

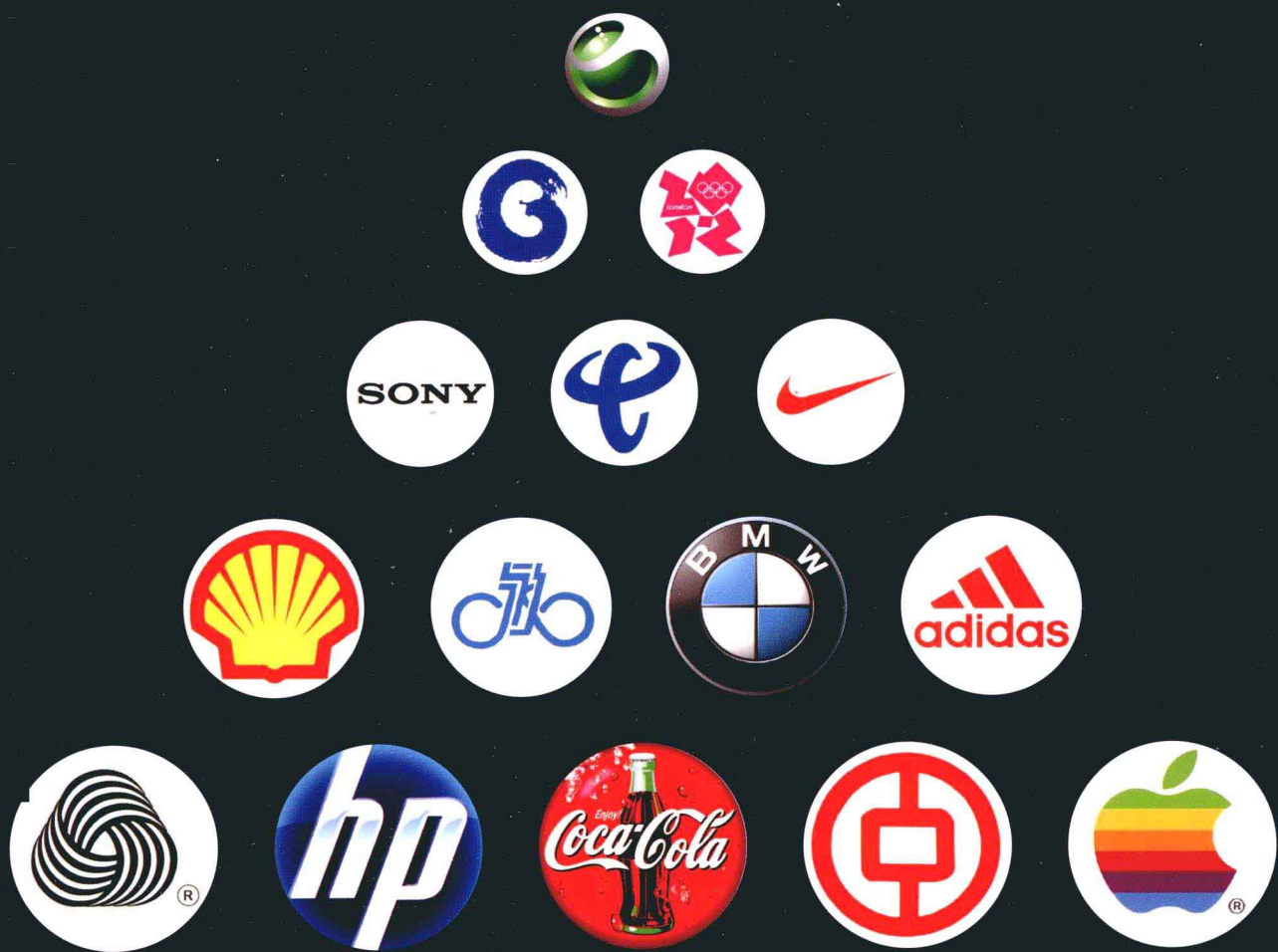
高等学校教材

标志设计

Logo Design

李奎强

等编著



化学工业出版社

高等学校教材

标志设计

Logo Design

李奋强 等编著

J524.4-43
37



化学工业出版社

· 北京 ·

本书论述了标志设计的原理及方法,内容包括:标志的概念、标志发展历史及标志设计发展趋势;标志属性及设计思想,标志设计方法及流程,标志创意构思;标志信息的编码与解码;标志形态设计;标志艺术设计;标志设计表达技法以及有关标志的知识产权保护等。内容突出了标志的符号性特点,强调了标志的理性思考与逻辑分析,列举了大量著名标志设计案例,增强了标志设计的可操作性。

本书适合高等院校设计类专业作为教材使用,也可以作为专业设计工作者和标志设计及CI设计爱好者的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

标志设计 / 李奋强等编著. —北京:化学工业出版社,
2013.6
ISBN 978-7-122-17052-1

I. ①标… II. ①李… 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(2013)第077998号

责任编辑:张建茹
责任校对:王素芹

装帧设计:尹琳琳

出版发行:化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装:化学工业出版社印刷厂
787mm×1092mm 1/16 印张13 $\frac{1}{2}$ 字数306千字 2013年7月北京第1版第1次印刷

购书咨询:010-64518888(传真:010-64519686) 售后服务:010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书,如有缺损质量问题,本社销售中心负责调换。

定 价:48.00元

版权所有 违者必究

工业设计专业教材编写委员会

主 任：程能林

副主任：黄毓瑜 徐人平 李亦文

委 员：(排名不分先后)

程能林 黄毓瑜 徐人平 李亦文

陈汗青 孙苏榕 陈慎任 王继成

张宪荣 宗明明 李奋强 谢大康

钱志峰 张 锡 曾 勇 宁绍强

高 楠 薛红艳 李 理 曲延瑞

张玉江 任立生 刘向东 邱泽阳

许晓云 范铁明 万 仞 花景勇

林 伟 李 斌

序

化学是研究物质的变化和规律的一门学科。设计是研究形态或样式的变化和规律的一门学科。一个是研究物质，包括从采掘和利用天然物质到人工创造和合成的化学物质；一个是研究非物质，包括功能和形态的生成，变化及其感受。有物质才有非物质，有物才有形，有形就有状，物作用于人的肉体，形作用于人的心灵。前者解决生存问题，实现人的生存价值；后者解决享受问题，实现人的享受价值。一句话，随着时代的进步，为人类不断创造一个和谐、美好的生活方式。

其实，人人都是设计师，人们都在自觉或不自觉地运用设计，在创造或改进周边的一切事与物，并作出判断和决定。设计是解决人与自然，人与社会，人与自身之间的种种矛盾，达到更高的探索、追求和创造。通过设计带给人们生活的意义和快乐。尤其在当今价值共存、多样化的时代下，设计可以使“形”获得更多的自由度，使物从“硬件”转变成与生活者心息相通的“软件”，这就是“从人的需要出发，又回归于人”的设计哲理。有人说设计就是梦，梦才是设计的原动力。人类的未来就是梦的未来。通过设计可以使人的梦想成真，可以实现以地球、生命、历史、人类的智慧为依据的对未来的想像。

化学工业出版社《工业设计》教材编写委员会成立于2002年10月。一开始就得到各有关院校的热情支持和积极参与。大家一致认为，无论是“由技入道”还是“由理入道”设计教育的目的都是让学生“懂”设计，而不只是“会”设计。大家提交的选题，许多都是自己多年设计教学实践的经验、总结和升华，是非常难能可贵的。已出版的书在社会上和设计教育界引起广泛的关注，并获得专家的好评和被大多数院校选用，认为这套书起点高、观念新、针对性强、可操作性高。经过编委会的讨论、交流、结合国内现有设计教材的现状，在第一批教材的基础上，又列选以下工业设计专业的教材或参考书准备陆续出版：

《设计与法规》（武汉理工大学陈汗青、万切）；

《积累、选择、表达——德国现代设计教育方法研究与实践》
（齐齐哈尔大学宗明明）；

《设计方法论》（深圳大学李亦文）；

《设计信息学》（昆明理工大学徐人平）；

《设计管理——企业产品的识别设计》（湖南大学花景勇）；

《设计美学》（上海大学张宪荣）；

《设计心理学》（长春工业大学任立生）；

《设计的视觉语言》（南京航空航天大学薛红艳）；

《设计与视觉法则》（上海大学张宪荣）；

《快速设计开发与快速成型技术》（昆明理工大学徐人平）；

《产品数字化设计技术及应用》（北京服装学院孙苏榕）；

《工业设计的创新与案例》（北京工商大学高楠）；

《产品形象设计》（桂林电子工业学院宁绍强）；

《标志设计》（兰州理工大学李奋强）；

《布言布语——服饰手工艺》（齐齐哈尔大学宗明明）；

《西洋服装史图鉴》（齐齐哈尔大学范铁明）。

以上工业设计专业教材及参考书的出版力求反映教材的时代性、科学性与实用性，同时扩大了设计教材的品种及提高了教材的质量。最后，我代表编委会感谢化学工业出版社的大力支持和帮助，使这套系列教材能尽快地与广大读者见面。

《工业设计》教材编写委员会

主任 程能林

2004年7月5日

前言

人类的活动很大一部分精力用于认识新生事物，回答人们的各种疑虑，这似乎是科学工作者的主要工作。但认识事物并不是人们活动的主要目的，利用事物的发展规律来为人类服务才是我们认识事物的目的。考量人们认识事物的程度可以通过考察人们所做的替代事物的简化模型或解释和描述事物的表达方式表现出来。

文学工作者通过语言、文字、文章、诗歌、小说来解释和描述事物及事物的发展；

数学家将世界的一切用数学符号、数学公式、数学模型严谨地罗列及建造出来；

而艺术家、设计师则用绘画、雕塑、图形、符号、三维图景描述事物、抒发情感。

其中，要数标志设计师的工作最为奇特，他们几乎可以把世间一切事物都囊括在一个小小的标志符号中：大到自然界的“宇宙”、小到物质的“原子”；复杂到“生命”现象、“社会”现象；简单到数字“一”都可以给一个“标志符号”来代替、解释、认识、判断、区别、分析和概括。任何一个人，一旦理解和掌握了“标志符号”的意义，沟通就变得极为方便和快捷。

如果没有标志，两家的羊群混在一个草场上吃草，就难以严格区分，为此要发生两家争夺羊群的斗殴事件。故需要用耳标区分各自的羊群。

如果没有标志，两国的居民在同一地区劳作生息，就难以区分地界，为此要发生两国的交战事件。故需要用国界线——界碑来区分各自的地盘。

如果没有标志，两个商家的同类产品在市场销售，就难以严格区分商品，当售后出现问题时，就会互相推诿指责。故需要用商标来区分各自的产品，建立各自的信用品牌。

一个族群部落的统一行动，需要一个旗帜的引领。

一项大型的社会集会活动，需要一个标徽号召。

从上述例子可以看出，当多个系统及其要素不可避免地频繁混杂时，为了快速分辨某系统及其成员要素，需要在该系统内部用同一符号统一标定系统及其成员要素，以与其他系统及其成员要素相区分。所以，社会越是发达，系统越多，标志符号的使用就越普遍。

随着现代设计学科的发展，设计学的系统研究已经提上议事日程。设计学研究领域包括设计理论研究、设计应用研究、设计管理研究和设计教育研究等。标志设计作为设计学的应用实

践性学科,包含着许多设计学原理的应用。其中,形态构成学和美学艺术规律在标志设计活动中都会有直接大量的应用。学习标志设计可以帮助我们更好地理解设计学原理。此外,标志设计又是品牌形象设计的基础,标志设计在VI设计、CIS设计、包装装潢设计、广告设计、文字设计中都有大量的应用。因此,标志设计又是设计活动中的基础设计。

本书讲述如何设计标志和如何理解标志。本书内容包括:标志的概念、标志发展历史及发展趋势;标志属性及设计思想、标志设计方法及设计流程,标志创意构思;标志信息的编码与解码;标志形态及色彩设计;标志的艺术形式;标志设计表现技法以及有关标志的知识产权保护等。内容突出了标志的理性思考与逻辑分析,列举了大量著名标志设计案例,突出了标志设计的可操作性。本书一方面实践着标志设计,另一方面也从设计学原理方面做了一些有意义的探索活动,比如书中的标志设计历史、标志属性、标志设计原则、标志形态演化方式、标志美学问题、标志设计风格问题等,特别是像“少即是多”设计原理、标志信息的编码及解码等就属于标志设计特有的设计理论问题。

本书适合作为高等院校设计类专业的教材,也可作为专业设计工作者和标志设计及CI设计爱好者的参考书。

本书根据内容论述的需要,配置了大量的标志设计的优秀案例,这些标志设计案例可以帮助读者更快地进入标志设计状态。在此,特向案例设计者表示诚挚的谢意;工业设计的同行也提供了一些优秀的标志设计作品,在此表示感谢;历届工业设计的学生与我一起学习、讨论、探索标志设计问题,对标志设计成书帮助很大,在此,向同学们表示诚挚的谢意。

本书第1~6章由李奋强编写,第7章由欧阳晋焱编写,全书由李奋强统稿。

值此出版之际,我要感谢昆明理工大学的徐人平教授对出版本书所给予的支持,徐教授在百忙中审阅了本书并提出了许多宝贵的修改意见;感谢徐明强董事长在标志设计、品牌建设方面给予的信任和经费上的大力支持;还要特别感谢化学工业出版社的编辑对本书一如既往的关心、支持与帮助。

希望此书能受到学习和从事标志设计的人们喜爱。书中不足之处欢迎大家指正。

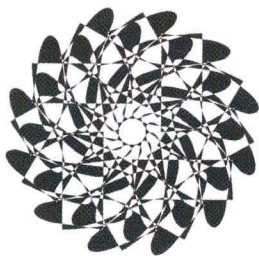
李奋强

2013年5月26日

目 录

第1章 标志设计概论 1	4.2 标志形态演化基本方式 103
1.1 从太极图看标志设计 1	4.3 标志色彩设计 116
1.2 标志的概念 3	第5章 标志的艺术形式 130
1.3 标志的演变历史 14	5.1 标志设计的形式美 130
1.4 中国标志发展概况19	5.2 对称与均衡形式 132
1.5 标志设计的发展趋势26	5.3 比例与尺度形式 138
第2章 标志设计原理方法 33	5.4 统一与变化形式 143
2.1 标志的属性33	5.5 节奏和韵律形式 147
2.2 标志设计的“少即是多”原理 ...38	5.6 对比与调和形式 152
2.3 标志设计思想40	5.7 标志独特的艺术规律 158
2.4 标志设计构思方法43	5.8 标志设计风格 159
2.5 标志设计流程46	第6章 标志设计表达技法 168
2.6 标志设计基本原则51	6.1 标志设计表达的内容 168
2.7 标志命名的要求58	6.2 探索标志的视觉效果 170
第3章 标志信息编码与解码 62	6.3 企业标志标准制图法 173
3.1 标志与被表征信息互动效应62	6.4 编写标志设计说明 178
3.2 标志信息编码方法64	第7章 标志的知识产权保护 182
3.3 标志信息常用编码70	7.1 标志知识产权保护 182
3.4 标志信息编码及标志设计方法案例86	7.2 不得作为商标的标志的审查 ... 183
3.5 标志信息解码91	7.3 商标显著特征的审查 194
第4章 标志形态及色彩设计 96	7.4 商标相同、近似的审查 201
4.1 标志设计的形态问题96	参考文献 207

第1章 标志设计概论



- 从太极图看标志设计
- 标志的概念
- 标志的演变历史
- 中国标志发展概况
- 标志设计的发展趋势

1.1 从太极图看标志设计

1.1.1 宇宙与生命现象图示探索

人类一直在思考着宇宙的起源与生命的本质问题。中国对宇宙、生命、人与自然关系的认识已有几千年的历史了。盘古神话“垂死化身”意识到人的死亡，就发现大自然也有着与人类相似的生死现象。在他们的眼前，昼夜交替、生死轮回、寒来暑往……

不仅自然万物在生老病死，年年四季也在交替轮回，而且还能相互转化，(图1-1)。



图1-1 昼夜阴阳交替

《易经》以广泛的矛盾现象和实际经验为认识源泉，以吉凶祸福的矛盾转化为研究对象，从事物的普遍矛盾中概括出乾坤、泰否、剥复、损益等一系列对立范畴，为阴阳范畴的提出提供了重要的先行资料。春秋末期，越国大夫范蠡认为“阳至而阴，阴至而阳”，阴阳两种势力各自发展到极端都会走向自己的反面，如图1-2东汉水火匡廓图正是对阴阳转换的形象表示。这种阴阳相合，阴中有阳、阳中有阴，阴阳消长流变的思想正是太极图的基本源流思想。

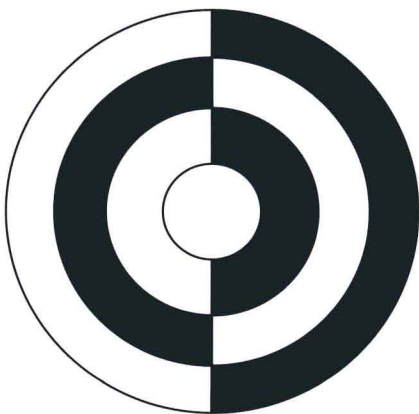


图1-2 东汉水火匡廓图

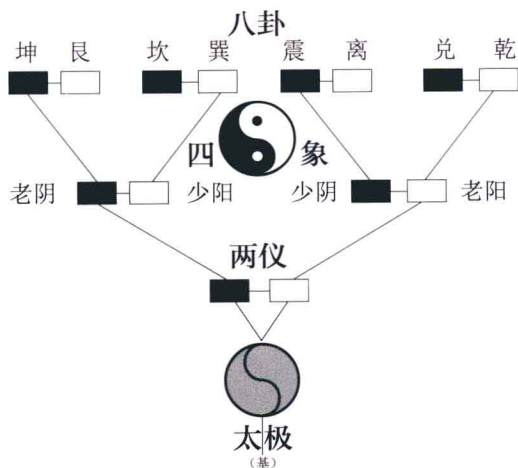


图1-3 易经太极生八卦图

太极源于人类对宇宙与生命的探索和认识的哲学概念。“太极”一词，见于《周易·系辞上》。中国古代占统治地位的太极阴阳宇宙观《易经》的卜辞里说：“是故易有太极，是生两仪，两仪生四象，四象生八卦，八卦定吉凶，吉凶生大业”，如图1-3所示的易经太极生八卦图。

太极八卦图是中国古老的文化科学遗产，是中国古代劳动人民智慧文明的结晶。提起太极八卦图，许多人都感到很神秘，至于其中的奥妙则很少有人能说出几分道理来。太极图就是一个圆，里面画着阴阳鱼；八卦图就是一个正八边形，每条边上都有一个特殊的“八卦”符号及象征天、地、雷、风、水、火、山、泽八种自然现象的八卦名：乾、坤、震、巽、坎、离、艮、兑，如图1-4所示。

太极八卦图，描绘了《易经》阴阳理论中阴阳交感生万物的道理：“易”为日月，“易”为阴阳，“太极图”就是一个“易”的——日月、阴阳的代表符号。“易”在事物应用中，是多变的、复杂的、辩证的。但在一切事物变化中，只要注意把握好事物的核心之处，即可领略应用中的大概。这个核心，就是“易”之精髓——“易”的阴阳两点。日月运行，一寒一暑，乾道成男，坤道成女。太极生阴阳，阴阳生四时，四时生八卦；自

然万物皆来自阴阳两种力量的运动与变化，而阴阳则包含于太极这个“宇宙卵”中。这与盘古开天地的神话中“天地混沌如鸡蛋”、“开辟阳清为天，阴浊为地”的思想完全一致。

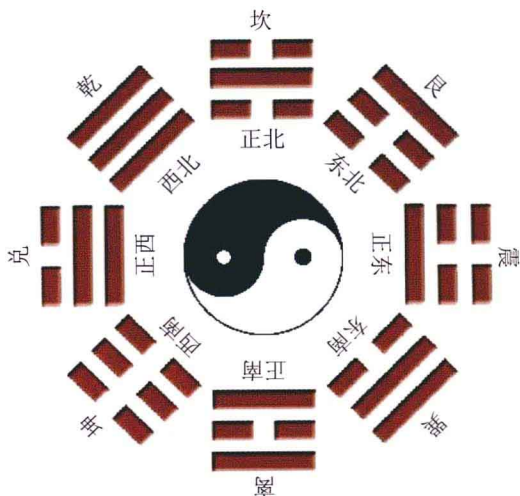


图1-4 太极八卦图

也就是说，宇宙万物皆源于太极，太极由阴阳构成，阴阳运行，天地更生、万物更新，宇宙与生命不断轮回。

1.1.2 太极图

为了形象揭示和容易理解宇宙这一深奥的概念，人们探索用太极图来描述。太极图是中国古代用一种圆形的图像表示阴阳对立的统一体，用以说明宇宙现象的图。太极图又被称为“中华第一图”，如图1-5所示。

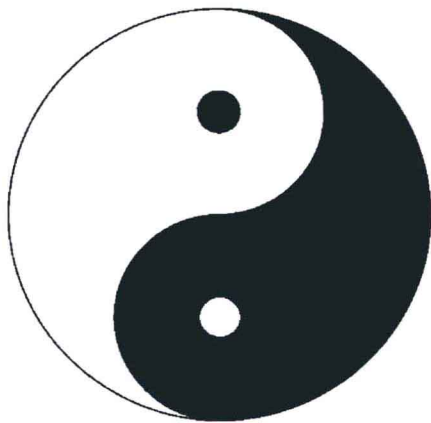


图1-5 太极图

在中国哲学中,体现为太极阴阳学说“宇宙卵”的母题——“太极图”与新石器时代的纺轮图案一致,如图1-6所示。易经的太极图的形状,是在彩陶“鱼形”纹样的基础上,融入阴阳哲学思想练就而成,正是一个“宇宙卵”。



图1-6 彩陶纺轮图

太极图以圆圈代表天象和宇宙。圆圈内画着两条阴阳鱼,白色的鱼象征着阳性,动态,代表天;黑色的鱼象征阴性,静态,代表地。二鱼形状一致,头尾相接形成妙合而凝的状态。古人用太极解释宇宙万物生成和变化的道理,称太极为宇宙模式图。故“太极”一词,实际上是中国古代称呼原始宇宙的代名词。

由于太极图的构成极为简练,两条游动的阴阳鱼具有旋动力,对称而不一、均衡而不僵、统一有变化、对比且协调,加上易经文化的广为传播,因此,太极图纹样被国内外的各国人民所喜爱。

广大农村的汉族古式房屋建筑及滨、黔彝族屋宇,其正堂抹角梁的正中心,都覆一幅绘有阴阳“太极图”的红布。这幅阴阳“太极图”堪称为中国传统文化的核心。

从孔庙大成殿梁柱,到楼观台、三茅宫、白云观的标记物;从道士的道袍,到算命先生的卦摊;从中医、气功、武术及中国传统文化的书籍封面、会徽会标,到南韩国旗图案、新加坡空军机徽、玻尔勋章族徽等等,太极图无不跃居其上。

1.1.3 好的标志设计目标

从认识宇宙到设计出太极图可以看出,任何一个复杂的事物,即使是宇宙与生命这样奇大无比、复杂多样的事物,都可以用一个简化的图形加以形象地描述或表征。

细观太极图可以感受到,一个好的图形标志,应该用最少的笔画达到最深刻描述事物的境界。太极图是一个深刻揭示宇宙内在规律的最简洁而又最完美的标志,千百年来受到世人称颂、传播。中国的太极图案不仅对东方如韩国,也对西方产生了极大的影响,堪称世界标志设计的经典之作。

1.2 标志的概念

1.2.1 标志的概念

人们看到烟的上升,就会想到下面有火。烟就是有火的一种自然标记。在通信不发达的时代,人们利用烟(狼烟)作为传达与火的意义有关联的(如火急、紧急、报警求救等)信息的特殊手段。这种人为的“烟”,既是信号,也是一种标志。人们从很远的地方都能迅速看到。这种非语言传送的速度和效应,是当时的语言和文字传送所不及的。今天,虽然语言和文字传送的手段已十分发达,但像标志这种令公众一目了然、响应快捷,并且不受民族、语言、文字束缚的直观传送方式,更能适应生活节奏不断加快的需要。其独特的传递信息作用,仍然具有不可替代性。

(1) 标志是表征事物的标示符号

标志是一种用来代表团体、派别、单位、商品、运动、庆志、活动、说明等的标示符号。一般采用图形、文字等的形式简要明确地加以表示,以方便联系、标示意义、区别事物的种类、特征和归属或作不同的解释。

如图1-7奥运会五环标志。它由洁白的底色和蓝、黄、黑、绿、红的五色圆环组成。五环代表着世界五大洲,五色代表的是世界五大洲不同肤色的人民,奥运五环是一个整

体,五环连在一起象征五大洲的团结以及全世界运动员以公正、坦率的比赛和友好的精神在奥运会上相见。

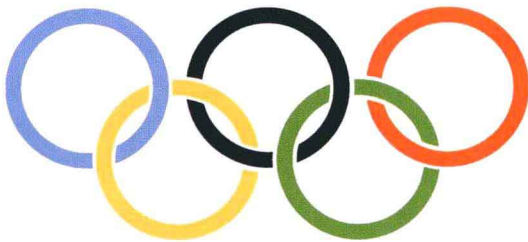


图1-7 奥运会五环标志

(2) 标志是形象的缩影

无论是个体还是集体,个人或是群体,城市还是地区,国家乃至民族,每人都希望被别人认识和认同。每个个体都需要独特的形象,标志则是形象的缩影。在人们的物质生活世界如包装、印刷、广告等,均包含有无可胜数的标志。它代表着不同的企业、公司、机构和品牌,在社会和商业上有着重要价值。

(3) 标志是文化的载体

标志记载着人们的活动和社会的变化及意识形态的转变。标志是文化的视觉符号,记录着一个国家、民族、地域的文化特征和历史,它所体现的文化内容和其本身的文化特点也是一种民族和国家地域的文化传统的体现。其艺术风格在更大程度上反映了当时、当地的审美品味和美感。

如图1-8所示的香港特别行政区区徽,内圆有一朵白色紫荆花,红色底色。外圈则为白底红字,写有繁体中文“中华人民共和国香港特别行政区”及英文HONG KONG。

紫荆花是香港市花,代表香港。洋紫荆图案、花蕊以五星表示,与中华人民共和国国旗、国徽上的五星相对应,寓意中华人民共和国与香港特别行政区密不可分的关系,象征香港特别行政区为中华人民共和国的一部分。区徽底色是红色,与中华人民共和国国旗、国徽的底色一样,象征香港为中华人

民共和国的一部分。红白两色,象征香港实践一国两制。



图1-8 香港特别行政区区徽

1.2.2 标志的类型

标志以不同的方式存在,并有不同的对象和种类。按标志的使用功能分类,标志可分为团体标志、会议活动标志、商品商标、指示标志等。例如国家的标志、机构的标志、体育的标志、交通的标志、运输的标志、安全的标志、操作的标志等。

(1) 团体标志

团体标志所代表的团体包括党派、国家、民族、部落、公司、部门、单位等社会群体组成的集体。

如图1-9联合国旗帜,徽记包括极地等距方位投影的世界地图,四周由两条橄榄枝围绕。橄榄枝作为和平的象征,可以回溯到古希腊时代。世界地图象征联合国为全世界努力实现其主要目标:和平。

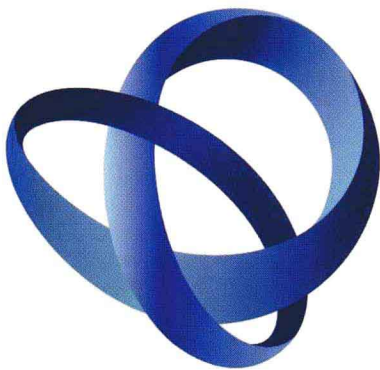


图1-9 联合国旗帜

（2）社会公益—文化—会议标志

① 社会公益标志 社会公益标志是社会公益组织机构为社会提供公益服务所使用的标志。如红十字会、环境保护等的机构所用的商业标志，如团体、学会、协会等的标志。

中国科学技术协会标志（图1-10）图案为双面拓扑图形，造型富于变化，富有动感。舞动的丝带寓意中国科协是党和政府联系广大科技工作者的桥梁和纽带，象征科协组织具有蓬勃的生命力和创造力。



中国科协年会

China Association for Science and Technology Annual Meeting

图1-10 中国科协标志

② 文化性标志 文化性标志是文化机构从事文化活动所使用的标志。包括博物馆、美术馆等。

如图1-11西安博物院标志，强调了西安博物院作为西安文化主要展示窗口的重要地位。小雁塔是西安博物院收藏的最大文物，同时也体现了西安的古都风貌和悠久的历史。标志设计以西安博物院的中心建筑小雁塔为设计元素，选取了小雁塔的侧面仰视角度，给人一种雄浑大气之感，更彰显了西安的悠久历史和中國文化的博大精深，使人仿佛又体验到了那昔日的盛世雄风。



图1-11 西安博物院标志

③ 会议活动标志 活动标志所代表的活动包括体育运动会、商品展览会、音乐会、电影节、广告宣传发布会等，是大型较长时间的集会等由集体组织的社会活动。社会活动标志是社会举办的大型活动的专用标志。如奥运会、全运会、联合国大会等所用标志。

如图1-12法国戛纳电影节标志金棕榈奖。这是由于戛纳这座法国南部的滨海城市，在金银两色的沙滩上到处种植着高大挺拔的棕榈树。从1946年第一届戛纳国际电影节开始设置，1957年起改为“金棕榈奖”。



图1-12 法国戛纳电影节金棕榈奖标志

（3）企业标志与商品商标

企业商标是最早的标志形式，这一标志形式后来推广到机关部门、团体、运动、庆祝、活动、宣传等领域，广义地称为标志。商标即有关工商业的商号、产品、公司业种、公司部门等的标志，又叫商业标志或简称商标。商标存在于以企业为主的生产领域和以商业为主的流通领域，是商品的无形资产。世界知识产权组织在其出版物中对商标所下的定义是：“商标是用来区别某一工业或商业企业或这种企业集团的商品的标志。”

① 企业标志 企业标志是以企业为集团的形象而树立的标志。它代表了集体的形象，并与企业的经营内容和主旨相对应。企业或商店生产或经营的产品可以用企业标志或营业标志。商品商标可以与企业标志一致，也可以不一致。如日本的日立、东芝、丰田、日产、本田，中国的万宝、香雪海、长城、永久等制造公司或集团公司的标志。

如图1-13长城汽车标志：长城新标由两个对放字母“G”组成“W”造型，“GW”是长城汽车的英文缩写。椭圆外形是地球的形状，象征着长城汽车不仅要立足于中国，铸造牢不可破的汽车长城的企业目标，更蕴含着长城汽车走向世界，屹立于全球的产业梦想。长城汽车是中国的长城，更是融入世界的长城！长城新标中间凸起的造型是仰视古老烽火台90°夹角的象形，被正中边棱平均分割，挺立的姿态酷似“强有力的剑锋和箭头”，象征着长城汽车蒸蒸日上的活力，寓意着长城汽车敢于亮剑，无坚不摧，凸起部分也象征着立体的“1”，表明企业勇于抢占制高点，永远争第一的企业精神。



图1-13 长城汽车标志

销售企业标志又称销售商标或商业商标（即营业单位的营业商标）。如上海中百一店、华联商厦、华侨商店、国美电器、西单百货、苏宁电器（图1-14）等。



图1-14 苏宁电器标志

② 商品商标 一个企业生产的几种产品可以用多种商标，即使一个类别的不同产品也可以用多种商标。

例如，吉利汽车公司名下的产品商标有帝豪（图1-15）、全球鹰（图1-16）、英伦等。

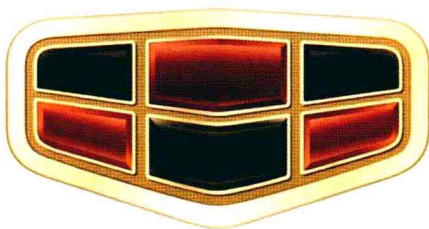


图1-15 吉利汽车帝豪商标



图1-16 吉利汽车全球鹰商标

③ 等级商标 一个类别的同一种产品，为满足不同层次的消费需要，往往有品质及价格上的高、中、低或更多层次的差别。为了使消费者一目了然起见，在商标使用和管理上就作出等级的差别。这种商标有的虽然

名称相同,但图形或文字字体不同,有的虽然图形相同,但为了便于区别不同商品质量,而是以不同颜色、不同纸张、不同印刷技术或者其他标志作区别,也有的是用不同商标名称或者图形作区别。例如,日本三德利酿酒公司在其产品威士忌酒上使用的一套商标。青岛同泰橡胶厂生产的轮胎,因规格不同,分别使用“骆驼”、“金鹿”、“工农”等商标。上海牙膏厂的“美加净”、“中华”、“白玉”等,就属于等级商标(图1-17、图1-18)。



图1-17 上海牙膏厂“中华”商标



图1-18 上海牙膏厂“美加净”商标

(4) 证明标志

经国际或国内权威机构鉴定,保证或证明其质量等级的特许使用的证明商标。最为代表性的证明商标要算国际羊毛总局认定的纯羊毛制品“wool”标志(如图1-19纯羊毛标志)和由日本产业设计振兴会评出的优秀设计产品“G”形标志。产品或包装上带有这种权威性的标志,它的身价就非同一般。



图1-19 纯羊毛标志

中国现行产品质量标志是指对达到某一标准的优良企业、优质产品或符合某一标准的产品给予的证明。质量标志既是商品质量的证明,也是企业上水平上档次的象征。合法的产品质量标志可帮助消费者了解产品质量状况,便于选购、使用产品。中国现行的各类质量环保标志如下所示。

① 无公害农产品标志(图1-20) 使用该标志的食用农产品上市时,不得检出超标的农药残留物。



图1-20 无公害农产品标志

② 有机产品认证标志(图1-21) 该标志证明其在生产和加工过程中,绝对禁止使用农药等人工合成的化学物质。



图1-21 有机产品认证标志

③ 绿色食品标志(图1-22) 允许有限制地使用农药、化肥、激素(生长调节剂)、

食品添加剂、防腐剂等人工合成的化学物质，由省级绿色食品管理机构审核实施。



图 1-22 绿色食品标志

④ 食品市场准入标志（图 1-23）表明食品符合质量安全的基本要求，由国家质量监督检验检疫总局审核颁发。



图 1-23 食品市场准入标志

⑤ 纯羊毛标志 凡纯羊毛制品达到国际羊毛局制定的诸如强力、色牢度、耐磨、可洗性等品质要求，经核准可使用纯羊毛标志。

⑥ 国家免检产品标志（图 1-24）获得此标志的产品免于政府部门实施的质量监督检查，由国家质量监督检验检疫总局审核发布。



图 1-24 国家免检产品标志

⑦ 中国强制认证标志（图 1-25）英文名称缩写为“CCC”，是中国政府为保护消费者人身安全和动植物生命安全，保护环境，保护国家安全，依法实行的产品合格评定制度。

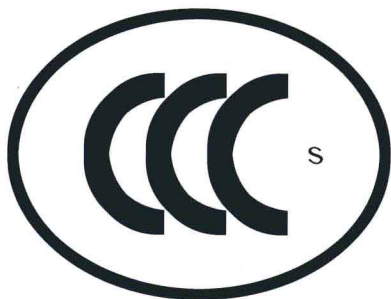


图 1-25 中国强制认证标志

⑧ 中国名牌产品标志（图 1-26）由国家质检总局审核发布。



图 1-26 中国名牌产品标志

⑨ 中国质量环保产品认证标志（图 1-27）由中国质量认证中心（CQC）开展、

企业可自愿参与的认证业务。该标志表明产品质量合格,且符合特定的环保要求。



图 1-27 中国质量环保产品认证标志

⑩ 中国质量认证标志 (图 1-28) 由 CQC 开展,可对 21 类产品实施该项认证。



图 1-28 中国质量认证标志

⑪ 原产地认证标志 (图 1-29) 表示该产品的原产地已经官方注册认定。



图 1-29 原产地认证标志

⑫ 中国实验室国家认可标志 (图 1-30) 由中国国家实验室认可委员会颁发,其检测报告和校准证书具有法定效力。



图 1-30 中国实验室国家认可标志

⑬ 定量包装商品计量保证能力合格标志 (图 1-31) 由省级质量技术监督局检查合格,可在其生产的定量包装商品上使用全国统一的“C”标志。

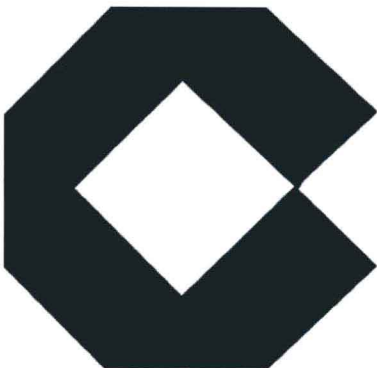


图 1-31 定量包装商品计量标志

⑭ 采标标志 (图 1-32) 是企业对产品质量达到国际先进水平或国际水平的自我声明形式,由各地市质量技术监督局发布实施。



图 1-32 采标标志