

# 品牌定位在视觉识别系统设计中的导向作用探究

◆王鹏君

(江西科技师范大学 330000)

**摘要:**开展品牌定位的重要原因是要将产品通过赋予其更加强烈和个性化的属性,使其转化为品牌,以便在消费者印象中树立起统一的形象与认识。视觉识别系统设计必须以品牌定位为基础,根据品牌定位的方方面面开展设计,以满足品牌定位的需求。本文探究了品牌定位在视觉识别系统设计中的导向作用,以期对视觉识别系统设计提供理论的支持。  
**关键词:**品牌定位;视觉识别系统设计;导向;市场开拓

## 1、引言

视觉识别系统设计能够帮助公司建立统一的品牌形象,使得公司的广告资源能够更高效地利用。视觉识别系统设计还有助于提高员工对企业的认同感,提升企业的员工归属感,有助于企业形象的树立以及凝聚力的提升。视觉识别设计能够让员工参与到企业品牌形象的建立当中,对于员工的存在感提升大有裨益,这种员工的价值认同能够为企业形象的树立带来积极的作用,是表征员工对企业文化的感知。当员工将自己的荣誉与企业的发展联系在一起的时候,这种组织认同感的纽带作用就此显现。当企业拥有了自己的识别视觉设计时,员工对企业的规范认同感会油然而生,能够激发起员工的责任感与担当感,对于企业的长远发展大有裨益。

企业品牌方案需要从品牌的战略地位着手,需要聚焦品牌消费群体特征进行分析。为了能够让消费者更好地了解品牌,需要让消费者了解品牌的知识结构,这样才能够让品牌在消费者心目中留下好的印象。要确定品牌的知识结构,必须进行品牌定位,并在各个阶段作出与品牌发展相适应的战略决策。

## 2、视觉识别系统设计原则

视觉识别系统设计并不是将公司的 logo 通过机械的方式表达出来,而是要赋予其生动的内涵,通过更加讲究的视觉表达,反映出公司的文化理念和经营的理念。视觉识别系统设计不能仅仅是根据设计人员的喜好,而是应该根据企业的实际情况,更要讲求可实施性。可实施性主要考虑设计的成本、广告宣传效果成果、广告宣传落实难易程度等,若这些难以实现,那么视觉识别系统设计就难以落地,也就谈不上设计效果。视觉识别系统设计要遵循如下几种原则:严格管理的原则;审美规律的原则;可实施性原则;增强民族个性与尊重民族风俗的原则;强调人性化的原则;强化视觉冲击的原则。

## 3、品牌定位在视觉识别系统设计中的导向作用

开展品牌定位的重要原因是要将产品通过赋予其更加强烈和个性化的属性,使其转化为品牌,以便在消费者印象中树立起统一的形象与认识。对于任何成功的品牌而言,能够始终将其品牌形象传达给消费者,是其成功的关键,这种品牌形象的传递是通过与消费者心理连接实现的。因此,每一个品牌都会在最初进行品牌定位的尝试,以检验是否能够对目标人群建立起吸引力方面的优势,并通过各类营销手段将这种优势转化为消费者对品牌的认识。品牌定位对视觉识别系统设计的导向作用主要体现在如下方面:

### (1) 有利于品牌形象的树立及品牌个性的塑造

对于某一个品牌而言,根据消费者特征以及目标市场的特点建立起来的品牌形象是独一无二的。当人们听到品牌的名字以及看到品牌的形象后,就会在脑海中调用对品牌的理解、认识与感觉,从而迅速建立起与品牌之间的联系。这种联系使得品牌一旦建立,就能够让消费者形成较长时间的认可,这对于市场开拓而言,意义重大。因此,在进行视觉识别系统设计时,要注意品牌定位能够有利于品牌形象的树立,这样才能起到最好的效果。

在向消费者提供服务时,不仅仅要注重个性化服务的需求,以满足广大消费者的消费需求差异,还要建立起品牌的个性,使

得品牌能够有区别于其他竞争对手的特质,这也是品牌定位中最为重要与关键的环节。

### (2) 有助于与消费者的交流与沟通

从通俗意义上讲,进行品牌定位就是要让消费者明白“品牌是谁”、“品牌该做什么”、“品牌在做什么”的问题。这其实是一个与消费者交流与沟通的过程,只有消费者完全认可和理解了“是谁、该做什么、在做什么”的问题后,还会对品牌有真正的理解。因此,在进行视觉识别系统设计时,首要要考虑的就是如何通过设计向消费者传达更多的信息,让消费者能够更加直观地了解到品牌的定位。例如,在舒肤佳牙膏的品牌 logo 外观上面,有设计一颗牙齿和彩色的保护光环,能够很清晰地表达出保护牙齿的信息,这就是视觉识别系统设计的成功之处,也是与牙膏品牌定位相契合的地方。

### (3) 有利于品牌的整合与市场开拓

品牌传播与品牌定位上有先后顺序。品牌传播一般是通过媒体广告的方式,将品牌的设计传达给消费者,以获取消费者的认知与认可。在进行这些工作之前,需要先准确地实现品牌的定位。对于如今激烈的市场竞争与发达的媒体网络,整合营销几乎所有品牌都需要走的路,整合营销能够在全网络达到一致性的整合结果,若没有精准的品牌定位,这总整合营销就缺乏了针对性,容易在消费者心目中留下品牌不良的印象。因此,在进行视觉识别系统设计时,一定要考虑好所表达的品牌定位要能够在品牌传播时容易被消费者接受。

另外,在市场的开拓方面,品牌定位同样关键。对于消费者而言,使用某种产品在一定程度上代表的是对品牌定位所表达的情感上的诉求。例如,著名的万宝路香烟,最初的品牌定位为女性香烟市场,无论是品牌 logo 还是营销渠道方面,都是以女性为主打点。由于女性香烟消费者较少,万宝路市场一直无法拓展。为此,万宝路开始了品牌的重新定位,并重新设计了品牌的 logo,在视觉识别系统的设计上,一改以往的女性化元素,以铮铮铁汉形象示于消费者,很快便打开了市场,并取得巨大成功。

## 4、结论

品牌定位越成功,品牌经营越能够从竞争者中脱颖而出,从而为企业在市场竞争中获得优势,抢占更大的市场份额。如果品牌定位出现失误,消费者难以建立起与品牌形象与个性之间的联系,那么产品就无法从众多品牌中脱颖而出,最终泯然于众平庸之列。品牌传播的效率和方向、效果都依赖于品牌的定位,品牌定位明晰,企业便有的放矢。总而言之,通过综合运用各种品牌运营方式,品牌定位所决定的品牌整体形象将留在消费者心中。这是品牌管理的直接结果,也是品牌管理的直接目的。如果你没有正确的品牌定位,无论你的产品质量有多高,无论性能如何好,无论如何做促销手段,都不可能成功。

### 参考文献:

- [1] 杨艳君. 品牌就是效益——VI 设计在市场营销中的重要作用[J]. 大观, 2017(6).
- [2] 贺志勇. 服装品牌视觉形象识别系统的定位与设计研究[J]. 文艺生活·文海艺苑, 2016(3):156-156.
- [3] 林友清. 品牌定位应当是一套“组合拳”[J]. 中国储运, 2017(6):93-93.
- [4] 王江远. 旅行社品牌跨媒体识别设计的研究[D]. 东华大学, 2017.
- [5] 白艳霞. 品牌识别实施在品牌塑造中的作用——以天猫为个案[J]. 现代装饰(理论), 2016(9):232-234.

**作者简介:**王鹏君,江西科技师范大学,美术学院视觉传达专业。