),2020(19):189-190.
DONG You-guo. On the Packaging Design of Local Characteristic Agricultural Products under the Background of the Rural Revitalization Strategy[J]. The Science Education Article Collects, 2020(19): 189-190.

(下转第400页)