

Research on the Importance of University Design in Promoting Rural Agricultural Product Development

YUAN Yubao¹; LI Mingbo²

1 2 Yantai University of Science and Technology, Yantai, 265600, China

ABSTRACT

[Background] Rural agricultural products need to leverage design to enhance their market competitiveness or brand value. As an important carrier of creative resources, university design is increasingly attracting attention in serving the local economy.

[Objective] This paper explores the role and value of university design in promoting the development of rural agricultural products, focusing on the integration of rural agricultural and sideline product culture with university specialty programs, so that rural culture and university programs can progress together.

[Method] Using the basic concepts of university design and rural agricultural products, this study analyzes the practical foundation for their collaborative development. By examining typical cooperation cases, it reveals the actual effectiveness of university design in product packaging, brand building, and cultural dissemination.

[Results] University design can effectively enhance the visual recognition of rural agricultural products, promote product differentiation and competition, while also driving the optimization of rural industrial structures and facilitating brand transformation.

[Conclusion] University design plays an irreplaceable role in promoting the high-quality development of rural agricultural products. It is a key tool for achieving industry-education integration, empowering rural economies, and implementing the rural revitalization strategy, with broad application potential.

Keywords: University Design; Rural Areas; Agricultural Product Development; Importance Research

ORCID: 0009-0003-3795-2806

Corresponding Author: LI Mingbo; limingbo7684@163.com

Funding: This paper is one of the interim research outcomes of the 2023 Shandong Province Special Research Project on “Traditional Culture and Socio-Economic Development,” titled “Research on the Integration of Agricultural and Rural Product Development with University Specializations in Rural Cultural Construction” (Project Number: 23C1109220008).

DOI: 10.23112/jgas25063002

Received: 15. Apr. 2025

Reviewed: 05. May. 2025

Accepted: 30. Jun. 2025

高校设计推动乡村农产品发展的重要性研究

袁玉宝¹; 李明玻²

1 2 烟台科技学院, 烟台, 265600, 中国

摘要

【背景】乡村农产品需运用设计赋能来提升市场竞争力或品牌价值, 高校设计作为创意资源的重要载体, 在服务地方经济中日益受到关注。

【目的】本文探讨高校设计在推动乡村农产品发展中的作用以及价值, 以乡村农副产品文化与高校特色专业融合为主, 让乡村文化和高校专业共同进步。

【方法】利用高校设计与乡村农产品的基本概念, 分析二者协同发展的现实基础, 并结合典型合作案例, 揭示高校设计在产品包装、品牌建设以及文化传播中的实际成效。

【结果】高校设计能够有效提升乡村农产品的视觉识别度, 促进产品差异化竞争, 同时推动乡村产业结构优化以及品牌化转型。

【结论】高校设计在推动乡村农产品高质量发展中具有不可替代的作用, 是实现产教融合、赋能乡村经济和落实乡村振兴战略的重要抓手, 具有广阔的推广价值。

关键词: 高校设计; 乡村; 农产品发展; 重要性研究

ORCID: 0009-0003-3795-2806

通讯作者: 李明玻; limingbo7684@163.com

项目基金: 本文系 2023 年山东省“传统文化与经济社会发展”专项课题“乡村文化建设中农副产品发展与高校专业融合研究”(项目编号: 23C1109220008)阶段性研究成果之一

DOI: 10.23112/jgas25063002

Received: 15. Apr. 2025

Reviewed: 05. May. 2025

Accepted: 30. Jun. 2025

1 引言

随着我国深入实施乡村振兴战略，发展乡村农产品逐渐成为推动农村经济增长的重要力量。然而，许多乡村农产品在市场上面临着品牌知名度低、传播途径单一等挑战。高校设计作为创新知识的源泉，正逐步发挥其在提升农产品品牌形象、拓展传播渠道、推动产品市场化等方面的独特作用。高校结合设计理念与乡村农产品的实际需求，使学生团队能够为农产品注入新的活力，推动其从生产到销售的全方位升级。伴随着不断发展高校设计理念，越来越多的创新设计正在帮助乡村农产品在激烈的市场竞争中脱颖而出，帮助乡村经济可持续发展。

2 高校设计推动乡村农产品发展的重要性

2.1 提升农产品外观设计，增强市场识别度

高校设计在推动乡村农产品发展中运用专业的设计手段，可以让农产品在外观上达到更好的视觉效果，从而吸引消费者的注意，增强产品的市场识别度。设计不只是美化产品包装，更是合理搭配色彩、形状等元素，增强产品的辨识度，帮助消费者在众多同类产品中迅速识别选择目标商品。此外，好的外观设计能够传达出产品的品质，让消费者信任产品从而增强市场的认可度。优化外观设计可以提升农产品的视觉吸引力，也促使其在市场中占据一席之地。高校设计能够为乡村农产品提供专业的设计思路，帮助其在市场上更好地展示自身特点，从而推动销售产品以及建设品牌的重要性（闫, 2025）。

2.2 注入文化创意元素，丰富品牌价值内涵

高校设计在推动乡村农产品发展中不但体现在外观设计上，还体现在如何注入文化创意元素，丰富品牌的内涵。首先，融入文化创意元素能够为农产品赋予独特的文化价值，使其在市场中更加突出。其次，结合地方的历史背景、传统文化以及现代设计理念，农产品不仅具备实用功能，还承载丰富的文化意义。因此，提升文化价值，能够增强消费者对品牌的情感认同，进而促进品牌长期发展。再次，加入文化创意元素，可以帮助农产品脱离单纯的商品形态，使其具有独特的品牌个性，提升品牌的附加值。在现代市场竞争中，品牌价值的内涵会决定产品的市场表现，而这种内涵往往来源于深厚的文化积淀。高校设计能够深度挖掘地域文化，结合现代设计技巧，为乡村农产品提供更具吸引力的文化符号，多维提升品牌价值。最后，融入文化创意元素能够提升农产品的市场竞争力，还能促进消费者增强对品牌的认同感，为乡村农产品的发展提供强大支持（刘, 2025）。

2.3 促进产教深度融合，激发高校服务动能

高校不只是培养人才的摇篮，更是推动社会发展的重要力量，高校设计紧密联系乡村经济，能够帮助乡村提升农产品的设计以及市场竞争力，产教融合让学生能够在真实的市场环境中应用所学知识，也能为乡村农产品带来创新的设计理念。这种深度融合为乡村带来新的发展机遇，同时也提升高校人才的实践能力，紧密结合学术研究与社会需求，从而推动乡村经济的长远发展。加强高校与乡村产业的合作，能够最大化发挥设计专业的社会效益，使高校设计服务于更广泛的社会需求，提升农产品的整体品质（谢, 2025）。由此可见，高校设计的产教融合能提升乡村农产品的竞争力，也为高校的教育模式提供新的思路。

3 高校设计推动乡村农产品发展的实施策略

3.1 高校设计参与共建平台，提升服务乡村整体效能

高校作为知识的源泉，具备丰富的设计资源及人才优势，能够经过共建平台与地方政府、企业以及乡村合作，形成协同发展的局面。在这一过程中，高校能够提供专业的设计，还能利用其研究帮助乡村解决在设计农产品、建设品牌等方面的难题。共建平台能够促使各方共享资源，整合设计、技术等多方面的力量，使乡村农产品在提升品质、拓展市场以及增强竞争力等方面取得更好的效果。同时，高校还能够借助项目化运作，使设计成果快速转化为实际的生产力，进一步增长乡村经济（武, 2025）。高校设计共建平台时，乡村不但能够得到高校设计的专业支持，还能够在平台上积累经验，提升自身的发展水平形成长效机制。这种共建平台，可以提升服务乡村的整体效能，也为乡村发展注入新的创新动力。

在高校设计农产品时可以联合地方政府与乡村企业共建“乡村农产品设计协同平台”，政府首先运用乡村振兴专项资金来资助平台，并提供本地优势农产品清单或乡村文化资源数据库，帮助学生了解当地农产品的属性、文化符号及销售痛点。高校组织由设计学院牵头的教师与学生团队，分专业成立“番薯深加工产品视觉设计组”“蜂蜜产品品牌形象提升组”等多个课题小组，明确项目目标。每个小组先由指导教师带队前往乡村开展实地调研，与农户、合作社面对面访谈，了解产品现状与销售难点。例如，在调研中发现某村的土鸡蛋品质优良但因包装粗糙难以走出本地市场，学生团队就以此为课题，在返回学校后展开设计工作，提出品牌命名“山林初蛋”，配套设计手提包装、标签图案等，并结合电商平台的图片展示逻辑优化。平台会定期组织“设计成果评估会”，邀请政府农业部门负责人、乡村企业主共同参与，并点评每组设计方案。采用这样的流程，设计方案不仅在美观性上贴近市场，也在可实施性上得到保障（如表 1 所示）。平台后期还协助乡村企业完成样品试产，并由高校学生协助拍摄宣传短视频，投放至抖音、小红书等社交平台进行宣传，检验市场反馈。此外，平台设有“成果转化跟踪小组”，学生在教师指导下持续跟进鸡蛋包装使用是否便捷、运输中是否破损，线上销售转化率是否提高等反馈，并根据数据及时优化设计。

表 1 “乡村农产品设计协同平台”运行简表

阶段	主要内容	参与主体	关键成果
选题调研	走访乡村	地方政府	明确设计方向与项目选题
团队设计	融入地域文化	高校师生团队	产品命名
成果评估	展示设计方案	政府代表	方案调整方向
落地实施	短视频推广	企业	市场反馈数据
持续优化	跟踪反馈	高校“转化跟踪小组”	改进优化报告

3.2 高校设计优化包装样式，增强农产品市场吸引力

包装是消费者接触产品的第一印象，直接影响消费者的购买欲望，借助高校设计的专业能力，能够把农产品的包装从单纯的功能性物品转化为具备辨识度的作品，提升产品的整体市场表现。优化包装不仅是美化外观，更是设计语言传递产品的品质、特色以及品牌理念。一个精心设计的包装能够运用搭配色彩、设计形状等方式，使产品在人群中更容易被注意到，进而促进销售。优化包装还能够增强消费者对产品的信任感，提升其对品牌的认可度，从而在竞争激烈的市场中占有一席之地。

高校设计专业的学生可以与乡村农业企业合作，学生在市场调研中发现苹果的包装大多是普通的纸箱或者简单的塑料袋，这种包装在市场中没有特色，难以吸引消费者的目光。针对这一问题，学生决定全面优化包装的外观、材料以及文化元素三方面。在外观设计上，学生把苹果的包装形式从传统的纸箱改为更加现代化的环保硬纸板盒，外形呈现苹果的形状，以此来突出产品特点。学生团队还使用温暖的红色和绿色，象征苹果的鲜美，同时传达出“健康、绿色”的品牌理念。选择色彩可以增强包装的视觉吸引力，还使包装更容易在人群中脱颖而出，吸引消费者的眼球。在选择包装材料上，学生使用可回收材料，符合环保要求，并且能够有效保护苹果在运输过程中的完整性。学生精心设计结构，苹果能够安全地存放在包装盒中，减少运输中的损耗。同时，包装材料不但符合实用性需求，还提升产品的环保形

象，符合现代消费者对绿色产品的偏好，此外，学生还注重把当地的文化元素融入包装设计中，使其在包装上加入当地特有的民俗图案，传递出乡村的自然风光。



图 1：苹果包装展示图

图片来源：微信公众号“顶尖包装”

3.3 高校设计融合地域文化，增强农产品品牌独特性

地域文化借助高校设计的介入，能够把这些文化元素巧妙地融入农产品的建设品牌中，使品牌在市场中更具辨识度。融合地域文化不仅可以展示地方传统，更是运用设计手段，把这些文化资源转化为具有市场价值的产品特色，帮助农产品在激烈的市场竞争中脱颖而出。学生团队深入挖掘地域文化，能够创造出富有文化内涵的品牌形象，使农产品在传递质量信息的同时，也能传递出独特的地方魅力，高校设计结合文化与产品，能够增强消费者对品牌的情感认同，从而提升品牌的影响力（林, 2025）。高校设计的参与，帮助乡村农产品用文化的力量，提高产品的附加值，从而推动品牌价值的持续发展。

以高校设计项目为例，学生围绕该地特有的“梯田红米”打造品牌形象，在项目初期，师生团队深入村落实地调研，拜访老农与村中长者，了解红米的种植历史、文化渊源以及梯田耕作方式，发现这种红米已有百年传承，与当地的节气祭祀、民族习俗密切相关，且因海拔高、水源纯净、人工插秧保留原始风味。基于这些文化线索，学生决定以“云上稻谷”为品牌名，提炼出红米“山水滋养、民族传承”的品牌核心（如表 2 所示）。在包装设计上，采用少数民族传统纹样与梯田线条的结合，主色调取自稻谷金黄和少数民族服饰的蓝黑色，既传达出原生态，也展现浓郁的地域风情。在米袋包装背面，团队还设计“稻米的故事”图文说明，以插画形式呈现当地稻作文化与农耕场景，让消费者更容易产生情感共鸣。此外，学生还为该品牌制作品牌 LOGO、二维码溯源系统标签、农事节气图鉴等一系列文化视觉延展物料，同时拍摄短视频展示村民插秧、秋收、碾米等真实生活片段，形成完整的品牌视觉体系。经过数月试销，该“云上稻谷”品牌在区域市场表现良好，电商销量稳步提升，部分产品还成功进入城市高端超市与文创农产品市集。

表 2 高校学生助力“云上稻谷”品牌建设要素梳理

环节	实施内容	设计特色亮点
实地调研	走访农户、了解红米历史与文化	强调民族传统
品牌命名与定位	确定品牌名“云上稻谷”，提炼核心文化价值	山水意象结合民族传承
包装设计	运用梯田线条与少数民族图案	强化地域视觉识别
文化内容延展	插画“稻米的故事”	丰富品牌内涵
市场传播	拍摄短视频	以真实乡村生活打动消费者

3.4 高校设计开展农产品实地设计，推动学生创意成果落地

高校设计开展农产品实地设计这一策略不仅为学生提供实践平台，也使学生能够把所学知识应用于真实的项目中，增强学生的实践能力。采用实地设计，学生能够深入了解乡村农产品的生产过程、市场需求以及消费者偏好，进而设计出更加符合市场需求的产品方案。这种实践能够提高学生的专业技能，还能够促使其在设计过程中不断改进创新，使创意能够真正转化为具有市场价值的产品。高校学生与乡村合作，结合地方特色实地调研能够更好地解决农产品在设计过程中面临的实际问题，为乡村农产品提供更具市场竞争力的设计方案。同时，实地设计也能够促进高校与地方产业的紧密联系，推动产学研结合，帮助乡村农产品优化设计、生产等环节。

在实地调研的基础上，学生会具体分析农产品，找出其在加工、储存和运输环节中存在的实际问题。在运输环节，学生发现许多农产品在长时间运输过程中由于包装不当或缺乏防护措施，容易遭受挤压、碰撞或温度变化，导致损坏或腐烂。为解决这一问题，学生设计更加符合农产品特性的运输容器。这些容器不仅考虑结构的稳固性，还设计缓冲材料以及透气孔，来保证空气流通，从而减少温度变化对农产品的影响（于, 2025）。对于容易挤压的水果，设计柔软且有弹性的包装材料，可以有效防止因碰撞而造成的压伤；对于需要低温储存的农产品，设计具有温控功能的包装，使得在运输过程中，农产品能够在适宜的温度环境中保持新鲜。在加工环节，学生针对一些易碎的农产品，设计一种可以减少损失的分拣加工设备，避免人工操作中的不规范手法导致的损伤。此外，学生还根据市场需求，设计可以提高农产品加工效率或卫生标准的自动化设备，使农产品在加工过程中更加符合现代化生产要求，以此来提升产品的市场竞争力。针对农产品的保鲜问题，学生与科研团队合作，设计针对某些蔬果的保鲜难题，学生设计可以延缓氧化过程的包装材料，这种材料可以减少空气接触，延长保鲜时间。在处理技术上，学生也与农业科研人员合作，开发出一些低温储存和特殊气体调控的处理技术等几种不同的延长保鲜期的处理方法。运用这些技术手段，农产品在进入市场前能够保持更长时间的新鲜度，从而提升市场流通效率和农产品的附加值。

表 3 高校学生团队在农产品供应链环节的设计改进举措

环节	问题诊断	设计改进措施
运输	包装不当，导致挤压	设计缓冲结构包装
加工	易碎产品在人工操作中损耗大	设计防损分拣设备
加工	效率低、卫生标准不达标	设计自动化加工设备
保鲜	氧化快，保鲜期短	研发延缓氧化的包装材料
储存	温度控制不当，影响新鲜度	与科研人员合作开发低温保鲜技术

3.5 高校设计联动多方资源，拓展农产品传播渠道

乡村农产品在市场上往往面临着品牌知名度低、信息传播途径有限等问题，创新设计可以打破这些局限。学生可以生产创意内容，配合现代传播手段，广泛传播农产品的品牌故事、文化内涵以及特色优势。利用多方资源的联动，能够增强农产品的市场曝光度，吸引更多的消费者关注，提升其市场竞争力。高校设计专业与不同领域的合作，使农产品的传播渠道更加多元化，利用线上线下结合的方式，使产品能够借助社交媒体、电商平台、线下市场等多重渠道进行销售推广，最终达到农产品的市场突破，推动持续发展乡村经济。

高校学生需要与乡村农产品生产者、地方政府、以及农业相关企业进行深入沟通与调研。例如，一些地方的农产品可能因缺乏知名度而在市场中难以竞争，或者存在物流成本高、保鲜期短等问题。经过调研，学生能够明确农产品的痛点，进而为整合资源提供有力依据。一旦需求分析完成，学生与淘宝、京东、拼多多等合作，设计出符合电商平台要求的产品展示界面，并在平台上精准营销。学生要负责设计产品页面、广告图和详情页，还可以设计短视频、直播等内容，推动产品的线上传播。例如，某高校学生曾与电商平台合作，设计某地的特色水果页面，不仅用吸引眼球的包装设计提升购买欲望，还设计

产品种植的短视频，借助电商平台推向市场。采用这种方式，产品的曝光度得到大幅提升，高校学生在与企业合作的基础上，可以设计一系列具有传播性的内容。例如，学生与地方知名社交媒体博主或网络红人合作，借助微博、抖音等平台发布农产品的背景故事、推荐产品或直播，提升产品的认知度。学生为这些内容制作精美的图文，结合传统文化或地域特色，使产品在平台上迅速传播（古, 2025）。例如，一些高校学生与地方农产品品牌合作，设计并推广短视频内容，介绍农产品的生产过程与地域特色，帮助农产品与消费者建立情感连接，激发购买欲望。高校学生还可以与传统媒体的合作，扩大农产品的传播范围，学生可与地方电视台合作制作专题节目或广告，把农产品的特点、背后的故事以及生产方式向更广泛的观众传递。此外，还可以设计海报、广告册等传统媒体广告，在集市上推广提升品牌知名度。为更好地链接线上与线下，学生还可以组织一些农产品的线下品鉴会、创意市集等主题推广活动。

4 结论

高校设计在推动乡村农产品发展中发挥着重要作用，高校设计能够结合地方特色文化，提升农产品的品牌独特性，增强其在市场中的辨识度。学生团队与地方政府、企业以及农民的合作，帮助乡村产品打造出符合现代消费者需求的形象，推动农产品在视觉呈现、设计包装以及塑造品牌等方面的革新。此外，高校设计还整合多方资源，拓展农产品的传播渠道。运用互联网平台、社交媒体和线上线下结合的方式，农产品不但得到更多消费者的关注，还增强品牌的影响力。这一创新方式使乡村农产品能够在激烈的市场竞争中脱颖而出，扩大其市场覆盖面。尽管目前在乡村农产品领域，设计创新的应用尚在逐步推进阶段，但高校设计作为推动乡村经济发展的重要力量，已经展现出巨大的潜力（高, 2025）。随着不断创新设计理念以及深化实践，未来高校设计会在乡村振兴中发挥更加关键的作用，帮助农产品创造出更广阔的发展空间，并为乡村经济的可持续发展提供有力支持。

未来，高校设计在推动乡村农产品发展方面将面临新的机遇和挑战。随着智慧农业的快速发展，高校设计需要与新兴技术相结合，如大数据、人工智能和物联网，以实现更精准的市场定位和更高效的农产品推广。例如，利用大数据分析消费者需求，高校设计可以为农产品包装和品牌建设提供更具针对性的创意。此外，高校设计还可以在农产品的智能化营销方面发挥重要作用，通过开发智能营销平台，帮助农产品更好地对接市场。在乡村振兴战略的背景下，高校设计还需要关注乡村的可持续发展。这意味着在设计过程中，不仅要考虑产品的市场竞争力，还要兼顾环境保护和社会公平。例如，通过设计环保包装和推广绿色农产品，高校设计可以助力乡村实现绿色发展。同时，高校设计还可以通过培养本地设计人才，提升乡村自身的创新能力和设计水平。此外，高校设计在推动乡村农产品发展中的作用将更加多元化。除了包装和品牌设计，高校还可以在乡村农产品的供应链优化、农产品加工技术创新等方面发挥重要作用。未来，高校设计将更加注重与新兴技术的融合、可持续发展的理念以及乡村自身能力建设，为乡村经济的可持续发展提供更有力的支持。

参考文献

- 闫思敏、潘文佳.(2025).乡村振兴背景下临潼农产品电商品牌建设的发展路径.商场现代化,(09),36-38.
DOI:10.14013/j.cnki.scxdh.2025.09.021.
- 刘英、张圆.(2025).乡村振兴战略下农产品冷链物流的发展路径研究.商场现代化,(10),57-59.
DOI:10.14013/j.cnki.scxdh.2025.10.020.
- 谢瑶瑶、宋荣斌、刘伟美、梁雅钧.(2025).农业展的新思考——农产品展会对提升乡村振兴背景下畜牧业经济效益的研究.中国会展,(07),70-72.
DOI:10.20129/j.cnki.11-4807/f.2025.07.015.
- 武晓黎、吴志赛.(2025).乡村振兴背景下农产品电商物流发展现状与对策.全国流通经济,(06),16-19.
DOI:10.16834/j.cnki.issn1009-5292.2025.06.006.
- 林春色、文海潮.(2025).数字乡村基础设施建设与农产品生产效率的耦合协调性研究.乡村科技,16(06),9-13.
DOI:10.19345/j.cnki.1674-7909.2025.06.002.
- 于娜、张婉静.(2025).乡村振兴背景下阜阳农产品包装设计创新与品牌提升研究.智慧农业导刊,5(06),107-110.
DOI:10.20028/j.zhnydk.2025.06.025.
- 古丽娜·朱马汗.(2025).数字乡村建设对农产品批发市场效率影响的研究——基于空间溢出视角.商业经济研究,(06),113-116.
URL:<https://kns.cnki.net/kns8s>
- 高书东.(2025).乡村振兴背景下生鲜农产品冷链物流服务体系构建研究.西部财会,(03),53-56.
URL:<https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v>

免责声明：所有出版物中包含的声明、观点和数据仅代表个人作者和贡献者，而非 JGAS 和/或编辑。JGAS 和/或编辑对因内容中提及的任何想法、方法、说明或产品而造成的任何人身伤害或财产损失不承担任何责任。