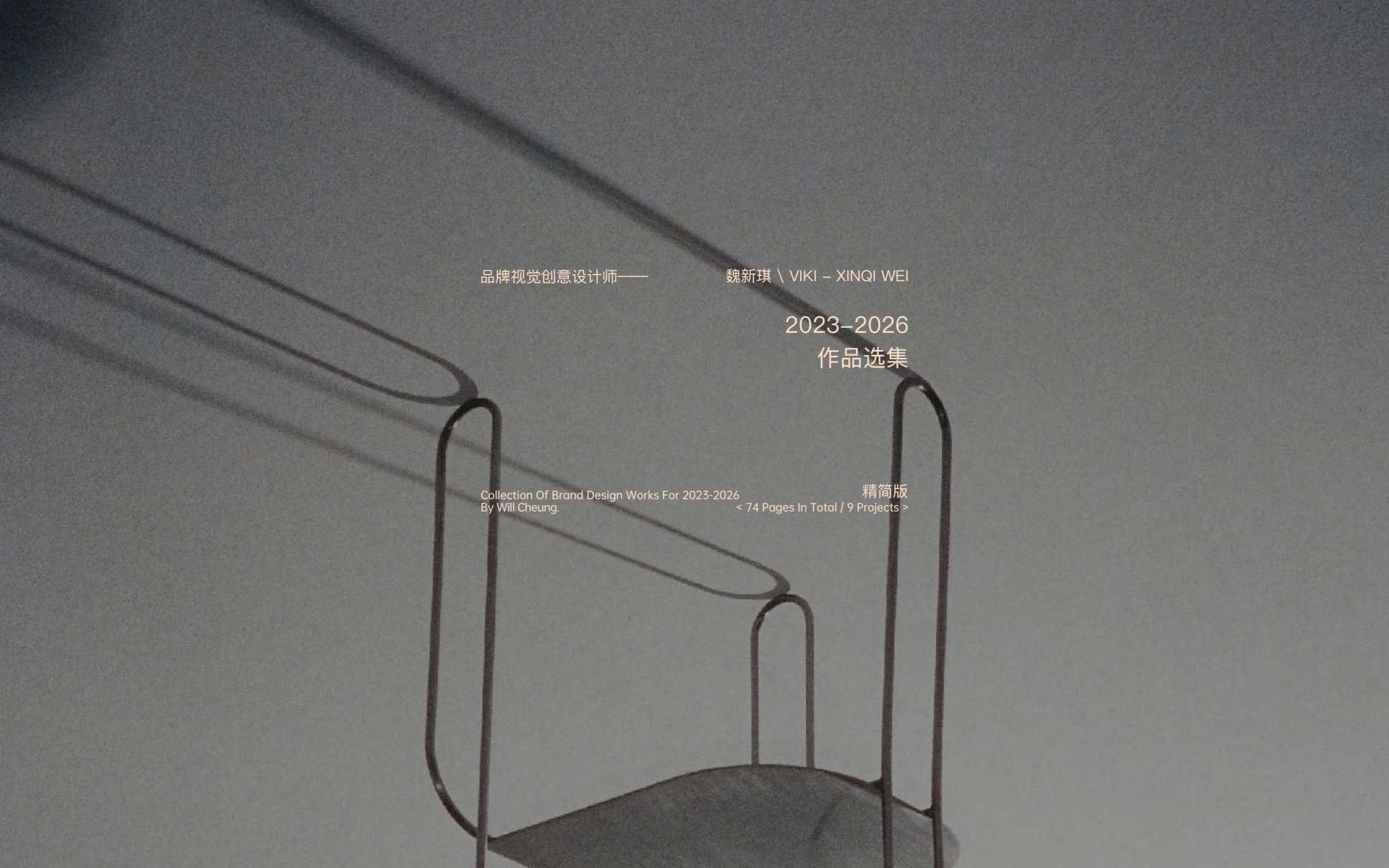


品牌视觉创意设计师——

魏新琪 \ VIKI – XINQI WEI

2023–2026
作品选集

Collection Of Brand Design Works For 2023-2026
By Will Cheung.

精简版

< 74 Pages In Total / 9 Projects >


感谢您的鉴赏
Thank you for your watching.



01 闻思 / 思文合作 2026 / P.04



02 IOOW 2023 / P.07



03 森宝 Sempo 2023 / P.13



04 LUYUQIXI 2023 / P.19



05 晓息 2023 / P.26



06 QPAU 2023 / P.36



07 Key Step 千熠 2023 / P.45



08 BLACKZOO 2023 / P.52



09 赞莱 KOOBE 2024 / P.58

品牌名：闻思 / 品类：草本健康生活

闻思，以健康与无添加为核心，
用简单而温暖的表达，呈现草本原料与日常生活。
品牌字标、产品包装与商业图围绕原料本身展开，
让消费者直观地看见产品，理解品牌的选择。

品牌关键词：简约、温暖、原料可视

品牌标识 / 包装 / 商业图 / 电商详情页
含思文 × 宜目合作延展 · 2025 年底

Project 1st

设计需求：品牌标识 & 包装设计 & 商业图 & 电商详情页

设计故事 / Design story

我与思文团队此前已有合作。对简约视觉的共同偏好，促成了这次围绕闻思的品牌共创。

闻思以健康与无添加为核心。我希望用简单、温暖的设计，让原料与产品成为消费者最先看见的内容。

这一合作也延展至与宜目合作的草本蒸汽眼罩，我受邀绘制人物形象，并完成同系列产品设计。



闻思

电商及整体品牌风格设计：日式简约

闻思

广东新会三江
自然环境 古法陈化

三江新会陈皮



原生相香，温润日常

三江核心产区
道地陈香

From Sanjiang, Xinhui

闻思选用广东新会三江核心产区陈皮，为道地地理标志食材。
一瞬陈香，源自新会。



闻思

日常养护

手感细腻温润
实木握柄

The warmth of wood

国王木沉稳耐看，黑檀木细腻温润。
两款均采用实木握柄，做工考究，握持舒适。
从日常梳发到轻柔按摩，
感受木质握柄的温润手感。



闻思

无添加的日



古方酸梅
从旧时风物到日常清饮



酸梅汤是旧时常见的传统饮子。
乌梅、山楂、陈皮与几味草本，
经过浸泡与慢煮，渐渐析出酸甜与香气。
我们想保留的不是浓烈的工业调味，
而是一壶慢慢煮开的本味。
从前是一锅慢煮，如今也可以成为日常里的

闻思

胖平平的体型，也



林下参
把人参的种子撒在树林里
任其自然生长
22年后，浑然自成



品牌名：IOOW / 品类：宠物洗浴用品

IOOW 意为 In our own ways(用我们的方式)。
品牌主张回归"人宠感情价值",秉持着陪伴、天性、天然的品牌价值观,从天然温和、以洗养毛的产品功能迈向与爱宠共同成长、释放彼此天性的情感共鸣作为品牌理念与企划发展方向。

品牌关键词：天然、安全、舒适

同类品牌指引：pidan、Toptrees 领先、pet shy 百宠千爱、Red Dog 红狗(顺序不分先后)。

洞察与思考 / Insight and reflection

宠物行业的新星，IOOW 需要在这个新品牌的形象设计中定义一种在宠物行业里兼具标志性、差异性，同时也是高品质的设计语言，能够让消费者在快速识别的同时，产生充分的购买需求。

在选购宠物生活用品时，最令消费者痛苦的不是价格或品牌来源，而是市面上很少遇到不假思索就能放心选择的产品。各个品牌的自我阐述方式都在"努力"给消费者"添麻烦"，让用户无需花费过多的精力去理解、辨析产品功效，是 IOOW 品牌系统设计的洞察原点。




IN OUR OWN WAYS
植物温和宠物沐浴露
PLANT MILD PET SHOWER GEL
AIR SENSE 植萃治愈 安抚毛发
净含量:500ml


IN OUR OWN WAYS


MILD NATURE EFFECTIVE CLEAN
温柔洁净 以洗养毛
让爱宠每一次沐浴都身处自然
IOOW
植物温和
宠物沐浴露
PLANT MILD PET SHOWER GEL


微米级云感泡沫
MICRON CLOUD SENSING FOAM
APG葡糖苷表活
APG Glucoside Superactivity
国际公认的首选"绿色"功能性表活，
天然温和无刺激。


IOOW
植萃治愈 安抚毛发
植物温和宠物沐浴露
PLANT MILD PET SHOWER GEL
AIR SENSE
IN OUR OWN WAYS
你是否在寻找
这样的宠物沐浴露?
ARE YOU LOOKING FOR SUCH PET SHOWER GEL?
天然花香
NATURAL FLORAL FRAGRANCE
多种有机进口成分配比
水解小麦蛋白 | 角鲨烷 | APG葡糖苷表活


IOOW
{ 品牌故事 }
IOOW是 In Our Own Ways 的缩写，
意为“用我们自己的方式”，
我们想要提倡养宠物是件快乐而自由的事情，
不拘泥于别人的经验和固定的养宠方式，
每个宠物和它的主人都是独特的。
IOOW宠物生活为爱宠而生，用真心呵护您的爱宠~
作为宠物领域的新势力品牌，我们拥有核心专业的设计团队，
以创新性作为核心力，致力于为宠物家长们带来全新的宠物用品体验。
我们不断思考如何为宠物家长们提供更多元、更时尚、更贴心的产品，
带来更好的选择和更高的品质。
IN OUR OWN WAYS


4. 浴后护理：
涂抹足量植物温和宠物护毛素，仔细按摩爱宠全身，以预防毛
发损伤，毛发打结和静电问题。


你是否在寻找
这样的宠物沐浴露？
ARE YOU LOOKING FOR SUCH PET SHOWER GEL?
天然花香
NATURAL FLORAL FRAGRANCE
修护毛发
REPAIR HAIR
蓬松亮泽
FLUFFY & BRIGHT
微米级云感泡沫
MICRON CLOUD SENSING FOAM
泡沫细腻丰富
有效深入宠物毛孔底层
毛孔清爽深呼吸，滋润修复不打结
PLANT ESSENCE, MOISTURIZE AND REPLENISH WITHOUT KNOTTING
IOOW
植萃治愈 安抚毛发
植物温和宠物沐浴露
PLANT MILD PET SHOWER GEL
洗出"空气感"
AIR SENSE
温柔洁净 以洗养毛
MILD NATURE, EFFECTIVE CLEAN
温和清洁
呵护宠物敏感肌肤
Gentle cleaning
Care for sensitive pet skin
多种有机进口成分配比
水解小麦蛋白
角鲨烷
APG葡糖苷表活
IN OUR OWN WAYS
猫狗通用
持久留香5-7天
Common to cats and dogs
Persistent fragrance retention for 5-7 days
宠物沐浴后仅有植物淡香，不影响爱宠社交
宠物沐浴后，皮毛问题频出?
多数宠物沐浴露分子大，影响宠物皮屑分泌
普通
沐浴露
持续搭配植物温和宠物护毛素使用
三大改善效
角鲨烷
Squalane
1. 长效锁水补湿
2. 修护毛发损伤
3. 延缓皮毛老化
洗浴须知
1. 必要用具：
2. 准备工作：
3. 注意事项：
4. 浴后护理：

我与 IOOW 品牌创始人相识于深圳宠物展。顾先生从事着宠物用品代工的行业已有 8 年之久,在河南郑州拥有两个代工厂。

经过一些列竞品调研及自身养宠的体验，顾先生认为市场上缺乏能够解决宠物自身气味过大和毛发脱落过多的这一状况的宠物居家洗浴沐浴露，便立刻投身研发，在产品即将面世时找到了我进行本次的品牌设计共创。但宠物洗浴的频次并不高，居家宠物洗浴的需求人群也不大。数据显示,大多数宠主更倾向于在宠物店购买洗浴服务。自然,顾先生前期销量并不理想。





我当时便建议顾先生可以尝试在高校(大学，中专)进行"地推"，聘请或返利吸引校园推广官。国内各大高校的宿舍基本都不允许养宠物，但这件事执行起来就跟校园禁烟一样形同虚设，大多数宿管都不会严格督查，高校养宠(猫占绝大多数，毕竟狗要溜)是常见的事。校门口的保安就不一样了，背着宠物包基本无法光明正大的进入校门，宿舍宠主购买宠物沐浴露在宿舍解决宠物洗浴是普遍高校宠主的首选,宿舍气味过大和毛发遍布确实也是多数高校宠主所头疼的问题。

回想起与顾先生投入到寻找"高校铲屎官"的日子也是哭笑不得,毕竟,地推这种活抽象了。

品牌名：森宝Sempo / 品类：日用纸巾

森宝拥有循环经济链和行业原材料源头，世界领先的进口造纸设备，具备规模化生产的条件。森宝生产的是一张可循环、可持续的纸，一张天然健康的纸从生态营林到环保制浆，再到绿色造纸，形成"以林养纸、以纸促林、林纸结合"的绿色大循环，形成林浆纸一体化的认知。

品牌关键词：环保、品质、活力

同类品牌指引：Tempo 德宝、维达、洁柔、心相印、清风(顺序不分先后)。

洞察与思考 / Insight and reflection

疫情消费者隐性需求：“健康” 的纸是核心。免疫力成为全民话题，消费者健康理念再升级。

森宝的产品主要面向 Z 世代人群，希望表达“天然健康”&“可持续”的品牌理念——林浆纸一体化，从生态营林到环保制浆，再到绿色造纸，形成“以林养纸、以纸促林、林纸结合”的绿色大循环。但产业认知不等于顾客认知，在设计表达中，我采用森系的 VI 色和以树木造型重塑辅助图形，形成品牌森系视觉锤。




Sempo
森宝
TISSUE FROM THE FOREST
来自森林的纸巾
8包
M
3层 · 100抽 | 天然无香
4K立体压花
Green Ecology
Virgin Wood Pulp
Skin-Friendly
Sempo
森宝
M
3层 · 100抽 | 天然无香
来自森林的纸巾

循环生态
绿色生活

Circular ecology , green life .

森宝始终倡导绿色环保理念，
努力减少生产销售个个环节的能源消耗。
打造以纸养林、以林促进、林纸结合的生态循环链。
坚持使用FSC森林认证来源纸浆，遵循森系高品质质量体系，
从源头开始，以品质至上，呵护至极为企划方向。

森宝 绿色循环计划



Sempo
森宝

从身边小事做起，减少浪费，和森宝一起为地球减负。

森宝 绿色循环计划

来自森林的纸巾

Tissue from the forest

Sempo
森宝


来自森林的纸巾
Sempo
森宝
来自森林的纸巾
来自森林的纸巾
来自森林的纸巾


Sempo
森宝
WWW.SEMPO.COM
一张来自森林的纸
Sempo
森宝
Sempo
森宝
森小宝







我在饮料、护肤、时尚等行业寻找可能，以实现森宝包装的好辨识、高品质的特点。我首先为森宝建立了色彩系统，并根据其品牌名称中"森"的含义，通过双色区域划分形成了其独特的视觉识别核心。目的不仅是为了让森宝的产品更具特色，同时也让消费者能够通过颜色快速区分出并识别出品牌的标志和辅助图形。此外，我们在双色区域创造了丰富的内容呈现可能性，包括色彩、标志、辅助图形，最大程度保证文本信息的有效传递。最后，我们参考了饮料产品的做法进行排版，放大了产品名称，并对说明文字进行了优先顺序的整理。这有助于消费者一目了然地了解所有需要的信息，避免因关键信息过多而造成阅读障碍或艰难选择。

品牌名：LUYUQIXI / 品类：生酮咖啡

LUYUQIXI(鹭屿柒禧), 14 年健康食品原料源头供应集团旗下专注内服养肤美体营养品牌。2023 旨在全新理念打造适合中国年轻人生活方式的调理营养品，为中国年轻群体提供科学健康的内服养肤美体系列产品。

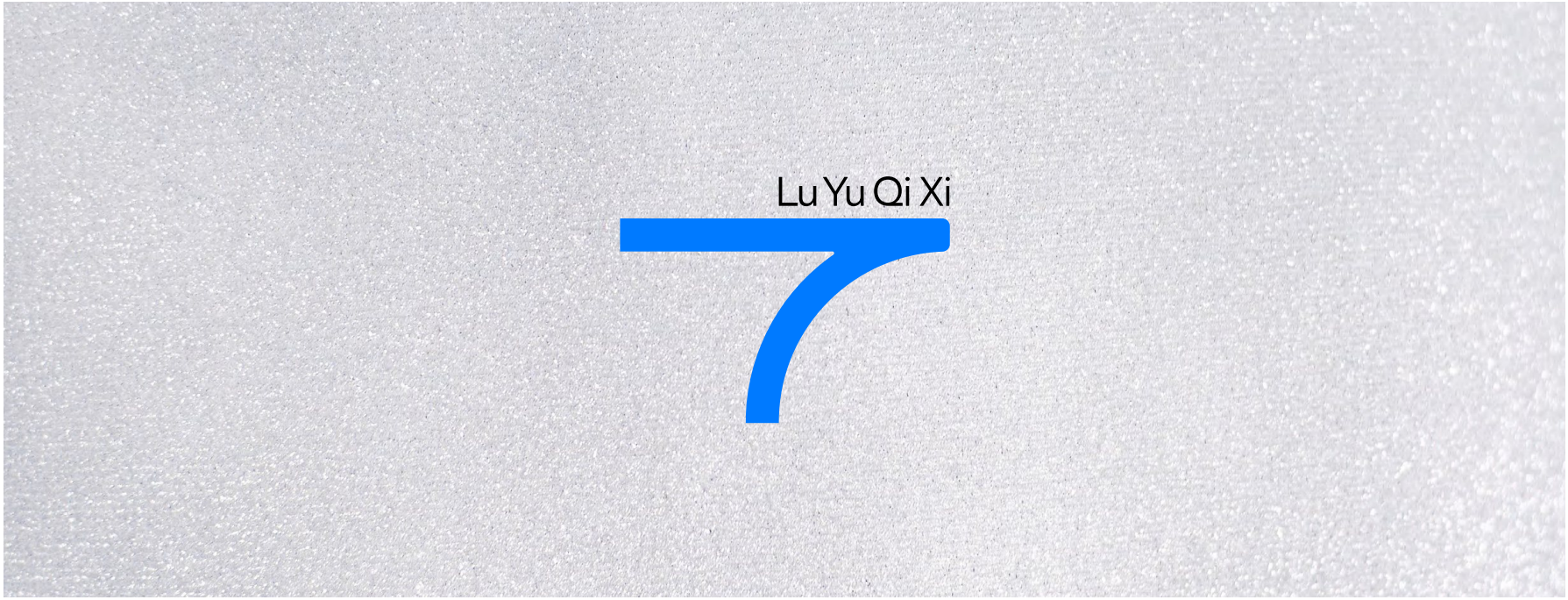
品牌关键词：品质、现代、专业

同类品牌指引：WONDERLAB、理想燃料、Ostte(顺序不分先后)。

洞察与思考 / Insight and reflection

主理人希望在小红书上呈现出一个符合追求质感生活的年轻群体喜好的食疗“红品牌”，面向小红书核心用户群（90/95 后；泛 00 后）。

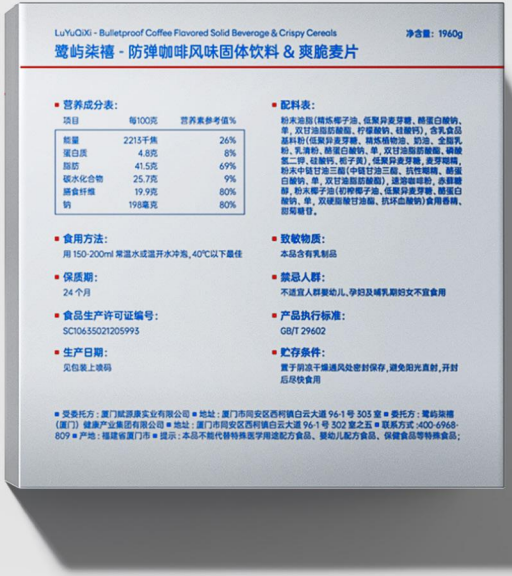
新品牌在“讲故事”方面的能力是有欠缺的，所以才需要通过直接明了的方式传达出我认为中高端生酮咖啡品牌需要向消费者展示三方面特性：差异的品牌形象、直接的品牌主张、干净的配料成分表。我们注意到生酮咖啡的用户群体大多并非是咖啡的资深用户，却是接触短期食疗的消费者，从而推断出一种更有效地与消费者建立情感联系的方式，就是积极响应 “现代生酮食疗文化”而不只是“防弹咖啡”。




打开充能包，激活好状态
LuYu Qi Xi ®
专注科学内调 养肤美体营养品牌
Focusing on scientific internal skincare, beauty, and nutrition brands
Bulletproof Coffee • Crispy Cereals
（防弹咖啡）+（爽脆麦片）
280g×7包
• 聚脂供能
• 消肿提神
• 爽脆可口
• 果蔬护肤
LuYu Qi Xi
七天充能包，七天好状态
7-day charging pack, 7-day good condition.
LuYu Qi Xi


Bulletproof Coffee • Crispy Cereals • 2809x7包
（防弹咖啡）+（爽脆麦片）
• 燃脂供能 • 消肿提神 • 爽脆可口 • 果腹护胃
Lu Yu Qi Xi
七天充能包，七天好状态
7-day charging pack , 7-day good condition.


Open Here
Lu Yu Qi Xi ®
• 专注科学内调 养肤美体营养品牌 •
Focusing on scientific internal skincare, beauty, and nutrition brands


LuYuQiXi - Bulletproof Coffee Flavored Solid Beverage & Crispy Cereals
净含量：1960g
鹭屿柒禧 - 防弹咖啡风味固体饮料 & 爽脆麦片
• 营养成分表：
项目 每100克 营养素参考值%
能量 2213千焦 26%
蛋白质 4.8克 8%
脂肪 41.5克 69%
碳水化合物 25.7克 9%
膳食纤维 19.9克 80%
钠 198毫克 80%
• 配料表：
粉末油脂(精炼椰子油、低聚异麦芽糖、酪蛋白酸钠、单，双甘油脂肪酸酯、柠檬酸钠、硅酸钙)，含乳食品基料粉(低聚异麦芽糖、精炼植物油、奶油、全脂乳粉、乳清粉、脱蛋白酸钠、单，双甘油脂肪酸酯、磷酸氢二钾、硅酸钙、栀子黄)，低聚异麦芽糖，麦芽糊精，粉末中链甘油三酯(中链甘油三酸、抗性糊精、酪蛋白酸钠、单，双甘油脂肪酸酯)，速溶咖啡粉，赤藓糖醇，粉末椰子油(初榨椰子油、低聚异麦芽糖，酪蛋白酸钠、单，双硬脂酸甘油酯、抗坏血酸钠)食用香精，甜菊糖苷。
• 食用方法：
用 150-200ml 常温水或温开水冲泡，40℃以下最佳
• 致敏物质：
本品含有乳制品
• 保质期：
24 个月
• 禁忌人群：
不适宜人群婴幼儿，孕妇及哺乳期妇女不宜食用
• 食品生产许可证编号：
SC10635021205993
• 产品执行标准：
GB/T 29602
• 生产日期：
见包装上喷码
• 贮存条件：
置于阴凉干燥通风处密封保存，避免阳光直射，开封后尽快食用
■ 受委托方：厦门赋源康实业有限公司 ■ 地址：厦门市同安区西柯镇白云大道 96-1 号 303 室 ■ 委托方：鹭屿柒禧（厦门）健康产业集团有限公司 ■ 地址：厦门市同安区西柯镇白云大道 96-1 号 302 室之五 ■ 联系方式 :400-6968-809 ■ 产地：福建省厦门市 ■ 提示：本品不能代替特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品、保健食品等特殊食品；


Lu Yu Qi Xi ®
专注科学内调 养肤美体营养品牌
Focusing on scientific internal skincare, beauty, and nutrition brands
搭配7天卡路里管理方案效果更佳
Bulletproof Coffee（防弹咖啡）
燃脂供能 消肿提神
Fat burning for energy , swellings reducing and refreshing.
30g
严选优质阿卡拉比咖啡豆
40°
以下适量温开水冲泡最佳
150ml
水量可根据个人口味调配
Crispy Cereals（爽脆麦片）
爽脆可口 果腹护胃
Crunchy and yummy , intestines and stomach protecting
10g
7-day
7天充能包，7天好状态
Lu Yu Qi Xi ®
专注科学内调 养肤美体营养品牌
Focusing on scientific internal skincare, beauty, and nutrition brands
Bulletproof Coffee • Crispy Cereals • 2809x7包
（防弹咖啡）+（爽脆麦片）
燃脂供能 消肿提神 爽脆可口 果腹护胃
Lu Yu Qi Xi
七天充能包，七天好状态
7-day charging pack , 7-day good condition.

Bulletproof
Coffee（防弹咖啡）

燃脂供能　消肿提神
Fat burning for energy , swellings reducing and refreshing.

30g
■ 严选优质阿卡拉比咖啡豆

40°
■ 以下适量温开水冲泡最佳

150ml
■ 水量可根据个人口味调配

Crispy Cereals
（爽脆麦片）

爽脆可口　果腹护胃
Crunchy and yummy , intestines and stomach protecting.

10g
■ 纯烘焙非油炸麦片

7-day
■ 7天充能包，7天好状态





围绕"7 天充能包，7 天好状态"的产品主题，包装设计模拟日历的表达形式，品牌主色块"包裹"着产品信息，增添了秩序感，红线将视觉重心锁定在色块区域内，且让产品信息更加集中。关于材质和工艺的选用，我将 LUYUQIXI 理性的生酮美学向前推了一步，外包装盒选用 320g 的哑光玻璃牛卡，再经过特殊工艺印刷，拿在手中流光溢彩。内包装选用哑光薄铝膜袋，与外包装相互呼应，倒立的信息版式在网格系统下相互独立但不割裂，带有前卫的现代感。

Thank you for your watching.

品牌名：晓息 / 品类：疗愈线香

晓息，东方自然香的生活品牌，在自然疗愈艺术中汲取灵感。
“采”自然植物的香料，“和”自然香气的香物，创造“东方自然香”的疗愈香品，
让自然植物的香气做你的“解郁疗愈师”。

品牌关键词：东方美学、艺术质感

同类品牌指引：寓义、闻献、LOEWE(顺序不分先后)。

洞察与思考 / Insight and reflection

晓息秉承扁平时尚的设计风格，而线香本身传递了古典禅意的文化质感。这次包装设计的核心是将两种风格融会贯通。

为了更加直观的呈现不同款式产品的用料和寓意，五款包装封面将产品的原料形态艺术转化成插画形式。包装材质选用了的涂布纸张，其良好的显色特点能够减少插画实际落地的色差。利用网格系统的逻辑统一了整体信息版面，制造微妙的层次感。



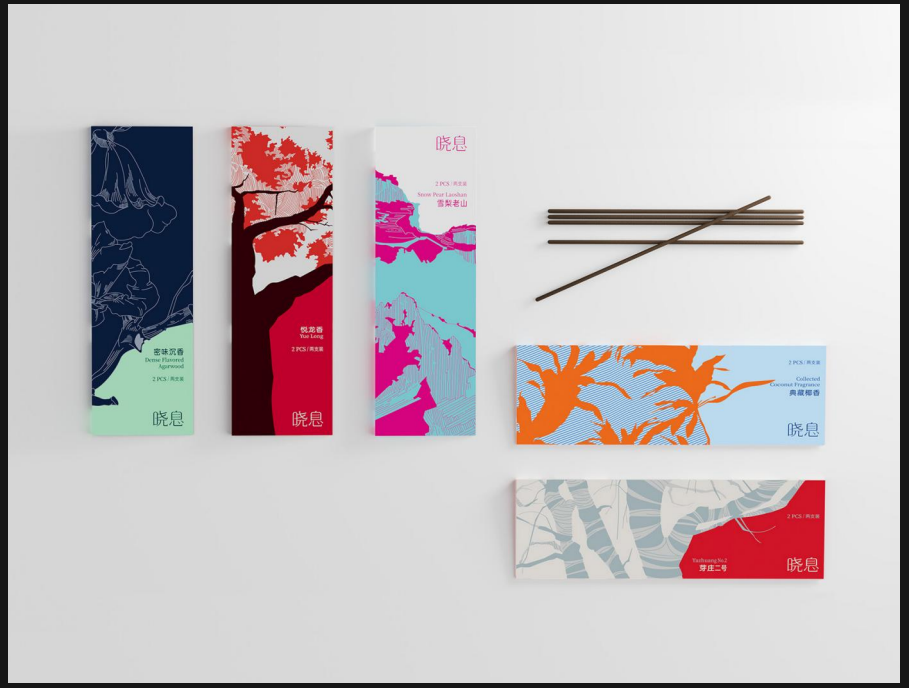

晓息
芽庄二号
Yazhuang NO.2
2 PCS / 两支装
博山炉中沉香火，双烟一气凌紫霞。
香调：甜，凉香醇，具有很强的爆发力，且穿透力很强
香料：芽庄料、印尼粘粉
产地：越南
自然香的生活空间品牌
2 PCS / 两支装
晓息
Yazhuang No.2
芽庄二号


晓息
典藏椰香
Collected Coconut Fragrance
2 PCS / 两支装
椰林深处伴黎家，朝暮香开四季花。
香调：青烟划过鼻息，醇厚、温暖、略微而清凉的草木香中，一缕沁人心脾的奶香
香料：沉香、檀香、降真香、椰奶
自然香的生活空间品牌
2 PCS / 两支装
Collected
Coconut Fragrance
典藏椰香
晓息


密味沉香
Dense Flavored
Agarwood
2 PCS / 两支装
晓息
晓息
密味沉香
Dense Flavored Agarwood
2 PCS / 两支装


悦龙香
Yue Long
2 PCS / 两支装
晓息
晓息
悦龙香
Yue Long
2 PCS / 两支装
春心莫共花争发，一寸相思一寸灰。
自然香的生活空间品牌


晓息
2 PCS / 两支装
Snow Pear Laoshan
雪梨老山
晓息
雪梨老山
Snow Pear Laoshan
2 PCS / 两支装
檀香—绫凝芳华，千古佳话永流传。
香调：清冽香甜，带有奶香的气息
香料：老山檀纯粉，印尼粘粉
产地：汤加
自然香的生活空间品牌



来自晓息主理人熙雅的话：

最初想到“晓息”是在一个非常忙碌的工作日下午，每一次工作停顿的瞬间，脑袋只飘过一句“太累了，我要歇一下”，但鼠标却一直在敲，直到全部工作结束，“歇一下”这个愿望对都市的人们来说变得有点奢侈。在创建品牌时，希望大家听到读到名字时，就感觉到放松和愉悦，于是：“小歇”就有了一个文雅的变身——“晓息”。

“晓”是知晓、明了，在古义中，是站在城上的守夜者看到太阳升起，知道自己换班休息的时间到了。“息”字有安的意思，也有生命的象征，世间万物“消息盈虚，终则有始”也希望借此名，提醒大家：“人生，要松弛有度，才能怡然自得 ”

万物合香的智慧就在于：“取之自然，和之自然。”向自然植物借能量，多接触养护气血的事物，会帮助恢复能量；天然植物的香气，让人感受到幸福，让生活的气氛变得温柔～愉悦的好心情就是最好的”疗愈师 ”

Thank you for your watching.

Project 6th 2023.01.01 - 01.06

品牌名：QPAU / 品类：儿童&亲子互动玩具

QPAU,亲子互动用具品牌
注重塑造陪伴孩子身心健康成长的家庭
引领孩子传递爱、分享爱,让所有家庭更美好

品牌关键词：家庭、童趣、爱与陪伴

同类品牌指引：Mini Bala、麦当劳(顺序不分先后)。

洞察与思考 / Insight and reflection

对于 QPAU 品牌的设想，我觉得至少要"小朋友记得住，大朋友看得懂"。在前期沟通中，品牌创始人希望在 logo 呈现出具象"爱心"图形的基础上，融合"家庭"的视觉元素，整体视觉需体现饱满的"充气感"。

IP（QPAU Family）的设计初衷是塑造一个表达性强、与品牌相互呼应，能增加品牌记忆点的可玩型 IP。从 QPAU 的品牌属性（家庭、亲子）出发，以 logo 中爸爸妈妈与孩子手牵手的创意为概念作为切入点，设计了外形活泼可爱，具亲和力一家三口。




QPAU
让孩子"充满"爱!
Inflate Kids With Love


QPAU
让孩子"充满"爱!
Inflate Kids With Love
QPAU
让孩子"充满"爱
Inflate Kids With Love

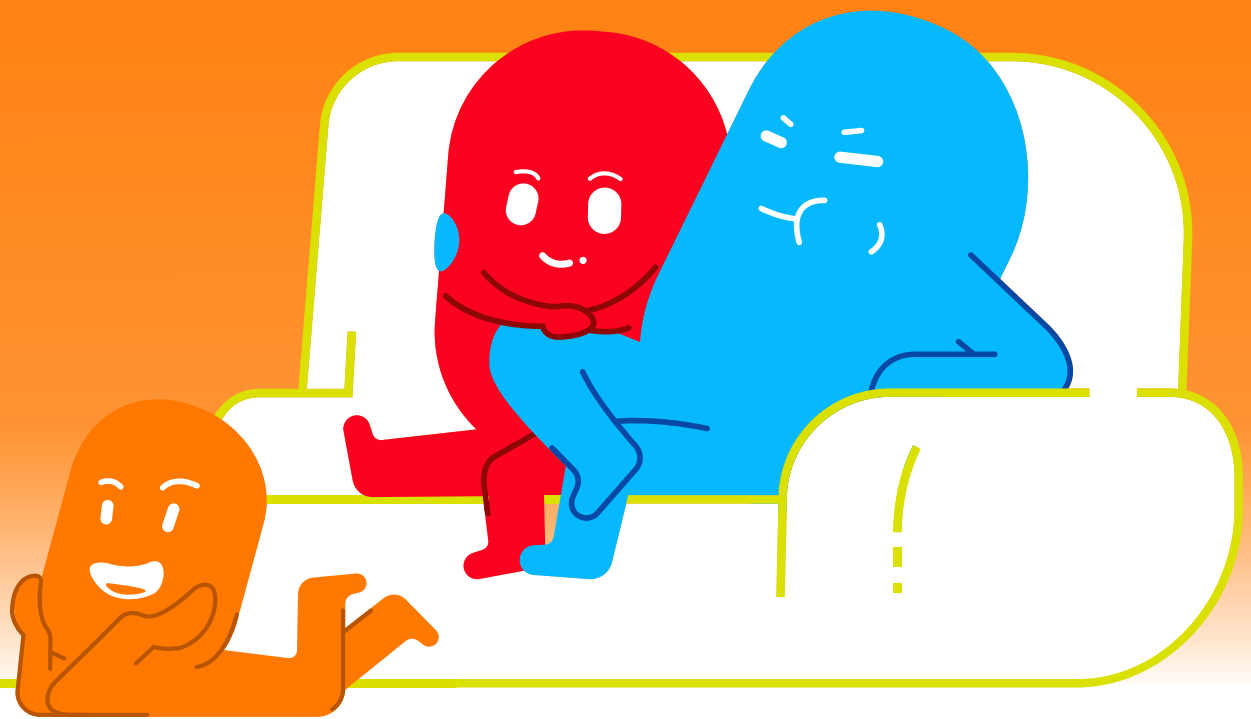

APAU
Inflate Kids With Love
让孩子"充满"爱!

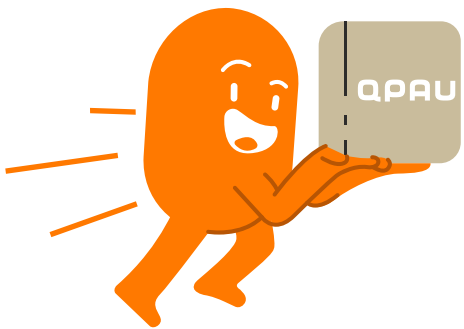
About QPAU Family

QPAU Family 的设计初衷是塑造一个表达性强、与品牌相互呼应，能增加品牌记忆点的可玩型 IP。从 QPAU 的品牌属性（家庭、亲子）出发，以 logo 中爸爸妈妈与孩子手牵手的创意为概念作为切入点，设计了外形活泼可爱，具亲和力一家三口。

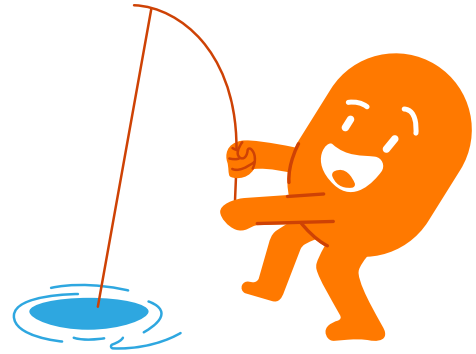
超椭圆的身躯和鲜明的色彩，营造出 IP 欢快温馨的家庭氛围感——朝气与调皮兼具；夸张的肢体动作与表情是有效的情绪表达，让大众产生美好的家庭共鸣！

QPAU FAMILY 不仅让品牌更具有辨识度，与品牌标志相互呼应形成 QPAU 特色视觉锤，其延展出更多的营销推广和互动方式更是给予了消费者无限的想象空间。



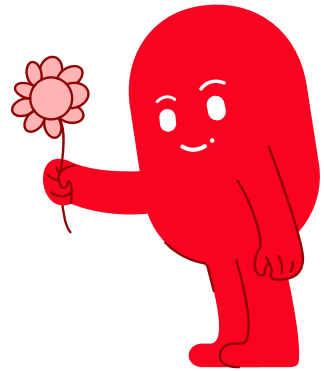

QPAU



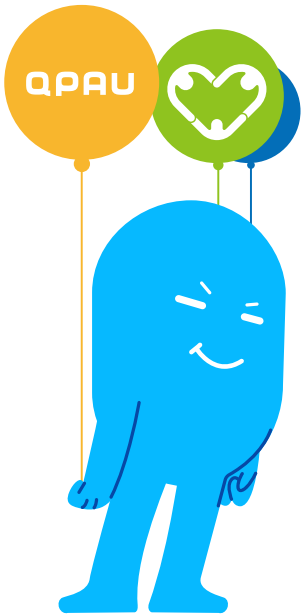








QPAU FAMILY - Q妈







QPAU FAMILY - Q爸



更亲民的品牌视觉策略是通过质朴的、本土化的特征来塑造精髓，降低消费者的消费倾向，提高单品识别度，并有效控制传播成本，从而高效实现品牌视觉的统一规范。在产品矩阵的设计上，我以小朋友们最敏感的三种色：红、橙、蓝来定义家庭的本色，通过不同的色彩来代表不同的家庭成员，同时在品牌形象上强调中文，使 QPAU 拥有属于自己的、能与外部环境竞争的设计语言。



Thank you for your watching.

Project 7th 2023.08.04 - 08.07

品牌名：Key Step千燈 / 行业：营销传播

千熠数字营销正式成立于 2018 年，专注于社媒内容营销的服务机构。基于种草平台与电商平台的流量规则，为品牌建立内容 KOL/KOC 矩阵电商购买引导通路，形成闭环，打造社媒种草的定制服务。

品牌关键词：专业、现代、拓展

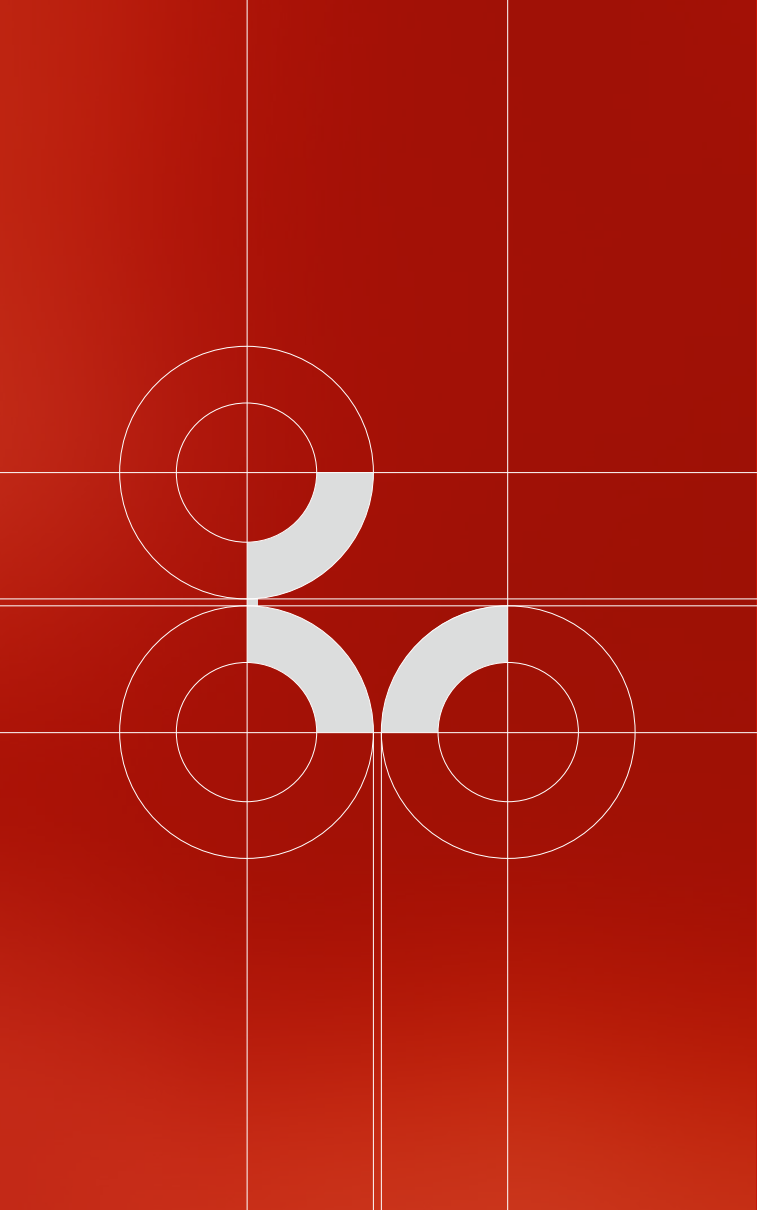
同类标识指引：Beat Network、SMART PLAY、UR BUREAU（顺序不分先后）。

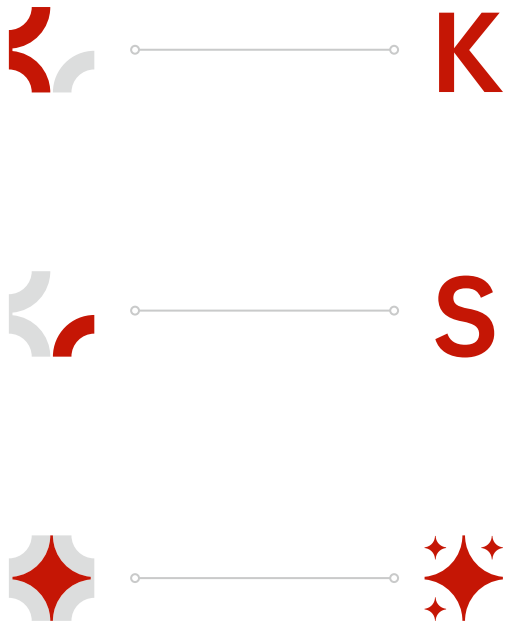
洞察与思考 / Insight and reflection

千熠的标识，由三枚四分之一的空心圆组合而成，整体造型呈现为 K 与 S 的局部型，呼应品牌英文名称 “KEY STEP” 。经过精准计算的正负空间，令标识不仅极简而且与同类企业标志相比更有辨识度。

为何是三枚四分之圆而不是更完整的四枚？因为缺的这一枚代需要千熠数字营销来帮你寻找，这也是本次标志设计的寓意：Find your missing piece.






K
S



千熠数字营销

千熠数字营销 - Key Step , Find your missing piece.

keystep@01ceo.com


KEY STEP
千阔


千阔 · 数字营销有限公司
KEY STEP
千阔
KEY STEP
Photographic Documents

考虑到未来企业应用物料的多样性，以及标识应用媒介的变化，千熠的标识应用是丰富的，同时更是统一且醒目的，表现出非常现代和灵活的特点。而这，正是千熠未来企划发展的目标及方向：在传统的基础上，为客户带来更加高效的、多元的、实际的企业赋能。



Thank you for your watching.

Project 8th 2023.04.10 - 04.11

黑园品牌咨询2周年主题周边

黑园（BLACKZOO）二周年主题关键词——"Chill（松弛感）"，则是黑园主理人度过元年后的主动思考，是经历过 2022-23 年初年真实的市场教育与团队内部自省后的思考产物。

设计关键词：松弛感、美式潮流

松弛感，永远来自于你懂得自己要什么、不要什么。
WE'RE JUST 2 BALCK 2 CHILL

很"黑园"，很松弛 / 2 Black 2 Chill

说实话，过去一年了我还是不大知道什么是“很黑园”，但曾经作为一位“Zookeeper”,我确实有自己的想法：

黑园园长(主理人阿猩)不仅是在开一家品牌咨询公司，还在做一个属于自己的品牌，一个真诚、有趣而独特的品牌。而根源在于，园长认为身为一个品牌咨询团队，在客户把他的品牌托付给我们之前，要先把自己的品牌做好。并没有什么太过高尚或复杂的理由，一切都关乎园长对黑园自身的初心。




BLACKZOO
Black
Chill
BLACKZOO


BLACKZOO
BLACKZOO
BLACKZOO
BLACKZOO
Black
Chill


BLACKZOO
2Black Chill
BLACKZOO


BLACKZOO
2Black Chill
2Black Chill


BLACKZOO
2Black Chill

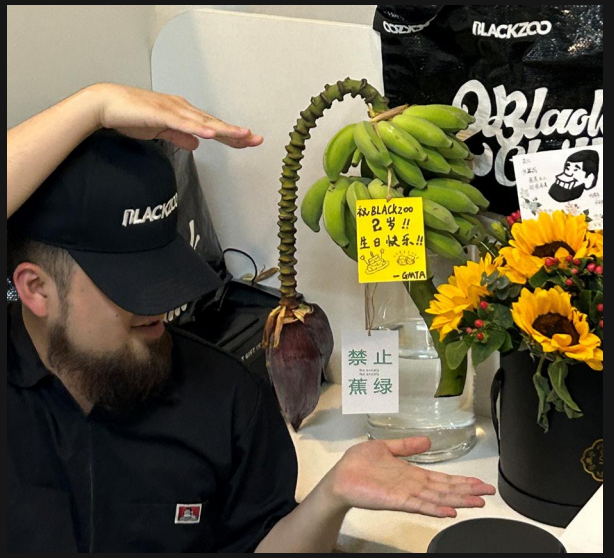
来自园长的话：

“年底述职交流的时候，有同事给我写了一句建议：需要有一定的松弛感。实话实说，毕竟创业经历尚浅，即便如何努力掩饰，焦虑总多多少少会不由自主释放，被团队成员们感受到。所以“松弛感”的建议，我自那时候就记住了。

不仅是我，我也希望黑园接下来也能变得‘很 CHILL’：

在时间充沛时，去努力完成手头的工作，为团队与个人的生存添一份力；在精力有余时，去达成一些项目工作外的理想之事，为个人与团队的生长加一份力；当我们能分清它们的区别，且在两者皆未必如预期时，坦然接受它们的存在。

松弛感，永远来自于你懂得自己要什么、不要什么。”



Thank you for your watching.

Project 9th 2024.01.01 - 09.06

品牌名：赞莱KOOBE / 品类：速干杀菌家电

KOOBE 赞莱 ® 是一个集研发、生产、服务于一体的创新养护电器品牌
专注研究速干技术，致力于从根源上解决菌落处理问题
秉承"用专业的产品创造健康无菌生活环境"的品牌使命，打造丰富的创新养护类产品，
不断探索精致生活的健康习惯，提供打造健康无菌生活环境的解决方案。

品牌关键词：现代科技、前卫跳脱

同类品牌指引：Ulik、科沃斯、徕芬、闪魔(顺序不分先后)。



赞莱，生来不一样

Live Koo, to BE different.

设计需求：VI形象设计 & 包装设计 & 品牌视觉元素规范及应用物料设计 & 会展设计
官网设计（PC端/移动端）& APP界面设计 & 新媒体平面设计 & 直播间美陈搭建

洞察与思考 / Insight and reflection

赞莱 KOOBE® 是思诺得科技环保公司的自有品牌，同时也是 SHARP（中国夏普）的代工源头生产厂家。我非常荣幸能够以甲方身份全方位参与到赞莱的企划设计中。

设计中的逻辑有时会与人们寻常的经验相反，比如经典与稳定更适合体现创新，看似简洁轻松的图形却能承载丰富的内涵。品牌创始人很喜欢PUPUPULA（儿童生活品牌）的视觉识别及其设寓意，希望品牌标识中能够融入情绪化的表达。我以"OK"和"眨眼"为标志造型基础，从品牌识别的角度，态度的传递是非常重要的，一个极简的俏皮的表情会让消费者深有记忆吧。







Live Koo , 赞莱 to BE different .

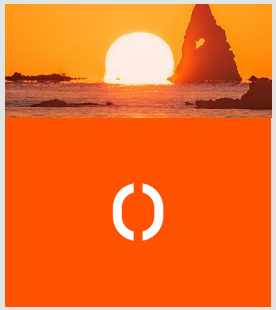


Koobe

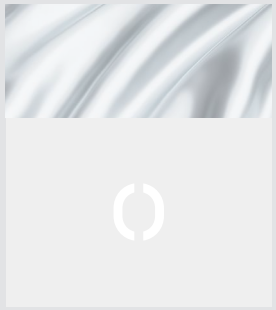
Live Koo,
to BE different.



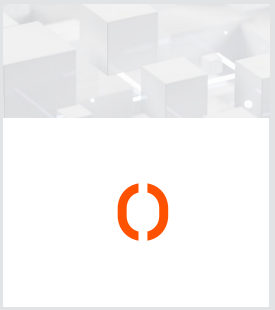
赞莱，生来不一样
Live Koo, to BE different.



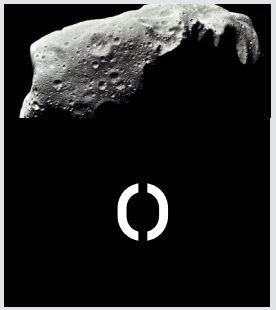
Shining Sun 闪耀阳



Bright Silver Gray 亮银灰



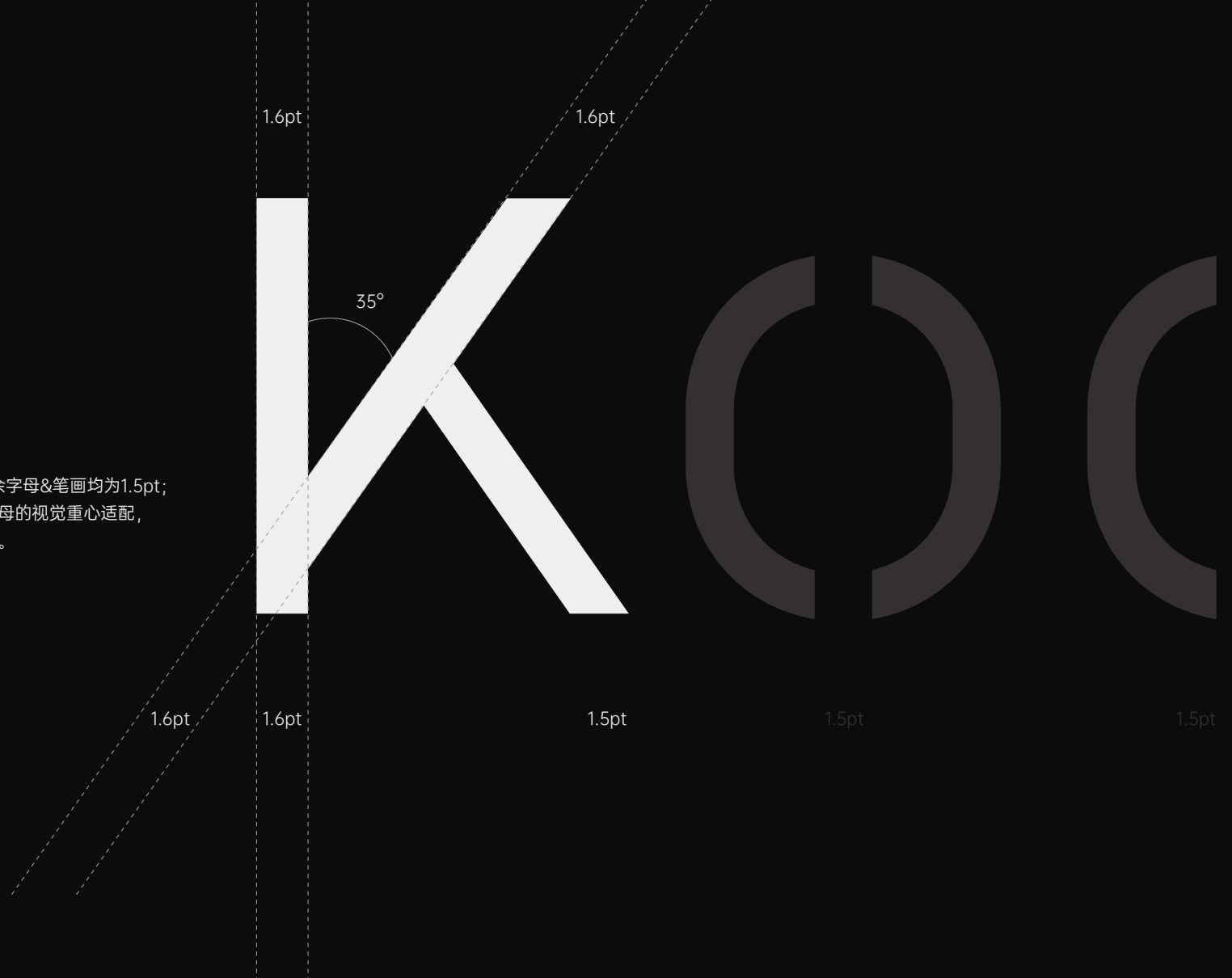
Spotless White 无暇白



Universe Black 宇宙黑

1 - 均衡感：

针对字母“K”作视觉纠正，其余字母&笔画均为1.5pt；
重新调整笔画角度，与其余字母的视觉重心适配，
把控赞莱英文字标的视觉规范。





2 - 辨识度&记忆点：

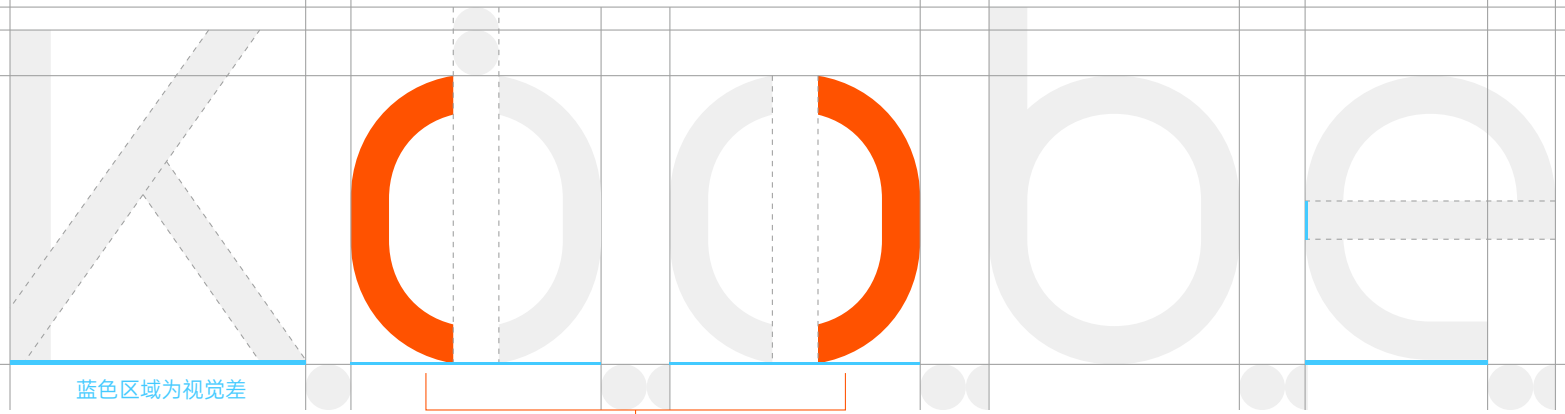
以黄金比例3号圆为单位，居中断开"O"，
达到增加辨识度的目的，
更利于品牌在视觉维度的传播。

3 - 体系感：

字母"b"以字母"o"为原型做延展设计，
避免不同字母之间的视觉割裂。

4 - 识别度&体系感：

字母"e"以字母"o"为原型做延展设计，同时为避免收笔处过长导致视觉拖拉、累赘，作简化处理，让字标整体更加简洁与现代。



辅助图形:

展开后形似括号符号：“ () ”

视觉重心

赞菜

视觉重心



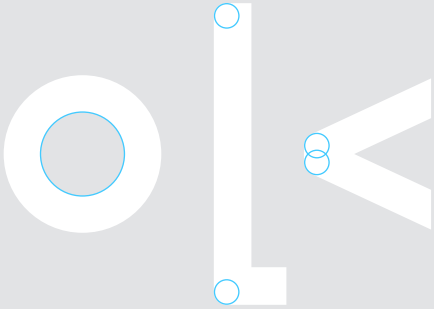
1 - 化繁为简：在不影响识别度的情况下，
进行优化连笔，增加字体耐看度，降低阅读负担。



2 - 逻辑规范：在不影响识别度的情况下，
笔画的断层能增加字体的透气性，同时迎合笔画起笔的角度，
以达到规范统一。



3 - 细节丰富：在不影响识别度的情况下，
笔画的断层能增加字体的透气性，转折处的小巧思，
能有效提高字体的美感和辨识度。

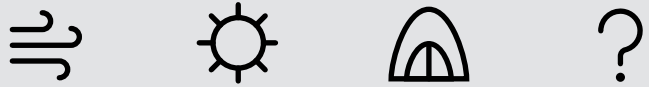


创新技术，无菌生活

速干杀菌系列

颠覆研发，极致设计

神秘系列



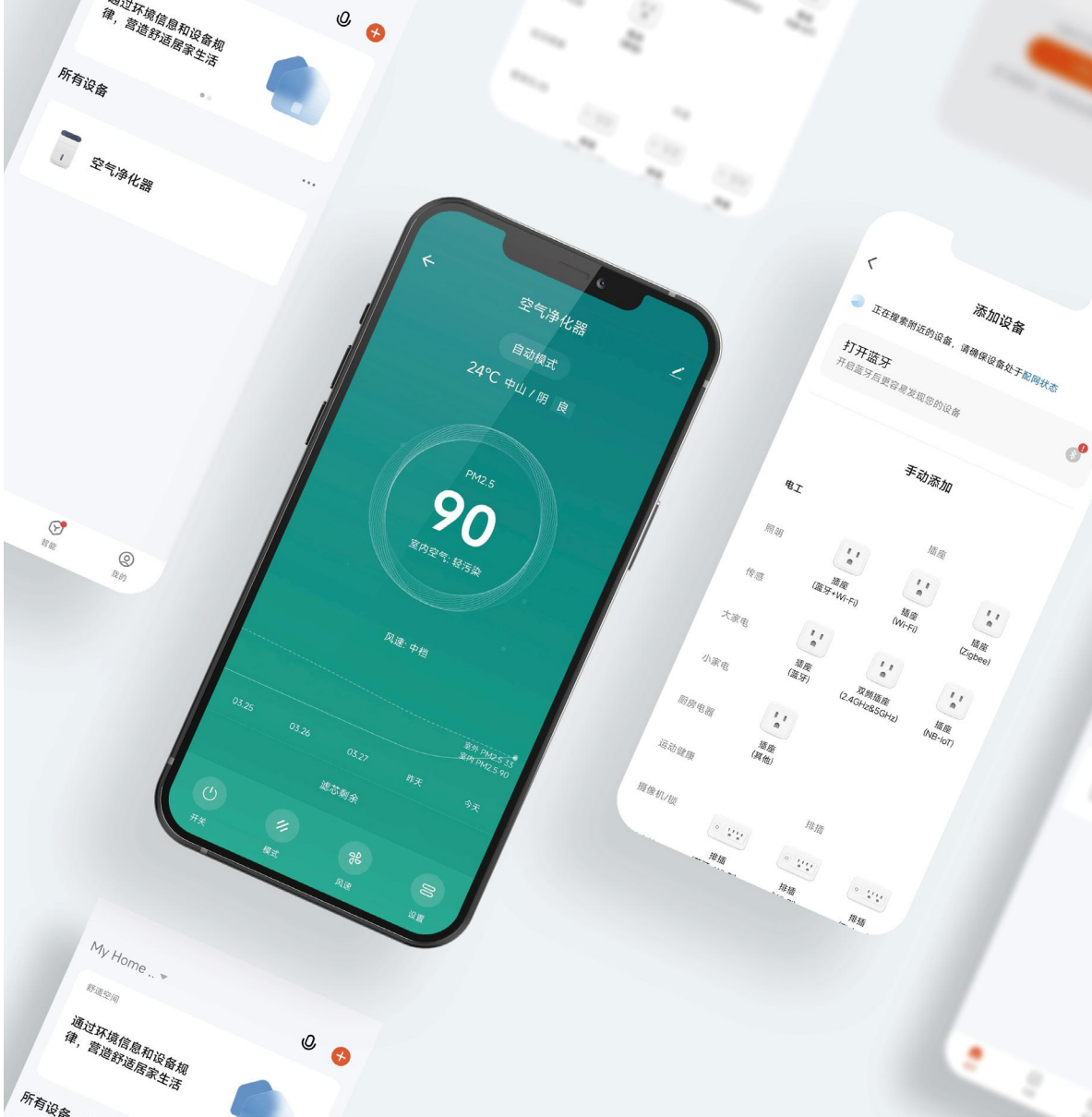
空气净化系列

极速净化，舒适生活

户外应急系列

小巧便携，随时守护


12:23
2
赞莱


空气净化器
自动模式
24℃ 中山 / 阴 良
PM2.5
90
室内空气: 轻污染
风速: 中档
03.25
03.26
03.27
昨天
今天
滤芯剩余
开关
模式
风速
设置
添加设备
正在搜索附近的设备，请确保设备处于配网状态
打开蓝牙
开启蓝牙后更容易发现您的设备
手动添加
电工
照明
插座
传感
大家电
小家电
厨房电器
运动健康
摄像机/锁
排插
插座 (蓝牙+Wi-Fi)
插座 (Wi-Fi)
插座 (Zigbee)
插座 (蓝牙)
双频插座 (2.4GHz&5GHz)
插座 (NB-IoT)
插座 (其他)
My Home
舒适空间
通过环境信息和设备规律，营造舒适居家生活
所有设备
空气净化器
智能
我的