

logolounge⁷

2,000 个由国际顶尖设计师倾情打造的品牌形象标识



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.

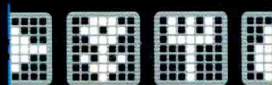
世界最全的标识设计系列丛书第7卷

VOL.



通过八位标识设计师的精心选编，Logolounge中的每个系列都彰显了标识设计的国际水准和时代精神。专家们对网站 (LogoLounge.com) 上所征集的标识进行筛选整合，出品第七卷。设计作品涵盖各个门类，编排形式直观简洁，便于相关专业师生及设计爱好者学习参考。拥有《logolounge》不仅仅意味着拥有一套书，它更意味着拥有一段设计史。

ROCKPORT



014057661

J534
64
V7

logolounge 7

2,000 个由国际顶尖设计师倾情打造的品牌形象标识

原著 Bill Gardner (美) Anne Hellman (美)

翻译 郑军荣 陈路



北航

C1742610

 江西美术出版社
JIANGXI FINE ARTS PUBLISHING HOUSE

本书由江西美术出版社出版。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书的任何部分。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问:江西豫章律师事务所 晏辉律师

图书在版编目(CIP)数据

Logolounge7: 2000个由国际顶尖设计师倾情打造的品牌形象标识 / (美) 加德纳 (Gardner, B.), (美) 荷尔曼 (Hellman, A.) 著; 郑军荣, 陈路译. —南昌: 江西美术出版社, 2014.4
ISBN 978-7-5480-2756-0

I. ①L… II. ①加… ②荷… ③郑… ④陈… III. ①标志—设计—作品集—世界—现代 IV. ①J534.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第052085号

责任编辑: 陈 军 李 佳 蒋 博

装帧设计: 蒋 博

LOGOLOUNGE 7

原 著: Bill Gardner (美) Anne Hellman (美)

翻 译: 郑军荣 陈 路

出版发行: 江西美术出版社

地 址: 南昌市子安路66号

网 址: www.jxfinearts.com

E-mail: jxms@jxpp.com

经 销: 新华书店

印 刷: 利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司

开 本: 965mm × 1270mm 1/16

印 张: 11.5

版 次: 2014年4月第1版

印 次: 2014年4月第1次印刷

印 数: 3000

书 号: ISBN 978-7-5480-2756-0

定 价: 98.00元

目录

前言 6

评委 8

范例详解

Turner Duckworth 14

Branding Today 20

Pentagram 26

Chris Mitchell 32

The Brand Union 38

Lippincott 44

Siegel+Gale 50

The Brand Agency 56

SALT Branding 62

范例简析

OCAD大学 84

阿根廷葡萄酒 90

L'Arte del Gelato冰淇淋 101

Evo服饰 106

普尔公司 113

Chapada排骨烤肉餐厅 127

星星电视网络 135

比尔德基金会 142

Casa dei Curiosi戏剧表演学校 150

菜单封面库 160

动物交流科研机构 165

Box Frites薯条 171

作品集

字母 70

字体 85

边框 91

特排字体 95

书法字体 99

饰章 102

体育 107

头像 109

人物 114

神话 120

鸟类 126

虫鱼 132

动物 136

自然 143

形状 151

象征 161

艺术 166

其他 169

食品 172

结构 176

运输 179

关于作者 182

014057661

J534
64
V7

logolounge 7

2,000 个由国际顶尖设计师倾情打造的品牌形象标识

原著 Bill Gardner (美) Anne Hellman (美)

翻译 郑军荣 陈路



北航

C1742610

 江西美术出版社
JIANGXI FINE ARTS PUBLISHING HOUSE

本书由江西美术出版社出版。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书的任何部分。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问:江西豫章律师事务所 晏辉律师

图书在版编目(CIP)数据

Logolounge7: 2000个由国际顶尖设计师倾情打造的品牌形象标识 / (美) 加德纳 (Gardner, B.), (美) 荷尔曼 (Hellman, A.) 著; 郑军荣, 陈路译. —南昌: 江西美术出版社, 2014.4
ISBN 978-7-5480-2756-0

I. ①L… II. ①加… ②荷… ③郑… ④陈… III. ①标志—设计—作品集—世界—现代 IV. ①J534.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第052085号

责任编辑: 陈 军 李 佳 蒋 博

装帧设计: 蒋 博

LOGOLOUNGE 7

原 著: Bill Gardner (美) Anne Hellman (美)

翻 译: 郑军荣 陈 路

出版发行: 江西美术出版社

地 址: 南昌市子安路66号

网 址: www.jxfinearts.com

E-mail: jxms@jxpp.com

经 销: 新华书店

印 刷: 利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司

开 本: 965mm × 1270mm 1/16

印 张: 11.5

版 次: 2014年4月第1版

印 次: 2014年4月第1次印刷

印 数: 3000

书 号: ISBN 978-7-5480-2756-0

定 价: 98.00元

谨以此书献给我的双胞胎姐妹、我的家人，特别鸣谢塔达·克劳夫特。

—Anne Hellman

每晚我都在祷告有品位的客户挣大钱，挣大钱的客户变得有品位。

—Bill Gardner

目录

前言 6

评委 8

范例详解

Turner Duckworth 14

Branding Today 20

Pentagram 26

Chris Mitchell 32

The Brand Union 38

Lippincott 44

Siegel+Gale 50

The Brand Agency 56

SALT Branding 62

范例简析

OCAD大学 84

阿根廷葡萄酒 90

L'Arte del Gelato冰淇淋 101

Evo服饰 106

普尔公司 113

Chapada排骨烤肉餐厅 127

星星电视网络 135

比尔德基金会 142

Casa dei Curiosi戏剧表演学校 150

菜单封面库 160

动物交流科研机构 165

Box Frites薯条 171

作品集

字母 70

字体 85

边框 91

特排字体 95

书法字体 99

饰章 102

体育 107

头像 109

人物 114

神话 123

鸟类 128

虫鱼 132

动物 136

自然 143

形状 151

象征 161

艺术 166

其他 169

食品 172

结构 176

运输 179

关于作者 182

前言

卓越的标识设计者一般都执著于手绘。他们的成功一定程度上有赖于他们高超的绘图技术，能够创作出具有视觉冲击力的简洁图像。我认为他们的天赋源于他们的丰富知识，由于涉猎广泛，他们才对符号学及其起源有更深入的了解。我常常从神话中汲取灵感，因为它是大多数现代文学作品的基石。

我桌上有一枚约铸于公元前300年的古希腊钱币。其正面是雅典娜女神像，反面是一只猫头鹰。神话中，这只名叫克劳克斯的猫头鹰常栖于女神雅典娜的肩上，人们将其视作女神无上智慧的源泉。民间谚语“像猫头鹰一样聪慧”就源于此。

猫头鹰的许多特点都同传说挂上了钩。猫头鹰是机警的象征，因为它可以看清黑暗中的物体，并且彻夜不眠，时刻保持警惕。它身上还有哲学的意味，因为它在黄昏时展开双翅，像给白天拉上窗帘，从此以后，白天只能在回忆中看到。因为猫头鹰可以将头转动180度，所以才有猫头鹰既可回顾过去，又可预见未来的寓意。

每个人都可以展望未来，但没有人可以预知他的下一步迈向何方，除非他知道他是如何走到今天这一步的。这只神话中的猫头鹰之所以有预言的本领不是因为它能朝前或朝后看，而是因为它能够同时朝前和朝后看，许多卓越品牌的缔造者就同这只猫头鹰一样。现在你知道藏在今日设计巨匠脑中的智慧了吧？

本书所选标识来自超过33000份的投稿作品。作品有的来自世界首屈一指的大公司，有的来自偏远地区的个人小作坊。经过8位设计大师精心评选，本书的内容精彩纷呈，将令您的生活更加丰富多彩。他们精挑细选，高瞻远瞩地为我们呈现当下最优秀的作品，也为我们未来的努力指明了方向。

透过本书编写团队严谨的视角，读者朋友会发现把握时代脉络和评析标识原来如此简单。将这2000个闪耀智慧光芒的标识放在与主题和风格类似的其他标识中会更耀眼。Logolounge.com的员工可以浏览所有标识，它们可以是已出版的书中的标识、正在出版的书中的标识和未来出版的书中的标识，也可以是为了未来版本的需要，对现有版本进行的升级。在本书的写作期间，标识长廊数据库中的标识数量已突破170000，这些标识的作者来自100多个国家。它们都可以通过输入行业名称、设计师、日期、客户、风格等关键词进行检索。

新创意同复苏的老创意一起推动了企业形象设计的革新，这种革新的速度即便不按小时计算，也得按日计算。标识长廊之序列七不仅展示了当代最卓越的标识设计，而且提供了不少案例分析，让读者可以一窥世界最新的企业形象设计项目背后的故事。本书既分析了设计大师惯用的经典手法，又展现了一些出色的新手法。

范例详解和范例解析中的标识来源广泛，有的来自跨国品牌设计公司，有的来自小型设计工作室，有的来自个人工作室，它们向读者展示了设计过程中面临的挑战和灵感乍现的瞬间。客户中既有世界著名的时尚品牌，也有刚起步的服装加工厂；既有大型的食品集团，也有地方性餐馆连锁；既有汽车品牌，也有网上公司；既有跨国集团，也有艺术学校。为这些客户设计的标识都是由设计师精心打造，在贴近客户定位的同时，力求简洁，使标识本身就具有强有力的说服力。许多设计师在贴近客户定位方面又前进了一步，抛弃固定的体系，采用机动灵活的设计，可以随环境和用户的变化而变化。

本书含有大量顶级设计师的作品，我可以向你保证，本书还是下一波名牌设计师的家园，因为就像我们行业现在的大师一样，他们在设计之前既回顾过去，又面向未来。

——Bill Gardner

评委



Tom Andries

Branding Today, 比利时, 勒芬市

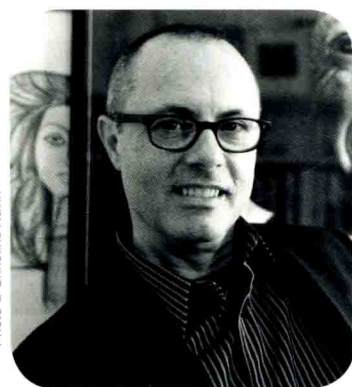
“日本花园”，作者：One Up

“我通常在标识中寻求好的构思。我喜欢日本花园这一标识因为它简单且充满智慧。设计师采用了日本一个石块或一个干燥的花园的形象，其中，碎石被耙成图中模样，象征海洋、河流，或是湖泊。将碎石耙成如是模样，让人联想到波浪和涟漪，具有美学功能。此外，该标识的风格和颜色也与该标识构成完美的平衡。用耙子耙成大写字母J真是太有才了！”



Tom Andries研习过平面设计、广告和版面设计。他最先是在布鲁塞尔营销设计公司工作，随后开设了自己的创意店“沃坎”，并成为安特卫普红星设计（WPP旗下LDV联合公司的设计部）的创意总监，在那里，他设计了大量知名的标识和品牌形象（安特卫普市、维尔软件公司、索尼中心、布鲁塞斯航空公司）。此

后，他又创立了“Branding Today”——他自己的品牌设计机构，该机构的客户包括托马斯厨具、艾克佛、Vmna、bpost等。汤姆凭借安特卫普市的形象设计荣获艾菲奖。



Ken Carbone

Carbone Smolan Agency, 美国, 纽约

“希尔山区小学家庭教师协会”，作者：Dandy Idea

“这个有趣的图标是灵感瞬间的代表之一，在该作中，两个看起来毫不相干的元素巧妙地结合起来，传达了新的意义。我还没有用谷歌搜索之前，就猜测这是为得克萨斯州一所学校设计的。这要归功于该作强劲的传达能力和明晰的表达手法。我真心喜欢它的简洁和色彩，看了太多极度渲染的数字特效标识设计，此标识给我耳目一新的感觉。该作看起来就属于那种‘孩童友好型’，设计者也是何其幸运，可以将学校的名字完美地嵌入狢猻身体。这是平面设计中的杰作。”

Ken Carbone是一位设计师、艺术家、音乐家、作家及教师。他是Carbone Smolan公司（一家设计及品牌塑造公司）的创始人兼首席设计总监。Carbone Smolan公司在其30多年的历史中将内容、策略、艺术完美融合，为一系列公司创造出综合全面的二维、三

维及数字设计，这些公司包括宁静岛、摩根史坦利投资公司、陶布曼中心、文华东方酒店、佳能、卡内基纺织、芝加哥交响乐团、考比斯、建筑记录杂志、卢浮宫。Carbone是《艺术鉴赏家：与40位天才面对面》（Stewart Tabori & Chang）的作者。他是视觉艺术学校美术硕士项目的教授，也是快速公司杂志co. design博客的重要资深博主。



Louise Fili

Louise Fili责任有限公司，美国，纽约

“阿拉巴马民间艺术展”，作者：Wray Ward
“该作手工制作的乡土气息带来耳目一新的改变。”



Louise Fili是Louise Fili有限责任公司的负责人，专长于食物包装和饭店形象设计。2004年她应邀加入艺术指导名人堂。菲丽讲授平面设计和版面设计，她的作品被议会图书馆、古柏·赫威特博物馆以及国家图书馆永久收藏。她与Steven Heller一同撰写了《意大利装饰派艺术》《荷兰现代》《封面故事》《英国现代》《西班牙装饰》《德国现代》《法国现代》《版式设计》《设计鉴赏家》《反风俗》《风格百科》《欧洲装饰》《脚本》。她每年夏天都要在意大利SVA大师工作室教学。



Cesar Hirata

FutureBrand BC&H，巴西，圣保罗市

“伟大的茶路”，作者：Denis Aristov

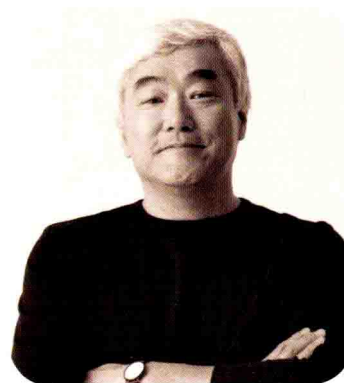
“我被这个标识深深地吸引了，这是一条由一片片的树叶相连而成的小道，以自由的姿态漂浮，色彩明丽。看起来清新脱俗，精细巧妙。对我来说，它是以一种简单而机智的方式来展示内涵的。”



THE GREAT TEA ROAD

Cesar Hirata于1991年加入BC&H设计公司，并于1995年成为其任事股东。自那以后，他一直发展并巩固与个人客户及公司客户的长期关系。2002年，BC&H公司被Interpublic公司收购，Cesar Hirata便致力于把FutureBrand公司的全球品牌管理专长运用于它当地的客户。他负责维持公司的重要客户关系和领导一个多元化的创新团队。主要客户包括美洲饮料公司（Ambev）、

Bradesco、BRF Brasil Foods、Cielo、Grupo Boticário、通用汽车公司（GM）、Grupo Pão de Açúcar、Itaú、Medley以及雀巢公司。Cesar是巴西的平面设计协会“ADG Brasil”的创始人之一。



评委



Paul Howalt

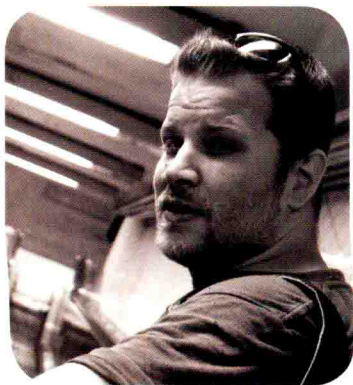
Tactix Creative, 亚利桑那州, 凤凰城

“星星的力量”，作者：Insight Design

“我这入围的最后一批作品都有明显的视觉理念，但最后，我将其他作品删去，只留下这幅作品是因为本作具有其他作品不具备的优雅、大胆和个性。我无法忽视这幅作品的多重内涵：它分裂成了若干个单色元素，而这几个单色元素构成一个综合的整体时效果更好。所有组成部分的正负空间比率具有一致性，且未消减处于四块组合负空间的星星的可视性。我能预见作者将该标识出售给客户时无需任何解释。”

1991年，Paul Howalt开始从事设计和插画工作。他是Tactix Creative设计工作室的创意总监。同时，他也是这个位于菲尼克斯地区的设计工作室的创始人之一。他大胆的平面设计手法是由他儿时对漫画、纪念卡片的狂热欲望发展而来的。他的客户包括纽约时报、MTV、迪士尼、HBO、美国橄榄球联盟、体育画报、塔吉特

百货、孩之宝公司、美泰公司等。Howalt的作品不仅永久陈列于纽约Cooper-Hewitt设计博物馆，而且在多次诸如The One Show、Print、Communication Arts、ID、AIGA、New York Type Directors Club、HOW和Graphis的节目中获奖。



Gyula Nemeth

匈牙利, 布达佩斯市

“钢丝上的探戈”，作者：Double A Creative

“我对该作品‘一见钟情’。它的优雅、动感、细节，正对比与负对比的运用让该作如此出众。即使该作的色彩渲染出微妙的挑逗氛围，但仍可作多种调整，用于多

种场合，制造唯美氛围。它不愧为一件杰作。”

2000年，Gyula Nemeth成为了一名平面设计师及插图画家。他可以在桌旁、房顶上、海滩上、床上、浴缸里、拥挤的公交上、开动的轿车里、区间火车上、大西洋上空的飞机上等任何一处地方工作。在过去的10年里，他定居于美国、匈牙利、墨西哥和多米尼加共和国，游走在公司雇员与自由职业者之间。Nemeth先居于匈牙利首都布达佩斯市，并在其家庭工作室工作。他的客户名单里有可口可乐、通用电气、墨西哥大学和加拿大Ironhead。



Regine Stefan

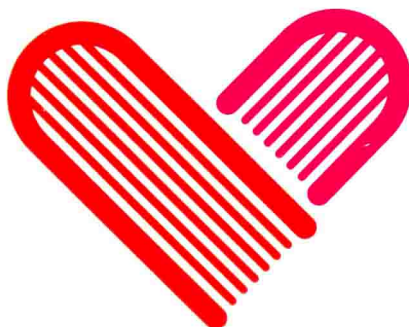
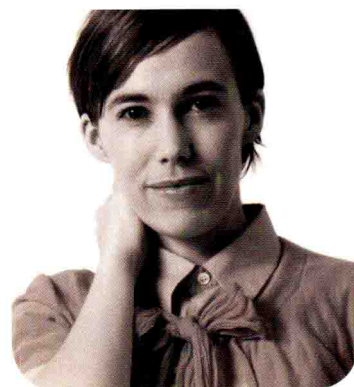
Venturethree公司, 英国, 伦敦

“高声朗读”, 作者: Brittany Phillips Design

“该作从诸多作品中脱颖而出是因为它简单而有趣。它没有只表现该图书馆的名字, 而是匠心独运, 用‘心’型表达了对图书的热爱。通过运用简单而自信的创作手法, 将该作完美地呈现出来。两道明丽的色彩添加了些许俏皮的感觉。因为图书馆的标识多半传统沉闷, 所以该作就更显大胆、出众, 让人耳目一新。”

自2002年起, Regine Stefan便在Venturethree公司工作。她获奖颇多, 且在打造品牌方面具有丰富的经验。最近, 她参与Liberty Global公司(全球最大的媒体公司之一)的企业形象包装。同时, 她还担任了UPC(欧洲发展最快的娱乐和通讯公司之一)创意团队的负责

人。她协助SKY公司在德国、奥地利及意大利的市场投放, 协助Ono公司在西班牙的市场投放, 协助Richard Rogers及其合伙人设计的Parc1在韩国的迅猛发展。

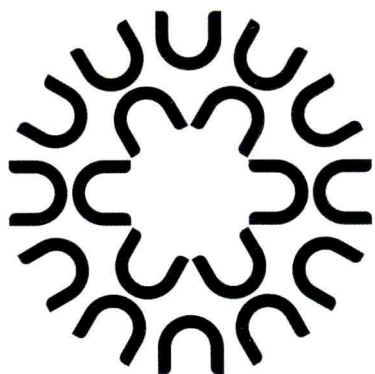


James Strange

Bailey Lauerman, 内布拉斯加州, 林肯市

Summit Series Conference, Indicate Design Groupe

“我选取这个标识是出于它的简洁明了。无需任何解释便揭示了峰会这一主题。杰作!”



James Strange 是Bailey Lauerman公司的设计总监。他具有25年塑造品牌的经验, 他的客户包括康尼格拉食品公司、BassPro商店、庞巴迪公司和迪士尼。他的主要精力放在公司形象设计和品牌全面经营上。他曾在多个颁奖节目上获奖, 这些节目包括Communication Arts、Graphis、One Show、Logolounge和Effies。他喜欢绘画、吃午餐、与家人在一起。在家庭方面, 他没获过什么大奖, 除了他3岁大的儿子涂鸦的一架飞机和妻子的几个吻。



