

21 世纪超级标志设计

顶级设计师们设计的2000件国际标志



上海人民美术出版社

[美] 比尔·加德纳 著
凯瑟琳·费舍尔



王毅 译



logolounge

21世纪超级标志设计

顶级设计师们设计的2000件国际标志

上海人民美术出版社

【美】比尔·加德纳 凯瑟琳·费舍尔 著

王毅 译

图书在版编目(CIP)数据

21世纪超级标志设计/ (美)加德纳(Gardner,B.)
(美)费舍尔(Fishel,C.)著;王毅译.—上海:上海人民美术出版社,2004.1
书名原文:Logolounge 2,000 International Identities by Leading Designers
ISBN 7-5322-3790-7

I.2… II.①加… ②费… ③王… III.标志—设计—作品集—世界—现代 IV. J534.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第112807号

© 2003 by Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form without written permission of the copyright owners. All images in this book have been reproduced with the knowledge and prior consent of the artists concerned and no responsibility is accepted by producer, publisher, or printer for any infringement of copyright or otherwise, arising from the contents of this publication. Every effort has been made to ensure that credits accurately comply with information supplied.

本书经美国ROCKPORT出版公司授权,由上海人民美术出版社独家出版。版权所有,侵权必究。

合同登记号:图字:09-2003-550号

21世纪超级标志设计

编 著:[美]比尔·加德纳 凯瑟琳·费舍尔

翻 译:王 毅

策 划:姚宏翔

责任编辑:姚宏翔

装帧设计:郭 蓝

技术编辑:陆尧春

出版发行:上海人民美术出版社

(上海长乐路672弄33号)

经 销:全国新华书店

印 刷:利丰雅高印刷(深圳)有限公司

印 张:12

开 本:889×1194 1/16

版 次:2004年1月第1版

印 次:2004年6月第2次

印 数:4001-7000

书 号:ISBN 7-5322-3790-7/J·3520

定 价:84.00元

献给我四个方面的亲朋好友：

首先是我的妻子安德琳，还有我喜爱的女儿莫利；

其次是我的工作伙伴们，尤其是伊丽莎白和苏珊；

然后是“标志漫步”里我难得的知己和合作者：凯西、特罗伊、布里安、帕姆和丽萨；

最后是所有那些了不起的设计师，在他们的灵感和鼓动之下，才有了 www.logolounge.com。

——比尔·加德纳

献给比尔，他信任以前从未谋面的人；献给伊利诺斯州莫顿的童子军178分部的那些小家伙，担任你们的团长助理，使得我的生活成为一种快乐。

——凯瑟琳·费舍尔

| 目录

contents

简介 6

作品遴选人介绍 8

个案

蔡斯设计集团 14

西蒙和高兹设计 20

兰杜联合 26

克罗兰集团 32

凯托·帕赖尔合作者 38

切梅伊夫和格斯玛有限公司 44

米奈尔·泰特尔斯菲尔德与合作者们 50

桑德斯罗姆设计 56

帕哈姆·桑塔娜 62

标志与草图

加德纳设计 84

布劳：品牌与企业设计 94

Felixsockwell.com 102

杰伊·维岗设计 108

乔恩·弗莱明设计 115

凯库·奥巴塔和公司 128

斯特林集团 133

麦塔设计 141

米里斯 148

沃兹设计 155

萨宾格罗费克 166

柚子设计 174

主题分类

大写字母 70

字体 85

围边 90

展示方式 95

书法 98

冠顶 103

运动 105

头部 109

人体 116

神话 129

鸟 134

鱼 / 虫 / 爬行动物 138

动物 142

自然 149

形状 156

象征 162

艺术 167

杂项 170

食物 172

建筑 175

运输 179

索引 182

设计公司名称地址录 186

关于作者 190

| 简介

introduction

当 www.logolounge.com 首次于 2001 年下半年开通时，我们并不知道设计界中那些创作丰富、富有天赋的设计师们，会给予我们什么样的反应。然而，世界六大洲的设计巨子们却开始把数以千计的标志发送到网站，一直到今天，他们仍在这样做。一些不那么知名但热情很高的作者和公司，也来投送作品，为本作品选增添了更大的深度与活力。

随着这大量的资源涌聚而来，合乎逻辑的下一步，看来就是编辑出版的作品选，它可以把网站每年得到的最好、最令人兴奋的作品收集起来。不过，我们决定，与其出版一本没有文字内容的单一作品集，不如创造出一本书，它具有：(a) 充实的文字内容；(b) 一个网址。这个网址可以帮助读者轻松迅速地查找本书的内容。只要你登陆 <http://www.logolounge.com/book1>，通过查找设计者、客户、业界、标志类型或者是关键词中的任何一项，你就可以在本书这两千多幅标志中快速遨游。

来自全球的九位著名标志设计师组成了遴选小组，挑选出本书中的作品。他们的选择构成了富有启迪的资源 and 参考工具，通过它，你可以探索国际设计界中的潮流和热点。在本书以及相关的网站里，所有这些标志都分类排列，查找方便，同时也显示着在处理相似题材上，作品风格的丰富多彩。

阅读本书，你还有机会去深入了解那些设计公司为客户制作标志的构思过程。这些客户涉及到从麦当娜演唱会到香港城市等各个领域，你可以看到 TiVo 标志后面的构思和设计档案，可以随英国内陆航空公司的优雅图案旅行到极具风格的 bmi 标志。设计师们如何帮助一个全新的企业用创意标志作为良好开端，如何使得百年历史的奶品场、几个世纪的博物馆这类老字号重新被激活，所以这些，在本书中你都可以学到。

我们的目的是启发你，教育你，但在这个过程中，你却不会搞得精疲力竭（你的笔记本也不会一本一本记得满满的）。www.logolounge.com 和这本新书是真正的印刷与网络的融合——你既可以悠闲地阅读，也可以来一个快速查找。我们诚挚地希望《21 世纪超级标志设计》，能够给你提供更多的时间，让你去做自己最喜爱的事情：设计。

——比尔·加德纳和凯瑟琳·费舍尔

jurors | 作品遴选人介绍



肖恩·亚当斯

亚当斯莫尼卡公司, 洛杉矶, 美国中部

评点“艺术殿堂”设计的墨西哥门铃标志:

“你怎么能够容忍一款有着一只死狗的标志?
可我之所以喜欢它, 是因为它出人意料, 漂亮、干脆利落。手绘的质地使得标志生动直接, 那种僵硬平滑的标志是不具备这种味道的。”

诺琳·莫尼卡

亚当斯莫尼卡公司, 洛杉矶

评点“慕斯设计集团”设计的恐怖片标志:

“我是在寻找那种用简练刺激的方式唤起情绪反应的标志。我通常更喜欢幽默而不是严肃, 但

这却是一款激起当下反应和内视觉的标志。我希望娱乐界也能够有更多的如此精雕细刻、过目难忘的标志。”

1993年, 肖恩·亚当斯和诺琳·莫尼卡建立了“亚当斯莫尼卡”设计公司, 其理念是内容、形式以及事业上的清晰、纯净与和谐。这组二重唱被列入ID40家名录, 这是《ID杂志》每年一次的全球40家最具影响力的设计师名单。他们二人都在世界各地讲学, 得到了全美设计大奖的提名, 是阿斯彭国际设计大赛的评选委员。他们还经常参加各种顶级设计赛事的评选。亚当斯是全美平面设计艺术学会洛杉矶分会(AIGA-LA)的前任主席, 也是AIGA的全国委员。他在加州艺术学院讲授设计理论和凸版印刷术课程。莫尼卡是AIGA-LA的现任主席。



玛丽·莱维斯

莱维斯·莫帕利公司, 伦敦, 英国

评点帕特·泰勒公司设计的“儿童发展与教育全国联合会”标志:

“我为联合会挑选了这款标志, 因为它以非常讲究的方式传递了非常丰富的信息。两个脑袋用一只胳膊联结起来, 或者理解为两只眼睛用一个微笑联结起来, 这是一幅迷人的形象, 创建了强有力的、饱含情感的沟通。”

玛丽·莱维斯是“莱维斯·莫帕利”的创意指导, 她已经获得好几项设计奖, 其中包括在业界声望极高的“英国设计和艺术指导奖”中的“杰出设计奖”和“设计界联合会国际设计效力大奖赛”。她主持过“BBC平面设计奖”, 是“英国设计和艺术指

导”的前任主席, 是皇家邮票设计顾问委员会的成员。2001年, 莱维斯获得了“英国设计和艺术指导主席奖”的“杰出成就奖”。



罗克斯·佩特利特

西布利·佩特利特设计，达拉斯，德克萨斯

评点“乔恩·弗莱明设计”制作的“伊丽莎白·安德森”时装标志：

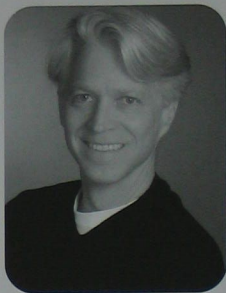
“这款标志有着一种不矫揉造作的自发性。它很讲究姿态感，所以不是僵直地呆立着。对于女性



时装来说，这是非常理想的。我不能肯定它的灵感由何而来，但它使我想起玛丽莲·梦露站在地铁旁，衣裙被风吹张开的那张著名照片。你把握的全部信息就是几个极其传神的形状。人的姿态和两条手臂用白底空间和身体姿势来暗示。所以，用不着任何不必要的因素，设计师就捕捉到了一位女士的潇洒、漂亮和优雅，同时给观赏者的想像留下了足够的空间。”

在北德克萨斯大学学了设计后，罗克斯·佩特利特曾在几家著名的设计公司工作，如“里查兹集团”和“波特设计”。20年后，他和合伙人唐·西布利在达拉斯创建了他们自己的公司“西布利·佩特利特设计”。1994年，佩特利特在奥斯汀开设了公司的第二家事务所，他如今就居住、工作在这里。

他赢得过数次地区和全国的设计奖，他的作品经常发表在国际设计期刊和年鉴上，也被国会图书馆永久收藏。佩特利特是AIGA奥斯汀分会和亚特兰大创意设计学院的顾问委员。他也在全美各地的大学及设计组织中担任评委、讲学和授课。



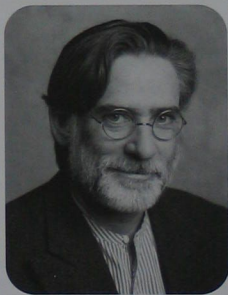
伍迪·波特

纽约，纽约州

评点克罗兰集团设计的TiVo标志：

“我喜欢这款TiVo标志的诚实亲切。在今天这个大舞台上，行星、地球、环形、星光、闪动以及各种其他的宇宙花哨东西，都被用来表示我们这个新数字世界中的各种名堂和服务，TiVo标志带来了一股清新之风。”

在达拉斯自己成功地搞了十年设计后，伍迪·波特于1988年加盟纽约的“五星”。他因简约的徽标设计和机智的招贴设计而广为人知。在ID设计和出版设计方面的工作，也使他经常名列各项赛事的获奖前列，成为最受客户欢迎的设计者之一。他的作品在世界各地展出，被许多展览馆收藏。





马歇尔·罗伯尔斯

布劳：品牌与企业设计

布来梅港，德国

评点伊文森设计集团设计的“新英格兰爱国者”标志：

“在我看来，这款标志的要素就在于：颜色使用的简洁、信息传递的清晰有力，还有动感和历史感。简洁的不同要素与颜色配合得恰到好处，因此就创造出标志的整体醒目。即使不增加什么内容，它也能够强有力地传达出清晰的信息。”

马歇尔·罗伯尔斯是布劳公司的艺术指导，这是一家专门从事品牌与企业设计的公司，公司的创始人是罗伯尔斯童年时代的朋友凯·布劳。罗伯尔斯以其独特的设计，帮助许多国际客户建立和强化

了自己的品牌。他在标志和CI策划方面的工作，发表在德国以及国际上的众多平面设计刊物中。他也获得过多项奖励。空闲时间里，罗伯尔斯是他那个颇有名气的重金属乐队“第二热度”里的歌手。



费里克斯·萨克威尔

Felixsockwell.com, 纽约，纽约州

评点“斯帕德切爾斯特”设计的澳大利亚国家博物馆标志：

“聪明地把一个标志放入某物的名称或者是功能之中，这很了不起。然而这些年中我学到的更好做法，是大胆地从里面挖掉一个东西。当这个东西被挖出去之后，神韵就走进来了。任何东西都可以这样处理，但似乎只有与澳大利亚有关时那种感觉才对。”

费里克斯·萨克威尔是土生土长的德克萨斯人。工作之余，他摸索着为朋友设计标志。那些烤肉调料、餐馆、酒吧和美发店——每一家都排队等候他出了名的免费设计。事情发展到这种程度，他自己说，他的伙伴们送给他一个绰号“免费费里克斯”，并且把零钱扔到他的工作间里。然而，最终



是获奖和名声都来了，他从达拉斯搬到旧金山，然后是纽约。在纽约，他创建了现在的“品牌综合集团”，隶属于“奥格利维和马瑟”。在创作了几个大的标志项目后，他离开了这家事务所，并于1999年夏天成为一个插图画家。从那以后，他在标志在设计界就享有很高的声誉。



彼得·沃兹

沃兹设计，墨尔本，澳大利亚

评点“多兹罗设计”制作的法国面包产品标志：

“简洁，很好的颜色，一个富有创意的想法，所有这些结合在一起，创造了一款难忘的、令人感动的标志。”

对于彼得·沃兹来说，平面设计是终生的热情。他创建了“沃兹设计”，涉足于设计领域的方方面面，包括包装设计、年度报告设计、企业沟通设计、环境设计和企业标志设计。他在设计质量和创新方面的热情，使得他的创作始终处于潮流的最前列，这些作品屡屡获奖，发表在世界各地的年鉴中。



安·威尔沃比

威尔沃比设计集团，堪萨斯城

评点“加德纳设计”制作的“里查蒙德赛道”标志：



“我总是欣赏那类富有多层含义的简洁设计。这个赛道路径和两重R形成了很有意思的视觉回文。颜色也很棒。”

安·威尔沃比是“威尔沃比设计”发起合作人之一和艺术指导，这家公司成立于1978年。威尔沃比为“财富”全球500家评选提供了设计上的战略指导以及品牌推广。她和她的17位助手擅长零售商品的标志设计和品牌沟通。威尔沃比还经常为设计界、教育界和工商界讲课。她是堪萨斯城AIGA顾问委员会的成员，现在也是AIGA全国品牌设计指导委员会的成员。教书是她的爱好之一，任何时候，只要可能，她就和学生以及孩子们一起工作。她和她的公司赢得了业界的几项大奖，其作品发表在权威设计刊物上。



个案 |
portraits

设计公司：蔡斯设计集团

客户：麦当娜

题材：“沉溺的世界”巡回演唱会



在你争我夺的企业界，一个标志设计出来就要长久使用下去，它要与这家企业的寿命共始终，需要做的只是一些与时代相适应的小小调整。然而，在娱乐界，尽管标志也同样重要，但它却是短命的。由于它存在的时间太短了，因此就得让它很有影响。蔡斯设计集团2001年的一宗订单：为歌星麦当娜的“沉溺的世界”巡回演唱会设计标志以及相关材料，就是这样——一个典型例子。它同时也构成了重大的设计挑战。

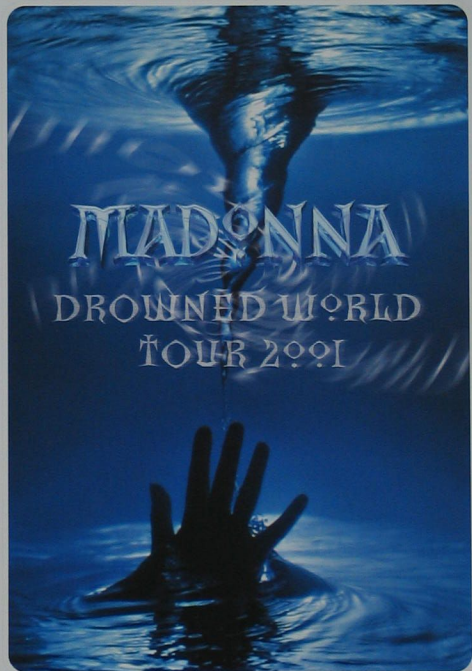
“一次巡回演唱会就是一件产品，如同迪斯尼乐园和任何其他体验。”设计主管马格·蔡斯说，“你是在为体验设计品牌。这个品牌必须具备任何一款标志必须具有的所有要素，要能够展现在电视上、报纸上、T恤上。在应用上，它与一款企业标志没有什么大的不同。但是，娱乐界客户要的是新潮，而不是长久。”

“他们看看我们的业务资料，看看麦当娜，就认为我们不会做企业的设计。这对我们倒真是个问题。”

蔡斯与麦当娜以及她的经纪公司合作过，做过一些挺大的项目，如这位歌星的“如同一位祈祷者”演唱会和“姑娘秀”巡回演唱会。但是，这次却是真正的挑战：标志必须在两周内完成，必须包含方方面面的文化含义，从野蛮的西部到东方的宗教。

“这次演唱是亚洲—加勒比海—拉丁—迪斯科—牛仔女郎等等的混合。从设计的角度来说，我们当时都在想怎样才能把这些弄到一块。”设计师回忆说。

围绕着这款设计的可说是一股旋风。客户初次提出意向



完成后的海报，新的标志已放置进去。



推广这次巡回演唱用的T恤，它们以不同的方式应用演唱会的标志。

最终的演唱会目录，以及蔡斯设计集团为一些歌曲题目设计的样本。

在娱乐界，标志很重要，但它却更为短命，它存在的时间太短了。

: TOUR: 2001 :

מאדאננה

: DROWNED: WORLD :

madonna // 2001
drowned // world // tour

מאדאננה
DROWNED WORLD
TOUR 2001

מאדאננה
DROWNED WORLD
TOUR 2001

madonna
drowned world
tour 2001

מאדאננה
DROWNED WORLD
TOUR 2001

这些是蔡斯设计集团在第一轮设计中,为麦当娜及其经纪人提供的部分标志图案。设计师们被要求在“全球台克鲁(techno)音乐”的定位中来考虑,还给了他们演唱会舞台设计的构思草图,以及麦当娜此次演唱会的歌曲目录作为参考。于是,设计师们研究了亚洲和中东种种因素,以及技术方面的各种风格。

时,蔡斯正要到巴黎去度假,为期一周。她原想把这件事先完全放下,但最终同意带上自己的电脑。整整一天,她坐在巴黎酒店自己的房间里,一张张地构思着不同的标志方案。

蔡斯说自己面临的考验,就是如何吻合麦当娜那些人提出的“全球台克鲁音乐”的思路,吻合这位歌星风格多样的演唱曲目,还有那些舞台设计师们提供的草图,它们看起来更像是科幻影片中的背景。

尽管自己的作品得到了好评,但在回返洛杉矶工作室的路上,蔡斯还是发现演唱会的设计概念得重新调整,应该把犹太神秘哲学作为一种人生影响考虑进去。麦当娜对古犹太哲学体系有很大的学习热情。

通过研究,在第二轮设计中,蔡斯就能够把许多犹太神秘哲学的象征用到构思中去了。其中包括“十界图”,这是由十个圆圈构成的图表,代表着天界的十个领域,通过祈祷、心灵转换和冥思可以到达。

这次演唱会的标题“沉溺的世界”,也涉及到犹太神秘哲学。犹太哲学说,如果你越努力追求物质享受,你沉溺得就越快;相反地,追求精神生活和散淡,则可以到达更高的境界。

“麦当娜是一位犹太神秘哲学的研究者,而我却是圣像画的研究

者,我马上就知道她想要什么,知道如何通过象征把宗教意味表示出来。”蔡斯说。比如,在最后的设计里,在麦当娜的M字母上出现了“生命树”,这也是一个强有力的象征,与宇宙的三界——地狱、凡世和天国——相关。十字、天体和喷泉也进入了第二轮的构思。

蔡斯继续探究全球台克鲁音乐这个角度,使用自己构思的不同线条风格和字体形式。不过,最后或许是一种历史性的启发,客户选择了哥特式字体。这种结果让设计师感到失望。这有两个原因:首先,她觉得自己先前的设计对这次演唱会更为合适;第二,她费了好大劲,就是要避免被人认为是“哥特式设计师”。那些被拒绝的标志中,有许多更体现她的风格。

除了时间要求太紧和娱乐界标志的临时性质之外,蔡斯还注意到这种工作提出的其他挑战。

“对于我的(工作室)来说,从娱乐界的设计转到企业界的设计,这并不困难,但困难的是对另一领域的客户进行解释。他们看看我们的业务资料,看看麦当娜,就认为我们不会做企业的设计。这对我们倒真是个问题。”蔡斯说,“有的时候,在给企业界的客户看材料时,我们把做过的娱乐界设计从业务资料中抽出来。”