

■企业形象设计丛书

CIS的 户外广告

■赵峰 / 著

3
2

浙江人民美术出版社

(浙)新登字2号

责任编辑 黄晓峰
文字编辑 方关贤
版式设计 崔寒君
封面设计 李晓明

CIS 的户外广告

浙江人民美术出版社出版·发行

(杭州体育场路347号)

全国各地新华书店经销

上海市美术印刷厂印刷

1996年12月第1版·第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:4

印数:0,001—6,000

ISBN 7-5340-0680-5/J·578

定价:24.00元

CIS 的 户外广告

撰文 赵峰

图版编选 龚一平 毛元灿

浙江人民美术出版社

目 录

4

前言

5

CIS 的户外广告概述

16

CIS 的户外广告设计原则

23

CIS 的户外广告的设计方法

36

CIS 的户外广告设计的形式构成

43

CIS 的户外广告案例

02110-

前言

CIS本来是Corporate Identity system——企业识别系统的缩写,但目前已从CIS的真正内涵出发,将其诠释为Corporate Image system——企业形象系统的缩写。

CIS涉及与形成企业形象有密切关系的所有因素。企业要通过实施CIS来促使社会公众、企业内部员工产生共同的观念,从而全力配合企业实现经营目标。

人类凭感官从外界接收到的信息中,85%来自视觉的感应。因此,在整个CIS中,VIS(视觉识别系统)起着至关重要的作用。VIS的设计、传播在CIS中有着不可替代的功能。目前,VIS发挥功能已不只停留在企业设计项目的水平上了,一部分企业已将其作为企业市场营销整体构造的支撑,使VIS成为市场营销或经营的工具。对社会公众而言,由VIS形成的外观形象会影响整个企业形象的形成;对企业内部而言,VIS会对员工的思想意识产生很大的影响。在CIS的开发过程中,VIS的开发发挥着中心作用。

VIS主要由两大部分构成:一是作为企业形象基本要素的基础设计系统;二是基础设计系统在企业的视觉项目中展开的应用设计系统。

基础设计系统包括企业标志、企业名称、专用字体、专用色彩、企业声明、辅助图形、吉祥物等设计要素;应用设计系统则包括事务用品、产品、包装、指示标识、环境、店面、展示、运输工具、广告、制服等设计要素。导入CIS的企业,将通过这些基础设计系统和应用设计系统的展示,创造尽可能多的沟通机会,向大众传达企业的形象特征,并使之形成一定的形式。从这个意义而言,VIS所包含的所有要素,都必须是企业独特样式的表现,必须忠实、直观地传达企业理念的本质内容。

企业的户外广告是VIS中一个重要的设计要素,它以丰富的广告媒体,多彩的设计制作形式,直观的诉求方式,在宣传、塑造企业形象的过程中起着不可忽视的作用。

本书将以CIS的特点为出发点,从广告创意、媒体、表现形式等方面,探讨CIS的户外广告设计的特征和一般规律。



CIS 的户外广告概述

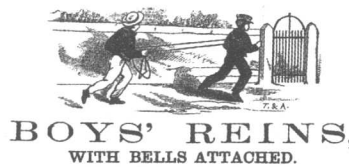
基本概念

户外广告是设置在户外公共场所的广告的泛称。户外广告按其内容，可以分为公益广告和商业广告两大类。产品广告和大多数的企业形象广告都属于后一类。户外广告主要通过视觉形象来传播信息，它具有主题鲜明、画面夺目、简单易记的特点。对过往行人而言，户外广告的宣传方式带有很强的重复性，因而它非常适合用来宣传企业的标志、标准字、标准色彩及产品等构成企业视觉传播形象的主要元素。户外广告的不足之处是由于受设置的时空限制，其传播范围较窄。


在众多的广告形式中，户外广告是最早的广告形式之一。英国伦敦博物院收藏有一张大约5000年前一个埃及奴隶寻找一个出逃奴隶的广告。此外，在意大利的庞贝古城等处，也曾发现古罗马时期张贴的马戏表演和斗剑的海报。直到1500年以前，户外广告仍然是除口头广告之外的唯一广告形式。

户外广告也是我国古代商家采用最多的广告形式之一，主要有旗帜广告、灯笼广告、悬物广告、招牌广告等形式。最常见的如酒旗，是古代酒家的标志。早在战国时期，韩非子的《外储说右上》中就有对酒旗的描述。北宋张择端的《清明上河图》使北宋汴京城街市的繁华盛景跃然画中，其中各种各样的户外广告清晰可见，可以说是对北宋汴京城户外广告的一个写照。户外广告是一种古老的广告形式，而CIS的户外广告，则是户外广告中的一支新军。CIS在本世纪50年代形成雏形，至80

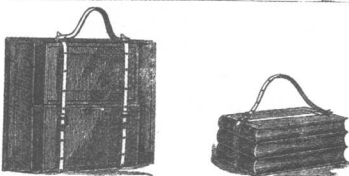
早期的招贴广告。



BOYS' REINS,
WITH BELLS ATTACHED.



LUNCH BOXES,
ALL SIZES AND STYLES.



BOOK STRAPS,
OF ALL KINDS, AT
NEAT, KEARNEY & CO.'S
TRUNK STORES,
336 Washington Street, 336
(OPPOSITE THE ADAMS HOUSE.)
And 52 Elm and 24 Friend Streets, Boston.

J. H. & F. F. Farwell Printing Office, 113 Washington Street, Boston.

A MIGHTY MIRROR OF DEPARTED AGES
—MAGNIFICENT REVIVAL AND MOST GLORIOUS FERMMENTATION OF—

P. T. BARNUM'S

GREAT ROMAN HIPPODROME

AFTER AN UNBROKEN NIGHT OF TWENTY CENTURIES
THE REPRESENTATIVE OF THE
ROMAN PASTIMES
HAS APPEARED IN THE GREAT CITY OF BOSTON, MASS., AND THE WORLD HAS BEEN MADE AWARE OF THE REBORN PASTIMES OF THE ROMAN EMPIRE.

Carriage of Giant Coursing, Elephants and Camels
EQUESTRIANS, ATHLETES AND PEDESTRIANS



HERDS OF HUGE TRAINED WILD BEASTS TO THE MOST FIERCE AND PRODIGIOUS REPRESENTATIVE OF THE PROCESSIONS, PAGEANTS AND GORGEOUS SPECTACLES



WILD WEST ILLUSTRATIONS
THE MURDEROUS ATTACK ON THE OVERLAND MAIL COACH

A PRINCIPAL PORTION IN REGAL WARDROBE
A STUPENDOUS MIRROR OF DEPARTED EMPIRES
PAST AND PRESENT NOBLE PASTIMES
THE CROWNING EFFORT OF THE GIANT OF WOODLAND

ALL WITHOUT EXTRA CHARGE

A RIVALRY OF NATIONS IN EARTH'S GREATEST AMPHITHEATER.

c. 1855

年代，CIS已成为企业整体战略的重要构成部分。

导入CIS的企业，必须通过各种途径——其中包括户外广告，来塑造良好的、独特的企业形象。传统的企业户外广告，往往以介绍企业的产品、服务为主，通过单纯的广告宣传，达到推销及促销产品、服务的目的。这类户外广告在宣传同一企业的不同产品时，经常因缺乏统一的设计、统一的视觉表现而造成视觉形象混乱，虽然也能在一定的范围内起到广告作用，但各个独立的广告之间缺乏内在联系，难以形成规模效益，影响了户外广告资源的合理利用。

CIS的户外广告则以企业的CIS为依托，通过宣传企业形象，使企业形象得到受众的认可，达到刺激、引导、满足社会需求，促进社会发展的广告目的。与一般的户外广告相比，CIS的户外广告在广告的出发点、方法、目的、策略上都有很大的不同。一般的户外广告，以生产和产品为中心，以通过销售获得利润为出发点；CIS的户外广告则以受众为中心，以社会、市场为出发点，达到宣传企业形象的目的。在具体的广告策略、广告策划设计、制作等方面，CIS的户外广告必须遵循CIS识别同一性的原则，进行统一规划、统一设计。CIS的户外广告在宣传同一企业的不同产品时，因其能体现同一个企业形象，往往能形成规模效益。



早期招贴广告。

日本富士银行的路牌广告完全依据其VIS基本设计系统来展开。



■ 性质与目标

CIS的户外广告既然是从属于VIS的一个部分,那它就必须以塑造企业的视觉形象为中心,来体现传播信息、加速流通、激励竞争、指导消费及美化环境等基本职能。

首先,户外广告可以直接以企业的标志、标准字体、标准色彩等VIS基本设计元素为内容,直观地传播企业形象,以具体的诉求,使形象概念得以真实的固定,从而激发受众的共鸣。某一格式的图形、文字、色彩的组合,可以使人产生完整的、有特性的想象,这种想象能使大多数人在毫无戒备的情况下,接受企业强大的形象攻势。

其次,CIS的户外广告也可以以宣传企业的产品或服务为主要内容。一个企业制造何种产品,这种产品采用何种设计方式,是由企业CIS指导下的设计政策决定的。某种产品的风格与个性,使人们能够把它与其它与之竞争的产品完全区分开来,产品作为企业的象征,也就成为人们辨识不同企业的视觉依靠之一。

CIS的户外广告在重点宣传企业产品的同时,亦将企业对产品的自信正确地向受众作了表述,这是企业形成良好形象的一种积累。

CIS的户外广告目标与企业形象目标的目的是一致的,但作为传播企业形象的一种手段,CIS的户外广告具有自身的特点。

表达概念 CIS的户外广告要使受众知道所宣传的是什么,必须表达一个明确的概念。任何广告都有表达概念的任务,但CIS户外广告要传达的是明确的企业形象,因此表达概念是它最主要的目标。明确的主题、具体的内容和形象的表达是实现这一目标的关键。

产生立即印象 让受众在一眼望去之后就留下深刻印象是CIS的户外广告的一个理想目标。把握受众的心理,精心设计、制作户外广告,使受众产生立即印象,从而抓住其注意力,增加其仔细阅读的兴趣。

引发兴趣 CIS的户外广告要让受众在看了广告之后,对广告的内容产生一定的兴趣。受众有了兴趣之后,才会产生进一步的心理活动,直至认同企业形象。

传递信息 让受众接受充分的、适时的、合理的信息,是CIS的户外广告最基本的目标。一方面,户外广告受设置方式的限制,需要以有限的版面向受众传达足够丰富的信息;另一方面,户外广告传播的信息必须是适时的、合理的。如果受众不需要或此前已经知道了广告所传播的信息,那么说得再多也不会被受众接受,实现不了广告目标。



设置在过街天桥上的飞利浦公司路牌广告,集标志、标准字体和半立体的产品模型于一体,有较强的视觉冲击力。



设置在商场建筑外墙上的丰富多彩的户外广告，营造着浓烈的商业气氛。



以宣传标志为主的“康佳”路牌广告。

促销产品 消费者的购买行为受许多因素的影响，购买动机激发购买活动，而购买动机是由消费者的需要决定的。这就要求 CIS 的户外广告要明确广告的定位，使消费者认定企业的产品或服务能满足他们的需要，从而刺激消费者的购买动机，达到促销的目的。

■ CIS 户外广告的功能

CIS 的户外广告为达到广告目标而表现出来的作用和效率，可以概括为以下几个方面：

信息功能 传播信息是 CIS 的户外广告的基本功能。CIS 户外广告要为生产者、销售者、消费者等提供信息服务。事到如今，商业广告已成为社会公众获得企业生产的商品信息的重要渠道之一。

宣传功能 户外广告是早已被广泛采用来进行有效社会宣传的一种形式，它能够通过传播的信息来影响人们的意识和行为。现代 CIS 的户外广告，传达的是积极的企业精神理念、健康的企业形象，往往集商业信息、审美趣味、思想意识、政策、道德等于一体，具有一定的宣传教育功能。

说服功能 CIS 的户外广告以它的视觉语言传达信息，以此引发公



设置在风景区售货亭顶上的CIS的户外广告，成为环境的一种点缀。

众的阅读兴趣，进而使社会公众识别认同企业的特定形象，并直接激发消费者的购买欲望，使其实施购买行为。

经济功能 一方面，CIS的户外广告在社会经济活动中起到企业与社会公众之间的桥梁作用，实现产供销之间的信息传递；另一方面，CIS户外广告的制作、发布等运作过程又能为广告公司和大众传媒带来直接的经济效益。

美化环境功能 精美的户外广告，已经成为现代社会生活的一部分，成为美化城市的一种有效手段。导入CIS是企业实现生产、管理现代化的必要手段，是企业发展成熟的重要标志。因此，CIS的户外广告是反映一个城市精神文明和物质文明的一个窗口，是科技发展和经济繁荣的象征。

■ CIS的户外广告的基本特征

媒体特质 CIS的户外广告是设置在户外的，因此，它的媒体材料必须与之相适应，多选用不怕风吹日晒、能够抵抗自然侵蚀的材料，如钢铁、木材、塑料、玻璃以及其它的一些合成材料。有的广告设置受时间和空间的限制比较大，较大型的广告还必须注意与周围的人文、自然环境协调一致，才可能取得良好的广告效果。

形式特征 CIS的户外广告的发布环境决定了它的形式必须简练、明确、醒目，具备较强的视觉冲击力。宣传企业形象的CIS的户外广告，往往采用标志、标准字体和标准色彩的标准组合，简洁明了地传达企业形象的信息；宣传企业产品、服务的CIS户外广告，也要建筑在体现企业形象的统一设计风格之上，采用简明扼要的表现形式。可以设想，一个行色匆匆的路人，是不可能耐心读完一块有大量文字说明的产品广告的。CIS的户外广告必须采取有鲜明个性的视觉表现形式，在短时间内提供给受众尽可能大的信息量，给受众留下深刻的印象。

绘制在铁皮上的“尼康”路牌广告。



■ CIS 的户外广告的种类

以媒体的区别为基准，CIS 的户外广告可以划分为下列几大类：

路牌广告 设置在路边、建筑物的顶部或外墙等处。能以醒目、美观的画面，对经常来往的行人进行重复的宣传，给人留下较深的印象。设置合理、制作精美的路牌广告，还能对环境起到一定的点缀作用。

招贴广告 招贴广告是一种非常古老的广告形式，它又被称为海报，由印刷或绘制而成。招贴可以大量印刷、广泛张贴。招贴一般要求贴在街头某些固定的位置上，因为如果随意乱贴，会有碍市容的整洁美观。

招贴广告具有制作快捷、张贴更换方便、传播范围便于选择、费用较低而效果颇佳等优点，因此，一直长盛不衰。即使是在现代传播技术飞速发展的今天，它仍然起着不可替代的作用。

光源广告 按照光源和光导方式的不同，可以分为①霓虹灯广告。利用霓虹灯制成文字或图案装饰，表现企业名称或经营项目。②灯箱广告。用玻璃或塑料制成一定形状的灯箱，内置光源，外表覆以广告画面。灯光的透射，会使广告画面产生特殊的观赏效果。③光纤广告。把光导纤维按设计好的广告画面有序地进行排列，利用光纤能够传送光信号的特性，变换信号而使广告产生绚丽多彩的迷人效果。④灯光广告。用彩灯或发光二极管组成广告内容，通电以后，就能在夜晚显示出其独特的魅力。

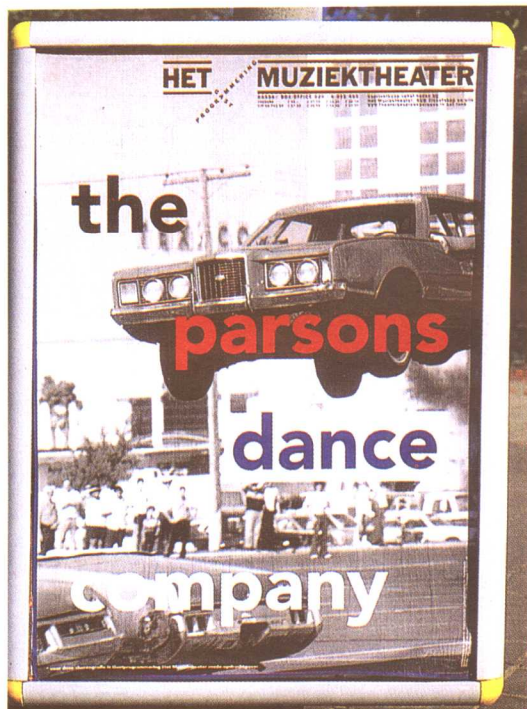
光源广告一般多居高临下设置，不同色彩灯光的强弱、聚散、旋转、更替在夜空中会非常引人注目，具有很强的吸引力。光源广告的内容往往是企业的标志、标准字或吉祥物等，简洁明了，容易记忆，并且，每夜在同一位置重复出现，给人留下深刻的印象。生动美丽的光源广告，美化了都市的夜色，成为都市商业繁荣的象征。



专门设置在街道边的路牌广告。



附设在建筑物顶部的路牌广告。



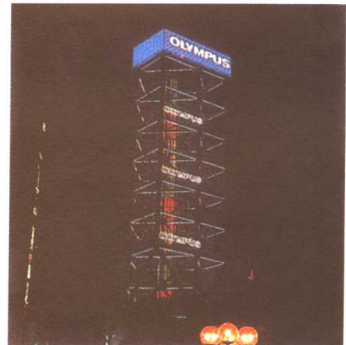
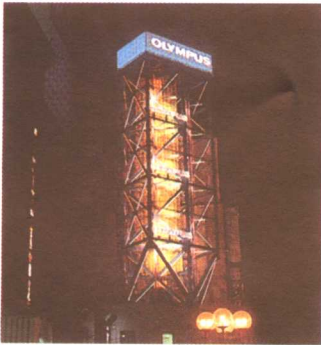
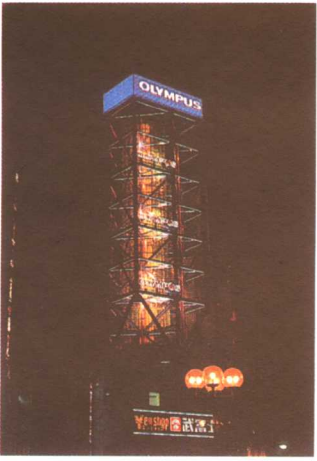
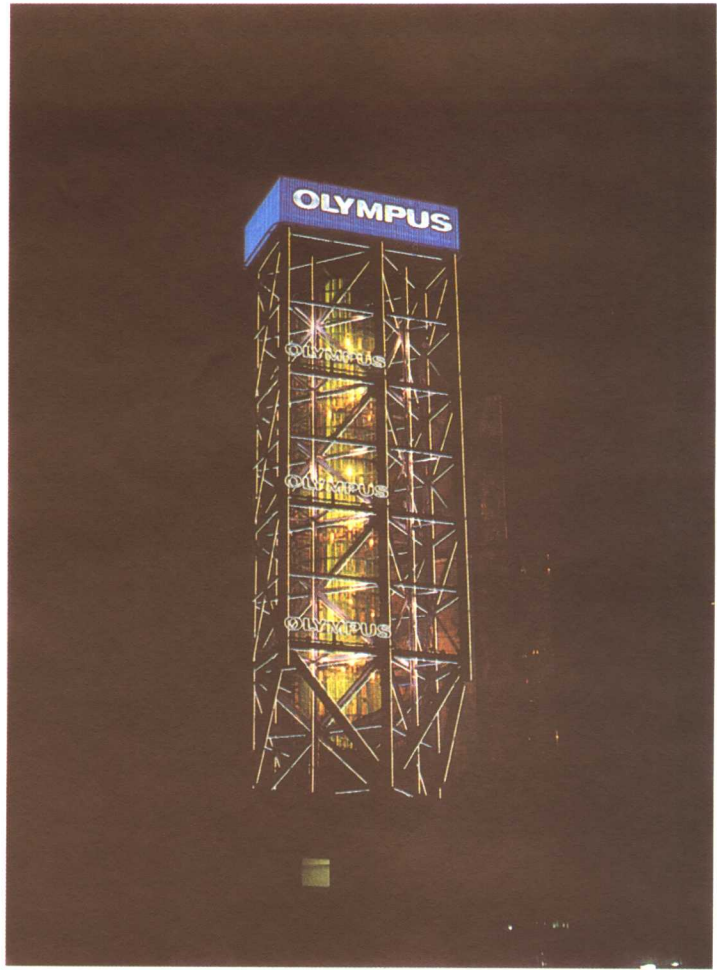
张贴在指定张贴处的招贴广告。

三角形的灯箱，三面都能设置广告，增加了广告发布的有效面积。

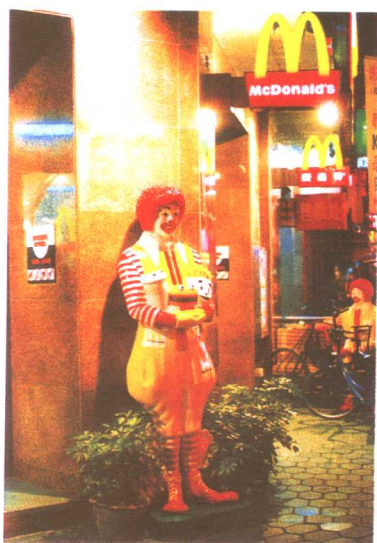
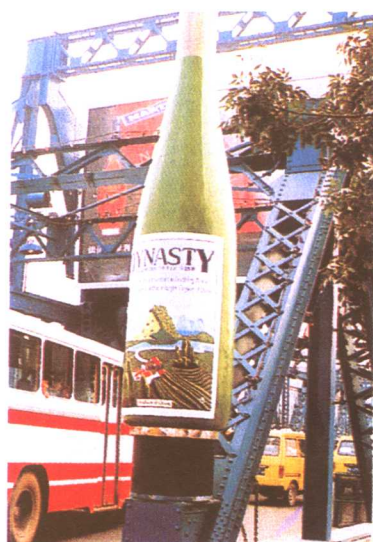


交通工具广告 在车辆、船舶、飞行器等交通工具的外表绘制广告，甚至将汽车、船舶装饰成彩车、彩船样式，进行广告宣传活动，能够造成一种特殊的氛围，加深受众的印象。交通工具广告虽然发布面积受到限制，但它的瞩目率高，发布位置在不断变动，因而其信息量大大超过等面积的路牌广告。

模型广告 指设置在公共场所或销售点的大型企业标志、企业吉祥物、商品的仿真或夸张变形的模型。模型特别是一些充气模型能将实体



奥林帕斯公司的霓虹灯广告，以公司标志为中心，变幻的灯光色彩、形状，体现出以照相机为主要产品的奥林帕斯公司的经营特色。



交通工具广告。

模型广告。

形象作数十倍、上百倍的放大，给人以惊奇之感，有很强的视觉吸引力。

电视墙广告 由计算机中央处理器、控制装置、多台录像播放机和数量不等的多屏幕显示器构成。经过处理的图像显示在多屏幕显示器上，

或各屏幕独立显示，或多屏幕组合成一个巨型画面，形式非常多样。再辅以立体声音响系统播放解说或配乐，手法新颖别致，形式活泼多样，是电视广告的有效延伸，具有其它户外广告不能比拟的信息含量。电视墙常设置在闹市区、车站、码头等人流密集的地方。

彩旗条幅广告 是指在彩旗、条幅或大幅的柔性材料上印刷、绘制广告，设置在广场、建筑物、街道等处的广告。这类广告能渲染气氛，制作成本低廉，一般只在节日或大型活动时才采用。

空中广告 是悬浮在空中的广告的总称。主要媒体有：①气球广告。在大型的氦气或热气球的球体上设置广告或由气球悬吊广告，升放或固定在空中。②烟雾广告。用飞机拉出彩色的烟雾，在空中组成广告文字的图案。③书云广告。利用投光机，以10亿支光在天空暗云上显示文字或图案广告。④激光广告。采用大功率激光把大幅的广告文字和图形投射到高空云层上。⑤飞艇广告。在飞艇船体上绘制广告，并控制飞艇漂浮在城市上空。⑥空中飘旗广告。将制作好的条幅广告挂在飞机上，作



张挂在商场建筑物外墙上的彩旗条幅广告。



彩色显示屏广告，以连续、流动的画面来宣传企业形象和企业产品，具有很高的注目力和很强的艺术感染力。

低空慢速飞行，或由跳伞员带着广告

空中广告气势宏伟、新奇壮观、引人注目，能显示出企业的气派，给人的印象深刻。但此类广告耗资巨大，持续时间短，传播的信息有限。

此外，桥梁广告、遮阳伞广告、园林花坛广告、冰灯彩灯广告、灯柱广告等多种户外广告媒体，都可以发布 CIS 的户外广告。美国人甚至以航天飞机、宇宙飞船、人造卫星为媒体，做起了太空广告。他们还设想把装有可反射阳光的镜子的巨大广告牌放入太空轨道，让地球上的人都能看到。

科技的高速发展，给 CIS 的户外广告的制作和发布带来了新的面貌。各种广告媒体的融会贯通，组合使用，使广告分类的界线变得愈来愈模糊。如在大型路牌广告上装置投光灯，使其兼有光源广告之长，在夜晚也保持传播功能；用大量招贴组成一块路牌，利用其多次重复的效果，刺激视觉，加强广告的效果；在汽车上装置路牌或电视墙，使其成为流动的户外广告，从而集交通工具、路牌、电视墙的媒体优势于一身等等，都是很好的例子。



日本河畔开发公司的旗帜广告，突出表现公司标志、标准色和吉祥物。

以标志和企业口号为主要内容的旗帜广告。

