

2013

中國品牌設計年鑒

BRAND DESIGN IN CHINA

2015

中國品牌設計年鑒

BRAND DESIGN IN CHINA

 書承

上海書承文化傳播有限公司

編著

中國品牌設計年鑒2013

編 著：上海書承文化傳播有限公司
策 劃：上海書承文化傳播有限公司
出 版：MDX Publishing Group Limited
郵 箱：shuchueng@vip.163.com
出 版 人：傅北平
美編設計：李文慧
倪天雨
開 本：310mm x 230mm
印 張：61
版 次：2013年2月第一版
發 行：上海麥迪遜圖書有限公司
上海電話：(86)-21-62998969
北京電話：(86)-10-64226982
廣東電話：(86)-20-38361012
網上銷售：www.maidixun.com
www.scwenhua.com



I S B N: 978-988-16715-9-2

版權所有 翻版必究

總目錄

序 FOREWORD		003	生活日用 LIVING		268
編委會委員 COMPIATION COMMITTEE		004	建材地產 BUILDING MATERIALS & REAL ESTATE		298
時尚服飾 CLOTHING		006	交通運輸 COMMUNICATION		340
餐 飲 CATERING		044	IT 科技 IT TECHNOLOGY		354
商業零售 COMMERCIAL RETAIL		080	休閒度假 LEISURE VACATION		372
公司機構 THE COMPANY INSTITUTIONS		112	醫療保健 MEDICAL CARE		404
教育傳媒 EDUCATION MEDIA		154	其 他 OTHER		414
食品飲料 FOOD & DRINKS		202	優秀公司推薦 EXCELLENT RECOMMENDED		486

2015 中國品牌設計年鑒 BRAND DESIGN IN CHINA

 書承

上海書承文化傳播有限公司

編著

中國品牌設計年鑒2013

編 著：上海書承文化傳播有限公司
策 劃：上海書承文化傳播有限公司
出 版：MDX Publishing Group Limited
郵 箱：shuchueng@vip.163.com
出 版 人：傅北平
美編設計：李文慧
倪天雨
開 本：310mm x 230mm
印 張：61
版 次：2013年2月第一版
發 行：上海麥迪遜圖書有限公司
上海電話：(86)-21-62998969
北京電話：(86)-10-64226982
廣東電話：(86)-20-38361012
網上銷售：www.maidixun.com
www.scwenhua.com

I S B N: 978-988-16715-9-2

版權所有 翻版必究



品牌，是需傾注情感進行培育的生命體

在現今的市場經濟環境中，品牌是一個企業最有價值的無形資產。

“打造強勢品牌”幾乎是任何企業的願望，因為，強勢品牌意味著高溢價能力，意味著該企業或產品在市場中能夠佔據主導地位，從而能以更大的彈性對抗競爭者的活動（如功能的改善、低價、戰術促銷等），意味著它在受眾心智中占位比較穩定。此外，強勢品牌不僅可贏得市場，還可以贏得資源與合作。其實，不僅是企業、產品或某項服務，一個國家、一個城市、某個人、某個組織機構，都可以成為品牌的主體。那麼，品牌到底是什麼？

根據美國市場行銷協會（AMA）的定義，品牌是一個“名稱、專有名詞、標記、符號或設計，或是上述元素的組合，用以識別一個銷售商或銷售商群體的商品與服務，並且使它們與其競爭者的商品與服務區分開來。這是專業領域對品牌概念的注解，而通俗的講，品牌就是在受眾心智中擁有吸引力、影響力和信任的某一主體，並且是主體面向特定受眾所努力建設的成果體現。

品牌資產的形成從受眾的“認知”開始，並將逐次經歷“認可”“正面聯想”“忠誠”這四個過程，所以對於受眾而言，他們往往是“由外而內”識別記住品牌，但對於企業而言，應該“由內而外”的進行品牌建設，即內外兼修，塑造品牌的內外吸引力。這就像對一個人的培養，你不僅要塑造這個人的形象氣質，也會塑造其思想內涵，規範其言行舉止，構建其周邊的人際關係。

從前身“正邦品牌識別設計”公司，到如今的“正邦品牌顧問服務集團”，曾經，正邦是改革開放後最早一批涉足品牌建設領域的設計公司，在中國市場經濟發展大潮中見證了品牌的重要意義，見證了中國企業品牌意識的覺醒。我們深知，品牌經濟時代已經到來！

在品牌時代，設計已漸漸走上了正軌，並且都有一套成熟的標準體系。比如，好標誌的標準是好用、好記、便於延展，情理之中，卻又意料之外。好VI的標準，要強調鮮明的識別，這種識別是豐富的，可以是圖形的、字體的、色彩的。圖片的，富有更多的變化。VI的視覺形象是給誰看的、為什麼服務是重中之重，視覺形象要呼應目標客群的需求，通過視覺形象傳達品牌理念、產品特性、服務優勢等客戶資訊，幫上生產力和市場的忙。

《中國品牌設計年鑒》這冊書是一個絢麗的舞臺，主角是參與中國市場經濟競逐的各位企業生命體、產品生命體：它們有響亮的呼叫，獨特的語言，讓你觸目耳聞間便心領神會；它們相貌各異，使你在紛繁之中一眼識別銘記；它們衣著各具鮮明特色的體面服飾，耀眼奪目；它們用各色視覺形象元素向你傾訴、傳遞價值內涵，撥動你的心弦……它們或在你周邊，或離你很遠，然而，透過此本年鑒，你便能總攬品牌經濟時代中國企業的精彩表現。

這裏所展現的，是品牌的外在吸引力——視覺形象體系建設的部分，在品牌建設的整體工作環節中，它們是最外顯，最能令受眾耳聞目見的內容。本書彙集了各行各業中的優秀設計案例，編者之廣闊的眼界、用心由此可鑒。如果您是設計師，那麼這本年鑒能為您打開一片視野，滋養您的創作活力；如果您是企業家，那麼這本年鑒就像一座燈塔，能照亮您培育、塑造品牌的心願。相信對於每個人而言，這都是一次賞心悅目的視覺之旅！

北京正邦品牌顧問服務集團 董事長

2012年12月26日

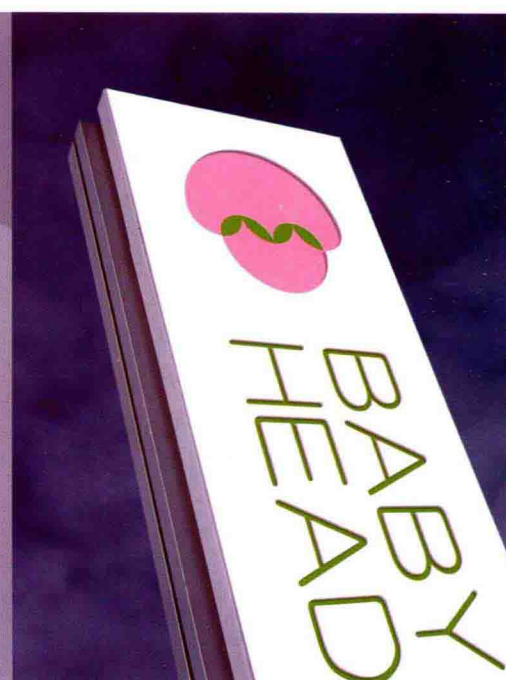
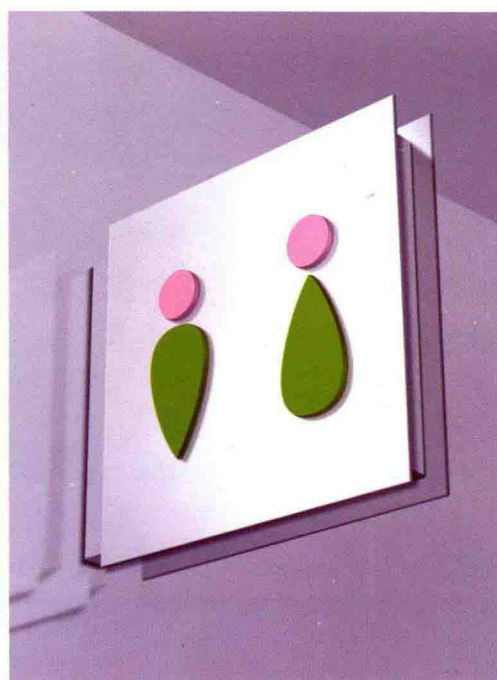
上海意波堂企業形象設計有限公司	王 波	創作總監
廣州唐人記廣告有限公司	江年華	品牌諮詢顧問
深圳市楚域設計有限公司	江楚域	創始人/創意總監
佛山何國輝設計公司	何國輝	總經理
廣州激揚品牌策劃有限公司	李小梅	經理
石家莊正道企業策劃設計有限公司	李仲平	創意總監
深圳市鼎典品牌設計有限公司	李冠林	創意總監/SGDA會員
枯木設計(廣州)	枯 木	品牌設計總監
天津濱海新區商鼎天下文化傳播有限公司	禹朝陽	創意總監
杭州重墨堂品牌設計有限公司	胡 湧	創意總監
重慶弗睿文化傳播有限公司	夏銘志	品牌創意總監
上海上知行銷策劃有限公司	時兆鋒	總經理
北京中美傳奇品牌設計有限公司	晏志來	創意總監
臺灣美可特品牌企劃設計有限公司	郭中元	創意總監
北京正邦品牌顧問服務集團	陳 丹	總經理
北京鴻翔創意廣告有限公司	張 健	總經理
嘉力時代(品牌)諮詢北京有限公司	張 莉	品牌副總
杭州天啟廣告有限公司	曹 傑	總經理
臺灣頑石文創開發顧問股份有限公司	程湘如	創意總監
VBNI創新·設計公司	葉文考	創意總監
深圳市郎圖品牌設計有限公司	馮志鋒	董事長
廣東文裏楊國品牌策劃工作室	楊國柱	設計總監
呼和浩特市語境品牌顧問有限公司	賈冠中	品牌策劃總監
北京擇東設計顧問有限公司	蔣雲濤	設計總監
廣東凱美雅文化傳媒有限公司	鄧 博	美術指導
深圳市劉永清設計有限公司	劉永清	創意總監
鄭州角色文化傳媒有限公司	劉俊領	總經理 / 創意總監
青島弘睿品牌管理顧問有限公司	劉 璐	弘睿設計創始人
深圳銳意縱橫(國際)品牌策劃機構	劉 響	創意總監
上海赤美廣告傳媒有限公司	瞿 楨	設計部總監

總目錄

序 FOREWORD		003	生活日用 LIVING		268
編委會委員 COMPIATION COMMITTEE		004	建材地產 BUILDING MATERIALS & REAL ESTATE		298
時尚服飾 CLOTHING		006	交通運輸 COMMUNICATION		340
餐 飲 CATERING		044	IT 科技 IT TECHNOLOGY		354
商業零售 COMMERCIAL RETAIL		080	休閒度假 LEISURE VACATION		372
公司機構 THE COMPANY INSTITUTIONS		112	醫療保健 MEDICAL CARE		404
教育傳媒 EDUCATION MEDIA		154	其 他 OTHER		414
食品飲料 FOOD & DRINKS		202	優秀公司推薦 EXCELLENT RECOMMENDED		486



BABY
HEAD



設計說明：

BABY HEAD 為自主服飾品牌，整體形狀為蘑菇頭的髮型的人物，融入樹葉，整體傳達出輕鬆舒適的理念。

品 牌 主：BABY HEAD

設計公司：張慶鋒

創意總監：張慶鋒

設 計：張慶鋒



設計說明:

選用活潑可愛、勤勞善良的小蜜蜂形態，鮮明展現行業屬性，彰顯活力、童趣、快樂的品牌形象；以簡式的表現手法，含蓄呈現童真品牌的專業性，賦予品牌創新、國際化氣息；應用鮮明純真的青綠，緊緊抓住孩童的目光。

品 牌 主：浙江阿傑邦尼服飾有限公司

設計公司：上海上知營銷策劃有限公司

創意總監：陳亮

藝術指導：劉曉

設 計：胡沈燕

文 案：劉曉 王建強 王珊

此為試讀，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

KAFREETZ



設計說明：

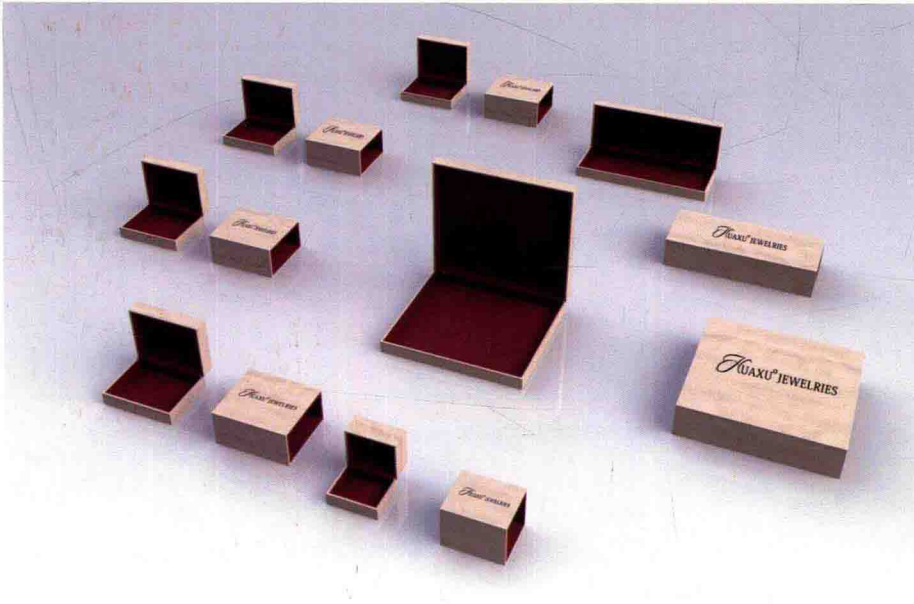
由於大顯制帽旗下品牌 KAFREETZ 主營登山帽，所以 KAFREETZ 品牌標誌的設計首先考慮到實用性問題，標誌作為帽徽使用，需考慮各種針織紡織工藝及面料使用情況的實際呈現效果，其次是對品牌標誌進行商業化的設計塑造。

設計完成後的 KAFREETZ 品牌標誌整體穩健有力，字母“K”挺拔向上，“山峰”元素的運用，都藝術性的融入了“自由釋放、挑戰征服”運動精神，體現了 KAFREETZ 的品牌內涵。

品 牌 主：青島大顯制帽有限公司
 設計公司：青島弘睿品牌管理顧問有限公司
 創意總監：劉璐
 藝術指導：高菲
 設 計：弘睿設計團隊
 文 案：宋彥軍

HUAXU[☆] JEWELRIES

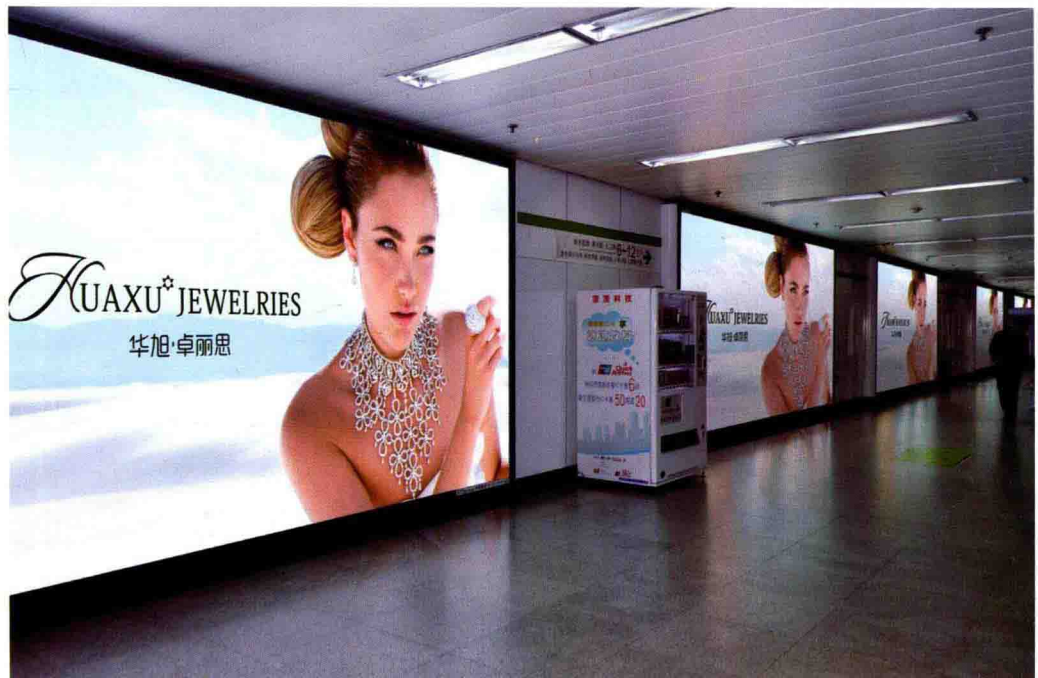
华旭·卓丽思



設計說明:

“HUAXU·JEWELRIES 華旭·卓麗思”是青島華旭卓麗思飾品有限公司旗下的飾品品牌，原名“東郡飾品”，主要銷售項鍊、耳環、戒指、手鐲等各種流行飾品。在與客戶的前期溝通中，我們發現“東郡”過於俗氣、不適合作飾品品牌名稱，建議客戶更改品牌名，在幾番討論後，客戶同意更換品牌名稱，並委託弘睿團隊進行新品牌的命名工作。通過一個多月的資料搜集、頭腦風暴、分析研究和反復討論，客戶最終決定採用“HUAXU·JEWELRIES 華旭·卓麗思”作為新品牌名。隨後，弘睿設計團隊又為HUAXU·JEWELRIES設計了全新的品牌形象。華旭·卓麗思所代表的是一種超凡的優雅、脫俗的氣質，所以在設計上不僅要注重感官的愉悅，更要注重品牌的內涵，要滿足品牌受眾對高層次享受的追求。

品 牌 主：青島華旭卓麗思飾品有限公司
設計公司：青島弘睿品牌管理顧問有限公司
創意總監：劉璐
藝術指導：高菲
設 計：弘睿設計團隊
文 案：宋彥軍



劍丛
口作
C.J. Production
Congjian Costume Design Production

劍丛
口作
C.J. Production
Congjian Costume Design Production

劍丛
口作
C.J. Production
Congjian Costume Design Production

劍丛
口作
C.J. Production
Congjian Costume Design Production

劍丛
口作
C.J. Production
Congjian Costume Design Production

C.J
COSTUME
DESIGN
PRODUCTION
<http://www.zhiyenzhuang.com>

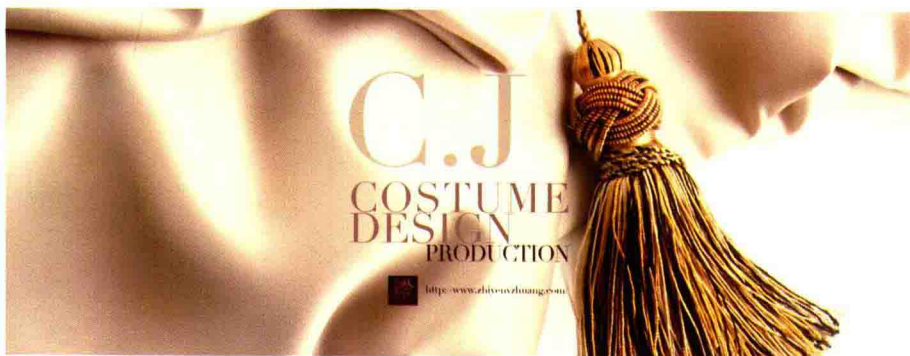
劍丛
口作
C.J. Production
Congjian Costume Design Production

劍丛
口作
C.J. Production
Congjian Costume Design Production

C.J
COSTUME
DESIGN
PRODUCTION
<http://www.zhiyenzhuang.com>

C.J
COSTUME
DESIGN
PRODUCTION
www.zhiyenzhuang.com
tel: 0371-63671111
tel: 0371-63671112

C.J
COSTUME
DESIGN
PRODUCTION
<http://www.zhiyenzhuang.com>

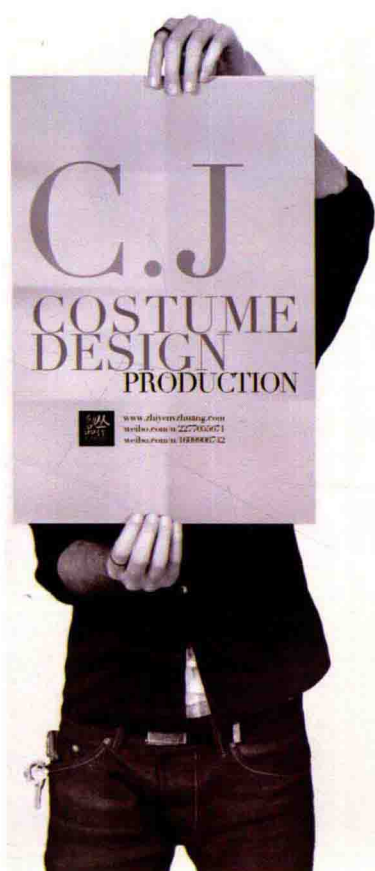
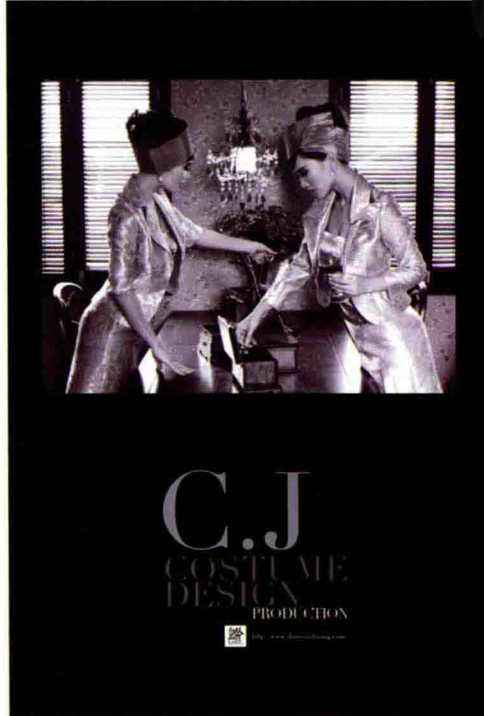
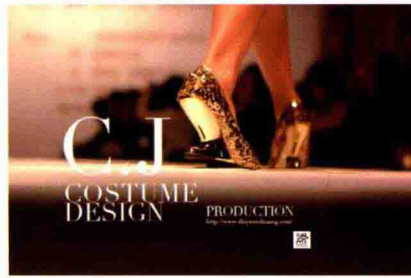
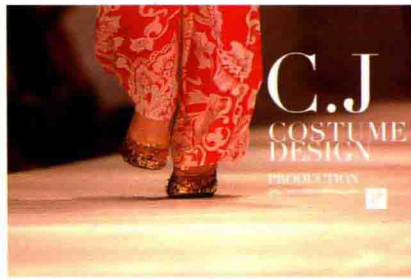
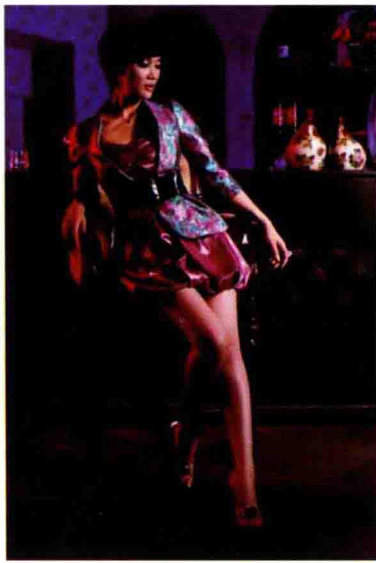


C.J
COSTUME
DESIGN
PRODUCTION
<http://www.zhiyenzhuang.com>

品 牌 主： 劍劍品牌
設計公司： 鄭州你好大海品牌設計有限公司
創意總監： 田邊漢
藝術指導： 田邊漢
設 計： 王戰輝

C.J
COSTUME
DESIGN
PRODUCTION

<http://www.zhuyenzhuang.com>





設計說明:

深圳市格雅表業有限公司是一家集手錶的研發、設計、製造、銷售為一體的多元化鐘錶企業。品牌設計突出 586 在字面意義上具體深厚的中國福文化內涵：5 代表“福”，8 代表“發”，6 代表“順”，三個數字寓意“洪福齊天，富貴盈門，萬事順意”的祝福；“586”又有“我發了”的諧音，即財運亨通的意思，不論給企業本身，還是經銷商和顧客都帶來吉祥富貴的好兆頭。而 586 也是鐘錶刻度上的數字，所以也表明了其標誌的行業屬性，586 時間區 Time Area 則說明了它是鐘錶零售區域的商業定位，同時命名充滿現代個性，簡單易記，利於口頭傳播，也不受語言及文化差異的限制，符合年輕時尚消費者的審美需求。

品 牌 主：格雅表業
設計公司：深圳市劉永清設計有限公司
創意總監：劉永清
藝術指導：劉永清
設 計：劉永清
文 案：劉永清



