

基于地域化的数字化品牌设计研究

张思望

(陕西省西安市长安区学府大街西北大学 陕西 西安 710127)

[摘要]近年来,越来越多的人意识到当地文化对这一地区的巨大影响。地方文化是地方生态、民俗和传统习俗的文明体现,有助于提高当地民众乃至中国人的历史自觉,为中国人建设民族文化奠定了坚实的基础。多年来,地域文化反映了一个特定地域的自然地理条件和历史文化概况,烙印在地域之中,对居民的生产生活、文化信仰和人民群众产生了深远的影响。对于区域内的企业来说,地方文化也在一定程度上影响着企业文化的形成,形成了不同于其他企业的特色文化,体现了企业文化层次的差异。在新形势下,研究本土文化在品牌设计中的应用具有重要的现实意义。本文将结合实际,浅谈基于地域化的数字化品牌设计研究。

[关键词]地域化;数字化;品牌设计;研究

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.10.1850

引言

近年来出现了一种新的数字艺术概念,它是连接和交互的。随着网络技术的普及,网络技术在各行业生产中的应用比以往任何时候都更加庞大。随着科学技术的发展,出现了许多最新的先进设备。作为最实用的艺术门类之一,设计更能代表数字技术的应用。随着行业中使用如此多的现代设备,数字设计正被越来越多的公司广泛采用。数字化设计是利用先进的计算机和网络技术,集设计、生产、销售为一体的新型工作方式。计算机和网络在整个品牌建设过程中都是必不可少的。公司在品牌建设过程中,采用计算机辅助设计和网络信息共享,加强设计、制造、销售等各部门之间的流通,减少重复操作,方便企业管理。

一、地域化和内涵与应用

区域文化产业的概念可以追溯到20世纪初。与传统产业不同,文化产业提供精神产品,满足人们的文化需求。它是以文化为核心的一种特殊的文化经济形式。文化产业的发展获得了大量的内容,并随着时间的推移而变得更加强大。地域文化产业作为产业之一,以传播地域文化为重点,以创新产品为载体,向外界传递地域文化的魅力和重要性。通过塑造独特的城市形象和文化标签,促成了城市品牌的诞生。随着社会经济的不断发展,人们的精神需求越来越强烈。在政府对文化产业的大力扶持下,当地文化产业得到了积极发展。

需要注意的是,在品牌的设计中,引入了一些地域性的形象,以帮助强化品牌的个性。形成区域品牌。一般来说,国际贸易中以原产地形象为主,其他国家可能根据进出口的原产地决定采取关税措施或非关税措施。记录在产品上的历史信息表明这些产品来自哪里,其特征或品质反映了该地区的自然或文化环境。这与该地区的自然环境和地理位置密切相关。质量好,市场优势明显,是消费者购买同类产品的首选。

总之,在自然因素、发展条件等诸多因素的影响下,全

国各地涌现出各种地域文化。这些地域文化既具有普遍性,又具有特定性。这种特殊性的存在为品牌设计提供了广阔的探索空间。因此,品牌设计师应以地域文化特色为导向,设计符合地域文化特色的品牌,促进地域文化的发展和优质企业品牌的形成。

二、数字化品牌设计的内涵与意义

将数字品牌设计技术和管理系统应用于当代工业设计,打造属于自己的文化产业模式。以民间艺术研究和统计为基础,开发完整的数字品牌管理系统,打造大数据系统,设计数字品牌,打造数字艺术广告平台。在品牌建设中,以品牌设计与管理为突破口,引入最新的创新设计理念,不仅推动本土文化品牌的设计,也为本土经济的发展做出贡献。所有设计师都需要将数字技术转化为他们自己的技能之一。

今天,区域城市化进程往往以传统手段为基础,如产业发展、文化交流、技术发展、产业适应和国家发展。品牌是城市创造者,测试、增强、整合和识别各种品牌元素,例如独特的元素定义、历史和文化足迹及其城市产业的好处,并为城市利益相关者提供可持续、可靠和相关的个性化服务。增加城市利益相关者在城市的影响力和幸福感,提升城市的集聚、规模和辐射效应。城市品牌为城市发展提供了独特的、有竞争力的工具,在提升城市知名度、城市凝聚力和经济发展方面证明了其价值,得到各级政府的高度认可。

然而,即使在品牌战略被广泛应用的今天,品牌设计仍然存在一些问题,许多不可控因素影响着城市品牌,其跨学科影响有待进一步探索和学习。因此,简单地将城市品牌与视觉同步,几乎将其理解为一种营销工具的概念是非常狭隘的,在城市品牌建设的过程中存在误解。城市设计必须考虑到城市发展的方方面面,掌握城市发展,通过深度商业渗透、地理、旅游、文化、传播等打造城市精品品牌,布局、开发、彰显城市之美。

品牌设计对当地文化和经济的发展具有重要作用,可以作为一个城市的整体竞争力做出贡献,从而创造更多的价值。

传统品牌通过提高认知度、丰富消费者洞察力,丰富幕后产品和行业来建立信任,以期获得更高的价格和长期的经济效益。一个优秀的品牌也可以带来同样的益处,发现区域文化的重要性,积极推动城市知名度,增加城市影响力,增加城市发展机会。一个成功的品牌设计包含了许多关键的元素,比如:结合历史资源吸引游客,结合教育资源吸引人才,结合产业布局吸引生产者等等。一个具有竞争力水平和人才涌入的城市,必将为品牌设计带来进一步的利益。

优秀的品牌设计会给人带来强烈的认同感,并且为城市注入新鲜的活力。想要建设美丽的城市,必然涉及全体居民的努力。文化遗产给每个人信心和动力,城市和国家的发展总是需要热情和人力投入。许多城市的产业非常分散。区域城市文化品牌的设计,在政府的支持下,积极整合周边城市的大厂和小厂,有利于优化产业发展规划,实施产业可持续发展。

三、基于地域化的数字化品牌设计研究和策略

(一) 数字化品牌形象设计

例如,随着数字技术的发展和移动设备的普及,应用符号正受到广泛关注。标志设计基于标志图形。日记的设计不仅具有区域性和制度性的模式,而且还考虑了所有要求,尤其是传统媒体中符号的使用。我们必须遵循技术环境的标准要求,包括在线应用程序的设计原则。标志设计的独创性和简洁性、大文本、颜色和所有组合增强了广告系列。平面设计不仅需要图案和颜色的正确组合,还需要先进的图像技术。

数字移动设备上强大的徽标显示不仅可以创建动态徽标,还可以让设计师根据特定需求更改徽标或更改其逻辑外观。结合现代元素和品牌认知技术,品牌技术可以提供四种不同类型的品牌。清晰简洁的解释。语音、文本、图像和其他具有数字技术的组件、查看和单击导航、人机交互等。起源和符号的新变化,带来更深层次的体验。图形应用程序、标签、移动媒体和数字应用程序的图形设计。

(二) 弘扬城市特色

在品牌建设的初期,要学会因地制宜,分析城市特色产业,营造盈利营商环境,强调品牌差异化。我们将从经济效益、自然历史、地理人文、产业技术等多角度开发城市资源,敢于探索新的发展模式,丰富品牌内涵。完善支撑城市的基础设施、行业监测指引、政务基础服务,为城市品牌设计提供重要保障。创建一个伟大的品牌形象,优化设计并统一外观。通过公共机构、城市地标、城市门户、网络媒体平台等系统的传播方式,拓宽受众渠道,加深品牌印象,提高品牌广告影响力。

(三) 区域协调,激发热情

只有通过良好的交流,才能充分开发资源资源圈,使产业更具建设性,构建周边产业链,获得有效资源和开发成本。整个区域的产业结构让沟通和管理更容易,使发布的内容充分吸引和塑造公司的形象,提高公司的内在品质。在城市发展的过程中,在城市建设的影响下,品牌设计创造了一代又一代的灵感和情感,让品牌建设参与到城市的力量和影响中。越来越多的品牌设计完美地为市场铺路,促进持续反馈、良性提升的积极体验,城市循环绩效形成了民众凝聚力的提升。

(四) 完善品牌内涵

品牌设计要根植于城市的文化内涵,体现城市的影响力,关注社会生活热点,关注人。关注城市快速发展的副产品,积极参与生态平衡事业,引领人们走向健康环保的生活方式,关注城市特定人群,打造城市精神城市品牌价值体系。地方文化产业是社会物质发展的产物,是人们追求精神文明的体现。城市品牌设计以人们喜爱的方式推动城市发展,为区域发展注入新鲜血液。

总结

综上所述,文化经济不仅是国家经济增长的重要组成部分,在满足消费者精神需求、促进区域发展方面也具有开创性意义。科学技术的发展导致了许多最新的先进设备的出现。品牌设计作为最实用的艺术门类之一,是最具代表性的数字技术应用。计算机和网络征服了品牌设计流程,使品牌设计、生产和销售过程更有条理,更便于企业管理。品牌发展作为城市化进程的内在动力,已经产生了许多成果,但仍处于研究过程中,其理论支持不足,需要进一步研究。

参考文献

- [1]赵书彬.以品牌引领文创产业升级[J].西藏日报(汉),2021(03):005.
- [2]蔡韬.社交媒体时代的城市品牌塑造[J].新闻传播,2021(06):116-117.
- [3]李名梁.优化营商环境为塑造城市品牌拓新路[J].中国城市报,2021,03(01):016.
- [4]房莹莹,张肖童.移动互联网时代下的品牌推广应用设计[J].艺术与设计,2013(8):119-121.

作者简介:

张思望(1980-),男,西安人,硕士研究生,讲师,研究方向:数字化视觉设计、情感设计和交互设计。

基金项目:本文为陕西省社会科学基金项目“活化与重建——基于陕西地域文化的数字化品牌形象设计研究”(2017J014)、“陕西‘老字号’品牌情感永续设计研究(17JK0747)”阶段性成果。