

平面设计对企业品牌建设的重要性

龚玉珍*

浙江普利药业有限公司, 浙江 杭州 311100

摘要：优秀的平面设计在塑造企业自身品牌方面占据着举足轻重的地位，是企业内部的一项无形资产，在企业发展的进程中可以有效起到宣传和推广的作用。在日益激烈的市场竞争中，企业只有具备独属于自己的核心竞争能力，才能在竞争中立于不败之地，而出色的平面设计则是其竞争能力持续提升的精神源泉。基于此，本文就当前市场竞争大环境，对企业品牌平面设计的重要性及具体实施策略进行了细致的分析与研究，希望可以为其他企业在创造自身品牌时提供一定的借鉴与参考。

关键词：平面设计；企业品牌；品牌建设；重要性

中图分类号：S219.02

文献标识码：A

文章编码：2022060038

The Importance of Graphic Design to Enterprise Brand Building

Gong Yuzhen*

Zhejiang Puli Pharmaceutical Co., LTD. Zhejiang, Hangzhou 311100

Abstract： Excellent graphic design occupies a pivotal position in shaping the enterprise's own brand. It is an intangible asset within the enterprise, which can effectively play the role of publicity and promotion in the process of enterprise development. In the increasingly fierce market competition, only with its own core competitiveness, enterprises can it remain invincible in the competition, and excellent graphic design is the spiritual source of the continuous improvement of its competitiveness. Based on this, this paper on the current market competition environment, the importance of enterprise brand graphic design and the specific implementation strategy of a detailed analysis and research, hoping to provide some reference for other enterprises in the creation of their own brands.

Key words： graphic design; enterprise brand; brand building; importance

前言：

企业品牌商标是将企业内部文化传递给外面社会与世界的主要媒介，在公众心目中塑造企业的良好形象非常关键。平面设计作为企业品牌构建过程中最为关键的一环，是品牌建设不可或缺的一部分，扮演着非常重要的角色，不仅关系到企业品牌构建的好与坏，还关系到企业在中国乃至国外的销售情况，对于推动企业的长期发展有着深远的意义。因此，本文希望借由平面设计的方式来建构企业品牌形象，能够有效提升企业的整体竞争能力，进而为国家经济发展提供更多动力。

一、平面设计对企业品牌建设的重要性

(一) 提升企业价值

通过平面设计建设企业品牌，更多的是为群众营造视觉上的冲击，使社会群众通过平面设计了解企业文化，是一种非常理性的设计。在实际平面设计过程中，设计人员会将企业内部环境与氛围融入其中，充分表现出企业的主要思想和企业文化，也就是通过平面设计，使企业的有关文化和品牌思想得到内部外化^[1]。这不仅是将企业建设理念对外传递，同时还代表企业的相关品牌形象与品质，将企业所奉行的有关价值观念指导完全展现出来，让公众对企业的具体形象和产品有所了解。

(二) 降低企业成本

通过对企业品牌进行必要的设计，可以更好地推动企业的品牌建设，扩大企业的品牌认知度，增强公众对企业品牌的关注度 and 影响力。在社会上成功建设企业品牌，会使企业相关产品在市场上的销售更加方便，且在产品销售中的成本也会大幅下降，有效节约企业相关费用，更好地保障企业的资金链运转，进而推动企业更多环节的良好发展。若是从另一个角度来看，平面设计对于相关的品牌宣传也有很大帮助，在品牌对外的宣传中，采取更具视觉化的视角，以更现代、潮流化的元素来吸引公众的注意，可以达到良好的推广效应，更好地帮助消费者对企业品牌进行认识和熟悉，从而提高企业相关产品的销量。当企业品牌的推广范

* 作者简介：龚玉珍，出生年月日：1983.2.12，籍贯：浙江杭州，民族：汉，性别：女，学历：本科，中级职称，毕业于：浙江科技学院，研究方向：视觉传达

围达到一定程度之后,就可以适当的缩减在市场上的投资,转而进行更多的研发和质量提升,从而使企业的产品营销费用大幅降低^[2]。

(三) 提升营销能力

适当、合理的平面设计,可以加强企业产品向外界传递的情感,提高产品与消费者之间的互动性,进而为公众留下良好印象。平面设计可以让受众对企业产品产生深刻印象,在后续购买相关商品的过程中,会使受众联想到本企业品牌,并将其映射到相关产品的购买中,这对于提高企业产品销量有着非常重要的推动作用。例如外国肯德基的品牌形象,就是一个拥有白色胡须的老人,给人们留下深刻印象,每当有消费者想买炸鸡、汉堡之类的食物时,脑海中就会不自觉的浮现这位老人,这也是一种十分有效的宣传方式。由此可见,平面设计对于提升品牌的市场竞争力有着重要的意义。

(四) 深化文化内涵

在具体的品牌塑造中,企业的品牌价值将随企业的发展而逐步提高,这样不断发展的背景下,平面设计要做到紧跟市场趋势,掌握时代发展的规律,更好地引导企业文化,从而促进品牌本身价值的有效提升^[3]。平面设计的改变关系到每个阶段企业的相关文化和发展战略的变化,它可以有效指导企业的发展,更好地指引企业的价值观和发展目标,在企业文化的内部构建中发挥着巨大作用。

二、平面设计对企业品牌建设的策略

伴随着互联网的持续发展,互联网技术的大范围运用,现阶段的社会时代与以往传统的线下运营时期早已不一样,而是开始随着互联网的发展,变得更加数字化和智能化。企业的品牌建设和平面设计要顺应时代的发展趋势,作出相应的升级和转型,这样才能在今后的市场竞争中获得更好发展。在这样的背景下,企业的品牌形象就不能仅仅停留在外部形象的改变上,而是要向更深层次、延展性的方面进行扩展,唯有如此,才能在社会主义市场中占据有利地位,更好地提升企业的知名度,进而推动企业的健康发展。

(一) 关注品牌形象设计

平面设计是一种具有艺术性的设计,是以人的视觉感受为导向的美术设计,其涉及领域非常具有综合性和复杂性。将平面设计应用在企业商品销售和品牌外部形象设计上,具有十分重要的意义。通过进行平面设计,可以更直观、更艺术化地把产品的内涵和企业文化传递给公众,实现良好的宣传效果,在企业整体发展中起着不可替代的作用。企业设计人员应该将重点放在品牌形象的设计上,建立与企业产品相符合的品牌标志,让公众对其印象更深,提高对自身企业的了解,进而更好的推动企业的一系列销售运作。在企业品牌外部形象的平面设计中,设计人员可以采用可视化、冲击化的设计方式,将一些主流色彩与现代元素相结合,使消费者产生强烈的视觉冲击,以此来更直接、更深入地了解企业产品与文化,进而起到宣传作用。例如,国外知名体育品

牌耐克,其商标图案是一片柔软的羽毛形状,设计灵感来源于希腊胜利女神的羽翼,代表人类在奔跑比赛中的速度,充满力量感,将耐克品牌的体育特色表现得淋漓尽致。此品牌标志的设计不仅寓意好,而且非常容易被群众所记住,简单的钩形图案,可以让消费者在选择体育品牌时脱口而出,有效提高此品牌的销售数额。平面设计对企业品牌的外部宣传形象有很大影响,通过建立良好的企业形象,提高公众的信任度,可以使企业的销售运营更加顺利^[4]。

(二) 构建企业文化符号

建设企业文化型的品牌标志符号,是顺应社会发展规律的必然趋势,可有效引起消费者和社会群众的注意力,是目前经济发展的主要方向。企业品牌文化符号的主要特点,就是它可以简单、高效地被公众所记住,在公众认知中,将相关图像的认知度最大化,这与现代平面设计中的品牌建设需求相吻合。随着国家对各种文化保护和宣传力度的不断提升,企业在开展平面设计时,如果能掌握好这些相关文化,就可以得到政府的政策支持。当然,在构建企业品牌文化符号体系时,也要顾及社会群众的审美需要,把平面设计和普通民众的基本需求相结合,更好地适应市场的发展趋势,使之更适合自身的品牌文化建设,加深群众对品牌标志的记忆力,进而提升品牌的宣传效果。

(三) 丰富品牌艺术形象

随着我国经济与社会的不断发展,社会群众对精神文化生活质量也有了更高要求。市场上传统的商标图案已经无法满足消费者的文化要求,为此企业设计部门必须对其进行积极创新,将更多艺术元素与趣味融入商标平面设计中,加深企业品牌与消费者之间的互动性,提高消费者在购物时对企业产品的浓厚兴趣,对相关商品注入更多关注,深入了解企业品牌,进而提升品牌的知名度^[5]。在对企业品牌进行设计时,将艺术元素引入到平面设计中,可有效提升品牌平面设计的品质,使企业品牌建设更有内涵,通过平面设计质量提升企业商品整体宣传效果。要想让企业的品牌塑造顺应时代的潮流,还必须将现代科技融入平面设计之中,通过利用现代信息技术来提升平面设计的品质,为提升平面设计的水平提供更多的可能性,促进品牌建设向个性化、高品质方向发展。现阶段我国许多与平面设计有关的软件和设备都在与时俱进,给平面设计创造优秀条件,为企业打造品牌创造良好环境,设计人员应进一步掌握有关技术,为己所用,以更好地推动企业品牌建设的长久发展。

(四) 强化企业品牌沟通

将企业品牌形象打造成卡通人物是当前十分受欢迎的大众文化,在进行品牌卡通化时,平面设计人员可以把企业的核心经营理念和动漫人物进行有机融合,通过网络进行宣传和营销,通过独特角度来与消费者进行交流,增强品牌的识别度,知名度,美誉度,进而为企业带来更多的经济利益。例如,卡通形象中有许多受人喜爱、普遍熟知的人物,星黛露、库洛米、加菲猫、史努比等,其中最受欢迎的就是史努比,自1950年问世以来,已经在全世界范围内流行开来。史努比SNOOPY系列则以其独特的设计理念,在全球范围内被广泛应用,包括日用品,服装,玩具,

包,鞋子,童装等多个领域,目前,SNOOPY在全球范围内均有销售点。由此可见将企业品牌卡通化,对于提高企业销售热度来说十分重要^[6]。

(五) 体现人性化理念

随着我国经济的快速发展,人们对精神文化的要求开始越来越高,在新时期的企业品牌形象建设中,更多地引入现代化、人文化的元素,已经成为时代的主要发展趋势。从公众的需求角度来看,企业的外部品牌形象要更具个性化和独立性,可以更好地吸引公众的关注,给公众留下独一无二的印象,从而加深对企业文化与产品的了解^[7]。这种品牌形象还能将公众和产品紧密地联系在一起,为公众提供个性化服务,实现公众和企业之间的良好互动,进一步提升企业的发展水平,同时为社会公众提供更加可靠和方便的服务。从企业经营管理角度来看,营造良好的企业形象可以更好地增强企业的凝聚力,更科学、更高效的提升企业的管理水平,让每个员工都能获得个性化的发展,汇集更多民主化、科学化的意见,帮助企业向着更好的方向发展^[8]。

(六) 增强平面设计趣味性

随着我国社会经济与科学技术的不断发展,传统的企业商标图案已无法满足消费者的具体要求,设计人员必须对此问题给予足够关注,在设计中进行创新,将更多的艺术元素与趣味性融入商标平面设计中,通过此设计来增强与公众之间的互动,提高消

费者在选择产品时的注意力,进而提高企业自身的品牌知名度。设计具有趣味性的品牌,可以使消费者在购买相关商品时,第一时间想到此企业商品,这对提高企业营销额度来说也十分重要^[9]。在提升企业品牌趣味性的同时融入艺术元素,可以提升平面设计的品质,让企业的品牌建设更加有内涵,通过平面设计的品质提升整体宣传效果。好的平面设计就是要通过创造强烈的视觉吸引,使消费者对品牌内涵与信息产生共鸣,利用带有趣味性的文字或图案,将企业的管理思想与企业文化内涵表现出来,既可给消费者带来特殊的美感,又能提高企业向外推广的效果^[10]。与此同时,在品牌平面设计中融入丰富的色彩,也可使品牌在激烈的市场竞争中更具明显性,色彩的融入是丰富图形语言、提高品牌视觉感受必不可少的要素,因此,设计人员进行品牌设计时,需要着重考虑艺术、色彩、图形、文字、趣味性等多个方面。

结束语:

平面设计质量对企业发展有着深远的影响,企业品牌设计人员一定要注重品牌形象的设计与宣传,不断地充实、提高产品的内涵和企业的经营理念,采取主动而又有效的品牌延伸战略,实现文化、艺术与产品之间的高度融合,为企业持续、快速的发展注入源源不断的活力。

参考文献:

- [1] 杨智. 服装品牌形象中的平面设计探究 [J]. 纺织报告, 2021, 40(12): 87-88.
- [2] 潘冰. 现代服装品牌塑造中平面设计多色彩应用 [J]. 轻纺工业与技术, 2021, 50(3): 89-90.
- [3] 陈汉东. 现代服装品牌塑造中平面设计多色彩应用探讨 [J]. 纺织报告, 2021, 40(11): 85-86.
- [4] 张荣溪. 探讨新媒体时代下品牌理念对平面设计的影响 [J]. 鞋类工艺与设计, 2021(9): 63-65.
- [5] 杨晓乐. 如何利用平面设计来提升品牌形象与品牌价值 [J]. 精品, 2021(4): 145.
- [6] 刘欣. 服装品牌形象中的平面设计分析 [J]. 化纤与纺织技术, 2021, 50(8): 109-110.
- [7] 李艳辉. 平面设计中的中国风元素与品牌运用研究 [J]. 品牌研究, 2020(1): 81-82.
- [8] 袁帅. 浅析平面设计思维在企业品牌设计中的创新运用 [J]. 美术文献, 2020(8): 122-123.
- [9] 郭欢逸, 任悦. 品牌设计中标志的图形创意运用价值分析 [J]. 才智, 2020(9): 247.
- [10] 李宛苡. 论新媒体时代下品牌理念对平面设计的影响 [J]. 新商务周刊, 2020(5): 196-197.