

# 地方文化在包装设计及应用推广的应用

杨佳俊 刘冀泽 陆雨泉 林凯 覃远清 徐艳  
(南宁理工学院, 广西南宁 530000)

**摘要:** 地方文化具有显著的独特性特征, 其由地区人文社会所孕育并发展而成。在文化自信、文旅发展等时代背景下, 设计人员将地方文化引入包装设计、产品营销推广中具有多方面的意义, 比如提高产品视觉冲击力、提高包装的艺术内涵、激发消费者的购买意愿等。文章将探讨地方文化在包装设计及应用推广的应用意义、应用原则、应用思路, 并从应用难点角度提出一些应用建议, 旨在提升地方文化在包装设计及应用推广的应用效果, 助力地方文化更好地传承、传播。

**关键词:** 地方文化; 包装设计; 营销推广

中图分类号: J524.2

文献标识码: A

文章编号: 3007-8113(2025)01-0006-03

DOI: 10.12462/RED.issn3007-8113.2025.01.002

## The Application of Local Culture in Packaging Design and Marketing Promotion

Jiajun Yang, Jize Liu, Yuquan Lu, Kai Lin, Yuanqing Qin, Yan Xu  
(Nanning University of Science and Technology, Nanning, Guangxi 530000)

**Abstract:** Local culture has significant unique characteristics, which are nurtured and developed by regional humanistic society. In the context of cultural confidence and the development of cultural tourism, designers' introduction of local culture into packaging design and product marketing has multiple meanings, such as enhancing the visual impact of products, improving the artistic connotation of packaging, and stimulating consumers' willingness to purchase. The article will explore the application significance, principles, and ideas of local culture in packaging design and marketing promotion, and propose some application suggestions from the perspective of application difficulties, aiming to enhance the application effect of local culture in packaging design and marketing promotion, and help better inherit and spread local culture.

**Keywords:** local culture; packing design; sem

### 一、地方文化在包装设计及应用推广的应用意义

#### (一) 提高包装设计效果

一方面, 地方文化引入产品包装设计中, 可以增强产品包装的视觉冲击力, 比如设计人员根据地方传统文化, 选择一些能彰显地方文化特色的图案、符号、色彩、材质等, 能解决产品包装设计的同质化问题, 提高对消费者的吸引力。另一方面, 地方文化引入产品包装设计中, 还能提高产品包装的文化内涵, 比如在一些茶文化浓厚的地区, 茶企业结合地方特色的茶文化, 能彰显自身产品的特色与韵味, 提高产品包装的艺术内涵, 有助于促进文化传承及发展。

#### (二) 增强消费者的购买意愿

地方文化融入包装设计、产品营销推广中, 能增强消费

者的购买意愿。比如一些消费者会受到产品包装中文化元素的吸引, 愿意购买相关产品, 同时结合地方文化的产品营销推广, 将会得到其他地区消费者的支持, 增强消费者的购买意愿。

#### (三) 形成品牌效应

地方文化在包装设计及应用推广的应用, 可以形成品牌效应。比如包装设计中, 设计师将地域文化中的色彩、文字、图案等元素融入包装设计中, 能使包装具有辨识度、独特性, 在同类商品中脱颖而出, 形成品牌效应。再如产品营销推广环节, 营销人员可以将地方文化元素作为突破口, 制作具有地方文化元素的推广海报、推广短视频, 不仅能增强产品在市场中的竞争力, 也能逐渐形成具有特色文化的产品品牌。

**作者简介:** 杨佳俊, 在读本科, 研究方向为工商管理; 刘冀泽, 在读本科, 研究方向为网络与新媒体; 陆雨泉, 在读本科, 研究方向为数字媒体艺术; 林凯, 在读本科, 研究方向为摄影; 覃远清, 硕士研究生, 研究方向为经济法; 徐艳, 硕士研究生, 助教, 研究方向为职业技术教育。

**基金项目:** 2024年自治区级大学生创新创业训练计划项目《互联网环境下农副产品种植营销一体化》(S202413645059X)

## 二、地方文化在包装设计营销推广的应用原则

地方文化应用于产品包装设计、产品营销推广中,能推进相关工作变革,提高产品在市场中的竞争力,同时也有利于地方文化的传承及传播。地方文化在实际应用中,需要遵循以下原则:

### (一)适宜性原则

产品包装设计营销推广中引入地方文化,要遵循适宜性原则。比如产品包装设计中,设计人员需要先了解地方文化情况,包括民俗文化情况、饮食文化情况、自然景观文化情况等,挑选适宜产品的文化元素,包括图案元素、色彩元素、材料元素,实现产品包装的创新性设计。再如产品营销推广中,营销人员应基于适宜性原则设计营销推广方案,比如推广中需紧密结合地方文化的现状以及文化背景,确保所选择的传统文化与产品营销相适应,提高产品营销推广效果。

### (二)环保性原则

产品包装设计、营销推广中引入地方文化时,相关人员需遵循环保性原则。比如产品包装设计方面,设计人员可以选择具有地域特色的环保材料、环保图案,凸显产品包装个性化同时,也能传递环保理念,避免产品包装对环境的负面影响。再如产品营销推广中,营销人员应遵循环保性原则,挖掘具有地域特色的环保文化,包括山水景观文化、风俗习惯文化等,提高产品在市场推广中的竞争力、影响力,并能传播地方文化,形成社会共识。

### (三)艺术性原则

产品包装设计、营销推广中引入地方文化,需遵循艺术性原则。比如产品包装设计方面,设计人员不能过于偏向文化的挖掘,还要关注地方文化与产品包装的适宜性,使其结合后具有艺术内涵,只有这样才能发挥地方文化应用价值,提升产品包装设计效果。

## 三、地方文化在包装设计营销推广的应用思路

地方文化具有独特的区域特色,引入产品包装设计、营销推广中,不仅能提高包装设计效果,激发消费者购买意愿,同时也能促进地方文化传承、传播。为了提升地方文化在产品包装设计、营销推广中的应用效果,以下将探讨一些应用思路,希望能为地方文化在包装设计营销推广中的应用提供参考。

### (一)直接应用

产品包装设计、营销推广中,可以直接应用地方文化,以云南普洱茶产品为例,云南普洱茶产品的包装中采用了绿色、灰色,这样能彰显茶叶的自然特性,使消费者能感受到自然、健康,同时设计人员还在图案设计方面使用传统手绘茶园图案,配合简洁文字,能更好地凸显云南地区的文化底蕴,符合当前时代消费者的需求。另外,在产品推广营销中,营销人员可以直接运用地区的文化元素,比如成都地区的产品营销推广中,加入熊猫类型的图案,将能提升产品的个性化,迎合国内外消费者的喜好。

### (二)不断创新

在产品包装设计、营销推广中应用地方文化,可以从不断创新着手。比如设计人员在设计产品包装时,先了解地区有哪些民俗文化,之后挑选适合产品的文化元素,并从产品营销角度不断创新,运用错视、分割、近似、重复、渐变、对比、变异、发射等设计技巧,从而提升产品包装设计的效果。再如营销人员在产品的推广营销时,可以选择适合的地方文化,将其制作成符合地区实际的短视频,这样不仅能提升地方文化的应用效果,也能实现地方文化的传承、传播。

### (三)故事传达

地方文化在产品包装设计营销推广中的应用,可以从故事传达着手。比如以茶叶产品的包装设计为例,设计人员从地方文化中挖掘设计元素,注重讲述地方茶叶的发展历程、采摘工艺等,让包装成为地方文化的展示通道,提升地方文化的传承、传播效果。再如茶叶产品的营销推广中,设计人员要注重地方文化底蕴,结合地方文化历史发展情况,制作故事传达的推广短视频,让消费者不仅能被地方文化所吸引,也能提高对产品的好印象,形成良好的市场口碑,实现产品营销推广的要求。

## 四、地方文化在包装设计营销推广的应用难点

产品包装设计、营销推广中应用地方文化,会遇到一些应用难点,如产品包装与地方文化不协调、营销推广方案不完善、队伍素质较低等,以下将进行详细阐述:

### (一)产品包装与地方文化不协调

在产品包装设计中,地方文化的应用可能会面临不协调的难点问题,主要原因可能是缺乏地方文化前期调研,对地方文化了解较少;未与消费者积极互动,了解消费者的一些需求及建议等。

## （二）产品营销推广方案不完善

地方文化在产品包装设计中的应用,会面临产品营销推广方案不完善的难点问题,比如缺乏明确目标受众群体、营销推广内容有待优化、推广渠道单一等,这些因素将会影响产品营销推广的水平。

## （三）设计及营销队伍素质较低

地方文化要想在产品包装设计、营销推广中发挥作用,队伍素养能力是关键,决定着地方文化的应用水平。如果设计人员、营销人员的素养能力较低,可能无法满足地方文化的需求,比如设计人员对地方文化引入不重视,对地方文化元素的挖掘不足;设计人员在包装设计中应用地方文化,缺乏创新性设计等。

## 五、地方文化在包装设计营销推广的应用建议

产品包装设计、营销推广中应用地方文化,能提高包装设计效果,促使产品形成品牌效应。但在实际应用中会面临一些难点问题,影响地方文化在产品包装设计中的应用效果。本章节将探讨地方文化在包装设计营销推广,提出一些应用建议,希望能提升产品包装设计营销推广水平。

### （一）注重包装设计与地方文化协调

在产品包装设计中应用地方文化时,要注重包装设计与地方文化协调。一方面,包装设计人员要充分调研地方文化,了解地方有哪些文化元素,选择适合产品的文化元素,确保包装设计与地方文化协调。另一方面,包装设计人员也要积极与消费者互动,通过互动方式找出产品包装与地方文化不协调的地方,不断优化、改进,提升包装设计效果。

### （二）完善产品营销推广方案

地方文化在产品营销推广中的应用,会面临方案不完善的问题。为了提升地方文化在产品包装设计中的应用效果,企业要注重完善产品营销推广方案,不断提升产品营销推广水平。第一,明确目标受众。企业要先确定目标受众群体,之后再引入恰当的地方文化,比如目标群体为6-14岁的儿童群体时,地方文化的选择、应用要满足儿童群体的需求。第二,优化营销推广内容。地方文化在产品营销推广中的应用中,企业可以从优化营销推广内容的角度出发,比如营销中关于地方文化的内容,要具备真实性、现实性,注重审核文化内容质量,找出其中的问题。第三,拓展推广渠道。地方文化在产品营销推广中的有效应用,离不开畅通、多样化的渠道支持,比如营销人员除了采用广告推广之外,也要关注数字营销、新媒体营销等,利用线上购物平台、短

视频等进行产品的营销推广,这样不仅能提升地方文化的影响力,也能增强产品的营销推广效果。

### （三）组建专业化设计及营销队伍

地方文化在包装设计、营销推广中的应用,离不开高素质设计、营销队伍。相关企业应从地方文化有效应用出发,制定引才、育才方案,组建专业化设计、营销队伍。第一,引进人才。引才是组建高素质设计、营销队伍的方式之一。企业应从地方文化应用角度出发,拟定相应的引才方案,明确对设计人才、营销人才的需求,确保其具备地方文化应用的能力,实现组建专业化队伍的目标。同时引才之后,企业也要关注设计人才、营销人才的一些需求,如人才对薪酬的需求、人才对岗位的需求等,结合人才需求对现有制度体系进行调整,从而提升人才建设水平。第二,培育人才。企业在组建专业化设计、营销队伍时,要注重对现有设计人员、营销人员的培育。以地方文化应用为例,企业可以先调查设计、营销人员对地方文化应用的认识及能力,之后根据调查结果拟定针对性的培训教育方案,使设计人员、营销人员掌握地方文化应用要点,不断提升产品包装设计、产品营销推广的水平。

## 六、结束语

综上所述,地方文化为产品包装设计、营销推广提供了新路径,不仅能增强产品包装设计的文化内涵,也能提高产品营销竞争力,形成不错的市场口碑。为此,文章探讨地方文化在包装设计营销推广,提出一些应用建议,比如包装设计人员要充分调研地方文化,了解地方有哪些文化元素,选择适合产品的文化元素;产品营销推广中关于地方文化的内容,要具备真实性、现实性,注重审核文化内容质量,找出其中的问题;拟定相应的引才方案,明确对设计人才、营销人才的需求,组建专业化队伍等。希望上述探讨与分析能为地方文化在产品包装设计、营销推广中的应用提供参考,促进地方文化更好地传播。

### 参考文献:

- [1]李丽民,周绍青,张贤才.地方传统文化在包装设计中的应用[J].上海包装,2024,(11):28-30.
- [2]郭国庆,王紫依.中华优秀传统文化推动新时代营销创新[J].企业管理,2024,(05):12-16.
- [3]蒋雨辰,刘雨潇,张佳怡.浅析地方非物质文化遗产自媒体营销推广策略——以珠海横山何叔公鸭扎包为例[J].现代营销(上旬刊),2024,(05):152-154.