

視 覺

THE PRINCIPLES

VI DESIGN

傳 達

設計準則



- 文字簡潔明瞭、圖文並茂，介紹許多實用知識，藉以提高讀者設計能力，以及更快，更好的視覺傳達設計法則。
- 利用大量精美、實用的範例，逐步講解視覺傳達設計的原理，讓你可以透過循序漸進的內容，學習設計方法。
- 詳細說明常見視覺設計系統，包含企業標誌設計、常見字體設計、輔助色與標準色的應用、吉祥物設計、系統組合方式與禁用規範，讓你快速掌握設計關鍵。
- 精選優秀的VI設計作品，進一步提高專業技能，提升競爭力。



張岩 關強 著 上奇

視 覺

THE PRINCIPLES

VI DESIGN

傳 達

設計準則



文字簡潔明瞭、圖文並茂，介紹許多實用知識，藉以提高讀者設計能力，以及更快，更好的視覺傳達設計法則。利用大量精美、實用的範例，逐步講解視覺傳達設計的原理，讓你可以透過循序漸進的內容，學習設計方法。詳細說明常見視覺設計系統，包含企業標誌設計、常見字體設計、輔助色與標準色的應用、吉祥物設計、系統組合方式與禁用規範，讓你快速掌握設計關鍵。分析各種優秀的VI設計作品，進一步提高專業技能，提升競爭力。



張岩 關強 著 上奇

IC1212

視覺傳達設計準則

國家圖書館出版品預行編目資料

視覺傳達設計準則 / 張岩, 關強 著

—— 初版. —— 臺北市：上奇資訊，2012.07 面；公分

ISBN 978-986-257-426-3 (平裝)

1. 視覺設計 2. 視覺傳播 3. 企業識別體系

960.1

101011536

作者：張岩, 關強

發行人：潘秀椿

發行所：上奇資訊股份有限公司

責任編輯：嚴楓琪

地址：台北市松山區復興北路147號六樓

電話：(02)2718-0068

傳真：(02)2718-1708

印刷年月：2012年07月

著作權聲明 | 上奇資訊股份有限公司版權所有。

商標聲明 | 本書所有內容未經本公司書面同意，不得以任何方式（包括儲存於資料庫或任何存取系統）翻譯、抄襲或節錄。

本書簡體字版名為《VI設計原理》，版權屬北京科海新世紀書局有限責任公司所有。本書繁體字中文版由北京科海新世紀書局有限責任公司授權上奇資訊股份有限公司獨家出版。未經本書原版出版者和本書出版者書面許可，任何單位和個人均不得以任何形式或任何手段複製或傳播本書的部分或全部。版權所有，侵權必究。

〔 版權所有 翻印必究 〕

前言

PREFACE

VI的全稱是Visual Identity，通譯為視覺傳達，VI系統即視覺傳達系統。憑借自身多樣化的應用形式以及非常直接的傳播方式，VI系統成為企業識別系統中最具傳播力與感染力的分支。企業識別起源於20世紀初的意大利，四、五十年後在美國開始盛行，作為工業時代的產物，VI是傳遞企業經營理念、建立企業形象、打造企業知名度的最佳途徑。隨著經濟全球化的趨勢，我國也出現了許多優秀的專業化VI策劃、設計公司，為我國的知名企業導入VI系統，並以此提升其在國際市場中的競爭力。

與企業相關的各式各樣的VI產物在人們的生活中隨處可見，這些極具獨特藝術性與識別性的設計作品，在企業與社會大眾之間架起互動的橋樑，同時，VI設計也日趨成熟化，如今已成為整個企業與品牌的代名詞。為了讓讀者對VI設計的各個層面有一定程度的瞭解，本書以最全面、最詳盡的VI知識為基礎，配合大量優秀案例進行分析講解，以理論知識為背景，幫助讀者認識與瞭解VI設計。與此同時，本書也強調思維的靈活運用，從認識到實踐，由始至終都以培養讀者對VI系統的解析、鑑賞與設計能力為本書創作的宗旨。

本書以CIS系統的概念作為切入點，共分為8章。第1章介紹CIS系統的基本概念及VI的構成要素、基本原則，並透過CI與VI的關係引出後者的含義；透過理論講解與案例分析，幫助讀者認識VI設計，並為後面的學習埋下伏筆。第2章主要講解企業標誌的設計要點，包括標誌設計的基本知識、形式、圖形設計方法、設計原則以及表現形式，提供標誌設計應用及經典案例解析，幫助讀者進一步理解與把握VI設計。第3章主要介紹標準字體設計，對設計要點、中英文標準字體的標準製圖以及常用印刷字體進行詳細說明，並配合字體設計應用和經典案例解析，幫助讀者更好地理論結合實際。第4章主要從色彩入手，講解標誌色彩的相關基礎知識、使用規範等，並以色彩設計應用案例更好地向讀者傳遞相關知識。第5章以標誌的組合方式與禁用規範為講解側重點，前半部分透過實例，主要講解常規組合方式，後半部分則敘述組合設計時應注意到的規範與禁用標準，並提供組合圖樣，幫助讀者掌握組合設計的應用，並能更好地學以致用。第6章～第7章分別對輔助圖形設計與VI設計的應用進行了詳細講解，擴充讀者的知識量。第8章主要是對優秀的VI作品進行賞析，透過分析不同類型的VI案例，幫助讀者瞭解這些成功作品背後的设计精髓，在欣賞過程中融會貫通，提高自己的鑑賞與設計能力。

本書內容豐富、圖例經典、寫作主旨明確，每個知識點後都附有大量精美圖例，並對相關知識點進行闡述和分析，使讀者掌握VI設計知識後，在實際設計中得到提高。本書不僅是學習VI設計的專業圖書，也是一本幫助讀者更加全面、深入地掌握VI設計的實戰技能圖書。本書可作為高等院校藝術設計相關專業的教材，也可作為設計愛好者的自學參考書。

編著者

本書導讀

How To Use This Book

1 學習要點

根據設計流程，合理安排書中每一個知識重點，幫助讀者全面掌握VI設計知識。

5.1 基本系統的組合方式

為了謀求視覺的統一化與標準化，設計者通常根據標誌與標準字基本的系統組合方式來完成標誌傳達資訊的作用。



標誌與品牌名稱組合的成功案例

企業CIS系統中最基本的要素就是標誌與標準字體，在VI設計中常常將它們組合在一起，由於這種組合具有特定的說明性，所以得到了廣泛應用。一般情況下，標誌與標準字的組合是較為常用的模式，隨著網路的發展，設計者融入了許多新的組合方式，比如標誌與網址組合，借助網路的力量強化企業的傳播。由於VI系統通常被運用到多個媒體介質中，這就造成了設計製作的多樣性。為了保持企業形象的統一性，設計者在設計製作標誌與標準字時應制訂一套相關的組合與使用規範。

2 知識重點解析

結合圖例，詳解VI設計中的每一個知識重點，掌握設計技巧。

5.1.1 常規組合方式

在標誌的組合方式中，設計者可以透過一些常規組合方式來幫助標誌樹立企業與品牌形象，這些常規方式大致分為標誌與英文、中文、網址、吉祥物、企業口號等要素的組合。

1. 標誌與英文字母組合

標誌圖形與英文字母的搭配是一種簡單、直白的組合方式。在這類組合中，標誌起著塑造企業形象的關鍵性作用，而英文字母通常是該企業與品牌的名稱，結合藝術化的字體設計，進一步提高社會大眾對企業與品牌的感知深度。

這是某企業的標誌設計，標誌圖形與英文字母共同打造風格簡約的標誌，並使標誌在表達形式上顯得十分乾淨利落，有利於人們理解其資訊。



3 創意分析

結合圖例，詳解知識點在設計作品中的應用，幫助讀者理解創意思路。

4 設計原理應用

透過對VI設計知識的學習，講解設計原理在商業作品中的應用。

組合方式的應用

極具品牌魅力的平面廣告



1 人物主體 3 色彩對比



4 廣告背景 2 產品實物

這是法國奢侈品牌路易·威登的平面廣告，該廣告中，主體物就是模特兒手中的LV女士手提包，設計者透過紅與藍的色彩冷暖度對比，使產品在廣告中脫穎而出。在該廣告中，產品上的重複組合圖樣大大加深了消費者對品牌的認識，與此同時，產品知名度也得以提高。

5 案例解析

分析設計元素在平面廣告中的應用，並提供設計要點與平面結構設計示意圖。

設計鑑賞分析

分析1

氣質型的廣告人物
略黑的皮膚，微微的煙熏妝，廣告人物表現出一種與品牌魅力相得益彰的高貴氣質。

分析2

設計感強的產品
作為該廣告的主體物，其設計簡約大方，設計者將規整的標誌圖案重複排列在產品上，強化品牌意識。

分析3

冷暖調間的對比
為了使深色的產品實物成為廣告畫面的重點，設計者將手提袋與鮮紅的服飾進行色調對比，從而達到該目的。

分析4

模糊的畫面背景
在該廣告中，背景的內容幾乎被刻意地忽略了，聚焦的拍攝手法使人與物得到了最大程度的呈現。

6 設計鑑賞分析

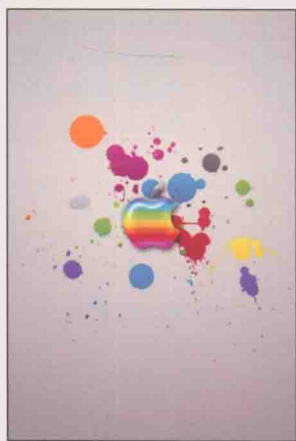
詳解商業作品中的設計要點，幫助讀者掌握創意思維與VI設計法則，拓展設計思路。

目錄 CONTENTS

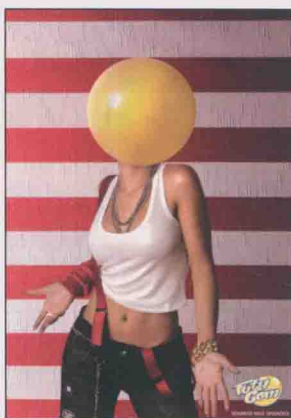
Chapter 1

認識VI設計

001



1.1 瞭解CIS系統	002
1.1.1 CIS系統的內容	002
1.1.2 CIS系統的組成要素	003
1. 理念識別 (MI) 系統	003
2. 行為識別 (BI) 系統	004
3. 視覺識別 (VI) 系統	004
1.2 VI設計的基本概念	005
1.2.1 VI的涵蓋範圍	005
1. 品牌形象	005
2. 企業形象	006
3. 城市形象	006
4. 名人形象	007
5. 機構形象	007
基本理論應用——具有號召力的化妝品廣告	008
1.2.2 VI的功能展現	009
1. 建立企業形象	009
2. 傳遞企業文化	009
3. 提升企業外部形象	010
4. 樹立企業認同感	010
基本理論應用——符合企業形象的平面廣告設計	011
1.3 VI的構成要素	012
1.3.1 基礎系統	012
1. 企業與品牌標誌	012
2. 標準字	013
3. 標準色	013
4. 基本組合規範	014
5. 輔助圖形與吉祥物設計	014
基本理論應用——具有象徵意義的標誌設計	015
1.3.2 應用系統	016



1. 事務識別016
2. 活動識別017
3. 產品識別017
4. 廣告識別018
5. 環境識別018

基本理論應用——風格統一的飲料包裝設計019

1.4 VI設計的基本原則020

- 1.4.1 風格的統一性020
- 1.4.2 強化視覺衝擊021
- 1.4.3 強調人性化021
- 1.4.4 增強民族個性022
- 1.4.5 可實施性022
- 1.4.6 符合審美性023
- 1.4.7 嚴格管理的原則023

基本理論應用——熱忱至上的標誌設計024

經典案例解析——建立品牌形象的鞋類廣告025

Chapter 2

企業標誌的設計要點

026



2.1 標誌設計的基本知識027

- 2.1.1 標誌設計的概念027
- 2.1.2 企業名稱028
 1. 企業命名028
 2. 品牌命名028
- 2.1.3 企業標誌的特徵029
 1. 識別性029
 2. 象徵性029
 3. 審美性030
 4. 延展性030

標誌設計應用——簡潔明快的企業標誌設計031

2.2 標誌設計的形式032

- 2.2.1 具象表現形式032
 1. 動物造型032



2. 植物造型	033
3. 器物造型	033
4. 人物造型	034
5. 自然造型	034

標誌設計應用——精緻古典的標誌造型

2.2.2 抽象表現形式	036
1. 圓形	036
2. 四方形	036
3. 三角形	037
4. 多邊形	038
5. 方向形	038

2.3 標誌的圖形設計方法

2.3.1 共用形	039
1. 完全共用形	039
2. 共面共用形	040
2.3.2 重構形	040
2.3.3 對稱	041
1. 水平對稱	041
2. 垂直對稱	041
3. 中心對稱	042
4. 鏡像對稱	042

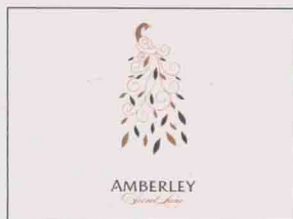
標誌設計應用——展現對稱美感的企業標誌

2.3.4 均衡形	044
2.3.5 簡化形	044
2.3.6 螺旋形	045
1. 順時針螺旋	045
2. 逆時針螺旋	045
2.3.7 正負形	046

標誌設計應用——自然清新的礦泉水標誌

2.4 標誌設計原則

2.4.1 獨特性	048
2.4.2 注目性	049
2.4.3 聯想性	049
2.4.4 文化性	050

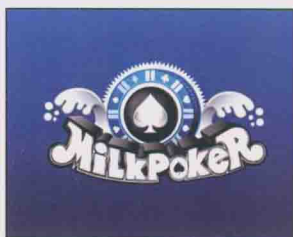


2.5 標誌的表現形式	051
2.5.1 中文漢字	051
1. 線形字體	051
2. 標準字體	052
3. 藝術字體	052
標誌設計應用——富有氣勢的中文標誌	053
2.5.2 英文字體	054
1. 簡潔字體	054
2. 金屬字體	055
3. 立體字體	055
4. 光影字體	056
5. 流水字體	056
標誌設計應用——簡潔大方的英文標誌	057
2.6 標準標誌設計	058
2.6.1 標誌的標準製圖	058
1. 標誌的陰陽圖案	058
2. 標誌的方格製作	059
3. 標誌的比例製作	059
2.6.2 標誌釋義	060
2.6.3 標誌的使用規範	060
標誌設計應用——美味可口的甜品海報	061
經典案例解析——充滿視覺質感的平面廣告	062

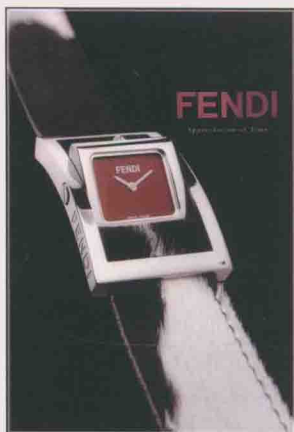
Chapter 3

標準字體設計

063



3.1 標準字體設計要點	064
3.1.1 標準字體設計理論	064
3.1.2 標準字體設計形式	065
1. 書法體	065
2. 裝飾體	066
3. 特殊字體	067
字體設計應用——精美的化妝品包裝字體	068
3.1.3 標準字體的設計原則	069
1. 標準字體與標誌的協調性	069
2. 控制標準字體的字數	070



3.1.4 標準字體釋義	071
字體設計應用——盡顯睿智的汽車海報設計	072
3.2 中文標準字體的標準製圖	073
3.2.1 中文標準字體最小適用範圍	073
3.2.2 中文標準字體製圖法	074
3.2.3 中文標準字體陰陽圖示	074
字體設計應用——活潑逗趣的名片設計	075
3.3 英文標準字體的標準製圖	076
3.3.1 英文標準字體最小適用範圍	076
3.3.2 英文標準字體製圖法	077
3.3.3 英文標準字體陰陽圖示	077
字體設計應用——獨具創意的工作室形象設計	078
3.4 常用印刷字體	079
3.4.1 常用中文印刷字體	079
3.4.2 常用英文印刷字體	080
字體設計應用——簡潔大氣的標誌字體運用	081
經典案例解析——穩重氣魄的企業網站設計	082

Chapter 4

標準色與輔助色設計

083



4.1 企業標準色	084
4.1.1 企業標準色的設計概念	084
4.1.2 標準色的作用	085
1. 營造色調	085
2. 表現主次關係	085
4.1.3 標準色的設計原則	085
1. 突出企業特點	085
2. 強化企業識別	086
3. 控制色彩數量	086
4. 符合民族特色	086
色彩設計應用——極具民族特色的宣傳海報設計	087



4.2 標誌的色彩心理	088
4.2.1 紅色	088
4.2.2 橙色	089
4.2.3 黃色	089
4.2.4 綠色	089
4.2.5 藍色	090
4.2.6 紫色	090
4.2.7 黑、白、灰	090
色彩設計應用——給人安全感的企業標誌設計	091
4.3 標誌色彩的表現形式	092
4.3.1 單色標誌	092
4.3.2 多色標誌	093
4.4 標誌色彩的對比	094
4.4.1 色相對比	094
4.4.2 明度對比	095
4.4.3 純度對比	095
4.4.4 面積對比	096
色彩設計應用——打造清爽的標誌設計	097
4.5 標誌色彩的調和	098
4.5.1 同色相調和	098
4.5.2 同明度調和	099
4.5.3 同純度調和	099
4.5.4 同色調調和	100
4.5.5 間隔調和	100
色彩設計應用——色相一致的標誌效果	101
4.6 輔助色應用	102
4.6.1 企業輔助色的概念	102
4.6.2 企業輔助色的運用	103
4.7 標誌色彩的使用規範	104



4.7.1 明度的使用規範	104
4.7.2 標準色與輔助色的使用規範	105
1. 標準色的使用規範	105
2. 輔助色的使用規範	105
4.7.3 標準色與輔助色的禁用規範	106
1. 標準色的禁用規範	106
2. 輔助色的禁用規範	106
色彩設計應用——表現理念的標誌色彩設計	107
經典案例解析——色調飽和的地產商標設計	108

Chapter 5

組合方式與禁用規範

109



5.1 基本系統的組合方式	110
5.1.1 常規組合方式	110
1. 標誌與英文字母組合	110
2. 標誌與英文、中文組合	111
3. 標誌與網址組合	111
4. 標誌與吉祥物組合	112
5. 標誌與企業口號組合	112
5.1.2 標誌與標準字組合	113
1. 橫向組合	113
2. 豎向組合	114
組合方式的應用——運用經典組合方式的標誌設計	115
5.2 組合設計的規範	116
5.2.1 嚴禁標誌變形	116
5.2.2 合理的位置擺放	117
1. 中軸式	117
2. 橫向式	117
5.2.3 比例規範	118
組合方式的應用——排列規範的標誌組合設計	119
5.3 標誌排列的組合圖樣	120
組合方式的應用——極具品牌魅力的平面廣告	121
經典案例解析——信息訴求全面的標誌設計	122



- 6.1 輔助圖形設計.....124
- 6.1.1 典型圖形設計.....125
- 6.1.2 典型圖形的表現形式.....126
- 6.1.3 典型圖形應用範圍.....127
- 圖形設計應用——與時俱進的標誌圖形設計.....129
- 6.2 企業吉祥物設計.....130
- 6.2.1 卡通吉祥物.....131
1. 人物形象.....131
2. 動物形象.....132
- 6.2.2 系列吉祥物.....133
- 6.2.3 吉祥物的應用範圍.....134
- 圖形設計應用——具有親和力的企業吉祥物設計.....136
- 經典案例解析——具有象徵意義的品牌宣傳.....137



- 7.1 辦公用品.....139
- 7.1.1 名片、信紙、信封.....139
1. 名片規格.....139
2. 名片材質.....140
3. 名片設計.....140
4. 常用信紙規格.....141
5. 信紙材料.....141
6. 信紙設計.....142
7. 信封規格.....142
8. 信封材料.....143
9. 信封設計.....143
- 7.1.2 文件夾、檔案袋、傳真紙.....144
- 7.1.3 其他辦公用品.....145
1. 工作證.....145
2. 便條紙.....145
3. 資料袋.....146



4. 貴賓卡	146
VI系統應用——主題統一的VI系統設計	147
7.1.4 銘牌	148
1. 職位牌	148
2. 徽章	148
7.1.5 紙杯、杯墊	149
7.1.6 員工手冊	150
1. 封面、封底	150
2. 內頁	150
VI系統應用——內容豐富的員工手冊設計	151
7.2 企業服裝系統	152
7.2.1 企業服飾的用途	152
7.2.2 企業服飾的分類	153
1. 辦公服裝	153
2. 工作服	153
3. 禮服	154
4. 飾物	155
5. T恤	155
7.2.3 企業服飾的設計原則	156
1. 按性別設計	156
2. 按季節設計	157
3. 按級別設計	157
VI系統應用——展現青春活力的員工服飾	158
7.3 交通運輸系統	159
7.3.1 運輸工具	159
1. 企業專用車	159
2. 大眾運輸工具	160
3. 船舶	160
4. 飛機	160
7.3.2 交通工具的外形設計原則	161
1. 完整性	161
2. 適當性	161
3. 易視性	161
VI系統應用——引人注目的車體廣告	162
7.4 產品包裝系統	163
7.4.1 產品包裝的用途	163



7.4.2 產品包裝的設計要點	164
1. 強調企業形象	164
2. 標準色和輔助色的統一	164
3. 較強的字體可讀性	165
4. 突出企業個性	165

VI系統應用——彰顯品質與內斂的包裝效果 166

7.4.3 促銷品包裝的分類	167
1. 雨傘	167
2. 筆	167
3. 手提袋	168

7.4.4 禮品包裝	169
1. 禮品包裝分類	169
2. 禮品設計	169

VI系統應用——令人無限驚喜的禮品包裝 170



7.5 環境識別系統 171

7.5.1 區域類導向系統	171
1. 區域指示牌的用途	171
2. 區域指示牌範疇	172
3. 區域指示牌設計	172

7.5.2 門牌類導向	173
1. 普通門牌設計	173
2. 公共設施門牌設計	174

7.5.3 指示類導向	174
1. 指路牌	174
2. 警示牌	174

VI系統應用——色彩鮮明的指示牌設計 175



7.6 廣告識別系統 176

7.6.1 廣告識別系統的作用	176
-----------------	-----

7.6.2 廣告系統的分類	177
1. 海報、報紙、雜誌廣告	177
2. 路牌廣告	177
3. 燈箱、霓虹燈、液晶廣告	178
4. 電視、網絡廣告	178

VI系統應用——直奔主題的廣告設計 179

經典案例解析——充滿個性特徵的品牌宣傳廣告 180





- 表現產品特色的廣告作品 182
- 以冷暖對比突出主題的廣告 182
- 結合標誌圖形的包裝設計 182
- 風格樸素的事務識別設計 182
- 設計感強烈的包裝設計 183
- 設計風格統一的VI設計 183
- 主題明確的地產標誌 183
- 值得信賴的品牌形象 184
- 推廣企業的活動識別設計 184
- 製作精美的標籤設計 184
- 風格統一的包裝設計 185
- 展現機構性質的公益廣告 185
- 展現企業特性的標準色 185
- 字體優雅的名片設計 186
- 外形精美的船體廣告 186
- 突出品牌特色的壽司廣告 186
- 色彩張揚的戶外廣告 186
- 合理運用標誌的VI設計 187
- 具有識別性的輪胎廣告 187
- 引人注目的車體廣告 187
- 內容豐富的海報設計 188
- 突出標誌的快遞廣告 188
- 高貴尊雅的標誌設計 188
- 經典的商場VI設計 188
- 意義非凡的企業旗幟 189