

平面设计师岗位培训丛书



Photoshop & Illustrator 企业形象设计

高志清 主 编
科大工作室 赵国强 等编著



附赠素材盘一张



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

平面设计师岗位培训丛书

Photoshop & Illustrator 企业形象设计

高志清 主编

科大工作室 赵国强 等编著

中国水利水电出版社

Photoshop & Illustrator 企业形象设计



内 容 提 要

不管您是兴趣使然或是工作需要,学习的目的都是“学以致用”。本书将企业形象设计中涉及到的内容,以实例的方式有针对性地展开讲解,使读者不仅能掌握书中所讲内容,更能将书中所学应用到实际工作中,创作出更优秀的企业形象设计作品。

本书内容丰富实用,案例精彩生动,讲解细致准确,无论是对于初学者,还是有一定经验的专职企业形象设计人员均有很大的参考和学习价值。书中以浅显易懂的语言,将企业形象设计理论,Photoshop、Illustrator 的各项功能及使用方法等介绍给读者。在实例的安排中,遵循由浅入深的原则,寓教于做,潜移默化地使读者掌握软件的熟练程度逐步加深,使读者的艺术理论及文化内涵水平达到更高的层次。

本书配套光盘中还收录了制作实例的调用图片、线框资料,使读者在实例的制作过程中更加轻松自如。

图书在版编目(CIP)数据

Photoshop & Illustrator 企业形象设计 / 高志清主编. —北京: 中国水利水电出版社, 2006

(平面设计师岗位培训丛书)

ISBN 7-5084-3716-0

I. P... II. 高... III. 图形软件, Photoshop、Illustrator
IV. TP391.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 032730 号

书 作 出 版	名 者 发 行	Photoshop & Illustrator 企业形象设计 高志清 主编 科大工作室 赵国强 等编著 中国水利水电出版社(北京市三里河路6号 100044) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 63202266 (总机)、68331835 (营销中心)、82562819 (万水) 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
经 售		
排 印 规 版 印 定	版 刷 格 次 数 价	北京万水电子信息有限公司 北京蓝空印刷厂 787mm×1092mm 16开本 16.25印张 376千字 4彩插 2006年4月第1版 2006年4月第1次印刷 0001—4000册 34.00元(1CD)

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究



Photoshop&Illustrator 企业形象设计



— 徽章效果



— 悬挂式招牌



— 商务车



— 礼品表

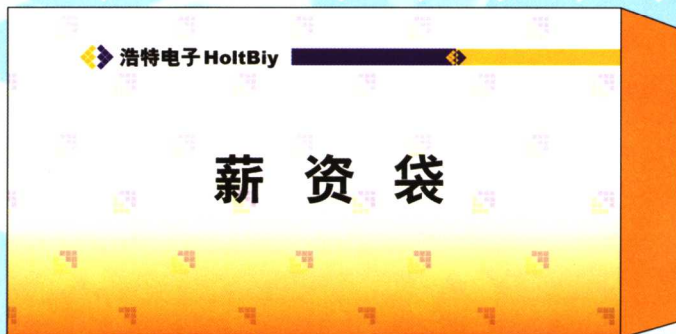
科技公司企业形象设计(详见第二课)



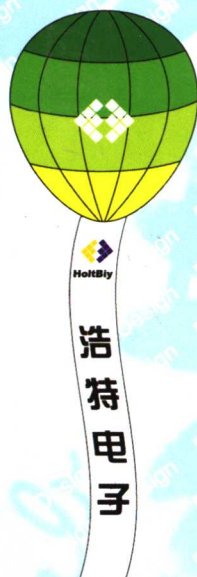
Photoshop&Illustrator 企业形象设计



— 胸牌



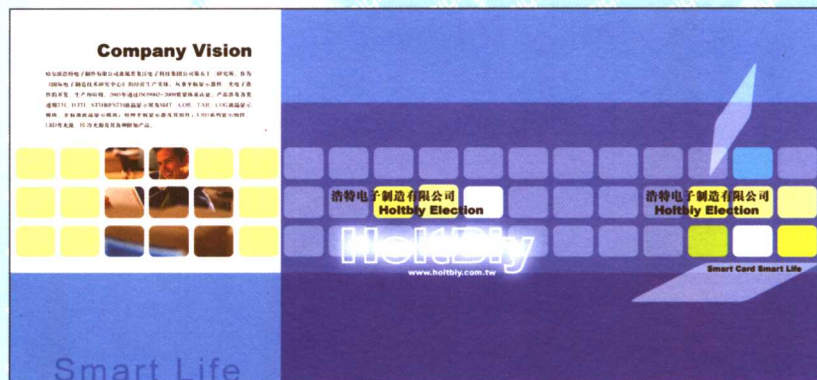
— 薪资袋



— 大型氢气球广告

电子公司企业形象设计(详见第三课)

Photoshop&Illustrator 企业形象设计



企业宣传册外页效果



企业宣传册内页效果



企业网站主页效果

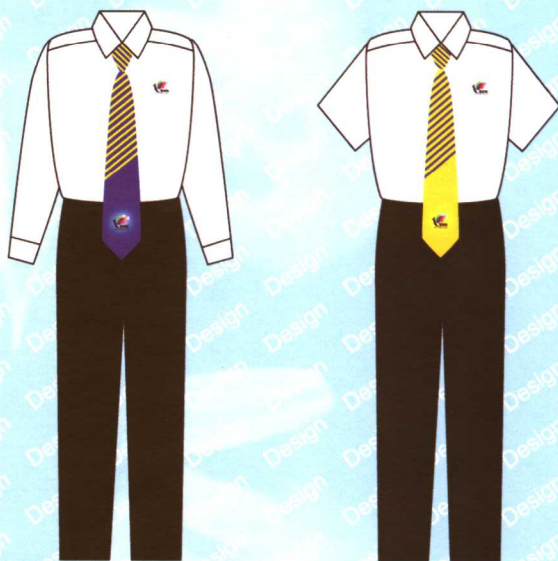
电子公司企业形象设计(详见第三课)



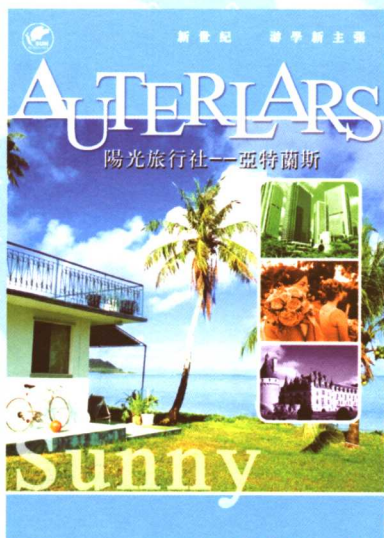
Photoshop&Illustrator 企业形象设计



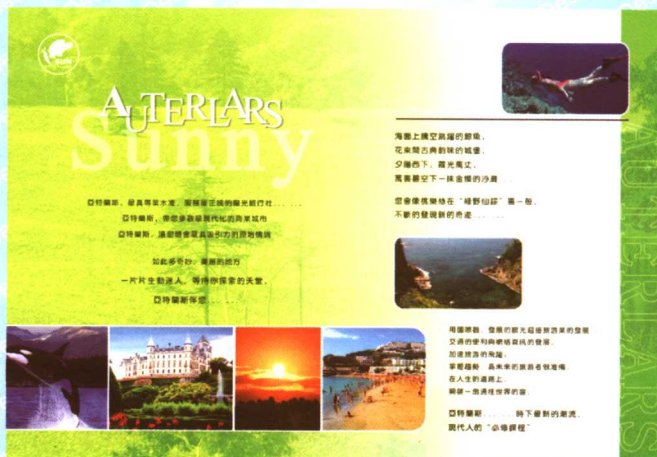
领带



管理人员男式制服



宣传册封面效果



宣传册内页效果

旅行社企业形象设计(详见第四课)

Photoshop&Illustrator 企业形象设计



大巴



洗发液、淋浴液



宣传册外页效果



宣传册内页效果

酒店企业形象设计(详见第五课)



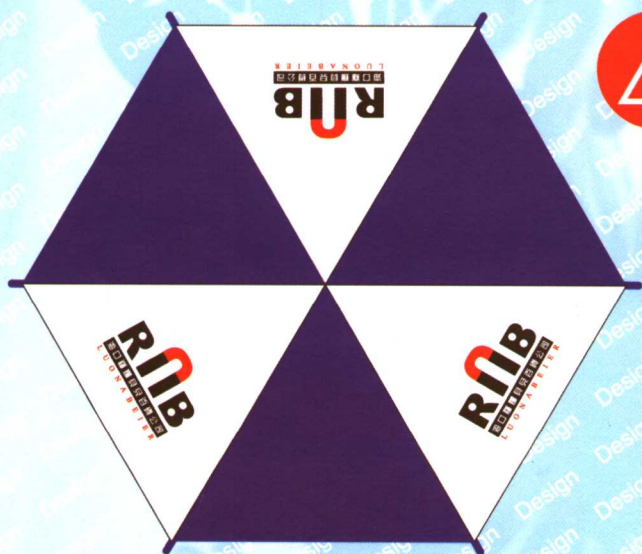
Photoshop&Illustrator 企业形象设计



桌旗



促销海报



太阳伞



Power Substation

有电危险



Attention

注意安全



Not In Service

请止步



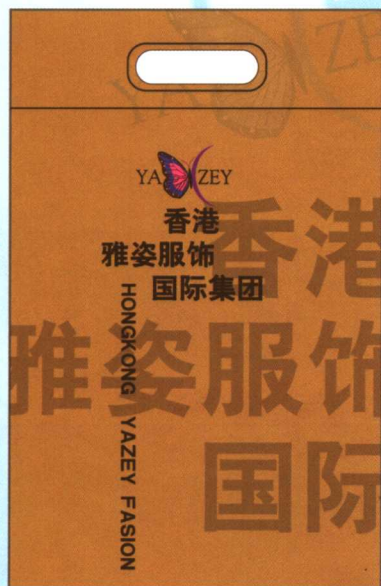
No Smoking

禁止吸烟

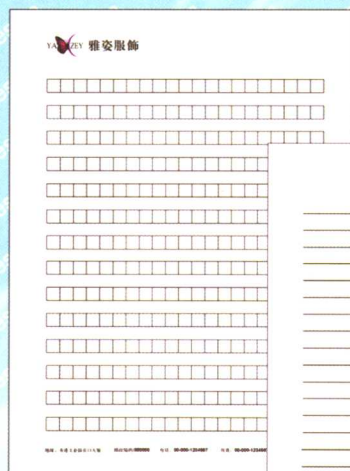


识别符号

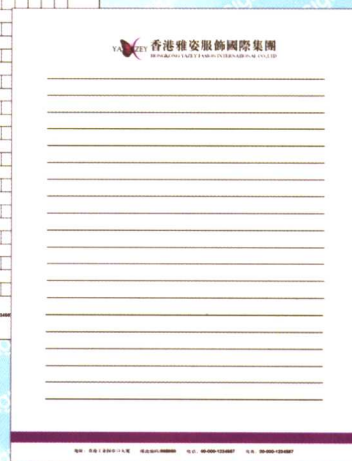
Photoshop&Illustrator 企业形象设计



手提袋



信封



灯箱广告



信封



灯箱广告



服饰公司企业形象设计(详见第七课)



Photoshop&Illustrator 企业形象设计



打火机



 Kang DA Garden 康大花園 純自然·親山水	
照 片	部门:
	职务:
	姓名:
	编号:

工作证

 Kang DA Garden 康大花園 純自然·親山水	
照 片	部分:
	职务:
	姓名:
	编号:

工作证



礼品手提袋


Kang DA Garden
 康大花園
純自然·親山水

营造 **山水** 家园, 彰显绿色生活!

——與綠林相依遠, 獨享山水清幽...



- 居住环境优美, 周边人文气氛浓郁;
- 大盘开发理念, 国际知名建筑大师精心规划设计;
- 33米的超大楼间距, 绝妙人车分流设计;
- 100-220平方米创新户型, 集成化精装修;
- 室内采用地毯辐射采暖形式;
- 高标准封闭式物业管理服务, 居家无忧;





售楼热线: 85757896 85757896

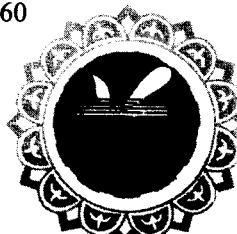
报纸广告

房地产公司企业形象设计(详见第八课)





第一课 企业形象识别基础知识.....	1
1.1 CIS 简介	2
1.1.1 CIS 的概念.....	2
1.1.2 CI 的组成.....	2
1.1.3 CI 的功能.....	3
1.1.4 CIS 的三大模式.....	6
1.1.5 CIS 的特征.....	8
1.1.6 如何正确地看待 CI.....	10
1.2 关于 VI	10
1.2.1 企业视觉形象识别.....	10
1.2.2 基础设计系统.....	11
1.2.3 应用设计系统.....	13
1.2.4 VI 的维护.....	16
1.3 知识延伸——企业形象手册设计参考项目	17
第二课 科技公司企业形象设计.....	21
2.1 基础设计系统.....	22
2.1.1 标志.....	22
2.1.2 标准页面.....	23
2.2 应用设计系统.....	25
2.2.1 办公系统——徽章.....	25
2.2.2 环境指示系统——招牌.....	28
2.2.3 公共礼品系统——礼品表.....	33
2.2.4 交通运输系统——商务车.....	38
2.2.5 广告系统——宣传手册.....	45
2.3 知识延伸——广告系统的制作.....	54
2.3.1 标志的作用.....	54
2.3.2 标志设计流程.....	55
第三课 电子公司企业形象设计.....	57
3.1 基础设计系统.....	58
3.2 应用设计系统.....	59
3.2.1 办公系统——薪资袋.....	60



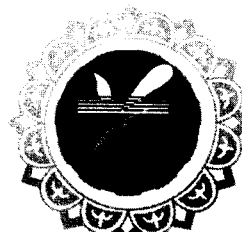


3.2.2	办公系统——胸牌.....	64
3.2.3	广告系统——氢气球.....	67
3.2.4	广告系统——宣传册.....	71
3.2.5	广告系统——网页设计.....	78
3.3	知识延伸——企业形象的色彩.....	89
第四课	旅行社企业形象设计.....	91
4.1	基础设计系统.....	92
4.2	应用设计系统.....	95
4.2.1	办公事务系统——记事本.....	95
4.2.2	公共礼品系统——签字笔.....	99
4.2.3	服饰系统——领带.....	103
4.2.4	服饰系统——管理人员男式制服.....	106
4.2.5	广告系统——企业宣传册.....	110
4.3	知识延伸——网上企业形象与网络品牌.....	125
第五课	酒店企业形象设计.....	127
5.1	基础设计系统.....	128
5.2	应用设计系统.....	131
5.2.1	酒店客房用品系列——洗发液和淋浴液.....	132
5.2.2	交通系列——大客车.....	136
5.2.3	广告系统——企业宣传册.....	142
5.3	知识延伸——辅助图形与吉祥物.....	156
第六课	百货公司企业形象设计.....	159
6.1	基础设计系统.....	160
6.2	应用设计系统.....	164
6.2.1	旗帜规划系统——桌旗.....	164
6.2.2	环境指示系统——识别符号.....	170
6.2.3	广告系统——太阳伞.....	173
6.2.4	广告系统——促销海报.....	177
6.3	知识延伸——关于品牌.....	191
第七课	服饰公司企业形象设计.....	195
7.1	基础设计系统.....	196
7.2	应用设计系统.....	199
7.2.1	办公事务系统——信笺.....	199





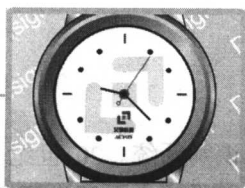
7.2.2	办公事务系统——信封	203
7.2.3	公共礼品系统——手提袋	208
7.2.4	广告系统——灯箱广告	213
7.3	知识延伸——名片的设计	219
第八课	房地产公司企业形象设计	221
8.1	基础设计系统	222
8.2	应用设计系统	225
8.2.1	办公事务系统——工作证	225
8.2.2	公共礼品系统——打火机	229
8.2.3	公共礼品系统——礼品手提包	232
8.2.4	广告系统——报纸广告	238
8.3	知识延伸——宣传册设计	247





第一课

企业形象识别基础知识



主要内容



✂ CIS 的概念

✂ CIS 的组成和功能

✂ CIS 的模式和特征



✂ 关于企业视觉形象识别

✂ 基础设计系统和应用设计系统的组成



✂ 知识延伸——企业形象手册设计参考项目



1.1 CIS 简介

企业形象是多侧面、多角度的信息综合体。凡是企业面向社会公众的事业领域，都涉及到形象信息的传递。社会公众及企业成员通过对它的片断认识，由局部到整体，日积月累，进而产生对企业的综合印象和评价。企业以企业文化主导各种经营行为、传递企业信息的渠道和媒介，都不可避免地渗透着与企业经营相关的识别要素，包括企业理念识别要素、行为识别要素和视觉识别要素。这些要素的统一化、规范化、系统化，就形成了企业的 CI，即企业形象识别系统。

1.1.1 CIS 的概念

CIS 是 Corporate Identity System 的缩写，意思是企业形象识别系统。20 世纪 60 年代，美国首先提出了企业的 CI 设计这一概念。据说美国 IBM 公司是这方面开先河者。

CIS 的主要含义是：将企业文化与经营理念统一设计，利用整体表达体系（尤其是视觉表达系统）传达给企业内部与公众，使其对企业产生一致的认同感，以形成良好的企业形象，最终促进企业产品和服务的销售。

CIS 是针对企业的经营状况和所处的市场竞争环境，为使企业在竞争中脱颖而出而制定的策略实施。CI 分为 MI (Mind Identity, 理念识别)、BI (Behavior Identity, 行为识别) 和 VI (Visual Identity, 视觉识别) 三个部分，相辅相成。企业需要确定核心的经营理念、市场定位以及长期发展战略，这是企业发展的主导思想，也是 BI 和 VI 展开的根本依据。理念识别 MI 也并不是空穴来风，它要经过对市场的周密分析及对竞争环境的细致观察，结合企业当前的状况制定实施。行为识别 BI 是经营理念的进一步延伸，也是 MI 的确切实施，具体体现在公司机构设置、管理制度制定、员工激励机制等方面。视觉识别 VI 是企业综合信息的视觉管理规范，在市场经济体制下，企业竞争日趋激烈，加上各种媒体不断膨胀，消费者面对的信息日趋繁杂，如何将企业的实力、信誉、服务理念传达给受众是 VI 实施的重要任务，也是 MI、BI 的具体体现。一个优秀的企业，如果没有统一的视觉管理规范，不能让消费者产生认同感和信任感，企业的信息传播效果也会大打折扣，对企业本身来说，也是一种资源浪费。

1.1.2 CI 的组成

CI 由 MI、VI、BI 三部分组成。

◆ MI 企业理念识别 (Mind Identity)

MI 是 CI 系统的大脑和灵魂所在，是指在企业经营过程中的经营理念、经营信条、企业使命、目标、企业精神、企业哲学、企业文化、企业性格、座右铭和经营战略（包括生产和市场的各个环节的经营原则、方针等）的统一化，是企业所有经营思想的总括。能否开发科学的企业识别系统，在于企业理念的建立与执着。





◆ BI 企业行为识别 (Behavior Identity)

BI 是 CI 系统的骨骼和肌肉的动态识别,是指企业在实际经营过程中所有具体执行行为于操作中的规范化、协调化,以便经营管理统一化,是企业所有以经营理念为核心的各项运作表现、公共关系的总和。

◆ VI 视觉识别 (Visual Identity)

VI 是 CI 系统的外表形象的静态识别,它透过科学的视觉传递,充分传达出企业的精神、行业特征及差异性效果最直接的信息,是塑造企业形象、扩大企业知名度的强有力工具,是企业形象和品牌持久稳定发展的传播载体。

这三部分中,视觉识别最直接,对公众的影响力最大;行为识别次之;理念识别最少,却是企业核心理念所在;另外,三者又是相辅相成,紧密结合的,如图 1-1 所示。

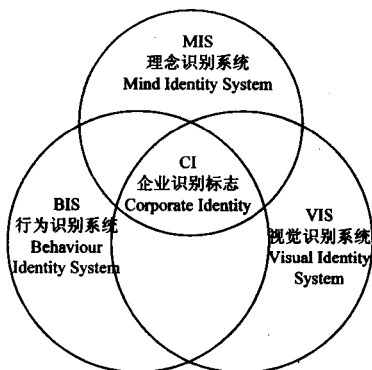


图 1-1 VI、BI、MI 的关系图

1.1.3 CI 的功能

企业实施 CI 战略,往往能使企业组织在各方面发生积极性的变化,从而综合作用于企业的相关组织和个人,产生全方位的功效。概括地说,CI 有如下几方面的功能:

➤ 识别功能

CI 最基本的功能是识别功能,包括理念识别、行为识别,尤其是视觉识别。CI 能够促使企业产品与其他同类产品区别开来。现代社会商品生活中,各企业的产品品质、性能、外观、促销手段都日趋雷同,惟有企业导入 CI,树立特有的、良好的企业形象,从而提高企业产品的非品质的竞争力,才能在市场竞争中脱颖而出,独树一帜,取得独一无二的市场定位,最终在消费者心中取得一致认同,建立起品牌的偏好和信心。

CI 识别的优势在于它把企业作为行销对象,将企业的理念、文化、行为、产品等形成统一的形象概念,借助视觉符号表现出来,全方位地传播,可以让社会公众多视角、多层面地对企业加以鉴别,决定取舍,而不管从哪个角度哪个方面,所得到的信息都是一致的,所得出的结论也必将是一致的,因为同一性是 CI 识别的功能,它包括如下三个基本的识别要素。

