

李梅杰 译

标志、杂志、宣传册、推广文案及企业形象设计中成功案例的秘诀



電子工業出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

设计之妙

标志、杂志、宣传册、推广文案及企业形象设计中成功案例的秘诀



[美] Cheryl Dangel Cullen, Lisa L. Cyr 等著

李梅杰 译

电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
北京 • BEIJING

Graphic Design That Works
978-1-59253-279-7
Cheryl Dangel Cullen

© 2004 Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without permission of the copyright holder.

本书中文简体版专有翻译出版权由Rockport Publishers授予电子工业出版社。未经许可，不得以任何手段和形式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号 图字：01-2013-7748

图书在版编目(CIP)数据

设计之妙：标志、杂志、宣传册、推广文案及企业形象设计中成功案例的秘诀 / (美) 谢丽尔·丹吉·卡伦 (Cheryl Dangel Cullen) 等著；李梅杰译. — 北京：电子工业出版社，2017.6

书名原文：Graphic Design That Works: Secrets for Successful Logo, Magazine, Brochure, Promotion, and Identity Design

ISBN 978-7-121-31895-5

I. ①设… II. ①谢… ②李… III. ①平面设计 IV. ①J511

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第131002号

策划编辑：胡先福

责任编辑：胡先福

文字编辑：刘 晨

印 刷：北京盛通印刷股份有限公司

装 订：北京盛通印刷股份有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本：880×1230 1/24 印张：14.5 字数：787千字

版 次：2017年6月第1版

印 次：2017年6月第1次印刷

定 价：128.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：电话 (010) 88254201；信箱 hxf@phei.com.cn；QQ158850714；AA书友会QQ群118911708；微信号 Architecture-Art

标志设计 / 8

亚当斯户外广告公司 (Adams Outdoor Advertising) / 10
电影网 (Movies.com) / 11
标志的演变过程: 3M / 12
光线流动 (Lightflow) / 14
新叶纸业 (New Leaf Paper) / 15
标志的演变过程: 拜耳 (Bayer) / 16
标志的演变过程: 联合公司 (United) / 18
政府事务公司 (GovWorks) / 20
经典标志: 美国哥伦比亚广播公司 (CBS) / 21
标志的演变过程: 壳牌 (Shell) / 22
经典标志: IBM / 24
费希尔集团 (Fisher Companies) / 25
阿哥拉餐厅 (Agora) / 26
阿里不里斯网上书店 (Alibris) / 27
草图/终稿: 同性恋者反诋毁联盟 (GLAAD) / 28
终点制作公司 (The End) 30
美国侍酒师协会 (The American Sommelier Association) / 31
草图/终稿: 林迪·罗伊 (Lindy Roy) / 32
草图/终稿: 全国反青少年暴力运动 (The National Campaign Against Youth Violence) / 34
经典标志: 赫曼米勒公司 (Herman Miller) / 36
岛屿建筑设计事务所 (Island Architects) / 37
美国网飞公司 (Netflix) / 38
太空针塔 (Space Needle) / 39
媒体与超越公司 (Media & Beyond) / 40
神奇邮件网站 (AmazingMail.com) / 42
易卡斯特 (Ecast) / 43
经典标志: 大赦国际 (Amnesty International) / 44
知识网络 (KnowledgeNet) / 45
草图/终稿: 全面连通 (AllConnect) / 46
经典标志: 摩托罗拉 (Motorola) / 48
虚拟设计公司 (Virtual Design) / 49
赛哲奥公司 (Sageo) / 51
地球智能车辆 (EarthSmartCars) / 52
礼物 (Gift) / 53
康沃尔国家海事博物馆 (National Maritime Museum Cornwall) / 54
柏拉图家 (Pluto's) / 55
粉碎电视 (SmashTV) / 56
行动人物 (Action Figure) / 57
顽强大脑 (Headstrong) / 58

经典标志: 当代艺术博物馆 (Museum of Contemporary Art) / 59
太阳犬 (SUNDOG) / 60
必恩兹 (Beenz.com) / 61
餐厅调味品 (Cafe Spice) / 62
呀! 小自行车 (La Bicyclette) / 64
口袋卡片 (PocketCard) / 65
肥皂箱视觉传达设计公司 (Soapbox Design Communications) / 66
市场抢夺者 (Market Snatchers) / 68
思考3 (Think3) / 69
草图/定稿: 掌上跳跃公司 (Handspring) / 70
何乐而不为设计公司 (Y-Not Design) / 72
网络里程公司 (WebMiles) / 73
经典标志: 苹果公司 (Apple) / 74
不计其数公司 (Bazillion) / 75
大红太阳 (Big Red Sun) / 76
舞蹈工厂 (Danceworks) / 77
小脚丫 (Little Feet) / 78
南瓜孕妇装 (Pumpkin Maternity) / 79
黑石集团 (Blackstone) / 80
网络战将 (Cyberjack) / 81
李维斯 (Levi's) / 82
优守 (Yosho) / 83
经典标志: 美国塔吉特公司 (Target) / 84
西雅图体验音乐博物馆 (Experience Music) / 85
诺沃互动 (Novo Interactive) / 86
经典标志: 联邦快递 (FedEx) / 88

杂志设计 / 89

《GQ (绅士季刊)》杂志 / 90
关于网格 / 96
《Code》杂志 / 100
创意过程 / 106
《Real Simple (简单生活)》杂志 / 112
如何设计才能获得成功 / 116
《TransWorld Surf (环球冲浪)》杂志 / 118
《Yoga Journal (瑜伽杂志)》 / 124
杂志的发展演化 / 130
《Travel & Leisure (悦旅)》杂志 / 136
《Blue (蓝色)》杂志 / 142
广告时代 / 148
《HOW》杂志 / 154

《国际设计 (I.D.)》杂志 / 160
11个步骤: 通往成功的再设计 / 166
《快公司 (Fast Company)》杂志 / 168
《Business 2.0 (商业2.0)》杂志 / 174

宣传册设计 / 179

大多伦多机场管理局 (The Greater Toronto Airports Authority) / 180
赫曼米勒公司 (Herman miller) / 182
DWL公司 / 184
Xfera公司 / 186
Giloventures公司 / 188
再跨出一步: 能够起到交流沟通作用的生产技术 / 190
莱瑟曼工具集团公司 (Leatherman Tool Group, Inc.) / 194
DWL公司 / 196
阿普尔顿铜版纸 (Appleton coated) / 198
莫霍克纸张公司 (Mohawk Paper Mills, Inc.) / 200
多边形集团公司 (Polygon Group of Companies) / 202
优伯美国公司 (Yupo Corporation America) / 204
SerCoNet公司 / 206
创意指甲设计公司 (Creative Nail Design) / 208
天下无双公司 (Just One) / 210
再跨出一步: 从视觉上来呈现 / 212
穆尔梵尼/G2公司 (Mulvanny/G2) / 216
普瑞塞斯公司 (Precis) / 218
弗兰克·克拉克森 (Frank Clarkson) / 220
卡特·里彻与斯塔克公司 (Carter Richer and Stark) / 222
凯瑟琳·麦克唐纳联合公司 (Catherine Macdonald & associates) / 224
再跨出一步: 有效地使用颜色 / 226
美国麻省艺术学院 (The Massachusetts College of art) / 230
悉尼科技大学 (The University of Technology, Sydney) / 232
Compugen公司 / 234
亚伯拉罕·林肯总统图书馆与博物馆基金会 (the Abraham Lincoln Presidential Library and Museum Foundation) / 236
布朗大学医学院 (Brown Medical School) / 238
再跨出一步: 如何在有限的预算内提高创造力 / 240
直言不讳设计公司 (Plainspoke) / 244
中村乔尔的绘画和插图 (Joel Nakamura Paintings & Illustrations) / 246
斯基德莫尔股份有限公司 (Skidmore Inc.) / 248
雷德帕思设计公司 (Redpath) / 250

迈克尔·奥斯本设计 (Michael Osborne Design), 一颗心出版社 (One Heart Press), 安妮·特尔夫德 (Anne Telford), 以及凯西·布勒克 (Cathie Bleck) / 252
再跨出一步: 以图形化的方式设计字体排版 / 254
波尔图音乐厅 (Casa da Musica) / 258
全国插图联合会 (The National Illustration Conference) / 260
西雅图超音速队 (The Seattle Supersonics) / 262
欧洲委员会 (The Council of Europe) / 264
撒哈拉中心 (The Sahara Center) / 266
金色书屋 (Golden Books) / 268
再跨出一步: 使用网格和模板 / 270

推广文案设计 / 274

LPG设计公司 (LPG Design) / 276
专家的秘诀: 将各个设计作品整合在一起……集中关注展会主题……后续跟进情况 / 282
大众汽车设计工作室 (Volkswagen Design Studio) / 284
福斯尔 (Fossil) 公司 / 286
专家的秘诀: 创新……避开怀疑者……组合 / 292
iAsiaWorks公司 (iAsiaWorks) / 294
专家的秘诀: 进行试验……保持灵活……增强实用性 / 300
西部游轮 (Cruise West) / 302
专家的秘诀: 亲近……身临其境……放松身心 / 308

企业形象设计 / 310

布拉德福德香皂公司 (Bradford Soap Works) / 312
克罗莫斯公司 (Chromos) / 316
回顾: 李维斯的501牛仔裤 / 322
KNHS荷兰皇家马术协会 (KNHS) / 328
Galactea 7 / 334
回顾: 美国孩之宝公司 (Hasbro) / 340
圣日尔曼酒店 (Hotel St. Germain) / 342

作者简介 / 348

设计之妙

标志、杂志、宣传册、推广文案及企业形象设计中成功案例的秘诀

[美] Cheryl Dangel Cullen, Lisa L. Cyr 等著

李梅杰 译

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

BEVERLY MASSACHUSETTS



in Clothing

IMAGINE DESIGN THAT WORKS

I.D.

THE I.D. FORTY

UNUSUAL COMBINING DESIGN

at midst

Graphic Design That Works
978-1-59253-279-7
Cheryl Dangel Cullen

© 2004 Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without permission of the copyright holder.

本书中文简体版专有翻译出版权由Rockport Publishers授予电子工业出版社。未经许可，不得以任何手段和形式复制或抄袭本书的任何部分。

版权贸易合同登记号 图字：01-2013-7748

图书在版编目(CIP)数据

设计之妙：标志、杂志、宣传册、推广文案及企业形象设计中成功案例的秘诀 / (美) 谢丽尔·丹吉·卡伦 (Cheryl Dangel Cullen) 等著；李梅杰译. — 北京：电子工业出版社，2017.6

书名原文：Graphic Design That Works: Secrets for Successful Logo, Magazine, Brochure, Promotion, and Identity Design

ISBN 978-7-121-31895-5

I. ①设… II. ①谢… ②李… III. ①平面设计 IV. ①J511

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第131002号

策划编辑：胡先福

责任编辑：胡先福

文字编辑：刘 晨

印 刷：北京盛通印刷股份有限公司

装 订：北京盛通印刷股份有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开 本：880×1230 1/24 印张：14.5 字数：787千字

版 次：2017年6月第1版

印 次：2017年6月第1次印刷

定 价：128.00元

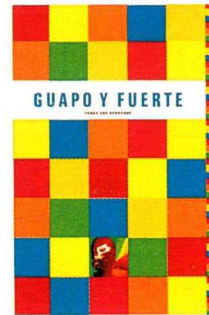
凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：电话 (010) 88254201；信箱 hxf@phei.com.cn；QQ158850714；AA书友会QQ群118911708；微信号 Architecture-Art



FedEx
Express



标志设计 / 8

亚当斯户外广告公司 (Adams Outdoor Advertising) / 10
电影网 (Movies.com) / 11
标志的演变过程: 3M / 12
光线流动 (Lightflow) / 14
新叶纸业 (New Leaf Paper) / 15
标志的演变过程: 拜耳 (Bayer) / 16
标志的演变过程: 联合公司 (United) / 18
政府事务公司 (GovWorks) / 20
经典标志: 美国哥伦比亚广播公司 (CBS) / 21
标志的演变过程: 壳牌 (Shell) / 22
经典标志: IBM / 24
费希尔集团 (Fisher Companies) / 25
阿哥拉餐厅 (Agora) / 26
阿里不里斯网上书店 (Alibris) / 27
草图/终稿: 同性恋者反诋毁联盟 (GLAAD) / 28
终点制作公司 (The End) 30
美国侍酒师协会 (The American Sommelier Association) / 31
草图/终稿: 林迪·罗伊 (Lindy Roy) / 32
草图/终稿: 全国反青少年暴力运动 (The National Campaign Against Youth Violence) / 34
经典标志: 赫曼米勒公司 (Herman Miller) / 36
岛屿建筑设计事务所 (Island Architects) / 37
美国网飞公司 (Netflix) / 38
太空针塔 (Space Needle) / 39
媒体与超越公司 (Media & Beyond) / 40
神奇邮件网站 (AmazingMail.com) / 42
易卡斯特 (Ecast) / 43
经典标志: 大赦国际 (Amnesty International) / 44
知识网络 (KnowledgeNet) / 45
草图/终稿: 全面连通 (AllConnect) / 46
经典标志: 摩托罗拉 (Motorola) / 48
虚拟设计公司 (Virtual Design) / 49
赛哲奥公司 (Sageo) / 51
地球智能车辆 (EarthSmartCars) / 52
礼物 (Gift) / 53
康沃尔国家海事博物馆 (National Maritime Museum Cornwall) / 54
柏拉图家 (Pluto's) / 55
粉碎电视 (SmashTV) / 56
行动人物 (Action Figure) / 57
顽强大脑 (Headstrong) / 58

经典标志: 当代艺术博物馆 (Museum of Contemporary Art) / 59
太阳犬 (SUNDOG) / 60
必恩兹 (Beenz.com) / 61
餐厅调味品 (Cafe Spice) / 62
呀! 小自行车 (La Bicyclette) / 64
口袋卡片 (PocketCard) / 65
肥皂箱视觉传达设计公司 (Soapbox Design Communications) / 66
市场抢夺者 (Market Snatchers) / 68
思考3 (Think3) / 69
草图/定稿: 掌上跳跃公司 (Handspring) / 70
何乐而不为设计公司 (Y-Not Design) / 72
网络里程公司 (WebMiles) / 73
经典标志: 苹果公司 (Apple) / 74
不计其数公司 (Bazillion) / 75
大红太阳 (Big Red Sun) / 76
舞蹈工厂 (Danceworks) / 77
小脚丫 (Little Feet) / 78
南瓜孕妇装 (Pumpkin Maternity) / 79
黑石集团 (Blackstone) / 80
网络战将 (Cyberjack) / 81
李维斯 (Levi's) / 82
优守 (Yosho) / 83
经典标志: 美国塔吉特公司 (Target) / 84
西雅图体验音乐博物馆 (Experience Music) / 85
诺沃互动 (Novo Interactive) / 86
经典标志: 联邦快递 (FedEx) / 88

杂志设计 / 89

《GQ (绅士季刊)》杂志 / 90
关于网格 / 96
《Code》杂志 / 100
创意过程 / 106
《Real Simple (简单生活)》杂志 / 112
如何设计才能获得成功 / 116
《TransWorld Surf (环球冲浪)》杂志 / 118
《Yoga Journal (瑜伽杂志)》 / 124
杂志的发展演化 / 130
《Travel & Leisure (悦旅)》杂志 / 136
《Blue (蓝色)》杂志 / 142
广告时代 / 148
《HOW》杂志 / 154

《国际设计 (I.D.) 》杂志 / 160
11个步骤: 通往成功的再设计 / 166
《快公司 (Fast Company) 》杂志 / 168
《Business 2.0 (商业2.0) 》杂志 / 174

宣传册设计 / 179

大多伦多机场管理局 (The Greater Toronto Airports Authority) / 180
赫曼米勒公司 (Herman miller) / 182
DWL公司 / 184
Xfera公司 / 186
Giloventures公司 / 188
再跨出一步: 能够起到交流沟通作用的生产技术 / 190
莱瑟曼工具集团公司 (Leatherman Tool Group, Inc.) / 194
DWL公司 / 196
阿普尔顿铜版纸 (Appleton coated) / 198
莫霍克纸张公司 (Mohawk Paper Mills, Inc.) / 200
多边形集团公司 (Polygon Group of Companies) / 202
优泊美国公司 (Yupo Corporation America) / 204
SerCoNet公司 / 206
创意指甲设计公司 (Creative Nail Design) / 208
天下无双公司 (Just One) / 210
再跨出一步: 从视觉上来呈现 / 212
穆尔梵尼/G2公司 (Mulvanny/G2) / 216
普瑞塞斯公司 (Precis) / 218
弗兰克·克拉克森 (Frank Clarkson) / 220
卡特·里彻与斯塔克公司 (Carter Richer and Stark) / 222
凯瑟琳·麦克唐纳联合公司 (Catherine Macdonald & associates) / 224
再跨出一步: 有效地使用颜色 / 226
美国麻省艺术学院 (The Massachusetts College of art) / 230
悉尼科技大学 (The University of Technology, Sydney) / 232
Compugen公司 / 234
亚伯拉罕·林肯总统图书馆与博物馆基金会 (the Abraham Lincoln Presidential Library and Museum Foundation) / 236
布朗大学医学院 (Brown Medical School) / 238
再跨出一步: 如何在有限的预算内提高创造力 / 240
直言不讳设计公司 (Plainspoke) / 244
中村乔尔的绘画和插图 (Joel Nakamura Paintings & Illustrations) / 246
斯基德莫尔股份有限公司 (Skidmore Inc.) / 248
雷德帕思设计公司 (Redpath) / 250

迈克尔·奥斯本设计 (Michael Osborne Design), 一颗心出版社 (One Heart Press), 安妮·特福德 (Anne Telford), 以及凯西·布勒克 (Cathie Bleck) / 252
再跨出一步: 以图形化的方式设计字体排版 / 254
波尔图音乐厅 (Casa da Musica) / 258
全国插图联合会 (The National Illustration Conference) / 260
西雅图超音速队 (The Seattle Supersonics) / 262
欧洲委员会 (The Council of Europe) / 264
撒哈拉中心 (The Sahara Center) / 266
金色书屋 (Golden Books) / 268
再跨出一步: 使用网格和模板 / 270

推广文案设计 / 274

LPG设计公司 (LPG Design) / 276
专家的秘诀: 将各个设计作品整合在一起……集中关注展会主题……后续跟进情况 / 282
大众汽车设计工作室 (Volkswagen Design Studio) / 284
福斯尔 (Fossil) 公司 / 286
专家的秘诀: 创新……避开怀疑者……组合 / 292
iAsiaWorks公司 (iAsiaWorks) / 294
专家的秘诀: 进行试验……保持灵活……增强实用性 / 300
西部游轮 (Cruise West) / 302
专家的秘诀: 亲近……身临其境……放松身心 / 308

企业形象设计 / 310

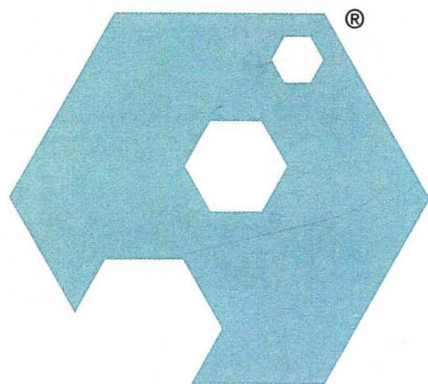
布拉德福德香皂公司 (Bradford Soap Works) / 312
克罗莫斯公司 (Chromos) / 316
回顾: 李维斯的501牛仔裤 / 322
KNHS荷兰皇家马术协会 (KNHS) / 328
Galactea 7 / 334
回顾: 美国孩之宝公司 (Hasbro) / 340
圣日尔曼酒店 (Hotel St. Germain) / 342

作者简介 / 348

标志设计

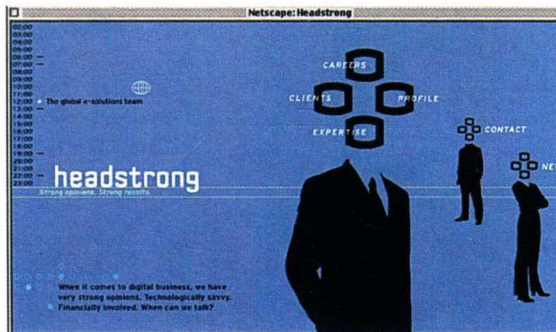
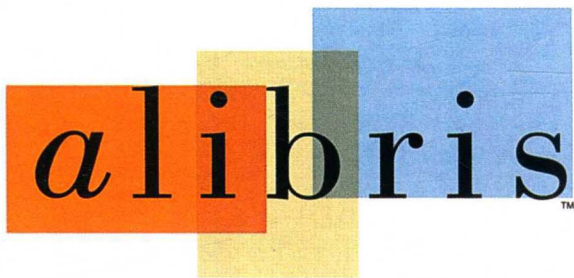


3M



think3

2880 Lakeside Drive, Suite 250 Santa Clara, CA 95054
t408.987.2200 f408.727.0237 www.think3.com



客户:

亚当斯户外广告公司

(Adams Outdoor Advertising),

总部位于亚特兰大, 是一家专门从事广告
牌广告设计的公司。

创意总监:

凯文·韦德 (Kevin Wade)

设计师:

玛莎·格雷廷杰 (Martha Graettinger)

设计公司:

星球设计公司 (Planet Design Company)



设计过程:

星球设计公司位于威斯康星州的麦迪逊, 该公司的其中一位负责人凯文·韦德 (Kevin Wade) 说, 对于标志设计而言, 最大的困难在于寻求一种方式来对抗户外广告行业中那些消极负面的固有陈规。“通常情况下, 一个公司只有在考虑了使用电视广告、印刷广告或者广播广告之后, 才会再考虑是否使用户外广告牌这种媒介。”他解释说, “亚当斯公司想要改变人们的这种认知, 若要达到这一目标, 其中的一种做法就是设计一种不同于该行业规范的企业形象。”此外, 由于长久以来, 户外广告设计行业没有其自身所特有的鲜明特征, 因此韦德的设计团队决定打破这一传统形象——设计一个具有代表性的标志。设计团队首先以大写字母A为基础, 进行了设计草图的绘制——A是其客户公司名称 (Adams) 的第一个字母。其中一个设计方案是将大写字母A转化成一个巨大的、从下面的角度向上看的样子, 这影射的是从过往车辆的视角, 看到的广告牌的样子; 另外一种方案是将大写字母A放平, 从而将其转变为一块逐渐消失在地平线的公路的视觉形象。经过上述设计方案的试验, 逐步衍生出了这样一种构想——将这个大写的字母A看作一个画架, 上面展示着一块空白的画布。韦德说, 借助这样一个创意, 我们似乎可以在上面画上“蓝天, 或者任何可能的东西”, 只要符合客户产品的性质就可以。秉持着这个画架的创意, 韦德团队用Illustrator对设计进行了细化完善, 他们选择使用加粗的轮廓线, 这样的话, 不管是在非常大型的户外广告牌上, 还是在比较精小的商业名片上, 这个标志都能够清晰地显示。接下来, 设计团队从照片图库中进行搜索, 寻找可以放到这个标志的中心矩形中的照片。他们最终选定了4张照片——蓝天、日出、水池以及流星, 这样便赋予了这个标志一种积极进取的性质, 而这一理念又通过该公司的广告语——“就在那里。开拓你的思维。(Out There. Thinking.)”——得以彰显。

成功之处:

这个标志是由大写字母A与一个横向的矩形相互交叉形成的, 看起来就像一个广告牌。该标志有四种不同的样式, 每种样式的中央矩形中展示着不同的图像, 这一特征强调了作为一种广告媒介, 广告牌是具有灵活性的。



客户:

电影网 (Movies.com) 是一家
为广大观众提供故事影片信息的网站。



设计师:

约翰·斯摩曼 (John Smallman)

设计公司:

电影网 (Movies.com)

设计过程:

设计师约翰·斯摩曼 (John Smallman) 了解到电影网 (Movies.com) 网站的宗旨是吸引更多的观众, 因此他便开始着手设计一个标志, 希望这个标志能够吸引各种不同年龄阶段、不同文化背景以及不同审美眼光的群体。开始的时候, 他以电影胶片的胶片夹为基础绘制设计草图, 但是随后意识到这些草图方案与其他电影网站的标志非常相似。于是接下来, 他便将注意力转移到了网站的广告语上——“不要孤身一人待在黑暗中 (Don't get left in the dark)”, 然后便在聚光灯这一元素的基础上, 开始探索不同的设计方案。但是斯摩曼觉得如果设计方案太写实的话就显得太刻板, 缺乏想象力, 因此他便尝试了一种比较抽象的方式。他在Illustrator中设计了一个三角形形状的聚光灯, 然后在其底部放置了一个反转的字母“m”。接下来他又用不同的字体测试m的表现效果, 最终选择使用加粗阔体的Helvetica Neue字体, 因为这种字体的加粗、无衬线格式在这个聚光灯形状下非常容易被人们识别。此外, 他之所以选择使用小写体的m, 是因为这个小写字母笔画的弯曲处能够让人们联想到电影院中的一排排座椅。

成功之处:

这个标志是在一个三角形形状的聚光灯中映衬出一个小写体的字母m, 这使人们联想到在漆黑的电影院中, 电影放映机的光线越过一排排座椅所留下的聚光灯光圈的视觉效果。



随着时间的推移，成功的公司往往会不断提升自身的综合性能，但是其标志的演变则呈现出越来越简洁的趋势。比如，3M公司及其公司的标志就符合这种情况。

标志的演变过程



到目前为止：
由思睿高品牌战略咨询公司（Siegel & Gale）操刀设计的这个标志已在全球范围内使用了20多年的时间。



1906年：
3M公司的第一个标志中涵盖了该公司的全称和公司地址，并且在中间的菱形中标有“3M公司（3M Co.）”字样。



1926年：
在公司创建的前50年中，这个标志几经变动，但是都中规中矩。



1937年：
目前正在使用的这种字母组合图案设计风格的迹象开始显现。



1938年：
但是，一年之后上面那种标志又消失了。