

NEW VI DESIGN

新VI设计

NEW VI DESIGN

中外设计史与艺术设计思路解读丛书

新VI设计

NEW VI
DESIGN

主 编 胡 柳

副主编 罗一村 王 玮 马 宁 杨 阳 纪晨彤



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

中外设计史与艺术设计思路解读丛书

新 VI 设计

主 编 胡 柳

副主编 罗一村 王 玮 马 宁 杨 阳 纪晨彤



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

J524.4/79

内 容 提 要

本书针对 VI 设计这门专业设计课程进行编写,内容广泛、专业,具有一定的系统性和指导性。

全书分为三大部分共九个章节,第一部分为理论篇,主要讲述了中西方 VI 设计的起源与发展,以时间脉络为线,从原始符号的起源一直到近现代中西方 VI 理论的发展进程,作了系统的探索和总结。第二部分是实践篇,主要是从 VI 设计的实际操作和推广应用层面对 VI 设计进行深层次的解析和鉴赏。其中包括 VI 设计的前期准备工作、沟通与策略的规划;对 VI 设计的基础部分进行详细讲解,包括标识、标准字、标准色、核心图形等的理念及设计规范;VI 设计中应用部分的主要内容有办公用品类、产品包装类、环境与导示系统类、交通工具类、服装服饰类、网页设计类等;以及 VI 手册的设计与制作。第三大部分则是赏析篇。通过直观的案例帮助学生在设计的过程中理解 VI。

本书适用于高等院校艺术设计专业教材,也可作为平面设计人员和设计爱好者的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

新VI设计 / 胡柳主编. -- 北京:中国水利水电出版社, 2014.4

(中外设计史与艺术设计思路解读丛书)

ISBN 978-7-5170-1870-4

I. ①新… II. ①胡… III. ①企业—标志—设计
IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第067642号

策划编辑:杨庆川 责任编辑:陈洁
设计指导:薛江 设计制作:徐立萌 郝丽 谢南勇

书 名	中外设计史与艺术设计思路解读丛书 新VI设计
作 者	主 编 胡 柳 副主编 罗一村 王 玮 马 宁 杨 阳 纪晨彤
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn 电话: (010) 68367658 (发行部)、82562819 (万水)
经 售	北京科水图书销售中心(零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	北京联城乐印刷制版技术有限公司
规 格	205mm×255mm 16开本 20.25印张 601千字
版 次	2014年4月第1版 2014年4月第1次印刷
印 数	0001—4000册
定 价	88.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换
版权所有·侵权必究

丛书编委会

艺术顾问：薛 江

丛书主编：丁剑超

本书主编：胡 柳

编委（排名不分先后）：

吕林雪	王洪瑞	乔 磊	丰 蔚
王玉华	关庆飞	吴文聪	刘 欢
陈 静	林 璐	邵 瓚	梁 娜
赖 敏	王海龙	李荒歌	宋泽惠
马 乐	彭文霞	徐 彬	

总 序

设计是应用性极强的一门学科，它以视觉传达为主要手段，起到美化生活、优化生活、改善生活，提高人们审美意识，形成时代风貌的作用。我们现在对于设计的思考已不再是简单技术层面上的思考，我们的目标是市场，是把信息合理有效地传递出去。因此，设计是一种方法，是一种解决问题的手段，我们对于设计的思考就是对于生活本身的思考，是一种对待问题解决的态度。

近些年，随着我国社会经济的飞速发展，社会发生了巨大的变化，社会中的人与人、人与物、人与环境都随之发生了巨大的变化，社会的各方面都在进行重组，设计领域也是一样发生着变化。为此，国家增设了众多不同层次的设计院校及设计专业，有系统、有成效地培养正规的设计人材，但从目前来看，仍缺乏一套较为完整的、系统的、科学的专业教材为广大设计人员学习与参考。

鉴此，我们组织国内一线的专业设计人员撰写了《中外设计史及设计思路解读丛书》，首次推出14本，即：《新漫画设计》、《新动画设计》、《新软陶设计》、《新插画设计》、《新绘本设计》、《新书籍设计》、《新成衣设计》、《新包装设计》、《新广告设计》、《新展示设计》、《新室内设计》、《新标志设计》、《新字体版式设计》与《新VI设计》。

它涵盖了书籍设计、服装设计、软陶设计、动画设计等多方面的设计领域，以理论与实践相结合的方式，遵循“循序渐进，学以致用”的原则，精炼简洁，深入浅出，把每一个学科的理论浓缩到近万字的篇幅，重在把握理论要诀，指导设计实践。书名突出一个“新”字，象征着在艺术设计学习领域掀开了崭新的一页，并对大师作品有一个新层次的解读，开阔设计视野。

设计史、设计作品与艺术设计思路解读是本丛书最大的特色之一。每本书都包括理论篇与应用篇两大部分。第一部分理论篇，紧密结合了“史”，追本溯源，分别介绍了西方设计简史、中国设计简史以及当代设计形态三大板块，在每一个板块的编写过程中都是以时间为线索来阐述，并且把艺术作品放置到历史的语境下来解读，做到还原历史语境下作品的真实性，把作品和当时历史、文化背景、经济条件等客观的元素结合起来解读，做到了准确与真实。重点分析了不同历史时期设计师的设计思路，以人为切入点，在分析设计师的手法、思路、理念上，力求把这些信息准确地表达出来。第二部分应用篇，重点介绍设计师在艺术设计学习领域遇到的各种细节，包括：文案策划、设计方案、客户谈判及设计流程等一些工作中的经验、应对技巧与方法等。每个艺术设计作品实例力求具有代表性与独创性，并非拼凑与罗列。

本套丛书具有较高的知识性、指导性及实践性，它既适合作为全国各艺术院系艺术设计专业学生的教材，也可作为广大设计爱好者的参考用书。

丛书中的艺术设计作品精选经典案例，具有代表性，有些作品苦于联系不到作者，请原作者看到本书后，及时联系我们，出版社会按标准支付相应报酬，邮箱是56644774@qq.com。全国各艺术院系的老师如果有好的作品，或对本套丛书有独到的建议，也可以投稿并与我们取得联系，在此对专家及读者热情的关注表示深深地感谢。这套丛书只是起到抛砖引玉的作用，希望通过我们的努力能够帮助广大设计爱好者理清思路、开拓视野，并提供行之有效的解决问题的方法。祝愿中国涌现更多更好的设计人员。

丛书编委会

2012年03月

前 言

VI (Visual Identity) 即视觉识别系统, 是CIS系统中最具传播力和感染力的部分。可以将CI的非可视内容转化为可视的视觉识别符号, 并且可以通过丰富多样的应用形式, 在最为广泛的媒介上进行最为直接的传播。VI是企业形象的重要表现形式, 随着经济的发展, 企业形象的个性表现已经成为企业发展非常重要的组成部分。

改革开放以来, 我国的经济迅猛发展, 企业之间的竞争愈来愈激烈, VI设计很自然地成为了企业之间突出个性特征的首选因素, VI俨然成为企业树立形象、扩张市场、贯彻经营理念的必要手段, VI通过可视化的视觉传达充分体现了企业的精神气质与文化内涵。然而就现阶段的中国来说, VI仍处于不断发展和探索阶段, 正因如此, 与VI相关的专业书籍以及设计人才也受到当今社会越来越多的重视。本书正是顺应这种社会发展新需求的态势而编写成形的《新VI设计》, 全书分为三大部分共九个章节, 其中第一章到第四章为理论部分; 第五章到第八章为实践应用部分; 第九章为赏析部分。

在理论部分中, 第一章主要讲述了中国VI设计的起源与发展, 从原始时期符号的起源一直到近代中国VI理论的引进和发展, 按时间顺序做了系统的探索和总结。第二章则相对应地讲述了西方VI设计的起源与发展, 同样以时间脉络为线索, 讲述从西方远古时期到西方近代, VI的萌芽、发展和不断完善的过程。第三章讲述VI视觉识别系统的形成, 包括形成的历史背景, 以及VI系统在全球范围内不断探索的各种阶段。第四章则从理论层面上具体阐述了VI系统的概念, 包括CI定义及构成, VI系统的具体内容和功能, 并以部分经典案例为研究对象, 探讨了现代VI设计的发展趋势。

实践应用部分主要是从VI设计的实际操作和推广应用层面上对VI设计进行深层次的解析和鉴赏。其中第五章细致讲述了设计的前期准备工作, 包括设计的沟通与策略的规划, 第六章对VI设计中的基础系统部分进行了深入浅出的详细讲解, 包括标识、标准字、标准色、核心图形等的理念及设计规范。第七章则着重讲述了VI设计中应用系统部分, 主要内容有办公用品类、产品包装类、环境与导示系统类、交通工具类、服装服饰类、网页设计类等。第八章是关于VI手册的设计与制作。最后则是第九章的精彩案例赏析。

本书作为设计思路解读系列丛书之一, 通过理论和实践两部分的结合达到应用性和示范性的统一, 面向广大的VI设计爱好者以及专业院校学生, 适应当代设计教育的需求。同时为说明问题, 本书引用了社会上的若干实际品牌的VI设计作为范例, 特表感谢。

编者

2014年2月

目 录

Contents

第一章 中国 VI 设计的起源与发展

- 1.1 原始的符号 4
- 1.2 铜器的纹样和铭文 5
- 1.3 商标的初步的繁荣 8
- 1.4 旧商标法建立以后 10
- 1.5 新中国成立以来商标的发展 12

第二章 西方 VI 设计的起源与发展

- 2.1 西方远古时期标志的起源 20
- 2.2 西方上古时期标志的出现 23
- 2.3 西方中世纪时期标志的发展 23
- 2.4 西方近代标志的成熟与拓展 29

第三章 VI 视觉识别系统的形成

- 3.1 VI 系统形成的历史背景 36
- 3.2 VI 系统在美国的兴起 40
- 3.3 VI 设计在日本的成熟 43
- 3.4 CI 设计在中国的发展 45

第四章 VI 系统概述

- 4.1 CI 的含义及构成 52
- 4.2 VI 系统的具体内容 53
- 4.3 VI 系统的功能 55
- 4.4 VI 设计的经典案例 56
- 4.5 现代 VI 设计的发展趋势 68

第五章 VI 设计的前期沟通

5.1 和客户打交道 75

5.2 设计策略 78

第六章 VI 基础系统的设计

6.1 VI 设计中的重头戏——标志 82

6.2 VI 设计中的基本元素——标准字 108

6.3 VI 设计中的基本元素——标准色与辅助色 114

6.4 VI 设计中的基本元素——核心图形与吉祥物 120

第七章 VI 设计中的应用系统

7.1 办公用品设计 130

7.2 包装设计 136

7.3 指示系统设计 142

7.4 展示设计 148

7.5 服装设计 152

7.6 交通工具设计 154

7.7 网页设计 157

7.8 整体设计中版面的应用 160

第八章 VI 手册的制作

8.1 概述 170

8.2 VI 手册编制形式 170

8.3 VI 手册——基础部分 172

8.4 VI 手册——应用部分 194

8.5 VI 手册案例展示 218

第九章 VI 案例赏析

写在前面

VI 设计这个概念的提出时间并不很长,但是它有一段很漫长的发展历史。VI 设计是由原始符号、封泥、印章等的出现以及标志设计的成熟使用和延伸而发展起来的,19 世纪末 20 世纪初 VI 设计这个名词才被正式使用。VI 设计的核心是标志的设计,在这里,我们把标志出现前的原始符号(图腾、记号、符号)、封泥、印章、印记、望子、纹章、花押、烙印等统称为视觉识别。

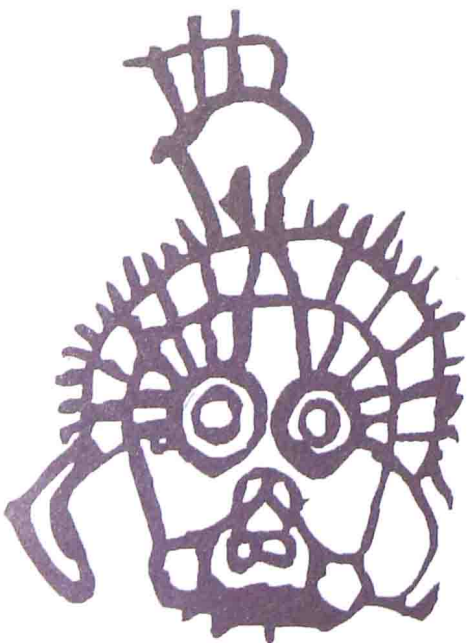


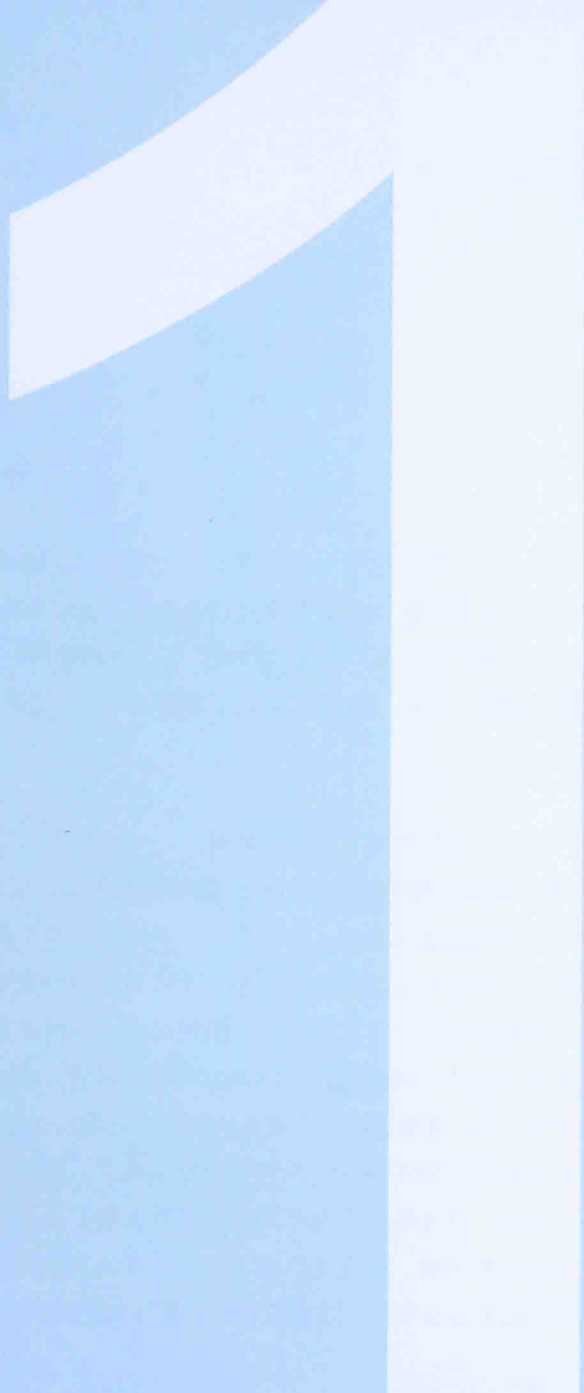
图 1——太阳神图腾

人类为了交流而创造了语言,为了记录的需要又创造了符号、记号、图形、文字等视觉语言,标志和文字同出一源,都是由原始社会的符号、图腾发展而来。远古时代,人类为记录事物,以及记录生活中发生的大事件,在岩石上刻画的图形是人类最早的图像记录。随着人类的不断进化,产生的共识图形、文字,逐步演变成形象性文字符号,用来表达某些思想情感,并且随之产生了古代神祇、图腾崇拜。图腾就是在这种认识、崇拜、神话形象的过程中形成,用来表达某一群体的精神、信仰,它也是部落最早的标志。如女娲氏族以蛇为图腾,夏禹的祖先以黄熊为图腾,还有以太阳、月亮、乌鸦为图腾的(图 1)。最初人们将图腾刻在居住的洞穴和劳动工具上,后来就作为战争和祭祀的标志,成为族旗、族徽。这些图腾既有写实的,又有寓意,从再现、模拟自然到抽象化表现,再不断地变化和发展,一方面体现了人们对生活的殷切向往,另一方面表现出对美的追求。在劳动生活交往中,随着符号、图像和文字的出现和发展,人们慢慢表现出了识别意识。



图 2——刘家功夫针铺的宣传单

古代,人们在生产劳动和社会生活中,为了方便联系,区别事物的种类特征和归属情况,不断创造和使用各种类型的标记,如路标、碑、印信、图章等。中国自从有了米店、茶馆、药铺、布社、酒坊等,就有了招牌、幌子,可以说这些都是早期的视觉识别。到了宋代,商标的使用已相当普遍,如中国历史博物馆收藏的宋代山东济南的刘家功夫针铺的宣传单(图 2),在商品包装上印着兔的标志图形,并有“认门前白兔儿为记”的文字说明。所谓“为记”就是指标志,可谓是图文并茂的第一款商标设计。这种标志设计对质量信誉做出了保证,是商业道德的体现,之后的标志设计中,为了迎合顾客心理,还将含有祝福、喜庆、吉祥的元素加进去,如药铺用“鹤鹿同春”,金银首饰店用“和合”、“如意”的吉祥图案。欧洲中世纪在战场上诞生了纹章,出现了表明签署人身份的花押,以及烙印在牲畜身上的记号——烙印。13 世纪,由于商业和手工业的发展,标志在欧洲大陆盛行。随着工业时代的到来,社会经济迅速发展,产品以前所未有的多品种高数量充斥于市场。这时标志成为消费者、商品和市场间不可缺少的重要媒介,人们逐渐形成认牌购买的习惯。



中国 VI 设计的起源与发展

第一章 中国 VI 设计的起源与发展

1.1 原始的符号

我国视觉识别的起源与中华民族文化的历史是紧密相关的,可以说,原始社会中部族的图腾、手工艺品及其物品上的符号和记号是早期的视觉识别。这类标志、记号和符号并非只是一种纯装饰的纹样,它们还传达着部落信仰和传统观念,体现出那个时期的人一定的动机和目的,反映着当时社会生活的内容且具有各种寓意。如原始时代岩画的符号图式,并不只是一种轻率、简单的线条刻画活动,符号图式中隐喻的内涵,在某种程度上类似于我们今天的符号语言。那些符号或是原始的记事,或是配合说明某事,或衬托某种图形,或隐喻当时某种观念等。在文字产生之前,我们的祖先在很长的一段时间里都是用结绳进行记事(图 1-1-1)。他们以绳结形式反映客观经济活动及其数量关系的记录方式。结绳记事是被原始先民广泛使用的记录方式之一。其结绳方法,据古书记载为:“事大,大结其绳;事小,小结其绳,之多少,随物众寡”(《易九家言》),即根据事件的性质、规模或所涉数量的不同结系出不同的绳结。以后看到这个结,就知道当时的狩猎数据、生产状况。结绳逐渐成为了人们辅助记忆的工具,这些原始的符号应当说是标志的雏形。

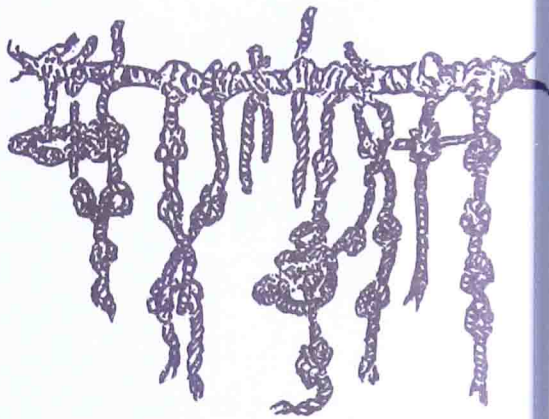


图 1-1-1——结绳记事

1.1.1 图腾

图腾,是指原始时代的人们把某种植物、动物或非生物等当做自己的祖先或保护神,并且相信他们有超自然的能力,会保护自己,并且还可以获得他们的技能和力量,是人类历史上最早的一种文化现象。图腾在原始人的眼里实际是一个被人格化的崇拜对象。图腾作为崇拜对象,主要的不在于他的自然形象本身,而在于它所体现的血缘关系。图腾崇拜的意义也就在于确认氏族成员在血缘上的统一性。

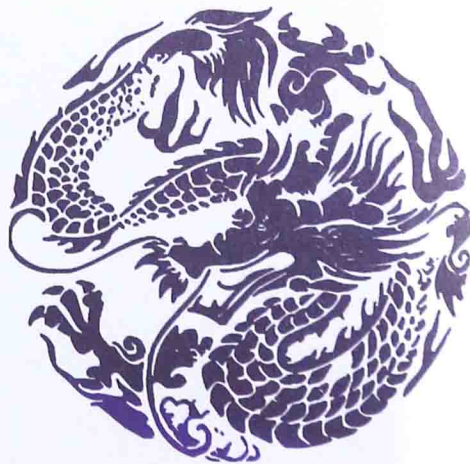


图 1-1-2——龙图腾

我国的原始社会经历了一个漫长的时期。当时的人们认为自己的祖先是 由图腾对象转变而来的,因此图腾对象在当时成了一种不可侵犯而且又具有维护部落兴旺能力的“神灵”。各原始部落都以自然界的某一物种作为自己信仰和崇拜的对象,并且动物又占多数。这是因为当时人们的眼界狭隘且与氏族制度有关联。原始人不懂得人类繁衍后代的道理,而认为本氏族的祖先与某种动植物,特别是动物有密切联系,氏族的祖先就是图腾动植物的化生或转世。动物与人类在许多地方相似,但是又有许多人类没有的优势,如鸟能在空中飞,鱼能在水中游,爬虫会蜕皮,又能避居于地下……这一切,都正是先民们把动物放在图腾对象第一位的原因。

龙图腾(图 1-1-2):中国人对龙的崇拜是一种延续了数千年的特殊现象。在中国人的心目中,龙具有非凡的能力,它有鳞有角,有牙有爪,能钻土入水,能兴云布雨,又能电闪雷鸣。关于龙的形象,无论古今,都没有给出确切形象。而如今人们所表述的龙的形象,都是龙形象完美之后的形态。据较早较可靠的古代文献记载:远古时期,

中国大地上从先后出现过一些著名的部落,其中最著名的是黄河中下游,渭河流域的炎帝部落、黄帝部落,黄河下游的少昊部落,江淮流域的太昊部落。史称炎帝族首领“牛首人身”,所以有些学者认为炎帝部落以牛为图腾,但据说炎帝的族姓是“姜”,可以认为,姓从母系,姜即为姜,故炎帝的母系图腾为羊。黄帝,意为黄土高原的统治者,其图腾应为黄土。炎帝族和黄帝族属于华夏族团;少昊部落和太昊部落则属于东夷族团。少昊部落以鸟为图腾,太昊部落则以龙为图腾。上古时期,太昊部落活动的黄河中下游地区,气候温暖,植被大部分保持着原始格局,毒蛇猛兽随处可见。七八千年以前,人们制造石器,用集体的力量捕杀猛兽,但对于既存在于草莽丛林,又能生存于沼泽湖滨的毒蛇束手无策。畏惧之心,将蛇敬为神明。人们普遍认同龙这个形象是在蛇的基础上发展得来的。

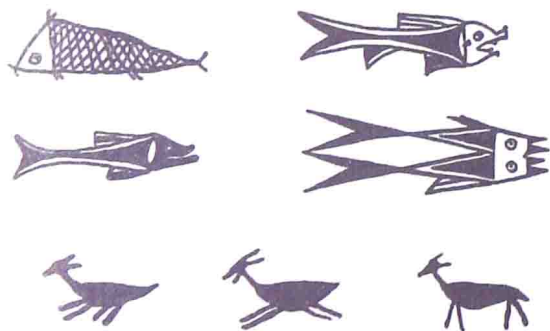


图 1-1-3——彩陶上的动物纹

葫芦的图腾:由葫芦神话衍生的传说多种多样,其中最有名的就是盘古开天辟地。据传盘古出世时,将身一伸,天即高,地便坠下,天地相连处,盘古则左手持凿,右手持斧,或用斧劈或用凿击,自是神力,久而天地乃分,二气升降,清者上为天,浊者下为地,自是混浊初开。彝语专家刘尧汉在《论中国葫芦文化》中指出,盘古就是葫芦,盘古的盘,即是葫芦;古,意为开端,所谓盘古,即“从葫芦开端”。这就是盘古与葫芦图腾的关系。

1.1.2 器物上的记号和符号

原始人在自己制造的器物上作简单的记号或符号,其中有些符号就属于图腾的应用。在出土的古代陶器中,器物上的记号和符号为我们了解标志的起源和发展留下了可靠的证据。几千年前我国仰韶半坡彩陶上就描绘着各种图形和符号。当原始人会生产一些简单的生活用具时,他们就开始在自己制造的器物上做一些简单的记号或符号。



图 1-1-4——人面鱼纹彩陶盆

在彩陶上出现的多是鱼、蛙、人面、鹿以及各种植物、文字、符号等图形,其中动物纹(图 1-1-3)尤其丰富。在中国黄河流域、汾河流域和渭河流域流经的中部平原地区,以及黄河上游、大夏河和渭河流域流经的西北地区,都留下了有动物纹的彩陶器物,鱼纹是最常见的形象之一。仰韶半坡的人面鱼纹彩陶盆(图 1-1-4)是个很好的例证。在这里装饰作用处于次要地位,它们是作为各部族的象征和区分部落的标志。目前许多人将它们简单地看作是一种装饰纹样和抽象的几何图形,其实在当时它是有非常重要的含义。它既包括区分制造者或区分氏族含义,又是原始巫术礼仪的图腾。把那些带有意义的图形刻印在物品上,表明这是某一氏族的器物,是居于各部族、各部落的人给属于自己的东西加以的标记。这些标志、符号有着“代表”、“象征”、“区分”的作用。特别是那些制作者的符号,它们虽然不是商品交流中的商标,但他们的功能和特点与当今的商标极为相似,可以说这是最早的不完全意义上的标志。

1.2 铜器的纹样和铭文

我国很早就有了铜器。据考古学家考证,大约在五千年前我国就已经出现了红铜器,大约在公元前二千年以前就进入了青铜时代。

1.2.1 青铜器的纹样

商周时期奴隶主贵族的青铜礼器(图1-2-5),往往只在各种礼仪场合才使用。这些礼仪有些是祭祖,是图腾活动的继续。由于商周青铜器纹饰与王权、神权的结合尤为突出,其神秘、独特、璀璨的艺术特征延续了十多个世纪并营造了中国早期文明的极浓厚的神秘氛围。

商周青铜器上种种纹样现象,不是出于奇异的审美观念,而是出于对自然力的崇敬和支配它的这种欲望以及幼稚的幻想。青铜器主要纹样是“饕餮纹”,它象征着权利和威严。与饕餮纹纠缠在一起的夔龙、夔凤等图形(图1-2-6),它们虽与原始陶器装饰风格不一致,甚至在某些性质上也有区别,但是仍可以溯源至原始图腾和陶器上的图形。这些纹样也并非只是一般的装饰作用,更关键的是它的象征意义。

饕餮纹(图1-2-7)是青铜器上最常见的花纹之一,为一种图案化的兽面,故也称兽面纹,它盛行于商代至西周早期。饕餮是一种想象中的神秘怪兽,此兽是古人融合了自然界各种猛兽的特征,其中兽的面部巨大而夸张,装饰性很强,兽面纹有的有躯干、兽足,有的仅作兽面。这种怪兽没有身体,只有一个大头和一个大嘴,十分贪吃,见到什么吃什么,由于吃得太多,最后被撑死。

饕餮纹图案庄严、凝重且具有神秘的艺术特色。饕餮纹一般以动物的面目形象出现,由目纹、鼻纹、眉纹、耳纹、口纹、角纹几个部分组成,具有虫、鱼、鸟、兽等动物的特征。饕餮纹面目结构较鲜明,也正是利用这些特征,将人们引到了一个神秘的艺术世界,商代的饕餮纹在吸引人们注意力方面是特别有效的。它们凶猛庄严,结构严谨,制作精巧,境界神秘,是青铜器装饰图案中最优秀的作品之一,代表了青铜器装饰图案的最高水平。

1.2.2 青铜器的铭文

我国青铜器上不仅有纹饰图案,而且还有许多铭刻的文字,称为铭文,又叫金文或钟鼎文。铜器的铭文(图1-2-8)又分为阴文和阳文两种。其中,铸和刻凹下去的文字成为阴文,又称为款;凸出来的字称为阳文,又称为识;两者合称款识。这款识可以看做标志的表示功能。铭文的布局、字体、内容随着时代发展而发生变化,早期商代铜器上的铭文都很简单,仅仅记有持器者之名或者标出奴隶主或其氏族的名称,文字



图 1-2-5——司母戊大方鼎

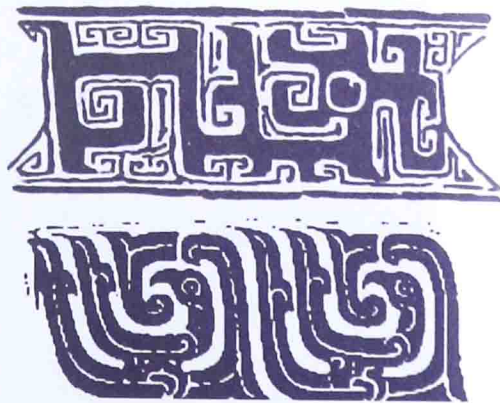


图 1-2-6——青铜器上的夔龙纹与夔凤纹



图 1-2-7——青铜器上的饕餮纹

很少，到商代晚期出现了一些较长的铭文。商代至春秋的铭文，内容多记有奴隶主贵族的祭典、征伐功勋、赏赐和盟誓契约等。

进入封建社会后，社会向着新兴地主阶级的新制度变革以适应新的生产力的发展，当时青铜器的用途以及它的造型、图案和铭文都与过去大不相同。随着贸易的发展，青铜器作为我国最早的交流商品出现在市场上。从青铜器上的铭文来看，战国青铜器的铭文内容多为“物勒工名”，铭刻的是铸作年月，监造处所和工官的名称。出现在青铜器上的图案和铭文为以后商标的发展奠定了一定基础。



图 1-2-8——青铜器上的铭文