



轨道交通车辆品牌造 型基因研究

 汇报人：

 2024-01-21

目录

- 引言
- 轨道交通车辆品牌造型概述
- 轨道交通车辆品牌造型基因识别与提取
- 轨道交通车辆品牌造型基因的传承与创新

目录

- 轨道交通车辆品牌造型基因与品牌形象的关系研究
- 轨道交通车辆品牌造型基因的未来发展趋势与挑战

01

引言



研究背景与意义



轨道交通作为城市交通的重要组成部分，其车辆品牌造型不仅是交通工具的外观表现，更是城市文化和形象的重要体现。

随着轨道交通的快速发展，车辆品牌造型的多样性和个性化成为必然趋势，对轨道交通车辆品牌造型基因的研究有助于指导未来车辆设计，提升城市形象。





国内外研究现状及趋势

01

国内研究主要集中在车辆造型设计、品牌识别等方面，对轨道交通车辆品牌造型基因的研究尚处于起步阶段。

02

国外研究则更加注重品牌基因的传承与创新，通过对经典车型的分析与提炼，形成独特的品牌造型语言。

03

未来研究趋势将更加注重跨学科融合，运用设计学、品牌学、文化学等多学科理论，深入挖掘轨道交通车辆品牌造型基因的内涵与价值。





研究目的和内容



研究目的：通过对轨道交通车辆品牌造型基因的研究，提炼出具有代表性的品牌造型元素和设计手法，为未来轨道交通车辆设计提供理论支持和实践指导。



1. 梳理轨道交通车辆品牌造型的发展历史和现状，分析不同品牌造型的特点和差异。



3. 探讨轨道交通车辆品牌造型基因的传承与创新，分析其在不同车型、不同时代中的表现与变化。



研究内容



2. 提炼轨道交通车辆品牌造型的基因元素，包括形态、色彩、材质等方面。



4. 总结轨道交通车辆品牌造型基因的设计原则和方法，提出未来设计的趋势和建议。

02

轨道交通车辆品牌造型概述



品牌造型的定义与特点

独特性

品牌造型应具有独特性和差异性，以便在市场竞争中脱颖而出。

识别性

品牌造型应易于识别和记忆，有助于消费者在众多品牌中快速识别出目标品牌。

一致性

品牌造型应与品牌形象、理念和价值观保持一致，形成统一的品牌传达。

定义

品牌造型是指通过设计手法和视觉元素，将品牌形象、理念和价值观具象化表达，形成独特且易于识别的视觉形象。



时代性

品牌造型应紧跟时代潮流，体现现代审美趋势，以吸引更多年轻消费者。



轨道交通车辆品牌造型的发展历程

01

初级阶段

早期的轨道交通车辆设计主要关注功能性和实用性，品牌造型意识较弱。

02

发展阶段

随着市场竞争的加剧和消费者审美水平的提高，轨道交通车辆品牌造型逐渐受到重视，开始注重外观设计和品牌形象塑造。

03

成熟阶段

现代轨道交通车辆品牌造型已经形成较为完善的体系，不仅关注车辆外观设计，还涉及内饰、色彩、材质等多方面的综合设计。





国内外典型轨道交通车辆品牌造型案例

01

国内案例

02

中国南车：其高速动车组“复兴号”以流线型设计和“中国红”为主色调，体现了现代感和中国特色。

03

中国北车：其地铁车辆设计注重人性化和节能环保，如采用LED照明、轻量化车身等先进技术。



04

国外案例

05

西门子Mobility：其有轨电车和地铁车辆设计以简约、现代为主，强调车辆与环境的和谐共融。

06

阿尔斯通：其Citadis系列有轨电车采用模块化设计，具有高度的灵活性和可定制性，满足不同城市的需求。

03

轨道交通车辆品牌造型基因 识别与提取



品牌造型基因的识别方法

01

形态分析法

通过对轨道交通车辆整体和局部形态的分析，识别出具有品牌特征的造型元素。

02

特征提取法

运用图像处理技术，提取轨道交通车辆造型的特征点、线、面等，进而识别品牌造型基因。

03

语义差异法

通过调查和分析用户对轨道交通车辆造型的认知和评价，识别品牌造型基因的语义差异。





基于案例的品牌造型基因提取

● 案例收集与筛选

收集不同品牌、不同型号的轨道交通车辆案例，筛选出具有代表性和典型性的案例。

● 案例分析

对筛选出的案例进行深入分析，提取出品牌造型基因的共同特征和差异特征。

● 造型基因提取

根据案例分析结果，提取出轨道交通车辆品牌造型基因，包括形态、色彩、材质等方面的特征。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/117050006102006124>