

# 外婆家餐饮 VI 设计

专业：广告学 学生：王丽君 指导老师：马 聪

## 摘 要

随着城市化率以及人均收入的增长，人们的各种需求也逐渐提高。对于餐饮行业而言，菜肴是否健康、营养、菜肴本身蕴含的文化以及菜肴加工的过程等，都成为消费者关注的要点，消费者的个性化需要在不断提升。在这样的背景下，我认为外婆家餐饮可以在原有的基础上进一步提升，加入更多情感元素，给予消费者亲切、温暖的就餐体验，让消费者对外婆家这个品牌有归属感，有家的感觉。同时，外婆家也应致力于把消费者当做亲人，譬如员工对消费者的良好态度，能让消费者更有信任感。外婆家从餐具、包装等细节再到菜肴，做到精细与精致并存，并融入外婆家的品牌文化，让每道菜都有自己的生命。本套设计以色彩对比鲜明的蓝、黄色作为主色调，从菜单到包装、到员工服装，致力于体现品牌的规范化，并赋予外婆家情感关怀的品牌形象。

而随着移动互联网的不断发展，人们对于终端信息接收的要求也越来越高。以往单纯的“图片+文字”的表达方式不能吸引受众。所以本次设计作品中包含了微网页 H5 的设计，以小游戏的形式展示出来，在游戏与互动中，将品牌信息、理念传递给受众，更能够吸引受众，不仅起到宣传推广的作用，还能在一定程度上提升品牌形象。

关键词：VI 设计 品牌形象 视觉系统

## 目 录

|                         |            |
|-------------------------|------------|
| <b>1 设计总体说明.....</b>    | <b>555</b> |
| 1.1 设计背景、意义.....        | 555        |
| 1.2 设计基本思路.....         | 555        |
| 1.3 设计理念.....           | 556        |
| <b>2 品牌形象设计说明.....</b>  | <b>557</b> |
| 2.1 主题名称.....           | 557        |
| 2.2 设计主题定位.....         | 557        |
| 2.3 设计的要点.....          | 557        |
| <b>3 标志设计说明.....</b>    | <b>558</b> |
| 3.1 标志的来源.....          | 558        |
| 3.2 标志的草图和修改过程.....     | 558        |
| <b>4 VI 设计说明.....</b>   | <b>560</b> |
| 4.1 VI 基础部分设计说明.....    | 560        |
| 4.2 办公事务用品类设计.....      | 561        |
| 4.3 产品包装系统说明.....       | 563        |
| 4.4 服饰系统说明.....         | 568        |
| <b>5 海报设计说明.....</b>    | <b>569</b> |
| <b>6 画册设计说明.....</b>    | <b>570</b> |
| 6.1 画册的风格.....          | 570        |
| 6.2 画册的构思.....          | 570        |
| 6.3 画册的展示图.....         | 570        |
| <b>7 微网页 H5 设计.....</b> | <b>572</b> |
| 7.1 微网页 H5 的介绍.....     | 572        |
| 7.2 H5 的设计背景.....       | 572        |
| 7.3 H5 的设计过程.....       | 572        |
| 7.4 H5 设计思路说明.....      | 573        |
| <b>参考文献.....</b>        | <b>576</b> |

# 1 设计总体说明

## 1.1 设计背景、意义

餐饮行业是大众所需求的。随着城市化率以及人均收入的增长，大多数人已经不再只是追求基本的温饱问题。消费者开始关注菜肴的营养与健康程度，关注原产地问题，关注加工处理的过程是否卫生，甚至关注厨师的烹饪细节。同时，消费者存在很大程度的情感需求，他们希望今天选择的品牌蕴含更多的文化。餐饮品牌在消费者需求逐渐改变的同时也应采取改变措施。只有满足消费者的个性化需求，才能更好地服务消费者，在消费者心中树立良好的品牌形象。

一个有温度的视觉形象设计能最大化地实现品牌价值，能为品牌增值，并有效地凝聚消费者[1]。如今，人们对餐饮类品牌的追求越来越高，良好的品牌能够使消费者吃得更放心、更舒心、更暖心。通过树立一个温暖、有情怀也有关怀的餐饮品牌形象，将品牌理念等信息通过视觉符号传达给消费者，对扩大品牌知名度、塑造品牌形象有着良好的作用，让消费者感受到企业的关怀，使消费者对品牌有一定的归属感和信赖感[2]。完善的视觉识别系统能让品牌显得更加专业，产品更具有品质，从而获得消费者的好感，让他们在体验中获得美的享受，满足消费者的心理需求。

## 1.2 设计基本思路

因餐饮针对的受众较为广泛，外婆家餐饮的目标群体是大多数上班族、学生。所以此次设计我选用蓝、黄这两种色彩对比鲜明的颜色进行搭配，黄色给予人食物新鲜美好的食欲感，深蓝色代表着复古、有文化气息的情怀。两者的搭配正是食物的新鲜、美味与文化情怀的相互融合，把外婆家的定位在颜色上充分体现：新鲜却不失情怀。

整体的菜单、包装设计上我都将采用深蓝色、黄色这种基调，在包装上用可爱又时尚的字体，写一些宣传语来加以体现外婆家的情感关怀。比如：再来一碗面、考好的奖励、深夜食堂.....再比如包装上的大字是“食肉”，旁边又会用清新的手写小字提醒：“荤素搭配才能营养均衡哦”；假如包装上的大字是“甜点”，小字标注则会：“希望外婆家的甜点能甜到你心里”。类似于家常话配合外婆家亲民的定位，使得消费者更易对品牌产生归属感和信赖感，同时也满足了消费者被关怀的需求。

在传播宣传方面，H5 的阅读形式更加有趣，这样的信息传播方式，较易被消费者接受，好的 H5 作品不仅能在与受众的互动过程中传递出信息，而且能增强受众对品牌的记忆，对品牌长远的发展有推波助澜的效果。

## 1.3 设计理念

整体的设计理念围绕外婆家的标语：“外婆的锅，人生的百味”，以及外婆家的宣传口号：“不用回家忙烧饭，外婆帮你烧饭菜”。所以本次设计理念主要是体现品牌对消费者的温暖与关怀。基于目标群体是上班族及学生，整体的设计风格偏于活泼、清新的。配以人文关怀，容易引发消费者的共鸣[3]。

## 2 品牌形象设计说明

### 2.1 主题名称

外婆家餐饮的 VI 及周边产品设计。

### 2.2 设计主题定位

本次设计主题的定位是较为活泼、清新、简洁的风格。给消费者以温暖、亲切的消费体验。

### 2.3 设计的要点

1.有时候一套 VI 设计是否吸引眼球，作品的色彩搭配其实起着很大的作用[4]，本次作品的色彩一个亮点，黄色与深蓝色两者的应用要考虑好孰重孰轻，分配好适当的比例。

2.文字风格的考虑。深蓝色和黄色的撞色本就容易吸引眼球，文字的排版上要体现主题风格，又要与色彩平衡，所以本次设计中，字体的选择和排版是一个难点。

3.画面的整体考虑。有些包装只有文字和色彩太过单调，有些画面再加入其它元素又显得太过繁杂。这时候就要考虑在那些相对单调的画面里加入一些小元素。本次设计我选择加入一些蔬菜的手绘线稿，只有线稿不会使画面太过复杂，配合整体的风格反而显得更加可爱与亲切，还能贴切主题，体现外婆家餐饮所用食材的新鲜。

4.本次设计中的 H5，是一个亮点，在与用户的交互过程中传递品牌信息，培养用户习惯，给予消费者以情感关怀，在传播过程中使消费者对外婆家产生好感。但这两个 H5 的制作过程对技术的要求较高，还需多请教专业人士，多看教学视频，认真对待每一个小细节，才能做出互动性强、有吸引力的 H5 作品。

### 3 标志设计说明

#### 3.1 标志的来源

外婆家原有的标志是以字“外婆家”直接作为标志，简单明了。本次设计的新标志依旧借鉴旧标志的做法，以字体直接作为标志。但是考虑到设计的整体风格定位为温暖、亲切的感觉，本次标志的设计将采用手写字体，画出“外婆家”的字作为标志，需要符合温暖、活泼、亲切的定位，又同时要具备较强的识别性。

#### 3.2 标志的草图和修改过程

确定了初步想法以后我便开始画草图，我画的第一稿草图为细线条，较为简洁，以大多数的直线为主，和小部分的稍曲线结合成“外婆家”三个字。草图看起来比较单调，但我想试着做成电子稿，说不定上色以后能出效果。于是我导入到 AI 里面，描出轮廓，进行填色，调整位置和大小。成稿虽然比草图精致得多，但依旧没有达到我想要的效果。

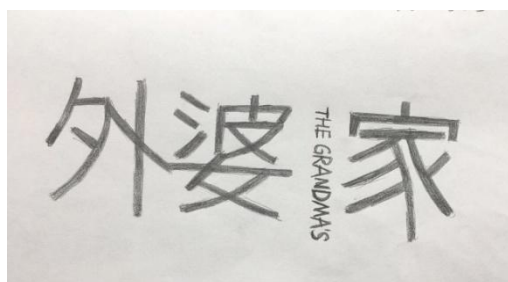


图 3-1 第一稿草图

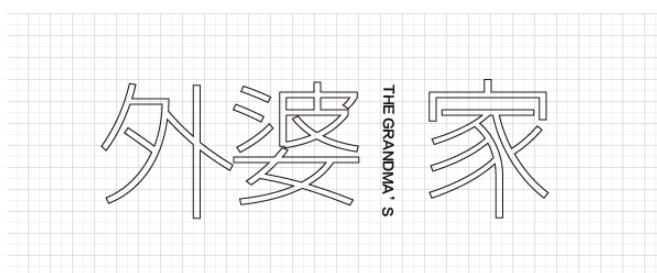


图 3-2 第一稿线稿图



图 3-3 第一稿上色图

第一稿的感觉不是我所喜欢的，后面又尝试了几次，感觉风格仍然不太对，不大符合我对整体风格的设定。理清思路以后我开始再次尝试。这一次，我选用的是线条比较粗的、有手写感的字，使得画面更为饱满，感觉较为可爱，有较强的个性化，具有很高的识别性，

终于也符合了品牌设计的整体风格。



图 3-4 终稿草图

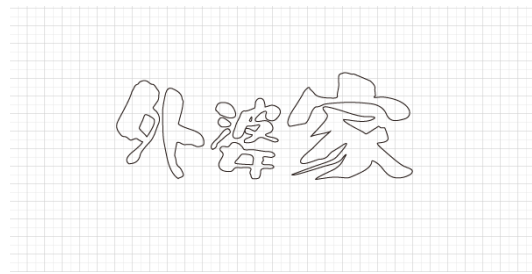


图 3-5 线稿图



图 3-6 终稿上色图

## 4 VI 设计说明

### 4.1 VI 基础部分设计说明

VI 基础部分主要包括：标准色、标准字的设计与应用。这二者看似独立，但设计过程必须考虑到后面的综合使用。

#### 4.1.1 VI 标准字体

标准字体是视觉识别系统中的基本要素之一<sup>[1]</sup>，可以有效地强化企业的形象，而外婆家的标志主要组成部分就是标准字体。这就使得标准字体在此次设计中尤为重要。外婆家标志的标准字是手写字体，使得原本相对单调的字体在画面上更加饱满，更具个性化。而标语“外婆的锅/人生的百味”部分是用方正清刻本悦宋简体，这样精致复古的字体刚好能与标志上的字相互补充，显得文艺、清新。英文的字体规定为 chocoleta，是一款卡通手写字体，相对较可爱，符合亲切、温暖的主题定位。



图 4-1 LOGO 标准字



图 4-2 标准字应用



图 4-3 标语



图 4-4 英文名称标准字

### 4.1.2 标准色

标准色是企业视觉识别的核心，应用于视觉识别系统的所有媒介上<sup>[5]</sup>。外婆家的标准色选用深蓝色与黄色。运用鲜明的色彩碰撞，体现品牌亲切、活泼的感觉。黄色具有引起人食欲的作用，又有清新的感觉，能传递出品牌食材的新鲜；而深蓝色则给人复古、怀旧的感觉，传达出品牌温暖、情感关怀的特点。



图 4-5 标准色

## 4.2 办公事务用品类设计

### 4.2.1 名片

外婆家的名片依旧选用标准色深蓝色、黄色两个颜色的搭配，有正面深蓝色，反面黄色的搭配，若是正面黄色，反面则是深蓝色。正面主要体现个人基本信息，加上标志和标语，没有其他多余的装饰，简洁大方。反面则有一个代表外婆标语的“锅”，手绘线条的锅与外婆家的整体设计风格遥相呼应，可爱而亲切，锅的底部体现外婆家的标语：外婆的锅，人生的百味。反面的周边用细线框起来，显得精致而清新。



图 4-6 蓝色名片正反



图 4-7 黄色名片正反

## 4.2.2 信封信纸

餐厅的专用信封信纸的设计上，采用了标准色的基础色彩。用于日常的办公用品。统一的比例和格式，符合外婆家的品牌形象，突出外婆家标志和标准色，识别性强。



图 4-8 信封信纸

## 4.2.3 书签

书签在平常使用中较为广泛，也可作为小礼品赠送给消费者，成本低。上面印有外婆家的标志与标语，一定程度上强化消费者对品牌的记忆，强化品牌形象。书签的设计沿用标准色的深蓝色和黄色，根据不同的主题设置不同的书签。比如“食肉”、“甜点”、“面条”主题，小字再附上一些相关主题的介绍。给予消费者温暖又可愛的消费体验。



图 4-9 书签

## 4.3 产品包装系统说明

### 4.3.1 外卖餐具套包装

打包或者外卖对于餐饮行业来说是再正常不过的事情。所以，外卖的餐具套在设计中也是必不可少。外卖餐具套运用整体的风格设计，能有效增强消费者对品牌的记忆和好感度。精致细腻的外卖餐具包装，能较好地体现企业的品牌形象[6]。该外卖餐具套的包装运用正反为深蓝色、黄色。正面体现的是标志、宣传标语，并用一些手绘线稿的蔬菜加以点缀；反面则用标准字写上有趣的宣传语。两面结合，显得整体外卖餐具包装生动、有趣，使消费者产生亲切的感觉。



图 4-10 餐具套正面



图 4-11 餐具套反面

### 4.3.2 外卖餐具盒包装

打包盒是外送产品包装的主体部分，打包盒既要考虑整体风格的统一协调，又要在实际用途上考虑打包盒是否方便携带、是否易漏、尺寸是否合适等问题[7]。所以还需根据不同的食物制定不同的打包盒。参考了一系列餐厅的外卖盒以及考虑到成本等因素以后，我有了两个选择方案，一款为牛皮纸打包盒，盒里覆膜防止食物的汁、油流出，外盒外牛皮纸，较有质感；另外一款为塑料盒，更为实用。在原有盒子的基础上贴上品牌定制的不干胶，增强用户对品牌的记忆。而外带的汤、粥等我采用圆柱形打包盒，盖子上也贴上定制的不干胶。

综合考虑以后，在这两款中选择了可以防油防漏、外层包装为牛皮纸的打包盒，并分别针对不同食材的打包制定了不同的尺寸。另外有一些纸盒、手提的打包盒并用，多种选择，方便携带。



图 4-12 外卖盒不干胶贴长条形



图 4-13 外卖盒不干胶贴圆形

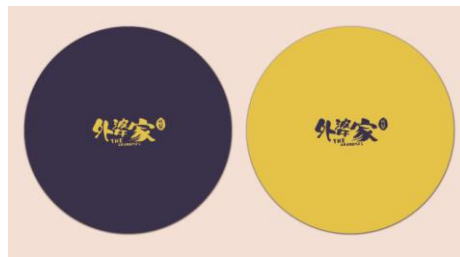


图 4-14 外卖盒不干胶贴圆形



图 4-15 牛皮纸外卖盒



图 4-16 塑料外卖盒

### 4.3.3 手提袋



图 4-17 蓝色手

提袋



图 4-18 黄色手提袋

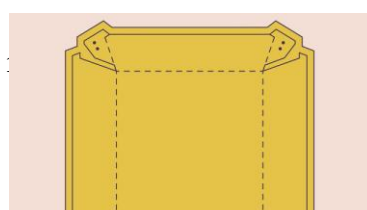
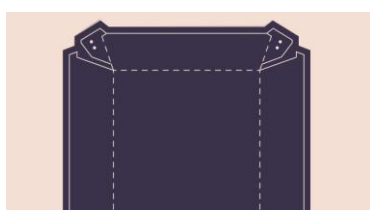
### 4.3.4 外卖盒展开图



图 4-19 手提打包盒蓝色展开图



图 4-20 手提打包盒黄色展开图



4-21 打包盒展开图

4-22 打包盒展开图

菜单能直观地展示品牌的产品名称，每个顾客进店消费必定会浏览到。再菜单是设计上，不止要考虑整体的风格，更需要能清晰地分类产品，使消费者能最方便、直观地浏览，从而迅速点单。外婆家菜单的设计把菜品进行分类，有“热菜”、“凉菜”、“海鲜”等，方便消费者点菜。菜名的右边便有标价，清楚明了。



4-23 菜单



4-24 竖版小菜单

4.4 服饰系统说明

对于餐饮行业而已，员工的工作服不仅能够加强消费者对品牌的记忆，而且能够使得整体品牌形象更具规范化，专业化，提升品牌形象[8]。也使员工更有归属感，使消费者易产生信赖感。



图 4-25 员工服装

## 5 海报设计说明

海报作为宣传的载体，能有效地传播文字和图片信息给消费者[9]。本次海报的设计依旧用标准色深蓝色与黄色为主基调，再次强化消费者的品牌记忆。而对比鲜明的两种色彩能够迅速吸引眼球。画面用简洁的餐具元素：筷子、锅与碗构成，用标准字排出主标题，突出主题；附以简要的文字排版介绍具体活动内容，整个画面简洁却不失美感。



图 5-1 海报设计

## 6 画册设计说明

### 6.1 画册的风格

画册能在一定程度上为品牌起到宣传作用[10]。外婆家的画册延续深蓝色与黄色的温馨、清新而可爱的风格。

### 6.2 画册的构思

画册主要对外婆家产品进行介绍。画面利用手绘线稿画与卡通画相结合的形式来展示。

我将画册分为七个主要部分：分别是家常小菜、美味甜食、小吃结合、夏天味道、深夜食堂、土菜田、人生厨房。家常小菜里主要介绍外婆家特色的菜肴；美味甜食里主要介绍外婆家的甜食；小吃集合里介绍外婆家特色小吃；夏天味道里主要推荐一些夏天海鲜以及冷饮；深夜食堂里是适合宵夜的产品，能更好地体现外婆家的人文关怀；土菜田里介绍了外婆家食材的来源，以外婆种的菜田来比喻食材原产地的安全可靠，仿若自己种的，给予消费者一种信赖感；人生厨房里主要展示外婆后厨的信息，比如厨师的信息、厨具的使用、菜肴的做法等，配合一些句子，比如“外婆说，人生的故事，都在厨房里啦。一锅一勺，一汤一饭，不需要太多复杂的工具，不需要各种添加剂，简简单单。用心做好每一顿饭。”从而不仅能触发消费者的情感共鸣，又体现了外婆家用心做好饭的品牌理念。

### 6.3 画册的展示图



图 6-1 画册封面封底和家常小菜



图 6-2 画册深夜食堂和美味甜食



图 6-3 画册小吃集合和夏天味道



图 6-4 画册人生厨房和土菜田

## 7 微网页 H5 设计

### 7.1 微网页 H5 的介绍

H5 是指第 5 代 HTML，而 HTML 全称为 HyperText Markup Language，中文直意为“超级文本标记语言”，它是一种基于互联网的网页编程语言。但现在有许多平台提供 H5 创作，“易企秀”“MAKA”等都不需要有编程基础也可操作。H5 能在微信、微博、QQ 等平台上进行传播，主要利用有趣的画面与形式与阅读者产生互动，从而达到信息的传播。

### 7.2 H5 的设计背景

伴随着移动互联网的用户、终端、网络基础设施规模持续稳定增长，早期基于微博与微信的简单“图+文”营销方式已经不能满足企业和品牌营销需求，越来越多的品牌开始尝试更多的展现与互动方式。而 H5 能很好地在与用户的互动过程中，把核心观点传递给消费者，还使得阅读形式更加有趣。这样的信息传播方式，较易被消费者接受。

### 7.3 H5 的设计过程

“易企秀”、“MAKA”等平台无需编程基础也可操作，但作品也会相对单调，目前还存在着许多无法实现的问题。于是我本次 H5 的设计选用“iH5”这个平台。整个的 H5 互动小游戏是由很多个事件和时间轴的配合来控制的，与 flash 有一定的相似度，但比 flash 多了交互的功能。如下是我设计界面的截图：



图 7-1 H5 设计界面

## 7.4 H5 设计思路说明

### 7.4.1 “一秒蒸螃蟹”小游戏

这个“一秒蒸螃蟹”的小游戏，能在游戏过程中很好地把信息传递给消费者。该游戏分为三个部分。第一个页面标注游戏规则，下方有一个锅，旁边提示语写着，“掀开查看今日特价”。通过用户的手指滑动可以掀开，在与用户的互动中传递出信息。第二个页面是蒸螃蟹的游戏页面，用户按住按钮即可开始蒸螃蟹，此时系统也会开始计时，用户手指离开按钮时，输出的时间会显示出来。根据不同的时间，会有不同的螃蟹显示出来。比如用户按住按钮的时间显示为 0s-0.9s，则显示出一只生螃蟹，提示语，“少年啊，难不成喜欢生吃螃蟹”；如果时间为 0.9s-1.1s，则显示出红得恰到好处的螃蟹，提示，“完美啊，你的螃蟹火候刚刚好”；若时间为 1.1s-2.1s，则螃蟹会焦了；如果时间再 2.1s 以上，则螃蟹蒸得黑乎乎的。

第三个页面是一个小总结，用可爱的语言概况前面的小游戏，“火候很重要，外婆家致力于把控好每一道菜的火候”。另外，该页面还会有一个特色菜的推荐。



图 7-2 蒸螃蟹游戏二维码 [QQ 或微信扫描二维码查看]



图 7-3 游戏规则



图 7-4 掀盖



图 7-5 蒸螃蟹



图 7-6 青螃蟹



图 7-7 火候刚好的螃蟹



图 7-8 焦螃蟹



图 7-9 黑螃蟹



图 7-10 推荐菜

## 7.4.2 H5 “您收到一封情书”

这个 H5 一开始通过模拟短信的提醒，提示受众收到一封情书，由此吸引受众眼球。再通过有趣的“画中画”的形式，吸引受众继续浏览。温暖的画面与文字能够温暖受众，从而达到品牌宣传推广的目的，加强消费者对品牌的好感和归属感。

该 H5 一共通过八个画面来表达。贴心地告诉受众“下个厨做个饭，养好自己的胃。”然后下一副画面继续上面的话“不想做饭时候，就来外婆家。”用简单的文字加配图的形式告诉受众，“平淡的生活，也有最美好的味道。”这些话语不仅能引发受众的共鸣，而且能一定程度上为外婆家树立良好的品牌形象，“美好的味道”其实暗指外婆家的味道。



图 7-11 H5 “您收到一封情书” 二维码 [QQ 或微信扫描二维码查看]



图 7-12 H5 页面 1



图 7-13 H5 页面 2

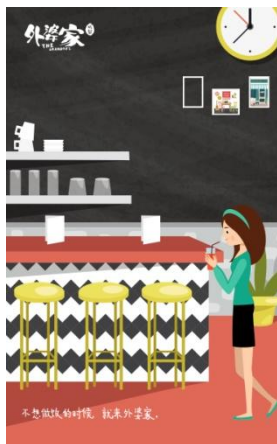


图 7-14 H5 页面 3



图 7-15 H5 页面 4



图 7-16 H5 页面 5



图 7-17 H5 页面 6



图 7-18 H5 页面 7



图 7-19 H5 页面 8

## 参考文献

- [1] 姚建银, 宋春光. 品牌的心理学分析[J]. 市场论坛, 2011.
- [2] 赵江洪. 设计心理学[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2004.
- [3] 于婷. 浅谈企业品牌开发战略中 VI 设计的重要性[J]. 天津经济, 2013-11.
- [4] 胡成发. 印刷色彩与色度学[J]. 印刷工业出版社, 1993.
- [5] 崔唯. 色彩构成[J]. 中国纺织出版社, 1996.
- [6] 宋晓. 企业视觉识别系统(VI)设计的基本原则[J]. 艺术科技, 2014.
- [7] 靳埭强. 视觉传达设计实践[M]. 上海文艺出版社, 2005-12-01.
- [8] 徐洋. 品牌与 VI 设计[M]. 上海人民美术出版社, 2006-12-7.
- [9] 李鹏程. VI 品牌形象设计[M]. 北京: 人民美术出版社, 2010-8.
- [10] 李斯. 关于中国高校品牌建设视觉识别系统(VI)的探索[J]. 艺术科技, 2014.

