



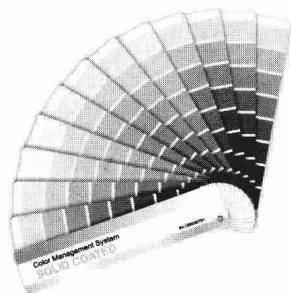
标志设计

BIAOZHI SHEJI

主 编 段卫红



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社



标志设计

BIAOZHISHI SHEJI

主 编 段卫红



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

标志设计 / 段卫红编著. —北京: 北京师范大学出版社, 2011.5

ISBN 978-7-303-11923-3

I. ①标… II. ①段… III. ①标志—设计—高等学校—教材 IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第241398号

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn

北京新街口外大街19号

邮政编码: 100875

印刷: 北京联兴盛业印刷股份有限公司

经销: 全国新华书店

开本: 210 mm × 285 mm

印张: 7.5

字数: 170千字

版次: 2011年5月第1版

印次: 2011年5月第1次印刷

定价: 30.00元

策划编辑: 周光明

责任编辑: 周光明

美术编辑: 高霞

装帧设计: 华鲁印联

责任校对: 李菡

责任印制: 孙文凯

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010—58800697

北京读者服务部电话: 010—58808104

外埠邮购电话: 010—58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010—58800825



随着科技的进步，信息的发展，标志设计已经成为企业宣传日臻丰富的表现语言，它不仅具有企业文化、品牌精神、营销理念等内涵，而且一个好的标志设计甚至可以促使一个品牌的成功。

每一个历经时间洗礼的经典案例，其本身就是标志设计创意理念和方法的精辟再现。本教材从案例的全局和具体的细节，多角度全方位的分析入手，通过理论篇、方法篇和应用篇剖析案例，全面介绍了标志设计，探索了标志艺术设计的真谛，获得了完美的欣赏体验和设计感悟。还利用标志设计的精品赏析深入理解理论、巩固设计方法及积淀应用手法，让学生用心体会、总结各种创意表现手法，有意识地运用这些技巧设计新的标志，以最快的学习方式提高设计实践能力进行编著。力争达到表述形式新颖、生动，尊重教学规律、务实创新探索，是学生学习、借鉴、启发思路、开拓灵感的优秀教材，但是在写作过程中笔者深刻感受到能力的有限和知识的贫瘠，虽然浅薄但确是自身真实的教学经验积累。

本书在论述的过程中，借鉴和引用了国内外设计同行的优秀作品和论点，未能与所有作者取得联系并得到认可，在此表示真诚的歉意和无比的感谢，请作品未署名的作者及时与编者联系。

感谢河南科技学院的郜珍老师为本书付出的辛勤劳动，感谢郑州轻工业学院老师参与编写，感谢新乡学院的毛璞老师和河南科技学院的王宇老师为本书设计排版，感谢编辑周光明老师对本书的支持和帮助。

更要感谢有名或无名的设计师，带给我们纷繁的视觉盛宴！

编 者

2011年4月



第1章 理论篇 (001)

1.1 标志概述 (001)

1.1.1 标志的概念 (001)

1.1.2 标志的分类 (006)

1.1.3 思维训练 (019)

1.2 标志的功能和特征 (020)

1.2.1 标志的功能 (020)

1.2.2 标志的特征 (025)

1.2.3 思维训练 (033)

1.3 标志的设计原则 (034)

1.3.1 标志的设计原则 (034)

1.3.2 思维训练 (039)

第2章 方法篇 (041)

2.1 标志设计的创意方法 (041)

2.1.1 标志设计的创意方法 ... (041)

2.1.2 思维训练 (049)

2.2 标志的表现手法 (052)

2.2.1 图底反转 (053)

2.2.2 共用形 (054)

2.2.3 象形 (055)

2.2.4 对称 (055)

2.2.5 重复 (057)

2.2.6 渐变 (058)

2.2.7 发射 (059)

2.2.8 特异 (060)

2.2.9 重叠 (061)

2.2.10 打散构成 (062)

2.2.11 立体 (063)

2.2.12 叠色 (064)

2.2.13 实拍 (064)

2.2.14 聚集 (065)

2.2.15 水墨 (066)

2.2.16 手绘 (067)

2.3 标志设计的设计程序 (068)

2.3.1 明确设计任务 (069)

2.3.2 调查研究与分析 (069)

2.3.3 标志设计的要求 (071)

2.3.4 创意开发 (071)

2.3.5 修改及定案 (072)

2.3.6 思维训练一 (076)

2.3.7 思维训练二 (078)

第3章 应用篇

3.1 挪威国家石油公司标志应用 ——斯堪的纳维亚设计集团 ... (080)

3.2 快餐标志应用 ——SUPERGYRO 设计 (082)

3.3 荷兰皇家 KPN 电信集团 ——荷兰 Studio Dumbar 设计公司 (085)

3.4 巴西 Boticario 公司标志设计 ... (089)

3.5 第二届葡语国家运动会标志设计 (090)

3.6 omroep voor kunst en cultuur 电视台 ——荷兰登贝设计公司 (092)

3.7 TNT 邮政标志设计 ——荷兰 Studio Dumbar 平面作品 (095)

3.8 KPN 电信公司标志设计 ——荷兰 Studio Dumbar 平面作品 (097)

3.9 荷兰 SNS 银行标志设计 (098)

3.10 英国设计机构 Friendship 品牌 设计作品 (099)

3.11 基正科技公司标志设计 (101)

3.12 QINOVIS 公司标志设计及应用 (102)

3.13 大台北银行标志设计及应用 ... (104)

3.14 EPICENTRUM KULTURY 公司 标志设计 (106)

3.15 chimagri 除草剂公司标志设计 (108)

参考文献 (110)

第1章 理论篇

1.1 标志概述

本节学习重点

标志的概念及标志的两种分类方法。

本节学习难点

透彻理解标志的概念及不同类型标志的特点。

1.1.1 标志的概念

标志是一种特殊的视觉图形符号，是具有象征性的视觉形象载体，它形象准确、简洁、内涵丰富，代表某种特定的事物和某种抽象的精神内容，并向社会大众传达一定的信息、意义和情感。

在对标志基本概念的理解过程中，初学者往往不能对标志的以下三个要点做出深刻的认知，这往往导致了标志设计实践的失败。

一、标志概念的要点一

标志是视觉图形符号，它具有符号的种种传播优势，下面我们通过对一些常用符号的分析，来探讨标志的符号性特征。

+ - × ÷ % , : “ ” 《 》

以上这些符号，不论是数学符号还是标点符号，从中我们可以看出符号具有以下传播特点：

- (1) 造型非常简洁，易认、易写、易识；
- (2) 形象固定，始终不变，使人印象深刻；
- (3) 具有明确的内涵与意义，传达特定的

信息与概念；

- (4) 通俗、易懂，传播范围广泛。

一个标志如果也具有这样的特征那它必然是成功的，在传播信息与树立形象上必然有着巨大的优势。同时标志设计又是图形设计，遵循艺术规律，让人赏心悦目是目的。

案例分析一：

比较：国家大剧院标志和相关实际拍摄的场景图片



图 1-1 国家大剧院标志（陈幼坚）

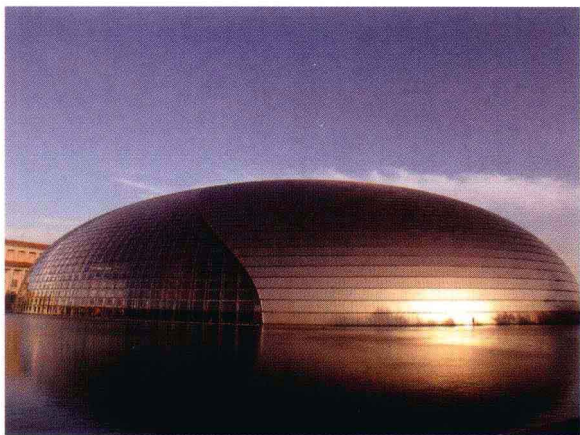


图 1-2 国家大剧院实拍场景图片

通过实拍场景与标志图形相比较我们可以得出这样的结论：标志作为图形符号是对相关设计内容的高度提炼和概括，是对原有形象的夸张和美化，它以简练而富于艺术化的形象促使社会大众认知，并牢记。国家大剧院作为中国最高的表演艺术中心，要求其标志设计不仅要突显中国文化内涵，而且要具有国际化理念。国家大剧院标志（图 1-1）紧紧抓住国家大剧院的外形特点及建筑设计的精髓，以上下对称的构图形式，将大剧院建于水上、建筑与倒影相互辉映的特征表现的生动、贴切。标志设计选用了红色，强化了中国文化元素特色。标志图形简洁、虚实相生、色彩明快、时代感强，同时具有中国风格和现代气息。

案例分析二：

比较：广州新白云国际机场标志和白云国际机场新机场航站楼鸟瞰图



图 1-3 广州新白云国际机场标志（肯·凯图）



图 1-4 白云国际机场新机场航站楼鸟瞰图

通过对比我们可以看出：广州新白云国际机场标志（图 1-3）是以新机场航站楼外形为蓝本，成功地再现了新机场主体建筑航站楼的设计风格，造型极为简约，仅以四笔就准确地表现出机场的行业风貌和特点，富有浓厚的现代气息。该标志不仅通过独特的视觉语言体现了白云机场主体建筑的精髓，而且传达出白云国际机场桥梁的理念、沟通的理念，把中国与世界连接在一起的理念。符号化的外形，流畅的视觉张力，开阔、自由的意境传达，使人记忆深刻。

精品案例欣赏：



图 1-5 翁园国民小学标志（林宏泽）

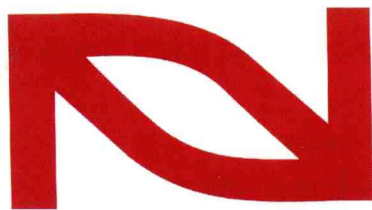


图 1-6 高速公路标志



图 1-7 艺术团标志 (郜珍)



图 1-8 上海乐购量贩标志 (胡昌伟)

图 1-5 用一只手化作鸽子口中衔着嫩叶的形象，比喻呵护关爱下的少年儿童。

图 1-6 两个箭头巧妙地构成为一体，生动形象的传达意念。

图 1-7 将“艺”字变形为一个正在舞蹈的演员形象，突出艺术团的性质。

图 1-8 两个呼应对称的箭头相向连接寓意交流和发展。

二、标志概念的要点二

标志与传统图案既有形与意的传承，又有现代设计手法的创新性与独特性，不能把标志等同于传统图案。标志的设计灵感可以来源于传统图案，造型和色彩也可以取之于传统图案，但标志绝非传统图案，不可简单的把标志当做图案来设计。

案例分析一：

比较：中国国际航空公司标志和中国传统“凤纹”图案



图 1-9 中国国际航空公司标志 (韩美林)



图 1-10 中国传统凤纹图案

可以看出中国国际航空公司的标志 (图 1-9) 造型简洁、准确，寥寥几笔就描绘出凤凰的生动形象，非常适合标志多角度的推广与应用。标志以凤凰展翅高飞的艺术形象来表达飞行的迅速、敏捷与安全、平稳，同时标志又是字母“VIP (尊贵客人)”的艺术变形，突出表现出标志一形多义的特点。中国传统凤纹图案 (图 1-10) 强调造型的丰富性、繁复性与装饰性，力求一种饱满、华丽的效果，常被用来装饰家具与服饰，由于其复杂的结构导致其适应性较差，因此不便于广泛宣传与推广。而中国国际航空公司的标志则特点突出，易识、易记，符合现代社会的传播需求。

案例分析二：

比较：香港城市徽标和中国传统“龙纹”

图案



图 1-11 香港城市标志



图 1-14 香港城市标志中其英文名称首字母“H”和“K”的体现



图 1-12 中国传统龙纹图案



图 1-15 香港城市标志在具体环境中的应用



图 1-13 香港城市标志中汉字“香”和“港”的体现

显而易见，香港城市标志设计（图 1-11）取材于中国传统龙纹图案（图 1-12），但它舍弃了龙纹中的一些细节刻画，如繁密的龙鳞、锋利的龙爪、飘动的髯须等，对龙纹造型进行了高度的简化，融汉字“香港”及香港英文名称的开头字母“H”和“K”于其中，突出展现龙的精神和气势，造型连贯流畅，动感十足，把飞龙昂首挺进的态势表现的十分到位，不仅显示出香港东西文化汇聚的特点，而且体现出香港人民勇于拼搏创新、不断积极进取的精神。

图 1-15 是香港城市标志在具体环境中的应用,体现出标志很强的适应性,传统龙纹图案经过现代标志手法的传承与创新,焕发出时尚、现代的气息。

精品案例欣赏:

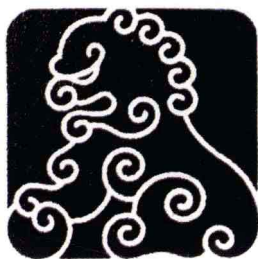


图 1-16 北京饭店贵宾楼标志



中国昆山
Kunshan China

图 1-17 昆山市城市标志



凤凰出版传媒

图 1-18 凤凰出版传媒标志设计方案



图 1-19 设计公司标志
(陈幼坚)

图 1-16 以传统北京狮子图案设计成中国印章效果,彰显北京饭店贵宾楼的皇朝品质及超然形象。

图 1-17 以中国传统祥云形象构成昆山市的“昆”字,用以突出城市名称;同时祥云又像浪花,体现昆山市的水乡文化;背景衬以笔触感的山体形象,用以体现昆山市的传统文化。

图 1-18 以凤凰和书籍的结合,点出凤凰出版传媒的行业特征。

图 1-19 以中国传统图案四喜人为标志,象征公司创作灵感循环不息、多元化的特点,以及公司和客户之间紧密合作、相互推动。

三、标志概念的要点三

标志不仅仅是供于欣赏的图形,它的最终目的是传达信息。即便是造型完美、色彩突出的标志设计,如若不能反映出设计对象的性质、名称、精神理念、产品特点等信息,不能使社会大众认知和理解,都不能称其为成功的设计。

案例分析:

比较:中国三大银行的标志

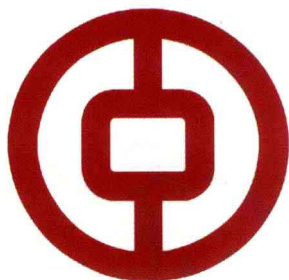


图 1-20 中国银行标志



图 1-21 中国工商银行标志

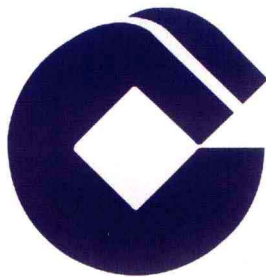


图 1-22 中国建设银行标志

这三个标志均以中国古钱币——方孔圆币的形态为我们清晰地传达出银行行业的共同特征,同时又从三个不同的设计角度来阐释其个

性：中国银行是中国金融商界的代表，因此中国银行的标志（图 1-20）着重体现中国特色；中国工商银行的标志（图 1-21）则以中间断开的“工”字，突出银行与客户之间平等互信的依存关系；中国建设银行的标志（图 1-22）以图形右上角的变化，形成重叠立体的效果，寓意积累，象征建设银行在资金的积累过程中发展壮大，为中国经济建设提供服务。这三个标志以明确的视觉语言，为我们准确地传达了信息。

精品案例欣赏：



图 1-23 得克萨斯艺术委员会标志



图 1-24 Lynton Crabb 摄影标志

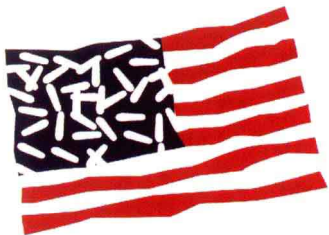


图 1-25 美国水稻联合会标志

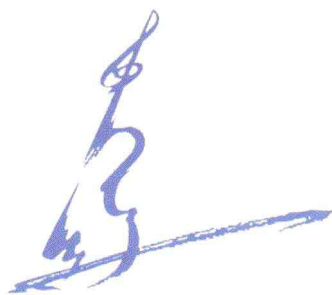


图 1-26 中国国际小提琴比赛标志
(乔麦、乔鸿雁、王冠咏)

图 1-23 画笔、五角星、乐器、胶片、芭蕾舞足部等代表艺术门类的元素分别代替了人的四肢和头部，产生了一个大步向前的新形象。

图 1-24 相机和螃蟹的同构趣味横生，为了保证视觉的合理性，两者进行了色调调和。

图 1-25 把美国国旗左上角的星形图形变换成了稻米，体现出联合会的性质。

图 1-26 从比赛地点“青岛”的名称入手，把高音符号幻化为“青”字，把“岛”字勾勒成一把琴，形成充满旋律的造型和中国书法的写意效果。

1.1.2 标志的分类

标志设计的分类通常有两种，一种是按性质分类；一种是按设计元素分类。

一、按性质分类

1. 商标

以商品生产和营销为主要目的的标志，商标是商家为了树立商业形象和品牌效应而设计的标志，商标具有说明商品品质、企业信用、生产规模等作用，商标一经注册即受法律保护。如：各个企业的标志和各种商品的标志等。

案例分析一：



图 1-27 佳能商标

佳能的商标（图 1-27）由品牌的英文名称构成，为了体现佳能产品的精密、细致、现代与先进的科技水平，特意把字母的上部处理成锋利尖角，而下部则处理成整齐、水平的效果，给人基础稳固、后势强劲的发展趋势。字母“a”和“o”的斜置处理，增强了动感，与其他字母形成对比，增强标志的特征与视觉冲击力。

案例分析二：



一切皆有可能

图 1-28 李宁商标

李宁的商标（图 1-28）生动、细腻、美观，充满了动感和现代感，它把汉语拼音“LI”和“NING”的第一个大写字母“L”和“N”融于一体，主色调采用炫目的红色，充分体现了体育品牌所蕴涵的活力和进取精神。

精品案例欣赏：



图 1-29 漾格化妆品（涂宏志）



图 1-30 安徽东维集团标志

图 1-29 优雅舒畅的造型和明艳的色彩非常贴合化妆品特点。

图 1-30 标志造型以“安徽东维集团”的名称首字母“D”变化而来，整体外形又酷似一栋现代化的摩天大楼，体现了公司所从事的行业特征。

2. 政府、团体、机构标志

国旗、国徽、党旗、党徽、团徽、团旗、市徽、社会团体、公益机构等的标志都属于此类标志。此类标志造型庄重严谨、寓意深刻，体现出设计对象的历史文化、精神风貌、机构属性等特点，具有很强的象征性和针对性。

案例分析一：



图 1-31 中国共产党党徽

中国共产党党徽（图 1-31）为镰刀和锤头组成的图案。锤子、镰刀代表工人和农民的劳动工具，象征着中国共产党是中国工人阶级的先锋队，代表着工人阶级和广大人民群众的根本利益，整体造型简洁大方、明确醒目，倾斜的构图，体现出不断前进、锐意进取的积极意义。

案例分析二：



图 1-32 杭州市城市标志



图 1-33 三潭印月



图 1-34 江南建筑

杭州市的市徽（图 1-32）从城市的名称入手，以汉字“杭”的篆书进行演变，整体像航船，反映杭州得名取自“大禹舍舟登岸”的历史典故，体现了杭州作为历史文化名城的底蕴，又象征今天杭州正扬帆启航，展现出积极进取、意气风发的精神面貌。标志运用江南建筑（图 1-34）中具有标志性的翘屋角与圆拱门作为表现对象，体现了中国传统文化和江南风貌；标志右半部分又隐含了杭州著名景点“三潭印月”（图 1-33）的形象，体现了杭州的城市特征。

精品案例欣赏：



图 1-35 新疆妇女儿童发展基金会标志



图 1-36 世界商业贸易组织标志

图 1-35 标志图形是由汉字“妇”字和“新疆”二字的拼音开头“X、J”、“母亲抱着孩子”、“爱心”等元素构成的，体现了新疆

妇女儿童发展基金会的性质和宗旨。

图 1-36 以六条具有动感的曲线围绕、形成地球的形态,象征着世界贸易组织的推动动力及世界贸易的发展力。

3. 文化标志

在许多大型文化、艺术、娱乐活动中,都要以明确、统一的标志形象来扩大活动的影响力与传播力,如博览会、音乐会、艺术展览等的标志。此类标志要着重突出活动的内容、性质与特点。

案例分析一:



图 1-37 第七届中国花卉博览会标志

第七届中国花卉博览会标志(图 1-37)是一朵绽放的牡丹花,花瓣部分是北京、山东拼音的首字母“B,J,S,D”的变形,寓意花的盛会将给两个举办城市带来鲜花盛开的城市风情、日新月异的城市面貌、丰富多彩的城市生活;也预示着两地携手共同把七博会办成一届成功的、有特色的、高水平的花事盛会。标志的枝叶部分是一个“七”字,既平衡了整个构图,又强调七博会是一届人与花的盛会,体现人与自然的和谐相处。

案例分析二:

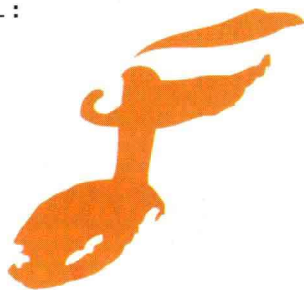


图 1-38 深圳国际流行音乐周标志(杜末)

深圳国际流行音乐周标志(图 1-38)以中国草书的“乐”字为形象,暗含“音乐”与“欢乐”的寓意,体现“音乐是一种快乐的生活方式”这一理念,其形状又似一个音符,点明本次活动的性质,形象鲜明、简练,构思巧妙,笔触轻盈、跃动。标志色彩以橙色为基调,明快动人,突出流行音乐特有的热情、活力与感染力,标志兼具国际特点与中国意味,形神兼备。

精品案例欣赏:

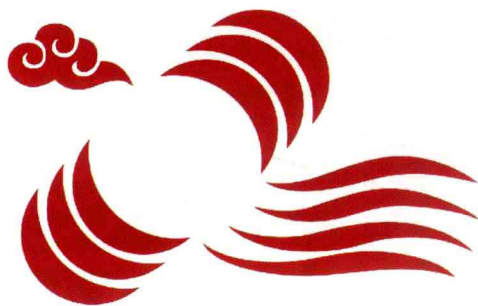


图 1-39 夏威夷中国文化节标志(伍佩衍)



图 1-40 2000 台北国际视觉设计展标志(杨胜雄)

图 1-39 采用了中国传统的灯笼外形为核心部分,配以左上角的祥云,赋予标志以神秘感。所形成的美感意境让人过目不忘,印象深刻。

图 1-40 用眼睛象征视觉,融入代表 OK

的手势，寓意展览中作品的优秀及设计展的成功举办。

4. 公共标志

公共标志被广泛的用于公共场所，用来指示、引导和制约社会大众的行为。如：交通标志、安全标志、储运标志等。在进行公共标志的设计过程中，应注意造型的简洁性与通俗性。公共标志在现代社会生活中的作用越来越大，准确而醒目的公共标志能被世界范围内的人们所识别、理解，成为超越国界的视觉语言。

精品案例欣赏：



图 1-41 Buenos Aires 运动中心标志
(罗纳德·莎士比亚、赫尔·莎士比亚)

图 1-41 造型简洁准确、特征明确的系列公共标志设计色彩对比强烈，通俗易懂、达意直接。红色的洗手间、残疾人通道、咖啡厅等的标志和绿色的举重室、滑冰馆、游泳中心、棒球场等的标志对比呼应，让人一目了然，毫无歧义。

5. 运动、体育标志

各种体育运动的标志，如奥运会、全运会

等的标志。此类标志往往具有以下两个特点：一，具有强烈的运动感和视觉张力，充分体现体育的竞技性特征；二，通过形和色的巧妙组合，突出举办地独有的地域、文化、风俗等特色，体现标志的文化性。

案例分析一：



图 1-42 第十一届全国运动会标志
(孙大刚等)

第十一届全国运动会标志（图 1-42）没有用其他运动会标志设计的惯用手法——着重强调数字概念，而是以十一个运动人形点明全运会的届数，具有新意。其造型语言借鉴中国传统吉祥饰物“四喜人”的手法，共用人形，巧妙地完成了十一个运动人形的组合，在点明“第十一届”全国运动会的同时还具有吉祥美好的象征意义；同时标志的创意中还融合了中国传统纹样“同心结”的概念，寓意此次全运会将是一次“团结、和谐、圆满”的体育盛会。标志色彩取材于山东传统木版年画中的颜色，蕴含了山东民间传统文化的精神气质，其中的“红、黄、蓝、绿、黑”五种颜色，分别代表了奥林匹克运动精神的五环色彩，十一个运动的人形给人以热烈和激情的感受。该标志设计理念富有创意，设计语言准确，设计风格简明单纯，具有强烈的竞技体育韵味，符合当代审美要求。

案例分析二：



图 1-43 深圳第 26 届世界大学生
夏季运动会标志

深圳第 26 届世界大学生夏季运动会标志(图 1-43)为“欢乐的 U”，由大大小小的彩色圆点组成，每个圆点可以演化成不同的事物，变化出各种图形，有多元的意义。比如可以将“欢乐的 U”阐述为 University (大学)，或者 You (你)，或者 Union (联合)，或者 Universe (宇宙)，也可以理解为深圳的海湾，表示五大洲不同肤色的大学生聚集在深圳湾。同时，U 的半环和杯形象征既包容又开放。

精品案例欣赏：



图 1-44 第四届中国·忻州摔跤节标志
(王猛)



图 1-45 上海市第六届农运会标志

图 1-44 以汉字“忻”、“州”有机交融、相辅相成形成标志图形，突出举办地名称。同时又像是两个跤场上英姿飒爽的摔跤运动员形象，点明节会的性质。

图 1-45 标志图形以火焰、树叶和水组成数字 6，以红、绿、蓝三种渐变色作为标志色彩。其中，红色火焰代表运动热情；绿色代表树叶、种子、麦穗，寓意新的生命，新的希望；蓝色水波为生命之源，代表和谐竞技。

二、按设计元素分类

1. 文字类标志

文字类标志是以文字为设计入手点，结合设计对象的名称、行业特点等要求进行的标志设计。仅以某种通用字体出现的文字设计，即便很工整，很艺术化，都不能称其为文字类标志，它必须在文字本身的造型基础上，紧密的融入设计对象的特征与精神理念，进行新的创意与表达，以增添文字的新内涵、新意义，使文字标志更加适合现代传媒的要求。文字类标志既可以着重强化文字的外形特征，使其在众多标志中脱颖而出，也可以结合各种生动的图形增强其新奇性、情趣性，达到令人耳目一新的效果。文字类标志既可以是单个文字的展现，也可以是多个文字的组合展现。

(1) 字母标志

拉丁字母标志是以 26 个英文字母为创作元素的标志设计。随着国际化的不断加深，拉丁字母标志的国际认可性逐渐加强。如今，一个大型企业为了和国际接轨，成为国际性的跨国企业，采用拉丁字母标志是其树立形象的重要方法之一。

案例分析一：

比较：大写字母“E”(Times New Roman 字体)和“点睛品”标志

E

任何标志在设计之初，都要对设计对象的

种种背景与情况进行深入的调查与研究,力求在标志的设计中体现出设计对象的信息与特征,达到独树一帜的效果,因此常用的 Times New Roman 字体的大写字母“E”,虽然端正严谨,但因缺乏针对性,就不能称其为标志,标志中的文字设计,必须是独具特色,无可替代的。

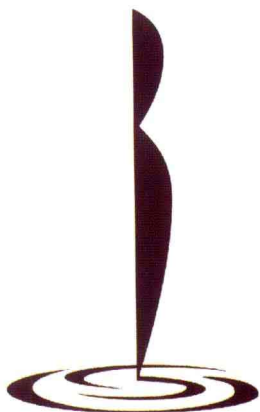


图 1-46 “点睛品”标志
(靳埭强、刘小康)



图 1-47 摄影图片

“点睛品”标志(图 1-46)是以字母“E”为设计元素的标志,由于此标志是为一家传统金饰店所设计的,因此字母“E”被整体拉长,结合水纹,宛若出水芙蓉般的美女,婷婷玉立,沉静、端庄,点出“画龙点睛”的主题。标志既不失字母“E”的结构,又通过精心设计,营造出现代品位和优雅气质,不仅符合了企业的特点而且满足了受众的心理。

案例分析二:



图 1-48 浙江美术馆标志设计获奖作品
(上海创响设计机构)

浙江美术馆标志设计获奖作品(图 1-48)以该馆的拉丁字母“ZAM”缩写为设计元素,“Z”和“M”以平实、端正、纤细的笔触书写,“A”则以水墨竹叶来构成,轻与重、安静与奔放、纤细与粗犷,产生强烈的对比效果,增加了字母的视觉张力和特征,突出了美术馆的文化内涵和以“人”为本的理念。

精品案例欣赏:



图 1-49 赛车标志



图 1-50 快递公司(韩国)

图 1-49 以多个文字构成赛车的形象,文字的编排生动、形象、有趣。

图 1-50 以 S 和 T 两个字母作为实形,五星作为虚形,相互衬托,相互映衬,加以倾斜编排,充满了速度感和视觉张力。

(2) 汉字标志

汉字标志是以汉字为创作元素的标志设计。由于汉字是象形文字,因此汉字本身具有很强的图形性,同时单个汉字可以表达丰富的内涵,具有表音、表意的功能。在对汉字标志进行设计时,不仅要充分理解汉字的字义、比