

JinJin / November 25, 2012 03:15PM

[\[講義09\] CI手冊編製](#)

1. [1. CI手冊的種類](#)
2. [2. CI手冊的發行原則](#)
3. [3. CI手冊的編製內容](#)
4. [3.1 參考範本](#)
5. [3.2 設定CI手冊樣式版型](#)
6. [3.2.1 直式](#)
7. [3.2.2 橫式](#)
8. [3.3 分類項目](#)
9. [4. CI手冊的維護](#)

如何編製CIS手冊

編製CI手冊是鞏固CI開發成果的必要手段。盡可能使企業的視覺設計標準化，表現出統一的形象向量，是CI的基本目標之一。

CI手冊不僅決定了企業今後的識別形象，而且是實際作業時設計表現水準的關鍵。

CI手冊是將所有設計開發的項目，根據其使用功能、媒體需要，制定出相應的使用規定和方法。編製CI手冊的目的在於將企業信息的每個設計要素，以簡明正確的圖例和說明統一規範，作為實際製作、應用時必須遵守的準則。

1. CI手冊的種類

CI手冊的編製形式一般有以下幾種：

(1) 綜合編製的方法。將基本設計系統和應用設計項目合編在一起，並以活頁式裝訂，以便於修正替換或增補，國內外不少企業採用這種方法。

(2) 基本設計系統和應用設計系統分開編製的方法。依照基本設計系統和應用項目的不同，以活頁的形式分編成兩冊，主要是基於使用的方便。

(3) 應用項目分冊編製的方法。按不同種類、不同內容的應用項目分別編製，適合於大公司、集團化、聯合企業使用。

[img]http://www.oed.com.tw/images/dahan%20ci.jpg[/img]

[hr]

2. CI手冊的發行原則

CI手冊的發行，原則上應作為企業的規章或條例進行頒發，由CI委員會根據手冊的項目和企業相關的管理部門發放。CI手冊的內容屬於企業的秘密，是不能隨意泄露出去的，特別是與企業經營戰略有關的內容。

CI手冊應廣泛推介和宣傳，而不應當作商業秘密鎖在保險箱裡，因為CI手冊本身就是塑造企業形象的元素。我國許多企業部存在一種錯誤的觀念，認為花了幾十萬製作的CI手冊是無價之寶，從不輕易示人，更不作與手冊內容有關的任

何宣傳，究其用心是怕被人抄襲。

VI手冊的編製內容，是由總體的CI項目規劃所決定的。為了便於設計者學習和參考，讓我們將手冊的內容做一概要性的說明。

[hr]

3. CI手冊的編製內容

1. 參考範本

ubuntu品牌識別 <http://design.ubuntu.com/assets>

http://design.canonical.com/brand/A.%20Brand_Communication_Guide_v1.pdf

[http://design.canonical.com/brand/B.%20Complete%20Ubuntu%20brand%20guide%20-%20November%202010.p
df](http://design.canonical.com/brand/B.%20Complete%20Ubuntu%20brand%20guide%20-%20November%202010.pdf)

數位典藏與數位學習視覺識別系統手冊：http://teldap.tw/Files/TELDAP_LogoType_l.pdf

旅遊服務中心形象識別手冊：<http://admin.taiwan.net.tw/auser/L/vic/manual.pdf>

台灣觀光CIS：<http://admin.taiwan.net.tw/public/public.aspx?no=312>

更多：<http://mepopedia.com/forum/read.php?1179,25164>

[color=#CC0066]※以及學生系統教材下載中的其他CI手冊※[/color]

[hr]

2. 設定CI手冊樣式版型

請依照品牌屬性及風格，製作適合的樣式版型，需有質感並配合品牌個性，並設置彈性空間放置規範及說明文字。

1. 直式

春天百貨

[hr]

樸質版

好食上餐廳

[hr]

2. 橫式

簡潔型：

旅遊服務中心

[hr]

時尚版
香港品牌

[hr]
活潑版
金色嘉園房地產品牌識別

[hr]

3. 分類項目

以下為完整的CI手冊內容，可依選定企業與組織的需求，挑選適合項目製作。

[hr]
封面

序論

目錄

第一章基本要素系統

企業須導的題詞或前言

關於CI手冊的說明

CI設計的目的

CI標誌（陰、陽）

標準體（繁體、中、英文）

企業標準包（企業色）

輔助標準色（部門色）

指定字體（中、英文）

第二章組合系統

基本要素的組合形式

橫向組合、縱向組合、特殊組合

製作圖（九宮格法）

製作圖（比例法）

色彩基準（單色）

色彩基準（二色以上）

禁例

第三章事務用品

序言

信紙（中文、英文），信封（普通、航空）

專用信紙，專用信封（中文、英文），名片（中文、英文、社交用，業務用），開窗式信封（根據業務需要），通訊錄，辦公用品等，旗幟、證章、證件、標牌

第四章業務用品

序言

一般設計的原則基準

表格系統的基本構成

各種發票、單據的構成
對外用單據的構成 第五章廣告
序言
基本要素的用法
廣告設計系統 (印刷物)
廣告設計系統 (電視)
廣告設計系統 (路牌、燈箱類)
廣告設計系統 (銷售用、POP)
組合系統的運用方法
色彩系統的處理方法
製作系統的基本方法

第五章商品
序言
名牌商品的原則
與商品有關的基本形
商品和包裝設計的基本要素 第七章導示系統
序言
主要設施的統一形象 (中文、英文)
導示系統 (標準標板與方向的指示特徵)
安裝的基本原則與標準
特殊指示系統

第六章禮品
序言
禮品、包裝製作的規範
基本形的設計
禮品管理條例

第七章服裝
序言
服裝統一的基本原則
服裝管理的基本準則
設計例

第八章車輛
序言
車輛統一的基本原則
設計例

.....
(根據企業的不同需要可以增加若干章節)

第九章一般準則
序言
工作人員行動規範的準則

第十章技術性補充說明
技術性補充說明的目的與要求
色彩管理
管理用色標
標誌的做版稿 (按比例由小到大)
標準體的做版稿 (按比例由小到大)
組合形式的做版稿 (按比例由小到大)。

[hr]

4. CI手冊的維護

CI手冊編輯完成之後，對其管理與維護也是不容忽視的問題。即使手冊中明確列出的規定，也常會產生解釋、判斷方面的疑惑，甚至採取錯誤的施行方法。

因此企業應設置有CI專門部門，進行管理，包括使用CI手冊過程中，針對種種事例，作出適當的判斷、指導，管理全公司正確使用設計手冊的方法。

在推進 CI過程中，如果設計手冊沒有列舉的要素，就必須制定新的設計用法和規定，同時根據需要給予檢討判斷。

同時，在推進過程中，還需對設計手冊中不合實際需要的規定，進行修改、調整，這些都是管理維護的必要要項。

Edited 5 time(s). Last edit at 12/16/2012 12:05PM by JinJin.
