

第

4

章

品牌形象设计的分类

品牌形象设计是最外在、最直接、最具有传播力和感染力的部分，它能够通过视觉语言与受众产生互动效应，从互动中让受众感受到品牌的文化、精神与内涵，这对占领市场、推广品牌具有非常重要的作用。



4.1 基本要素设计

品牌 LOGO、品牌色彩体系、标准字和辅助图形是品牌形象设计中的最基本要素,它能够将企业理念、企业文化、服务内容、企业规范等抽象概念转换为具体符号,从而塑造出独特的企业形象。



◎4.1.1 品牌 LOGO

品牌 LOGO 是品牌形象的核心,是区别于竞争对手最好、最直接的手段。品牌 LOGO 通过艺术化的造型,富有内涵的意义,将品牌的经营理念、品牌文化、经营内容、产品特性等要素传递给社会公众,具有识别、导视、引导的作用。而且品牌 LOGO 作为一种图形传播符号,具有强烈的传达功能,它不受国家、地域、语言的限制,所以容易被人们理解、记忆、沟通和使用。



设计理念：这是一个农家果园的 LOGO 设计，两个水果的图案留给人一种很直白的印象。LOGO 中的文字字体给人一种很亲切的感觉，而且文字的圆形图案与水果图案相互呼应。

色彩点评：该 LOGO 采用类似色的配色方案，黄色与橙色的搭配给人一种温暖、阳光的视觉印象。

作品暖色调的配色方案，象征着果园的丰收、成熟与新鲜。

作品采用图文结合的方式，图形部分吸引观者，文字部分用来说明，两者配合默契。

该 LOGO 手绘效果的图案及文字给人一种亲切感。

	CMYK=5,51,93,0 RGB=245,152,0
	CMYK=5,21,88,0 RGB=255,212,0
	CMYK=65,78,75,41 RGB=83,52,49
	CMYK=74,7,87,0 RGB=39,176,81
	CMYK=53,7,89,0 RGB=140,194,62



这是一款运动主题的 LOGO 设计，红色的主色调象征着激情、热血、愤怒。犀牛造型的图案，给人一种愤怒、蓄势待发的心理感受。



	CMYK=17,97,93,0,RGB=218,27,34
	CMYK=0,0,0,0,RGB=255,255,255
	CMYK=100,100,100,100,RGB=0,0,0
	CMYK=29,21,16,0,RGB=193,196,203



该 LOGO 中可爱的太阳形象带给人一种亲切感。暖色调的配色方案也让人感觉非常的舒适，这样的造型及配色适合应用在儿童、餐饮、母婴等品牌中。



	CMYK=17,85,71,0,RGB=218,71,67
	CMYK=7,64,83,0,RGB=238,124,47
	CMYK=9,25,83,0,RGB=244,201,49
	CMYK=8,65,65,0,RGB=237,122,83

标志设计图形的表现手法

在标志设计中，图形是重要的表现形式，因为图形具有千变万化的特性，而且它也是一种世界通用的艺术语言。图形的表现手法分为具象与抽象两种。

1. 具象表现

忠于客观事物的自然形态，经过提炼、概括和变形，突出与夸大基本特征，作为标志图形，这种形式具有易于识别的特点。

2. 抽象表现

以抽象化的几何图形、文字或符号作为表象形式。实际上很多抽象形象都是通过对现实中的字体或图形进行提炼、夸张后得到的，是一种艺术的升华。抽象性的图形

表现方法往往更具有现代感和趣味性。



配色方案



品牌 LOGO 作品赏析





◎ 4.1.2 品牌标准色

不同的色彩会带来不同的心理反应，所以品牌通常会选择一种或几种色彩作为品牌的专用色彩。选择品牌标准色的目的在于表现出品牌主体的经营理念以及载体的特质，体现出品牌特定的内涵和情感。品牌标准色需要根据品牌的内涵而定，突出品牌与竞争者的区别。不仅如此，品牌标准色还要做到与众不同，迎合消费者的偏好。通常情况下，品牌的专用色不宜超过三种。



设计理念：图片中包括信封、名片、折页等内容，这些作为品牌视觉识别系统中的一部分，对树立品牌形象，提高品牌效应有着很强的宣传作用。

色彩点评：该品牌所用的颜色比较丰富，红色、青色与紫色的搭配给人一种年轻、活力的心理感受，同时也体现了品牌的定位和特点。

该作品中以品牌 LOGO 作为图案装饰，强化了观者对品牌的记忆效果。

该作品中颜色丰富，且运用对比色对比较强，使人印象深刻。

该白色的辅助色增加了作品的好感度，使作品在颜色较多的情况下，也不会显得杂乱。

	CMYK=51,0,27,0 RGB=124,224,121
	CMYK=72,76,4,0 RGB=102,80,163
	CMYK=19,99,99,0 RGB=215,15,26
	CMYK=0,0,0,0 RGB=255,255,255



该作品以蓝色作为主色调，黑色和白色为辅助色。蓝色给人一种安静、沉稳的心理感受。这样的色彩搭配能够建立一种理智、科技和高品质的品牌形象。



	CMYK=67,0,48,0 RGB=0,213,170
	CMYK=100,94,2,0 RGB=26,37,158
	CMYK=82,78,76,59 RGB=35,35,35
	CMYK=100,94,2,0 RGB=26,37,158



该作品是快餐店的品牌形象设计，以黑色作为主色调，以白色作为辅助色，以绿色作为点缀色。这样的配色整体给人一种帅气、个性的视觉印象。



	CMYK=87,51,89,15 RGB=28,100,63
	CMYK=0,0,0,0 RGB=255,255,255
	CMYK=100,100,100,100 RGB=0,0,0

品牌标准色的选择方法

在建立品牌视觉形象初期,需要设定企业标准色,品牌标准色的选择关乎品牌未来的发展。下面简要介绍品牌标准色的三大选择原则。

1. 表现品牌特点

标准色的选择应体现品牌的经营理念、表现品牌的生产技术性和产品的内容实质,一旦选定就要全面应用到所有可以合理使用的地方并且长期坚持,这样才能够由颜色引发联想,产生共鸣效果。

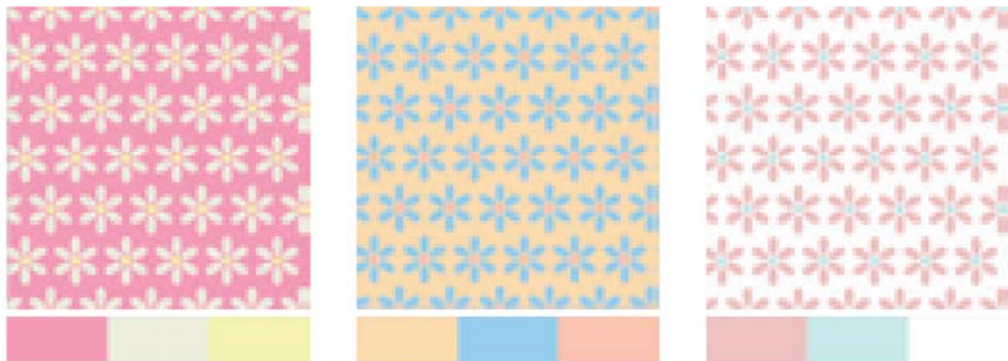
2. 迎合消费者的喜好

很多企业领导会以自己的喜好去选择品牌的标准色,这种方法是不可取的。只有迎合消费者的喜好,才能博得他们的关注和认可。但是消费者对颜色的喜好是非常复杂、多变的,所以在确定品牌标准色前要对品牌有所了解,并做好相应的调研工作。

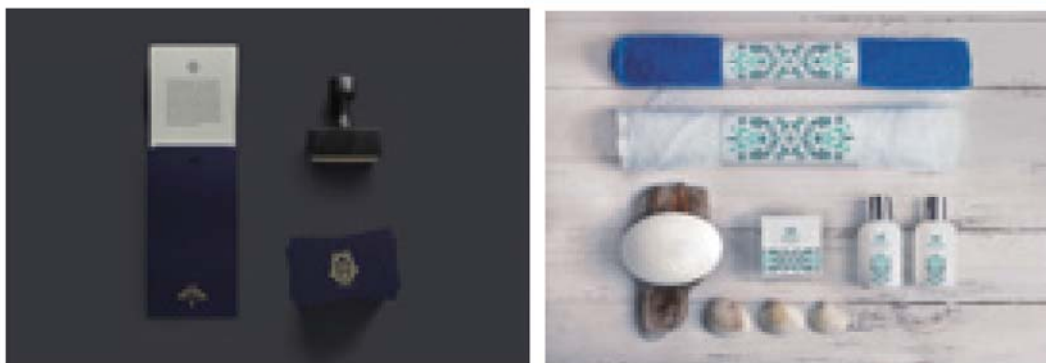
3. 制造出差异感

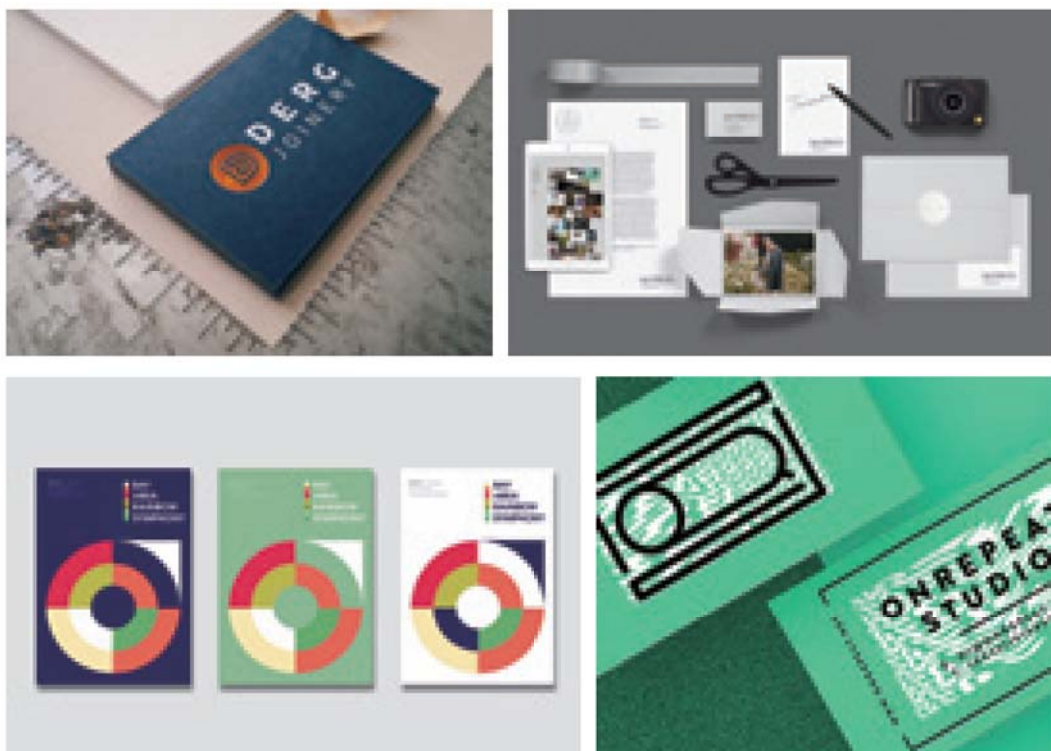
建立品牌形象就是要追求各个品牌之间的差异性,从而提高自身品牌的竞争力。所以选择与众不同的品牌标准色,才能做到脱颖而出、与众不同。

配色方案



品牌标准色作品赏析





◎ 4.1.3 标准字

标准字是视觉形象系统中重要的组成部分，企业标准字和标志一样也能够表达丰富的企业内容。企业标准字会根据品牌形象精心设计，能够表达出企业精神、理念。标准字通常与品牌 LOGO 同时使用，可以强化企业的形象和品牌诉求力，对品牌 LOGO 具有补充说明的作用。当受众看到品牌标准字时，同样会联想到该品牌。



设计理念：在品牌形象系统中，标准字与标志是相辅相成的，具有共同传递企业信息的作用。在该作品中，标准字是重要的视觉要素，这样的设计一方面具有说明的作用，另一方面则增加了品牌的识别度。

色彩点评：该作品属于中明度的色彩基调，绿色的文字在灰色的背景衬托下显得格外突出。

在该品牌形象设计中，绿色代表着诚信、自然。

该作品中，标准字体艺术、时尚，并在排版上下了功夫，能够给人留下深刻的印象。

该品牌中的辅助图案精巧、复杂、多样化，能够与品牌产生联想。

CMYK=17,12,6,0 RGB=219,221,232

CMYK=64,58,50,2 RGB=113,109,115

CMYK=78,41,94,2 RGB=68,127,63



该标准字采用手写字体，挥洒自如、一气呵成，整体给人一种优雅、浪漫之感。这样的字体能够突出品牌高端、雅致的特点。



该标准字线条流畅、婉转，呈扇形排列，给人一种幽默、放松的心理感受。文字的尾部以品牌 LOGO 进行装饰，当人们看不到品牌 LOGO 时，看到这个标准字体也会联想到该品牌。

标准字的功能

标准字能够将企业或品牌名称直接宣传出去，它的使用频率也非常高。标准字在品牌设计中具有以下几种功能。

1. 对品牌 LOGO 起到说明作用

通常品牌 LOGO 是图形化的设计，将标准字与品牌 LOGO 结合到一起能够将企业名称转换为直观形象，对品牌 LOGO 起到说明作用。

2. 传递品牌情感

因为标准字的应用范围广泛，能够通过字形传递品牌的形象。例如，手写字体浪漫、洒脱，那么就代表着品牌友善、温柔的情感。

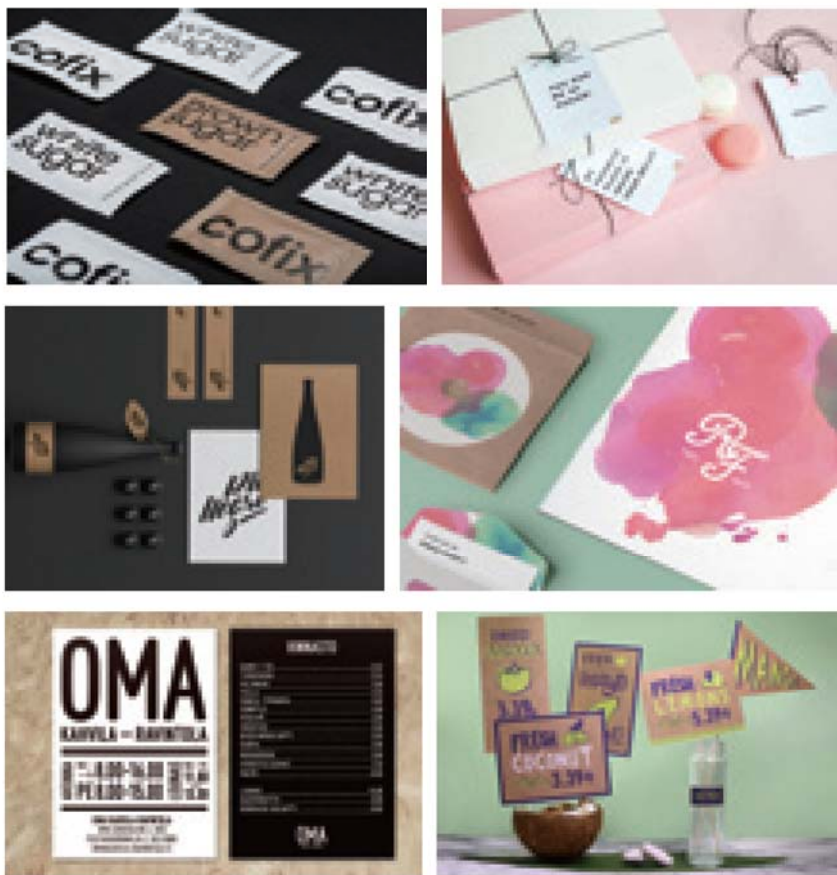
3. 增强品牌辨识度

标准字既是文字又是图形，在标准字的设计中要求效果一目了然且具有特点，当受众看到标准字后，能够对品牌产生联想感，可以提高品牌的辨识度。

配色方案

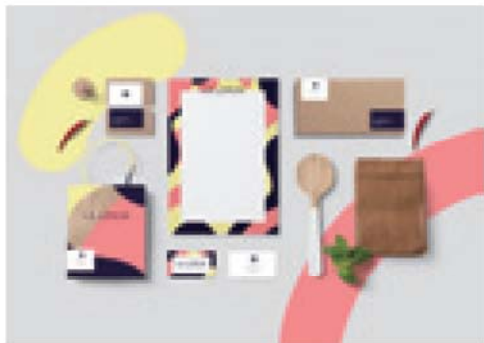


标准字作品赏析



◎ 4.1.4 辅助图形

辅助图形是 VI 系统中的重要组成部分，是重要的辅助性视觉符号。辅助图形是对 LOGO 的补充与延伸，是一种基于企业或企业品牌理念的图形表达。辅助图形最大的特点是自身具有很强的多变性和灵活性，它的视觉效果表现力强，具有高度的识别性、适应性和装饰性。



设计理念：在该作品中以不规则的弧形作为辅助图形，几种颜色的弧形相互组合形成了千变万化的效果。这就代表着品牌的多元化与包容性。

色彩点评：该作品以西瓜红作为主色调，整体给人一种温暖、温和的感觉。

在该作品中颜色比较丰富，随着图形而不规则地流动着，带给人一种动感。

该作品中选择的颜色都属于低纯度的颜色，整体给人一种亲切感。

该作品中不规则的图案装饰，也能够给人一种别具一格的心理感受。

CMYK=9,64,41,0 RGB=236,126,125

CMYK=10,8,48,0 RGB=242,233,154

CMYK=94,96,58,41 RGB=30,29,60

CMYK=25,34,44,0 RGB=203,174,144



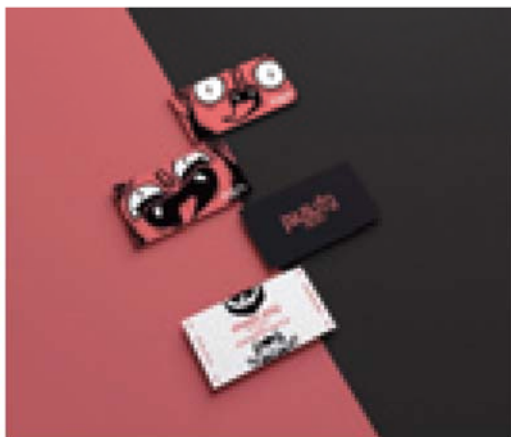
该作品中的辅助图形是三种颜色的色块, 这样的简约、纯粹的辅助图, 代表着品牌的务本踏实、干练率真。作品整体色调柔和, 高明度的色彩基调给人一种真诚、安全的心理感受。



■ CMYK=15,11,12,0 RGB=224,223,221

■ CMYK=15,18,70,0 RGB=233,210,96

■ CMYK=35,8,26,0 RGB=181,213,200



该作品以两个卡通的恶魔形象作为标准图案, 这样精心设计的图案给人一种新奇、幽默的感觉。浅红与黑色和白色的搭配形成对比, 让人不禁眼前一亮。



□ CMYK=0,0,0,0 RGB=255,255,255

■ CMYK=85,82,74,60 RGB=31,30,35

■ CMYK=6,72,50,0 RGB=240,106,103

辅助图形的作用

辅助图形作为品牌形象的重要组成部分, 具有以下三点作用。

1. 提高诉求力

辅助图形的创意源泉来自于品牌, 因为它是用来提高品牌的诉求力、传递企业特征的。而且辅助图形会与品牌的标准色进行组合、变化, 从而产生次序节奏、增加韵律。品牌图形在增加视觉效果的同时, 也能够抓住受众的视线, 引起他们对品牌的兴趣。

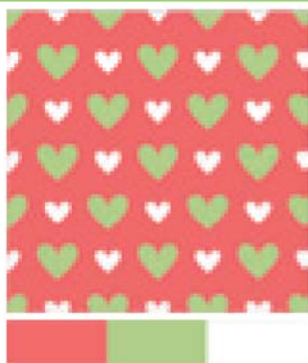
2. 增加品牌之间的差异性

辅助图形通过象征、寓意、夸张、联想等手法进行创作, 在传递品牌特征的同时也增加了品牌之间的差异性。

3. 提高视觉美感

辅助图形是一种艺术的表现方式, 通常起到对比、陪衬、装饰的作用。在视觉识别系统中添加辅助图形, 不仅可以强化视觉冲击力, 而且还可以增加品牌的亲切感和提升审美趣味。

配色方案

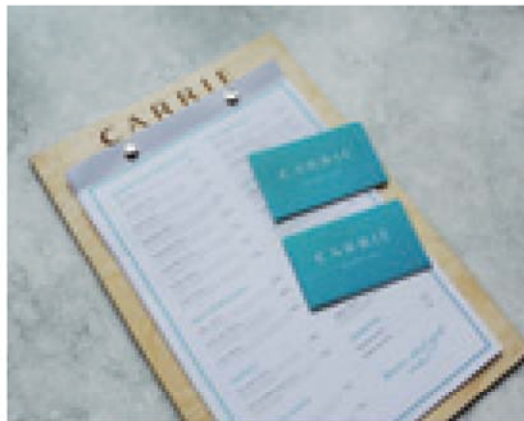
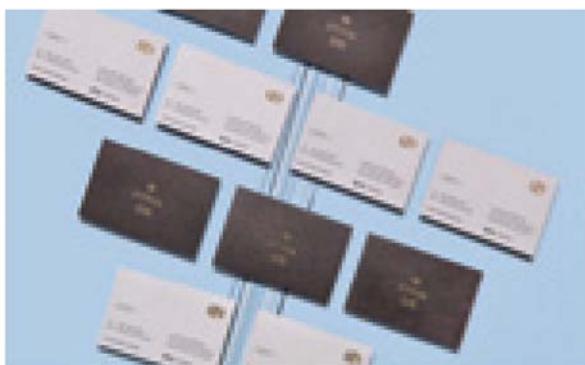


辅助图形作品赏析



4.2 事务用品类

当企业的标志、标准色被确定后,就可展开事务用品的工作了。事务用品是视觉形象系统的重要组成,通过统一的设计,能够充分展现出品牌的规范化和统一化。一套完善的事务用品,能够带给人一种严肃、完整、统一的心理感受,不仅对品牌内部形成一种凝聚、和谐之感,对企业外部同样能够展现出品牌风格,给客户一种正规、严谨之感。事务用品包括很多内容,有形象信封、信纸、便笺、名片、徽章、工作证、请柬、文件夹、介绍信、账票、备忘录、资料袋、公文表格等。在本节中主要讲解一下较为常见、常用的事务用品。



◎4.2.1 名片

名片是带有姓名、所属组织和联系方式的卡片。名片不仅代表个人，也代表企业，是品牌形象设计中的重要组成部分。名片要讲究艺术性和美观性，因为在名片传递的过程中，创意独特、形式完美的名片会留给人赏心悦目的印象，并在愉悦中牢记其品牌，提升其产生对品牌的好感与认可。



设计理念：该名片在版式设计上属于简约风格，它加大了企业名称及企业LOGO的面积，这是为了更好地宣传品牌。

色彩点评：该名片配色简单，正面采用橘红色和灰色进行搭配，中和了橘红色的鲜亮，给人以稳重、值得信赖的视觉印象。背面使用白色与橘红色相搭配，给人一种明亮鲜活的视觉印象，具有现代感和时尚感。

将名称与LOGO通过大小的对比来突出，具有较强的可视性，能够起到增强宣传力度的作用。

该名片简单的配色做到了以少胜多，使人印象深刻。

名片联系方式的文字字号较小，并不是它不重要，而是有对比才能突出主题。

名片的意义

一张小小的名片看似不起眼，实则有很大的用途，它不仅可以用来宣传自我、宣传企业，还是一张重要的联系卡。

1. 宣传自我

在名片中包含了持有者的姓名、职业、工作单位、联系方式等内容，通过传递名

CMYK=0,0,0,0 RGB=255,255,255
CMYK=0,89,87,0 RGB=250,56,29



该名片的配色是亮点，在白色的衬托下，黑色与青色的搭配，给人一种鲜明、刺激的感觉。在卡片中，青色呈现出一种荧光效果，非常抢眼。

CMYK=55,0,19,0 RGB=0,255,255
CMYK=0,0,0,0 RGB=255,255,255
CMYK=100,100,100,100 RGB=0,0,0



该名片造型独特，不规则的卡片轮廓有一种打破常规的感觉。红色与白色的搭配是比较经典的配色方案，所以能够给人留下深刻的印象。

CMYK=23,99,91,0 RGB=207,25,39
CMYK=6,5,6,0 RGB=242,241,240

片可将这些信息传递给他人,能够起到宣传自我的作用。

2. 宣传企业

在名片中一定会印有企业标志、企业名称、地址、电话、企业业务等内容,而且作为品牌视觉系统的重要组成部分,名片会使用企业的标准色,以达到一种与企业形象统一的效果,对企业的宣传是非常有帮助的。

3. 联系卡

名片中会有一些较为重要的联系方式,例如,电话、地址等信息,这些都有助于企业、个人或业务之间的相关联系。

配色方案



名片作品赏析





◎ 4.2.2 信封

信封是指包住信件的袋状包装，具有保守信件内容、保护信件的作用。在品牌形象中，信封可以用来邮递广告、合同、感谢信等，可以用来邮寄，也可以用来赠送。通常信封在设计中会突出品牌的名称及LOGO，采用企业的标准颜色和标准字，还会根据需要使用辅助图形作为装饰，这样做是为了保持整套视觉识别系统的统一性，同时对品牌起到宣传作用。信封的折叠方式也很重要，不同的折叠方式也会常给人不同的心理感受。



设计理念：该信封的折叠方式属于复古风格，外形古朴、典雅，版式布局也风采简约，但是展开信封后却别有洞天，能够看到品牌的辅助图形，这样的设计有强化品牌宣传的作用。

色彩点评：该信封为单色调的配色方案，以标准色作为信封的主体颜色，给人一种代入感和联想感，让人在看见信封时就联想到该品牌。

开启信封的位置添加了品牌LOGO，

具有强化品牌宣传效果的作用。

该品牌以 LOGO 图形作为辅助图形，这是一种很常见的手法，这样就能在潜移默化中宣传品牌，对建立品牌效应起到推波助澜的作用。

该信封的颜色轻柔，给人一种愉悦感和舒适感，对建立品牌的信赖感起到帮助作用。

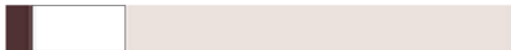
CMYK=7,14,22,0 RGB=242,226,203

CMYK=23,19,18,0 RGB=250,203,20,2

CMYK=84,80,78,64 RGB=28,28,28



该信封造型并没有特别之处，但用一条褐色的细线缠绕，并打上蝴蝶结，给人一种复古、亲切之感。这样的信封不适合邮寄，更适合赠送，在赠送的过程中能够提升品牌的好感度，并且能为接受者留下深刻的印象。



CMYK=64,80,73,40 RGB=85,50,50

CMYK=0,0,0,0 RGB=255,255,255

CMYK=7,10,10,0 RGB=241,233,228



该信封使用火漆封口，给人一种高档、大气之感。在火漆上印有品牌的LOGO，可以在开启信封时加深消费者对该品牌的印象。灰色调的信封搭配上灰色调的火漆，整体带给人一种和谐、舒适的感觉。



■ CMYK=56,53,52,1 RGB=133,122,116

■ CMYK=12,13,10,0 RGB=230,224,224

■ CMYK=31,30,28,0 RGB=188,177,173

信封的样式

信封的用途有很多，样式也有很多，不同的信封样式能够带给人不同的感觉。

1. 常规信封

常规信封从长边开口或从短边开口，这样的信封款式比较常见，通常设计者会在信封的配色、图案上下功夫。

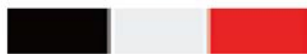
2. 菱形信封

菱形信封样式美观，通常用于装贺卡。

3. 开窗信封

开窗信封能够通过开窗将信件露出，通常应用于银行对账单信封、CD袋等。

配色方案



信封作品赏析





◎ 4.2.3 纸张

在品牌形象设计中，纸张的用途包括信纸、传真用纸、稿纸、便签等，这些纸张会采用品牌标准颜色为主色调，突出品牌 LOGO，使之与整套品牌视觉形象系统相统一。在纸张的设计上，通常在正反两面都不会添加品牌 LOGO，一般信纸的背面会以品牌的辅助图形作为装饰，或使用标准色作为装饰。而正面则会保留大面的空白以用来使用。



设计理念：该信纸属于简约风格，信纸的正反两面都添加了企业 LOGO，有强调、突出品牌的作用。整个信纸版式简

约，去繁就简，给人一种清新脱俗、简单质朴的感觉。

色彩点评：该信纸整体配色简单，灰色的信封背面给人一种朴素、简约的心理感受。信纸的背景以高亮度的灰色为主色调，在使用的过程中会给人一种视觉上的放松感。

在信纸的正面，倾斜的淡粉色图形是企业的辅助图形，应用在信纸正面，作为背景装饰，在应用过程中能够产生一种联系感。

信纸中的辅助图形没有大面积使用是为了避免产生凌乱感。

在信纸的正面 LOGO 位于左上角，符合人类的阅读习惯，能够在打开信纸后首先注意到企业 LOGO。

	CMYK=60,53,54,1 RGB=122,119,112
	CMYK=79,74,75,50 RGB=47,46,44
	CMYK=8,6,9,0 RGB=39,238,233
	CMYK=10,14,18,0 RGB=236,224,210



该纸张的特色在于它使用了企业的辅助图案作为装饰，信纸背景中绿色的叶子给人一种自然、质朴之感，在信纸的正面，线条效果的辅助图形作为背景装饰，既让纸张看上去具有观赏性，又不会有喧宾夺主的感觉。



■ CMYK=79,75,74,51 RGB=46,45,44
 ■ CMYK=66,37,96,1 RGB=107,140,57
 ■ CMYK=41,27,86,0 RGB=175,175,61
 ■ CMYK=41,27,86,0 RGB=175,175,61



该信纸的背面以木质纹理作为背景，深灰色的色彩给人一种低调、优雅质感。而且背景图应用到了整个版面，给人舒展、大气之感。烫金的品牌 LOGO 提升了纸张档次的同时，也提升了企业品牌形象。



■ CMYK=28,36,53,0 RGB=199,169,125
 ■ CMYK=76,70,67,30 RGB=68,68,68
 ■ CMYK=62,53,50,1 RGB=118,118,118
 ■ CMYK=9,7,7,0 RGB=237,237,237

铜版纸的小知识

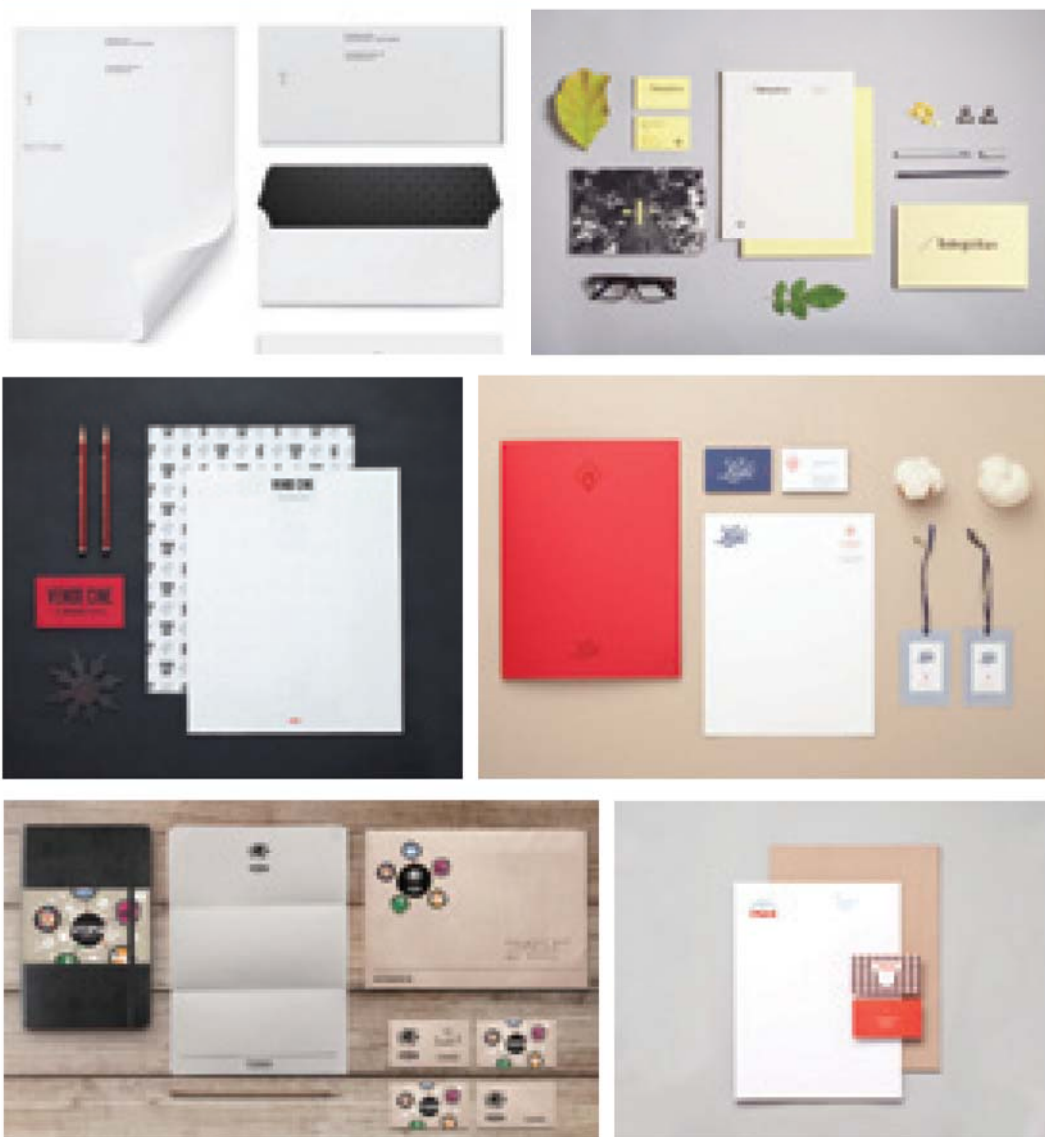
铜版纸作为高级印刷纸，品牌形象系统中的 VI 手册、信纸、宣传广告等内容都会使用到。铜版纸又称为涂布印刷纸，它是以原纸涂布白色涂料制成。铜版纸有单面铜版纸、双面铜版纸、无光泽铜版纸、布纹铜版纸之分。根据质量分为 A、B、C 三等。铜版纸的特性是厚薄均匀、伸缩性小、强度较高、抗水性好、无斑点、无皱纹、无孔眼。



配色方案



纸张作品赏析



◎4.2.4 资料袋

资料袋也称文件袋、档案袋，是用来装资料的袋子。通常资料袋中会用来装合同、公文等。资料袋的设计对企业内部有强化员工荣誉感、增加凝聚力的作用，对外则有增加品牌宣传力、建立品牌效应的作用。



CMYK=30,34,39,0 RGB=93,172,151

CMYK=5,21,48,0 RGB=48,213,146

设计理念：该资料袋造型简单，右侧开口的设计更加人性化。封口的位置造型较为独特，在人们开启档案袋时留下深刻的印象。而且单色调的资料袋既美观，又节约成本。

色彩点评：该资料袋以牛皮纸的原色为主色调，整体给人一种柔和、舒适的心理感受。

在该资料袋上，没有繁杂的装饰和文字，这使品牌 LOGO 更加突出。

品牌 LOGO 与封口在同一水平位置，具有一定的视觉导向作用。

在该作品中金色的品牌 LOGO 与扣线的颜色相互呼应。



该档案袋以藏蓝色为主色调，整体给人一种理智、沉稳的视觉感受。资料袋上的纽扣、文字都使用了土黄色，形成一种较为鲜明的对比。同时，也使整体更加高端与商业化。



CMYK=16,35,54,0 RGB=225,179,123

CMYK=90,84,58,33 RGB=39,47,70



该资料袋以深灰色作为主色调，搭配黑色的点缀色，整体给人一种低调、奢华的心理感受。



CMYK=35,56,85,0 RGB=186,128,58

CMYK=100,100,100,100 RGB=0,0,0

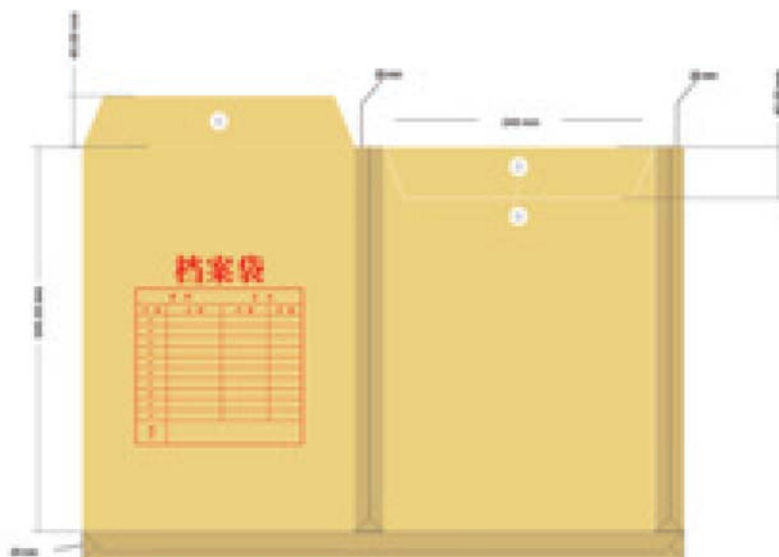
CMYK=78,73,70,42 RGB=55,55,55

CMYK=47,38,36,0 RGB=152,152,152

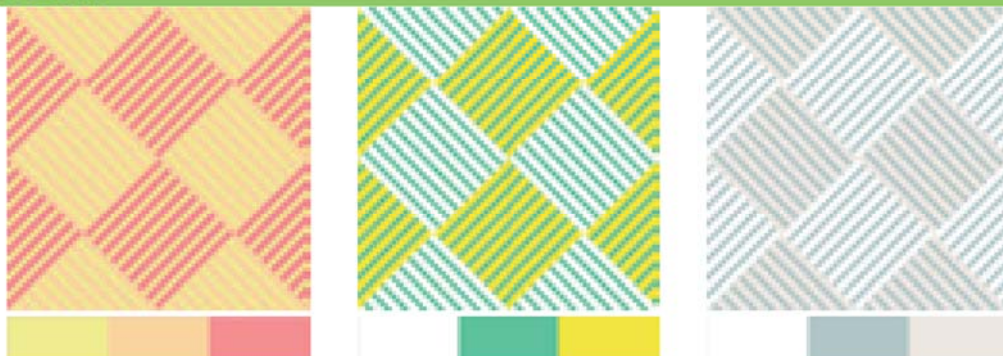
资料袋

资料袋是品牌形象系统中必不可少的一部分，它的设计应该以整套 VI 系统的设计风格作为出发点，紧紧围绕品牌系统的中心思想，使其能够与整套品牌系统形成统一的视觉印象。

下图所示为资料袋各部分的尺寸。



配色方案



资料袋作品赏析

