

JinJin / September 16, 2012 01:00PM

[\[講義01\] 識別系統設計的基本概念](#)

1. [1. 何謂CIS](#)
2. [2. CIS企業形象設計的作用](#)
3. [3. CIS被重視且蔚然成風的原因](#)
4. [4. CIS產生的原因](#)
5. [5. CIS導入的時機](#)
6. [6. 什麼是企業識別系統「CIS」?](#)
7. [6.0.1 MI \(Mind Identity\) 理念識別](#)
8. [6.0.2 BI \(Behaviour Identity\) 行為/活動識別](#)
9. [6.0.3 VI \(Visul Identity\) 視覺識別](#)
10. [6.1 CIS的常見問題](#)
11. [7. 一般視覺系統VI設計的內容](#)
12. [8. CIS視覺設計作業流程](#)

## 1. 何謂CIS

CIS(Corporate Identity System)企業形象設計識別系統：將企業經營理念與精神文化，運用整體傳達給企業內部與社會大眾，並使其對企業產生一致的認同感或價值觀，從而達到形成良好的企業形象和促銷產品的設計系統。

[color=#66CC00]以星巴克的識別系統設計來看，只要看到標誌即會聯想到星巴克整體的企業形象與產品。[/color]

CIS企業形象設計系統是60年代由美國首先提出，70年代在日本得以廣泛推廣和應用，CIS企業形象設計是現代企業走向整體化，形象化和系統管理的以種全新的概念。

[hr]

## 2. CIS企業形象設計的作用

在競爭激烈的環境下，建立獨具魅力的企業形象，不僅是致勝關鍵，而且可以幫助企業提升知名度，進而提高商品的銷售業績。由於企業形象對於市場競爭力提升的無形助力是被肯定的，因此企業形象的建立，在現代化企業經營中已被企業所重視並加以研究。在民國七十年以後，大型企業如統一企業公司、長榮航空公司、宏碁電腦、捷安特、震旦行、各行各業的連鎖店等，皆紛紛導入CIS。

[img]http://www.famous1993.com.tw/tech/tech1/113.png[/img]

1.台灣最早引用 CI 是執台灣企業牛耳的台塑關係企業，1957 年由當時海外學成返國的設計家郭叔熊先生進行規劃，配合台塑企業的經營需求而設計出波浪形標誌，將所有關係企業結合起來，象徵整個企業體系延綿 不斷地蓬勃發展之外，並表現出台塑企業塑膠材料的可塑性；這個「多角企業的設計政策」的表現形式，可隨著台灣企業體系的發展、擴大，自由地增加、組合。

[img]http://www.ruchya.com.tw/userfiles/%E5%8F%B0%E5%A1%91%E9%97%9C%E4%BF%82%E4%BC%81%E6%A5%ADlogo.jpg[/img]

[hr]

## 2. 味全公司之CIS

特聘日本設計家 大智浩為設計顧問，於1968年導入，首開國內食品業CIS風氣之先。以圓點造形為標誌構成要素，象徵食品業「圓潤可口」的特質。五個圓點意味著中國美食的「五味俱全」。

[IMG]<http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/7cb0ae9f.jpg>[/IMG]

1981年，委請日本伊東設計研究所進行修訂。將原有公司名稱的中英文標準字體線端稍加弧形修飾，使之與五圓標誌造形意念統一，充份強調「圓潤可口」的食品特性。

[img]<http://www.weichuan.com.tw/images/about/logo.jpg>[/img]

[hr]

[img][http://www.energypark.org.tw/\\_admin/\\_upload/topGoal/GoalCom/250/photo4/%E7%B5%B1%E4%B8%80%E4%BC%81%E6%A5%AD%E5%85%AC%E5%8F%B8LOGO.jpg](http://www.energypark.org.tw/_admin/_upload/topGoal/GoalCom/250/photo4/%E7%B5%B1%E4%B8%80%E4%BC%81%E6%A5%AD%E5%85%AC%E5%8F%B8LOGO.jpg)[/img]

[img][http://img2.zol.com.cn/product/29\\_500x2000/611/ceMpWau80LigE.jpg](http://img2.zol.com.cn/product/29_500x2000/611/ceMpWau80LigE.jpg)[/img]

[img][http://www2.giant-bicycles.com/\\_upload\\_co/logo.png](http://www2.giant-bicycles.com/_upload_co/logo.png)[/img]

[hr]

## 3. CIS被重視且蔚然成風的原因

1. 零售業發展走向連鎖化、專業化是目前的发展趨勢，為讓顧客有耳目一新的感覺，以及創造一致的形象，紛紛導入CIS。
2. 自由化、國際化的時代來臨，跨國企業的行銷實力及企業形象，極為強烈明顯，本土公司為了追求企業未來發展與應付目前企業競爭，CIS建立有其必要。
3. 現今企業經營、成本及費用的降低是致勝關鍵，若提早建立CIS，以後公司不論是商品種類的增加，或行銷據點增加，均不需使用很多廣告，即可獲得消費者的知悉及信賴。
4. 科技日日創新，尤其電腦業特別明顯，在技術提昇下，導致產品日趨同質化，甲商品與乙商品的品質差距更為接近，如何讓顧客購買商品，不是完全依賴產品品質或包裝，而是裝您公司的CIS，給予顧客的觀感與認同感。

[hr]

## 4. CIS產生的原因

企業內部自覺的需求：

- (1) 吸收人才、確保生產力
- (2) 激勵員工士氣、改造組織氣候
- (3) 提升企業形象與知名度
- (4) 提高廣告效果

- (5) 增進公司營業額
- (6) 統一設計形式、節省製作成本
- (7) 方便內部管理、活用外部人員

[hr]

## 5. CIS導入的時機

- (1) 新公司設立，合併成企業集團
- (2) 創業週年紀念
- (3) 企業擴大營業內容，朝向多角化經營
- (4) 進軍海外市場，邁向國際化經營
- (5) 改善經營危機、活絡事業停滯
- (6) 消除負面印象，統一企業實態與企業形象
- (7) 企業改組或經營高峰更換，創新作風
- (8) 提升品牌與企業的共同性或品牌昇格為企業
- (9) 企業情報組織不一、管理系統欠缺
- (10) 營理念的重整與再出發
- (11) 競爭產品性格模糊、品牌差異性不明確

[hr]

## 6. 什麼是企業識別系統「CIS」？

一、企業識別系統 CIS ( Corporate Identity System ，以下簡稱CI或CIS )

一般來說，企業識別系統 ( CIS ) 由三個要素 ( 子系統 ) 構成，即：

- 理念識別系統 ( Mind Identity system, 以下簡稱 MI 或 MIS ) 《老闆的經營理念、企業文化屬於思想層面》。
- 行為識別系統 ( Behavior Identity system, 以下簡稱 BI 或 BIS ) 《員工貫徹企業傳達的理念或精神》。(
- 視覺識別系統 ( Visual identity System, 以下簡稱 VI 或 VIS ) 《具體的廣告形象傳達》

### 1. MI (Mind Identity) 理念識別

理念識別是企業經營的基本精神與原動力所在，也是視覺識別據以展開的決策主張，完整的企業識別系統建立，端賴企業經營理念的確立。理念識別包括：理念(價值觀、經營信條、精神標語、企業文化、企業使命、經營哲學與方針策略等)、策略(做什麼、如何做)、遠景(展望、責任、企圖心)。

[color=#CC0066]《以7-Eleven為例》[/color]

企業理念是：「真誠、創新、共享」的企業文化，讓每一位統一超商同仁，樂在服務，並將每一位顧客滿足的笑容，當作是自己最大的成就

透過-Eleven企業標語 ( slogan ) 來傳達：

第一階段：1985~1990，[color=#003399]「您方便的好鄰居[/color]

」，這句話，透過「方便」和「鄰居」兩種形象，突顯7-Eleven 全天不打烊，隨時都可以買到東西的經營特性。

第二階段：1991~2006[#003399]「有7-Eleven真好」[/color]

，這已經成為一種企業經營的承諾，希望無論何時何地，7-Eleven都能讓消費者感受到及時的溫暖。

第三階段：2007~[color=#003399]「Always Open, 7-Eleven」[/color]，一句話清楚傳遞溝通訊息

第一層是物理性的營業實況，說明7-Eleven是24小時營業、不打烊的經營業態。

第二層則展現企業的企圖心，「Open」象徵7-Eleven開放的經營心態，不斷有新的創新，不斷在思考還有什麼更棒的新做法。

第三層則是7-Eleven 對整個社會的關心與期望。

[hr]

## 2. BI (Behaviour Identity) 行為/活動識別

BI，有兩個含義，一為活動識別，一為行為識別，以中國的語彙而言即：“特長”的識別與展現。

為使“特長”發揮極致，也就需要教育(服務態度、應對技巧、電話禮貌、工作精神等)、管理(環境、職工福利、研發)，更需要推廣活動化(調查、推廣、公關、促銷、公益事件、贊助活動的識別形式)來贏得社會大眾認同，此即為BI 行為、活動識別。

[color=#CC0066]《以7-Eleven為例》[/color]

全省同步舉行的集點活動、咖啡第二杯半價、關東煮、御便當、等促銷活動等以及當顧客進店之後的口號等皆為行為/活動識別

[hr]

## 3. VI (Visul Identity) 視覺識別

廣義的品牌識別是對商品、服務、或企業，開發以文字形象、意念和消費者對品牌所具有感受的綜合設計或宣傳或承諾。而其視覺設計開發則包括品牌名、品牌標誌、圖像系統(象徵圖形或吉祥物)。應用展開則包括行銷傳播、宣傳、促銷活動、銷售策略擴張等。品牌種類：包括商品品牌、事業品牌、服務品牌、企業品牌及企業哲學品牌化的哲學品牌。

[color=#CC0066]《以7-Eleven為例》[/color]

視覺標誌

[img]http://upload.wikimedia.org/wikipedia/zh/thumb/3/33/7-ELEVEN.svg/187px-7-ELEVEN.svg.png[/img]

[hr]

這三個要素既獨立發揮作用，又相輔相成並最終融合為一個有機的整體。目前，大多數企業尚不能充分實現CI系統的整體化運作，許多企業對不同CI要素本身的作用認識不清，在其運作方式的把握上存在著不足，最為典型的有以下幾種：

### 1. CIS的常見問題

(1) 理念識別 (MI) 常常止於口號化。

雖然設計了一系列條文化的理念信條，但僅僅當作對外宣傳的口號，而沒有通過教育培訓和文化建設把它內化為組織成員共的價值觀，因而理念系統的建立只能流於形式，無法真正發揮作用。

(2) 忽視行為識別 (BI) 的重要作用。

由於沒有一套有效的行為識別系統來加以推行，企業理念無法轉化為有生命的行為，從而導致CI戰略的失敗。

(3) 誤把視覺識別 (VI) 當CI。

為追求「速效」而片面強調VI，把CI成了一種「企業化妝術」，結果，企業很快更換了一套外包裝，可其它方面依然如故，這無疑失去了導入CI的真正意義。

從當前企業的實際情況看，在上述三個問題當中，危害最大的就是對行為識別的忽視以及措施乏力，這是造成許多企業的CI導入淺表化和短期化的最普遍的原因。

[hr]

## 7. 一般視覺系統VI設計的內容

一般企業在系統設定上，大致有下列幾項基本項目：

### 基本系統

1. 企業標誌。
2. 企業標準字體。
3. 企業標誌與公司文字組合。
4. 企業標準色彩。
5. 企業輔助色彩。

### 應用系統

6. 企業制服系統。
7. 企業包裝紙、提袋系統。
8. 企業出入證、停車證、及各項證件系統。
9. 企業招牌系統。
10. 企業產品外觀系統。
11. 企業建築物外觀系統。
12. 企業旗幟系統。
13. 企業廣告規範系統。
14. 企業用品、贈品系統。
15. 企業車輛系統。
16. 企業事務用品系統。

[IMG]<http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/2-4.jpg>[/IMG]

[hr]

## 8. CIS視覺設計作業流程

大致了解識別系統設計的概念之後，就要開始進行了，以下是設計作業流程

[IMG]<http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/ch01-00.jpg>[/IMG]

[IMG]<http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/ch01-11.jpg>[/IMG]

[IMG]<http://i556.photobucket.com/albums/ss1/whc915/ch01-02.jpg>[/IMG]

Edited 2 time(s). Last edit at 09/16/2012 05:08PM by JinJin.

---