# CI策划书案例(汇总8篇)

来源：网络 作者：月落乌啼 更新时间：2024-03-29

*人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。CI策划书案例篇一编制人...*

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

**CI策划书案例篇一**

编制人：

审核人：

审批人：

审批日期：

目录

一、工程概况二、组织管理执行机构1、目标

一、工程概况

??????????????????????????

总建筑面积为\*\*\*万平方米，工程造价\*\*\*\*亿元。该工程于\*\*\*年\*\*\*\*月\*\*\*日开工，计划\*\*\*年竣工。

二、组织管理执行机构

1、目标

2.1、创优实施工作小组组织体系图

2.2、工作小组成员及基本职责

组长：\*\*\*副组长：\*\*\*、\*\*\*

组员：\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*项目部ci创优实施工作小组成员在组长、副组长的领导下，负责各自职责范围内ci创优的策划、创建和落实工作，确保中建总公司ci规范在项目得以全面正确而又有效的实施。

项目经理\*\*\*：从中国建筑ci战略总体要求出发，组织整个项目的ci策划工作，制定项目ci工作目标，组织项目部全体员工学习ci规范，树立良好的ci形象意识，督促项目ci策划的实施与落实。

\*\*\*：按照项目的ci创优策划，细化其中各个部分，具体负责办公区和施工现场的具体设计和布设，检查督促ci在责任区域内的规范实施与维护工作。

\*\*\*：按照中建总公司《企业形象视觉识别规范手册》（房建系统分册）规范要求，结合该工程ci创优要求进行整体规划部署，负责ci具体策划，组织实施和验收。

\*\*\*：负责ci合同审核、签订及落实资金工作；以及现场ci标识的检查和维护工作。

\*\*\*：负责现场的安全生产、文明施工以及现场机械电器设备的ci标识的张贴、检查并督促整改工作。

\*\*\*：负责现场作业加工棚的的标语形象覆盖、品牌布、专用标语和图牌的`场外制作和现场的布设，以及日常ci标识、标牌的张贴、检查及维护工作。

\*\*\*：按照ci创优策划，负责办公区和生活区图牌以及相关设施按规范要求部署实施，负责ci创优工作文字和声像资料的收集和整理归档工作。

2.3、创优实施工作小组工作程序

3、ci工作原则

施工现场ci形象应严格按照中建总公司《企业形象视觉识别规范手册（房建系统分册）》执行，严格标志及标准组合使用规范；现场ci应与文明施工相结合，加大ci形象实施力度，强化现场文明施工管理，使现场ci形象与建筑工程完美融合；在方案实施过程中应狠抓落实，努力做到各部门分工明确，层层严格把关；将现场ci形象的实施根据现场施工进度的变化而逐步完善。

ci创优工程目标计划详见公司ci创优项目一览表。

三、设计依据

1、中建总公司《企业形象视觉识别规范手册—房建系统分册》及相关补充文件；

2、施工总平面布置图、生活区临设平面布置图；3、其他有关规定。

**CI策划书案例篇二**

xx，是一个充满机遇与挑战的数字，华南师范大学南海学院正面临一次重大转型。全院三十个社团都在努力寻找适合自己的位置，希望以最好的形态，最大的魅力吸引大众。而转型需要策略，改革需要理论核心。只有在扎实的理论基础之上，才能在改革中有所成效，脱颖而出。如果把社团，乃至学院看作一个企业，那么ci理论体系将是企业发展的秘笈。本次活动便希望通过传播ci理论体系，以此作为指向标，使社团得到更好的发展。

本次ci社团文化挑战赛旨在利用ci理论，完善社团的管理体制，加强社团的凝聚力，使社团的内部认识，以及外部对社团的认识提高到一个新的高度。与此同时，本次推广月也为全校学生提供一个展现自己的舞台，一个交流合作的机会，一个将理论应用于实践的平台。这无疑对社团和学生的全面发展都带有积极的作用。

活动主题：缤纷校园，百合社团

活动时间：xx年4月15日——6月3日

活动地点：华南师范大学南海校区

活动对象：华南师范大学南海校区全体学生

主办单位：华南师范大学南海校区学生社团联合会筹备委员会

主要活动时间安排

活动项目活动时间参与对象作品上交时间

第一发布会4月15日社团负责人

第二发布会4月15日团总支代表

宣传会4月20日——4月21日全院学生

开幕式4月17日全院学生

报名及队伍选定4月15日—4月22日参赛者

见面会4月23日社团负责人，参赛者

关于ci的讲座4月21日—6月1日全院学生

社团代言人5月6日—5月17日参赛者附加分申请表于5月10日上交

参赛作品提交结束5月17日参赛者

广告及代言人展示晚会5月19日全院学生

评审6月2日—闭幕暨表彰大会待定全院师生

（一）发布会

地点：第一会议室

第一发布会面向的对象是社团，主要向社团说明社团文化推广月和ci社团文化挑战赛的相关事宜，以及社团在比赛中需注意事项。

第二发布会面向的对象全院学生，通过团总支发放ci社团文化挑战赛的相关内容，让团总支将信息传达到基层当中。

（二）宣传会

地点：商业街

内容：作为整个社团文化推广月，以及ci比赛的正式开端，此次发布会将掀起整个活动的序幕。当日主要进行ci宣传与比赛宣传。通过展板，派发传单等途径对ci理念以及ci大赛进行介绍。同时在指定地点对有意参加ci比赛的队伍进行登记。

（三）报名及队伍选定

每支代表队人数限制在5人，由5名主要人员组成。除了在宣传会上报名以外，有意参加比赛的队伍也可以通过填写表格的方式到指定地点进行报名。由于本次比赛采用一个社团搭配一支队伍的方式，参赛团队在填写报名表时，选择代表社团，考虑到有可能出现多支队伍选同一个社团，或者没有队伍选某一个社团的情况，因此在报名过程中需要对队伍进行说明，调剂，尽量达到供求平衡。最后，让参赛队伍与社团负责人见面，由社团最终确立支持自己的代表队。

（四）讲座

本次讲座一共分三个部分，整个讲座穿插在ci大赛之中。

1、第一部分：公关实战手册i—ci企业形象识别系统（4月28日）

2、第二部分：公关实战手册ii—ci企业推广

3、第三部分：公关实战手册iii—ci企业应用与公关实战

4、后两部分讲座具体时间地点另行通知。

（五）社团小礼包设计比赛

活动时间：4月24日—5月5日

活动流程：

1、各社团代表队围绕ci理念，特别是vi，集社团特色，精神各方面于一身，制作一份社团小礼包。小礼包制作需完成三部分，分别为必做部分、选做部分和自由发挥部分。必做部分包括：社团明信片、小册子、信纸、包装设计、书签、logo、会员卡；选做部分：社团服装模型、一套五张邮票、社团吉祥物、传团之宝；自由发挥项：代表队需要自由创作一样东西作为小礼包的一部分。代表队需完成必做部分所有内容；选做部分则需要四选二来完成；自由发挥项则发挥代表队的想象力创作一样即可。

2、小礼包当中的明信片、小册子、信纸等，因需要主办方进行制作实物或印制，所以需印制的版面内容都必须按规格、清晰地制作好，否则会拖慢制作时间，影响比赛进度。

3、由于实物制作的需要，各社团代表队须在5月3日下午7点前上交所有需要主办方帮忙制作的作品的电子版到官方139邮箱，5月5号下午6点前上交其余非电子版作品到代表队跟进人员。作品上交以后，于5月6日开始，将通过展板在学院内几个指定地点进行巡回展出3天。

5、小礼包作品展示结束后，将归还代表队和社团拥有。

6、小礼包关于附加分项的内容详看下面附加分项。

参赛作品要求：

1、明信片：长15cm,宽7、5 cm，支持双面打印

2、小册子：一折叠后长20cm，宽8 cm

3、信纸：普通a4纸大小，只支持单面打印

4、包装：不大于25x25 cm，必须上交实物

5、书签：4x12 cm，支持双面打印

6、logo：电子版5x5 cm，单面印制

7、会员卡：8、5x5、5cm，支持双面打印

选做：

1、由社团自主制作服装，另外要上交按实际尺寸绘制的服装电子版设计图

2、邮票一套5张，每张2、5x3 cm

3、社团吉祥物和传团之宝尽量上交实物，如实在不能制作出实物可上交电子版，主办方会用普通a4纸进行单面打印展示。所以此项上交的电子版作品需控制好，能在a4纸单面内打印出该队伍需要展示的内容。

自由发挥项：

1、此项作品尽量上交实物，如实在不能制作出实物，操作办法跟上面选做第三点要点相同。

2、自由发挥项对作品不设置限制，完全由代表队进行创作。

注：1、小礼包中所有上交电子版作品分辨率均为150像素/英寸，

2、小礼包中有规格控制的作品，都不能大于所定规格，望各代表队控制好。

3、主办方关于小礼包制作的物资支持，如附录的物资表所示，不提供其他物资或资金支持。

4、3号前（含3号）上交作品的，由赞助商进行打印；3号后上交的作品，由于赞助商在制作时间、技术、成本问题上的考虑，不协助打印，主办方出资协助打印的这部分队伍，队伍处扣80参赛积分处理。如全部自行制作，所有作品自动归入实物制作部分，队伍无需扣分。

（六）社团代言人

活动时间：5月6日—5月17日

活动对象：社团代表队

活动内容：

1、社团内部推选三位候选代言人，最终经过与参赛团队协商后，选择其中一位代言人，作为社团的一个象征，活动主办方不提供任何物质上和技术上的支持，搞活动或需申请的请与社团沟通好，按相应程序进行。

2、由于代表队面向的对象为社团，而不是代言人，为了避免代表队针对对象发生偏差，导致代言人的位置高于社团，代表队需要把代言人的基本活动以书面形式上交。

3、代言人行为可分为两种：一种是静态的，如平面广告，代表队只需要上交一份说明书和上交相关能说明情况的图片到官方邮箱，并通知跟进人员收取即可，说明书能清楚说明代言人的行为和意义即可；另一种是动态的，与全校师生有互动的，如参与活动等，代表队需要在每次行动前一天写一份活动说明书，内容大概有时间地点，活动内容等，能清晰地说明活动如何进行，想达到效果即可，主办方会派工作人员联系代表队并进行活动蹲点监督，但我方工作人员不参与到活动中去。

4、社团代言人的职能包括各种媒介宣传，传播社团品牌信息，扩大社团知名度、认知度等，参与公关及促销，与大众近距离的信息沟通，建树社团品牌美誉。

5、此次选出的代言人可利用上一个比赛中的小礼包，使小礼包的作用更加实体化；同时代言人可作为一个重要的元素出现在广告大赛中，起到承上启下的作用。

6、社团代言人的活动只能在活动期间，即5月6日到5月17日期间进行，提前或过期都视作无效，不能参与到附加分项的审核当中。

7、社团代言人在活动期间的行为必须得到社团的许可，主办方在形式上和内容上不予以限制和建议，代表队可以创造性地策划和实行。

8、从5月19号的\'广告及代言人展示晚会结束开始，将以短信平台投票，以及网上投票的形式，对各代言人进行投票。最终票数从高到低排列，相应代表队将得到相应的分值。

9、社团代言人关于附加分项的内容详看下面附加分项

（七）广告大赛

活动时间：5月6日—5月17日

活动对象：社团代表队

活动内容：

1、社团代表队通过对社团的了解，以及对ci理念的认识，搜集社团在推广月的表现作为素材，制作成一个广告。广告形式分为平面广告，视频广告。完成后，由于平面广告制作的需要，有平面广告制作的代表队请在5月14日前提前告诉队伍跟进人员，并把按规格制作的电子版作品于5月16号晚上6点前上交到官方邮箱，并通知跟进人员进行查收；视频广告需于5月17日下午6点前上交到官方邮箱。平面广告和视频广告，代表队可以二选一，也可以全做，主办方不予以限制。主办方在视频广告制作上不提供任何物质上的支持。

2、从5月19号的广告及代言人展示晚会结束开始，由全院师生对代表队制作的广告进行短信平台投票，网上投票。最终票数从高到低分别得到相应的分值。

3、广告大赛关于附加分项的内容详看下面附加分项

参赛作品要求：

（1）平面广告不大于0、9x2、5m，分辨率为200像素/英寸

（2）视频广告控制时间不超过一分钟

（八）广告及代言人展示晚会

活动时间：5月19日晚

活动对象：全院师生

活动内容：

1、于5月19日星期二晚上在商业街举行一个广告及代言人展示晚会。当天场地布置则主要有垂直的天蓝色布条构成的天幕，平面广告展示在商业街路口和b座门口校道，用地面射灯照射，现场会有红地毯布置，商业街中心摆放一个小小的舞台，舞台附近有一个投影屏幕。当晚则有广告展出与社团代言人亮相作为活动的两大环节。代言人出场方式不限，可采用较为特别的形式如：夹道欢迎代言人、抬轿子、代言人骑车进场等来吸引观众。如果有视频广告，则代言人出场同时循环播放该社团的视频广告。每个代言人出场时间控制在4分钟内。

2、各代表队请于5月17号下午6点前把代言人的出场方式的方案以书面形式发到官方邮箱，并让队伍跟进人员进行查收，以便晚会的安排。

（九）终极神秘社团大挑战

活动时间：5月20日—6月1日

活动对象：社团代表队

活动内容：

1、本环节通过5月19日晚宣布神秘虚拟社团，各团队在赛会宣布虚拟社团后开始对该社团进行全面ci文化设计。此项中所有作品皆设计为电子版，不需要任何实物。

2、请各代表队于6月1日下午6点前把电子版作品打包好，发送到官方邮箱，主办方会把各队伍作品递交给大赛评审团审核作品。

3、此项内容只由大赛评审团审核作品，对每套作品打出相应分值，作为老师评分，最终分值累计入总成绩。

参赛作品要求：

（1）作品形式、内容自定，鼓励创新，可参考平面、多媒体广告、巴士广告制作，办公用品设计如请柬、文件夹、备忘录、资料袋等，服装服饰，公务礼品设计如雨伞、纪念章、礼品袋，社团特色物品制作、规章制度管理办法制定，品牌活动的设计，塑造精神领袖，简介、年历等出版物制作，取其多方面综合考虑。

（2）主办方对代表队的作品不予以任何的限制，只要代表队能想得到都可以制作，全部为电子版，作品的数量不限。

(十)积分设置

1、本次比赛是采取积分累计办法进行评分，分数项为投票数、附加分、老师评分三项。

2、各项比赛积分计算办法如下：

（1）小礼包设计大赛投票数第一名获1200积分，积分按投票数排名顺序以40分依次递减；设有附加分项，每审核成功的一项加分项加40分。

（2）社团代言人投票数第一名获750积分，积分按投票数排名顺序以25分依次递减；设有附加分项，每审核成功的一项加分项加25分。

（3）广告大赛投票数第一名获900积分，积分按投票数排名顺序以30分依次递减；设有附加分项，每审核成功的一项加分项加30分。

（4）终极神秘社团大挑战由老师评分，以1000分为上限，直接累加到积分当中。

(十一)附加分项

1、小礼包设计、社团代言人和广告大赛增加附加分环节，社团要上交认为值得加分的内容，经老师审核得出结果，小礼包设计每项加分40分，代言人每项加分25分，广告大赛每项加分30分。附加分项申请表格如下：

活动时间

活动地点

活动内容

活动备注

监督人

是否通过审核

申请表只需填写电子版，按时上交即可。加分项数目不限。

2、加分项申请表格填写方法如下：

（1）小礼包加分项：在社团小礼包比赛当中，只要代表队认为自己的某项作品的某个方面是有足够创意的，别人是难以模仿的，或者说队伍觉得自己的作品有哪方面优势是别人比不上的，无论什么亮点都好，只要代表队认为值得加分，都可以上报上来，主办方不予以任何的规定。代表队在上交表格时附上一些照片和附上一些文字说明，以便评审团了解代表队意图。

在此项比赛中，活动时间填写作品完成时间，活动地点不用填写，活动内容填写具体作品名称，活动备注填写你认为值得加分的亮点，监督人即为查收材料的跟进人员。

（2）社团代言人加分项：在社团代言人比赛当中，加分项原理跟小礼包差不多，都是代表队自己主观认为值得加分的亮点就申请上报。但是，操作上跟小礼包不同，社团代言人具体操作按照静态和动态的分类（详看社团代言人比赛说明），上交的材料就如上面比赛说明所示。此项比赛中，加分项审核会结合蹲点人员的蹲点结果。

在此项比赛中，活动时间、活动地点、活动内容如实填写即可，活动备注填写代表队认为值得加分的亮点，监督人即为蹲点（动态）或查收（静态）人员。

（3）广告大赛加分项：在广告大赛当中，加分项原理跟以上两项相同，加分项只需在上交前填写好，并附上文字说明，以便评审团了解代表队意图。

在此项比赛中，活动时间不用填写，活动地点不用填写，活动内容填写作品名称，活动备注填写代表队认为值得加分的亮点，监督人即为查收的人员。

3、审核标准

4、回收时间

主办方将于5月10日和5月20日各回收一次附加分项申请表。

在5月10日下午6点前，代表队需将填写好社团小礼包的附加分项的申请表以及相关说明材料打包好上交到官方邮箱，并通知跟进人员查收即可。

在5月20日下午6点前，代表队需将填写好社团代言人和广告大赛的附加分项的申请表以及相关的说明材料打包好上交到官方邮箱，并通知跟进人员查收即可。

注：由于加分项的审核全部由评审团进行审核，所以主办方无法给出具体审核细则让各代表队参考，希望各代表队尽量挖掘自己的亮点，让评委进行审核。

(十二)奖项设置

上述三大比赛完成以后，将统计每一队的总成绩。得分前三名将得到奖励奖金。

冠军团队一队，奖励奖金800元，冠军奖杯一个；

亚军团队一队，奖励奖金500元，亚军奖杯一个；

季军团队一队，奖励奖金300元，季军奖杯一个

最具慧眼观众奖五名，奖励活动神秘礼品

注：\"最具慧眼观众奖\"将在众多投中冠军队伍的飞信投票号码中随机抽取。

（一）投票方法：

本次比赛利用飞信和风华网进行投票，\"社团小礼包设计比赛\"，\"社团代言人\"，\"广告大赛\"均使用投票方式进行评选。

社团小礼包设计比赛投票方式：发送xlb+团队编码到xxxxxx，社团代言人投票方式：发送dyr+团队编码到xxxxxx，广告设计大赛投票方式：发送gg+团队编码到xxxxxx；未开通百合业务的手机号码，挑战赛各个比赛环节运用飞信每天每个手机号码可投票3票；开通百合业务后的手机号码，运用飞信每天每个手机号码每天可投票5票。（xxxxxx为飞信投票平台，在5月5号，即社团小礼包比赛结束当天公布平台）

风华网每天每台电脑可投3票，短信票数与网站投票最终相加累计入总票数。投票数转化为分值办法详见上面投票设置。风华网投票网址稍后跟飞信投票平台一起公布。

（二）投票时间：

社团小礼包：5月6日至6月1日

社团代言人：5月19日至6月1日

广告大赛：5月19日至6月1日

（一）本次比赛所有涉及社团的内容都应该得到该社团授权，除终极神秘社团外。

（二）官方邮箱地址：

（三）为了本次活动的顺利进行，为了主办方与参赛者之间的信息交流顺利，为了避免累赘的飞信给参赛者带来的骚扰，本次活动决定建议每个参赛队伍建立一个139邮箱作为比赛用邮箱，以便主办方把信息以邮件方式通知各队伍。

（四）比赛过程中网上投票指通过风华网的投票系统进行投票。

（五）比赛过程中，代表队如果有多项电子版的作品需要上交，请注意打包好再进行发送，方便工作人员的查收。

（一）本次活动各参赛作品使用权归本活动组办单位所有，未经本活动组办单位同意，任何单位和个人不得侵权。

（二）未经本活动组办单位同意，不得使用有关于本次活动所有作品作商业宣传用途。

（三）本活动最终解释权归华南师范大学南海校区学生社团联合会筹备委员会所有。

**CI策划书案例篇三**

随着时代的变迁、发展，随着消费市场的日益成熟和竞争的激烈，企业已经失去了时代宠儿的地位，要想生存、发展，企业就必须向社会表白：我是谁?我能为消费者做什么?能这社会贡献什么?今天，发达国家的企业普遍都意识到了这一点，不断调整、发展自己的ci战略，从重视视觉手段向反观主体，改革、强化自身体质，发展与消费者、企业关系者和社会的信息沟通，以保持持续发展的现代化企业形象和社会地位。这就是强化信息沟通的ci战略，即信息沟通ci战略。

这一战略，对企业外部来说就是要求企业形象具有强大的信息传播能力，以保持自身在市场中有利的竞争地位，这样才能立于不败之地。

以日立公司而论，在日立公司旗帜下，多元化经营造成的企业很多，各企业都有自己的经营理念、制服和企业歌。实际上每一个企业都成为了日立机体上一个独立的细胞，各有自己的特性、功能和作业范围。而且各企业的活动也都是特定的，也时刻处在变化之中。对企业集团的ci战略来说，也就必须要求越来越多的活性化。这种活性化也就必然要提出文化层面的建构与自我认识问题，企业集团对社会的贡献问题，只有从这样的高度来认识和推行ci，也才有真正的战略意义。日立之所以将所有的标志形象以“和、诚、积极进取”的理念加以统一，就在于把ci作业提升到文化的交流上来。用文化信息的传达来统合整个企业集团，所以，信息沟通的ci是ci战略向更高级的发展，是和信息时代匹配的螺旋式的上升。

纵观ci战略，我们可以看出，它酝酿于企业对功利价值的追逐;进而发展到反思和塑造形象;趋向却是重视共同社会的生命价值和文化共同体的精神价值。企业在选择、导入、推行不同的ci战略中，一方面是追逐功利价值，另一方面又在谈化功利价值，突出社会价值，这是一种矛盾现象，但是，正是这种矛盾推动了企业适应社会的现代化发展，在物质和精神上都不断创新。因此，中国的企业，特别是处于关键时期的大陆企业，要想不被历史所淘汰，选取与自己相适合的ci战略发展自身，以建设企业的物质和精神文明就应该是十分明智的抉择。

**CI策划书案例篇四**

编制人：

审核人：

审批人：

审批日期：

目 录

一、工程概况 二、组织管理执行机构 1、目标

一、工程概况

????????????? ?????????????

总建筑面积为\*\*\*万平方米，工程造价\*\*\*\*亿元。 该工程于\*\*\*年\*\*\*\*月\*\*\*日开工，计划\*\*\*年竣工。

二、组织管理执行机构

1、目 标

2.1、创优实施工作小组组织体系图

2.2、工作小组成员及基本职责

组 长：\*\*\* 副组长：\*\*\*、\*\*\*

组 员：\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\* 项目部ci创优实施工作小组成员在组长、副组长的领导下，负责各自职责范围内ci创优的策划、创建和落实工作，确保中建总公司ci规范在项目得以全面正确而又有效的实施。

项目经理 \*\*\*：从中国建筑ci战略总体要求出发，组织整个项目的ci策划工作，制定项目ci工作目标，组织项目部全体员工学习ci规范，树立良好的ci形象意识，督促项目ci策划的实施与落实。

\*\*\* ：按照项目的ci创优策划，细化其中各个部分，具体负责办公区和施工现场的具体设计和布设，检查督促ci在责任区域内的规范实施与维护工作。

\*\*\*：按照中建总公司《企业形象视觉识别规范手册》（房建系统分册）规范要求，结合该工程ci创优要求进行整体规划部署，负责ci具体策划，组织实施和验收。

\*\*\*：负责ci合同审核、签订及落实资金工作；以及现场ci标识的检查和维护工作。

\*\*\*：负责现场的安全生产、文明施工以及现场机械电器设备的ci标识的张贴、检查并督促整改工作。

\*\*\*：负责现场作业加工棚的的标语形象覆盖、品牌布、专用标语和图牌的场外制作和现场的布设，以及日常ci标识、标牌的张贴、检查及维护工作。

\*\*\*：按照ci创优策划，负责办公区和生活区图牌以及相关设施按规范要求部署实施，负责ci创优工作文字和声像资料的收集和整理归档工作。

2.3、创优实施工作小组工作程序

3、ci工作原则

施工现场ci形象应严格按照中建总公司《企业形象视觉识别规范手册（房建系统分册）》执行，严格标志及标准组合使用规范；现场ci应与文明施工相结合，加大ci形象实施力度，强化现场文明施工管理，使现场ci形象与建筑工程完美融合；在方案实施过程中应狠抓落实，努力做到各部门分工明确，层层严格把关；将现场ci形象的实施根据现场施工进度的变化而逐步完善。

ci创优工程目标计划详见公司ci创优项目一览表。

三、设计依据

1、中建总公司《企业形象视觉识别规范手册—房建系统分册》及相关补充文件；

2、施工总平面布置图、生活区临设平面布置图； 3、其他有关规定。

**CI策划书案例篇五**

一、设计依据

中建总公司新版《ci视觉识别规范手册》二、组织管理执行机构

项目成立ci管理执行小组：成员由技术、工程、安全、机械、消防、生活管理等有关人员参加；办公室设在经理部办公室，负责日常ci管理工作。

项目ci管理执行小组

三、实施方案1、大门与围墙（1）大门要求无门楼式：

有门楼式：

本工程采用式大门，工程施工现场共有大门处，其标准及位置为：

a、材质：b、规格：c、色彩：d、文字组合：

f、其他需要说明的问题：

（2）围墙要求砖砌式：

金属板围墙组合a：

金属板围墙组合b：

金属板围墙组合c：

本工程采用式围墙组合

a、规格：b、标准组合：c、围墙内侧

d、其他需要说明的问题：

**CI策划书案例篇六**

ci建议书xxci咨询公司：

尊敬的韩院长：

您好！

我们是xxci咨询公司的专业策划人员，值贵校建校10周年暨办学60周年之际，我们特代表我公司对贵校表示最衷心的祝贺，祝愿贵校越办越好！

通过调查了解我们发现，贵校是一所以工为主，工、管、文、理等学科协调发展的多科性普通本科大学，隶属于吉林省人民政府。在长期办学历程中，贵校不断传承笃行务实、艰苦奋斗、开拓进取、敬业奉献的光荣传统，发扬“重教崇实、和谐创新”的优良校风，始终将人才培养质量视为办学的生命线；始终坚持“德智体美全面发展，知识、能力、素质综合提高”的育人理念；始终坚持以应用能力和工程素质培养为主线，积极推进各项教学建设与改革，专心致力于培养“安心基层、基础扎实、实践能力强、综合素质好、具有创新精神的应用型高级专门人才”，学科专业建设成效显著，教育教学质量持续提升，赢得了社会各界的广泛好评和赞誉。近年来，贵校招生就业工作一直高居吉林省省属高校的前列。

时值贵校建校10周年暨办学60周年之际，正是贵校广泛吸取社会资源，扩大知名度，向社会各界充分展示贵校风采最合适的时机。

随着世界范围的ci(企业识别系统)热潮以及ci战略所具有的功效，普通高校关注和导入ci已经渐渐成为一种趋势。在国内普通高校发展迅速，对学生生源的争夺日益激烈的情况下，普通高校要扩大招生人数，求得高校稳定发展，我们看到，高校导入ci已经是大势所趋了。

1.如今高校教育管理体制以市场为中心

制、管理模式、办学随着我国教育体制改革的不断深入，高等教育的管理体思想和教育观念都在发生深刻的变化。高等教育体制改革，已经转向市场机制，即使人才培养步人市场化轨道。而贵院校是以为企业培养高技术应用型人才为目标，以就业为导向的教育机构，其与市场的联系则更为紧密，无庸置疑，在市场经济下，我校只有转变经营理念，才能占有了市场，才能有更广阔的发展空间。

2.周边高校不断发展给我校带来巨大压力

不断地探求自身的发展道路，转变经营理念，管理体制，加强师资建设，改善教学环境，优化教学手段，以最大的发展速度缩短与知名高校的差距。这都给我校带来巨大的竞争压力。

3.生源的争夺使我校面临严峻的境地

随着各高校的连年扩招及生源人口的逐年缩减，教育市场竞争将十分激烈。高等教育逐步由卖方市场向买方市场转化，将按照优胜劣汰的规律，展开办学经费竞争、生源竞争、师资竞争、就业竞争。作为地方院校尤为如此，短短几年时间，地方同类院校急剧增加，可谓如雨后春笋蓬勃发展，而教育资源却十分有限，我学院正面临着与名牌重点院校和同类及二级院校之间的竞争。

面对上述现状，我院校要直面市场，立于不败之地，必须塑造自身良好的形象，而导入企业的ci战略则是塑造学校理想化、个性化特色及维护院校统一化、规范化整体形象的重要措施。

从导入ci的时机来看，可以选择方面有很多，而恰逢贵校建立60周年庆就是最合适不过了的了。无论从目前高校的形式来看还是从贵校建校60年这个导入ci大好的时机来看，贵校导入ci都是势在必行的。

从贵校目前的发展来看，虽然贵校的理念识别系统已经较为完善，但尚未将其很好的传播出去，所以导入ci还是具有一定的必要性：

首先是适应人力资源的挑战。学校师资的好坏直接影响着学校的教学水平，一方面要从教师待遇上吸引全国优秀师资，另一方面更要通过形象推广上树立学校品牌，从而吸引全世界的师资力量，为学校的人力资源的吸引、建设发挥出重要的作用。

其次是适应竞争的挑战。同行业学校间、全国各校间、国内学校与国外学校之间都有竞争。创国内名牌，创世界名牌，靠的就是竞争。竞争出活力，活力来自竞争。硬件的投入容易产生出快速的效果，学校形象的树立则需要在长期竞争中获取的优势积累而成。

最后是适应变化的影响。社会变化的节奏在加快，教育也在不断变革。《国家教育改革发展纲要》中确立的基础教育产业发展的方向，必须注重整体形象的设计与塑造，全方位审视自己，在动态的形象设计中适应变化，在变化的挑战中不断运用形象设计。

对于贵校来说，ci导入可以树立个性化的办学理念；提高自身的知名度和美誉度；以获得学生和家长对学校的信任和好感，实现高校发展目标。而这些都使高校导入ci成为必然。

随着该校建校六十周年庆典的圆满结束，此时导入ci，并且将此贯彻到整个校园的各个角落。通过此次实施ci计划，从而达到刷新学校的原有形象，赋予学校更深层次的内涵，明晰学校今后的发展方向及定位问题。通过各种社会公共媒介，提高学校的知名度的目的。

学校ci战略的实施将标志着学校管理科学化的一个新时代的到来。ci主要包括mi（理念系统）、bi（行为系统）、vi（视觉系统）三个部分。运用ci的基本思想并结合学校管理工作的特点，学校ci的三个系统主要表现为：

1．学校理念识别

学校理念识别反映的是一所学校最为本质的特点，即办学的指导思想。这里所说的理念，是在党的教育方针指导下的具体的个性的东西，如校训、校歌、办学宗旨、恪守的教育格言、学校建设发展的目标等等。透过它，人们可以了解学校所倡导的精神和价值观。而理念识别是旗帜，是形象，是方向，其它所有的识别系统都必须围绕着学校理念展开，并最终归结到这个理念。

2．学校行为识别

学校行为识别是指为实现办学理念所进行的一系列活动，这里包括内容行为识别，如管理行为、教育教学行为、学生学习行为、教师之间的交往行为、学生与教师之间的交往行为等，学校的外部行为识别，如学校管理者、教师与学校家长之间交往的行为，学生对外交往行为、学校与社会、教育行政机关、新闻媒体、兄弟学校的交往行为等。学校教职员工和学生的行为，是学校形象向外传播过程中最直观的因素。学校的理念，也就是通过它们得以显现的。公众可以通过这些动态的活动，通过师生员工的规范化行为来了解识别学校。

3．学校视觉识别

抽象化、个性化的体现，依照名牌效应，通过美学符号价值在给人愉悦的同时，获得家长和社会的认同。

因此，学校ci可以说是学校在确立自身办学理念的基础上，运用整体的学校行为沟通系统和统一规范的视觉传达设计将学校的相关资讯传播出去，使学校内外部公众对学校形成一致的认同感和价值观的一种活动，是对学校形象进行一种有目的，有计划的重塑和传播。

学校ci通过对mi、bi和vi的协调统合，对内可以强化群体意识，增强学校的向心力和凝聚力。对外，可使社会公众更明晰地认知学校，建立起鲜明统一，高人一筹的学校品牌形象，提升学校的知名度，为学校的未来发展创造整体竞争优势。

通过我们对贵校目前形象的分析来看，理念识别已经有一定雏形，但是行为识别和视觉识别尚待大力改善。所以具体来说，我们认为可以从这几个方面改进贵校的形象建设：

1.完善学校的规章制度，突出学校的办学理念，凸显出整个ci的mi部分，从而完善理念识别部分。长春工程学院作为一个高校，其成员包括教职工、学生。必须制定相应成文的教职工行为规范、学生行为规范，而且加强对成员的培训，做到每人可以手持一册，使学校的规章制度为广大成员所认知和遵守。

2.加大对外交流和宣传力度。多鼓励教职工参加各种形式的学术交流活动，借此提高贵校教职工的科研水平和提高贵校的知名度。可以多制造一些有利学校形象提高的新闻事件，请相关媒体加以报道。

3.大力加强贵校视觉应用要素的建设。对校名、学校标识、标准字、标准色等基本视觉要素如何应用作出统一规范，包括对基本视觉要素在应用物的编排要求、大小尺寸、字体变体、颜色变体等方面作出规范，在实践中，必须做到长春工程学院的办公物品、校车、教职工名片、教师教学用品、宣传栏、建筑物外观、校门等都要有明显的长春工程学院标志，而且颜色、字体、图案等也要做统一规定，借此标准化长工程的形象传播系统。

**CI策划书案例篇七**

近几年来，中国经济急速发展，中国人民的

生活

水平的提高预示了中国市场的将成为国际品牌的占领地。在淑女装行业中，许多国外品牌打着时尚淑女装的品牌口号成功打入中国市场，并且占有一席之地。国内品牌也发展的不错，但是受到大品牌的影响，仍旧无法在市场中占主导地位。

“慕雅”淑女装作为一个新产品打入市场，为了打造属于中国人自己的民族品牌，成功在中国淑女装市场站稳脚步，并且为了加快速度的传播品牌理念和树立品牌形象，我们从企业战略的角度导入此cis策划，对现实品牌有重要的意义。

（一） 名称：慕雅

（二） 内涵：慕：意为敬仰、敬慕、仰慕、

思念

。

雅：文雅、不俗气、美好、标准。象征文雅、正直。《说文解字》释云：楚烏也。一名鸒，一名卑居。秦謂之雅。从隹牙聲。

（三） 身体发肤，受之父母，人们的容貌无法改变，但是，气质却是可以后台培养的，追求高雅，那是一种自身品质的升华，也是一种生活态度的体现。在这个浮动的社会，灯红酒绿、纸醉金迷，新一代的人类更喜欢标新立异，特立独行，在一切往往偏离了人们原先的轨道。慕雅，就是唤醒新一代最初的意识，崇尚高雅、端正、尊礼的优秀品质。

（四） 品牌口号：心有所慕，雅致成双。

阐述：只要人们心中有对雅的追求，就能达到雅的境界。

（五） 行业定位：女装

（一）、企业愿景：成为中国淑女装品牌的领导者

近年来，随着中国经济的迅速发展，在女装行业，许多国外的知名大品牌成功打入中国市场，并且迅速占领中国淑女装行业的高端市场。国内品牌的竞争也很激烈，淑女装属于较高端的产品行业，其中的利润丰厚，聪明的人们也渐渐将目光投向这块蛋糕，越来越多的新生品牌崛起，但是却没有几个可以跟国外大品牌抗衡的品牌，所以在这种情况下，我们就需要突破重围，成为国内数一数二的大品牌，宣言民族的才是最好的观念。

（二）、核心价值观：优质优品，重才重德

的形象。一个重才重德的企业，可见他的.品牌也是德才兼备。

（三）质量观：品质源于精心

如今许多国内服装品牌为了追求高利润的回报，在产品质量方面没有严格把关，使得消费者对国内品牌失去信心，转而投身于国外知名品牌，这是大多数国内品牌的弊病。当代中国消费者的生活水平普遍提高，人们更愿意用较多的钱买质量上等的商品，只有将质量放于首位，新生品牌才能在市场上立足。

（四） 人才观：育其才，用其才，尽其才

企业的智慧不在于你有多少有才之人，而在于你让多少有才之人可以伸展拳脚，大展抱负。品牌的构建不是一朝一夕，需要企业人才用他们的才华将美好的未来拼接起来，我们在尽其才的同时还要提高他们的才能，这样，企业才能获得源源不断的智慧结晶，培养出高素质团队，持续为企业做贡献，同时企业人才会感谢企业的提拔，也会尽心尽力为企业服务。

（五） 市场观：给顾客美的感受

淑女装品牌主要是为女性服务，女性选择衣服肯定选择美丽的，适合自己的。我们的品牌需要不断的推陈出新，设计更多的漂亮衣服，以满足消费者的需求，达到消费者想要使自己更加美丽出众的目的，让消费者穿我们品牌的衣服是一种享受，这样的女装品牌才是真正意义成功的。

（六） 服务观：顾客不只是“上帝”

一个企业的利润源泉不只来源于产品，同时也来源于企业提供的与产

品向配套的服务。我们的服务营销中蕴含着我们队顾客的亲情，企业不应只把顾客当“上帝”，更多的应该是当作亲人或朋友，通过建立新型的亲情关系，以情感投资换取货币投资，我们应以优质的服务来弥补品牌初期所无法避免的缺陷，换取更好的口碑。

（一）、bis的内涵

bi 是指行为识别系统, 直接反映企业理念的个性和特殊性，是企业实践经营理念与创造企业文化的准则，对企业运作方式所作的统一规划而形成的动态识别系统。包括对内的组织管理和教育，对外的公共关系、促销活动、资助社会性的文化活动等。通过一系列的实践活动将企业理念的精神实质推展到企业内部的每一个角落，汇集起员工的巨大精神力量。

（二）、阐述bi、mi、vi的关系

cis是一个有机的整体，一个完善的cis系统包括mi（理念识别）、bi（行为识别）、vi（视觉识别）三个部分。以上三者缺一不可。其中mi是cis是核心，而vi是它静态表现形式，bi是它的动态表现形式。mi、bi、vi反映了树立企业形象的三个不同层次，有人把它比喻成企业形象的“心”、“手”和“脸”，是颇有见地的。也有人把cis战略比喻成一棵树，那么，mi是根，bi是枝，vi是叶，这也是很有道理的。因为没有根，就不可能有

什么

枝和叶，有什么样的根，就必然会从这三个部分及其相互关系中进行理解。

**CI策划书案例篇八**

2024，是一个充满机遇的数字，华南师范大学南海学院正面临一次重大转型。全院三十个社团都在努力寻找适合自己的位置，希望以最好的形态，最大的魅力吸引大众。而转型需要策略，改革需要理论核心。只有在扎实的理论基础之上，才能在改革中有所成效，脱颖而出。如果把社团，乃至学院看作一个企业，那么ci理论体系将是企业发展的秘笈。本次活动便希望通过传播ci理论体系，以此作为指向标，使社团得到更好的发展。

本次ci社团文化挑战赛旨在利用ci理论，完善社团的管理体制，加强社团的凝聚力，使社团的内部认识，以及外部对社团的认识提高到一个新的高度。与此同时，本次推广月也为全校学生提供一个展现自己的舞台，一个交流合作的机会，一个将理论应用于实践的.平台。这无疑对社团和学生的全面发展都带有积极的作用。

活动主题：缤纷校园，百合社团

活动时间：2024年4月15日——6月10日

活动地点：华南师范大学南海校区

活动对象：华南师范大学南海校区全体学生

主办单位：华南师范大学南海校区学生社团联合会筹备委员会

主要活动时间安排

活动项目活动时间参与对象

第一发布会4月15日社团负责人

第二发布会4月15日团总支代表

宣传会4月20日——4月21日全院学生

开幕式4月17日全院学生

报名及队伍选定4月15日—4月22日参赛者

见面会4月23日社团负责人，参赛者

关于ci的讲座4月21日—5月26日全院学生

社团小礼包设计比赛4月24日—5月5日参赛者

社团代言人5月6日—5月17日参赛者

广告设计比赛5月6日—5月17日参赛者

参赛作品提交结束5月17日参赛者

广告及代言人展示晚会5月19日全院学生

终极神秘社团大挑战5月20日—6月1日参赛者

评审6月2日—6月3日评委

闭幕暨表彰大会待定全院师生

地点：第一会议室

第一发布会面向的对象是社团，主要向社团说明社团文化推广月和ci社团文化挑战赛的相关事宜，以及社团在比赛中需注意事项。

第二发布会面向的对象全院学生，通过团总支发放ci社团文化挑战赛的相关内容，让团总支将信息传达到基层当中。

地点：商业街

内容：作为整个社团文化推广月，以及ci比赛的正式开端，此次发布会将掀起整个活动的序幕。当日主要进行ci宣传与比赛宣传。通过展板，派发传单等途径对ci理念以及ci大赛进行介绍。同时在指定地点对有意参加ci比赛的队伍进行登记。

每支代表队人数限制在5人，由5名主要人员组成。除了在宣传会上报名以外，有意参加比赛的队伍也可以通过填写表格的方式到指定地点进行报名。由于本次比赛采用一个社团搭配一支队伍的方式，参赛团队在填写报名表时，选择代表社团，考虑到有可能出现多支队伍选同一个社团，或者没有队伍选某一个社团的情况，因此在报名过程中需要对队伍进行说明，调剂，尽量达到供求平衡。最后，让参赛队伍与社团负责人见面，由社团最终确立支持自己的代表队。

本次讲座一共分三个部分，整个讲座穿插在ci大赛之中。

1. 第一部分：公关实战手册i—ci企业形象识别系统(4月21日)

2. 第二部分：公关实战手册ii—ci企业推广(5月8日)

3. 第三部分：公关实战手册iii—ci企业应用与公关实战(5月26日)

活动时间：4月24日—5月5日

活动流程：

1.各社团代表队围绕ci理念，特别是vi，集社团特色，精神各方面于一身，制作一份社团小礼包。小礼包制作一共分成三部分，分别为必做部分，选做部分和自由发挥部分。必做部分包括：社团明信片、小册子、信纸、包装设计、书签、logo、会员卡;选做部分：社团服装模型、一套五张邮票、社团吉祥物、传团之宝;自由发挥项。代表队除完成必做部分以外，选做部分则需要四选二，自由发挥项当中，代表队需要自由创作一样东西作为小礼包的一部分。

2.各社团代表队必须在5月5号下午前上交小礼包。作品上交以后，将通过展板在学院内几个指定地点进行巡回展出3天。

3.由全院师生对社团代表队的小礼包进行短信平台投票，网上投票。最终票数从高到低分别得到相应的分值。

参赛作品要求：

1、明信片：长15cm,宽7.5 cm，150分辨率

2、小册子：折叠后长20cm，宽8 cm，150分辨率

3、包装：不大于25\*25 cm

4、书签：4\*12 cm

5、logo：电子版5\*5 cm

6、会员卡：大小不限

选做：

1、由社团自主制作服装，另外要上交按实际尺寸绘制的服装电子版设计图

2、邮票一套5张，每张2.5\*3 cm

3、社团吉祥物、传团之宝和自由发挥项只需实物，不用上交电子版。

活动内容：1.社团内部推选三位候选代言人，最终经过与参赛团队协商后，选择其中一位代言人，作为社团的一个象征，活动主办方会给予一定的实物或资金支持。

2.由于代表队面向的对象为社团，而不是代言人，为了避免代表队针对对象发生偏差，导致代言人的位置高于社团，代表队需要把代言人的基本活动以书面形式上交。

3.社团代言人的职能包括各种媒介宣传，传播社团品牌信息，扩大社团知名度、认知度等，参与公关及促销，与大众近距离的信息沟通，建树社团品牌美誉。

4.此次选出的代言人可利用上一个比赛中的小礼包，使小礼包的作用更加实体化;同时代言人可作为一个重要的元素出现在广告大赛中，起到承上启下的作用。

5.广告大赛结束后，将以短信平台投票，以及网上投票的形式，对各代言人进行投票。最终票数从高到低排列，相应代表队将得到相应的分值。

活动时间：5月6日—5月17日

活动对象：社团代表队

活动内容：

1.社团代表队通过对社团的了解，以及对ci理念的认识，搜集社团在推广月的表现作为素材，制作成一个广告。广告形式分为平面广告，视频广告。完成后，作品需上交电子版。

2.于5月19日星期二晚上在商业街举行一个广告及代表队展示活动。当天场地布置则主要由垂直的天蓝色布条构成的天幕，地面射灯，红地毯，商业街中心摆放的一个电子屏幕构成。当晚则由广告展出与社团代表队亮相作为活动的两大环节。代表队出场方式不限，可采用较为特别的形式如：夹道欢迎代言人、抬轿子、代言人骑车进场等来吸引观众。而当晚则以dj代替主持人的角色。

3. 由全院师生对当晚的社团代表队进行短信平台投票，网上投票。最终票数从高到低分别得到相应的分值。

4.参赛作品要求：

(1)平面广告不大于0.9\*2.5m，分辨率为200

(2)视频广告控制时间不超过一分钟

活动时间：5月20日—6月1日

活动对象：社团代表队

活动内容：

1.本环节通过5月19日晚宣布神秘虚拟社团，各团队在赛会宣布虚拟社团后开始对该社团进行全面ci文化设计。

2.于6月1日递交大赛评审团审核作品。

3. 由大赛评审团审核作品，对每套作品打出相应分值。最终分值累计入总成绩。

4.作品要求：

(1)形式自定，鼓励创新，可参考平面、多媒体广告、巴士广告制作，办公用品设计如请柬、文件夹、备忘录、资料袋等，服装服饰，公务礼品设计如雨散纪念章、礼品袋，社团特色物品制作、规章制度管理办法制定，品牌活动的设计，塑造精神领袖，简介、年历等出版物制作，取其多方面综合考虑。

1、小礼包设计大赛第一名获1200积分，积分按排名顺序以40分依次递减;设有附加分项，每审核成功的一项加分项加40分。

2、社团代言人第一名获750积分，积分按排名排名以25分依次递减;设有附加分项，每审核成功的一项加分项加25分。

3、广告大赛第一名获900积分，积分按排名排名以30分依次递减;设有附加分项，每审核成功的一项加分项加30分。

4、终极神秘社团大挑战由老师评分，以1000分为上限。

1、小礼包设计、社团代言人和广告大赛增加附加分环节，社团要上交认为值得加分的内容，经老师审核得出结果，小礼包设计每项加分30分，代言人每项加分25分，广告大赛每项加分40分。加分项申请表格如下：

活动时间活动备注活动地点活动内容监督人审核人是否通过审核

上述三大比赛完成以后，将统计每一队的总成绩得分前三名将得到奖励奖金。

冠军团队一队，奖励奖金800元，冠军奖杯一个;

亚军团队一队，奖励奖金500元，亚军奖杯一个;

季军团队一队，奖励奖金300元，季军奖杯一个

最具慧眼观众奖五名，奖励活动神秘礼品

(一)本次比赛利用飞信和网站方式进行投票,“社团小礼包设计比赛”,“社团代言人”,“广告大赛”均使用投票方式进行评选,未开通百合业务的手机号码，运用飞信每天每个手机号码可投票3票;已开通百合业务的手机号码，用飞信每天每个手机号码可投票3票，网站每天每台电脑可投3票,短信票数与网站投票最终相加累计入总票数。

(一)本次比赛所有涉及社团的内容都应该得到该社团授权，除终极神秘社团外。

(一)本次活动各参赛作品使用权归本活动组办单位所有，未经本活动组办单位同意，任何单位和个人不得侵权。

(二)未经本活动组办单位同意，不得使用有关于本次活动所有作品作商业宣传用途。

(三)本活动最终解释权归华南师范大学南海校区学生社团联合会筹备委员会所有。

附活动负责人联系方式：

张智明 13450856740 短号：666740

梁佩玉 13450823560 短号：643560

华南师范大学南海校区学生社团联合会筹备委员会

二〇〇九年四月十日

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn