



CI 企业形象设计

唐韵

CI 企业形象设计

1

CI 概述

2

CI 的现状与发展

3

CI 的构成

4

视觉识别系统 (VI)

5

企业形象设计实训

6

设计案例与赏析



1

CI 概述

第一节、CI 的基本概念与特点

第二节、CI 的功能与作用



NE

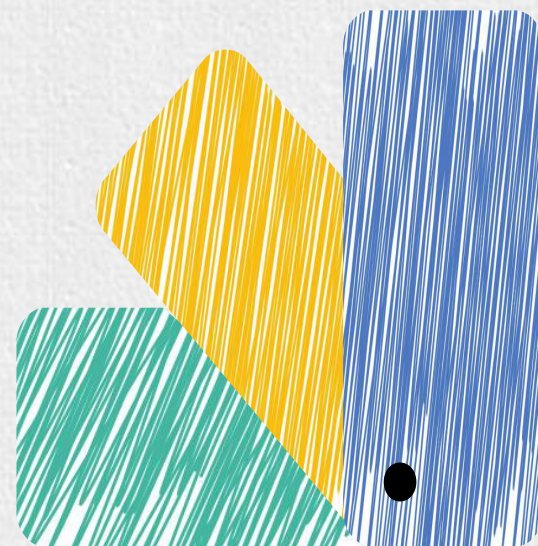
第一节

CI 的基本概念与特点

一、CI 的基本概念

CI 是英文 Corporate Identity 的缩写。Corporate 的中文翻译是社团的、法人的等，主要指企业，也包括服务机构、事业单位等一切法人组织；Identity 同一性、独特性、身份证明的意思。可以翻译为企业识别。也有定成 CIS，“S”是英文 System 的首写字母，是系统的意思，因此，CIS 可译作企业识别系统。

CI 是将企业的经营理念、企业文化、服务特质、企业活动等相关信息通过视觉传达的形式传递给企业的相关者或消费者的一种活动。



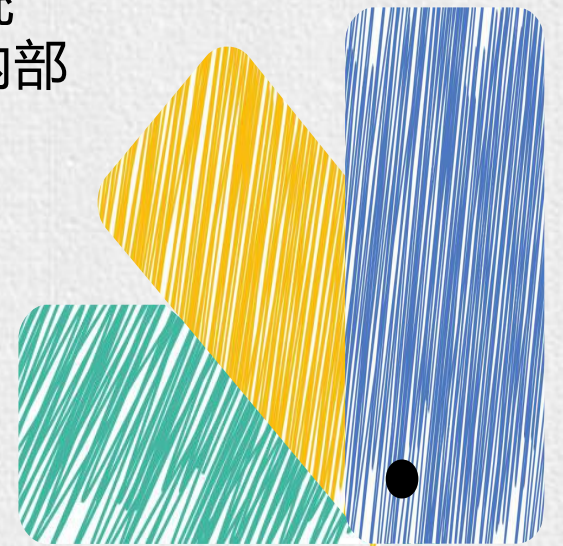
中西元男：“意图的、计划的、战略的展现出企业所希望的形象，对本身而言，透过公司内外，来产生最好的经营环境，这种观念和叫作 CI”。

中春秀一郎：“在企业经营活动的一环中，应把眼光放在视觉设计的机能上，综合企业内外的所有设计活动时，其中心概念和作业就叫作 CI”。

八卷俊雄：“所谓 CI，是一个企业或企业团体，由内到外讲企业或企业团体同一化，进行传达的统一。”

台湾设计家林磐耸：“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），传达给企业体周遭的关系者或团体（包括企业内部与社会大众），并掌握使其对企业产生一致认同感与价值观”。

CI 的根本意义是 --- 公司外界的视觉同一化与公司内部的同质化。



第一节

CI 的基本概念与特点

企业识别诠释：

1、认知意义上的企业识别，表明企业自身的身份与性质。



第一节

CI 的基本概念与特点

企业识别诠释：

2、传播意义上的企业识别，对内表明组织内部的同一性，对外表示本组织的个性和差异性。



中国南方航空
CHINA SOUTHERN



中國東方航空
CHINA EASTERN

第一节

CI 的基本概念与特点

企业识别诠释：

3、社会意义上的企业识别。表明个体意识到自己已归属于某一群体，思想意识、行为都要服从制度。一般指企业的分公司子公司与总公司的关系。

PRADA

副线



MIU MIU

第一节

CI 的基本概念与特点



总之，企业识别是一个企业借助与直观的标志符号来证明自身的特性。

第一节

CI 的基本概念与特点

二、CI 的特点

1、战略系统性

CI 是一种战略，是一种全方位推出企业形象的系统战略。

2、民族性

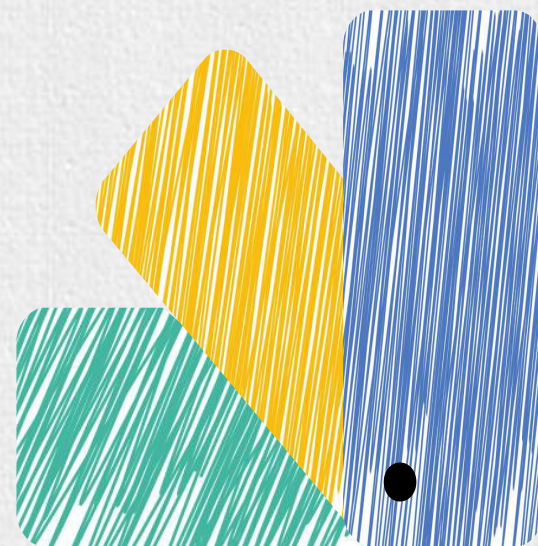
“因地制宜”原则。

3、突出个性化

只有个性化，才有区分度，才易于被人记住。

4、营销工程化

CI 是一个系统工程，要推行 CI，必须从企业的经营哲学、经营宗旨、经营信息、行为规程及形象传达进行全方位的系统设计，忽略了哪个方面都将影响 CI 的整体效果。



第一节

CI 的基本概念与特点

二、CI 的特点

5、同一性

显著的特性，企业向外界传达的任何讯息都必须突出同一形象。

6、规范性

从理念设计、行为设计、形象设计，都必须规范化。

7、易操作性

CI 是一种实在的战略战术，它必须具有可以操作的特性。



第二节

CI 的功能与作用

一、CI 的功能

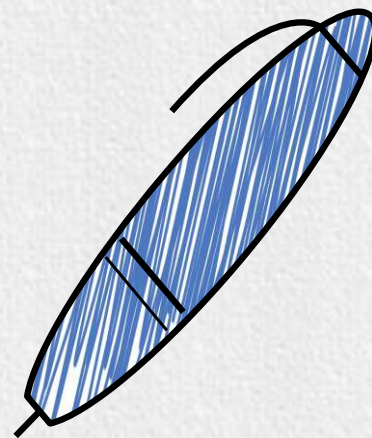
CI 最基本的功能就是识别：理念识别、行为识别、视觉识别

1、识别功能

(1) 语言识别

企业精神口号、企业产品广告语、企业宣传标语

“好空调格力造”
海尔“真诚到永远”



第二节

CI 的功能与作用

一、CI 的功能

CI 最基本的功能就是识别：理念识别、行为识别、视觉识别

1、识别功能

(1) 语言识别

(2) 图像识别



第二节

CI 的功能与作用

一、CI 的功能

CI 最基本的功能就是识别：理念识别、行为识别、视觉识别

1、识别功能

- (1) 语言识别
- (2) 图像识别
- (3) 色彩识别

TIFFANY & CO.



第二节

CI 的功能与作用

一、CI 的功能

2、管理功能

CI 手册的主要功能即完善企业内部管理系统。

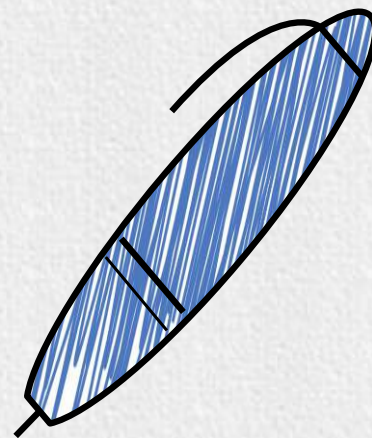
3、传播功能

VI 系统的传播最为直接，效果最明显。

4、协调功能

企业导入 CI，有助于信息传递的可信性、真实性和统一性，使企业的公共关系活动得到顺利发展。

- (1) 政府关系
- (2) 社区关系
- (3) 新闻界关系



第二节

CI 的功能与作用

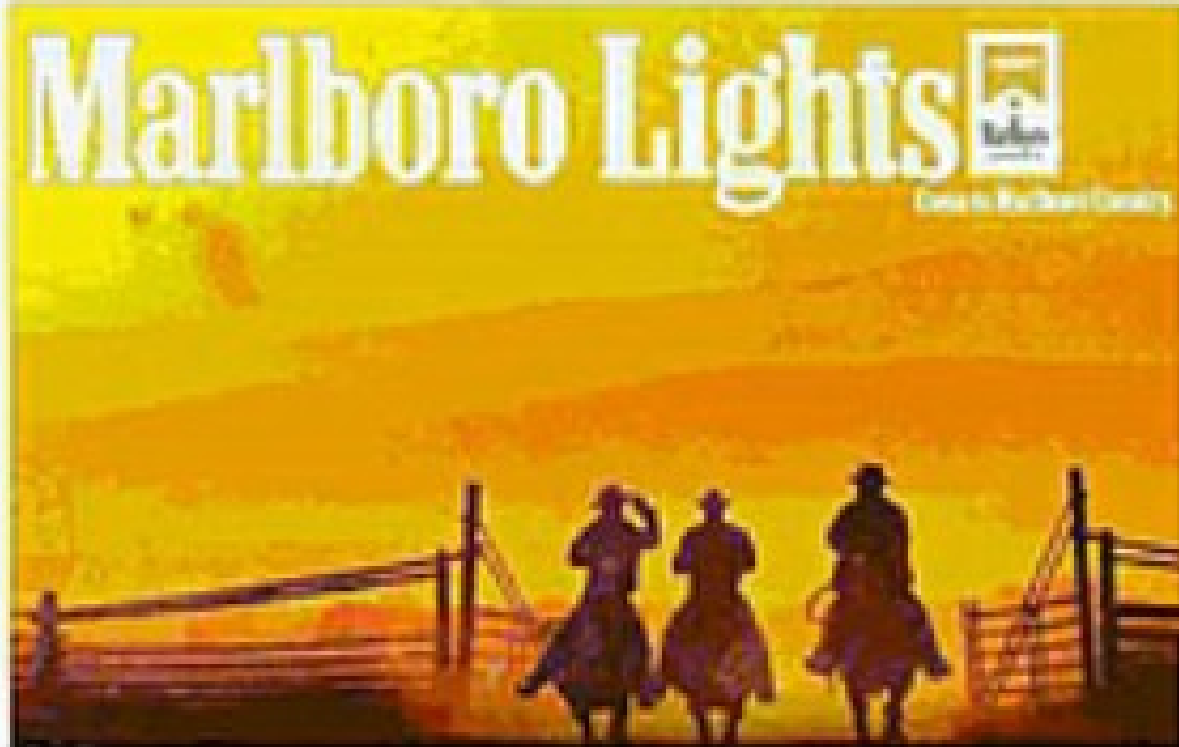
二、CI 的作用

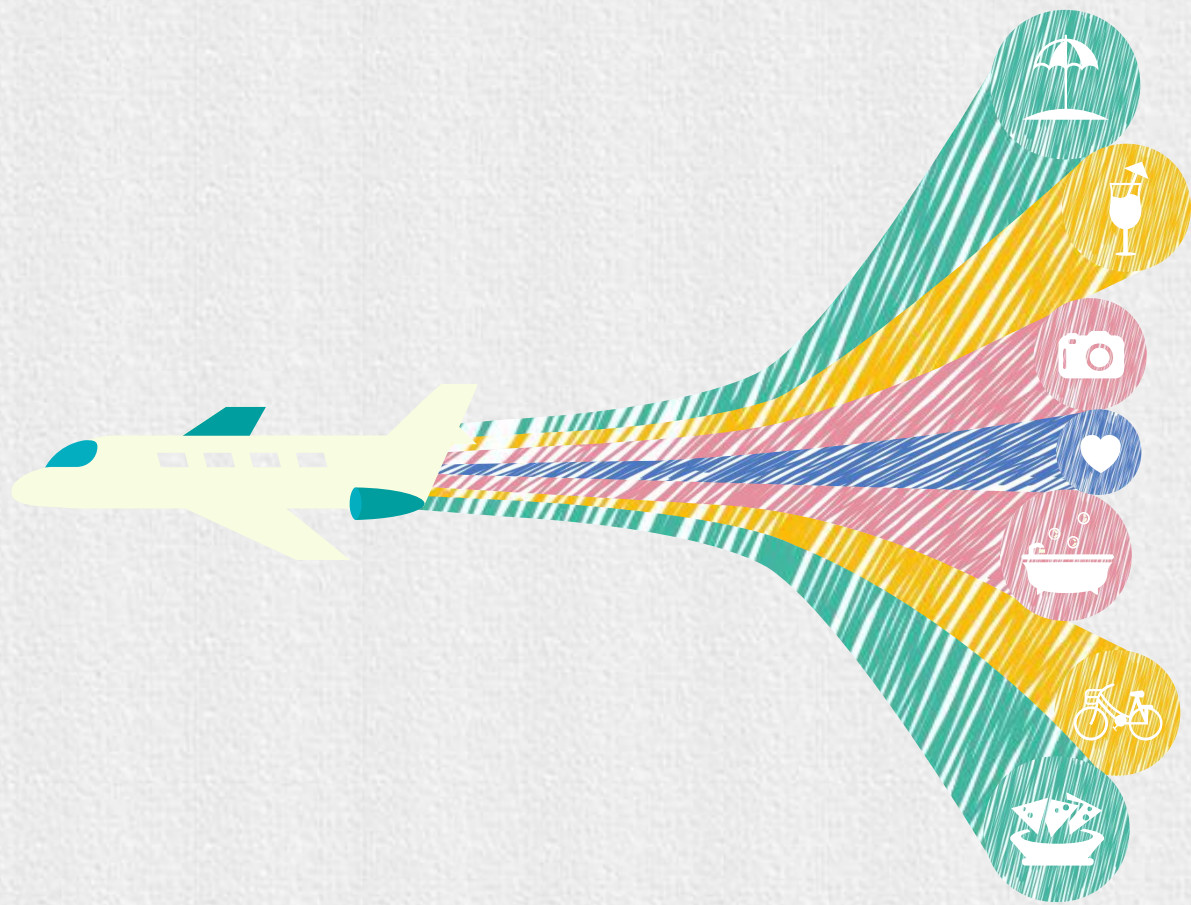
- 1、CI 有助于重建企业文化。
有利于企业文化的更新肯重换，不断保持青春和活力。
- 2、CI 有助于增强产品竞争力。
CI 通过给人印象强烈的视觉识别设计，有利于创造名牌，建立消费者的品牌偏好。
- 3、CI 有利于多角度、集团化、国际化经营。
增强企业适应不同市场环境变化的能力，使企业营运更加稳健、安全。



Discount Cigarettes

Marlboro





第一章 完结
