

人力资源知识之企业标志推开企业文化之窗人力资源管理考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/547/2021\\_2022\\_\\_E4\\_BA\\_BA\\_E5\\_8A\\_9B\\_E8\\_B5\\_84\\_E6\\_c37\\_547832.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/547/2021_2022__E4_BA_BA_E5_8A_9B_E8_B5_84_E6_c37_547832.htm) 企业标志是企业非语言性的第一人称，它对企业文化的阐述有时比语言性的传递手段更迅速、更有力、更准确，而且是世界通用。曾为百事可乐作CI策划的T.丹尼埃.威松说，“标志能表现企业性格”。在强调“个性化、差异化、多样化”的时代趋势下，服务业的企业标志朝着充满生气、自然活泼的人性化发展，更好地表达服务业感性、温馨、热情服务的品质；制造业则从繁琐复杂的图案转向单纯简练的几何抽象造型，充分表达制造业理智、科技和现代的时代精神。折射企业内涵 一个好的企业标志往往能反映企业的文化内涵，因而通常极富感染力，同时也是形体简洁，形象明朗，引人注目，并且易于识别、理解和记忆的。造型美是标志设计的艺术特色，其符号形式符合人类对美的共同感知。/百考试题/收集/点、线、面、体四大类标志设计的造型要素，能构成独立于各种具体事物的结构的美感。世界各地企业标志设计的发展趋势，总的特点是出现了“感性凌驾理性”的新趋势，具体表现在：字体标志看好，由繁到简，从二维空间到三维空间的立体效果；图与底相互利用，从实体到虚体的阴阳相生效果；由静到动，由理性图形到感性图形，朝充满生气、自然活泼的人性化、有机性发展。突出企业形象 由于作为企业形象而被长期宣传，广泛使用，企业标志通常是稳定和一贯的。但随着时代的变迁或企业自身的变革与发展，标志所反映的内容或风格有可能落后于时代，因此在保持相对稳定性的同时，也会作

必要的调整修改。美国宝洁公司（P&G）的标志就是经多次修订成现在的由星星、月神构成的圆形图案的，透着浪漫、神秘的气息。可口可乐公司在上世纪70年代新CI设计中，为标准字下添加了一条白色波浪线，成为新标志的点睛之笔，和原有的流利有韵味的字母相配，和谐而更富激情。在企业各种应用项目中，标志运用最频繁，因此它的通用性不可忽视。标志除适应商品包装、装潢外，还要适宜电视传播、霓虹灯装饰、建筑物、交通工具等，以及各种工艺制作及有关材料，包括各种压印、模印、丝网印和彩印等，在任何使用条件下确保其清晰、可辨。"#F8F8F8" 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)