

融入南通特色的农产品包装设计课程思政建设

万倩玉

南通理工学院, 江苏省南通市, 226001;

摘要: 融入南通特色的农产品包装设计课程思政建设, 将南通特色农产品包装设计专业教学与思政教育紧密融合, 全方位培养既有扎实专业功底, 又具深厚家国情怀、良好职业道德与创新精神的高素质设计人才, 服务南通地方农业产业高质量发展与乡村振兴战略。

关键词: 课程思政建设; 南通特色农产品; 乡村振兴

DOI: 10. 64216/3080-1516. 25. 08. 020

1 课程建设目标

1.1 专业技能目标

学生能够熟练掌握农产品包装设计的基本流程, 包括市场调研、创意构思、草图绘制、设计软件运用、打样制作等环节, 设计出兼具实用性与美观性的农产品包装作品, 契合南通当地农产品特色与市场需求。

深入理解包装结构设计原理, 针对不同农产品(如南通如皋的长寿食品、如东的海鲜干货、海安的禽蛋产品等)特性, 设计出保护产品、便于运输储存与展示销售的包装结构, 提升包装的功能性。

1.2 思政目标

通过研究南通特色农产品背后的地域文化、农耕传统与产业发展脉络, 增强学生对家乡南通的认同感、自豪感, 激发他们服务地方农业经济、助力乡村振兴的责任感, 树立扎根乡土、建设祖国的远大志向。

引导学生挖掘南通民间艺术(如蓝印花布印染技艺、南通剪纸等)、民俗文化(丰收节庆习俗、传统酿造工艺传承等)在农产品包装设计中的应用价值, 珍视本土文化遗产, 在传承基础上进行创新设计, 提升文化自信, 践行文化强国理念。

在课程实践中, 强调尊重知识产权、遵守设计规范与行业标准, 培养学生严谨认真、诚信负责的工作态度, 以及团队协作、客户至上的职业素养, 为未来投身设计行业筑牢道德根基。

2 包装设计课程特点

首先, 理论知识与设计案例相辅相成, 从古至今, 我国深厚的文化底蕴孕育了大量经典而精湛的包装设

计案例, 为学习提供了宝贵资源; 其次, 在互联网时代, 国货振兴带动了“中国制造”向“中国设计”的转型, 催生了对包装设计的巨大需求。这都为在包装设计专业课程中以“文化自信”为切入点融入思政教育提供了良好契机。

3 课程前期开展准备

在教学实施过程中, 应注重理论讲授与实践探索的有机结合, 充分引导学生从前期调研入手, 深入挖掘本地文化的历史积淀与精神内涵。例如, 南通作为江海文化的重要发源地, 拥有丰富的传统工艺、民俗风情和地域符号。教师可引导学生围绕蓝印花布、通草工艺、地方戏曲及南通非遗元素展开调研, 思考如何将这些文化资源转化为可识别的包装设计语言。同时, 课程还强调对传统包装材料的合理运用与再设计, 不仅关注其环保与功能价值, 更思考其在现代消费语境中的文化再生意义。

在造型设计环节, 学生应通过对南通地域文化特质的分析, 探索具有地方辨识度的艺术表现方式。教师可指导学生从形式美法则、结构创新与文化叙事的角度入手, 寻求传统与现代的融合。在视觉传达上, 课程则强调色彩、图形与包装形式的整体协调, 倡导“视觉语言即文化标签”的理念。例如, 以江海蓝、古镇灰或农耕绿为核心色彩, 结合地方传统符号与现代简约造型, 使作品既符合市场审美趋势, 又能鲜明凸显南通地域文化的独特标识。

在实践层面, 课程充分采用项目化实训的方式, 以“真实任务驱动”为核心, 将教学与产业需求深度融合。设计选题聚焦南通的特色产业, 如农副产品、纺织品类、

酒类与茶叶包装等领域,强调精准的市场定位和文化元素的创意转化。学生在项目中需要结合调研成果提出设计方案,并通过小组合作完成品牌策划、包装造型与视觉系统设计。此过程不仅考察其专业技能与创新能力,也培养其在市场调研、团队协作与成果转化方面的综合素养。

通过这样的教学实施,学生能够在“学中做、做中悟”的过程中,将理论知识转化为实践能力,实现从课堂学习到社会应用的跨越。他们设计出的产品包装既具备市场竞争力,又能成为南通地域文化的当代表达,从而达到“人才培养—产业服务—文化传承”的多重教学目标。

4 课程实施

探索“以赛促学、以赛促创”的新路径,以实际行动助力乡村振兴。在教学过程中,课程不仅仅局限于课堂知识的讲授,而是通过引入专业类设计竞赛,把农产品品牌建设 with 包装设计作为重要切入点,形成课堂学习与社会需求的双向互动。通过竞赛驱动,学生能够在真实情境中锻炼综合素养,逐步探索设计服务乡村振兴的新模式。教师引导学生进行团队建设,明确各成员分工与责任。组长主要负责主题定位、项目策划和整体进度把控,其余成员则在调研、创意构思、视觉呈现和品牌包装设计等方面展开紧密合作。在这一过程中,学生能够体验到真实项目的运作流程,从市场调研、用户分析到设计方案的反复打磨与呈现,培养跨学科协作和项目管理能力。同时,竞赛成果也可直接服务于地方农产品品牌推广,真正实现“课堂—竞赛—社会”的良性循环,为乡村产业发展注入新的活力。

在专业实践中植入文化自信。通过竞赛与课程的结合,帮助学生在设计中融入中华优秀传统文化元素,提升文化认同感与使命感。依托五千年灿烂文明中的艺术精粹,将“文化自信”作为课程的精神内核,引导学生在品牌调性研究、市场调研与案例分析的基础上,创作出既满足市场需求又体现民族精神的包装作品。设计教学不仅关注美学与技能培养,还强调创新意识的培养,并引导学生将社会责任感、工匠精神、环保理念等思政要素融入设计思维中。

更新与完善课程内容。更新与完善课程内容,是提

升包装设计教学质量、增强学生综合能力的重要环节。课程在内容构建上始终坚持与市场需求接轨,既注重系统讲授包装设计的理论知识与方法论,包括色彩运用、结构创新、材质选择与品牌叙事等核心要素,又强调通过真实案例与项目实践引导学生在创作中主动对接地域文化、消费趋势和社会价值需求,形成“理论—实践—创新”的螺旋式提升路径。

在课堂案例教学中,教师有意识地引入兼具市场成功经验与文化承载力的代表性作品,以增强学生的感知与分析能力。在课程实践环节中,学生通过对“老字号”品牌进行包装改良设计,既能从中理解传统品牌在现代市场中的困境与机遇,又能在实践操作中提升国货意识,逐步从对品牌自信的感知,过渡到对文化自信的深度认同。这一教学设计有效实现了课堂思政的自然渗透,将专业教育与价值引领紧密融合,使学生在设计中自觉思考文化的再创造与传承,从而培养出既具备专业创新力,又具有人文情怀与社会责任感的复合型设计人才。

5 课程内容与思政融入点

5.1 南通农产品市场与文化调研

组织学生实地走访南通各大农产品批发市场,如南通农副产品物流中心、农村合作社,以及如皋黑塌菜种植园、启东吕四渔港海鲜加工坊等特色农产品生产基地,了解南通农产品品类、产量、销售渠道、消费群体特点等市场信息。深入南通各县区乡村,探寻当地农产品相关的历史传说,民俗风情,收集譬如蓝印花布图案、南通刺绣针法等民间美术元素用于设计灵感挖掘。在调研过程中,安排学生与农户、农业企业家深度交流,了解他们辛勤耕耘、艰苦创业历程,体会农业生产对国计民生的基础性支撑作用,强化“农业是立国之本”“乡村振兴关乎民族复兴”认知,厚植爱农情怀。通过挖掘民俗文化 with 传说故事,引导学生认识到本土文化是维系民族精神纽带,珍视文化传承工作,树立传承和弘扬中华优秀传统文化使命感。

5.2 包装设计基础理论与南通特色案例剖析

讲授包装设计基础知识,涵盖包装材料,了解纸、塑料、金属、玻璃等在农产品包装适用性、色彩心理学,掌握不同色彩对农产品品质感、食欲感营造、版式设计

原则,学习信息层级、图文搭配等设计原则。精选南通成功的农产品包装案例,如“如皋长寿食品”系列礼盒、“如东泥螺”特色包装等,从设计定位、创意构思、文化融合、市场反馈等多维度剖析,汲取设计智慧。结合南通农产品包装企业从无到有、从小到大发展历程,讲述企业家们把握市场机遇、克服技术难题、创新经营模式故事,激励学生树立敢于拼搏、勇于创新的创业精神与奋斗意识。在分析案例文化融合时,阐释传统与现代结合、本土与国际接轨设计思路,培养学生开放包容文化心态,明白文化在交流互鉴中实现传承创新,强化文化多元共生理念。

5.3 创意构思与草图绘制

基于前期调研成果,引导学生针对特定南通农产品开展创意构思,运用头脑风暴、思维导图等方法激发灵感,从产品卖点、消费者情感诉求、文化特色彰显等角度生成多元设计概念。将构思转化为草图,反复推敲包装外形、结构、图案、文字布局等细节,每人绘制不少于 20 幅草图,并在小组内互评优化。

在创意讨论中,鼓励学生突破常规思维,培养独立思考、敢于质疑权威的科学精神,同时强调创意要服务于产品价值提升与地方农业发展,强化社会责任担当意识。通过小组协作互评草图,培养学生沟通交流、倾听他人意见、团结互助团队精神,明白设计工作需集思广益、协同共进,提升合作共事能力。

5.4 设计软件实操与包装打样制作

运用设计软件将精选草图细化为电子设计稿,精准呈现包装设计方案,包括色彩精准调配、图形高清绘制、文字规范排版等,制作出符合印刷制作要求的文件。根据设计稿,选用合适纸张、油墨等材料,利用手工或简易打样设备制作包装实物模型,检验设计实际效果,包

括结构合理性、印刷呈现质量等,并进行调整完善。

在软件学习操作中,培养学生耐心细致、精益求精“工匠精神”,对每一个像素、每一条线条精雕细琢,确保设计高质量输出,明白设计品质关乎产品市场竞争力与企业声誉。打样制作环节强调资源节约、环保选材理念,引导学生关注农产品包装可持续发展,选用可降解、可回收材料,践行绿色生态设计原则,增强环保意识与责任感。

5.5 课程项目展示与评价

组织学生以小组形式展示设计成果,通过 PPT 汇报、包装实物展示、模拟销售场景演示等方式,阐述设计理念、创新点、制作过程及市场预期,锻炼学生表达能力与项目展示能力。邀请专业教师、企业设计师、农户代表组成评委团,从设计专业性、创新性、实用性、文化契合度等多维度评价打分,评选优秀作品并给予奖励。

展示环节要求学生自信大方、条理清晰表达设计思路,培养学生积极向上、勇于展示自我精神风貌,提升心理素质与抗压能力。在评委点评与反馈中,教导学生虚心接受意见、正视自身不足,持续改进提升,塑造谦逊好学、追求卓越品质,为未来职业发展奠定良好心态基础。

参考文献

- [1]刘怡泓.基于“文化自信”的包装设计课程思政应用实践研究[J].大众文艺,2022.
- [2]李娜,龙虎.乡村振兴背景下的包装设计课程教学改革探究[J].大众文艺,2022.

作者简介:万倩玉(1994.12—),女,汉族,江苏南通人,硕士,讲师,研究方向:视觉传达设计。