

## 信息网络国际化趋势下的CIS战略

文/班秀萍 郭晓伟 常青 叶云龙

公共关系自20世纪初问世以来,一直随着时代的发展而不断发展。进入新世纪,随着全球经济一体化、信息网络国际化趋势的出现,许多经济发展的新问题、新因素、新动向显现出来,使得国际范围内公共关系的最新理论如CIS战略应运而生,加强对这一理论的研究探讨,对于解决企业以及社会新问题、推动社会新发展具有重大意义。

### 一、信息网络国际化趋势下的CIS特点

CIS的英文表述是Corporate Identity System,意为“企业识别系统”或“企业形象识别体系”,简称为CI系统,即企业形象识别战略。它是企业自身的理念文化、行为方式及视觉识别通过整体传达系统,影响企业内部与外部社会公众,以塑造富有个性的企业形象,获得内外一致认同的经营战略。

CIS具有两个基本特征:一是独特的识别性。它强调企业的个性,力图在公众心目中把企业及其产品的形象同其他企业及其产品从根本上辨别开来;二是同一的系统性。它强调企业的整体性,把识别标志贯穿于产品系列、时空环境和信息流程的全过程。

当今市场竞争日益激烈,组织之间已从产品质量的竞争、推销手段的竞争进入组织整体形象的竞争。CIS作为组织的一种形象战略,是强化企业形象、使企业更能引起外界注意、使公众对企业及产品产生统一的认同感和价值观,进而提高企业业绩的经营技法,是组织参与市场竞争的一个制高点。以企业同一识别系统为核心的CIS战略包括三大要素: MIS、BIS和VIS。MIS和BIS称之为CIS的软件部分,而VIS称之为CIS的硬件部分。

#### (一) MIS——企业理念识别系统

MIS是英文 Mind Identity System的缩写,简称MI,意为理念识别系统。MIS指的是引导企业行为的精神理念,它包括企业的经营宗旨、目标和方针,是组织的经营哲学、价值观念和长期战略。它是一种意识形态的深层组织文化。这一系统虽然比较抽象,但却是CIS的根本。它使组织从经营观念上与别的组织区别开来,并指导着、规范着BIS和VIS。在三大要素中,MI是企业形象定位与传播的原点,也是企业识别体系的中心所在,可以比做企业的核心。正是MI统领了企业的一切活动,赋予企业生动的人格魅力,使广大消费者对企业在精神层面上产生认同。可以说,没有MI就无法塑造企业形象。

#### (二) BIS——企业行为识别系统

BIS是英文Behavior Identity System的缩写,简称BI,意为行为识别系统。BIS是指企业所有工作者行为表现的综合以及企业制度对所有员工要求和生产经营活动的再现。指组织的行为准则、经营决策、活动方式和机构制度等。这一系统比较复杂。它的识别点体现为两个方面:一方面它以高素质的文化服务取悦于公众;另一方面它以一整套的行为规范制约员工。行为识别是MIS的直接体现。它使组织理念深入到每一位员工,形成一种群体意识、竞争优势。BI是CIS战略的动态识别形式,是企业实践及其经营理念的准则。它以企业精神和经营思想为内动力,展现出企业内部的管理方法、组织建设、教育培训、公共关系、经营制度等方面的创新活动,最后达到塑造形象的目的。对内识别包括公司内部的组织管理、宣传工作、员工教育、职业培训等,对外识别包括营销活动、公共关系、社会公益等。如果说MI是企业的心脏,那么,BI是企业的四肢。

#### (三) VIS——企业视觉识别系统

VIS是英文Visual Identity System的缩写,简称VI,意为视觉识别系统。VIS是指组织的识别标志、品牌商标、广告宣传和企业的主色调等。它是企业形象的静态识别符号,是具体化、自觉化的传达形式,其项目广泛,效果直接。它将企业理念、企业规范等抽象概念转换为具体符号,以标准化、系统化的手法,凸现企业个性。VI透过具体可见的视觉符号,经由组织化系统的视觉识别计划,对外传播企业的经营理念和创新活动信息,塑造出企业独特而美好的形象,它被喻为企业的服装。VI比较直观,范围很广,是CIS的基础,也是CIS的视觉载体。它运用视觉设计,将组织理念视觉化、规格化和系统化。它将组织意识、营销策略通过视觉再现艺术传递给公众。VI分为基本系统和应用系统,基本系统要素有:企业标志、企业标准字、企业标准色等;应用系统有:企业用品,如公文纸、名片、工作证等,宣传媒体,如交通工具、视听媒介、员工制服、产品包装等。值得注意的是,VI设计必须紧扣MI,凡是成功的VI,都能够准确地传达企业理念。

### 二、CIS战略指导下的企业形象塑造

#### (一) 企业形象塑造依赖企业理念提高公众对企业的认知识别

CIS战略是一个系统，具有整体性。对CIS来说，MIS、BIS和VIS三者相辅相成、相互支持的。其中理念识别是基础，行为识别是导向，视觉识别是桥梁，三者互为因果，共同作用，缺一不可。其中MI的重点在心、在精神，它是企业CIS战略系统的原动力。BI的重点在人，是企业中人的因素综合，是人的主观能动性的反映。VI的重点在物，是一种媒介或载体，承载着MI、VI的全部内涵，并通过可视体得以表达。因此，VI是MI的外在表现，而MI是VI的精神内涵，VI是BI的配合体，静态VI和动态BI的结合，才会达到好的传播效果。现代企业无论内在凝聚还是外在形象都依靠企业理念，通过企业理念来提高公众对企业的认知识别。企业理念不是凭空设计的，而是根据企业的历史、员工的现实状态、产品及其在同行同类中的位置、决策人风格、人际关系特点等因素，并经过专家集团的理论升华与修炼最终形成，然后将成形的理念精神具体为员工的具体行为规范（BI），并通过外在包装自然地表现出来（VI）。

CIS战略作为形象识别系统，是市场竞争剧烈化的产物，也是为竞争服务的有效工具。在CIS的三大识别系统中，MI最为重要，它是CIS的最高决策层，是CIS战略的策略面；BI是CI的动态识别形式，是CIS战略的执行面；VI是CI的静态识别符号系统，是CIS战略的展开面。只有CIS战略的各要素都充分发挥作用，才能塑造出良好的企业形象，使企业在市场竞争中立于不败之地。

## （二）CIS战略与公共关系共同的追求目标——树立良好的企业形象

公共关系以完善自身为基础，以信息传播为手段，以树立形象为目标。CIS战略以经营理念为主导，以规范行为为己任，以统一识别为表现，以追求完美为目标。事实上，公共关系集中要求的完善自身和CIS要求的规范行为，都是在经营理念的指导下所开展的活动；公共关系中所进行的信息宣传和CIS中进行的统一识别，都是渴望社会公众能够对企业的各项工作认可并接受，都是为了企业更快、更好地发展。信息网络国际化趋势下，良好的企业形象，不仅表明该企业有着良好的公共关系状态，而且还表明该企业有一笔可观的无形财富。因此，珍视信誉、重视形象就成为现代社会中非常重要的理念。

企业形象是企业有形资产和无形资产运营的结晶，是企业为社会提供高质量产品、提供细致周到服务为基础的企业理念和行为在较长时间里的凝结和升华。良好的企业形象对内可以增强员工的凝聚力和感召力，对外可以赢得公众对企业的信任和支持。企业形象在现代企业发展中不是可有可无，而是举足轻重，而CIS战略与公共关系有着共同的追求目标，即树立良好的企业形象。

市场经济条件下，企业之间的竞争，说是人才竞争、技术竞争、产品质量竞争、经济实力竞争、管理水平竞争，都不无道理，但都没有企业形象竞争的内涵全面、深刻。形象竞争才是真正具有战略意义的竞争，是决定企业成败的制高点。任何一个企业都处在被公众选择的地位，企业的形象好，人们就会认同接纳，就会选择该企业的产品和服务。企业形象的差别集中体现在顾客对企业的认识，从而表现为顾客对企业的整体识别系统的认识，表现为企业的知名度和美誉度的扩大与加强，这是公共关系的要求，其目的在于树立良好的企业形象；从企业希望给公众留下的印象来分析，则表现为CIS战略，这是企业吸引社会公众关注、使公众识别企业的重要手段，也是企业参与市场竞争最重要的保证。

信息网络国际化趋势下，企业形象的作用主要是通过企业形象的文化渗透来影响社会公众。企业形象越好，其文化凝结就越厚。企业形象主要是企业内在品质和作为，通过公共关系工作在社会公众当中形成的总体印象。因此，塑造企业形象的重点是要研究CIS战略理论，塑造企业理念，完善企业的内在品质，突出企业个性特征，以良好的企业形象吸引公众、赢得公众（作者单位：班秀萍、郭晓伟、叶云龙/河北北方学院医学信息管理系 常青/河北建筑工程学院电气系）

### 相关链接

加强企业战略管理 提高竞争和创新能力  
战略性绩效管理工具——平衡记分卡  
我国民俗旅游现状与开发策略初探  
基于政府“善意创租”的企业寻租策略分析  
知识经济下的“以德治国”的实施方略  
动态能力建立与演化的外部机制研究  
信息网络国际化趋势下的CIS战略

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心