企业形象|VI|广告|飓风广告公司|

产品名称	企业形象|VI|广告|飓风广告公司|
公司名称	保定飓风广告装饰有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	保定市莲池区
联系电话	13331279203\13131223118 13331279203\13131223118

产品详情

资料提供：保定飓风广告公司|保定飓风广告

专业从事广告工程设计，企业形象（VI 、SI设计）策划、装饰工程设计、灯光动画设计及施工；

公司网址：http://www.jfad.net；

联系电话：0312-2056910 ,13131223118,13331279203,13082395788；

企业邮箱：jfad0312@126.com;**qq:1030530467,764957886;微信：lj13331279203**

SI系统（Store Identity System），即专卖店形象识别系统，一般包括“ 专卖店理念、

文化及行为识别；专卖店展示系统；专卖店宣传规范 ”等三个部分。 SI系统的规范设计包含几个最基本的原则：

第一，要与品牌的理念识别（MI）及行为识别（BI）相吻合；第二，要充分考虑市场定位的适应性；

第三，要兼顾空间及美学、消费心理等多维层面；第四，要在品牌视觉识别（VI）的基础上延伸应用。

SI系统必须与VI系统协调呼应，店内装饰、门头、主色调都应严格延续VI系统的规范，

这样才能有效地传达品牌讯息，让消费者多角度而统一地了解品牌，从而推动产品的销售。

如LOGO的应用，要严格执行VI规范，门头和形象墙需要具备统一性和延续性， 辅助图形也要在店内装饰中渗透应用等等。

品牌手册——SI

连锁店识别SI系统（Store Identity）

连锁识别（STORE IDENTITY 简称SI）对识别系统来说，可是一种时髦的名词。欧、美、日的连锁事业在连锁识别系统规划下，已开创出一股锐不可当的气势，可说是继企业识别之后的另一波新浪潮。在自由化、国际化浪潮的冲击下，国内各行业也受到很大的影响。 1、连锁识别的内容?

SI所包含的内容相当多，但是按性质分析起来一供可分成两大部分：第一部分就是属于视觉与环境的VI视觉识别以及SI空间识别，第二部分就是属于理念定位与管理制度的MI理念识别以及BI行为识别；由于这两个部分的专业领域不同，所以，在规划时必须密切配合，才不会因多头马车而失去了一致性的方向。 a、MI（Mind Identity）:

称为理念识别，与CI规划的MI内容接近是透过调查、研讨、评估等作业，建立符合实际情况的经营理念、远景与策略。其作业项目包括： 01、成立SI执行委员会 02、SI基础培训 03、市场调研 04、竞争分析 05、视觉分析 06、经营理念分析 07、远景与策略设定 08、形象策略 09、法律作业 10、商圈设定

b、VI（Visual Identity）:

称为视觉识别，VI主要是将MI理念转化成具体的设计概念，再透过有形的造型符号传达出隐于身后的连锁经营理念。基本上可分为基本系统（标志、字体、行业色彩……）及应用系统（事务用品、交通工具、制服……）都是属于平面视觉上的设计作业。其中设计项目包括：

01、基本系统部分 02、连锁品牌标志 03、连锁品牌标准字 04、品牌标准色

05、标志与标准字的组合 06、标志与标准字的误用说明 07、应用底纹或纹饰 08、基本资料组合与应用 09、吉祥物 10、应用打字设定 11、应用系统部分 12、事物用纸类 13、客用物品类 14、包装系统类 15、制服类 16、运输工具类 17、广告规格化 18、PR赠品类 19、旗帜类

c、SI（Space Identity）:

称为空间识别，或Interior Identity室内识别，也可以把它当作VI的延伸，但主要目的是在"三度空间"，"装潢规格化"作业，空间识别与传统装潢设计最大的不同就是它是系统性设计，而非定点式设计，以适应连锁发展时会碰到每个店面尺寸不一的问题。其中规划项目包括： 01、总则部分 02、管理原则 03、商圈确定 04、设计概念 05、空间设计部分 06、平面系统 07、天花板系统 08、地坪系统 09、配电及照明系统 10、展示及商品专柜系统 11、壁面系统 12、招牌系统 13、POP和DISPLAY 14、管理部分 15、材料说明 16、施工程序 17、项目估价

18、协力厂商配合作业原则 d、BI（Behavior Identity）:

称为行为识别，是从总部到店面系统性的管理制度规则，视连锁的业态决定规划的内容，也就是本文件上所有的相阅内容。其规划项目包括：

01、经营构想和定位 02、连锁体系概念与组织 03、连锁店定位 04、商品组合与定位 05、商圈调查与开发 06、选店与租店要领 07、市场调查与开发 08、采购管理

09、仓储，运输管理（DC管理） 10、门店现场作业管理 11、促销活动管理 12、人事管理 13、盘店管理 14、营收分析 15、投资评估分析 16、会计稽核管理 17、门店绩效管理 18、开店策略管

理 19、报表分析与管理 20、教育培训 21、行政管理

22、消费者管理与组织 23、员工创业入股办法 24、连锁店公关管理 25、员工奖励办法 26、总部运作管理 27、会议系统与管理 28、加盟招揽 29、加盟合同

2、利用连锁识别节约成本，创建效益

对于消费者而言，与连锁店接触最直接的印象，除了广告就是来自店面，不论是招牌、外观、装潢，或者是服务标准化、规范化，都会感受到有组织、高质量的印象，所以透过适当的系统性SI规划，将会有下列令人惊讶的成果：

A. 统一形象连锁店每个地点的尺寸大小都不相同，透过SI规划能够统一整体的Image,规格化的空间设计不会因位置尺寸的不同而产生差异化印象。

B. 塑造个性化透过专业的SI设计，可塑造店面独特的风格，在竞争的市场上造成区隔，也比较不易为他人所模仿。