

ART 国家示范性高等职业院校  
艺术设计专业精品教材

高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

BIAOZHI YU  
VI SHEJI  
SHIWU

# 标志与VI设计 实务

主编 李征 阎炳信

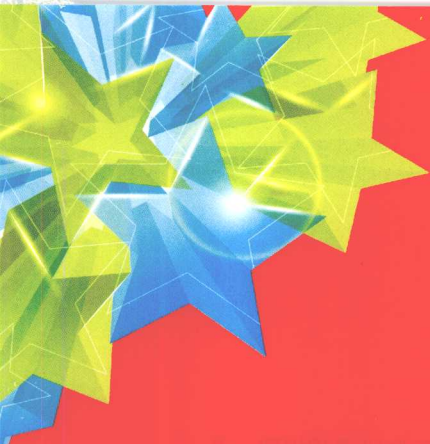


NLIC2970862935



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



**ART** 国家示范性高等职业院校  
艺术设计专业精品教材

高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

# 标志与VI设计 实务

**B**IAOZHI YU  
**V**I SHEJI  
**S**HIWU

主 编 李 征 阎炳信  
副主编 刘素平 陈 沁 秦燕妮  
杨 帅 周非凡  
参 编 李佳晔 崔冰蕊 刘立涛  
主 审 梁 婧



NLIC2970862936



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

## 内 容 简 介

本书包括六个项目的内容：项目一为设计基础，项目二为 VI 设计工作流程，项目三为 VI 基础识别，项目四为 VI 应用识别系统设计，项目五为 VI 设计的表现，项目六为 VI 综合项目鉴赏。

本书基于“工学结合”的理念，培养学生的创新能力、设计制作能力和团队协作能力。本书内容丰富、图文并茂，可操作性强，有助于指导读者掌握标志和 VI 设计的方法，提高设计能力和制作能力。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

标志与 VI 设计实务 / 李征 阎炳信 主编. — 武汉 : 华中科技大学出版社, 2012.10  
ISBN 978-7-5609-8450-6

I. 标… II. ①李… ②阎… III. 标志 - 设计 - 高等职业教育 - 教材 IV. J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 243268 号

### 标志与 VI 设计实务

李 征 阎炳信 主编

策划编辑：曾 光 彭中军

责任编辑：彭中军

封面设计：龙文装帧

责任校对：祝 菲

责任监印：张正林

出版发行：华中科技大学出版社（中国·武汉）

武昌喻家山 邮编：430074 电话：(027) 81321915

录 排：龙文装帧

印 刷：湖北新华印务有限公司

开 本：880 mm × 1230 mm 1/16

印 张：8

字 数：239 千字

版 次：2012 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

定 价：47.00 元



华中出版

本书若有印装质量问题，请向出版社营销中心调换  
全国免费服务热线：400-6679-118 竭诚为您服务  
版权所有 侵权必究



# 国家示范性高等职业院校艺术设计专业精品教材

## 高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

基于高职高专艺术设计传媒大类课程教学与教材开发的研究成果实践教材

### 编审委员会名单

#### ■ 顾问 (排名不分先后)

王国川 教育部高职高专教指委协联办主任  
夏万爽 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员  
江绍雄 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员  
陈 希 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员  
陈文龙 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员  
彭 亮 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员  
陈 新 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员

#### ■ 总 序

姜大源 教育部职业技术教育中心研究所学术委员会秘书长  
《中国职业技术教育》杂志主编  
中国职业技术教育学会理事、教学工作委员会副主任、职教课程理论与开发研究会主任

#### ■ 编审委员会 (排名不分先后)

|     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 万良保 | 吴 帆 | 黄立元 | 陈艳麒 | 许兴国 | 肖新华 | 杨志红 | 李胜林 | 裴 兵 | 张 程 | 吴 琰 |
| 葛玉珍 | 任雪玲 | 黄 达 | 殷 辛 | 廖运升 | 王 茜 | 廖婉华 | 张容容 | 张震甫 | 薛保华 | 余戡平 |
| 陈锦忠 | 张晓红 | 马金萍 | 乔艺峰 | 丁春娟 | 蒋尚文 | 龙 英 | 吴玉红 | 岳金莲 | 瞿思思 | 肖楚才 |
| 刘小艳 | 郝灵生 | 郑伟方 | 李翠玉 | 覃京燕 | 朱圳基 | 石晓岚 | 赵 璐 | 洪易娜 | 李 华 | 杨艳芳 |
| 李 璇 | 郑蓉蓉 | 梁 茜 | 邱 萌 | 李茂虎 | 潘春利 | 张歆旒 | 黄 亮 | 翁蕾蕾 | 刘雪花 | 朱岱力 |
| 熊 莎 | 欧阳丹 | 钱丹丹 | 高倬君 | 姜金泽 | 徐 斌 | 王兆熊 | 鲁 娟 | 余思慧 | 袁丽萍 | 盛国森 |
| 林 蛟 | 黄兵桥 | 肖友民 | 曾易平 | 白光泽 | 郭新宇 | 刘素平 | 李 征 | 许 磊 | 万晓梅 | 侯利阳 |
| 王 宏 | 秦红兰 | 胡 信 | 王唯茵 | 唐晓辉 | 刘媛媛 | 马丽芳 | 张远琰 | 李松励 | 金秋月 | 冯越峰 |
| 李琳琳 | 董 雪 | 王双科 | 潘 静 | 张成子 | 张丹丹 | 李 琰 | 胡成明 | 黄海宏 | 郑灵燕 | 杨 平 |
| 陈杨飞 | 王汝恒 | 李锦林 | 矫荣波 | 邓学峰 | 吴天中 | 邵爱民 | 王 慧 | 余 辉 | 杜 伟 | 王 佳 |
| 税明丽 | 陈 超 | 吴金柱 | 陈崇刚 | 杨 超 | 李 楠 | 陈春花 | 罗时武 | 武建林 | 刘 晔 | 陈旭彤 |
| 乔 璐 | 管学理 | 权凌枫 | 张 勇 | 冷先平 | 任康丽 | 严昶新 | 孙晓明 | 戚 彬 | 许增健 | 余学伟 |
| 陈绪春 | 姚 鹏 | 王翠萍 | 李 琳 | 刘 君 | 孙建军 | 孟祥云 | 徐 勤 | 李 兰 | 桂元龙 | 江敬艳 |
| 刘兴邦 | 陈峥强 | 朱 琴 | 王海燕 | 熊 勇 | 孙秀春 | 姚志奇 | 袁 铀 | 杨淑珍 | 李迎丹 | 黄 彦 |
| 谢 岚 | 肖机灵 | 韩云霞 | 刘 卷 | 刘 洪 | 董 萍 | 赵家富 | 常丽群 | 刘永福 | 姜淑媛 | 郑 楠 |
| 张春燕 | 史树秋 | 陈 杰 | 牛晓鹏 | 谷 莉 | 刘金刚 | 汲晓辉 | 刘立志 | 高 昕 | 刘 璞 | 杨晓飞 |
| 高 卿 | 陈志勤 | 江广城 | 钱明学 | 于 娜 | 杨清虎 | 徐 琳 | 彭华容 | 何雄飞 | 刘 娜 | 于兴财 |

# 国家示范性高等职业院校艺术设计专业精品教材

## 高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

基于高职高专艺术设计传媒大类课程教学与教材开发的研究成果实践教材

### 组编院校(排名不分先后)

广州番禺职业技术学院  
深圳职业技术学院  
天津职业大学  
广西机电职业技术学院  
常州轻工职业技术学院  
邢台职业技术学院  
长江职业学院  
上海工艺美术职业学院  
山东科技职业学院  
随州职业技术学院  
大连艺术职业学院  
潍坊职业学院  
广州城市职业学院  
武汉商业服务学院  
甘肃林业职业技术学院  
湖南科技职业学院  
鄂州职业大学  
武汉交通职业学院  
石家庄东方美术职业学院  
漳州职业技术学院  
广东岭南职业技术学院  
石家庄科技工程职业学院  
湖北生物科技职业学院  
重庆航天职业技术学院  
江苏信息职业技术学院  
湖南工业职业技术学院  
无锡南洋职业技术学院  
武汉软件工程职业学院  
湖南民族职业学院  
湖南环境生物职业技术学院  
长春职业技术学院  
石家庄职业技术学院  
河北工业职业技术学院  
广东建设职业技术学院  
辽宁经济职业技术学院  
武昌理工学院  
武汉城市职业学院  
武汉船舶职业技术学院  
四川长江职业学院

湖南大众传媒职业技术学院  
黄冈职业技术学院  
无锡商业职业技术学院  
南宁职业技术学院  
广西建设职业技术学院  
江汉艺术职业学院  
淄博职业学院  
温州职业技术学院  
邯郸职业技术学院  
湖南女子学院  
广东文艺职业学院  
宁波职业技术学院  
潮汕职业技术学院  
四川建筑职业技术学院  
海口经济学院  
威海职业学院  
襄阳职业技术学院  
武汉工业职业技术学院  
南通纺织职业技术学院  
四川国际标榜职业学院  
陕西服装艺术职业学院  
湖北生态工程职业技术学院  
重庆工商职业学院  
重庆工贸职业技术学院  
宁夏职业技术学院  
无锡工艺职业技术学院  
云南经济管理职业学院  
内蒙古商贸职业学院  
十堰职业技术学院  
青岛职业技术学院  
湖北交通职业技术学院  
绵阳职业技术学院  
湖北职业技术学院  
浙江同济科技职业学院  
沈阳市于洪区职业教育中心  
安徽现代信息工程职业学院  
武汉民政职业学院  
湖北轻工职业技术学院

天津轻工职业技术学院  
重庆城市管理职业学院  
顺德职业技术学院  
武汉职业技术学院  
黑龙江建筑职业技术学院  
乌鲁木齐职业大学  
黑龙江省艺术设计协会  
冀中职业学院  
湖南中医药大学  
广西大学农学院  
山东理工大学  
湖北工业大学  
重庆三峡学院美术学院  
湖北经济学院  
内蒙古农业大学  
重庆工商大学设计艺术学院  
石家庄学院  
河北科技大学理工学院  
江南大学  
北京科技大学  
湖北文理学院  
南阳理工学院  
广西职业技术学院  
三峡电力职业学院  
唐山学院  
苏州经贸职业技术学院  
唐山工业职业技术学院  
广东纺织职业技术学院  
昆明冶金高等专科学校  
江西财经大学  
天津财经大学珠江学院  
广东科技贸易职业学院  
武汉科技大学城市学院  
广东轻工职业技术学院  
辽宁装备制造职业技术学院  
湖北城市建设职业技术学院  
黑龙江林业职业技术学院  
四川天一学院



世界职业教育发展的经验和我国职业教育发展的历程都表明，职业教育是提高国家核心竞争力的要素。职业教育的这一重要作用，主要体现在两个方面。其一，职业教育承载着满足社会需求的重任，是培养为社会直接创造价值的高素质劳动者和专门人才的教育。职业教育既是经济发展的需要，又是促进就业的需要。其二，职业教育还承载着满足个性发展需求的重任，是促进青少年成才的教育。因此，职业教育既是保证教育公平的需要，又是教育协调发展的需要。

这意味着，职业教育不仅有自己的特定目标——满足社会经济发展的人才需求，以及与之相关的就业需求，而且有自己的特殊规律——促进不同智力群体的个性发展，以及与之相关的智力开发。

长期以来，由于我们对职业教育作为一种类型教育的规律缺乏深刻的认识，加之学校职业教育又占据绝对主体地位，因此职业教育与经济、与企业联系不紧，导致职业教育的办学未能冲破“供给驱动”的束缚；由于与职业实践结合不紧密，职业教育的教学也未能跳出学科体系的框架，所培养的职业人才，其职业技能的“专”、“深”不够，工作能力不强，与行业、企业的实际需求及我国经济发展的需要相距甚远。实际上，这也不利于个人通过职业这个载体实现自身所应有的职业生涯的发展。

因此，要遵循职业教育的规律，强调校企合作、工学结合，“在做中学”，“在学中做”，就必须进行教学改革。职业教育教学应遵循“行动导向”的教学原则，强调“为了行动而学习”、“通过行动来学习”和“行动就是学习”的教育理念，让学生在由实践情境构成的、以过程逻辑为中心的行动体系中获取过程性知识，去解决“怎么做”（经验）和“怎么做更好”（策略）的问题，而不是在由专业学科构成的、以架构逻辑为中心的学科体系中去追求陈述性知识，只解决“是什么”（事实、概念等）和“为什么”（原理、规律等）的问题。由此，作为教学改革核心的课程，就成为职业教育教学改革成功与否的关键。

当前，在学习和借鉴国内外职业教育课程改革成功经验的基础上，工作过程导向的课程开发思想已逐渐为职业教育战线所认同。所谓工作过程，是“在企业里为完成一项工作任务并获得工作成果而进行的一个完整的工作程序”，是一个综合的、时刻处于运动状态但结构相对固定的系统。与之相关的工作过程知识，是情境化的职业经验知识与普适化的系统科学知识的交集，它“不是关于单个事务和重复性质工作的知识，而是在企业内部关系中将不同的子工作予以连接的知识”。以工作过程逻辑展开的课程开发，其内容编排以典型的职业工作任务及实际的职业工作过程为参照系，按照完整行动所特有的“资讯、决策、计划、实施、检查、评价”结构，实现学科体系的解构与行动体系的重构，实现于变化的、具体的工作过程之中获取不变的思维过程和完整的工作训练，实现实体性技术、规范性技术通过过程性技术的物化。

近年来，教育部在高等职业教育领域组织了我国职业教育史上最大的职业教育师资培训项目——中德职教师资培训项目和国家级骨干教师培训项目。这些骨干教师通过学习、了解，接受先进的教学理念和教学模式，结合中国的国情，开发了更适合中国国情、更具有中国特色的职业教育课程模式。

华中科技大学出版社结合我国正在探索的职业教育课程改革，邀请我国职业教育领域的专家、企业技术专家和企业人力资源专家，特别是国家示范校、接受过中德职教师资培训或国家级骨干教师培训的高职院校的骨干教师，为支持、推动这一课程开发应用于教学实践，进行了有意义的探索——相关教材的编写。

华中科技大学出版社的这一探索，有两个特点。

第一，课程设置针对专业所对应的职业领域，邀请相关企业的技术骨干、人力资源管理者及行业著名专家和院校骨干教师，通过访谈、问卷和研讨，提出职业工作岗位对技能型人才在技能、知识和素质方面的要求，结合目前中国高职教育的现状，共同分析、讨论课程设置存在的问题，通过科学合理的调整、增删，确定课程门类及其教学内容。

第二，教学模式针对高职教育对象的特点，积极探讨提高教学质量的有效途径，根据工作过程导向课程开发的实践，引入能够激发学习兴趣、贴近职业实践的工作任务，将项目教学作为提高教学质量、培养学生能力的主要教学方法，把适度够用的理论知识按照工作过程来梳理、编排，以促进符合职业教育规律的、新的教学模式的建立。

在此基础上，华中科技大学出版社组织出版了这套规划教材。我始终欣喜地关注着这套教材的规划、组织和编写。华中科技大学出版社敢于探索、积极创新的精神，应该大力提倡。我很乐意将这套教材介绍给读者，衷心希望这套教材能在相关课程的教学发挥积极作用，并得到读者的青睐。我也相信，这套教材在使用的过程中，通过教学实践的检验和实际问题的解决，不断得到改进、完善和提高。我希望，华中科技大学出版社能继续发扬探索、研究的作风，在建立具有中国特色的高等职业教育的课程体系的改革之中，作出更大的贡献。

是为序。

教育部职业技术教育中心研究所  
学术委员会秘书长  
《中国职业技术教育》杂志主编  
中国职业技术教育学会理事  
教学工作委员会副主任  
职教课程理论与开发研究会主任  
姜大源 教授  
2010 年 6 月 6 日





# 前言

BIAOZH I YU VI SHEJI SHIWU

## QIANYAN

标志与 VI 设计实务是艺术设计教学中非常重要的核心课程。本书围绕高等职业教育的要求,基于工作过程导向,以典型工作任务为载体,从理论知识、实践技能、设计应用等方面阐述了标志设计,并介绍其在视觉设计中从接受任务到完成任务及具体应用的全过程。本书基于“工学结合”的理念,培养学生的创新能力、设计制作能力和团队协作能力。本书内容丰富、图文并茂,力求做到可操作性和时效性强,帮助读者掌握标志和 VI 设计的设计与制作能力。

本书作者全部为高职骨干教师和知名企业资深设计师,具有丰富的教学和实践项目经验。本书主编为石家庄职业技术学院副教授李征和瓢虫企划设计工作室资深设计师阎炳信,其中李征负责项目四、项目六的编写,阎炳信负责项目技术的指导。梁婧老师负责全书的主审工作,并和武汉纺织大学陈沁、黄冈职业技术学院秦燕妮负责项目一、项目二编写。刘素平老师、咸宁职业技术学院杨帅老师和湖北青年职业学院周非凡老师任副主编,负责项目三和项目五的编写。李佳晔老师、河北女子职业技术学院崔冰蕊老师、黑龙江农业经济职业学院刘立涛老师负责资料收集和处理。本书采用瓢虫企划设计公司的部分案例,特此表示衷心的感谢!

本书可作为高等职业院校、高等专科学校、成人高校、民办高校及本科院校的广告设计、艺术设计、工艺美术等专业的教学用书,也可供五年制高职及中职教育的相关专业学生使用,也可作为社会从业人士的业务参考书和培训教材。

编者

2012 年 10 月





# 目录

BIAOZH I YU VI SHEJI SHIWU

## MULU

|                        |       |
|------------------------|-------|
| 项目一 设计基础               | (1)   |
| 任务一 标志概述               | (2)   |
| 任务二 标志的图形元素、设计技法、分类和色彩 | (6)   |
| 任务三 VI 概述              | (21)  |
| 项目二 VI 设计工作流程          | (29)  |
| 任务一 VI 设计准备阶段          | (30)  |
| 任务二 VI 设计开发阶段          | (31)  |
| 任务三 编制 VI 设计手册         | (31)  |
| 任务四 VI 设计的执行           | (32)  |
| 任务五 VI 设计师应具备的能力       | (33)  |
| 项目三 VI 基础识别            | (35)  |
| 任务一 标志设计               | (36)  |
| 任务二 标准字体设计             | (41)  |
| 任务三 标准色和辅助色设计          | (43)  |
| 任务四 辅助图形设计             | (47)  |
| 任务五 标准组合               | (50)  |
| 任务六 吉祥物设计              | (52)  |
| 项目四 VI 应用识别系统设计        | (55)  |
| 任务一 办公事务用品设计           | (58)  |
| 任务二 商品包装设计             | (60)  |
| 任务三 服装、服饰设计            | (62)  |
| 任务四 纪念礼品设计             | (64)  |
| 任务五 环境与陈设设计            | (65)  |
| 任务六 交通工具设计             | (69)  |
| 任务七 现代传播媒介设计           | (71)  |
| 项目五 VI 设计的表现           | (75)  |
| 任务一 VI 手册的设计与制作        | (77)  |
| 项目六 VI 综合项目鉴赏          | (85)  |
| 任务一 标志设计鉴赏             | (86)  |
| 任务二 VI 设计鉴赏            | (93)  |
| 参考文献                   | (119) |



# 项目一 设计基础

BIAOZHIZHUYU  
VISHEJISHI  
SHEJIBEN





## 任务一

## 标志概述 &lt;&lt;&lt;

## 任务概述

通过对标志设计基本知识的讲解,让读者初识标志设计的概念,并对标志设计的起源、发展及现状有一定的了解。

## 能力目标

让读者对标志设计的发展有所认识,并能够对标志设计进行分类。

## 知识目标

让读者了解标志设计的基本内涵和发展趋势。

## 素质目标

培养读者的自我学习能力、语言表达能力和市场调研能力。

## 一、标志设计的起源与发展

## ONE

## 1. 中国标志发展历史

上古时期有图腾崇拜。当时的氏族、部落把自然界中出现的、无法理解的现象都归结于神灵的力量,习惯选用被认为与本部落有神秘关系的自然物象或某种动物作为本氏族、部落的特殊标记,并视其为保护神。后来就发展成为族旗、族徽,并作为祭祀或战争用的标志。如在我国西安半坡遗址出土的人面鱼纹彩陶(见图 1-1)及龙纹等纹样都是当时的部落举行祭祀活动时所用的标志。这些最原始的图腾是标志产生的前提。

现代意义上的标志最初的表现形式为商标。在生产力发展的基础之上,商品经济繁荣了,于是同类产品出现了越来越多的生产者。生产者为了使其产品区分于其他生产者生产的产品,同时也为了使自己的产品得到较好的宣传,就在产品上做上记号,标明产地、名称等信息,于是,带有商业性质的标记就逐渐出现在了产品之上。战国时期的许多陶器上都有印记,东汉之后出现了许多私营作坊,其产品上多印有印记。这些为商标的发展奠定了基础。中国汉代生肖印章如图 1-2 所示。

秦代之前,商标多表现为印章、印记;汉代后,在产品包装后,在包装用的绳子之上用泥封固,并在泥未干时标上印记,即“封泥”。后世的篆刻也从中得到了灵感。中国汉代封泥官印如图 1-3 所示。

唐代,中国的经济文化达到了一个鼎盛时期。此时,在纸张的表面已经出现了暗纹标志,成为最初的防伪标记。这一时期以姓氏、名字、作坊名称为商品标志的做法已经十分常见,对商品标志的应用更加讲究。

到了宋代,商标的使用已经非常普遍了,并且出现了图文并茂的商标样式。这样的商标样式,保存在北京历史博物馆的一块刘家针铺雕版铜牌可以印证。雕版上刻有“济南刘家功夫针铺”的字样,商标正中位置为怀抱钢针的小白兔图案,两边写着“认门前白兔儿为记”(见图 1-4)。该标志代表了标志发展的一个新时期,也是我国至今发现的最早印于包装纸上的标志。



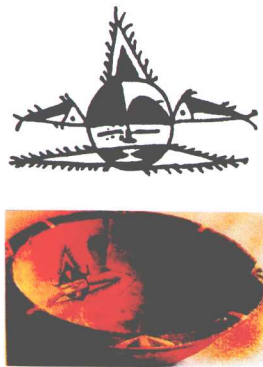


图 1-1 人面鱼纹彩陶



图 1-2 中国汉代生肖印章



图 1-3 中国汉代封泥官印

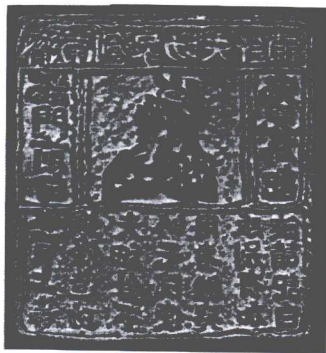


图 1-4 北宋商标

宋代之后，出现了一些带有民间神话色彩题材的商标形式。如药铺采用“鹤鹿同春”、“福禄寿三星”等寓意长命百岁、祈福纳祥的名称；又如首饰店铺用“如意”图案预示吉祥如意；“和合牌”火柴（见图 1-5）上荷花和盒子的图案寓意家庭和睦美满。这些都迎合了顾客追求美好事物的愿望和心理。

自北宋之后，以姓氏、名字、作坊名称、店铺字号为标志的做法，南宋、元、明、清代一直延续，并未发生太多变化，直至鸦片战争后，“洋货”流入中国，中国才颁布了第一部“商标法”——《商标注册试办章程》，中国进入了有注册商标的时代。

中华人民共和国成立之后，标志传递信息、促进交流的作用越来越被广泛重视。设计师综合各个时期的标志并加以吸收借鉴，创作了一批优秀的标志和商标，如图 1-6 所示的广东“健力宝”集团标志，如图 1-7 所示的“中国银行”标志，如图 1-8 所示的“海尔集团”标志。

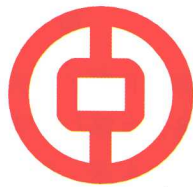


图 1-5 中国“和合牌”火柴



广东健力宝饮料有限公司

图 1-6 广东“健力宝”集团标志



中國銀行

图 1-7 “中国银行”标志

Haier

海尔

图 1-8 “海尔集团”标志

## 2. 国外标志发展历史

国外标志的雏形可追溯到古埃及、古希腊、古罗马。如古埃及的象形文字，曾在古埃及墓穴中发现的、带有制造者姓名和标志图案的器皿；在古罗马、庞贝古城、巴勒斯坦的古建筑上发现了新月、车轮、葡萄叶等简单的石匠专用图案；欧洲中世纪贵族佩戴的徽章图案、士兵盔甲上的标记图案及烙在贩卖牲畜身上的烙印等；这些都是国外标志的最初使用例证。如图 1-9 所示为欧洲中世纪贵族徽章图案。

12 世纪后，西欧工商业逐渐发展起来。这一时期出现了非常盛行的“商业印记”和“商业卡片”。“商业印记”为实力雄厚的商人所拥有，这也是商业行会用来区别、约束各行会、公司及其成员的手段，起到了企业标志的作用。“商业卡片”上标有所在行会的名称、地点、业务介绍等，类似于识别身份的名片，这对该行会也有一定的宣传作用，这种标记成为欧洲商标发展的基础，对以后商标的发展起着重要的作用。如图 1-10 所示的威廉卡克斯顿印刷商的商人印记，如图 1-11 所示为英国乐器商的商人卡片。



图 1-9 欧洲中世纪贵族徽章图案



图 1-10 威廉卡克斯顿印刷商的商人印记

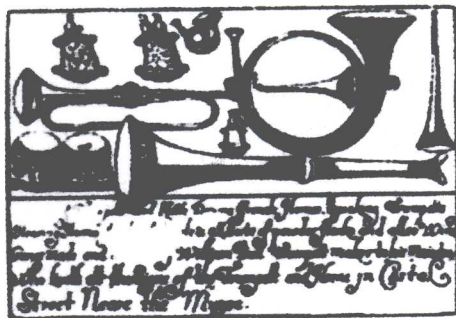


图 1-11 英国乐器商的商人卡片

中国造纸术、印刷术在这一时期得到了发展，并传入阿拉伯、古埃及、北非、欧洲等国家和地区。商标在纸质载体上得到了很好的发展，于是，世界上最早的水印商标于 1282 年出现在意大利波洛尼亚生产的纸张之上。此后，书籍印刷逐渐发展并在欧洲兴盛起来。在早期的书籍上并未出现标志的痕迹，直至 15 世纪，商业竞争激烈，出版商为了保护自己的产品，在书籍上开始印上出版者标志和出版日期。

商标作为一种符号，继承了商业印记的功能和特点，可以用来辨别商品的出处和商品的质量。不同国家有着不同的美学取向，现代标志的发展形成了各种风格。以德国为代表的北欧国家的标志继承了哥特式的艺术风格，强调严谨、理性、规律，图形样式上多采用几何形、抽象形，体现刚劲、坚实、森严的气质。意大利、法国为代表的南欧国家标志延续的是洛可可式的风格，体现的是活泼、自然之感，图形构成多曲线形、卡通具象形，在不规则的构图中寻求均衡的浪漫之感。美国标志起步较晚，但随着其经济的高速发展而迅速发展，标志发展力求创新，注重更新发展，如可口可乐在原商标设计基础之上进行革新，加上一条韵律感的波纹线条，一方面是对旧商

标的延续和发展，另一方面让人对新的商标不会有陌生感，形成了新颖、活泼、跳跃、热烈的设计特点。日本深受欧美发达国家的影响，十分注重发展设计。在标志设计上也不落后，积极吸取美国标志设计的技巧和手法，同时又融入了本国特色，创造了本国兼具东西方艺术美的、简洁和高效的特色设计。正因对设计的高度重视，日本的商标设计表现力得到了全世界的认可。如图 1-12 所示为德国彪马标志，如图 1-13 所示为法国爱马仕标志，如图 1-14 所示为美国可口可乐标志，如图 1-15 所示为日本三菱标志。

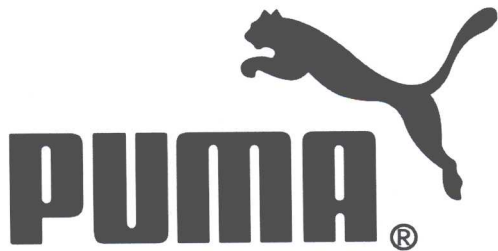


图 1-12 德国彪马标志





图 1-13 法国爱马仕标志



图 1-14 美国可口可乐标志



图 1-15 日本三菱标志

### 3. 标志设计的发展趋势

随着信息时代的到来,互联网、互动媒体实现了全球的实时联系。标志设计向着多元化的方向发展,标志设计不仅仅是平面意义上的,还要利用新技术、新手段更直接、快速地传达信息。时代要求标志设计要有强烈的识别性,引人注目,要有能打动人的设计美感。标志设计集现代化、信息化、视觉化、艺术化于一身,向多元化发展。

#### 1) 科技化

高科技的设计语言带动标志设计的科技化,标志的发展体现着科技的进步。

#### 2) 简明化

标志的构成形式由繁复发展为简洁、明快;由沉重发展为灵巧、挺拔、舒展;由具象、写实发展为抽象、几何形、符号化。

#### 3) 多元化

标志的艺术表现形式日趋多元化。从二维的平面设计延伸至三维、四维、多维空间的立体设计,追求由实到虚,由静到动,由理性到感性的思维变化来设计标志。在高效、快捷的网络时代,网络标志发展成了新的标志形式。

#### 4) 绿色化

设计的绿色化越来越受重视。绿色设计强调保护生态环境、以人为本。在视觉设计上也是如此,强调绿色设计,让标志设计建立在更合理的视觉秩序上,符合视觉感知规律,从而避免视觉污染。

## 二、标志的概念与功能

## TWO

### 1. 标志的概念

标志对应的英文单词为“symbol”,有象征、符号、记号之意,从各个角度代表着各种象征意义,其优美的艺术形象和完美的构图艺术能给人们留下美好的印象和深刻的记忆。一般可以这样定义标志:以特殊、易识别的文字符号或图形为直观语言,用以代表某种事物或传达某种信息的视觉识别符号。名称、图案、色彩是构成一个完整标志的三要素。

### 2. 标志的功能

#### 1) 标志的识别功能

标志的识别功能要求标志无论是在何种环境下,人们都可以很容易识别它,不受文字、语言限制,不受民族、地域限制。标志的识别功能能够实现消费者、产品、商家之间有效沟通。

#### 2) 标志的宣传功能

标志可以有效而快捷地传播信息,起到对商品的宣传作用。标志的宣传功能提高了产品的价值,体现了企业的整体形象,也增强了企业员工的凝聚力,树立了企业形象,扩大了产品在消费者中的影响力。

#### 3) 标志的法律功能

标志可以反映商品的名称、质量、企业信誉,有其专用权,受法律的保护。标志的合理运用,能够规范市场,



使其有序发展,使企业能够凭借法律手段有效地进行自我保护,从而维护企业形象、信誉,杜绝伪造。这也是对消费者权益的一种保护。

#### 4) 标志的创造价值功能

标志的创造价值功能显得无比突出;名牌的标志是一种精神的象征,能够创造无限的品牌价值,它所创造的价值远远超过有形价值,是一种看不见摸不着的无形资产。品牌的标志是企业自身发展的一种依托与保证,超越了其商品属性。

#### 5) 标志的指示引导功能

标志在户外环境中应用时,能够最大限度地利用环境景观的空间,创造功能性强的环境视觉识别系统,起到指示引导功能,满足人们在环境中的心理和行为需求。标志的指示引导功能是显而易见的,它既能够对客户、游客、消费者的行为起到良好的引导作用,又有利于提高工作效率,提高服务水平。

## 任务二

# 标志的图形元素、 设计技法、分类和色彩 <<<

### 任务概述

通过对标志设计表现形式和基本知识的讲解,阐述标志设计的基本图形元素,要求读者掌握其设计技法、分类和色彩。

### 能力目标

综合运用标志设计的图形元素和设计技法,进行简单的标志设计。

### 知识目标

掌握标志设计的图形形态、组织结构、表现技法。

### 素质目标

使读者具备自我学习能力、团队协作能力。

## 一、标志的图形元素

## ONE

标志的图形元素在视觉形态上和构成上有几种基本的视觉元素,即点、线、面、体。它们构成了标志图形的基本单位。从总的视觉特征上看,这些图形元素的界定都是相对意义上的,如将细小的形态单位称为“点”,相对狭长的图形元素称为“线”,以一定的面积形态出现的图形为“面”,“面”的空间围合称为“体”。

### 1. 以点为主

点是一切造型的起源,其形态结构单纯、简洁,富有张力和动感,可以构成线、面、体。点通过特定的构成法则,能够形成具有特殊含义和视觉冲击力的图形。点元素的不同形式的组合,能够带给人们不同的视觉效果和

图形感知。一个点构图时,视觉中心最为集中;两个点构图时,面积较大的点占据视觉主导,有很强的力量感;大小不同的多个点构图时,可以使图形产生空间距离感,呈现动态感觉;点均匀、规律地排列时就产生了面。如图 1-16 所示为索尼爱立信标志,如图 1-17 所示为思念食品标志。



图 1-16 索尼爱立信标志



图 1-17 思念食品标志

## 2. 以线为主

线是点的轨迹,线以长短、曲直、粗细、软硬为造型特点。线主要分为直线、曲线。其他形式的所有线形,都是从直线和曲线派生出来的。不同长短、粗细,不同排列组合的线的形象有不同的特点。垂直线富有生命力、力量感;水平线具有稳定感、平静感;斜线代表运动、不稳定,有很强的方向感;折线方向变化丰富,易形成空间感;自由曲线随意、优美;细线精致、挺拔、锐利;粗线敦厚、稳重。关键在于把握线形的特点,将不同的线用到标志设计中,就会获得不同的艺术效果。如图 1-18 所示为水星家纺标志,如图 1-19 所示为三利集团标志。



图 1-18 水星家纺标志



图 1-19 三利集团标志

## 3. 以面为主

面是由点和线移动、扩展、集合形成的,具有一定的面积和质量,相比点和线来说占用更大的面积,因此有更加强烈的视觉冲击力。点和线的变化和扩大就成为面。面的大小、虚实、透视等不同的形态能够产生不同的视觉效果。大面积的面扩张、前进;小面积的面有距离感、向心力;面的虚实搭配能够产生多层次的美感。如图 1-20 所示为上海国际儿童活动中心标志。

## 4. 以体为主

体是点、线、面的多维延伸扩展,是在二维平面上利用透视原理把平面造型转化为立体造型的三维空间的表现。如图 1-21 所示为中粮集团标志。



图 1-20 上海国际儿童活动中心标志



图 1-21 中粮集团标志



### 5. 综合构成为主

点、线、面、体的综合构成可全用大、中、小点构成；虚实、大小调配变化可全用线构成；粗细、曲直、长短、虚实变化可全用块、面构成，还可用品、线、面、体综合交织构成，从而给人丰富的、变化的、个性的感觉。标志设计中，只有合理运用形式美的法则布局点、线、面、体的构成形式，才能设计出最佳的标志设计作品。在点、线、面、体综合创作时，应注意其主次关系的布局，如以细线构成为主，加以小面积的点缀表现，可以传达轻巧的、活泼的视觉效果；如以面为主与粗线搭配，可以表达敦实、稳重、大方的造型效应。点、线、面、体综合构成，可充分发挥各自的优势，根据标志创意的实际情况，构想设计形态各异、虚实相间、动静结合、变化多样的标志图形。如图 1-22 所示为 1+2 联合不动产标志。



图 1-22 1+2 联合不动产标志

## 二、标志设计的技法

## TWO

### 1. 对比

对比是强调造型中对立的两部分要素之间的差异，把性质不同的形态、大小、方向、位置、色彩、肌理等加以对比、比较，以相互衬托、相辅相成、突出和强化各自的特征，强调造型中的局部要素，使之生动、明显、活泼，有很强的视觉感染力。如直线和曲线图形在一起，能更加突显直线的刚强、明朗、坚硬、简朴，体现曲线的亲切、活泼、流畅、柔和。对比在标志设计中的常用手法可归纳为：形的对比（大小、长短、数量、方向、位置），色的对比（明度、纯度、冷暖、面积），情感对比（喜悲、动静、善恶）等方式。在对比运用时还要注意调和，使不同性质的形之间产生联系，避免过分对比给人不安、刺激性强的感觉。如图 1-23 所示为虚实对比——阿尔卡特标志，如图 1-24 所示为位置对比——美国英特尔公司标志。



图 1-23 虚实对比——阿尔卡特标志



图 1-24 位置对比——美国英特尔公司标志

### 2. 反复

反复即重复，是为了避免一个单独形出现时显得单薄、缺乏形式美感，而将多个相同或相近的元素按照一定规律重复，从而起到强调的作用，体现秩序美、整齐美、节奏美、韵律美。反复能够使人一目了然，加深视觉印象，很容易被大众所接受。反复在使用时分单纯反复和变化反复。单纯反复是一个造型要素简单地重复出现，产生均齐的韵律效果；变化反复比单纯反复更灵活多变，是造型要素在平面上通过不同的间隔形式，产生富于变化的节奏美和韵律美。如图 1-25 所示为斯巴鲁汽车标志。

### 3. 渐变

渐变是一种量变，是一种不显著的、非根本的变化，是事物在数量上的增或减。在标志设计中将造型元素或