

THE PRINCIPLES OF
VI DESIGN

张岩/关强
编著

VI 设计原理



好设计基础，强化你的设计力

析创意理念，提供丰富、多样的设计案例

创意与方法相结合，涵盖VI设计应用领域所有知识点

结合大量精美案例，逐条讲解VI设计知识，循序渐进，学会设计方法 | 详解VI设计应用系统、企业标志设计、标准字体设计、辅助色与标准色、组合方式与禁用方式等内容，掌握设计关键要素 | 分析各类VI设计优秀作品，激发灵感，提升设计水平



科学出版社

THE PRINCIPLES OF
VI DESIGN

VI

设计原理

张岩 关强/编著



科学出版社

内 容 简 介

导入VI系统是企业发展道路上不可或缺的重要步骤,它为企业文化的塑造与更新提供了扎实的基础,并为企业的生存与发展提供了充足的活力,俨然成为企业树立自身形象、扩张市场、贯彻经营理念的必要手段。VI通过视觉传达充分体现了企业的精神实质与内涵,其基本要素和应用要素中囊括的设计内容,也有意识地为社会大众植入企业的文化理念。

本书的编写目的在于使读者从认识到欣赏,再到实践,先以踏实、稳健的学习态度去理解并吸收书中的知识要点,再进行VI设计。全书共分8个章节,由浅入深地介绍VI基础知识、基本要素、应用要素,并提供大量具有实用价值的优秀作品赏析,对每个知识点进行细致讲解和扩展分析,将理论性、知识性和实用性充分融合在一起,使讲解效果清晰明确,具有很强的说服力。在设计鉴赏分析中,除了根据每一种应用理论,精选多幅有代表意义的精美图例外,还提供有与图例相对应的设计分析,帮助读者更加快速有效地将设计技巧与实际应用紧密联系起来,从而实现从理论到实践的升华。

本书文字简练,图文并茂,书中介绍了众多具有实用价值的知识点,并提供了大量经典实例,不仅可以提高读者的鉴赏与设计能力,还能帮助读者更快更好地掌握VI设计的实际应用法则。本书可作为高等院校艺术设计类相关专业的教材,同时也适合作为各类艺术设计从业人员的自学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

VI设计原理 / 张岩, 关强编著. — 北京: 科学出版社, 2011. 12

ISBN 978-7-03-032930-1

I. ①V… II. ①张… ②关… III. ①企业—标志—设计 IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第249011号

责任编辑: 刘 薇 丁小静 / 责任校对: 杨慧芳
责任印刷: 新世纪书局 / 封面设计: 彭 彭

科学出版社 出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

中国科学出版集团新世纪书局策划

北京天颖印刷有限公司印刷

中国科学出版集团新世纪书局发行 各地新华书店经销

*

2012年2月 第 一 版 开本: 16开

2012年2月第一次印刷 印张: 13.5

字数: 328 000

定价: 59.00元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)



前言 PREFACE

VI的全称是Visual Identity, 通译为视觉识别, VI系统即视觉识别系统。凭借自身多样化的应用形式以及非常直接的传播方式, VI系统成为企业识别系统中最具传播力与感染力的分支。企业识别起源于20世纪初的意大利, 四、五十年后在美国开始盛行, 作为工业时代的产物, VI是传递企业经营理念、建立企业形象、打造企业知名度的最佳途径。随着经济全球化的趋势, 我国也出现了许多优秀的专业化VI策划、设计公司, 为我国的知名企业导入VI系统, 并以此提升其在国际市场中的竞争力。

与企业相关的各式各样的VI产物在人们的生活中随处可见, 这些极具独特艺术性与识别性的设计作品, 在企业与社会大众之间架起互动的桥梁, 同时, VI设计也日趋成熟化, 如今已成为整个企业与品牌的代名词。为了让读者对VI设计的各个层面有一定程度的了解, 本书以最全面、最详尽的VI知识为基础, 配合大量优秀案例进行分析讲解, 以理论知识为背景, 帮助读者认识与了解VI设计。与此同时, 本书也强调思维的灵活运用, 从认识到实践, 由始至终都以培养读者对VI系统的解析、鉴赏与设计能力为本书创作的宗旨。

本书以CIS系统的概念作为切入点, 共分为8章。第1章介绍CIS系统的基本概念及VI的构成要素、基本原则, 并通过CI与VI的关系引出后者的含义; 通过理论讲解与案例分析, 帮助读者认识VI设计, 并为后面的学习埋下伏笔。第2章主要讲解企业标志的设计要点, 包括标志设计的基本知识、形式、图形设计方法、设计原则以及表现形式, 提供标志设计应用及经典案例解析, 帮助读者进一步理解与把握VI设计。第3章主要介绍标准字体设计, 对设计要点、中英文标准字体的标准制图以及常用印刷字体进行详细说明, 并配合字体设计应用和经典案例解析, 帮助读者更好地理论结合实际。第4章主要从色彩入手, 讲解标志色彩的相关基础知识、使用规范等, 并以色彩设计应用案例更好地向读者传递相关知识。第5章以标志的组合方式与禁用规范为讲解侧重点, 前半部分通过实例, 主要讲解常规组合方式, 后半部分则叙述组合设计时应注意到的规范与禁用标准, 并提供组合图样, 帮助读者掌握组合设计的应用, 并能更好地学以致用。第6章~第7章分别对辅助图形设计与VI设计的应用进行了详细讲解, 扩充读者的知识量。第8章主要是对优秀的VI作品进行赏析, 通过分析不同类型的VI案例, 帮助读者了解这些成功作品背后的设计精髓, 在欣赏过程中融会贯通, 提高自己的鉴赏与设计能力。

本书内容丰富、图例经典、写作主旨明确, 每个知识点后都附有大量精美图例, 并对相关知识点进行阐述和分析, 使读者掌握VI设计知识后, 在实际设计中得到提高。本书不仅是学习VI设计的专业图书, 也是一本帮助读者更加全面、深入地掌握VI设计的实战技能图书。本书可作为高等院校艺术设计相关专业的教材, 也可作为设计爱好者的自学参考书。

编著者

2011年11月

本书导读

How To Use This Book

1

学习要点

根据设计流程，合理安排书中每一个知识点，帮助读者全面掌握VI设计知识。

2

知识点解析

结合图例，详解VI设计中的每一个知识点，掌握设计技巧。

3

创意分析

结合图例，详解知识点在设计作品中的应用，帮助读者理解创意思路。

5.1

基本系统的组合方式

为了谋求视觉的统一化与标准化，设计者通常根据标志与标准字基本的系统组合方式来完成标志传达信息的作用。



标志与品牌名称组合的成功案例

企业CIS系统中最基本的要素就是标志与标准字体，在VI设计中常常将它们组合在一起，由于这种组合具有特定的说明性，所以得到了广泛应用。一般情况下，标志与标准字的组合是较为常用的模式，随着网络的发展，设计者融入了许多新的组合方式，比如标志与网址组合，借助因特网的力量强化企业的传播。由于VI系统通常被运用到多个媒体介质中，这就造成了设计制作的多样性。为了保持企业形象的统一性，设计者在设计制作标志与标准字时应制订一套相关的组合与使用规范。

5.1.1 常规组合方式

在标志的组合方式中，设计者可以通过一些常规组合方式来帮助标志树立企业与品牌形象，这些常规方式大致分为标志与英文、中文、网址、吉祥物、企业口号等要素的组合。

1. 标志与英文字母组合

标志图形与英文字母的搭配是一种简单、直白的组合方式。在这类组合中，标志起着塑造企业形象的关键性作用，而英文字母通常是该企业与品牌的名称，结合艺术化的字体设计，进一步提高社会大众对企业与品牌的感知深度。



这是某企业的标志设计，标志图形与英文字母共同打造风格简约的标志，并使标志在表达形式上显得十分干净利落，有利于人们理解其信息。



4

设计原理应用

通过对VI设计知识的学习，讲解设计原理在商业作品中的应用。

组合方式的应用

极具品牌魅力的平面广告



① 人物主体 ③ 色彩对比



① 广告背景 ② 产品实物

这是法国奢侈品牌路易·威登的平面广告，该广告中，主体物就是模特手中的LV女士手提包，设计者通过红与蓝的色彩冷暖度对比，使产品在广告中脱颖而出。在该广告中，产品上的重复组合图样大大加深了消费者对品牌的认识，与此同时，产品知名度也得以提高。

5

案例解析

分析设计元素在平面广告中的应用，并提供设计要点与平面结构设计示意图。

设计鉴赏分析

分析1

气质型的广告人物

略黑的皮肤，微微的烟熏妆，广告人物表现出一种与品牌魅力相得益彰的高贵气质。

分析2

设计感强的产品

作为该广告的主体物，其设计简约大方，设计者将规整的标志图案重复排列在产品上，强化品牌意识。

分析3

冷暖调间的对比

为了使深色的产品实物成为广告画面的重点，设计者将手提袋与鲜红的服饰进行色调对比，从而达到该目的。

分析4

模糊的画面背景

在该广告中，背景的内容几乎被刻意地忽略了，聚焦的拍摄手法使人与物得到了最大程度的呈现。

6

设计鉴赏分析

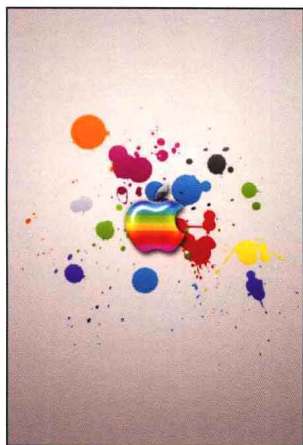
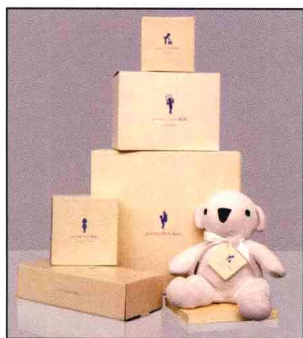
详解商业作品中的设计要点，帮助读者掌握创意思维与VI设计法则，拓展设计思路。

目录 CONTENTS

Chapter 1

认识VI设计

001



1.1 了解CIS系统 002

1.1.1 CIS系统的内容 002

1.1.2 CIS系统的组成要素 003

1. 理念识别 (MI) 系统 003
2. 行为识别 (BI) 系统 004
3. 视觉识别 (VI) 系统 004

1.2 VI设计的基本概念 005

1.2.1 VI的涵盖范围 005

1. 品牌形象 005
2. 企业形象 006
3. 城市形象 006
4. 名人形象 007
5. 机构形象 007

基本理论应用——具有号召力的化妆品广告 008

1.2.2 VI的功能体现 009

1. 建立企业形象 009
2. 传递企业文化 009
3. 提升企业外部形象 010
4. 树立企业认同感 010

基本理论应用——符合企业形象的平面广告设计 011

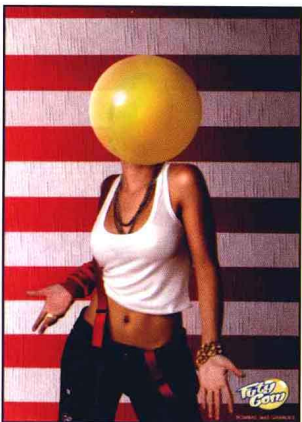
1.3 VI的构成要素 012

1.3.1 基础系统 012

1. 企业与品牌标志 012
2. 标准字 013
3. 标准色 013
4. 基本组合规范 014
5. 辅助图形与吉祥物设计 014

基本理论应用——具有象征意义的标志设计 015

1.3.2 应用系统 016



1. 事务识别	016
2. 活动识别	017
3. 产品识别	017
4. 广告识别	018
5. 环境识别	018

基本理论应用——风格统一的饮料包装设计019

1.4 VI设计的基本原则 020

1.4.1 风格的统一性	020
1.4.2 强化视觉冲击	021
1.4.3 强调人性化	021
1.4.4 增强民族个性	022
1.4.5 可实施性	022
1.4.6 符合审美性	023
1.4.7 严格管理的原则	023

基本理论应用——热忱至上的标志设计024

经典案例解析——建立品牌形象的鞋类广告 025

Chapter 2

企业标志的设计要点

026



2.1 标志设计的基本知识 027

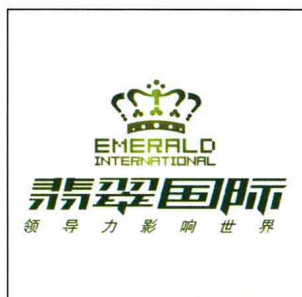
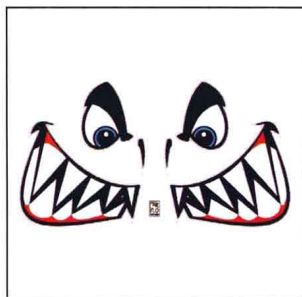
2.1.1 标志设计的概念	027
2.1.2 企业名称	028
1. 企业命名	028
2. 品牌命名	028
2.1.3 企业标志的特征	029
1. 识别性	029
2. 象征性	029
3. 审美性	030
4. 延展性	030

标志设计应用——简洁明快的企业标志设计031

2.2 标志设计的形式 032

2.2.1 具象表现形式	032
1. 动物造型	032





2. 植物造型	033
3. 器物造型	033
4. 人物造型	034
5. 自然造型	034

标志设计应用——精致古典的标志造型.....035

2.2.2 抽象表现形式	036
1. 圆形	036
2. 四方形	036
3. 三角形	037
4. 多边形	038
5. 方向形	038

2.3 标志的图形设计方法..... 039

2.3.1 共用形	039
1. 完全共用形	039
2. 共面共用形	040
2.3.2 重构形	040
2.3.3 对称	041
1. 水平对称	041
2. 垂直对称	041
3. 中心对称	042
4. 镜像对称	042

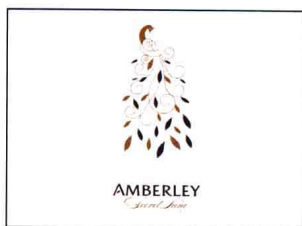
标志设计应用——展现对称美感的企业标志.....043

2.3.4 均衡形	044
2.3.5 简化形	044
2.3.6 螺旋形	045
1. 顺时针螺旋	045
2. 逆时针螺旋	045
2.3.7 正负形	046

标志设计应用——自然清新的矿泉水标志.....047

2.4 标志设计原则..... 048

2.4.1 独特性	048
2.4.2 注目性	049
2.4.3 联想性	049
2.4.4 文化性	050



2.5 标志的表现形式 051

2.5.1 中文汉字 051

1. 线形字体 051
2. 标准字体 052
3. 艺术字体 052

标志设计应用——富有气势的中文标志 053

2.5.2 英文字体 054

1. 简洁字体 054
2. 金属字体 055
3. 立体字体 055
4. 光影字体 056
5. 流水字体 056

标志设计应用——简洁大方的英文标志 057

2.6 标准标志设计 058

2.6.1 标志的标准制图 058

1. 标志的阴阳图案 058
2. 标志的方格制作 059
3. 标志的比例制作 059

2.6.2 标志释义 060

2.6.3 标志的使用规范 060

标志设计应用——美味可口的甜品海报 061

经典案例解析——充满视觉质感的平面广告 062

Chapter 3

标准字体设计

063



3.1 标准字体设计要点 064

3.1.1 标准字体设计理论 064

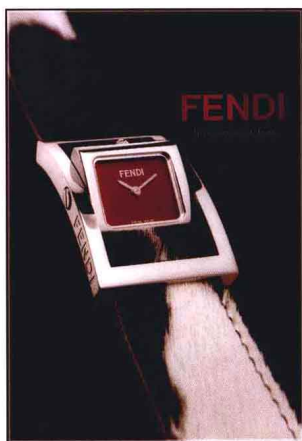
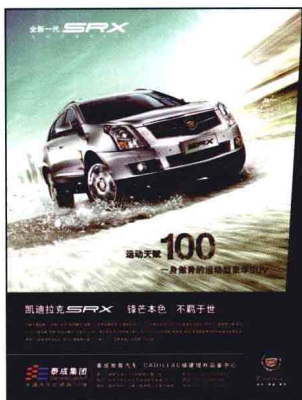
3.1.2 标准字体设计形式 065

1. 书法体 065
2. 装饰体 066
3. 特殊字体 067

字体设计应用——精美的化妆品包装字体 068

3.1.3 标准字体的设计原则 069

1. 标准字体与标志的协调性 069
2. 控制标准字体的字数 070



3.1.4 标准字体释义	071
字体设计应用——尽显睿智的汽车海报设计	072
3.2 中文标准字体的标准制图	073
3.2.1 中文标准字体最小适用范围	073
3.2.2 中文标准字体制图法	074
3.2.3 中文标准字体阴阳图示	074
字体设计应用——活泼逗趣的名片设计	075
3.3 英文标准字体的标准制图	076
3.3.1 英文标准字体最小适用范围	076
3.3.2 英文标准字体制图法	077
3.3.3 英文标准字体阴阳图示	077
字体设计应用——独具创意的工作室形象设计	078
3.4 常用印刷字体	079
3.4.1 常用中文印刷字体	079
3.4.2 常用英文印刷字体	080
字体设计应用——简洁大气的标志字体运用	081
经典案例解析——稳重气魄的企业网站设计	082

Chapter 4

标准色与辅助色设计

083



4.1 企业标准色	084
4.1.1 企业标准色的设计概念	084
4.1.2 标准色的作用	085
1. 营造色调	085
2. 表现主次关系	085
4.1.3 标准色的设计原则	085
1. 突出企业特点	085
2. 强化企业识别	086
3. 控制色彩数量	086
4. 符合民族特色	086
色彩设计应用——极具民族特色的宣传海报设计	087



4.2 标志的色彩心理 088

4.2.1 红色 088

4.2.2 橙色 089

4.2.3 黄色 089

4.2.4 绿色 089

4.2.5 蓝色 090

4.2.6 紫色 090

4.2.7 黑、白、灰 090

色彩设计应用——给人安全感的企业标志设计 091

4.3 标志色彩的表现形式 092

4.3.1 单色标志 092

4.3.2 多色标志 093

4.4 标志色彩的对比 094

4.4.1 色相对比 094

4.4.2 明度对比 095

4.4.3 纯度对比 095

4.4.4 面积对比 096

色彩设计应用——打造清爽的标志设计 097

4.5 标志色彩的调和 098

4.5.1 同色相调和 098

4.5.2 同明度调和 099

4.5.3 同纯度调和 099

4.5.4 同色调调和 100

4.5.5 间隔调和 100

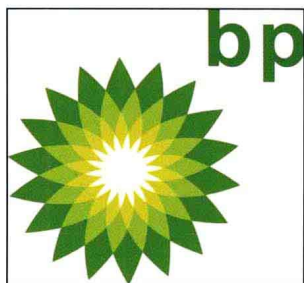
色彩设计应用——色相一致的标志效果 101

4.6 辅助色应用 102

4.6.1 企业辅助色的概念 102

4.6.2 企业辅助色的运用 103

4.7 标志色彩的使用规范 104



4.7.1 明度的使用规范	104
4.7.2 标准色与辅助色的使用规范	105
1. 标准色的使用规范	105
2. 辅助色的使用规范	105
4.7.3 标准色与辅助色的禁用规范	106
1. 标准色的禁用规范	106
2. 辅助色的禁用规范	106
色彩设计应用——表现理念的标志色彩设计	107
经典案例解析——色调饱和的地产商标设计	108

Chapter 5

组合方式与禁用规范

109



5.1 基本系统的组合方式

5.1.1 常规组合方式	110
1. 标志与英文字母组合	110
2. 标志与英文、中文组合	111
3. 标志与网址组合	111
4. 标志与吉祥物组合	112
5. 标志与企业口号组合	112
5.1.2 标志与标准字组合	113
1. 横向组合	113
2. 竖向组合	114

组合方式的应用——运用经典组合方式的标志设计

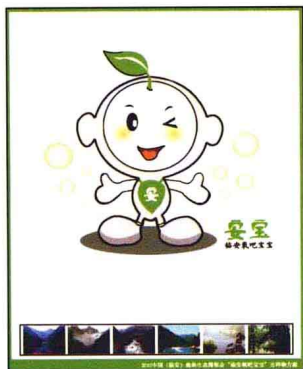
5.2 组合设计的规范

5.2.1 严禁标志变形	116
5.2.2 合理的位置摆放	117
1. 中轴式	117
2. 横向式	117
5.2.3 比例规范	118

组合方式的应用——排列规范的标志组合设计

5.3 标志排列的组合图样

组合方式的应用——极具品牌魅力的平面广告	121
经典案例解析——信息诉求全面的标志设计	122



6.1 辅助图形设计 124

6.1.1 典型图形设计 125

6.1.2 典型图形的表现形式 126

6.1.3 典型图形应用范围 127

图形设计应用——与时俱进的标志图形设计 129

6.2 企业吉祥物设计 130

6.2.1 卡通吉祥物 131

1. 人物形象 131

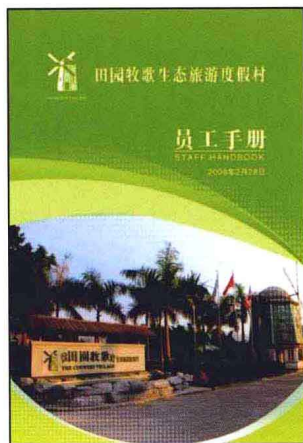
2. 动物形象 132

6.2.2 系列吉祥物 133

6.2.3 吉祥物的应用范围 134

图形设计应用——具有亲和力的企业吉祥物设计 136

经典案例解析——具有象征意义的品牌宣传 137



7.1 办公用品 139

7.1.1 名片、信纸、信封 139

1. 名片规格 139

2. 名片材质 140

3. 名片设计 140

4. 常用信纸规格 141

5. 信纸材料 141

6. 信纸设计 142

7. 信封规格 142

8. 信封材料 143

9. 信封设计 143

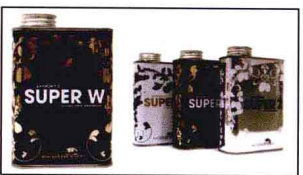
7.1.2 文件夹、档案袋、传真纸 144

7.1.3 其他办公用品 145

1. 上岗证 145

2. 便签 145

3. 资料袋 146



4. 贵宾卡	146
--------------	-----

VI系统应用——主题统一的VI系统设计147

7.1.4 铭牌.....148

1. 职位牌	148
--------------	-----

2. 徽章	148
-------------	-----

7.1.5 纸杯、杯垫.....149

7.1.6 员工手册150

1. 封面、封底	150
----------------	-----

2. 内页	150
-------------	-----

VI系统应用——内容丰富的员工手册设计.....151

7.2 企业服装系统..... 152

7.2.1 企业服饰的用途152

7.2.2 企业服饰的分类153

1. 办公服装	153
---------------	-----

2. 工装	153
-------------	-----

3. 礼服	154
-------------	-----

4. 饰物	155
-------------	-----

5. T恤	155
-------------	-----

7.2.3 企业服饰的设计原则156

1. 按性别设计	156
----------------	-----

2. 按季节设计	157
----------------	-----

3. 按级别设计	157
----------------	-----

VI系统应用——展现青春活力的员工服饰.....158

7.3 交通运输系统..... 159

7.3.1 运输工具159

1. 企业专用车	159
----------------	-----

2. 公交媒体车	160
----------------	-----

3. 船舶	160
-------------	-----

4. 飞机	160
-------------	-----

7.3.2 交通工具的外形设计原则161

1. 完整性	161
--------------	-----

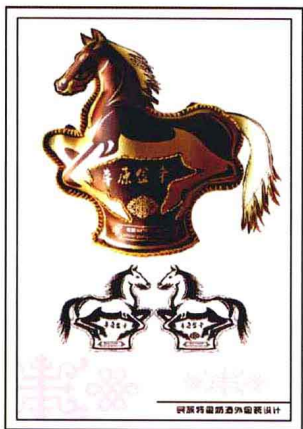
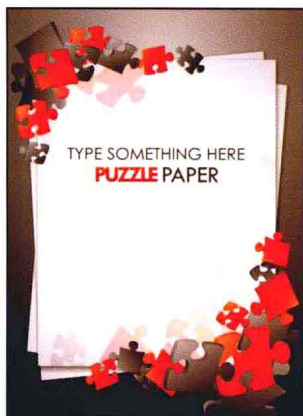
2. 适当性	161
--------------	-----

3. 易视性	161
--------------	-----

VI系统应用——引人注目的车体广告162

7.4 产品包装系统..... 163

7.4.1 产品包装的用途163



7.4.2 产品包装的设计要点	164
1. 强调企业形象	164
2. 标准色和辅助色的统一	164
3. 较强的字体可读性	165
4. 突出企业个性	165

VI系统应用——彰显品质与内敛的包装效果166

7.4.3 促销品包装的分类	167
1. 雨伞	167
2. 笔	167
3. 手提袋	168

7.4.4 礼品包装169

1. 礼品包装分类	169
2. 礼品设计	169

VI系统应用——令人无限惊喜的礼品包装170

7.5 环境识别系统 171

7.5.1 区域类导向系统	171
1. 区域指示牌的用途	171
2. 区域指示牌范畴	172
3. 区域指示牌设计	172

7.5.2 门牌类导向173

1. 普通门牌设计	173
2. 公共设施门牌设计	174

7.5.3 指示类导向174

1. 指路牌	174
2. 警示牌	174

VI系统应用——色彩鲜明的指示牌设计175

7.6 广告识别系统 176

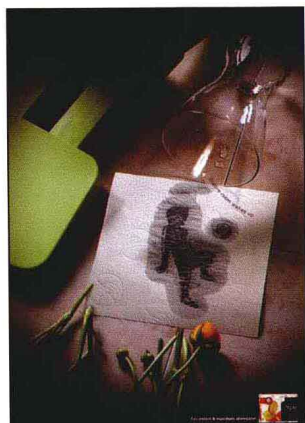
7.6.1 广告识别系统的作用176

7.6.2 广告系统的分类177

1. 招贴、报纸、杂志广告	177
2. 路牌广告	177
3. 灯箱、霓虹灯、液晶广告	178
4. 电视、网络广告	178

VI系统应用——直奔主题的广告设计179

经典案例解析——充满个性特征的品牌宣传广告180



- 表现产品特色的广告作品182
- 以冷暖对比突出主题的广告182
- 结合标志图形的包装设计182
- 风格朴素的事务识别设计182
- 设计感强烈的包装设计183
- 设计风格统一的VI设计183
- 主题明确的地产标志183
- 值得信赖的品牌形象184
- 推广企业的活动识别设计184
- 制作精美的标签设计184
- 风格统一的包装设计185
- 展现机构性质的公益广告185
- 展现企业特性的标准色185
- 字体优雅的名片设计186
- 外形精美的船体广告186
- 突出品牌特色的寿司广告186
- 色彩张扬的户外广告186
- 合理运用标志的VI设计187
- 具有识别性的轮胎广告187
- 引人注目的车体广告187
- 内容丰富的海报设计188
- 突出标志的快递广告188
- 高贵尊雅的标志设计188
- 经典的商场VI设计188
- 意义非凡的企业旗帜189