

个性化的品牌包装设计对水果销售的影响研究

杨洋

(海口经济学院 海南 海口 570100)

[摘要] 随着人们日益增长的社会需求,品牌包装也越来越讲究高质量,商品要想在市场占据先机,必须依靠品牌的力量。个性化的品牌包装对水果销售的影响尤为明显,个性化的品牌包装能够增强水果品牌的识别性,吸引消费者的眼球,提高品牌的市场竞争力。水果商品的发展必须依靠品牌的力量和个性化的品牌包装才能迎合现代消费者心理,要紧跟时代潮流和市场步伐。

[关键词] 个性化;品牌包装;设计;水果销售

品牌已经是当今市场再熟悉不过的名词,大小商品、无论种类、规格、型号等等都有自己的品牌。品牌是一个企业的无形资产,它是企业的代言人,是企业稳步发展的象征。而品牌包装则体现着商品的价值和其特点,更甚者体现着企业的文化。尤其在水果商品的销售过程中,个性化的品牌包装留给消费者的第一印象十分重要,甚至决定了消费者是否会购买该商品。品牌的个性化包装其实是企业文化的一种展示,对水果销售的影响十分巨大^[1]。所以,水果商品的销售必须要对水果进行包装,要迎合消费者的心理,满足消费者的消费观念,要讲究既简单明了又能体现企业的文化理念,让消费者能够直观的感受商品的价值并愿意为它消费。

1 普通包装的水果销售情况

当今水果市场也不乏一些商品,在销售过程中,未进行精心设计和包装,因此而影响了其销售业绩和经济效益。

第一,一些水果包装简单随意,形式单一,缺乏个性,甚至直接不进行包装,这就直接将水果的档次拉低。包装材料的选择也是采用质量差、外观粗糙的材料进行包装,在水果销售时,严重影响产品的销售。

第二,水果销售过程中无法自主选择包装材料,尤其是一些果农和果商都是自备包装材料,他们没有自主选择的条件,无法创立自己的水果品牌和个性化包装,这在一定程度上影响水果的销售,降低经济利益^[2]。

第三,一些水果在销售过程中虽然包装良好,但是没有注明产地和特点,降低了水果在销售时的宣传效果。采用无品牌、无标识的包装,不能体现自己的商品信誉,缺少文化内涵,不利于水果商品的宣传,也很难在市场上占据有力的竞争地位,更不用说提高水果的知名度了。

2 个性化品牌包装对水果销售的影响

品牌包装设计逐渐走向个性化,这是市场品牌竞争的结果,是消费者水平提高的表现,是品牌设计走向多元化的表现。总之,随着人们的物质生活的日益丰富,对水果商品的包装和质量要求也越来越高,人们对品质的要求越来越高。品牌包装个性化对水果销售的影响主要体现在以下几点:

(一) 提高水果品牌的辨识度

在日常生活中,消费者在购买水果时,需要根据水果的品牌包装情况做出分析和判断,在整体上对该商品有一定的了解和认知,进而在大脑中进行存储和记忆。这种记忆能够使消费者在购买商品时快速做出判断,并做出决定是否需要购买该水果品牌。除此之外,同一种水果商品的不同品牌包装也决定了商品的价值,比如进口水果和国内水果,在包装上的区别就存在明显的差异性,因此消费者在购买时会通过品牌包装辨别商品。而如果千篇一律,没有个性化的品牌包装设计,消费者的选择就会变得盲目而不确定,无法快速的对商品做出判断和选择,企业也会因此失去一大批客户,水果的销售直接受到影响,使企业经济效益降低^[3]。

(二) 表达品牌的内在涵义

个性化的品牌包装设计能够表达商品的价值,企业通过包装将相应的企业文化和理念表达出来,能够在主观上刺激消费者的消费欲望。将抽象的企业信息传递在具体的商品品牌包装上,能

够使消费者轻松获取商品的价值。尤其对于水果商品,通过包装可以让消费者直接了解水果的营养价值,进而吸引消费者。这种个性化的品牌包装设计紧紧围绕消费者的消费理念和消费观念,来满足消费者的需求,使消费者得到满足的同时,也能使企业获取更大利益。

(三) 增强视觉效果

当今市场上的商品琳琅满目,消费者很容易在选择商品时陷入混乱而不知所措,因此个性化的品牌包装就显得尤为重要,它在视觉上给消费者以巨大冲击。在水果市场,人流众多,交易频繁,商品数量繁多,因此要想在众多水果商品中脱颖而出,必须要在品牌包装设计上表现自己的商品个性,因为个性化的品牌包装会吸引消费者的眼球,进而让消费者能够通过自身对商品的理解进行选择 and 购买,他们也更倾向于选择有个性的品牌。所以,企业对品牌的包装设计上要根据包装材料本身、色彩、还有商标等方面进行个性化设计,产生较强的冲击力,使水果销售中给消费者产生较深的印象,只有这样才能使企业在水果市场中占据有利地位,保持强有力的竞争力^[4]。

(四) 增强品牌效应

水果商品的个性化的品牌包装设计,能够使品牌价值得到很好的体现,而且企业通过个性化的品牌包装能够明确消费群体。个性化的品牌包装能够区分出消费者不同的生活方式和消费水平,消费者也可以通过个性化的品牌包装区分不同的商品。因此,作为企业必须增强水果品牌效应,以突出体现商品在消费者心中的地位和价值,进而分析和判断消费者的喜好憎恶,提高水果商品在消费者心中的认知度。优秀的个性化品牌包装能够刺激消费者的消费欲望,增强商品的品牌效应,进而提高企业的经济效益和形成良好的口碑。

综上所述,任何商品都有自己的品牌,常规的普通包装已经不适应时代的发展,而且逐渐失去市场份额。而个性化的品牌包装设计对商品的价值提升十分重要,不仅能够提高企业的市场竞争力,还能扩大市场占比。尤其对于水果市场来说,个性化的品牌包装设计,能够提高消费者对其辨识度,认识水果品牌包装上的内在涵义,给消费者带来视觉上的冲击,增强品牌效应。个性化的品牌包装设计是一门艺术,需要将技术和艺术进行紧密结合,具有一定的难度和复杂性,设计方案也有很多种,可以利用传统技术进行设计,也可以通过现代化科技手段^[5]。只有将个性化的品牌包装设计在水果销售中加以合理的利用,才能使其在市场中显现优势,得到消费者认可,最终取得社会效益和经济效益。

参考文献

- [1] 欧阳慧.品牌包装设计的视觉要素建构探析[J].艺术与设计(理论),2016,(12):57-59
- [2] 张艳杰.品牌包装设计的美学思考[J].品牌研究,2018,(08):53-54
- [3] 高德荣.日本包装设计中的多元体现[J].包装工程,2018,(12):53-58
- [4] 孔维奕.日本禅宗美学与极简包装设计[J].中国艺术,2018,(05):62-67