
cis 报告范文 3 篇

cis 报告范文篇一：西点调研报告

导 言

“西点”是中国人对西式甜点的统称。英文名词为 Baking food，主要的意思是烘焙食品。它同中华烹饪一样，在世界上享有很高的声誉。受西方文化影响，如今，在快节奏生活方式中面包牛奶已经代替豆浆油条出现在中国人的早餐桌上。但是，中国西点消费的市场远远没有饱和，随着国外知名烘焙企业的大军压进，带动了国内烘焙市场品牌化方向发展。西饼、蛋糕房如雨后春笋般地越开越多，其中的一些连锁品牌已经拥有了一定的市场知名度和稳定客源。西点市场的发展，必然会促使烘焙企业加强西点品种和西点屋环境、服务的创新和发展，挖掘研发适合国人的西点美食，即营养又丰富并且适合各个层次西点爱好者的口味，店内环境优雅，装饰简约而浪漫，成为休闲短歇的理想之地。同时引进世界先进的快餐管理模式，从餐品制作到店面管理，每个环节都实现，系统化，标准化。

在这个食品质量安全十分重视的今天，不可否认的是，新鲜食品更是现代人们的最爱，“西点”也已经成为了一种时尚的生活趋势。

调研时间：

xx 年 2 月 23 日—xx 年 2 月 26 日。

调研地点：

郑州市国贸 360 广场，万达生活广场。

调研方法：

实地考察、网络搜集、阅读文献资料。

考察内容：

西点房企业文化以及企业的表现方式、经营理念。

调研目的：

1、了解西点行业的市场现状及具体状况，同时分析该行业在城市的整体情况。

2、收集一些西点房的市场分布，销售价格、销售状况，销售人群以及销售方法，并对其进行分析，以此找寻西点房在企业形象上的最佳突破点。

3、了解西点在消费者心中所存在的主要档次及消费理念，以及消费者对其他品牌的主要认知度和对品牌的喜爱度。

4、了解消费者的喜好、习惯、年龄层次，确保能更好的定位西点房整体形象的设计效果。

5、观察同等西点房的不同企业理念和经营方式，了解它们各自的优势及销售情况，以及能更好的把它们的优势运用到自己的设计当中，以寻求更好的设计理念。

6、为圆满完成自己的 CIS 企业形象设计课程做充分的市场调研和充足的准备。

一 课题基本情况介绍

如今在城市繁华的商业街区，常常可以看到各种装饰典雅的面包房、西饼屋、蛋糕店等，这些西点房由于环境优雅，干净卫生，产品琳琅满目，深受消费者的青睐。而这次我选择的课题是西点房整体企业形象设计即 VIS，通过自己的市场调查和收集的资料独立创作完成一个系统化的突出企业精神为出发点，运用整体形象传达的现代化设计的西点房。新鲜美味的食品是现代人们的最爱，它已经成为一种时尚生活趋势。由于都市压力大，很多人会常常很紧张地或在诸多顾虑下吃东西。唯有在愉快的心情下，才能把它当作一种享受，所以好的销售环境也是十分重要的。我的具体内容是通过对西点一些文化背景了解 and 现代人们对于西点房环境的一些要求和喜好，结合西点房整体的理念和文化设计出西点房的整体形象，考察市场上的西点房有很多在色彩方面采用绿色做为企业的标准色，我希望能够对市面上的西点房整体形象有所创新，设计出大多数消费者能够接受并且喜欢的西点房，简约而不简单同时设计出我自己的特色。

二 调研情况介绍

我去郑州的商场实地考察一些知名的西点房，收集相关资料，以及了解了各个品牌文化理念，并且和一般的西点房进行比较。在仟吉西饼考察的时候，店员告诉我们“仟吉”的产品是定位于注重生活质量和时尚品味，注重健康饮食的消费者市场，为消费者营造一个良好的生活品质和对时尚生活的追求，在为消费者带来方便生活的同时，更注重产品的质量，仟吉的企业主色调为墨绿色，代表仟吉环

保、低碳的时尚潮流，辅助色为金色和白色。金色代表任吉提供给每一个客户尊贵的服务；白色代表着任吉按照质量管理体系的要求从事生产、销售，保证产品的安全和卫生。在商场里，考察了唐恩都乐的糕点屋，它是一家出售以面包圈为主的烘烤甜点以及咖啡等食品的快餐店，与任吉和好利来相比，没有任吉和好利来适应大众消费者，它的企业形象主要就是用鲜活绚丽，和缤纷诱人的色彩，容易被小朋友识别和喜爱，在选址的时候也要选择适合企业发展的位置，周边环境对企业发展也有很重要的影响。随着我国人民生活水平的提高和餐饮市场的快速发展，西式的面点越来越受到人们的欢迎，市场需求量也越来越大，所以企业在注重产品质量的同时也要注重企业文化，考察任吉西饼之后，又去了面包心语，和 85° C 和好利来等西点房，

它们的糕点包装形式都有不同，为了更好的识别西点房，每个西点房会把标志辅助图形印在包装袋，杯子，餐具上，糕点的造型也各具特色，色泽鲜艳，造型可爱的糕点容易吸引青少年，而且每段时间出新品，什么样的节日出什么样的蛋糕，老人不爱吃甜品，所以很多西点房做的糕点有专属老年人的，但是总体来看，去西点房的消费人群还是以青年和上班族居多，现代社会很多青少年和工作者追求高质量的生活，一般的西点房和有企业形象设计规整的西点房比，消费者还是会选择后者，企业形象也是一个企业向前发展必不可少的条件，尽管它的产品价格会比同类产品的价格贵，但是消费者愿意去购买，这就说明一个企业的形象对消费者也有很大的影响。

这段时间所有的见闻和所得的关于这次课程设计方面有关的内容做了梳理和总结，希望这份调研报告能够完整的体现我这次 CIS 设计的课题的设计意图和创作必要。在本次调研中我主要是实地考察，搜集资料进行比较，鉴赏和学习。了解市面上的西点房的企业形象和经营模式、目标消费人群，通过自己的调查，我更加深对自己所要创作对象的内容、性质、特点和消费者对象等等作出正确的判断，了解西点房的形象实质。

三 课题考察归纳总结

这次市场调研我主要去了知名度较高的西点房，仟吉西饼、85° C、面包新语、元祖等... 这些连锁的品牌的西点房在选址方面都有相似的特点，都是在交通枢纽人员流动大的街道，学校密集区和入住率高的高档社区。这里的消费群体大多是学生、小孩，上班族，他们大多的习惯是把西点当作早餐，快餐，零食等，其消费特征有几方面：崇尚知名品牌，大多数消费者买糕点和面包时首选知名的西点房，而一般的面包店西点房市场占有率不大，主要原因一方面是品牌的知名度较高，另一方面这些知名西点房的环境优美，企业形象的识别系统鲜明，大多数西点房为了更多的满足消费者的需求，人性化的在西点房配置了休息区并且提供无线网络，但是随着人们生活水平的不断提高，西点房也在不断发展，但是其发展中也存在一定的缺陷，没有很好的满足消费者的需求，需要不断的改进，提高消费者对西点房的满意程度，只有这样西点房才能更好的立足和发展。

四 主题思想定位 我想做的西点房是以极具区隔力的清新绿色，给人新鲜、健康、时尚的氛围感受。店面和店内一律选用白色和绿色，使店内看起来干净、整洁、舒适。店内所有餐盘、杯子、桌椅、服装等，上面都有西点房的标识，使顾客加深对本店的认识，西点房的企业形象设

计很重要，好的企业形象是将这个可以的美好形象及一系列成果付诸实施、广为传播，让新的形象扎根在每一个人的心中，让大家对这个形象有一个新的认识和理解。商业竞争日益激烈，好的包装也是很重要的。而在设计新形象的过程中，我会注意大众的审视喜好和偏爱方向的大致取向，避免繁杂纷乱的外观，给人以简易、大方、质朴、清晰地感觉，让大众的第一感觉尽量和我的制作初衷相吻合。在产品的包装上也一定要采用绿色包装的形式，现在的社会都提倡低碳环保，糕点的包装也应该如此，作为糕点的包装设计，要想吸引人的眼球，不仅在糕点上要有创新，也要在包装上创新，并且更要符合大众的口味。要想商品包装的设计取得一定的成果，不仅要以现代社会的消费观念的进一步深化为依据，更要以产品包装的功能对消费者实现的承诺和消费者的生理及心理的最真实地感觉表现来体现。

随着市场竞争的日益激烈，更多的企业认识到品牌是企业生存和立足之本，品牌竞争已成为企业之间竞争的最高表现形式，在商界品牌战被誉为“最后的商战”。这说明企业品牌将在今后的商业中占有重要的地位，及时推广企业文化，建立企业文化的外部认知对

企业的发展至关重要。cis 报告范文篇二：企业形象调研报告

调研目的：企业形象(CI)对于企业的重要性，CI 包括：MI 理念识别、 BI 活动识别、 VI 视觉识别三个部分，其中 VI 视觉识别在 CI 企业形象中的重要性。

调研时间：20xx 年 x 月 x 日

调研方式：网络书籍搜索、实地考察

调查背景：当今世界进入信息时代，市场竞争也愈加激烈，企业在经营中必须掌握准确、及时、系统的调查资料，并对市场变化迅速作出反应，才能在竞争中取胜。

调查对象：凯利科技投资有限公司

调查内容：

公司简介：凯利科技投资有限公司是美国凯利自控公司(Kelly Controls, LLC)是专业生产电机控制器股份制公司，坐落于合肥市瑶海工业园。公司主要从事交直流点击控制器的设计、研发、生产和销售。应用国际先进的微处理器，自主研发高电流驱动模块、软件嵌入式控制算法和独特的外观设计，开发出多种规格的交流电机控制器，直流有刷、无刷、永磁电机控制器。

企业文化：凯利致力于搜索社会人才、发觉精英、大胆用人、选拔贤才用公平的制度给人机会，使企业充满生机和底蕴，焕发着蓬勃的活力。公司在持创新发展的同时注重人才培养、秉持人性化的管理理念，思员工所思，想员工所想，不仅能给员工提供安全、高

效率的

工作环境，舒适干净的生活环境，而且公司在业绩良好的同时，利润持续分享给员工。

CI 系统：企业形象 (Corporate Image, 缩写：CI) 是指人们通过企业的各种标志而建立起来的对企业的总体印象，是企业文化的建设核心。企业形象是企业精神文化的一种外在的表现形式，它是社会公众与企业交往过程中所感受到的总体印象。这种印象是通过人体的感官传递获得的。企业形象能否真实反映企业的精神文化，以及能否被社会各界和公众舆论所理解和接受，在很大程度上决定于企业自身的主观努力。

企业形象 CI 的基本特征具有战略性、系统性、差异性、竞争性。CI 包括：MI 理念识别、BI 活动识别、VI 视觉识别三个部分。

1、MI 理念识别：是 CI 的核心，是企业精神理念的灵魂。它包括了企业精神标语、经营理念、经营方针，经营策略等几方面。

2、BI 活动识别：是 CI 的动态部分，是 MI 的行为体现。它包括了企业管理方针，员工教育和工作环境的治理，产品开发策略以及对外的公关关系活动促销活动和公益性文化性社会活动等，是企业对内产生强大凝聚力，对外形成巨大影响力的物化基础。

3、VI 视觉识别：VI 是 CI 的静态部分。通过 VI 设计将企业精神理念传达给企业的关系着和社会，从而在视觉传达方面树立起统一形象。

VI 是 CIS 中最具有传播力和感染力的层面。以视觉形式作为传播媒体，将视觉信息传播中的各个形式统一化、具体化、视觉化、标

准化地进行传播。也是最外在、最直观的部分它与社会公众的联系十分密切，影响最广，是企业对外传播的一张脸。VI 最容易被社会大众所接受，具有主导地位。

这三者是各具特点、层次分明，互相关联、三位一体，高度统一、协调运作。

公司 VI:目前公司还没有完善的 VI，现只有企业名称、企业标志、宣传口语等，目前还没有完善的应用要素系统(交通工具、衣着制服、旗帜、招牌、识别牌、广告媒体)和基本要素系统(象征图案、标准字、标准色等)。

总结：每个企业都有一个形象，无论你重视与否，它总是存在，而问题就在于这个形象是否令人信赖且品质卓越。打造企业的视觉的资产，从理念行为到形象都要独具特色，绝不能从一种雷同走向另一种雷同。cis 报告范文篇三：洛阳市阳光心理咨询中心 CIS 策划

一. 前言

a) 导入 CIS 的原因

洛阳阳光心理咨询中心(以下简称“阳光咨询”)是一家微型事业单位兼以盈利，其发展阶段尚处于初期成长期。自创办以来，

取得了骄人的成绩。其机构运营一直都有蒋庆伟先生一人操作，异常辛苦且不规范。经调查发现，本咨询中心存在

1. 市场意识淡漠，营销薄弱；
2. 客源较少，资源浪费情况严重；
3. 管理观念和制度缺乏，各项工作系统化不强；
4. 企业价值理念不清，员工服务意识不强；

基于以上原因，决定对阳光咨询导入 CIS 系统，以期提高企业形象、管理效率，增加顾客量，塑造企业文化，整合企业资源的目的。 b) CIS 简介

CIS(corporate identity system)就是组织识别系统。它是组织对其理念、行为、视觉形象以及一切可以感受形象实行的统一化、标准化与规范化的科学管理体系，是公众辨别与评价企业的依据，是企业在经营与竞争中赢得公众认同的有效手段。它可以

1. 将市场营销与企业形象设计提升至经营哲学的水准，并使之见诸于具体行动，变成可观、可闻、可感知的系统；
2. 应用于企业所有的部门和全体领导员工，而不单单是广告宣传部门；
3. 将信息传达而全部目标受众，而不单单是消费者；
4. 动员所有与企业有关的媒体，而不单单是大众传播媒介；

CIS 包括五个部分，即环境识别系统、听觉识别系统、视觉识别系统、行为识别系统和理念识别系统。

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/716205113120011002>