

创意广告在品牌塑造中的作用 ——以花西子品牌广告为例

马晓丽

(长江职业学院艺术设计学院 湖北武汉 430070)

【摘要】本研究目的在于理解创意广告如何有效地传达品牌价值，提升品牌形象，以及增强消费者对品牌的认知和情感连接。并采用举例分析的研究方法，深入剖析其广告创意和表现形式。研究发现，花西子品牌广告通过独特的创意和精美的视觉呈现，成功地塑造了品牌的独特形象和气质，有效地提升了品牌的文化内涵和附加值。研究结论表明，创意广告在品牌塑造中起着至关重要的作用。对于花西子这样的新兴品牌而言，创意广告不仅是品牌传播的重要手段，更是塑造品牌形象、提升品牌价值的关键因素。

【关键词】创意广告；品牌塑造；包装；花西子；广告策略

创意广告作为品牌与消费者之间沟通的桥梁，其重要性日益凸显。花西子作为近年来快速崛起的新兴品牌，其成功的背后离不开创意广告的助力。花西子品牌广告凭借其富有创意的广告策略和深入人心的广告内容，成功吸引了大量消费者的目光，塑造了品牌的独特形象^[1]。因此，深入探讨创意广告在花西子品牌塑造中的作用，对于理解创意广告在品牌传播中的价值和意义具有重要的理论和实践意义。本文将通过对花西子品牌广告的深入剖析，探讨创意广告如何有效地传达品牌价值，提升品牌形象，并增强消费者对品牌的认知和情感连接。

1 花西子品牌定位

花西子品牌成立以来，以“国风”文化，以“东方彩妆”为品牌定位，展现出独特的魅力。品牌核心理念“以花养妆”贯穿于每一款产品的研发之中，以花卉为原料，结合传统美容智慧，在国货彩妆市场面临外国品牌冲击的背景下，花西子应运而生，打破消费者对国货的固有偏见。它坚守中高端市场定位，将东方古典智慧与现代科技相结合，研发出适合东方肤质的彩妆。在营销策略上，花西子选择以情感为纽带，与消费者建立深厚的情感联系，赢得了广大消费者的喜爱与信赖，展现出国货彩妆的崭新风貌^[2]。

2 创意广告在花西子品牌塑造中的应用

2.1 花西子创意广告案例分析

2.1.1 电视广告

花西子电视广告通常采取一种诗意和唯美的叙事方式，巧妙地融合古典与现代元素，以展示其品牌和产品的独特魅力。在电视广告中，花西子常常使用古装模特，配合精致的画面和华丽的场景，营造出一种古典的东方韵味。同时，通

过模特的妆容展示，向观众传达产品的功效和品质保证。

2.1.2 网络广告

花西子在网络广告中更加注重与受众的互动和沟通。利用网络平台的特点，花西子推出了各种互动性强的广告形式，如短视频、直播、H5 互动页面等，以吸引年轻消费者的注意。还通过与博主的互动，让观众更直观地了解产品的质地和效果。同时，直播中设置的抽奖和优惠券发放环节，也提高了观众的参与度和购买意愿。

2.1.3 社交媒体营销

在社交媒体上，花西子通过精心策划的内容营销和互动活动，与消费者建立紧密的联系。利用微博、微信、抖音等社交平台，花西子定期发布关于产品、妆容教程、用户分享等内容，与粉丝频繁互动，提高了品牌的曝光度和用户黏性。微博活动中，花西子发起了“花西子美妆挑战赛”，邀请用户分享自己的妆容作品并@花西子官方微博。活动不仅吸引了大量用户参与，还引发了广泛的社会关注和讨论，有效提升了品牌的知名度和美誉度。

通过对花西子创意广告的深入分析，可以看出其创意广告在品牌塑造中起到了至关重要的作用。无论是电视广告、网络广告还是社交媒体营销，花西子都注重运用创意元素和互动机制来吸引和留住消费者的目光^[3]。

2.2 创意广告中的关键元素分析——以花西子雕花口红为例

2.2.1 视觉元素

花西子品牌广告在视觉设计方面表现出色，充分展示了品牌的艺术性和创意性。广告中常常运用中国传统元素和符号，如水墨画、剪纸艺术、传统图案等，与现代设计手法相

结合, 营造出既古典又现代的视觉效果。这种设计风格不仅与品牌的东方美学定位相符, 也使得广告在众多品牌中脱颖而出^[4]。另外, 广告的配色和布局也十分讲究。通常采用温暖、柔和的色调, 如淡雅的粉色、柔和的金色等, 营造出一种温馨、舒适的氛围, 充分考虑了观众的视觉习惯和审美需求, 使得广告更加易读、易懂。此外, 广告还注重细节的处理。无论是产品展示、人物造型还是场景布置, 都力求做到精致、细腻。例如: 在花西子雕花口红的创意广告中, 视觉元素被精心设计和呈现, 以凸显产品的独特性和美感。广告中的色彩运用、构图布局、光影效果等都经过精心策划, 旨在吸引消费者的眼球并留下深刻印象。广告中口红的雕花图案被巧妙地放大并置于中心位置, 配合柔和的光影效果和精致的背景设计, 呈现出一种高贵而优雅的美感。

2.2.2 语言和文字

语言和文字是创意广告中传达信息和情感的重要工具。花西子品牌广告在语言风格上也同样富有创意和特色。首先, 广告文案通常简洁明了, 直击人心。通过精炼的文字和生动的比喻, 广告成功地将品牌的理念和产品的特点传达给消费者。同时, 广告还注重语言的韵律和节奏感, 使得文案更加朗朗上口、易于记忆。其次, 广告中常常运用富有诗意和感染力的文字来描述产品和场景。这种文学性的语言不仅提升了广告的艺术性, 也使得消费者对产品产生更加美好的联想和期待。此外, 广告还注重与消费者的情感沟通。通过讲述真实感人的故事、展现温馨动人的场景等方式, 广告成功地激发了消费者的情感共鸣和对品牌的认同感。这种情感化的语言风格不仅增强了广告的攻击力和说服力, 也为品牌塑造了一个更加人性化、接地气的形象^[5]。在花西子雕花口红的广告中, 语言和文字的运用同样充满创意和巧思。广告文案通过细腻的描绘和生动的比喻, 将口红的质地、色泽和使用感受展现得淋漓尽致。同时, 广告中的标语和口号也简洁明了, 能够迅速传达产品的核心卖点和品牌理念。例如, “雕花之美, 唇上绽放”这一口号既突出了产品的独特设计, 又暗示了使用后的美丽效果, 让消费者一目了然。

2.2.3 情感诉求

情感诉求是创意广告中最为关键的因素之一。在花西子雕花口红的广告中, 情感诉求的运用十分巧妙。广告通过展现女性自信、优雅的形象和使用口红后的美丽转变, 将产品与自信、美丽等情感联系起来, 让消费者对产品产生了强烈的购买欲望。同时, 广告还通过讲述女性在不同场合下的使用场景和感受, 让消费者能够更加深入地理解产品的价值和

意义^[6]。这种情感诉求的运用不仅增强了广告的攻击力和说服力, 也让消费者对品牌产生了更强烈的忠诚度和归属感。

3 广告创意在品牌塑造中的作用

创意广告作为品牌形象塑造的重要工具, 能够通过独特的创意和表现形式, 吸引消费者的注意力, 传递品牌的核心价值和理念。花西子作为一个以东方美学为灵感来源的化妆品品牌, 其广告创意在品牌塑造中起到了至关重要的作用。

3.1 品牌理念与广告创意的融合

品牌理念是品牌存在的核心和灵魂, 它反映了品牌的价值观、使命和愿景。而广告创意则是将品牌理念转化为具体视觉和听觉元素的过程。在花西子的广告创意中, 品牌理念与广告创意的紧密融合。以“东方彩妆, 以花养妆”, 强调品牌源于东方美学, 注重自然、健康和养肤。这一理念在广告创意中得到了充分体现。在广告设计中以“花”为主题, 通过展现花朵的美丽和生命力, 传递出品牌对自然、健康的追求。广告中的画面和色彩都充满了东方韵味, 与品牌理念相得益彰。

3.2 广告创意对品牌形象的塑造

广告创意是品牌形象塑造的重要手段。通过创意的广告表现, 可以突出品牌的特色和优势, 提升品牌的知名度和美誉度。在花西子的广告创意中, 以故事叙述、视觉特效、情感渲染等, 这些手法共同塑造了花西子独特的品牌形象。

首先, 花西子的广告常常采用故事叙述的方式, 通过讲述一个与品牌相关的小故事, 传递出品牌的理念和价值观。这种方式能够吸引观众的注意力, 与消费者产生共鸣, 从而加深对品牌形象的印象。其次, 花西子的广告创意在视觉表现上常常运用中国传统元素和符号, 如水墨画、剪纸艺术等, 营造出东方美学的氛围。这种视觉表现与品牌定位相契合, 也增强了品牌的独特性和辨识度。另外, 花西子的广告注重对产品的使用体验和感受、情感渲染, 传递出品牌对消费者的关爱和关注。这种情感化的表现方式能够拉近品牌与消费者之间的距离, 使消费者产生对品牌的认同感和忠诚度^[7]。

3.3 广告创意对品牌价值的提升

广告创意不仅能够塑造品牌形象, 还能够提升品牌的价值。通过独特的创意和表现形式, 广告可以让消费者对品牌产生好感和认同, 从而提升品牌的市场竞争力^[8]。在花西子的广告创意中, 我们可以看到品牌对自我价值的不断追求和提升。例如, 花西子通过与知名设计师和艺术家合作, 推出限量版产品和联名系列, 以独特的设计和包装吸引消费者的眼球。这不仅提升了产品的附加值, 也增加了品牌的吸引力

和竞争力。

4 创意广告的花西子品牌中运用——以国风元素为例
花西子品牌深深植根于东方传统文化，设计理念以“透过小轩窗，是东方古城的色彩印象”贯彻于品牌的每一个角落。这一独特的视角使花西子的品牌标识、包装设计都弥漫着浓厚的传统韵味。



(图1 雕花口红; 图2 百鸟朝凤彩盒; 图3 国风元素花西子套装 图片来源于网络)

品牌 logo 上，花西子巧妙地采用了江南轩窗和团扇的形态，与彩妆产品相结合，展现了一种融合传统与现代的美学概念。独特的“花西子体”字体设计，更是为品牌标识增添了个性化魅力。在包装和设计上，花西子将传统元素与现代时尚完美融合。例如，苗族文化被巧妙地融入到“印象”系列产品中，结合篆刻和东方微雕技术，复刻了苗族银器的精美工艺。此外，品牌还将“蝴蝶妈妈”与苗族文化中的植物元素相结合，使得苗族印染系列作品焕发出新的生命力^[9]。色彩选择上，花西子深受中国古代建筑粉墙黛瓦的启发，以黛色为主调，点缀金色和红色，营造出一种宛如苍穹之上繁星点点的意境。雕花口红作为花西子的一大特色(图1)，采用微雕技术，将凌云鹤、凤凰涅槃、锦鲤等精美图案雕刻在唇膏表面，展现出传统工艺与现代技术的完美结合。外包装则采用深蓝色天空与金色星星的组合，搭配墨绿色和金色的渐变，简约而不失精致。百鸟朝凤彩盒则运用浮雕工艺(图2)，将屏凤与凤凰翎羽相结合，打造出一款独特的九色雕花眼影。包装上的一根凤凰羽毛和玻璃材质的结合，仿佛一片星河，让人陶醉。同时，花西子还推出了与西湖联名的彩妆套装和结合戏曲文化元素的知音难觅套装(图3)，将国风

包装设计与传统文化元素完美融合^[10]。在细节体验上，花西子同样不遗余力。赠品丰富、快递箱拉链外观撕拉设计、品牌标志“黛”色包装与“轩窗”元素设计等都体现了品牌对用户体验的极致关怀。可以说，花西子不仅是一个彩妆品牌，更是一个承载着东方传统文化精髓的艺术品。

5 结语

综上所述，通过详细分析花西子雕花口红创意广告中的各个创意元素，我们不难看出，创意广告不仅为花西子品牌带来了独特的视觉体验和情感共鸣，更为品牌塑造了一个鲜明、有深度的形象。在花西子品牌塑造中发挥了不可替代的作用。它不仅提升了品牌的知名度和美誉度，还增强了消费者对品牌的认同感和忠诚度。在未来的发展中，花西子应继续重视创意广告的运用，不断创新和优化广告策略，以适应不断变化的市场环境和消费者需求，实现品牌的长期稳定发展。

参考文献

- [1] 李超. 浅析广告创意对于品牌形象的影响[J]. 甘肃高师学报, 2013. 18 (2): 88-89
 - [2] 沈一锋. 浅析广告创意设计对企业新产品营销的重要性[J]. 中国商论, 2014 (2): 32-33.
 - [3] 凤文慧. 从破圈到建圈: Z 世代消费特征下的品牌营销策略——以花西子为例[J]. 新媒体研究, 2021, 7 (24): 34-36+67.
 - [4] 陈照国, 许娟. 广告创意在企业品牌推广中的重要性[J]. 文艺生活, 2014 (7): 280.
 - [5] 易星雨, 李晋, 新媒体时代传统文化品牌的构建与传播——以花西子为例[J]. 老字号品牌营销, 2021 (12): 22-24.
 - [6] 王青青. 国货彩妆的品牌符号建设与传播研究[D]. 西北大学, 2021.
 - [7] 顾冬梅: 国货品牌崛起背后的青年消费观研究[D]. 黑龙江大学, 2021.
 - [8] 关键. 品牌视觉识别之新品牌“颜值”[J]. 现代广告, 2021 (13): 58-59
 - [9] 苗苗. 图形创意在现代包装设计中的创新应用研究[J]. 绿色包装, 2023 (10): 77-80.
 - [10] 汪海燕, 创意对平面广告设计中的重要性[J]. 黄河之声, 2014 (18): 118-119.
- 作者简介: 马晓丽(1983.02.-)女, 汉, 河南洛阳人, 硕士, 副教授, 研究方向: 广告设计、艺术教育。