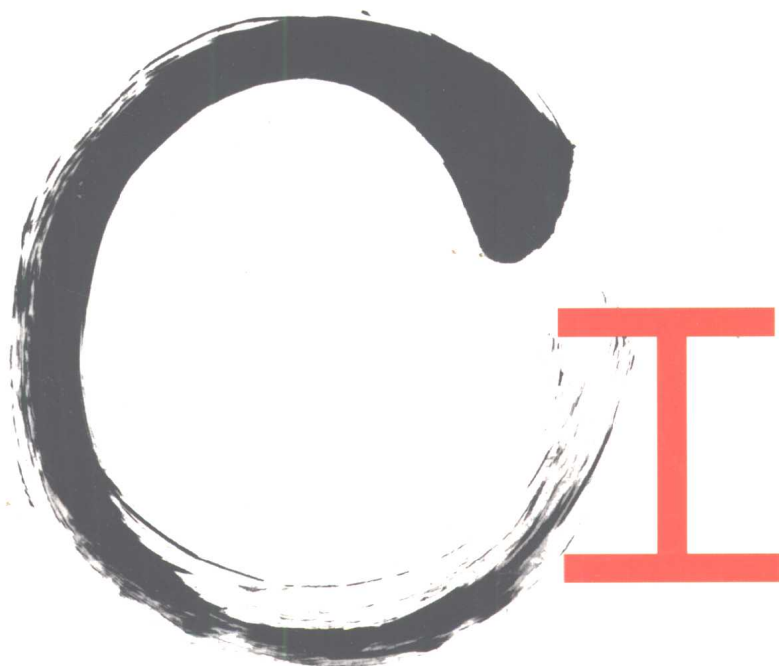


Identity Design of the World

世界CI選

編著：RIID/利德 Research Institute for Identity Design



Identity Design of the World

世界CI選

編著：田中利徳 Research Institute for Identity Design

CI

出版：上海辭書出版社 Shanghai chishuchubanshe

日本株式會社PAOS
利德(RIID)編輯委員會

顧問：中西元男

主編：王超鷹

編委：守屋康清 保坂春美 秋山昭宏
守屋仁美 張少俊 李偉國

PAOS, EDITING COMMITTEE OF RIID

ADVISER Nakanishi Motoo

EDITOR IN CHIEF Wang Chaoying

MEMBERS OF THE EDITING COMMITTEE

Moriya Yasukiyo Hosaka Harumi Akiyama Akihiro
Moriya Hitomi Zhang Shaojun Li Weiguo

日本株式会社PAOS

RIID編集委員会

顧問：中西元男

監修：王超鷹

編集委員：守屋康清 保坂春美 秋山昭宏
守屋仁美 張少俊 李偉國

上海辭書出版社編輯人員

責任編輯：于鵬彬

特邀編輯：支順福(英文) 應允(日文)

責任校對：劉美娟

特邀校對：宋嵐(英文) 張芳(日文)

圖書在版編目(CIP)數據

世界CI：漢、英、日對照／王超鷹主編。—上海：上海辭書出版社，2000.12

ISBN 7-5326-0726-7

I. 世… II. 王… III. 企業形象—設計—對照讀物—漢、英、日

IV. F270

中國版本圖書館CIP數據核字(2000)第52660號

世界CI

出版：上海辭書出版社

上海陝西北路457號

郵政編碼 200040

發行：上海辭書出版社發行所

Published by the SHANGHAI LEXICOGRAPHIC
PUBLISHING HOUSE.

457 Shanxi Road N, Shanghai 200040

出版社：上海辭書出版社

上海陝西北路457號

郵便番号 200040

發行所：上海辭書出版社發行所

開本：890 × 1240 1/16

印張：7.75

版次：2001年4月第1版

2001年4月第1次印刷

印數：1—1200

書號：ISBN7-5326-0726-7/F·45

定價：128圓

前言

1986年全家旅行時我首次踏上了中國的國土。1993年受有關方面的邀請到中國講課之後，便不斷有了經常去中國的機會。現在屈指算起來，至2000年為止，我已經在中國各地進行了大約50次左右的演講。期間，我本人經歷了各種激動人心的社會變化和許許多多難以用言辭來進行表達的體驗。在一次講課的過程中，提到了在中國出版CI專著的話題，我了解到中國特別需要這方面的專業書籍。當時，我對擔任講課的翻譯，也就是本書的主編王超鷹君建議：“是否在中國出版一套從未有過，同時是被世界所接受的設計專著，我會給予積極支持的”。實際上近似于這樣的出版經驗，以前在日本有過並得到了成功，出版後曾受到了世界各地的極高評價，所以將在中國出版RIID新叢書。值得慶幸的是，本書的工作受到了當年負責在日本編集出版的主要成員秋山昭宏先生和保坂春美女士兩位的有力支持，並且最終促成了“世界CI”第一冊中文、日文和英文三國文字版的問世。由于在資料收集等方面出現超乎預料的困難，使第一卷的出版工作花費了很長的時間。但是在日中兩國編輯人員的不懈努力下，這套以中國為信息播源、世界範圍出版的嶄新企業書得以實現，不禁令人振奮。在所謂商標、標志類出版物充斥市場的情況下，這套網羅CI開發實例和具有相當指導價值的叢書之誕生，無疑將成為中國和世界出版界的歷史記錄過程中的一頁非常寶貴的內容。

(PAOS:中西元男)

這是一個大型系列叢書的第一卷，它記錄了近年來具有一流水平的CI實例和部分詳細實例的開發過程。本書的出版本身包含着許許多多動人的故事，它是衆多世界性的企業、優秀的設計家和中日編集人員無私奉獻的結晶。我們知道，在進入九十年代後，中國的企業已開始注意到了CI理論對企業發展和文化建設的重要影響。為了適應這方面的要求，兩岸出版社先後出版了大量有關的出版物。但十分令人遺憾的是，大量的盜版和充數之作橫行，這對中國企業的CI發展產生了嚴重的誤導。為此，在CI領域中享有盛名的日本PAOS及其領導人中西元男先生的倡導下，以中國和日本的編輯人員共同組成的RIID編委會，經過努力，將逐步推出中國CI出版史上最優秀的系列叢書，來滿足廣大讀者的需要。相信通過RIID叢書的內容，人們會對CI有一個新的認識和理解。同時值得一提的是，考慮到方便專業學習和防止盜版的因素，本書同時採用了中文、英文和日文的三種文字出版，這也是國內出版史上的一個首創。最後，我們要感謝長期以來一直致力于美的經營理論的締造和傳播的CI大師中西元男先生，他不僅對本書的工作傾心支持，還同時擔任了本書出版的特別顧問。此外，從七十年代就一直主持並參加了大量CI出版物編排的日本專家秋山昭宏和保坂春美女士，在本叢書的編集過程中，也始終以一絲不苟和促進中日友好的精神進行着忘我的工作。借此機會，還要感謝世界各地的優秀企業、設計事務所、設計專家所提供的一流資料。當然，上海辭書出版社的有關專家給予的盡力幫助，是本書得以最終問世的關鍵。

(RIID:王超鷹)

PREFACE

I visited China for the first time with my family in 1986 and was invited to China again in 1993. The rapid change and development of the period was indescribably exciting. Since then I have made over 50 visits to many parts of China.

I urged Mr. Wang Chaoying, the main editor of this book and a fine interpreter at my lectures, to publish a book of corporate identity design, one that has never been published before in China. In the past I had the opportunity to publish similar books in Japan. I was therefore keen to publish a new series for a wider audience. Fortunately, Mr. Akihiro Akiyama and Ms. Harumi Hosaka, who are the editors in Japan, kindly accepted my request for support in this project. The publication of Identity Design of the World (RIID) in a trilingual edition (English, Chinese and Japanese) is the fruit of that cooperation. Initially we made slow progress in collecting materials as we encountered unexpected difficulties. Explaining the project and requesting the cooperation of contributors to the first volume took much more time than we had expected. I am pleased that our dreams have finally been realized.

Although there are many design books on symbols and logotypes, this edition is unique in that it covers the design development process and includes a number of unpublished examples from around the world. We believe it is a valuable addition to design literature.

PAOS: Motoo Nakanishi

This book has been published as the first volume of a larger series introducing the excellent examples of corporate identity programs and their designs to a global audience. In publishing this book, we have been privileged to receive the cooperation of the corporations that implemented the corporate identity programs and the outstanding designers. The importance of corporate identity has occupied the attention of China since the early '90s, leading to a number of books published in China, including Taiwan. Regrettably, many pirate editions have conveyed misleading information to readers. Concerned about the situation, Mr. Motoo Nakanishi of PAOS (Japan) inaugurated RIID with joint staff from Japan and China. Translated and published in a trilingual edition, Identity Design of the World is the first of its kind being published in China. I hope this will serve as a useful guide for those who are interested in corporate identity to deepen their knowledge of the field and to understand the technical terminology. This unique edition can also help counterbalance the infamy of misinformation from pirate editions. In conclusion, I would like to express my gratitude to all those who have cooperated in publishing this book. Firstly to Mr. Nakanishi, acting not only as a special adviser but also as a main editor. Also Mr. Akihiro Akiyama and Ms. Harumi Hosaka who have worked on many other CI books since the '70s. Special thanks also to the corporations, and designers that shared their precious materials, as well as Shanghai Cishuchubanshe.

Representative
Wang Chaoying

前書き

1986年家族旅行で初めて訪れた中国、そして、1993年招かれて訪れた中国、この間の変化の激しさには、まさに度胆を抜かれるものがった。それを機に何か惹かれるものがあって、講演を主に1999年の今日まで50回以上も中国各地に足を運んだが、この間の各地の変貌発展振りは実にエキサイティングで筆舌に尽くし難い。

その中国でCIデザインの書籍を出版したいという話が持ち上がった。そこで、今回の中国側編著者代表であり、同時に私の講演時の名通訳でもある王超鷹氏に「応援するから、中国では今までに見られなかったような本、そして世界中で受け入れられるデザイン書をつくったらどうか」と奨められた。

この企画に類似するものは以前に日本から出版し世界中から評価を得た経験があり、その継承発展版を中国から新しいシリーズ本として出したらとの構想であった。幸い日本での刊行時の主要なメンバーであった秋山昭宏・保坂春美両氏の強力な支援も得られることになり、その成果が今回の中国語・日本語・英語の3か国語版RIID「世界CI選」の刊行である。

ただ、各地からの資料の集まりが予想以上にはかどらず、第一巻の出版は予定よりはるかに時間がかかってしまった。日中編集陣の実に粘り強い努力により、ようやく中国から世界に発信する稀有な企画が日の目を見ることになったのは何とも喜ばしい。世にマーク・ロゴタイプ集は沢山あるが、展開システムや事例を伴い世界を網羅した書籍はまず無い。その意味でも貴重なCI書の誕生と言えよう。

(PAOS:中西 元男)

本書は大型シリーズ「世界CI選」の第一冊目であり、近年の一流CI事例とその部分的な開発作業を記録している。本書の出版に当たって多くの物語があったとは言え、本書は世界的な大企業と優れたデザイン専門家の方々、日中両国編集者の無私貢献によって作り上げられたところが大きい。ご存じの通り、1990年代に入って中国の企業がCIの重要性に注目し始めたことにより、その需要に応じて中国大陆と台湾の出版社がCIに関する出版物を大量に出版してきた。しかし残念なことに、それらは海賊版や悪質なものであることが多く、中国の企業に誤った影響を与えてしまう例も少なくない。以上のことを再認識すべきであると常々指摘してきたCI界の旗手、PAOSの中西元男先生の提唱によって、日本と中国の編集者によるRIIDが組織された。我々はより斬新な資料を使い、中国出版史上最高のCI出版物を読者の方々に提供しようと考えた。このRIIDシリーズの出版を通して、CIの理解と認識を改め新しくすることができると我々は確信している。

また、是非紹介したいことは、本書が中国出版物の中で初めての中・日・英三か国語版であり、専門用語の多いCI知識の勉強に役立つであろうということと、これが海賊版の防止という点でも活用されるのではないかということだ。

最後に我々が感謝しなければならない方々が大量にいる。まず長い間美的経営の理論と実践を伝えてきたCIの先駆者中西元男先生である。先生は多忙ながらも本書の編集に力を傾き、自ら特別顧問を兼任された。また、1970年代以来多くのCI出版物を編集した秋山昭宏・保坂春美両先生の日中友好の精神と終始一糸不苟の仕事精神がなければ、本書の出版はあり得なかった。また資料を提供して下さった企業、デザイン事務所、デザイナー、そして上海辞書出版社の関係者の方々にも厚くお礼を申し上げたい。

(RIID:王 超鷹)

目録・Contents・目次

墨爾本展覽中心/Melbourne Exhibition Centre/メルボルン エグジビション センター	8
電力博物館/Powerhouse Museum/パワーハウス ミュージアム	14
波塔尼卡爾賓館/Botanical Hotel/ボタニカル ホテル	20
愛墾電力/Ikon Energy/アイコンエネルギー	24
OB希古萊姆/OB Seagram/OBシーグラム	28
一民美術館/Illmin Museum/イルミン美術館	30
阪急賓館/Hotel Hankyu International/ホテル阪急インターナショナル	32
美國自然歷史博物館/American Museum of Natural History/アメリカ 自然史博物館	36
布魯克林音樂學院/Brooklyn Academy of Music/ブルックリン音楽アカデミー	46
帕布利克大劇院/The Public Theater/ザ パブリック シアター	52
貝斯塔克司/Vestax Corporation/ベスタックス	64
森平樂器行/Moridaira Musical Inst. Co., Ltd./モリダイラ樂器	72
匯豐銀行/The Hongkong and Shanghai Banking Corporation/匯豐銀行	74
都會超市/City Super Ltd./シティースーパー	78
香港西武/Hong Kong Seibu/香港西武	84
陳茶館/Mr Chan Tea Room/陳茶館	88
曼達琳蛋糕店/Mandarin Cake Shop/マンダリンオリエンタルケーキショップ	92
重慶飯店/Chungking Szechwan Chinese Restaurant/重慶飯店	96
蘭亭茶館/Lantin Tea House/蘭亭茶館	98
日本川崎製鐵株式會社/Kawasaki Steel Corporation/川崎製鐵	102

Melbourne Exhibition Centre

Melbourne Exhibition Centre

名稱：墨爾本展覽中心

所在地：澳大利亞 墨爾本

業種：展覽會場

設計：埃梅利・文森特設計公司

導入年：1996年

Name: Melbourne Exhibition Centre

Location: Melbourne, Australia

Type of institution: Exhibition center

Design: Emery Vincent Design

Initial implementation: 1996

名称：メルボルンエキジビションセンター

所在地：オーストラリア メルボルン

業種：展示会場

デザイン：エメリー・ヴィンセント・デザイン

導入年：1996年



MELBOURNE EXHIBITION CENTRE

1
2

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456780



1 基本要素（名稱組合の展牌）

2 標準組合

因建築處在與航海運輸有關的港口部位，
所以文字字體設計上也充分顯示了這一
特色

3 辦公用品

4 建築物向外伸展的屋檐標識

1 Basic elements (combination of
logotype and banner)

2 Original typeface
Alluding to the maritime history of
its location, the stenciled typeface
was created to feature the image of
the building.

3 Stationery

4 Sign applied to the canopy

1 基本要素（ロゴタイプとバナーの組
合せ）

2 オリジナルタイプフェイス
立地が海運の歴史に因むことと、建物
の特色をイメージさせるようステンシ
ル文字がデザインされた

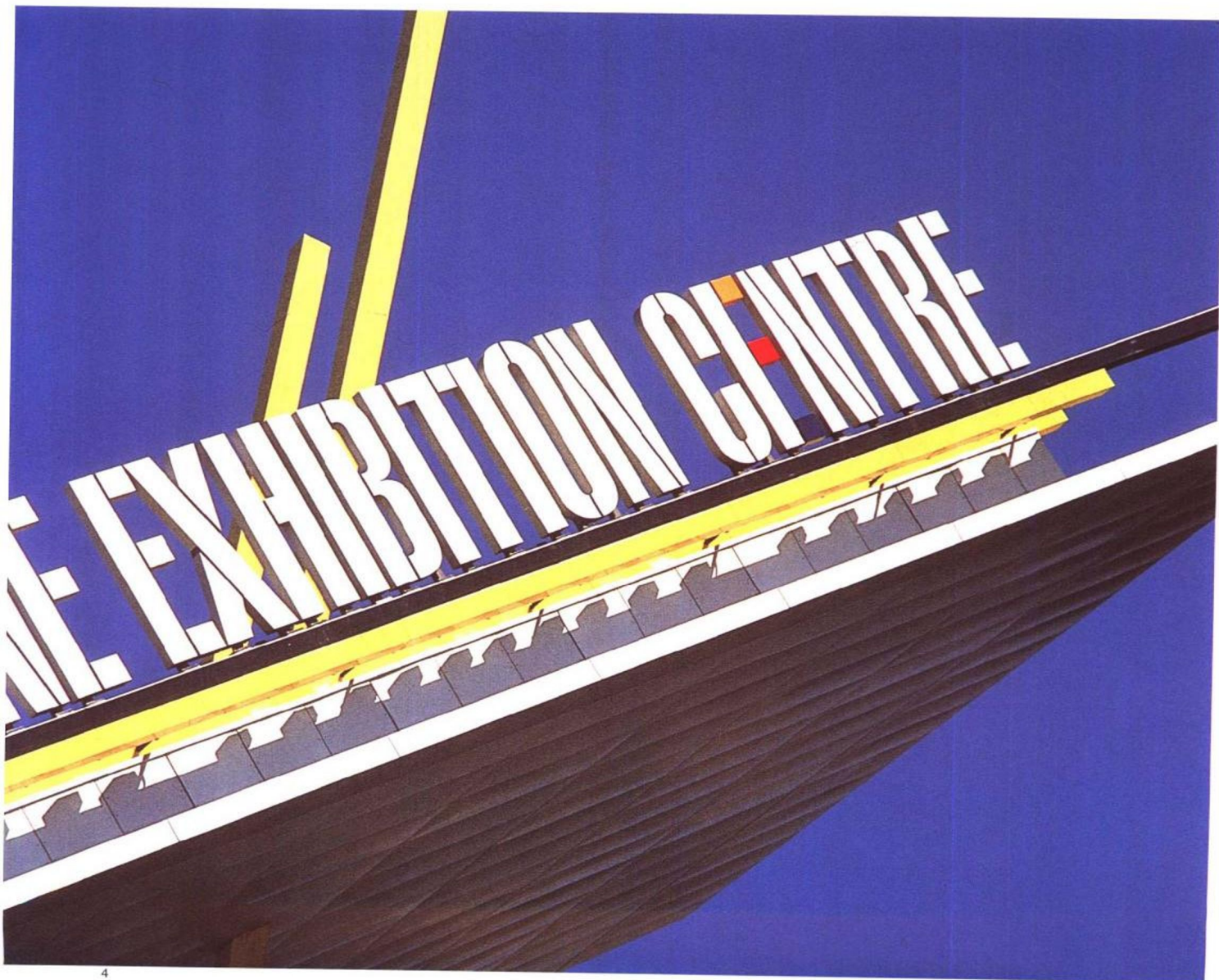
3 ステーションリー

4 建物張出し屋根のサイン

面向寬廣的亞拉河畔，長達450米，像刀刃一般伸展屋檐的墨爾本展覽中心，現在已經成為當地建築的一大特徵。這個形象設計項目是澳大利亞政府作為第一流展示中心設施而投資建造的，為了表現出展示中心的精神與功能。從建築物、指示牌、標識系統到廣告促銷品等等，都充分體現了豪華現代的設計感，這也成為基本設計要素的專用文字字體與展牌，及設計開發的重點。位於入口處的指示牌，不僅起到了標誌性的作用，而且代表了展示中心的對外形象。而室內的巨大標識，更是將視覺表現與設計進行了成功的調和。

With its 450 meter frontage to the Yarra River and dramatic bladelike canopy roof, the Melbourne Exhibition Centre contributes a distinctive presence to the city. The aim of the identity program for this new Centre was to project an image as the premier facility for exhibitions in Australia. The contemporary design program full of visual appeal represents the spirit and function of the Centre. Those attractive graphics were extended to the symbolic building identification elements, information signage, and advertising materials. An original stenciled typeface and banner logo were created, taking on a strong decorative role as a major external building sign at the formal entry. They also function as a monumental, symbolic identification element. Super-size graphics on these odd angled panels were applied to signify entry points. They are not only functional as directional signs but also serve to unify the architectural elements.

ヤラ川に450mと広く面し、ナイフの刃のように飛び出した張出し屋根が目をはくメルボルンエキジビションセンターの特徴ある建物は街の風景のひとつとなっている。このアイデンティティプログラムの目的は、オーストラリアにおける第一級の展示施設としてのイメージを生み出すことであつた。エキジビションセンターの精神や機能を表現し、華やかさと際だちをもつ現代的デザインが開発され、建築物、案内用サインシステム、広告販促物に展開された。デザイン要素としてステンシル文字のオリジナルタイプフェイスとバナーのグラフィック要素が開発された。入口のメジャーサインは口印の役割と同時にシンボリックなモニュメントとなっている。屋内の案内サインとして、スーパグラフィック表示を行ない、サインと建築とを調和させるのに成功している。





5



6



7

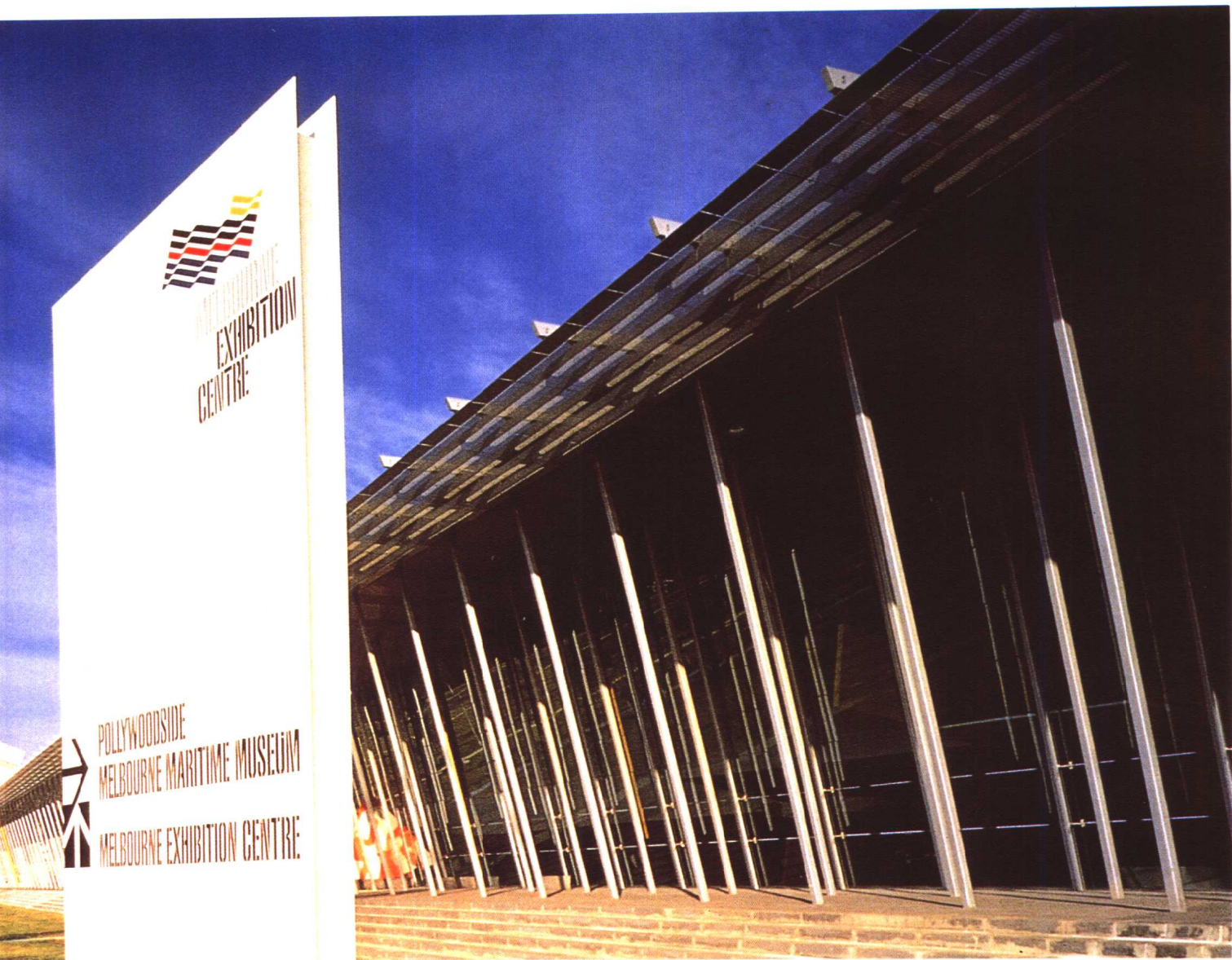


8



9

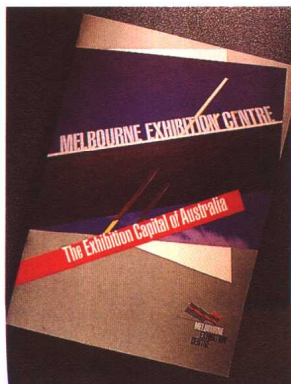
10



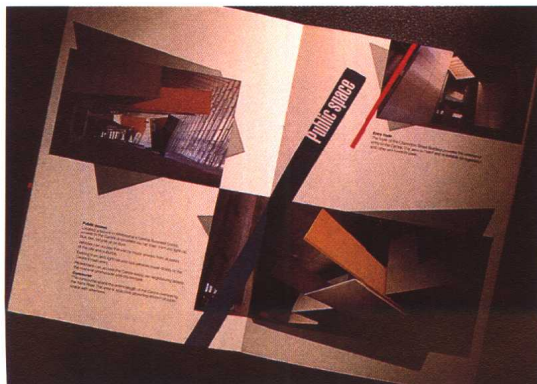
5・6 建築外觀。大膽而又現代感的設計擔負着建築物的視覺形象
7 正門口的指示牌
8 屋檐標識
9 刀旗
10-12 展覽中心的介紹書

5・6 External appearance of Melbourne Exhibition Centre
The dynamic modern building itself expresses the principal functions of the identity.
7 Major sign in front of the building
8 Sign on the canopy rooftop
9 Banner
10-12 Information brochure

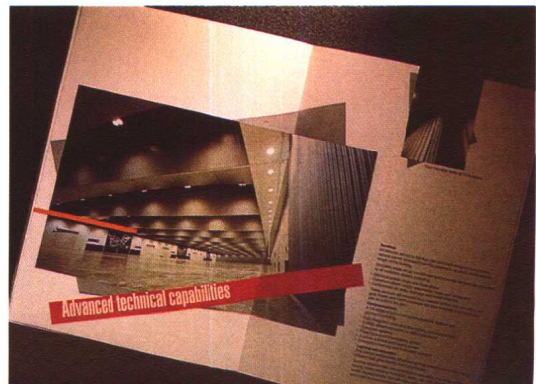
5・6 メルボルンエキジビションセンター外觀
大胆でモダンな建物がアイデンティティの重要な役割をはたしている
7 入口正面にたつメジャーサイン
8 張出し屋根上サイン
9 バナー
10-12 案内パンフレット



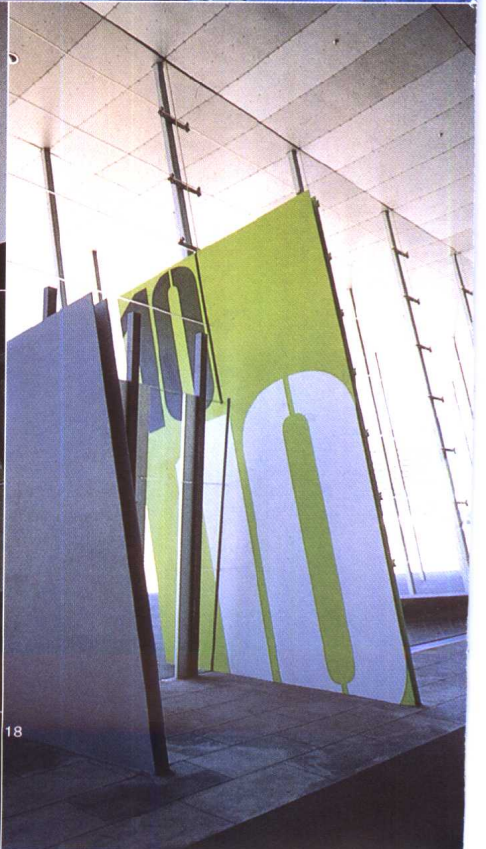
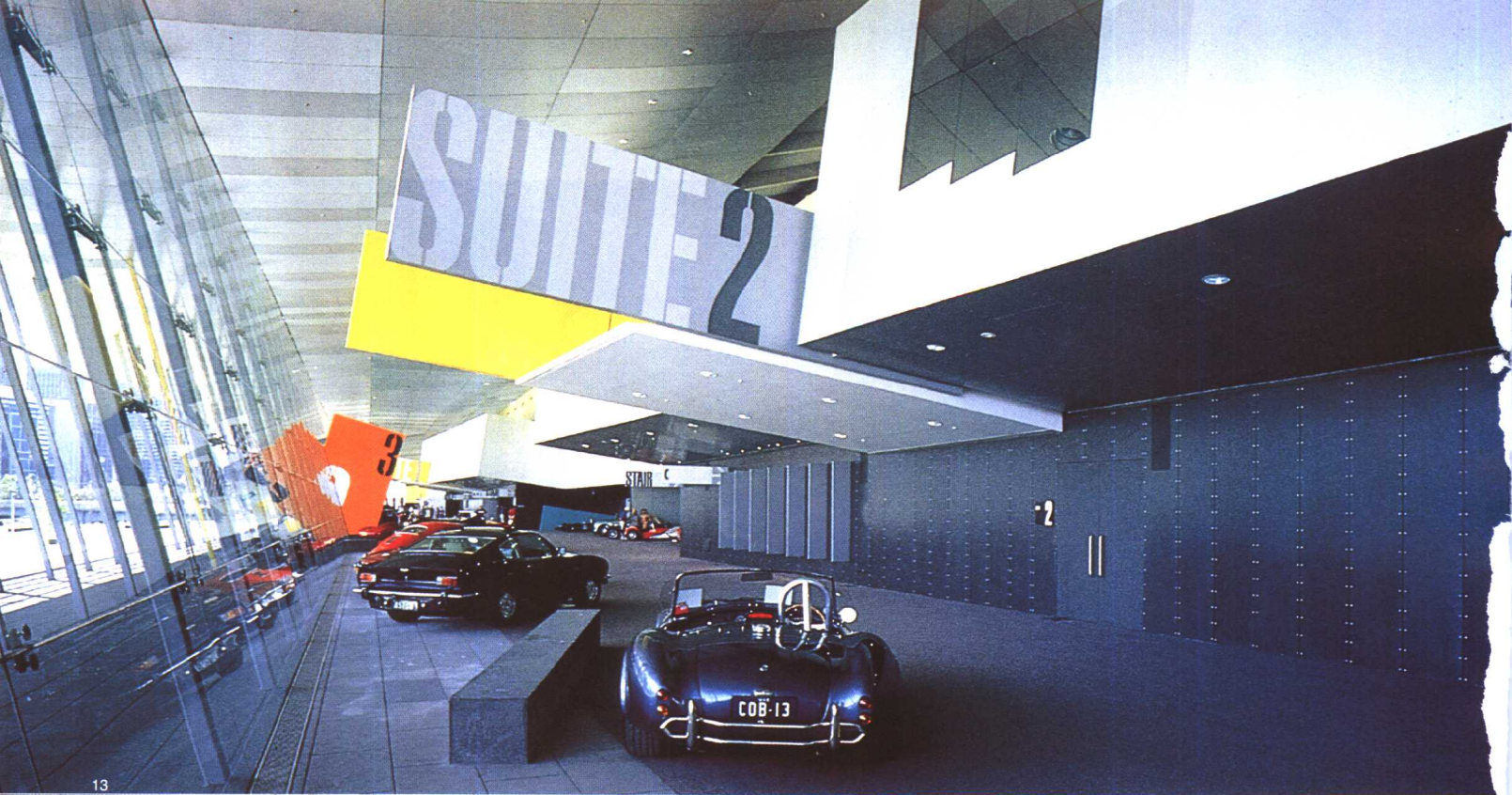
10

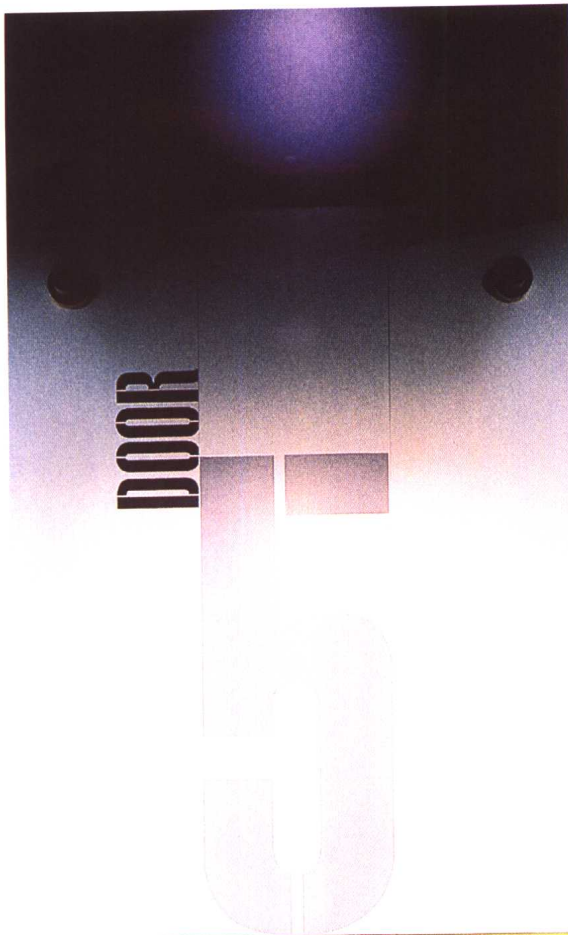


11



12





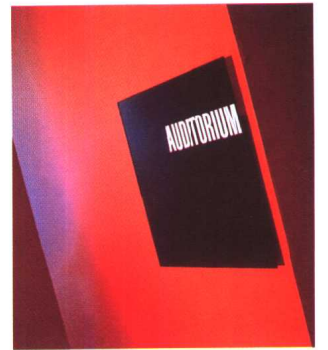
19



20



21



22

13-22 表示展示會場的各部門名稱牌，設施名稱牌，以及角度奇特的展板，同時還擔負着建築物的標識作用

13-22 Super-size graphics are used for the names of section, rooms, and facilities in the Melbourne Exhibition Centre. In spite of being applied as indication sign the slated panels which protrude at odd angles are shown simultaneously as architectural elements.

13-22 展示會場セクション名、室名、施設名にはスーパーグラフィックが使用されている不思議な角度で突き出したパネルは建物の部分であり表示サインの役目もはたしている

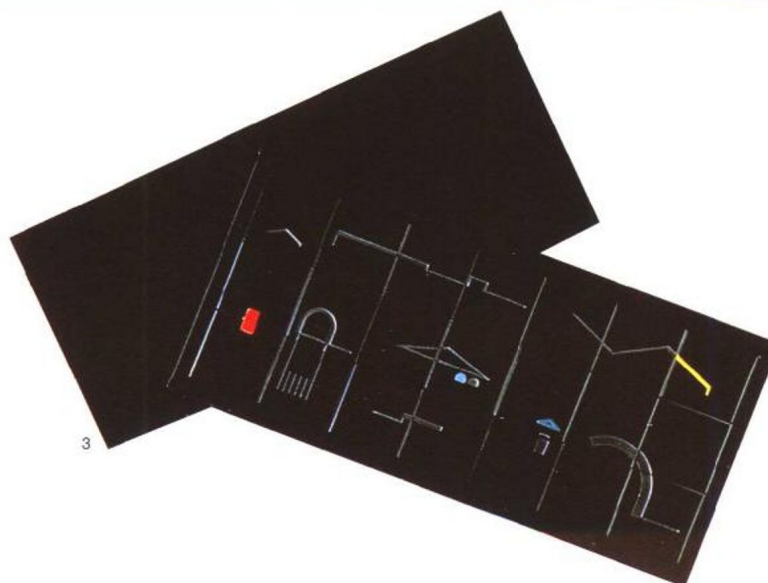
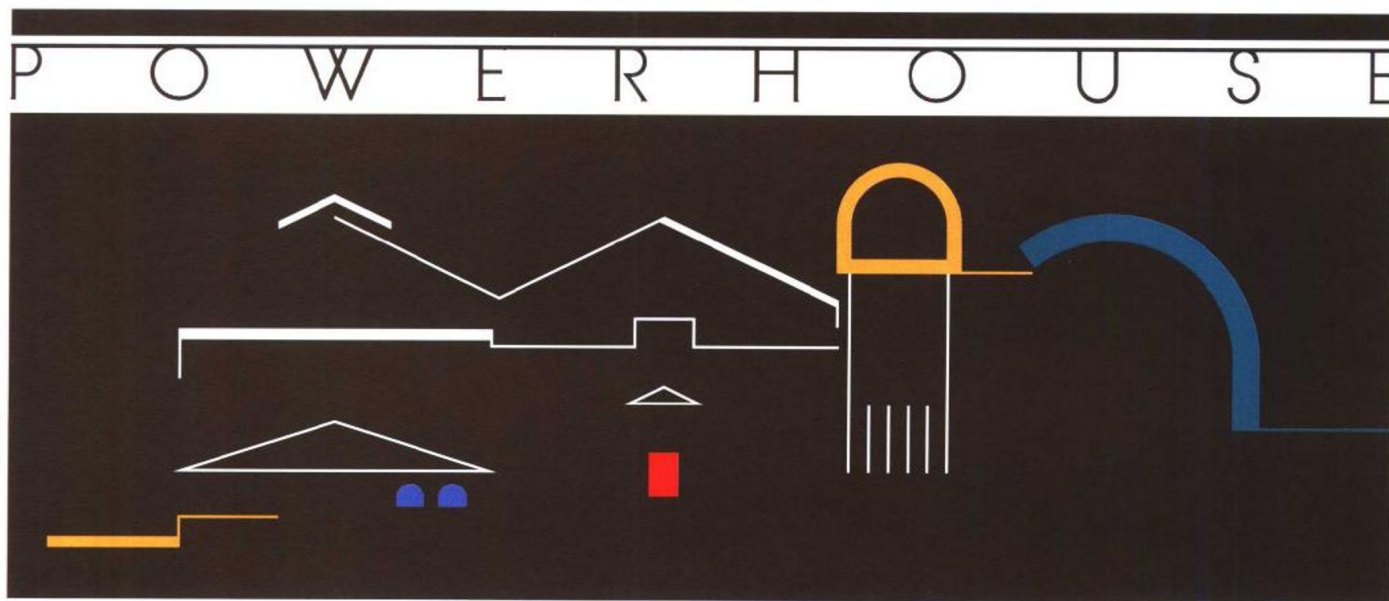
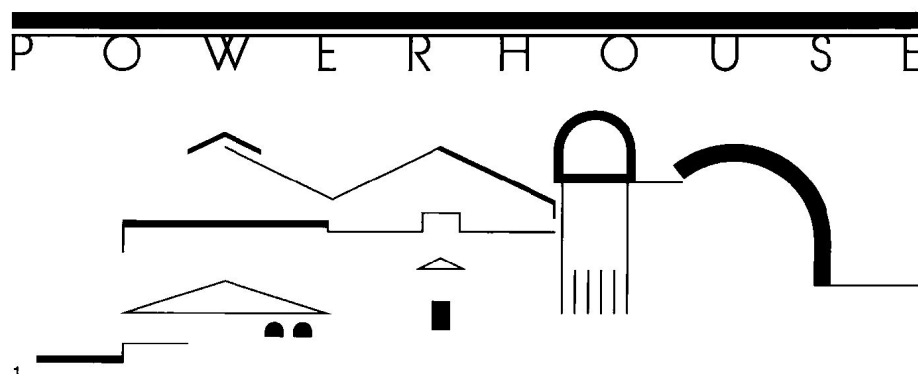
Powerhouse

Powerhouse Museum of Applied Arts and Sciences

名稱：電力博物館
所在地：澳大利亞 悉尼
業種：博物館
設計：埃梅利・文森特設計公司
導入年：1987年

Name: Powerhouse Museum
Location: Sydney, Australia
Type of institution: Museum
Design: Emery Vincent Design
Initial implementation: 1987

名称：パワーハウスミュージアム
所在地：オーストラリア シドニー
業種：博物館
デザイン：エメリー・ヴィンセント・デザイン
導入年：1987年



1・2・4 舊建築的發電廠與新建築群，由屋檐的綫予以了視覺形象的表現
3 展館簡介

1・2・4 The roof lines of the old power station building and the new buildings exist as a visual symbol
3 Information leaflets

1・2・4 古い発電所の建物と新しい建物群の、屋根のラインがそのまま視覚的シンボルとされている
3 館内案内リーフレット

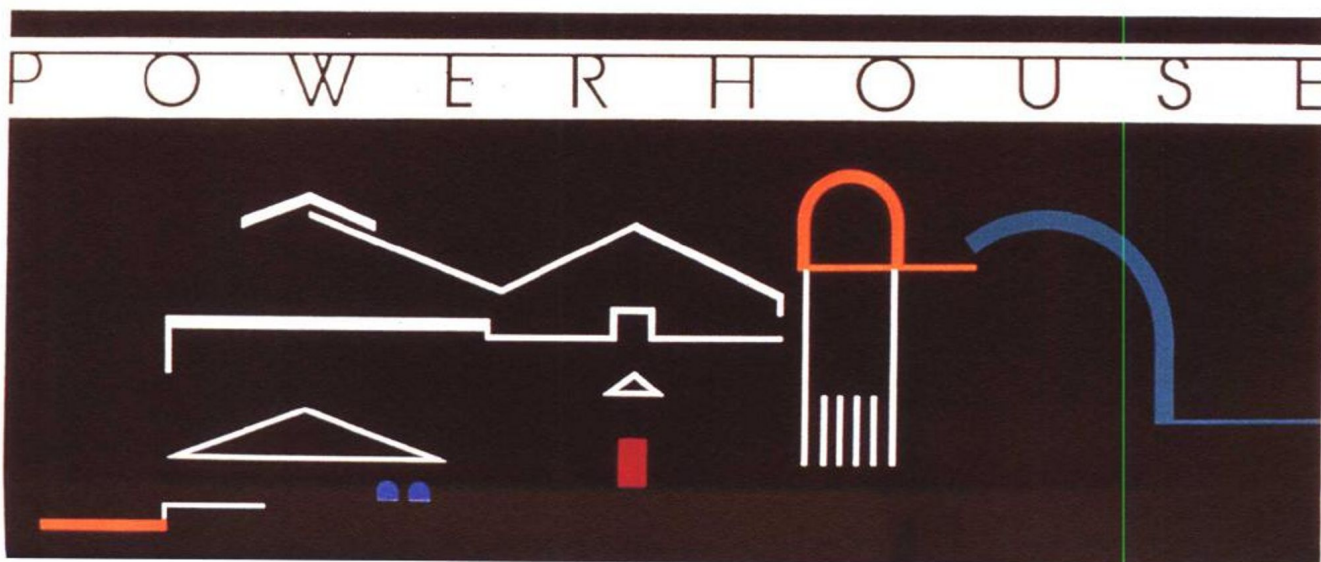
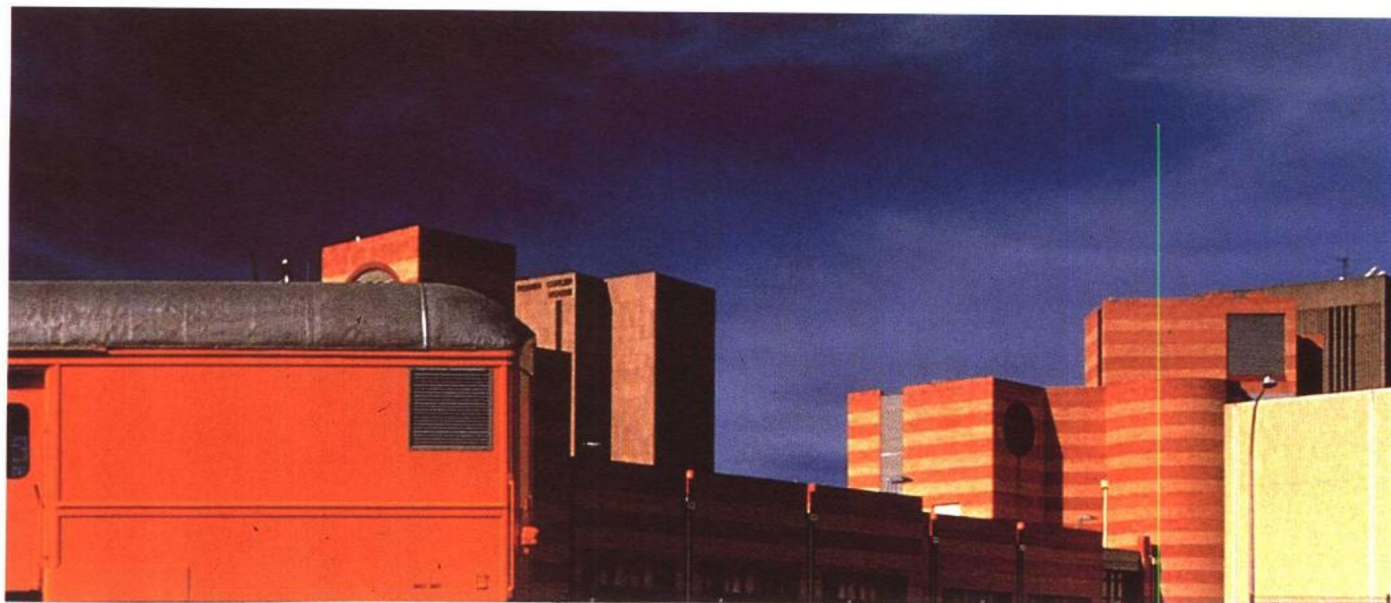
這座位于澳大利亞悉尼的博物館，其建築原本是當地的一座發電廠。該建築是內部空間十分寬暢，結構非常堅固的廠房。由于嶄新的新增建築與發電廠原有的陳舊建築有機的混合，非常具有一種特殊的感覺。體現建築特色的屋檐也成為VI表現的基調。借助屋檐線的抽象形式，此後作為建築的外觀、指示標識、展板、辦公用品、銷售用品和廣告設計的基本要素。

在大而複雜的博物館裏，各種設施指示牌，起到各種不同的作用。包括自然科學、技術、社會史、美術在內的25萬件展品，通過展示說明系統的開發得到了合理的管理。正門入口處的贊助商名稱牌，為了與美術展示品和引導系統的調和，基本上都採用了小型展板的組合型表現形式。

The Powerhouse Museum in Sydney is housed in the old Ultimo Power Station buildings. The robust, industrial structures offer large awe-inspiring spaces. The museum complex also contains new buildings. The profiles combine a blend of old and new. The distinctive roof line formed the keynote of the visual identity for the Powerhouse. The abstract and stylized design of the roof line was developed to be used either in a whole or fragmented form. It was applied to the building, signs, exhibition labeling, stationery, and also to promotional and advertising materials. The extensive hierarchical communication system was designed for identifications signs in the vast and complicated buildings, as well as for the information signs of the enormous exhibits. The disparate collection of over 250,000 exhibit items span science, technology, social history and decorative arts. The sponsors' board located prominently in the entry lobby was designed as a many-layered object that fluctuates in meaning between an artistic object and information.

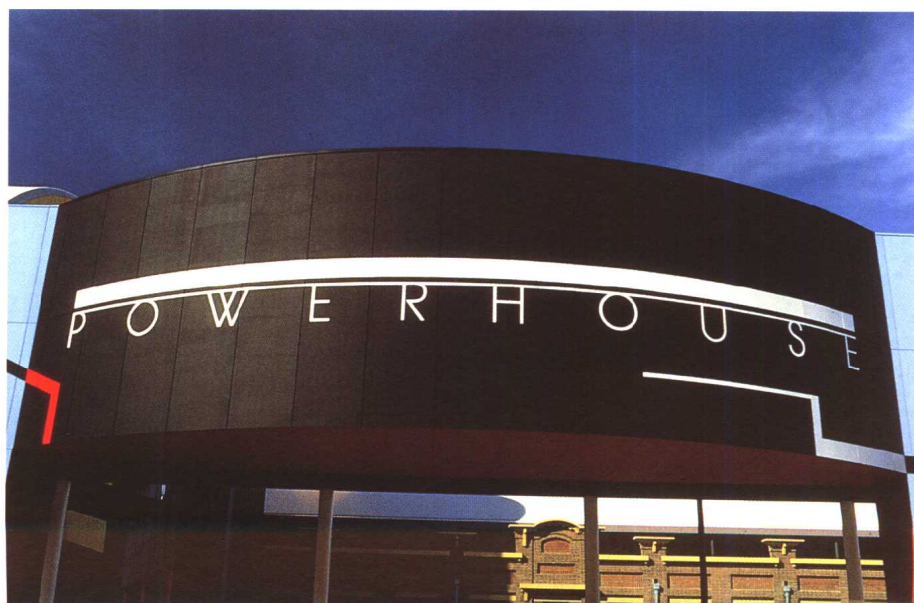
シドニーにあるこのミュージアムは古いウルティモパワーステーション(発電所)の建物を使用している。この建築物は内部に大きく荘嚴な空間をもつ、頑強で工業的な構造である。外觀は新しい建築と発電所の古い建築とが混在し、特徴のある構成となっている。この特色ある屋根のラインがパワーハウスVIの基調となった。屋根のラインを抽象化し様式化したデザインが、全体でも部分でも使えるように開発され、建物、サイン、展示のラベル、ステーションナリー、販売促進物や広告にも使用されている。

広大で複雑な建物の施設案内や、自然科学、技術、社会史、美術の25万点を越える個性的な展示品説明用に系統だったコミュニケーションシステムが開発された。玄関ロビーに置かれるスポンサー名表示板のデザインにあたっては、アート、展示品、インフォメーション機能の調和が要求され、小型パネルの集積のオブジェが作られた。





5



6