

神
宝
来
的
州
龙
阳
力
利
金
美
神
科
太
健

力
大
石
化
集
团
帝
酒
固
东
深
圳
中
华
油
头
国

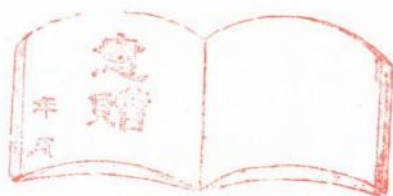
中國

C I S

之路

編著 梅 雨

亞太經濟新聞中心



以坚实的步伐在中国推进 CI 事业!



编著人：梅 雨

职业记者。专栏作家。CI研究者。四川宜宾市人，四川青年作家创作协会暨广东新闻学会会员。代表作品有通讯名篇《陌生的保护人》和同名广播剧获全国一等奖，撰著《熊猫世界探秘》、《广东CI战略风》、编著《中国企业形象革命启示录》等。我国第一部大型企业形象CI电视专题片《中国CIS之路》总策划、撰稿、制片人。现为广州亚太经济新闻中心主任。

中国CIS之路

梅 雨 编著

亞太經濟新聞中心
ASIAN-PACIFIC ECONOMIC NEWS CENTRE

出版前言

由中国企业管理协会、中国企业家协会会长袁宝华题写片名的我国第一部大型CI专题片《中国CIS之路》，在深圳首播推出，各界认同，鼓励甚多。这一来，竟将我们同中国CI事业挽上不解之结。我等虽不敢有半点虚妄，却是欲罢而不能。于是，接踵有了此书的策划出版，并与专题片同名，曰：《中国CIS之路》。二者璧合，配套互补，一并献给正进入“CI热”的中国企业界和企业家们。

既是确定企业家们为主要传播对象，以CI引入企业主体为目标，本书与专题片均以务实为主。旨在对话交流，CI沟通。通过展示CI先行者们成功实践与模式，回答企业家们什么是CI？为什么需要CI？怎样引进开发CI这样几个最基本的问题。使他们在研读与观摩之中，心领神会，各有所悟；于企业自身之经营发展战略，略有补益。

有道是，路是人踩出来的。中国CIS之路，虽有先行者的开拓，更待后来者扩展，经验者与专家们引导。故本书又以专题片解说词、企业CI运作经验、专家CI论文为主干，三足鼎立。试从三个不同角度探讨之，主题则一个：建立中国特色的CIS战略。

令人鼓舞的是，CI运作者、大陆与港台CI专家踊跃赐文；国家体改委副秘书长、新闻发言人冯并先生欣然作序。振奋之余，更感肩上责任重大，脉管中那份莫可名状的使命感涌动不息。于是，立片言扬鞭自励：以坚实的步伐在中国推进CI事业！

值此专著付印之际，我们谨向给予《中国CIS之路》热情扶助的各位领导、各位专家、各位朋友，以及提供CI运作成果的企业先行者们，致以深切谢忱！并愿同国内一切有志于中国CI事业之士，携手并进，合作互勉，共同为帮助我国处于经济转型中的企业顺应世界经营战略发展潮流，塑造提升形象，增强竞争实力，掌握生存发展的主动权；为中华民族经济之迅速崛起，尽绵帛之力。

建立中国特色的CIS 战略

——序《中国CIS 之路》

国家经济体制改革委员会

副秘书长、新闻发言人

冯 异

今年八月二十六日至二十八日在深圳举办了'94 中国企业 CI 战略推广研讨会，会议期间推出电视专题片《中国 CIS 之路》并编辑了这本同名专著，这是我国企业界引进推广 CI 的一件大事。

这次中国企业首届 CI 研讨会开得很成功。《中国 CIS 之路》电视专题片的首播反响热烈，座无虚席，反映了在国内市场同国际市场接轨的新形势下，中国企业家们对世界先进经营管理经验的认同与追求。研讨会收到了激励与振奋民族自强精神的效果。湖南某药业公司的一位副总经理在电视片观摩问卷中写道：“我永远不相信中华民族比其它民族不过！”这很有代表性，很可贵。表明了中国企业、中国企业家们冲出国门、走向世界的雄心与抱负。

世界风行 CI 战略。欧美、日本等国家和地区的经济发展，CIS 战略起了很大作用。尤其是日本战后迅速崛起，CI 战略在其间扮演了极为重要的角色。

中国 CI 起步较晚，但进展迅速。CI 进入我国的广东地区，不过六、七年时间，已造就了太阳神、健力宝、金利来、中华自行车、神州、科龙、美的、东大、固力、华帝、等一大批企业和名产品，成为“粤货”征战市场的一大营销利器。从研究企业现代经营战略的角度看，这是一个值得企业家们普遍思考的问题。它从一个侧面揭示了广东经济高速发展的秘密和企业成功之路。

CI 在中国企业界引进推广，很有必要。世界经济潮流正朝着国际化、一体化方向发展。我国改革开放的力度不断加大，市场经济体系不断完善，面对激烈的市场竞争和世界工业文明的挑战，中国企业除了更新自强之外，别无选择。中国企业正处于传统计划经济向市场经济过度的经济转型与历史性变革之中，体质老化、观念守旧、管理落后、竞争力差等问题普遍存在。一个企业如若不能从长期发展目标和总体经营战略上，构建起经营者和全体员工一致认同的价值观念、企业精神、企业文化与管理模式，依然停留在旧有小生产的经营层面和经营方式上运作，很难不受到优胜劣汰市场规律的惩罚。从这个意义讲，中国企业将直面一场深刻的企业形象革命，从而将整体素质水平提高一步，以强劲的实力和优良的形象，参与世界经济竞争。

在中国引进推广 CI，应结合国情和企业实际，探索具有中国特色的 CIS 之路，建立中国型 CIS 战略。'94 中国企业 CI 战略推广研讨会确立的这一主题很有指导意义。电视片和同名专著《中国 CIS 之路》对此进行了有益的探索。电视片和书中荟

集的成功导入 CI 企业，提供了先行实践经验。今后的 CI 理论研究，应用推广，仍需沿着这一主题深化发展。我们传统的民族文化，不同于其它民族的文化。我们在引进国外的 CI 理论和实践的同时，须注入中华民族数千年丰富的优秀文化传统，同世界先进经营管理经验相融，创立具有中国特色的 CIS，从而创建中华民族崭新的工业文明，屹立于世界民族之林。

CI 在我国企业界推广还有一定难度。许多企业经营者对 CI 一无所知。旧有的体制、观念、环境等许多因素，仍制约和束缚着企业家们的手脚，使他们同 CI 失之交臂。但是，作为市场国际化的需要，CIS 是中国企业通向 21 世纪的必由之路。具有超前意识和现代观念的经营者们，已纷纷着手规划企业形象战略，引进开发 CIS 作业。我们都有责任和义务帮助企业家们拿起 CI 战略武器，通过各种形式，普及 CI 知识，推广 CI 典型，接受 CI 咨询，引领企业逐步导入 CI 战略，加快同国际经济接轨和建立现代企业制度步伐。

为将 CI 从理论界、美术界引向企业主体，广州亚太经济新闻中心难能可贵地用整一年时间，对我国率先导入 CI 战略的优秀企业群体进行整体考察研究，推出我国第一部大型 CI 专题片《中国 CIS 之路》，受到企业界高度重视，评价为：“总结出中国企业 CIS 之路宝贵经验”、“是当前普及 CI 知识的好教材”、“对推进中国企业 CI 理论及实践发展起重大作用”。该中心在受到来自各方面的热情鼓励中，又编辑了与电视片同名的我国第一部研究中国特色 CI 战略专著《中国 CIS 之路》，收入电视片解说词，企业成功运作 CI 经验，专家 CI 论文，从不同角度丰富和深化了电视片研究主题。值此《中国 CIS 之路》付印出版，并与电视片配套发行的机会，我将它们推荐给感兴趣的企业和企业们，相信会有补益。

（一九九四年十一月二日，北京）

中国CIS之路 目 录

- 4· 出版前言
 - 5· 序
 - 7· 目录
 - (一)'94 中国 CI 大事记**
 - 10· 袁宝华题词
 - 11· 第一部大型 CI 专题片《中国 CIS 之路》问世
 - 12· '94 中国企业 CI 战略推广研讨会在深圳举行
 - 13· 中企协贺电
 - 14· 开幕词
 - 15· 会议纪要
 - 18· 传媒报道
 - (二)《中国 CIS 之路》解说词**
 - 22· 序幕
(上集)
 - 23· 太阳神：揭开中国 CI 战略序幕
 - 24· 健力宝：雄风千里的公关 CIS
 - 25· 金利来：实施名牌战略的 CIS
 - 26· 美的：创造完美形象的 CIS
 - 27· 神州：树立专业权威性的 CIS
 - 28· 科龙：企业迈入新时期的 CIS
(下集)
 - 30· 固力：转换共用商标的 CIS
 - 31· 东大：顺应国际潮流的 CIS
 - 32· 深圳石化：统一企业形象的 CIS
 - 33· 中华集团：产业报国精神的 CIS
 - 34· 华帝：创新视觉形象的 CIS
 - 35· 汕头国洒：中西合璧管理的 CIS
 - 37· 尾 声
 - 38· 观摩问卷评语
 - (三) CI 人物专访**
 - 44· 访“太阳神”商标的主要设计者
 - (四) CI 运作经验**
 - 48· 太阳神更新期 CI 战略初探
 - 54· 金利来的名牌形象战略
 - 60· 试论 CI 在科龙的成功导入
 - 62· 注重理念的美的 CIS
 - 64· CI 导入与决策者的超前意识
 - 66· 神州集团的 CIS 导入法
 - 67· 东大集团导入 CI 的效果
 - 69· 深圳石化 CIS 渐入佳境
 - (五) CI 商标意念集锦**
 - (六) CI 专家论文**
 - 82· 探索中国 CIS 之路
 - 89· CI 走进中国
 - 92· 中国 CI 与国际化潮流
 - 99· 中国 CI 发展的纵与横
 - 101· 论企业形象的建立
 - 109· 探讨 CI 的定义与 VI 的作用
 - 111· 从台湾文化的设计谈台湾设计的文化
 - 112· [红星战略]· 企业形象五意
- 附录**
- 121· CI 基本知识
-

'94 中国CI 大事记

中国企业管理协会、中国企业家协会会长、著名经济学者袁宝华，为我国第一部大型企业形象CI电视专题片题词：

中国CIS之路
广东CIS战略风

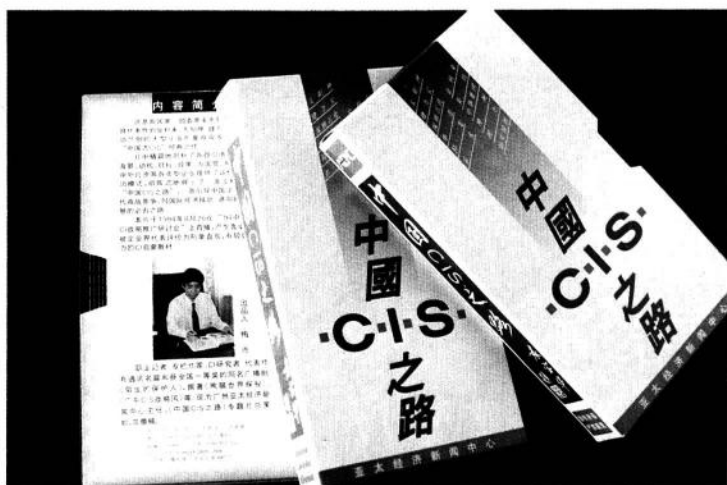
袁宝华题 

我国第一部大型企业形象CI 专题片 《中国CIS之路》问世

《中国CIS之路》是亚太经济新闻中心用一年时间，对我国率先导入CI战略的优秀企业群体进行整体考察研究之后，最新推出的我国第一部大型企业形象CI电视专题片。

片中荟萃了太阳神、健力宝、金利来等最具代表性的12家成功运作CI战略范例，精辟地剖析它们各自引进开发CIS作业的背景，动机，目标，效果，为国营、集体、乡镇、合资等各类型企业，提供示范性、可操作性CI战略模式。

本片分上、下集，共12个专集。



'94 中国企业CI 战略推广研讨会 在深圳隆重举行

1994年8月26日至28日，'94中国企业CI战略推广研讨会在深圳隆重举行。大会以探讨建立中国特色CIS战略为主题，首播观摩最新推出的大型CI专题片《中国CIS之路》，企业代表与CI专家发表论文、参观深圳首届企业形象展示会等，收到良好效果。

这届中国企业CI盛会由广东省企协、广州亚太经济新闻中心主办。中企协向大会发来贺电。

图为大会主席台：



(洪锦雄 摄影)

贺 电

广东省“两会”：

值此你会与广州亚太经济新闻中心合作召开《'94 中国企业 CI 战略推广研讨会》之际，中国企业管理协会、中国企业家协会谨向会议表示祝贺！

希望你们借会议召开之际，认真研究探讨中国特色的企业 CI 战略管理发展方向和实践经验，鼓励更多的企业参与国际市场竞争，加快中国企业与国际市场、国际企业管理接轨的步伐，为发展社会主义市场经济，建立现代企业制度做出新的贡献！

祝会议圆满成功！

中国企业管理协会

中国企业家协会

一九九四年八月二十日

'94 中国企业CI 战略推广研讨会 开 幕 词

中国企业管理协会常务理事

广东省企业管理协会常务副会长 杨开茂

各位领导、各位代表、各位专家：

经过长期酝酿筹备、报告中国企业管理协会、中国企业家协会同意召开的'94 中国企业 CI 战略推广研讨会，现在开幕了。我代表大会主办单位——广东省企业管理协会、企业家协会，广州亚太经济新闻中心，向来自全国各地的企业代表；向拨冗光临大会指导工作的中央有关部门、省政府、深圳市等有关领导；向应邀赴会交流 CI 战略的专家、学者和典型企业代表，致以崇高敬礼！表示热烈欢迎！

同志们，朋友们！这次大会推广研讨的主题是：在我国发展社会主义市场经济，建立现代企业制度，企业与国际市场、国际管理接轨的新形势下，探讨中国特色的企业 CI 战略管理发展方向和实践经验。我们要探讨企业怎样面对复杂的外部经营环境，面对日趋激烈的市场竞争，通过加强企业的自身建设，整合员工意识，筑构经营理念、调整经营战略，建立企业经营与社会责任相融合的价值取向，从而达到改善企业体质，提升企业形象，凝聚企业精神，增强企业竞争力之目的。这正是当今中国企业界的热门话题：CI，企业形象战略。

我们这次大会的研讨方式，是“推广研究”。在观摩率先导入 CI，运用企业形象战略决胜市场成功模式的基础上，研究我们中国企业的走向，研究中国企业怎样同国际经济接轨，领取通向 21 世纪的“护照”，研究一场正在中国企业界酝酿萌动，具有深层意义的企业形象革命……

为了使这次大会开得内容充实，开出成果，大会主办单位之一——广州亚太经济新闻中心，在广东省企协、省乡镇局的支持下，从今年元月份起，花了八个月时间，展开对我国率先导入 CI 战略优秀企业群体的调查、研究、采访收资工作，在中国《企业家报》头版开辟专栏，连载报道。优选最具代表性的 CI 成功范例：金利来、太阳神、健力宝、神州、美的、科龙、中华自行车、东大、固力、华帝、深圳石化等 11 家企业，同广州电视台合作，摄制成了我国第一部大型企业形象电视专题片：《中国 CIS 之路》。中国企业管理协会、中国企业家协会会长袁宝华，欣然为这部电视片题写片名，寄予深切关注。

这部电视专题片的作用，既是为筹备召开本次大会对中国企业引进开发 CI 战略的一项研究成果的汇报；又是向与会代表以及会后向广东和全国企业推广企业形象战略，推动、引发企业形象革命的一部参考教材。电视片站在特定分析研究的角度，

精辟地论述总结了 11 家企业导入 CI，运用企业形象战略决胜市场的成功实践，剖析了先行者们各自引进开发 CI 作业的不同背景、动机、目标、模式及其效果。组阵地向我们展示了一条探索之中、交相辉映的“中国 CIS 之路”；一条引导中国企业赢得现代商战竞争，同国际经济接轨，通向高层次发展的必由之路。相信与会企业代表观摩电视片和听取专家报告、企业介绍之后，会有收益，会有启示。

同志们，朋友们！我国的改革开放，正不断加大力度，深入扩展。我国经济正处于一个高速稳健发展的历史时期。未来的 21 世纪是亚洲的世纪。亚太经济、中国经济是举世瞩目的重心所在。与此相关，我国企业面临严峻挑战。长期处于传统计划经济体制下的旧有经营观念，经营体制，管理方式，员工意识，以及企业体质老化的现状，均同当今世界通行的现代企业经营战略、同国际市场运作惯例不相适应。种种迹象表明，中国企业正处于一个剧烈动荡与变革之中，具有深层意义的企业形象革命潮流开始在中国企业界涌动，这是不以人们的意志为转移的大趋势。让我们携起手来，共同为中国企业形象管理建设而努力，全面推广先进的 CI 现代营销战略；为把中国企业 CI 战略运作水平提高一步，把中国企业的整体素质水平提高一步，作出我们应有的贡献。让我们共同为首届中国企业 CI 战略推广研讨盛会，取得圆满成功而努力！

谢谢大家！

（一九九四年八月二十六日）

中国将兴起企业形象革命

——’94 中国企业 CI 战略推广研讨会纪要

会名：’94 中国企业 CI 战略推广研讨会

日期：1994 年 8 月 26 日～28 日

地点：深圳市

主办：广东省企业管理协会、企业家协会

广州亚太经济新闻中心

承办：深圳石化集团

主题：探讨中国特色的 CIS 之路

出席会议代表：北京、上海、内蒙、海南、浙江、江苏、湖南、云南、广东、湖

北和香港等省市自治区的企业界代表、国务院有关部门、广东省、深圳市有关领导和 CI 专家、新闻记者共 200 多人出席大会。出现会场爆满，座无虚席，乃至门外也挤满了站众的盛况。

会议由两家主办单位负责人陈伟玉、葛长义和梅雨主持。中国企业“两会”常务理事、广东省企业“两会”常务副会长杨开茂致开幕词，国务院发展研究中心李兰、广东省经委巫开立、广东省乡镇企业管理局副局长鲁兰桂、深圳市市长助理李建国，深圳市经发局局长陶炎民等领导出席大会讲话。

这次研讨会报经中国企业管理协会、中国企业家协会同意，并发来贺电。袁宝华会长予以热情支持，亲笔为电视专题片《中国 CIS 之路》题写片名。

现将会议主要收获和建议纪要如下：

(一)

大会以探讨中国特色的 CIS 之路为主题。在我国传统计划经济向市场经济过度、国内市场与国际市场接轨的新时代新形势下，我国企业面对激烈的市场竞争与世界工业文明的挑战，研究风行世界的 CI 战略引进中国，促进企业形象革命的发展方向和实践经验，加快企业与国际市场、国际企业管理接轨的步伐，推动中国更多的企业参与国际市场竞争，为发展社会主义市场经济，建立现代企业制度作出贡献。

大会以推广研究方式，在首播观摩大型企业形象电视专题片《中国 CIS 之路》，展现我国率先导入 CI 战略的金利来、太阳神、健力宝等 11 家成功范例的基础上，安排 CI 专家发言和太阳神、金利来、深圳石化等企业经验交流，组织参观“深圳市首届企业形象展示会”，取得良好效果，达到预期目的。代表们对下列问题取得共识，对推动中国企业形象革命具有重要意义——

一、中国企业正处于经济转型的历史性变革时期。企业战场正发生前所未有的变化，经营环境日趋复杂。市场竞争渐由商品力和销售力的竞争，升级为企业形象力的全面竞争。体制老化、缺少个性的中国企业，将无可回避地面对一场深层意义的企业形象革命。引进开发 CI，是中国企业走向成功，同国际经济和企业形象管理接轨，通向高层次发展的必由之路。

二、中国企业引进 CI，应走自己的路，建立具有中国特色的企业形象战略。电视片《中国 CIS 之路》作了有益的探索。片中率先导入 CI 的成功企业在引进“美国式视觉型 CI”、“日本式文化型 CI”中，注入了中华民族传统的优秀文化内涵，具有强烈的振兴民族经济的使命感。诸如金利来创立中国人名牌跻身世界名流意识，太阳神振兴民族工业的理念，中华自行车的产业报国精神，深圳石化集团迎着朝阳创一流，健力宝进军美国——世界饮料市场制高点的雄风等等，都在引进 CI 的创造发展中，喊出了中国企业冲出国门，走向世界的最强音。这对于推动、引领我国的企业形象革命有着重要的经验意义和示范作用。

三、中国企业引进开发 CI 作业，必须注重内涵式导入，防止步入表象化误区。开发 CIS 作业是一项系统工程，不只是设计一个标志，一种标准字的问题。我国导入 CI 战略的成功范例说明，CI 的导入，应该是对内建立起经营理念、价值共识、发展架构和有声有色的企业文化氛围；对外，塑造良好的企业形象和品牌形象。而不是只