

印迹乡村“石家庄好物”包装设计大赛设计需求确认表

序号	区县	类别	单位名称	产品名称	产品类型	产品介绍	产品图片	设计需求场景说明	已有品牌识别系统（VI）	已有品牌识别系统（VI）释义
1	灵寿县	第一类	河北昂润农业开发有限公司	太行绿茶	深加工产品	太行绿茶，产自河北灵寿太行山高海拔生态茶园，是北方“南茶北移”科研成果的代表性好茶。 茶园坐落太行山腹地海拔800余米高山地带，北纬38°黄金产茶带，山林环绕、云雾充沛、昼夜温差大、山泉滋养、土壤疏松富含有机质。 独特的北方高寒生长环境，让茶树生长周期更长、养分积累更足，茶叶氨基酸含量远超南方普通茶叶，咖啡碱更低，香气更纯净、茶汤更甘甜、久泡不苦涩，是真正北方高山生态好茶。		品牌名称释义：碧溪间 1. 碧：代表青山翠林、云雾茶山，寓意茶叶生长于绿意盎然的原生态山林，茶叶色泽鲜润、品质天然纯粹； 2. 溪：指代太行山间清冽山泉，茶树由山泉水滋养，象征水源洁净、茶味清甜甘润； 3. 间：置身山水溪谷之间，营造出隐居山野、自然静谧的品茶意境，传递慢饮茶、回归自然的生活理念。 整体名称勾勒出青山伴溪流、云雾产好茶的太行茶园画面，贴合灵寿太行山高山茶产地特色。		
2	长安区	第一类	河北丁当供应链管理有限公司	蛋白桑牛肉	农产品	食用蛋白桑长大的肉牛。肉质坚实鲜香，腥味小，营养丰富。经过标准化预处理，炖煮易入味，是桑味砂锅的专用优质食材，天然健康，口感上乘。		本次包装在“桑之恋”现有品牌VI体系下进行续型设计，适用于连锁门店门头、室内环境及产业匹配。包装延续品牌绿色生态风格，融入桑养殖元素，突出蛋白桑饲喂、生态无抗的产品优势，兼顾生鲜防震结构与产业美观质感。		释义： 标识以桑叶构成爱心外框，内嵌桑叶与大小蘑菇，代表蛋白桑种植与桑菌循环产业；“桑之恋”寓意眷恋自然生态，坚守绿色农业，用心打造原生态健康农产品。
3	长安区	第一类	河北丁当供应链管理有限公司	蛋白桑羊肉	农产品	精选以蛋白桑等优质牧草喂养的羊肉，肉质鲜嫩、膻味较轻，适合清炖、红烧、烤串、涮锅等多种烹饪方式。		本次包装在“桑之恋”现有品牌VI体系下进行续型设计，适用于连锁门店门头、室内环境及产业匹配。包装延续品牌绿色生态风格，融入桑养殖元素，突出蛋白桑饲喂、生态无抗的产品优势，兼顾生鲜防震结构与产业美观质感。		释义： 标识以桑叶构成爱心外框，内嵌桑叶与大小蘑菇，代表蛋白桑种植与桑菌循环产业；“桑之恋”寓意眷恋自然生态，坚守绿色农业，用心打造原生态健康农产品。

序号	区县	类别	单位名称	产品名称	产品类型	产品介绍	产品图片	设计需求场景说明	已有品牌识别系统（VI）	已有品牌识别系统（VI）释义
4	正定县	第一类	河北朱福记农业科技有限公司	樱花鸡	农产品	樱花鸡以生态型散养白条鸡为主，选取优质土鸡品种，经过多年的经验积累，拥有卓绝的树下养鸡技艺，又融入现代科技带来的先进管理方法。从出生开始，每一个樱花鸡都有编号，都可以看到和追溯，生长在独有的樱花树下，阳光、雨露、微风、草地，一年四季的天然滋养，享受着大自然的恩赐。让它们身体的每一个部位，都流淌着天地间万物生长的精华和能量，使鸡肉更加的鲜嫩、营养、健康。确保为顾客呈现最专属、最顶级、最珍稀的美味享受和健康享受。		本品牌主打土鸡、土鸡蛋原生态农产品，以国风剪纸 IP 形象“田花花”作为核心视觉，配套农产品礼盒包装设计，统一品牌视觉形象。 设计核心诉求 1. 核心 IP：采用抓髻娃娃剪纸造型，谐音“抓鸡娃娃”，寓意吉祥丰收，娃娃搭配樱花发饰，呼应“树下樱花鸡”产品名称； 2. 风格调性：传统民俗国风，质朴喜庆，突出原生态、农家天然的产品特质； 3. 设计目标：打造辨识度高的农产品包装，区分市面同类农产，适配零售、送礼场景。 包装应用场景 1. 节日伴手礼、企业礼品：土鸡礼盒、土鸡蛋礼品盒、手提礼袋； 2. 电商快递发货：快递外包装、产品标签、封口贴纸； 3. 线下采摘农场展销：陈列展牌、产品宣传贴。		将田花花作拟人化设计，标志采用传统抓髻娃娃剪纸形式进行设计，抓髻娃娃谐音“抓鸡娃娃”，有吉祥之意，契合品牌“传统”的格调，女孩形象喜庆富态，用樱花装饰的发饰，体现“树下樱花鸡”的产品品类。
5	正定县	第一类	河北朱福记农业科技有限公司	樱花鸡蛋	农产品	樱花鸡蛋以生态型散养白条鸡为主，选取优质土鸡品种，经过多年的经验积累，拥有卓绝的树下养鸡技艺，又融入现代科技带来的先进管理方法。从出生开始，每一个樱花鸡都有编号，都可以看到和追溯，生长在独有的樱花树下，阳光、雨露、微风、草地，一年四季的天然滋养，享受着大自然的恩赐。让它们身体的每一个部位，都流淌着天地间万物生长的精华和能量，使鸡蛋更加的鲜嫩、营养、健康。		本品牌主打土鸡、土鸡蛋原生态农产品，以国风剪纸 IP 形象“田花花”作为核心视觉，配套农产品礼盒包装设计，统一品牌视觉形象。 设计核心诉求 1. 核心 IP：采用抓髻娃娃剪纸造型，谐音“抓鸡娃娃”，寓意吉祥丰收，娃娃搭配樱花发饰，呼应“树下樱花鸡”产品名称； 2. 风格调性：传统民俗国风，质朴喜庆，突出原生态、农家天然的产品特质； 3. 设计目标：打造辨识度高的农产品包装，区分市面同类农产，适配零售、送礼场景。 包装应用场景 1. 节日伴手礼、企业礼品：土鸡礼盒、土鸡蛋礼品盒、手提礼袋； 2. 电商快递发货：快递外包装、产品标签、封口贴纸； 3. 线下采摘农场展销：陈列展牌、产品宣传贴。		将田花花作拟人化设计，标志采用传统抓髻娃娃剪纸形式进行设计，抓髻娃娃谐音“抓鸡娃娃”，有吉祥之意，契合品牌“传统”的格调，女孩形象喜庆富态，用樱花装饰的发饰，体现“树下樱花鸡”的产品品类。

序号	区县	类别	单位名称	产品名称	产品类型	产品介绍	产品图片	设计需求场景说明	已有品牌识别系统（VI）	已有品牌识别系统（VI）释义
6	行唐县	第一类	行唐县上方镇西城仔村	软枣猕猴桃	农产品	本村建成标准化生态采摘园，全程采用生态绿色种植模式，不打除草剂、不催熟、不打蜡，依托自然水土滋养、物理防虫、人工除草养护，果实自然挂果成熟，口感纯正、果香浓郁、绿色健康，适配休闲采摘、生鲜销售、礼盒采购多种场景。		产品包装		
7	行唐县	第一类	行唐县上方镇西城仔村	蒲公英茶	深加工产品	依托行唐山区野生自然资源，自建茶厂古法加工，无添加、无硫熏、纯原生，全程人工采摘、晾晒、杀青、炮制，保留草本天然药理与清香，属于纯天然养生代用茶，适配日常养生、礼品馈赠。		产品包装	唐尧优耕	已注册商标“唐尧优耕”
8	灵寿县	第一类	河北昂润农业开发有限公司	羊肚菌	农产品	源自太行灵寿高山生态基地，羊肚菌对环境要求严苛，依托山区洁净空气与湿润气候培育出产。甄选头茬成熟菌菇，人工采摘，精细筛选，剪去泥根，去除碎菇残朵，只留朵形完整的好货。 采用控温烘干工艺，不硫磺熏制、不漂白，保留羊肚菌原色色泽与浓郁菌香。菌盖蜂窝纹路清晰，菌肉厚实，干度足、泡发率高，泡发后肉质脆嫩弹滑，鲜味浓郁，素有“素中之荤”的美誉。不管是炖鸡汤、炖排骨、煲汤煮粥、焖烧炒菜，放入少许，整锅汤汁鲜香醇厚，为家常菜增添地道山珍风味。		包装整体轻奢、自然、高级、稳重，既体现深山原生态食材的天然属性，又具备高端礼品的仪式感，完美适配政企采购、商务送礼、节日福利、高端零售全场景，是一款档次高、辨识度强、适配所有正式场合的太行特色山珍礼盒。		品牌名称释义：秤杆岭 “秤杆岭”为灵寿本地太行山原生地名，是企业种植基地、原产地核心地标，自带地域辨识度。 1. 秤杆：代表公平、诚信，寓意经营实在称重、足斤足两，坚守农产品诚信经营，不缺斤短两，以诚待客；同时暗含农耕计量、丰收称重的田园意象； 3. 岭：专指太行山山岭，点明产品源自太行山间生态基地，根植山地农耕沃土，凸显本地特产属性。

序号	区县	类别	单位名称	产品名称	产品类型	产品介绍	产品图片	设计需求场景说明	已有品牌识别系统（VI）	已有品牌识别系统（VI）释义
9	灵寿县	第一类	河北昂润农业开发有限公司	板栗	农产品	注册商标：秤杆岭。产自灵寿太行山秤杆岭山区坡地，山地沙质土壤，山林生态纯净；山区昼夜温差大，利于糖分积累，山泉自然灌溉。外壳油亮饱满，果皮薄、内皮易剥离；栗肉金黄紧实，粉糯细腻，自带天然清甜，栗香醇厚。无论是糖炒、蒸煮、焖肉都风味出众，久煮不散。富含碳水、优质蛋白、膳食纤维与多种矿物质，素有“肾之果”的美誉。吃法丰富：糖炒板栗、蒸栗、板栗炖肉、熬粥均可，老少皆宜，是优质粗粮干果。		面向政企福利集采、特产门店零售、节日礼品市场；包装采用质朴乡土国风，凸显太行山区古法腌制的地域特色，色调厚重温润，版面规范摆放品牌LOGO、产品简介及全套食品合规信息，风格稳重接地气，契合乡村振兴特色农产品定位，兼顾日常食用与走访馈赠场景		品牌名称释义：秤杆岭 “秤杆岭”为灵寿本地太行山原地名，是企业种植基地、原产地核心地标，自带地域辨识度。 1. 秤杆：代表公平、诚信，寓意经营实在称重、足斤足两，坚守农产品诚信经营，不缺斤短两，以诚待客；同时暗含农耕计量、丰收称重的田园意象； 10. 岭：专指太行山山岭，点明产品源自太行山间生态基地，根植山地农耕沃土，凸显本地特产属性。
10	赞皇县	第一类	河北蕊源蜂业股份有限公司	蜂王浆	农产品	太行山蜂王浆原浆采集，蜂王的终身食物，一小时内冷冻锁鲜，果冻包装，食用方便。石家庄老字号，国家绿色食品认证		针对中老年亚健康养生人群，走访友看望长辈礼品		释义 “蕊源”采摘大自然的精华，匠心造就卓越品质。设计目的：蜂产品来源于植物的花蕊，直观的把一朵花和一只栩栩如生的蜜蜂作为标识，容易记住，符合大众的审美观；蕊源品牌标志使用了花和蜜蜂的形象，简单明了的贴合品牌名称，生动形象的传达了品牌独特寓意，具有独创性；通过花和蜂自然元素，体现蜂产品来自花和蜂，没有中间环节，是纯天然无污染的环境，品牌宗旨强调了“美在天然，贵在纯真”的特性；设计理念融入了“团结、协作、以人为本”的管理原则，“蕊”的三个心表达了“匠心、爱心、诚心，通过简洁线条传递“信誉、品质、诚恳”的服务理念。Ruiy的设计更简洁、明快、直观，受当代年轻人喜欢。
11	行唐县	第一类	行唐县王下口红薯专业合作社	红薯	农产品	农家现挖红皮黄瓤红薯，果肉金黄色，口感粉糯香甜，蒸煮、烘烤、熬粥都合适，也能加工薯干、粉条。耐地窖储存，老少皆宜，可替代部分主食。		内容包含：产品简介、产地、储存方式、食用方法 （1）品牌要求：统一VI视觉、配色固定、排版统一、logo位置固定 （2）丰收乡土元素，不要搞得太花哨华丽，贴合农家特产定位	已注册“牛王寨”商标	
12	栾城区	第一类	河北沐翔农业科技有限公司	富硒紫麦饮	深加工产品	通过高温技术萃取紫麦营养元素，使其保留在水中，做成富硒紫麦饮品，成为人们能喝到营养的功能性的即食饮品。		设计瓶装满足居家、通勤、办公等多种日常饮用需求。产品选用栾城本地富硒紫麦原料，突出富硒等多种微量元素，通过日常饮用可以补充硒等微量元素。		河北栾城市三苏故里 就是栾本地地名，春秋晋国大夫栾书的封邑“栾邑”，两千多年古地名，代表你的产地根基，代表石家庄栾城本土来源。 苏栾合在一起：三苏祖籍·古栾城，把地域历史浓缩成两个字，既有文化底蕴，又直接锚定产地，把产品跟本地文化相融合文化赋能。

序号	区县	类别	单位名称	产品名称	产品类型	产品介绍	产品图片	设计需求场景说明	已有品牌识别系统（VI）	已有品牌识别系统（VI）释义
13	灵寿县	第二类	灵寿县瑞源家庭农场	蛋白桑鸡蛋	农产品	蛋白桑散养鸡蛋，产自太行千年古县灵寿。蛋鸡散养山林，主食蛋白桑叶，辅以金银花、连翘、青蒿等道地药材，无抗养殖。蛋品胆固醇降9.24%，多不饱和脂肪酸增24%，白煮无腥，自带桑叶清香。		设计蛋白桑鸡蛋的外包装，每箱5kg。为“本味·共富太行鸡”旗下蛋白桑散养鸡蛋打造“灵山秀水·长寿蛋”系列包装。设计需突出太行千年古县灵寿的山水文化，主视觉提取“桑木”与“长寿”符号，传递“常来长寿”理念。结构上区分家庭装（可降解纸浆托）与礼盒装（可组合桑茶）。材质采用原浆牛皮纸/竹浆，少油墨，呼应生态散养模式，传递自然健康感。		
14	平山县	第二类	平山县滴滴香香油坊	温泉香油	深加工产品	平山县温塘镇代表性非遗特色农产品之一，精选优质白芝麻，依托百年传统水代法石磨工艺精制而成。全程低温物理萃取，无添加剂、无勾兑，最大程度保留芝麻天然营养与纯正香气。产品油色通透、香味醇厚、口感清香不腻，安全健康、风味正宗，是品质优良、特色鲜明的地方名优农产品。		外包装上重点突出平山县西柏坡红色文化及非遗制作工艺。 单瓶标签：完整产品信息，体现产品特色，非遗制作工艺 包装礼盒：体现产品特色、产品信息展示、食品包装安全材质（中高端档次）、突出产品属性及工艺（特色卖点）； 适配日常伴手礼、政企采购福利款、特产文旅伴手礼等； 注意实用性设计（需注意快递运输及使用便捷）； 视觉上配色高级感；包装文案主要介绍传统工艺及本地代表性； 辅助文案：平山县西柏坡红色文化		
15	藁城区	第二类	河北炫梦农业科技有限公司	水培活体生菜	农产品	石家庄藁城大棚水培种植，连根活体采收，无土无泥沙、农残可控，脆嫩清甜，免洗即食，带回家清水养护可持续保鲜，供应商超、酒店、线上、团购。		线上线下：石家庄本地商超、社区团购、生鲜门店；适用家庭日常轻食、餐饮后厨、石家庄本地农特产伴手礼；包装风格简约清新，突出水培活体、石家庄农产特色。		
16	行唐县	第二类	行唐县整泰枣业有限公司	红枣醋	深加工产品	规格：260ml*4 配料：红枣，山药，山楂等		包装设计符合年轻人审美。高端突出养生，降血脂功效，讲究食药同源		

序号	区县	类别	单位名称	产品名称	产品类型	产品介绍	产品图片	设计需求场景说明	已有品牌识别系统（VI）	已有品牌识别系统（VI）释义
17	行唐县	第二类	行唐县几丁质红枣专业合作社	枣仁派	深加工产品	以甲壳素红枣、核桃仁为原料，经过去核蒸煮、夹核桃仁、压实切块而成，软糯香甜、美味可口！		休闲零食、伴手礼、福利，请参照此包装设计，进行升级，更加高端。		
18	行唐县	第二类	行唐县卫山家庭农场	西梅	农产品	第三代功能性水果，营养价值高		自然、休闲、无污染		
19	平山县	第二类	河北利新农林开发有限公司	红地坡手工红薯	深加工产品	原料选用平山县本地山地鲜红薯，采用传统古法工艺手工漏制粉条，无额外添加，口感筋道耐煮；产自孟家庄镇张家川村，属于村级特色产业增收产品，是平山本土经典农家风味美食。		覆盖全渠道销售场景：一是机关、企业、村集体单位批量采购，用于节日员工福利、商务客户答谢、乡村振兴成果走访慰问；二是土特产门店、商超线下零散零售，满足周边居民日常居家食用；三是西柏坡、太行山景区流动游客选购，作为平山地域特色旅游伴手纪念品。包装品牌视觉，风格乡土质朴、大方，兼顾公务采购正式感与大众消费亲民属性，适配多场景推广售卖。		
20	平山县	第二类	河北利新农林开发有限公司	太行山野生槐花茶罐装	深加工产品	精选平山县太行山山区春季天然洋槐花，人工采摘、自然晾晒烘干制成，无添加剂，保留槐花天然清香，适合日常开水冲泡饮用；本土山野农副产品，罐装密封保鲜，便于储存、随身携带，既可日常居家自饮，也可组合礼盒作为特色礼品。		市场化零散零售：乡镇土特产店、商超面向本地居民售卖，满足大众居家日常泡水、简易人情小礼赠送；景区流动客源：西柏坡、太行山旅游游客选购轻便特色山野伴手礼；线上社群零售：面向周边市县客户线上发货，主打高性价比比原生态农家茶。整体包装简约实用，突出天然山野农产品属性。		

序号	区县	类别	单位名称	产品名称	产品类型	产品介绍	产品图片	设计需求场景说明	已有品牌识别系统（VI）	已有品牌识别系统（VI）释义
21	无极县	第二类	无极县实健农副产品加工厂（普通合伙）	无花果干	农产品	无花果干是用我们自己成熟的芭劳奈无花果，经60度低温烘干制成，人工选果，手工切果，是不经熏蒸，不添加任何添加剂，最大限度保留了无花果原有营养成分，我们的无花果干不同于新疆无花果干的做法，我们的无花果干是经过切瓣烘干制成，它的每一瓣都是软硬适中，果子自身就带有这个甜蜜，没有添加任何糖分，香甜可口，又不太过于甜腻。果干不经熏蒸，不添加任何色素，虽然颜色不太鲜亮，但是保持了无花果干的原汁原味、原色。又因为我们采用的是低温烘干技术，它既最大程度地保留了无花果原有的营养物质，又保留了无花果本身的果香味和清甜。这款无花果干老人、孕妇、小孩都适宜，吃到嘴里会有一股淡淡的果香味。	  	已有基础包装，重点设计外包装： 1、已注册“芭姬拉”商标，设计logo； 2、外包装设计重点突出绿色有机 3、设计高端外包装，适合企业商务拜访、合作客户节日答谢、商务伴手礼、政府商务等；（每箱装500g）	已注册“芭姬拉”商标，企业无logo设计；	