

中国名校思想库系列丛书

【中国第一本创示范学校策略专著】

SIS

学校策划与设计

打造教育品牌的终极策略



汪国群 著

中国青年出版社

SIS 学校策划与设计

打造教育品牌的终极策略

汪国晔 著

中国青年出版社

图书在版编目(CIP)数据

SIS 学校策划与设计——打造教育品牌的终极策略 / 汪国晔著。——北京：中国青年出版社，2005

ISBN 7-5006-6245-9/G · 1752

I .S… II .汪… III .学校教育 - 教育改革 - 研究 - 中国 IV .G521

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 041282 号

*

中国青年出版社 出版 发行

社址：北京东四 12 条 21 号 邮编：100708

网址：www.cyp.com.cn

印刷：深圳市华风彩印刷有限公司印刷

*

开本：210 × 285 毫米 1/16 印张：17 字数：280 千字

2005 年 3 月第 1 版 2005 年 3 月第 1 次印刷

印数：1-5,000 册 定价：268.00 元

代序——中国学校，还等什么？

当我们的高等教育走过精英教育的孤傲和冷漠，步入今天大众化教育的时候；当我们的基础教育告别“千校一面”的应试教育，转向素质教育和“特色化”品牌打造的时候；当办学的大权由国家独揽，面向社会全面开放走进市场的时候；迎来的将是我国教育历史上前所未有的迅猛发展形势和更为激烈的市场竞争。面对如此复杂多变的局势和从未有过的压力，原有的学校如何改革旧的体制、价值观及管理等方面所存在的弊病和问题，实现优势资源的重组与整合，再振雄风？新成立的各类学校如何立足与发展，力争后来者居上？就成了当今校长们日夜所思的焦点问题。

就学校教育系统而言，尽管面临的竞争内容和手段多种多样，纷繁复杂，但最根本的就是学校形象的竞争。特别是在被誉为“注意力经济”、“眼球经济”和以形象力为导向的今天尤为为重要。试想，一所没有任何形象力的学校能在众多的学校中脱颖而出而成为名牌学校吗？这显然是不可能的。因为，良好的学校形象是学校办学质量和实力的综合体现，是学校赢得社会肯定和信任的基础，是吸引人才和生源的重要前提，也是增强师生员工凝聚力与归属感的重要因素，也必然给学校带来最佳的经济效益、社会效益、育人效益和生态效益。反之，就会严重影响和阻碍学校的生存和发展。在高等教育系统中评出100所左右的有一定名望、具有品牌效应的“211”学校，在基础教育内部，通过层层选拔评出的各级各类“重点学校”、“示范学校”等名牌学校，无不反映出党和国家对教育领域内的形象与品牌的高度重视。所以，打造学校品牌，塑造学校形象，铸造优良的学校文化，具有重大的战略意义。

既然学校形象对学校的发展有着如此大的作用，那么，什么是学校形象呢？学校形象是由哪些因素构成？怎样进行学校形象策划、设计、传播和管理？……

这就是本书所要阐述的主要内容——SIS。

为了给广大学校提供有益的借鉴，达到参考和示范的应用目的，本书将通过大量案例来详尽介绍学校形象的基本知识和实战规划技巧。相信书中林林总总的雄谋伟略，众多的出神入化的智慧实例，一定会使你思路大开，一定会对绝大多数学校有所启迪，对学校的领导大有裨益，对我国大专院校相关专业师生的学习和研究也具有一定的参考价值。

SIS作为学校的创新战略，是提升学校形象、打造学校品牌的战略举措，也是现代教育管理的一种创新。特别是在将其导入高校管理，并显现品牌效力的情况下，国家有关教育部门更是高度重视，并为此组织过SIS导入教育系统的研讨会。许多基础教育段的学校、新兴的职业教育院校、民办学校和教育培训机构更是跃跃欲试，一个以提高教学质量为核心，以形象塑造为驱动，以打造品牌为最终目的的教育发展世纪已经到来。面对时代的强烈呼唤和激烈的竞争态势，中国的学校和学校校长，还等什么？！

是为序。

中国学校最需要形象而又最缺乏形象

——对中国学校品牌创新的思考

“创新是一个民族进步的灵魂”。教育创新是国家创新体系的基础，构建国家创新体系就是要提高我们民族的创新能力和国际竞争力。

教育是 21 世纪文明进步的标识与旗帜，21 世纪，归根到底是教育的世纪。

我们的教育正处于一个最需要形象而又最缺乏形象的时代。它的需要来自中国经济的飞速发展和中国教育与国际教育的全面接轨及日趋激烈竞争的需求，它的缺乏基于传统机制忽视和经验上的空白。

激烈的市场竞争，加剧了学校教育竞争从社会边缘走向社会中心，也预示着计划与高度集中体制下形成的“千校一面”的状况必将被打破。面对社会对学校教育的需求与期待，打造办学特色，是学校在竞争中扩展生存和发展空间的必然选择。

在社会的发展与变革时代，面对挑战和机遇，学校不仅要重视教学质量和毕业生的升学与就业竞争力；重视在科研、教学资金等方面给予足够的投入；而且务必重视学校形象的提升。因为，对竞争时代的学校而言，形象力在很大程度上就是竞争力的体现。

在以形象力为导向的竞争时代，学校如不能鲜明地表达自己，如不注重与市场和社会保持良好的沟通关系，就难免遭到淘汰。学校的运行既要有血有肉有生命，又应有头有脸有面子。

形象战略在学校运行中的导入，是一种意识的创新、一种文化的渗透和一种战略的选择。是学校人力、物力、财力之外的第四资源的开发。

学校的发展必将跨越只“注重教学质量”单一同质化时期而进入了多样化、品牌化时期。单纯的应试教学已不能满足社会发展的需要和焕发人们对学校选择的热情，而更具综合素质和个性化的发展直接促使学校价值的提升，这其中主要的内涵就是构成学校品牌的文化力与形象力。塑造学校形象是打造学校品牌的重要任务。

学校如同一条船，船主不能只注重造船、修船，而忽视疏通航道。造船是投资，修航道也是投资，且是构筑运行生态环境的投资。任何无视运行环境，其结果必然受到环境的无视。

学校策划与设计是学校的创新战略，也是一项复杂的系统工程。其过程要体现“育人”的特点，也必须兼顾社会利益与经济利益。但核心就是要体现“创新精神”，就是要转变传统的思想观念和办学思路，探索既符合教育客观规律，又能与时俱进的办学之路。

良好学校形象是一笔巨大的无形资产，它需要经过长期的精心塑造和“资本”的不断积累才能实现。

给予自己孩子以良好的教育是全世界中国父母的梦想，为了这一梦想，全中国的教育工作者都在辛勤奉献着。

CONTENTS 目录

代序——中国学校，还等什么？	001
中国学校最需要形象而又最缺乏形象	003
一、理论篇	009
1 教育的改革与发展呼唤 SIS	011
1.1 SIS 概念的提出	011
1.2 什么叫 SIS 战略	011
1.3 SIS 战略的构成要素及其关系	013
1.4 SIS 的战略意义	014
2 SIS 战略的内涵价值	018
2.1 SIS 是学校的创新战略	018
2.2 SIS 是创建学校文化的最佳途径	019
2.3 SIS 是塑造学校个性形象的策略工程	026
2.4 SIS 助推特色学校的创建	033
2.5 SIS 是打造学校品牌的法宝	037
2.6 SIS 是实现校本管理的基础	044
3 SIS 的功能	046
3.1 导向功能	046
3.2 形象功能	046
3.3 凝聚功能	046
3.4 约束功能	047
3.5 推动功能	047
4 SIS 的特点	048
4.1 系统性	048
4.2 统一性	048
4.3 差异性	049
4.4 操作性	050

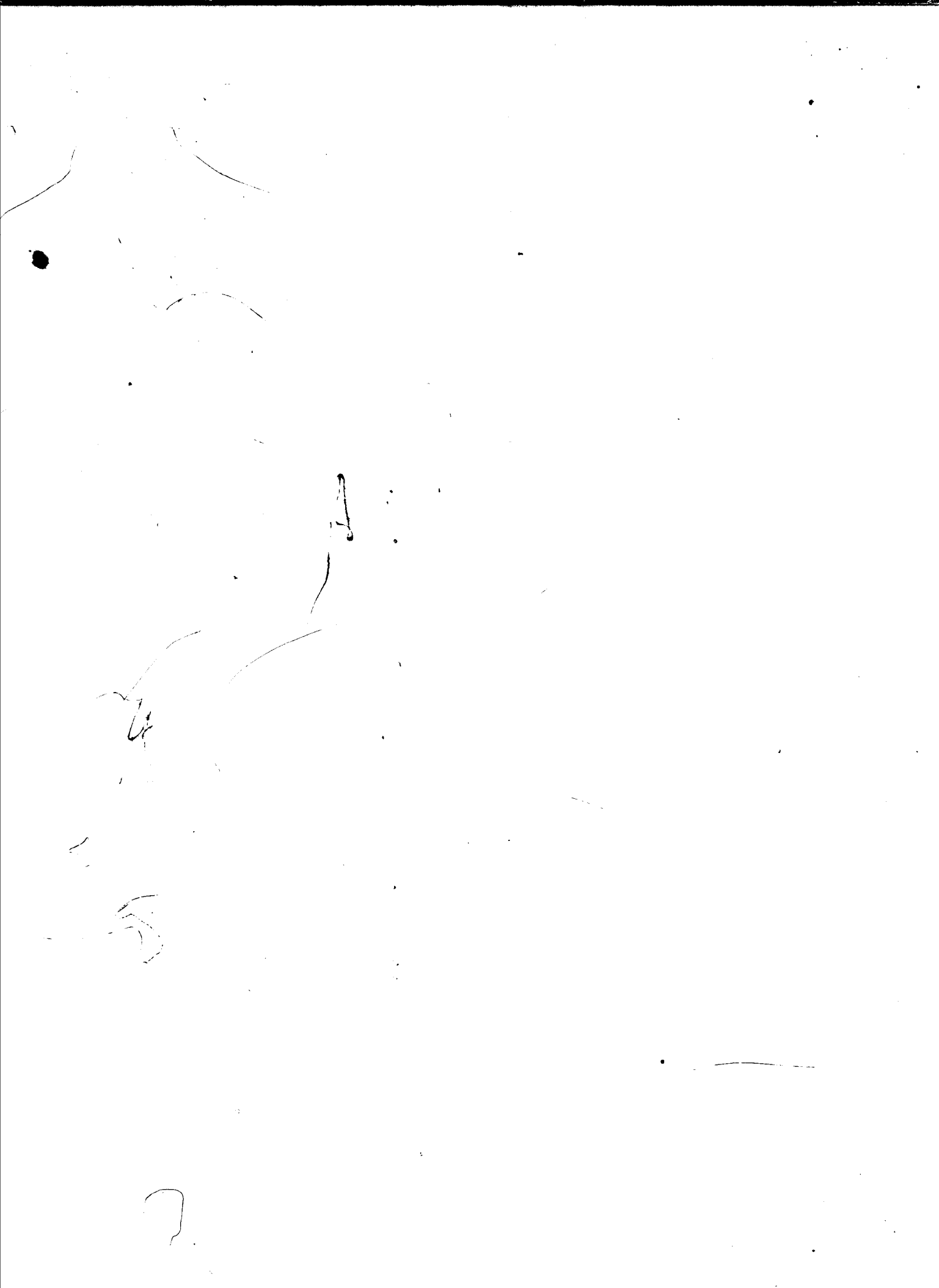
4. 5 创新性	050
5 创立 SIS 的必要性	051
5. 1 这是教育体制改革发展的需要	051
5. 2 这是时代和社会发展对学校提出的要求	051
5. 3 这是校际竞争带给学校的自觉行为	052
6 建立 SIS 的参照理论	053
7 导入 SIS 应遵循的原则	054
7. 1 求同存异	054
7. 2 务实求真	054
7. 3 博采众长	054
7. 4 开拓创新	054
8 SIS 导入的程序	055
8. 1 提案确定阶段	055
8. 2 调研分析阶段	058
8. 3 企划设计阶段	060
8. 4 评估论证阶段	061
8. 5 实施管理阶段	061
二、规划篇	063
1 系统规划是学校创新的成功保证	065
2 学校理念识别系统 (MI) 的规划	067
2. 1 学校理念识别 (MI) 的概念	067
2. 2 学校理念识别 (MI) 的构成框架	068
2. 3 学校理念识别 (MI) 规划内容及案例	070
3 学校行为识别系统 (BI) 的规划	091
3. 1 学校行为识别 (BI) 的概念	091

CONTENTS 目录

3. 2 学校行为识别 (BI) 的构成要点	092
3. 3 学校行为识别 (BI) 的规划内容及案例	094
4 学校视觉识别系统 (VI) 的规划	141
4. 1 学校视觉识别系统的概念	141
4. 2 学校视觉识别系统的构成框架	143
4. 3 学校视觉识别系统的规划	143
5 学校环境识别系统 (EI) 的规划	158
5. 1 学校环境识别的概念	158
5. 2 学校环境识别的规划内容	159
5. 3 学校环境识别的规划要具有审美特性和审美意义	162
6 学校听觉识别系统 (AI) 的规划	170
6. 1 学校听觉识别的概念	170
6. 2 学校听觉识别的构成与规划	170
三、设计篇	173
1 《SIS手册》的建立	175
2 东方星辰实验学校《VI手册》	176
附件1 著名校标展示	258
附件2 名校校训集锦	260
附件3 参考书目	264
附件4 著名学校策划机构介绍	265
后记	266

一、理 论 篇

汝果欲学诗 功夫在诗外



1 教育的改革与发展呼唤 SIS

1.1 SIS 概念的提出

改革开放后的二十多年，中国的教育事业和中国的经济一样都进入了历史上最为快速的发展时期。《中共中央关于教育体制改革的决定》和《中国教育改革和发展纲要》等政策的出台，不仅从体制上打破了原有的各种框框，也为广大教育工作者发挥主动性和创新精神提供了宽阔的舞台。《民办教育促进法》和《中华人民共和国中外合作办学条例》的颁布，犹如资本市场上一只牛气十足的“原始股”，释放出的是巨大的办学能量，掀起的是新一轮投资办学的热潮。面对教育已成为一个庞大产业的不争事实，随之而来的是所有市场的共性：更为残酷的市场竞争和进一步的规律发现及管理探索。原有的学校为了在竞争中实现优势资源的重组与整合，再振雄风；新成立的各类学校力争实现后来者居上，她们都在积极地谋求着新的经营举措。于是，一套风靡全球、被中西方企业称之为制胜法宝的 CIS 理论，在国内外的企业策划专家、教育咨询专家的推动下被引进了学校教育，并成为教育市场战略中最重要的战略之一。这就是本书所要介绍的 SIS 学校战略。

1.2 什么叫 SIS 战略？

SIS，是 School Identity System 的缩写，被译为：学校识别系统，也叫 SIS 战略。它是借鉴 CIS 理论模式，并经过在教育体系内的不断实践、丰富、完善和发展而形成的学校创新理论。即：在学校面对激烈变化和严峻挑战的市场环境，针对大众需求、社会发展对学校提出的新要求和学校经营、管理、发展过程中所面临的生存与发展等问题，学校依照正确的教育思想，综合运用“教育策划”、“学校诊断”等现代教育理念、管理理念、教育技术，采用科学的方法，按照科学的操作程序对学校的发展与经营进行决策、规划，对学校的形象进行刻意的设计和创造，借助宣传媒体向外界充分地展示，使之形成鲜明的特色，并逐步把学校打造成一个品牌的过程；是对学校的长期生存和不断发展进行的总体性谋划。

【CIS简述】

CIS, 是英文 Corporate Identity System 的缩写或简称, 译为企业识别系统。它包括企业的经营理念识别 MI(Mind Identity)、行为规范识别 BI(Behavior Identity)和视觉识别 VI(Visual Identity)。它是进入工业社会, 随着企业的大量出现, 市场竞争的加剧而逐渐形成的。最早应用于企业的是德国的 AGE 公司, 而较为系统地引入企业和加以实施的是美国的 IBM 公司。IBM 公司通过 CIS 的导入, 一举获得成功, 成为美国卓越管理和先进技术结合的典范, 并最终坐上了美国计算机行业的霸主宝座。IBM 公司的成功, 激发了美国的其它公司, 随后的美孚石油公司、3M 公司、可口可乐公司等纷纷效尤, 也取得了巨大成功。从此, 一场前所未有的企业经营策略与形象设计的革新高潮在美国企业中流行起来了。

CIS 在美国企业的成功经验给其它国家或地区的企业以启发。从上个世纪 70 年代开始, 德国、英国、意大利、日本、台湾、香港、韩国等国家或地区的企业也相继进行了 CIS 的导入, 这些导入 CIS 的企业纷纷刷新经营业绩, 就连一些濒临破产的公司也因成功地实施 CIS 战略而起死回生。给中国消费者印象最为深刻的就是导入 CIS 后的美国可口可乐公司, 其充满律动的标志和标准色, 遍及世界各个角落, 给人强烈的视觉冲击, 其品牌价值高达 200 多亿美元。

CIS 的理论在中国的引入开始于上个世纪 80 年代, 最早接受 CIS 洗礼的是改革开放最早的南方沿海城市的一些企业, 其中最为著名的案例就有广东的“太阳神”、“健力宝”等等。这些企业导入后的实际成效, 为 CIS 在中国内陆地区传播起到了推波助澜的作用。

CIS 战略, 是被称作“赢的战略”, 自它问世以来, 究竟有多少企业从中得到好处, 尚缺乏足够的统计, 但可以这样说, 凡名牌企业、名牌产品, 几乎没有不得益于它的。据国际设计协会统计, 企业在形象塑造上投入 1 美元, 便可有 227 美元的收益。

【策划与教育策划】

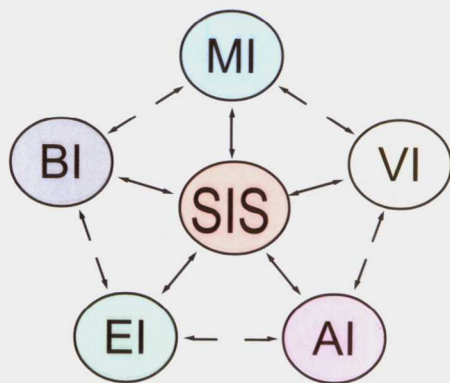
策划作为一门科学和艺术, 是市场的产物, 谁想在竞争大潮中取胜, 最大的法宝和先决条件就是科学的策划。它是一种预构, 一个系统的想法, 是就某个问题(包括课题)的解决, 作系统的研究、分析, 以形成一个预想性方案的过程, 是发现问题、研究问题、解决问题的过程。教育策划是策划与教育有机结合而形成的一门新兴的交叉学科和艺术, 它遵循教育规律, 运用策划理论, 就学校的发展方向、办学目标、发展

战略、具体措施等问题进行全面、系统谋划，制定科学、合理、高效的教育行动方案，动态控制教育活动的全过程，从而达成教育的最佳境界和效益。它是在现代教育理论的指导下，融调查、分析、研究于一体的一种思辨活动，具有系统性、预见性、阶段性、全程性、动态性、操作性等特点，是实践教育理念的重要举措。

教育策划不同于教育计划，它比教育计划更宏观，周期更长；教育策划也不同于教育规划，它比教育规划更系统，更全面；品牌学校的创建是一个长期的过程，需要精心策划，一所学校要想打造成为品牌学校，就必须应用教育策划。

1.3 SIS 战略的构成要素及其关系

SIS 战略是一个庞大的系统，是由理念识别—SMI (School Mind Identity 简称 MI)、行为识别 (也叫经营识别或学校管理和运作系统)—SBI (School Behavior Identity 简称 BI)、视觉识别—SVI (School Visual Identity 简称 VI)、环境识别—SEI (School Environment Identity 简称 EI) 和声音识别—SAI (School acoustics Identity 简称 AI) 五大要素构成。



MI 是 SIS 系统的基本精神所在，它处于最高决策层次，是系统运行的原动力和实施的基础。是学校在长期发展过程中形成的、具有独特个性的价值体系，是学校宝贵的精神资产，是学校不断发展的根本驱动力。MI 代表着学校的意志和信息内核，是精神化的、无形的，决定学校的差别，左右学校的素质，更在相当的程度上影响学校的定位。

BI是在学校理念的指导下逐渐培育起来的、全体师生员工自觉的行为方式和工作方法,是学校运行过程中教学创新、管理创新、课程创新、科研创新等的具体表现,它是具体化的、有形的,它是对理念在行为上的具体落实。

VI和EI的物质层面是学校所独有的一整套识别标志,它是用设计符号的方式来表达和传播学校的理念,而EI的精神层面则是在MI的指导下,通过全校师生的精神风貌、价值观念和行为意识来表达学校的MI,并为学校建立识别的。

AI与视觉系统一样属于SIS的表层系统,是学校文化特征的旋律化体现,也是学校特有的识别标志之一,它是在对MI深刻理解的前提下,运用声音、音乐、节奏等方式来表达学校的理念。

在整个SIS的系统中,理念是核心,是起决定作用的。BI、VI、EI、AI是从属于MI的,其中,BI是实现理念的保障,VI、EI、AI则是MI的不同表现。五者不仅具有紧密关联性,不可或缺,而且还具有很强的层次性。

如果说,用一棵树来形容SIS,在这里,MI就是树根,BI就是树枝、树干,VI、AI就是树叶、花朵,而EI则是树周边的生长环境。

1.4 SIS的战略意义

学校导入SIS的最终目的就是改进学校工作,促进学校发展。即通过对学校资源的整合,对学校的办学理念的创新与重塑,对学校经营系统的重新规划,对学校视觉识别的刷新设计,对校园环境的再改造和对校园文化的进一步建设来提升学校的整体形象和管理水平,打造学校品牌,迅速提高学校核心竞争力。对促进有中国特色社会主义教育事业的发展,为我国经济和社会发展培养高素质的劳动者、建设者、管理者和领导者,为提高我们民族的创新能力和国际竞争力、实现中华民族伟大复兴有着深远的现实意义。

从对世界著名高等学府的研究来看,每一所著名高校,都在大学的创办初期和发展过程中,形成了各自独具特色的完整的形象系统。例如,美国斯坦福大学的“科学”、“技术”、“文学”和“艺术”的核心理念系统,“以大树山脉为设计要素的”大学视觉标识系统,大学与企业合作培养创新型的有科学头脑的企业家和有市场头脑的科学家、注重以领先世界的高新科技培养学生的行为系统(由此,美国硅谷诞生在斯坦福大学周围就不言而喻了),给每一个想进入斯坦福大学和斯坦福大学学习过的人都留下了不