

浅析商业插画在品牌形象设计中的作用

关春阳

大连海洋大学 辽宁 大连 116023

[摘要]插画是平面设计师传达自己具体思想的重要手段,它能使人们更加直观、快捷地理解品牌、商品所表达的内涵,同时也是艺术文化的体现。插图逐渐成为品牌形象设计中不可替代的元素。人们的精神文化需求与日俱增,这给插画设计提供了更广阔的应用空间。提高作者的创造力,建设专业的插画人才队伍,对于激发社会文化活力,建设美好社会具有重要意义。基于此,本文主要阐述了插画的含义,并分析了其在品牌形象设计中的优势和应用。希望对商业插画在品牌形象设计中的应用提供帮助。

[关键词]商业插画;品牌;形象设计;作用

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.10.823

当今时代,随着时代的快速发展和商品经济的日益活跃,信息传递的方式也在不断扩大。形象设计是各个品牌视觉传达最直观的方式,它不仅能表现品牌的形象,而且能间接传达出各种商品所要体现的价值。商业插画是一种特殊的广告传播方式,与普通广告相比,它具有独特的视觉张力,并因其在形象设计中的特殊融入,极大地促进了商品经济的发展。

一、商业插画概述

商业插画是一种功能性绘画艺术。用图画和图画来传播书刊的文字。它不仅是一种简单的艺术形式,更是一种服务社会、传播文化的实用工具。现在,随着企业认识到商业插画的积极作用,商业插画得到了广泛的应用,特别是在广告行业中应用最多的,广告行业已经走出了只有用文字来宣传和用商业插画的路子,才能使广告形象更生动,为消费者提供直观感受。商业插画有多种表现手法,包括传统绘画风格、黑白线条画、水彩画、版画,甚至今天的电脑数码表现。^[1]

1.1 商业插画的由来

插画艺术和现代商品结合起来,就产生了商业插画。商业插画是指给公司产品或者商品绘制插画,以取得与其有关的稿酬,但作者却放弃其原作的著作权,仅保有署名权的商品交易行为。作为一门运用图像语言实现信息传递的艺术表现形式,插画最初出现于宗教图书之中,对书上的文本内容进行了图形化的展示。商业插画曾经于民国时期有过一段时间的兴盛和蓬勃发展,但后来却因为受电脑设计与摄影技术的冲击,曾一度淡出了大众视野。近年来,随着便携式电脑、手绘电子输出设备等硬件产品以及相关绘图软件功能的迭代升级,商品插图在表现形式和内涵上都更加丰富多元,品质与水准上也有了质的飞跃。另外,开放的国际贸易环境也推动着品牌的发展,国际商业插画由于可以为品牌带来有力支持而再度兴盛了起来。当下的商业插画已不再仅仅是作为文案的依附,而且成了一个独特的学科,活跃在品牌视觉形象、网络视觉设计、文创设计、IP形象设计等各大范畴之中。商业插画位于商业和艺术之间,是沟通商品、美术、

品牌、消费者这几个领域之间的重要桥梁。

1.2 插画的分类

插图根据功能性质一般分成二种,一是艺术插图,二是商业插画。艺术类插图,是艺术家抒发个人情感、表现审美感受的一种美术表现形式;而商业插画则主要运用在商品产品设计、文创设计、品牌形象设计等方面,其目的主要在于传达商业信息,并引导消费者选购品牌中的某种商品或是一种服务,更侧重于商品传播价值。同时具备着强烈的艺术感染力,能够迅速地抓住消费者的眼球。

现今,由于科学技术水平的发展,商业插图不论从表现形式还是内涵上都取得了质的飞跃,表现形式也更为丰富多元,应用功能也更为广阔。和传统美术艺术表现画家的个人情感与思想有所不同,商品插画更多的表现商品的社会特性。给一个产业以及品牌带来了更加丰富多彩的视觉效果,并因之产生了更大的商品溢价与品牌价值,所以具备较强的美学感染性并具有实际功能性。

二、商业插画在品牌形象设计中的优势

形象设计是品牌营销成功的关键因素之一,形象设计可以瞬间改变消费者对品牌产品的第一印象,形象设计在现代社会中得到了越来越多的关注。成功的形象设计作品可以激发消费者的消费欲望,进而刺激人们购买。以图案形式包装品牌,不仅能突出品牌形象,更能满足消费者身心需求。同时,商品形象也应该重新加工和创造。夸张和卡通包装不仅可以使商品形象更加突出生动,给消费者留下深刻印象,也能引导消费者与商品的互动。因此,从某种角度看,在现代品牌形象设计中,插图将逐渐成为商品消费的主导因素。^[2]

三、商业插画在品牌形象塑造中的运用原则

3.1 以品牌为中心,强调品牌的个性化

在运用商业插画塑造品牌形象时,要以品牌形象的塑造为中心,立足于为品牌服务为目的。既要具备视觉上的艺术感染力,同时要符合品牌的形象并具备较强的个性化。比如说苹果的Logo宣传,其插画中的所有的多元的元素设计,无论是三维的插画还是二维的插画设计,都要以苹果的logo图形为主,突出品牌的中心,增强品牌的个性辨识度。商业插

画在品牌的形象设计中应用,其主要是为了品牌的宣传,要根据品牌所属的行业属性以及产品独特的特色来进行设计,让产业能够使商业插画的艺术性和商业性很好的结合,使品牌的形象凸现出来,并极具个性的识别度,使消费者记忆深刻,并耳熟能详。

3.2 品牌文化的表现形式创新

在众多的品牌中,想要保持品牌的竞争优势,就要不断的用新的创意来对品牌文化进行诠释。一成不变的品牌形象会使消费者逐渐产生审美的疲劳,随着新的品牌不断的出现,原有的品牌形象会不断地被淡化。因此要不断的创新,用充满创意的商业插画来突出品牌文化,使品牌的商业价值得到提升,让商业插画真正成为消费者与品牌之间的沟通桥梁,为品牌创造更多的商业契机。

四、商业插画在品牌形象设计中的应用分析

4.1 形成视觉冲击力

如今,商业插画的平面设计已经不能满足当今时代的设计需求,为了使商业插画更具艺术感,更能吸引消费者的眼球,必须整合立体空间设计的理念,突出视觉传达设计的应用。商业插画作品需要直观地展示品牌的相关信息,在消费者心中留下深刻的印象,是一部优秀的商业插画作品。商业插画在商业领域得到了广泛的应用。由于设计内容缺乏新颖性,很多插图很难被消费者直接记住,导致品牌产品宣传力度不够。为了使品牌脱颖而出,实现产品的有效推广,商业插画设计者必须树立创新观念,在商业插画中融入一些创新元素。这样可以深化商业插画的内涵,提高品牌知名度。要向消费者展示立体空间,主要要对商业插画进行两方面的设计,一方面是插画中必须的色彩,色彩给人极强的视觉体验,而多种色彩,一种色彩通过不同的表现可以营造出不同的意境,因此设计师应合理选择商业插画的色彩,通过色彩处理,为三维空间打下基础。^[3]第二个方面是商业插画的整体构成,因为商业插画需要在推广工作的基础上进行,所以应该围绕这一主题,产品设计要在主题的基础上进行,主题在商业插画中的重要地位,不能本末倒置,而其他元素应保持构图平衡,促进立体空间在商业插画中的应用。

4.2 营造情节趣味性

目前,市场上反映出很多美丽的商业插画创作,并不突出品牌特色,设计师在设计中应遵循商业化使用的原则,坚持扩大产品受众范围的理念,突出商业插画的主体。设计人员在开始设计前进行全方位的了解,应对品牌推广的需要,对品牌相关企业等信息进行收集,并对数据进行整理,形成活页夹,作为商业插画设计的基础,然后开始设计,为了保证商业插画现象不会出现在正轨上,表达了产品的重要信息。按照商业化使用的原则,设计师还应优化插画的布局,使商业插画兼具商业性和艺术性,提高插画的价值。^[4]当今

社会,品牌的影响力越来越大。品牌是一种无形资产,要促进企业形成品牌,提高在社会上的影响力,企业应该重视产品的商业插画作用,因为基本上一个产品不能覆盖所有年龄段,所以设计师应该考虑产品的受众年龄。玩具需要商业插画设计,比如,受众是儿童,基本上所有的儿童都喜欢看动画片,所以设计师可以在插画中融入卡通人物的形象,比如现在打上《熊出没》的人物形象,品牌的形象就会在儿童群体中得到推广,突出企业插图的视觉形象。

4.3 突出个性风格

在品牌形象设计中,商业插画可以突出个性风格,但是,许多传统设计师采用传统的纸笔创作,导致许多光线、明暗等色调无法得到完全实现。因此,将互联网技术应用到商业插画设计中,有利于提高商业插画表现的视觉体验,实现视觉传达设计的合理应用。首先,互联网具有存储空间大、速度快的特点,设计师可以在互联网上搜索与商业插画相关的信息,为设计师提供更多的设计思路,将有助于商业插画满足产品的需求,符合消费者的审美要求,提高消费者的购买力,对企业的发展具有重要意义。其次,利用计算机进行商业插画设计主要是计算机应用,这些应用可以通过设计师的指令及时处理插画,可以提高设计师的设计效率。^[5]最后,商业插画中最关键的因素是色彩。在计算机艺术设计的应用过程中,可以综合运用色彩,保证作品中呈现的色彩更能吸引消费者的注意力,传达良好的视觉体验。

五、结束语

综上所述,近年来,随着现代社会的发展,出现了大量的新型消费品。商业插画作为一种与品牌形象相关的设计表现形式,以其独特的艺术表现力和深刻的内涵吸引了越来越多的设计实践者的关注,使插画在消费过程中占据举足轻重的地位。其使得品牌形象设计更加突出个性,更具吸引力,促进了商业经济的持续发展。

参考文献

- [1]王岚,张大鲁.商业插画在品牌形象设计中的应用[J].湖南包装,2020,v.35;No.194(05):146-149.
- [2]陈子先.浅析商业插画在品牌形象中的应用与研究[J].大众文艺,2020,000(007):84-85.
- [3]朱蓐沂.浅析商业插画在包装设计中的运用[J].饮食科学,2019(14).
- [4]孙园园.插画艺术在品牌形象设计中的应用思考[J].美术教育研究,2020,000(009):84-85.
- [5]王宸,姜在新.插画在品牌视觉形象设计中的应用研究[J].大观(论坛),2019,000(004):P.69-70.

作者简介:

关春阳,1988年2月,男,汉族,辽宁沈阳人,硕士,讲师,研究方向:设计艺术学。