

目录

1. 品牌形象设计需求分析	1
1.1 国内民宿的发展现状	1
1.2 国内民宿的特征	1
1.3 项目需求及分析	1
1.3.1 栖憩野舍品牌文化	2
1.3.2 民宿行业现状分析	3
1.4 栖憩野舍消费者分析	3
1.4.1 用户集中在大学生及年轻人群体	4
1.4.2 集中在家庭亲子出游群体	4
1.4.3 更加偏爱二居室房型	4
1.4.4 国内同类品牌标志分析	4
1.5 设计流程	5
2. 项目方案设计定位	5
2.1 栖憩野舍品牌视觉形象关键词	5
2.2 设计风格	5
3. 栖憩野舍的品牌视觉设计	5
3.1 栖憩野舍品牌形象核心设计	5
3.1.1 标志设计	6
3.1.2 标准字体	7
3.1.3 标准颜色	8
3.1.4 LOGO 设计表现	8
3.1.5 IP 形象	8
3.2 栖憩野舍品牌形象应用设计	9
3.2.1 企业名片	9
3.2.2 工作证	9
3.2.3 企业专用纸	10

3.2.4 塑料文件夹	10
3.2.5 档案袋	11
3.2.6 工作牌	11
3.2.7 专用纸杯	12
3.2.8 手提袋	12
3.2.9 笔记本	13
3.2.10 二维码	13
3.2.11 APP 图标	14
3.2.12 表情包	14
3.2.13 会员卡	15
3.2.14 指示牌	15
3.2.15 服装	16
3.2.16 货车	16
3.2.17 广告牌	17
4. 总结	17
参考资料	19

栖憩野舍品牌形象方案设计

1. 品牌形象设计需求分析

在我国，民宿的发展还处于初期，在全国范围内，浙江省民宿旅馆的发展在全国都是首屈一指的，同时，国家旅游局也发布了一系列有关促进家庭旅馆发展的政策，并且与此同时人民大众的生活水平质量也在不断提高；而农家乐，农庄，旅游景区等传统的住宿方式，更多的人开始转向更精细更有品味的家庭旅馆，于是，在全国范围内，民宿也开始大量出现，催生了民宿经济的发展，所以需要设计民宿 logo 来扩大知名度，我选择栖憩野舍这个方案来设计。

1.1 国内民宿的发展现状

当前，国内的乡村家庭旅馆在南部的江苏，福建，厦门等地的乡村家庭旅馆在北部所占的比例较小，并以该区域为中心，向外辐射；在风景名胜这个部分，呈现出过度聚焦。其经营方式以家庭旅馆，客栈，农家乐为主；青年旅馆，郊外别墅，酒店公寓等等。

1.2 国内民宿的特征

个性化经营是客栈民宿的主要特征，另外，民宿在建筑和装修风格上会带有浓厚的当地特色或主理人的个人特色；在经营方式上，餐食可提供自助烧烤、自己采摘蔬菜，水果。虽然他们来自不同的地方，但如果是性格比较开朗的人，他们可以聚在一起举办活动，来释放压力；对于消费者来说，民宿区别于标准化的住房地地方在于不仅实现了“住”的功能，同时还可以通过对环境氛围的营造和提供个性化的服务使消费者得到身心舒展、感受到有别于日常生活化的个性旅游体验，使更多的人更加热爱旅游，喜欢出行。

1.3 项目需求及分析

随着旅游方式的不断扩展、旅游内容的也在不断变化以及人们的观念也在不断更新，民宿作为新出现的新星、独特的旅游接待和安排，游客会对此感到好奇，吸引了很多人，其他人见到此场景也必然会不断地改变其方式和内容，让民宿不仅仅是一种接待设施硬性条件，更成为一种靓丽的风景线成为游客打卡之地，民宿还必须有特别要素，可以区别于别的酒店。

随着居民旅游对民宿有更多的了解和出游次数增加，人们对于个性化主题住宿需求不断扩大，为了保持经济的增加，当地文旅局应该采取措施，提供条件保持民宿供应量，让来旅游的人有房子住。

民宿住宿产品是个性化经营的特色，通常需要利用周边旅游资源提供有当地特色的风土人情和文化，特色项目来增加来访量，特色本身就是旅游资源中的重要环节。旅游出行变成必备的项目，在各个旅行社和旅游平台上，车票的售罄与景点门票，一票难求、交通拥堵等问题，所以推出了旅游套餐打包一条龙服务已经是趋势所向。

客栈民宿为什么要对客户进行细分？

市场竞争的需求：这段时间以来，民宿行业爆火大火，各种资本家的介入，以及游客数量的增长，新增民宿的数量迫在眉睫。在这种事态下，需要不断有资本家投入来扩大民宿数量，保证游客的住所。民宿一般位于旅游目的地，尤其在淡季，供给大于需要，供需不平衡。由于这种情况，经营者必须首先做好措施，明白什么时候人多，什么时候人少以及自己目标受众在哪、喜欢什么，才能在从运营上做到对目标人群精准狙击，从而获得市场占有率。

民宿是个性化很强的住宿风格，并且带有浓重的主人化色彩。如果民宿主人是一位 70 后，那么在他的民宿中，应该会有很强的属于 70 年代的印记。如果店铺的主人是一个古董，那么在他的民宿装修设计中，他会把收藏的东西放在民宿中，然后喜欢文物的人会因为喜欢文物而愿意来店里居住。人以类聚，物以群分，主理人的存在也是会对客群的一个筛选细分。

在这种情况下，并不是所有客人都会喜欢同一种类型。如果两者相互不认同对方的理念，就比如客人不认同客栈民宿，客栈民宿不认同顾客，就会造成误会。喜欢的这一类的人特别喜欢这种特点，不喜欢的人会特别不喜欢，可能由此造成两个极端。

由于传统民宿现在存在的问题及各方面原因，因此我们推出了一家跟以往的民宿，改变人们的刻板印象，推动民宿行业走向高潮。我们需要借助电子商务技术来运营，宣传打造。电子商务等新兴数字经济形态快速发展，对我国经济高质量发展发挥了重要作用。目前企业是没有品牌 logo 及其应用,本次项目目的是为企业打造一个新型电商品牌，应用于携程、去哪儿旅行等各类电商类平台。

1.3.1 栖憩野舍品牌文化

1、回归自然

在此基础上,提出了一种“回归自然”的理念。这是一个可以让天天很忙的人,或者由于生活的压力感到痛苦的人们,可以找到一处可以让他们放宽心,放下焦虑的地方。民宿的设计风格与其他的行业空间设计和酒店设计有着很大的不同,它的所有的设计风格都是一种纯朴、清新脱俗的乡村风格,简单而又充满着生活的诗意。所以在设计的过程中,设计师要将民宿的设计理念与周围的环境相结合,做到环境与民宿的和谐,在装饰材料上选用纯天然,最好选用原木,和接近大自然的东西。

2、回归家园

体验感不仅体现在家用电器和床上用品,柜子等硬件设计,还包含服务方式和服务态度等主观上的软性条件。品牌理念就也就是以顾客的利益为先,提高用户入住体验感,也会给品牌形象建设。想要将顾客完美带入产品和服务中去,民宿的品牌理念就要加入每个路人的故事与酒,让人们忘记那些不开心,将感情因素充分运用,让顾客身心愉悦,体验感会达到最高舒适、回家的感觉。

1.3.2 民宿行业现状分析

1.研究层次比较浅,政策体系不够完善。民宿是一种新型旅游的载体,虽然很早之前就有了,但就目前来看对其研究深度不够,缺乏完善的管理,政策体系不够完备。

2.个体户为主,没有形成团体。个人户经营没有讲究协调,所以没有完整的体系。行业间没有领导者,缺乏集体意识,缺少的沟通交流与沟通。

3.从业人员文化水平鱼龙混杂,整体素质偏低。民宿经营者的文化水平也各种各样,虽然有部分较高学历,但由于固化的思想,新一代经营者,很难将创新的理念传递下去,因为大部分还是以旅游景点周边乡亲为民宿管理者,这类人往往缺乏业务思考,文化内涵较少。

4.规划讲究因地制宜,所以没有根据实际。

5.破坏环境,水资源污染,人口太多。

1.4 栖憩野舍消费者分析

随着互联网发展速度越来越快,并且消费者的观念也在不断更新。对于住房的需求,消费者不再仅仅是追求住,还有一种舒适与体验双重结合的需求。休闲、愉快,打造都是体现栖憩野舍的意义,吸引广大消费者。由于经济水平不断提高,我国旅游业得到了发展,民宿市场也发展迅猛。

1.4.1 用户集中在大学生及年轻人群体

民宿的大部分用户多集中在大学生，大学生时间多，宿舍一起出行人数多，订酒店不划算，选择经济简约。而从房客年龄分布区间来看，多集中在 20-35 岁的年轻人群，占比达到一半。综合来看，目前我国民宿行业的受众逐渐趋于平衡化且消费主力逐渐年轻化。

1.4.2 集中在家庭亲子出游群体

家庭亲子出游是群体活动，主要是由于孩子的原因，选择时需要考虑的因素较多，而民宿相和酒店相比，更能满足生活场景的需求，如自己动手做饭，陪亲子玩耍等。

1.4.3 更加偏爱二居室房型

可以有家的感觉，朋友聚会是合适的选择，一起做饭，每个人负责一个菜，不仅可以交流感情，还可以增加厨艺。

1.4.4 国内同类品牌标志分析

通过目前已有的品牌对比，我们的品牌跟他们还是有一些不一样的，理念，方式。他们是综合很多家酒店或者民宿，而我们是打造一家独有的全国连锁类型像企业那样，有自己的 APP.LOGO。以下是同类标志。



图 1 各类旅行 APP 图标

1.5 设计流程

了解项目背景和文化，知道企业要传播的理念后，结合目前已知的案例和经验。我们将品牌形象定位，进行思维发散进行联想概括总结，从中选出核心元素精炼提取，颜色和图形，标志设计初稿，再不断完善，最终确定 LOGO.品牌形象应用。

2. 项目方案设计定位

2.1 栖憩野舍品牌视觉形象关键词

分析栖憩野舍品牌的特点和经营理念。总结出他的关键词是家、温馨、舒适，便捷。

栖憩----内涵

栖和憩都是停留休息的意思，在忙碌的时候，休憩一会。养精气神才能创造出更大的能量。

野舍---内涵

贴近自然，忘记城市的喧嚣，偶尔宁静。享受静谧的美好。

2.2 设计风格

采用具有空间感和节奏感的图形设计，给受众带来一种更简洁、创新、亲近的感受。利用图形和色彩搭配带来独特的品牌气息，给消费者脑中留下深刻的印象，整体时尚、充满活力，展现企业的品牌形象，简约大方，以蓝白灰为主。

3. 栖憩野舍的品牌视觉设计

主要包括基础部分和应用部分。

3.1 栖憩野舍品牌形象核心设计

主要包括标志，标准字体，标准颜色，辅助图形，吉祥物，表情包，参考元素等设计制作。

3.1.1 标志设计

1. 联想思维图

以栖憩野舍品牌视觉形象为关键词，找出与品牌形象契合的关键元素。



图 2 核心元素提炼图

2.标志第一稿

以下是根据核心元素提炼的 LOGO.



图 3 标志第一稿

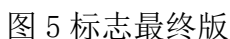
3.标志第二稿

更换了外部结构，加了字体，用房檐围起来更有安全感。



图 4 标志第二稿

比前面更完整，图形造型细节未完善。于是重新设计图标的外形和细节，加入了鸟，调整了字体的颜色，字体进行设计排版。



用圆圈围起来，象征一个整体，房檐上有鸟，更贴近自然。有美好的恬静舒适的生活。下边还有栖憩野舍的英文，容易看懂。Logo 能结合品牌理念、有独特的记忆点，传达出丰富的产品信息，容易让人产生兴趣，是一个 Logo 最重要的点。一般来讲，民宿给人：家的感觉、让人踏实，归属感、幸福感。

logo 设计主要通过标志设计传递情感:自然本真就是一种家的感觉，体现归隐山居、拥抱自然，回归自然的美。我们的 LOGO 采用了蓝色和白色两种颜色，分别代表了蓝天和洁白无暇的品质。我们的 LOGO 就是我们民宿的标识，是我们旅游文化的明显的标志，是我们向顾客传递邀请的名片。标志具有空间感和设计感，设计大方、简约，给顾客带来一种更简洁、创新、亲近的感受。

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。



图 6 标准字体

3.1.3 标准颜色

代表企业的经营理念，和处事态度。蓝白简约大方。



图 7 标准颜色

3.1.4 LOGO 设计表现

LOGO 设计的表现



图 8 LOGO 设计表现形式

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

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/956231145053010121>