

湖北美术出版社



世界矢量标识大全

随书光碟附送2000个顶尖
LOGO的矢量原文件

采用国际通用的
Adobe Illustrator格式

同时附送CI设计模版
让你的设计更加方便快捷

可直接用于Adobe Illustrator
Corel Draw等矢量图形软件

任意放大、缩小、组合、修改
便于您研究优秀LOGO的设计过程

所有LOGO均由专业人士精心描绘
保证百分百还原标准原形



LOGO原型由
JAY GRAPHICS NZ提供

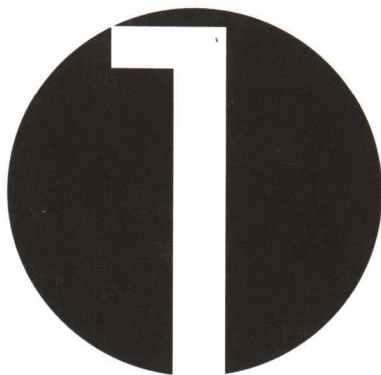
J534.4

51D

:1

2004

湖北美术出版社



{ 世界矢量标识大全 }

随书光碟附送2000个顶尖
LOGO的矢量原文件

采用国际通用的
Adobe Illustrator格式

同时附送CI设计模版
让你的设计更加方便快捷

可直接用于Adobe Illustrator
Corel Draw等矢量图形软件

任意放大、缩小、组合、修改
便于您研究优秀LOGO的设计过程

所有LOGO均由专业人士精心描绘
保证百分百还原标准原形



LOGO原型由
JAY GRAPHICS NZ提供

图书在版编目(CIP)数据

世界矢量标识大全.1 / 邹加勉 编著

—武汉:湖北美术出版社, 2004.7

ISBN 7-5394-1590-8

I .世…

II.邹…

III.标志—设计—作品集—世界

IV.J534.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 070012 号

警告: 书籍与光碟中所包含的标识仅作
为资料参考与学习之用。

世界矢量标识大全 ① © 邹加勉 编著

出版发行:湖北美术出版社

地 址:武汉市雄楚大街 268 号

湖北出版文化城 C 座

电 话:(027)87679520 87679521 87679522

传 真:(027)87679523

邮政编码:430070

印 刷:武汉中艺印务有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:8

印 数:4000 册

版 次:2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

I S B N 7-5394-1590-8 / J • 1308 ①

定 价:52.00 元



Jay Graphics NZ

◎ VIVA LOGO

世界矢量标识大全 ①

策划

邹加勉 & Jay Graphic NZ

编著

泛克 & 彭遯

责任编辑

向冰

装帧设计

邹加勉

版面设计

彭遯

★ 阅读说明:

为方便读者在光碟中查找,所有标识按名称首字母以A到Z分类,以数字开头的标识独立成章。

前言

PREFACE

企业标识是指从事生产经营活动实体的标识。企业标识的设计不仅仅是一个图案设计，而是要创造出一个具有商业价值的符号，并兼有艺术欣赏价值。标识图案作为形象化的艺术概括，既体现了设计师自己的审美方式，并用生动具体的感性形象去描述它、表现它；也促使标识主题思想深化，从而达到准确传递企业信息的目的。

企业标识设计是企业形象设计的重要方面，也是企业VI(视觉识别系统)设计的中心环节之一。因此，研究企业标识设计的类型与趋势是十分有意义的，这样的研究有助于设计师更好地把握时代赋予标识设计的特色，更有创意地为不同类型的企业塑造不同的形象。

企业可根据不同的分类标准划分出多种类型，不同种类的企业标识设计也风格迥异。依据企业类型确定标识设计的风格，这对于企业形象和企业发展起着至关重要的作用。

随着信息时代的到来，市场变化的风起云涌对设计行业最直接的影响，就是造就了一批能引领新时代设计理念和风格的作品，突出地表现为三维造型的广泛应用，材质和光泽的应用，以及更复杂、生动的形象。其中多数优秀作品多出自欧美发达国家，这些作品极强的视觉冲击力和一些反传统的做法，的确值得我们研究和学习。

研究企业标识类型与企业标识设计的未来趋势对企业和标识设计者都是一个新的课题。本文结合国内外有代表意义的企业标识作品，提出一些以我个人的分析与看法，仅供读者参考。

编者



CONTENTS

LOGO A	21	LOGO O	92
LOGO B	30	LOGO P	94
LOGO C	35	LOGO Q	96
LOGO D	43	LOGO R	98
LOGO E	53	LOGO S	100
LOGO F	57	LOGO T	102
LOGO G	65	LOGO U	104
LOGO H	70	LOGO V	106
LOGO I	77	LOGO W	108
LOGO J	79	LOGO X	110
LOGO K	81	LOGO Y	112
LOGO L	83	LOGO Z	114
LOGO M	85	LOGO 0-9	116
LOGO N	89		



一. 企业标识类型比较分析

(一) 企业类型对企业标识设计的影响

企业的类型极大地左右着企业标识设计的风格, 这在企业标识设计中已成为普遍的现象。

但是, 它并不是完全地决定企业标识设计的因素, 反常规的个例也同时并存着。企业的类型极大地左右着企业标识设计的风格, 以 Intel 公司的部分系列标识为例(如上图表)。作为世界最大的芯片制造商, 也是世界领先的个人电脑、网络和通讯产品制造商, Intel 的产品标识设计很明显地体现出高科技电子企业的风格, 用色上以亮度较高的冷色调为主, 附以饱和度较高的暖色调, 并且在设计上考虑了企业特征和产品应用等诸多方面, 可谓一系列中规中矩的标识设计。

(1) 标识四方形的结构和严谨封闭的线条体现出大企业的风范。

(2) 用色很谨慎, 并且在突出其产品编号(Pentium, PentiumII, PentiumIII, Pentium4)的数字上颇下了一番功夫: PentiumII 用色的呼应; PentiumIII 用色及编号的斜体, 还有 Pentium4 的暖色的反衬以及不同于以往的字母设计(以往用罗马数字编号, Pentium4 用的是阿拉伯数字)。

(3) 标识的设计都很易于制成电脑机箱的帖牌, 并易于识别, 与 "Intel inside" 这句著名广告语相辅相成。



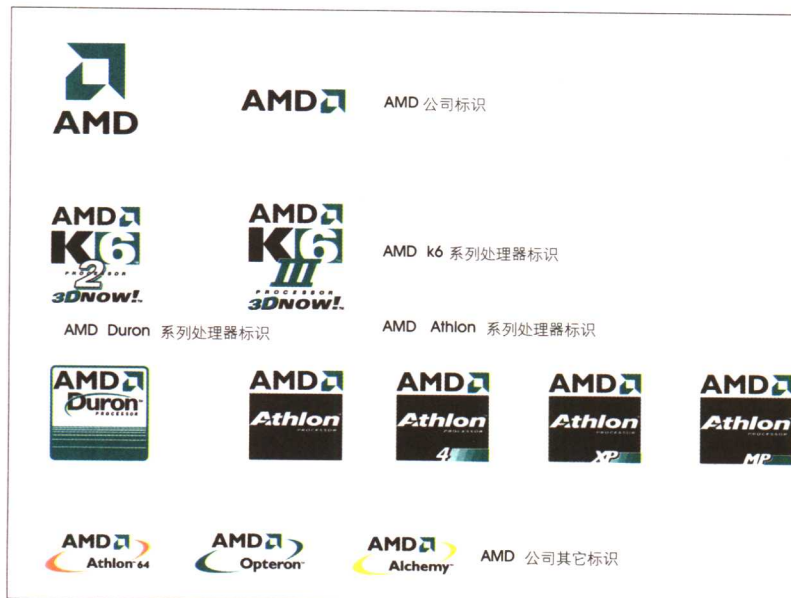
这里特别要分析的是 Intel 公司刚推出的一款新产品的标识设计——Centrino(迅驰)的标识设计。

Centrino 是 Intel 公司推出的一款继 Pentium M 系列之后的笔记本电脑中央处理器,它突破了以往 Pentium M 系列移动处理器的标识总跟随 Pentium 系列桌面处理器标识变化的惯例,在 Intel 中规中矩的系列设计里相对比较另类。深沉的蓝色首次与不安定的粉色相配合,并且和类似于蝴蝶或嘴唇的造型一起共同营造出一种活跃的气氛,从而突出了移动处理器的产品特点。

在位于北京中关村一带的 Centrino 的巨幅广告上,这个标识与同样精彩的广告语相得益彰: "Intel inside confidence outside"。(外在信心源于内在英特尔)

由上列实例可见,一方面,Intel 公司作为垄断电脑芯片制造市场的巨头企业,其类型决定了它的标识应以沉稳、大气为特色;另一方面,Intel 公司制造的是属于尖端的高科技领域的产品,由此决定其标识应在用色和造型方面体现高科技企业的前卫风格。因此,双重因素兼顾是其标识的特色。即使新推出的 Centrino 突破了以往的造型,但美丽灵动的蝴蝶造型依然用严谨封闭的线条表现,新潮不失稳重,灵动不失大气,突出地体现了企业类型对标识风格的决定作用。

以下是同为电脑芯片制造商的 AMD 公司的系列标识设计,可供参考分析,同样也贯穿了高科技企业风格。



标识



C C A V

C	M	Y	K
0	60	0	0
70	0	0	0



C C A V

C	M	Y	K
20	90	50	0
0	30	100	0



C C A V

C	M	Y	K
85	25	80	10
40	0	100	0

标准字

C C A V

C C A V

C C A V

C C A V

C C A V

C C A V

黑白稿



C C A V

这里我也举一个我的作品实例作为分析。

以上是我在华人传媒徽标设计征集活动中投稿的作品之一。(企业背景: XX 传媒发展有限公司是以北京、浙江为总部, 业务辐射全国的股份制文化企业, 经营项目包括: 音像制品的制作、发行, 国内外媒体广告的制作、发布和文化事业交流等。目前 XX 传媒已在国内各主要城市设立分公司及办事处, 发展连锁经营模式。——企业提供)

标识设计要求:

1. 符合国际商标设计潮流(例如, 可利用华人传媒简称“CCAV”字母变形)。
2. 设计需简洁、大方、意义深远, 并能体现文化内涵。
3. 体现文化传媒企业的时代、功能特点。

在设计时我有意识注意到了其企业规模较大, 且设计要求体现文化特点, 所以标识的造型以“CCAV”的英文字母变成一朵荷花, 并以简练的线条表现出来。这个标识体现了华人传媒的特色, 给人以强烈的民族感, 表明了公司以中华民族文化为基础, 勇创国际潮流的整体形象。

设计的不足之处也很明显: 文字的处理太过淡薄, 不能直接明了地指示企业名称, 且在设计上有些偏离传播行业的特点, 不能使人直接联想到传媒企业, 仍有缺憾, 尚须努力。

SUNa 公司标识



Java 语言标识



在国内外企业中也个别存在企业的标识与其身份不甚相符甚至毫无关联的现象。以 SUN Microsystems 公司（后简称 SUN 公司）的 JAVA 语言（SUN 公司开发的一种计算机编程语言）的标识设计来说，其标识为一杯热咖啡，形象本身与含义皆与计算机语言范畴无关。之所以用这个标识是据说是有一天，几位 Java 成员组的会员正在讨论给这个新的语言取什么名字，当时他们正在咖啡馆喝着 Java（爪哇）咖啡，有一个人灵机一动说就叫 Java 怎样，这个提议得到了其他人的赞同，于是，Java 这个名字就这样传开了。

如果说 SUN 公司的标识和高科技企业还有一些关系的话，那 JAVA 语言的标识的确是和计算机领域一点关系也没有，这种别出心裁的做法自有企业自己的考虑。如果单从设计的角度来衡量，无论是 SUN 公司的标识还是 JAVA 语言的标识都是相当成功的。（尤其是 SUN 公司的标识，其“S”“U”“N”三个字母组合形式精彩至极。）

（二）各类型企业标识设计实例分析

1. 按企业规模分类：

企业规模越大，其标识设计越倾向于稳重、严肃。具体表现为用色多为明度较低，饱和度较低的颜色，且惜墨如金，用色谨慎，色彩数量比较少，色彩之间的基本为同一色系，对比不刺激。造型上多用规矩的面或线，多用封闭、严谨的形象，且造型单一、简洁、流畅，给人以稳固长久，忠诚可信的心理暗示。

而规模相对较小的企业则有更大的灵活性，他们的标识大多色彩鲜明，造型变化丰富，并且有些在意义上很深刻，而给人难以磨灭的印象，从而成功地达到吸引公众，树立形象的目的。

以下是各个行业，规模大小不同的几家公司的标识对比，从中其个性特点可见一斑。

以下是一些知名企业的标识设计



以下是一些中小型企业或组织的标识设计



可以看出无论波音还是宜家,其严谨的审计风格的确体现了大公司应有的风范。以星巴克为例,对称的标识造型和对色彩严格的把握,从标识中延伸出来的是一个横跨欧亚,覆盖全球的行业王者形象。秩序化手法的应用是此类标识的重要特点。(注释:秩序化手法即均衡、均齐、对称、放射、放大或缩小、平行或上下移动、错位等有秩序、有规律、有节奏、有韵律地构成图形,给人以规整感。)其一贯的设计风格无论是被应用于店面或是印刷于咖啡杯上,都成为众多消费者追逐的对象。

反观众多中小企业或组织的标识设计,充满抢眼的色彩、丰富的造型,并且喻意深刻含蓄,行业特征性明显,同样精彩。特形图案的应用也是中小型企业或组织的标识设计的重点甚至是最重要的部分。(参考资料:特形图案是象征企业经营理念、产品品质和服务精神的富有地方特色的或具有纪念意义的具象化图案。这个图案可以是图案化的人物、动物或植物。选择一个富有意义的形象,经过设计,赋予形象人格精神以强化企业性格,诉求企业风格。)特形图案的设计以模拟和象形为主。

2. 按企业产品或服务类型分类:

下列举三种不同类型产品的企业标识设计以供分析比较



第一类标识——服饰类。可以看出“文字”已经是服饰类标识永远的主题了。万变不离其宗的文字变化是这类商品标识的显著特征，固定而有力的文字符号象征了不同阶层和品位的消费者，给人以强烈的品牌层次感。

第二类标识——电脑科技类。深沉的蓝、莹光的绿及所有可以表现科技理性，智慧与前沿的冷色调色彩构成了科技类产品标识设计的主动脉。深沉与理智是一贯的表现主题，尤其是大企业标识文字的处理更给人极强的威慑力，无论是 Microsoft 或是 Intel，都在这层理智的蓝下，完成了垄断全行业的梦想。

第三类标识——食品类。喜闻乐见的形式和丰富多样的色彩刺激着你的视觉、味觉和嗅觉。一切能够打动你的形状，一切能散发出香味的色彩，都被巧妙地运用在标识设计上。在这个行业，标识的种类甚至比你能想到的食品种类还丰富。

企业因不同的标准还可以分为许多种类型，其标识设计虽并不是整齐划一的都具有统一风格，但多少总会带有其行业特性。

由下列球队标识设计中可看出体育的热情已经渗透到标识的设计中来，夸张变形的字体配合着吉祥物或标志性色彩形成了标识设计领域一条独特的风景线，这种设计风格还被贯穿到球队主场的布置装修、运动服的设计、纪念品设计及一切与球队有关设计中去，形成了自己一套独特的 VI 体系。

球队标识设计

底特律活塞队



国际组织标识设计

联合国组织



奥兰多魔术队



联合国可持续发展世界首脑会议



西雅图超音速队



世界贸易中心



上列国际组织标识设计，则体现了大同、博爱、公益的思想内涵。尤其可以看出地球形象的应用已成为这种标识类型的特色之一。蓝色的应用则出于同样的目的。领导性与权威性也是此类标识表现的重点。

企业的分类与标识的关系远不止如此，分类还有许多标准，企业归类也并非如此绝对，其间关系千变万化。因此我们在实际设计中应注意标识设计要与企业的规模、种类、性质等一系列信息为设计依据，这样的标识才能让人过目不忘，达到传达信息的设计目的。

（三）总结

为企业进行标识设计一定要对企业性质有基本的了解，把握设计的大概方向，这是企业标识类型分析的最大现实意义所在。当然也有一些误区应引起注意：一些规模较大或知名度较高的企业，在市场运营方面也许很成功，但就设计角度来说，它们的标识并不一定是无懈可击，有时甚至是比较失败的。而有些在商海举步维艰的企业在标识设计上却可说是很成功。这和各企业的特定情况密切相关，不能一概而论。

二. 企业标识设计未来趋势分析

(一) 概述

1. 企业标识概念

企业标识即从事生产经营活动的实体的标识；产品标识即企业所生产的产品标识，又叫商标。

标识的来历，可以追溯到上古时代的“图腾”，后来作为战争和祭祀的标识。国家产生以后，又演变成国旗、国徽。到本世纪，公共标识、国际化标识开始在世界普及。随着社会经济、政治、科技、文化的飞跃发展，到现在，经过精心设计从而具有高度实用性和艺术性的标识，已被广泛应用于社会一切领域，对人类社会性的发展与进步发挥着巨大作用和影响。

2. 企业标识发展轨迹

我们可以先来回顾一下企业标识设计的变化过程。由古代广义的标识定义向现代的企业标识的过渡，在标识设计的色彩造型和思想理念上都经历了一些重大的变革。其主要发展特点有以下几个方面：

形象上：

(1) 由复杂向简约的过渡；

(2) 由散乱向标准的过渡；

(3) 由具象向抽象的过渡；

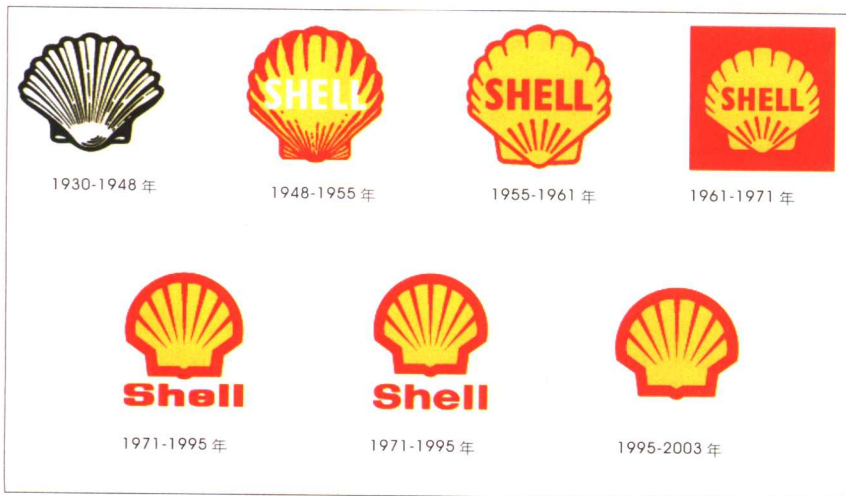
(4) 由仅用于商品包装或企业本身向可延展至整套企业视觉识别系统的过渡。

意义上：

(1) 由仅为标识和美观作用层面向体现企业内涵层面过渡；

(2) 由仅为销售商品、强化形象作用层面向推销企业理念层面过渡。

我们可以通过 Shell (壳牌) 石油企业的标识变迁明确地看到这些变化在实际中的表现：



(二) 企业标识设计发展未来趋势

1. 现象

首先我们可以看几例新标识风格的代表之作: Sony Ericsson (索尼爱立信手机公司), WindowsXP (Microsoft 公司开发的电脑操作系统), 以及 Palm (Palm 掌上电脑公司)

索尼爱立信



Sony Ericsson

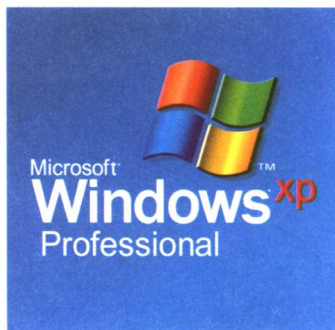


Sony Ericsson

索尼爱立信手机公司标识



palm 掌上电脑



Windows XP 操作系统

通过以上例子, 也许你很轻易地就被这种新型的标识所打动了, 这就是新型标识的魅力。这种设计风格的起源在一定程度上应归因于现代科技企业的兴起和先进的电子绘图技术的发展。现代科技企业的兴起要求标识的设计在风格上一定要打破原有的局限, 体现高科技企业的独树一帜的魅力, 从而为这种标识设计风格的产生提供了客观条件。而标志设计者先进的设计理念以及发达的制图技术, 使绘制更为精美的标识成为可能, 为其提供了主观条件。

2. 比较

通过仔细地分析,我们可以发现,这种不同于以往的设计理念拥有更大的视觉传达优势,它们与以往的设计相比优势就在于将视觉要素在标识设计中的重新定义,把三维化、材质化作为丰富标识视觉表现的重要手段;但与此同时继续保留着原有标识设计风格中所有应具备的最基本要素,如独特鲜明的识别性、精神内涵的象征性、符合审美造型性以及具有实施上的延展性,尤其是最后一点,新型标识设计(个别企业)更把标识设计与工业设计结合起来。

3. 分析

在这种新型标识的变革浪潮开始时,涌现出一批相当出色的设计作品,我们从这些新型标识的三个特点入手可以分析它们的设计方法。

(1) 三维造型的广泛应用:

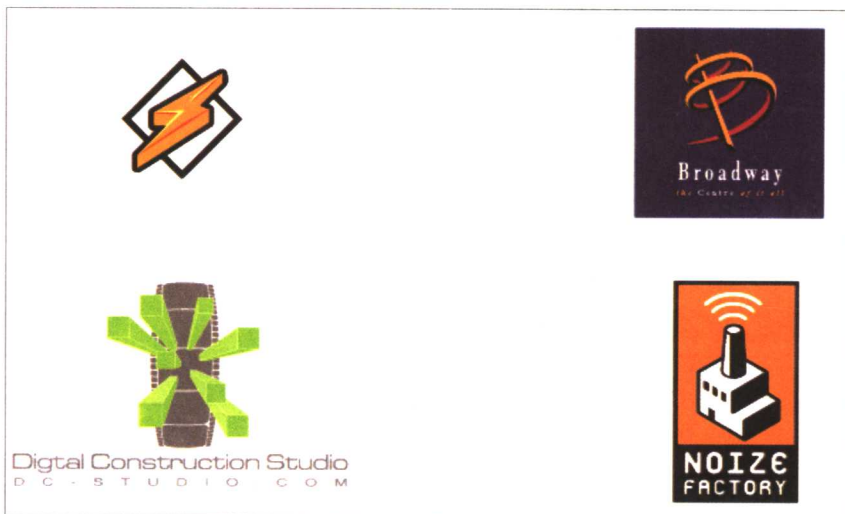
三维造型的普遍应用应该说是这些特点中最重要的特点(其材质光泽的丰富也要依据这个特点)。标识进入三维领域也分为几个层次,它们的区分在技术手段上是渐进的,但这几个层次并不是按部就班或者说按时间顺序出现的,它们的出现是完全服从于企业的理念和市场要求与设计者的设计思想。其层次区分如下:

A. 简单线条块面组合类。如下例:



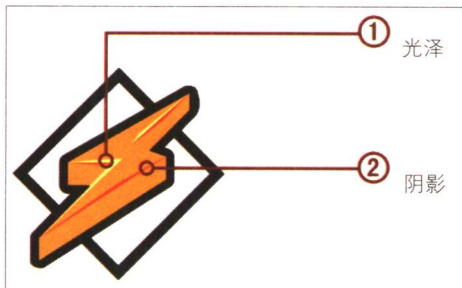
以上标识是纯粹的线面组合，将其归为新标识类型略显牵强。这类标识通过线条和块面的空间组合给人以空间的纵深感，从设计技术的角度来说纯粹是玩弄视错觉的小把戏（绝无贬低之意，指在技术层面）。这类标识的强项是在形式感的延伸上，给人以较强的空间遐想。

B. 空间立体图形类。如下例：



这类标识已经凸显了三维图像所带来的冲击力，它们在造型上已完全跨入了三维领域，三维空间所具有的透视关系也已很明显地成为平面构图中的重要因素。在继 X 和 Y 后，在纸面上拓展了仅一个 Z 轴，却为画面带来了无穷的空间和魅力。

这类标识的设计已或多或少地要以三维图像设计工具为辅助了，而适应这种需求出现了一批矢量三维绘图工具，从最早的 Adobe Dimensions, 到现在的 Discreet Plasm 以及一些优秀的三维渲染插件 (Swift3D, Illustrator, Vecta3D 等) 都可提供比较完善的解决方案。



举其中一例（Nullsoft 公司的 MP3 播放软件 Winamp 标志）来分析，可以看出，这类标识的设计在一定程度上注意到了物体的光泽和阴影可以使之更生动，虽然这种表现对于真正的三维设计来说是微不足道的，但在标识设计领域这些细微、抽象的矢量表现方式却能使标识充满生气，跃然纸上。

C. 更具动感和延伸性的立体图形类。下面是来自 The Logo Factory（著名的标识设计公司）的精彩实例：