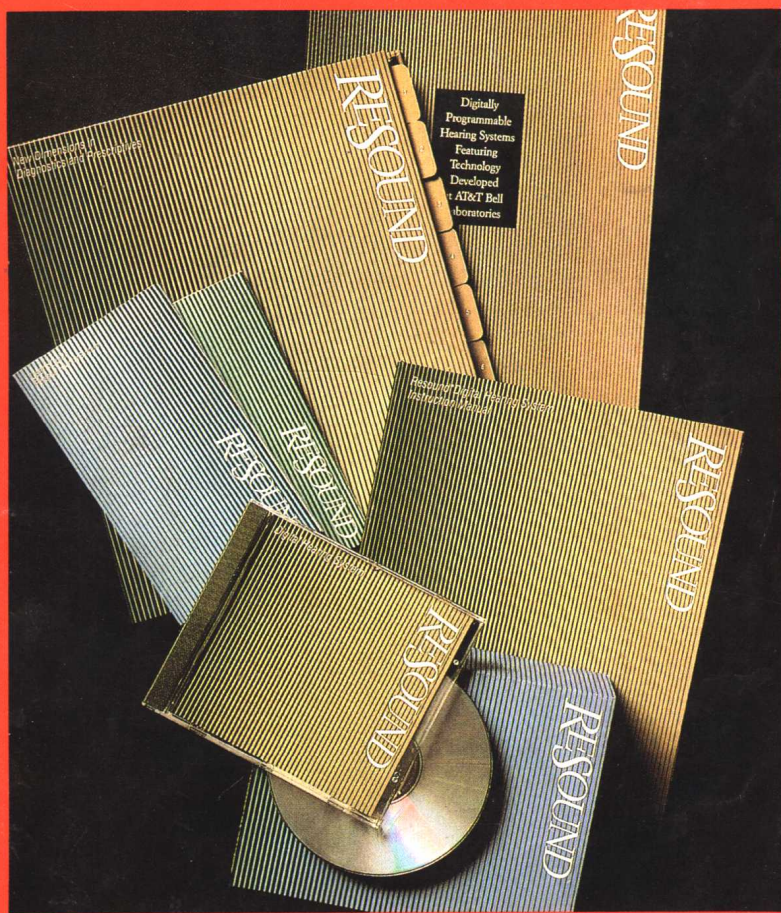


设计基础入门丛书

陈建军 著

CI 知识入门



87
2

广西美术出版社

基础图案入门
装饰绘画入门
装饰色彩入门
环境艺术入门
包装装潢入门
CI知识入门

展示设计入门
书籍装帧入门
服装设计入门
设计透视入门
平面构成入门

ISBN 7-80625-115-4



9 787806 251157 >

责任编辑:姚震西 苏 旅

装帧设计:雨 田

(桂)新登字 07 号

CI知识入门 陈建军著

设计基础入门丛书

广西美术出版社出版

广西新华书店发行

责任校对:林志茂

深圳当纳利旭日印刷有限公司印刷

开本 787×1092 1/16 3印张

1996年10月第1版

1996年10月第1次印刷

印数 1-20000册

ISBN7-80625-115-4/J·92 定价:10元

48.4
CJ



0446755

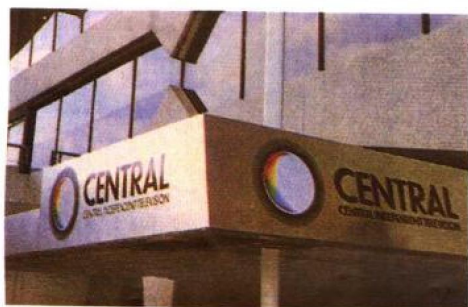
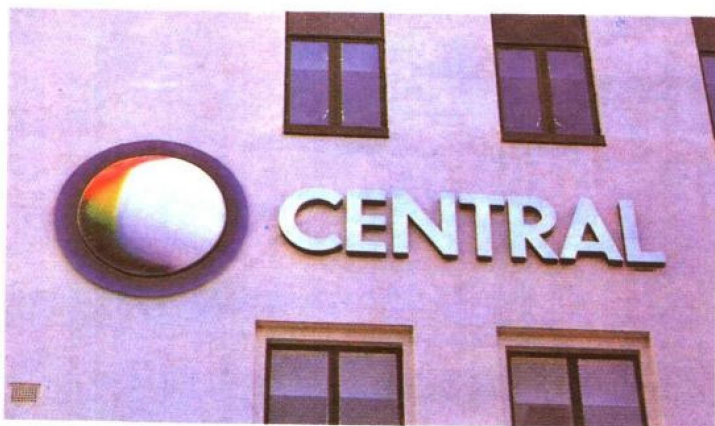
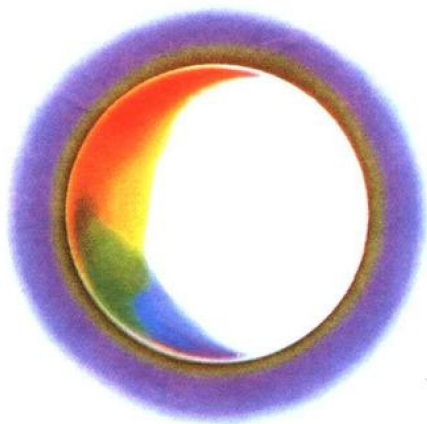
201071

目录

- 一、CI 的定义和作用/2
- 二、CI 系统的构成/3
- 三、视觉识别(VI)系统设计/5
 - (一)基本要素系统设计/5
 - (二)应用要素系统设计/11
- 四、企业识别手册的制定/15
- 五、CI 设计规划过程/16
- 六、CI 设计的制定与实施/18
 - CI 设计案例(一)/20
 - CI 设计案例(二)/28
 - CI 设计案例(三)/33
 - CI 设计案例(四)/38
- CI 设计作品欣赏/39

限

列时间内 还



一、CI 的定义和作用

CI 设计是 60 年代由美国首先提出, 70 年代在日本得以广泛推广和应用, 它是现代企业走向整体化、形象化和系统管理的一种全新的概念。其定义是: 将企业经营理念与精神文化, 运用整体传达系统(特别是视觉传达系统), 传达给企业内部与社会大众, 并使其对企业产生一致的认同感或价值观, 从而达到形成良好的企业印象和促销产品的设计系统。

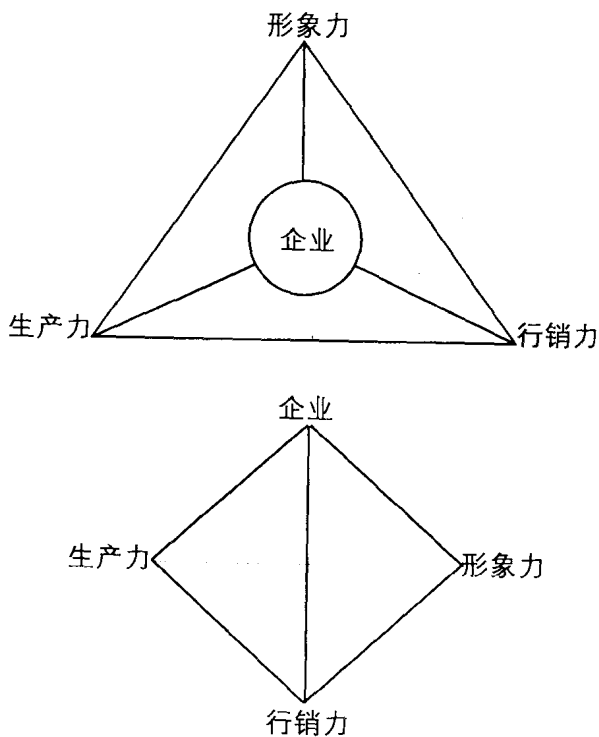
CI 系统 (Corporate Identity System) 即企业形象识别系统, 是企业大规模化经营而引发的企业对内对外管理行为的体现。在当今国际市场竞争愈来愈激烈, 企业之间的竞争已不仅仅是产品、质量、技术等方面的竞争, 已发展为多元化的整体的竞争。企业欲求生存必须从管理、观念、形象等方面进行调整和更新, 制定出长远的发展规划和战略, 以适应市场环境的变化。现在的市场竞争, 首先是形象的竞争, 推行企业形象设计, 实施企业形象战略, 已成为现代企业的基本战略。为统一和提升企业的形象力, 使企业形象表现出符合社会价值观要求的一面, 企业就必须进行其形象管理和形象设计。

CI 设计系统是以企业定位或企业经营理念为核心的, 对包括企业内部管理、对外关系活动、广告宣传以及其他以视觉和音响为手段的宣传活动在内的各个方面, 进行组织化、系统化、统一性的综合和设计, 力求使企业所有这些方面以一种统一的形态显现于社会大众面前, 产生出良好的企业形象。

CI 作为企业形象一体化的设计系统, 是一种建立和传达企业形象的完整和理想的方法。企业可通过 CI 设计对其办公系统、生产系统、管理系统, 以及营销、包装、广告等系统形象形成规范化设计和规范化管理, 由此来调动企业每个

职员积极性和参与企业的发展战略。通过一体化的符号形式来划分企业的责任和义务, 使企业经营在各职能部门中能有效地运作, 建立起企业与众不同的个性形象, 使企业产品与其他同类产品区别开来, 在同行中脱颖而出, 迅速有效地帮助企业创造出名牌效应, 占有市场。

CI 系统的实施, 对企业内部, 可使企业的经营管理走向科学化和条理化, 趋向符号化, 根据市场和企业的发展进行有目的地制定经营理念, 制定一套能够贯彻的管理原则和管理规范, 以符号的形式参照执行, 使企业的生产过程和市场流通流程化, 以降低成本和损耗, 并有效地提高产品质量。对外部传播形式, 则是利用各种媒体作为统一性的推出, 使社会大众大量地接受企业传播的信息, 建立起良好的企业形象来提高企业及产品的知名度, 增强社会大众对企业形象的记忆和对企业产品的认购率, 使企业产品更为畅销, 为企业带来更好的社会效益和经营效益。(图 1)



▲▲图 1

二、CI 系统的构成

CI 系统是由理念识别(Mind Identity 简称 MI)、行为识别(Behaviour Identity 简称 BI)和视觉识别(Visual Identity 简称 VI)三方面所构成。(图 2、3)

1. 理念识别(MI)

它是确立企业独具特色的经营理念,是企业生产经营过程中设计、科研、生产、营销、服务、管理等经营理念的识别系统。是企业对当前和未来一个时期的经营目标、经营思想、营销方式和营销形态所作的总体规划和界定,主要包括:企业精神、企业价值观、企业信条、经营宗旨、经营方针、市场定位、产业构成、组织体制、社会责任和发展规划等。属于企业文化的意识形态范畴。

2. 行为识别(BI)

是企业实践经营理念与创造企业文化的准则,对企业运作方式所作的统一规划而形成的动态识别系统。它是以经营理念为基本出发点,对内是建立完善的组织制度、管理规范、职员教育、行为

规范和福利制度;对外则是开拓市场调查、进行产品开发,透过社会公益文化活动、公共关系、营销活动等方式来传达企业理念,以获得社会公众对企业识别认同的形式。

3. 视觉识别(VI)

是以企业标志、标准字体、标准色彩为核心展开的完整、系统的视觉传达体系,是将企业理念、文化特质、服务内容、企业规范等抽象语意转换为具体符号的概念,塑造出独特的企业形象。视觉识别系统分为基本要素系统 and 应用要素系统两方面。基本要素系统主要包括:企业名称、企业标志、标准字、标准色、象征图案、宣传口语、市场行销报告书等。应用系统主要包括:办公事务用品、生产设备、建筑环境、产品包装、广告媒体、交通工具、衣着制服、旗帜、招牌、标识牌、橱窗、陈列展示等。视觉识别(VI)在 CI 系统中最具有传播力和感染力,最容易被社会大众所接受,据有主导地位。

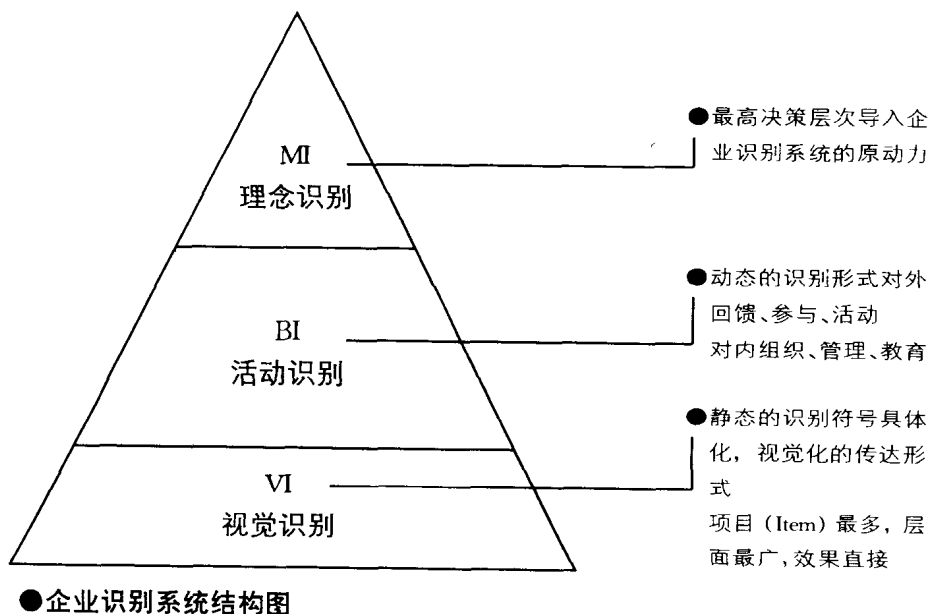
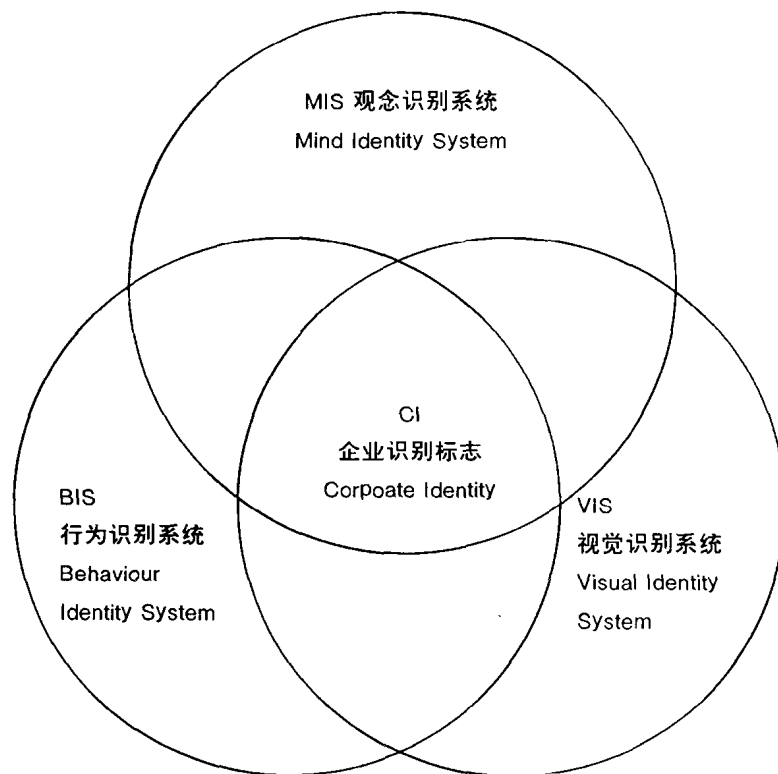


图 2 企业识别系统结构图



▲▼图 3

理念识别 MI	1. 经营信条
	2. 精神标语
	3. 座右铭
	4. 企业性格
	5. 经营策略

	对 内	对 外
活动识别 BI (非视觉化)	1. 干部教育 2. 员工教育:服务态度,电话礼貌,应接技巧 服务水准,作业精神。 3. 生产福利 4. 工作环境 5. 内部营缮 6. 生产设备 7. 废弃物处理、公害对策 8. 研究发展 :	1. 市场调查 2. 产品开发, 3. 公关关系 4. 促销活动 5. 流通对策 6. 代理商、金融业、 股市对策 7. 公益性、文化性活动 :
	基本要素	应用要素
视觉识别 VI (视觉化)	1. 企业名称 2. 企业、品牌标志 3. 企业、品牌标准字体 4. 企业专用印刷字体 5. 企业标准色 6. 企业造形、象征图案 7. 企业宣传标语、口号 8. 市场行销报告书 :	1. 事务用品 2. 办公器具、设备 3. 招牌、旗帜、标识牌 4. 建筑外观、橱窗 5. 衣著制服 6. 交通工具 7. 产品 8. 包装用品 9. 广告、传播 10. 展示、陈列规划 :

三、视觉识别(VI)系统设计

在CI设计系统中,视觉识别设计(VI)是最外在、最直觉、最具有传播力和感染力的部分。VI设计是将企业标志的基本要素,以强力方针及管理系统有效地展开,形成企业固有的视觉形象,是透过视觉符号的设计统一化来传达企业精神与经营理念,有效地推广企业及其产品的知名度和形象。因此,企业识别系统是以视觉识别系统为基础的,并将企业识别的基本精神充分地体现出来,使企业产品名牌化,同时对推进产品进入市场起着直接的作用。VI设计从视觉上表现了企业的经营理念和精神文化,从而形成独特的企业形象,就其本身又具有形象的价值。

VI设计各视觉要素的组合系统是因企业的规模、产品内容而有不同的组合形式,通常最基本的是将企业名称的标准字与标志等要素组成一组一组的单元,以配合各种不同的应用项目,各视觉设计要素在各应用项目上的组合关系一经确定,就应严格地固定下来,以期达到通过同一性、系统化来加强视觉祈求力的作用。

(一)基本要素系统设计

VI设计的基本要素系统严格规定了标志图形标识、中英文字体字形、标准色彩、企业象征图案及其组合形式,从根本上规范了企业的视觉基本要素,基本要素系统是企业形象的核心部分,是企业经营理念、企业经营行为的要素部分。基本要素系统包括:企业名称、企业标志、企业标准字、标准色彩、象征图案、组合应用和企业标语口号等。

1. 企业名称

企业名称与企业形象有着紧密的联系,是CI设计的前提条件,是采用文字

来表现识别要素。企业名称的确定,必须要反映出企业的经营思想,体现企业理念;要有独创性,发音响亮并易识易读,注意谐音的念义,以避免引起不佳的联想。名称的文字要简洁明了,同时还要注意国际性,适应外国人的发音,以避免外语中的错误联想。在表现或暗示企业形象及商品的企业名称,应与商标,尤其是与其代表的品牌相一致,也可将在市场上较有知名度的商品的商标做为企业名称。企业名称的确定不仅要考虑传统性,还要具有时代的特色。

2. 企业标志

企业标志是特定企业的象征与识别符号,是CI设计系统的核心基础。企业标志是通过简练的造型、生动的形象来传达出企业的理念、经营内容、产品特性等信息。标志的设计不仅要具有强烈的视觉冲击力,而且要表达出独特的个性和时代感,必须广泛地适应各种媒体、各种材料及各种用品的制作,其表现形式可分为:①图形表现(包括再现图形、象征图形、几何图形);②文字表现(包括中外文字和阿拉伯数字的组合);③综合表现(包括图形与文字的结合应用)三个方面。企业标志要以固定不变的标准原型在CI设计系统中应用,设计时必须绘制出标准的比例图,并表达出标志的轮廓、线条、距离等精密的数值。其制图可采用方格标示法、比例标示法或圆弧角度标示法,以便标志在放大或缩小时能精确地描绘和准确复制。(图4A、B)

3. 标准字体

企业的标准字体包括中文、英文或其它文字字体,标准字体是根据企业名称、企业牌名和企业地址等来进行设计的。标准字体的选用要有明确的说明性,直接传达企业、品牌的名称并强化企业形象和品牌祈求力。可根据使用方面的不同,采用企业的全称或简称来确定,字体的设计,要求字型正确、富于美感并易于识读,在字体的线条粗细处理和笔划

结构上要尽量清晰简化和富有装饰感。在设计时要考虑字体与标志在组合时的协调统一,对字距和造型要作周密的规划,注意字体的系统性和延展性,以适应于各种媒体和不同材料的制作,适应于各种物品大小尺寸的应用。企业的标准字体的笔划、结构和字型的设计也可体现出企业精神、经营理念和产品特性,其标准制图方法是将标准字配置在适宜的方格或斜格之中,并标明字体的高、宽尺寸和角度等位置关系。(图 4C)

4. 标准色彩

企业的标准色彩是用来象征企业并应用在视觉识别设计中所有媒体上的指定色彩。透过色彩具有的知觉刺激与心理反应,可表现出企业的经营理念或产品内容的特质,体现出企业的属性和情感,标准色在视觉识别符号中,具有强烈的识别效应。企业标准色的确定要根据企业的行业属性,突出企业与同行业的差别,并创造出与众不同的色彩效果。标准色的选用是以国际标准色为标准的,企业的标准色使用不宜过多,通常不超过三种色。在应用时,可配置以辅助性的多种色彩,来创造出更佳的效果。当企业标准色确定后,就可与企业标志、企业标准字等基本要素和应用要素的色彩配置展开运用。

5. 象征图案

企业象征图案是为了配合基本要素在各种媒体上广泛应用而设计的造型图案符号,象征图案的设计在内涵上要体现企业精神,起到衬托和强化企业形象的作用。通过象征图案的丰富造型,来补充标志符号建立的企业形象,使其意义更完整、更易识别、更具表现的幅度与深度。象征图案在表现形式上多采用简单抽象并与标志图形既有对比又保持协调的关系,也可由标志或组成标志的造型要素进行衍变而来,或根据企业精神的内涵来进行设计。在与基本要素组合使用时,要有强弱变化的律动感和明确的主次关系,并根据不同媒体的需求作各种展开应用的规划组合设计,以保证企业识别的统一性和规范性,强化整个系统的视觉冲击力,产生出视觉的诱导效果。

6. 组合应用

组合应用即是对企业标志、标准字、标准色等基本要素组合起来进行运用。为使企业建立统一的视觉识别体系,并适应于各种不同媒体和场合上的应用,应设计出一套规范化、系统化、统一化并综合各基本要素的富有延展性的组合模式,其中包括各种要素组合时的位置、距离、方向、大小等组合规范,所有组合形



图 4B

式都是以标志各部的宽度为模式组成单元。当组合模式的编排确定之后,为方便制作和使用,确保企业视觉识别的统一性和系统化,要绘制出组合的结构图。

7. 企业标语口号

企业提出的标语口号是企业理念的概括,是企业根据自身的营销活动或理念而研究出的一种文字宣传标语。企业标语口号的确定要求字句简洁、朗朗上口、亲切感人。准确而响亮的企业标语口号对企业内部能激发出职员为企业目标而努力,对外则能表达出企业发展的目标和方向,提高企业在公众心理的印象,其主要作用是对企业形象和企业产品形象的补充,以达到使社会大众在瞬间的视听中了解企业思想,并留下对企业或产品难以忘却的印象。

8. 企业吉祥物

企业吉祥物是以平易可爱的人物或

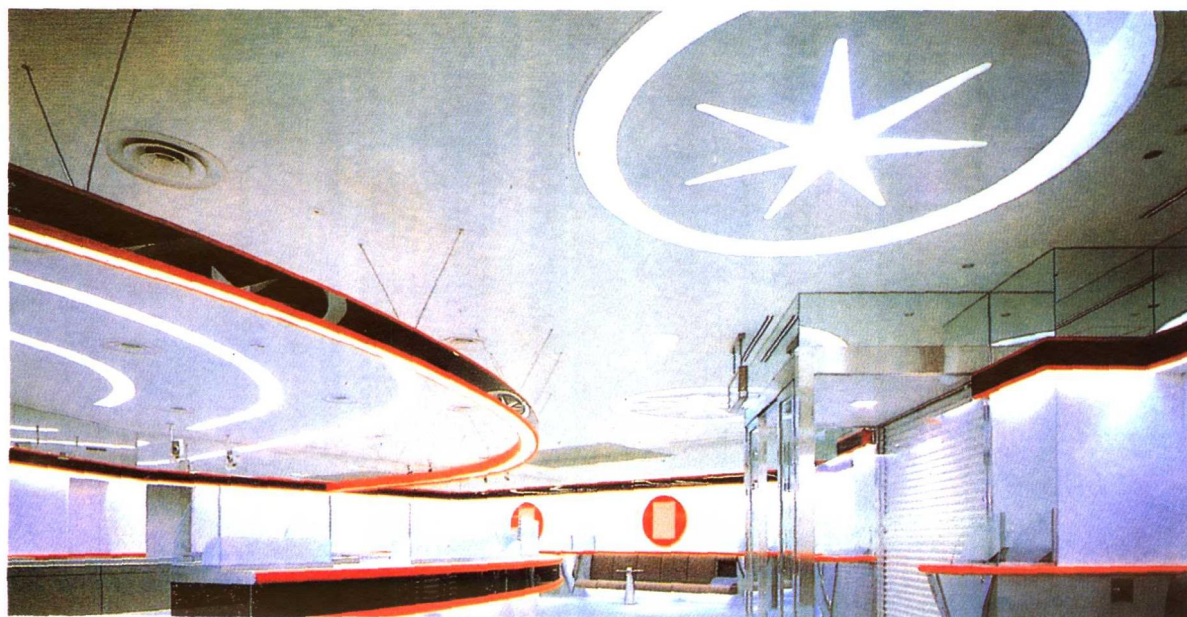
拟人化的形象来唤起社会大众的注意和好感,通过象征、寓意的手法,传达企业性格和产品的特质,进而深化企业形象的塑造。吉祥物的确定应根据企业的实态、精神特质、产品特性等,从广为流传的神话、故事或与企业发展有关联的人或与企业生产有关联的物以及象征企业精神和企业形象的动植物中选择题材,经过巧妙的构思,设计出富于创造性的具有表现力的形象。

9. 专用字体

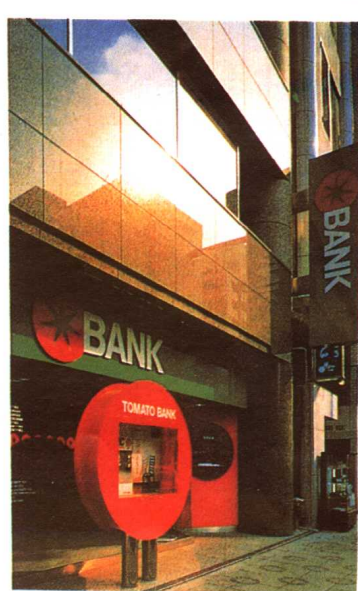
专用字体即是对企业新使用的主要文字、数字、产品名称和对外宣传文字等,进行统一的设计。主要包括为企业产品而设计的标识字和为企业对内、对外活动而设计的标识字,以及为报刊广告、招贴广告、影视广告等设计的刊头、标题字体。



图 4C



日本 BANK 银行



日本 BANK 銀行

（二）应用要素系统设计

应用要素系统设计即是对基本要素系统在各种媒体上的应用所做出具体而明确的规定。当企业视觉识别中最基本要素标志、标准字、标准色等被确定后，就需要从事这些要素的精细化作业，开发各应用项目。VI各视觉设计要素的组合系统因企业规模、产品内容而有不同的组合形式。最基本的是将企业名称的标准字与标志等组成不同的单元，以配合各种不同的应用项目。当各视觉设计要素在各应用项目上的组合关系确定后，就应严格地固定下来，以期达到通过同一性、系统化来加强视觉祈求力的作用。应用要素系统大致有如下内容。

1. 办公事务用品

办公事务用品的设计与制作应充分体现强烈的统一性和规范化，表现出企业的精神。其设计方案应严格规定办公用品形式排列顺序，以标志图形安排、文字格式、色彩套数及所有尺寸依据，以形成办公事务用品的严肃、完整、精确和统一规范的格式，给人一种全新的感受并表现出企业的风格，同时也展示出现代办公的高度集中化和现代企业文化向各领域渗透传播的攻势。包括信封、信纸、便笺、名片、徽章、工作证、请柬、文件夹、介绍信、帐票、备忘录、资料袋、公文表格等。

2. 企业外部建筑环境

企业外部建筑环境设计是企业形象在公共场所的视觉再现，是一种公开化、有特色的群体设计和标志着企业面貌特征系统。在设计上借助企业周围的环境，突出和强调企业识别标志，并贯穿于周围环境当中，充分体现企业形象统一的标准化、正规化和企业形象的坚定性，以便使观者在眼花缭乱的都市中一瞥便获得认知并获得好感。主要包括建筑造型、公司旗帜、企业门面、企业招牌、公共标

识牌、路标指示牌、广告塔、霓虹灯广告、庭院美化等。

3. 企业内部建筑环境

企业的内部建筑环境是指企业的办公室、销售店、会议室、休息室、厂房内部等环境形象。设计时是把企业识别标志贯穿和渗透于企业室内环境之中，从根本上塑造、渲染、传播企业识别形象，并充分体现企业形象的统一化、标准化和正规化，保持高度的识别同一性。主要包括企业内部各部门标示牌、常用标识牌、楼层标示牌、企业形象牌、吊旗、吊牌、POP广告、货架标牌等。

4. 交通工具

交通工具是一种流动性、公开化的企业形象传播方式，其多次地流动并给人瞬间的记忆，有意无意地建立起企业的形象。设计时应具体考虑它们的移动和快速流动的特点，要运用标准字和标准色来统一各种交通工具外观的设计效果。企业识别标志和字体应醒目，色彩要强烈才能引起人们的注意，并最大限度地发挥其流动广告的视觉效果。主要包括轿车、面包车、大巴士、货车、工具车、油罐车、轮船、飞机等。

5. 服装服饰

企业整洁高雅的服装服饰统一设计，可以提高企业员工对企业的归属感、荣誉感和主人翁意识，改变员工的精神面貌，促进工作效率的提高，并导致员工纪律的严明和对企业的责任心。设计时应严格区分出工作范围、性质和特点，符合不同岗位的着装。主要有经理制服、管理人员制服、员工制服、礼仪制服、文化衫、领带、工作帽、钮扣、肩章、胸卡等。

6. 广告媒体

企业选择各种不同媒体的广告形式对外宣传，是一种长远、整体、宣传性极强的传播方式，可在短期内以最快的速度，在最广泛的范围中将企业信息传达出去，是现代企业传达信息的重要手段。

在进行设计时,应把各种传播媒介结合起来,纳入企业识别系统和企业识别形象的信息传播过程之中,做到文字简明扼要、语言简练生动,图形出神入画、含意深刻。主要有电视广告、报纸广告、杂志广告、路牌广告、招贴广告等。

7. 产品包装

产品是企业的经济来源,产品包装起着保护、销售、传播企业和产品形象的作用,是一种记号化、信息化、商品化流通的企业形象,因而代表着产品生产企业的形象,并象征着商品质量的优劣和价格的高低。所以系统化的包装设计具有强大的推销作用。成功的包装是最好、最便利的宣传、介绍企业和树立良好企业形象的途径。产品包装主要包括纸盒包装、纸袋包装、木箱包装、玻璃容器包装、塑料袋包装、金属包装、陶瓷包装、包装纸等。

8. 赠送礼品

企业礼品主要是为企业形象或企业精神更形象化和富有人情味而用来联络感情、沟通交流、协调关系,是以企业识别标志为导向、传播企业形象为目的将企业形象组合表现在日常生活用品上的。企业礼品同时也是一种行之有效的广告形式,主要有T恤衫、领带、领带夹、

打火机、钥匙牌、雨伞、纪念章、礼品袋等。

9. 陈列展示

陈列展示是企业营销活动中运用广告媒体,以突出企业形象并对企业产品或销售方式的传播活动。在设计时要突出陈列展示的整体感、顺序感和新颖感,以表现出企业的精神风貌。另外要强调文字、图形、色彩与产品物体的位置关系,以引导观众或消费者按照设计意图的导向深入观看下去,使其倍感兴趣,加深对企业 and 产品的认识了解,并产生购买欲望。主要包括有橱窗展示、展览展示、货架商品展示、陈列商品展示等。

10. 印刷出版物

企业的印刷出版物品代表着企业的形象直接与企业的关系者和社会大众见面。在设计时为取得良好的视觉效果,充分体现出强烈的统一性和规范化,表现出企业的精神,编排要一致,固定印刷字体和排版格式,并将企业标志和标准字统一安置在某一特定的位置,以形成一种独特的版式风格,造成一种统一的视觉形象来强化观众的印象。主要包括有企业简介、商品说明书、产品简介、企业简报、年历等。(图5、图6)



