

浅谈洪泽湖特色文化农产品的包装设计与创新

谢珍贞, 曾志鑫, 兰欣昀, 周奕冰
桂林电子科技大学 广西 北海 536000

摘要: 洪泽湖地区的特色文化农产物, 经过一系列精心的包装设计, 呈现出了独具特色的农产品形象。当地的历史、文化和风俗习惯应当在特色农业文化产品的包装设计中得到充分的反映。要以独特的视觉形象为核心进行包装设计。特色文化农产品的需求在不同地区得到了旅游业的刺激, 但与此同时, 对其包装的需求却在不断攀升。在这个背景下, 本文将结合地域特征和消费群体等因素, 探索如何通过包装设计实现特色文化农产品与游客之间的互动交流, 从而提升其商业价值。本研究聚焦于洪泽湖特色文化农产品的包装设计, 深入分析其包装设计要素, 旨在为特色文化农产品产业的进一步发展提供有力支持。

关键词: 洪泽湖特色文化农产品; 特色文化农产品; 包装设计

Talking about packaging design and innovation of characteristic cultural agricultural products of Hongze Lake

Zhenzhen Xie, Zhixin Zeng, Xinyun Lan, Yibing Zhou

Guilin University of Electronic Technology, Beihai, Guangxi, 536000, China

Abstract: The characteristic cultural agricultural products of Hongze Lake area have been carefully packaged and designed to present a unique image of agricultural products. Local history, culture and customs should be fully reflected in the packaging design of characteristic agricultural cultural products. It is necessary to carry out packaging design with a unique visual image as the core. The demand for special cultural agricultural products has been stimulated by tourism in different regions, but at the same time the demand for their packaging is rising. In this context, this paper will explore how to realize the interaction between characteristic cultural agricultural products and tourists through packaging design, so as to enhance their commercial value, taking into account factors such as regional characteristics and consumer groups. This study focuses on the packaging design of characteristic cultural agricultural products in Hongze Lake, and analyzes their packaging design elements in depth, aiming to provide strong support for the further development of the characteristic cultural agricultural products industry.

Keywords: Hongze Lake characteristic cultural agricultural products; characteristic cultural agricultural products; packaging design

1. 相关概念概述

1.1 农产品

农产品在世界贸易组织的定义中被归类为包括动物、植物、油脂、食品和饮料在内的多种类别^[1]。

初级农产品是狭义农产品的唯一组成部分。农业生产资料主要包括化肥、农药等, 这些都属于广义农产品范畴, 不包含在本条款中。农产品所包含的不仅仅是农业初级产品, 还包括微生物发酵产物、醋、葡萄酒以及压榨植物油等农业初级商品^[2]。需要特别留意的是, 本条款所审查的农产品的重点在于狭义上的农产品, 包括那些初级农产品。

1.2 农产品包装

农产品的包装设计是建立在对农产品和包装的视觉形象进行精心雕琢的基础上的。在商品进入流通环节前, 包装起着保护产品, 方便储运、销售及宣传促销作用。农产品的包装方式包括纸包装、箱包装、捆扎等一系列措施, 以确保

其品质和安全性。使之具有保护功能、方便携带与贮存、便于销售和宣传推广的作用。为了确保农产品在运输和储存过程中不会发生碰撞和损坏, 同时保持其包装材料和方法的原始状态, 必须采用适宜的包装材料、容器和包装技术进行包装^[3]。

2. 产品包装设计的原则

2.1 统一视觉形象

一个品牌的强大在于其必须拥有一套完备的视觉识别系统, 以确保其形象清晰、功能全面。因此, 农产品包装不仅要具有良好的外观质量, 而且还要符合消费者的购买心理和要求。品牌视觉识别系统设计应该从整体上把握产品与服务信息和精神内涵, 以独特的形象为企业树立良好的品牌形象, 使其能够吸引更多顾客。

特别是在包装方面, 该系统采用企业图像的视觉识别技术, 以标准化品牌名称和位置为基础, 运用企业标准颜色,

消除了标准文本和其他常见功能,从而建立了一个统一的图像系统^[4]。通过将产品包装与其他品牌进行区分,采用统一的品牌形象,可以有效地帮助消费者建立记忆,加深对品牌和企业形象的认知。

2.2 一致性设计风格

将工业产品按照不同的用途、质量和适用项目进行分类,以实现系列化和包装匹配的一致原则,特别是在药品、化妆品和食品等领域,这是一种非常有效的方法。视觉识别系统设计的成功与否将直接影响到企业产品的市场形象和品牌价值。在设计过程中,可以采用色彩变化的方式,通过对产品图像或品牌名称进行调整,以区分不同的产品类型^[5]。在某些特定的场合,如儿童、老年人以及特殊需求的消费者中,品牌与色彩的协调性显得尤为重要。对于一个由多个不同层次的品牌所构成的品牌,必须巧妙地运用一致性设计,以展现它们之间的相互关系和完整性,从而进一步提升品牌形象。

2.3 强化个性形象

包装设计的成功不仅在于视觉上的吸引力,更在于创造出一种能够给消费者留下深刻品牌印象的氛围。在包装领域,伏特加这种烈性利口酒的成功应用案例众多,通常被包装在长颈和方肩的瓶子中,而“绝对伏特加”则采用异常的短颈和圆肩,以透明玻璃材料制成。这就需要我们把握品牌形象的定位,并使之成为一种文化特征或精神特质,即形成独特的形象个性,从而实现产品与品牌形象间的一致。这个曾经备受争议的设计是由瑞典设计师 Gunnar Broma 和 Lars Borje Carlsson 设计的。他们将“绝对伏特加酒”的外形进行了变形,并以一种独特的方式加以表现^[6]。这一瓶外形的灵感源自于瑞典的一款医用瓶,其相对尖锐的传统伏特加形象赋予了“绝对伏特加”更为浓郁、更加稳定的外观。

3. 洪泽湖特色农产品包装设计元素

洪泽湖蕴含着深厚的地域文化底蕴,是其他艺术和设计元素所无法替代的珍贵财富。通过对洪泽湖农产品包装现状的深入分析,结合现代包装设计理念,初步探究了洪泽湖地域文化在农产品包装设计中所呈现的独特文化特色。

3.1 创意

在特色文化产业发展迅速的今天,特色产品的包装设计成为了一种趋势。若设计师欲创造富有创意的包装设计,则需深入挖掘当地文化内涵,赋予设计以独特的个性和活力,并从源头上运用异域景观和乡村景观作为视觉元素,以吸引观众的目光^[7]。因此,特色文化农产品包装应该是一个地区特有的地域性特征的体现。通过深入探索和运用地域文化的

设计元素,我们得以在特色文化农产品的包装设计中实现更高层次的创新和升华。我国拥有丰富的特色农业资源,但由于缺乏对其开发力度而使得这些特色农产品没有得到很好的推广与宣传。为了将独具特色的文化农产品打造成品牌,必须凸显当地区域文化的内在价值。

3.2 造型

形状的构成要素包括显示区域的尺寸以及形态。在此背景下,如何将本土产品与外来品牌进行有效地整合成为了一个新的课题。农产品包装的主要目的在于保护农产品免受环境中有害因素和微生物等侵蚀,并能最大限度地展示农产品特有的风味与营养成分^[8]。消费者的购买决策受到包装个性的直接影响。如果没有这种独特性,包装就不能被接受,也无法体现出自己特有的魅力和价值。因此,在设计特色农业文化产品的包装时,我们致力于创造多样化的风格,以确保其完美地呈现出产品独特的形态特征。

仿生方法是一种通过模拟生物体的结构、功能和形态特征,以创造出新的生物形态的技术^[9]。形状在自然界中无处不在。洪泽湖坐落于长白山的脚下,被赋予了独特的自然风光。这里有许多具有代表性的湖泊湿地景观资源。这些农产品所需的营养元素和创意主题,是包装特色所必需的。在特色文化农产品的创意包装设计中,自然物的外观呈现出一种独特的气质和形态,不可简单地模仿或效仿。由于自然形态本身就具有一定的美感和艺术性,因此要运用多种方法使之符合消费者心理需求。以自然形态为基础元素,捕捉自然物体内在的本质特征,表达自然物体内部结构所蕴含的生命元素。这样才可以使产品更加生动形象地表现出地域特征及民族特性。

3.3 图形设计

在众多同类产品,一款产品的独特之处在于其视觉语言在平面设计中扮演着不可或缺的角色。相较于其他设计元素,平面设计在艺术表现力和表达方式上呈现出更为卓越的优势。随着现代科学技术的发展,平面设计已成为一种广泛运用于各种媒体的独特而又富有创造性的表现形式。通过克服地域、国家和文化上的障碍,它实现了信息传递的无缝衔接,同时有效地增强了与目标受众的视觉互动。随着社会发展速度加快,人们对生活质量提出了新要求,而包装是沟通消费者与商品之间的桥梁。在构思洪泽湖独具特色的农产品包装设计时,我们可以从该地区挑选一些具有代表性和难以忘怀的形态,同时考虑到传统习俗、传说、历史人物以及农业娱乐等方面。通过对这些传统图案进行分析与研究,结合现代视觉传达理论,运用多种方法和手段创造出符合大

众审美需求的农产品包装设计作品。一方面,产品信息可以直接传递,另一方面,通过深入挖掘、推广和弘扬当地的地域文化,也能够实现更广泛、更深入的传播和推广。

3.4 色彩

色彩在包装设计中展现出卓越的表现力和视觉效果,不仅影响产品的外观造型及消费者对产品的印象,而且还能激发人的情感,使消费者产生购买欲望^[10]。在销售过程中,包装的色彩往往扮演着至关重要的角色,是决定销售成败的关键因素。色彩是一种重要的催化剂,它能够深刻地感染人们的情感和内心,从而在情感和精神层面上发挥着至关重要的作用。不同的产品有其各自独特的特点,而不同的商品也有着不同的特性和风格,这就要求设计师能够准确地把握色彩与商品之间的关系并加以灵活运用。包装设计师应该从消费者需求出发,通过对色彩与人心理、情感关系的分析研究,来满足他们对商品的审美需要,从而使商品得到最大程度上的宣传和推广。

结语

实施产业减贫和推进减贫项目,可激发洪泽湖居民的销售热情,其中之一是提升劳动力素质。当地居民将从推进减贫项目中获得实实在在的益处。在得到经济支持的情况下,居民对于提高生活质量的追求更加强烈,这为改善贫困人口的生活目标提供了有力的支撑。通过对洪泽湖进行文化特色农产品的包装,即使是劳动力普遍较低的人,也能够获得一定的经济效益,从而推动洪泽海洋经济的稳步崛起。确保充足的人力资源供应。提升减贫计划的协同效应。通过设计与宣传减贫项目能够使人们更加关注到扶贫项目所带来的经济利益,进而产生更大的积极性和主动性来参与到项目中。

参考文献

[1]付珊. 电子商务背景下区域性农产品包装设计定位研究[J]. 赤峰学院学报(自然科学版),2016,(23):35-37.

[2]苏文婷. 消费心理引导下的农产品包装设计元素分析[J]. 巢湖学院学报,2016,(02):98-102.

[3]罗滔,张鹏. 大数据时代基于叙事性理论的农产品品牌包装设计研究[J]. 包装工程,2016,(02):5-8+12+197.

[4]陈帅,方细玲. 有机农产品的包装设计与探讨[J]. 中国包装工业,2015,(14):29+31.

[5]秦燕妮. 我国农产品包装设计与品牌塑造[J]. 福建农业,2015,(07):10-11.

[6]李双蓉,邱志涛. “荷塘月色”生态农业品牌及其农产品包装设计[J]. 包装学报,2014,(04):69-73.

[7]童铎彬. 基于浙江嵊州竹编的农产品包装设计探究[J]. 绍兴文理学院学报(自然科学),2014,(03):29-32.

[8]张小华. 因事塑物 由理系情——基于事理学下的海南农产品包装设计实践研究[J]. 设计,2014,(08):170-171.

[9]刘升,杨文剑. 地域农产品包装设计探索[J]. 包装世界,2014,(02):22-23.

[10]揭谜. 区域性农产品包装设计研究——以浙江中部地区为例[J]. 艺术科技,2014,(02):243+246.

作者简介

第一作者:谢珍贞,女,汉族,2002年8月出生,籍贯:湖南永州,学历:本科,职称:无,研究方向:产品设计;设计心理学

第二作者:曾志鑫,男,汉族,1998年5月出生,籍贯:广西玉林,学历:本科,职称:无,研究方向:产品设计

第三作者:兰欣昀,女,汉族,2002年2月出生,籍贯:广西柳州,学历:本科,职称:无,研究方向:包装设计

第四作者:周奕冰,女,汉族,2004年5月出生,籍贯:湖南衡阳,学历:本科,职称:无,研究方向:设计心理学