

高等学校美术与设计专业教学丛书

丛书主编 蒋 烨 刘永健



现代DESIGN 标志设计

GAODENG XUEXIAO MEISHU YU SHEJI ZHUANYE JIAOXUE CONGSHU

主编 周海清 胡 嫔 副主编 文卫民 向开忠

ART

湖南人民出版社

高等学校美术与设计专业教学丛书

现代标志设计

主 编：周海清 胡 嫔

副主编：文卫民 向开忠

湖南人民出版社

图书在版编目(C I P)数据

现代标志设计 / 周海清、胡嫔主编. - 长沙: 湖南人民出版社, 2006. 8

(高等学校美术与设计专业教学丛书 / 蒋烨、刘永健主编)

ISBN 7-5438-4361-7

I. 现... II. ①周... ②胡... III. 标志设计 - 高等学校 - 教材 IV. J524. 4

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第092605号

现代标志设计

出 版 人: 李建国

总 策 划: 龙仕林 蒋 烨 刘永健

丛 书 主 编: 蒋 烨 刘永健

本 册 主 编: 周海清 胡 嫔

本册副主编: 文卫民 向开忠

责 任 编 辑: 龙仕林 胡艳红

装 帧 设 计: 蒋 烨 岑湘荣

出 版 发 行: 湖南人民出版社

网 址: <http://www.hnppp.com>

地 址: 长沙市营盘东路3号

邮 编: 410005

经 销: 湖南省新华书店

印 刷: 湖南新华精品印务有限公司

印 次: 2006年8月第1版第1次印刷

开 本: 787 × 1092 1/12

印 张: 10

字 数: 225 000

印 数: 1-3050

书 号: ISBN 7-5438-4361-7/G · 1052

定 价: 58.00 元

高等学校美术与设计专业教学丛书编委会

顾问：黄铁山 朱训德

主编：蒋 烨 刘永健

副主编：洪 琪 坎 勒 段 辉 戴小蛮

编委（以姓氏笔画为序）

文卫民 长沙理工大学

王幼凡 怀化学院

王锡忠 湘西美术学校

邓云峰 湖南人文科技学院

冯松涛 黄冈师范学院

田绍登 湖南文理学院

龙健才 湘南学院

刘 俊 吉首大学

刘文海 中南林业科技大学

刘永健 湖南师范大学

刘寿祥 湖北美术学院

刘佳俊 益阳职业技术学院

刘磊霞 怀化学院

吕文明 湖南城市学院

许 彦 长沙学院

许砚梅 中南大学

何 辉 长沙理工大学

坎 勒 中南大学

张 雄 湖南工程学院

李 巍 邵阳学院

杨乾明 广州大学

杨球旺 湖南科技学院

肖 晟 湖南工业大学

肖德荣 中南林业科技大学

陈 杰 中南林业科技大学

陈 耕 湖南师范大学

陈 新 长沙民政职业技术学院

周海清 湖南科技职业学院

孟宪文 衡阳师范学院

郇海霞 湖南涉外经济学院

柳 毅 上海应用技术学院

洪 琪 湖南理工学院

唐 浩 湖南工业大学

夏鹏程 益阳电脑美术学校

郭建国 湖南城市学院

高 冬 清华大学

彭桂秋 湖南工艺美术职业学院

曾宪荣 湖南城市学院

舒湘汉 吉首大学

蒋 烨 中南大学

谢伦和 广州美术学院

《现代标志设计》编委会

主 编：周海清 胡 嫔

副主编：文卫民 向开忠

编 委（以姓氏笔画为序）

于虹军 湖南科技职业学院

文卫民 长沙理工大学

邓水清 湖南科技职业学院

叶经文 衡阳师范学院

许 海 湖南师范大学

许砚梅 中南大学

向 龙 吉首大学

向开忠 怀化学院

肖 晟 湖南工业大学

肖德荣 中南林业科技大学

李 涵 湖南师范大学

李 巍 邵阳学院

李 洁 长沙理工大学

邱太平 怀化学院

陈 铿 温州大学

周海清 湖南科技职业学院

洪 琪 湖南理工学院

胡 嫔 长沙学院

胡方平 湖南科技职业学院

贺观清 湘南学院

高 冬 清华大学

殷 俊 长沙理工大学

蒋 烨 中南大学

谭亚平 衡阳师范学院

总 序

湖南人民出版社经过精心策划,组织省内外一批高等学校的中青年骨干教师,编写了这套高等学校美术与设计类专业教学丛书。该丛书是高等学校美术专业(如美术学、艺术设计、工业造型等)及相关专业(如建筑学、城市规划、园林设计等)基础课与专业课教材。目前第一期开发的有十余种,正在和即将开发的有数十种之多。

由于我与该丛书的诸多作者有工作上的联系,他们盛情邀请我为该丛书写一个序,因此,对该丛书第一期开发的教材我有幸先睹为快。伴着浓浓的墨香,读过书稿之后,掩卷沉思,丛书的鲜明特色便在我脑海中清晰起来。

具有优秀的作者队伍。丛书设有编委会和审定委员会,由省内外著名画家、设计家、教育家、出版家组成,具有权威性和公信力。丛书主编蒋烨、刘永健是我省乃至全国知名的中青年画家和艺术教育工作者,在当代中国画坛和艺术教育领域,具有忠厚淳朴的人格魅力和令人折服的艺术感染力。丛书各分册主编和编写者大都由省内外高等学校教学一线的中青年教授、副教授组成。他们大都来自全国著名的美术院校及其他高等学校的艺术院系,具有广泛的代表性。他们思想开放,精力充沛,功底扎实,技艺精湛,是一个专业和人文素养都很高的优秀群体。

具有全新的编写理念。在编写过程中,作者自始至终树立了两个与平时编写教材不同的理念:一是树立了全新的“教材”观。他们认为教材既不仅仅是知识体系的浓缩与再现,也不仅仅是学生被动接受的对象和内容,而是引导学生认识发展、生活学习、人格构建的一种范例,是教师与学生沟通的桥梁。教材质量的优劣,对学生学习美术与设计的兴趣、审美趣味、创新能力和个性品质存在着直接的影响。教材的编写,应力求向学生提供美术与设计学习的方法,展示丰富的具有审美价值的图像世界,提高他们的学习兴趣和欣赏水平。二是树立了全新的“系列教材”观。他们认为,现代的美术与设计类教材,有多种多样的呈现方式,例如教科书教材、视听教材、现实教材(将周围的自然环境和社会现实转化而成的教材)、电子教材等,因此,美术与设计教材绝不仅仅限于教科书。这也是这套丛书一直追求的一个目标。

具有上乘的书稿质量。丛书是在提取、整合现有相关教材、专著、画册、论文,以及教学改革成果的基础之上,针对新时期高等

学校美术与设计类专业的教学特点和要求编写而成的。旨在:力求体现我国美术与设计教育的培养目标,体现时代性、基础性和选择性,满足学生发展的需求;力求在教材中让学生能较广泛地接触中外优秀美术与设计作品,拓宽美术和设计视野,尊重世界多元文化,探索人文内涵,提高鉴别和判断能力;力求注重培养学生的独立精神,倡导自主学习、研究性学习和合作学习,引导学生主动探究艺术的本质、特性和文化内涵;力求引导学生逐步形成敏锐的洞察力和乐于探究的精神,鼓励想象、创造和勇于实践,用美术与设计及其他学科相联系的方法表达与交流自己的思想和情感,培养解决问题的能力;力求把握美术与设计专业学习的特点,提倡使用表现性评价、成长记录评价等质性评价的方式,强调培养学生自我评价的能力,帮助学生学会判断自己学习美术与设计的学习态度、方法与成果,确定自己的发展方向。

具有一流的装帧设计。为了充分发挥丛书本身的美育作用,丛书编写者与出版者一道,不论从内容的编排,还是到作品的遴选;无论从封面的设计,还是到版式的确立;无论从开本纸张的运用,还是到印刷厂家的安排,都力求达到一流水准,使丛书内容的美与形式的美有机结合起来,力争把全方位的美传达给广大读者。

美术与设计教育是人类重要的文化教育活动,是学校艺术教育的重要组成部分。唐代画论家张彦远曾有“夫画者,成教化,助人伦,穷神变,测幽微,与六籍同功,四时并运”的著名论断,这充分表明古人早已认识到绘画对人的发展存在着很大影响。歌德在读到佳作时曾说过这样一句话:“精神有一个特征,就是对精神起到推动作用。”我企盼这套丛书的出版,能为实现我国高等学校美术与设计专业教育的培养目标产生积极的推动作用;能为构建我国高等学校美术与设计专业科学和完美的课程体系产生一定的影响。

朱新
二〇〇六年夏

序

21 世纪人类已经进入一个图像时代，一个以图像为主导传播媒介的时代。标志作为一种视觉语言的图形符号，以其独特的视觉魅力，在方寸之间蕴含的丰富内容，更是用极其精炼的视觉语言传递明确的信息。在市场竞争日趋激烈的今天，标志已不再仅仅是依附于产品的识别符号，而已成为表达企业理念与企业文化的载体，它对良好的企业形象与品牌形象的创造起着举足轻重的作用，也从某种程度上反映了一个国家经济、科学技术和文化的发展水平。

该书借鉴了国内外同仁大量成功的设计作品作为实例，从剖析基础知识入手，用图文并茂的方法加以详细说明，使读者能够熟练地掌握有关标志设计的概述、历史发展趋势、美感特征、设计准则、表现程序等。同时又借助优秀案例生动具体地帮助读者掌握如何赋予简洁的标志图形以丰富的内涵，以及如何把图形所承载的信息以恰当的、生动的形式传递出来。

本书的标志设计范例，有的是在国际、国内重大活动中中标的作品，有的是在国内外书刊上发表过的作品，也有的是教学实践中学生创作的作品，我们对本书中选取标志设计的所有作者致以由衷的感谢。同时，对于本书中选取的作品，我们曾力求把作者一一查找清楚，虽然我们做了许多努力，但由于条件的限制，仍然还有个别作品无法查明设计者，在此，编者谨向这些没有署名的设计者表示深深的歉意。

本书完全按照贴近教学的体例框架来编写，内容由浅入深，力求有助于不同层次的设计者进行学习与交流，特别是方便高校的设计专业的学生作为教材使用。但由于时间仓促与学识有限，本书之中将有不少浅陋之见和不当之处，故编者希望它能起着抛砖引玉的作用，祈请广大同仁在使用过程中不吝赐教，提出宝贵意见，以便今后修订和完善。

编者
2006 年 8 月

目 录

第一部分 现代标志设计概述

- 一、标志的概念与分类 /2
- 二、标志的特征与功能 /8

第二部分 标志设计的历史及发展趋势

- 一、中国标志设计的发展史 /16
- 二、外国标志设计的发展史 /23
- 三、标志设计的发展趋势 /27
- 四、标志设计与名牌战略 /31

第三部分 标志设计的原则与美感特性

- 一、标志设计的原则 /40
- 二、标志设计的美感特性 /45

第四部分 标志设计的程序与表现

- 一、标志设计的程序 /50
- 二、标志设计的色彩 /55
- 三、标志设计的形式美法则 /60
- 四、标志设计的构成方式 /73
- 五、标志设计的构成方法 /78
- 六、标志设计中图形的规定与禁忌 /88

第五部分 经典标志设计案例分析 与欣赏

- 一、经典标志设计案例分析 /92
- 二、优秀标志设计范例欣赏 /96



DESIGN

第一部分

现代标志设计概述

ART

标志作为一种包含着特殊意义的符号,以其精辟之形传达特定的涵义和信念,早已成为人们相互交流、传递信息的视觉语言。特别是在21世纪这样一个信息爆炸的时代,标志艺术更是以其高度概括和象征性手法、美丽独特的视觉化语言和强烈明确的诉求力在众多信息手段中独具魅力。

一、标志的概念与分类

(一) 标志的概念

在现代汉语词典中,对“标志”的解释有两层意思:一指表明特征的记号;二指表明某种特征。而在设计艺术中“标志”又叫标识或标徽,它是以特定而明确的文字、图形、色彩来表示事物或代表事物。它不仅对事物有单纯性的指示作用,还包括对其目的、内容、性质、特征、主张、精神等的总体表现。标志可以说是

将事物抽象的精神内容,以具体可见的文字、图形表达出来。同时,它也是代表商品以及各种组织、机构特定的标记和荣誉的象征。标志以它独特的艺术形象、完整的构图,给人们留下深刻的印象和美好的回忆。

企业与社团等的标徽、商标和公共标识是标志设计中三个不同的主要内容,它们三者有许多共同的特点,但又有区别。

1. 标徽

企业、社团与事物等的标志可称为标徽,最初是由徽章演变而来的。它从个人使用发展到家族使用,一般是用以表示身份、职业等,现在成为企业、社会团体以及各种集会、活动、节日等使用的某种固定的标志表征,代表着某公司、工厂、学校、出版社、饭店、商场的形象,或者代表着所举行的会议、演出、展览、运动会等活动的性质、特征、主张、精神等的标示性图形符号(见图1-1-1至图1-1-2)。



图1-1-1 邓水清 设计



图1-1-2 蒋 烨 设计

2. 商标

商标是一个法律名称,指企业、事业单位和个体工商户者为区别其生产、制造、加工和经销某一商品的质量、规格和特征所使用的标志。一般用文字、图形或两者组合,注明在商品、商品包装、招牌、广告上面。我国商标要向国家商标局申请注册,注册人取得专用权后就受到法律保护。商标的作用在于保证商品质量,便于消费者选购以及维护商标注册人的信誉和权益(见图1-1-3至图1-1-4)。



图 1-1-3 于虹军 设计



图 1-1-4

商标可以分为三类：企业标志、品牌标志和商业行业标志。

(1) 企业标志。为了区别商品的不同制造商而设计制作的标志。如我国的“海尔”、日本的“丰田”、美国的“派克”等等。

(2) 品牌标志。为同种产品的不同类型、牌号而设计制作的标志。它是商品的商业名称,是由企业经过精心策划、深思熟虑而独创的,并且有自己显著的特点和独特的风格,用以在商业竞争中识别产品的某一名称、术语、符号、图形或它们之间的组合。它的基本作用是把企业中同种产品的不同类型的产品区分开来,同时也把不同企业之者的同类产品区别开来,使竞争者之间的产品不发生混淆。

完整的品牌由品牌名称和品牌标记两部分构成。品牌名称是品牌中可以用语言称谓表示的部分,如中国的“九芝堂”、美国的“麦当劳”、日本的“松下”等等。品牌可以被识别、认知,但也有不能用语言称谓表达的部分,如独特的符号、字体造型、色彩等视觉要素(见图1-1-5)。



图 1-1-5



图 1-1-6

(3) 商务行业标志。为了某种商务贸易、商业、服务等行业活动而制作的标志。如电信标志、银行标志、航空公司的标志等(见图 1-1-6)。

3. 公共标识

公共标识是用于公共场所的识别符号,如交通标识,它是交通规则的形象化,是有形的法规;部门标识则是部门特征的形象化,它在公共场所充做无声的向导,是使用者的免费指导。其他标识还有很多,如质量标识、安全标识、运动标识、操作标识、储运标识、元件标识、场所标识、等级标识等等(见图 1-1-7 至图 1-1-18)。

公共标识是可以被绝大多数人识别、理解的符号图形,它有超语言、超地区、超国界的通用性。

(二) 标志设计的分类

按不同的角度可以对标志设计作不同的分类。如按照物化结构分类,按标志的表现手段来分类,也可以从行业性质分类,从经济性角度分类等。

1. 按照物化结构分类

按照物化结构分类,标志有平面的标志、立体的标志、声音的标志和时间维度的标志四种基本形式。

(1) 平面标志。以一种平面的视觉形象出现的标志,它在绝大多数情况下都是诉诸视觉,但有时也会



图 1-1-7 至图 1-1-9



图 1-1-10 至图 1-1-12



图 1-1-13 至图 1-1-15



图 1-1-16 至图 1-1-18

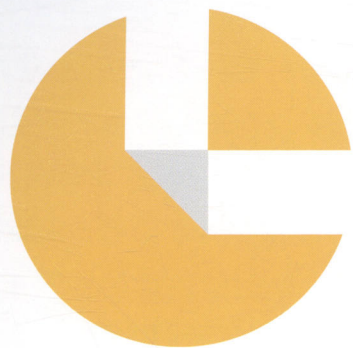


图 1-1-19 于虹军 设计



图 1-1-20

涉及触觉和听觉（见图 1-1-19 至图 1-1-20）。

（2）立体标志。有时标志从二维空间的平面形式跃为三维空间的立体形式。如宣传册上运用凹凸版印制而成的凸起或凹陷的标志，以及利用模具在物体上冲压而成的凸起或凹陷的标志。如东风标致汽车车身后贴的标志就属于此类。有时立体标志还可以以雕塑的形式出现，如北京长安大戏院门前的戏剧脸谱雕塑（见图 1-1-21 至图 1-1-22）。

（3）语音标志。在大多数情况下标志都是以一种平面的视觉形象出现的，但是标志在拥有视觉形象的同时还可以具有听觉的语音，如可以读出声的组织企



图 1-1-21



图 1-1-22

业或产品的名称就是标志语音部分。好的图形标志设计本身就具有语音感，它是通过造型、色彩、图形的节奏等造型要素的编排设计体现出来的，其他的声音因素也可能被包括起来，如组织、事物或企业的形象音乐、产品广告歌曲或其他美妙动人的声音。现在许多电视频道就采用语音标志，让观众能够从语音中就知道自己收看的频道。

（4）时间维度的标志。当标志出现在电视或移动媒体上时，它可以有时间维度。在纯空间媒介上，如印刷品，标志的时间维度可以通过空间的联系即标志具有变化的连续性充分表现出来。

2. 按标志的表现手段来分类

按标志的表现手段来分类, 标志有文字标志、图形标志、文字图形综合标志和系列化的符号与图标标志。

(1) 文字标志。标志是一种视觉图形, 但文字标志同时具有语言和语音功能, 所以文字在识别性、标准性上有着明显的优势。文字标志是指用汉字及其拼音字母或其他文字、字母组合而成, 使用在商品或服务上的标志。标志中的文字可以分汉字、拉丁字母、综合字

等 (见图 1-1-23 至图 1-1-25)。

(2) 图形标志。图形标志是指用几何图形或其他事物图案构成, 使用在商品或服务上的标志。图形具有动人形象和赏心悦目的感染力, 它所传达的图形美, 不单是外形美, 还有内在的意象美, 所以图形是标志构成的重要组成部分, 并且作为直接的设计元素被广泛地应用在标志设计中。标志中的图形有抽象图形、具象图形等 (见图 1-1-26 至图 1-1-27)。



图 1-1-23 蒋 烨 设计



图 1-1-24



图 1-1-25 张 力 设计

(3) 文字图形综合标志。文字和图形相结合的标志,有文有图,文图融为一体,相映成趣,相互补充,达到全面、完整的效果。因为它兼有文字的识别、生动和图表的准确,使标志有了丰富的表现手法和广阔的构思途径,是一种创造和别出心裁的发明,但应注意文字图形的主次关系。

文字和图形相结合有两种意义:一是构图需要,文字是构图的重要组成部分,标志的形式美和完整性是由文和图互相衬托而实现的;二是创意需要,把文和图互相糅合成统一整体,互相说明、互相补充,如能表现

对象性质、特征而变形的拉丁字母构成的标志,内涵深刻而有特色(见图1-1-28至图1-1-29)。

(4) 系列化的符号与图标标志。系列化的符号与图标是指以一个主题为中心进行多个类似造型的元素组合设计的方法。系列化的符号与图标设计要注意创意的系列性,保持系列中各符号与图标之间的联系,包括形态、色彩、寓意等,不应出现突变与变异,同时,在整个系列的共性中寻求个性特征的均衡。在系列化标志与符号当中的系列性应体现在形状的圆方、点线面、黑白、虚实等方面的关系。



图 1-1-26 王凤行 设计

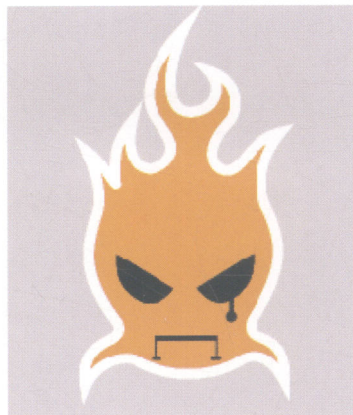


图 1-1-28 冯涛 设计



图 1-1-27



图 1-1-29



图 1-2-1 王凤行 设计

3. 从行业性质来分类

根据标志所体现的行业性质来看，标志可以分为工业类标志、不动产业标志、商业标志、交通运输业标志、金融保险业标志、邮电通信业标志、文化体育业标志、娱乐业标志、服务业标志等。

4. 从经济性角度来分类

根据标志所体现的经济性来看，标志可以分为经济性强的标志和经济性弱的标志。经济性强的标志即商业标志，包含企业标志、商品标志，以及以赢利为目的的活动或组织的标志等。经济性弱的标志包含旗帜、国徽、公益社团及活动标志、通用标志等。

二、标志的特征与功能

（一）标志的基本特征

标志在表现形式和社会功能方面的特殊性导致了标志设计的思维方式、表现手段、设计语言和审美观等方

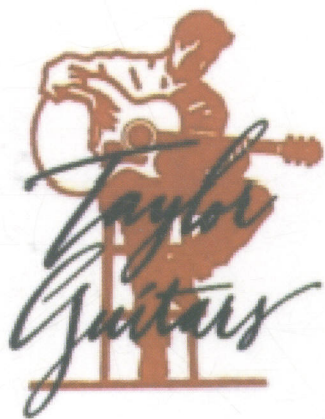


图 1-2-2

面都具有自己的特征。

1. 识别性

识别性是标志的基本特征，也是最基本和最重要的特性。标志的目的就是用最精炼的图形、文字作为视觉语言，使人一目了然，达到传播信息的目的。所以标志无论在形态上、色彩上都必须表现得简洁、明了易懂，能够让人易记、易读，避免给识别者造成视觉和拼读上的困难。因此，标志设计的要求是图形简洁、易记、易辨，增加观众的存留印象。识别性主要通过形式新颖、有强烈的视觉效果两个方面来体现（见图 1-2-1）。

2. 独特性

一个标志要想在众多的标志中脱颖而出，就必须保持独特的风格和突出的个性。标志图形、文字、色彩及读音都应具有自身的特点，要求简练、生动、鲜明，尽量表现出独一无二的构思，给人以独特的视觉冲击力，使人过目不忘。标志的独特性可以表现在个性突出、创意独特、造型别致等方面（见图 1-2-2）。

3. 象征性

象征性是标志的本质特征。它利用象征的与被象征的内容在特定经验条件下的类似和联系,使后者得到强烈的体现,达到表示某种抽象概念或思想感情的目的。标志设计是一种形象语言,使用形象就是为了表达内涵。因此标志的任务就是使人们看到标志后联想到与之相关的企业、机构、产品或活动,具有较好的解析度和良好的传播效果。例如丹芭碧化妆品标志,设计者就以飞舞的蝴蝶象征女性的美丽(见图1-2-3)。



图 1-2-3

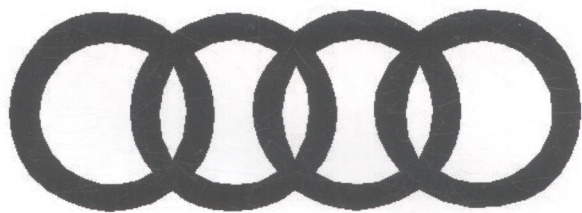


图 1-2-4

4. 审美性

审美性是标志提高魅力的重要因素。审美性即设计物内在结构和外在形式唤起的人的审美感受,它可以是标志给人所带来的精神上的愉悦感、舒适感、美感等。具体来说,可以概括为以下几个方面:

(1) 简洁美。标志的真正意义在于以对应的方式把一个复杂的事物用简洁的形式表达出来,它具有以小见大、以少胜多的特点。标志设计比其他设计要求更集中、更强烈、更有代表性。突出地表现在以单纯、简洁、鲜明为特征,令人一目了然,简练、准确而又生动有趣,具有即时达意的传达功效。如奥迪轿车标志以四个相接的圆圈构成极富鲜明的流动感的图形来表现,十分简洁凝练(见图1-2-4)。