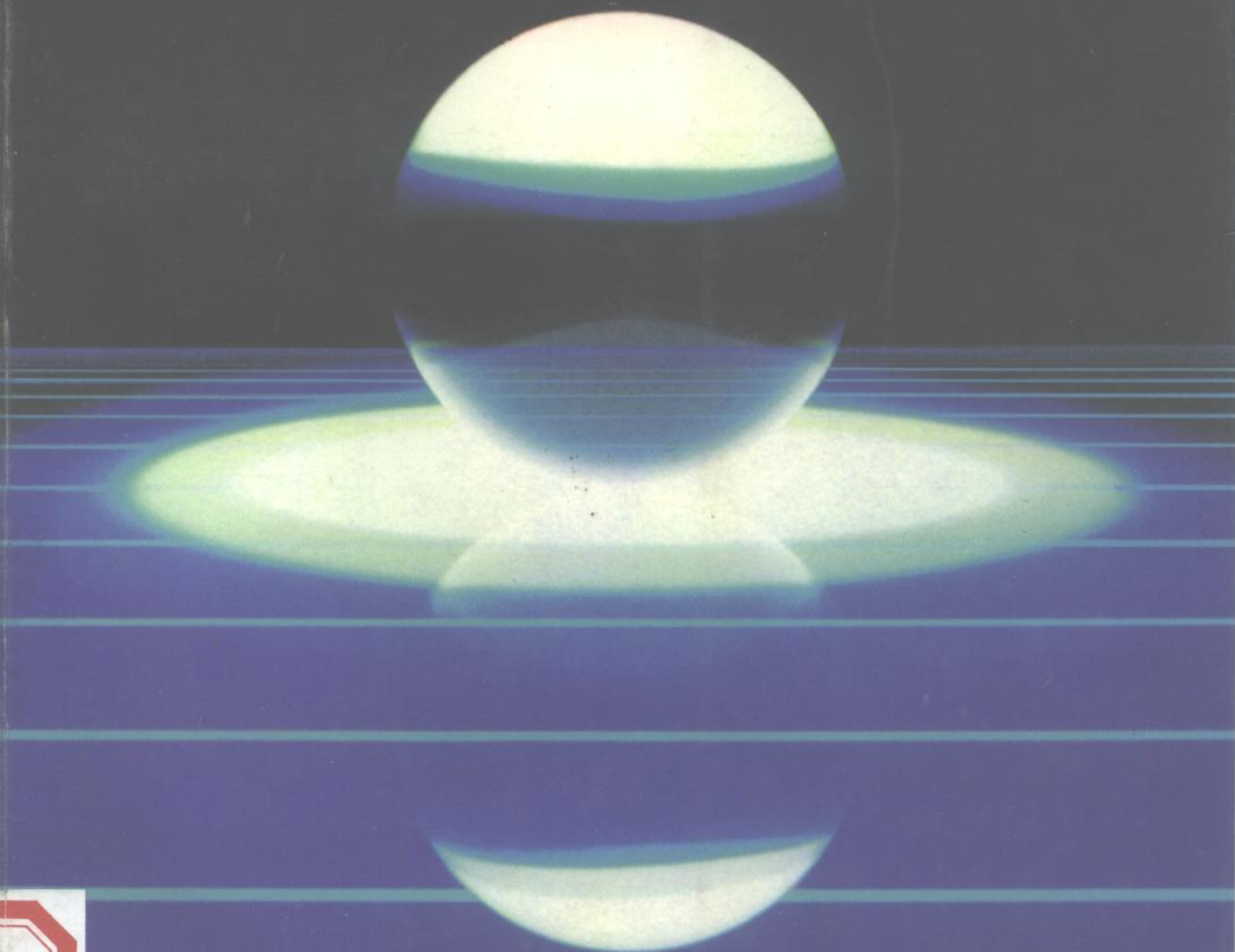


最新企业形象视觉识别设计丛书

促销视觉识别系统设计

下 册



黑龙江科学技术出版社

最新企业形象视觉识别设计丛书

促销视觉识别系统设计

下 册

主 编: 钟宁 余雁 晓 东
副主编: 张磊 夏宇 李贤宁



黑 龙 江 科 学 技 术 出 版 社

(黑)新登字第2号

最新企业形象视觉识别设计丛书

主 编：钟 宁 余 雁 晓 东
副主编：张 磊 夏 宇 李贤宁

编写人员：

余 雁	晓 东	钟 宁	夏 宇
张 磊	李贤宁	杨光明	梁思隆
王 梅	张 正	李志明	沈 鹏
王吉文	沈映红	李洪琛	吴 颖
陈会东	黄志超	吕震夏	张承沛
刘维维	徐隆灿	伍明琪	张玉芬
陈光华	罗阿芬	贾晓红	夏建光
王耀煌	邓凯旋		

促销视觉识别系统设计(下册)

责任编辑：李月茹

装帧设计：余 雁 夏 宇

黑龙江科学技术出版社	出版	(哈尔滨市南岗区建设街35号150001)
辽宁美术印刷厂	印刷	(沈阳市皇姑区北陵大街17号)
新华书店北京科技发行所	发行	(北京市西直门外北礼士路54号)

787×1092毫米

16开本

10印张

1992年3月第1版

1992年3月第1次印刷

印数：1—4000套 每套定价：818.00元 上、下册定价：133.00元

ISBN 7—5388—1663—1/Z · 210

目录

促销视觉识别系统设计(下册)

评点·图例 NEW VI DESIGN SERIES

- 4● 麒麟 KIRIN 公司
- 9● 可口可乐 Coca Cola JAPAN 公司
- 12● 百事可乐 PEPSI - Cola JAPAN 公司
- 17● Q. P 公司
- 22● BENETTON JAPAN 公司
- 27● 东武 TOBU 公司
- 29● 三洋 SANYO 公司
- 31● REGAL 公司

饮料 DRINK

- 36● SUNTORY 公司
- 38● Orion 公司
- 41● Asahi 公司
- 45● AJINOMOTO 公司 AGF 牌产品
- 48● CUTTY SARK JAPAN 公司
- 51● 广屋 HIROYA 公司
- 53● SAPPORO 公司
- 55● evian 公司
- 57● Mercian 公司
- 60● 明治 MEIJI 公司 KIHON 牌产品
- 62● La Brasserie Molson 公司
- 64● Thomas J. Lipton 公司

食品 FOOD

- 66● YAMASA 公司
- 73● 明治 Meiji 公司
- 80● LOTTERIA 公司
- 83● FIRST KITCHEN 公司
- 86● Culinar - Vachon 公司
- 87● WENCO JAPAN 公司 DOM DOM 牌产品

- 88● WENCO JAPAN 公司 WENDY'S牌产品
- 91● MOSFOOD SERVICES 公司
- 94● AJINOMOTO 公司
- 96● Jerome 公司
- 98● Golden Valley Microwave Foods 公司
- 100● Denny's Restaurants 公司

服装 APPAREL

- 106● LUMINE 公司
- 108● MATSUYA 公司
- 110● 三洋 SANYO 公司 BILLBLASS 牌产品
- 112● 三洋 SANYO 公司 KRIZIA 牌产品
- 115● DURBAN 公司
- 118● KIND WEAR 公司
- 120● TOKUKO 公司
- 122● WORLD 公司 Lui Chantant 牌产品
- 124● WORLD 公司 GIO SPORT 牌产品
- 126● MARUI 公司
- 131● Takashimaya 公司
- 133● ISETAN 公司
- 137● 东武 TOBU 公司
- 139● AMERICAYA 公司

体育用品 SPORTING GOODS

- 142● BRIDGESTONE 公司
- 147● YOKOHAMA 公司
- 149● YONEX 公司
- 152● NIKE JAPAN 公司
- 154● MIZUNO 公司
- 157● GOLDWIN 公司

最新企业形象视觉识别设计丛书

促销视觉识别系统设计

下 册

主 编: 钟宁 余雁 晓 东
副主编: 张磊 夏宇 李贤宁



黑 龙 江 科 学 技 术 出 版 社

前言

商场如战场。企业要在激烈的竞争中生存和发展,必须掌握市场竞争势态,制定出卓有成效的营销策划。企业经营者不仅要考虑市场的“需求”,还必须顾及到市场的“竞争”。而促销活动作为营销策略的重要手段,能够有效的实施确定的目标。在促销活动中,企业策划设计出不同视觉媒体形式,进行一整套宣传,提高企业知名度,扩大产品市场。在西方发达国家,促销广告已占整个营销预算的重要部分。因此促销活动,是现代市场营销策略不可缺少的一环。

促销活动旨在鼓励、推动消费者对企业产品的试用,强化消费者对企业及其产品的好感和信任,从而激发购买欲望,在销售竞争中领先一步。它的形式主要包括产品展示、产品试用(免费赠送、品尝),举办各种竞赛,有奖销售及特定的活动等等。促销广告是指与促销活动相配合的各种平面印刷宣传品和影视形象的创意设计,而这些媒体形式具有整体性和系统性。根据促销策划的目的,大体可分为以下几种形式:

1. 树立企业形象 产品是由企业所生产的,企业形象的好与否则将直接影响产品的销售,企业形象一旦在公众心目中形成一种心理印象,便很难再改变。因此在促销活动中,利用各种媒体形式宣传企业形象,在消费者中建立信赖感,加强企业与消费者之间的交流,从而促使消费者购买他们所信任的企业产品。

2. 产品形象定位 产品形象定位包括3方面内容:(1)提高产品品牌知名度。高品质的产品会使消费者产生信任,那么针对品牌进行广告宣传,提高消费者对产品的认知度,建立良好的品牌形象,是促销广告的重要手段。(2)产品特性。宣传同类产品中所独具的特点,往往也是促销广告的一种手段,在视觉广告媒体中充分表现出产品的优势、特性、成分,此类广告侧重于说明性,从而在同类产品竞争中获取市场。(3)产品示范性。有许多开发性产品,消费者对于新产品的性能、用途及功能缺乏认识和了解,可通过促销广告展示产品的新功能,并可结合销售服务活动进行演示性宣传。

3. 促销对象 产品推销的目标对象是消费者,促销广告根据不同消费者需求,策划出不同形式内容的广告。主要包括4个方面:(1)追求时尚。追求时髦是现代人的心态,赶潮流、崇拜名人已成为现代消费者一种生活方式和生活内容。如可口可乐可谓风靡全球的世界饮料,它的广告定位是青年人。因为追求时尚,爱赶新潮的主要消费对象是青年人,许多企业经营者针对这类消费群进行产品促销定位,策划广告目标。(2)吸引注意。为了推销产品,可创造一个新奇、富有情趣的主题形象打动消费者,使消费者对产品产生好感和兴趣,是一种生动而有趣味性的促销形式。(3)刺激型。此类广告形式着重于激发消费者的购买欲望,如有奖销售、竞赛、赠送等形式。那么结合此活动所设计的有关印刷品及其他广告宣传,是一种极有效的促销手段。(4)心理需求。在促销广告设计中,除了考虑消费者的基本需求外,更注重消费者的心理需求,通过对消费者的关心、亲近,沟通企业与消费者之间的感情,体现消费者的利益,迎合消费者的各种心理需求。

4. 机会型 大型文体活动或节日期间,是促销活动开展的最好时机,可借助大型活动这一良好的氛围将产品形象推出,既能提高企业知名度,同时也能增强产品品牌的认知度。

在我国市场竞争日趋激烈的今天,促销策划将会活跃在竞争的舞台上,面临严峻的挑战。只有那些有智慧和胆识的企业实施有效的促销策划,才能在竞争中处于领先地位。本书将部分著名企业成功实施促销策划的视觉系统设计作品介绍给读者,希望能为企业界及设计界整体策划的实施与应用提供借鉴和参考。

目录

促销视觉识别系统设计(下册)

符号·图例 NEW VI DESIGN SERIES

- 4 ● 麒麟 KIRIN 公司
- 5 ● 可口可乐 Coca-Cola JAPAN 公司
- 12 ● 百事可乐 PEPSI - Cola JAPAN 公司
- 17 ● Q.P. 公司
- 22 ● HENKITTON JAPAN 公司
- 23 ● 东武 TOBU 公司
- 29 ● 三洋 SANYO 公司
- 31 ● HOKUAI 公司

饮料 DRINK

- 38 ● SUNTORY 公司
- 39 ● Onon 公司
- 41 ● Asahi 公司
- 45 ● AJINOMOTO 公司 AGI 牌产品
- 46 ● CUTTY SARK JAPAN 公司
- 51 ● 1° 牌 HIRAYA 公司
- 52 ● SAPPORO 公司
- 53 ● esma 公司
- 57 ● Meidan 公司
- 61 ● 朝日 MEJI 公司 KIRIN 牌产品
- 62 ● La Bienerie Malaisie 公司
- 64 ● Thomas J. Liggett 公司

食品 FOOD

- 66 ● YAMASA 公司
- 79 ● 明治 Milk 公司
- 80 ● LOTTERIA 公司
- 83 ● FIRST KITCHEN 公司
- 86 ● Culture - Vachon 公司
- 87 ● WENCO JAPAN 公司 DOM DOM 牌产品

- 88 ● WENCO JAPAN 公司 WENCOYS 牌产品

- 91 ● MOSFOOD SERVICES 公司
- 94 ● AJINOMOTO 公司
- 96 ● Jeanne 公司
- 98 ● Golden Valley Microwave Foods 公司
- 100 ● Denny's Restaurants 公司

服装 APPAREL

- 106 ● LUMINE 公司
- 108 ● MATSUYA 公司
- 110 ● 三洋 SANYO 公司 BILLBLASS 牌产品
- 112 ● 三洋 SANYO 公司 KRIZIA 牌产品
- 114 ● GURBAN 公司
- 116 ● KINK WEAR 公司
- 120 ● TUREKIO 公司
- 121 ● WORLD 公司 Lal Chantant 牌产品
- 124 ● WORLD 公司 GLOBEMARK 牌产品
- 126 ● MARUT 公司
- 131 ● Takashimaya 公司
- 132 ● TSETAN 公司
- 137 ● 东武 TOBU 公司
- 138 ● AMERUCAYA 公司

体育用品 SPORTING GOODS

- 142 ● BRIDGESTONE 公司
- 143 ● YOKOHAMA 公司
- 146 ● YONEX 公司
- 152 ● NINE JAPAN 公司
- 154 ● MIZUNO 公司
- 157 ● GOLDWIN 公司

评点·图例

KIRIN

麒麟 KIRIN 公司

在激烈的市场竞争中,为了树立企业形象和开拓营销之路,在奥运会开幕前,产品与市场的促销策略,借助举办文化和大型活动为契机,精心策划促销活动。通过整体视觉系统创意设计,塑造企业形象。该系列广告视觉表现突出奥运精神,富有朝气,少女与大红角图案构成,给人以清爽、向上、积极的感觉,烘托奥运盛会的气氛,在广大消费者中形成一种极其强烈而不可抵御的影响力。麒麟啤酒在92年巴塞罗那奥运会推出自己的新产品,作为奥运会指定产品,利用世人瞩目的盛会,来展示企业形象,取得了很好的效果。

图例



ことしのラガーはおいしいぞ。
麒麟ラガービール



© 1992 麒麟麦酒株式会社



応援します。
バルセロナオリンピック。



この夏、限定発売。
麒麟ラガービール
バルセロナオリンピック缶。

KIRIN LAGER BEER

图例

「麒麟」乃而设计奥运大会赞助商世不日主,麒麟啤酒是本公司主要产品,麒麟啤酒是本公司主要产品,麒麟啤酒是本公司主要产品。



ことしのラガーはおいしいぞ。
キリンラガービール

[The following information was obtained from the author's personal files.]

NEW VINTAGE SERIES

陪地

“在塔,”都蘭道爾山頂好聽,我們兩人的已塞牙
那事這台第一天。”



推助



POP

標記

电视广告

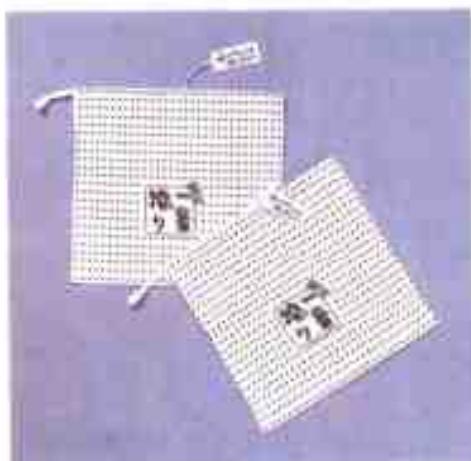


KIRIN LAGER BEER

KIRIN LAGER BEER



手付



贈品



おとさんありがとう
キリン一番搾り

紙製



①②は、③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿

NEW VI DESIGN SERIES

紙製



KIRIN

うまい
おいしい
ほ。



キリン一番搾り



キリンビール株式会社

キリンビール



うまい
おいしい

POP



展示



产品展示



日本コカ・コーラ株式会社

COCACOLA (JAPAN) COMPANY, LIMITED 可口可樂 Coca-Cola 公司



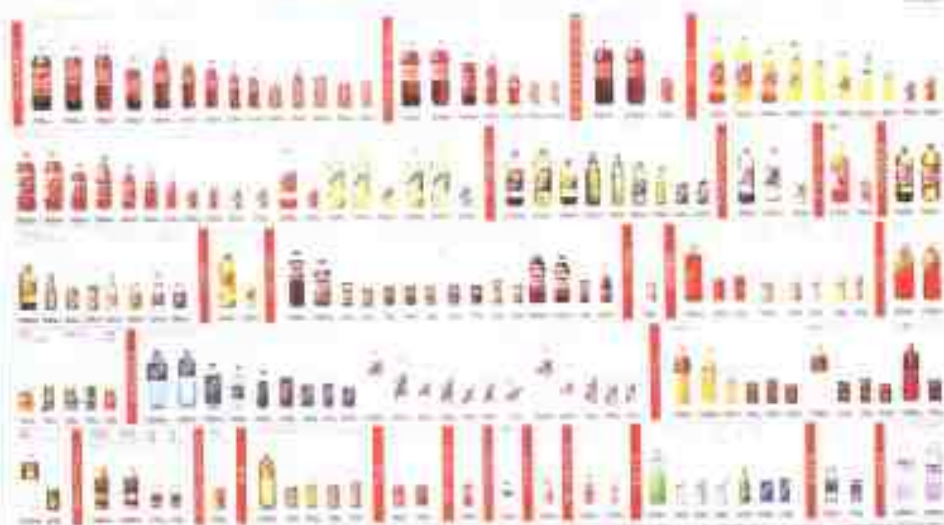
Coca-Cola

TRADE MARK REGD.

さわやかになる、ひととき。



2004年夏季オリンピック



今夏

2004年夏季オリンピック

Aコース
ミニF1サッカーゲーム
1,000名

Bコース
スポーツランシーパー
1,000名

Cコース
レジャーテーブルセット
1,000名

Wコース
10,000名
ギフト券

喜ぶた、シールを
7ポイント集めて当てよう!

ココ・コーラ®製品

総額 13,000名

COCA-COLA
OLYMPIC
SUMMER
PRESENT

応募方法: 2004年7月1日～2004年9月30日まで、全国のコンビニエンスストアで「Coca-Cola」の缶詰を購入すると、缶の裏面に貼られているシールを7枚集めると、抽選で上記の賞品が当たる。応募期間は2004年7月1日～2004年9月30日まで。応募先は、〒100-0001 東京都千代田区千代田、コカ・コーラ・ジャパン・リミテッド。お問い合わせ先: 03-5561-1111

新商品情報

可口可乐公司是世界上销量最大的饮料公司,从公司创建至今,始终注重企业形象的宣传和塑造。在营销战略中,将产品的销售对象定位为青年人,从不断新地开展广告宣传活动,使一代又一代的青年人了解并喜欢上可口可乐。可口可乐已成为消费者日常生活中的一种生活方式的选择,同时也是美国的象征。其经典的红色和飘动流畅的图形与字体,反复出现在不同载体形式中,具有强烈、活泼的视觉冲击力,它可以使全世界不同种族、不同年龄的人立刻识别出来。可口可乐企业在促销活动及与之配合的视觉识别系统上是极为成功的。



产品包装



购物袋



文具



招贴

日本ペプシコーラ社

PEPSI-COLA JAPAN



百事可乐 PEPSI 公司

利用名人广告作为促销广告策略是一种手段，不仅给企业带来经济效益，同时也带来社会效益，两者相辅相成。这种影响力来自名人知名度和吸引力可估算，因此由名人传播的信息容易被人们接受。百事可乐公司西创建时比可口可多立可要10几年，但它始终不甘示弱，曾在可口可多公司一争高下。积极开闢进军式市广告战略，在1992年促销活动中，利用苏联风靡世界的（图34.0）。



图34.0



图34.1

