

创意策略

YIP.LTD 懿品

01 / 2023

Creative brands and marketing strategies

创意策略

01

商务部国际经济合作事务局 / AIECO

隶属商务部的事业单位。每年援外项目500个，遍布全球90多个发展中国家。
标识取义汉字的“合”，既是经济合作的“合”，也是组织实施援外项目的合规合法及内部建设志同道合之“合”。



A AIECO 视觉识别系统
AIECO 形象核心系统 / 辅助图形及应用规范 A-18

企业辅助图形是企业识别系统中的辅助性视觉要素，它包括企业造型、象征图案和取用编排等三个方面设计。

核心图形应用五：山水式
由描摹式四方连续提取基本型，提取时应遵循画面尚意的原理，疏密、节奏要把握得当；靠近下方物料边缘时尽量以最大图形接触面进行排列；标志与内容则应根据疏密情况进行排列。

A

A AIECO 视觉识别系统
AIECO 形象核心系统 / 形象系统标准色、辅助色 A-11

企业标准色是将特定的颜色作为企业的指定色，根据企业特点、企业精神及企业文化指定某一特定的颜色系统，应用于所有视觉传达设计中，利用色彩所具有的视觉刺激与心理反映体现企业的本质特点。

标准色

	80%	60%	40%	20%
印刷色: C:70 M:15 Y:10 K:5				
	80%	60%	40%	20%
印刷色: C:90 M:65 Y:5 K:5				
	80%	60%	40%	20%
印刷色: C:0 M:5 Y:0 K:85				

辅助色

	80%	60%	40%	20%
印刷色: C:50 M:0 Y:100 K:5				
	80%	60%	40%	20%
印刷色: C:0 M:100 Y:80 K:5				
	80%	60%	40%	20%
印刷色: C:0 M:100 Y:80 K:5				

专色金 专色银 白色或纸面颜色

A

A AIECO 视觉识别系统
AIECO 形象核心系统 / 标志与 AIECO 标准字组合规范 A-10

标志是企业内在本质的反映，它强调了作为企业的独特性及优越性的作用。通常标志有「语言标志」和「视觉标志」，语言标志大多指企业名称或部门名称。视觉标志是从感觉上来识别企业图形化的记号，一般在被人认知的场合中一目了然并可瞬时识别。标志确立后，无论在任何场合使用，均应保持整体的统一与一致，否则将会使公众对企业标志的印象产生混乱，从而削弱以致损害企业的公众形象。

A

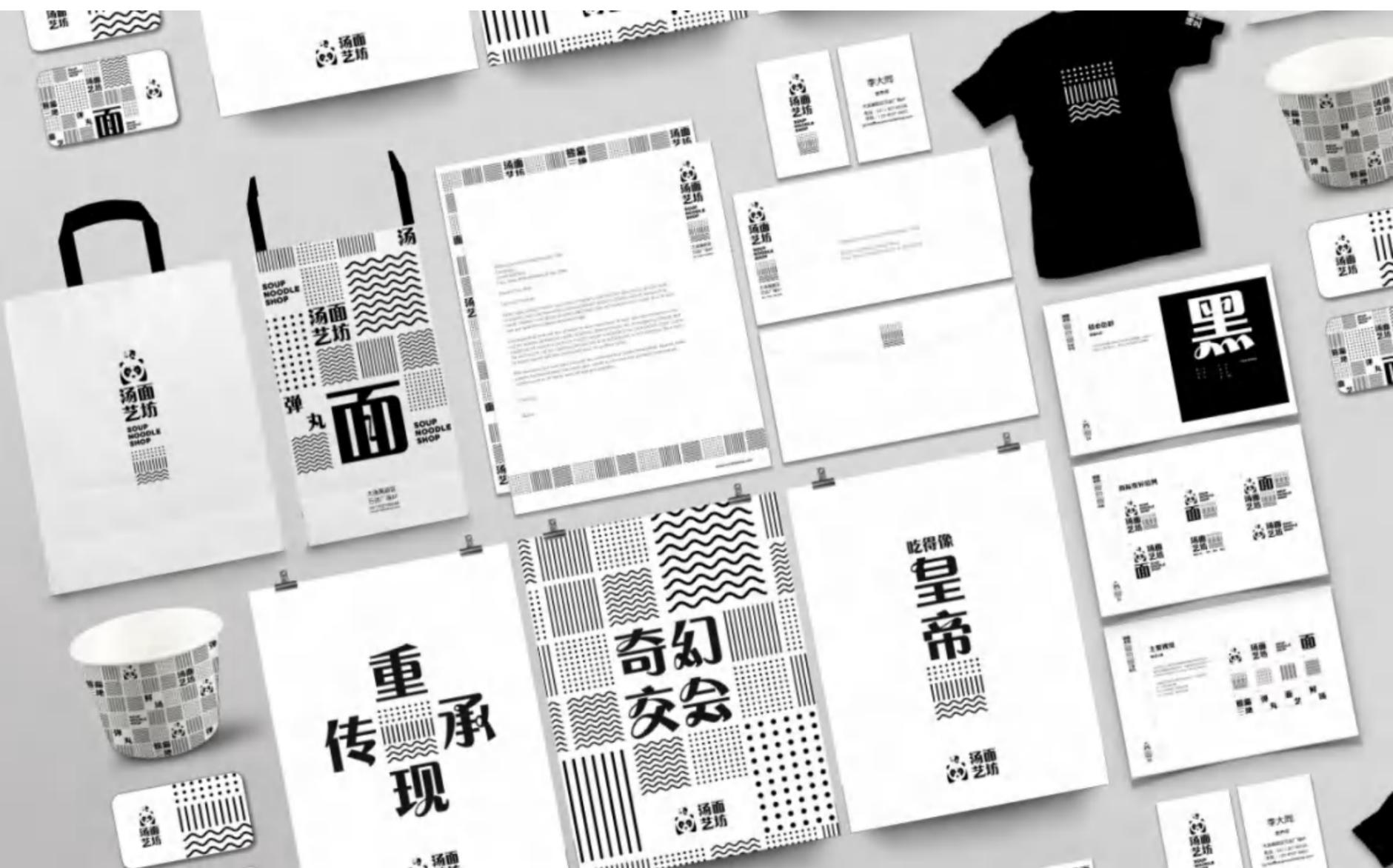
A AIECO 视觉识别系统
AIECO 形象核心系统 / 中英文标准字全称横排左对齐组合规范 A-05

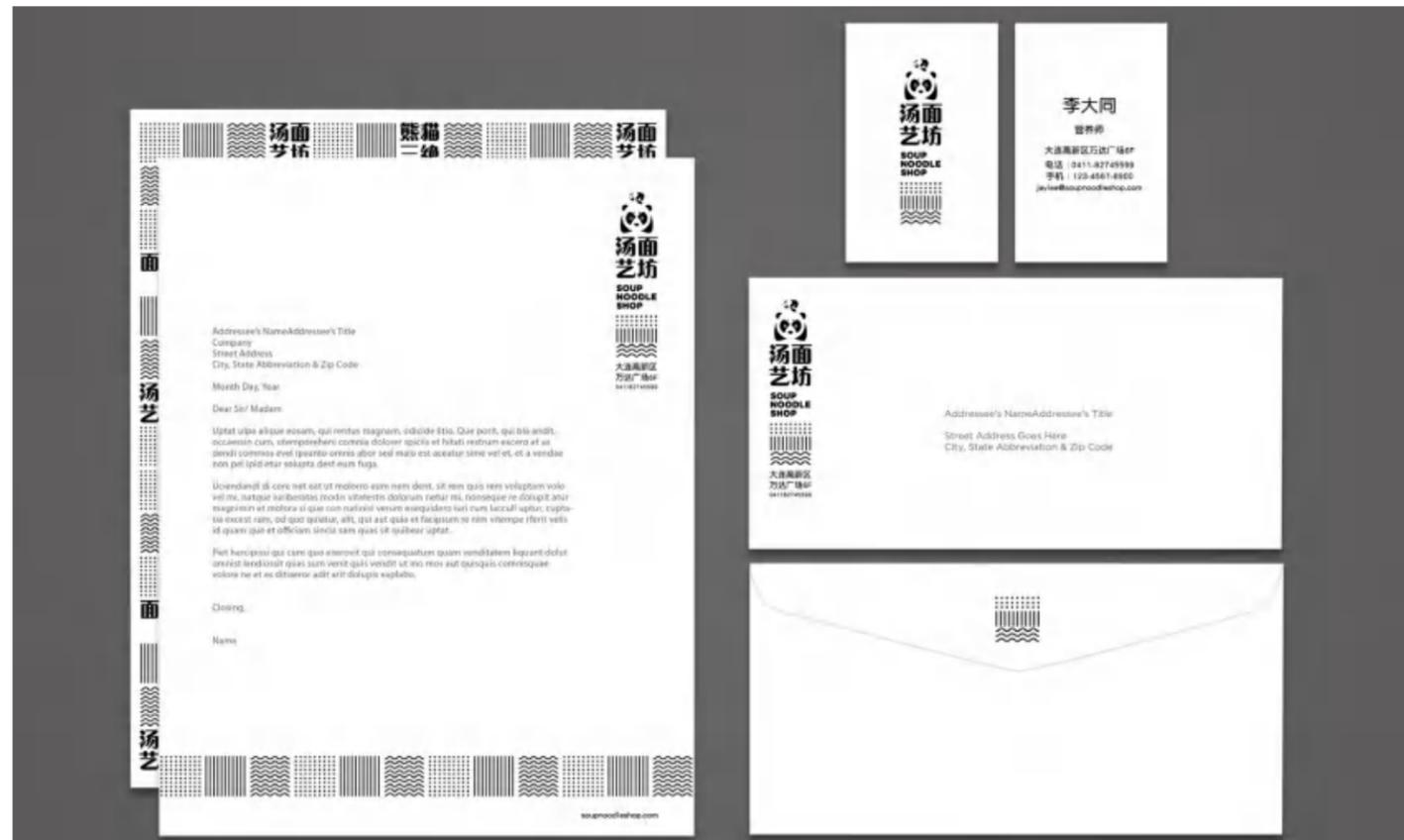
标志是企业内在本质的反映，它强调了作为企业的独特性及优越性的作用。通常标志有「语言标志」和「视觉标志」，语言标志大多指企业名称或部门名称。视觉标志是从感觉上来识别企业图形化的记号，一般在被人认知的场合中一目了然并可瞬时识别。标志确立后，无论在任何场合使用，均应保持整体的统一与一致，否则将会使公众对企业标志的印象产生混乱，从而削弱以致损害企业的公众形象。

A

汤面艺坊 / SOUP NOODLE SHOP

一家不寻常的面馆，试图突破传统意义上的小吃理念。
门店类、移动式的多种经营。中国食神是研发这个汤面的BOSS。







亿滋国际 / 卡夫集团

亿滋是全球领先的巧克力、饼干、口香糖、糖果、咖啡及固体饮料制造商，前身是美国第一、全球第二大食品公司—卡夫食品。卡夫食品于2012年10月拆分为两家独立上市公司，面向北美的杂货业务沿用卡夫食品的名字，而面向全球市场的零食业务则有了新名字——亿滋国际 (Mondelēz International)。

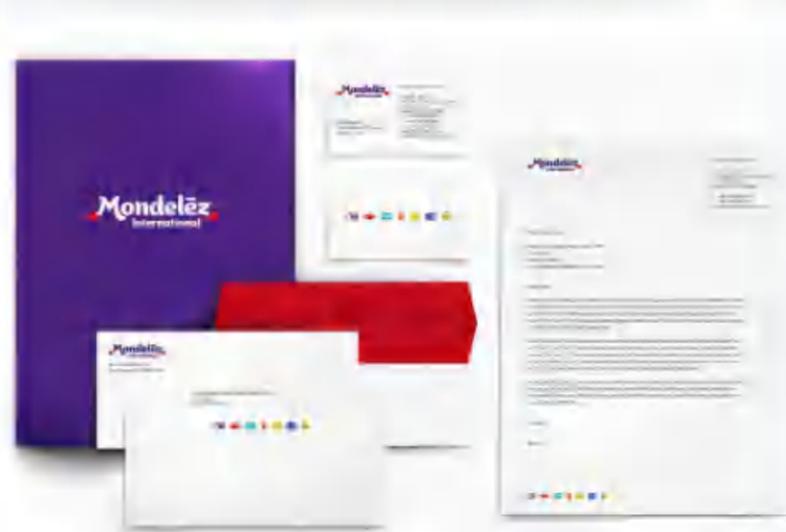
Mondelēz
International

“Live Vibrantly.”

In Mondelez' Delicious World, we invite everyone to simply live vibrantly, lifted up by little moments into bigger, brighter experience. Explaining these photos and anything else you may need to do goes here.

In Mondelez' Delicious World, we invite everyone to simply live vibrantly, lifted up by little moments into bigger, brighter experience.





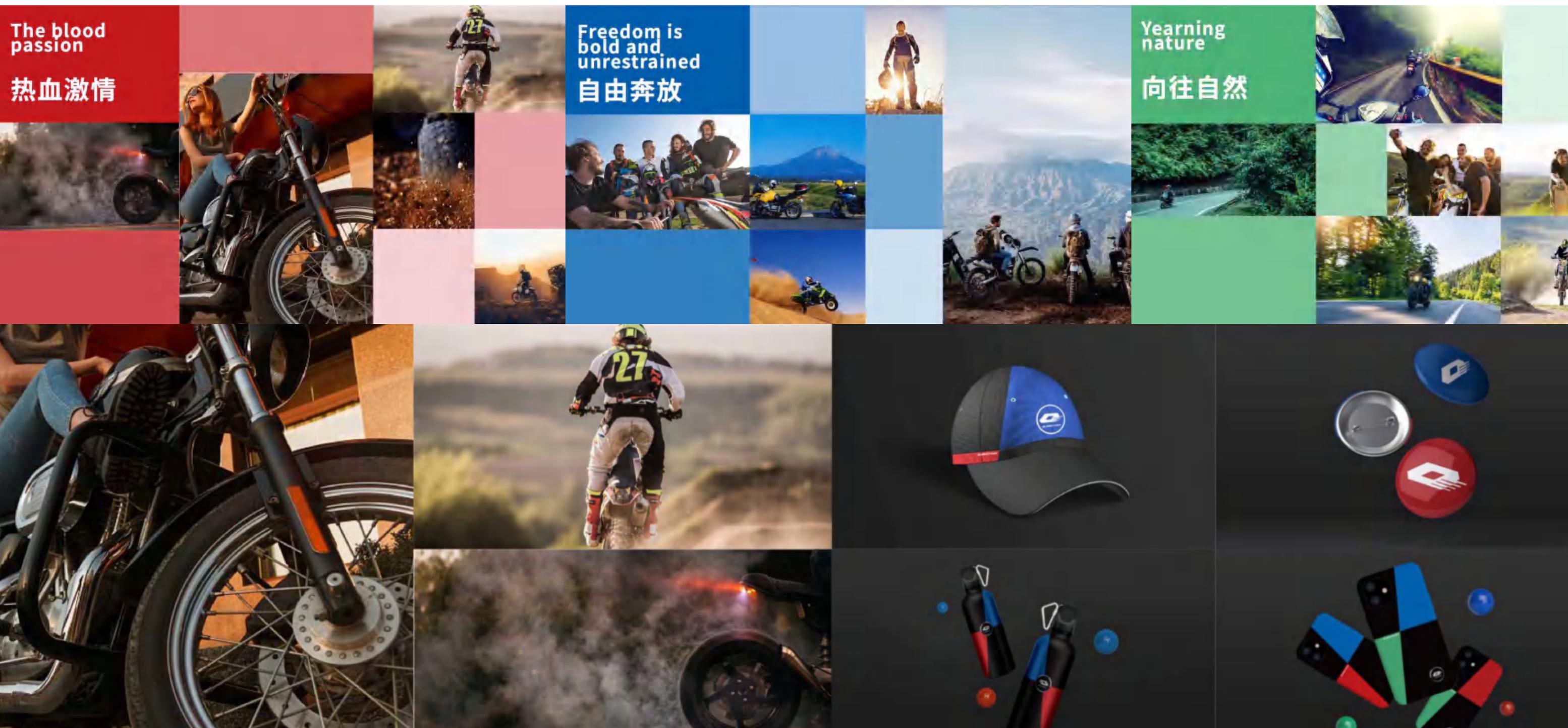
钱江摩托品牌VI升级

本土领先的摩托品牌，已走入世界的眼界，并收入世界顶级摩托工厂，加速打造神话品牌。



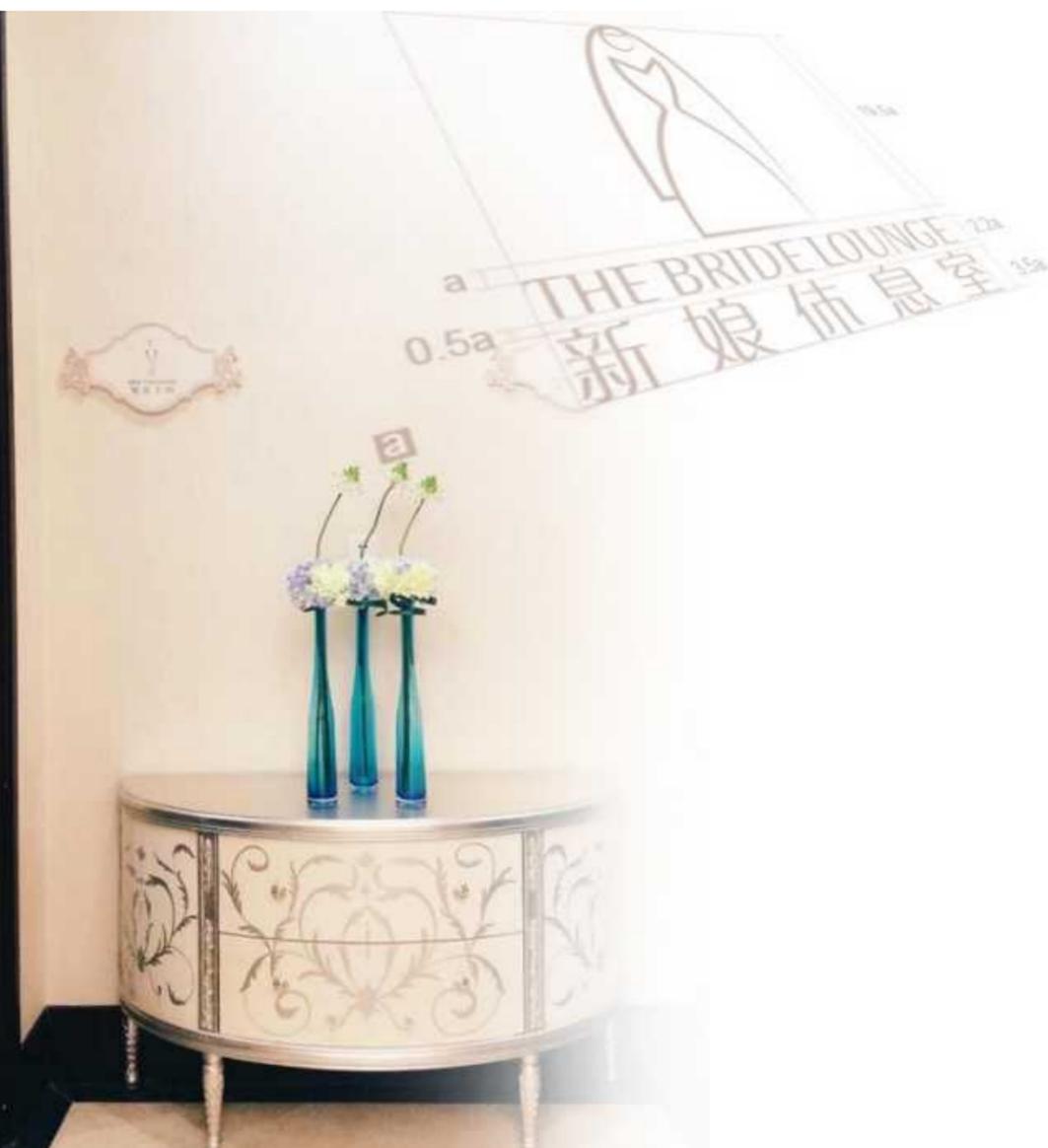
自由|激情|环保

潮起钱江，向新而行



玫瑰里高端会所 / 东方园林集团

国内领先的园林上市集团—东方园林集团坐落在北京、上海、南京的一流高端婚庆会所：玫瑰里。将品牌调性贯穿至空间导视系统。电影《夏洛特烦恼》的御用场地。



LAVIN
玫瑰里



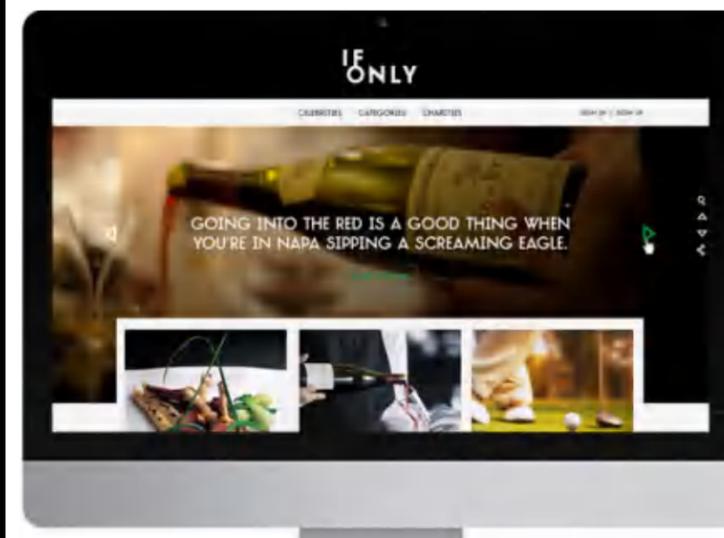
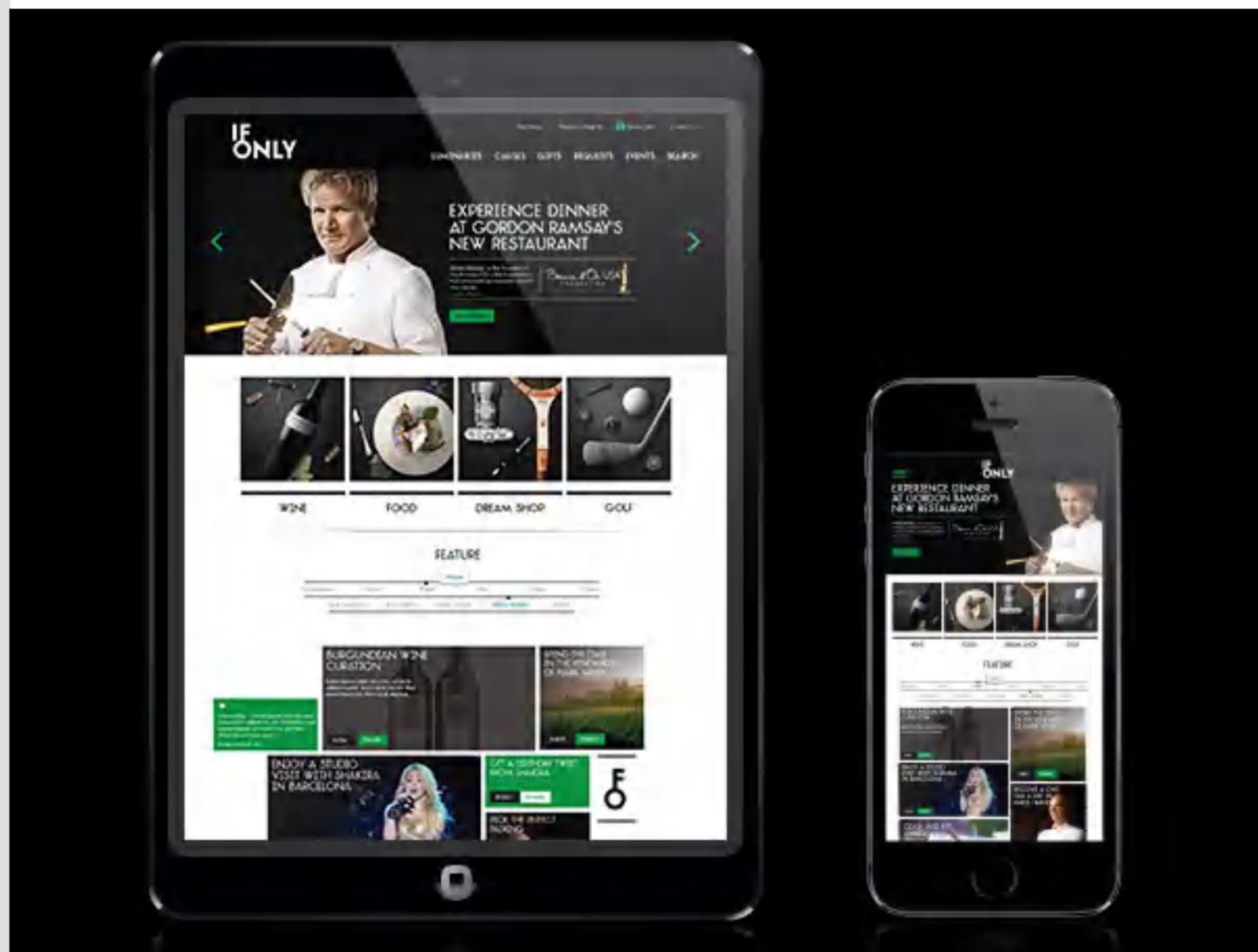
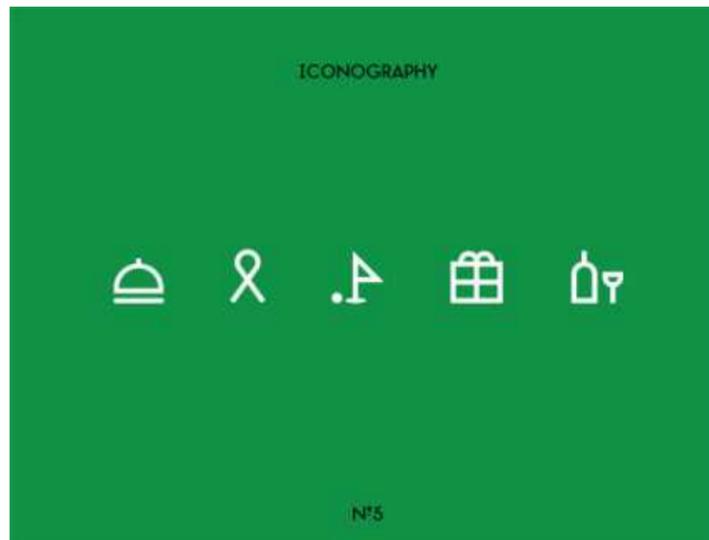
品牌设计

IF ONLY
美国二手交易平台

品牌设计



IF ONLY



品牌设计

澳门美高梅酒店
狮宝贝俱乐部

品牌设计



品牌设计

LA-Chine
美国本土中国餐厅

品牌设计





品牌诊断

深圳农商银行品牌升级计划

品牌设计



Brand Identity System Diagnosis
品牌识别诊断维度

用户体验
品牌表现及品牌触点是否从用户体验出发

统一性
品牌理念是否贯穿品牌核心要素形成内外的一致。



落地感染

品牌落地

落地是否有针对性的指导减少误差，确保时间和空间上品牌呈现的准确性。

差异化
是否再行业中独树一帜
品牌联想度高

品牌自身

统一性
品牌理念是否贯穿品牌核心要素形成内外一致?

关键词: 历久弥新

年轻化

/从战略角度出发，在大方向不变的前提下，视觉应随着客群的变化应更具年轻态。

智能化

/需要升级为更高端的智能服务化的视觉体系。

互联化

/打造移动互联网支付时代背景下的视觉联通。

差异化
VI手册待完善

/现有的VI手册规范偏少，需要完善强化

/示例: 荷兰合作银行品牌核心要素

整体思路
大方向不变的视觉更新升级!

/将核心内容分配在视觉输出系统中，更好的去传达品牌特性与愿景。

关键词: 温

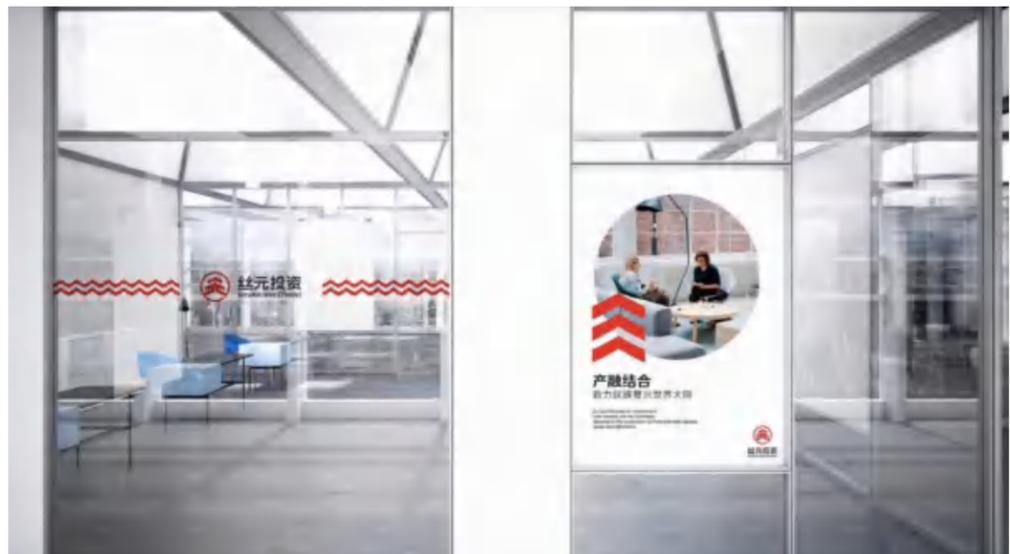
稳健
信赖

年轻
进取

品牌设计

国家开发银行旗下的
三大联署投资基金

品牌设计



品牌设计

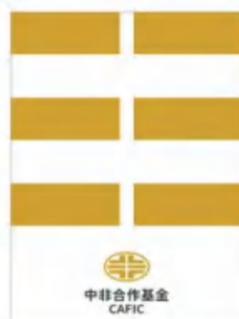
国家开发银行旗下的
三大联署投资基金

品牌设计



Design Directions 品牌视觉系统风格设计方向

品牌主导——辅助图形



品牌主导 (A)



品牌主导 (B)

Core Elements 品牌视觉系统核心元素

图片风格



品牌设计

国家开发银行旗下的
三大联署投资基金

品牌设计



Core Elements 品牌视觉系统核心元素

LLLLL

图片风格

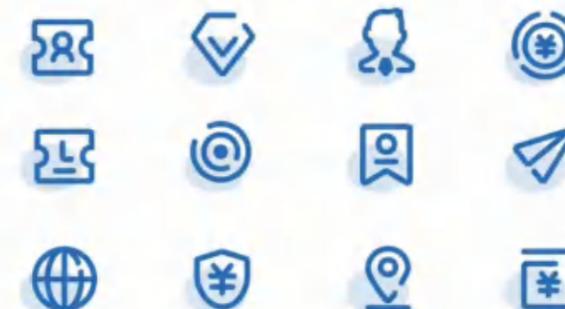
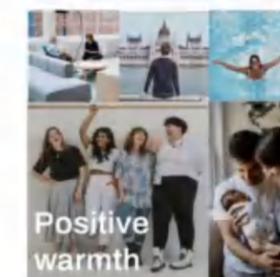
Safe And Reliable
安全可靠



Concise Atmosphere
简洁大气



Positive Warmth
积极温暖



Design Directions 品牌视觉系统风格设计方向

LLLLL

品牌主导——辅助图形



品牌主导 (二)

品牌主导图形元素 辅助图形设计 品牌主导图形元素设计应用



品牌主导 (四)

品牌主导图形元素 辅助图形设计 品牌主导图形元素设计应用



品牌设计

乐融集团旗下乐桃

品牌设计
IP设计



品牌设计

乐融集团旗下乐桃

品牌设计
IP设计



基础部分 FOUNDATION

A1-03 标准制图规范

信息释义

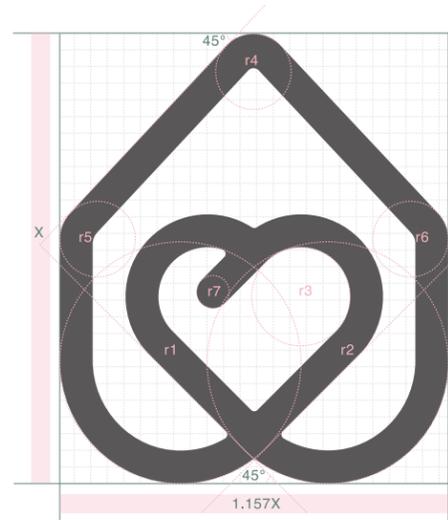
此页为标志的制图规范，主要用来阐述标志的科学绘制方法，以此来衡量、确定标志造型、比例及空间距离的相互关系。在制作各种相关项目过程中必须遵循，以求标志的精确比例及视觉形象的统一。

本页的意义在于告知品牌形象的使用者认识此标志的正确形态，能够避免错误的使用或为实施供应商把关，而不是将品牌标志进行重绘。

注意事项

在一般情况下使用标志，应尽量使用提供的光盘电子文件，不建议重绘标志，尽量避免在重绘中出现误差。

- 标志 Logo
- 标准字 Standard Font
- 品牌色彩 Colors
- 辅助图形 Graphs
- 专用字体 Specified Font
- 标识组合 Composition
- 错误应用 Misuse



X: 是计量单位，在这里 X 是以一个固定的长度为单位，以衡量其他图形位置之间的比例和关系。

本页以标志的高度为计量单位 X。

r=圆形的半径

- r1=0.269x r2=0.269x
- r3=0.11x r4=0.084x
- r5=0.084x r6=0.084x
- r7=0.036x



基础部分 FOUNDATION

A1-06 标志安全使用空间

信息释义

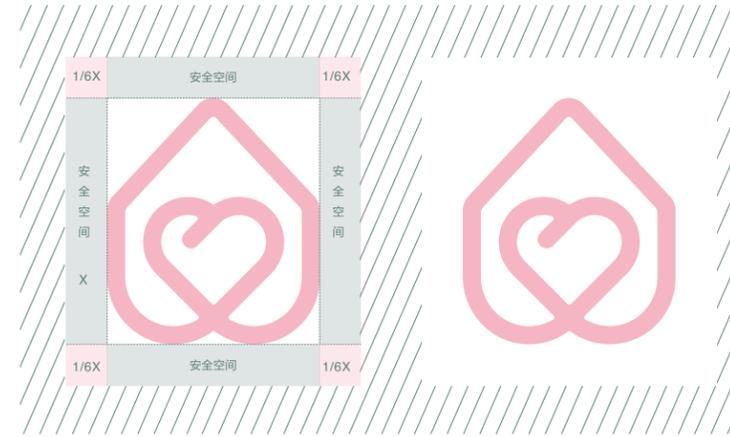
为了使标志在传播中不与其他元素混淆，特规定标志四周的安全空间。在单独使用此标志时，与其他元素的间隔不得小于规范部分。

注意事项

当标志不作为品牌标志独立使用时，可根据实际情况确定应用尺寸。例如，作为底纹使用。

标志安全空间的规范对于标志的其他色彩形态（如标志墨稿、反白稿等）同样适用。

- 标志 Logo
- 标准字 Standard Font
- 品牌色彩 Colors
- 辅助图形 Graphs
- 专用字体 Specified Font
- 标识组合 Composition
- 错误应用 Misuse



安全空间尺寸的规范

如果标志的大小确定，那么相应的最小安全空间也就确定了。以标志的高 X 为一个单位，标志周围 1/6X 单位之内为标志的安全空间，并随着标志大小的变化而变化。



基础部分 FOUNDATION

A2-01 中文简称模式规范

信息释义

标准字代表着品牌的精神和文化，与标志同样具有专属性和认知性。标准字在设计上与标志相互协调、相辅相成，在造型结构上形成统一感。

注意事项

在一般情况下使用标准字，应尽量使用提供的光盘电子文件，不建议重绘标准字。尽量避免在重绘中出现误差。在手册规范中出现的“标准字”的称谓为各种标准字形式的统称。

标准字颜色以标准色稿为优先使用，不能实现彩色版本时，可应用标准字的黑白稿或反白稿版本。

- 标志 Logo
- 标准字 Standard Font
- 品牌色彩 Colors
- 辅助图形 Graphs
- 专用字体 Specified Font
- 标识组合 Composition
- 错误应用 Misuse

标准色稿

乐桃

PANTONE: 5487U
C: 66 M: 41 Y: 51 K: 7
R: 105 G: 124 B: 125

标志墨稿

乐桃

C: 100 M: 100 Y: 100 K: 100
R: 0 G: 0 B: 0

反白稿

乐桃

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 255 G: 255 B: 255

标准制图



实际最小尺寸

乐桃 6mm



基础部分 FOUNDATION

A2-03 英文简称模式规范

信息释义

标准字代表着品牌的精神和文化，与标志同样具有专属性和认知性。标准字在设计上与标志相互协调、相辅相成，在造型结构上形成统一感。

注意事项

在一般情况下使用标准字，应尽量使用提供的光盘电子文件，不建议重绘标准字。尽量避免在重绘中出现误差。在手册规范中出现的“标准字”的称谓为各种标准字形式的统称。

标准字颜色以标准色稿为优先使用，不能实现彩色版本时，可应用标准字的黑白稿或反白稿版本。

- 标志 Logo
- 标准字 Standard Font
- 品牌色彩 Colors
- 辅助图形 Graphs
- 专用字体 Specified Font
- 标识组合 Composition
- 错误应用 Misuse

标准色稿

LearnTo

PANTONE: 5487U
C: 66 M: 41 Y: 51 K: 7
R: 105 G: 124 B: 125

标准制图



标志墨稿

LearnTo

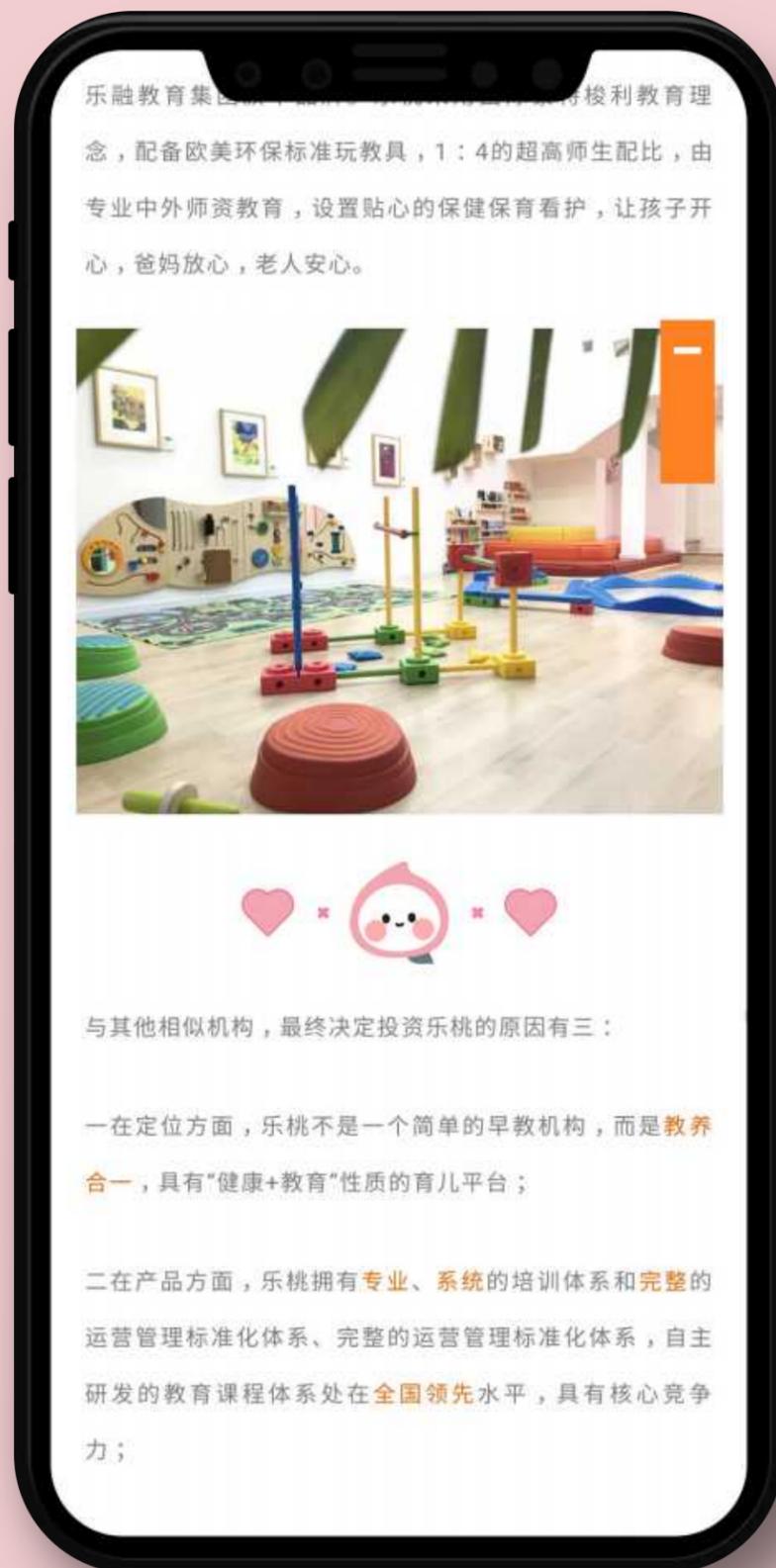
C: 100 M: 100 Y: 100 K: 100
R: 0 G: 0 B: 0

反白稿

LearnTo

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 255 G: 255 B: 255

LearnTo



品牌设计

BOB-CAT山猫品牌
架构设计

品牌设计



品牌设计

天弘基金15周年周年 庆LOGO

品牌设计



基础部分 FOUNDATION

A1-02 标志的标准制图

信息释义

此页为标志的制图规，主要用来阐述标志的科学绘制方法，以此来衡量、确定标志造型、比例及空间距离的相互关系。在制作各种相关项目过程中必须遵循，以求标志的精确比例及视觉形象的统一。

本页的意义在于告知品牌形象的使用认识此标志的正确形态，能够避免错误的使用或为实施供应商把关，而不是将品牌标志进行重绘。

注意事项

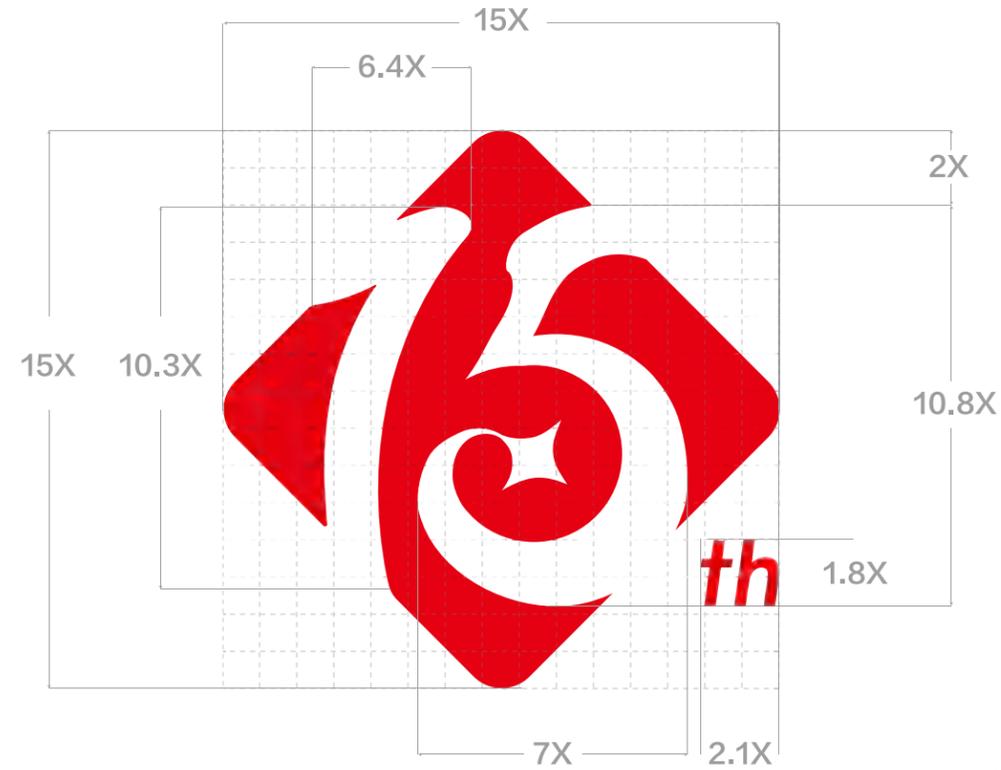
在一般情况下使用标志，尽量使用提供的文件，不建议重绘标志，尽量避免在重绘中出现误差。

标志
Logo

品牌色彩
Colors

标识组合
Combination

错误应用
Misuse

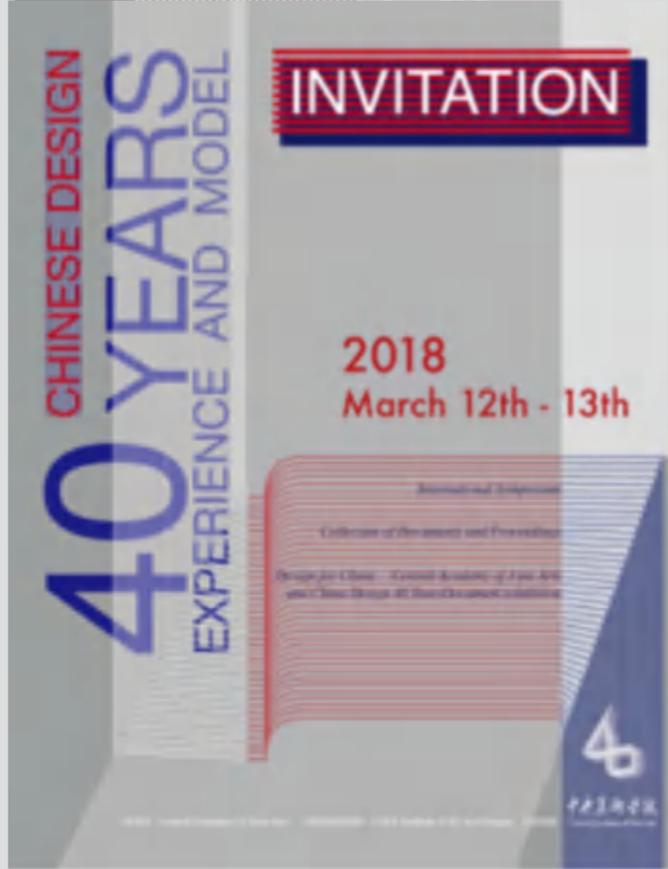


a: X为计量单位，如图所标示的X为单位。以衡量其他位置之间的比例和关系。

品牌设计

中央美术学院
中国设计40年

品牌设计

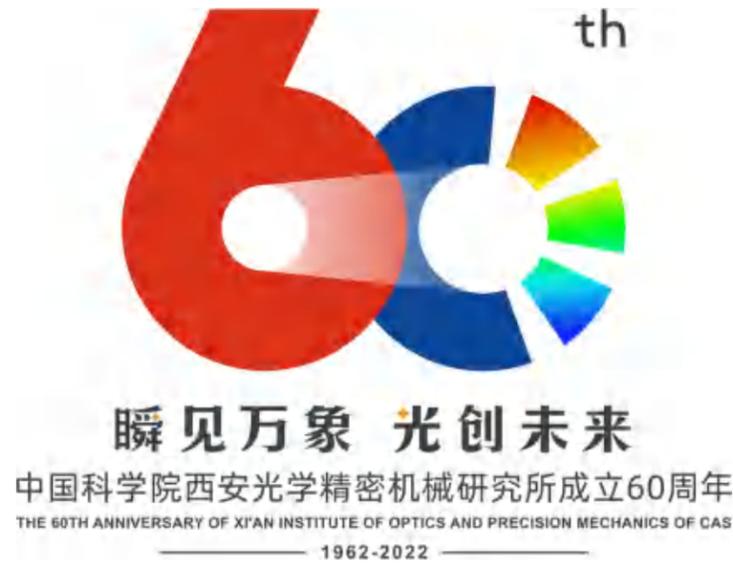




品牌设计

西安光电所 60周年庆LOGO

品牌设计



XIANGUANGJISUO visual identity system Standard Composition Regulation 标准组合规范

VIS A5/01 英文横式组合规范 Sample of Horizontal Regulation in English

Regulation Information 信息释义

为适应不同使用场合与环境，确保信息传达的清晰与准确，特设计了品牌标识的多种组合，使企业视觉形象在不同情况下均能始终保持统一。

Attentions 注意事项

在一般情况下应尽量使用提供的光盘电子文件，不建议使用制图法重新绘制标志及组合。本手册提供了标志组合的标准制图，以便于后期制作过程中检查标识组合是否规范。标识组合的基稿及反白稿仅供特殊情况使用，其他情况下应慎用。

CD-ROM file 光盘文件

光盘文件是本VI手册电子文件的集合，内含手册制作时的专用软件格式文件。其中AI文件 Adobe Illustrator 的简称，制作和打印相关物料请使用AI文件。

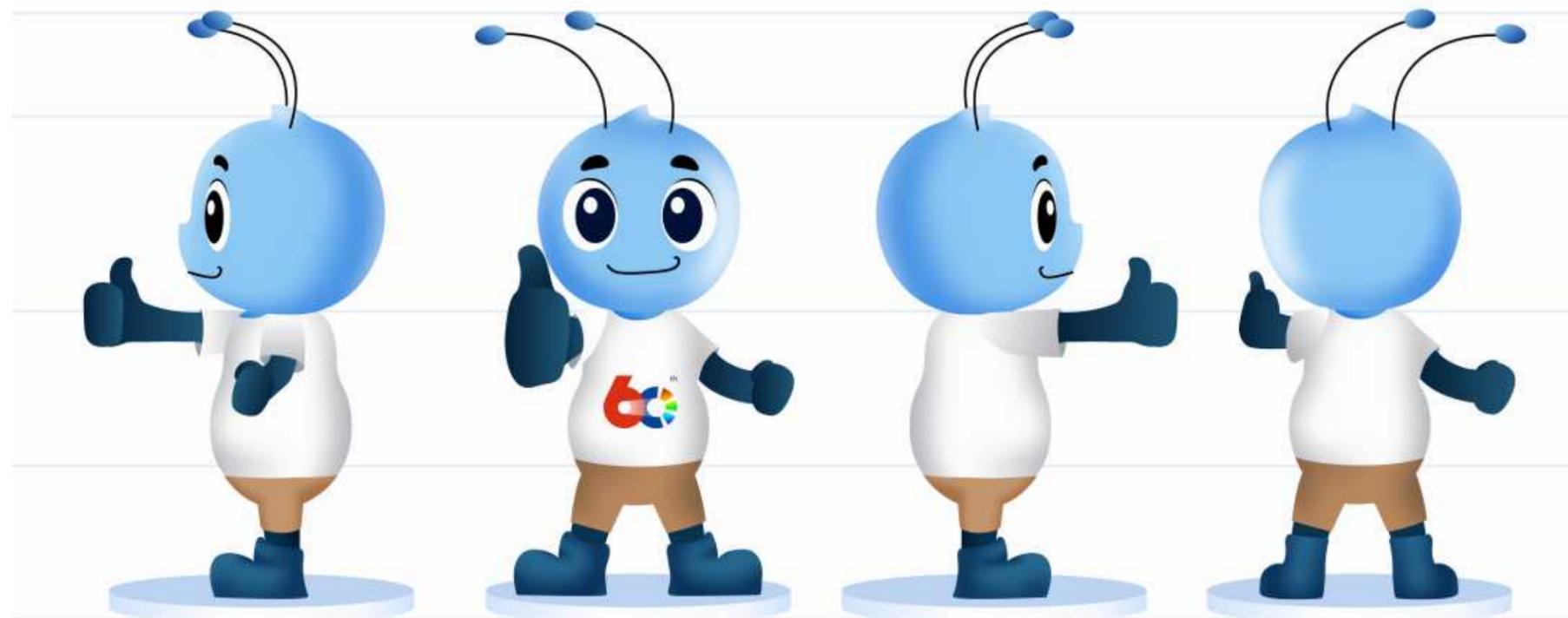




品牌设计

西安光电所
60周年庆IP升级

品牌设计



品牌设计

中赫

2023一起创见未来
台历设计



一起 Together
创见未来 For a Shared Future





品牌设计

青岛恒卓城市服务 VI系统规范

品牌设计



青岛恒卓 城市服务有限公司

QINGDAO HENGZHUO SMART CITY SERVICE CO., LTD.

QINGDAO HENGZHUO visual identity system
Logo Regulation 标志规范

Regulation Information 信息释义

标志在各种环境和材质应用的过程中，为保持对外形象的高度一致性，采用品牌标志的标准制图的方式规范标志的造型比例、结构、空间距离等位置关系。
本页的意义在于告知品牌形象的使用者认识此标志的正确形态，能够避免错误的使用，成为供应商把关。

Attentions 注意事项

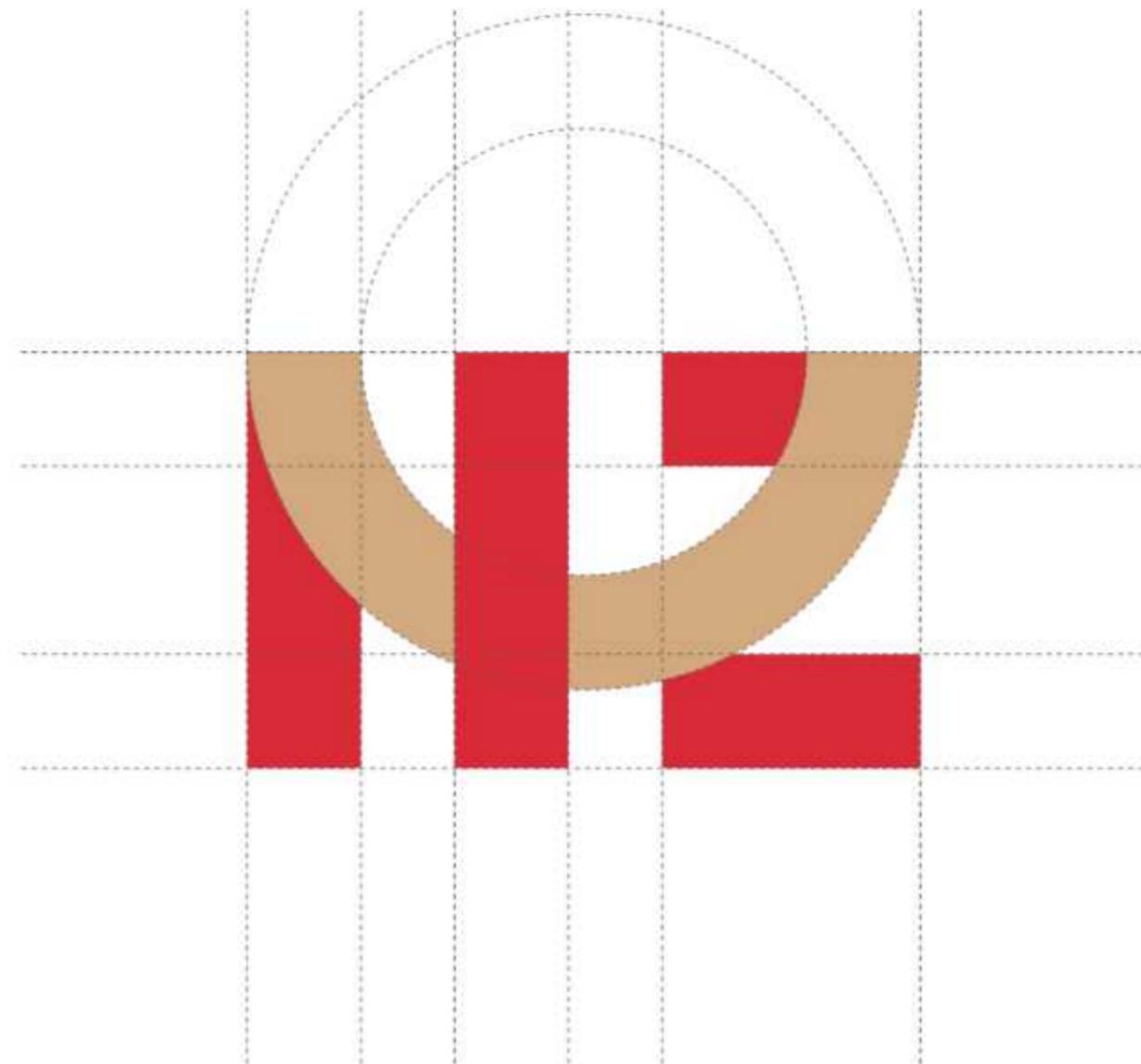
在一般情况下使用品牌标志，应尽量使用提供的光盘电子文件，不建议使用标准制图绘制标志，尽量避免在复印中出现误差。
标志使用环境包括但不限于：
报纸 / 电视广告 / 宣传 / 包装 / 会议 / 新闻发布会 / 新闻通讯 / 公司内外部交流 / 接待手册 / 纪念品等。

CD-ROM file 光盘文件

光盘文件是本VI手册电子文件的集合，内含于制作时的专用软件格式文件。其中AI文件 Adobe Illustrator 的简称，制作和打印相关材料请使用AI文件。

VIS A1/02

标志标准制图 Logo In Grid





品牌设计

长安中医院
VI系统规范

品牌设计



北京长安中西医结合医院

BEIJING CHANGAN INTEGRATIVE CHINESE AND WESTERN MEDICINE HOSPITAL

VIS A2/01

品牌标识横式组合规范
Standard for Horizontal Combination of Brand Logo

Regulation Information 信息释义

为适应不同适用场合与环境，确保信息传递清晰与准确，特设计了标识的多种组合形式，使得标识视觉形象在不同情况下都能始终保持统一。我们在使用中应做到使用无误，防止变形。

Attentions 注意事项

在一般情况下使用品牌标识，应尽量使用提供的电子文件，不建议重绘。尽量避免在重绘中出现误差。

CD-ROM file 光盘文件

光盘文件是本VI手册电子文件的集合，内含手册制作时的专用软件格式文件。其中AI文件Adobe Illustrator的简称，制作和打印相关材料请使用AI文件。



组合标准稿



组合墨色稿 / 组合反白稿

K100%

K0%

品牌设计

长安中医院
VI系统规范

品牌设计



品牌设计

北京京城杏林苑
VI系统规范

品牌设计



北京京城杏林苑中医诊疗中心有限公司

BEIJING XINGLINYUAN CLINIC CENTER OF TRADITIONAL CHINESE MEDICINE CO., LTD.

BRAND VISUAL IDENTITY SYSTEM MANUAL
Corporate Colors Regulation 色彩规范

VIS A3/01

标准色 Standard Colors

Regulation Information 信息释义

企业色彩是品牌视觉识别重要的组成元素，在促进品牌视觉传达和信息输出过程中在辅助色的配合下使企业色彩形象更具有独特性，从而达到最大限度的理念输出。

标准色是标志的基本用色，也是企业形象的标准识别用色，是象征企业文化精神的重要元素。透过视觉传达产生强烈印象，达到色彩在视觉识别中的作用。

Attentions 注意事项

标准色的选取是来自于标志的色彩，将这种最为直观体现标志的色彩设为标准色有利于企业传播形象时的色彩统一以及传播受众心目中的品牌形象鲜明。

标准色在应用过程中要严格遵循品牌视觉识别手册建议和指导，在色值选择上和印刷制作上在充分考虑到相关的配合条件，如印刷机器、印刷油墨、印刷纸张特性及其印刷次数等不可控因素的情况下，要尽量接近品牌手册规范的标准应用方式。

● 专色印刷

在印刷范围内应用，根据国际通用的颜色标准，客户和制作商之间需交换统一的PANTONE色即专色手册作为色彩检验标准，如无相应条件，请选择四色印刷方式。

● 四色印刷

在印刷范围内，需要进行四色分色印刷时所需的颜色标准，为保证印刷的色彩质量，请在应用过程中严格按色值进行试色，因印刷机种类和色彩品牌种类繁多，色彩试色时应以打印色彩四色印刷样为准。

● RGB视屏

在视屏范围内应用，图像相关的颜色需要使用RGB格式。



标志标准稿

CMYK
89 50 77 12

RGB
0 103 81

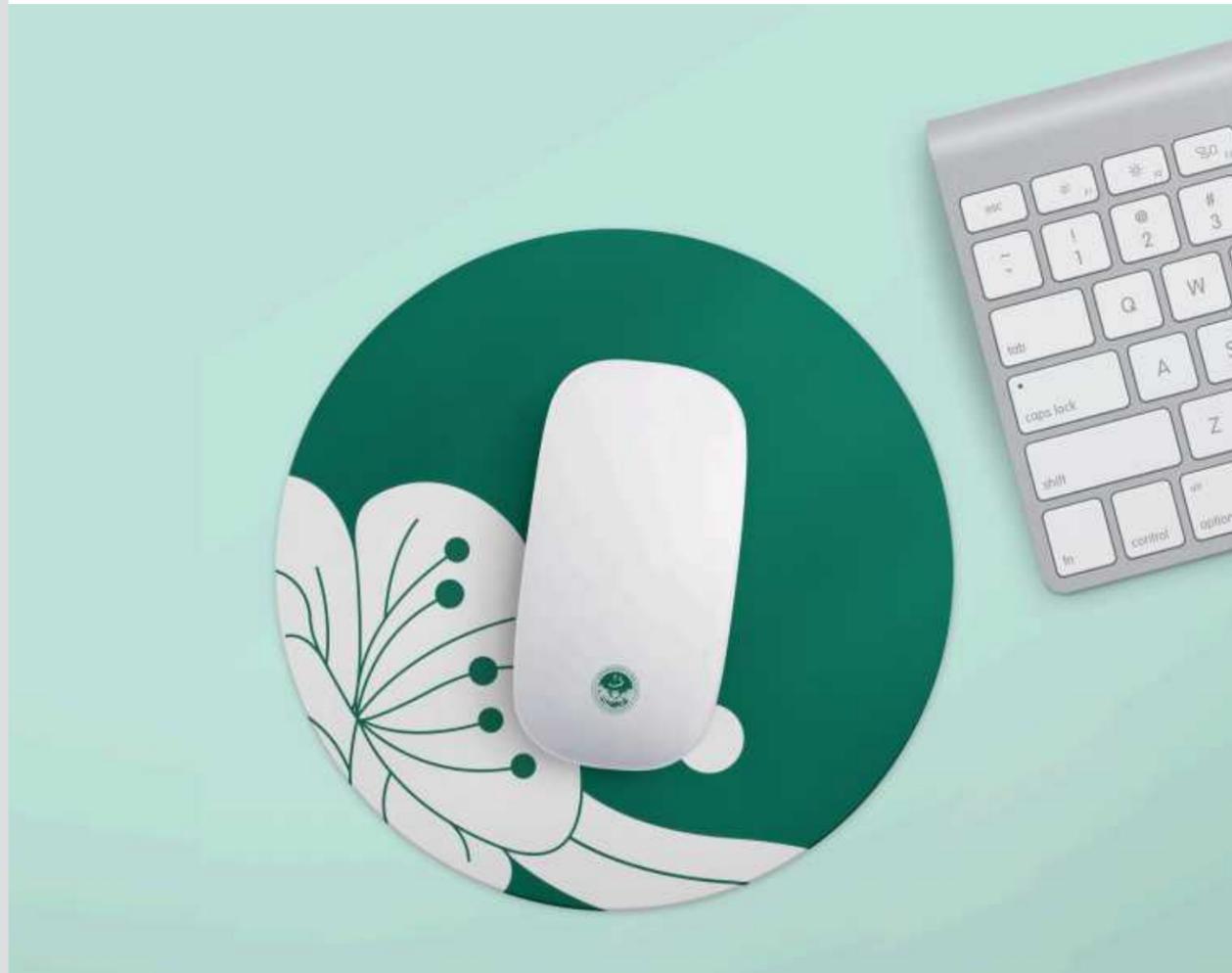


标准色 | 传统绿 Traditional green

品牌设计

北京京城杏林苑 VI系统规范

品牌设计



Service management capability

2.服务管理能力

02

服务

品牌营销

UI/UX

在多年的全年营销服务中，我们制定了一个高效的服务流程规范。其中包含了品牌营销、日常UI运营、全链路落地设计执行与传播公关策略与执行。

设计执行

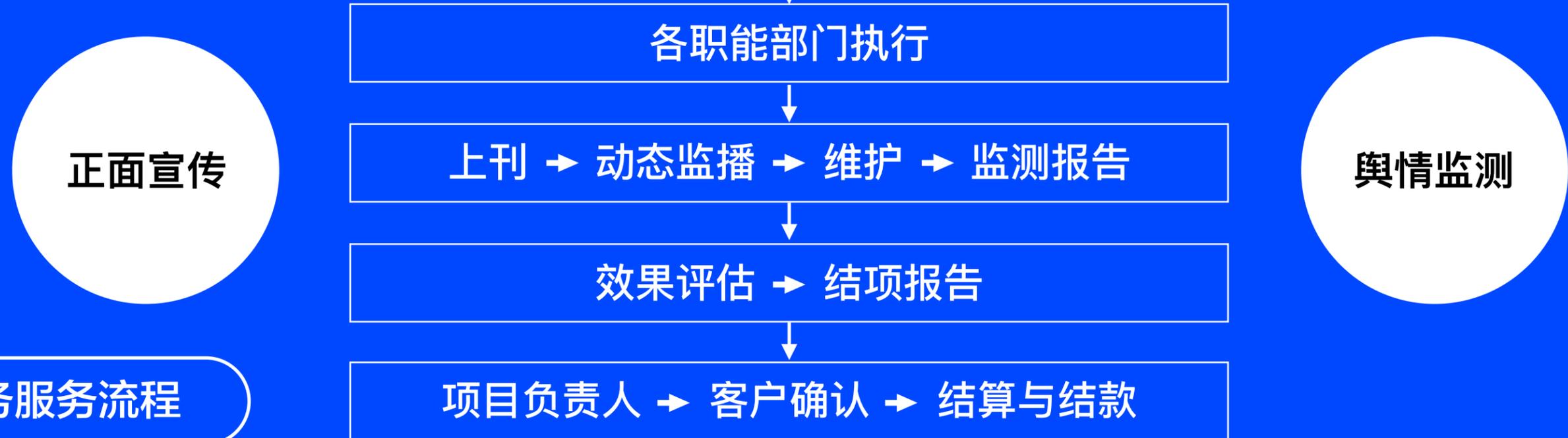
公关传播

管理

客户目标与需求



客户反馈 → 客户调整 → 客户确认 → 签约或brief备案

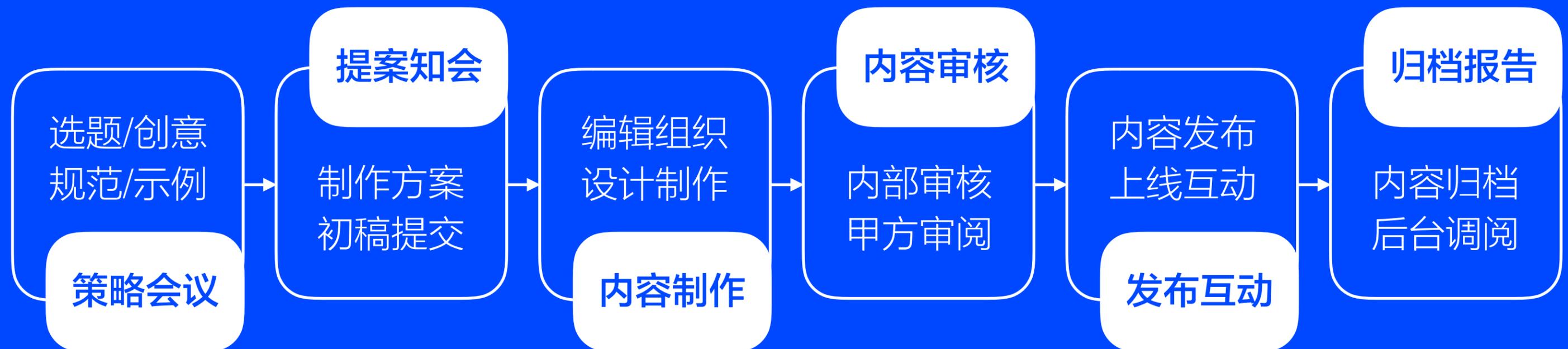


全业务服务流程

PDCA质量保障体系



日常运营/流程控制



严格按照标准流程进行内容制作。
以软件项目管理的执行标准，确保出品优异。

供应核心 成员名单

Core members

03



王一

业务官 / 执行总裁 (法人)

廉正的消化理解客户需求。他总能将天马行空的创意方向真实的运用在客户的商业目标，全能老大。



家衡

创意策略 / 执行策划(原合伙人)

6年美国广告公司经历，从项目评估到创意简报。他帮助品牌在当下文化和科技浪潮中实现可持续发展的落地方案。



针苏

视觉传达 / 执行副总裁

中央美术学院视觉传达研究生毕业，曾领导过国家级大型活动主题设计，包括奥运会、国家勋章奖章、新疆西藏大庆等。

视觉艺术与商业的结合

我们主要项目负责人均来自于国内优质美术学院毕业，包括中央美院、四川美院、西安美院和中国传媒大学等重点院校。



懿品是一家擅长**长期**年度服务的设计制作供应商。

我们拥有的最长服务客户已有**7年**时间（天弘基金）

项目负责人具有**8-10年**以上的工作项目经验

日常对接人具有**3年**以上工作经验，并对对接企业或行业有**1年**以上的深入了解。



李楠

UI/UX/ 执行总监

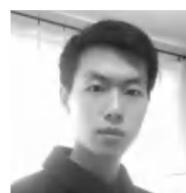
带有大厂的专家级UI认证，曾效力过高德、阿里、58等大厂UI/UX部门，具有强大的移动洞察思维。



媛媛

媒体传播策略/ 负责人

8年的公关公司经历，让她对于媒体传播公关轻车熟路，并很好的制定传播计划，塔罗牌爱好者。



Amike

日常对接/ 主管

事无巨细的解决日常对接任务，耐心的规划与安排每一项任务传达，在他的认知中没有小事。



彦霖

数字搭建师/ 负责人

生活在数字世界里。我们尝试着与他聊天，但得到的都是代码。

核心设计人员

李楠

西安美术学院毕业
UI/UX总监
10年+工作经验/专家级UI设计资质

曾担任
/58同城旗下转转平台用户研究中心
平台设计经理
/高德地图UI部门负责人

UI/UX创意主要负责人，
持续稳定服务银联品牌6年+时长。
精通及熟悉品牌的日常、营销任务。

翟亚腾

烟台南山学院毕业
营销创意/UI总监
8年+工作经验

曾担任
/阿里云用户中心高级设计师
/滴滴代驾运营中心高级设计师

UI/UX创意主要负责人，
持续稳定服务银联品牌4年+时长。
精通及熟悉银联品牌的日常、营销任
务。

张鹏

北京科技大学毕业
执行总监
6年+工作经验

日常客户对接主要负责人，
持续稳定服务品牌2年+时长。
精通及熟悉品牌日常对接任务。

核心设计人员

鞠超

北京服装学院毕业
营销&品牌设计总监/高级设计师
10年+工作经验

曾担任
/鬼石国际品牌设计总监

营销创意设计主要负责人，
持续稳定服务品牌1年+时长。
精通及熟悉品牌营销重大活动主KV
等视觉任务。

方敏

云南大学毕业
研究生学历，高级插画设计师
8年+工作经验

营销商业插画设计主要设计师，
持续稳定服务品牌1年+时长。
精通及熟悉品牌运营的插图手绘业务

赵婷婷

山东铝业学院毕业
UI/UX高级设计师
10年+工作经验

曾担任
/小灵通电子支付品牌高级UI设计师

中国银联/中金公司日常设计对接主要
负责人，
持续稳定服务银联品牌2年+时长。
精通及熟悉银联品牌的日常对接任务

源自中央美术学院设计学院团队，
参与包括世界级、国家级等重要设计项目，**商业与学术**并存。

谢谢观看！