

目 录

1

企业形象 (CI) 概述

1.1 企业形象 (CI) 的概念	2
1.2 企业形象 (CI) 构成要素	4
1.3 企业形象 (CI) 的历史	5
1.4 企业形象 (CI) 的功能	7
1.5 企业形象设计的新空间和领域	8
本章小结 思考与实训	11

2

企业形象 (CI) 的导入策略

2.1 企业形象导入的时机把握	14
2.2 企业形象导入的前期准备	22
2.3 企业形象导入的基本流程	25
2.4 企业实态与形象的调研及诊断	27
本章案例	33
本章小结 思考与实训	35

3

企业理念识别 (MI) 策划与设计

3.1 企业理念识别 (MI) 内涵	38
3.2 企业理念识别 (MI) 的策划内容	40
3.3 企业理念识别 (MI) 策划的程序与原则	45
本章案例	48
本章小结 思考与实训	50

4

企业行为识别 (BI) 策划与设计

4.1 企业行为识别 (BI) 的系统构成与策划原则	54
4.2 企业内部行为系统设计	57
4.3 企业外部行为系统设计	60
本章案例	65
本章小结 思考与实训	70

5

企业视觉识别 (VI) 策划与设计

5.1 企业视觉识别 (VI) 概念	72
5.2 企业视觉识别 (VI) 的基础要素设计	74
5.3 企业视觉识别 (VI) 的应用要素设计	87
本章小结 思考与实训	94

6

企业形象 (CI) 手册与传播策略

6.1 企业形象系统 CI 手册的编制	96
6.2 企业形象的传播策略	98
本章案例	104
本章小结 思考与实训	109

7

优秀视觉识别策划与设计案例欣赏

7.1 案例一：湖南津湘药业有限公司	112
7.2 案例二：BEESWEET 瓣味	135
7.3 案例三：米鲜米线	139
7.4 案例四：食言 EATCHAT.....	144

参考文献	150
------------	-----

后记	151
----------	-----