

<<VI设计>>

图书基本信息

书名：<<VI设计>>

13位ISBN编号：9787532244690

10位ISBN编号：7532244695

出版时间：2006-1

出版时间：上海人民美术出版社

作者：金琳,赵海频

页数：129

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>

前言

我们的时代，是多元选择而使得我们又无从选择的时代。

我们的时代，是推崇视觉而使得我们陷入泛滥信息的时代。

生活中到处充斥着各式各样的商品，生活中到处充斥着各式各样的信息，只有最明确、最统一的视觉符号和识别系统才能够在纷繁的世界中被迅速认知。

VI设计，正是企业树立品牌必须做的基础工作。

VI设计，使企业的形象高度统一，使企业的视觉传播资源充分利用，达到最理想的品牌传播效果。实现的途径依靠视觉识别系统的科学设计和有利实施。

科学的设计需要掌握VI设计中的规律和实践中的经验；实施同样需要满足易操作性和指导性。

VI设计，原为一个由国外引入的概念，而更新的一个概念，是“再设计”，那就是在企业的发展过程中，针对新出现的需求，对企业的识别系统进行重新设计。

很多著名的和成功的企业正是这么做的。

（因此有了精彩的案例篇）。

随着多年中国商业的发展历程，各企业品牌意识的增强带来VI设计的繁荣，（国内企业的案例亦见证了中国企业VI设计实施的进步）。

设计一再设计，创建属于自己的VI。

时至今日，VI的理论已经深入人心，无论是拥有跨国连锁店的超级的大型的企业。

或是仅有数人甚至只有一人组成的小型公司，都会有建立自己的视觉和识别系统的需要。

在今天的高等院校，VI设计亦已作为一门正式的课程，本书的出版顺应了时代的需要，本书的出版得到了上海人民美术出版社的大力支持。

本书的编写借鉴了大量的案例，本书的编写得到了很多的企业和设计师的援助，编写本书，使作者受益匪浅，亦愿读者朋友喜爱本书。

<<VI设计>>

内容概要

VI设计，正是企业树立品牌必须做的基础工作。

设计--再设计，创建属于自己的VI。

时至今日，VI的理论已经深入人心，无论是拥有跨国连锁店的超级的大型的企业。

或是仅有数人甚至只有一人组成的小型公司，都会有建立自己的视觉和识别系统的需要。

《VI设计》的出版顺应了时代的需要，编写中借鉴了大量的案例，并得到了很多的企业和设计师的帮助，拥有本书，让读者朋友受益匪浅。

书籍目录

序第一章 视觉篇第一节 眼球第二节 眼球经济第二章 识别篇第一节 身份识别第二节 等级识别第三节 场合识别第四节 产品识别第五节 企业识别第六节 城市识别第三章 系统篇第一节 CI(企业识别系统)第二节 MI(企业理念识别)第三节 BI(企业行为识别)第四节 HI(企业听觉识别)第五节 VI(企业视觉识别)第四章 设计篇第一节 企业形象测定第二节 基础标识设计第三节 办公用品设计第四节 产品包装设计第五节 交通工具外观第六节 企业环境设计第七节 识别服饰设计第八节 公关礼品设计第九节 展示陈列设计第十节 网络传播设计第十一节 应用手册设计第十二节 系统整合设计第五章 模板篇第一节 办公用品模板第二节 交通工具模板第三节 企业环境模板第四节 识别服饰模板第五节 公关礼品模板第六节 应用手册模板第六章 案例篇第一节 国外案例第二节 国内案例第七章 习题篇第一节 思考题第二节 设计题参考资料鸣谢

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>