

# 目 录

1	品牌形象设计需求分析 .....	1
1.1	项目背景 .....	1
1.2	项目需求及分析 .....	2
1.2.1	清影小食品牌文化 .....	2
1.2.2	品牌小吃现状分析 .....	2
1.2.3	清影小食品牌产品分析 .....	3
1.3	设计流程 .....	4
2	项目方案设计定位 .....	5
2.1	清影小食品牌视觉形象关键词 .....	5
3	清影小食品牌形象视觉设计 .....	5
3.1	清影小食品牌形象核心设计 .....	5
3.1.1	标志设计 .....	5
3.1.2	标志设计理念 .....	6
3.1.3	标准字体 .....	6
3.1.4	标准颜色 .....	6
3.1.5	IP 形象 .....	7
3.2	清影小食品牌形象应用设计 .....	7
3.2.1	APP 图标 .....	7
3.2.2	二维码 .....	8
3.2.3	产品包装 .....	9
3.2.4	纸杯 .....	10
3.2.5	快递包装 .....	10
3.2.6	员工服装 .....	11
3.2.7	员工帽子 .....	11
3.2.8	店铺网站首页 .....	13

3.2.9 员工工作证.....	12
3.2.10 名片.....	13
3.2.11 交通工具.....	14
3.2.12 档案袋.....	14
3.2.13 手提袋.....	15
3.2.14 文件夹.....	16
3.2.15 抖音二维码.....	16
3.2.16 微信表情包.....	17
4 总结 .....	17
参考资料.....	18

# 清影小食品牌形象方案设计

## 1 品牌形象设计需求分析

### 1.1 项目背景

小吃产业作为餐饮业最大的赛道，具有商户数量多、交易规模大、从业人员多、民生联系紧等特征，在促消费、稳就业和惠民生等方面发挥着巨大作用，疫情期间表现出较强韧性，恢复情况好于餐饮业整体。随着“90后”“00后”成为小吃的主要消费群体，吃已不仅仅是满足饱腹的需求，更是成为追求环境、味道、服务和场景的综合体验，网红品牌顺势而生。网红小吃产品往往具有新奇的外形、独特的味道、创意的包装，同时兼具性价比和话题度，注重营销和消费者沟通，以更年轻化、特色化的方式为消费者带来了新的体验。目前，网红小吃消费已成为一种新的时尚。高线城市的消费者由于具有更高的消费力和更个性化的消费需求，往往是网红品牌看重的消费群体。

一些新餐饮品牌的实践和突破，为餐饮人探索出了一个新的方向，那就是用定位思想去指导实践。事实证明，这两年很多飞速增长的品牌背后，都有定位理论的支撑。以往，小吃领域更多的是传统的夫妻店和个体户。开小店，是品类细化，中小商圈化，以及消费者消费升级等多个因素综合的结果小店代表更小的投资模型，更聚焦的产品，更少的人工，更精准的客群定位。同时也意味着更小的投资风险，更低的沉没成本。

目前，中国小吃行业以蔬菜类为主的小吃和卤味/熟食品类比较单一，以连锁经营为主，并且形成了一定规模。而地方特色小吃、以米/面/豆类为主的小吃种类繁多，主要以单店发展为主，但仍有一部分已经形成了品牌，如北方水饺中有“喜家德水饺”、“大娘水饺”等知名品牌，兰州拉面中有“东方宫”、“马艾萨”“马记”等知名品牌。

随着交通的便利，人员流通的普及，地域限制已经不复存在，小吃也走出了地方的限制，而走向了全国各地。在海南，一样可以吃到正宗的北京烤鸭，同样，在东北地区，云南米线一样非常的普及，小吃的普及，让更多的人能够品尝到来自全

国各地的美食，也让小吃行业迅速发展壮大起来。早上走在路上，很多的小吃街都已经开始买早餐，各种早餐车也迎着朝阳开始售卖，他们是上班族选择早餐的必经之处，在这其中，就有很多地方的特色小吃，手抓饼、肉夹馍这些快捷方便的食物，给上班族带来了巨大的便利，很多的小吃摊前，都排着长长的队伍。当然，小吃的队伍是非常庞大的，而且规模也并没有那么的小，现在很多的小吃店不仅装修高档大气，而且产品种类齐全，深受消费者的欢迎。

## 1.2 项目需求及分析

目前店铺是没有品牌 logo 及其专属应用，本次项目目的是为本店铺打造一个富有特色的一个小吃品牌，也会应用于美团、饿了么等各外卖类平台，未来也可能入驻京东、淘宝、拼多多等电商平台用于出售包装食品及 IP 衍生产品。创造出一个符合创办理念且具有个人特色的品牌形象。对于消费者而言，视觉所带来的冲击感便是他们购买产品的第一欲望，通过新媒体传播本品牌形象，从而引起消费者的注意与联想，加深消费者的印象，最后品牌激起消费者内心的共鸣，加强消费者认同感，打响清影小食品牌，最终达到消费的目的。

### 1.2.1 清影小食品牌文化

我们清影小食的创立，目的是打造出一个具有湖南特色的小吃店铺。我们属于线上线下共有的门店，售卖具有湖南特色的小吃。如：长沙臭豆腐、糖油粑粑、常德牛肉米粉、长沙口味虾、湖南酱板鸭等，我们提供安全新鲜的食材以及正宗好吃的味道，注重品质与健康，做好安全卫生又好吃的品牌形象。

公司目标：扩大清影小食的影响力，打造清影小食品牌，扩大知名度。

品牌口号：安全！健康！味道好！

### 1.2.2 特色小吃现状分析

随着社会购买力的增强和人均 GDP 的增长，我国城乡居民消费升级趋势明显。过去小吃的人均消费多定位在 30 元以下，但现在越来越多的消费者愿意为小吃花费 40-50 元甚至更多。

#### 1) 特色小吃行业背景

小吃行业可谓是经久不衰的一个行业，尤其是在以美食著称的中国，不论是走

到哪一个城市，不论经济发展水平如何，都会有一道或者多道独具特色的小吃，这些是很多旅行者每到一地必会品尝的特色。它们不仅仅是食物那么简单，更是一种文化历史的呈现，经过了漫长岁月流传下来的小吃，融合了当地人民的智慧，呈现独有的民俗风貌。或许小吃能够如此的受人欢迎，就是因为除去其食物的本质，所寄托的人文情怀。这个问题的答案很简单，只要小吃一日承载着地方的文化和民俗，它就会如同一座城市的存在一样，经久不衰，长久发展下去。

#### 2) 特色小吃的质量与安全

随着经济的发展，人们生活水平和食品质量的要求越来越高，人们不仅要吃得美味，还要吃得安全、吃得健康。

解决方法：首先是要建立一个良好的品牌效应，在消费者心目中建立起一种信任度，在这阶段品牌也是需要市场转型来进行调节，走向高质量、高标准、高发展道路。

#### 3) 特色小吃线上销售问题

预包装产品既有堂食的丰富口味，又有方便食品简单、便捷的特性，和小吃也是最理想的结合。预包装产品在地道和好吃之间有一个平衡点，既能让懂的人吃出来好，又能让不懂的人吃得好。预包装食品最初是面向对某种小吃有精准需求的顾客，味道上贴近原产地是底牌，但工业化生产带来的零售属性，让其能够有广阔的市场空间，同时也就需要顾及更多人的口味。

#### 4) 特色小吃发展前景

小吃具有广阔市场空间，随着社会和经济的发展，特色小吃成为美食文化不可缺少的一部分，许多国家和城市为了开拓和发扬特色小吃美食文化，纷纷举办盛大的美食节，为世界各地小吃的传播和交流提供了极其便利的条件，也为各地小吃走出地方，传播全国乃至世界起到了桥梁和纽带的重要作用。随着小吃在人们日常生活中所占的比例越来越大，随着社会对小吃文化积极的传播，小吃在人们心中已经占有不可或缺的地位。

### 1.2.3 清影小食品牌产品分析

湖南人爱吃辣椒，湖南人很热情，而湖南人的爱吃和会吃，更是在全国都出了名，湖南的小吃以油重色浓为标志，以酸、辣、香、鲜见长，满城遍地都是好吃的餐馆。有人说到了湖南可以不逛景点，但美食小吃却一定要吃个遍，才不枉来一趟湖南。

清影小食主打的产品为湖南特色小吃，以下为部分产品：

#### 1. 口味虾

口味虾是前几年兴起于长沙教育街、南门口等地的特色小吃，后来蔓延至全城乃至全省，至今长盛不衰。口味虾色艳、汤、浓、味重、香辣无比，深受口味颇重的长沙人喜爱。

口味虾是以长沙妹子般的火辣博得长沙人芳心的，那是一种从脑壳一直辣到脚趾头的辣，辣得你舌头直伸，大呼过瘾。干完一杯冰啤酒后，连忙继续作战，生怕在这样的夜色中不饱逮一顿口味虾，你便呷了亏。口味虾还有其活色生香，红艳艳的虾壳，白嫩嫩的虾肉，鸡汤上浮着几根绿的葱段和紫色的紫苏。从盆中拎起一只肥大通红的虾子，两手使劲一撕，扯下两只虾钳，然后轻轻掰开虾壳，露出弯月般的虾肉，不怕辣的食客还可以再粘点汤汁。

### 2. 长沙臭豆腐

长沙的臭豆腐可谓是非常贴合“臭豆腐”三字。黑乎的颜色，初闻怪异的气味。其实，外酥里嫩，清香可口，奇特诱人、亦臭亦香，做工精细，口味极佳。

豆腐“闻着臭”是因为豆腐在发酵淹制和后发酵的过程中其中所含蛋白质在蛋白酶的作用下分解所含的硫氨基酸也充分水解产生一种叫硫化氢(H<sub>2</sub>S)的化合物这种化合物具有刺鼻的臭味。在蛋白质分解后即产生氨基酸而氨基酸又具有鲜美的滋味故“吃着香”。过去，臭豆腐普遍被认为是“不健康”的食物，如今，却摇身一变成了好东西。

### 3. 酱板鸭

酱板鸭成品色泽深红，皮肉酥香，酱香浓郁，滋味悠长，具有活血、顺气、健脾、养胃、美容之功效，是风靡大江南北的一种汉族风味名吃，是佐酒佳肴、送礼佳品。

湖南仙都辣酱板鸭是湖南一绝名菜，是经三十多种名贵中药浸泡，10余种香料、经过风干、烤制等15道工序精致而成，成品色泽深红，皮肉酥香，酱香浓郁，滋味悠长，具有活血、顺气、健脾、养胃、美容之功效，是风靡大江南北的一种风味美食，是一道佐酒佳肴、送礼佳品。产品香、辣、甘、麻、咸、酥、绵适中，具有醇香可口，色香俱全，低脂不腻，回味无穷，食用方便的特点。

### 4. 糖油粑粑

长沙的糖油粑粑造价便宜，主要原料是白面和饴糖，但其制造工艺精细讲究，有特殊的制造过程。它虽不能登大雅之堂，更不能与山珍海味、鱼翅熊掌相媲美，但正是因其廉价的身份，它能出入平常百姓家，受到民众的厚爱，成为民间长吃不厌的小吃。在长沙，不管人的俊美丑恶、身份地位，也不管男女老少，凡是热爱生活、懂得享受吃的乐趣之人，都有吃糖油粑粑的美妙感受。

## 1.3 设计流程

了解完店铺的创办理念和初衷，针对特色小吃市场和消费者的研究，结合国内类似品牌的设计案例，我初步将品牌形象定位，然后联想出一系列关键词并进行思维发散，从中挑选出最具代表性的核心元素进行组合设计，确定颜色和图形后绘制初稿，再逐步完善选取最优方案，做出 logo，最后完成品牌形象应用设计部分。

## 2 项目方案设计定位

### 2.1 清影小食品牌视觉形象关键词

分析清影小食品牌形象的特点和地域特征，总结出它的品牌视觉形象关键词是：特色、健康、美味。

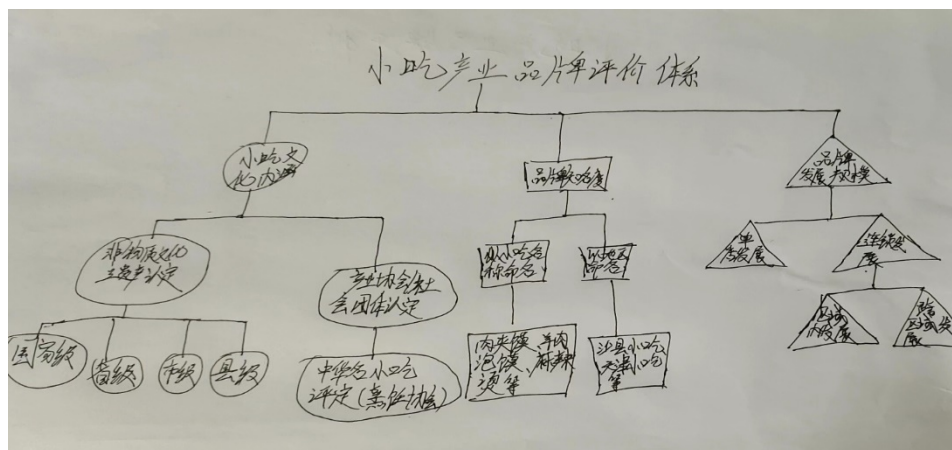
## 3 清影小食品牌形象视觉设计

清影小食品牌形象设计主要包括核心设计和应用设计两部分。

### 3.1 清影小食品牌形象核心设计

清影小食品牌形象核心设计中主要包括标志、标准字体、标准颜色等设计制作。

联想思维图：



#### 3.1.1 标志设计

标志设计定稿

通过联想思维图，我选择了山、水等元素设计出了清影小食的方向，以下是标志最终定稿：



### 3.1.2 标志设计理念

在该品牌 LOGO 的设计中，基于“突出品牌”的中心设计理念，以店铺主要销售产品为整体 LOGO 的中心，两边各以三条水型波纹围绕，象征着本品牌销售的产品安全健康，同样也象征着本品牌产品是以湖南特色为主，最后将本品牌名置于图案下方，突出品牌特色。“小食”二字为绿色，突出本品牌店铺将食材的安全健康放在最中心。

标志的意义是在于通过店铺显著特色来表现，整体上，秉承了“突出品牌”的中心设计理念，绿色和蓝色的搭配能较大程度的告诉消费者本店铺的食材十分健康且安全，极大程度上引起消费者的共鸣。

标志具有空间感和节奏感，设计开放、简约，给受众带来一种更简洁、创新、亲近的感受。

### 3.1.3 标准字体

标准字体包括中文、英文或者其他字体，将品牌的名称通过创意设计组合而成。如所用字体有版权，需得到所属字体公司的授权。

中文字体：黑体。

# 清影小食

### 3.1.4 标准颜色

标准色的设计代表着企业的风格，体现出企业的精神，更好的与企业理念结合。



R:0 G:168 B:236  
C:73 M:21 Y:0 K:0

R:81 G:244 B:17  
C:56 M:0 Y:99 K:0

R:1 G:1 B:1  
C:93 M:88 Y:89 K:80

弗  
兰  
味  
道  
品  
牌  
形  
象  
分  
别  
采  
用  
以

下三种颜色：

### 3.1.5 IP 形象

IP 形象是为企业设计的标志性的人物形象，象征着企业的文化，使企业更加贴近消费者，展示品牌文化。清影小食吉祥物为卡通人物形象，造型设计简约，充满激情，无论走到哪都能给人带来欢乐。



## 3.2 清影小食品牌形象应用设计

### 3.2.1 APP 图标

设计思路：APP 图标是企业的缩影，在移动终端上展示品牌的文化、理念，以及给用户带来更舒适的视觉体验感受。

以下是 APP 图标展示：



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/497165123045006100>