

乡村振兴视角下驻马店农产品品牌形象设计研究

王云艳

南京林业大学人文社会科学学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年6月13日; 录用日期: 2024年7月30日; 发布日期: 2024年8月7日

摘要

目前, 各行各业对于品牌形象的需求越来越高, 要想提高农产品的附加值, 必须要有一个品牌, 而这就需要对农产品品牌进行视觉识别设计。在乡村振兴战略的指导下, 加强驻马店农产品的品牌形象设计和创新, 对于驻马店农业的发展具有重要意义。驻马店作为一个农业大市, 具有丰富的农产品资源, 但目前存在着品牌同质化、市场定位不清晰、品牌设计与宣传不力等问题。因此, 如何提高我国农产品的品牌价值, 提高其市场竞争力具有重要意义。随着乡村振兴战略的实施, 农产品品牌形象的塑造已经成为提升农产品价值链中的一个重要内容。本文从乡村振兴的背景下, 分析了驻马店农产品的发展现状以及当前在构建农产品品牌过程中遇到的一些问题, 提出了扩大农产品品牌的途径, 以期 of 乡村振兴战略下的农产品品牌建设提供有益的借鉴。

关键词

乡村振兴, 驻马店农产品, 品牌形象设计

Research on Brand Image Design of Zhumadian Agricultural Products under the Perspective of Rural Revitalization

Yunyan Wang

Faculty of Humanities and Social Sciences, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 13th, 2024; accepted: Jul. 30th, 2024; published: Aug. 7th, 2024

Abstract

At present, there is an increasing demand for brand image in various industries, and a brand is

文章引用: 王云艳. 乡村振兴视角下驻马店农产品品牌形象设计研究[J]. 设计, 2024, 9(4): 149-153.

DOI: 10.12677/design.2024.94457

necessary to increase the added value of agricultural products, which requires a visual identity design for the brand of agricultural products. Under the guidance of rural revitalization strategy, strengthening the brand image design and innovation of Zhumadian agricultural products is of great significance to the development of Zhumadian agriculture. As a large agricultural city, Zhumadian has rich agricultural resources, but currently there are problems such as brand homogenization, unclear market positioning, and weak brand design and publicity. Therefore, it is of great significance how to improve the brand value of China's agricultural products and enhance their market competitiveness. With the implementation of the rural revitalization strategy, the brand image of agricultural products has become an important element in the value chain of enhancing agricultural products. From the background of rural revitalization, this paper analyzes the development status quo of agricultural products in Zhumadian as well as some of the problems currently encountered in the process of constructing agricultural product brands, and puts forward the ways to expand the brand of agricultural products, with a view to providing useful reference for the construction of agricultural product brands under the strategy of rural revitalization.

Keywords

Rural Revitalization, Zhumadian Agricultural Products, Brand Image Design

Copyright © 2024 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

农产品品牌是一种无形的资产，它体现了一国或地区农产品的品质和信誉，体现了其文化和价值，更代表一个国家或地区的农业实力。在当前市场竞争激烈的农业市场中，培育优良农产品品牌已成为推动加速农业转型升级的关键举措，也是助推现代农业由“增量”走向“提质”的有效载体[1]。2023年中央一号文件明确提出，要充分发挥地理标志、产品优势、着力打造特色农产品品牌。2024年中央一号文件提出，要鼓励各地因地制宜大力发展特色产业，支持打造乡土特色品牌[2]。因此，加快农产品品牌建设，推动农产品品牌创新，是提升农产品多元化价值、促进农户收入增长的关键。

在我国经济快速发展的今天，由于消费者对高质量和特色农产品的需求不断提高，农产品品牌化的市场空间也在不断拓展。在实现乡村振兴的过程中，驻马店农产品的品牌形象建设还有很长一段路要走。所以，通过设计塑造驻马店农产品特有的品牌形象，提升其在市场上的竞争力，既可以提升驻马店农产品的附加值，又可以促进驻马店经济的快速发展，为乡村振兴战略的实施提供有力的支持。

2. 乡村振兴和农产品品牌形象设计的概述

2.1. 相关概念界定

2.1.1. 乡村振兴战略

乡村振兴战略是党的十九大报告提出的一项重要决策，为新时期的农村改革和发展指明了方向和重点。乡村振兴不仅是经济的振兴，也是社会、文化、教育、科技、生活的振兴，以及农民素质的提升。乡村振兴战略需要坚持乡村发展先行，借助乡土资源大力发展现代化农业以增强乡村的经济活力；科学使用自然资源、治理环境、弘扬传统文化等[3]。实施乡村振兴战略，是新时期“三农”工作的总抓手，是全面建成小康社会、建设社会主义现代化强国的重要历史使命，是实现“两个一百年”发展的必然要

求,是实现全体人民共同富裕的必然要求。

2.1.2. 农产品品牌形象设计

农产品品牌形象设计,就是通过视觉元素,设计技巧和市场战略,对其进行仔细的策划。农产品品牌形象设计的组成因素包括很多方面,其中最重要的因素就是品牌形象的设计,农产品品牌形象设计的首要任务就是将其特征与质量传递给大众。一个好的品牌形象设计,视觉上吸引消费者,令其印象深刻,激发消费者购买欲望[4]。在设计农产品品牌形象时,设计师要将生产环境、地域文化等因素都考虑进去,并且要与当代的美学理念相融合,通过不同的设计技巧来提炼、融合这些要素。这样才能突出自己的特色,从而给消费者带来一种与众不同的购物感受与品牌认知。

2.2. 乡村振兴与农产品品牌形象设计的关系

2.2.1. 乡村振兴战略促进农产品品牌形象的塑造

在实施乡村振兴战略的过程中,我国对农业问题给予了高度的关注,并制定了一系列有关农产品发展的政策。在政策的支持下,农产品得到了极大的发展,各类农产品品牌也随之涌现,现在农产品不再单纯地追求销量,而是要满足消费者对于农产品品牌的质量和附加的情感需求。品牌是支撑农产品发展的关键,各地区都在大力开展品牌助农,对特色农产品进行深度挖掘,要发展农产品,必须要借助品牌的力量,创造出一种独特的农产品品牌,以此来提升品牌的知名度与影响力。乡村振兴战略的实施和农产品品牌形象设计是一种互补的关系。在实施乡村振兴战略的过程中,既要支撑与促进农产品品牌形象的塑造,又要为其创新与发展营造有利的环境与条件。在这样的关系下,农产品的品牌形象设计才能持续地提高,从而为乡村振兴注入更多的生机与价值,从而促进了农村经济的繁荣与文化的发展。

2.2.2. 农产品品牌形象助推乡村振兴战略的实施

在实施乡村振兴战略时,产业振兴是乡村振兴战略中加速推进乡村现代化的重要举措,其中,农产品品牌形象的设计又是其中的关键。在农产品品牌形象的设计中融入当地的地域文化,能够向消费者展示当地特点,使其通过品牌形象和品牌理念,感觉到品牌所蕴含的精神力量,进而加深对地方文化特色的理解,从而促进我国文化振兴战略的实施。农产品品牌形象的设计和人文环境有着密切的联系,通过文旅融合拓展品牌形象,开发周边衍生产品,让文化效益变成经济效益,为乡村振兴提供新的动力。农产品品牌形象设计是促进驻马店经济发展的一个重要因素,它是一种将农产品展现给大众的一张名片,经过合理的设计与塑造,既能促进当地的经济发展,又能带动农村地区的许多年轻人回乡创业,正是这些创业者的到来,给农村带来了更多的工作岗位,增强了农村经济发展的活力,从而促进了乡村的整体振兴。

3. 驻马店农产品现状

驻马店市地处河南省中南部,位于淮河上游低丘台地,处于亚热带与暖温带的过渡地带,属于典型的大陆性季风型半湿润气候。驻马店具有优越的生态、气候、土壤等环境,使其在农业生产中具有多种优势,为多样性种植农作物提供了条件,形成了一批具有地方特色的优质农产品。驻马店的正阳花生、崇礼红薯、平舆白芝麻、泌阳花菇等等,都是品质好、绿色、健康、具有地方特色的农产品,受到了广大群众的欢迎。然而,这些高质量的农业产品却不为人所知,缺少了品牌调性的体验和消费者的粘性。

驻马店农产品品牌知名度不高,设计不够新颖,陈旧的品牌形象制约着农产品的发展,导致产品的市场竞争力不强,难以从众多优质农产品中脱颖而出。驻马店的历史文化资源非常丰富,在进行农业品牌形象的设计中,可以与地方文化相融合,把文化资源的优势转变成农产品的经济价值,这样不仅可以提升农产品的文化价值,而且还可以达到文化遗产的意义。所以,迫切的是要增强驻马店农产品品牌形

象的创意和设计意识,对当地特有的文化资源进行合理的运用,创造出自己的特色农产品品牌,把品牌形象设计和区域文化有机地融合在一起,就能够获得更大的市场。

4. 驻马店农产品品牌形象设计现存问题

4.1. 农产品品牌形象设计缺乏竞争力

当前我国特色农产品品牌大多都将注意力集中于产品生产,而忽视了品牌内涵的提升[5]。大多数农业企业在给自己的品牌起名称时,都是采用简单的名称,不能充分体现品牌的真正含义;商品包装上的标语大都是“健康”和“绿色”,而忽略了产品的地域特点,如品类、产地等。一个优秀的农产品形象设计能让消费者更加直观地理解品牌的风格和运营理念,而品牌包装设计又是区别于其他企业的一种有效的载体。因此,如何提高农产品的市场竞争力是一个重要的课题。

4.2. 农产品品牌形象思想认识不充分

面对日益激烈的市场竞争,许多农户和有关企业受到传统的农业生产和管理模式的制约,对农产品品牌建设的认识不足。他们认为,建立一个品牌要花费大量的时间、资金,而且有一定的风险性,因此,他们往往会采取“贴牌”的方式来增加产品的销售。但是,由于代工模式的不适应,导致了国内农产品企业的利润率偏低,制约了企业的自主创新,制约了农产品的生产和运营。

4.3. 农产品品牌形象宣传工作不到位

驻马店市农产品品牌知名度不高,许多企业缺少长远的品牌战略定位。在提升农产品的宣传与促销过程中,若不能将企业的设计思想与市场定位有效地结合起来,则很难产生好的推广效应,就会被其它具有鲜明特色的农产品品牌所替代。如果农产品企业的品牌营销宣传力度不足,则会造成品牌知名度不高,无法建立起完善的品牌营销推广体系,从而将品牌建设的宣传工作搁置起来。

4.4. 农产品品牌形象设计缺乏创造性

驻马店市在国家政策支持下,农产品品牌建设方面虽已取得一些成绩,但仍存在外包装雷同,色彩单一,缺乏特色等问题。具体来说,就是商品的标志设计太过雷同,有些标志设计采用的是一种简单的字体,与产品毫无关联,难以让顾客在一开始就对这个品牌产生有效的记忆。包装设计在视觉上缺少美感,大多使用的是一种比较单调的单体印刷,不能很好地满足人们的视觉审美需要。

5. 驻马店农产品品牌形象设计策略研究

5.1. 提升农产品的品牌竞争力

在乡村振兴的大背景下,驻马店建立个性化的农产品品牌战略,是加强品牌形象、弘扬乡土文化、打造品牌效果的关键。以保护生态为设计目标和出发点,综合思考设计能效、市场经济、社会环境、自然资源等属性的平衡[6],把环保理念应用于驻马店农产品品牌形象设计中,提取自然生态要素,不仅可以凸显驻马店农产品的绿色生态特色,还可以提升品牌的形象和吸引力,符合当前公众环保和健康意识,提升驻马店农产品的市场竞争能力,进而助力农产品的升级换代。

5.2. 强化农产品品牌塑造意识

在驻马店农产品品牌建设中,要把信息准确地传达给消费者,让他们产生共鸣和喜欢,就要用恰当、形象、形象的方式来表达。因此,需要对驻马店的山水、古建、地域传统等地域特色进行深入的挖掘,并将其融入到品牌的构建中。企业在打造自身产品品牌时,要将产品的地域特色优势凸显出来[7]。同时,

要根据当前的美学趋势,对农产品的视觉形象进行创造性的设计,以适应市场和消费者对越来越多样化、多元化的审美要求。

5.3. 加强对农产品品牌的宣传

随着互联网的飞速发展,品牌的传播途径也日益多样化,例如,公众号、网站、各类应用软件等都是一种有效的传播媒介,此外,还可以通过一些特定的活动策划、产业整合等手段来进行品牌形象的传播。基于这一点,一方面要打破传统渠道的约束,另一方面要鼓励和引导单一媒介的局限,主动拓展自己的宣传与展示方式,挖掘各种类型的活动或相关产业,进行品牌形象的塑造。

5.4. 提高农产品品牌创新意识

品牌视觉形象的建立不仅能够提升品牌的识别度,同时也是传递品牌内涵、塑造品牌核心价值观的具象表达[8]。农产品品牌的视觉设计以创意为中心,在对文化元素及文字符号的选取上,应遵循创造性的原则,确保其具有独特、新颖的特点,便于消费者记忆。因为农产品的品牌形象可以带来很强的第一视觉感受,所以在设计农产品品牌的时候,一定要有自己的特色和创意,将本地的文化资源挖掘出来,利用当地的文化特色和最具代表性的文化元素,打造具有记忆性的品牌标志和品牌包装。

6. 结语

在乡村振兴的大背景下,通过对驻马店农产品品牌形象的研究,认为良好的品牌形象不仅能有效展现驻马店市的新面貌,而且能更深层次地挖掘其地域文化内涵,为驻马店市的可持续发展注入不竭的内生动力。本文从驻马店农产品品牌的发展现状、存在的问题和应对策略三个方面进行了探讨,阐述了驻马店农产品品牌建设的必要性,并以此为基础,把丰富的地域文化资源整合到农产品的品牌形象中,增强驻马店农产品的文化认同,增强消费者对地域文化的认知,促进农产品的品牌化,提升驻马店农产品的市场竞争力。

驻马店的农产品品牌建设应该在目前的乡村振兴大背景下,根据驻马店的区域文化特点,深度挖掘当地的自然资源和人文资源,从乡村振兴的角度出发,建立一个有特色的农产品品牌系统。与此同时,农产品品牌形象的设计要顺应时代的发展,以满足人们的精神需求。在进行农产品品牌创意设计时,除了要发掘当地的文化因素外,还要扮演好一个品牌的代言人。一方面,农产品品牌形象的设计能够有效推动农业产业的发展,给村庄带来更多的经济效益;另一方面,还能从地方的文化资源中得到启发,为农产品品牌注入新的生命力,为乡村振兴带来新的生机。

参考文献

- [1] 邓婷. 农业品牌的价值表达及视觉传达设计[J]. 中国果树, 2023(4): 154.
- [2] 中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议[R]. 中国共产党第十九届中央委员会第五次全体会议报告, 2020: 10.
- [3] 郑丽虹. 从“设计扶贫”到“乡土设计”——艺术乡建中的主客关联与融合创新[J]. 民族艺术, 2021(5): 26-35.
- [4] 艾丰. 如何正确认识品牌概念[J]. 中国食品工业, 2019(5): 6-9.
- [5] 樊丁宜, 李孟贾. 文旅融合背景下农产品品牌形象提升设计研究——以高校对接精准扶贫项目为例[J]. 大众文艺, 2021(1): 55-56.
- [6] 朱海彬. 新疆特色农产品品牌建设助力乡村振兴路径研究[J]. 新疆社科论坛, 2022(1): 42-46.
- [7] 夏岳朋, 崔华春. 新媒体时代餐饮品牌体验设计创新营建路径研究[J]. 设计, 2023, 36(4): 77-79.
- [8] 张丁伟, 陈烈胜, 李宏程. 乡土元素在“喫过咪”红茶包装设计中的应用研究[J]. 包装工程, 2019(24): 121-126.