

乡村振兴视角下的包装设计与品牌创新

——以常州钟楼十村蔬果包装“原汁原味”为例

李晨, 孙琦

南京林业大学艺术设计学院, 江苏 南京

收稿日期: 2023年10月12日; 录用日期: 2023年12月21日; 发布日期: 2023年12月29日

摘要

在新时代的背景下, 城市和乡村的发展差距正在逐步拉大, 我国为解决三农问题, 大力发展乡村振兴, 培养乡村振兴的人才。而农产品的开发生产销售已经成为推动乡村经济发展的重要一环, 因此进行区域性农产品包装的品牌包装更新设计, 能够大力促进当地农产品的消费, 展示乡村的新风貌, 如今的区域农产品包装还存在着许多问题, 本文将对常州钟楼十村蔬果农产品的品牌包装设计提出更新策略和方案, 将结合区域特色, 改善过去此区域蔬果品牌包装缺乏特色, 难以吸引大众, 使得优质的农产品无法走出去的问题。

关键词

乡村振兴, 区域化农产品, 包装设计, 品牌创新

Packaging Design and Brand Innovation from the Perspective of Rural Revitalization

—Taking the “Original” Packaging of Vegetables and Fruits in the Tenth Village of Changzhou Zhonglou as an Example

Chen Li, Qi Sun

College of Art and Design, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 12th, 2023; accepted: Dec. 21st, 2023; published: Dec. 29th, 2023

Abstract

In the context of the new era, the development gap between urban and rural areas is gradually widening. In order to solve the problems of agriculture, rural areas and farmers, China vigorously develops rural revitalization and trains talents for rural revitalization. And the development of

agricultural products production and sales has become an important part of promoting the development of rural economy, so regional agricultural packaging brand packaging update design, can vigorously promote the local consumption of agricultural products, show the new style of the country, now regional agricultural packaging still has many problems, this paper will to Changzhou bell ten village fruits and vegetables agricultural products brand packaging design update strategy and scheme. This paper will combine the regional characteristics to improve the lack of characteristics of the brand packaging of fruits and vegetables in this region in the past, which is difficult to attract the public and makes it impossible for high-quality agricultural products to go out. The problem is that the brand packaging of fruits and vegetables in this region lacks characteristics.

Keywords

Rural Revitalization, Regional Agricultural Products, Packaging Design, Brand Innovation

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着乡村经济和人民消费水平的日益增长,乡村区域农产品的消费需求也日益提高,使得乡村经济的发展迎来了好时机[1]。加快乡村的经济发展,平衡城乡差距大,因此必须要改善当地农产品品牌,用品牌效应促进当地的旅游业和经济产物的发展。根据对常州钟楼十村的区域考察和走访,发现很多农产品的包装设计并不理想,较为单调,粗糙,缺乏设计感,也没有将当地的文化和特色结合起来,缺乏互联网时代对外销售的要求,因此在我国大力发展乡村振兴战略和如火如荼的政策扶持背景下,能够通过新颖的设计将陈旧,毫无新意和特色的农产品包装重塑成带有地方特色,展示乡村新风貌的新产品走出乡村是非常有必要的。这样的特色农产品产品可以吸引游客,促进当地旅游,增加当地的经济收入,是实现乡村振兴的必要途径。建立起一个优秀的品牌包装IP能与当地的旅游业相辅相成,形成一个商业爆点,旅客们来到乡村旅游,除了自然风貌以外,当地的产品,文创,视觉呈现都可以给他们留下深刻印象,要将农产品的品牌包装塑造成当地的视觉符号,兼具时代特色,保留当地的乡村野趣,从而进一步促进旅游业,增加浏览量,让乡村农产品走出乡村。

2. 乡村振兴视角下农产品品牌包装设计更新

2.1. 常州钟楼十村的区域蔬果农产品开发分析

2.1.1. 区域分析

常州拥有逾千年历史,是吴文化的发源地之一,而钟楼区位于常州市中心区域,也是“两湖”创新区的主战场之一(图1)。此地属于宽广的高沙平原,地势西北略高,东南略低,区内气候属于亚热带季风区,雨量丰沛,日照充足,温暖湿润,四季分明,因此此地的区域位置优越,生态资源丰富,城市绿地与乡村田网相得益彰。钟楼十村村落与村落之间紧密相连,每一个村又有着各自的特点与发展模式,以殷杏泰片区为基地的农旅核心,打造了以现代农业产业园为基地的现代农业核心,此地具有格田成方,灌排通畅,高标准吨粮田和苗牧场,瓜果蔬菜大棚基地等等的农副产品规模经营的现代化农业生产区,刘巷村则具有翠冠梨,水芹的规模化种植,琵琶墩村则具有摩登田野大棚艺术展和佳农探趣生态园,每一个村落都有大量的肥沃的良田和适宜的种植条件,农产品种类丰富,是此区域的一个重要的经济来源。

因此此地适合蔬果种植, 且有大量的蔬果产品外销自销, 因此蔬果包装品牌创新要结合此区位的优良条件, 达到共赢。



Figure 1. Agricultural industry patterns
图 1. 农业产业格局^①

2.1.2. 现存蔬果农产品包装分析

基于走访调查几个农产品的实际情况来看, 目前区域内蔬果农产品的包装存在着不少问题, 如大部分的农产品包装简陋充满土气, 甚至一些并无包装, 整体给人的感觉就是粗糙, 没有品牌意识, 缺乏设计感, 蔬果包装之间也毫无区分度, 与一般市面上的包装无异, 没有市场竞争力, 再加上宣传力度欠缺, 很难将此地丰富的蔬果产品营销包装出去。钟楼十村的农产品种类丰富, 但乡村农产品大部分将精力投入在产品本身, 只希望产品易于运输, 口味好即可, 并没有将精力投入在它的宣传, 品牌, IP 和包装上, 蔬果类的包装更是如此, 同质化严重, 难以在强大的市场竞争力和消费者眼中脱颖而出, 而当前人们的审美是在不断提高的, 因此在保留当地特色的同时应该建立起一套完善的品牌包装设计, 增加此区域的农产品包装竞争力。

2.2. 因地制宜重建蔬果品牌包装

2.2.1. 传递乡村地域特色

区域蔬果农产品要想达到推广形成走出的品牌效应, 那么它的外包装就应该成为乡村地域特色的载体, 除去创新, 保留乡村原有的野趣可以让人记忆犹新, 使得无论是买到此产品还是看到此产品都可以瞬间想起此区域的风土人情和美景, 即使是在外的游子, 只要一看到自己家乡的农产品包装也会触发思乡之情, 设计需要情感化的浸润, 这样既可以展现出乡村新风貌, 又可以让产品包装注入文化内涵。因此应提炼出鲜明的乡村特色, 增强包装区域联系性, 如在包装的图形设计中表现出乡村风貌, 风土人情, 以及当地的人文关怀, 可以将这些地域特色凝练成视觉符号语言, 展现在包装的设计上[2]。

2.2.2. 从绿色环保角度设计

可持续发展也是我国的一个重要发展策略, 环保理念早已穿插融入在各行业里。因此乡村蔬果农产

品包装除了要考虑到视觉呈现的部分, 也要注重绿色环保, 在包装的材料选择上应尽量采用可回收易于降解的绿色环保材料, 如一些土鸡蛋的包装化繁为简用牛皮纸来代替塑料盒和泡沫纸盒[3]。尽量不对环境产生污染影响, 这样既可以树立优良的品牌形象, 让使用的消费者也能理解绿色环保理念, 也可以减少包装上的成本, 一举两得。

2.2.3. 增加包装的视觉趣味性

现在市面上的一些包装设计, 还比较老派, 而互联网时代的发展迅速, 不够新颖的包装很难吸引到年轻人的目光, 而一个产品的包装的趣味性也许会直接影响消费者的购买心理[4]。因此要在蔬果包装上加强视觉元素的趣味性, 要与时俱进, 抓住当前潮流风向, 把包装的色彩, 造型, 甚至是肌理的表现都可以考虑在内, 将设计美学融入在包装设计里, 不要再拘泥于过去的某种风格, 例如现在很多产品的包装, 它的包装甚至可以留下来作为纪念, 它所具有的趣味性不会在使用后被丢弃, 还可以接着使用, 作为精美的周边留存来, 这样不仅环保, 还让人觉得物超所值, 既购买了产品又得到了实用性装饰性兼具的包装。

3. “原汁原味”蔬果品牌包装设计

3.1. Logo 设计

此 logo 设计名为“原汁原味”将简笔插画和字体融合形成丰富的视觉体验效果(图 2), 字形采用具有空气感的书法字体变形, 水果的图形插画也采用相同的噪点感, 由于整体品牌设计风格都富有趣味所以在 logo 的表现上也更为轻松, 微微倾斜一些角度, 增加活泼感。Logo 图文结合, 提取常州十村的水果特产, 整体呈现出自然野趣之美, 手写风格的笔锋, 为了突出乡村的朴实感以及自然感, 在书写过程中字迹尽量表现出洒脱之感, 为了于穿插其中的插画呼应, 颜色上也尽量采用饱和度较低的配色, 不喧宾夺主, 展现了乡村朴实悠然的野趣[5]。



Figure 2. Logo design for the “Original Fruit and Vegetable” brand
图 2. “原汁原味”蔬果品牌 logo 设计^②

3.2. 辅助图形设计

辅助图形选用了特产里的蔬菜和水果, 各四类, 设计了 8 个蔬果形象 IP, 如图 3 所示, 并以此延伸设计了海报和包装, 整体品牌包装定位以趣味性蔬果包装为主, 因此 IP 形象表现上加上了很多可爱的表达, 颜色上也是以活泼为主, 俏皮可爱, 简笔画的肢体还有可爱的 q 版形象都与现如今流行的视觉风格不谋而合[6]。现如今传统的插画类包装失去了一些风趣的表达, 因此在包装设计的辅助图形上, 我采用了一些谐音梗, 使得整体更加有趣, 如“梨好啊”, “桃不掉”, 以及用“俺是果”, “俺是菜”这样的标语, 符合时代潮流, 在绘制的手法上, 背景我将常州村落的一些乡村进行了简化处理, 以利落的, 涂画般的线条概括乡村风貌, 并加以肌理的处理, 这与 logo 的肌理处理上也是相互呼应的, 每一张插画里都蒙上了一层这样的肌理效果, 以此给人一种恬静质朴的田园乐趣, 以及有质感的一种表现手法, 谐音梗的处理和字体设计也都是符合主题, 趣味蔬果, 减少了字体骨架中严肃的部分, 与 IP 相结合后, 呈

现出一种慵懒之感, 这些蔬菜水果小人散布在乡村田野之中, 颇有情趣, 可以使得消费者也感受到相同的乐趣[7][8]。颜色上我采用了饱和度较低的背景, 蔬菜水果的形象上则选用了较为鲜艳活泼丰富的色彩, 以此达到一种中和, 使得消费者可以一眼识别出此品牌的形象[9]。充满幽默的蔬果谐音和标语的排版, 也丰富了包装辅助图形的层次和丰富度, 如图4和图5所示。



Figure 3. Vegetable image IP design
图3. 蔬果形象IP设计[®]



Figure 4. Fruit and vegetable image illustration packaging design
图4. 蔬果形象插画包装设计[®]



Figure 5. Fruit and vegetable image illustration packaging design
图5. 蔬果形象插画包装设计[®]

整体包装盒的辅助图形以“俺是果”，“俺是菜”这样的标语作为主要点缀，加上各自 IP 形象组合在一起，充满了诙谐幽默又质朴的可爱给人以亲切感，一句话一个标语就可以迅速拉近和消费者之间的距离。也区分出了水果和蔬菜的包装，如图 4 和图 5 所示。

3.3. 包装及周边设计

根据辅助图形进行延展，我设计了 8 款蔬果冻干和混合果蔬的包装，也将其应用在蔬果汁包装，户外宣传海报，以及文创周边上(图 6)，整体风格俏皮生动，消费者除了可以买到农产品以外，它的包装和其周边也是一种礼物，方便携带，可留作纪念。

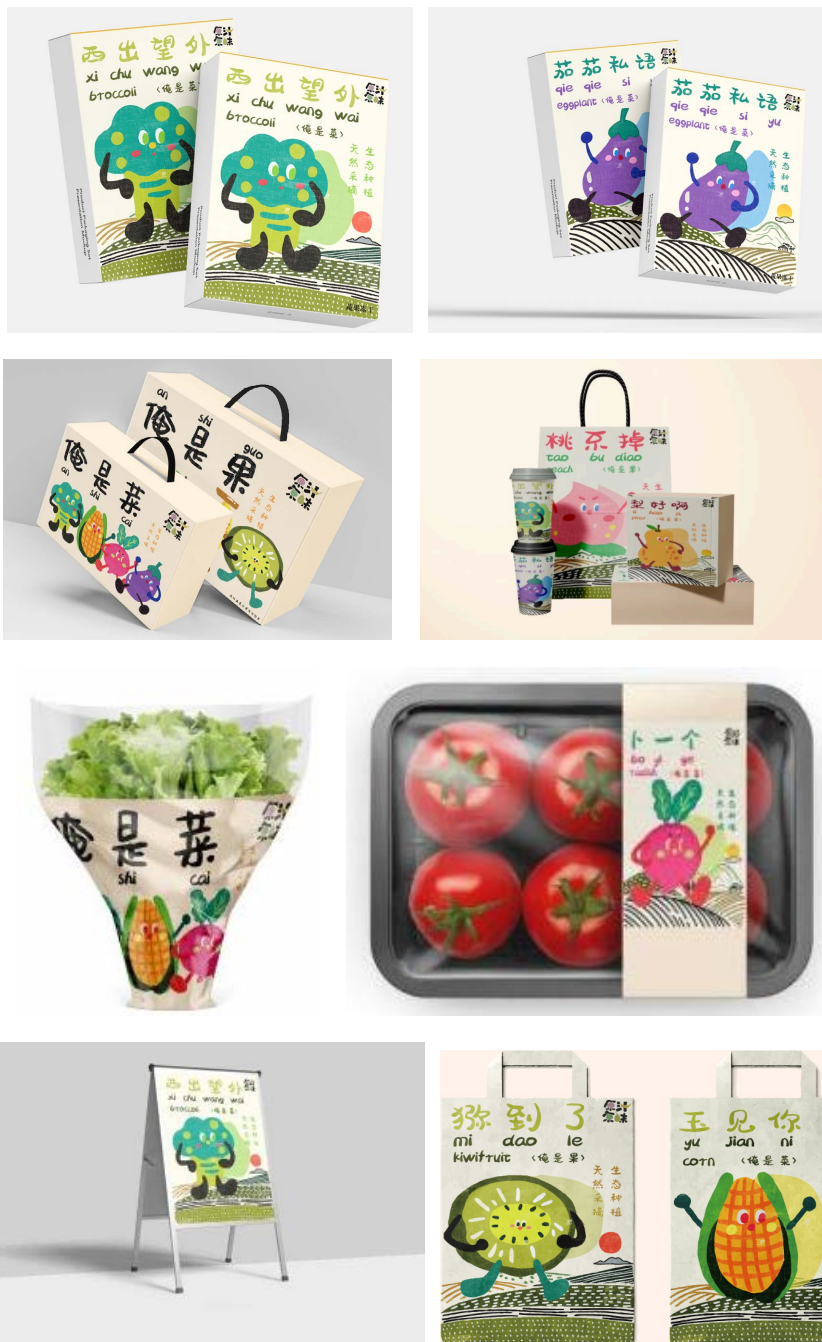




Figure 6. Illustration of vegetable and fruit images for cultural and creative peripheral designs
图 6. 蔬果形象插画文创周边设计^②

4. 结语

乡村振兴可以提高农民的幸福生活。推动当地的经济的发展, 也符合我国共同富裕的政策, 因此提升当地农副产品的特色做好宣传也是非常重要的一环, 在本次对常州钟楼十村的蔬果农产品包装设计研究中, 我认为提升区域农产品的推广, 除了要提升当地农副产品的品质以外, 还要对包装进行品牌创新, 加入具有当地特色的元素, 以及创新性富有时代感的视觉符号, 以此提高此产品在市场上的竞争力, 建立起具有常州十村印象的包装产品。因此在此次设计上, 我加入了当今的一些潮流元素如谐音梗, 有趣的宣传标语, 可以迅速拉近与消费者的距离。

在这次设计的过程中, 我也收获了许多, 在对乡村的调研和田野考察下, 也感受到了当地自然乡村的魅力, 常州钟楼区十村的发展迅速, 蔬果物产丰富, 因此蔬果包装的设计也是重要一环, 此次设计过程中, 加强了我将本土乡村特色与新时代潮流视觉元素相结合的设计能力, 也希望能通过此设计方案让常州十村的蔬果农产品走出乡村。

注 释

①图 1 来源: 常州市自然资源和规划局钟楼分局网站, <http://zrzy.jiangsu.gov.cn/cz/zlfj/>

②图 2~6 来源: 作者自绘

参考文献

- [1] 卢萍. 地域文化在宣威火腿包装设计中的应用研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南艺术学院, 2018.
- [2] 刘一凡. 包装设计中的色彩情感[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2018.
- [3] 徐雅慧. 绿色包装可持续设计理念的重要性和普及性延伸研究[D]: [硕士学位论文]. 沈阳: 鲁迅美术学院, 2018.
- [4] 高婕. 基于符号学的马家窑彩陶主题包装设计应用研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州理工大学, 2018.
- [5] 包装设计刍论[J]. 科教文汇, 2020(7): 51-52.
- [6] 陈铁衍. 乡村振兴视角下的包装设计与品牌创新[D]: [硕士学位论文]. 株洲: 湖南工业大学, 2019.
- [7] 卜晓璇. 乡村振兴背景下地方特色农产品包装设计研究[J]. 艺术大观, 2020(22): 49-50.
- [8] 李玲慧. 地方特色农产品品牌形象视觉设计研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西华大学, 2020.
- [9] 谭潜. “半山小镇”生态农产品品牌形象塑造与包装创意设计研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京印刷学院, 2019.