

南阳西红柿包装设计,圣女果包装案例,番茄包装定制

产品名称	南阳西红柿包装设计,圣女果包装案例,番茄包装定制
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

近年来，农业品牌建设被越来越多的地方政府、企业和新型农业经营主体所重视。但实事求是地讲，国内多数农产品对包装的重视程度是不够的。究其原因，有的是因为经营者主观上认识不够，品牌打造没少下功夫，却不把包装当回事，产品包装简陋；土气，很多特色农产品只用塑料袋或者纸箱包一下，体现不出产品和品牌的价值、内涵；有的经营者属于力不从心，打造、经营农产品品牌耗费太多的精力和资金，无力再照顾到这些所谓“细枝末节”。老话说得好，“人靠衣服马靠鞍”。农产品天生是一个高度同质化的产业，没有合理的外部视觉表达，农产品本身又不会说话，纵使其“内外兼修”，在琳琅满目又竞争激烈的销售终端，也很难得到足够关注，更不要说被消费者在短时间内认知接纳。这也是为何有的产品明明有好品质，偏偏卖不上好价钱，因为它至少看起来不值那么多钱。可以说，包装环节的不精细、不精致、不精彩，让很多农产品的品牌价值打了折扣，没有在市场竞争中发挥出应有的优势。让农产品会说话，关键要创新设计产品符号。所谓符号，本身具有很强的指代性，最重要的是让消费者容易识别、记忆和传播。让农产品会说话，要重视产品包装的媒介属性。包装其实是一种终端传播媒体，经过精心设计的产品包装，兼具观赏性和促销功能。让农产品会说话，包装也要恰如其分，切记过犹不及。好的包装要把握好度，不要盲目攀比同类产品、不能偏离产品功能主线，适合自己的才是最好的。可以说，农产品包装绝不仅仅是保护其不受磕碰、便于装卸的“外衣”，而是承担着重要的营销功能。包装是农产品内在差异的外在体现，是品牌内涵、产品价值的载体，是突破农产品同质化壁垒的利器。好的包装会说话，是产品和消费者面对面沟通交流的首要媒介，在交易过程中起着“临门一脚”的重要作用。

华龙广告响应乡村振兴为地方特产赋能，把农产品变成企业的广告的宣传载体。在农产品包装上加入营销型二维码，打造智慧型包装物，通过分享营销功能，让每一个扫码的人变成乡村代言人，打通农产品销售渠道，助力农产品出村进城。