

乡村振兴战略下陕西特色产品发展路径探索 ——以富平脆柿包装设计为例

沈亚丽

西安培华学院 陕西西安 710125

DOI: 10.12238/ems.v7i5.13175

[摘要] 本文聚焦乡村振兴战略背景,以陕西富平脆柿产业为研究对象,深入剖析其发展现状与面临问题,指出当前富平脆柿虽具地理标志资源及政策支持优势,但存在包装同质化、品牌意识薄弱、产业链不完善等短板,重点探索富平脆柿包装设计优化路径,提出文化赋能挖掘地域 IP、功能创新解决痛点、构建品牌体系等策略,同时通过产业链延伸、数字营销联动、政策协同机制等多维度发展路径,旨在提升富平脆柿的产品附加值、市场竞争力与品牌影响力,推动富平脆柿产业升级,为乡村振兴战略下陕西特色产品发展提供有益性参考。

[关键词] 乡村振兴; 富平脆柿; 产业发展; 包装设计

前言

乡村振兴战略是解决新时代我国“三农”问题的重要举措,而产业振兴处于关键核心地位[1]。产业振兴不仅意味着农业生产的高效与规模化,更强调产业的多元化发展以及产业附加值的提升。特色农产品品牌化在推动农村经济发展进程中扮演着极为重要的角色。它能够有效提升农产品的市场竞争力,拓宽销售渠道,增加农民收入,是实现产业兴旺的关键路径之一。

陕西富平,素有“中国柿乡”的美誉,其脆柿产业凭借得天独厚的地理条件,具备显著的地理标志优势。富平拥有独特的土壤、气候等自然环境,孕育出的脆柿口感鲜美、品质上乘。然而,当前富平脆柿产业在发展过程中面临着诸多挑战,品牌附加值低使得产品在市场上价格受限,难以获取更高的利润空间;市场竞争力不足导致其在与其他同类产品竞争时,市场份额难以扩大,严重制约了产业的进一步发展。

在现代商品经济体系中,包装作为产品与消费者接触的第一环节,其重要性不言而喻[2]。包装的首要功能是对产品起到保护作用,防止产品在运输、储存和销售过程中受到物理损伤、微生物污染等,确保产品的质量和完整性。与此同时,包装还承载着重要的文化传播使命。通过精心设计的包装,能够将产品所蕴含的地域文化、历史传承等信息生动地展现给消费者。在富平脆柿的案例中,通过设计赋能,可以充分挖掘富平的地域文化特色,并将其融入到包装设计中。这不仅能够提升富平脆柿的产品溢价能力,使产品在市场上获得更高的价格认可,还能有力地推动地域文化的传播,促进富平地域文化的传承与发展,进而实现产业升级,推动富平脆柿产业向更高层次迈进。

1 乡村振兴战略下陕西富平脆柿产业现状与问题

1.1 乡村振兴战略下陕西富平脆柿产业现状

乡村振兴战略下,陕西富平脆柿是一种地理标志资源。富平柿饼制作技艺荣膺国家级非物质文化遗产称号,这是对富平柿子产业深厚历史文化底蕴的高度认可。富平的自然环境极为适宜柿子生长,所产脆柿在色泽、口感、营养成分等方面均表现卓越。历经数百年传承的柿饼制作技艺,更是赋予了富平柿子独特的风味和品质,使得富平脆柿在市场上具备强大的差异化竞争优势。

陕西富平脆柿产业得到了政策支持。陕西省积极推行“3+X”特色农业工程,将柿子产业列为重点扶持产业之一。政府在资金投入、技术研发、基础设施建设等方面给予了大力支持,为富平脆柿产业的发展创造了良好的政策环境。政策的倾斜有助于推动产业规模化发展,提升产业的整体竞争力,加速富平脆柿产业的现代化进程。

1.2 乡村振兴战略下陕西富平脆柿产业存在的问题

1.2.1 包装同质化

当前富平脆柿的包装设计普遍缺乏创新与辨识度。市场上众多的包装在设计风格、元素运用上极为相似,未能精准提炼和展现富平独特的地域文化特色。这种同质化的包装难以在琳琅满目的商品货架上吸引消费者的目光,无法有效传达富平脆柿的独特价值,严重影响了产品的市场推广和销售。

1.2.2 品牌意识薄弱

富平脆柿大多以初级农产品的形式进入市场销售,缺乏系统的品牌塑造和推广策略。众多农户和企业未能充分认识到品牌建设的重要性,没有形成具有差异化竞争优势的品牌矩阵。这使得富平脆柿在市场上价格竞争激烈,利润空间被严重压缩,难以实现品牌溢价,限制了产业的可持续发展。

1.2.3 产业链不完善

富平脆柿产业在产后加工环节存在明显不足,产品深加工能力较弱,产品附加值难以有效提升。同时,物流配套设施不够完善,冷链物流覆盖率较低,导致产品在运输过程中的损耗较大。此外,物流配送效率不高,也影响了产品的市场供应及时性,这些因素共同制约了富平脆柿产业的进一步发展壮大。

2 乡村振兴战略下陕西富平脆柿包装设计优化路径

乡村振兴战略下,陕西富平脆柿包装设计需要从文化赋能、功能创新、品牌体系构建三方面着手优化:文化赋能通过元素提取与叙事设计,融入地域文化提升产品内涵;功能创新采用防震结构与环保材料解决运输和环保问题;品牌体系构建含统一 VI 系统与分级包装,强化品牌认知并拓展市场。

2.1 文化赋能: 挖掘地域 IP

2.1.1 元素提取

深入挖掘富平的地域文化宝藏,将唐陵石刻、老鼓非遗等具有代表性的文化符号巧妙地融入到脆柿包装设计中。例如,以唐陵石刻中的精美图案为灵感,设计出具有古典韵味的插画,应用于包装的封面和侧面;将老鼓非遗的形象进行艺术化处理,以生动活泼的插画形式展现,使包装充满地域文化活力。通过这些独特元素的运用,打造出具有鲜明富平特色的包装设计,提升产品的文化内涵和辨识度。

2.1.2 叙事设计

在包装设计中融入叙事元素,通过生动有趣的方式讲述“富平柿饼历史”故事,可以在包装上印制富平柿饼的起源、发展历程以及传承人的故事等,让消费者在接触产品的同时,仿佛置身于富平的历史文化长河中,增强消费者与产品之间的情感共鸣。这种叙事性的包装设计能够有效提升产品的文化附加值,使消费者对富平脆柿产生更深层次的认同感和购

买欲望。

2.2 功能创新: 解决痛点

2.2.1 防震结构

借鉴“褚橙”箱体设计的成功经验,为富平脆柿包装设计专门的防震结构。采用蜂窝纸板内衬,利用蜂窝纸板良好的缓冲性能,有效降低脆柿在运输过程中因震动、碰撞等原因造成的损耗。通过优化包装的物理结构,确保产品在复杂的物流运输环境下依然能够保持完好,提高产品的送达质量,减少经济损失。

2.2.2 环保材料

顺应绿色消费的时代趋势,在包装材料的选择上,优先使用可降解牛皮纸等环保材料。可降解牛皮纸不仅具有良好的物理性能,能够满足包装的保护需求,而且在自然环境中能够逐渐降解,减少对环境的污染。使用环保材料进行包装设计,既符合消费者对绿色产品的需求,又体现了企业的社会责任,有助于提升富平脆柿的品牌形象[3]。

2.3 品牌体系构建

2.3.1 统一 VI 系统

精心设计“富平脆柿”地域品牌 LOGO,使其能够准确传达富平脆柿的品牌理念和地域特色。同时,规范品牌色彩与字体的应用,确保在各类包装、宣传资料以及线上线下渠道中,品牌形象保持高度一致[4]。统一的 VI 系统有助于提升品牌的辨识度和记忆度,增强消费者对品牌的认知和信任。

2.3.2 分级包装

根据不同的市场需求和销售渠道,推出差异化的包装方案。针对礼品市场,设计精美豪华的礼盒装,在礼盒内附加具有富平特色的柿染布包装,提升产品的礼品属性和文化内涵;针对电商市场,设计轻便、易于运输且具有视觉吸引力的包装,满足线上销售的特点;针对批发市场,设计经济实用、便于批量运输和存储的包装。通过分级包装,满足不同消费者群体的需求,进一步拓展市场份额。

3 乡村振兴战略下陕西富平脆柿产业多维度发展路径与策略

乡村振兴战略下,陕西富平脆柿产业发展可以从产业链延伸、数字营销联动、政策协同机制三方面采取策略:产业链延伸上,开发果脯、柿子醋等深加工产品并配套包装,结合乡村旅游推出文创伴手礼及体验项目。数字营销联动方面,包装植入二维码实现溯源与线上购买,借助抖音等新媒体平台传播产品亮点。政策协同机制包括争取专项资金提升包装水平,联合高校设计团队搭建“产学研”平台,以此促进富平脆柿产业全方位发展。

3.1 产业链延伸

3.1.1 开发脆柿深加工产品

加大对脆柿深加工产品的研发力度,开发如富平脆柿果脯、柿子醋等多元化产品。针对这些深加工产品,设计与之相匹配的系列化包装。果脯包装可采用小巧精致的袋装或罐装设计,突出产品的便携性和美味口感;柿子醋包装则可设计成具有传统韵味的玻璃瓶包装,体现产品的酿造工艺和品质。通过开发深加工产品和配套包装设计,延长产业链,提高产品附加值。

3.1.2 结合乡村旅游

充分利用富平的乡村旅游资源,将“柿文化”融入乡村旅游项目中。推出以“柿文化”为主题的文创伴手礼,如以富平脆柿为原型设计的钥匙扣、冰箱贴、明信片等。这些文创伴手礼不仅可以作为游客留念的纪念品,还能通过游客的传播,进一步提升富平脆柿的品牌知名度和影响力。同时,将富平脆柿的种植、采摘、加工等环节与乡村旅游相结合,打造沉浸式的旅游体验项目,吸引更多游客前来,促进乡村经济的多元化发展。

3.2 数字营销联动

3.2.1 包装植入二维码

在富平脆柿的包装上植入二维码,消费者通过扫描二维码,能够链接到产品的溯源信息,了解脆柿的种植环境、施肥用药情况、采摘时间以及加工流程等详细信息,实现产品信息的透明化。同时,二维码还可直接链接到电商平台,方便消费者进行线上购买,实现“线下体验-线上复购”的营销闭环。这种数字化的营销方式,能够增强消费者对产品的信任度,提高产品的销售转化率。

3.2.2 借助新媒体平台

积极利用抖音、小红书等热门新媒体平台,进行富平脆柿包装设计亮点的传播。制作精美的“开箱视频”,展示富平脆柿独特的包装设计、新鲜的产品品质以及有趣的食用方法等内容。通过平台的算法推荐,将这些视频推送给潜在消费者,吸引他们的关注和兴趣。同时,与平台上的美食博主、生活达人等合作,邀请他们进行产品评测和推荐,借助他们的影响力和粉丝基础,扩大富平脆柿的品牌传播范围。

3.3 政策协同机制

3.3.1 争取乡村振兴专项资金

积极组织富平脆柿产业相关的小微企业,共同申报乡村振兴专项资金。将专项资金用于包装升级项目,如引进先进的包装设备、聘请专业的包装设计师、开展包装设计培训等,提升小微企业的包装设计水平和生产能力。通过专项资金的支持,推动整个富平脆柿产业包装水平的提升,增强产业的市场竞争力。

3.3.2 联合高校设计团队

加强与高校设计团队的合作,建立“产学研”合作平台。高校设计团队具有丰富的设计理论知识和创新思维,能够为富平脆柿包装设计提供新颖的创意和设计方案[5]。通过合作,高校设计团队可以深入了解富平脆柿产业的实际需求,将理论知识与实践相结合,培养出更多符合市场需求的设计人才。同时,企业可以借助高校的智力资源,提升自身的包装设计水平,实现双方的互利共赢,共同推动富平脆柿产业的发展。

结论

总而言之,富平脆柿产业在拥有地理标志资源与政策支持的基础上,通过对包装设计的优化以及多维度发展策略的实施,有望突破当前面临的困境。文化赋能的包装设计能够有效提升产品的文化内涵与辨识度,功能创新可解决产品运输损耗等实际问题,品牌体系构建则增强了品牌影响力。产业链延伸拓宽了产业发展边界,数字营销联动顺应了时代潮流,政策协同机制为产业发展提供了有力保障。这些举措不仅有助于提升富平脆柿产业的经济效益,增加农民收入,还能促进地域文化的传承与传播,推动乡村产业多元化发展,为陕西乃至全国特色农产品在乡村振兴战略下的发展提供了可参考的实践路径与理论支撑,具有重要的现实意义与应用价值。

【参考文献】

- [1]周林洁,傅帅雄.乡村振兴战略下解决“三农”问题的逻辑、关键与路径[J].农业经济,2023(3):38-40
 - [2]李济民,吴萍.四川老字号品牌包装设计创新分析[J].明日风尚,2023(1):103-106.
 - [3]卢萍.“保山甜脆柿”品牌视觉形象塑造研究[J].保山学院学报,2024,43(4):89-98
 - [4]洪新.拿捏好品牌运作之道[J].施工企业管理,2017(3):92-93.
 - [5]袁晓辉,汪卓然,王祥文.生态农产品品牌形象对消费者信任的影响—基于消费者社交网络参与度的调节效应[J].现代农业研究,2024,30(2):6-13.
- 基金项目:2025年度西安培华学院校级科研课题,课题名称:乡村振兴战略下陕西特色产品发展路径探索—以富平脆柿包装设计为例;课题编号:PHKT2566。