



华南师范大学
SOUTH CHINA NORMAL UNIVERSITY

公 共 关 系

课程负责人：夏宝君

华南师范大学 副教授

杯子



- 是什么品牌?
- 如何判断其品牌?
- 你对星巴克的印象好吗?
- 主题讨论：说到星巴克，你会想到什么关键词?





华南师范大学
SOUTH CHINA NORMAL UNIVERSITY

公共关系形象



目录

CONTENTS

1

CI要旨

CI要素与设计要领

CI的时代意义



PART 01

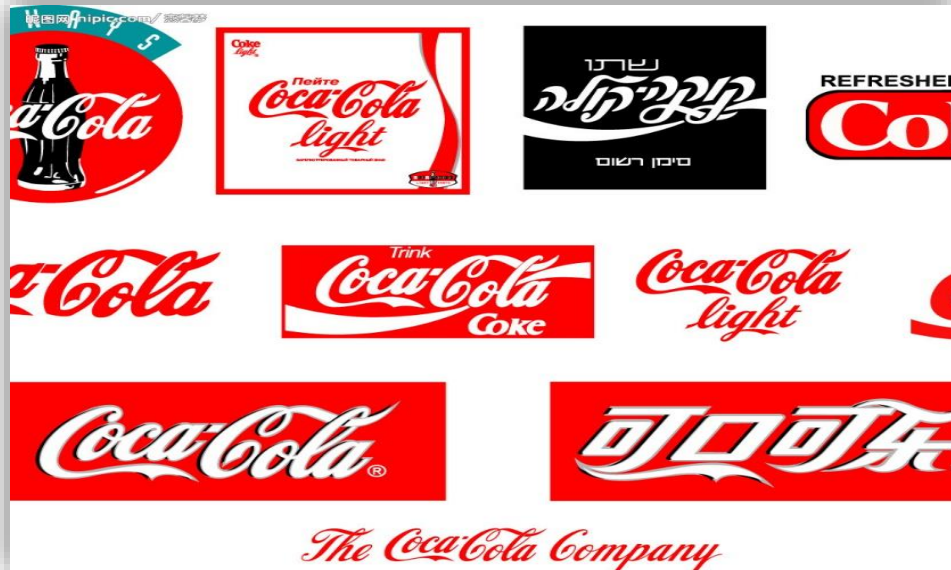
CI 要旨

一、CI的发展背景与沿革

“CI”是英文“Corporate Identity”的缩写，直译为企业身份或企业特性、企业个性，现在一般意译为**企业识别**或**企业形象识别**。由企业识别的战略思想指导而规划出整套识别系统，也就叫作企业识别系统（Corporate Identity System, CIS），称作CI系统或CI战略。



- CIS最早源于第一次世界大战前的德国。
- 1914年德国AEG电器公司设计商标，并应用于公司的所有便条纸和信封上——CIS的雏形。
- 1955年，IBM正式导入CIS，设计出一套完整的企业识别系统——CIS作为一种理念被应用。



- 1970年，可口可乐公司更新了标志，采用红色和富有特征的可口可乐字体，可口可乐利润倍增。
- 20世纪70年代，CIS在美国、日本等地迅速发展和普及，世界上掀起了一股CIS热潮——世界CIS领域发展的全盛时期。

二、CI的功能

内部功能



有利于重建企业文化



有利于增强产品竞争力



有利于多角化、集团化、国际化经营

外部功能



有利于企业稳定原有职工队伍，不断吸收招揽到优秀人才



有利于企业融资、扩大社会资金来源，增强股东投资信心



有利于争取更多的供应商和销售商，扩大企业的流通渠道



有利于获得消费者的认同



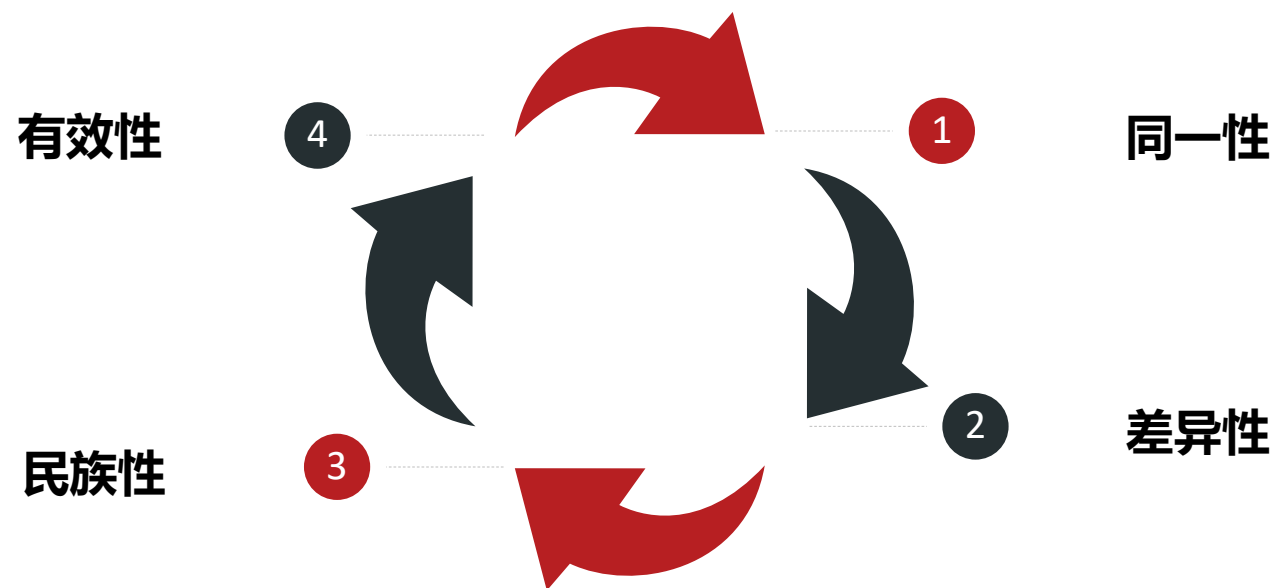
有利于企业公共关系的运转



《美国》周刊一篇文章写道：“在一个富足的社会里，人们已不太斤斤计较价格，产品的相似之处多于不同之处。因此，商标和公司的形象变得比产品和价格更为重要。”这段话不仅是西方市场经济社会中的真实描绘，也突出了CI战略与市场经济的关系。



CI设计的基本原则

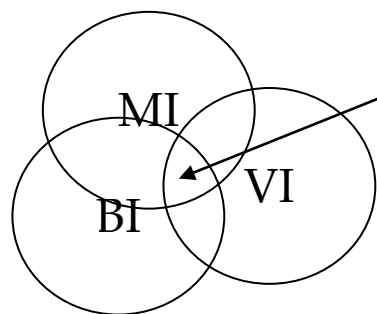




PART 02

CI要素与设计要领

CI战略的内涵包括三个部分：



三者相互作用是最完整的CI

CI三要素的构成关系图

- (1) 理念识别 (mind identity, MI)
- (2) 行为识别 (behavior identity, BI)
- (3) 视觉识别 (visual identity, VI)

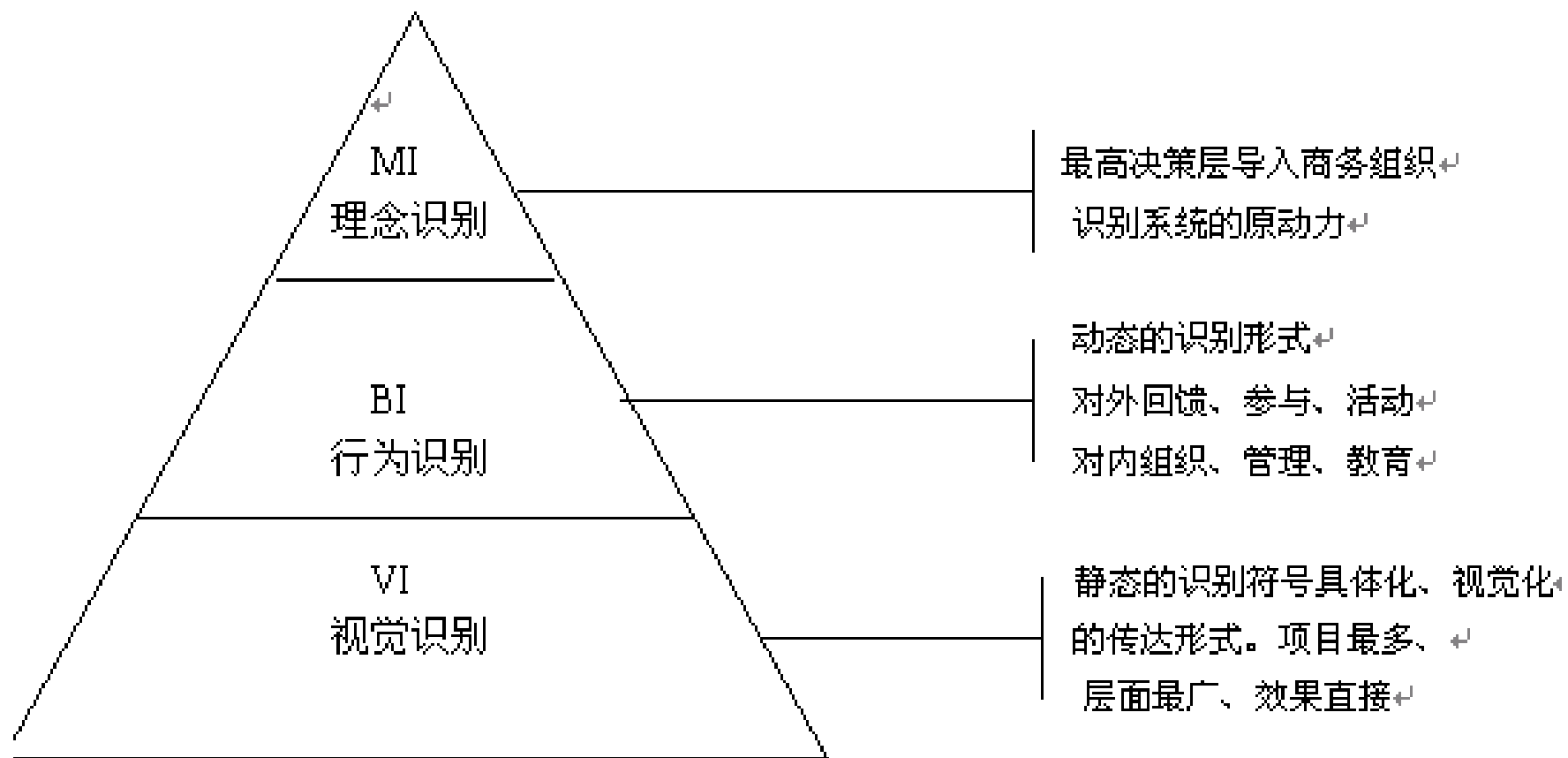


图 6.1 CI 系统结构

CI的系统结构

互动提问（学习通APP发布）

你最喜欢的品牌是什么？

答案词云分布



一、理念识别——企业的“心”

- ◆ 这里说的理念，是指企业的**经营理念**，它是企业的**经营宗旨和企业精神的结合体**。
- ◆ 而所谓**理念识别**则是指一个企业**经营理念的定位**，形成企业自身独特的经营理念，以区别于其他同类企业，从而创立企业在市场上的形象。



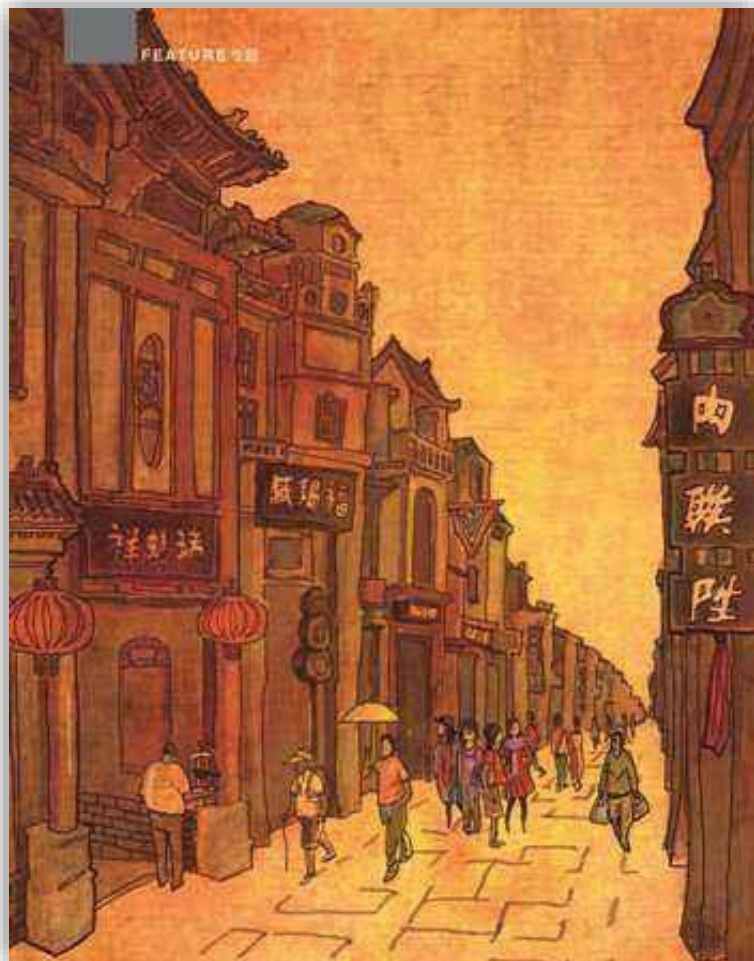
中国企业的经营信条

- 秦汉儒商文化：“富者，人之情性”、“天下熙熙，皆为利来；天下攘攘，皆为利往”：求富趋利不仅是整个社会与人生追求的目标，而且是仁义道德的基础。
- 唐宋--明清时期：晋商、徽商、鲁商：“诚招天下客，义纳八方财”，诚信忠厚，童叟无欺，讲求礼义。
- 近代工商企业文化：民族自强、实业报国的企业宗旨；重商厚商、敬业乐业的经营思想；诚实不欺、信义为上的商业品德。
- 以古为鉴，古为今用，对建设有中国特色的社会主义企业文化具有十分重要的现实意义。





百年老字号



理念识别系统开发的途径：

(1) 培育个性化的商务组织精神

商务组织精神是组织的精神支柱，是组织在长期的生产经营活动中形成的，并经过全体员工认同和信守的理想目标、价值准则、意志品质和风格风尚。

(2) 确立具有特性的经营理念

经营理念是商务组织经营价值观强化为一种信念的结果，它是商务组织精神的集中体现，是商务组织形象的指南。



国外企业的经营理念



▶ (3) 设计具有感召力的形象口号



下面是我们较为熟悉的一些著名企业的经营理念，从中可以对经营理念的定位有更进一步的了解。

企业经营
理念

1

➤ **东芝公司**：东芝站在尊重人性的立场，创造新的价值，努力塑造富裕与健康生活环境，借此为人类社会的进步和发展而作贡献。

2

➤ **松下电器**：竭诚产业人的本分，积极改善国民生活，促进世界文化发展。

3

➤ **太平洋保险公司**：平时注入一滴水，难时拥有太平洋。

4

➤ **北京同仁堂公司**：同修仁德，济世养身。

5

➤ **上海英雄股份有限公司公司**：至尊英雄，卓越风范，赶超一流。

6

➤ **美国麦当劳公司**：顾客永远是重要的，服务是无价的，公司是大家的。

案例



- ◆产品概念：“为发烧而生”
- ◆公司愿景：“让每个人都能享受科技的乐趣”
- ◆小米公司用极客精神做产品，致力让全球每个人，都能享用来自中国的优质科技产品。



抖音

抖音号: xiaomi816



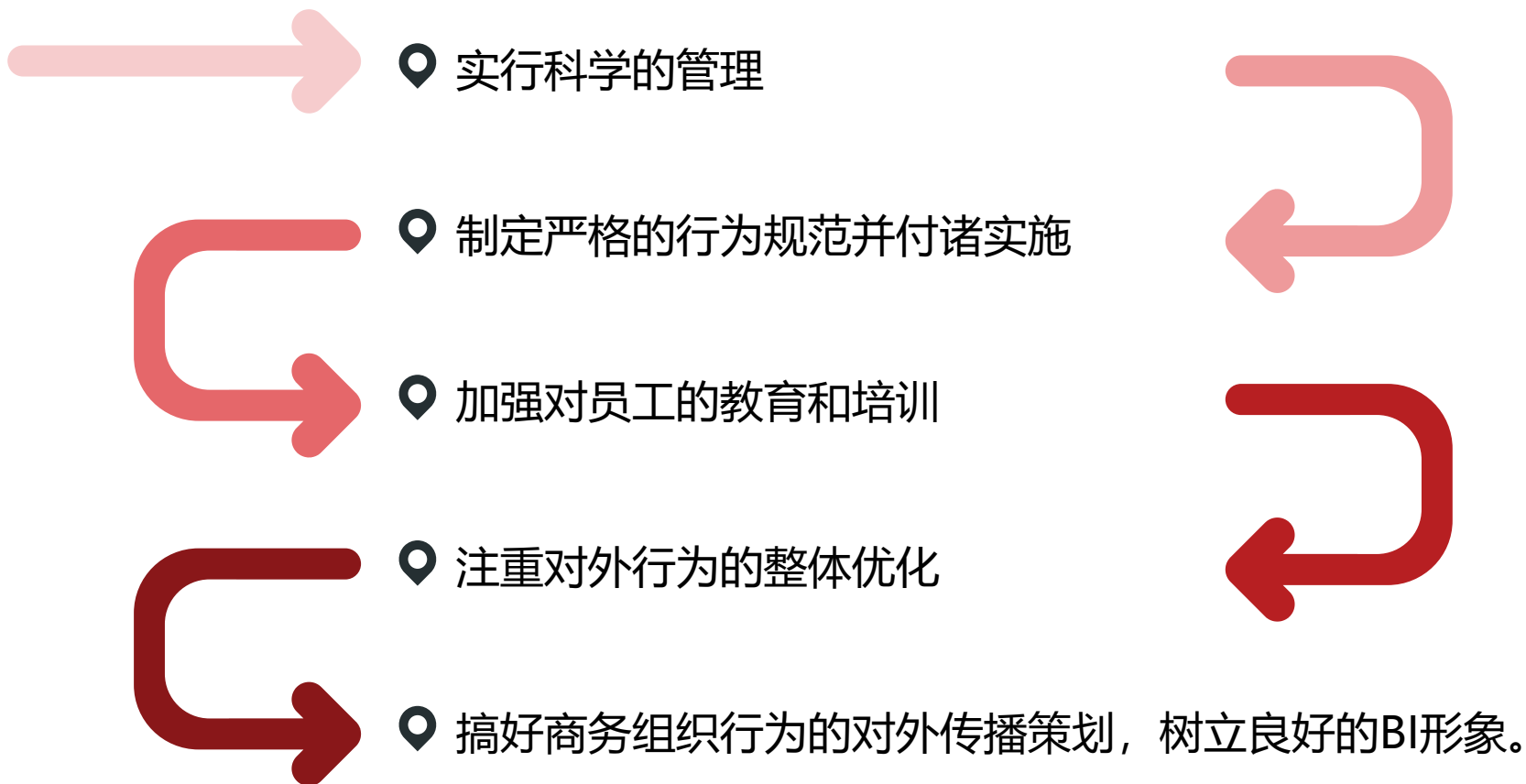
十年前

二、行为识别——企业的“手”

- ◆ **行为识别**是指企业在其经营理念的指导下形成一系列的经营活动的侧重点和具体方法上有别于其他企业。
- ◆ **BI**的内容包括以**创造理想的内部经营条件**为目的的活动和以**创造理想的外部经营环境**为目的的活动这两部分。商务组织行为识别系统的建立过程，也就是商务组织CI系统在组织内部的传播过程。

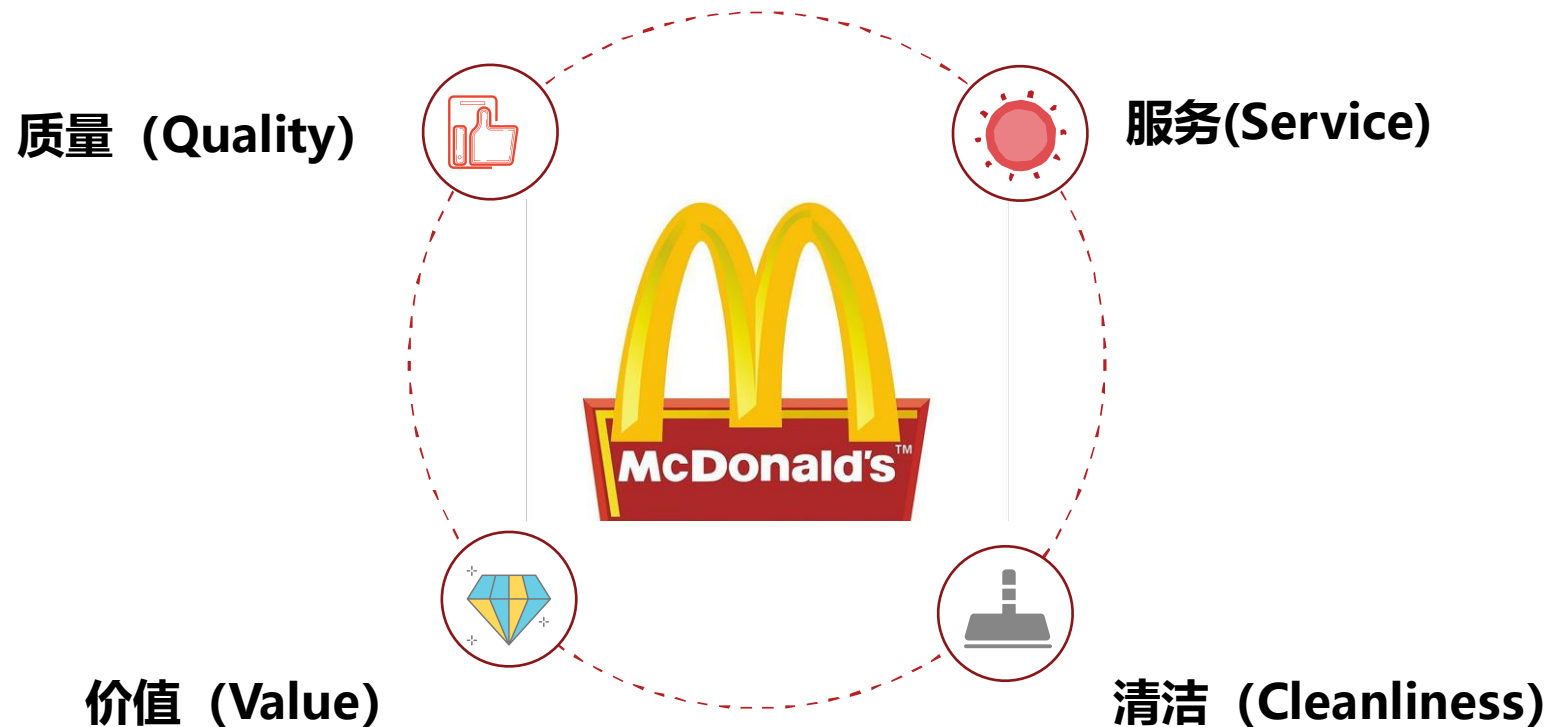


BI开发设计途径





下面我们以一个企业（麦当劳）的实例来说明CI战略重视企业经营理念、企业行为和视觉传达的综合性思考，麦当劳几十年来严格遵守这一经营理念，并持之以恒地落实到每一项具体的工作和职工的行动中去。



麦当劳的标准化管埋：QSCV



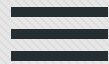
麦当劳的标准化管埋：QSCV



- **Q (Quality) 是指质量、品质。**
- 麦当劳对原料的标准要求极高，面包不圆和切口不平都不用，奶浆接货温度要在4℃以下，高一度就退货。一片牛肉饼要经过40多项质量控制检查。任何原料都有保存期，生菜从冷藏库拿到配料台上只有2个小时的保鲜期，过时就扔。生产过程采用电脑控制和标准操作，汉堡包的脂肪含量应该在17%至20.5%之间，拒绝使用添加剂；肉饼必须由83%的肩肉与17%的上等五花肉混制；炸薯条所用的土豆是专门培育、精心挑选的，并经过适当的存储时间调整淀粉和糖的含量。炸薯条超过7分钟、汉堡包超过10分钟未售出就要扔掉。麦当劳对顾客的承诺是永远让顾客享受品质最新鲜、味道最纯正的食品，从而建立起高度的信用。



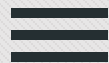
- **S(Service)是指服务**，包括店铺建筑的舒适感、营业时间的方便性和销售人员的服务态度等。
- 微笑是麦当劳的特色，所有的员工都面露微笑、活泼开朗地和顾客交谈、工作，让顾客感觉满意。员工一进入麦当劳，就接受系统训练。全体员工实行快捷、准确和友善的服务，顾客排队不超过2分钟；在顾客点完所要食品后，服务员要在一分钟内将食品送到顾客手中。餐厅还提供多种服务，如为小朋友过欢乐生日会，为团体提供订餐和免费送餐服务等。





- **C (Cleanliness) 是指卫生、清洁。**

- 麦当劳员工规范中，有一项条文是“与其靠着墙休息，不如起身打扫”，全世界上万家连锁店的所有员工都必须遵守这一条文。员工上岗操作前须严格用杀菌洗手液洗手消毒，规定两手揉搓至少20秒种再冲洗，再用烘干机将手烘干。如果接触了头发、衣服等东西就要重新洗手消毒，各个岗位的员工都要不停地做清洁工作。所有的餐盘、机器都会在打烊后彻底清洗消毒，地板要刷洗干净，餐厅门前也要保持清洁。



- **V (Value) 是指价值**，意为“提供最有价值的高品质的物品给顾客”。
- 麦当劳食品经过科学配比，营养丰富并且价格合理。让顾客在清洁的环境中享受快捷的营养美食，“物有所值”。现代社会逐渐形成高品质化的需要水准，而且消费者的喜好也趋于多样化，麦当劳强调Value，就是要创造和附加新的价值。



三、视觉识别——企业的“脸”

- VI的传播力与感染力最为具体而直接，它能够将企业识别的基本精神和差异性充分表现出来，并且能让消费者一目了然地掌握其中的情报信息，轻易地达到**识别、认知**的目的。



视觉识别系统开发的途径

基本要素

- 企业名称
- 企业品牌、标志
- 企业标准字
- 企业标准色
- 企业专用印刷书体
- 企业象征图案
- 企业宣传口号、标语

应用要素

- 事务用品
- 办公设备
- 室内装潢
- 建筑外观
- 标牌旗帜
- 产品-品牌形象
- 广告媒介
- 服饰装饰
- 交通工具
- 其他

VI中蕴含了企业理念



- 小米的LOGO是一个“MI”形，是Mobile Internet的缩写，代表小米是一家移动互联网公司。
- 小米的LOGO倒过来是一个心字，少一个点，意味着小米要通过有效的沟通让用户省一点心。

视觉识别系统用完整、体系的视觉传达体系，将企业理念、文化特质、服务内容、企业规范等抽象语意转换为具体符号的概念。

小游戏：找一找

找出你身边的VI，看看谁找的多？

案例



中国国家博物馆

NATIONAL MUSEUM OF CHINA



首页 征集 保管 研究 展览 社教 文创 服务 学习 视频

EN



中国国家博物馆
NATIONAL MUSEUM OF CHINA



CIS延伸应用 我们身边的CIS



北京大學
PEKING UNIVERSITY



清華大學
Tsinghua University



武漢大學
Wuhan University

03

CIS的时代意义



- 2015年5月，由国务院印发的战略文件《中国制造2025》，是一项部署全面推进实施**制造强国**的行动纲领。
- 其中明确提到，在新形势下，通过努力实现中国制造向**中国创造**、中国速度向**中国质量**、中国产品向**中国品牌**三大转变。

分组讨论

选取一个**中国企业**，
为其重新设计一个LOGO和一句口号
(LOGO可以是草图，需注明其涵义)

公 共 关 系

谢谢