

标志设计
完全手册

章莉莉 编著

HANDBOOK ABOUT
LOGO
DESIGN



上海書店出版社
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

30% 实用性设计方法

40% 前沿性案例资料

20% 学院派教学理论

10% 实战设计演练

J524.4-62

1

标志设计
完全手册

章莉莉 编著

HANDBOOK ABOUT
LOGO
DESIGN



上海書店出版社
SHANGHAI BOOKSTORE PUBLISHING HOUSE

标志设计是什么？

标志设计的发展史是怎样的？

我们怎样做标志设计？

传统元素与现代设计之间如何沟通？

怎样增加标志设计的商业价值？

五个问号，层层递进，

引出了手册五个章节的全部内容。

目 录

第一章 标志符号

一、趣味性标志	8
---------	---

二、符号学原理	14
---------	----

第二章 标志时间轴

一、起源	26
------	----

涂鸦	26
----	----

岩画	26
----	----

图腾	26
----	----

象形文字	28
------	----

二、萌芽	30
------	----

欧洲中世纪	30
-------	----

中国封建社会	36
--------	----

三、发展	40
------	----

西方商业标志的时代性	40
------------	----

中国商业标志的时代性	48
------------	----

四、未来	52
------	----

全球风格体系	52
--------	----

未来发展趋势	53
--------	----

五、世界盛会	62
--------	----

历届奥运会徽	62
--------	----

历届冬奥会徽	76
--------	----

历届世博会主题与会徽	78
------------	----

小贴士：保罗·兰德、莱斯特·比尔、龟仓雄策、奥运红色寓意盘点、申奥标志陈绍华专访

第三章 创意五行

一、含义出发	85
象征性	85
比喻性	89
故事性	90
二、图形出发	93
具象标志	93
象形标志	96
抽象标志	97
三、文字出发	100
英文标志	100
中文标志	112
中英文结合的标志	117
图形文字结合的标志	118
字体编排标志	123
四、形式出发	125
点的纯粹	125
线的敏感	131
面的多元	138
空间的现代	142
肌理照片的后现代	148
正负形的巧妙	154
想象的童趣	159
五、色彩出发	163
红色	163
蓝色	164
绿色	165
黄色	166
品红色	167
五彩色	168
色彩与信息	170

小贴士：国际红十字会、蛇的含义来历、田中一光、康定斯基阐述“点”、康定斯基阐述“线”、七巧板、MC·埃舍尔

第四章 传统与现代

一、意境构图	174
太极构图的博大	174
共用构图的智慧	178
二、民俗文化	183
吉祥动物	184
吉祥花卉	188
民俗艺术	191
敦煌艺术	196
三、几何纹样	200
四、再造文字	206
象形文字	206
篆书篆章	210
墨晕书法	212
东巴文字	214

小贴士：中国太极、民间吉祥图形一览、狮子、宝相花、敦煌飞天、东巴文化、浅叶克己

第五章 商业操作

一、商业渗透价值	219
平面渗透	219
立体渗透	226
时间渗透	230
听觉渗透	233
文化渗透	234
品牌互动	236
二、卡通标志的无限潜力	238
商业卡通形象	238
世界盛会吉祥物	248

小贴士：路易·威登、可口可乐文化

参考书目

253

第一章 标志符号

标志的根本意义与现代符号学密不可分。标志从本质上讲,就是代表一个公司或产品的视觉符号。随着社会认知程度的提高,这个标志本身凝聚了一种无形的附加价值,这个附加价值帮助提高公司或产品的真实价值。

标志作为企业与消费大众的视觉沟通途径,帮助企业建立一个健康良好的形象。这种沟通媒介相比企业的文字介绍、业绩数据、年终报表来,更为直接而感性,它第一时间在消费大众的面前亮相,时时刻刻出现在企业或产品的每个角落。标志以特定的视觉表现方式,将公司信息快速、准确地传达给社会大众。

标志设计的第一步就是用符号的方法来观察世界,继而创造新的视觉符号。

一、趣味性标志

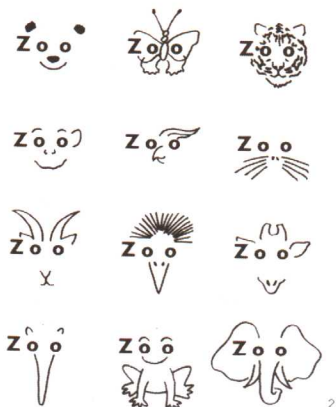
在我们身边存在着形形色色诙谐有趣的标志,从博得消费者莞尔一笑的那刻起,它所承载的公司或产品信息即深入人心。现代城市生活中,充满着各类标志符号,而那些能够准确传达产品信息、丰富人们生活情趣、营造愉悦舒适感的标志,成为了我们关注研究的对象。

图1.2 伦敦动物园(英)

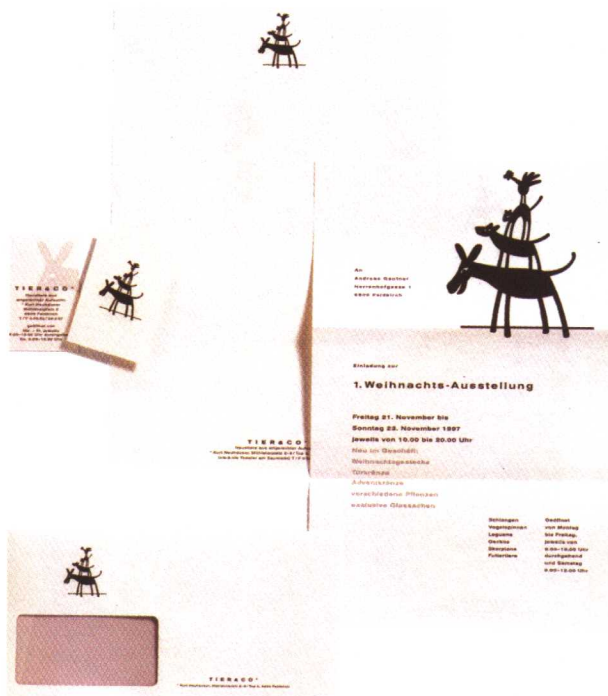
动物园“ZOO”中的“OO”两个字母,成为动物的眼睛或花纹。将图形与文字诙谐地组合起来,极富创意性和趣味性。线条的表现手法使整个标志简洁明快,使成人与孩子都非常喜爱。

图3(对页) 英国国家歌剧院(英)1992

The English National Opera, England
采用首字母缩写ENO作为设计元素,将设计重点放在字母“O”上。整个标志使人联想到歌剧演员的脸部表情,张大嘴巴高歌的一刻,诙谐有趣。字母采用无装饰线字体,简洁大方,粗细大小的对比,形成标志的变化与个性符号。







4

图4. TIER & CO. Animal Dealer
奥地利动物贩卖公司1996

图5. Google网站标志—
图片顺序为：
从左到右、从上到下

爱因斯坦诞辰2003.3.14
发现DNA五十周年2003.4.25
飞机发明100周年2003.12.17

Google网站(美)

作为全球性搜索引擎，Google网站保持着一贯的简约风格。但在一些特殊意义的节假日、纪念日，Google的标志发生了令人惊讶的变化，诙谐幽默，有时甚至是连贯的故事情节。这些有趣的标志，成为Google忠实用户的收藏。

凡·高诞辰2005.3.30
米开朗基罗诞辰2003.3.6
达·芬奇诞辰2005.4.15

毕加索诞辰2002.10.25
MC·埃舍尔诞辰2003.6.16
皮耶·蒙德里安诞辰2002.3.7

加斯顿·朱丽亚诞辰2004.2.3
安迪·沃霍尔诞辰2002.8.6
弗兰克·劳耶·怀特诞辰2002.6.8

莫奈诞辰2004.11.14
希区·柯克诞辰2003.8.13
诺贝尔奖百年纪念典礼2001.12.10

“勇气号”登陆火星2004.1.15
金星凌日2004.6.8
水资源日2005.3.22

地球日2005.4.22
地球日2004.4.22
地球日2003.4.22

新年快乐2002.1.1
新年快乐2003.1.1
新年快乐2004.1.1

Google六岁生日2004.9.7
Google五岁生日2003.9.7
Google四岁生日2002.9.7





6

图6. Google网站标志二

图片顺序为:

从上到下、从左到右

2005年节日的问候1~5

2004年节日的问候1~5

2003年节日的问候1~5

2002年节日的问候1~5

图7. Google网站标志三

图片顺序为:

从左到右、从上到下

2004年雅典奥运会第1天

2004年雅典奥运会第2天

2004年雅典奥运会第3天

2004年雅典奥运会第4天

2004年雅典奥运会第5天

2004年雅典奥运会第6天

2004年雅典奥运会第7天

2004年雅典奥运会第8天

2004年雅典奥运会第9天

2004年雅典奥运会第10天

2004年雅典奥运会第11天

2004年雅典奥运会第12天

2004年雅典奥运会第13天

2004年雅典奥运会第14天

世界杯2002.5.31.

中国农历新年(蛇) 2001.1.24

中国农历新年(羊) 2003.2.1

中国农历新年(猴) 2004.1.22

中国农历新年(鸡) 2005.2.9

闰年2004.2.29

三八妇女节2005.3.8

中国中秋节2005

中国教师节2005.9.10

中国龙舟节2002.6.15

情人节2005.2.14

情人节2004.2.14

情人节2003.2.14



二、符号学原理

人具有社会性，而社会性的基本表现是传达与沟通。从海伦·凯勒的故事中，我们知道传达媒介的重要性。她是一个又聋又瞎又哑的孩子，人们赖以沟通的几个基本媒介她都无法使用，如何进行沟通呢？她的家庭教师终于发现，通过触摸式的手语可以使双方拥有共同的交流媒介。海伦学习时所迈出的关键一步，是知道每件东西都有一个特定的符号。通过触摸式手语这个媒介，海伦终于打开了人类社会文化的大门。

标志就是一种视觉符号，其存在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。比较文字描述，标志这种直观的传达沟通方式，在现代商业社会中占据重要的情报符号的商业成分。现代符号学原理为现代设计提供了理论基础，并帮助设计师更好地理解标志设计的目的和方法。

★两种现代符号学原理

现代符号学原理拥有两种重要的理论方式。一个是皮尔斯符号学理论（Semiotics），另一个是索绪尔符号学理论（Semiology）。皮尔斯符号学理论，对符号学的建立起了奠基作用，他认为作为一个符号具有三要素，同时符号可以分为三种类型。索绪尔符号学理论，从语言学的角度来研究符号，侧重于符号社会功能的探讨。他提出了符号的“能指”和“所指”的理论，“能指”是符号的声音形象，而“所指”是符号的概念内涵。语言符号的语音（能指）和意义（所指）之间是约定俗成的关系。

★符号的概念

符号（Sign），是一种规律性的指示，是用来代表另外一个事物的东西（to mark, to designate）。日常生活中最典型的符号就是“语言”，语言产生于人并服务于人，成为人们交流沟通的基本声音和书面形式的符号。标志作为一种视觉符号，最基本的价值就是指代与区分。

图8. I LOVE NEWYORK
纽约城市标志(美)Milton Glasser

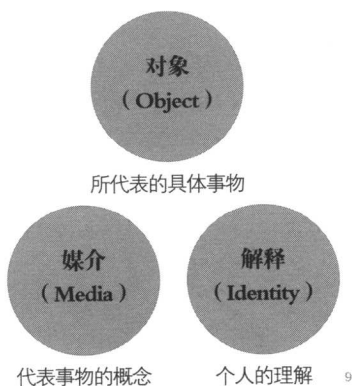


★符号三要素

符号三要素，即对象（Object）、媒介（Media）、解释（Identity）三者构成了一个完整的符号体系，它们是同时存在的。每个符号都有一定解释，这是通过另一个符号对它作出的说明，说明它本身就是一个符号。解释可以无限地进行下去，最终使符号系统不断扩大。标志同样具有符号三要素的特性。

图9. 符号三要素示意图

★符号三类型



符号的三种类型，或者叫作符号的三个层次，分别是图像符号 (ICON)、指示符号 (INDEX)、象征符号 (SYMBOL)。标志设计同样可以根据符号三类型，来进行分类理解。

图像符号 (ICON)

具象的，直觉反应，通过模拟对象构成的。

图10. 世界野生动物基金(瑞士)

熊猫是人们所熟知的世界上濒临灭绝的动物之一，这个具象标志直观地提醒人类要保护野生动物。

