

# 梅州特色农产品在包装升级中的应用与探索

王媛媛 彭碧玲

嘉应学院 林凤眠美术学院 广东 梅州 514000

**[摘要]**现今,特色农产品不仅仅是要在产品的质量以及数量上有保证,为了顺应时代的发展与潮流,能在庞大的市场上占有一席之地,也需要十分注重农产品的包装升级;通过包装的升级与创新,融入现代化设计,符合大众的审美需求,达到吸引消费者的眼球,提高消费者的购买欲,科学助力梅州地区农产品销售的长远发展,带来价值体现的目的。基于此,本文首先对梅州地区特色农产品的包装设计现状以及存在的问题进行分析,其次阐述了农产品包装升级的必要性,最后提出了包装升级的应用分析。

**[关键词]**特色农产品;包装升级;创新;现代化设计;价值体现

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6261.2021.12.712

2018年9月,中共中央、国务院印发了《乡村振兴战略规划》,在这样的政策背景下,无疑是促进乡村经济发展、助农富农的一大重要举措。近年来,随着人们生活水平、科技水平以及审美艺术的快速提高,消费者会相对的减少对包装设计单一、单调的产品的关注;相反,他们在购买产品时目光会更加聚焦于产品的外观包装设计,倾向于选择多元化、有文化内涵的产品包装,从而满足自身各方面多层次的需求。由此可见,农产品的包装设计是产品销售环节中的一个重要因素,要实现梅州农产品的推广畅销,走向全国全世界,不仅是要牢牢抓住乡村振兴战略这一机会,而且自身也一定要落实好农产品的包装升级,融合现代化设计理念,提高产品的知名度与美誉度,致力于创造产品的价值,助力农民致富增收。从目前的情况来看,梅州农产品的包装设计现状偏于单一,缺乏一定的创新性与多样化。

## 1. 梅州特色农产品包装的现状与存在的问题

### 1.1 同质化严重,缺乏创新性

同质化是指同一大类中不同品牌的商品在性能、外观甚至营销手段上相互模仿,以至逐渐趋同的现象;包装设计行业中,特别是农产品的包装,很多都陷入到难以发展的困境之中。在市面上,农产品包装设计同质化严重,采用的包装工艺材质、外形结构、颜色等都相类似;互相的恶性模仿,导致丢失掉自身的优势与特色,没有将产品的特色完美呈现出来;包装展现出来的效果形式过于的简单,过于的雷同,缺乏一定的创新性与设计感,没有考虑到受众群体们的真正消费需求,难以吸引消费者的关注度以及激发消费者的购买欲望。根据调查显示,梅州农产品存在包装设计较简陋、包装辨识度低、包装不够牢固、包装不适合产品,无法保证包装内食品质量、包装成本高、多层包装不够环保、便携程度低、不易取用等问题。

### 1.2 品牌化意识淡薄,缺乏标准化

品牌化,是指对产品或服务设计品牌名、标识、符号、包装等可视要素,以及声音、触觉、嗅觉等感官刺激,以推动产品(或服务)具备市场标的和商业价值的整个过程。品牌化,是创建和培育品牌的起点,也是品牌管理者的常规性工作。品牌化意识薄弱导致农产品的包装过于的零散琐碎,缺乏系统化与标准化设计,无法完整地出现在大众地视野中;农产品品牌化的目的是为了树立产品形象,增强消费者的品牌价值认同感;品牌化的系统设计有利于受众群体对产品有一个清晰的认知与识别,便于选购商品,从而促进产品的销售,达到市场突出和市场区别的作用。

### 1.3 地域文化特色不显著,缺乏认同感

地域文化一般是指特定区域源远流长、独具特色,仍发挥作用的文化传统,是特定区域的生态、民俗、传统、习惯等文明表现。梅州是国家历史文化名城,是我国汉族客家人最集中的聚居地,素有“世界客都”之称,具有丰富的客家文物、特色客家民居、浓郁的客家民间艺术和民俗风情,神奇的迁徙历史。丰富的历史文化资源以及深厚的文化积淀是梅州区别于其他的特色优势所在;农产品的包装融入梅州的地域文化特色,赋予其文化内涵和文化底蕴,迎合消费者的个性化消费需求以及精神需求,增强消费者的文化价值认同感,搭建产品与消费者之间的桥梁,引起情感共鸣。

## 2. 梅州特色农产品包装升级的必要性

积极响应国家以及政府的号召,近年来,国家连续出台相关的政策支持,目的就是为了乡村振兴,推动乡村经济的发展,并且,梅州市政府也高度重视地理标志产品培育和保护工作,出台奖励细则鼓励开展申报,积极培育龙头企业不断夯实产业发展,制定准入门槛的同时强化监督管理,讲好地标故事,不断擦亮品牌,长效推进地标产品申报和保护工作。

梅州特色农产品是梅州市重要的经济效益支撑,通过对梅州市特色农产品包装视觉升级设计,加强对梅州优质特色农产品的品牌化构建,提高农产品的档次,加大包装设计创新力度与宣传力度,积极引导企业培育自主品牌,多方位实施助农销售,有利于进一步激发特色农产品销售的市场活力,提高农产品的市场效益,提高梅州市特色农产品核心竞争力,创造全国乃至世界对梅州市特色农产品需求,提高农产品的附加值,从而助力精准扶贫,服务梅州市经济社会发展,推动梅州经济高质量发展,推动梅州市相关产业发展,例如梅州当地的旅游业、餐饮业等各方面的发展,形成产业链;

将梅州的特色农产品推向市场,推向国内乃至世界各地,对内对外可以更好的宣传推广梅州地区的地域特色文化历史、文化内涵等,有利于传承梅州当地的文化以及扩大知名度、影响力,让更多的人了解到梅州的特色文化并且产生文化认同感。借由品牌文化推广,可以促进梅州农产品的长远发展,助力梅州市特色农产品品牌文化的打造与推广;提高产品的市场需求量,扩大供给,为梅州市提供更多的岗位需求,利于科技人才的引进以及培养,带来经济价值、文化价值;

随着消费者的生活水平以及审美的不断提高,梅州特色农产品包装也应适应社会发展的潮流;精美细致、视觉效果强烈的包装产品往往会更加地引人注目、产生认同感和共

鸣。为了农产品的长远发展，就一定要避免包装的同质；要善于打破常规，融入现代化设计元素与手法，产生具有特色、差异化的视觉包装效果，这样才能够更好的打动消费者，吸引消费者的目光，迎合消费者的多层次需求与消费心理，增加购买欲望，从而带来更多经济效益，促进梅州的经济、增加经济收入，达到助农富农的目的。

### 3. 梅州特色农产品包装升级的应用分析

#### 3.1以梅州地域文化为中心

农产品受地域的影响，呈现出显著的地域性特色，是由于其生长的各个地域的水质不同、土质不同、光照不同、地势不同而造成，在特定地域出产的农产品比其他地域同种农产品有更独特的优势，比如新疆的葡萄干，烟台的富士苹果，东北的大米等。可见，农产品的包装设计过程应立足于梅州当地的独特的地域文化特色，例如，梅州客家传统纹样、工艺美术、客家围龙屋、客家民俗故事等等，提取梅州地区的符号元素，进行精加工、结构重组再设计，强调其特色，彰显地域文化个性，赋予农产品包装更深层次的文化内涵和文化底蕴，形成具有自身独特韵味的差异化包装设计，实现梅州特色农产品的包装升级。例如，喜乡随茶油的包装设计，在色彩上使用于随州出产的曾候乙编钟中提炼的“红色”，强调其地域性，能让消费者清晰地感受到历史的厚重与深沉。

#### 3.2以消费者为中心

消费者是产品或服务的受用者，购买和使用产品的目的是满足个人的各方面需求。现在的消费者对于农产品的包装有了更高标准的要求，区别于以往单一、粗糙、无创新点的包装设计。因此梅州的农产品包装升级应注重消费者的感受与需求，契合消费者的消费心理以及消费时尚，打造个性化农产品包装，增强消费者对农产品的记忆点，符合现代的审美视觉要求以及消费者心理预期，从而相对应的解决包装同质化的问题，逐渐跟上时代的步伐；其次，在包装升级的过程中，应注重情感化包装设计，秉承“以人为本”的设计理念，建立起农产品与消费者之间的情感桥梁，增强消费者的认同感，让消费者获得心理满足感、精神满足感；最后，农产品的包装升级应关注年轻一代消费群体，他们具有强大的消费潜力以及需求，是消费的“主力军”，在农产品包装升级的过程中可考虑年轻化的设计，从包装的形式、色彩、版式、图形样式等方面入手，倡导多元化设计，做年轻人喜欢的风格设计、系列设计，国潮设计等。

#### 3.3以生态可持续发展为中心

随着工业化的蓬勃发展，生态环境问题也伴随着出现，生态可持续发展与环境保护是近几年国际社会上的热门话题。农产品包装设计的应提升保护和改善地球生态环境的意识，保证以可持续的方式使用资源和环境成本，与生态环境相协调。农产品的包装应选取可降解、可回收、可循环使用的绿色环保包装材料；重新改良升级冗余的包装结构样式及形式，提倡简约、环保的包装形式，一方面是为了保护生态环境，另一方面也可有效的节约成本以及增强消费者的认同感。另外，可充分利用梅州当地的自然资源合理地进行包装材料的选取，为产品注入生态性和原始性，这样不仅是农产品包装升级的一大特色，并且可逐渐的形成良性循环，保护生态环境，有效减少环境污染，促进生态可持续发展。秉承

以生态可持续发展的农产品包装设计升级理念，是必然的举措，是符合新时代的发展要求，是符合大众的价值观念。

#### 3.4以现代化设计为中心

传统与现代相碰撞往往会产生不一样的火花，形成不一样的效果和反响。近几年兴起的国潮设计，便很好的将中国的优秀传统文化与现代插画艺术相结合，带来惊艳的视觉效果，深受国民大众的喜爱。插画艺术是农产品包装设计的重要表现形式之一，其色彩、元素等的选取与搭配形成独特的视觉效果，通过插画的形式进行农产品包装设计，可以有效的吸引消费者的注意力，以及插画本身的艺术性和氛围感更容易被大众所接受。通过融入现代交互体验设计，采取人性化设计，能够提升农产品的包装与消费者之间的互动，增强趣味性、互动感，从而实现农产品与消费者之间的联系。另外，应加强农产品的品牌化系统设计，品牌化设计由文字、标记、符号、图案和颜色等要素的组合构成，规范的设计程序，有助于避免农产品包装升级过程中设计元素的滥用，造成同质化的后果；打造具有梅州特色的农产品品牌，增加辨识度，便于推广传播，提高知名度和美誉度。

### 4. 结语

随着社会的不断发展，消费者的审美不断加强以及消费观念的转变，人们对于农产品包装的要求也随之提升；因此，我们应该采取相对应的措施进行农产品包装的针对性升级。农产品的包装不仅要立足于梅州的地域特色文化，深挖本土的特色文化资源，赋予农产品包装内涵，达到区域特色文化宣传推广的目的，还要坚持“以人为本”，“生态可持续发展”的设计理念，采取多元化设计，注重消费者的消费心理和情感化需求，满足消费者的多层次需求，从而吸引更多的消费者购买，同时，提高环保意识，增强对生态环境的保护，在升级发展的同时兼顾生态环境不被破坏。另外，还要融入现代化设计，树立品牌化意识，重视农产品的品牌构建。

### 参考文献

- [1]张钟灵.土特产包装设计中的地域文化元素提取和应用[J].西部皮革,2021,43(22):2.
- [2]曹涛.呼伦贝尔市鄂伦春自治旗文化旅游品牌设计研究[J].呼伦贝尔学院学报,2021.
- [3]王策.临沂市桃产业品牌化建设研究.
- [4]饶佳宁.绿色崛起视野下粤北山区发展幸福导向型产业的几点思考[J].绿色科技,2016.
- [5]和原芳.资源和环境约束下山西省产业结构调整研究[D].内蒙古财经大学,2014.
- [6]王策.临沂市桃产业品牌化建设研究[D].烟台大学,2019.

#### 作者简介:

第一作者简介:王媛媛(1982.05),女,汉族,辽宁鞍山,工作单位:嘉应学院,博士,讲师

第二作者简介:彭碧玲(2000.11)女,汉族,广东汕尾,嘉应学院林凤眠美术学院学生,研究方向:视觉传达设计包装设计.

项目:国家级+科技助力梅州:梅州特色农产品包装视觉升级+202110582012