

基于职业教育服务背景下乡村振兴土特产包装设计研究

于晓琳

哈尔滨传媒职业学院, 中国·黑龙江 哈尔滨 150000

摘要: 在乡村振兴战略深入推进与消费升级的双重驱动下, 土特产作为乡村产业的载体, 其包装设计已成为提升产品附加值、传播地域文化的关键抓手。职业教育凭借技能培养、产教融合的核心优势, 为土特产包装设计提供了人才支撑与技术赋能的双重保障。本文以江门职业技术学院助力广东开平苍城镇土特产包装升级的实践为案例, 探究了创新路径, 以此为乡村产业振兴注入持续动力。

关键词: 职业教育服务背景; 乡村振兴土特产; 包装设计

Research on the Packaging Design of Rural Specialties under the Background of Vocational Education Services for Rural Revitalization

Yu Xiaolin

Media Professional College of Harbin, China Heilongjiang Harbin 150000

Abstract: Under the dual impetus of the in-depth advancement of the rural revitalization strategy and the upgrading of consumption, the packaging design of rural specialties, as the carrier of rural industries, has become a key approach to enhancing product value and disseminating regional culture. Vocational education, with its core advantages of skills training and integration of industry and education, provides dual guarantees of talent support and technological empowerment for the packaging design of rural specialties. This paper takes the practice of Jiangmen Polytechnic assisting in the packaging upgrade of rural specialties in Cangcheng Town, Kaiping City, Guangdong Province as a case study to explore innovative paths, thereby injecting continuous impetus into the revitalization of rural industries.

Keywords: Background of vocational education services; Rural revitalization rural specialties; Packaging design

0 引言

当前, 我国乡村土特产普遍存在一些问题, 难以适应现代消费市场对产品颜值、文化体验与质量保障的多重需求, 成为制约产业升级的突出瓶颈。职业教育作为培养技术技能人才的主阵地, 肩负着服务区域经济、赋能产业发展的重要使命, 其艺术设计、电子商务等专业与土特产包装设计存在天然的契合性。本文基于实际情况, 结合具体案例展开研究。

1 职业教育服务乡村振兴的政策导向与现实基础

1.1 政策支撑

近年来, 国家层面密集出台政策, 构建起职业教育服务乡村振兴的制度框架。2023 年中央一号档明确提出实施文化产业赋能乡村振兴计划, 深入推进“数商兴农”工程, 鼓励创意设计融入乡村产业发展。文化和旅游部等五部门联合开展的文化产业赋能乡村振兴试点工作, 将创意设计列为八大重点领域之一, 为职业院校参与土特产包装设计

提供了政策依据。《职业教育法》修订后, 进一步强调职业教育要服务国家乡村振兴战略, 培养本土化、技能型人才, 推动职业院校与地方政府、乡村企业建立协同育人机制。地方层面也纷纷回应, 浙江省提出构建职业教育和区域公共品牌的农产品提质模式, 广东省推行校地结对帮扶机制, 为职业教育参与土特产包装设计搭建了政策桥梁。这些政策既明确了职业教育服务乡村振兴的方向, 也为校地合作、资源整合提供了制度保障, 使包装设计成为职业教育赋能乡村产业的重要切入点。

1.2 乡村土特产包装设计的难点与赋能空间

当前我国乡村土特产包装设计面临多重困境, 为职业教育介入提供了广阔空间。从产品端来看, 多数乡村土特产仍采用简易包装, 仅满足基本的保护与盛放功能, 材质粗糙、设计同质化严重, 难以体现产品的地域特色与质量优势^[1]。例如, 部分山区茶叶、干货采用通用型塑料袋包装, 既无品牌标识, 也无文化元素, 消费者难以通过包装感知产品价值。从文化端来看, 土特产承载的民俗文化、

农耕智慧未能通过包装有效转化,多数包装仅简单印制产品名称与产地,缺乏对地域文化的深度挖掘与可视化呈现,导致产品文化附加值偏低。从市场端来看,随着电商直播、社交营销的普及,消费者对产品包装的审美要求与传播属性需求日益提升,兼具颜值、文化与实用性的包装成为产品引流的关键,但乡村地区普遍缺乏专业设计人才与技术支持,难以满足市场需求。

1.3 职业教育赋能包装设计的能力

职业教育在服务土特产包装设计方面具有不可替代的优势,其核心能力体现在人才培养、产教融合与实践导向三个方面^[2]。在人才培养上,职业院校的艺术设计、视觉传达、电子商务等专业,围绕包装设计、品牌策划、市场分析等核心技能构建课程体系,学生通过 PS 设计、版式构图、材料应用等实操训练,具备直接服务乡村的专业能力。如毕节职业技术学院电子商务专业学生李敏,凭借课堂所学的视觉传达理论与 PS 技能,为贵州刺梨、辣椒酱等特产设计包装,斩获多项技能大赛并被企业采纳应用。在产教融合上,职业院校通过“校企合作、校地共建”模式,将乡村实际需求转化为教学项目,教师带领学生深入乡村开展实践,既解决了乡村设计资源不足的问题,又实现了教学做一体化。浙江商业职业技术学院艺术设计学院与地方政府、企业共建人工智能包装设计联合实验室,为宁波红美人柑橘设计 10 余款包装,既降低了设计成本,又提升了产品市场竞争力。在实践导向上,职业教育以市场需求为核心,强调设计成果的落地性与实用性,根据乡村企业的生产条件、成本预算提供可落地的设计方案,真正实现“设计为民、赋能增收”。

2 职业教育赋能土特产包装设计的案例分析

2.1 案例背景

广东省开平市苍城镇是传统农业镇,拥有潭碧冬瓜、苍城腊味、米薯脆片等多款特色农产品,其中潭碧冬瓜已有 200 余年种植历史,2022 年荣获国家地理标志证明商标,苍城腊味凭借广式古法工艺被誉为开平味道的代表。然而,长期以来,当地土特产面临着包装设计滞后的发展瓶颈,潭碧冬瓜采用普通编织袋包装,缺乏品牌标识与文化呈现,难以体现地理标志产品的价值。苍城腊味包装样式陈旧,色彩单调,在市场中辨识度低。米薯脆片作为新兴产品,初期包装缺乏地域特色与视觉吸引力,市场接受度有限。随着乡村旅游的发展与电商平台的普及,当地政府与农户迫切希望通过包装升级提升产品竞争力,但由于缺乏专业设计人才与技术支持,包装创新陷入停滞。在此

背景下,江门职业技术学院艺术文化创意实践团于 2024 年 4 月与苍城镇政府达成校地合作,开展土特产包装设计专项帮扶,为当地农产品量身打造特色包装方案^[3]。

2.2 实践过程

2.2.1 实地调研,精准把握需求与挖掘文化内核

实践团首先开展为期一周的实地调研,构建需求收集体系。团队与苍城镇政府工作人员座谈,明确提升品牌形象、助力电商销售、传播地域文化的目标,深入潭碧冬瓜种植基地、腊味加工厂,观察产品特性与生产流程,了解包装的材质需求与成本预算;与农户面对面交流,收集他们对包装实用性、便携性的建议。通过电商平台数据分析与消费者问卷调查,掌握年轻消费群体的审美偏好与购买习惯。在文化挖掘方面,团队重点梳理了苍城镇的历史文脉,潭碧冬瓜的古法种植技艺、苍城腊味的非遗制作工艺、开平碉楼的建筑特色、苍城学宫的人文底蕴等,将这些元素作为包装设计的核心素材,确保设计既贴合产品本质,又承载地域文化。

2.2.2 分组设计,专业赋能与个性化创作

实践团根据三款核心产品的特性,组建三个专项设计小组,在专业教师的指导下开展创作。针对潭碧冬瓜矮短扁鼓、肉质清甜、古法种植的特点,设计小组摒弃传统编织袋,选用坚韧耐用且成本可控的塑料袋作为包装材质,通过哑光处理模拟冬瓜表面的天然白粉,正面以简约线条勾勒冬瓜形态,搭配两百年古法种植、国家地理标志产品等文字标识,突出产品的历史底蕴与质量优势,背面印刻潭碧村的地理环境示意图与冬瓜食用方法,增强实用性与文化感。对于苍城腊味,设计小组以古法醇香、地域风情为核心,选用红色为主色调,象征腊味的鲜香与节日氛围,搭配绿色点缀体现食材的天然无公害,包装正面融入苍城学宫的建筑线条与金猪图案,直观呈现产品属性与地域特色,侧面以文字讲述腊味的传统制作工艺,强化品牌故事感。针对米薯脆片的年轻消费群体,设计小组采用色彩编码策略,以不同颜色区分甜辣、花椒、韩式泡菜等口味,包装正面嵌入开平碉楼的简化插画与记忆中的味道文字符号,背面设计趣味食用场景图,增强与消费者的情感共鸣。

2.2.3 落地迭代,校企协同与市场反馈优化

设计方案完成后,实践团与当地农产品合作社、加工厂密切合作,完成包装的打样、测试与批量生产。考虑到乡村企业的成本承受能力,团队在材质选择上兼顾实用性与经济性,通过批量采购降低包装制作成本,确保产品溢价空间不受挤压。包装投入市场后,实践团持续跟踪销

售数据与消费者反馈,形成市场反馈-设计优化的迭代机制。针对部分消费者反映腊味包装密封性不足的问题,团队联合企业对包装进行改进,增加铝箔内层与密封拉链设计,根据电商平台的销售数据,优化米薯脆片的包装尺寸,推出更适合单人食用的小规格包装。经过半年的市场检验,三款产品的包装设计获得广泛认可,成为苍城镇土特产的新名片。

2.3 实践成效

此次职业教育赋能的包装设计实践,为苍城镇土特产产业带来了显著的经济效益与社会效益。在市场表现方面,包装升级后,潭碧冬瓜的在线销量增长 60%,单价提升 20%,苍城腊味成功进入珠三角地区的高端商超,销售额同比增长 85%;米薯脆片成为电商平台的爆款产品,复购率达 40%。在品牌建设方面,统一且富有地域特色的包装设计,推动苍城镇形成开平优品的区域品牌形象,潭碧冬瓜的地理标志影响力提升,苍城腊味被纳入“江门手信”推荐名录。在人才培养方面,实践团学生通过实地调研、设计创作、落地跟进,专业技能与实践能力得到显著提升,部分学生的设计作品获得省级职业技能大赛奖项。当地农户也在合作过程中提升了品牌意识,部分年轻人主动学习包装设计与电商运营知识,为乡村培育了本土技能人才^[4]。

3 职业教育赋能土特产包装设计的路径构建

3.1 构建校地协同机制

职业教育赋能土特产包装设计,首要任务是建立稳定、长效的校地协同机制。地方政府应发挥主导作用,搭建职业院校、乡村政府、合作社、企业的四方合作平台,明确各方职责与利益分配机制,为职业院校参与乡村包装设计提供政策支持与资源保障。职业院校应主动对接乡村产业需求,建立一县一校、一乡一品的结对帮扶模式,将乡村土特产包装设计纳入艺术设计、电子商务等专业的实践教学计划,作为学生的实训项目与毕业设计选题。例如,浙江商业职业技术学院与舟山嵊泗县、龙游县等建立长期校地合作关系,将土特产包装设计、文创产品开发等纳入常态化服务内容,形成可持续的服务机制。同时,职业院校可在乡村设立“设计服务站”,派遣专业教师驻点服务,及时回应乡村的设计需求,实现“需求在乡村、设计在院校、落地在企业”的良性循环。

3.2 精准对接产业需求

职业院校应深入开展乡村产业调研,根据区域土特产的类型、特点与市场需求,调整专业设置与课程体系,培养针对性强的设计人才。例如,针对茶叶、水果等生鲜类

土特产,强化包装的保鲜功能与物流适配性设计教学;针对非遗食品、手工艺品等,重点培养文化元素转化与文创包装设计能力。建立“乡村需求清单”与“院校服务清单”,通过产教融合信息平台实现供需精准对接。同时,加强市场调研能力培养,引导学生运用大数据分析、消费者访谈等方法,精准把握市场趋势与消费者偏好,确保设计作品既符合文化定位,又具备市场竞争力。

3.3 加强师资队伍建设

职业院校应建立“双师型”教师培养机制,鼓励专业教师深入乡村企业挂职锻炼,参与实际包装设计项目,积累实践经验;聘请乡村企业家、非遗传承人、资深设计从业者担任兼职教师,充实师资队伍。加强教师的专业培训,定期组织开展绿色包装、智能包装、文化创意设计等方面的专题培训,提升教师的专业素养与创新能力。同时,职业院校应联合地方政府开展乡村本土人才培养,开设包装设计、电商运营等短期技能培训班,培养一批既懂本土文化又掌握专业技能的乡村设计人才,为包装设计的持续优化提供本土支撑。

3.4 优化专业课程体系

职业院校应围绕乡村振兴的实际需求,优化艺术设计、电子商务等相关专业的课程体系,培养兼具专业技能、文化素养与市场意识的复合型设计人才^[5]。在课程设置上,增设乡村文化与设计、土特产包装设计实务、电商包装营销等特色课程,系统讲授地域文化挖掘、包装材质选择、市场需求分析等内容,强化实践教学环节,将乡村土特产包装设计作为核心实训项目,组织学生深入乡村开展实地调研与设计实践,确保教学内容与乡村实际需求紧密对接。在教学方法上,采用项目驱动式教学、现代学徒制等模式,邀请乡村企业家、非遗传承人、电商运营能手参与教学,分享行业经验与实际需求,使学生了解乡村产业的实际情况与市场痛点。此外,职业院校应加强跨专业协同,推动艺术设计、电子商务、农业技术等专业的合作,培养能够提供包装设计、品牌策划、电商运营一体化服务的复合型人才,满足乡村产业的综合需求。

4 结语

综上所述,当前职业教育服务土特产包装设计仍面临诸多的问题,需要政府、院校、企业、乡村多方协同发力,通过落实各项措施,提升服务质量与实效。未来,职业教育应进一步深化改革,强化实践导向与创新驱动,推动包装设计与数字技术、绿色理念、文化创意深度融合。

参考文献:

- [1] 潘登. 新时代背景下动漫产业赋能乡村振兴的路径探——以陕北特产包装设计为例[J]. 鞋类工艺与设计, 2025, 5(2):179-181.
- [2] 李雪琴. 乡村振兴背景下地方特色农产品包装设计研究[J]. 包装工程, 2024, 45(8):450-455.
- [3] 邬沛汝, 黄倩. 乡村振兴战略背景下的农特产品包装设计策略研究[J]. 上海包装, 2024(9):139-141.
- [4] 褚玥莹. 乡村振兴背景下特色农产品品牌包装设计方法研究[J]. 上海包装, 2024(2):144-146.
- [5] 纪蕴纭. 乡村振兴背景下农产品包装设计的发展趋势研究[J]. 绿色包装, 2024(12):172-175.
- 基金项目: 黑龙江省黑龙江职业教育与继续教育教学改革研究项目名称: 基于农产品包装设计职业教育服务乡村振兴的特色经验研究编号: SJGZY2024022。