

<<CI设计实战>>

图书基本信息

书名：<<CI设计实战>>

13位ISBN编号：9787508376134

10位ISBN编号：7508376137

出版时间：2008-9

出版时间：中国电力出版社

作者：唐北明

页数：84

字数：140000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<CI设计实战>>

内容概要

CI设计是现代企业决胜市场的有效武器，是管理、行销、形象战略的综合性整体。

它由三大支柱构成：理念识别系统（Mind Identity，简称MI）、行为识别系统（Behaviour Identity，简称BI）、视觉识别系统（Visual Identity，简称VI）。

本书详细阐述了CI的三大构成支柱的概念和原理，突出CI设计的思路分析和实际应用，提供了完整而又系统的设计方案和独特的案例，具有很强的指导性与操作性。

本书不仅可以用作高校设计类专业教材，也适于平面设计公司参考使用。

<<CI设计实战>>

作者简介

唐北明，湖南邵阳人，1998年毕业于湖南师范大学美术学院。

现为湖南工业职业技术学院艺术系教研室主任，湖南省包装协会会员，湖南省工艺美术协会会员，长沙市美术家协会会员。

2003年凭《大众医学与健康丛书》书籍设计获全国首届高职院校平面设计大赛铜奖

2006年获

<<CI设计实战>>

书籍目录

前言第一章 CI的概述 第一节 CI的涵义 第二节 CI的由来和发展 第三节 企业形象的价值
第四节 CI设计的基本原则第二章 CI的历史改革与发展现状 第一节 CI的雏形 第二节 国外CI
的发展 第三节 中国CI的发展第三章 CI的构成 第一节 理念识别系统 第二节 行为识别系统
第三节 视觉识别系统第四章 CI的视觉载体——VI 第一节 VI的概述 第二节 VI的基本要素
系统 第二节 VI的应用要素系统第五章 CI的策划、实施与手册 第一节 CI策划开发的程序 第
二节 CI手册的基本属性与类型第六章 VI项目分析参考文献

章节摘录

第一章 CI的概述 第三节 企业形象的价值 我们知道，现代意义上的企业资产分为两种：有形资产和无形资产。

有形资产包括员工、厂房、设备、原料等，无形资产包括商标、标志、品牌名称、技术等。

有形资产固然重要，但是在商品经济发达的信息社会中，在人们的传统消费观念已经颠覆的今天，对一个企业来说，良好的无形资产比有形资产更重要。

美国可口可乐公司早在1967年就宣称：即使“可口可乐”公司在一夜之间化为灰烬，照样能很快地起死回生。

其实当时“可口可乐”公司的有形资产只有10亿美元，出此狂言是因为它的无形资产的价值远远超过有形资产，仅“可口可乐”的商标就值30亿美元。

到1996年，可口可乐公司的无形资产达到439亿美元。

无形资产的外在综合体现就是企业形象。

对“企业形象”这个概念难以用确切的数字表达出来，但是不得不承认它在市场销售中巨大的影响力。

一个企业或品牌一旦在市场中树立了良好的形象，那么这个企业或品牌就是“诚信、品质”的保证。良好的企业形象给企业的影响和帮助是全方位的，它给消费者的感觉就是：该企业产品及服务质量一流，信赖度高，企业有文化感，形象宣传实事求是、得体到位；对社会有责任感，关注社会热点问题，积极参与各种社会公益活动并回报社会等。

而它给合作者或股东的印象就是：该企业经营情况良好，经济实力雄厚，发展稳定，合乎时代潮流并具有国际性，前景看好，值得合作。

.....

<<CI设计实战>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>