



经河南省普通高等学校教材
建设指导委员会审定



标志设计

主编

凌士义

马河

BIAO

ZHI

SHE

JI

今天的标志不仅承载着图形语言的视觉美感和应有的主题内涵，它还是一种社会文化符号，一座信息传达与沟通的桥梁。本教材从新的时代视角、新的设计创意方法上，对标志设计的基本理论及标志设计的各个组成部分做了较详尽的阐述。

河南省『十二五』普通高等教育规划教材

中原出版传媒集团
大地传媒

大象出版社

2404

河南省『十二五』普通高等教育规划教材

◎ 主编

标

BIAO

凌士义

志

ZHI

马河

设

SHE

计

JI

今天的标志不仅承载着图形语言的视觉美感和应有的主题内涵，它还是一种社会文化符号，一座信息传达与沟通的桥梁。本教材从新的时代视角，新的设计创意方法上，对标志设计的基本理论及标志设计的各个组成部分做了较详尽的阐述。

中原出版传媒集团
大地传媒

大象出版社
• 郑州 •

图书在版编目(CIP)数据

标志设计 / 凌士义, 马河主编. — 郑州 : 大象出版社, 2016. 10

ISBN 978-7-5347-8235-0

I. ①标… II. ①凌… ②马… III. ①标志—设计
IV. ①J524. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 270788 号

河南省“十二五”普通高等教育规划教材

标志设计

主 编 凌士义 马 河

副主编 刘方林 张思遥 吴 丹

出 版 人 王刘纯

责任编辑 阮志鹏

责任校对 裴红燕

封面设计 袁 璐

版式设计 袁 璐

出版发行 大象出版社(郑州市开元路 16 号 邮政编码 450044)

发行科 0371-63863551 总编室 0371-65597936

网 址 www.daxiang.cn

印 刷 郑州新海岸电脑彩色制印有限公司

经 销 全国新华书店

开 本 889mm×1194mm 1/16

印 张 7.75

字 数 231 千字

版 次 2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

定 价 36.00 元

若发现印、装质量问题,影响阅读,请与承印厂联系调换。

印厂地址 郑州市文化路 56 号金国商厦七楼

邮政编码 450002 电话 0371-67358093

■ 编审委员会

总主编：赵振乾

主 任：赵振乾

副主任：杨 钢 张健伟 胡国正 李 勇
宋荣欣 李光安 刘世声 吴京垵
魏小杰 彭西春 任留柱 王士松

委 员：李建忠 李建设 郭 珂 彭 亚
邬 建 马 勇 陈 涛 刘剑利
李 一 王 雨 张新词 蒋 鑫
李晓鲁 张新根 冉献东 刘根货
马公伟 陈庆奎 胡中艳 梁立民
陈同基

（以上排名不分先后）

总 序

大学，自古是人才的摇篮。“大学之道，在明明德，在亲民，在止于至善。”1983年邓小平提出“教育要面向现代化，面向世界，面向未来”。与时俱进，落实科学发展观，崇道尚德，格物致知，促进人与人、人与社会、人与自然的平衡与和谐，是构建社会主义核心价值体系的根本需求，也是高等教育的任务和使命。

高素质人才是社会发展进程中最活跃的生产力。人才需要教育，德、智、体、美都很重要。艺术教育作为美育的重要内容，是素质教育的组成部分，旨在激发人对自然美、社会美、艺术美的感受，培养从事艺术创造的技能，从而按照美的规律提升自身和改造世界。教育需要教师，而教材作为教师实施教学与科研的物质载体，反映着师资素质的高低，更是塑造和更换学生“血液”的直接媒介。因此，能反映时代特色、现代化理念的优质品牌教材，将为提高高等艺术教育教学质量提供有力保障和规范依据，同时对教师作者队伍道艺技能与精神也是有效的总结、检验和提升。

近年来，我国艺术教育的形势是喜人的，无论是中小学艺术教育，还是本科、硕士、博士的高等艺术教育都取得了长足的进步。由于普通高校艺术专业招生人数逐年递增，教材出版行业得到繁荣，门类更齐全，质量进一步提高，精品教材频现课堂，地方院校和出版社编写出版教材的积极性得以调动，教材国际化引进进一步推进，为我国普通高等艺术教育教材建设及其进一步走向世界注入了新的活力。与此同时，教材建设也存在一些问题：

教材编写激励机制不完善，部分高水平教师编写教材精力投入不足；学科专业教材建设不均衡，基础课、热门专业教材众多，布点少且招生量少的专业、战略性新兴产业专业教材不完备；实践教学教材缺乏；教材质量监管制度不够健全，教材评价选用机制有待进一步完善，少数学校选用低水平教材的现象仍然存在。这些因素必然影响艺术教育事业的健康快速发展。

2011年4月，教育部〔2011〕5号文件《关于“十二五”普通高等教育本科教材建设的若干意见》向全国公开发布，教育部就“十二五”普通高等教育本科教材建设提出五条意见，要求做好“十二五”高等教育本科规划教材建设工作。为贯彻落实《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020年）》，全面提升本科教材质量，充分发挥教材在提高人才培养质量中的基础性作用，大象出版社组织召开了河南省普通高校“十二五”规划美术专业教材编写研讨会。来自全省20所高校美术学院的34位专家学者组成了美术教材编审委员会，在总结“十一五”教材建设经验和教训的基础上，以教育部文件为重要依据，以育人为本、服务人才培养为目标，以保证教材质量具有科学性、先进性、适用性为核心，以创新教材建设体制机制为突破口，以实施教材精品战略、加强教材分类指导、完善教材评价选用机制为着力点，肯定专业教材编写对教学的促进作用，探讨新教材编写任务和目的，强调将当代新思想融入到教材中去的重要性，要求编委会成员在撰稿过程中广泛讨论、集思

广益，围绕教材宗旨、教学理念、主要内容、实用性、前瞻性和中原文化特色等方面进行深入研讨并达成共识。“要立足河南，放眼世界，做出河南学人的特色。”编委会先后召开了四次编写研讨会，议定46门美术教材，并确定了主编、副主编及相关参编人员，旨在推动高校美术专业教育科学化、规范化发展，深化教学改革，使美术专业教材建设工程逐步走向深入。这一举措对河南省内美术专业教材建设与学科健全诸方面必将产生积极推动作用和深远影响，堪称河南美术教育界一大盛事。

本系列教材主要体现了以下四个特色：一、内容广泛，重点建设主干基础课程教材、专业核心课程教材，加强实验实践类教材建设，推进数字化教材建设。二、“选”“编”结合，以“选”为主，注重整套教材知识结构的体系性与普遍代表性。三、鼓励将学科、行业的最新科研成果写入教材，注重教学方法论探讨。四、避免雷同，突出特色，注重吸收国内外优秀教材成果。

编写好的教材，不只要对学生负责，同时也应能体现对教师素质的培养和提升。教师作为教育的本质核心和中心环节，其整体素质在很大程度上对教育起着重大的主导作用。教师既可是作者，也可是读者，提升教师素养是关键，提升学生素养是本位。与中小学教育相比，本科教育自主性更强，学科范围与知识结构更广博，这就对教材体系性和编写者整体团队素质提出了更高的学术要求。

美术教育，本质上不仅是专业技能教育，更

是美的教育和素质教育，涵盖学校教育、家庭教育和社会教育。这就同时要求教材也要满足大中专学生、社会广大美术爱好者选用与参考。将德育和美育渗透到专业教学中，加强对学生思维素养、思想品德、审美能力、师范教学能力的培养，增强对传统文化的认知与历史责任感的获得，这也是教材编写的初衷。教材选题范围涵盖学科方法论、艺术学理论、美术教育、绘画、雕塑、艺术设计、书法、篆刻、中外美术史、摄影、美学、艺术欣赏诸学科门类理论与实践课程，不但学科教学针对性强，而且是新时代教学形势下对学科范围与门类的全方位思考和构建。作为一种新型特色化系列教材编写的探索与尝试，本套书难免有诸多不足之处，还望读者不吝指正。

本套教材的出版，河南省教育厅有关领导高度重视，得到大象出版社领导和工作人员大力支持。付梓之际，我谨代表参与本套教材编写的专家、学者们深致谢忱！

是为序。

赵振乾

2011年9月21日

于开封铁塔湖畔

前言

“标志设计”课程是视觉传达设计中重要的专业课程。今天的标志不仅承载着图形语言的视觉美感和应有的主题内涵，它还是一种社会文化符号、一座信息传达与沟通的桥梁。本教材从新的时代视角、新的设计创意方法上，对标志设计的基本理论及标志设计的各个组成部分做了较详尽的阐述。每一章节重点难点突出、脉络清晰，深入浅出地讲解了标志设计的内容，并汇集了大量的优秀标志为范例来进行诠释和说明，使读者能获得感性认识和理性认识上的提高。

本书共分为七章，其中第一、第三章由河南工程学院吴丹编写，第二、第四章由中原工学院张思遥编写，第五、第六章由中原工学院刘方林编写，第七章共同编写，并最终由凌士义进行审订统稿。全书讲解深入浅出，图文并茂，通俗易懂，能够引导学生较快地掌握标志设计的方法，从而为企业、机构、社会活动等形象识别系统设计打好基础，锻炼学生对标志设

计的感知能力、分析能力和审美能力，激发更多的标志设计灵感与创意。在编写的过程中编者做了大量课程调研，尽量做到信息全面、内容丰富、资料准确。书中融入了编者多年的教学实践、设计实践心得，收录了国内外大量的标志设计成功案例作品以及课程实践习作，相信能对大中专院校的艺术设计教师、学生及专业设计师提供有益的帮助。

本书在编写的过程中得到了大象出版社领导、编辑、河南大学赵振乾先生的鼎力支持和帮助，再此深表谢意！虽然付梓艰辛，但也限于编者的学识和经验，加之时间仓促，书中难免会有疏漏之处，在此恳请专家和同行批评指正。由于编书工作量大，所用的少数作品案例未能及时与其作者取得联系，在此深表歉意，并希望这些作者见到此书后与出版社联系，以取得相应的稿酬。

编者
2016年1月

目 录

MULU

第一章

001

关于标志设计

- 第一节 标志的概述 001
- 第二节 标志的功能和意义 005
- 第三节 标志设计的学科内涵 006

第二章

011

标志的分类及特点

- 第一节 标志的用途类型 011
- 第二节 标志设计的范围 013
- 第三节 文字标识类标志 017

- 第四节 图像类标志 020
- 第五节 综合创意类标志 022
- 第六节 标志的种类 024

第三章

028

标志设计的色彩表现

- 第一节 色彩的功能 028
- 第二节 标志色彩的隐喻 031
- 第三节 标志标准色的概念及应用规范 032

第四章

037

标志的设计原则与规律

- 第一节 标志设计的基本原则 037
- 第二节 标志图形设计的一般规律 042
- 第三节 标志色彩的搭配技法 045
- 第四节 标志的设计禁忌 046

第五章 标志的设计方法及程序 050

第一节 设计前的准备工作 051

第二节 制定设计主题 052

第三节 标志的创意构思与表现方式 055

第四节 方案制作阶段 065

第六章 标志设计的新关注 072

第一节 关注本土性 072

第二节 关注时代性和潮流性 075

第三节 关注环境因素对标志的影响 078

第四节 关注系列化标志设计 080

第七章 优秀标志案例欣赏 086

第一节 经典标志图形创意案例欣赏 086

第二节 中外优秀标志设计欣赏 104

参考文献 112

第一节 标志的概述

一、标志设计的概念

1. 概述

人类为了交流，创造了语言；为了记录，创造了记号、图形、文字等多种视觉语言形式。随着社会活动日渐多元化，人类思维开始变得复杂，使人与人、人与社会之间的交流产生障碍，因此人们只有借助于各种简约的图形符号解决沟通问题。所谓的符号，可以是记号、文字、字母，也可以是文字与字母的组合。而标志作为一种视觉符号，既是信息传达的载体，也是人与人、人与社会沟通交流的桥梁。

标志在平面设计领域中占有特殊的地位。随着我国经济的飞速发展，各种国际品牌大量进入，促进了本土自主品牌的不断诞生与成长，标志设计在其中扮演了极其重要的角色。标志设计是一名设计师、设计机构综合能力的集中展现，标志设计的优劣已经成为衡量一名平面设计师或一个设计机构专业水准、艺术水平的试金石。标志设计教学涉及图形、消费心理、艺术史、社会学、色彩、材料、系统学等多种专业基础，是学习平面设计的必经阶段，也是平面设计师的一门必修课。

2. 标志设计的定义

在平面设计中，标志设计是一门极其重要的课题。它涉及领域广泛，是一种具有象征意义的艺术设计、一门关于形象的艺术语言。

从广义上看，标志是传递信息的视觉符号、图形，传达出国家、地区、集团、活动、事件或产品等特定含义的信息，是一种具有象征意义的设计图形。从相对狭义上看，标志象征着某一集团、活动、事件或产品的形象，表现出一种无形品质。它采用的是一种形象化的图形表现形式，不包括字体。标识是标志的第二种类型，或称标识文字，是指能够用来清楚说明集团、活动、事件、产品名称的独特字形或字体的文字。从外延上看，

第一章

关于标志设计

知识目标

本章主要介绍标志设计的基本概念、起源与历史发展等基础知识。

能力目标

通过学习标志设计的定义、功能与意义价值，了解和把握标志设计的价值取向，并能对标志设计作品进行鉴赏与分析。

标志是一个视觉化符号,区别于同类或不同类的事物、机构或产品。从内涵来看,标志是一个象征图形,传递出企业与机构特定的思想理念与文化内涵。

标志还可简单概括为商业性与非商业性两大类。所谓商业性标志,即以营利为目的的关乎经济民生类型的标志;非商业性标志,则是不以经济回报为目的,而以发展社会人文事业等为首要目的,具有非营利性的标志。

二、标志设计的历史

1. 国内标志的发展历史

(1) 原始图腾符号

标志的历史可以追溯到原始时代,原始人采用结绳、刻记的方式记录生活,为了祈福纳祥、保佑生灵,这些氏族或部落把自然界中的某些带有神秘色彩的动植物视为本氏族或部落的祖先,慢慢地便形成了图腾。起初这些图腾被刻画在他们所使用的劳动工具或生活器皿上,例如在彩陶盆上刻画的人面鱼纹(图1-1-1),后来又被作为祭祀的标志,成为族旗、族徽。

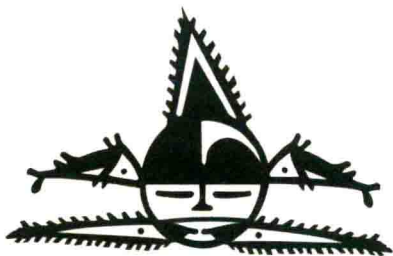


图1-1-1 彩陶盆上的人面鱼纹

(2) 标志的产生

在出土的商代青铜器上,出现了铭文和具有象征意义的图案。《周礼》“掌节职”条中有“货币用玺节”一语,“玺节”就是现在的印章。先秦时期,印章作为商品交流的凭信,是权力、身份、地位的象征。现存的战国陶器上也出现有印记,这些印章、印记一般采用文字来标明权力所有者、生产者的姓氏或产地等内容。汉代产生了大量的肖形印章更体现了这一特征,例如长沙马王堆3号汉墓出土的封泥上就有“侯家丞”字样。(图1-1-2)这些印章、印记是我国早期标志的表现形式。

唐朝是中国封建社会政治经济和科学、文化、艺术都高度发达的一个鼎盛时期。商业繁荣发展,作坊、店

铺都有了相应的标志。到了宋代,标志的形式更加多样化,单纯文字的标记使用广泛,瓷产品底部都注有代表年代和出品地点的文字印记。有史料记载,中国最早的标志出现在北宋时期,是山东“济南刘家功夫针铺”的雕版铜牌标志。(图1-1-3)标志上有兔子的图形和“认门前白兔儿为记”的字样,是目前我国发现的最早用于商业的完整标志。



图1-1-2 马王堆3号汉墓出土的封泥



图1-1-3 “济南刘家功夫针铺”的雕版铜牌标志

自北宋以后,以作坊、店铺字号为标志的形式一直延续到清代。这一时期常在街上见到店铺挂着幌子,这些幌子原为布幔,在帘上题写了店铺的名号,后扩展到多种可悬挂的实物形式,多用以指示店铺的名称和字号,起到店铺标记的作用。(图1-1-4)

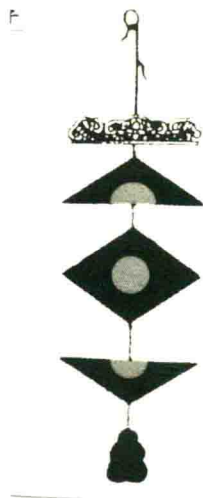


图1-1-4 清代幌子

(3) 标志的繁荣时期

标志的演化深受中国民族工业的影响。1904年清政府制定的《商标注册试办章程》是中国历史上第一部较为完整的商标法律文献。这一时期,设计风格开始多样化,出现了很多以神话故事或民间故事为题材的标志设计,还有直接以店铺名命名的设计。例如“同仁堂”大

药房，“盛喜福”帽子行，“双妹”牌雪花膏。五四运动以后兴起反帝反封建的思想浪潮，这一时期出现了很多优秀的标志，“抵羊”牌毛线的商标，就是这一时期的典型代表。（图1-1-5）



图1-1-5 “抵羊”牌毛线商标

新中国成立后，我国政府颁布了《商标注册暂行条例》和《商标注册暂行条例实施细则》，对商标管理、注册和产品质量方面进行了整顿和治理。这一时期出现了不少优秀的标志，如“永久”牌自行车（图1-1-6）、“蝴蝶”牌化妆品以及中国铁路路徽（图1-1-7）等标志。这些标志构思巧妙、造型严谨，突出了时代的特点。



图1-1-6 “永久”牌自行车商标



图1-1-7 中国铁路路徽

改革开放促进了经济的发展，标志设计艺术也随之得到飞速发展。《中华人民共和国商标法》的颁布，使我国的商标逐步走向规范化和标准化。进入21世纪后，尤其是加入世贸组织后，中国的标志设计艺术又一次飞



图1-1-8 宝洁集团标志



图1-1-9 联想集团标志

速发展，呈现出不分形式、地域的多元化设计态势，例如宝洁集团、联想集团。（图1-1-8、图1-1-9）

2. 欧美标志发展概况

19世纪下半叶，在西班牙阿尔塔米拉洞穴中发现的野牛（图1-1-10）及其他动物壁画，算是最早的图形符号了。5000多年前，在农场里发现有用火烧红的铁模子在牲畜身上打印记，来表示牲畜的归属。在王室中则使用花押来表示王室世袭系统，这些花押也形成了早期的图形标志。12世纪，欧洲战场上出现了盾章，主要是为了识别因披挂盔甲而无法辨认的骑士，此后纹章就在贵族中使用。（图1-1-11）时至今日，纹章发展成为用以识别个人、团体、城市乃至国家和民族的富有象征意义的标志。

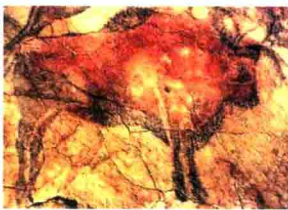


图1-1-10 西班牙阿尔塔米拉洞穴野牛壁画

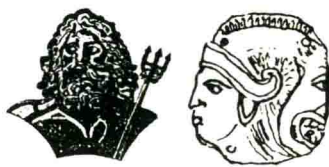


图1-1-11 欧洲士兵所带盔甲上的标记

随着生产力的发展和商品生产增多，商家开始宣传各种产品或商品，商标的作用和价值得以充分体现，造纸业的发展，更促使商标的造型和形式变得复杂丰富。最早在纸张上制作的特制水印标志出现于1282年意大利波洛尼亚生产的纸张上。（图1-1-12）造纸业的发展促进了书籍的出版。15世纪中叶，欧洲出现了印有出版者姓名和出版日期的书，同时也形成了印刷标志。这个时期的标志与绘画紧密联系在一起，其中不难看出图腾的影子。15世纪中叶，约翰内斯·古腾堡在德国发明了活字印刷术之后，印刷商们开始在他们的产品上印上自己的标志。15—16世纪的印刷标志展现了丰富的设计思想和艺术形式。

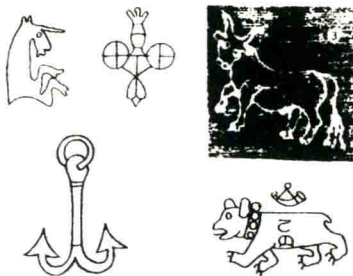


图1-1-12 纸制水印标志

工业革命后, 标准化、批量化的生产方式以及市场经济的繁荣和商品信息的激增, 要求设计向着易于识别、简洁、抽象的方向发展。这些思想在标志设计上表现得尤为突出, 不仅新的设计如此, 许多著名的老品牌也都纷纷对自己的标志进行现代化的革新改造, 以适应简洁、抽象化的发展趋势, 如美国贝尔电报电话公司的标志设计就只是运用了简单的英文, 形式简单、明了。

(图1-1-13)



图1-1-13 美国贝尔电报电话公司标志

三、优秀标志的衡量标准

标志以简洁、概括的方式, 使观者在较短的时间内理解其丰富的含义。随着时代审美标准以及受众价值观的改变, 标志的评价标准也发生着变化。但是在一个相对的时间范围内我们怎样衡量标志的优劣, 归纳起来有以下六点:

第一, 标志在应用过程中应具备一定的标准, 色彩、形态、特征都应明确、清晰, 具有易识别性。

第二, 美的视觉表现, 这里指的是图形、色彩形式的审美水准。

第三, 便于记忆并留下深刻印象。

第四, 通过规范化、标准化、程式化, 使之更有利于推广与应用。

第五, 建立个性的识别。

第六, 体现相应的文化倾向。

优秀的标志除符合上述六点标准外, 还应经得起以下各项评判标准的考验:

①竞争。标志应区别于竞争对手, 体现差异性的识别。

②法律保护。包括图形、文字都应符合商标法的相关规定。

③把握设计语境, 针对诸如严谨的或休闲的个性定位的把握, 还要把握定位的程度。

④色彩。有个性但要便于复制与推广的色彩标准, 包括PANTONE、CMYK与RGB等色彩模式的数值确定。

⑤要考虑到黑色反转效果, 合理的素描关系是标志设计取胜的关键。

⑥标识应适应交通工具双向或单向的应用。

⑦图形文字主次关系明确。应注意标志、文字的视觉逻辑, 应该使受众注意力集中于视觉表达的逻辑中心, 使重点突出。

⑧可以描述一定的企业职能、功用, 使受众从标志中直接或间接地感知其描绘的特定专业概念。

⑨体现时代特征, 符合新的主流审美。虽然有经典的个案, 视觉审美还是不断变换着标准与载体, 这与受众有直接的关系, 达成审美共识是标志设计制胜的另一个关键。

⑩相对永恒。有一定的时间性, 不应转瞬即逝。

⑪优秀的图形设计。这是指美学方面的修养与基本功技法, 它涉及图案、构成、色彩、创意等各个方面的专业基础功底, 是无法回避的基本功。

⑫标志推广多样性的考虑, 诸如标志在电影、电视、网络上的三维效果、动画状态的使用以及立体化、添加灯光(霓虹灯)等推广设计。

⑬与品牌名称口号保持一致、连贯。品牌名称读音不拗口, 图形设计应更多考虑目标受众的感觉, 使视觉与理念达成一致。

⑭形象具有亲和力, 容易被受众接纳、传播, 不应出现歧义与误解。设计师在设计标志之初都有自己想要表达的理念与想法, 当设计者带着个人主观想法长时间地面对标志, 有时就会对出现巧合与错觉的一些图形视而不见, 而受众是在毫无提示的前提下审视该标志, 这些巧合与错觉可能被放大, 歧义由此产生。避免歧义就要在设计过程中, 从多方面反复以否定式的眼光审视标志设计方案。

四、标志设计的潮流与发展趋势

现代标志设计的概念更加完善、成熟、主动, 其推广与应用已建立了较为完整的体系。为了传达概念, 使其符号特点深深地刻在受众的记忆中, 现代标志设计的形式存在符号化、信号化的发展趋势, 成功的标志必定是它所代表的机构、企业的形象象征, 这也是对标志设计最基本

的要求,标志的独特性与可识别性、理性与感性、个性与共性等方面的综合考虑成为设计师追求的目标。

随着信息时代的到来与网络文化的迅速发展,传统的信息传达方式、阅读方式受到了前所未有的挑战,效率、时间的概念标准也被重新界定,人与人的想法的沟通、传达可以是个体对个体的,在这种情况下标志设计风格也出现多样化的趋势:“经典型标志设计”目的是确定持久的商业或文化品牌,力求持久永恒;而具有前卫、探索倾向的设计师则设计了大量个性化、艺术性强的作品,以求在心理上脱离为商业服务的阴影,使自己更靠近纯粹的艺术。设计的宽容度确实扩大了,无论哪种方式、哪种风格,标志的识别性都是不应该被忽视的。而多样化的风格趋势又是文化成熟、商业成熟的反映,因为受众的层面也相应扩大了,拥有的价值观也更加细化了。这两方面的问题都应被设计师综合考虑,因为在这个时代,衡量社会经济的标准不再只是商品数量的多少、性能的好坏、种类的有无,概念传达的准确性与速度已经成为新的衡量标准和取胜的关键。

今天,设计与“纯艺术”在某种程度上界限已不再十分明确,文化性、非商业性设计课题的提出与操作使设计担负起对社会文明发展更大的责任,使设计的传达功能不仅是商业概念,而且更应具备文化性、理念性。

从技术角度讲,传统的标志设计讲究简约、严整,制作容易,推广方便,但科技的革新、媒体的拓展使得我们的设计表现力更强,立体、动态、虚实结合,甚至结构元素繁密的标志也有所尝试,激发了创作思维,丰富了设计语言,增强了设计表现力。

标志设计的发展大致有三个方向:①以文字为主体的品牌标志。这类设计几乎没有非常独特的创意和动人的画面,有的只是独特的品牌文字和简单的辅助图形,且多为抽象的几何图形,它所强调的是作为品牌的视觉符号。②第二类是受到所谓的后现代主义和概念设计影响的标志设计。它受到新技术革命的推动,同时也体现个性张显与价值观的多样化,对色彩不加限制,驳斥简化、严整的形式法则,使用不常见的非主流的视觉语言,富于新意与叛逆精神,对标志的艺术性发展有非常有益的贡献。③继续延续包括现代主义在内的传统经典标志设计路线。由于历史的积累,社会对此种设计存在相当大的认同。

第二节 标志的功能和意义

一、标志的功能价值

当我们在考虑如何做好一件事的时候,先要考虑做这件事的目的是什么,这样做会起到什么作用,了解了最终的目的、作用,做事的方法与路径也就明了了。标志设计也是如此,促成一个标志设计取得成功的因素很多,但标志起到的功能作用、达成的目的是其中一个主要的方面。

1. 树立品牌形象

机构、品牌的识别是靠传播学中经常提到的五感(视、听、触、味、嗅)建立起来的,这是一个全面的识别系统。而标志是这个识别系统中的核心符号,它与名称紧密相连,从人类视觉方面来表现五感的综合感受。例如,当我们想到可口可乐、麦当劳、IBM的时候,头脑中往往最先闪现的是它们的品牌标志。可口可乐的西方文化、麦当劳的美味、IBM电脑的优秀品质都成为经典的视觉符号,这也证明一个好的商标有助于良好品牌形象的营造与成长。(图1-2-1)

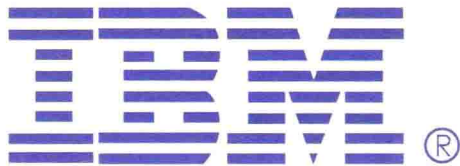


图1-2-1 IBM电脑品牌标志

2. 保证企业信誉

商标是企业品牌信誉的保证,通过商标能更迅速、准确地识别品牌产品,因此标志又是品牌产品的无形资产。众所周知,许多世界一流品牌标志的价值已超过百亿。道格拉斯·达夫特曾这样来说可口可乐的品牌价值:假如有一天一场大火把世界各地的可口可乐公司烧掉了,只要配方还在,一夜之间,它会让所有厂房在

废墟上拔地而起。这就是可口可乐品牌的价值。(图1-2-2)



图1-2-2 可口可乐标志

3. 便于产品交流

在今天这个信息爆炸、交流频繁的时代,标志超越各种语言、文字的限制,以更便捷、迅速的速度实现交流与沟通。一个企业、品牌有许多东西需要人们去了解 and 认识,标志的作用之一就是将这些零碎的信息整合在一个符号里,使人们在短时间内了解它,通过它进行交流。比如一本机构简介,内容信息介绍很多,但封面通过一枚精美的标志就将机构形象表现得很清晰了。

4. 利于竞争

标志具有鲜明的个性和视觉冲击力,便于与竞争对手在视觉识别上区分开来,并建立优于竞争对手的视觉感受。

二、标志的意义

标志是具有特殊意义的符号,作为人类直接联系的特殊方式,在社会活动与生产中无处不在。对国家、社会、集团乃至个人利益均显示出其重要的独特的作用。

随着社会的不断发展和进步,人类的社会活动及思维方式日趋复杂,国家及民族的文化差异、语言的不同,形成了交流中的各种障碍。而标志以其丰富的形象语言,表达了特定的内涵,为人们提供了方便快捷的记忆条件,起到了沟通思想、传达信息、宣传形象的作用。

公共场所标志、交通标志、安全标志、操作标志等,在指导人们进行有序的正常活动、确保生命财产安全等方面,具有直观、快捷的功效。(图1-2-3)商标、店标、厂标等专用标志,在发展经济、创造经济效益、维护企业和消费者权益等方面,具有重大的实用价值和法律保障作用。



图1-2-3 公共场所标志

各种国内外重大活动以及邮政运输、金融财贸乃至机关、团体、个人几乎都有各自特征明显的标志。这些标志发挥着沟通、交流、宣传的作用,推动社会经济、政治、科技、文化的进步。

第三节 标志设计的学科内涵

一、符号学对标志设计的影响

标志本身就是视觉设计中的一种符号形象,是视觉传达过程中较直接、较准确的传达媒体,它在人们与文化、信息沟通方面起到不可忽视的作用。标志存在的价值是为了通过视觉方式向公众传达企业的行业特征、文化理念等,并区别于其他企业的产品,相对于文字描述,标志这种直接的传达沟通方式,在现代商业社会中更具有占据情报符号的商业成分。

符号学是研究符号系统的学问,最早在20世纪初由瑞士语言学家索绪尔、美国哲学家和实用主义哲学创始人皮尔斯提出的。索绪尔的符号学理论,从语言学的角度来研究符号,侧重于探讨符号的社会功能与心理学联系。皮尔斯的符号学理论,对符号学的建立起了奠基作用,他着重于符号的逻辑意义及与逻辑学的联系。大约从20世纪六七十年代开始,符号学才作为一门学问得以研究。

符号,是一种规律性的指示,是用来代表另外一种事物的东西。日常生活最典型的符号就是“语言”,语言产生于人并服务于人,是人们交流沟通的基本方式和书面符号。符号概念的外延相当广泛,设计中的符号作为一种非语言符号,与语言符号有许多共性。通常来说,设计中的元素和符号,通过对这些元素的加工整合,实现传情达意的目的。

1. 标志设计中符号的特性

(1) 易识别性。在标志设计中,识别性是符号语言中的重要特性,用以准确、迅速地传达企业、集团、公司或组织的基本信息。例如,我国的几大银行的标志设计都采用中国古钱币作为基本图形,这正是因为古钱

币能够准确地传达金融机构这一信息,具有极强的认知性。

(2) 普遍广泛性。标志作为人与人、人与社会沟通的桥梁,其本身就是为人民服务的,是在大众中广泛传播的。标志符号设计只有具有普遍性,才能被大众接受。如公共卫生间的男女标识,不管男女老幼,文化程度高低,大家都会识别出来。

(3) 相对独特性。任何一种语言都有一定的约束范围,具备不同的属性、特征的事物很难用相同或类似的符号表现。

2. 符号在标志设计中的运用

(1) 标志设计本身就是以符号的形式出现的。标志设计以图形为基础,以达意为生命,强调小而精,因此被浓缩的几乎等于符号。例如北京申办2008年奥运会的标志。运用奥运五环色组成五星,相互环扣,象征世界五大洲的和谐发展。康佳电器的标志,以简洁取胜,两个色块组合,表现出鲜明的行业特色和独特的企业文化。(图1-2-4、图1-2-5)



图1-2-4 北京申办2008年奥运会的标志



图1-2-5 康佳电器标志

(2) 以符号为元素的标志设计。这里的符号可以理解为具有既定含义的图形或实物。符号语言的优势在于它以精练、准确的方式传递信息与外界沟通交流,减少语言的繁复所带来的限制。例如医院、宾馆、车站、机场等公共场所运用各自统一的识别标志,方便人们的生活。(图1-2-6)标志的设计要简练、美观、醒目、易于识别和记忆,并精准地表达某种需要的氛围意念,能够体现出一种精神文化与社会责任感,让人一目了然,

并记住这一符号。优秀的品牌标志不仅能为企业带来利润,更能体现出企业的文化。它体现了一个时代的特征,展现了一种精神风貌,是一种文化的象征。



图1-2-6 公共场所识别标志

二、数理概念在标志设计中的应用

数理逻辑思维是带有一定目的、有秩序地进行的科学思维方式,它是在逻辑思维的基础上运用一定的规律、法则,推理而得出结论的思维活动,在艺术设计领域中有着举足轻重的地位。中西方对数理逻辑思维的研究历史久远,早在公元前6世纪至公元前5世纪,毕达哥拉斯就提出“数是万物之源”的观点,认为宇宙是数的秩序,和谐是数理关系最高的审美原则。

黄金比:在正方形 $ABCD$ 的边 AB 上取其中点 E ,以 E 为圆心、以 EC 长为半径画圆,使其交 AB 的延长线于点 F ,再分别以 AD 为短边、 AF 为长边求得矩形,即为黄金矩形,其长与宽之比为 $1:0.618$ 。在黄金矩形中,去掉以其短边为边长的正方形,余下的矩形 $BFGC$ 还是黄金矩形。(图1-2-7)

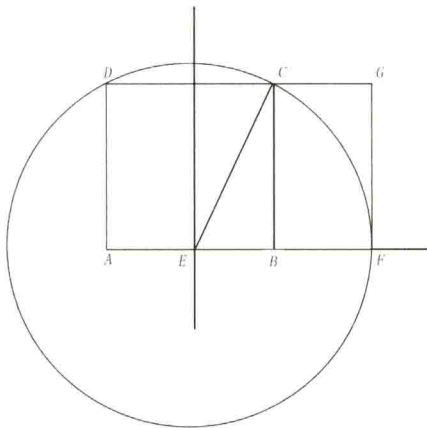


图1-2-7 黄金比例

19世纪80年代,德国美学家费希纳把科学实验方

法引进美学研究中,他发现绝大多数人喜欢边长符合黄金比例的矩形,而黄金矩形中又包含一个正方形和一个倒边黄金矩形,然后利用这一系列边长比为黄金比的矩形,又可以作出黄金涡线。这个理论规律不仅体现在建筑方面,还运用在标志设计过程中。例如日本羊毛毯商标设计就是利用黄金矩形与黄金涡线设计出的经典作品。(图1-2-8)

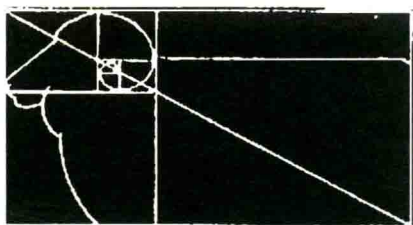


图1-2-8 日本羊毛毯商标

等差数列:以 n 为项数, d 为公差,按 $a, a+d, a+2d, \dots, a+(n-1)d, \dots$ 这样的规则排列的数列,称为等差数列。等差数列的变化秩序比较平和和微妙,在标志设计中利用等差数列分割,可在简单的图形基础上进行固定均匀的数值分割,可形成抽象的、简洁的、有序变化的视觉语言。(图1-2-9)

等比数列:数列规则为“以 n 为项数, q 为公比,按 $a, aq, \dots, aq^{(n-1)}, \dots$ 排列”。等比数列成几何级变化,从初始单位到后面的单位,落差较大,给人以急剧增加或减少的刺激感。(图1-2-10)

调和数列:数列排布方式为“ $1, 1/2, 1/3, 1/4, \dots$ ”。调和数列的变化规律比较平和和悠扬,有宁静柔美的韵律感。(图1-2-11)运用数列原理的规律性,可以避免设计中的盲目性,增加科学性。但要注意数理逻辑思维在设计中不能绝对化,同时还要运用创造性思维,这样设计才不会僵硬。



图1-2-9 等差数列



图1-2-10
等比数列



图1-2-11
调和
数列

三、视觉艺术心理在标志设计中的体现

设计是一种有效的视觉语言,是设计者把自己的创意思传达给大众,在与大众沟通的过程中,视觉心理起着不可忽视的重要作用。在今天,艺术设计与心理研究的结合非常重要,许多心理学理论及研究成果在视觉传达设计中都得到了广泛的运用。心理学原理的运用使我们的设计更容易被大众接受。作为视觉传达设计的重要表现形式,标志设计的最终目的在于准确、有效、快捷地传达信息。信息的传达包含发送信息的一方,也包含接收信息的一方,即我们通常所说的“受众”。因此,设计师在进行标志设计的时候,就不可避免地要考虑到被传达者的心理特点与规律等一系列心理问题,在设计构思时必须把受众的情感、情绪乃至审美层面的需求纳入进来,最终达到准确传达信息这一核心目的。

从形态的知觉和心理学的角度来讲,每个造型要素本身都具有独特的视觉意义。在标志设计过程中,设计者应根据行业和活动团队的特性、表现的重点、题材的需要、受众的情感因素和心灵感受,来选择适当的造型要素,切中受众心理唤起共鸣,实现特定信息准确、有效、快捷地传达。

标志是一种通过视觉形象传达讯息的符号,这种视觉符号能引起人的思想或感情活动的具体形状和姿态。因此,研究、把握视觉符号的视觉心理,有效地传达特定信息是标志设计的一个重要课题。合理运用不同形态的视觉心理是标志信息传达的一个有效方式。设计师在进行标志设计时要充分考虑到受众阅读图形是视觉在生理、心理以及审美层面的需求和规律,只有这样才能将预先设定的信息顺利、准确地传达给受众。