



艺术与设计类规划教材

21世纪全国高职高专艺术设计系列技能型规划教材

标志设计



主 编 王晓昕



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

21世纪全国高职高专艺术设计系列技能型规划教材

标志设计

主 编 王晓昕
参 编 易晓湘 李万军
李 菁 何先球
张 磊



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书在强调“厚基础、强能力”，坚持“工作过程导向”的高职教育教学思想的基础上，积极探索“工学结合、学做一体”互动人才培养模式的运行规律，在培养学生基础设计能力的同时，强调学生的实践能力的训练，增强学生的创业意识，提高学生的创新能力、沟通能力及团队协作能力。

本书针对高职学生的特点，因材施教：首先通过项目实践引领学生找到标志设计的设计状态，体验和参与标志设计的实践过程，激发学生的学习兴趣，了解工作流程，提高实践操作能力；其次，通过将各个基础知识点融入具体项目实践中的教学方式，使学生们在了解和掌握标志设计具体操作的同时，提升“软实力”，强调基础在实践中的运用，为学生设计生涯的长远发展打下基础。

本书既可作为艺术设计专业学生的教材，也可作为设计师案头的参考资料。

图书在版编目(CIP)数据

标志设计/王晓昕主编. —北京:北京大学出版社, 2010.8

(21世纪全国高职高专艺术设计系列技能型规划教材)

ISBN 978-7-301-17546-0

I. ①标… II. ①王… III. ①标志—设计—高等学校:技术学校—教材 IV. ①J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 140576 号

书 名: 标志设计

著作责任者: 王晓昕 主编

策划编辑: 孙 明

责任编辑: 翟 源

标准书号: ISBN 978-7-301-17546-0/J · 0329

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com>

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

电子邮箱: pup_6@163.com

印 刷 者:

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

787mm × 1092mm 16 开本 8.5 印张 195 千字

2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有 侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

序

设计是一种文化。优秀的设计作品不仅是感性的图形和色彩，也是设计者在创作过程中理性分析与思考的综合体现，其内涵及意义应该是丰富与深远的。标志设计是平面设计与广告设计等专业重要的基础课程，具有较强的实践性。而实践又是检验设计理念的定位、图形、字体、色彩的选用是否成功，是否具有优势的标准。所以标志设计的水准也往往成为评价一名设计师、一个设计机构的衡量标准。

与艺术设计类本科院校实行的学科制教学体系不同，艺术设计类高职院校在教学方面应该有其自身的特点。高职教育的目标是为社会培养具有较强实践能力的应用型、技能型和工艺型人才，在教学方面多采用更为贴近实践环节的“项目导向制”教学模式。具体来说，就是在教学的一开始就让学生们深入每一个实际工作案例之中，使学生在具体的案例实践中完成学习任务，提高实践能力。

由北京财贸职业学院艺术学院教师王晓昕主编的高职艺术教育系列教材《标志设计》完全体现出上述特点，强调了课程的实践性。与按“知识点”为单位横向展开的教材不同，这套标志设计教材采用了以标志设计的分类为依据，以具体企业案例为单位的纵向展开的编写方式，使学生们在具体的实践项目中掌握知识，提高能力，达到“厚基础、强能力”的教学目的。这不失为标志设计教学的一种大胆尝试和创新。

在重视实践性的同时，这本教材也注重针对专业理论的学习与培养，将基础理论知识按照不同的侧重点揉入各个实践项目中，使各个具体项目具有很强的知识针对性和理论指向性，学生能够在提高能力的同时不断印证其所掌握的专业基础知识。

我希望广大读者通过对这本教材的学习，加之不懈的努力，终能实现成为一名优秀艺术设计人才的梦想。

是为序。

清华大学美术学院 副教授

中国包装联合会设计委员会 全国委员

清华大学美术学院平面设计系统开发研究所 所长



前 言

近年来，随着社会经济的发展，旧的高职教育体制已经不能适应当前的形势，高职教育界内部正在酝酿着一场改革，即改革传统教学模式中教学和实践分离的弊端，将实践环节融入教学之中，使得教学具有强烈的实践指向性。

教学的改革首先要从教材的改革开始。“标志设计”课程是广告及平面设计专业重要的专业实践课程。因此，“标志设计”课程的教材也要首先体现出“实践性”的特点，以实现教材对教学的指向性。

本书以上述原则为根本出发点，强调“厚基础、强能力”，针对高职学生的特点，因材施教，形成以下特色。

(1) 以“项目教学”为先导。

本书的设计主要是依据实践项目，除了概论和标志设计必需的图形图像知识准备以外，完全是按照标志设计的分类项目来编写的，如产品类标志设计、企业类标志设计、文化类标志设计等。这样的方式可以使读者在学习的时候更有连贯性，达到学完一章就能够基本掌握标志设计的大体流程和方法，并能够进行独立设计工作的目标。

(2) 教材编排以纵向为主线，横向为补充。

与市面上流行的其他教材不同，本书的编排方式并不是以传统“学科制”的“横向结构”（以知识点的分类为依据，如标志设计的色彩、标志设计的字体、标志设计的形式等）为依据，而是采用“纵向结构”，即以各个不同类别的项目为分类依据，将各个知识点以补充的方式横向融入各个项目实践之中，这样可以使读者一目了然，从一开始就明白标志的各个要点是如何在具体实践中运用的，避免纸上谈兵。

① 纵向结构：主要是指在总的章节编排方面以项目的分类和项目实践的流程为依据。

	项目的分类	项目实践的流程
纵向编写	产品类标志设计	背景调研和资料收集 设计要素的挖掘 标志设计开发完成 标志的推广应用
	企业类标志设计	同上
	文化类标志设计	同上
	公共类标志设计	同上
	个人类标志设计	同上

② 横向结构：主要是指在各个具体的章节中穿插不同的基础知识点，以补充纵向编写留下的基础知识方面的漏洞。

	章 名	基础知识点
1	标志设计的前期准备	认知标志设计项目的工作 图形训练——图形的创意与构思
2	产品类标志设计	标志设计的思维方法 标志设计的设计定位 标志设计的原则与要求 标志设计的形式美法则运用
3	企业类标志设计	标志的表现手段与元素 标志设计的新趋势
4	文化类标志设计	标志的色彩表现 标志的基本构成要素
5	公共类标志设计	公共类标志的分类 标志的造型特点 标志的设计原则
6	个人类标志设计	标志的功能与作用 标志的表现形式 标志的实际应用

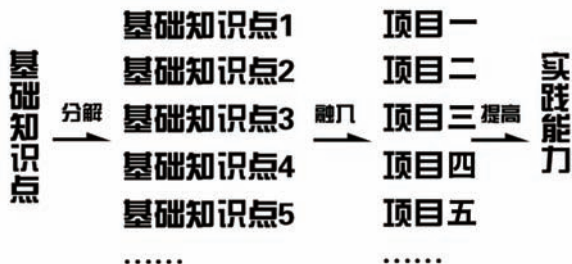
(3) 在具体的项目实践中，有重点、有主次地训练学生的实践能力。

在具体的项目实践中，本书并没有笼统、简单地描述项目的实践步骤，而是将不同的能力点融入不同的项目操作步骤之中，使读者在学习的时候能够有针对性地训练，继而有针对性地提高自己在某方面的操作能力，从而达到了提高实践能力的目的。

不同操作步骤所对应的能力点如下所示。

项目实践流程	对应能力点
背景调研和资料收集	文献调研能力、语言沟通能力（与客户沟通）
设计要素的挖掘	图形创意能力、图形整合能力、草图绘制能力
标志设计开发完成	软件运用能力、综合应用能力
标志的推广应用	软件运用能力、综合应用能力、整合调整能力

(4) 本书的总体构想。



编者

2010年7月

目 录

标志设计的前期准备	1	第二节 项目综述	69
第一节 认知标志设计项目的工作	2	第三节 项目要求	76
第二节 图形训练——图形的创意与 构思	3	第四节 操作步骤	77
习题	9	第五节 项目小结	85
第六节 课后训练	85	第六节 课后训练	85
项目一 产品类标志设计	11	项目四 公共类标志设计	87
第一节 精品赏析	12	第一节 精品赏析	88
第二节 项目综述	16	第二节 项目综述	91
第三节 项目要求	23	第三节 项目要求	96
第四节 操作步骤	25	第四节 操作步骤	97
第五节 项目小结	34	第五节 项目小结	105
第六节 课后训练	34	第六节 课后训练	105
项目二 企业类标志设计	35	项目五 个人类标志设计	107
第一节 精品赏析	36	第一节 精品赏析	108
第二节 项目综述	41	第二节 项目综述	112
第三节 项目要求	48	第三节 项目要求	118
第四节 操作步骤	49	第四节 操作步骤	119
第五节 项目小结	62	第五节 项目小结	127
第六节 课后训练	63	第六节 课后训练	128
项目三 文化类标志设计	65	参考文献	129
第一节 精品赏析	66	后记	130



标志设计的前期准备

- 一、认知标志设计项目的工作
- 二、图形训练——图形的创意与构思

本章导言：认知标志设计项目的前期准备工作，使学生掌握标志设计项目的设计流程和工作要点。培养和训练学生的图形创意思维能力，并通过这些前期准备工作，使学生们进入标志设计的基本工作状态。

第一节 认知标志设计项目的工作

导言：从整体上讲，标志设计项目虽然是企业形象设计系统（VIS）中必不可少的重要组成部分，但它却可以作为独立项目进行项目开发与完善。标志设计项目可大可小，小到设计成只具有识别功能的小图标，大到设计的标志需要整合企业文化和精神等，体现品牌价值。标志设计项目单纯从设计角度讲，可以由个人完成；从创意开发、方案整合角度讲，则必须由设计团队集体完成。

一、标志设计项目的开发流程

正确的标志设计项目流程能产生准确的标志设计思路，是优秀标志设计产生的必要前提。正确的标志设计项目流程如下。

典型工作任务	典型工作任务描述与技能点概括
信息收集	1. 客户阐述标志设计项目内容及要求。 2. 客户提供相关文件，包括企业形象设计手册、未来发展战略、公司规划等有关文本和图片资料，支持标志设计项目
提案	1. 双方就标志设计项目内容进行协商，修改、补充，以达成共识。 2. 双方确定设计具体细节及价格
会议	1. 双方签定《标志设计项目合同书》。 2. 客户支付50%预付款。 3. 客户提供设计相关内容资料
工作计划	1. 安排标志设计项目的具体负责人、工作小组与创作团队。 2. 分配工作。 3. 市场调查。 4. 收集标志设计项目的创作资料
策划、设计、制作	1. 整体策划、设计制作。 2. 客户审核确认。 3. 修改或调整，完成整体设计。 4. 提交客户最终审核
完成	1. 客户根据合同内容进行验收工作。 2. 验收合格，由客户签发《设计合格确认书》。 3. 客户支付余款
跟踪服务	1. 与客户建立长期合作关系。 2. 为客户提供相关增值服务（标志改进与提升、品牌维护、市场调查等）。 3. 为客户提供相关技术咨询服务

二、标志设计项目的前期准备工作

外部条件：企业提供标志设计项目资料

内部条件：创作团队（良好的合作关系、行之有效的创作方法等）、设计师（具有相关的法律知识，良好的职业道德、责任心、沟通交流能力、设计表现能力、综合陈述能力等）

硬件条件：安装有标志设计软件的计算机、速写本、铅笔、直尺、曲线尺、圆规的工具等

第二节 图形训练——图形的创意与构思

导言：对学生进行有针对性的联想创意训练，主要是为了培养学生的标志设计创意思维能力。在图形联想创意训练之前，一定要清楚地了解一些重要概念，然后再进行图形和思维的训练，这样可以使我们具备坚实的理论基础，做到有的放矢。

一、理论准备

1. 图形的概念

图形是在特定思想意识支配下对某一个或多个视觉元素组合的蓄意刻画和表达形式。优秀的图形是视觉美感的升华，是深刻寓意的视觉呈现，给予人哲理启示。解释以上概念虽是简短的一句话，却包含了丰富的知识量：图形是视觉元素组合，是若干个视觉元素的有机组合；图形是视觉美感的升华，是经过适当的艺术加工而成的，具有良好的视觉效果；图形是深刻寓意的视觉呈现，必须表达需要体现的含义。当把握了这三个主要的知识点，对图形的分析就能做到有的放矢。

2. 联想的概念

联想是因一事物而想起与之有关事物的思想活动，由于某人或某种事物而想起其他相关的人或事物，由某一概念而引起其他相关的概念。联想是暂时神经联系的复活，它是事物之间联系和关系的反映。

当一种事物和另一种事物相类似时，往往会从这一事物引起对另一事物的联想。把记忆的材料与自己体验过的事物连接起来，记忆效果就会很好。联想的主要分类如下。

(1) 相似联想：由某一事物或现象想到与它相似的其他事物或现象，进而产生某种新设想。

例如：太阳——圆、月亮——船

(2) 接近联想：根据事物之间在空间或时间上的彼此接近进行联想，进而产生某种新设想的思维方式。

例如：儿童——花朵、祖国——母亲

(3) 对比联想：根据事物之间存在着互不相同或彼此相反的情况进行联想，从而引发出某种新设想的思维方式。

例如：黑暗——光明、邪恶——正直

(4) 因果联想：对逻辑上有因果关系的事物产生的联想。

例如：蝌蚪——青蛙、乌云——下雨

3. 创意的概念

创意（名词）：有创造性的想法、构思等，如颇具创意。

创意（动词）：提出有创造性的想法、构思等，如这项活动由工会创意发起。



创意（英文）：originality

创意是什么？创意是传统的叛逆；是打破常规的哲学；是大智大勇的同义；是一种智能拓展；是一种文化底蕴；是一种闪光的震撼；是破旧立新的创造与毁灭的循环；是点题造势的把握；是跳出庐山之外的思路，超越自我，超越常规的导引；是智能产业神奇组合的经济魔方；是思想库、智囊团的能量释放；是深度情感与理性的思考与实践；是思维碰撞、智慧对接；是创造性的系统工程；是投资未来、创造未来的过程。简而言之，创意就是具有新颖性和创造性的想法。

二、图形联想创意训练

图形创意训练（看图说话）

通过观察图形，说出以下问题。

- (1) 主题图形是什么？
- (2) 应用了什么联想方法？
- (3) 广告中的创意是什么？

案例一（见图1.1）



图1.1 图形联想创意训练一

- (1) 主题图形：掉牙齿和啤酒瓶盖。
- (2) 联想方式：用牙齿起啤酒和啤酒销量大进行联想。
- (3) 创意表现：用事实（牙齿的破坏程度）证明啤酒的销量大。

案例二（见图1.2）



图1.2 图形联想创意训练二

- (1) 主题图形：包裹着的尸体和香烟嘴儿。
- (2) 联想方式：香烟和尸体进行联想。
- (3) 创意表现：吸烟可以导致人死亡。

案例三（见图1.3）



图1.3 图形联想创意训练三

- (1) 主题图形：胜利的手势和被砍断的树木。
- (2) 联想方式：从手势的胜利含义和树木被砍伐的形态进行联想。
- (3) 创意表现：生态的破坏换来的并不是真正的胜利。

案例四（见图1.4）

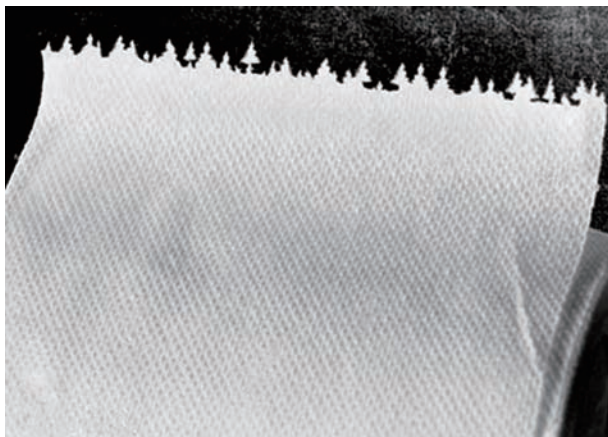


图1.4 图形联想创意训练四

- (1) 主题图形：被撕开的纸巾边缘的肌理和森林里的树木形状剪影。
- (2) 联想方式：纸的制造离不开木材，从被撕开的纸巾边缘的肌理外观和森林里树木剪影外观进行联想。
- (3) 创意表现：节约资源。

案例五（见图1.5）



图1.5 图形联想创意训练五

- (1) 主题图形：人的头皮、头发和垃圾。
- (2) 联想方式：人自身是爱干净的，头发里有头皮屑都很难容忍，何况是一些垃圾。
- (3) 创意表现：讲究卫生，爱护环境。

案例六（见图1.6）



如果
你有这样的视力，
你还会高速驾驶吗？
但这正是酒精对你视力影响的真实写照！——请勿酒后驾驶

图1.6 图形联想创意训练六

- (1) 主题图形：眼镜和酒瓶的底部。
- (2) 联想方式：眼镜联想到眼睛、视力，酒瓶联想到酒，简洁的文字设问。
- (3) 创意表现：请勿酒后驾驶。

- (1) 主题图形：人体肺的图形与燃烧的烟头，英文NO。
- (2) 联想方式：燃烧的烟头和烟雾熏黑了的肺部，由此产生损害健康的联想。
- (3) 创意表现：吸烟有害健康，请勿吸烟。

三、设计元素的构思与开发

引言：在标志设计项目中，优秀的标志设计在很多情况下取决于设计师的文化程度、思维方式、设计技巧等因素。因此，设计师在进行标志设计时，要充分考虑多种设计元素，包括企业文化、企业精神、企业理念、企业历史等，从设计构成角度考虑图形、文字、色彩等设计元素及各元素之间的组合到恰到好处才是好标志的标准。

在实践中，标志设计通常以文字、图形及文字与图形相结合的方式作为标志设计的表现手法，来表现标志所要表现的意象。

1. 文字设计元素的开发

引言：文字设计元素的开发，是指在标志设计项目中，标志的主要表现元素是文字，而这个文字信息是从与企业有关的信息中提取出来的一个文字或一个关键词，并以这个文字信息进行标志设计的形式。这类标志中，提取信息的主要方式如下。

- (1) 公司名称的全称或公司名称的首个文字（中、英文），如图1.9所示。
- (2) 品牌名称的全称或品牌名称的首个文字（中、英文），如图1.10所示。
- (3) 创始人名字、发明者姓名，如图1.11所示。



图1.9 公司名称的全称或首个文字



图1.10 品牌名称的全称或首个文字



图1.11 创始人名字、发明者姓名

标志设计

标志设计