

Quotations  
from  
Unibrand

两方同盟 语录

第2期 2016年1月


北京 两方同盟 品牌设计咨询公司



形象就是权利 ,这是一个兜售品牌形象的时代。



品牌已进入高度碎片化时代，  
设计成为整合碎片的强大力量。

01  +43% 170,276 \$m	02  +12% 120,314 \$m	03  -4% 78,423 \$m	04  +11% 67,670 \$m	05  -10% 66,066 \$m	06  +16% 49,048 \$m	07  0% 45,297 \$m	08  -7% 42,257 \$m
09  -6% 30,800 \$m	10  +29% 37,648 \$m	11  +9% 37,212 \$m	12  +7% 36,711 \$m	13  +13% 36,514 \$m	14  +4% 36,415 \$m	15  -3% 20,854 \$m	16  +5% 27,293 \$m
17  +16% 23,070 \$m	18  -3% 23,056 \$m	19  +6% 18,775 \$m	20  -1% 22,250 \$m	21  +5% 22,222 \$m	22  -3% 22,218 \$m	23  +54% 22,029 \$m	24  +3% 19,622 \$m
25  -3% 18,222 \$m	26  +8% 18,768 \$m	27  +4% 16,541 \$m	28  +8% 16,267 \$m	29  +2% 14,723 \$m	30  +16% 14,031 \$m	31  +7% 13,943 \$m	32  -3% 13,940 \$m
33  +10% 13,749 \$m	34  -6% 12,937 \$m	35  -9% 12,545 \$m	36  +7% 12,257 \$m	37  -11% 11,650 \$m	38  +6% 11,576 \$m	39  +8% 11,293 \$m	40  -4% 11,278 \$m
41  +22% 10,944 \$m	42  +9% 10,600 \$m	43  +6% 10,758 \$m	44  +5% 10,326 \$m	45  +12% 9,794 \$m	46  +9% 9,626 \$m	47  -3% 9,400 \$m	48  +14% 9,264 \$m
49  +19% 9,082 \$m	50  -14% 8,882 \$m	51  +5% 8,632 \$m	52  +7% 8,568 \$m	53  -1% 8,563 \$m	54  +10% 8,408 \$m	55  +3% 8,464 \$m	56  +12% 8,055 \$m
57  +6% 7,924 \$m	58  -5% 7,702 \$m	59  +17% 7,243 \$m	60  +12% 7,083 \$m	61  +15% 6,870 \$m	62  -9% 6,811 \$m	63  -12% 6,683 \$m	64  +6% 6,509 \$m
65  +2% 6,436 \$m	66  +6% 6,309 \$m	67  +16% 6,266 \$m	68  +17% 6,257 \$m	69  +4% 6,222 \$m	70  +13% 6,007 \$m	71  -9% 6,033 \$m	72  -12% 5,976 \$m
73  +5% 5,873 \$m	74  +5% 5,666 \$m	75  -7% 5,639 \$m	76  +17% 5,561 \$m	77  +7% 5,533 \$m	78  -12% 5,530 \$m	79  +14% 5,460 \$m	80  +6% 5,391 \$m
81  -5% 5,365 \$m	82  New 5,352 \$m	83  +2% 5,208 \$m	84  +6% 5,161 \$m	85  +2% 5,133 \$m	86  +16% 5,130 \$m	87  +14% 5,109 \$m	88  +15% 4,962 \$m
89  +14% 4,822 \$m	90  -7% 4,763 \$m	91  -7% 4,629 \$m	92  -6% 4,540 \$m	93  +2% 4,466 \$m	94  -4% 4,407 \$m	95  -7% 4,330 \$m	96  +3% 4,270 \$m

32

国际品牌价值排行榜显示出品牌已进入 GAF A 时代 (Google-Apple-Facebook-Amazon)，这也预示着设计已是时代的宠儿。

33

互联网时代中，品牌要勇于  
解构自身，并在碎片中重建，  
而设计是解构与构建过程中  
的主角。



上海汇付天下有限公司品牌标志



34

天津于家堡商业区开业广告

设计，是品牌与消费者真正的接触点，  
只有引起情感共鸣的设计才能创造品牌价值。



35

2015年，苹果公司任命乔森纳·伊夫为  
首席设计官（Chief Design Officer），  
苹果把设计放在了更重要的位置，这是苹果  
的进步，更是社会的进步。

Jonathan Ive

悦荟万科广场  
MOSAIC VANKE MALL



悦荟万科广场品牌推广

36

不要过于相信互联网的力量，  
品牌建设过程不能拔苗助长。

37

装萌、自嘲、作贱，有些品牌过于相信互联网  
粉丝经济，这种反智主义 (anti-intellectualism)  
必然会在互联网破灭的泡沫中作茧自缚。



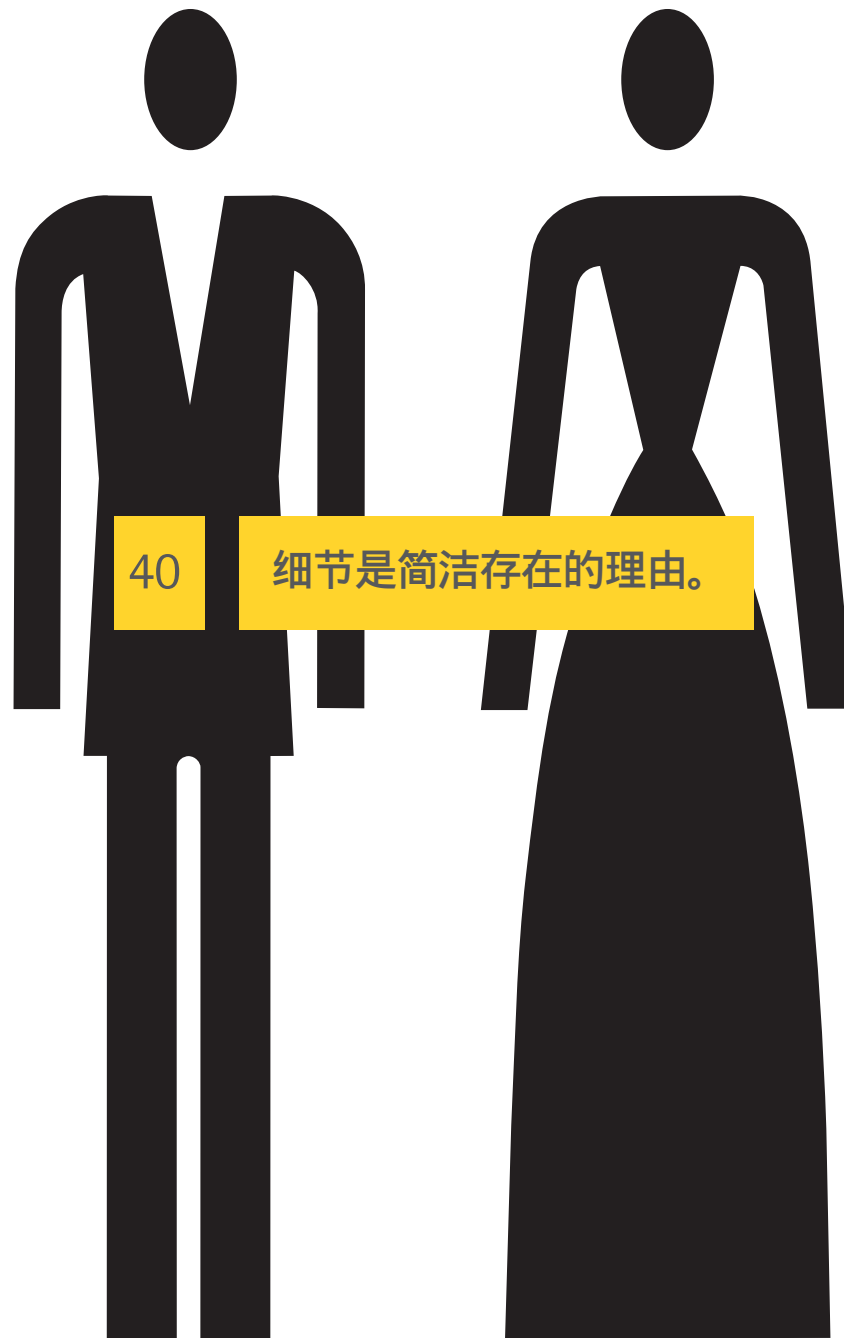
38

精英还是民粹？一番欢腾后的互联网品牌，  
最终还是会回到冷静、理性的精英路线。



39

立意需大气  
设计见精微



41

风格即风骨。

大悦城品牌推广

42

幽默和浪漫是设计不可或缺的情愫。





43

设计需要在“平面空间化”与“空间平面化”  
中自由转换。



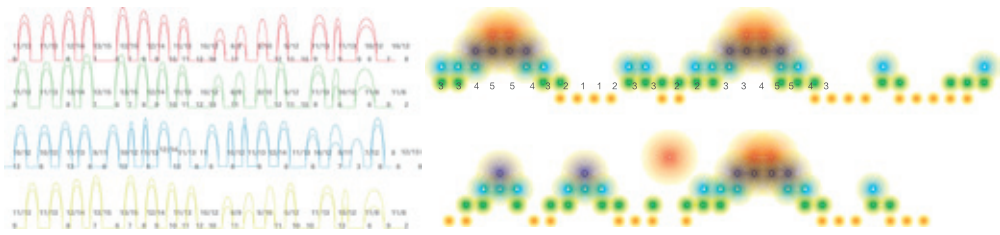
44

设计需要在“化零为整”与“化整为零”  
中自由转换。





沈阳大悦城 环境平面设计



45

不断探索新的视觉语言是设计永恒不变的主题。



北京缤纷城 环境平面设计



46

“刹那永恒”是标志的至高之美。

47

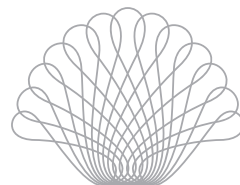
“气韵”中对生命意义的传达，  
是超越设计的至高境界。



渝乐控股品牌标志



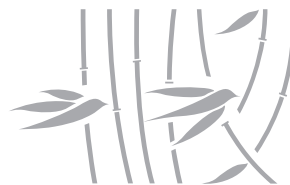
外滩云财富品牌标志



成都金融资产交易中心标志



浅深休闲酒店标志



沁园文化社区标志



艺悦艺术酒店品牌标志



中国银行 90 周年庆典标志



优觅网品牌标志

48

设计妙在似与不似之间，  
游离于神形之间。



东方愿景标志



凯旋创投标志

49

“神”超越“形”，  
“神”统治“形”，  
“神”是一切有形世界的控制者。



玉渊潭酒店集团标志



FUNGLIAN

联想控股 - 丰联集团标志



缘溪堂标志



中柬金边经济特区标志



联想控股 - 安信颐和品牌标志



典晶机构标志



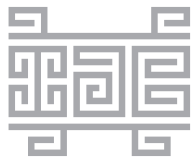
睿恒集团标志



云 33 号度假酒店标志

50

设计也需要一种超越西方知识、经验、逻辑的方法  
- - “妙悟”。



中国保险行业协会标志



naga 上院标志



同景集团标志



家家盈互联网金融标志



高山流水集团标志



君合律师事务所标志

# 两方语录

51

“东魂西技”、“东情西韵”

也许是中国设计的出路。

好的设计不是设计，而是发现。

是在方寸之间论乾坤。

比、兴，诗歌的创作方法用于品

标志与图案、图像的区别

势”，要有上帝手与亚当手指之间

往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”。





风是消费者，  
大海是市场，  
帆是品牌，  
品牌设计始终要以消费者为导向，  
才能在市场上扬帆护航。

52



53

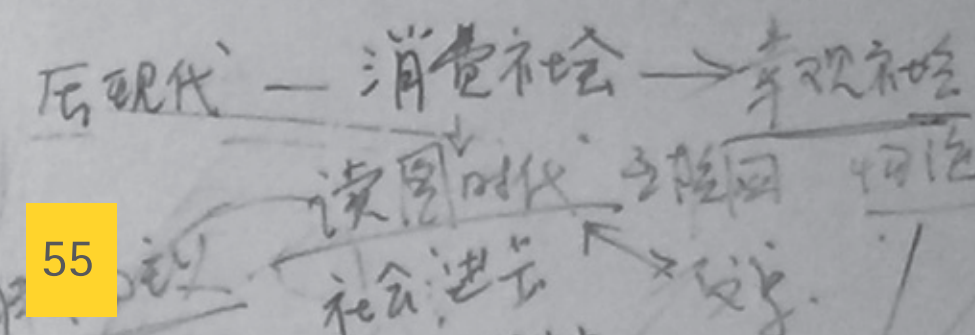
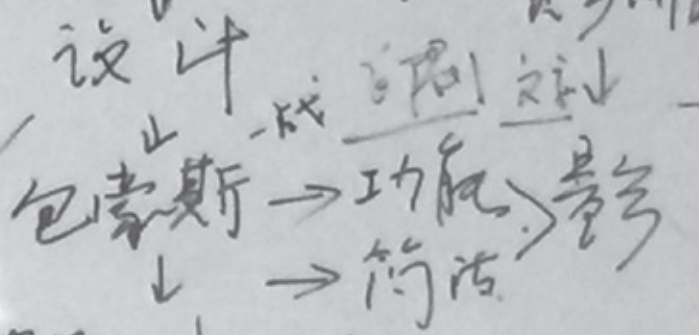
“丰盈的稻穗”的人生哲学，  
也是设计的哲学。



# → 现代设计

# → 后现代主义设计

→ 工业革命



54

55

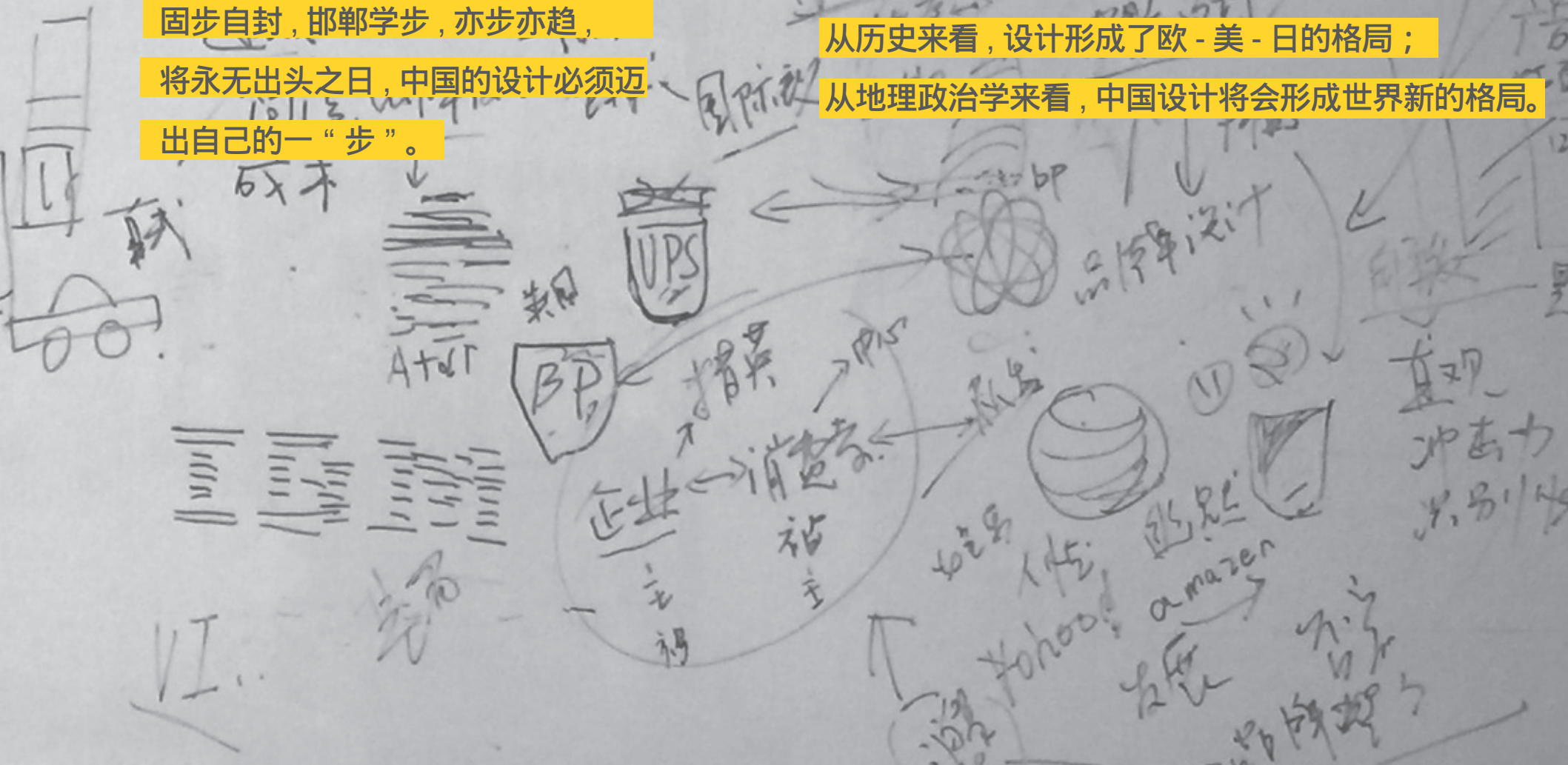
固步自封，邯郸学步，亦步亦趋，

将永无出头之日，中国的设计必须迈

出自己的一“步”。

从历史来看，设计形成了欧-美-日的格局；

从地理政治学来看，中国设计将会形成世界新的格局。





**uni-brand**  
design & consultant

北京 两方同盟  
品牌设计咨询有限公司

[www.uni-brand.cn](http://www.uni-brand.cn)  
010-84721595 84720595

深度阅读请关注两方品牌观察

