

互联网时代农产品包装设计与品牌推广策略

赵敏

(山西工商学院, 太原 030006)

摘要: **目的** 互联网时代背景下, 农业迎来了快速发展的新时期, 但也面临重大挑战。如何利用互联网技术与资源, 加强农产品包装设计, 树立我国农产品品牌, 提升品牌影响力, 是新时期背景下推动农业农产品发展的紧迫任务。**方法** 本文首先分析了当前时期我国农产品包装中存在的一些问题; 然后分析加强农产品包装设计与品牌推广的重要性; 最后指出互联网时代背景下, 农产品包装设计与品牌推广实施的有效策略。**结论** 近些年来, 我国提升了对农产品包装设计和品牌塑造的重视, 不少学者也在该领域展开了广泛而深入的研究。农产品销售当中产品包装的好坏, 不但会影响运输过程中对农产品保护, 同时还影响农产品的形象, 进而影响农产品的市场占有率。可见, 网络时代背景下, 农产品的包装设计和品牌推广极其重要, 不仅直接影响到农民的经济收入, 对促进区域经济和农业一体化发展也起到了非常积极的作用。

关键词: 互联网; 农产品; 包装设计; 品牌化

中图分类号: TB482 **文献标志码:** A **文章编号:** 1001-3563(2024)04-0414-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2024.04.046

Packaging Design and Brand Promotion Strategy of Agricultural Products in the the Internet Age

ZHAO Min

(Shanxi Technology and Business University, Taiyuan 030006, China)

ABSTRACT: Under the background of the Internet era, agricultural development has ushered in a new period of rapid development, but it also faces major challenges. How to use Internet technology and resources to strengthen the packaging design of agricultural products, establish China's agricultural product brand and enhance the brand influence is an urgent task to promote the development of agricultural products in the new era. This paper analyzes some problems existing in China's agricultural product packaging in the current period, then analyzes the importance of strengthening agricultural product packaging design and brand promotion, and finally points out the effective strategies for the implementation of agricultural product packaging design and brand promotion under the background of the Internet era. In recent years, China has paid more attention to the packaging design and brand building of agricultural products, and many scholars have also carried out extensive and in-depth research in this field. The quality of product packaging in the sales of agricultural products can not only affect the protection of agricultural products in the process of transportation, but also affect the image of agricultural products, and then affect the market share of agricultural products. It can be seen that under the background of the network era, the packaging design and brand promotion of agricultural products are extremely important, which directly affects the economic income of farmers and plays a very positive role in promoting the development of regional economy and agricultural integration.

KEY WORDS: Internet; agriculture products; packing design; Branding

收稿日期: 2023-09-11

基金项目: 山西省哲学社会科学规划课题 (2022YY221); 山西省教育科学“十四五”规划 2022 年度课题 (GH-220347); 山西省高等学校教学改革创新项目 (J20221321)

包装设计是激发消费者购买欲望最重要的手段。包装设计是利用符号来传达产品的一种形式,需要将视觉元素与实体元素结合起来,以达到将企业品牌与企业文化紧密结合的目的,从而促进农产品实现良好的营销目的。在互联网背景下,人们的消费意识与审美意识都有了很大变化,同时对农产品外观也有了一定的要求,因此农产品的外观和标识必须做进一步的改进。当前,我国农村地区虽然产品有明显的特色,但包装设计水平有待提升,广告推广不足。这就要求人们在加强对包装设计重视的同时,对农产品品牌做深入系统的研究,找出农产品包装设计、品牌发展和消费者之间的联系,并针对发现的问题,提出有针对性的改进策略^[1]。

1. 当前我国农产品包装现状与问题

1.1 农产品包装材料不规范

当前,我国农产品包装在材料选择方面往往不严谨,使用不规范,多数是采用塑料袋、玻璃瓶等容易污染环境的材料。这些材料一方面有可能会影响产品的品质,另一方面在质量上也难以得到全面的保障^[2]。

随着电商的不断普及和发展,我国利用网络进行购物的人群在持续增长^[3]。据统计,2020年每一个中国人平均会收到59件快递,而这个数字还在持续增长。在快递包裹的包装材料当中,塑料占据了很大的一部分。无论是捆扎用的胶带还是作为缓冲物的泡沫等,都是在快递包装的过程中必不可少。然而,由于塑料材质的特殊性,其给环境带来的问题也日益严重,塑料的自然降解期甚至长达几百年,快递包装垃圾的产生速度远远高于自然对其容纳的速度,生态环境的不断恶化引发了人们的关注,对绿色包装的追求已经成为当前社会的共识^[4]。随着2019年《废物分类指令》在中国的实施,人们也在不断地寻找塑料包装的替代品。对于农产品,外包装的原材料也多是以塑料为主,其难以得到系统性回收,而且制作成的包装大多也并不适合农产品。然而,目前所开发的各类塑料的替代包装也不容乐观。其中一个重要的原因就是没有品牌意识,包装系统的安全性难以得到保证。例如,农产品当中常见的罐头及腌制类食品,很多并没有形成自己的品牌,在包装上虽然懂得选用了更加适合本产品的瓷制材料的罐子,然而这些瓷罐在食品安全上并没有相应标准,生产过程没有品牌化的监督,很难保证包装材质中不包含对人体有害的物质。这既是一个很大的安全隐患,也不利于品牌的形成和确立。所以,在农产品的包装上,不但要保证食品的安全,同时也还要顾及运输方式、保鲜等各个方面^[5]。

1.2 农产品品牌意识较弱

从全球发展来看,我国农业农产品产量名列前

茅。随着社会发展,在网络环境背景下,农产品的营销渠道越来越广,淘宝销售、网络直播销售等逐渐发展壮大,销售市场逐渐扩大。受到各种制约因素的影响,我国农产品产业尚且没有形成系统化品牌意识,农民依然秉持传统思想,只关注于对产品的生产,而忽略了创建属于自己的相关品牌。虽然在市场的冲击之下,有些农民已经开始意识到推广对销售的重要性,但尚且处于起步阶段,而且所采用的品牌创立方法和手段都很简单^[6]。在农产品包装层面,设计感不强、质量低劣、千篇一律,根本难以让消费者从中意识到产品与其他同类产品之间的不同。例如,在相关的电商网站上,可以看到很多农产品的图片,但其中绝大部分都是由农民自己将产品拿在手里,向人们进行展示,缺乏有效的创意,而且不能切实体现出产品的特征,同时其在美感上也有欠缺。这会给消费者造成一种产品质量不佳且价格低廉的错觉。这些都不利于农产品品牌的创建。但拥有自己品牌的农产品,无论从宣传图,还是从农产品包装,都具有较强的自身特色,能有效激发消费者的购买意愿、使农民收入大幅增加。但是通过调查发现,大多数农民不知道如何销售,优质农产品生产出来后,只能经附近的蔬菜市场或超市销售,导致小范围内供过于求现象的产生,因而会出现农产品滞留与积压的情况,时间一长就会造成产品腐烂。因此,如果没有农产品的品牌化之路,农产品在销售过程中竞争优势、成交优势与边际效应会逐渐降低,无法体现出优质农产品的真正价值,农民的收入也会大大减少^[7]。

1.3 农产品包装设计和品牌推广的重要性

在世界经济一体化发展的今天,我国现代农业的对外开放之路也在不断扩展。这不仅使我国农业面临来自国内市场的竞争压力,同时也会有来自国外市场的竞争压力。尽管困难重重,但只有通过打造强大的农业品牌才能提升农业竞争力。品牌建设需要重视品牌设计。品牌设计是集艺术与理念于一体的整体系统,通过艺术表现手段,集中体现品牌战略、品牌理念,以及品牌价值。当前,我国农产品品牌化发展不断提高,更多的农产品品牌逐渐涌现,但同质化程度严重,缺乏精品、名品,甚至国际品牌。消费者看不到产品和产品间的差异,因而就会削弱品牌的竞争力。基于此,品牌设计成为了非常关键的一项内容,良好的品牌设计对提升品牌竞争力起到了非常积极的作用^[8]。

在此背景下,理论上有必要探寻“如何打造优质强大的农产品品牌”“农产品品牌建设的影响因素”

“品牌视觉设计在农产品品牌建设中的作用”“农产品品牌打造中消费者的地位”等问题。通过对以上问题的分析和讨论,形成了本研究的核心内容。笔者通过对问题产生原因进行分析,探讨我国新的农业发展

模式,以及农产品包装设计与品牌推广策略的研究,为我国构建强势农产品品牌提供重要的参考,推动我国农业走现代发展之路^[9]。

2 互联网时代农产品包装设计与品牌推广策略

2.1 制定营销计划,做好产品定位

如今,农产品越来越受欢迎,市场上的农产品种类也越来越多、越来越丰富。但是,很多农产品包装都是千篇一律的,在一定程度上影响了农产品的营销和品牌的塑造。为此,在互联网时代,应该制定农产品营销计划,做好产品定位,根据产品定位来进行营销设计^[10]。在制定农产品营销计划的时候,要从农产品自身出发,结合消费者的需求和反馈,满足消费者的各项需求,创立特色农产品品牌^[11]。

2.2 关注消费者需求,赢得消费者认可

当前,消费者极为重视农产品的质量,但是同时也对销售过程及售后服务等问题非常关注。尤其是电商时代,消费者更希望能够在得到优质产品的同时,获得相应的良好服务。因此,要打造农产品品牌,必须要在客服管理等各个方面确保让消费者感到被重视。商家要关注消费者的评价,并及时地进行分析,找到其中的问题,并给予解决方案,要认真对待消费者所提出的各类相关问题。总之,互联网销售必须要时刻关注客户的细节需求,让客户隔着网络依然能够感受到农产品商家的热情和诚意,从而在同质化严重的现状之下,走出自己的品牌之路,获得更多的认可,进而最大化地实现盈利^[12]。

3 树立品牌理念,重视品牌塑造

互联网时代,农产品要想实现长期可持续发展,就必须要走品牌之路。面对林林总总的产品,消费者眼花缭乱,选择产品时很直接的一个标准便是品牌。为此,应该树立品牌理念,重视品牌塑造,打造优良的农产品品牌,提高品牌知名度。在包装设计时,可以通过以下几个方面来实现品牌的塑造。

1) 注重包装色彩设计的协调性与一致性。农产品包装设计中,要根据农产品的种类选择协调的包装色彩,设计科学的配色方案,确定基调色,并在此基础上进行选择和改进。例如,可以将农产品包装的基调色定为绿色,那么一个系列的产品包装都以绿色为主,使用橄榄绿、草绿、森林绿等绿色系,使消费者看到包装设计的色彩就能够联想到产品及品牌^[13]。

2) 注重包装设计风格的一致性。农产品包装设计中,可以设定某种风格,在本产品的系列包装中都采取同一种风格。例如,可以采用插画风格的包装设

计,描绘健康快乐的动物住在农舍里、吃健康的食物、呼吸新鲜的空气、生产天然纯净的产品等,从而保持品牌标识^[14]。

3) 注重包装设计材料的一致性。农产品包装设计中,包装所选材质也可以保持一致。例如,可以选择纯天然的藤编材质,或者选择纸包装等,既能够环保低碳,又能够突出农产品纯天然的特性,具有品牌辨识度。举例来说,稻米的产品包装设计过程中,可以挑选选用以麦草为原材料而生产加工的打印纸张,其在材料、色调及手感等层面都和稻米拥有很高的契合度,而且还具备了无毒性、无气味、便于储存等诸多优点^[15]。

4 结论

优质农产品在包装设计方面应坚持本土化,重视品牌发展,同时注意与当前环境的有机结合,使用天然包装材料,体现绿色、环保、健康,在实现社会可持续发展目标的同时,推动我国乡村振兴基本目标的早日实现。

参考文献:

- [1] 曾小蝶,侯佳.“互联网+”视域下的农产品包装设计探究[J]. 工业设计, 2022(3): 61-63.
ZENG X D, HOU J. Research on Agricultural Product Packaging Design from the Perspective of "Internet plus"[J]. Industrial Design, 2022(3): 61-63.
- [2] 梁丹. 乡村振兴下的区域农产品品牌包装设计研究[J]. 老字号品牌营销, 2022(4): 24-26.
LIANG D. Research on Regional Agricultural Product Brand Packaging Design under Rural Revitalization[J]. Shinise Marketing, 2022(4): 24-26.
- [3] 赵蓉.“互联网+”时代湖湘扶贫农产品的包装设计研究[J]. 产业与科技论坛, 2021, 20(24): 21-22.
ZHAO R. Research on Packaging Design of Poverty Alleviation Agricultural Products in Huxiang in the Era of "Internet Plus"[J]. Industry and Technology Forum, 2021, 20(24): 21-22.
- [4] 刘金萍.“互联网+”时代吉林省创意农产品包装设计[J]. 现代交际, 2021(19): 245-247.
LIU J P. Packaging Design of Creative Agricultural Products in Jilin Province in the Era of "Internet Plus"[J]. Modern Communication, 2021(19): 245-247.
- [5] 聂枢禾.“互联网+”视角下甘肃地域农产品外包装策略研究[J]. 食品安全导刊, 2021(28): 154-155.
NIE S H. Research on the Design Strategy of Agricultural Product Outer Packaging in Gansu Region from the Perspective of "Internet Plus"[J]. Food Safety Guide, 2021(28): 154-155.

- [6] 陈涛. “互联网+”时代农产品品牌塑造及传播研究——以西江苗寨“外婆的酒”为例[J]. 新闻研究导刊, 2021, 12(16): 85-87.
CHEN T. Research on Brand Building and Communication of Agricultural Products in the Era of "Internet Plus": Taking "Grandma's Wine" in Xijiang Miao Village as an Example[J]. News Research Guide, 2021, 12(16): 85-87.
- [7] 张美丽. “互联网+”背景下地域农产品包装创新设计研究[J]. 黑龙江粮食, 2021(5): 63-64.
ZHANG M L. Research on Innovative Design of Regional Agricultural Product Packaging under the Background of "Internet Plus"[J]. Heilongjiang Grain, 2021(5): 63-64.
- [8] 黄婷婷. 互联网定制农产品模式下的包装设计对策研究[J]. 西部皮革, 2020, 42(23): 72-73.
HUANG T T. Research on Packaging Design Strategies under the Internet Customized Agricultural Product Model[J]. West Leather, 2020, 42(23): 72-73.
- [9] 吴超. “互联网+”背景下晋城市农产品包装设计策略分析——以泽州县义城红薯为例[J]. 晋城职业技术学院学报, 2020, 13(6): 27-29.
WU C. Analysis on the Packaging Design Strategy of Agricultural Products in Jincheng City under the Background of "Internet Plus": A Case Study of Yicheng Sweet Potato in Zezhou County[J]. Journal of Jincheng Vocational and Technical College, 2020, 13(6): 27-29.
- [10] 冯蓓蓓. “互联网+”视域下农产品品牌包装的视觉识别形象对河南农业供给侧改革的助推作用研究[J]. 农村经济与科技, 2020, 31(20): 151-152.
FENG B B. Research on the Boosting Effect of the Visual Identity Image of Agricultural Product Brand Packaging on Henan Agricultural Supply side Reform from the Perspective of "Internet Plus"[J]. Rural Economy and Technology, 2020, 31(20): 151-152.
- [11] 刘雪婷, 刘瑞娟, 李皎燕, 等. 山东省特色农产品品牌包装状况剖析[J]. 中小企业管理与科技(中旬刊), 2020(10): 154-155.
LIU X T, LIU R J, LI J Y, et al. Analysis of Brand Packaging Status of Shandong Province's Characteristic Agricultural Products[J]. Small and Medium-sized Enterprise Management and Technology (Mid Ten-day Issue), 2020(10): 154-155.
- [12] 姚善良, 成珊. 电商农产品生态包装设计研究[J]. 湖南包装, 2019, 34(5): 96-98.
YAO S L, CHENG S. Research on Ecological Packaging Design of E-commerce Agricultural Products[J]. Hunan Packaging, 2019, 34(5): 96-98.
- [13] 苏颖仪, 陈伟. 乡村振兴背景下农产品包装创新设计策略[J]. 乡村科技, 2020, 11(23): 50-51.
SU Y Y, CHEN W. Innovative Design Strategies for Agricultural Product Packaging in the Context of Rural Revitalization[J]. Rural Science and Technology, 2020, 11(23): 50-51.
- [14] 文艺. “互联网+”时代特色农产品包装设计与品牌推广策略研究[J]. 才智, 2018(13): 217.
WEN Y. Research on Packaging Design and Brand Promotion Strategy of Characteristic Agricultural Products in the "Internet Plus" Era[J]. Intelligence, 2018(13): 217.
- [15] 张琳, 张伟业, 赵艺佳, 等. “互联网+”创意农副产品包装设计探究——绿裳创意农产品包装设计公司[J]. 包装世界, 2018(2): 87-90.
ZHANG L, ZHANG W Y, ZHAO Y J, et al. Research on "Internet Plus" Creative Agricultural and Sideline Product Packaging Design: Lvshang Creative Agricultural Product Packaging Design Co[J]. Packaging World, 2018(2): 87-90.