



华大博雅
艺术设计系列教材

总主编 尹继鸣

LOGO
DESIGN

标志设计

主编 庄黎 / 傅晓彪

艺术设计系列教材

总主编 尹继鸣

LOGO
DESIGN

标志设计

主 编：庄 黎 傅晓彪
副主编：艾 欢 孙钰汶
李 筠 韦泽翰

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

标志设计 / 庄黎, 傅晓彪 主编. — 武汉: 华中师范大学出版社, 2015.6

(华大博雅·艺术设计系列教材)

ISBN 978-7-5622-6960-1

I. ① 标… II. ① 庄… ② 傅… III. ① 标志—设计—高等学校—教材 IV. ① J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 079036 号

标志设计

© 庄黎 傅晓彪 主编

责任编辑: 李艳 何国梅

责任校对: 王 炜

封面设计: 尹施奇

编辑室: 高校教材编辑室

电 话: 027-67867364

封面制作: 新视点

出版发行: 华中师范大学出版社有限责任公司

邮 编: 430079

社 址: 湖北省武汉市洪山区珞喻路 152 号

电 话: 027-67863280(发行部) 027-67861321(邮购)

传 真: 027-67863291

网 址: <http://www.ccupress.com>

电子邮箱: hscbs@public.wh.hb.cn

印 刷: 武汉中远印务有限公司

督 印: 章光琼

字 数: 115 千字

开 本: 787 mm × 1092 mm 1/16

印 张: 6.75

版 次: 2015 年 6 月第 1 版

印 次: 2015 年 6 月第 1 次印刷

印 数: 1—3000

定 价: 32.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者: 欢迎举报盗版, 请打举报电话 027-67861321

华大博雅·艺术设计系列教材

丛书编委会

编委会主任：尹继鸣

编委：（按姓氏笔画排序）

方	兴	庄	黎	李中华	吴红梅
金	波	周	成	郑达	袁朝晖
章慧珍	傅晓彪	魏	勇		

总序

教材是教学内容和教学方法的知识载体,教材内容的组织和编写是体现教育思想、教学理念的重要途径之一。

当前,我国的艺术设计教育正面临着前所未有的发展机遇,全国千余所学校纷纷开办了艺术设计专业。鉴于社会对该领域人才需求的持续增长和人才标准多元化趋势的要求,如何加快培养更多符合社会急需的优秀设计人才,就成了摆在艺术设计教育工作者面前的重要课题。

针对这一现状,我们在深入地研究当前应用型艺术设计专业本科培养的办学模式、课程体系和教学方法的基础上,力图推出一系列切合当前艺术教育改革需要的高质量、高标准的优秀教材,以促进应用型本科教育办学体制和运作机制的改革。

与此同时,我们组织了一批身处艺术设计教学第一线的专家、教授,以他们多年的教学经验、较高的学术积累和严谨的治学精神,编撰完成了《色彩设计原理》、《平面设计原理》、《空间设计原理》、《游戏艺术设计原理》、《标志设计》、《书籍设计》等艺术设计系列教材。该系列教材从我国高等艺术设计教育的现状出发,立足实践教学,着眼行业发展,正确地把握了当前课程体系的改革方向,注重理论与实践的紧密结合,力求最大限度地提高学习者的理论水平和实践能力。教材的具体内容涵盖了专业知识、专业技能和现代设计理念;案例的选择兼顾了经典性与时代感,满足了艺术设计各门类专业方向的公共性与侧重点的需求;编写的理念重在加强对学生的艺术表现能力、审美判断能力和创造性思维能力的培养。

艺术设计专业项目课程改革在全国迅速推广的今天,我们积极响应并责无旁贷。本套教材以项目课程教学为主要编写方向,着眼国内外最新的信息与观念,突出地强化了项目课程的实训环节。同时,更在教材编撰的形式上进行了尝试性的改革,借以直观明晰的教材架构,最大限度地帮助学生掌握学习方法、明确学习方向、达到学习目的,呈现出“教”与“学”的互动特色,增强教材学习的生动性和实效性。

第一,每本教材的第一章明确而全面地介绍该门课程的设置状况,包括课程概述、教学目的、内容安排,课程教学方法、教学手段以及相应的考核标准等。这些内容提纲挈领地呈现了该门课程的核心内容、学习方法以及拟达到的目标。

第二,各单本教材中,每个章节的开篇均设置独立页面,言简意赅地阐释该章节的课程概述、教学目标和章节重点,以方便学生清晰、明确地掌握该章节的具体学习内容。

第三,每本教材的每个章节之后附有思考题、项目训练、实训标准等,尤其设置了相关课程之外的建议活动。这些建议活动包括对一流学术网站的推介访问、学科关键词的网络搜索、精典设计案例的观摩欣赏等。以寓教于乐的互动学习方式,拓宽资讯渠道,提高学习兴趣。

这里,我们试图将庞大的教学系统纳入有序的教学体系之中,强化知识单元的归属和教学秩序的稳定,将全书的知识点从理论到实践,进行有序地连接,使其富于明确的引导性与适用性。

一套教材的构思与编写,必须满足前瞻性、知识性、引导性、实用性等众多方面的要求,其难度可想而知。但我们相信,教材的完成不只是一种过程的记录,它还意味着一种改革与尝试的开始。我们迫切地希望它能在未来的教学实践中得以不断地丰富和完善。

需要特别指出的是,为达到更好的教学效果,本系列教材使用了大量的图片及文字资料。本着尊重著作权所有者劳动成果的原则,编写者耗费了大量的精力和时间将其中的权属信息完善。但由于精力和能力有限,难免会有疏漏,诚请著作权所有者致函联系,我们将奉上薄酬并呈送相关样书为敬。

该系列教材将陆续与广大读者见面,如能给予读者些许的帮助与启示,带给我们的将是莫大的宽慰。

最后,向曾经关心和帮助本套教材出版工作的老师和朋友们致以衷心的感谢与敬意。尤其要感谢出版社的老师们所做的无私奉献和艰苦努力。因能力所限,本套教材一定会存有不少缺点和差错,衷心希望广大同仁、专家给予批评、指正,以便我们在重印或再版中不断修正与完善。

尹继鸣

2014年夏于桂子山

目录

第一章	标志设计课程设置	01
第二章	标志概述	06
第一节	标志的概念	07
第二节	标志的功能	08
第三节	标志的特征	11
第四节	标志的起源与发展	16
第五节	标志的存在价值与意义	26
第三章	标志的类型	30
第一节	商业品牌标志	31
第二节	政府与组织机构标志	32
第三节	会议与活动标志	34
第四节	公共信息标识	35
第五节	吉祥物	36
第四章	标志的表现形式	39
第一节	具象表现形式	40
第二节	抽象表现形式	41
第三节	文字表现形式	42
第五章	标志的设计原则	48
第一节	可视性原则	49
第二节	独特性原则	50
第三节	通用性原则	51
第四节	信息性原则	53
第五节	文化性原则	54

第六节	时代性原则	56
第七节	案例分析	57
第六章	标志的设计程序	60
第一节	前期调研	61
第二节	标志的命名	61
第三节	设计构思与推导	62
第四节	形态的深化与比较	65
第五节	色彩应用	66
第六节	正稿制作与规范	68
第七节	视觉调整	69
第八节	注册实施	70
第九节	推广验证	72
第十节	案例分析	74
第七章	标志设计与 VIS	79
第一节	标志与中英文组合	80
第二节	标志与辅助形	83
第三节	标志与标准色	84
第四节	标志与形象物	85
第五节	标志与应用背景	87
第六节	案例分析	92



第一章

标志设计课程设置

一、标志设计课程概述

一直以来,在全国各大艺术院校的视觉传达专业课程中,都把标志设计设置为一门重要的基础课程。标志设计,体现的是方寸之间的设计韵味与毫厘之间的形态掌控能力。因此,标志设计也被视为平面设计中最难的设计类别之一。在以文字符号和图形符号为主导的平面设计中,标志兼具了二者的形式特征和符号功能,同时,又超越了文字符号的区域局限性与图形符号的表意多向性,成为传递信息的重要载体和有效手段,从而具有更强的国际通用性。本课程在理论讲授的基础上,运用案例分析、实践学习和成果交流等手段,引导学生熟练掌握标志设计的相关原理,并逐步具备根据不同主题类别进行标志创作的能力。

二、标志设计课程的教学目的

标志设计,是以形态为载体,对概念进行艺术化呈现与符号化表达的过程及结果。该课程注重引导学生学会归纳与解读概念,并通过形态的塑造与组织,将概念信息以视觉化的符号形态表达出来。该课程同时还强调提升学生的拓展性思维能力,即通过不同的形态实施途径来阐释同一概念的能力,并在此基础上,通过对形态的反复推敲与深化,逐步建立对因形态细微差别而产生的视觉影响的敏锐捕捉力和评判标准与体系,逐步体会标志设计这一“方寸间的艺术”的创意魅力。

三、标志设计课程的教学目标

1. 知识目标

在了解与掌握标志设计的基本原理、表现手法与设计程序的基础上,逐步深入不同类型标志设计命题的形态与语义探讨研究中。

2. 能力目标

能灵活运用标志设计的相关原理与设计原则,应对不同类型的设计命题,迅速设计出多种解决方案,并在此基础上深化方案,形成终稿。

3. 训练目标

通过具体项目的实训与命题实战,训练学生在应对不同命题时应具备的思维拓展能力、

形态塑造与组织能力、语义呈现能力以及深化与推敲能力。强化对概念的图形归纳与表达能力。

4. 试验目标

通过对市场现有品牌标志的对比与分析,引导学生逐步建立起对标志形态塑造与语义呈现优劣的评判标准与体系。

5. 综合目标

启发学生从认识和利用形态开始,逐步深入到塑造与组织形态、归纳与解读概念、进行语义呈现与表达的研究与演练中,使其逐步具有对于品牌文化、企业精神的领悟力以及将视觉符号化的综合能力。

四、标志设计课程的教学内容

1. 讲授内容

- (1) 标志的概念、功能与特征。
- (2) 标志的起源与发展。
- (3) 标志的存在价值与意义。
- (4) 标志的类型。
- (5) 标志的表现形式。
- (6) 标志的设计原则。
- (7) 标志的设计程序。
- (8) 标志设计与 VIS。
- (9) 优秀标志设计案例分析。

2. 设计实践

- (1) 通过实训与命题实战,深化对理论知识的掌握与运用。
- (2) 参与“建议活动”,增进分析、思辨与创意的能力;形成调研意识与探讨教学互动的特色。
- (3) 访问学习网站,深化专业知识,树立专业思想,强化综合能力。

五、标志设计课程的教学进程

1. 讲授 :16 学时

- (1) 讲授相关理论知识。
- (2) 国内外经典案例评析。

2. 实训 :16 学时

- (1) 标志形态塑造与语义推导实训。
- (2) 分析、比较、评点学生方案。

3. 实验 :16 学时

命题设计,发挥扩散思维,形成多种解决方案,推敲并形成最终提案。

4. 考评

- (1) 讲评与总结。
- (2) 按作业要求与考核标准评定成绩。

六、标志设计课程的教学方法与手段

- (1) 理论学习与实训演练、方案呈述与作品分析、集体讲授与个别辅导相结合;
- (2) 板书与多媒体课件教学相结合的手段。

七、标志设计课程的作业要求与考核标准

1. 作业要求

- (1) 基础实训。
 - ① 标志设计的形态塑造
 - ② 标志设计的语义呈现
 - ③ 标志设计的表现方法
 - ④ 标志设计的程序

(2) 命题实战。

以扩散思维对同一命题提出多解决途径,并在形态和语义的反复推敲基础上,选用合适

的表现手段,形成最终提案。

2. 考核标准

- (1) 形态独特性:30%。
- (2) 语义与识别:20%。
- (3) 创意扩散度:30%。
- (4) 表现手法:20%。
- (5) 学习态度:10%。



第二章 标志概述

章节概述

标志作为一种图形符号语言,与用文字、语言来传播特定信息的方式不同,标志是通过图形、符号、色彩对受众进行特定信息的视觉传达。

标志设计是建立在平面构成、色彩构成、立体构成和图形创意课程基础上的一门综合知识技能,掌握好标志设计这门技能,是平面设计学科中极其重要的一部分。

教学目的

认知标志的概念、功能、特征、色彩应用和传播目的,使学生能够独立地认知和完成各行业的标志设计。

随着商业全球化趋势的日渐加强,标志的设计质量已经被越来越多的客户所看重,许多企业已经意识到一个理想的标志对于提高企业认知度是非常重要的。

如何为企业设计精美的、有意义的、不同凡响的标志?方法是分析、探寻、比较:

分析——试着分析与客户属性同类的行业标志,找出属于该行业的行业特征,这样可以把握标志设计的具体方向。

探寻——寻找出能使标志图形语义精炼且吸引眼球的形态元素,这点难度最大,完全依赖设计师的设计素养。

比较——通过比较多个设计方案,选出最合适的一个。

章节重点

标志的起源与发展

第一节 标志的概念

标志,作为一种特殊的信息呈现方式,在人类社会活动与生产活动中已无处不在,随着经济的发展与国际交流的加速,标志已经越来越成为一种不可或缺的视觉符号。它是一种品质的代表,也是一种形象的展示,同时又是一种实力的体现。近年来,随着中国经济的发展,国际品牌的大量进入,本土自主品牌也在不断成长。奥运会、世界博览会的成功举办,促进了中国在世界的影响,标志在其中扮演着极其重要的角色,人们越来越认识到标志的重要性。

标志是一种具有象征意义的艺术语言,它以具象事物来表现抽象的精神含义,通过创造典型性的视觉符号,传播一种文化。例如用龙和长城象征东方,绿色象征生命,这些具有象征意义的文化符号不用加以说明就能被受众所理解。随着标志的发展,标志已不是一个单独的符号,它是形象识别系统里最重要、最基础的核心内容,并广泛应用于商业领域,具有商用的价值。优秀的品牌标志是企业的无形资产,是企业形象、商品质量和信誉的保证。同时,它又是企业走向市场参与竞争的有力武器,具有商业目的和商业价值功能。

与其他艺术设计专业一样,标志也可分为商业性(图 2-1-1 至图 2-1-3)和非商业性(图 2-1-4 至图 2-1-6)两大类。它在保证信誉、树立形象、推销产品、加强文化交流、增强识别性等方面都处于十分重要和不可替代的位置。

在艺术设计教学中,标志设计是一门极为重要的课程,涉及图形、文字、色彩、消费心理、设计史、材料等多种专业基础,是学习平面设计的必修课程。



图2-1-1 UPS公司标志



图2-1-2 中国联通标志



图2-1-3 可口可乐公司标志



图2-1-4 请勿吸烟标志



图2-1-5 联合国难民事务高级专员公署标志



图2-1-6 2011年西安世界园艺博览会会徽

第二节 标志的功能

标志的主要功能是信息传达。判断标志设计是否成功,首先要考虑其最终目的、传达的效果。各类标志有不同的应用范围,发挥的功能也不同,如何促成标志设计取得成功,功能和作用是其中非常重要的一部分。

1. 识别功能

标志最突出的特点是各具独特面貌,易于识别。显示事物自身特征,标示事物间不同的意义、区别与归属是标志的重要功能。各种标志直接关系个人、组织乃至国家的根本利益,绝不能相互雷同、混淆,以免造成误读。因此标志必须特征鲜明,令人一眼即可识别,并过目不忘(图2-2-1至图2-2-4)。



RENAULT

图2-2-1 雷诺汽车公司标志



SUBARU.

图2-2-2 斯巴鲁汽车公司标志



图2-2-3 莲花汽车公司标志



图2-2-4 捷豹汽车公司标志

2. 审美功能

随着时代的发展,人们的审美观念也在悄然改变。一方面要完善标志的实用功能,满足辨识的需求;另一方面,标志设计应顺应现代审美的潮流、追求美的情调。在标志设计中运用的怡人化思想,实际上是对图形时尚主流在视觉化中的诠释。怡人化的标志崇尚高雅的境界,强调舒适和精致,享受高质量生活所带来的细节体验,表达人类美好的愿望(图2-2-5至图2-2-8)。



图2-2-5 星巴克标志



图2-2-6 巴宝莉标志



图2-2-7 阿迪达斯三叶草标志



图2-2-8 LG公司标志