

# 企业识别系统在科技期刊发展中的 作用与应用策略分析\*

周志新<sup>1 2)</sup>

1) 新乡医学院期刊社《眼科新进展》杂志编辑部; 2) 河南省科技期刊研究中心: 453003 河南新乡

**摘要** 简要论述企业识别系统(CIS)在科技期刊发展中的作用,如有利于提升竞争力和形象、增强凝聚力等,同时从理念识别、行为识别和视觉识别3个方面分析CIS在科技期刊中的应用策略。

**关键词** 科技期刊; 企业形象识别; 作用; 策略

**Contribution and applied strategies of corporate identity system in development of sci-tech journals**//ZHOU Zhixin

**Abstract** With the continuous intensive competition of journal publishing market and gradual deepening of publication reform, introducing and applying the corporate identity system (CIS) has become the inexorable tendency in the administration and development of modern sci-tech journals. This paper briefly discusses the contribution of CIS in the development of modern sci-tech journals, such as improving the competitive strength and corporate image, increasing the cohesiveness. At the same time, the applied strategies of CIS are also analyzed through the mind identity, behavior identity and visual identity.

**Key words** sci-tech journal; corporate identity system; contribution; strategy

**Author's address** Sci-tech Periodical Research Center of Henan Province, Editorial Department of Recent Advances in Ophthalmology 453003, Xinxiang, Henan, China

随着期刊出版市场竞争的日趋激烈和出版体制改革的深入,为了能塑造良好、积极的外部形象,提高自身在社会受众中的知名度和美誉度,从而达到增进社会效益和经济效益的双重目的,积极借鉴并引入企业识别系统(CIS),已是我国现代科技期刊管理发展的必然趋势。在市场经济条件下,期刊形象作为一种无形资产,在争取作者、吸引读者、扩充市场份额等方面越来越显示出其巨大价值,因此,引入并应用CIS在科技期刊业内越来越显示出其紧迫性<sup>[1]</sup>。因国内对科技期刊业CIS的研究仍处于初始阶段,因此,本文借用企业CIS的理论来简要论述CIS在我国科技期刊发展中的作用,并分析其应用策略。

## 1 企业识别系统(CIS)简介

**1.1 概念** CIS是“Corporate Identity System”的缩写,

译为“法人组织识别系统”,这里的“法人组织”不仅指企业,也包括许多服务机构在内的一切法人组织。CIS理论产生于上世纪50年代的美国,80年代末传入国内,最早是在企业领域中开展研究和实践;因此,国内一般将其译为“企业识别系统”“企业形象革命”或“企业机构形象”,也就是通常所说的企业形象战略<sup>[1]</sup>。CIS是特定企业进行良好组织形象策划、设计、传播和管理的一种战略、方案和手段。其主要特点是:企业在特定的理念和独特的行为活动的基础上,通过对企业一切有形或无形事物的统筹设计、控制和传播,使企业的识别系统统一化、标准化、个性化和专有化,从而形成或强化企业在公众心目中的良好形象。

**1.2 构成要素** CIS基本上由3个要素构成:理念识别、行为识别和视觉识别。理念识别主要包括经营理念和战略、精神、风格、价值观;行为识别包括对内和对外2个部分,对内包括内部各项管理规章制度、员工行为方式与培训教育,对外包括组织的公关宣传活动,如市场调研、促销活动、社会公益性与文化性活动等;视觉识别包括基本要素(组织名称、组织标志、标准字、标准色和组织造型等)和应用要素(产品风格、产品形态、产品造型等)。这3个要素相互作用、相互促进,共同整合成为CIS的系统结构,其中理念识别是CIS的核心和最高层面。

## 2 CIS在科技期刊发展中的作用

CIS作为一种现代企业的经营技法,具有树立企业品牌、增强企业知名度等独特功能,使得国内外置身于激烈竞争中的企业纷纷导入CIS战略。科技期刊业作为一种文化产业,在市场经济条件下同样具有导入CIS战略的可行性、必要性和紧迫性<sup>[2]</sup>。在国内科技期刊竞争激烈、国外跨国媒体集团进入的情况下,应用CIS战略对我国科技期刊的发展具有十分重要的作用。

**2.1 有利于提升期刊的竞争力** 随着出版体制改革的不断深化,科技期刊面临着全方位的挑战,科技期刊必须全面反省和适当调整自己的经营理念、出版模式、出版流程乃至期刊标志和风格等,才能在激烈的市场

\* 河南省政府决策研究课题(2010B588)

竞争中脱颖而出。

CIS通过周密、严谨、有序的系统工程,设计出解决问题的程序、模式、标准及方向,以帮助科技期刊转变机制、更新理念、重塑形象,使科技期刊具备自我适应、调整和更新的能力,从而提升科技期刊的竞争力。

**2.2 有利于提升期刊的形象** 组织形象是一个包容多方面因素的综合体。科技期刊形象不仅包含期刊风格、包装等外在显现的有形要素,而且包括编辑水平、编辑信誉、服务质量、价值观、行为规范等内在隐含的无形要素。

CIS的应用能帮助科技期刊建立以价值理念为核心的所有形象要素的整合,以形成一种全面统一、独特的期刊形象。这种统一而独特的形象,通过各种传播媒介,使受众能很好地识别期刊目标,并对期刊形成良好的印象,从而提高期刊的知名度,提升期刊在受众心目中的形象。

**2.3 有利于增强期刊的凝聚力** 对于科技期刊来说,编辑人员之间及与审稿专家之间是否团结一致,精诚合作,部门之间是否协调统一,配合默契,直接决定着期刊工作的质量和效率,直接影响到期刊的竞争力。

CIS的实施,可以逐步形成统一的价值观和价值标准,使编辑人员和审稿专家达成共识,进而产生巨大的凝聚力,达到“整体大于部分之和”的效果。CIS中的理念识别强调期刊目标和编辑人员、审稿专家工作目标的一致性,强调群体人员的信念和价值观念的共同性,强调期刊对编辑人员、审稿专家的吸引力和编辑人员、审稿专家对期刊的向心力。期刊形象好,知名度高,期刊的编辑人员和审稿专家就会有一种优越感和自豪感,容易调动起群体的工作积极性。

**2.4 有利于与期刊受众建立良好的关系** CIS为科技期刊创造出统一、独特的外部形象,能提高受众对期刊的青睐度,增进期刊与受众之间的信任。编辑人员和审稿专家的行为如何,从表面和单一的关系看,似乎是个人行为;但从他们社会联系的多样性角度看,却是涉及期刊形象与声誉的大事,编辑人员和审稿专家的敬业精神、良好的服务态度、负责的编审行为都会产生一种强烈的亲和力和感召力,引起期刊受众的由衷信赖和好感,成为塑造期刊形象的有效环节。

**2.5 有利于期刊的可持续发展** 科技期刊应用CIS不仅是一种组织完善、制度健全的表现,也是锐意进取、远见卓识的反映。CIS体现了期刊形象的本质、特性和优势;因此,CIS的应用可以达到提升期刊无形资产价值、提升期刊品位的目的,有利于增强期刊的综合竞争力,增强期刊对作者资源、读者资源的吸引力,不断提高期刊的技术水平,使期刊步入良性循环的轨道,

促进期刊的可持续发展。

### 3 科技期刊应用CIS的策略

作为一项系统工程,CIS主要通过其理念识别、行为识别和视觉识别这3个子系统发挥作用<sup>[3]</sup>。科技期刊应用CIS的目的是运用现代化的企业管理方式,对期刊经营、用人机制、编辑业务、版面设计、对外宣传等方面加以管理,将期刊的经营理念、经营模式和企业文化等运用理念识别、行为识别和视觉识别等方式传递给受众,使受众对期刊产生一致的认同感和价值观,以提升期刊的形象<sup>[4-5]</sup>。

科技期刊在应用CIS时,应注意重视理念识别中的品牌效应,强化行为识别中的服务意识及突出视觉识别中的个性意识,这样才能达到应用CIS的最终目的<sup>[6]</sup>;因此,科技期刊应用CIS策略的制订主要从理念识别、行为识别和视觉识别3个方面进行。

**3.1 确立统一而独立的理念识别系统** 科技期刊的理念识别既体现在期刊的办刊理念、办刊宗旨、编辑方针、编辑精神、价值观等方面,也包括期刊的类别、受众群的定位等内容,是一种期刊在其发展中必须始终遵循的基本思想原则。

理念识别既要体现统一性,又要体现独立性。对于科技期刊来说,理念的统一性是指期刊社或编辑部内部上下的一致性,指期刊形象的稳定性与统一性;独立性指某期刊区别于其他期刊的特殊性。统一性和独立性是科技期刊理念的重点和本质,决定了期刊的特征和特色,特殊性的优劣直接决定着期刊形象的好坏。

科技期刊应重视理念识别中的品牌效应,既要遵循期刊作为传播媒介的一般规律,又要充分考虑期刊的定位、风格、读者心理、审美趣味等。一旦期刊的定位确立之后,相关的业务诸如文字编辑、美术设计、激光照排、制版、印刷、装帧等各环节都要协调统一,完美地体现自己刊物的个性和风格<sup>[7]</sup>。

**3.2 建立系统而持续的行为识别系统** 科技期刊的行为识别是在期刊经营管理理念的指导下,形成的一系列期刊经营管理活动。期刊通过制订各项规章制度,实施各种方法决策:对内提高编辑人员的职业素质和修养,改善工作环境,提高收入水平和福利待遇,激励编辑人员的积极性;对外通过市场调研、举办各种展销促销活动及参加社会公益性与文化性活动等,强化服务意识,提高期刊服务水平,改善服务态度,建立良好的社会形象,展示期刊魅力。

科技期刊行为识别主要体现在期刊组织文化、制度文化、人的文化等方面<sup>[8]</sup>。其中人的文化是核心,

是组织文化与制度文化的集中体现。与物的形象即期刊载体形象、办公条件和设施等相对应,人的形象包括期刊社或编辑部领导的形象、编辑人员的形象、审稿专家的形象等,上下统一的人员群体形象,其谈吐、举止、风度等的统一规范,规范到位的服务意识,对于全方位树立期刊形象,展现办刊人的精神面貌,具有不可低估的重要作用。

**3.3 设计全面而独特的视觉识别系统** 科技期刊的视觉识别是以期刊名称、期刊标志、期刊封面、期刊色彩、期刊版式、期刊字体等为核心展开的完整的、系统的视觉表达体系<sup>[9]</sup>。在 CIS 设计中,视觉识别设计最具传播力和感染力,最容易受受众接受,具有重要的价值和意义。视觉识别将经营理念与价值观通过静态的、具体化的视觉形式,有组织、有计划地传达给受众,树立统一的识别形象。

期刊视觉识别设计应突出个性意识,对于改变目前大多数期刊的相互模仿与趋同的现状,树立期刊的独立风格,探索形成自己独特的视觉识别体系,具有更直接的效用。科技期刊视觉识别系统的设计主要从以下几个方面进行。

**3.3.1 封面设计** 期刊视觉识别最鲜明地体现于封面,包括封面的版式、构图、格调、色彩、刊名及其他文字字型和字体。封面给受众的印象,具有直观感悟性,能直接进入受众的眼球,给人留下了对期刊的直观视觉影像。期刊封面设计应注重刊名字形字体的特色化、刊名字体颜色与底色的对比度、其他标志的特别创意、各构成元素的特色组合等内容,强调整体性和独特性<sup>[10]</sup>。

**3.3.2 风格设计** 期刊风格设计是指期刊在整体外观和版面布局等形态方面要体现自己的特色,并能够有力地吸引自己所设定的受众。期刊要根据受众的需求和阅读口味,经过一段较长时间的创造性实践、强化和积淀,形成形态方面相对稳定的独特风格。

**3.3.3 网站设计** 随着互联网的大规模普及应用,很多的期刊建立了自己的网站。期刊网站的设计也是期刊视觉识别系统的重要组成部分。期刊网站设计应具有自身的特征,设计风格与期刊格调应尽量保持一致。

**3.3.4 广告设计** 期刊广告设计也应具有一定的特色,应重视版式设计,对内容、手法及形式等方面加以系统化,力求达到与期刊内容的和谐、连贯、平衡,尽可能使受众享受到内容和形式上的美感,同时利用计算机技术进行精美设计,全面体现期刊的时代特色。

**3.3.5 办公用品设计** 办公用品设计属于期刊视觉识别的应用要素,主要包括信纸、信封、名片、服饰、交

通工具、随身携带物等。采用统一标准的字体字型,在办公用品上体现期刊社的标志,以增强期刊视觉识别效果的力度。

值得强调的是,科技期刊视觉识别设计应注意以下3个问题:

1) 视觉识别应与理念识别、行为识别格调一致,从整体上综合地反映期刊的理念,即办刊宗旨;

2) 在保持期刊风格方面,视觉识别设计应注意长期的连续性和稳定性;

3) 视觉识别设计应力求清晰、明快、完美地体现刊物的视觉识别要素。

## 4 结束语

CIS 在科技期刊发展中的应用有助于树立良好的、独特的期刊形象,提高科技期刊的综合竞争力,具有显著的应用价值和作用。明确定位、建立特色、树立形象,是科技期刊在激烈的市场竞争中站稳脚跟、创建名牌的一条重要途径,而借助 CIS 是实现以上目标最为有效的方法;但因 CIS 理论进入国内时间较短,国内主要研究对象仍是企业,对于科技期刊业来说,CIS 更是一个新生事物,CIS 在科技期刊业的广泛应用需要广大编辑出版者的不断探索和努力。

## 5 参考文献

- [1] 董洪敏. 企业识别系统在期刊社树立形象中的应用[J]. 编辑学报,1999,11(2):86-87
- [2] 陈才俊. CIS 战略与中国出版产业发展研究[J]. 暨南学报:哲学社会科学版,2008,22(6):114-120
- [3] 林志祥. CIS 在科技期刊品牌创建中的应用[J]. 韶关学院学报,2009,30(9):165-169
- [4] 韩长友,崔玉子. 高校期刊的 CIS 战略与形象塑造[J]. 延边大学学报:社会科学版,2007,40(4):110-112
- [5] 田静. 期刊社形象构成要素及实现途径[J]. 重庆工商大学学报:社会科学版,2003,20(1):158-160
- [6] 王琦. 《新农业》CIS 策划的思考[J]. 沈阳农业大学学报:社会科学版,2006,8(3):573-575
- [7] 鲁培康. 试论 CIS 战略在期刊编辑出版中的应用[J]. 编辑学刊,1997(2):46-49
- [8] 郑红翠. 高校学报运用 CIS 策略探讨[J]. 黑龙江高教研究,2005(6):173-174
- [9] 黄伟. CIS 视角下的期刊视觉策划[J]. 理论界,2010(6):168-169
- [10] 陈俊鸿. 期刊封面的视觉形象识别[J]. 编辑之友,2001(4):58-60

(2011-03-11 收稿;2011-04-26 修回)