

走
进
标
识
世
界

世界著名购物中心

FAMOUS SHOPPING CENTER OF THE WORLD

郭振山 马振辕 编著



百花文艺出版社
BAIHUA LITERATURE AND
ART PUBLISHING HOUSE

F731
8

世界著名购物中心

郭振山 马赉轶 编著

进
标
识
世
界

Harrods

ERICA

STAPLES®

CVS
Pharmacy

KaDeWe

MARKS &
SPENCER



SUPERVALU

UNY
LLOYDS
Limited
SETAN

TOYS R US

RITE
AID



Albertsons®

YANSHA

MART®



Central



百花文艺出版社
BAIHUA LITERATURE AND
ART PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

世界著名购物中心 / 郭振山, 马振铨编著. —天津: 百花文艺出版社, 2008.1

(走进标识世界)

ISBN 978 - 7 - 5306 - 4917 - 6

I. 世… II. ①郭…②马… III. 商业中心 - 简介 - 世界
IV. F731

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 205973 号

百花文艺出版社出版发行

地址: 天津市和平区西康路 35 号

邮编: 300051

e-mail: bhpubl@public.tpt.tj.cn

<http://www.bhpubl.com.cn>

发行部电话: (022)23332651 邮购部电话: (022)27695043

全国新华书店经销

河北省三河市宏达印刷有限公司印刷

※

开本 787 × 1092 毫米 1/16 印张 6.25

2008 年 1 月第 1 版 2008 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1 - 4000 册 定价: 29.00 元

目录

02-----走进标识世界

03-----购物亚洲

28-----购物澳洲

32-----购物美洲

64-----购物欧洲





走进标识世界

标识是视觉形象的核心，它构成视觉形象的基本特征，体现出视觉形象的内在素质。标识不仅是调动所有视觉要素的主导力量，也是整合所有视觉要素的核心，更是社会公众共同认可品牌形象的代表。

我们现在已经进入一个品牌的时代，同时我们也步入一个标识的世界。人们由过去从产品形象来认识品牌标识，转到了现在通过品牌标识来认识产品的过程。工业生产的发达和信息时代的到来，使得物质产品的数量和种类以空前的速度递增，并且相似类似的产品充斥着市场。如何强化产品的品牌形象，强化传播效应，唤起消费者的视觉关注，成为当代视觉设计的主题。那么，标识就成了人们辨别品牌的法宝。品牌标识是由各种独具匠心的图形和文字组成的标识性形象，集中体现了品牌的文化内涵和市场定位，极具代表性特征。标识是品牌的姓名和代言人，标识虽小，但方寸间承载着标识持有人的核心信息，不管是国家、地区、企业、团体或是个人，都可使用标识来代表自身，作为传达与交流的符号。当代社会，我们可以说已走入了标识的世界。标识就在我们身边，无处不在，它正在影响和改变着我们的生活。

标识是最佳的广告传播利器，也是一个品牌的代言人，标识所代表的特定信息，形成信息高度集中的一个点，当人们看到它就会产生联想，在记忆里搜索与其相关的各种信息，由此加深对产品和品牌的印象，并储存在大脑的记忆之中。标识的全方位传播，引起受众多次的视觉关注，从而经过反复的记忆——回忆——再记忆的过程，成为受众心中持久记忆的符号。

标识的理念一般不会轻易改变，它已在人们记忆和心理中形成了比较固定的印象，要想改变它不是件容易的事情。因此标识一出现的时候，就代表了所标识的品牌理念、发展、未来、文化、历史等信息，人们会从标识的形象中体会到一个品牌的成长过程和生命力，以及未来的发展方向等特定的信息。

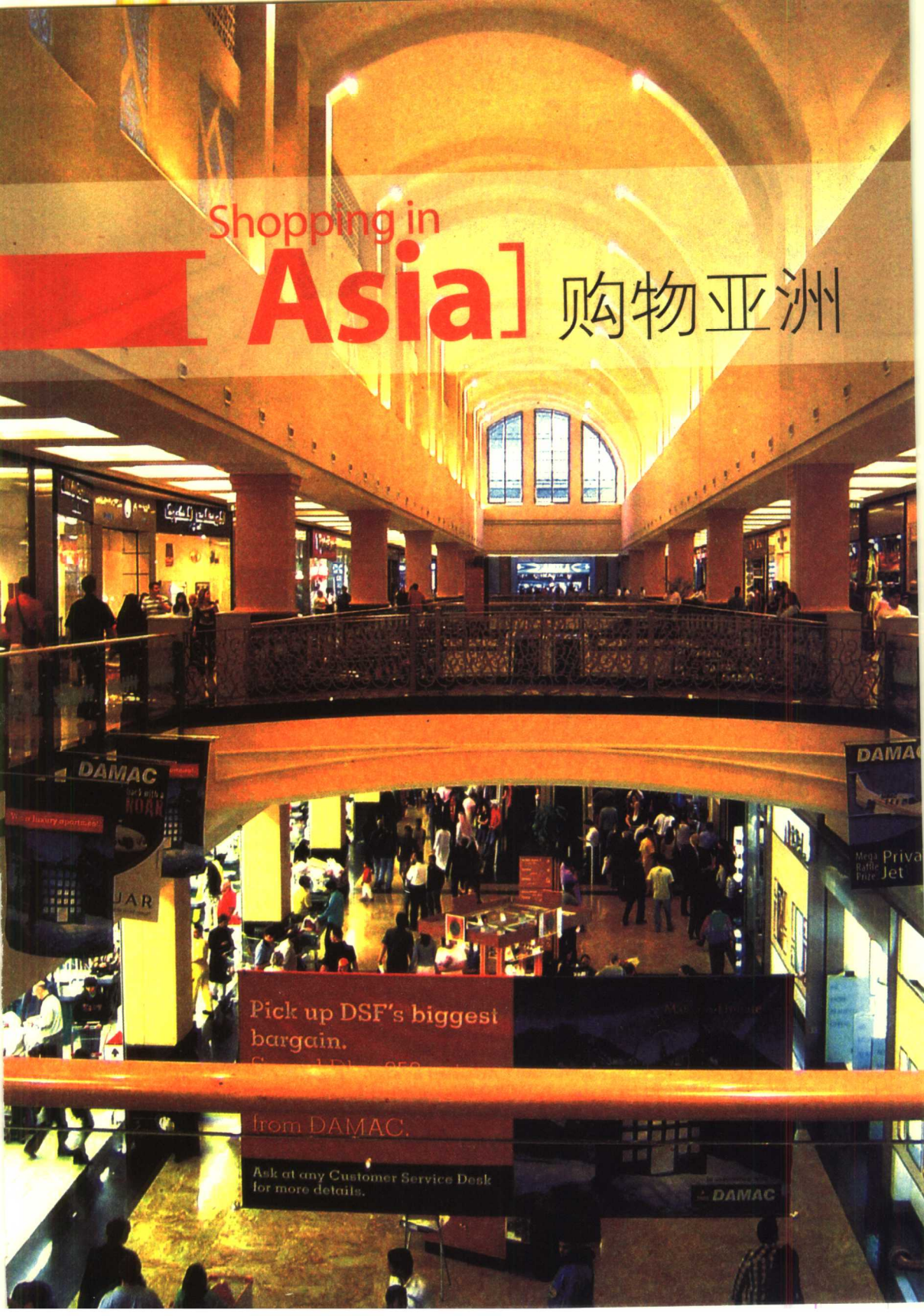
本套书收集了国际近百所著名大学、航空公司、购物中心、饭店的经典标识，供专业和非专业人士参考和欣赏，本套书文字表达通俗易懂，雅俗共赏，图文并茂，内容丰富，以不同的视角揭示了标识的深刻内涵，通过标识这个载体可使读者了解它们更多的历史、文化和风土人情等背景材料，从中汲取养分，丰富读者的文化素养，并对提高设计和鉴赏水平起到十分积极的作用。

2007.10.20

Shopping in

Asia

购物亚洲



DAMAC
Luxury apartments
from \$1.5 million

NOAH
Luxury apartments
from \$1.5 million

UJAR
Luxury apartments
from \$1.5 million

Pick up DSF's biggest
bargain.
Grand Opening DSF

from DAMAC.
Ask at any Customer Service Desk
for more details.

DAMAC
Luxury apartments
from \$1.5 million

Private Jet
Luxury apartments
from \$1.5 million

DSF's biggest
bargain

from DAMAC.
Ask at any Customer Service Desk
for more details.

DAMAC



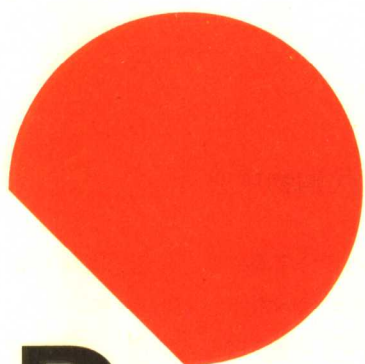
中国*新世界百货
New World Department Store



新世界集团始创于1970年，业务集中于中国内地及香港地区，以物业、基建、服务及电讯为主。凭着稳健的根基及坚定的信念，不断拓展，成为香港的知名企业。1980年，该集团进军内地。

新世界百货成立于1993年，其行政架构完善、管理严谨，总部设在香港及上海；以集团雄厚实力为后盾，凭借专业的管理人才、丰富的业内经验及灵活的营销方式，在内地众多城市成功经营了26家中高档百货店，员工逾两万余名，总面积超过75万平方米。

标识用“N”“W”为主要设计元素，“N”“W”是新世界的英文字头，经过设计变化将“N”“W”变化为花朵的形象，色彩上采用极富个性的紫色和蕴含生命的绿色，象征了蓬勃的生命力及对时尚潮流的引领。标识造型生动，形式新颖，将企业的特色尽情地传达出来，有很强的视觉冲击力。



Daiei

日本*大荣
Daiei



日本零售商大荣株式会社 (The Daiei Inc.) 创建于1957年, 其前身是一家杂货店。从在大坂开设第一家店铺“主妇之店DAIEI”到1972年成为日本零售业霸主, 大荣只用了短短的15年时间。它以超市连锁店起家, 之后又涉足信用卡业务和旅馆业, 同时还经营着夏威夷的大型购物中心。

标识选用企业名称“Daiei”的字头“D”为主要设计元素, 同时与日本国旗中“太阳”的图形元素相结合, 形成标识鲜明的地域特色, 色彩上采用温暖的橘红色, 象征企业热情、周到的服务理念。整个标识造型简洁、活泼, 给人以视觉上的愉悦感, 具有较强的视觉性。





中国*高雄梦时代购物中心

Dream Mall

由统一企业集团在台湾高雄投资兴建的国际大型购物中心——高雄梦时代购物中心 (Dream Mall), 为台湾南部首家超大型国际购物中心。进驻“梦时代”的主要厂商包括统一阪急百货、英国 Marks & Spencer、Cinemark 喜满客影城、日本 Nitori 家居、日本 Pet Plus 宠物百货、快乐 100 室内外主题乐园、World Gym 世界健身俱乐部、Toys “R” Us 玩具反斗城、北海道冰宫博物馆、巴黎宴会厅、日本 Daiso 大创百货、先施百货、星期五餐厅、诚品书局、奇美博物馆、霹雳布袋戏、麦当劳等大型主力店和国际流行精品店，一般商品和餐饮等相关业务厂商。

标识由星星、运动的人和象征本购物中心内所特有的 Hello Kitty 摩天轮的“眼”形所组成，充分表现了本购物中心独具特色，抒情化的表现形式，活泼、明快，给人以清新愉悦的感觉。



日本*伊势丹百货
Isetan

伊势丹是日本首屈一指的零售业集团。以百货业作为业务中心，伊势丹包括了东京地区的数家百货公司，还有另外三十余家子公司。在海外，伊势丹有二十多年海外扩展历史，从1972年在新加坡开设第一家海外分店开始，在全世界现已有多家百货公司。

标识由企业名称“ISETAN”大写英文字母组成，采用富于时尚感的字体，象征企业卖场的特性。“I”中增加了温暖的黄色圆形图案，增强了企业的识别性。

ISETAN



Shopping Center
Looking at the world through logo



E·MART

易买得超市（E-mart）是韩国新世界集团旗下的大型综合超市。新世界集团是韩国最大的商业流通集团，拥有百货商场和大型综合超市等。目前，易买得超市在韩国拥有70家分店，其最大的特点就是“百货超市”的营业模式，其所经营的商品除了传统综合超市经营的商品外，还增加了化妆品、服装等商品。

标识采用企业名称“E·MART”字母为元素，在设计过程中加以简化提炼，色彩上采用了温暖的黄色，使标识带有浓重的时代感，增加了标识的可视性，充分表达了企业的特性。

韩国*易买得
E-mart





PARKSON



马来西亚*百盛 Parkson

百盛百货公司 (Parkson) 隶属于马来西亚金狮集团。金狮集团是信誉卓著、业务多元化、国际化的工商集团。近十年来发展迅速，资金雄厚，成为跨国集团之一。百盛百货是金狮集团于1987年创立的，在近二十年的时间里发展显著。连锁百货商店遍设马来西亚各主要城市，至今已开设了三十余家购物中心以及精品专卖连锁店，成为全马来西亚最大、最成功的百货零售连锁集团。

标识由企业英文名称“Parkson”的字头“P”为主要设计元素，与意象的彩带图案加以组合变化，形成一朵鲜花形象，运用生命的绿色，充分体现了企业的经营理念，寓意企业的勃勃生机。





Shopping Center
Looking at the world through logo



Ito Yokado

日本*伊藤洋华堂 Ito Yokado

株式会社伊藤洋华堂是世界著名零售企业、日本第三大商业企业，是名列世界500强第152位的跨国公司。它成立于1958年，迄今在世界各地已发展成为拥有百货店、超市、7—11便利店、折扣商店及餐馆等十余种商业形态的世界著名企业集团。伊藤洋华堂集团将公司理念定义为“我们是为顾客所信赖的诚实企业；我们是为厂家、股东及当地社会所信赖的诚实企业；我们是为员工所信赖的诚实企业”，并把“从顾客的立场出发，推进流通业的改革”作为公司的目标。

标识采用象征自由、祥和的鸽子形象，表达了企业从顾客出发，为顾客所信赖的经营理念；采用红色和蓝色的搭配表达了企业高质量的和热情的服务态度。





日本*三越百货
Mitsukoshi



MITSUKOSHI

MITSUKOSHI

日本三越百货 (Mitsukoshi) 创立于1673年, 三越的意旨是本着“诚心诚意待客”以及“与顾客在一起”的传统信条, 致力于为顾客提供创新的货品及优质的服务。在日本百货业界三越享有盛誉超过三个世纪, 并且得到了全球各地顾客的好评。除了在日本国内不断扩展店面外, 三越在世界各地均设有不少分店, 分布在亚洲、欧洲及美洲等。

标识选取汉字的“越”字为主体形象, 加之传统红色的采用, 使整个标识古朴、庄重, 充分体现出企业的历史特点, 寓意企业的生生不息和服务于大众的理念。



1927年, 7-ELEVEN(7-11)连锁便利店的前身Southland Ice Company创立于美国得克萨斯州达拉斯(Dallas, Texas), 1946年, 南方公司(The Southland Corporation)将营业时间延长为早上7点到晚上11点, 于是诞生了“7-ELEVEN”这个传奇性的名字。1973年, 日本伊藤洋华堂公司(Ito Yokado)与美国南方公司签订地区性特许经营协议, 日本第一家7-Eleven店开业。7-Eleven目前在全球已设立了两万多个零售点, 业务遍及四大洲20个国家及地区。每日为千百万不同种族、不同肤色、不同生活习惯的顾客提供24小时全天候便利服务。

标识采用阿拉伯数字7和英文的11(ELEVEN)为标识设计主体, 充分体现企业经营的时间特点。黄、红和绿颜色的搭配使用, 给人以一种清新、爽朗的便利购物感觉。

日本*7-ELEVEN
Japan-7-ELEVEN





Shopping Center
Looking at the world through logo

日本*永旺 Aeon



永旺是日本著名零售集团公司，为日本及亚洲最大的百货零售企业之一。永旺集团旗下包括Aeon Co. Ltd. 及一百多个附属公司。Aeon Co. Ltd.拥有三十余年零售业务的经验，尤以经营综合性百货公司为其核心业务。永旺集团旗下拥有：Jusco吉之岛综合百货超市、Maxvalu食品超市、Welcia医药超市、Ministop便利店、Diamond City商业开发、品牌专卖店以及Aeon金融业务等多种商业形态。

标识采用企业英文名称Aeon为主要形象，将“A”“E”加以个性化的设计，使标识动感十足，带有强烈的时代特色，热情的橙色与沉稳厚重的深沉蓝色搭配，传达出企业如阳光般热情的服务和大海般的底蕴。标识造型简练，形式独特，有较强的视觉感。



Uny 株式会社拥有 93 年的历史，拥有员工近四万人，是目前日本最成功的企业之一。

标识由图形、中英文企业名称组成，采用日本传统的红色。标识造型丰富，形式生动活泼，与具有个性的红色组合，贴切地传达出了企业机构的地域特色和企业热情地服务理念。

日本*生活仓库 Uny



韩国*乐天百货
Lotte Department store



LOTTE

乐天百货店是韩国第一大百货店，目前在韩国已拥有 22 家分店。自 1979 年开业以来，百货店以其舒适的购物环境、高品质的商品、先进的商业流通体系、最优质温馨的客户服务，带动了整个韩国流通业的发展。不论是销售业绩还是商场规模，都已发展成为在韩国商业流通领域中最具代表性的知名企业。公司以“顾客中心管理”为基本精神，为光临百货店的顾客提供最优质温馨的服务。各商场内均设有内容丰富的便利设施，将百货店营造成成为现代化全方位的休闲生活空间。

标识由企业名称“LOTTE”的“L”变化排列组成，竖线与弧线的穿插动静结合，富于时代感。红色活泼，热情，象征企业以顾客为中心、为顾客提供优质服务的经营理念。



Mall of the Emirates

