

Quotations
from
Unibrand

两方同盟 语录

第 1 期 2015 年 6 月

两方同盟 品牌设计咨询公司

兩方同盟 品牌名

UI
CONS

我们的文化:

不卑，不亢，不闷，不喷；
有情，有义，有才，有范；
自由，自觉，自信，自勉；
学术，艺术，商术，平衡术。

我们的理念:

我们追求的艺术是商业和艺术之间的平衡艺术。



RAYCOM
联想融科智地



丰联集团
FUNGLIAN HOLDINGS
联想控股成员企业



Raycom
Creative Industries
Centre
融科创意产业中心



安信颐和
EnsenCare
联想控股成员企业



汇付天下



外滩云财富
BUND YUNWEALTH



睿恒集团



中国银行
BANK OF CHINA
1912-2002
九十周年庆典

中国·康戴里^{EM}



高山流水集团
ALPSTREAM GROUP



中国民用机场协会
China Civil Airports Association



君合律师事务所
JUN HE LAW OFFICES

3

标志设计—方寸之间论乾坤。

4

如果你的设计似曾相识，它就是
无用的设计。



① 好的设计不是设计，而

5

我们还要信奉“less is more”

标志与图案、图像的区别在于“灵性”。

② 中国的企业家，往往学

6

④ 设计者要有诗人的情怀，还要有艺人的匠心。

⑤ 我们是“视觉诗人”，

诗词创作与品牌设计创作方法比较

如晏令上海滩

十里洋场依旧

百年风华残留

7

赋、比、兴，诗歌的创作方法用于品牌设计有精妙之处。

赋

比

兴

品牌诉求一涛

品牌传播载体



“帆” PLATENO

铂涛 品牌设计创意点

排比

市场

消费者

品牌

帆船 比

引典

“帆竞渡”

重复—视觉

涛与PR的结合

传播力 冲击力 记忆点

对仗

平衡

押韵

单一元素



8

标志的识别性最重要，因为形式是永恒的课题，内容只是沧海一瞬。



9

优秀的企业需要优秀的设计，
优秀的设计诞生于优秀的企业。

10

企业家都会说“我要奔驰、耐克这样的标志”，但真给他这样的设计是不负责的，因为经典主义在如今的年代显得那么苍白。



11

标志是符号中的符号，要用好符号学。

12

后现代主义质疑“少就是多” less is more, 但它永远是品牌的圣经，因为品牌需要聚焦。



13

不是日本设计师厉害，
是他们背后有个厉害的国家。



14

历史文化的土壤是中国设计最大的优势，
但中国设计最大困境是历史文化成了包袱。



15

中国的企业家一定要从设计中得到很好的阐释，这是中国特殊的文化心理结构造成的。

苏珊·桑塔格著名的反对阐释论同样适合品牌设计，因为阐释使品牌的传播力降低，同时藐视了消费者的智商。

16

17

设计大师的时代已经过去，因为如今品牌的复杂性需要若干专业团队的建设。

18

言必称“CI”“VI”的时代已经过去，品牌整合的时代已经到来。

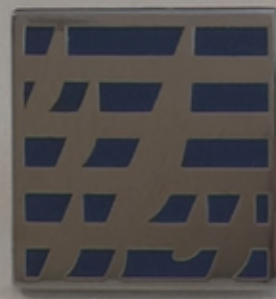


19 "Good artists copy,
great artists steal."

毕加索说“拙匠抄，巧匠盗”，
设计方法可以“盗”，内容和形式不能“抄”。

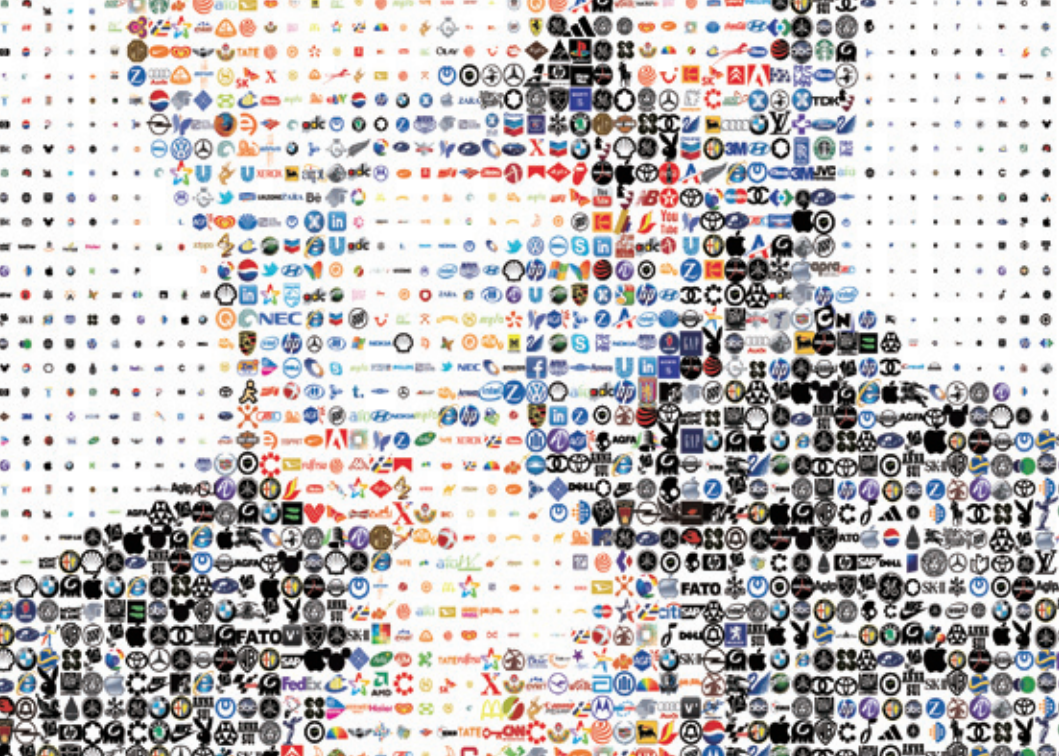
20

设计师不但需要画家的笔，工程师的尺，
还需要魔术师之手，不断创造魔幻的视觉。





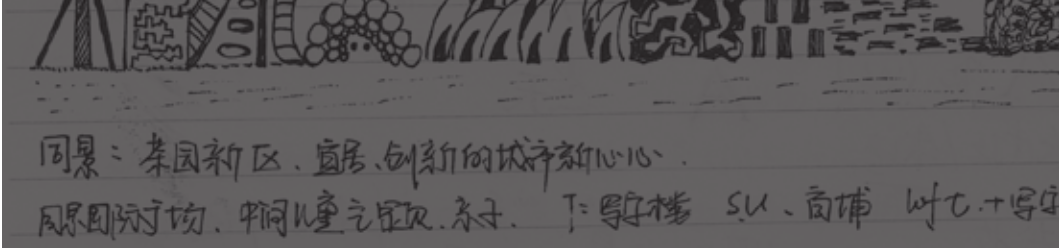
21 设计的“形式”的确大于“内容”，因为你的作品放在标志的海洋里要一眼就能辨认出来。



22 标志设计需要在结构与解构、似与不似之间轻松转换。

22 标志设计需要在结构与解构、似与不似之间轻松转换。

15年5月7日 开会 周四
 封面：展板2个 母亲节DM
 封面：云财富：下周一起点 5月8日云财富会议拍下照片 龙角沟通
 中国期货市场、大光城礼品、金边网络



23 优秀的标志设计需要两到三个的创意点，自然、精妙、贴切的结合。

同景：茶园新区、宜居、创新的城新中心心
 国际国际坊、国际儿童馆、太子、写字楼 SU、高埔 WTC+写字
 青年、现代 (Foshan mall) 体现开发商
 校：四个以内、英文、三个音节、朗朗上口 (例 10Co park)
 时间：5月18日 (第2) 5月29 (logo)
 2017.9月份只研中心开业。考察奥体茶园 (地区方面) 给项目起名为
 整个走案子 → 从命名到 logo 设计。国际没见过、行业标杆、
 解构主义、时尚、第3个进驻机场、M、.....

24

设计公司是要有风骨的，
因为你的作品要有风骨。

25

善于“破坏”，
才是设计的出路。

naga



五栋大楼

隆基泰和广场
LONGJITAIHE PLAZA

新业广场
Shine City



玄府
LOOK



Elizabeth East
伊丽莎白·东岸

LOI

WADIESDON CHATEAU
威登公馆



Olympic Garden
奥林匹克花园



中体地产

缘溪堂



26

草根、劣根是目前互联网行业的品牌设计的最大特点，但其讨好消费者的态度是可取的。

27

互联网时代品牌设计要注意：

1. 让消费者“明白”
2. 让消费者“嗨”
3. 让消费者“爽”

28

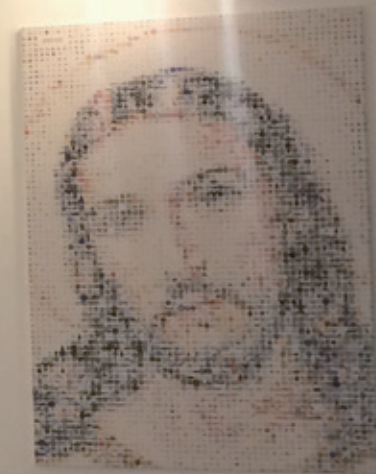
关于设计的“势”，要有上帝手与亚当手指之间的距离。

29

鲍德里亚的品牌价值论彻底颠覆了
马克思的政治经济学说。

两万品牌博物馆

WUOOLIO
www.wuoolio.com



两方语录

好的设计不是设计，而是发现。

中国的 GDP 都世界第二

了，中国的品牌设计一定

会走向世界。

30

图像的区别

”，要有上帝手与亚当手指之间

往要从你的设计中找到“一根稻草

设计师要有魔术师的手，不断创造

还要信奉“less is more”。





uni-brand
design & consultant

北京 两方同盟
品牌设计咨询有限公司

www.uni-brand.cn
010-84721595 84720595

深度阅读请关注两方品牌观察

