视觉传达设计在插画广告设计中应用策略

王琴

（上海震旦职业学院　上海市　200000）

摘要：插画是一种非常受欢迎的广告设计，它具有各种不同的风格，人们可以根据自己的喜好，创造不同的插画形式，展示插画的个性与艺术魅力。现在的插画广告还没有统一的标准，创意是最重要的，现在很多人都把自己的作品放在了互联网平台上，形成了他们自己的风格。因此，在广告的设计上，也要保持插画的风格，既可以增加创意，又可以增加广告的灵活性。

关键词：视觉传达设计；插画广告设计；应用

引言

插画是当代绘画设计中一种主要的表现形式，它具有丰富的生活气息、直观形象和艺术魅力。在视觉传达设计中，把插画艺术与设计结合起来，可以使其达到最优化的效果，增加其艺术感染力，从而获得更多的关注。在插画广告的设计中，最重要的就是传达视觉效果，使艺术表现更加突出，同时也能引起受众的注意，从而使广告具有更好的视觉效果，从而达到宣传的目的。因此，本文从理论和实践两方面论述了如何将视觉传达设计运用于插画广告的策略。

一、中国插画的历史发展进程

从现有的文献中可以看出，我国的插画有着悠久的历史，并且随着时间的推移，插画的内容不断丰富，形式也不断丰富。从插画的历史发展来看，插画艺术的发展历程大致有四个时期：第一个时期是根据文献记载，中国早期的插画主要是在佛教典籍中发现的。在历史的长河中，文字的重要性与日俱增，各种绘画作品层出不穷。但在中国古代，并不是所有人都会识字和读书，而插画的作用就是向人传达更多的信息，因此，这个时期的插画更加生动，更能将内容具体地传达给人们。第二个时期，我们的文字和艺术水平都在不断地提升，许多插画家都在用创新思维创作插画，不仅仅是单纯地把文字的内容体现出来，而是用自己的想法和创意来表达，这一时期的插画作品，通常都会有一个特定的象征意义。第三个时期，由于商业插画的发展，为了更好地实现商业广告宣传的目标，在插画创作中，常常采取更为抽象的艺术表现手法，借助插画的魅力，实现广告宣传的效果。第四个时期，插画艺术的形成与发展经过了许多变化，插画创作中也加入了大量的艺术元素，插画不再是图书内容或文字的附庸，而是被越来越多的人所认识和关注，从某种意义上来说，插画正在逐渐成为一种艺术理念。

目前，中国的经济和技术都在飞速发展，特别是在信息技术和互联网技术的应用下，插画艺术已经发展到了一个新的高度，它的创作形式越来越多元化，元素风格也越来越丰富。插画师在进行创作时是自由的，创作者的审美思维是千差万别的。例如，手绘、像素等制作方式的选择范围更广，插画师可以选择的插画种类也越来越多。在当今互联网技术快速发展的今天，各个区域间的信息交流日益密切，这在某种程度上丰富了插画的表现方式。更多的插画创作者可以透过互联网平台进行沟通，吸取不同地域、不同插画的创作特征，并以适当的方式将当地的风格与其它的元素相结合，使插画的风格更富有个性。例如，可以运用日本漫画的绘画方式，制作出中国的插画，让本来就充满意境的中国插画，加入偏二次元的元素，展现了当下年轻人高质量的审美追求。

二、视觉传达设计在插画设计中的意义

视觉传达设计本质上是一种视觉的直观表现形式，当人们在欣赏某件东西的时候，首先会受到视觉上的感知，从而产生一种精神上的共鸣。因此，视觉传达的目的就是要使人们产生一种直击灵魂的视觉效果，使人们不知不觉地被艺术设计所吸引。插画是一种非常受欢迎的广告形式，它将插画的设计与宣传的效果结合起来，使广告更具趣味性。广告作为一种赢利的产业，其主要目的在于吸引顾客的注意力，从而实现广告的宣传和推广。因此，在广告设计中，视觉传达设计是非常重要的，为达到更好的视觉效果，创作者应顺应时代发展，注重大众的审美，设计出与商业题材相匹配的插画，从而达到极大地提升视觉效果。视觉传达设计最主要的目的就是要让顾客对产品产生深刻的印象，因此，插画广告的设计一定要注重视觉上的冲击力，要有情感上的共鸣，才能吸引更多的消费者。在视觉传达设计中，色彩的运用、版面的排版等都是设计的重点，在色彩的运用上，可以将色彩的运用分成同色系、撞色系。同样的颜色，让人看起来更加的舒服，更加的安静，更加的吸引人。而这种撞色系的设计，就是对颜色的控制，因为颜色可以让人着迷，也可以让人形成深刻的记忆。

因此，在做撞色的时候，一定要把握好颜色的搭配，这样才能在凸显个性之余给人舒适感，吸引更多年轻人的眼球。现在的年轻人，都是喜欢有创意有个性的艺术作品，所以，通过色彩碰撞的方式来达到视觉传达的目的，更能凸显他们的性格，抓住年轻人的眼球。在版面的布局上，不同的版面布局会产生不同的效果，目前市场上的一些新的插画或广告设计，大致可以分成两种，一种是简约时尚的风格，另一种是充满了多种元素的叠加风格。简约的设计风格让人感到舒适、放松，这样的设计，更受文艺青年、学生、白领等人群的青睐。而叠加风则是运用了各种元素，使版面的布局更加丰富，这种版式的设计更是受到了年轻人和大众的青睐。

三、视觉传达设计在插画广告设计中的应用策略

1.引导消费者的审美取向

尽管插画艺术在商业活动中的运用日益增多，但并不意味着它已经完全商业化，插画师在创作插画时，仍然要注重其自身的艺术形态。随着我国企业文化的日益繁荣，品牌形象的应用也日益广泛，品牌形象的发展也日益受到潮流的影响，但这并不代表插画设计就一定是展现某种商品，品牌更多地是为了增加产品的附加价值。在视觉传达设计中，对受众进行审美导向是非常关键的。插画广告的设计工作，其首要目标是通过视觉传达的方式，使消费者的审美与设计师的审美统一，从而达到不同的审美体验。插画广告的设计，尽管其主题已被确立，但其产生的美学效果却是由创作者创意设计的。要使广告的宣传效果更好，就需要引导消费者的审美，并根据消费者的实际需要来进行设计，对消费群体的审美取向要作出方向性引导，从而达到更好的宣传效果。

2.突出个性和特色

强调个性化和特色是广告设计的一个重要方面，因为它本身就是为了吸引大众的关注。因此，在日常的设计中，要突出广告插画设计的个性，让大众可以从广告的风格中，更好地了解产品。在进行插画创作时，创作者应注重自身的艺术形态，通过作品表达情感，从而打动人心，从而在某种程度上丰富了群众的文化生活。虽然目前国内的插画业发展不及美、日等国家，但是它的市场潜力很大，并且越来越多的插画作品带有中国风格的特色，因此，今后的插画行业将会有很大的发展前景。普通的商业插画，要么是做品牌的推广，要么是做产品的推广，要做到突出个性和特色，才能更好地吸引顾客的眼球，在激烈的市场竞争中站稳脚跟。个性化的广告设计不但可以在顾客心中留下深刻的印象，还可以让群众通过广告的特色来记住这个品牌。知名品牌的广告，其视觉传达的效果一定要突出鲜明的个性，利用视觉吸引消费者的注意，让更多的人可以对品牌和产品产生印象。根据一些著名的品牌的设计可以看出，很多知名的品牌都有自己的独特风格，因此，在广告设计上，也要提升品牌的个性，让品牌和产品更具标志性。

3.利用色彩加深消费者的视觉印象

视觉印象是一个品牌给顾客的第一印象，现在的插画广告非常受欢迎，要想让广告的效果更好，就必须要有一个直观的形象，让顾客产生一种视觉上的冲击，从而使品牌获得更大的效益。为了加深消费者的视觉印象，可以从色彩搭配、版面布置等方面进行视觉上的印象设计，从而激发群众对品牌的记忆。特别是在色彩搭配方面，鲜艳的色彩可以迅速地吸引顾客的注意力，而柔和的色调则可以使大众心里感到舒适。至于色彩的选择，则要看品牌的定位，如果一个品牌是以创意和个性为主的，那么选择鲜艳的色彩，就可以让插画广告宣传的效果更好。而品牌若是以低调、内涵为主，那么就可以使用一些比较柔和的色彩，这样就能让整体的画风看起来更加地协调，让人产生一种亲切感。

4.整体风格设计相协调

统一的设计风格是插画广告设计中最重要的工作，因为广告宣传的目标是让顾客更容易接受，因此，在品牌的广告设计中，一定要有一个代表品牌整体形象的元素，这样可以更好地塑造出品牌形象。从本质上来说，插画是一种表达情感的方式，也是一种表达信息的方式，在插画设计中，插画师的主观意识是计算机不能取代大脑的重要因素。在进行插画创作时，插画师应重视插画的创意和最终的效果，运用计算机技术，使插画作品更好地完成。这样，才能使创作出的优秀绘画符合现代人们的审美，从某种意义上说，也是对插画师的计算机操作技能提出了更高的要求。比如，很多知名品牌的插画，都是按照品牌的风格来设计的，不管广告的内容怎样变化，大众都能从插画的设计中看到品牌的风格。多元化的设计可以让消费者产生一种全新的体验，但不管怎么改变，怎么创新，都无法替代原来的品牌风格和个性特征，否则就会影响视觉宣传和广告营销的效果。

5.网络插画广告中视觉传达的新形式

网络插画广告是在新媒体技术发展过程中产生的一种新的广告方式。随着计算机技术的飞速发展，多媒体技术在不同的企业文化中得到了广泛的应用，它的应用范围也在不断扩大，这对插画艺术未来的发展是非常有利的。作为一种主要的网络广告形式，网络插画广告的发展前景十分广阔。许多广告公司在追求速度与利润的同时，忽略了其艺术的传播效果，没有对插画进行创意的设计，随意地用文字、图像进行拼接，也会影响广告的表达能力，进而对公司的经济效益产生不利的影响。而要使网络插画广告得到更好的发展，必须改进和完善其设计，首先要从故事的设计着手。在广告的视觉传播设计中，情节设计是最基本的，也是传统的广告创意要求。网络插画广告作为一种新型的广告，其内容相对于传统的广告更为精练，但又要具备传统的故事特征。因此，插画广告的故事设计可以从传统的广告中提炼出来。在插画广告的视觉传达设计中，可以运用传统的故事情节设计方法。而在剧情的设计上，也必须遵守两条基本原则；首先，故事的设计要简洁，要形象，这既能降低成本，又能让顾客产生共鸣。其次，故事的设计要通俗，网络插画广告面对的是一大批网民，因此必须确保视觉传达的通俗性，同时也要确保广告的情节设计能够满足大多数用户的视觉审美。

6.网络插画广告视觉传达的图形和文字设计

网络插画广告在完成了视觉传达的情节设计后，还要进行图形和文字的设计。在网页插图广告的视觉传播设计中，图像设计是一个十分关键的环节。网络插画的视觉传播效果主要体现在图像的设计上。然而，与传统媒介广告相比，网络插画广告的规模相对较小。因此，在有限的空间与时间中使用具有审美意义的图形设计，可以更好地达到视觉传达的目的。首先，在进行插图设计时，要结合剧情设计，才能更合理地进行插图广告的设计，并能以生动的故事情节影响用户。其次，将 FLASH 等现代先进的计算机技术应用到绘图设计中，既能提高图形设计的艺术性，又能增强图形设计的说服力和表现力，提高整个广告的视觉效果。在网页插图的视觉传播设计中，文字设计是一个十分关键的环节，它在广告设计中起到了很好的宣传作用。文字设计的运用，能够更好地反映产品的价值，同时也可以将产品的运用方式添加到文字设计中，使得网页插图的设计更清楚。在文本的设计中，首先要突出情节和图形的特征，使读者能够清楚地理解广告的设计意图。此外，广告的文字要简洁、清晰、有说服力，可以让观众在广告中驻足，增加广告的收益。五彩斑斓的色彩是“赏心悦目”的重要因素，因此，在网页插图广告的设计中，要根据不同的色彩进行适当的设计，使其更具色彩的魅力，并以不同的色彩与色彩的搭配，为用户带来不同的视觉效果。例如，节日广告常用中国红色，营造节日的氛围。而在汽车广告中，则采用了较深的颜色，体现了科技的未来感。具有鲜明个性的网络广告设计使得产品和品牌宣传更具表现力，能更好地吸引读者。

结语

综上所述，插画是一种非常受欢迎的美术形式，在广告设计中，通过插画来突出品牌的特点，可以更好地引起消费者的关注。在实际设计中，一定要保证色彩、版面、整体风格等几个重要因素，而这对消费者清楚插图的内容至关重要。在目前的广告设计中，视觉传达设计的重要性是非常显著的，为了达到广告的推广和产品信息内容的传达效果，插画设计师可以从引导审美取向，突出作品个性，加深消费者的视觉印象，统一设计风格等几个方面来进行设计的优化，从而达到广告宣传的最佳效果。

参考文献：

[1]王琪.插画在视觉传达设计中的应用研究[J].大观，2022（01）：21-23.

[2]赵毅.视觉传达设计在插画广告设计中的应用[J].传媒论坛，2021，4（16）：171-172.

[3]文佩.商业插画设计在视觉传达中的应用分析[J].绿色包装，2021（01）：70-73.

[4]赵蔚.网络插画广告的视觉传达设计探讨[J].福建茶叶，2019，41（09）：61.

[5]田恬.插画艺术在视觉传达设计中的应用[J].工业设计，2019（06）：96-97.

作者简介：王琴，女（1985.04），汉族，江苏溧阳人，硕士，讲师，上海大学毕业，研究方向：广告设计、视觉传达。