

# 区域特色农产品： 韶关马坝油粘米 IP 形象设计研究

谢惜鸿

广东省南方技师学院，广东 韶关 512000

DOI: 10.61369/VDE.2025260014

**摘要：** 随着品牌意识的提升和数字化营销的不断发展，IP（知识产权）已经成为现代商业运营中的核心力量。尤其在农业领域，将 IP 特性融入助农品牌设计中，不仅影响农产品在市场中的竞争力也是对农业现代化和乡村振兴战略的积极呼应。本文将详细研究助农特产品马坝油粘米的 IP 形象设计，为农业品牌的建设开辟新的思路和方法。

**关键词：** 特色农产品；IP 形象设计；区域 IP 品牌化

## Regional Characteristic Agricultural Products: Research on IP Image Design of Shaoguan Maba Glutinous Rice

Xie Xihong

Guangdong Province Nanfang Technician College, Shaoguan, Guangdong 512000

**Abstract：** With the increasing brand awareness and the continuous advancement of digital marketing, Intellectual Property (IP) has become a core driving force in modern business operations. Especially in the agricultural sector, integrating IP characteristics into the design of agriculture-supporting brands not only influences the market competitiveness of agricultural products but also actively responds to the strategies of agricultural modernization and rural revitalization. This paper conducts a detailed study on the IP image design of Maba glutinous rice, a featured agriculture-supporting product, aiming to provide new ideas and methods for the construction of agricultural brands.

**Keywords：** characteristic agricultural products; IP image design; regional IP branding

### 一、在农产品促销方面 IP 形象设计的优越性

#### （一）有助于塑造独特的品牌形象

通过具象化品牌符号的构建，IP 形象设计能将农产品的抽象概念转化为具象化视觉标识具象化视觉标识。特色农产品借助拟人化角色等设计要素，形成具有代表性的品牌符号体系，这种具象化的视觉呈现方式有助于消费者快速建立产品认知，强化市场记忆度<sup>[1]</sup>。设计师通过形态语言、色彩体系与文化符号的有机整合，将产品核心价值转化为易识别的视觉元素，显著提升品牌辨识效率。

#### （二）有助于增强产品的情感价值

IP 形象设计能给予产品情感与故事性，设计具有特色的农产品 IP 形象在人物形象和故事化能激发消费者的情感共鸣<sup>[2]</sup>，使消费者与产品之间建立更好的情感，从而达到购买于乐的目的。IP 形象能通过 IP 形象的符号、色彩及形象特征，将产品所代表的品质、特征直观地表达出来，从而传达出产品的特点、区域特色，使消费者在购买时对产品有较好的认识，增加消费者对该产品的认同。例如 IP 形象设计以本土传统文化元素为基础，能够联系到特定区域的产物，使消费者与本地区的特色农产品更容易联系在一起。当有感情性的购买决定是对树立品牌忠诚度有一定的帮助，为长期成功、持续发展的特色农产品提供支持。

#### （三）扩大市场影响力

优质的 IP 形象构建可助力特色农产品提升市场影响力，其独特的视觉符号系统不仅能形成差异化的品牌记忆点<sup>[3]</sup>，更能有效捕获媒体聚焦与消费群体的注意力，从而扩大市场影响力。

#### （四）拓展产品矩阵与营销维度

通过 IP 形象设计，可以为满足不同消费者需求的文创产品、纪念品、礼品等特色农产品打造更多产品衍生产品。此外，在广告投放、包装设计、线下展会等多个推广渠道也可以应用 IP 形象为产品增加宣传推广机会<sup>[4]</sup>。

#### （五）构筑品牌长效价值体系

特色农产品通过战略性 IP 设计可实现品牌价值的持续沉淀。具有生命力的 IP 体系能持续提升品牌辨识度与市场渗透率，在创造商业机遇的同时转化为重要的无形资产。这种深层次的品牌积累构筑了品牌长效价值<sup>[5]</sup>。

### 二、IP 形象设计在韶关马坝油粘米中的应用实践

分享本人工作中实际案例：区域特色农特产品 IP 形象设计即韶关马坝油粘米 IP 形象设计。

#### （一）项目背景

韶关市贯彻落实省委“百千万工程”工作部署，为我市农特

产品创意设计搭建交流平台，提升农特产品的市场竞争力和附加值，促进农村经济发展，助力乡村振兴战略。要求：针对韶关市所辖各县（市、区）的一种或几种特色农产品，进行IP形象设计。

## （二）分析韶关马坝区域文化背景

在农产品知识产权形象设计中，对当地文化背景的深入了解与研究是设计的基础。以“马坝人”遗址和享誉中外的“石峡文化”为核心，韶关马坝展示了岭南地区人类与文明发展的连续性，其中马坝油粘米种植历史悠久，也通过研究马坝的自然人文环境、马坝油粘米种植的历史和人文价值、马坝油粘米对当地社会文化生活的影 响等，成为当地著名的地理农产品标志。这些提供丰富的文化素材和IP形象设计的创作灵感。

### 1. 马坝油粘米与马坝历史人文风貌

马坝油粘米的历史最早可追溯到距今4000多年的石峡文化时期，其由来与曲江马坝乡狮子岩的考古发现有着千丝万缕的联系。考古学家在狮子岩遗址中发现了成团状碳化稻谷和米粒，经鉴定与现代马坝油粘米存在渊源联系。

### 2. 传说中的马坝油粘米

相传马坝油粘米因米粒蒸煮后表面泛油光而得名，其独特风味源于北纬24° 40′的亚热带季风气候及三江交汇的优质水源。

## （三）以马坝区域文化为基础的马坝油粘米IP形象设计战略

IP形象设计是通过区域文化与产品特点相结合、“油粘粘”IP形象赋予其特有的文化内涵和故事背景，是品牌视觉符号的表现形式。我们在“油粘粘”IP形象设计的过程中，以自然环境、历史文化背景为基础，对马坝文化进行了深度探讨和挖掘，设计出了“油粘粘”IP形象，并将其丰富的文化符号和个性化特征加以赋予。



图1 IP形象设计“油粘粘”

### 1. 依据马坝地区的文化元素，创作IP形象。

IP形象设计彰显了当地文化的独特性。“油粘粘”这一IP形象旨在展示油粘米产品的文化深度和独特风格，因此需与其自然环境及马坝油粘米的种植历史背景进行有效融合，从而塑造一个独特的视觉形象。我们在调研中发现马坝油粘米是韶关曲江马坝地区非常典型的农产品，这种大米因品质优良、蒸煮后表面油光闪闪，并大米原型保持非常好，因此选择马坝油粘米作为设计原型，同时，在与其他油粘米进行比较时，设定一个男孩的形象。将当地的区域文化符号“马坝人”和石峡文化融入“油粘粘”的设计中，体现在“油粘粘”的色彩、装饰、造型上，最终呈现一个阳光、可爱的IP气质。

### 2. 角色设计的“油粘粘”IP形象

IP形象的核心在于人物的设计，与其背后的文化联系在一起

的是人物的形象和性格。“油粘粘”形象的设计中<sup>[6]</sup>，性格设定是乐观友善、积极向上、阳光可爱，其象征着农民伯伯勤劳品质以及对农田和庄稼的热爱。“油粘粘”是以马坝油粘米为原型塑造头部，主体色彩明快，浅黄色头部既展现油粘米色泽又给人温暖、亲切之感，“油粘粘”头顶着金黄色稻穗即对农业和丰收呼应，橙色单边背带裤活力四射，寓意着丰收的喜悦与农业蓬勃的生命力。爱好设置喜欢吃美食的“油粘粘”，喜欢尝试各种米制品的制作，其爱好体现是韶关曲江马坝丰富的美食文化，同时“油粘粘”通过其米制品进行烹饪，将马坝饮食的美味与温暖传播出去，也表现出独特的魅力所在。“油粘粘”对食品的美食品质追求不仅对知识、技术有浓厚的爱意，特别是对种植的技术情有独钟，同时他善于交际的话语，特有的个性魅力与马坝油粘米所具有的过硬品质相对应，更体现出当前在水稻种植生产中应用和发展的农业技术。

“油粘粘”的人物形象和文化背景，在传达着马坝乡土文化内涵的同时，也呈现出了独有的视觉风格。在吸引消费者、传递乡村温情的同时，“油粘粘”的兴趣爱好和特点的设定，以及马坝在农业创新方面的技术进步和成就，都传达着他的智慧和创新的设定，这些更易与消费者形成情感上的共鸣，靠的是丰富的文化背景和强有力的叙事支撑。

### 3. 情感联结的IP形象传播路径

成功的IP形象设计离不开有效的传播策略，“油粘粘”与消费者的互动可以通过故事化的传播路径来加深，利用现在方便短视频、动画等多媒体形式展示“油粘粘”的兴趣爱好、技能特点、文化背景等情节，让消费者在马坝油粘米种植文化及农业背景有更深层次的了解。故事化的呈现方式<sup>[7]</sup>，让角色鲜活地表现出来，提升其IP形象的文化属性，同时也提升消费者对马坝油粘米品牌认同感。

多维度满足受众精神消费层面的需求，通过“线上+线下”的场景化建设，现在，在线社交媒体是一个重要的交互式平台，“油粘粘”将日常活动及趣事在微信、微博、抖音等平台上发布，拉近消费者与品牌的距离，在稻米收割的季节、农民丰收节等场景中，IP形象可以融入其中，让消费者对其魅力产生正面感受，从而达到让消费者获得情感上的愉悦与满足<sup>[8]</sup>。

## 三、“油粘粘”IP形象拓展设计及运用

IP形象的成功体现在视觉和情感层面，也需要将其文化价值和商业价值通过自身的变革和衍生的文创产品展现出来。IP形象本身的创意和衍生文创产品的开发以及市场化的应用，可以为品牌注入更多的活力，也促进本土经济的增长和文化传播。

### （一）IP形象应用于表情包和换装

设计“油粘粘”形象时结合现在社会的发展需要以及各种媒体的应用，进一步增强与消费者的互动性和品牌忠诚度，让IP可随着产品场景灵活延展，实现一个形象，千面表达，因此我们设计了“油粘粘”各种丰富的表情包以及四季换装设计。



图2 “油粘粘”表情包装设计图



图3 “油粘粘”四季换装设计图

### (二) IP 形象应用于文创包装

拥有品质过硬的油粘米和独特区域文化的韶关马坝，但由于缺乏鲜明的文化符号和特色，在文创包装方面缺乏一定的文化动力，马坝油粘米种植史、区域文化方面不能很好的展现出来，尤其是当今设计风格诸多雷同、市场形象缺乏独特性的情况下，马坝油粘米系列文创未能在消费者心中留下深刻的印象，同时消费者在选购文创产品的时候，除了对文创产品的审美要求高之外，更对独具特色的文创产品更乐于买单。所以文创包装设计要强调个性、情感化、文化深度，要符合消费者的审美需求。“油粘粘”IP形象的衍生文创产品设计通过结合消费者的口味和马坝人文景观相结合，在文创包装中运用“油粘粘”IP形象的同时结合马坝人遗址人文景观等，设计以下文创包装产品。



图4 “油粘粘”文创应用



图5 “油粘粘”文创应用



图6 “油粘粘”文创应用

### (三) “油粘粘”创意产品拉动马坝经济

文创产品是IP形象宣传、传播的一个重要载体，也是通过开发“油粘粘”IP形象文创产品在带来实质经济效益的同时也丰富了马坝油粘米产品，促进当地经济发展的一个重要的载体。以线下、文创产品为依托的本土农产品展销厅，在增强消费者购物体验进而带动消费关联性的同时，通过线上线下的销售渠道，拓展了当地农产品的市场空间，为当地特色农产品展销馆游客提供丰富多样的产品选择<sup>[9]</sup>。

## 四、总结

本文以马坝油粘米为研究对象，在成功实践的基础上，在今后的区域特色农产品视觉设计中，要更加重视研究其本土文化特色及历史背景，注重将IP形象设计的情感联结、故事塑造与科技创新个性化相结合，把农产品IP形象的应用和发展推向一个更广阔的领域，促进农产品形象的运用<sup>[10]</sup>。同时，结合当代审美进一步深入研究，在线上 and 线下进行宣传传播，将不仅为区域特色农产品、本土文化推广更加广阔的天地，因此通过不断的研究探索，也希望看到更多特色农产品的IP形象拉动产品的销售，增加当地农民的切实收入，促进当地经济发展，在传承本土文化方面为农村的发展注入一股强劲的生肌，同时也为农村发展传承本土文化提供新的面貌。

## 参考文献

- [1] 陈三才, 张玲, 宋玥. 江汉大米 - 从江汉平原走向全国餐桌 [J]. 中国粮食经济, 2025
- [2] 孙一枝. 乡村振兴背景下特色农产品IP形象设计 [J]. 南方农业, 2023(08).
- [3] 李晓月, 员勃. 基于区域文化背景的“盘锦有礼”品牌形象设计 [J]. 轻纺工业与技术, 2025(12).
- [4] 张长. 安徽地区特色农产品文创品牌的探索与研究 [J]. 山东农业工程学院学报, 2023(08).
- [5] 黄兰. 乡村振兴背景下农产品品牌的故事化传播策略与实现路径 [J]. 农村经济与科技, 2023(12).
- [6] 张思琪, 陈巧姿, 刘晶鑫. 基于地域文化视域的高州柏桥村水果农产品IP形象设计研究 [J]. 绿色包装, 2024(12).
- [7] 彭军辉, 宁胜. 乡村短视频数字地方感生成机制及其城乡融合效应 [J]. 新媒体研究, 2025(12).
- [8] 李森. 乡村振兴背景下文化创意赋能农产品营销路径研究 [J]. 价格理论与实践, 2025(10).
- [9] 陈文婷. 乡村振兴背景下大学生志愿服务助推农产品发展问题的研究 [J]. 农业科技创新, 2025(12).
- [10] 彭晶琪. 农文旅融合视角下汕尾农业品牌发展路径研究 [J]. 中原文化与旅游, 2024(11).