

硕士学位论文

品牌識別設計的一致性與 多元互動戰略模塊 (CISD)

论文答辩人 / 刘敏


导师姓名及职称 / 季铁 教授

学科专业 / 设计艺术学



緒論

研究背景及意義



品牌發展的時代背景

21世纪将是品牌竞争的时代。市场竞争是产品质量、技术服务和价格等诸要素的竞争，诸要素的竞争最终要通过品牌竞争得以实现。

中国经济总量的世界排名与品牌在世界排名的反差非常明显。

品牌研究的學術背景

品牌管理——让·诺尔·卡菲勒、舒尔茨、林恩·阿普绍、大卫·A·艾克等人出版的著作。

品牌关系——传统品牌关系阶段（关系营销论、战略品牌传播理论、客户关系管理）、深层品牌关系阶段（品牌识别理论、品牌组合战略）

品牌识别设计——僵化、失去活力的一元化“Logo”系统



研究的意義

随着传播环境的改变，品牌识别也从以纸媒体为代表的静态形式扩展为多媒体的动态形式。传统上的CI设计基本都是以单向视觉传播为主，越来越不适应发展需求。品牌识别多元化的研究提供全新的、前瞻性的参考与方向。

concept definition

相關概念界定

品牌

美国市场营销协会

品牌是一种名称、术语、符号或设计，或是它们的组合运用，其目的是借同竞争对手的产品和服务区别开来。

大卫·艾克

品牌就是产品、符号、人、企业与消费者之间的联结和沟通

切纳瑞和麦克唐纳

一个成功的品牌能帮助顾客识别产品、服务、人员或地方，能使购买者或使用者感受到与最好地满足他们需要相关的独特的增加价值。

菲利普·科特勒

品牌是一个名字、名称、符号或设计，或是上述的总和



品牌



学理

强调品牌是名字、名词、符号或设计中的一种或总和。其目的是有别于其他竞争者。

公众态度

强调品牌是一种偏见，建立品牌的目就是要形成对于对手的一种不公平，品牌的价值来自于顾客的肯定。

与消费者之间的关系

强调品牌就是产品和消费者的关系

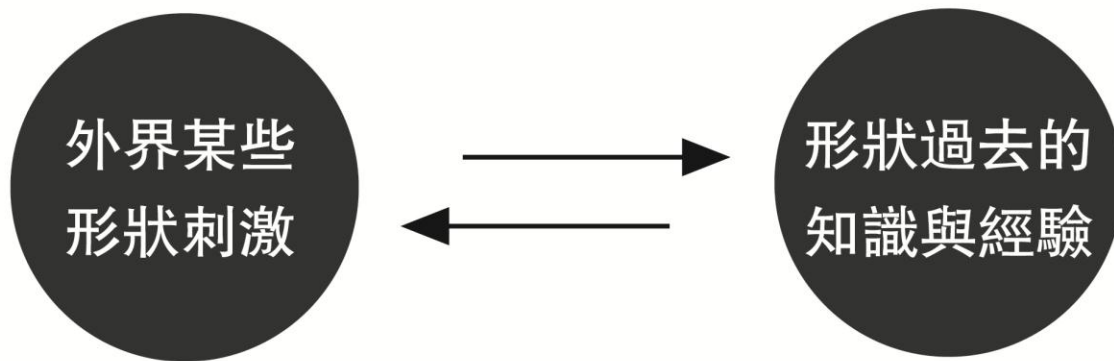
价值

强调品牌的价值，突出品牌资产、品牌承诺等

brand recognition

品牌認知

在认知心理学中，人是主动地（Active）诠释外来讯息的系统，而非被动的（Passive）接受讯息的。



brand

品牌识别

“品牌识别是品牌战略者们希望通过创造和保持的能引起人们对品牌美好印象的联想物。” 大卫·艾克

现代西方品牌管理理论认为，决定着品牌最初的定位、个性、视觉符号，一直到最后的传播和监管。是一项产品或服务形成品牌的精髓，或者说是建立品牌管理体系的核心。



brand

品牌傳播

品牌传播就是指品牌所有者通过各种传播手段持续地与目标受众交流，最优化地增加品牌资产的过程。

品牌傳播的發展



品牌傳播的研究

- | | | |
|------------|---|----------|
| 艾·里斯和杰·特劳特 | → | 定位理论 |
| 大卫·艾克 | → | 品牌产权 |
| 奥美 | → | 360度品牌管家 |
| 舒尔茨和劳特朋 | → | 整合营销传播理论 |

brand . experience

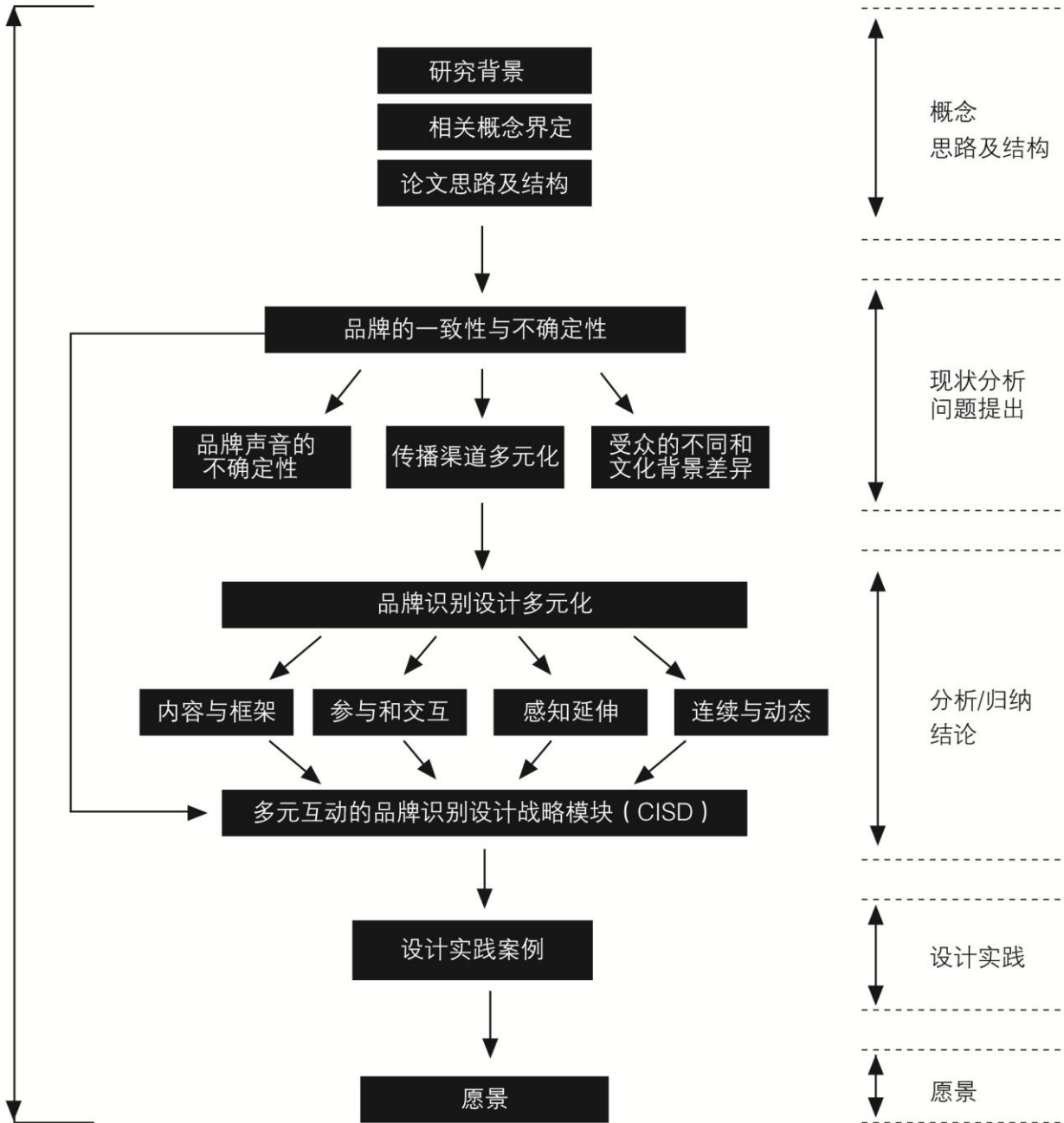
品牌體驗

品牌体验是顾客对品牌的具体经历和感受。当然，“体验”的内涵要远远超出品牌旗帜下的产品和服务。它包含了顾客和品牌或供应商之间的每一次互动——从最初的认识，通过选择、购买、使用，到坚持重复购买。

source: <http://www.gettyimages.cn>

framework

論文框架



Branding ICE模型





品牌聲音的不確定性

基于網絡和新媒體技術的傳播渠道多元化

受眾的不同和文化背景的差异

品牌聲音的不確定性

不同时期、不同地域、针对不同的受众、不同的管理机构都有可能带来不同的品牌的内容，因此，brand本来就是一个动态的不确定的故事。

基于網絡和新媒體技術的傳播渠道多元化

2009年12月31日，中国网民规模达到3.84亿人，普及率达到28.9%，超过全球平均水平。手机网民规模2.33亿，占网民总数的60.8%，移动网络、手机终端在中国互联网发展中起着更加重要的作用

数字化营销工具——博客/播客/视频博客/虚拟社区

受众的不同和文化背景的差异

受众不同的角色和文化背景的差异使受众在解读方法和结果、体验的差异可能会非常大。



案例研究

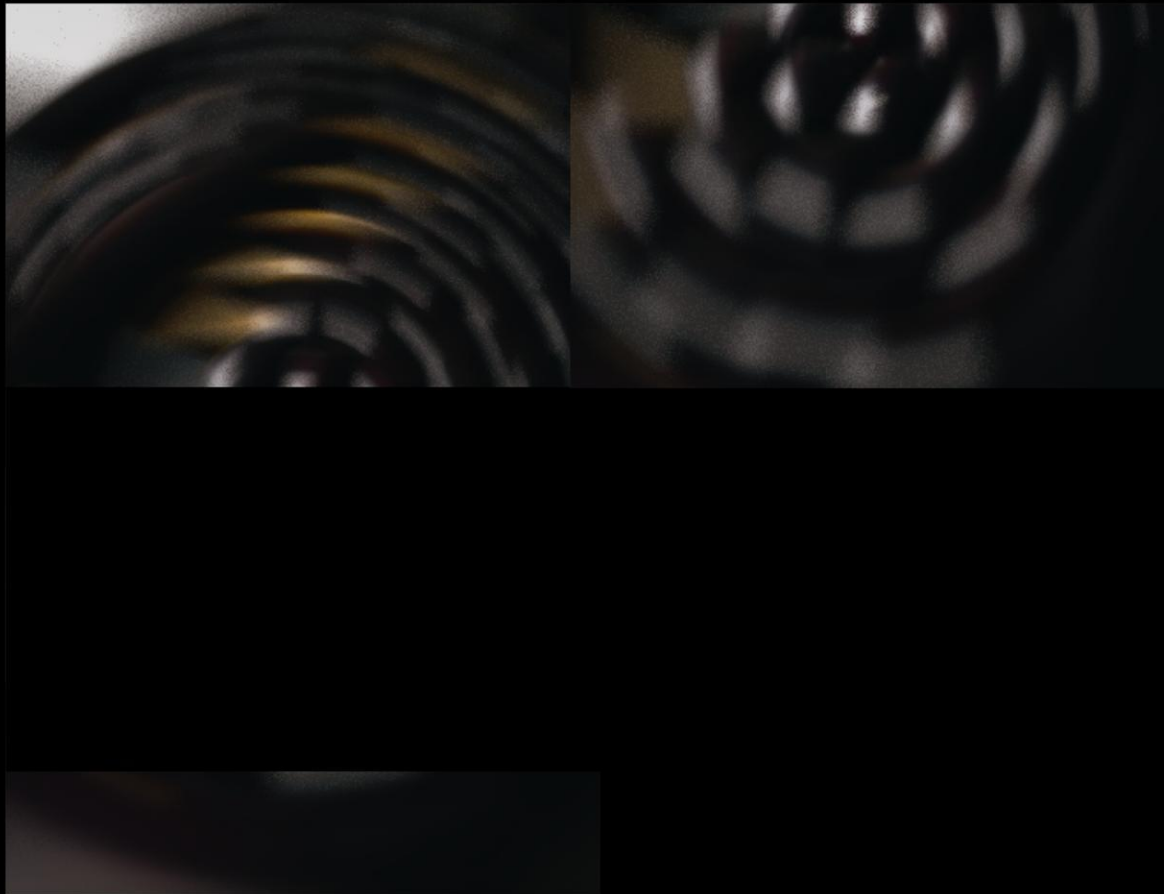
CASE STUDY

13

內容與框架

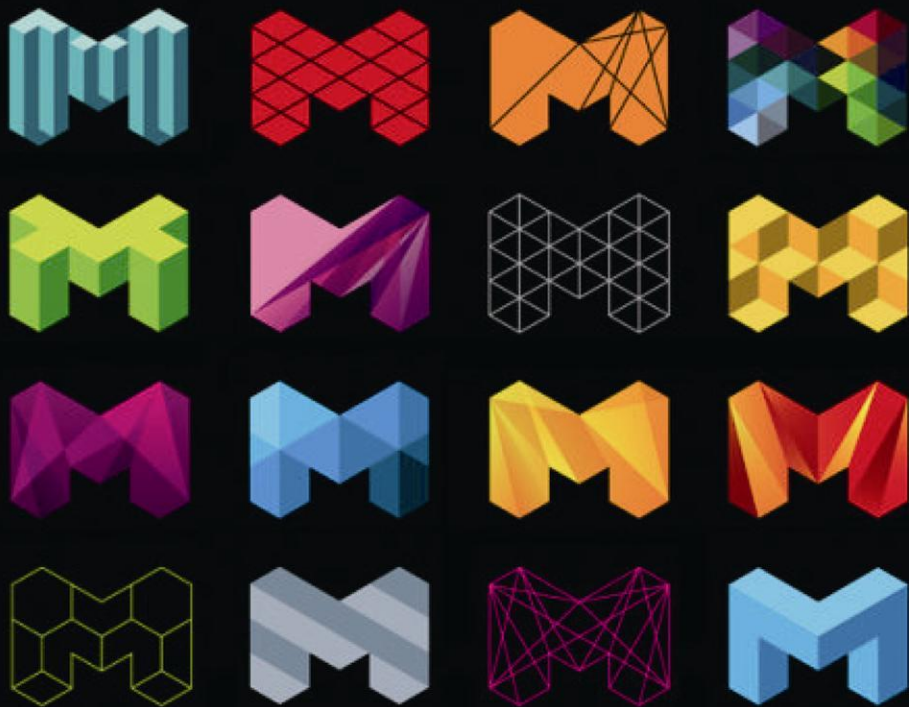
Flexible contents
Constant container

3.1





CITY OF MELBOURNE



CITY OF MELBOURNE

墨爾本城市形象識別設計

在新设计的中心，**粗體的“M”**代表了识别系统一种完全的表达城市**多層面**的识别：创意的、文化的、可持续发展的。一个多样性的庆祝和个人诠释。

漩渦狀面具一 千禧年慶典

固定圖像是个填充的圆形区域—地球仪的象征—辅以漩涡形式环绕圆周的文本的若干线条。这个漩涡代表了2000年可能是这样：一个连接的、使我们想起地球空气的非物质信息层。

这个漩涡状布局触发符号里运动的感觉。因为越朝向中心字体大小变得越小，在文本和圆周间创造附加的空间效果。在大多数情况下，名字“2000 en France”是文本中固定部分。而不同的设计师用不同的**圖形和文本填充**这个圆形区域，代表他们对未来个人的观点。



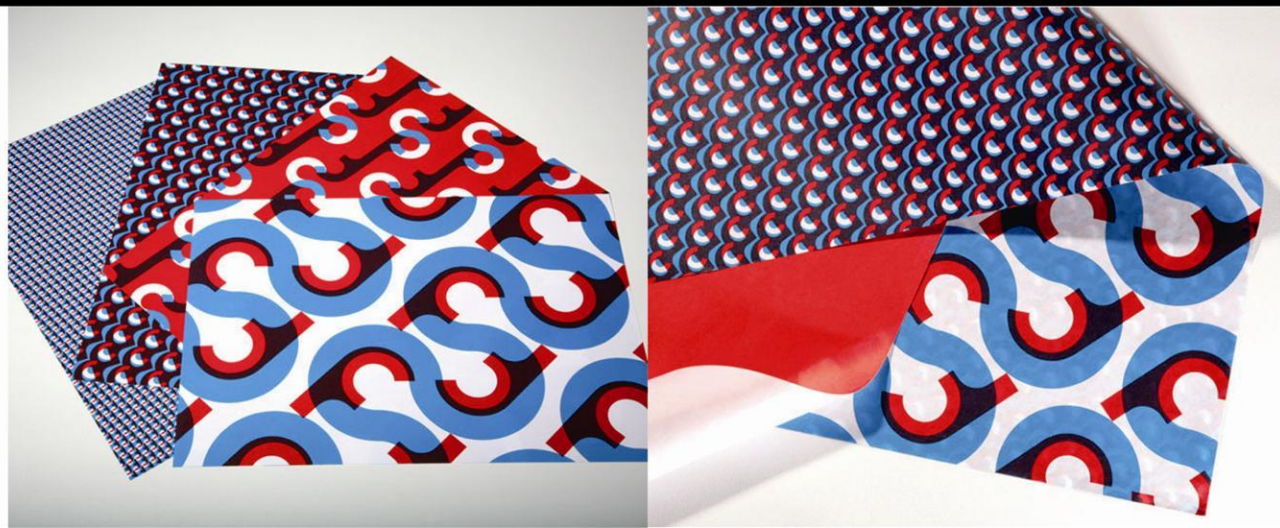
Champalimaud Foundation

视觉识别基于不变的**首字母“CF”**，从圆圈出来开发的字母形式。它有许多变化，比如在基金会固定印刷品和包装纸的背面，首字母排列成独特的式样。

通过各种各样的动态的圆周形式的利用，和比例、布局和套印的不同形式，多样性由此产生。登贝设计巧妙地把 **系統性和不穩定性** 这两种对立的因素整合在一起。为Champalimaud Foundation注入了一种非理性的活力，极大地拉近了组织与公众之间的距离与鸿沟，同时也使更多人意识到视觉识别在社会公共关系方面的价值、能量和影响力。



Champalimaud
Foundation



交互與參與

Interaction and
participation

3.2

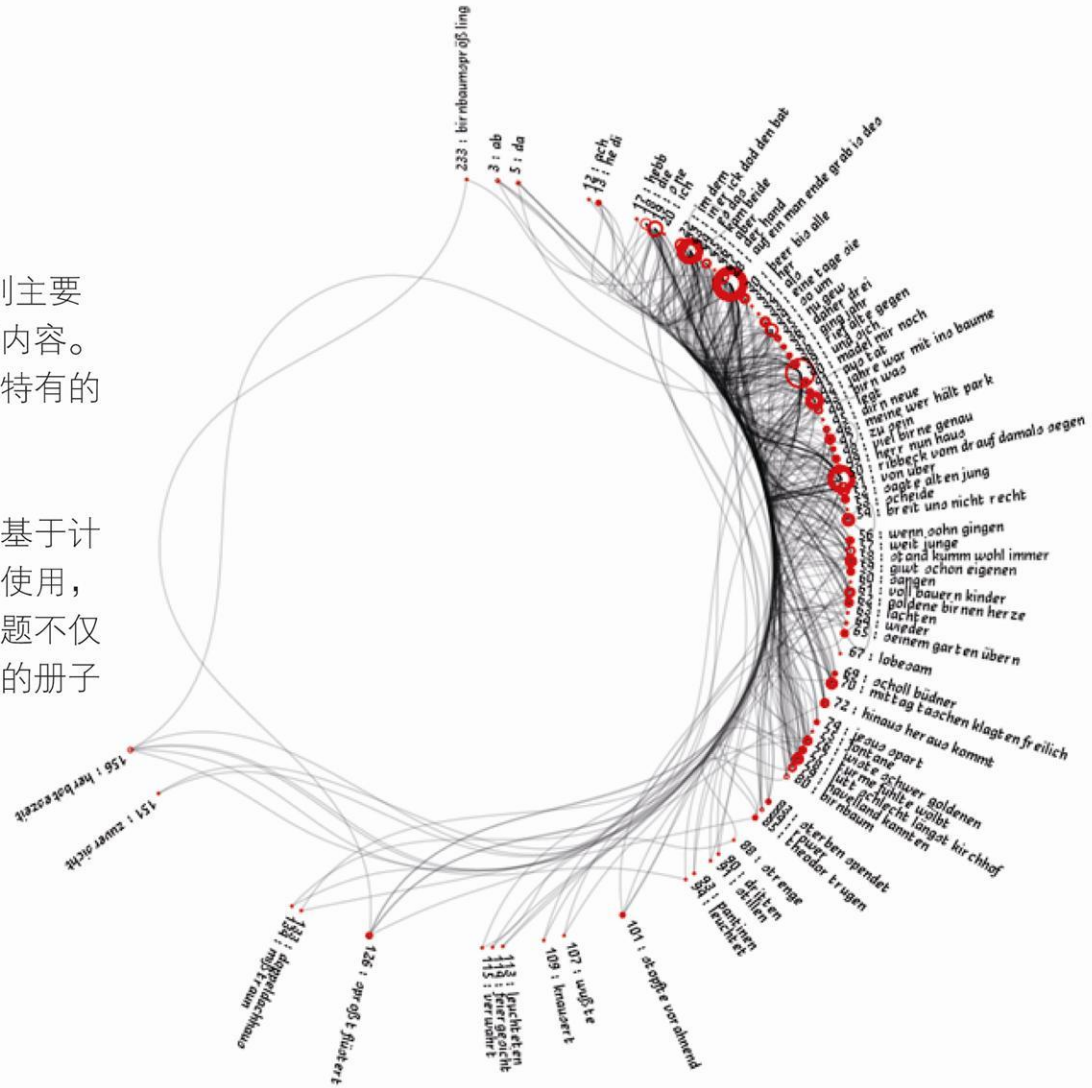


視覺置換一

Poetry on the Road

这个由德国设计师Boris Muller创作的识别主要针对结构等级的翻译而不是语言的语言学内容。每年，在节日里有特色的诗用基于产生它特有的视觉意念的其他独特原则的软件形象化。

与可比较的视觉识别相反，这个特征通过基于计算机编码能实现。通过一个不变的原则的使用，作者和他们的诗间的不同被突出。独特主题不仅在海报上出现，而且也在每次节日完成的册子封面和书的章节页使用。



bremen
neu erleben

31.05. bis 03.06.2002

poetry ON THE ROAD

4. Internationales Literaturfestival Bremen
16.-19. Mai 2003

3. Internationales Literaturfestival

Shakespeare Company | Obere Rathaushalle | Schauspielhaus
Schutting | Breminale | Kippenberg-Gymnasium | Pfl.-Oldenburg

Programmhelfer und Karten bei: buchladen im oster! | Fehrfeld 40 | Tel. 0421-78528

veranstaltet von: **radiobremen** | **Goethebund in Bremen e.V.**

bremen
neu erleben

poetry ON THE ROAD

4. Internationales Literaturfestival Bremen
16.-19. Mai 2003

www.poetry-on-the-road.com

Felix AJ-Angewandte | Martin Amis | Michael Kugel | Elisabeth Barbers | Robert Creeley | Frieda Hughes | Ursula Kreciel | Stephen Leck | Christian Laibert | Karel De Mager | Michel Mitré | Roger Pearson | Jacques Roubaud | Peter Waterhouse

Schauspielhaus | Theater am Leibnizplatz | Schauburg
Kulturhaus | Pöschel-Museum | Kulturhaus | Kulturhaus | Kulturhaus

Programmhelfer und Karten bei: **radiobremen** | **Goethebund in Bremen e.V.**

literaturforum bremen: **radiobremen** | **Goethebund in Bremen e.V.**

Bremen Kultur Hauptstadt Europas! **2010**

5. Internationales Literaturfestival Bremen
14.-21. Mai 2004

poetry ON THE ROAD

www.poetry-on-the-road.com

Programmhelfer und Karten bei: **radiobremen** | **Goethebund in Bremen e.V.**

Bremen erleben!

poetry ON THE ROAD

6. Internationales Literaturfestival Bremen
26 - 31. Mai 2005

HOCHSCHULE BREMEN
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

radiobremen

Goethebund in Bremen e.V.

www.poetry-on-the-road.com | Programmheft und Karten: Buchladen im Osterhof, Osterhofstraße 60, Tel. 0421/78528 | Die Sparkasse Bremen Kultur aktiviert

poetry ON THE ROAD

7. INTERNATIONALES LITERATURFESTIVAL BREMEN
11. - 19. MAI 2006

HOCHSCHULE BREMEN
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

radiobremen

Goethebund in Bremen e.V.

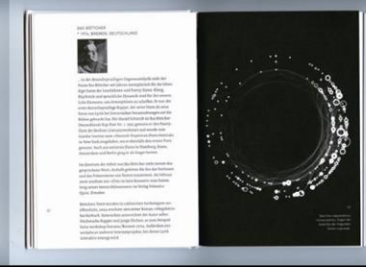
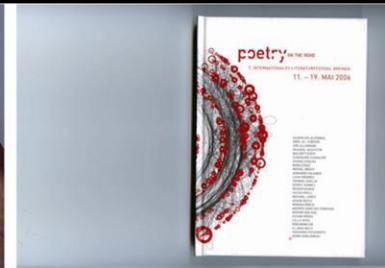
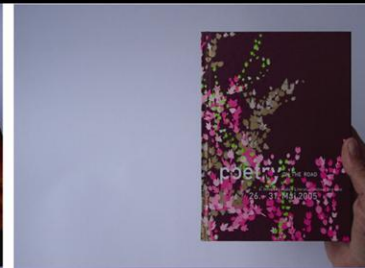
www.poetry-on-the-road.com | Programmheft und Karten bei: Buchladen im Osterhof, Fehrfeld 60, Fon: 0421-785 28 | Die Sparkasse Bremen Kultur aktiviert

poetry ON THE ROAD

8. Internationales Literaturfestival Bremen
10.-14. Mai 2007

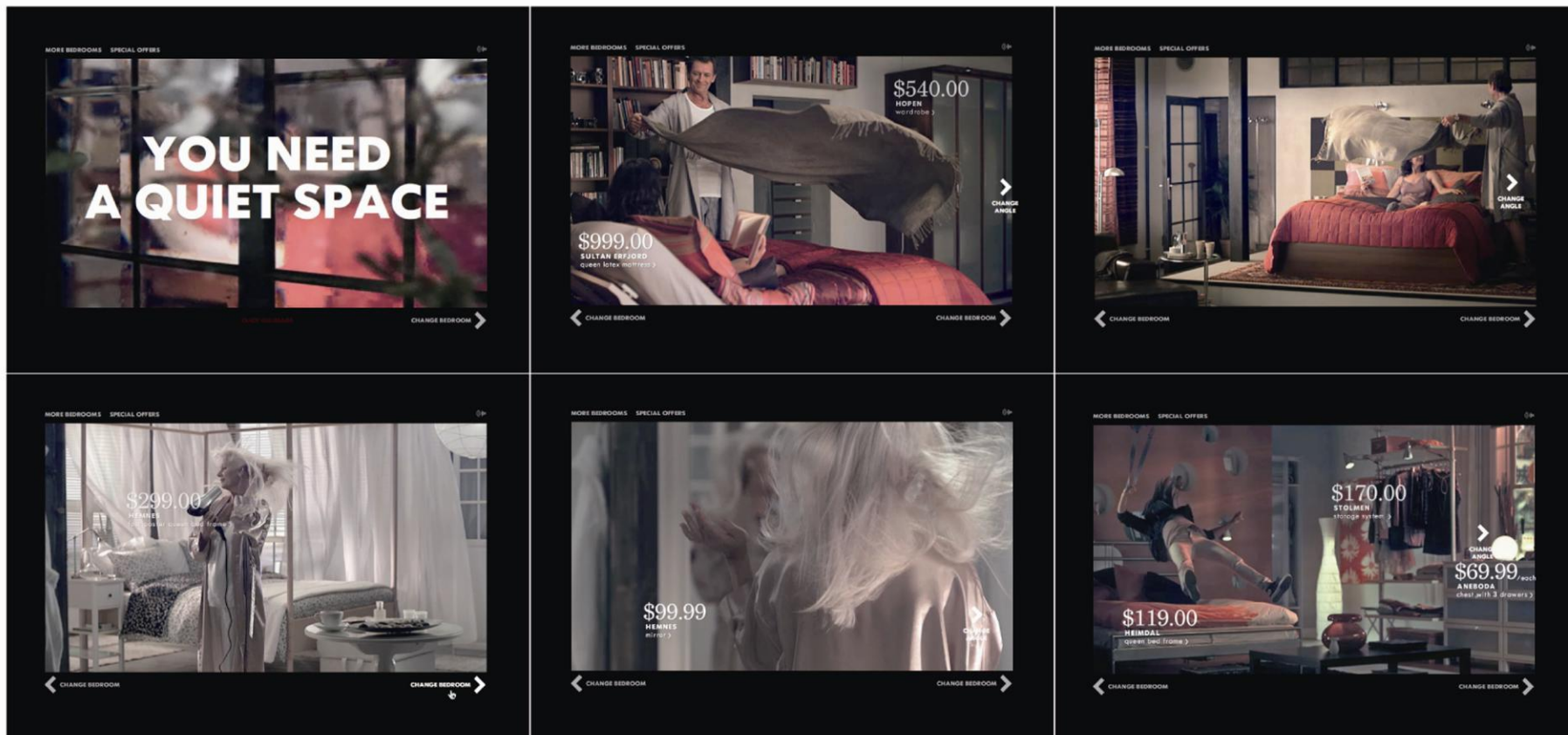
www.poetry-on-the-road.com | Programmheft und Karten bei: Thalia-Buchhaus, Osterstraße 44-56, Fon: 148322, www.thalia.de

Die Sparkasse Bremen



情境互動一

IKEA



“为大多数人创造更美好的生活”一直是IKEA的经营理念，在IKEA宣传片里，将消费者日常活动的许多真实情境展示出来，强调了消费者的“家的感觉”。

和諧對話— Body Movies

在这个识别里，充分挖掘了受众的参与性—使所有路过的路人都在“某种程度的”参与互动，放大每个路人之间的联系，使他们之间的“非物理性”距离变得很微妙，体现了装置、人群、识别之间和谐的对话感。





自我表達—
Enter! Active!

The background is a dark, textured collage of light trails and abstract patterns, possibly representing data or sensory input. The colors are primarily warm, with yellows, oranges, and whites against a black background. The patterns include horizontal streaks, vertical lines, and some circular or spiral-like shapes.

感知延伸

Sensation Spread

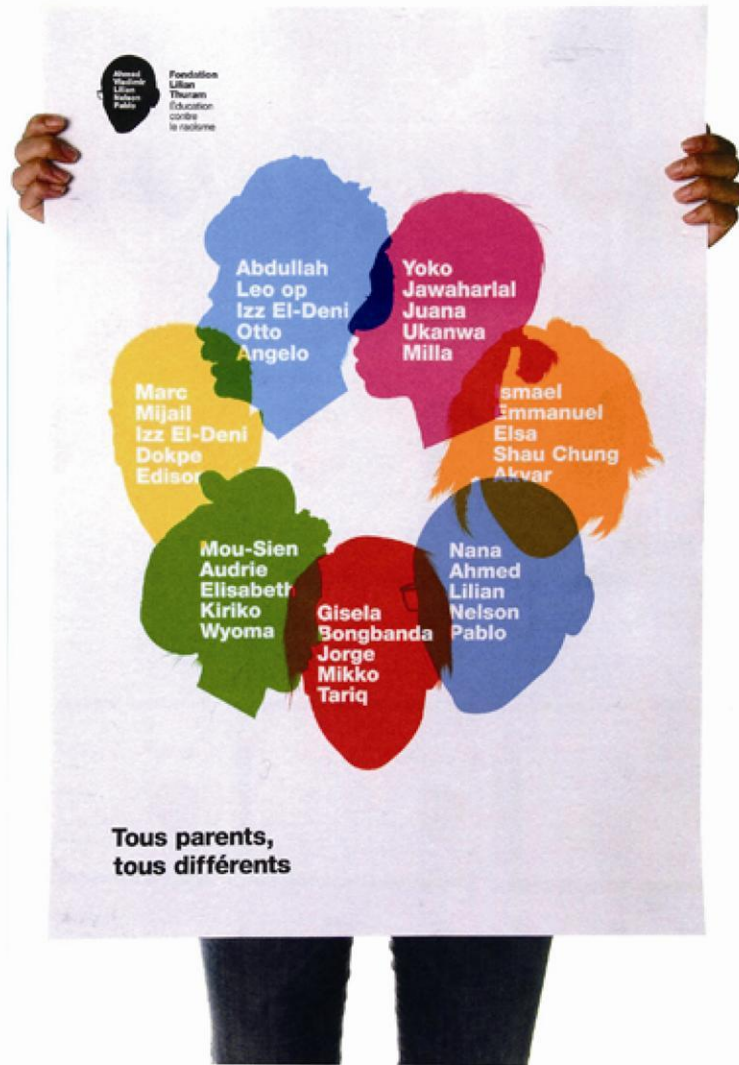
3.3

荷蘭電信 (KPN)



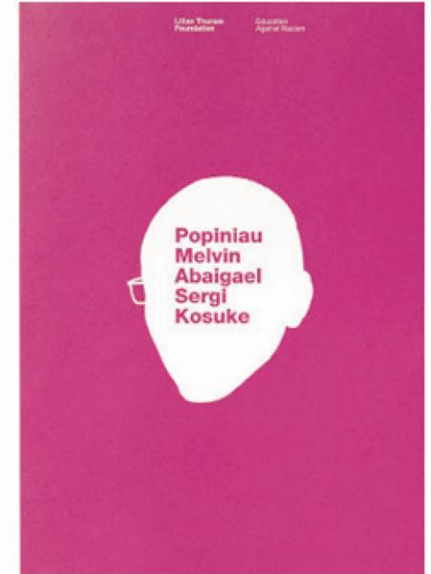
在荷兰电信办公楼KPN Tower的环境景观设计中，3600平方米的建筑半透明的外墙内面装置了有900个像素景观灯，低解析度并不影响其形成令人关注的动画影像，在鹿特丹的城市水景夜色衬托下传达着荷兰电信的品牌形象。

圖拉姆基金組織形象識別



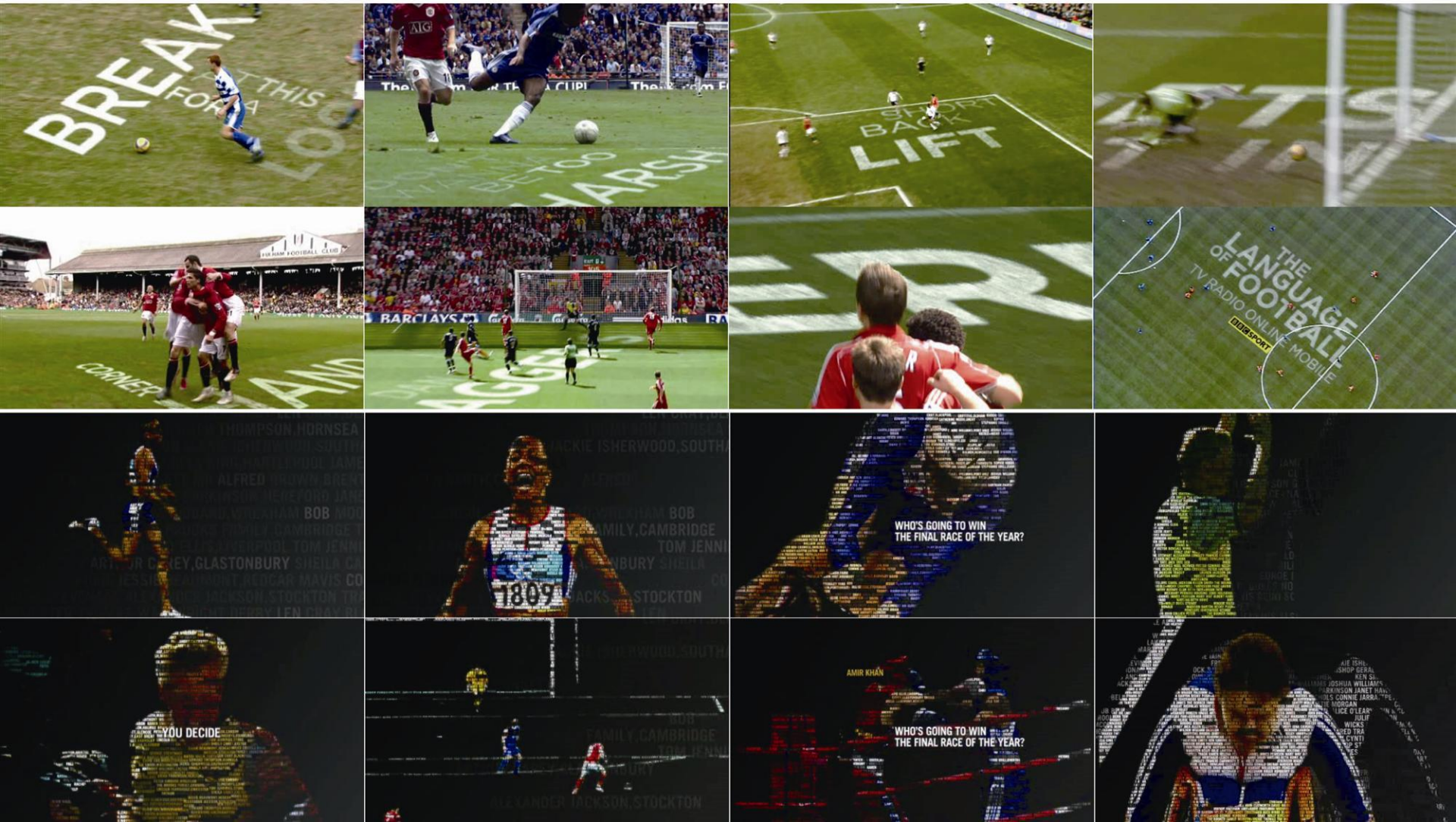
这个私人基金组织由法国著名足球运动员利利安·图拉姆 (Lilian Thuram) 出资创立，经常在学校、研究所和图书馆等组织推广反种族歧视的课程。


唯一的種族/人类因为不同的名字、脸孔、肤色被看做独立的个体，被划分为不同的种族。因此，除去这些，人类本来就是同一个种族。这个思想根植于他们的设计当中，就是轮廓、名字、颜色的组合。



BBC品牌識別

运用明亮的色彩、散乱的字体，以及配上缓和背景的随机分层图像，白色的文字如同凝固时间的蛛网，或挂或放置于熟知但这一时刻由于空寂无人而变得陌生的运动环境中，给人丰富的感官体验





連續與動態

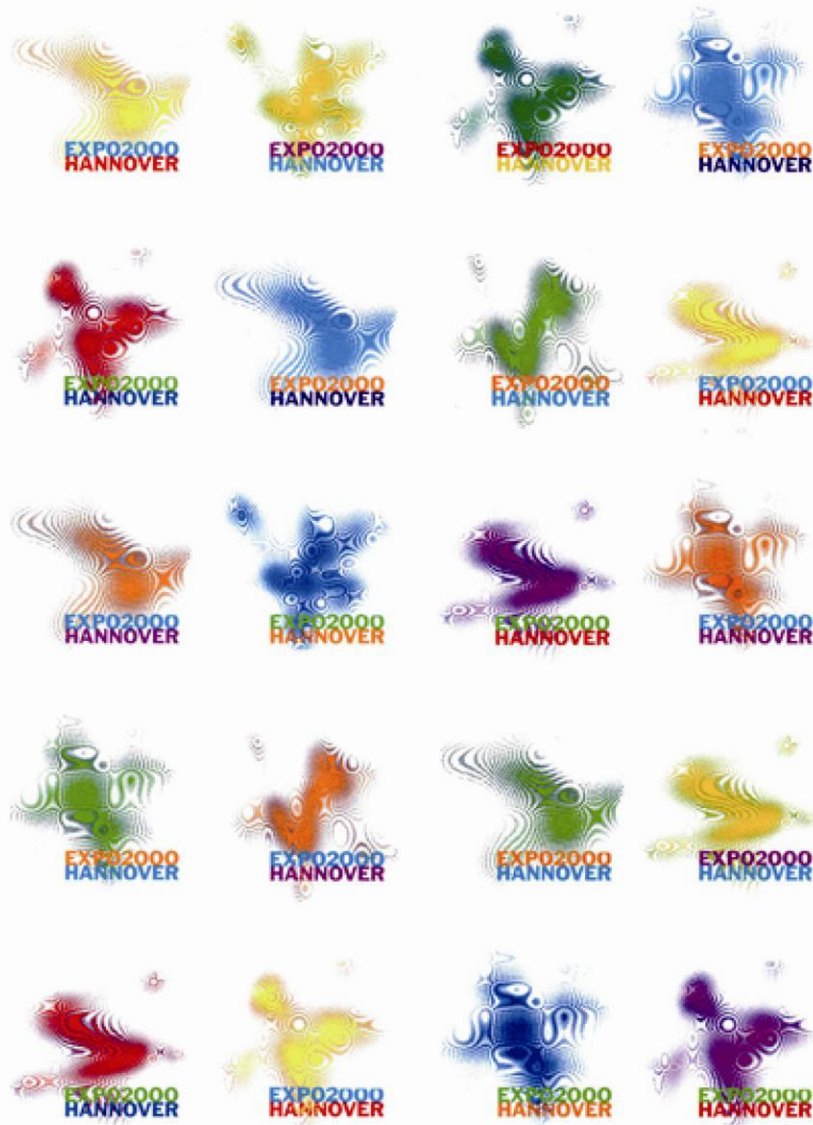
Dynamic and
Continuous

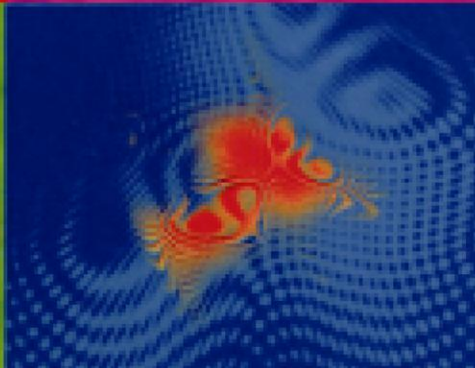
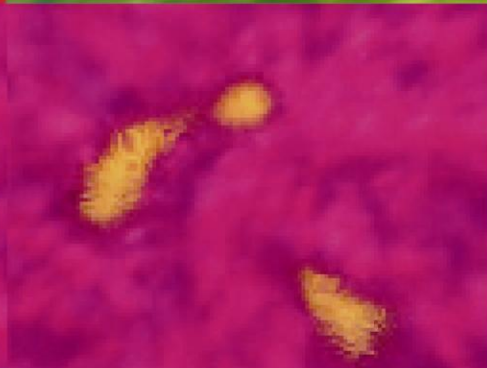
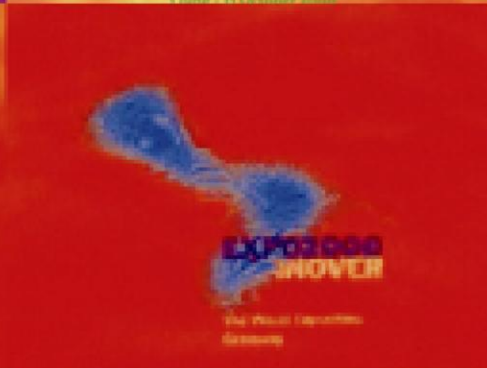
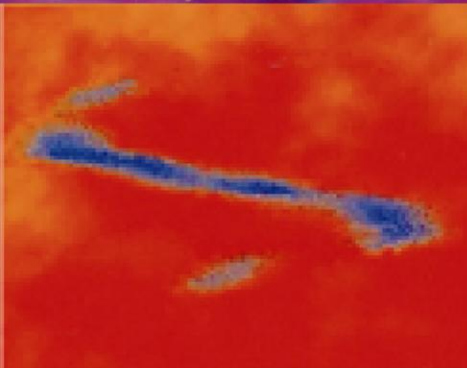
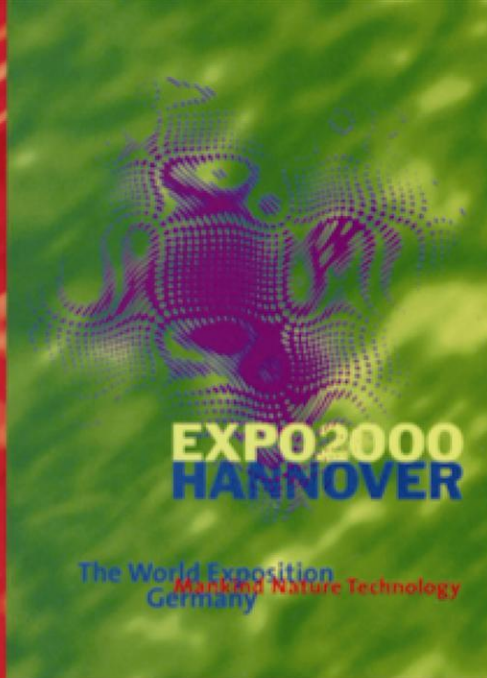
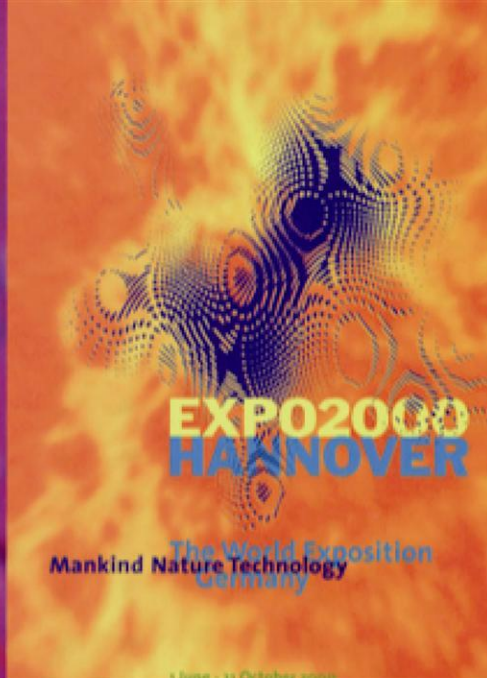
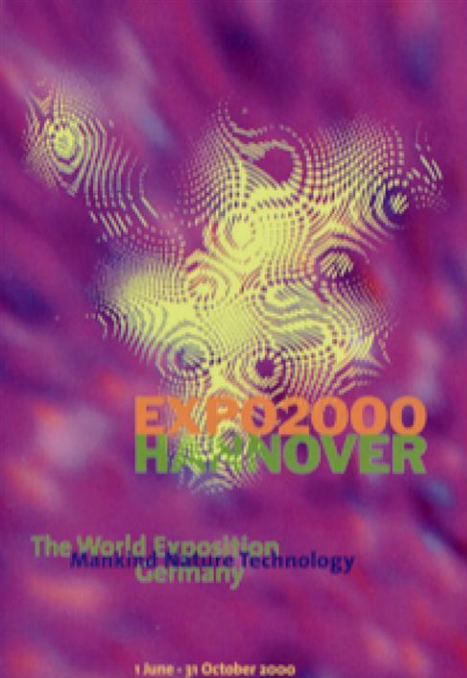
3.4

流動和延伸—— 2000年漢諾威世界博覽會

截然区别于传统的静态标志，不断变幻着的形式和色彩展现着时空的流动和延伸。

它的视觉识别的常量是个永久变化着的“活力”。“活力”的形式不停地变化，像漩涡一样不停地再生它的形状，这个形状代表了流动，用最微妙阴影作为过渡，没有尖锐的轮廓，表面逐渐溶进半调网点样的背景里……





永遠的運動— TV Asahi日本朝日電視臺

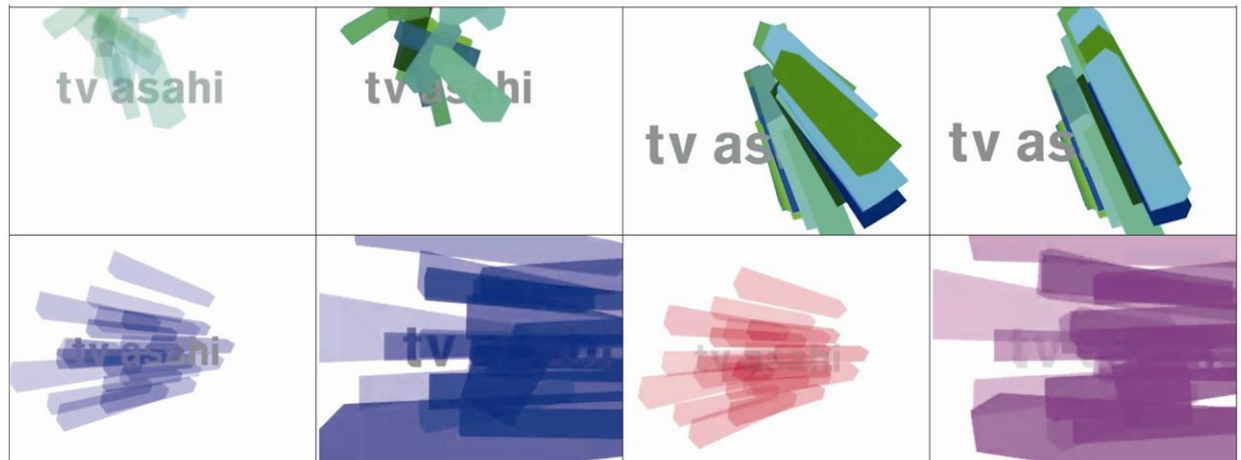
Before



After



新LOGO看似普通的静止几何图案，但它的设计思想是“永远的运动”。这种永远运动的思想更能体现电视台的个性特点。朝日电视的这个新LOGO是一个动态的、发展的形象——长方形的块状物随着音乐变换位置。每一个块状物都代表着朝日电视的一个组成部分，如节目、营业、人事等。朝日电视永远处于变化之中的LOGO体现出它独具特色的开放性视角。

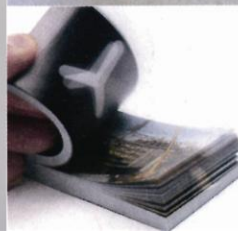
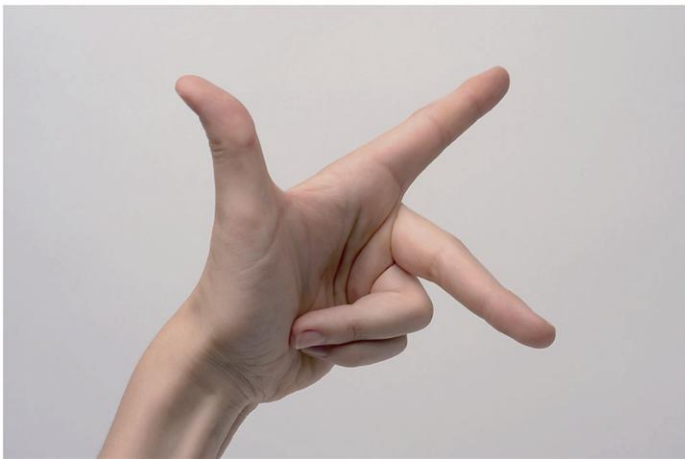
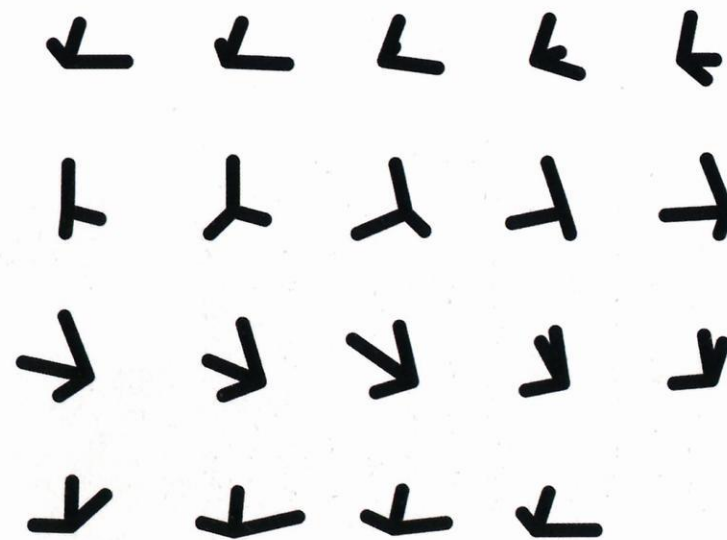


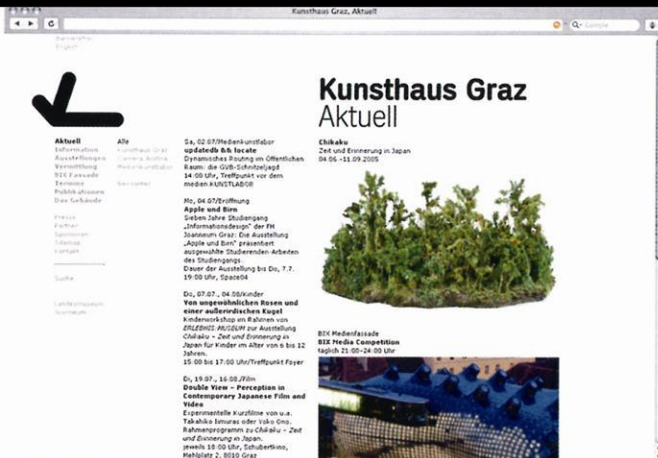


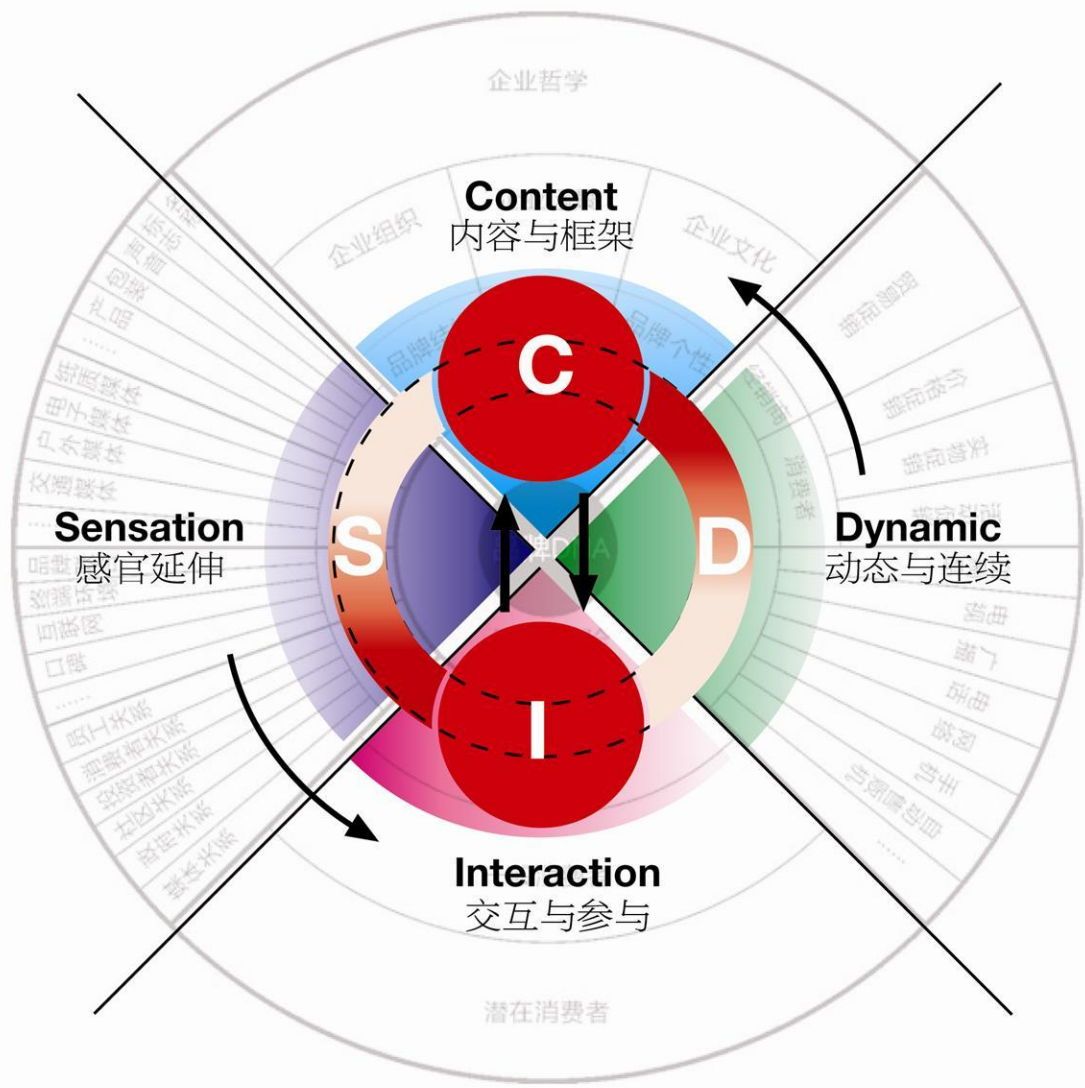
豐富的張力一 奧地利格拉茨現代美術館

为了在传统和先锋间创造丰富的张力，识别中的不变元素来自坐标系的轴——在坐标系统中代表空间性和定位。

基于一个不变的单一标识的视觉识别：坐标系的轴，作为一个很多不同方式显示空间动画。例如，在网站上，它对每次鼠标点击做出反应并在文本和图像的表面上自由浮动。







項目實踐—美時慕形象識別

美时慕女性专业美容美体连锁机构是一家专业致力于女性美容美体服务的大型连锁企业，在湖南、贵州、江西拥有200多家美容美体专业店和VIP会所。

2009年初，美时慕女性专业美容美体连锁机构邀请湖南大学传播设计实验室对其进行品牌再设计，以提升品牌的核心竞争力。在这个项目实践中，我们以Branding I.C.E模型为理论指导，从消费者需求切入，通过对十类典型用户的调研分析，提炼品牌关键词、构建情境图，利用多元化品牌体验所构成的品牌环境来塑造品牌识别。

4.2 用户调研

4.2.1 调研方法

1. Understanding user(理解用户)

问卷+访问+自然观察+contextual inquire (情境探针);

2. Describing user (描述用户)

culture probe (用户日志) +storyboard (故事版);

3. Defining user (定义用户)

persona (典型用户) +scenario board (情境版)

4.2.2 调研成果

1. 十个persona +情景版+Needs & Wants Key words



家庭主妇型

高级白领型

富婆型

酷溜型

享乐型

高理性族

拘谨严肃族

高级知识分子

蜜糖型

清闲孤独型

方框叠加的造型，针对不同应用情境灵活调整形象



美時慕
MS'MORE

美時慕
MS'MORE



創新點

(1) 提出以消费者体验为核心因素，多元化、互动性数字媒体支撑的品牌识别设计战略模块（CISD），实现了品牌识别与整体目标、消费者需求的一致性。

(2) 以国外著名品牌识别设计机构、品牌传播机构的案例作为切入点，分析归纳相关的品牌观点中的品牌识别、传播工作方法。提出四个全新的、前瞻性的品牌识别设计工作方法：内容与框架、参与和交互、感知延伸、连续与动态。

不足

(1) 本文对于未来品牌识别设计发展趋势的描述，仅仅是从少量文献中获得对未来趋势大致把握，这难免会具有片面性。由于是对于未来的研究，还需要更多的具体的案例来支撑，以及时间的检验。

(2) 品牌识别设计多元化趋势是从各种现有的设计案例中总结出来，还有很多在设计过程中不断出现并开始运用的手段可能没有涉及，这也需要后续的研究。

Thanks

請專家老師批評指正！