

靳埭强编著

中国平面设计

上海文艺出版社 香港万里机构联合出版

3

企业形象设计



中国平面设计 ③ 企业形象设计



策 划：何承伟 曾协泰

主 编：靳埭强

撰 文：靳埭强

责任编辑：刘育文 林用光

美术设计：靳与刘设计顾问

封面创意：靳埭强

封面设计：李丽英

出 版：上海文艺出版社 香港万里机构

发 行：上海文艺出版社

地址：上海绍兴路74号

邮编：200020

电子邮件：csicm@public1.sta.net.cn

网址：www.sicm.com

印 刷：中华商务彩色印刷有限公司

版 次：2000年1月第1版

规 格：640×935 1/8 印张23 插页4

国际书号：ISBN 7-5321-1997-1/J·120

定 价：150.00元

版权所有·不准翻印



图书在版编目(CIP)数据

企业形象设计／靳埭强主编，一上海：上海文艺出版社，

2000.1

(中国平面设计)

ISBN 7-5321-1997-1/J·120

I. 企… II. 靳… III. 企业—商标—设计 IV. J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 62352 号

本书所有图片之最终版权，属图片作品之设计者或彼与其当事人之协定所有。彼等应本书主编特约而以一次交用形式付予本书刊载。本书所有图片，未得设计者或其他拥有版权之个人或公司之准许，任何人不得以任何方式翻印。

凡例：编著者叙述(中黑体)—— 以下多个实例，都是为不同类型的产品，建立适合不同市场与消费者的品牌形象。

作品名称 年份(秀丽体)—— GP AUDIO 1991

设计者解说(秀丽体)—— 靳埭强 这是金山实业集团有限公司的音响器材品牌。金山一向生产外销的高质音响器材产品，包括承接欧洲名牌的产品。为开拓香港家用市场，计划生产针对香港消费者需求的新产品，创立新品牌。

图例资料(秀丽体)—— 姓名 担当角色



序 · 4

引言 · 5

第一章

回顾 · 7

第二章

概念 · 21

第三章

设计手册 · 39

第四章

企业形象 · 59

第五章

品牌形象 · 85

第六章

商标 · 99

第七章

书信文件 · 157

设计师简介 · 182

目录

序

编写和出版《中国平面设计》丛书主要有两个目的。

第一个目的是，以一批实际制作并应用于中国（包括港澳台）的商业或社会实务的优良设计作品，作宏观上归纳综述和微观上分析研讨，介绍各部门设计的创作原理和制作方法，介绍各设计师的工作经验与处理手法，此实构成设计专业领域的进阶。学习设计的学生，不仅可从丛书获得各种设计的理论和方法，更重要的是能从专业设计师的心得和经验中，汲取大量教室里不易学到的实践知识，丰富自己的阅历，增长处事的才干。而对于专业设计师，本丛书也是他们难得的资讯，可藉兹吸收和交流同业经验，提高本身创作水平。

第二个目的是，通过本丛书，有计划地把中国设计师的优秀作品，介绍给中国、中华

文化圈乃至全世界的广大读者，提高中国设计的地位，促进中国设计事业的繁荣。我们竭诚邀请全国及中华文化圈的设计名家、优秀的青年设计师以及各享誉的广告公司提供佳作，希望本丛书能概括当今中国设计的代表名作，记录当前中国设计师的创作成果，反映当代中国设计水平。我们对本丛书作为中国设计的历史性文献，抱厚望焉。

《企业形象设计》是这套设计丛书的第三册。本书收录了约三百四十多个商标和六十七个企业形象设计的个案。全书分为七章，从追溯由本世纪初至九十年代的商标回顾，到运用近二十年中国的商标与企业形象实例，阐述企业形象设计的概念、设计手册内容、企业形象、品牌形象、商标和信纸文件等问题，各位设计师更记述个别作品的创意，使读者

能直接了解作品的意义。

编著者以图文配合的形式，选择不同的企业形象个案，讲解上述各项问题；以不同性质的商标，说明多种创意与设计手法。各章节所探讨的问题具有不同的角度和重点，希望使读者对企业形象设计有全面的整体的认识，这对不同类型的形象创作将有启迪作用。

本书获得多位中国设计家提供佳作，又亲自作创意说明，使本书的内容非常充实，编著者谨向他们致以衷心谢意。

由于编著者的能力所限，加上工作繁重，以致本书及丛书的其他书目的出版计划一再延误，实不得已，谨此致歉。笔者希望能加倍努力，逐步完成设计丛书的编写工作。谢谢各界读者支持！

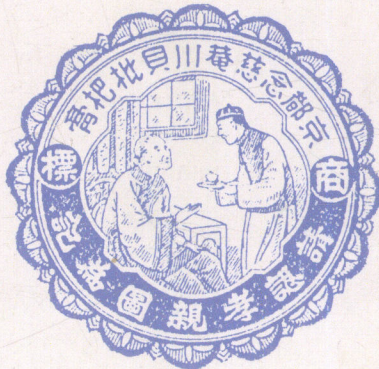
靳埭强 一九九九年五月

太极八卦图



宋代山东省济南的白兔细针店商标

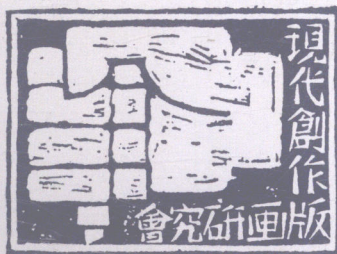
近代中国传统风格的商标





二十年代上海儿童书局的商标

二十年代中华书局的商标



四十年代木刻版画会社的徽志



五十年代中国铁路局的商标

人类运用图形来传达讯息，比运用文字去沟通还要早。简练独特的图形设计，能在瞬间给人深刻的印象。太极与八卦图形，是中国远古时代象征阴阳易理的标记，至今还深入人心。在人类文明的发展过程中，运用视觉图像作为个人或群体的识别，由来已久。例如代表个人的有私章，代表家族的有家纹，代表国家的有国徽。社会经济模式的衍进，发展了商品交易的关系。为了建立商誉，商号和商品都以商标作识别，塑造品牌的形象。商标注册是防止商品的假冒，政府订立法律保护拥有者的权益，同时也保护了消费者的利益。

中国的历史源远流长，商标的运用可能也在货物交流的初期。据现存文物的引证，宋代已有图文兼用的商标。山东省济南市“刘家老铺”的白兔商

标，就是一件珍贵的设计文物。虽然在中国的历史记载里，历代政府已有查处假冒商标的案例，或者民间会社制订的一些商标约规，但较完整的商标法律，是于本世纪初清政府所订定的《商标注册章程》。后来民国和中华人民共和国都曾颁布了商标注册的条例。由于社会经济的发展和变革日新月异，文明公正的商标法律的订立，将有助于国家经济建设健康蓬勃的发展。

近数十年间，世界各地在较为和平安定的环境中致力经济建设。货物交流的兴旺助长了生产力的发展。货物品质的改进与良好品牌形象是市场竞争的有利条件。商标设计不是一项简单的图形设计美术工作；而是必须配合产品的特质，市场环境和销售策略，建立一个具完整系统的视觉识别，包容着企业文化的企

象。一个成功的企业形象，对内能使员工秉承企业文化精神，增强归属感和自信心，积极进取，为企业的理想共同努力；对外能帮助公众了解认识企业的本质，产品与服务的素质，人事态度和经营方针，给企业建立良好的形象，赢取信誉。

商标与企业形象是一门很复杂和专业化的学问。这本书集中了中国当代杰出设计师提供的个案实例，深入浅出地阐述有关企业形象的各项设计问题。希望本书成为专业设计师的好参考书，也让设计教师和学生在学习上获得专业经验的启发；更希望本书能引起社会各界人士对企业形象的重视，重新肯定设计的意义和价值，努力提高企业形象的水平。

引言



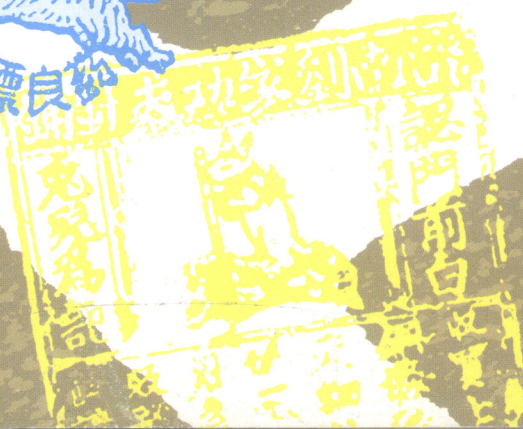
樂天仙

廣東省

馳名



良標



回顾

REVIEW

根据资料记载，中国清政府在一九零四年颁布《商标注册章程》，而香港更早于一八七三年便制订了商标注册制度。香港第一个商标在一八七四年注册，至今仍保留在登记注册上。由于香港商业发展早，而笔者在这方面占有资料比较齐全，所以本章内容将以香港商标为线索。回顾近百年香港的商标设计，也可以反映地区社会的发展面貌。由早年承袭中国传统的形式，渐渐演变为现代国际化的风格。香港长期处在东西方文化经济的交汇点，从各年代的商标设计中，也明显地看到不同程度的中西美学相互融和的式样，成为多元性的现代都市形象。



本世纪初，香港除了在商业贸易的发展外，轻工业方面亦有所发展。例如化妆品、药品、印刷出版、食品和饮品等。它们的商标都运用传统的意象，造型也较为繁复，有些偏近中国民间口味，有些以西洋形式设计而成，也有个别混合了两者的意象或技巧，做成中西合璧的风格。

双妹牌化妆品商标

运用一对少女的形象表现产品的性质，少女的服饰应是当时最流行时髦的款式，洋溢着东方女性的美感。



五桂堂书局商标

运用五花瓣的外形，内藏“五桂堂”美术字体和五组桂花的图案，纯粹运用中国传统的意象。



莲香楼商标

是个中国传统吉祥图案的设计式样，其中的地球，可说是西洋的新题材。



李众胜堂商标

这是运用创始人的肖像作为商标，以防假冒。提防假药是当时极受注重的课题，而肖像使用权帮助保护了拥有者之权益。这个商标设计运用了西洋的绘图技巧，但仍保存东方风味。



九广铁路局商标

这是一九一〇年开始使用的九广铁路徽志。它是一个传统西洋式样的设计，图文并用，所采用的视觉元素非常繁杂，但整体结构和造型细节都达到典雅美观的效果。



屈臣氏大药房商标

这是运用西洋图案手法设计的商标，宝塔图案和中文字体增添一点中国色彩。



九龙巴士公司商标

这是混合了英文字母、中文公司名称和九条中国龙图案构成的商标。

亚洲石印公司商标

这是本世纪初香港著名广告画家关蕙农创办的石印公司的商标，运用的设计手法是纯西洋风格。中英文字体配合得恰到好处，造型优雅。



三四十年代，可说是香港“工业革命”的起步时期。香港中华厂商联合会于一九三四年成立，倡导产品精良设计。商标设计渐见造型简洁，也引进了西方的新时尚。

金钱牌热水瓶商标

这是一个以中国方孔铜钱造型的商标，铜钱图形内配置了晋丰二卦与“金钱”两字，意象清晰易明。



虎标药品商标

这个著名的药品商标，是运用奔跑的老虎形象，配上字体设计而成。意象鲜明，深入人心。



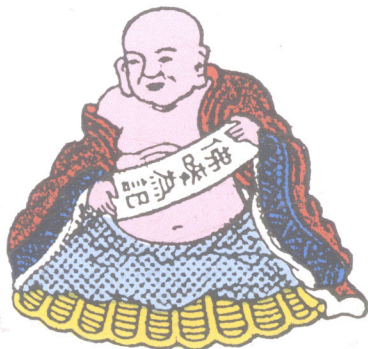
康元制罐厂商标

运用盛满饭的碗筷作商标的意象，配上圆形和中英文字，设计颇为独特。



二天堂药厂佛嘜商标

这个药品商标以肥胖的大肚子佛像为意象，表现健康快活的主题，是传统的中国风格。



九广铁路局商标

这是一九四五年间采用的九广铁路商标。它是直接用机构名称的简写KCR三个字母构成，试图塑造一个现代的形象。



艺林文具印刷公司商标

这是运用简练的细线构成调色板与画笔的意象，内配设计优美的英文公司名称，风格新颖。



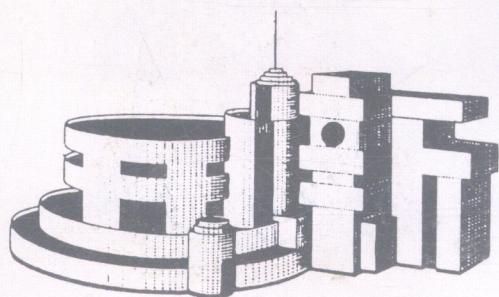
香港中华厂商联合会徽志

在当时来说，这是个非常简洁的商标设计。双环配上中文字体，意念直接简单。



新型建筑装饰家具公司商标

这是个造型新颖的商标设计。以立体建筑造型的中文字体构成，显然是受西方设计新思潮的影响。



战后香港的工业经过艰苦的挣扎后才得复原。由于战后很多上海和广东人移居香港，开设工厂，很多新移民劳工亦投入生产，刺激了香港的工业发展。商标设计的风格渐趋向西化。

杏和堂药品商标

这是香港陈李济药厂的药品商标，运用纯中文字体造型，表现中国药品的主题。

南山出版社商标

南山出版社出版很多艺术和美工书籍。这商标运用篆体“南”字和山的造型设计而成，意象简洁而具有书卷味。

红宝石餐厅商标

这是一家西餐厅的商标。除了字体设计偏向西方时尚外，运用了龙和中国花纹作为商标的主要意象，与西餐厅的主题和形象并不相衬。

良友图书公司商标

这个商标运用一对天鹅、英文字母和中文字组合而成。造型优美，是西方二三十年代的设计风格。



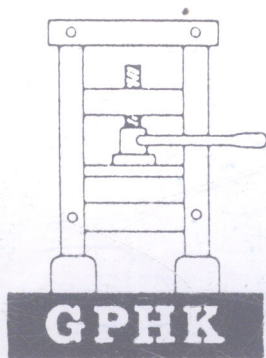
百代唱片公司商标

这是运用英文字体与雄鸡图像交叠构成，配上中文字，仍是西洋的设计式样。



香港政府印务局商标

运用简单的几何线，描出古老的印刷机，直接表现主题，配上整齐排列的英文字母，是机构名称的简写。



联安纸盒公司商标

运用几何形构成纸盒的形状，直接表现主题的意象，简练又易明，是当时少有的可算追上时尚的设计。



钻石牌产品商标

运用细密排线描绘的钻石图案是当时常用的广告绘图手法。配上粗黑圆边和反白字体，加强了对比的视觉效果。



六十年代初期，香港产品拓展欧美市场，出口商品得迎合外国人口味，香港早期的设计风格逐渐式微，本地设计不受重视。当时少数西方外籍设计家在港工作，水准突出。至六十年代后期，一些香港设计人才在海外学成归港，投身设计及教育工作，以西方现代新思潮培训新一代年轻设计师。

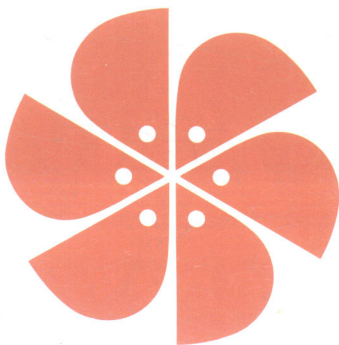
红A牌塑胶产品商标

这是星光实业有限公司生产的红A牌家庭用品的商标，直接运用字母造型为意象，形象简单易记，略嫌平铺直述，没有趣味。



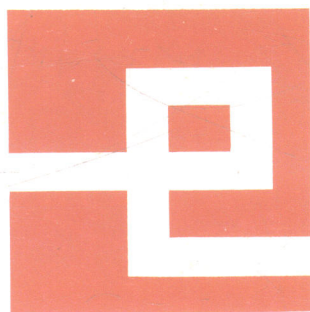
瑞兴百货公司商标 1965

这个商标的设计者石汉瑞先生Henry Steiner是一九六三年来港工作的美籍设计师。他的设计国际著名，当时在港可以说无与伦比。从瑞兴的商标可看到他在西方造型中注入东方意象的尝试。



恒美印务公司商标 1966

这个商标的设计者是于德国学成归港的年轻设计师钟培正先生。他运用英文字母e造型为简练的方形图案，富现代感。



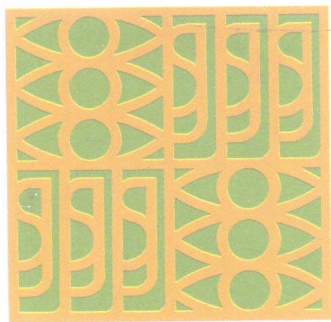
香港周徽志 1967

香港贸易发展局于一九六七年成立，为推广香港产品举办活动。“香港周”就是其中引人注意的项目。徽志设计纯以字体构成，造成货箱意象表现了主题。这也是钟培正先生的代表作之一。



音乐艺术节徽志 1967

这个运用眼和耳结构成的方形徽志使人耳目一新。设计者王无邪先生是在美国进修艺术与设计、学成归港的青年艺术工作者，同时策划及教授商业设计课程，成就斐然。



文华酒店商标 1963

文华是当年新建成的一流大酒店。这个商标字体风格独特，具东方韵味。大楷字母M字的造型，可以独立用作商标。



丁香食品公司商标 1968

丁香是出品果仁食品的公司，圆弧构成的花蕾意象，表现食品的清香美味。设计者靳埭强(笔者)是王无邪的学生。



一九七〇年万国博览会香港馆徽志 1969

这个徽志是由香港贸易发展局的设计组设计，中央的圆形象征香港——东方之珠，绿色的弧面组成风帆的意象。当年大阪博览会的香港馆，顶上设有多张巨大而半透明的风帆，非常悦目。



七十年代，香港本土培训的新一代设计师渐渐长成，刚好配合了香港工商业迅速发展的需要。香港的设计教育渐渐普及，社会人士也开始重视设计，设计专业得以发展，水平亦日渐提高。亦有海外学成的设计师回港工作，人才辈出。

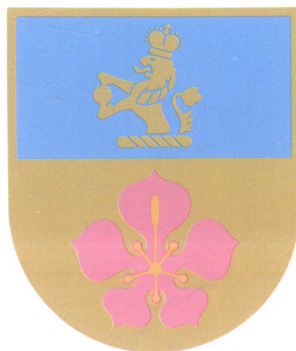
裁丝时装店商标 1971

这是笔者作品，笔者以字母 j 字，重复构成优美的弧线图形，表现高级时装的典雅而现代的形象。



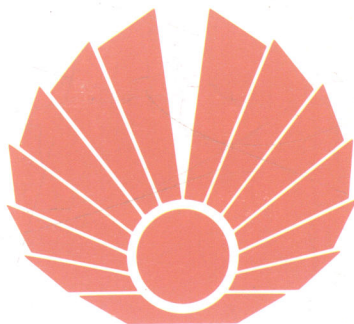
香港市政局徽志 1973

狮子图案是英国皇室订定，洋紫荆是香港市花，盾形象征城市，这是笔者作品，笔者以现代造型手法设计这个市政局的徽志，题材意象是由市政局内部建议，经皇室审定。



香港艺术节徽志 1973

香港于一九七三年起每年举办艺术节。徽志采用中文大学校外进修部学生韩秉华在比赛中获奖的作品，设计者运用风帆与东方之珠的意象构成设计。



公仔牌即食面商标

这是七十年代中深入民心的即食品，人称之为“公仔面”。商标直接以简洁的人形设计成。造型给人快乐开心的感觉。

