

产品形象设计中的标识问题分析

张凌

(郑州唯美标识设计制作有限公司 河南 郑州 450000)

[摘要]现代产品设计已经与企业形象紧密联系起来,产品标识也向系列化、系统化的方面发展。产品标识中既要强调企业形象,又要强调标识的功能性和视觉美感。本文以产品形象设计中的标识问题为研究对象,分析了产品标识规范化的重要意义,并分别探讨了规范形象性标识、功能性标识、警示标识设计的有关对策,旨在提升企业形象、健全产品标识规范设计。

[关键词]产品设计统一形象标识问题

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.06.1857

标识可以不同程度的表达产品的形象、功能、操作步骤,在产品形象设计中具有重要作用。针对各类不同的标识符号,应采取不同的角度完成标识的设计,以界定标识在产品表面不同的表达效果。

一、产品设计中的形象感觉统一

产品形态风格的统一把握。产品形态,归结下来都是由不同特征的形、面、线构成,反映在整体上,便形成了产品的形态风格或形态特征,某种意义上也是一种抽象化了的产品特征标识。企业产品开发中,要使新的功能产品融入其原有的产品家族系列,形态风格设计塑造至关重要。设计可以确定产品形态,同样也能赋予同一产品完全不同的形态风格和视觉感受。通过形态创造与界面设计中形、面、线等构成元素的细致推敲,挖掘统一形态感觉的同质性元素,进而组合成风格、感觉趋于一致的产品形态特征。

产品实体形态的构造,是解决产品设计中的形象感觉统一的关键问题。正如格式塔理论所提到的,利用视觉协调性规则提升美感,创造产品形象风格。但在众多的产品形态设计中,由于产品功能迥异,形态之间的同质元素过少,很难形成视觉敏感的统一形象或视觉特征,给人以企业家族产品、系列设计的概念。相当数量产品的同质形象感觉更多是依靠产品设计中对表面装饰元素,尤其是各类标识的统一考虑与规范应用,从而引发了产品形象统一设计的一个重要方法。

产品表面装饰的多重考虑。产品的设计与使用过程中,视觉形象与操作语意的感知,除了产品三维实体形态外,还存在另一系列既传统又现代的视觉感知元素,那就是产品的表面装饰。产品表面装饰与产品形态密不可分,传统的设计中往往同时考虑。然而,随着产品设计系统性与运作体系的扩展,表面装饰设计的独立性或在设计中的阶段性逐渐明显,进而形成了产品规划与开发中的一种新型设计形式。

产品表面装饰具有多重性,传统意义上产品设计的表面装饰,更是指材料工艺、色彩肌理等,随着产品种类的增多,技术功能的复杂化,各类标识符号的设计与应用逐渐成为某些产品领域中形象设计乃至产品界面设计的重要内容。将材料工艺、色彩肌理融入产品功能形态的设计创造中,深入研究产品界面标识符号的设计使用,并规范化地运用到实际设计中,已经成为企业创造形象统一、功能界面优良产品的关键。

二、规范产品形象标识设计的有关对策

鉴于企业产品标识中存在较多的问题,应提出具体的解决对策,使产品形象标识设计趋于规范化。

(一) 形象性标识的设计

现代产品呈现出复杂化的趋势,形象性标识的概念也被不断扩大,过去单一的企业形象标识显然不能满足现代产品的形象要求。在现代标识设计中,形象性标识需要综合考虑产品标识的统一性,即要求商标设计、产品型号设计、企业形象等多方面协调统一。因此,我们应从多方面构建系统的产品形象性标识设计体系。在产品标识的具体设计中,企业应明确的制约措施,设计者应严格标识设计的原则。

严格依据形象系统规范文件,设计产品表面装饰标识中的企业形象标识。要把商标看作产品策略的重要组成部分,充分吸收凝结企业在产品创造中的智慧,体现产品的智力性和企业文化内涵;此外,应强调企业“信誉”,在标识中透露出商家对消费者的承诺,突出商标与企业形象间的联系,但应注意

需严格依照工商注册标准的进行商标设计。产品型号标识应依照该行业领域内约定的规范进行设计,注意要突出产品的性能功用。

(二) 功能性标识的设计

大多数功能性标识都在产品功能部件及附近位置,通过文字、图案来描述或提示使用者该部件名称、操作方法等。对于不同的产品而言,功能性标识的作用也不尽相同。但是,总体概括功能性标识的设计原则为:第一,尽量用简短的文字符号表达,以方便使用者快速识读,可采用工艺字体,但应注意字体要清晰、易于辨认;第二,行业内的术语标准为功能性标识文字说明的设计标准,尽量使用业内认同的术语表述形式,若产品为进出口商品,应注意标注使用国的语言;第三,在掌握用户使用习惯和要求要求的基础上,设计较容易理解的文字说明;第四,应保持同类产品各类功能性标识文字的统一性,即要求协调格式、字体、语言、符号及特征等完全。产品的标识中包含了企业对产品良好的市场期望,而功能性标识是最能体现的企业严谨性的部分,因此,应树立严格的规范,以界定不同功用标识设计的范围。通过有效的限制,可防止因设计人员的随意行为造成的产品功用描述不当。应统一设计功能相近的标识,将不同产品有机的结合起来,形成整齐一致的视觉感受。

(三) 警示标识的设计

警示标识并不是存在于所有的产品中,但是产品中的警示标识发挥着举足轻重的作用。在产品标识设计中,警示标识是要提示使用者注意危险操作、危险区域、危险状态等潜在的风险因素。警示标识分为安全提示标识、安全标识、警告标识、严禁标识等4种。警示标识采用图案、文字、符号相结合的设计方法。为产品设计使用警示标识时,应注意协调产品的规范约束、标识定位、尺寸、规格及技术工艺等部分,从而使产品与警示标识协调统一。为此,我们应制定并明确警示标识设计规范,在规范的指导下正确的完成设计工作。现代产品的警示标识设计已经发生了较大改观,在设计中,融入了企业印象和产品品质等元素,进而提升了标识的艺术性,也突显了企业的良好形象。在警示标识的设计过程中,必须明确警示级别的高低,始终遵循标准化的设计规范。应注意警示标识需符合行业领域内的约定标准。此外,协调统一产品形态、材料、技术工艺、安全警示之间的关系,形成具有视觉审美感受和安全警示功能的标识。

结束语

综上所述,现代产品设计中应充分重视企业整体形象的问题。我们应深入研究产品的表面标识设计,并结合标识的应用因素如何为产品进行设计。应探索产品设计领域发展的新途径和新理念。再设计中,应需要注意设计因素不能取代行业规范和标准,必须坚持规范和标准的指导,作用不等于设计的完全替代。应考虑制定和运用因素、设计的复杂性,实现灵活的标识设计。总之,现代标识设计应突出统一性、创新性,在提升企业产品形象的基础上,完善标识设计。

参考文献:

- [1] 刘博越. 导向标识在视觉符号领域中的设计探索[J]. 设计艺术研究, 2018, 8(02): 86-90+96.
- [2] 贾巍杨, 王小荣. 天津市公园无障碍标识设计调研与分析[J]. 风景园林, 2015(03): 67-72.