

高等院校美术专业系列教材

◎ 艺术设计类



总主编：
林钰源 汪晓曙

装潢设计

□ 主编 / 石萍

Zhuanghuang Sheji

岭南美术出版社

Arts

广州美术学院

中山大学

华南师范大学

广州大学

华南理工大学

广东工业大学

华南农业大学

广东教育学院

广东技术师范学院

佛山科学技术学院

汕头大学

汕头教育学院

肇庆学院

深圳大学

韩山师范学院

嘉应学院

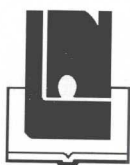
共同参与此系列教材编写

高等院校美术专业系列教材

装潢设计

主 编 石 萍

副主编 陈锦钦



岭南美术出版社

高等院校美术专业系列教材编委会

主 编：林钰源 汪晓曙
编 委：林钰源 汪晓曙 叶家斌 张 弘 钟 曦
刘颖悟 孙 黎 谢 铿 罗一平 谢恒星
薛国庆 陈长生 郑 杰 吴正彬 童燕康
鲁 顺 洪少丹 方少华 陈 渐 陈 延
汤重熹 熊绍庚 陈志民 缪 鹏 林小燕
阎义春 刘向上

策 划：阎义春
责任编辑：阎义春 刘向上
总体设计：阎义春 刘向上 缪 鹏 林岸威 万东兵
责任校对：虞向华 梁文欣
责任技编：谢 芸
版式设计：陈锦钦
翻 译：胡 震

装潢设计

出版、总发行：岭南美术出版社
(广州市水荫路11号9、10楼 邮编：510075)
经 销：全国新华书店
印 刷：广州市岭美彩印有限公司
版 次：2005年3月第一版
2005年3月第一次印刷
开 本：889mm×1194mm 1/16 印张：10.25
ISBN 7-5362-2730-2

定价：48.00元

总 序

中国美术源远流长, 历代美术遗产十分丰富。当然, 其中包括了历代美术匠师留下的宝贵的美术创作经验和美术教育经验与方法。然而, 具有中国现代意义的美术教育, 也即有别于传统师徒相授的学校系统施教的新型教育范式, 却只有近百年的历史。

中国现代美术教育与“西学东渐”关系密切, 甚至可以说是受“西学”影响的直接结果。

自明中叶开始, 江南一带出现了资本主义生产关系的萌芽。西方传教士也于明末万历年间, 在带来了西方宗教的同时, 也带来了西方的文化和科技, 西方文艺复兴艺术也随之传入中国。明万历七年(1579年)意大利耶稣会传教士罗明坚, 明万历十年(1582年)意大利传教士利玛窦, 带来了立体感很强的西方写实绘画, 令当时的中国人感到十分新鲜, 画像“望之如塑”, “其貌如生……脸之凹凸正视与生人不殊”。其后, 比利时传教士南怀仁, 葡萄牙传教士罗如望, 德国传教士汤若望接踵而至, 清初更有西方传教士供职于宫廷, 其中意大利传教士郎世宁由于影响较大其地位煊赫, 曾任宫廷首席画师。

自1840年和1857年两次鸦片战争, 帝国主义用坚船利炮轰开了中国大门, 西方文化、宗教、经济、政治伴随着列强军事强行输入, 中国一步步沦为半封建半殖民地。国人在震惊、觉醒的同时, 积极探求真理, 开始寻求富国强兵之路, 洋务运动、改良主义运动、维新运动随之而起。

“师夷长技以制夷”, 是中国有识之士思考的结果, “向西方学习”成了许多知识分子的共识。1872年(同治十一年), 曾国藩采纳容闳建议, “拟选聪颖幼童赴泰西各国书院学习军政、船政、步算、制造诸学。”向西方学习先进的自然科学技术已经成为一种强国的要求, 目的很显然无非还是“以夷攻夷”。在试图通过派留学生的同时, 中国也开始着手办实业学校培养不同于封建士大夫的新式人才。

在美术教育方面, 19世纪下半叶, 我国政府已向海外派遣大批留学生, 陈师曾、何香凝、李毅士、李叔同、高剑父、陈树人、陈抱一、汪亚尘、朱屺瞻、关良、陈之佛、丁衍庸、许幸之、倪貽德、傅抱石、阳太阳等人留学日本, 他们从经过明治维新的日本接受西方式的近代美术教育。

1887年, 先赴美国后转英国学习的李铁夫是专修油画专业的第一人。稍后, 周湘于1900年赴欧洲游历, 学习西画。1904年, 又有李毅士赴英国学习西画, 这些留学生回国之后, 或开办美术学校, 或从事美术教学, 开启了中国美术教育史的新里程。

与传统师徒相授不同, 由学校系统施教的新型美术教育模式, 肇始于晚清的新式学堂。1898年在北京成立京师大学堂, 是现代形态的综合大学在中国产生的标志。创建于1902年的南京两江师范学堂, 最先开设了美术课。差不多同时, 天津北洋优级师范学堂、稍后的浙江高级师范学堂、广东优级师范学

堂、天津北洋女师学堂，都相继开设图画手工专科。辛亥革命后，随着西方文化和学术思想、教育思想的输入，各种私立新式学校蓬勃发展。随着一批留学国外的美术青年学者的归国，和国内有志于美术教育的同仁纷纷办起艺术学校。1912年，“上海图画美术院”在上海虹口诞生，创办人之一的刘海粟时年仅17岁。1918年设立国立北京美术学校，1927年杭州设立国立艺术院，使中国美术教育渐具雏形。

中国美术教育从传统走向现代的风雨历程中，一批思想先驱和开拓者起了十分重要的历史性作用，他们当中蔡元培的地位尤显突出。

新中国成立后，北平艺专更名为国立艺专，后又改为国立美术学院，毛泽东题写了校名。1950年1月更名为中央美术学院，徐悲鸿任院长。与此同时，杭州国立艺专改名为中央美术学院华东分院，刘开渠为院长，江丰为党委书记。建国之初，由于与前苏联的紧密关系，全国都在开展学习前苏联运动，前苏联社会主义成为新中国学习的榜样。从50年代初开始，全面引进前苏联的美术，俄罗斯和前苏联的美术对中国现代美术的影响始于30年代，鲁迅在推广和介绍俄罗斯美术方面曾做了大量工作。建国以后，美术采取请进来和走出去这两种方式，前苏联的美术作品更是大量被介绍到中国来。前苏联美术家、美术教育家也相继来中国访问、作报告。前苏联苏里柯夫美术学院教授康斯坦丁·麦法琪叶维奇·马克西莫夫更作为前苏联政府委派的第一位美术方面的专家来中国出任中央美术学院顾问，期间在中央美术学院举办了具有深远影响的“油画进修班”，参加者有侯一民、詹建俊、靳尚谊、任梦璋、王流秋、俞云阶、秦征、王德威、高虹、何孔德、湛北新、魏传义、武德祖、汪诚仪、袁浩、王恤珠等人，马克西莫夫在中国美术界产生了巨大的影响。

同时，于1952年开始，国家通过严格挑选，先后派出罗工柳、李天祥、林岗、萧峰、全山石、邓澍、郭绍纲、冯真、张华清、徐明华、苏高礼、李骏等人到俄罗斯历史悠久的列宾美术学院学习油画。

在学习前苏联的热潮中，华东分院杨成寅译介了契斯恰柯夫素描教学体系，契氏体系是前苏联当时一个完备的素描教学体系，基于西方文艺复兴学院教学体系，基于科学主义、自然主义和现实主义的美学，这个体系具科学性、系统性，而且行之有效。体系后来由朱金楼推荐给文化部向全国推广，在我国美术教育界产生了巨大影响，进而处于一统天下的地位。契氏素描教学法，从思想体系、课程设置、教学要求、作画方法直至作画工具，几乎全被我国美术院校作为规范加以推行。新中国的美术教育基本采用了苏式美术教育模式，尽管20世纪60年代初中苏关系破裂，但前苏联油画对中国的影响却没有因此而中断，致使我国美术教育、美术创作在后来长时间明显出现单一化倾向。这种影响之深，时至今日我们仍可以在许多院校的教学找出“苏派”影响的痕迹。

20世纪60年代初，从德国留学归来的舒传曦引进了不同于契斯恰柯夫体系的结构素描教学法，曾在全国各院校产生一定的影响。同时，60年代初罗马尼亚画家博巴在浙江美术学院举办了为期两年的“油画训练班”，对中国油

画强调结构、概括和表现力，这一流派也产生了重要作用，这无疑对前苏联模式作了一些有益的补充。

自1966年5月“文革”开始，在“横扫一切牛鬼蛇神”的运动中，美术教育界的“资产阶级学术权威”相继关进“牛棚”。全国美术院校几乎全面停课，教学处于停顿状态，高考招生暂时被取消，广大教师被派到工厂、农村去接受“再教育”。“文革”期间曾一度恢复招收工农兵学员，但在“结合战斗任务组织教学”，跟着政治运动跑的情况下，教学质量大大下降。

经历“文革”十年之后，1977年全国恢复高考入学制度。美术教师 and 老干部重新回到自己岗位，教学秩序得以逐渐恢复正常。

随着“文革”的结束和“实践是检验真理的唯一标准”的思想解放运动的展开，美术教育界先后展开了对契斯恰柯夫素描教学体系的激烈争论。艺术的个性问题，风格多元化问题，“形式美”，“抽象美”等一度成为热门话题。紧随改革开放，萨特的存在主义，弗洛伊德精神分析学，特别是西方现代主义艺术对重新打开国门的年轻一代的中国青年学生产生了重大影响。随着改革开放的深入，随着市场经济建设的进展，特别是随着中国现代艺术创作的推进，中国美术教育也在不知不觉中发生着惊人的变化。为适应市场经济的发展，美术专业除传统的国画、油画、版画、雕塑和传统工艺美术之外，迅速地发展了现代设计类专业，工业产品造型设计、视觉传达设计、服装设计、环境艺术、公共艺术、电脑美术、展示设计、广告摄影等专业，随着新专业的发展，课程体系也发生了重大变化，课程内容改革也随之而至。

跨入21世纪，中国美术教育走过了很不平凡的发展历程。随着国家对教育的重视，教育在现代化建设中具有先导性、全局性作用，而被摆在优先发展的重要战略地位。在深化教育改革，优化教育结构，合理配置教育资源，全面推进素质教育，教学内容的更新，教材建设自然被摆到议事日程上来，广东省“高等院校美术专业系列教材”应运而生，岭南美术出版社聘请了华南师范大学美术系、广州美术学院教育系、广州大学艺术学院、中山大学艺术设计专业、华南理工大学、广东工业大学、华南农业大学、广东教育学院、广东技术师范学院、汕头大学、深圳大学、深圳职业技术学院、肇庆学院、韩山师范学院、汕头教育学院、佛山科学技术学院、嘉应学院的部分教授、专家近百人参与本套系列教材的编写工作，队伍阵容之大、层次之高，在广东乃至全国可谓空前，正如国家教育部体卫艺司艺术处章瑞安处长看过书稿后说：“广东多所高校合作，完成一套十几册的美术教材，很有魄力，也很有敬业精神，是集体努力的结晶。”广东省“高等院校美术专业系列教材”的编写过程得到各界领导、专家、学者的关心、支持和爱护，在此一并致以崇高的谢意。

高等院校美术专业系列教材总主编

华南师范大学美术系教授

林钰源

内容简介

装潢设计是现代设计领域中的一门综合性艺术学科，其应用十分广泛，与人们日常生活、社会交往、审美意识和改善社会物质环境息息相关。本书着重于平面装潢设计的标志设计、VI设计的设计与应用。

《装潢设计》是以视觉传达为主要手段的一种设计艺术，故以图文并茂的论述形式，将设计基本原理、设计实践贯穿于每一个平面装潢设计的实例中，向读者介绍当今设计领域的新信息、新观念、新思维、新方法，结合设计教学与实践的探索和思考及循序渐进、深入浅出、学以致用特点，力求可读性、可操作性，提供大量的设计信息、广泛的视觉形象，开阔审美视野，激活设计意识，帮助全面了解和掌握装潢设计的新趋势、新方法，具有指导性及实用性。

目 录

CONTENTS

装潢设计

标志设计

第一章	标志概述	2
第二章	标志设计的分类与造型语言	10
第三章	标志创意表达与艺术手段	29
第四章	标志设计的形式规律	42
第五章	标志设计的程序与制作	48

VI 设计

第一章	概念与概述	62
第二章	VI 设计的表现原则	62
第三章	VI——视觉形象识别系统设计内容及方法	63
第四章	企业内部使用 VI 部分	77
第五章	VI 设计的表现形式与风格(案例与分析)	84

DESIGNERS



标志设计

石 萍

第一章 标志概述	2
一、标志的产生与发展	2
二、标志的意义、作用与功能	4
三、标志设计准则	8
第二章 标志设计的分类与造型语言	10
1. 图形型标志	10
2. 文字型标志	14
3. 综合型标志	22
第三章 标志创意表达与艺术手段	29
一、标志的创意表达	29
1. 直述	29
2. 象征	30
3. 寓意	32
4. 抽象	34
二、标志的艺术表现手法	36
1. 图形变化	36
2. 图形共用	38
3. 图形重构	40
4. 错视空间	41
第四章 标志设计的形式规律	42
一、对比性	42
二、统一性	44
三、条理性	47
第五章 标志设计的程序与制作	48
一、设计定位	48
二、设计创意	48
三、调整设计方案与制作	48
四、标志设计的应用与案例	48

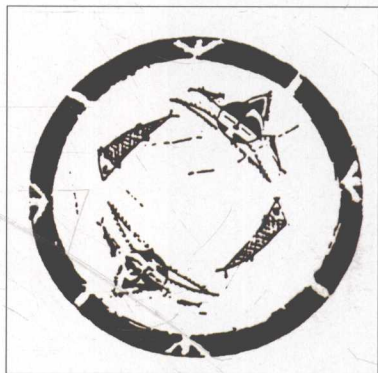
第一章 标志概述

一、标志的产生与发展

标志即记事的符号，它有着特定的形象特征和特定的精神象征。从这定义出发，标志的产生历史可追溯到古老的原始时代，人类为了生存而与大自然作斗争，而在此过程中，人类利用各种方式记录生活中某些发生的事情。如图腾图画，它记载着原始民族的图腾与祖先偶像，因为在原始民族看来，有个万能的创造世界的神，他是万能之源、万能之主，每当有天灾时，人类的心灵将从那里获取神灵的佑护和恩惠。这样，他们便赋予记事的符号以神性，使之成为一种记事载体。如“仰韶文化”的原始土陶，半坡彩陶盆，西班牙北部的阿尔塔米拉穴顶的野牛图，江苏连云港将军岩的刻石，法国赛洛尔的手持牛角杯的维纳斯浮雕形象，这些图形都已具备了以形寓意的符号特征。随着人类的进步、生产力的发展，人类出现了象形文字，象形文字是由记事图画演变而来的。象形文字更能把生活中发生的事物变成固定符号，随着象形文字出现后，标志的应用更加广泛了，随着人类的发展过程，标志在每一时代、每一时期反映了时代的特征，如中国考古出土中的秦汉印章、封泥、瓦当等记事的符号，现今保留封建时期的湘西苗族民居门户上的太极八卦标志，这些印章、封记代表着当时有权有势的统治者的地位和其财产等内容信息的标记。

我们都会注意到，原始社会时期一直都没有文字的产生，在无文字的社会中，人们的日常生活与精神生活需要借助形象性的图画符号来表现所发生的事情。

这表明图形的产生源于人类对大自然的认识与改造的生存需要。人类认识自然改造自然是依靠视觉与感觉思维来体现的，其中仅仅借助大自然形象永远是不够的，这要求着人类必须运河创造和改良。形成了客观形象与主观形象的概念，从而出现了从自然的图到创造的形，这就是图形产生的开始。从古代的雕刻、壁画、陶瓷、造型上看到，当时的社会、自然与人们的生活状况，这一切都归于图型、描绘的表达功能，人类正利用了这功能，把他所见所闻所爱的记录了下来，在记录传达信息过程中，人们为了更完善这一视觉形象，开始了整理、加工、发展并追求完美，固定表达一定量信息图形就出现了。



半坡彩陶盆



江苏连云港将军岩的刻石



印章、封泥



法国赛洛尔的手持牛角杯的维纳斯浮雕形象

象形文字的出现,标志得到了明确的意义和用途,但标志符号的应用是随着人类商品交换而得到发展与推广,它不仅给人们的生活、生产带来了便利,更重要的是给人类文明起到了重要的推动作用。现代社会是一个高度发达的信息化社会,标志也是信息的载体。在现代商业社会中,标志的意义和功能发生了重大的变化,标志作为记事、表事的符号,在今天生活中已无处不在。公共事业标志、社团标志、国家标志、企业标志、商品标志都在各个领域发挥着沟通的功能,人们的生活已同标志紧密连接在一起。

随着人类社会的发展而促成了标志艺术设计的发展,使标志在表现形式上、用途上更加丰富、更加多元化。

随着商品市场竞争日益激烈和社会信息化的发达,以及各类公共文化传播事业的普及,标志的推广与应用已发展成系统化、标准化、数字化信息的发展趋势。这也促使着标志的形态向更为多姿多彩的方向迈进,以适应经济发展、市场竞争、思维方式、文化水平和人们的审美化的发展,使标志更加具有特色和丰富的内涵,易认易记,规范化、标准化与系统化,更加有利于推广和应用。现代社会是信息化的社会,面对各种媒体传播,消费者对商品有着更多的选择,这也要求着标志要有独特的个性和强烈的视觉感染力,能给消费者一个良好的消费心态,使之被打动和被征服。

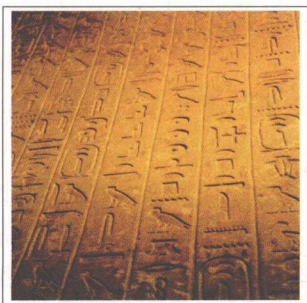
如中国银行标志,设计利用了中国古代的铜钱与中文的“中”字完美的结合。澳大利亚的滑冰咖啡厅,设计运用了典型的澳大利亚人古典形象,手托茶盘,脚像冰鞋,以单一的咖啡颜色形象,传达了咖啡厅的营业特点,体现出一目了然的效果。



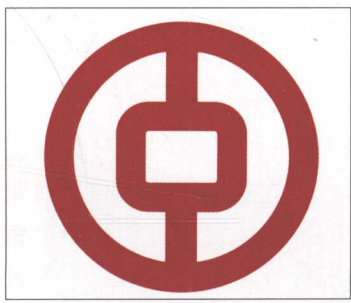
CAFE RACER Cafe 澳大利亚



LI BAI LOUNGE AT FAR EASTERN PLAZA
HOTEL Hotel Lounge 香港



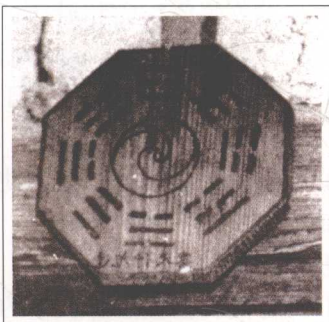
古埃及象形文字



中国银行 靳埭强



CRISIS LINE Counseling Service 澳大利亚



湘西苗族太极八卦



PACIFIC PRIVILEGE Restant 香港



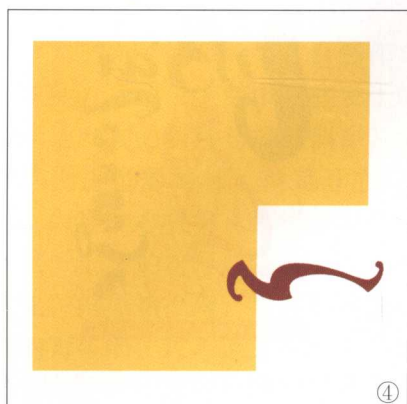
内蒙阴山岩画



①

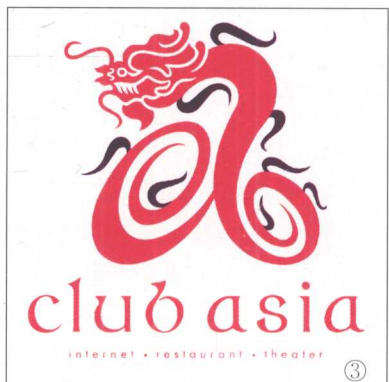


②



④

- ①Christine Habersock 妇女剧院
 ②长江开发 韩秉华
 ③CLUB ASIA Restaurant 香港
 ④Friends of Mine Group Ltd 友福集团
 靳埭强/林伟雄/刘小康
 ⑤Rick Tharp 糖果供应商
 ⑥Experience New Dynamics 张广洪/林启富



③



⑤



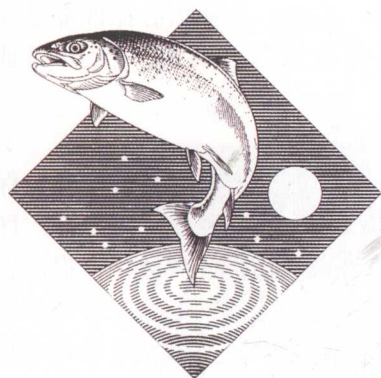
⑥

二、标志的意义、作用与功能

标志产生于图画和文字，是用来传达和记事的重要手法。标志也是艺术的一种形式，一种象征艺术。其不同的角度有着不同的分类和作用，一般分为商业性和非商业性两大类。商品经济不断开拓和媒介沟通的发达，把标志推向一个新的发展阶段。这样，标志不仅是产品的识别符号，又是代表着一个企业文化信息的载体，与企业营销战略有着生命关系，它沟通着消费者和品牌产品之间的关系，它超越了语言，起到视觉上的战略营销的新价值。标志作为一种特殊的以简练的图形符号，传达一种特定的文化精神信息功能，人们可以通过标志对事物产生直接、间接、联想印象，让人们在艺术美感中享受和启迪，接受着信息，产生好感，它超越了语言的境界，起了不可缺少的沟通与交流的作用。所以，标志的意义与价值不仅是在视觉上的，更在于精神上的作用力。

社会发展、文化交流日益广泛，促进了标志设计艺术的发展，使标志在表现形式、手法、应用、扩展上更加新颖、丰富、多元化。

随着商品经济市场竞争日益激烈，标志代表着企业品牌和信誉，所以标志应用范围也就相应日益广泛，它不仅是代表企业品牌质量的保障，更是一种精神的象征，一种企业文化精神、形象的展示，这也



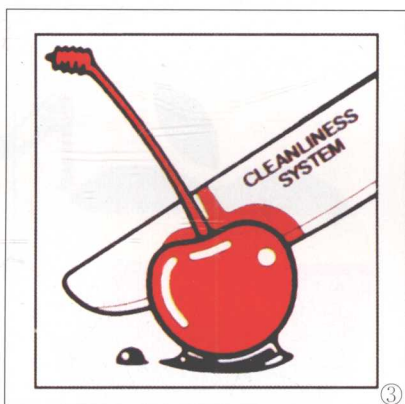
①

与企业营销战略的成与败、好与坏和企业形象品牌在消费者心目中的地位有着举足轻重的作用。

标志是企业与产品的浓缩信息，是一种企业品牌形象，表达一定含义的图形，是一种简捷的媒体，它的主要功能是传达一种特定的信息。正如此，品牌标志要求内涵明确、个性鲜明、创意卓越、新颖独特、简洁精炼，加以企业使用大众媒体等手段进行视觉包装和市场培育，在激烈的商战中形成自身特有的生命力。这也是人们通过商标，辨识商品的特质及企业带给消费者信心，这也是要求标志设计必须具有的特征。



②

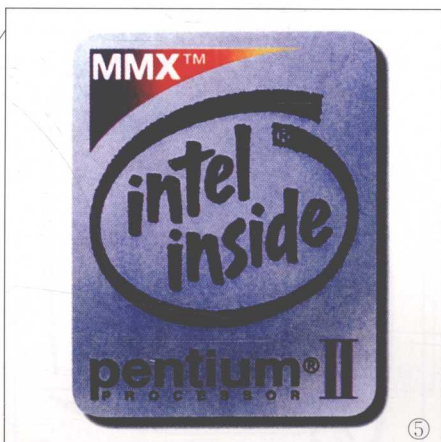


③



④

- ① Jumping Salmon-JH Frematad A/S 跳鲑 挪威
- ② 颜庄化妆及个人护理产品 刘小康/吴慧娴/靳康强
- ③ 并木宝 餐饮业清洁系统
- ④ Luh Court 麓湖阁 何中强
- ⑤ Intel 英特尔奔腾 II CPU
- ⑥ Ruediger Goetz LEVI'S 全球促销活动
- ⑦ Grange 70 + 80 韩秉华
- ⑧ 田中义人 书店



⑤



⑥



⑦



⑧

①同类产品的不同企业，保护产品权益

在经济大社会中，标志代表着企业，也可以说产品是企业的生命体现，它代表着企业的形象，也是一种浓缩信息的媒体语言，经注册的标志是法律保护的依据，维护着企业产品的权益。

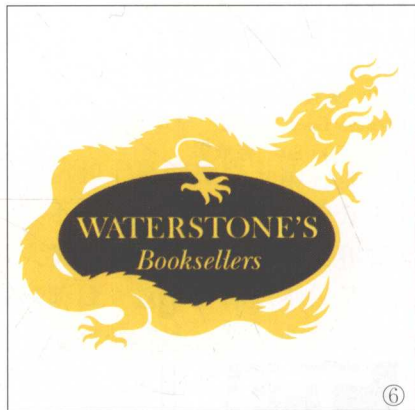
②能有效地让消费者识别产品

人类是靠记忆来认识、区别、保存一切东西，消费者除了看价目、包装、颜色以外，可以说最重要的记忆就是品牌标志。优秀的产品标志，它代表着消费者对产品的信心，这也是企业成功之处。因

为标志把产品的质量、品质、企业信心保证都已经体现出来了，所以标志也是产品的“无声保证书”。

③能宣传企业、推广产品

在商品销售过程中，区分产品、宣传产品、保证信誉，通过标志可以更有效、更准确地识别。区别不同厂家以及消费者对产品企业的认识，提高企业的知名度，它代表着企业的信誉，象征着产品的特色，吸引着消费者的目光，以及激发消费者的购买欲。这样，标志就与消费者建立了对产品、对企



④

- ①北京 2008 奥林匹克申办标志 陈绍华/韩美林/靳埭强
- ②Apple Computer 苹果计算机 美国
- ③Ruediger Goetz 里维牌 T 恤
- ④Margo Chase 进口的手工艺品
- ⑤香港书画文玩会 靳埭强
- ⑥Waterstone's Booksellers 陈志坚/卢永强/陈幼坚
- ⑦Tor Pettersen & Partners 电信服务标志 英国



⑦

- ①购物娱乐中心标志 何中强
- ②Annemarie Clark 洗衣店
- ③人民日报社 CI 导刊 赵琛
- ④Lore Design Wing Lo
- ⑤靳埭强伉俪银婚纪念 靳埭强



①



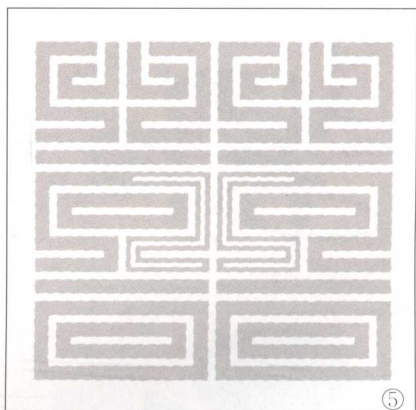
②



③



④



⑤

业的信任感，也是消费者通过标志来了解企业的途径，从而发挥了“无声推销”的媒体作用。

④美化和提高产品的知名度

作为产品的象征，吸引、诱导着消费目光，这就要求商标具有鲜明的视觉冲击力和艺术的感染力。无论造型、色彩、特征都应明显、响亮、新鲜、简明易记，能吸引消费者，美化产品，使其对此留下深刻、清晰、美好的记忆。

⑤在国际贸易交流中，提高竞争力

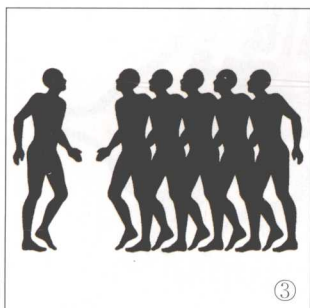
商品的形象由标志品牌建立，企业形象由标志识别，由标志定位。企业对标志的重视，在设计上

要求个性突出、内容明确、创意卓越、易识易懂等。这样，标志作为一种特殊的符号传达着企业的信息，沟通了消费者和产品的关系，建立起品牌信心。随着市场经济的开拓发展，没有合法注册的品牌产品是无法进入国际市场的，正确运用和使用品牌标志将有助于提高商品在商战中的地位，树立品牌的信誉、树立形象、推销产品、加强文化交流，从而提高竞争力。

随着改革开放，文化、经济的交流不断扩大，国际贸易不断开拓，没有法律保护的品牌标志产品是无法进入国际市场的，也就没有竞争力。



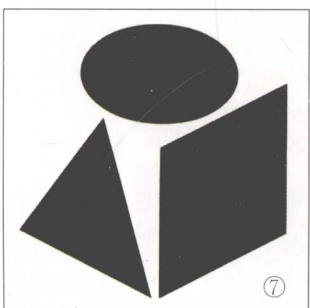
②



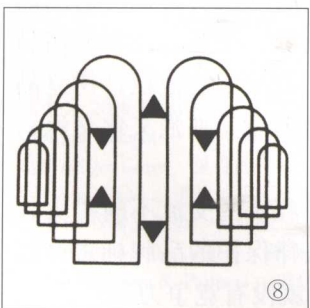
③



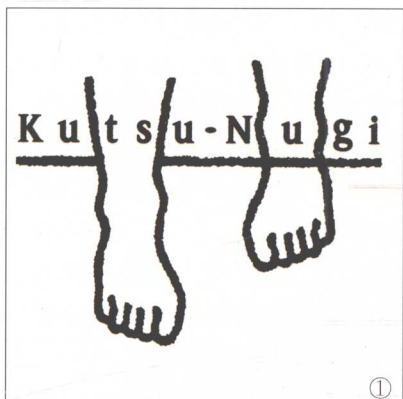
⑤



⑦



⑧



①



④



⑥

三、标志设计准则

一个成功的标志，一个有生命力的标志，除了有特定的信息之外，从其“对消费者的副作用”有效，引起消费者共鸣，并建立起对品牌的印象，促进销售，这就需具有下列四项基本准则：

①识别性强，简明易记

标志代表着企业、产品与品牌的形象，也是消费者对产品的信心。这要求着标志既要清晰、明快，易于识别，加强记忆度，又要与同类商品有区别。如工商银行，以古钱与工字完美结合，简单明了。

②有内涵，有个性，有冲击力

有内涵、有创意是标志的生命力，其除了给消费者信息之外，还闪烁着独创的文化智慧，能突出其含义，能正确传达品牌的特征。

③完美的艺术视觉形象

有完整的艺术视觉美感，不仅只是识别企业与商品，还应给人以美的启发，增加商品文化附加值。

④适应性强，规范化，易于搭配

一个成功的标志要有广泛性、适应性，能适应不同的场合、媒体的使用，能从视觉搭配上打动消费者的好奇心，从而取得整体统一的效果，也直接影响着企业品牌对外的形象。好的标志，不只是标志本身，它是整体 CI 战略的一个部分。

⑤新颖而有时代感

任何一个时期的标志，都应具有强烈的时代特征，为了跟上时代发展步伐，企业和商品要不断地为标志形象注入新鲜血液，甚至有时重新设计标志。



⑨

①脱鞋/日本人与生活展 广村正彰 日本

②AMERICAN MARKETING ASSOCIATION

Organization 美国 1996

③“反潮流”出版社 布雷埃克曼 土耳其

④中国工商银行 陈汉民

⑤Mark Ford Lohn Swieter 运动实验室

⑥水源与酒研究会 周鹏

⑦Mendell & Oberer 柏林国际设计中心

⑧JUDISCHES 博饰馆 Gorler Klaus 德国

⑨富本文和食品



①



③



④



⑤



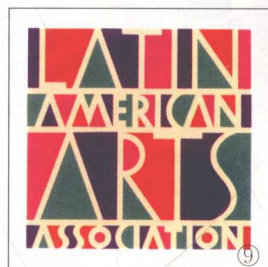
⑥



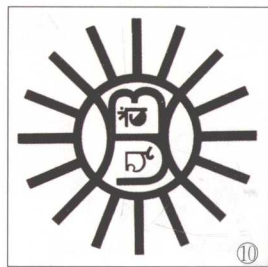
⑦



⑧



⑨



⑩



⑪



⑫



②

- ① Margo Chase 妇女组织
- ② Piet Vandekerckhove 照片冲洗服务公司 比利时
- ③ Nestec 雀巢国际 瑞士
- ④ Henry Dreyfuss 联合国国际妇女年 美国
- ⑤ SKANSKA 银行 瑞典
- ⑥ 青岛申太置业有限公司 刘岩
- ⑦ 国民诚信银行 Digianni John 美国
- ⑧ 国际儿童语言会议 布雷埃克曼 土耳其
- ⑨ Kurlansky Mervyn 拉美艺术研究会 英国
- ⑩ 印度联合银行 Everest 广告公司 印度
- ⑪ Cho Young Jae 国家城市银行 韩国
- ⑫ 红与黑图文设计中心 肖虎