

如何運用企業識別體系

外貿協會產品設計處包裝設計組組長 黎堅

一、導言

近年來工商發展極為迅速，國際市場的競爭也日趨激烈，而消費型態亦隨物質文明的演進而更替，直接間接導致商品（實體的）或服務（非實體的）需求更趨於多樣性。企業為了適應新需求而進行革新，致力於確保長期營運利益，因而合併、改組、擴張，形成國際化、資本集中化或產權轉移等情況在所難免。每當一個企業在改變其營運活動的過程中，營運的目標可能令其消費者甚至其內部成員感到困惑。為了應付消費者與企業內部員工心目中混淆曖昧的陰影，並掙脫老舊枷鎖，適時運用「企業識別體系」(Corporate Identity System) 模式來重新塑造企業的新形象，以推動企業的營運，甚至使企業脫胎換骨，重新贏得消費市場。

二、企業識別體系就是企業個性與精神的總和所謂「企業識別體系」乃是將企業的經營理想、管理特色、社會使命感、產品與包裝風格、產品開發與銷售策略等，運用視覺傳達技術 (visual communication technique) 透過整體設計表現，以特殊化、差別化、統一化來塑造企業的形象。

三、構成企業識別體系的要素
一、如前述，「企業識別體系」為企業個性與精神的標誌。具體而言，其構成要素可分為下列二方面加以探討：
(一) 基本識別要素 (basic elements)

- 企業名稱 (企業色彩)
- 商標 (品牌) (圖形)
- 媒體使用字體
- 企業理念 (精神) (標語)
- 企業形象人物
- (二) 應用要素 (applied elements)
- 業務用品
- 產品與包裝風格
- 推廣媒體
- 交通及運輸工具
- 經銷店之展售方式及其室內裝潢風格
- 員工制服及配飾
- 節日或誌慶紀念品與贈品
- 建築物造型風格
- 標示牌、招牌、廣告看板等
- 產品開發與銷售策略
- 產品品質之管制制度
- 員工素質、服務水準
- 經營理念、管理制度

上述各項要素，必須透過整體性企劃設計表現，將企業的外觀與特質全部融匯灌注於一體，使之構成一個具有巨大視覺衝擊力 (visual impact) 的「統一形象」(unification)，以發揮「引起注意」→「撩動興趣」→「加強記憶」→「創造慾求」→「激發購買行動」的促銷作用。

四、建立企業識別體系的程序
綜合下列三個主要程序：
(一) 資料之蒐集與分析 (phase I)
本階段資料的蒐集，包括企業內部的瞭解，例如高階主管人員的晤談、企業組織的研析、企業環境的查證、員工的調查、經營策略及產品開發政策等；而企業外部資料的獲得，則著重競爭者企業形象的分析、市場資訊的運用與消費背景資料的研究。

負責「企業識別體系」全案企劃之設計人員必須具備「推銷員」、「協調者」及「設計師」的特質，在與企業高階主管人員晤談期間，應在相互信賴與共同致力於發掘問題答案的基礎上進行。
對於企業內部營運狀況的研析，不僅應涵蓋總公司和分公司的主要業務，而且還包括工作環境、銷售網路、視覺標示體系、商品展示方式、員工的儀容、交通及輸送工具、業務用品等任何在視覺上足以顯示企業特色之事物。蒐集員工對公司的研究也是極為重要，例如，蒐集員工對公司內部工作環境、評價、待遇公平與否、作業流程或方式及管理體制的看法等也是最佳的佐證資料。

至於對消費者或特定大眾之研究，亦構成一個重要分析層面。這項研究最主要的目的是要尋找出消費群對於企業產品或服務，在競爭者早已建立的多數「企業形象」中，擁有何等程度的印象。
研析的結果，最後經過高階主管的決策，塑造基本形象的目標之初步提案大致上就緒。
(二) 設計發展 (phase II)
此一階段的工作是創造一組足以象徵企業精神的基本視覺識別要素 (the basic elements of visual identity)，這純粹是技術細節的表現過程，其步驟大致為「命名」、「商標或品牌圖式」、「商標字體」等之造型設計及「色彩計劃」之設定。在工作過程中多項構想提案將提出檢討，最好的構想經過過濾、修飾和規格化後，便可作為發展一系列應用要素與推廣媒體的依據。通常在設計發展完成後，「企業識別體系」的全部要素（基本的、視覺的及非視覺的），必須納入「規範手冊」(CIS manual)，以便管制所有要素在使用時之品質。

(三) 管理與運用 (phase III)
「企業識別體系」管理準則應被視為企業

業的非實體資產，在運用與管理上，其重要性應與其他實體資產等量齊觀，由企業中有決定能力的主管人員按照「規範手冊」的規定管理執行。

2. 運用程序

要建立企業的知名度及信譽，其先決條件是首先要培養企業本身的實力和健全的產銷制度，提高人員的素質及產品的水準，然後，有計劃的配合行銷策略，嚴格進行「企業識別體系」規範手冊的精神。

五、實施「企業識別體系」後可能獲得的效益

- (一) 提升企業的知名度與信譽。
- (二) 增進員工的敬業精神與團結意志。
- (三) 有助於銷售策略之貫徹。
- (四) 促進財務機構與股東對企業的支持。
- (五) 利於企業的多角化與國際化經營。
- (六) 設計方法規格化，摺節製作費用且易收宏效。
- (七) 易於募集人才，促使企業體質之改善。

六、結論

就我國的經濟環境而言，過去以出口為導向的工業，著重於勞力資源的開發利用，在生產方面多係接受外商訂單來製造產品，並以外國商標 (品牌) 配合銷售。因此企業的生產品牌繁多，規格雜亂，容易造成管理困擾，無法採行獨立自主生產方式，因而品質降低，成本增加，而我國廠商所取得者只是甚為微薄的加工費，但對其獲利甚鉅，時至今日，盡管我國某些使用外國名牌的外銷產品，其品質已百分之百與國外相同，但在國際市場上，卻沒有我國廠商的地位，長此以往，勢必損害我國長期的整體利益。因此，以我國目前的外銷企業形態而言，運用「企業識別體系」來提升自創商標的知名度，配合長期行銷策略，以建立企業的信譽，實為最適當的時機。

合一掃描

台一事務所增新辦公室

鑑於業務量急遽增加，台一事務所專利商標事務所於日前為因應實際需要，改善工作環境，提升工作效率與服務水準，台北總所增加了第五辦公室，地址位於台北市長安東路二段一〇八號十一樓一〇五室。

台南分所為擴大營業亦於月間遷址於台南市府前街二一九號之二、三樓C、D室。該辦公室為台南市第一棟帷幕大樓，環境幽雅，交通便利，台南同仁都準備迎接此一新環境大身手，對客戶做更完善的服務。

台一事務所所長、副所長赴美

台一事務所專利商標事務所所長林晉章為了使事務所的服務水準更進一步，並吸收國外新知，於四月十七日至五月十六日赴美考察一個月。此次所長赴美帶回許多新觀念與新知識，對事務所服務水準的提升將有非常大的助益。

林晉章所長赴美考察之後，台一事務所副所長林大照亦於五月二十九日赴美，接受為期一個月的世界各國專利商標知識訓練，對事務所專業知識的加強必有助益。

林晉章所長應邀演講

1. 林晉章所長甫於五月十六日自美返國，即應台北市眼鏡公會之邀，在當日下午於榮星花園作商標方面的演講，言論精闢必有利於國內眼鏡界秩序之建立。
2. 五月二十三日林所長又應台灣省商會之請，於松江路一五八號4樓商業服務中心會議室為該商會第十六次演講會主講，講題為「經濟轉型期中如何突破不景氣」兼談如何防止仿冒專利商標。
3. 五月二十九日林晉章所長與紀炯耀律師於空軍官兵活動中心做「如何防止及取締仿冒商標」演講，就工商界在商標上之實際需要提出許多寶貴的說明。

溪頭全所教育訓練

台一事務所專利商標事務所為加強所內同仁之專業知識以提高服務水準，於五月十四、十五二天假台中溪頭做一年一度的全所教育訓練。
此次教育訓練內容豐富，方式生動有趣。全所一百三十位同仁分為十組做分組討論，各組討論熱烈，每個人都提出相當寶貴的建議，每組並做成結論推派代表報告，相信這些寶貴的意見將使事務所更進步，發展更完善。

除了教育訓練中專業知識的再加強外，節目組的工作同仁並安排了一項尋寶活動，使大家在教育訓練之餘能輕鬆有趣的氣氛中欣賞溪頭風光，判斷力敏銳的同仁在活動結束後得到贈品。
在歸途中每位同仁皆感二天的活動很充實，大家帶著愉快的心情迎接新的一年！

如何建立企業識別體系巡迴演講暨自創商標拓展國際市場

地區	日期	時間	主講人	講題	地點
台北	六月十七日 (星期五)	下午2:00~5:00	黎堅 (外貿協會產品設計處包裝設計組組長)	① 如何運用「企業識別體系」 ② 建立「企業識別體系」時應配合之商標保護措施 ③ 問題解答	台北市敦化北路201號 台望大樓九樓 TEL: (02) 7151-515
台中	六月二十一日 (星期二)		高玉麟 (外貿協會專員)		台中市民權路216號 中國銀行大廈五樓 TEL: (04) 2248-7323
台南	六月二十四日 (星期五)		林晉章 (台一事務所專利商標事務所所長)		台南市公園路80號 進出口公會三樓 TEL: (06) 2336-480
高雄	六月二十七日 (星期一)		林志雄 (台一事務所專利商標事務所所長)		高雄市中正路245號 聯合大樓七樓 TEL: (07) 2116-776

外貿協會 聯合敬邀
台一事務所 聯合敬邀