

HMD案例 | 椰城凤鸣.好汤肉更鲜

产品名称	HMD案例 椰城凤鸣.好汤肉更鲜
公司名称	广东翰姆设计有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省东莞市东城街道东城光明一环路一巷5号3栋101室（注册地址）
联系电话	13712881241

产品详情

项目 | PROJECT

椰城凤鸣 / YE CHENG FENG MING / 2019.06

服务 | SERVICE

空间设计 / 视觉平面 / 软装设计

团队 | TEAM

HMD团队

品牌命名

品牌名是品牌的资产

一个好的名字，要想让消费者注意、产生兴趣和消费欲望，从命名便能让消费者看到就能产生丰富的主观信息感知，即受众感受。

品牌符号

代表品牌主张

无论LOGO图形还是字体设计，我们都进行了严格的规范设计。图形取椰子的外轮廓，其中融入椰子树、海浪、岛屿的抽象形态，构建出海南的海岛风情。字体设计中，提取“鸣”字做图形处理。标识整体充满活力和生气，符号设计具有独特性，扩大品牌传播度。

超级图形

让品牌娱乐化，年轻化，时尚化

在辅助图形和应用设计方面，我们采用凤凰作为辅助图形融入海浪的元素，展现富有特色的地域文化，打造属于椰城凤鸣超级符号。

品牌口号

一句话传递你的价值理念和文化

“敢为天下鲜.好汤肉更鲜”一个品牌口号展现自身的优势特点，展现食材的亮点。突出品牌本身的特色，现制现卖、真材实料尊重自然原味，只做一口鲜美的汤！汤好，肉更鲜，形成超级话语推广出去，抢占消费者认知，好汤，好食材，形成品牌的自传播。

品牌色彩体系

挖掘属于椰城凤鸣的颜色

塑造极具质感的色彩系统，品牌色彩系统使用能提高情绪、活力和愉悦感的黛绿色作为主调色，椰子的绿色与形状视觉代表。搭配极具质感的古金色，从色彩体系去传达餐厅的气质。

- Brand Foundation 品牌基础

塑造专属的视觉系统

让品牌深入人心

色彩、符号是重要的品牌感官资产，品牌符号根据不同场景大范围重复应用，有利于让消费者品牌建立一定的认知，更有利于品牌传播。当消费者在使用视觉系统时，美感、触感=品牌记忆点，让消费者无时无刻记住椰城凤鸣。确定品牌价值，降低传播成本，令品牌实现长期的资产积累。

- Brand Vision 品牌视觉

美学空间打造

颜色突围打造显眼全街

美学是每一个餐厅都必须具备的，它能够带给消费者独特的体验感，

在就餐中感受品牌的文化氛围，无形中为品牌增添“价值感”。在空间设计落地阶段，营造出简洁、自然，清新的海岛风情。让靓丽年轻的颜值与温柔雅致的气质渗进视觉感官。整个餐厅体现格调舒适、精美得体的餐饮氛围，更能够提升顾客店内就餐的体验。

- Spatial design 空间设计

美食盛宴

不将就，材够好

椰城凤鸣餐厅对食材和吃法都很有要求。从选材、煮法、吃法、用具都花足了心思，“不将就，材够好！”是标准。不添加任何添加辅料，原汁原味的椰子鸡，是每桌必点的美味。话不多说，让食物本身说话吧。

- A gourmet feast 美食盛宴