

现代设计

XIANDAI SHE JI

12 统一设计



浙江人民美术出版社

现代设计 (十二)

浙江人民美术出版社出版·发行
(杭州武林路125号)

上海美术印刷厂印刷
浙江省新华书店经销

开本: 787×1092 1/16 印张: 2.75

1988年10月第1版·第1次印刷

印数: 0,001—17,000

ISBN 7-5340-0115-3/J·95
定价: 3.45元

编者语

《现代设计》是介绍世界现代设计艺术的系列丛刊。本刊将给我国广大的从事设计艺术工作者提供国外最新的装潢艺术、环境艺术、纺织品装饰艺术、工业美术等方面的优秀设计作品展示当今世界设计艺术的新观念。

现代化生活促使人们的审美意识发生深刻的变易,如何适应这种时代的变易,这就是赋予设计艺术工作者的新使命。

成功的艺术设计是人类美的、高尚的情趣的向导,体现着物质文明和精神文明。愿我们的设计艺术家开阔视野,面向未来,日益重视设计艺术在现代生活中的实际应用,努力美化我们的国家,美化人民的生活。愿《现代设计》将成为我国设计界了解国外现代设计艺术的一扇窗户。

浙江人民美术出版社画册编辑室

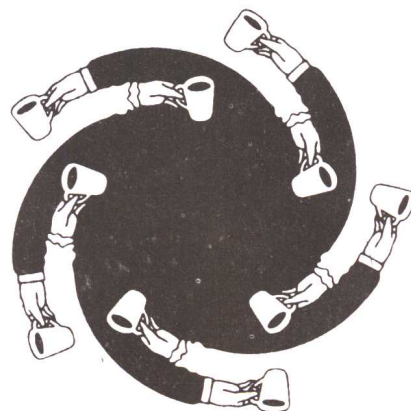
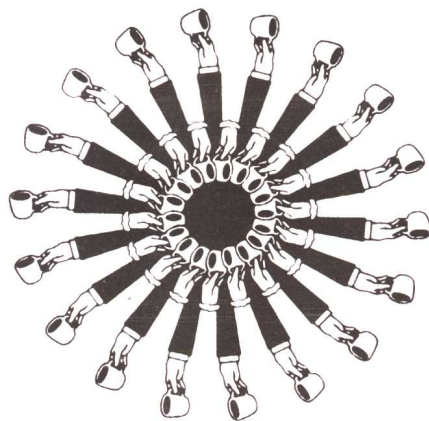
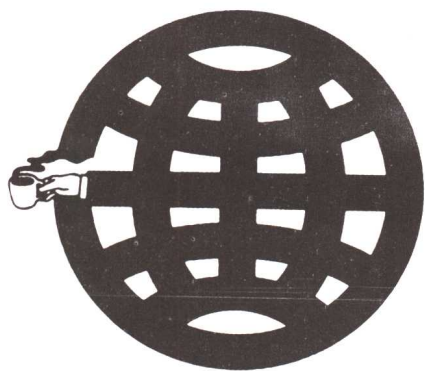
现代设计

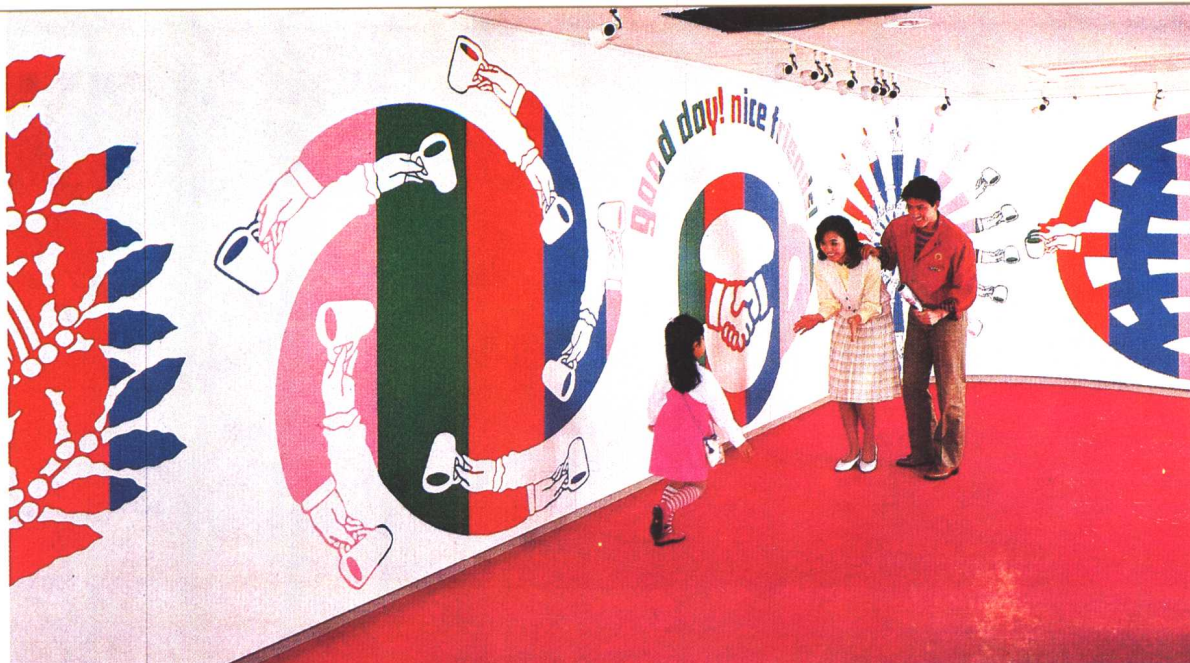
XIANDAI SHE JI

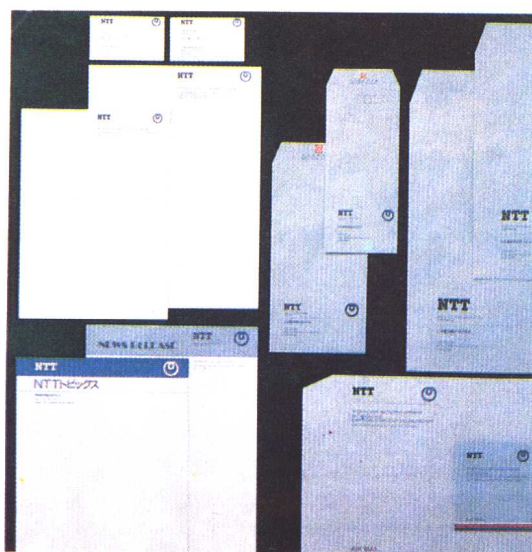
12 统一设计



UCC コーヒー館





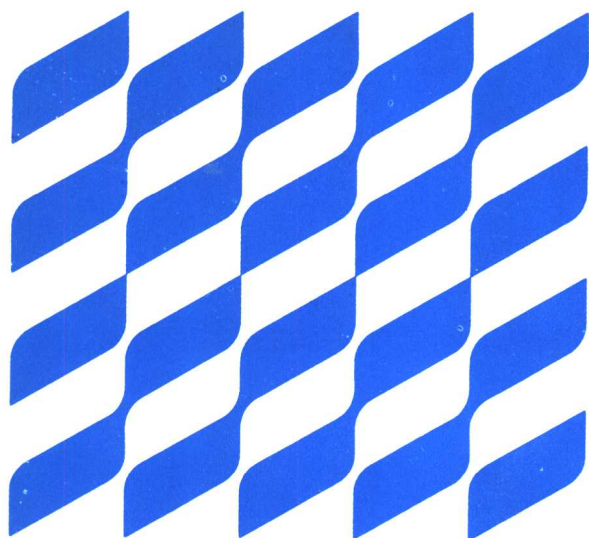




asics

asics TIGER





“CI体系”—— 企业形象的统一设计

王雪青

宣传标志特征，确立企业形象，对于一个企业来说是至关重要的。“企业形象的统一设计”，或称“企业形象体系”（CORPORATE IDENTITY SYSTEMS，下简称CI体系）。就是建立在这一出发点上的。

CI体系是一套完整的宣传体系，它包含了企业形象向各个领域渗透的整个宣传策略与措施，而这种策略可以说是一种全方位的视觉扩张。

当今的时代是信息的时代，信息的传播已不再是单独、孤立的。而是整体的，带有计划性的信息流式的传播。新的企业，产品需要进入社会，进入市场，为人们所认识所接受；而老牌权威企业则需加深其形象在人们心目中的印象，使之达到根深蒂固的境地。CI体系正是二者所必不可少的传播媒介，它几乎涉及了企业活动的一切领域。

由于CI体系关系到企业在现在与将来的全方位的传播、扩张策略，因此，它的推出实际上是一个经过了极严肃、认真，并在条理性、统一性上作了反复研究而得出的企业身份的既定宣传方案。这个方案是对企业形象的规范定向设计。它包含了企业标志以及它在各种场合出现时的标准化的视觉传播格式。

在这里，现将通过法国“CUENOD”企业为自己所制定的整套标准化宣传体系，对CI体系作一概要的介绍。

CI体系方案是通过一个“图形标准手册”，（LIVRE DE NORMES）来体现并在实践中实施的，手册大致分七个部分确立了企业形象的定向宣传方案。

一、标志图形

这是企业的象征与识别符号，是CI体系的基础。由标志图形，企业名称，专用字体与专用色彩组成。

“CUENOD”公司的标志由火焰图形（图1）与文字 THERMOTECHNIQUE（图2）这二个因素组合而成。（图3）是完整的企业标志。



图 1

Thermotechnique

图 2



Thermotechnique

图 3

为了精确地描绘与复制标志，（图4）中右方的“RM”的高度示意了文字与图形相间的距离标准。而（图5）则为绘制标志提供了具体的参照标准。但这仅仅应用于当标志需要很大尺寸时的情况，而在其他场合，在尺寸大小可能的情况下，所有的标志复制都将根据原始图形用摄影的方式来实施。

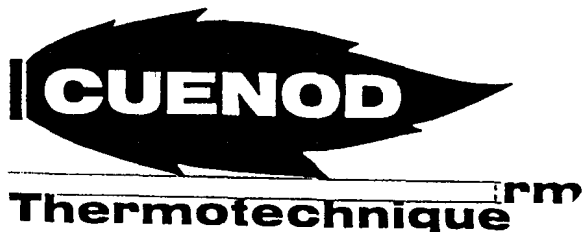


图 4

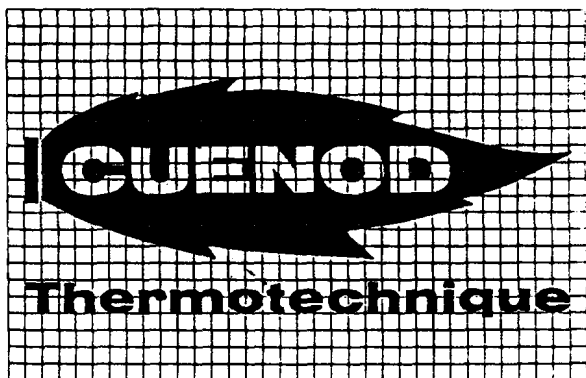


图 5

色彩也是标志的因素之一。在手册中规定了在一般情况下,标志在白底上由2套色彩组成(图6)。

红色PANTONE 485

黑色 PANTONE PROCESS BLACK

注:

PANTONE 系国际标准色谱的设计公司，只要注明了色彩编号，印刷工人便能准确无误地将指定色彩实施在印刷实践中。

红色 Rouge Pantone 485.



黑色 Noir Pantone Process Black.

图 6

与此同时，(图7)则是表明，若只能使用一套色时，则采用黑色(上图)。在黑底或有色底上时，图形以原图形的负像形式出现，呈白色(下图)。

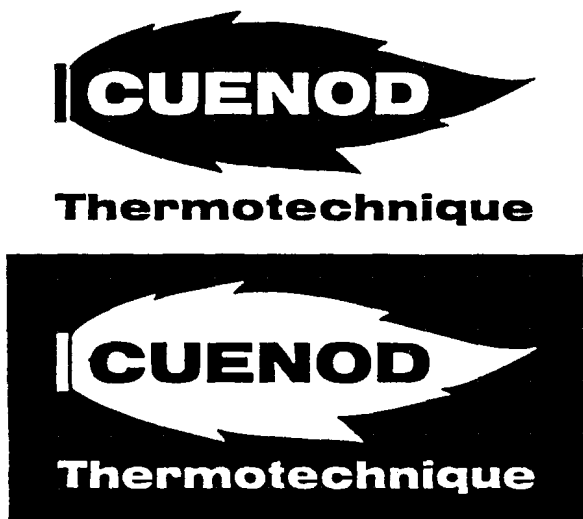


图 7

至此，我们不难看出，CI体系对于其基础要素的形态与色彩的要求的严格性与严肃性。

二、办公用品:

在这一部分,公司规定了其办公用品,如信笺首页(图8),普通页(图9),信封,名片(图10),信息传递卡片,一般性实用表格的具体图形安排,文字格式,色彩套数以及所有的尺寸依据。

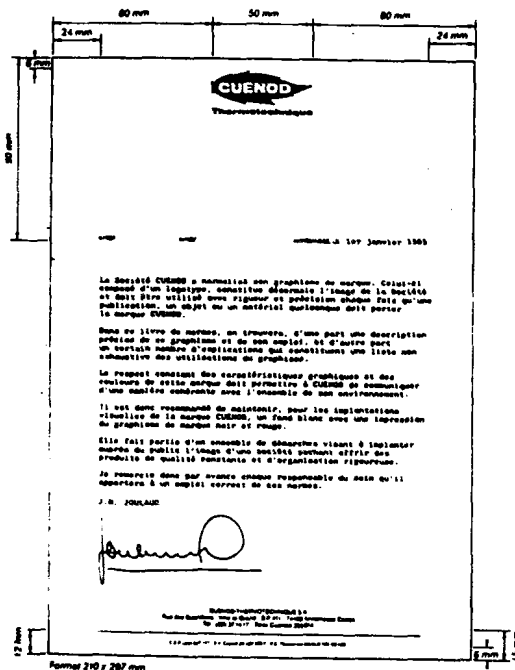


图 8

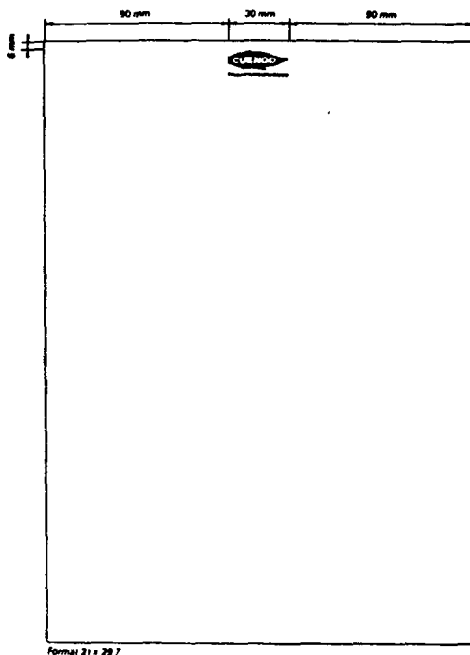


图 9

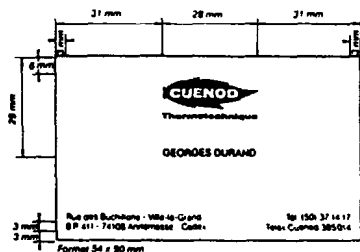


图10: 信封、名片

三、企业宣传册，产品说明书的印刷排版指导：

这部分具体规定了对一系列文献在排版上的要求，如（图11）为一般性排版格式，手册还对其他一些图文结合的版面的各种可能出现的情况作了详细的格式上的要求。

Réduction des grilles de mise en page

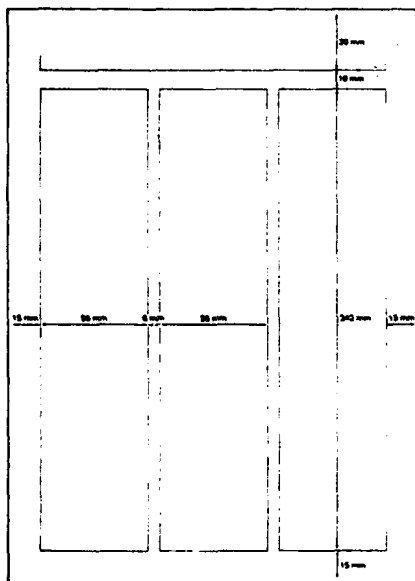
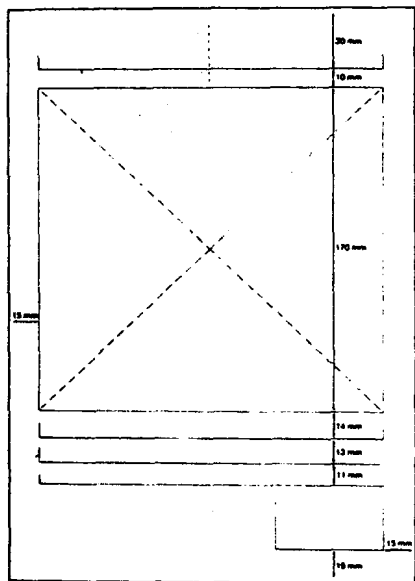


图 11

四、报刊广告栏

严格认真的企业对自己企业在报界的宣传也是严肃认真的，企业往往是选定二种不同尺寸的广告栏规格，而所有一切宣传都将严格遵守这一标准的规定，以使自己的企业在令人眼花缭乱报刊上占有一块固定的席位，来加强企业形象的坚定性。这是一种长远、整体的战略宣传方式。

五、公共场所的视觉表象：

这是企业标志在公共场所中的再现，它标志着企业的特征与面貌，是一种公开化的宣传方式。

如通过汽车在社会中的流动性宣传（图12），灯箱，办公室外装饰（图13）等等。

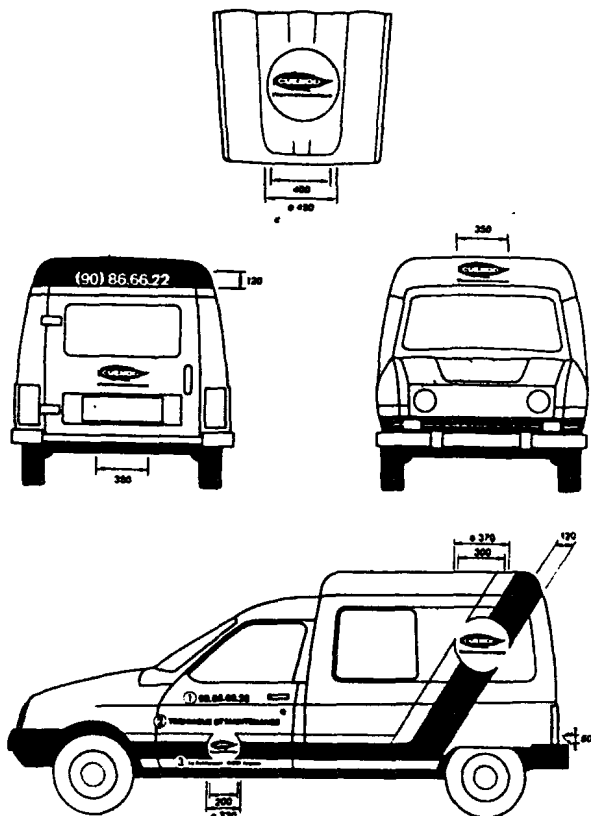


图 12

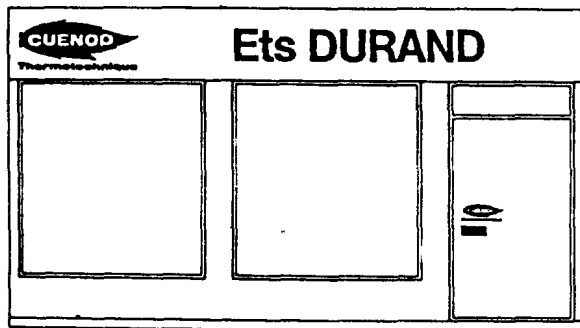


图 13：办公室外装饰

六、标志组合纹样与应用：

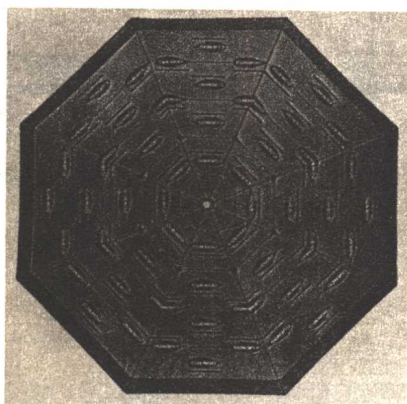
把企业标志作为一个单独的元素，以它的重复与排列而组合成一个整体的图案，以此应用在日常用品中，这是一种被广泛采用并且行之有效的方法。“CUENOD”公司就为此制定了二种组合纹样，排列相同而间隔不一，这样可根据具体的应用场合选择图案的密度。

这种组合纹样常被应用在手提箱，提包，伞，浴巾，包装纸，扑克牌等物件上。

作为一种记号化，象征化的信息堆，它起着传播与美化的作用。



(图14) 广告袋



(图15) 伞

七、标志图形在服装与其他物件上的应用:

为了加深企业的形象化宣传,许多企业都有自己特定的服装(如图16),专门的定向指示牌(图17)。同时定制一系列的小件物品,礼品,如:手提包,打火机、烟灰缸、火盒等,并均印上企业标志,以使企业形象不断地固定或流动地出现在社会的每个角落,占领能够占领的一切阵地。

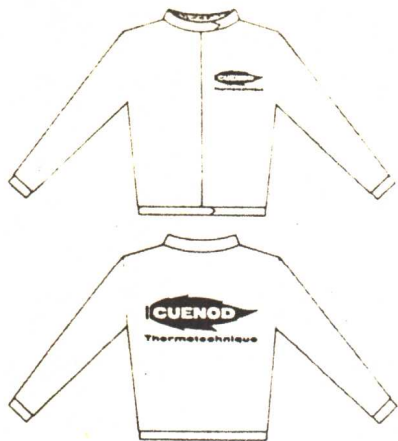


图16: 服装



Flèche Letrassigne - Helvetica Medium 150 mm

Direction

Typographie Letrassigne - Helvetica Medium 75 mm

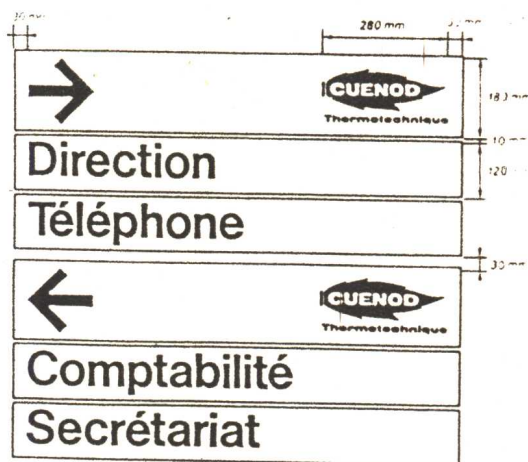


图17: 定向指示牌

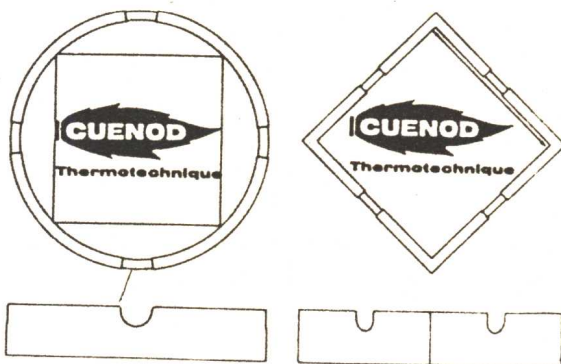


图18 烟灰缸



Fig 2

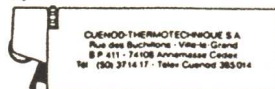
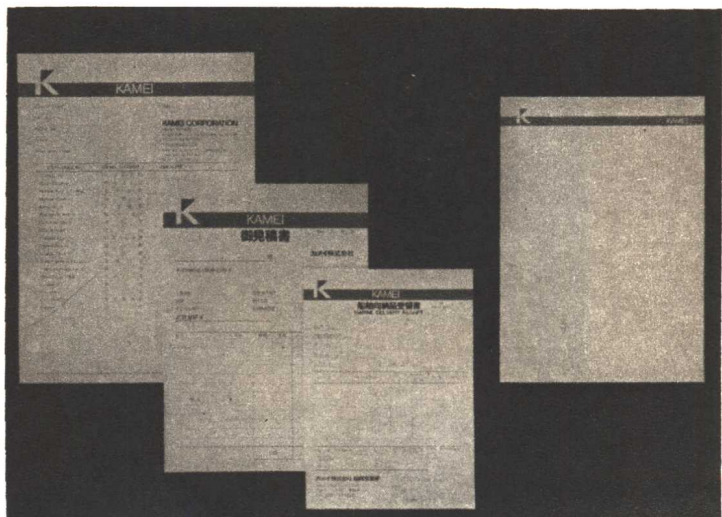
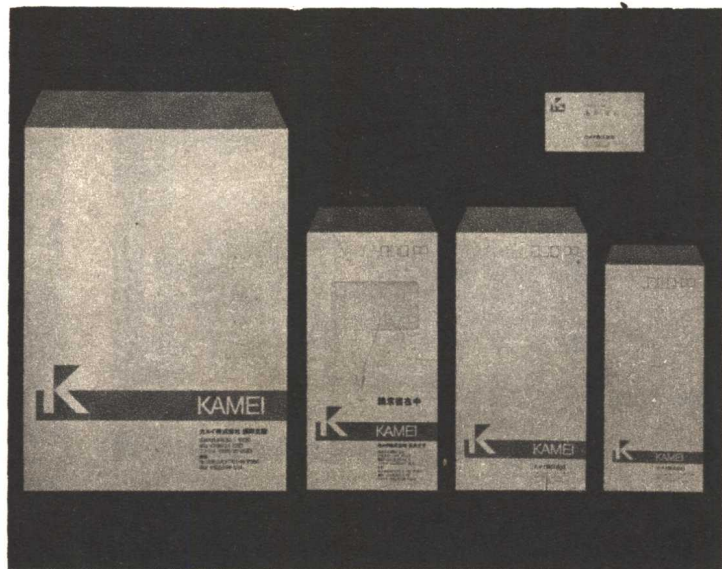
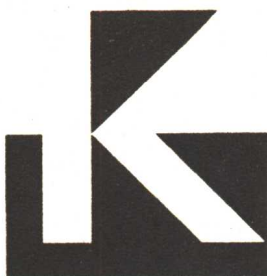


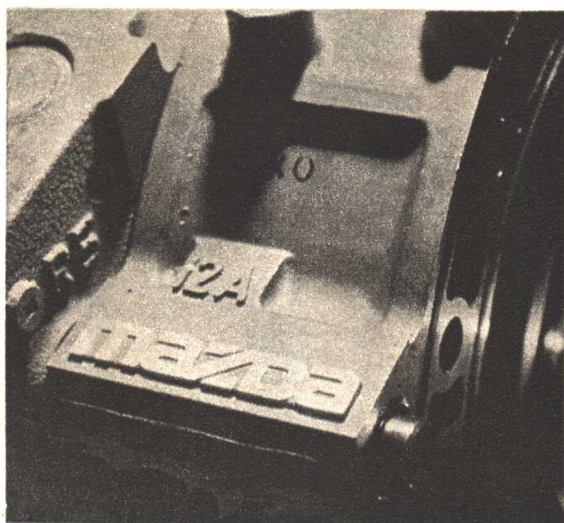
图19: 打火机

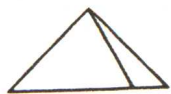
如上所述,我们可以清楚地看出CI体系是一个完整的渗透力极强的体系。一个企业的形象就是通过这个体系来扩张到社会的每一个领域的。在这本“统一设计”专题里,我们向读者推出近年来国际上一些优秀的CI体系的设计范例,向大家介绍当今世界潮流中的这种整体统一的设计观念及其成果。同时,还将对其核心部份的内容,亦即企业的识别标志以及色彩的定向部份展示给读者。



mazda

mazda





LANGERFELDT

