

CIS

CORPORATE IDENTITY SYSTEM

陈 君 编著
湖北美术出版社

CORPORATE
IDENTITY SYSTEM
CORPORATE
IDENTITY SYSTEM
CORPORATE
IDENTITY SYSTEM
CORPORATE
IDENTITY SYSTEM
CORPORATE
IDENTITY SYSTEM
CORPORATE
IDENTITY SYSTEM
CORPORATE
IDENTITY SYSTEM



企业形象设计



企业形象设计

陈 君 著

湖北美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业形象设计 / 陈君著.

—武汉: 湖北美术出版社, 2001.7

(现代设计基础丛书)

ISBN 7-5394-1127-9

I.企…

II.陈…

III.企业形象 - 造型设计

IV.J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 030453 号

现代设计基础丛书·企业形象设计 ©陈君著

出版发行: 湖北美术出版社

地 址: 武汉市武昌黄鹄路 75 号

电 话: (027)86787105

邮政编码: 430077

h t t p : / / www.hbapress@public.wh.hb.cn

印 刷: 深圳现代彩印有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 3.5 印张

印 数: 4000 册

版 次: 2001 年 7 月第 1 版 2001 年 7 月第 1 次印刷

I S B N 7-5394-1127-9/J · 1029

定 价: 20.00 元

总目

第一章 概述 /1

- 企业形象识别系统 CIS 的概念 /1
- 企业形象识别系统 CIS 的基本构成 /2
- MI、VI、BI 的关系 /2
- 企业形象识别系统 CIS 的意义 /3

第二章 视觉识别系统 VI 的基本要素设计 /4

- 企业标志的构思与设计 /4
- 企业标准字体的构思与设计 /11
- 企业色彩的设计与定位 /13
- 企业象征图形、吉祥物的构思与设计 /15
- 视觉识别系统 VI 基本要素的组合规范 /18

第三章 视觉识别系统 VI 设计的应用展开 /20

- 应用展开的基本要求 /20
- 公务用品系列的设计 /21
- 环境识别系列的设计 /26
- 广告宣传品系列的设计 /30
- 连锁店识别的设计 /34
- 企业车体的设计 /37
- 企业员工服装的设计 /38
- 企业旗帜的设计 /39

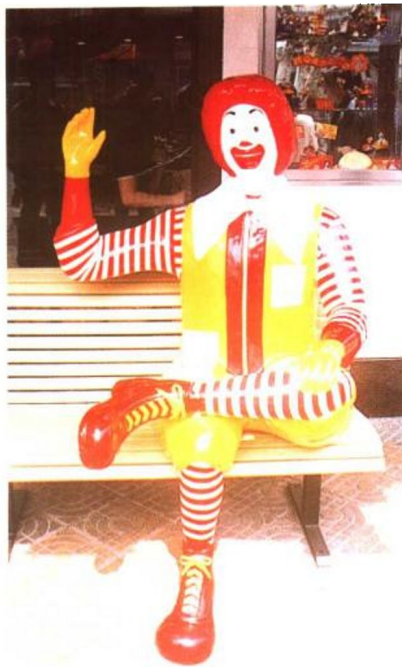
第四章 视觉识别系统 VI 管理手册的编制 /40

第五章 企业形象 CIS 设计与导入的工作步骤 /42

第六章 CIS 导入与组织、经营战略 /43

第七章 CIS 的推出与巩固 /44

第八章 视觉识别系统 VI 管理手册的页面及设计方案图例 /45



第一章 概述

一、企业形象识别系统 CIS 的概念

CIS 是英文 Corporate Identity System 的缩写，可以解释为企业识别系统。企业形象识别系统是现代企业经营管理的战略手段（又称 CIS 战略），是社会生产力发展到一定时期的产物。当社会生产力水平发展到产品同质化的时代，企业通过市场营销手段来进行市场竞争。而当产品同质化与市场营销竞争白热化的时候，消费者无法从产品的质量和行销力中明显分辨出企业或产品的优势，企业需要有一种新的竞争力来区别于其它竞争者，抢占更多的市场份额。在这种形势下，形成和产生了企业形象识别设计的概念。

建立符合企业个性化风格的形象，以形象力的优势制胜于竞争者这种竞争形式，在市场竞争中逐步被运用，并不断在实践中完善起来，成为一种市场竞争的有效武器和理论系统。

CIS 设计不仅限于企业形象识别，也可以扩展到非企业领域，如：城市形象（区域形象）识别设计；运动会、博览会、学校、场馆等形象识别设计。

现代 CIS 理论起源于 20 世纪的欧美，再传入亚洲。中国国内 CIS 战略的运用起于 90 年代初，并迅速地掀起一股热潮。中国大陆的 CIS 战略受日本和中国台湾地区的影响较多，较为注重视觉形象的建设。

CIS 战略不单是一种纯技术性的操作，更大程度上，应符合本国国情及具体企业的特点。探索中国型的 CIS 战略，如何使之本土化，并与中国传统文化和经济接轨，是我国企业和设计师都应深思的问题。



二、企业形象识别系统 CIS 的基本构成

企业形象识别系统由理念识别 MI、行为识别 BI、视觉识别 VI 三大部分组成。

MI企业的理念识别由企业的发展战略目标、经营理念及宣传口号等方面组成，是 CIS 系统的指挥中心及基本精神所在，也是整个系统动作的原动力。

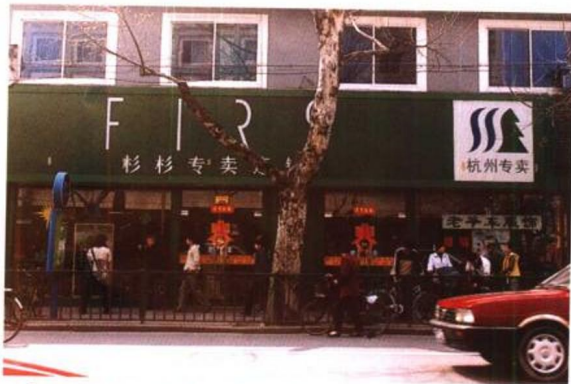
BI行为识别包含了企业的管理规章制度、行为规范、用语规范、促销活动、公益活动等。生产行为的识别是通过规范行为活动来区别于其它竞争者的。

VI它是企业的视觉识别系统，是围绕企业标志、标准字体、标准色为基础展开的视觉形象一体化设计，主要包括基本要素和应用要素两大部分。

另外，听觉识别也是 CIS 系统的组成部分，是对 MI、BI、VI的一种人体感知识别的补充。声音是一种较为明确强型的识别形式，听觉识别的建立有助于提升企业文化品位，给企业注入新的文化内涵。

三、MI、VI、BI 的关系

MI是企业的发展战略目标、经营理念、价值观等构成的共同体，是企业的内在精神。MI对企业的行为具有指导作用，企业的行为和管理制度是根据 MI 的精神来制定的。视觉识别系统 VI 是企业 MI 的视觉化表现，是根据 MI 的精神来设计的。行为识别 BI 是企业的管理规范和行为准绳，BI 的有效实施和准确传达对 VI 在受众中的影响和接受认知起着重要作用。CIS 战略的原则是企业形象识别的统一性、恒久性。因此，MI、BI 和 VI 之间应该具有很好的协调性。



! 服装业的竞争，不单是价格和款式的竞争，更多的还是服装的品牌形象的竞争。



四、企业形象识别系统 CIS 的意义

企业形象识别系统 CIS 是现代企业经营管理的战略手段。导入 CIS, 要完成经营过程中经营观念和经营战略的统一, 实现经营管理行为的规范化, 对外树立良好的企业形象, 从而保证在实施视觉形象一体化 VI 的过程中, 同时树立和实现理念 MI 和行为规范 BI 的统一化。企业形象识别系统要实行理念系统、行为系统和视觉系统三位一体的平衡设计战略, 以占领消费市场、提升企业形象和提高企业效益为战略目标, 理顺企业内部的管理关系, 激励全体员工围绕企业发展战略目标努力开展工作。

导入 CIS 的经济与社会意义在于: (1) 导入 CIS, 能明确企业经营战略, 发挥企业技术、营销策略优势, 实现企业内部资源的合理配置。(2) 导入 CIS 及相应的系统化设计, 有利于理顺企业内部关系, 确保企业内部管理的高效运营。(3) 导入 CIS, 能激励员工士气, 改善员工工作意识, 明确工作责任, 提高员工整体素质。(4) 导入 CIS, 可以充分利用一切可以利用的媒体宣传优势。(5) 编制 CIS 手册, 减少以后单项设计时间的浪费, 并相应节约制作成本。(6) 统一设计形式, 有利于连锁形象的统一和企业整体实力的宣传。(7) 导入 CIS, 将品牌战略纳入整体 CIS 战略之中, 就能保持品牌策略推进的系列性、规范性和合理性。(8) 导入 CIS, 能使企业自创建之始就处在高起点上, 为将来实现国际化经营打下良好的基础。

! 良好的企业形象是企业的无形资产和发展的坚实后盾。一个企业形象的塑造不是一朝一夕所能完成的事, 但却是一朝一夕必须严格维护和营造的。

第二章 视觉识别系统 VI 的基本要素设计

一、企业标志的构思与设计

广义的企业标志是标志和商标的统称,包括了企业、集团及机关、团体、运动会等的标志和产品的商标。商标是商品的特定标志,而标志并非都是商标。区分某一标志是否是商标,主要取决于用途。如果标志用途是在贸易中表示进行交换的商品的出处和质量,那它就是商标,否则就是标志。

从标志设计的主题素材与造型要素来看,企业标志可分为文字型、图形型两类。

文字型以企业名称或品牌名称为题材,以字体直接作标志,其特点就是具有较强的识别性,避免了标志的雷同。文字型设计形式是近年来标志设计发展的新趋势,其中可细分为中文字体标志、英文字体标志、中文字首标志、英文(拼音)字首标志。其中独个文字(或字母)图形化处理的方式不仅具有较强的视觉冲击力,且具有识别性,是字体标志设计的重点,兼顾了文字说明与图形表现的优点。

图形型以企业名称、品牌的含义为题材,并将其转化为视觉图形来传达,使人看了一目了然。它是以企业的理念精神为主题,通过受众对图形的视觉感受来体会企业的精神和内涵。此类标志多为现代感较强的抽象化图形,以企业经营内容、产品等为题材的造型,以画述的形式说明企业的经营业种、服务性质。

另外,还有以企业的文化内涵为题材,用艺术性较强的图形表达来体现企业的文化及品牌的悠久性、传统性。

企业标志的设计是企业视觉识别设计的灵魂,企业标志集中体现了企业的内在精神和企业的文化内涵。在进行标志的创作前,设计师必须对企业有一个深入的了解,再考虑通过怎样的图形形式来设计标志,才能完整地体现出企业特点。标志的设计构思及图形表达应简洁、明了,易于识别和传播。图形的构成应严谨,要仔细反复推敲,避免在应用中产生差错或效果不理想而反复修改,造成视觉形象的不统一。标志设计完成后,应进行注册查询并根据商标注册的法规办理登记注册手续,在取得工商注册登记证书后,才能投入使用和进行宣传推广。标志一旦确定并取得注册后不应再轻易改动,否则会破坏企业的形象。

以下我们通过一些企业的标志创意方案和设计思路来深入了解标志设计的形式和标志的精神内涵。



油漆品牌商标
作者 兰辉



建材企业标志



冷食企业标志



电器企业标志

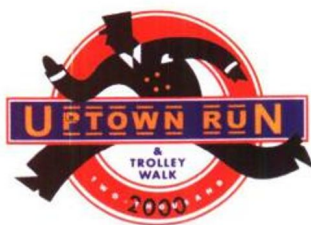
设计思路与标志创意



英文字母结合的标志具有较强的识别性，且不易产生造型上的雷同。它与抽象的简单图形组合，在视觉上能给人以现代感，较为适合现代工业企业和新兴产业的标志设计。

标志设计的造型和套色不宜过于复杂，应和实际应用相结合，否则会給将来的应用制作带来不便和浪费。





标志设计是对设计师整体素质的考验，设计师除了有平面设计的经验外，还应注意对传统文化以及企业管理、营销等多方面知识的吸收，并在日常生活中多注意观察和我们接触最多的、已被大众接受的优秀的设计作品。



此标志以两个被切除一角的不完整圆形交叉组合而成。“不完整圆形”象征企业对事业的追求永无止境，对顾客的服务永不言完美。同时该图形又由多帅的拼音字母“D”与“S”组成，呈“S”状图形，突出了“帅”的特征。中心图形的上半部设计为一轮红日，象征企业蒸蒸日上、如日中天的发展势头，衬底的放射形线状图形是电器化高科技现代生活的象征。

整体图形标志简洁大气，视觉形象鲜明，具有较强的冲击力，易于识别和传播。

多帅电器的标志设计方案



畅想电子标志

畅想电子的标志设计构思,充分考虑了企业名称“畅想”及电子工程企业特征两方面的因素,造型以象征企业起飞的翅膀为主要构成要素,同时结合了“展开想象的翅膀”这一理念,翅膀的造型简洁、抽象,具有一种与电子工程相应的速度感和上升腾飞的气势;与之相围合的点的无限延伸,则结合了“畅想无限空间”的理念,体现出电子工程企业无限发展的势头。英文畅想“IMAGINE”字母的组合标志更具完整性、稳定性和识别性。



道格广告公司由两位生肖属狗的同学创办,其标志的创意是以手与狗的造型为基本造型元素演变设计而来。那灯光照射下双手相握所呈现出来的两只狗的造型,是孩子时代的光影游戏。双手相握体现了同事间的合作精神及取长补短。而通过狗的口型仿佛听到的“汪、汪、汪”的叫声,则取其谐音,寓意该公司事业兴旺。此外“狗”与公司的名称“道格”的英文“dog”相呼应,具有较强的识别性。

道格广告公司标志





楼外楼是一家百年老店，以传统美食享誉海内外，其标志取形于它的传统建筑造型，体现出楼外楼的传统建筑特征——楼外有楼。其底图的椭圆及月牙象征日、月，寓意着楼外楼与日、月同辉，百年流芳。

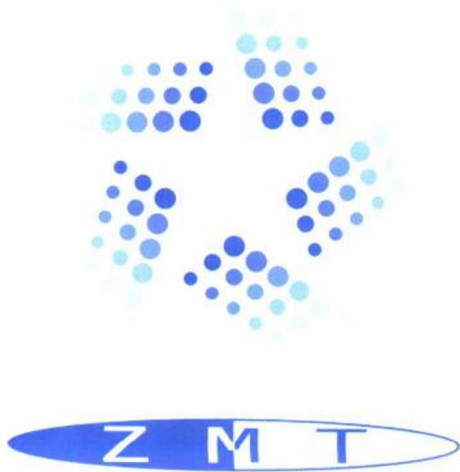
该标志的设计构思来源于中国山水工笔画的意境。采用祥云—山峰—祥云—山峰的排列方式，以近处的山峰和远处处在云雾中的山峰共同构筑山外青山的意境，点出菜馆的名称——山外山，同时又以一种清新脱俗的具象图形，表现了杭州山外山菜馆所处的优美环境。

山外山菜馆标志



作者 沈雁冬

浙江省医药商业有限公司标志



以星形图形为设计要素，寓意企业的远大前程。星，既是中国人心灵深处吉祥、如意的象征，也是现代中国医药界人士矢志追求名牌效应、创造明星企业理想的视觉体现。动感、抽象、虚幻的图案组合，预示着企业的冲天活力和无限发展的可能性。点的艺术价值，在于简约之中隐含无限伸展，也是医药行业特性的平面表述。整个图形简洁、现代，延伸运用性强，公众评估亲和，标志图形由外向中心渐变，加强了图形点的凝聚力，体现了公司员工的团结协作精神。

此标志采用中保大厦“中”字和“保”的开头字母“B”组合而成，图形形式生动、有力，具有较强的现代气息，体现了一种浪漫的视觉效果，寓意着企业不受束缚，不断开拓进取，开创生活新空间的经营理念。

中保大厦标志



印刷工业标志



此标志通过印刷滚筒和纸张的翻滚，体现了印刷企业的特性，具有较强的动感和速度感，而整体向上腾升的造型则体现了企业高速发展的势头。

二、企业标准字体的构思与设计

标准字体是企业形象识别系统的基本要素之一，文字应具有可读性、说明性，并能通过其外在的视觉形象，给观众留下深刻的印象。同时其造型特点还应与企业理念、企业行业特点以及其它视觉传达的要素相协调。标准字体一般分中文全称标准字体、简称标准字体、品牌名称标准字体及英文全称、简称和品牌标准字体。企业标准字体应用较为广泛，在传播中凡涉及企业名称、

品牌名称的，都应严格按已选定的标准字体，以一定的组合规范使用，从而达成企业形象的一体化。

企业标准字体一般采用普通印刷字体来进行个性化艺术处理，要求是不失去字体结构的严谨性及字体之间的统一规范。特殊的、具有历史文化传统的企业，可采用被大众认可的企业专用书法艺术字体，以体现企业的历史文化感，如北京的全聚德、杭州的楼外楼、采芝斋等。

医药商业

企业简称标准字体

采芝齋

传统书法标准字体

多帅电器

品牌字体

绍兴市多帅电器有限公司

浙江省医药商业有限公司

全称标准字体

JINGFU

品牌标准字体

DUOSHUAI

SHAOXING DUOSHUAI ELECTRIC CO.,LTD.

全称标准字体

THE JIANG MEDICINE TRADE CO.,LTD.

中英文各类字体、印刷体

简称

山外山

杭州山外山

正式场合使用

杭州山外山菜馆

HANGZHOU SHAN WAI SHAN RESTAURANT

日常文件\分支企业名称及宣传媒介用字体

长三粗宋体\小标宋\文鼎CS大宋,限于各
级企业文件字头

例如

杭州山外山菜馆文件

粗黑体\文鼎CS大黑,用于各级分支企业名
称\标牌及广告标题\广告语

例如

品尝风味餐 请到山外山

粗宋体\文鼎CS大宋,用于广告标题\名片
及行文标题

例如

视觉识别管理手册

黑体,用于行文标题\广告\名片\指示牌等

例如

视觉识别管理手册

仿宋体\用于文件内文

例如

视觉识别管理手册

用于企业标准英文名称

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz1234...**

用于文件标题\标牌

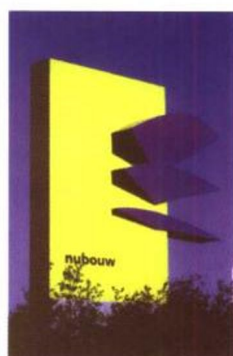
**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz1234...**

用于广告标题\标牌

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz1234...**

用于文件内文\广告正文\名片

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstu vwxyz1234...**



三、企业色彩的设计与定位

企业色彩有标准色彩和辅助色彩之分。标准色彩根据企业的行业特点、企业的理念选定。一般选用1—2种，最多不超过3种。企业标准色彩一经确定，应在企业各用品设计、产品包装、专卖店、企业服装等方面规范运用，反复出现并确定印刷用色彩参数。企业标准色彩的正确确定，能使企业树立自己的视觉形象，区别于其他企业，并体现出企业的理念和情感。

企业的辅助色彩是对企业标准色运用过程中的视觉补充，辅助色应与企业标准色有较强的内在联系性，并体现企业特征及企业文化。



形象设计的色彩运用