

北京VI设计公司,品牌全案策划,企业形象设计,推荐商家

产品名称	北京VI设计公司,品牌全案策划,企业形象设计,推荐商家
公司名称	北京四方之志科技发展有限公司
价格	.00/件
规格参数	四方之志:vi设计 品牌vi设计:vi设计价格 品牌vi设计公司:酒店vi设计
公司地址	北京市海淀区北四环西路9号2104-234号
联系电话	18612115975 18612115975

产品详情

关于VI设计

VI设计公司基本原则

统一性

为了达成企业形象对外传播的一致性与一贯性，应该运用统一设计和统一大众传播，用完美的视觉一体化设计，将信息与认识个性化、明晰化、有序化，把各种形式传播媒体上的形象统一，创造能储存与传播的统一的企業理念与视觉形象，这样才能集中与强化企业形象，使信息传播更为迅速有效，给社会大众留下强烈的印象与影响力。

对企业识别的各种要素，从企业理念到视觉要素予以标准化，采用统一的规范设计，对外传播均采用统一的模式，并坚持长期一贯的运用，不轻易进行变动。

要达成统一性，VI设计公司实现VI设计的标准化导向，必须采用简化、统一、系列、组合、通用等手法对企业形象进行综合的整形。

简化：对设计内容进行提炼，使组织系统在满足推广需要前提下尽可能条理清晰，层次简明，优化系统结构。如VI系统中，构成元素的组合结构必须化繁为简，有利于标准的施行。

统一：为了使信息传递具有一致性和便于社会大众接受，应该把品牌和企业形象不统一的因素加以调整。品牌、企业名称、商标名称应尽可能地统一，给人以唯一的视听印象。

系列：对设计对象组合要素的参数、形式、尺寸、结构进行合理的安排与规划。如对企业形象战略中的广告、包装系统等进行系列化的处理，使其具有家族式的特征，鲜明的识别感。

组合：将设计基本要素组合成通用较强的单元，如在VI基础系统中将标志、标准字或象征图形、企业造型等组合成不同的形式单元，可灵活运用于不同的应用系统，也可以规定一些禁止组合规范，以保证传播的同一性。

通用：即指设计上必须具有良好的适合性。如标志不会因缩小、放大产生视觉上的偏差，线条之间的比例必须适度，如果太密缩小后就会并为一片，要保证大到户外广告，小到名片均有良好的识别效果。

同一性原则的运用能使社会大众对特定的企业形象有一个统一完整的认识，不会因为企业形象的识别要素的不统一而产生识别上的障碍，增强了形象的传播力。

差异性

企业形象为了能获得社会大众的认同，必须是个性化的、与众不同的，因此差异性的原则分重要。

差异性首先表现在不同行业的区分，因为，在社会性大众心目中，不同行业的企业与机构均有其行业的形象特征，如化妆品企业与机械工业企业的企业形象特征应是截然不同的。在设计时必须突出行业特点，才能使其与其它行业有不同的形象特征，有利于识别认同。其次必须突出与同行业其它企业的差别，才能独具风采，脱颖而出。

有效性

有效性是指企业经策划与设计的VI计划能得以有效地推行运用，VI设计公司VI是解决问题学，不是企业的装扮物，因此能够操作和便于操作，其可操作性是一个分重要的问题。

企业VI计划要具有有效性，能够有效地发挥树立良好企业形象的作用，首先在其策划设计必须根据企业自身的情况，企业的市场营销的地位，在推行企业形象战略时确立准确的形象定位，然后以此定位进行发展规划。在这点上协助企业导入VI计划的机构或个人负有重要的职责，一切必须从实际出发，不能迎合企业领导人一些不切合实际的心态。

企业在准备导入VI计划时，能否选择真正具有策划设计实力的机构或个人，对VI计划的有效性也是分关键的。VI策划设计是企业发展一笔必要的软投资，是一项分复杂而耗时的系统工程，是需要花费相当费用的。

要保证VI计划的有效性，一个分重要的因素是企业主管有良好的现代经营意识，对企业形象战略也有一定的了解，并能尊重VI设计机构或专家的意见和建议。因为没有相当的投入无法找到具有实力的高水准的机构与个人。而后期的VI战略推广更要投入巨大的费用，如果企业领导在导入VI计划的必要性上没有

分清晰的认识，不能坚持推行，那期的策划设计方案就会失去其有效性，变得毫无价值。

审美性

好的vi设计能将原本枯燥的语言通过具有艺术性和趣味性的视觉图形表现出来，生动活泼的vi设计能吸引读者的视线，引发读者的好奇心.给人美感，让人心动，所以完美的vi设计有巨大的审美价值。

的VI设计应其有强烈的视觉冲击力，且形式完美、装饰性强、创意独特，使人赏心悦目，让人们在愉悦中牢记其品牌含义。具有审美价值的VI设计，更能贴近人们的生活，有强烈的亲和力，让人们喜欢、耐看、易认、易记。vi设计在品牌时代广泛应用于各种传播媒体，它能有效引导大众的审美观念，领导视觉艺术的时尚潮流。

设计阶段编辑

A、准备阶段：成立VI设计小组，理解消化VI，VI设计公司确定贯穿VI设计的基本形式，搜集相关资讯，以利比较。VI设计小组由各具所长的人士组成。

人数不在于多，在于精干，重实效。一般说来，应由企业的高层主要负责人担任。因为该人士比一般的管理人士和设计师对企业自身情况的了解更为透彻，宏观把握能力更强。其他成员主要是各专门行业的人士，以美工人员为主体，以行销人员、市场调研人员为辅。如果条件许可，还邀请美学、心理学等学科的人士参与部分设计工作。

B、设计开发阶段：

VI设计一般包括基础部分和应用部分两大内容。视觉识别系统分为基本要素系统与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系统中具有传播力和感染力，容易被社会大众所接受，据有主导地位。

VI设计小组成立后，首先要充分地理解、消化企业的经营理念，把MI的精神吃透，并寻找与VI的结合点。这一工作有赖于VI设计人员与企业间的充分沟通。在各项准备工作就绪之后，VI设计小组即可进入具体的设计阶段。

C、反馈修正阶段

D、调研与修正反馈

E、修正并定型 在VI设计基本定型后，还要进行较大范围的调研，以便通过一定数量、不同层次的调研对象的信息反馈来检验VI设计的各细部。

F、编制VI设计手册

基本要素设计编辑

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，是企业基本要素

系统包括：企业名称、企业标志、企业形象设计、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。

品牌全案策划企业名称

企业名称与企业形象有着紧密的联系，是品牌全案策划CIS设计的提条件，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；要有独特性，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。名字的文字要简洁明了，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度的商品做为企业名称。企业名称的确定不仅要考虑传统性，还要具有时代的特色。

企业标志

企业标志是特定企业的象征与识别符号，是CIS设计系统的核心基础，企业标志是通过简练的造型、生动的形象来传达去企业的理念、具有内容、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，必须广泛的适应各种媒体、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（包括图形于文字的结合应用）三个方面。企业标志要以固定不变的标准原型在CI设计形态中应用，开设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、比例标示发多圆弧角度标示，以便标志在放大或缩小时能**地描绘和准确复制。

VI设计公司企业标准字

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诉求力。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，要求字形正确、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，企业形象设计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，并表明字体的高、宽尺寸和角度等位置关系。

专用字体

专用字体即是对企业新使用的主要文字、数字、产品名称结合对外宣传文字等，进行统一的设计。企业形象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。

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制定色彩。透过色彩具有的知觉刺激于心理反应，可表现出企业的经营理念多产品内容的特质，体现出企业属性和情感，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的属性，突出企业与同行的差别，并创造出与众不同的色彩效果，标准色的选用是以为标准的，企业的标准色使用不宜过多，通常不超过三种颜色。

VI设计公司象征图案

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在内涵上要体现企业精神，引起衬

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内涵来进行设计。在于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。

品牌全案策划标语口号

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来的一种文字宣传标语。企业标语口号的确定要求文字简洁、朗朗上口。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。

品牌全案策划企业吉祥物

企业吉祥物是以平易可爱的人物或拟人化形象来唤起社会大众的注意和好感。

品牌全案策划设计规范编辑

简

越单纯、明快的名称，越易于和消费者进行信息交流，易于刺激消费者的遐想。根据“经济新闻”调查，企业名称的字数对认知度有一定影响，名称越短越利于传播。

可见，易读易记的名称是理想选择。企业从计划经济体制中留来的名称往往长而呆板，如XX地区XX行业X厂，不适于市场经济中竞争的需要。