

文章编号: 1007-5399 (2014) 05-0027-03

邮政网点视觉形象中的新标准色应用研究

王新利

(安徽省邮政公司, 安徽 合肥 230088)

摘要: 文章介绍了中国邮政集团公司颁布的《中国邮政企业形象管理手册》的部分内容, 对新标准与原标准中标准色的修改变动内容进行了对比分析, 阐述了原标准实施中出现非标准色的原因, 提出了在邮政网点建设中引入标准色系的概念和具体建议。

关键词: 标准色; 潘通色卡; 高分子材料; 网点; 视觉; 形象

中图分类号: F61 **文献标识码:** A

中国邮政集团公司于2013年颁布了《中国邮政企业形象管理手册》第一、二、三部分新标准。新标准遵循整体规范、协调一致、系列化、动态化的设计原则, 强调科学性、规范性、统一性和可操作性, 在原标准基础上, 对中国邮政集团公司各业务板块企业形象的基础设计、网点内外视觉形象、网点装修工艺要求及其他应用等作出统一规范。

新标准坚持中国邮政徽标及标志总体不变, 局部优化; 坚持中国邮政绿色专用色不变; 树立邮政集团公司各大业务板块企业形象统一有序的系列化风格。其中, 第一部分规定了徽标及企业标志颜色及底色; 第二部分规定了网点外部视觉元素的颜色、式样和比例; 第三部分规定了网点内部视觉元素的颜色、式样和规格。新标准为塑造邮政企业形象而确定的颜色和色彩系统, 即标准色, 在邮政企业形象管理的视觉识别系统中起着非常重要的作用。

1 新标准中的标准色

中国邮政集团公司新标准中标准色由标准色主色、副色、辅助色构成。

标准色主色是绿色 (PANTONE 342C), 标准色副色分别为黄色 (PANTONE 116C)、红色 (PANTONE 1797C)、橘色 (PANTONE 151C), 辅助色为黑色 (PANTONE 426C)、白色、金色 (PANTONE 873C)、银色 (PANTONE 877C)、米黄色 (PANTONE 7500C)、灰色 (PANTONE CoolGray 4C) 和深红樱桃木色 (PANTONE 7629C)。

人们通过视觉来接受事物不同色彩的颜色信息。自然和社会中不同的现象会引起多样的色彩变化, 使人们有着不同的观感, 并在生活和工作中逐渐形成对色彩的某些特定含义、感受和心理反映。色彩在更多时候是人对自然和社会的一种观感经验, 如绿色象征春天的希望, 黄色象征秋天的收

获。这些简单的色彩象征是根据人们平时在生活中对自然作出的经验性反应而形成的。久而久之, 这种色彩被赋予特定的心理特征。白色给人以纯洁的感觉; 绿色使人联想到生命、青春与和平; 黄色、红色传递给人以华贵、热情和温暖的感觉; 蓝色给人以宁静、清凉的感受; 黑色则用来表现庄严、稳重与深沉的情感。鉴于此, 新标准的颜色体系, 在坚持邮政绿色专用色不变的同时, 遵循上述色彩特征确定邮政标准色。

中国邮政集团公司的标准色是为塑造邮政企业形象而确定的特定色彩系统。它运用在所有以视觉传达设计的媒体上, 通过色彩特有的知觉刺激与心理反应, 表达中国邮政企业的经营理念和产品服务特质。其中, 标准色主色在邮政徽标和企业标志的基本图形上最能代表整个标志的颜色; 标准色副色是与标准色主色搭配使用或限制条件下使用的颜色; 标准色辅助色则是为了丰富企业色彩形象, 配合标准色开发、辅助标准色使用的色彩。

新标准中的颜色标准采用潘通色卡。潘通是国际通用的标准色卡, 是世界权威色彩, 涵盖印刷、纺织、塑胶、绘图、数码科技等领域的色彩沟通系统, 已成为当今交流色彩信息的国际统一标准语言。世界任何地方的客户, 只要指定一个潘通颜色编号, 即潘通色值, 就可找到所需颜色的色样。

为满足视觉所能感知的所有颜色需要, 新标准首次引用RGB色彩模式。RGB是工业界的一种颜色标准, 是通过对红(R)、绿(G)、蓝(B)三个颜色通道的变化以及它们之间的相互叠加来得到颜色的方式。R、G、B分别代表红、绿、蓝三个通道的颜色。RGB色彩标准包括人类视觉所能感知的所有颜色, 是目前视频及电子信息网络运用最广泛的颜色系统之一。

新标准在色彩上还包括CMYK印刷色彩模式。CMYK

是应用色彩学中减法混合原理得到颜色的方式。C代表青色，M代表洋红，Y代表黄色，K代表黑色。其中专色是指在印刷时，专用一种特定油墨来印刷该颜色。使用专色可使颜色更准确。混色是指把不同颜色混合起来，组成另外的颜色。

在新标准第一部分中，有关标准色除给出潘通色值外，还附有RGB和CMYK两种色彩模式标准色值。

2 新标准对原标准中标准色的修订

新标准坚持原标准标准色中的绿色主色不变，这是邮政专用色，对此没有修改。副色在原有黄色不变的基础上，新增了中邮证券标志红色（PANTONE 1797C）和中国邮政速递标志橘色（PANTONE 151C）。辅助色修改变动最大的是邮政营业网点内部颜色，集中体现在网点营业柜台的变化。

原标准柜台台面颜色为黄色（PANTONE 116C），立面颜色为浅灰色（PANTONE CoolGray3C），在浅灰色立面上设有绿色（PANTONE 342C）框条。新标准中修改为柜台台面颜色为黑色（PANTONE 426C）、立面颜色为米黄色（PANTONE 7500C）、踢脚板颜色为黑色（PANTONE 426C）。

新标准规定网点内部的顶面为白色、地面为米黄色（PANTONE 7500C）、墙面为米黄色（PANTONE 7500C）或白色、柱面为米黄色（PANTONE 7500C）或白色。VIP中心为深红樱桃木色（PANTONE 7629C）。非现金业务柜台为灰色加深红樱桃木色（PANTONE 7629C）饰条。

3 对原标准实施中的非标准色原因分析

随着邮政储蓄银行、邮政速递物流、中邮人寿保险、中邮证券等控股公司的成立，原标准不能反映邮政集团公司发展格局，企业形象管理不能实现全覆盖。标准色不足，主要体现在各板块业务营业网点装修风格不一、视觉效果混乱等方面，与中国邮政向现代化企业发展和世界500强前列目标迈进不相适应。对此，邮政集团公司党组决定对原标准进行修订，用新标准替代原标准。

2010年前，在安徽省邮政网点改造建设实施过程中，侧重于装饰施工，网点顶地墙柱除旧翻新，店招是绿底黄字，柜台有黄色、不锈钢板和绿框条，主题墙是绿雁黑字。虽然是新装修，但给人一种不协调、不舒适的感觉。对照原标准，各部尺寸、比例、用材、用料均符合要求，但视觉形象依然未得到较好提升。

从2010年开始，为实现安徽省各邮政网点能力建设战略目标，经过深入网点实地考察、调研，与工程、装潢、材料等多家设计和研究部门专家及相关人员围绕视觉形象，共同研讨分析实施标准中的问题。

在网点营业厅同样是邮政绿，却有好几种绿色调。同样是邮政黄，却有不同黄色。调研发现，在网点装修中，原木、铝合金、冷轧钢板、镀锌角钢、方钢管以及不锈钢等材料基本上不能呈现出邮政标准专用色。能够提供标准色的主

要有人造石、亚克力、PVC塑板、聚脂吸塑板、铝塑板、三聚氰胺面板以及表层喷漆涂料、塑粉等高分子化合物材料。

这些高分子材料有着共同特点，就是被阳光照射后，很容易产生光化学反应，按照光氧化机理，使它们发生降解或不可逆的化学反应而导致性能老化，俗称褪色。这些光化学反应引起表层高分子材料的老化，并随着老化时间的推移逐步向内层发展。其老化程度和速度，与材料受光面积的大小和单位面积所接受的光强度大小直接相关。

网点店招、灯箱、网点名称牌等长期暴露在自然环境中，绿色基层和黄色字体最容易受光照产生光化学反应而褪色。有的网点装修改造后还不足两年，其店招、字体、灯箱、宣传牌等就已出现褪色、裂纹及粉化现象。通过对老化样品剖析，塑基层、粘合层、喷涂层、色膜材料等均有不同程度的老化褪变。

日光是一个个光子小能量包，由7%的紫外线、55%的可见光、38%的红外线组成。其波长分三个光区，即紫外光区（150~400 nm）、可见光区（400~700 nm）、红外光区（>700 nm），波长最短的紫外光的光能量最大，是引起高分子化合物材料老化的最主要因素。红外光对高分子材料的老化起加速作用，因为材料吸收红外光后转变为热能，热能会加速材料老化。这两种就是人们常说的紫外线和红外线，它们对高分子化合物材料影响最大。可见光一般不能破坏高分子材料的分子链，但在一定条件下，也能够对高分子材料起到降解和破坏作用。

高分子材料的光褪变是造成颜色不一的主要原因。同时，还发现同一种高分子材料，如喷漆涂料，在不同的基层材料上，呈现的颜色也不一样，如绿色喷漆在冷轧钢板、PVC塑板和原木材质上所表现的色彩效果不一样。这主要是由于基层材料本身的密度、缝隙不一，造成颜料在基层表面附着平整度和光洁度不同，使颜色对光的吸收和反射不同，因此所呈现的色彩效果也不同。即使是含有颜料的高分子材料产品自身也存在每批次色彩不一的情况。这主要是由于厂家在生产过程中，每批次产品的颜料配方与加工基础要素条件的细微变化造成的，如人造石材、亚克力板材、喷塑、喷漆产品等。

就颜色而言，这些涂料和颜料本身不发光，人们看到涂料和颜料的色彩是颜料吸收日光之后反射的色光。不同颜料反射的光不同，因而产生出不同的颜色。

在不同颜色中，最具有抗光化学反应能力的是黑色和白色。白色具有较强的反光能力，而黑色对光具有很强的吸收能力，红色则是抗光老化能力最弱的颜色。

通过上述原因分析不难看出，只要与颜色打交道，就必须充分考虑高分子化合物的固有特性。一是不同的高分子材料，它们的光化学反应不一样，即褪色变化不一致。二是高分子材料光吸收与光反射所产生的颜色效果不一致。三是颜料与高分子化合物产品生产批次间的色彩效果不一致。

针对高分子化合物颜色问题，安徽省组织人员从标准色材料入手进行技术攻关。2010年9月28日，安徽省合肥市

黄山路邮政综合营业网点标准化改造完成并开业。该网点以邮政标准化元素居多，邮政标准色一致性较好为样板，成为全省邮政标准化改造建设示范网点。

此次邮政集团公司颁布《中国邮政企业形象管理手册》第一、二、三部分新标准，在网点内外视觉形象标准色选用上，扬长避短，摒弃了原标准不够稳定的柜台颜色及相关标识色，选择使用柜台黑色台面、米黄色立面和黑色踢脚板，指示标识也以白色为底。网点内部视觉形象以少量绿色与黄色作为饰条辅之。

4 标准色系的概念

在新标准中，对标准色中的主色、副色和辅助色均给予了规范和准确定义。在下发的新标准纸质版本标准资料中均附带含有标准色潘通色值的印刷色样，只要遵照新标准规范的标准色，满足标准条件，便能够实现预期的网点视觉形象效果。然而在网点建设中，标准色系统这个问题非常棘手。这里的标准色系是指在标准色主色、副色或辅助色中的任意一种颜色，要求在一个网点内的所有视觉元素上均呈现为一致，即一种色系。就新标准标准色中的辅助色黑色，即黑色系而言，网点视觉元素中需要呈现黑色系的有：主题墙上中轴式企业标志中的邮政中英文专用字，综合业务柜台台面、踢脚板，现金业务柜台台面、踢脚板，非现金业务柜台台面、踢脚板，通长显示屏、一米线，咨询引导台台面，填单台台面以及翻板门台面和踢脚板等。这些元素包含了高分子化合物材料、电子元器件材料、天然石料等多种材料。将这些来自不同制造产地、不同生产部门的材料、甚至国外的产品，在一个网点之中呈现出统一、不走样的标准色黑色（PANTONE 426C），在实践中难以保持一致。这在网点标准化改造和建设工作中，称之为色系统一。同样，还有新标准中的米黄色系、灰色（PANTONE Cool Gray 4C）系、深红樱桃木色系等新色系，这些新标准色系统一工作在原标准中未曾涉及。

5 新标准试点中标准色的材料介绍

为实施新标准，安徽省邮政公司在安庆江镇、六安天堂寨、宿州王寨三个网点，分别进行了新标准试点建设工作，并结合试点，对有关新标准中标准色的主要材料进行选择和试用。

黑色（PANTONE 426C）材料。分别选择天然石材、人造石材、三聚氰胺板材和冷轧钢板材等四种材料进行试用。江镇、天堂寨网点现金业务柜台台面与踢脚板使用人造石英石材，综合业务柜台台面与踢脚板使用三聚氰胺板材，翻板门台面与踢脚板使用冷轧钢板面层烤漆材料，王寨网点现金业务柜台与综合业务柜台台面和踢脚板均使用天然石材（国产黑金中砂）。

米黄色（PANTONE 7500C）材料。分别选择天然石材、人造石材、三聚氰胺板材、冷轧钢板材等四种材料进行

试用。江镇、天堂寨网点现金业务柜台立面使用人造石英石材，综合业务柜台立面使用三聚氰胺板材，翻板门台面与踢脚板使用冷轧钢板面层烤漆材料，王寨网点现金业务柜台与综合业务柜台立面均使用天然石材（国产金线米黄）。

灰色（PANTONE Cool Gray 4C）材料。分别选择三聚氰胺板材、铝塑板材两种材料进行试用。江镇、天堂寨、王寨网点的营业员工作台均使用三聚氰胺板材，现金业务柜台防窥板统一使用铝塑板材。

深红樱桃木色（PANTONE 7629C）材料。对江镇网点的VIP室内现金业务台席、防窥板及相关用品用具等，使用由厂家按新标准制造的深红樱桃木色铝塑板材料。

通长显示屏外部颜色的材料。对三个网点电子标识中的通长显示屏视觉中黑色效果材料，选用亚克力板材。

通过试点和有关材料的试用，对上述材料能否实现标准色有了初步了解。总体来讲，黑色系的一致性实现难度较小。试点中除天然石材的标准色值不正确外，其他几种高分子化合物材料均能满足要求。米黄色系和灰色系的一致性，对实现标准色难度较大，在试点中，天然石材中的标准米黄色和灰色几乎没有，三聚氰胺板材的灰色值与标准色也有差别。深红樱桃木色首次使用，厂家提供的铝塑板从色值和视觉比对上较接近，原以为与标准色相差不大，但实际使用后，尚未达到新标准中的视觉效果。通长显示屏由于其基板底色是黑色，但上面的LED发光管在工作和不工作状态下，分别呈现红色和白色。为满足新标准中通长屏的黑色视觉效果，且又不影响发光显示质量，选用茶色亚克力板材作为外部效果材料，试用后基本符合要求。

6 正确应用标准色的意见和建议

一是贯彻执行新标准，加强新标准宣贯培训工作，充分认识标准色在网点视觉形象中的重要性。二是开展对标准色材料的研究，了解高分子化合物固有特性，熟悉标准色颜料在不同质材料中光氧化机理。三是同批次网点标准化产品其标准色应一致，不同批次及不同质产品应通过检验，符合标准色要求方可使用。四是在同一网点视觉形象中，尽量使用同质、同批次标准色产品。五是标准色产品宜由建设单位集中采购和统一提供。六是应由具备资质的厂家和施工单位，承担标准色产品的生产、加工、制造和施工。

在贯彻执行中国邮政集团公司颁布的《中国邮政企业形象管理手册》第一、二、三部分新标准时，应重点关注标准色。正确应用新标准中的标准色，是树立中国邮政集团公司企业和网点内外部视觉形象的关键。在网点改造和建设工作中，只有做到标准色系的统一，才能实现邮政营业网点良好的视觉形象效果。

收稿日期：2014-05-24

作者简介：王新利（1957~），男，安徽滁县人，工程师，主要从事中国邮政标准化及网点标准化改造与建设研究。