

# 移动互联网背景下的品牌视觉设计研究

杨中力

杨中力营销咨询有限公司

**[摘要]**随着信息技术以及网络技术的不断发展,我们进入了移动互联网时代。移动互联给我们的学习和工作带来较大影响,同时也改变着人们的思维方式。在移动互联网背景下企业的市场竞争也会更加激烈,企业要想在这样的市场环境下生存并发展就要做好各方面的工作,其中品牌视觉设计就是一项重要的工作。现在企业的现代化发展水平逐渐提升,对品牌设计的要求以及重视程度也越来越高。在移动互联网背景下设计人员要想高质量开展视觉设计工作就要明确这项工作的发展趋势,并深入分析移动互联网的特点优化品牌视觉设计,提升设计质量。本文主要分析品牌视觉设计需要遵循的原则,探讨移动互联网背景下品牌视觉设计的优化策略,希望对相关人员有一定的借鉴意义。

**[关键词]**移动互联网时代;品牌;视觉设计

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.1212

现代企业面临着更加激烈的市场竞争,企业要提升市场知名度并获得消费者的信赖就需要加强品牌建设。品牌建设对企业的发展具有重要意义。品牌建设的效果会受到各种因素的影响,其中品牌视觉设计是一个重要的影响因素。在新时期企业加强品牌视觉设计有很大的现实意义,企业相关人员要认识到品牌视觉设计的重要性,加大在这方面的投入力度,提升品牌视觉设计质量,使这项工作为企业发展带来更大的推动作用。

## 一、关于视觉品牌设计的概述

品牌视觉设计从根本上来说是品牌理念的可视化,利用品牌名称、标志、标准字、标准颜色等视觉要素在各种视觉载体上的应用,并在这个基础上对载体进行创意设计,把品牌理念以视觉方式传达给消费者。实践证明利用品牌视觉可以有效向消费者进行一定的信息传播。首先,企业利用品牌视觉设计可以向消费者传递品牌的形象,从而增进消费者对品牌的认知。通常情况下消费者接触品牌以及获取品牌信息是通过品牌视觉的形式,由此可见企业加强品牌视觉设计有很大的必要性。其次,利用品牌视觉设计可以有力促进品牌与消费者的沟通,进而促进消费行为的达成。品牌视觉主要向消费者传达品牌价值和品牌信息,在这个过程中利用设计形式增强对消费者的吸引力,扩大品牌在消费者中的认知,从而提升企业形象。品牌视觉设计的最终目的是完成品牌和消费者之间的沟通,如果这个沟通未能实现那就说明这个设计是失败的。基于此,设计人员在开展品牌设计工作时要重视这一点。另外,设计人员还要对企业的价值理念有充分的认识,优化各种设计元素,充分体现品牌的价值内涵。设计人员还要对企业产品市场有一个充分的了解,并根据产品加强对受众的分析,从而为开展设计工作做好铺垫<sup>[1]</sup>。

## 二、品牌视觉设计需要遵循的基本原则

由以上内容我们了解了品牌视觉设计的主要内涵以及重要性,设计人员要提升设计质量,使其发挥出品牌视觉设计的作用就需要遵循一定的原则,保障品牌视觉设计各项工作的高效开展。

### (一) 遵循文化性原则

品牌形象主要来自企业文化、商品文化和品牌文化,品牌设计工作也主要依据这三个方面。一个企业只有具备深厚的企业文化,并从企业文化中衍生品牌文化和商品文化才能使消费者增强对品牌道的信赖,进而增强消费信心。如果企

业在设计品牌时内容单纯、空洞,缺乏相关文化的支撑,那很难通过视觉设计向消费者传达品牌价值,品牌视觉设计的效果大大降低。

### (二) 遵循醒目性原则

当前社会的竞争体现在各个方面,其中在品牌视觉设计方面也有很大的竞争。在各种风格以及种类的品牌视觉下如何设计出醒目的品牌视觉成为设计人员需要深入思考的问题。品牌视觉设计必须要醒目才能使消费者更容易注意到,进而才能对品牌有更多的了解。提升品牌视觉设计醒目性的方式有很多,比如色彩、文字、图形等。设计人员可以综合使用多种方式来吸引消费者的注意,从而达到品牌视觉设计醒目的目的。

### (三) 遵循协调化原则

品牌视觉设计要遵循协调化原则,这样才能给消费者带来视觉的愉悦感。在移动互联网背景下品牌视觉设计要深入分析所处环境的特点,确定好主色调之后再利用色彩原理以达到更好的视觉效果,这会给消费者带来良好的视觉感官刺激。我们所使用的手机或者是电脑都是以蓝色作为打底,这就充分遵循了协调化原则,给用户带来良好的视觉体验。

### (四) 遵循差异化原则

品牌视觉设计要获得消费者的青睐还需要体现出与众不同,与其他品牌视觉有一定的差异性不仅能提高品牌的辨识度,而且还会加深消费者对品牌的印象。设计人员在设计品牌视觉时要充分体现品牌的特点,提升对消费者的吸引力和关注度,这会促进策划营销目的的达成。

### (五) 遵循严谨性原则

品牌视觉设计要提升质量还需要遵循严谨性原则,进而体现出设计人员的用心。品牌视觉设计由多种元素组成,其中品牌图标是一个重要的组成部分。在设计图标尺寸时要统筹考虑各种要素,并最终对其尺寸进行合理规划。尺寸设计是图标设计最重要的一点,设计人员尤其要做好这项工作。另外,图标中的图像也是一个设计重点,设计人员要做好各个细节的处理工作,充分体现科学性和规律性、适应性和实用性。对于图标其他方面的要素,比如比例、颜色等也要做好设计,使品牌视觉设计整体更具有美感<sup>[2]</sup>。

## 三、移动互联网背景下的品牌视觉设计策略

由以上内容我们了解了品牌视觉设计需要遵循的原则,在移动互联网背景下如何更好地开展品牌视觉设计呢?这是问题

的关键。笔者基于自身工作经验以及对相关资料的调查研究,认为可以从以下几个方面着手。

### (一) 重视品牌视觉设计的前期调研

品牌视觉设计要充分向消费者传达企业文化以及品牌内涵就需要设计人员重视前期的调研工作,以为后期设计工作的开展打好基础。通常来说,前期调研工作主要分为五个方面,分别是客户企业理念、产品基本信息、客户企业文化、客户目标市场、客户目标消费群。从客户企业理念角度进行调研主要是确定企业发展的指导思想,同时这也是视觉设计的指导思想。设计人员要了解企业的发展战略、生产经营方针等,进而把握好品牌视觉设计的内核。其次,要对企业产品加以了解,这样在设计时才会使品牌更具有内涵,进而使品牌设计更加丰满,比如很多网络商城在设计品牌时都比较重视产品特色的体现。设计人员在对企业文化进行调研时要深入分析企业领导人员的价值观、管理风格、业务水平等,领导人员的这些特点会逐渐影响企业的发展风格,并形成一种具有鲜明特色的企业精神力量。接下来设计人员还要了解企业的目标市场,做好市场定位才能更好把握品牌设计,使之更加符合市场发展趋势,提高品牌市场的竞争力。最后,还要对产品的消费人群进行调研,比如固定消费群体的年龄、性别、文化水平等。这样设计人员会对品牌设计的风格有更大程度的把握,进而使设计出来的品牌视觉更加符合目标消费者的审美。

### (二) 做好品牌概念的定位

设计人员在完成前期调研工作的基础上还要对品牌概念进行定位。一个企业要想实现较好的发展就要重视营销以及做好品牌的精准定位,所以设计人员要对企业文化、销售等元素进行较好的把握,并对品牌做好准确的定位。首先,设计人员要根据对企业文化的了解做好品牌设计风格的定位,并利用各种元素表达企业精神、经营理念等。其次,设计人员还要对品牌的潜在消费群体以及固定消费群体进行定位,并把这种定位融合于设计中。在如今的移动互联网时代,企业要提升市场竞争力就要牢牢把握客户,一切以客户为中心。在品牌视觉设计中也要把消费者放在核心地位,并使消费者广泛参与品牌传播以及产品创新等各个环节。设计人员要深入分析消费者的心理需求,使品牌设计充分满足消费者的需求,进而提升品牌设计对消费者的视觉吸引力。最后,设计人员还要把产品的特点融合到品牌设计中,使品牌设计风格与企业产品达到和谐一致性,给消费者带来更好的视觉体验<sup>[3]</sup>。

### (三) 深入研究品牌基础视觉设计

品牌视觉设计包括的内容较多,设计人员在开展品牌视觉设计时要重视做好基础视觉设计的研究工作。品牌基础视觉设计主要包括四部分内容,分别是品牌名称、品牌标志、品牌标准字、品牌标准色。首先,设计人员要对品牌名称进行研究。品牌名称是消费者了解企业的一个窗口,所以名称设计具有重要意义。品牌名称设计要简练,同时还要涵盖品牌的主要内容。消费者通过品牌名称可以准确了解品牌内容。品牌名称的设计还要具有一定的趣味性以及审美性,提升对消费者的吸

引力。其次,设计人员还要加强品牌标志设计的研究。品牌图标作为企业一个重要标志不仅要体现出它的基本功能,还要体现出一定的文化内涵,比如对国家文化以及企业文化的传承等。设计人员在设计品牌图标时要站在更高的层面,把国家文化和企业文化相契合,并融入图标的设计中。这样的图标设计更能体现企业的文化内涵以及文化品位,提升消费者对品牌的好感。图标设计虽然要赋予其丰富的内涵,但是图标形式要简练概括,给人一种大方明朗之感。在移动互联网背景下消费者所使用的手机或者是电脑其比例尺寸较为统一,为了使图标的显示达到一种最优化的效果,设计人员要综合考虑各种因素。图标造型也是设计人员需要深入研究的一个方面,造型类型分为抽象和具象。具象图标更容易被消费者识别,进而也会使消费者加深印象,比如京东图标就是一个具象的狗。由于具象图标比较直观,所以设计人员在选择具象进行造型时还要适当地进行艺术化,增强造型的趣味性。抽象造型图标具有较强的概括性和象征性,它一般采用几何图形的方式加以呈现。这种图标容易引发人们的思考,同时也容易吸引大众的眼球。再次,设计人员还要对品牌标准字设计进行研究。标准字即经过专业设计的字体以更好表现企业品牌。标准字应用范围较广,而且具有多种类型。随着经济的全球化,现在很多企业的品牌设计会采用中英文两种字体,以使品牌设计跟上时代发展潮流。最后,要重视品牌标准色的设计研究。色彩是对视觉最有冲击力的要素,所以设计人员要合理搭配色彩提升品牌的美感以充分满足用户要求<sup>[4]</sup>。

### (四) 做好品牌视觉设计的提案

品牌视觉设计方案要具有创意,设计人员可以与客户共同讨论,加强沟通,不断优化方案。设计完成正稿后还要对一些细节进行严格把关,并在一定的设备上模拟推演。在这些工作的基础上还要对提案不断研究优化,最大化满足客户要求,并最终使提案付诸实施。

### 结语

在如今的移动互联网时代,企业要认识到品牌设计的重要性。设计人员在开展品牌视觉设计时不仅要着眼于企业,还要着眼于时代发展的前沿,满足客户不断提升的审美要求,借助移动互联网的力量促进品牌视觉设计更好的发展。

### 参考文献:

- [1] 濮颖洁. “互联网+”背景下民宿品牌视觉形象的情感化设计研究[D]. 苏州大学, 2020.
- [2] 李倩. 基于移动互联网背景下的品牌形象设计研究[D]. 河南大学, 2019.
- [3] 王志伟. 移动互联网背景下的品牌视觉设计研究[J]. 品牌研究, 2019, (13): 97-98.
- [4] 姜春媛. 互联网背景下用户界面图标品牌化视觉设计研究[J]. 艺术与设计(理论), 2016, 2(04): 47-49.

作者简介: 杨中力, 男, 汉(1982, 4-)大专, 广东省广州市, 研究方向: 品牌营销