

基于城市定位视角的城市品牌形象设计研究

李莹

咸阳师范学院 陕西咸阳 712099

摘要: 基于城市定位视角进行城市品牌形象设计必须要有针对性和突出点, 尽量以点带面, 实现对城市品牌形象的整体设计。通常来说, 设计城市品牌形象需要以城市文化内涵为基础, 完成对城市品牌形象的基本定位, 再依照相关专业领域的规划要求实现对城市品牌形象的有效设计, 最终明晰城市品牌形象以及定位视角的独特性与创造性。本文主要从该角度出发详细探讨了城市定位视角下品牌形象设计的诸多影响因素, 希望能够为城市品牌形象设计提供一定的理论支持。

关键词: 城市定位; 品牌形象设计; 城市文化定位

引言:

随着我国经济实力的不断增强, 科技的快速发展, 我国城市化的脚步也越来越快, 为了进一步完善城市的建设规划, 各个城市纷纷发展和设计自身的城市品牌形象以彰显城市的独特魅力与文化特色。在对城市品牌形象进行设计时, 设计者必须要定位好城市视角, 并不断对城市的环境文化、习俗文化、人文特色等信息资源进行整理和分析, 以扩大城市的资源优势、发展旅游等产业为最终目的来完成对城市品牌形象的设计。但是, 目前国内的城市设计缺乏独特性, 很多设计都缺少对城市的整体战略定位, 设计的品牌形象也多受到城市形象塑造、招商引资等因素影响, 缺少对城市品牌形象的科学定位。城市品牌形象所存在的价值是毋庸置疑的, 他们具备着不可替代性, 因此, 城市的品牌形象必须要立足于自身的独特文化内涵, 始终坚持独具特色的定位与设计才能构建合格的品牌形象。本文主要从该角度入手分析了目前城市品牌形象设计的概况, 并整理了相关的影响设计因素, 希望能够为城市品牌形象设计提供一定的参考意义。

一、基于城市定位视角的城市品牌形象设计概况

一座城市的巨大价值就体现在它自身所具备的历史文化内涵之中, 城市的品牌形象也应当依从历史文化的积淀并体现城市未来发展的态势。目前, 国内的大部分

城市都是在短时间内快速发展完成城市化进程的, 但这种快速发展更多的体现为经济与规模的快速发展, 对于城市的认同感以及文化塑造方面都存在着较大缺陷。尽管目前所推行的城市品牌形象在很大程度上减轻了城市文化缺失的影响, 但现今的城市品牌形象设计仍缺乏一定的实践指导经验。过多的城市都存在着城市品牌形象设计的问题, 甚至有些城市的品牌形象设计近乎空白。从这一点来讲, 我国的城市品牌形象设计体系研究还需要进一步发展。

新时代新发展, 我们也需要对新形势下的城市风格定位进行重新梳理。城市品牌形象设计是最能体现城市知名度的有效实现形式, 它属于品牌构建中的传达性与视觉化模块。通过完善城市的品牌形象来提升城市精神文化理念的传播途径, 可以更好地展现城市的独特个性。无论是对城市的核心要素还是对其他相关要素进行设计, 都需要设计者明确各涉及要素的固定组合关系, 如此才能保障城市品牌形象的最终设计和谐统一。从这一点来讲, 在对城市形象进行设计时必须扩大对城市的定位范围, 从更全面的角度来寻找城市品牌形象的定位点, 打造合理规范的城市品牌, 从而为城市树立良好的形象特点, 彰显城市的独特魅力。因此, 基于城市定位视角进行城市品牌形象设计是十分必要的。

二、从城市定位视角分析城市的品牌形象设计

2.1 从城市文化定位分析城市的品牌形象设计

城市文化作为一种新兴文化正在蓬勃发展, 这种文化可以简单的理解为城市在发展过程中所产生的独具自身特色的文化, 它与其他地区的文化特点存在差异。这种城市文化并不是空穴来风, 一时兴起, 它是切实的依照城市的发展文化、历史底蕴、民族特色、饮食文化以

科研项目:

陕西省教育厅专项科研项目: 一带一路战略背景下大西安城市品牌形象塑造与传达 (19JK0919)

陕西省体育局常规课题项目: “丝路文化” 视阈下的陕西体育运动休闲特色小镇视觉传达设计研究 (2020362)

及传统艺术等多方面杂糅而成。着重分析城市所具备的文化特色,才能够对城市有足够清晰的了解和认知,在设计时也更能突显城市所具备的独特气质,如此可以为设计城市品牌形象打下根基。

对城市文化进行定位,首先需要对城市的发展文化进行了解,在城市发展的过程中一定离不开该地区的地理文化特征,所以要对城市所覆盖区域的地理文明进行调研、整理和分析,明确该区域的人口比例及分布特征可以有效的帮助明确城市定位。其次要分析和解读城市的历史文化底蕴,再对城市文化进行了解和分析时必然不能缺少了对城市历史文化的解读和定位,城市的历史文化内涵包含有历史文化遗产等多个项目,设计者应当对城市历史文化进行整理和归类,明晰该历史文明的特征,例如该城市所在区域是否属于中原文化等。这些能够为城市定位打下良好基础。除此之外,设计者还应当增强对城市民俗特色的了解,根据城市所在地区所具有的独特民俗文化以及传统礼仪来清晰对城市的文化认知,并形成一定的参考依据来辅助城市品牌形象设计。部分城市还涉及有独特的饮食文化习惯,不同城市所处的自然资源条件不同也会形成独具特色的饮食文化,在对城市品牌形象进行设计时也可以将这一部分纳入其中。像天津、洛阳等地还具备独特的民间传统艺术,这些也能够为城市提供独特的城市品牌形象设计参考。

2.2 从城市品牌定位分析城市的品牌形象设计

城市的品牌定位通常是通过城市居民来进行的,城市居民会对城市有独一无二的认识,这也能帮助设计者定位个性鲜明的城市特征。而且,该城市的品牌形象也应当符合城市居民的期待,获得城市居民的认可,这在一定程度上也为城市品牌形象定位提供了参考依据。第一点可供参考的是城市的经济发展状况,在设计城市品牌形象之初必须对城市的经济发展状况有一定的了解,清晰城市的发展规划路径以确保建立的城市品牌形象没有偏离城市的发展方向。在对城市发展经济进行定位时也可以同时分析城市的政策、资源、产业等优势,从而形成独具特色的城市形象定位。在这里可以参考云南昆明的城市品牌形象设计,该区域的花卉产业发展繁荣昌盛,而昆明也被广誉为春城,因此以产业优势为着入点进行设计能够十分清楚的知晓该城市的形象特点。除此之外,设计品牌形象时还要注重对城市历史进行定位,可以将历史作为精神文化产品向各地乃至各国进行推广,在这里,可以借鉴江西景德镇的品牌形象设计经验,该地区的陶瓷具备充分的历史文化底蕴,在中外都极具盛

名,因此选择这一历史优势作为城市品牌形象的定位点是十分恰当的。一般来说,占据独特交通要道的城市是最易发展和设计城市品牌形象的,通过城市道路交通进行定位也可以为城市品牌形象提供特殊的切入点,例如珠江三角洲地区的交通状况就与其它城市大有不同。

三、基于城市定位进行城市品牌形象设计

3.1 完善城市标志形象设计

基于城市定位对城市品牌形象进行设计时,首先应当完善城市标志的形象设计,城市标志主要包含了城市的发展文化、历史底蕴、民族民俗特色、饮食文化以及传统艺术等多个角度,在对城市的这些方面都进行充分了解之后选取最能代表城市形象的内容进行发掘,将城市的文化特征转变为视觉符号,这些视觉符号将代表城市的文化内涵进行广泛传播。完善城市标志的形象设计是构建城市品牌形象的重要一环,它能够作为城市对外宣传的重要渠道,不断提升人们对城市的了解和认知,加深对城市的印象,提升城市的名气,这些都能够为创造城市独有的品牌形象,促进外贸文化交流、旅游产业发展打下根基。独具特色的城市标志形象也能够加深居民对城市的认知和认可,更有利于促进城市发展,展现城市形象。

3.2 提升城市品牌形象的设计特点

如今的城市品牌形象设计过于普通,缺少对应的独特性和美感。基于城市定位实现城市品牌形象设计就必须抓准城市所具备的独特性,部分城市的特点并没有体现在城市的标志形象或者城市的特有文化之中,这就需要设计者不断深挖城市的发展内涵。与此同时所设计的城市品牌形象不应当与其他城市出现重叠或契合部分,这些重叠部分很容易弱化本城市的存在价值,因此,提升城市品牌形象的设计特点对于城市的整体品牌形象设计是十分重要的,独一无二的城市品牌形象设计才能够为城市发展带来生机与活力。

3.3 寻找城市品牌形象的标准色彩

城市的品牌形象色彩也是一种文化载体,人们的生活也因为城市具备各种色彩而更加丰富有趣。在对城市品牌形象进行设计时可以为城市设计标准色彩,这种标准色彩可以为一种,也可以为一组。不同的颜色会对人们产生不一样的影响,而每种色彩也具备了自身独特的象征意。在对城市品牌形象进行设计时也可以通过选择不同的标准色彩来突显与其他城市的差别。从这一方面而言,增强人们的视觉冲击,也能够提升城市的记忆度,更利于提升城市的发展价值。

3.4 增添城市品牌形象设计的要素应用

基于城市定位来进行城市品牌形象设计时也需要增添城市品牌形象设计的要素应用,细化城市形象的要素设计,尽可能多的将城市文化要素融入到不同的产品中,以加强城市的品牌形象管理。针对品牌形象不同的应用场景也要对相应的文化元素进行转变,例如在宣传时应当将城市形象设计融合到公共宣传平台当中。在设计城市旅游形象时则必须将城市形象与旅游文化相结合,还可以将城市文化形象设计成相对应的旅游纪念品,印刷具有宣传作用的传单、册子、书籍等,尽可能的形成动态化的城市品牌形象,增强城市品牌的视觉效果。

四、结束语

综上所述,从城市定位视角出发完成城市品牌形象设计最重要的一点是要了解城市的发展状况与特点,以确保设计时对城市品牌形象有清晰合理的定位,这样才能更好凸显该城市的独特魅力之处。设计者在对城市品

牌形象进行定位时可以从城市的发展文化、历史渊源、民族风俗、饮食文化以及传统技艺入手,完善对城市方方面面的了解,着重突出城市的品牌特色与城市标志,将城市的独特要素充分转化为相关的形象设计,使该城市文化得以广泛传播。

参考文献:

[1]何冬.基于城市定位视角的城市品牌形象设计研究[J].美与时代(城市版),2020(10):89-90.

[2]李一彪.中国城市品牌形象设计方向及战略定位[J].连云港职业技术学院学报,2021,34(01):80-84. DOI: 10.19858/j.cnki.1009-4318.2021.01.017.

[3]占自华.基于视觉修辞视角的广州城市形象建构与管理——评《数字时代下城市品牌形象定位及传播》[J].科技管理研究,2020,40(18):272.

[4]占自华.基于视觉修辞视角的广州城市形象建构与管理——评《数字时代下城市品牌形象定位及传播》[J].科技管理研究,2020,40(18):272.