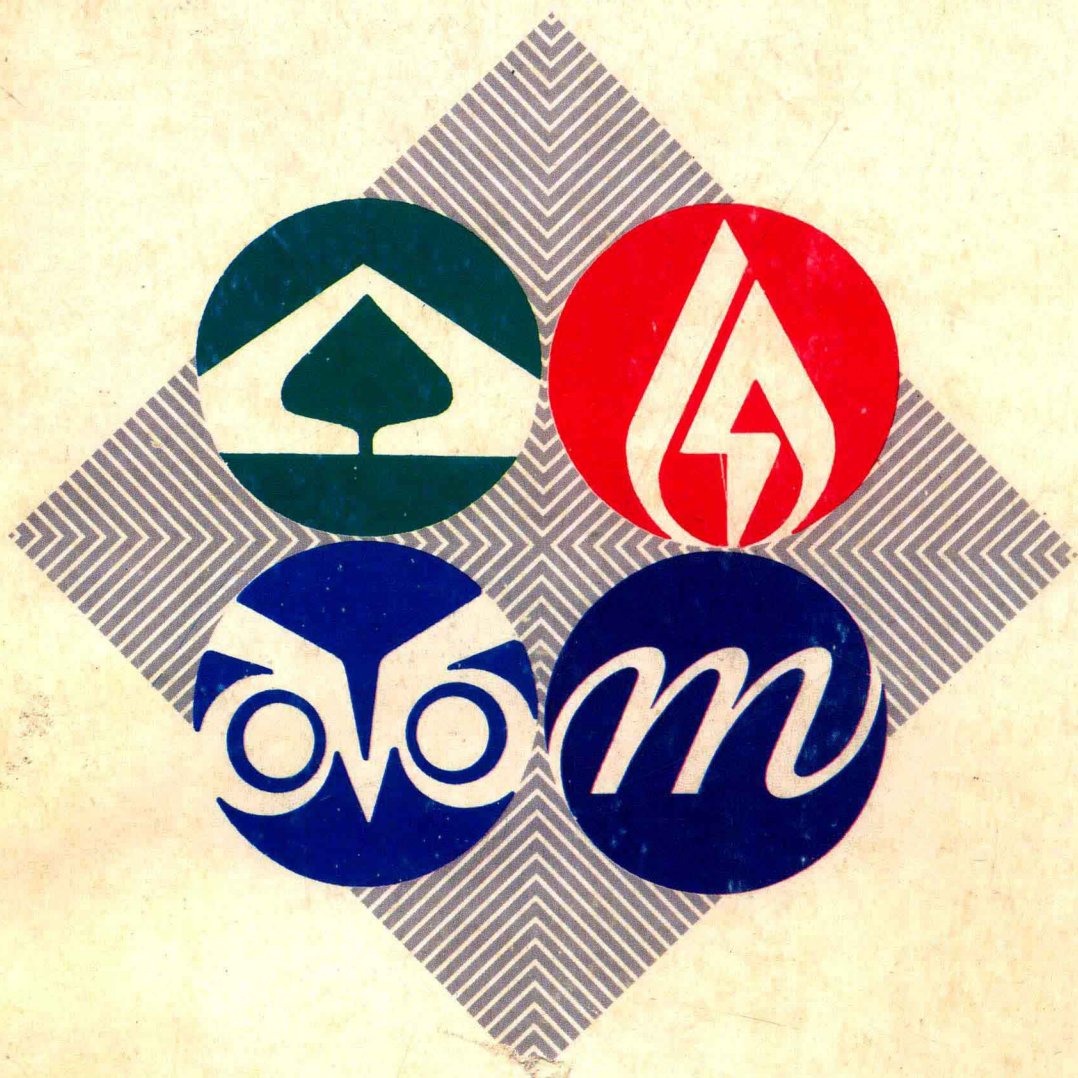




左其 编著

现代标志设计

XIANDAI BIAOZHISHEJI

河北美术出版社

现代设计艺术丛书

现代标志设计

车 其 编著



河北美术出版社

(冀)新登字 002 号

责任编辑:李世苓

装帧设计:吴建军

宏 津

现代标志设计 车其 编著

出版发行:河北美术出版社

石家庄市北马路 45 号

邮政编码:050071

制版印刷:河北新华印刷二厂

开 本:787×1092 毫米 1/16

印 张:19

印 数:5000

版 次:1995 年 10 月第一版

印 次:1995 年 10 月第一次印刷

定价:35 元

ISBN 7-5310-0733-9/J·658

序

随着改革开放和市场经济的迅速发展,标志符号以其特有的信息传递优势渗入到国际交往、商业活动、文化交流以及人们日常生活的各个方面,成为社会生活不可缺少的一部分。近些年来,人们对标志(尤其是商标)的观念已发生了深刻的变化:企业经营者由以往的漠视商标逐渐转变为高度重视商标在商品竞争中的重要性,因此大大提高了使用商标的自觉性。同时申请保护商标专用的法律意识不断强化,树立名牌的呼声也越来越高。消费者对各种商标的选择意识也日益增强,认牌购物已成为一种流行趋势。不仅如此,我们每天接触到的标志信息量也越来越大,内涵也更加丰富,人们甚至把标志视为某种文化、地位和时代精神的象征。

面临日趋激烈的商业竞争,企业围绕如何创造出独特、良好的企业形象,突出企业精神和经营理念的传达等诸多课题进行研究。本世纪五、六十年代美国 IBM 电脑公司和可口可乐饮料公司率先导入企业识别系统(CIS),特别是其中以标志为核心的视觉识别系统(VIS)发展迅速。使企业在商业竞争中取得巨大成功。我国在八十年代也导入了 CIS,但处于较落后的状态。目前仍有不少标志缺乏个性和艺术处理,在使用中还不规范,管理上缺乏科学性和系统性。本书将围绕标志设计进行一些粗浅的探讨,并广泛搜集国内外较优秀的标志供广大读者参考。

● 标志的定义

标志是以特定、明确的文字、图形来表示,代表或象征事物的简化符号。它通过一定的媒介传递出来,其中不仅包含单纯性的指示和识别作用,而且还表示了目的、内容、性质等特征。

● 商标的定义

商标是商业性的标志。商标具有说明公司、企业、厂商、产品及其信用、质量、声誉、内容、规模等性质与机能的作用。

为加强商标管理,保护商标专用权,促进生产者保证商品质量和维护商标信誉,以保障消费者的利益,促进社会商品经济的发展,因而运用法律的形式将商标注册、使用的规则固定下来。在国际范围内,1883年3月20日缔结了“保护工业产权巴黎公约。”我国在1983年3月1日施行“中华人民共和国商标法”。从而使我国的商标使用及管理步入了法制化的轨道。

● 标志的分类

标志形式多样,种类繁多,因而标志的分类并没有一个统一的标准,按照不同的角度,可以有不同的分类方法。其中最常用的有以下两种:

- 按功能分类:①商品标志
- ②企业标志
- ③文化、组织、团体、会议的标志
- ④公共识别标志
- 按形式分类:①以全称为标志形式
- ②以字首为标志形式
- ③以字首联合式为标志形式
- ④以字首和全称为标志形式
- ⑤以图形为标志形式
- ⑥以图形和全称为标志形式

● 我国标志发展史简表

时 间	表现形式、实例。
原始氏族部落	“龙”、“凤”、“蛇”、“黄熊”等图腾形象是不同部落的标志。
秦代以前	印章在商品交流时用作凭信。
汉 代	铜器、漆器上刻以姓氏为标志(邹氏、宋氏等)。长沙马王堆汉墓出土的封泥“软侯家函”。

唐 代	民间生产的纸张上已普遍使用水印暗纹标志。
宋 代	商标使用日趋普遍,设计也越来越完整。山东济南刘家针铺包装上印有“认门前白兔儿为记”字样及白兔形象,是我国发现的图形较完整,使用较早的一个商标。
明 清	出现许多幌子、招牌、字号、匾牌。象“全聚德”烤鸭、“王麻子”菜刀、“六必居”酱菜等老字号沿用至今。 1904 年清政府制订《商标注册试为章程》。
民国时期	商标充满半殖民地半封建色彩。如美“强盗牌”香烟(后改为“老刀”牌)。 国内的许多商标常以龙凤、麒麟、狮象等吉祥图案为主。 民族工业商标出现。如“万里”油漆厂、“羝羊”毛线、“商务印书馆”等有很大影响。 1923 年北洋政府颁布《商标法》。 1933 年实业部商标局编印的东亚部《商标汇刊》。 1935 年 10 月上海成立“中国商业美术家协会”。
新中国初期	以上海、天津、北京产品品牌为主,出现了一些名牌商标。如“飞鸽”、“凤凰”自行车、“凯歌”电器、“金鸡”鞋油。 还出现了一些优秀的企业标记“中国航空局”标志,“中国铁路”标志。 1950 年前政务院颁布《商标注册暂行条例》实行全国商标统一注册。

改革开放时期	新兴产业标志出现。如电子业:联想、四通;电器类:康佳、小天鹅。 标志设计注重民族特色与现代意识、异国情调相结合。如:中国银行、工商行标志;中国国际航空公司标志。 1982年8月23日颁布《中华人民共和国商标法》。 1988年,以“一枝花”洗衣粉为主要产品的武汉油脂化学厂首家导入 CIS(企业识别系统)。
---------------	--

● 标志的特性

1、识别性：显著、易识别是标志最基本的特征。为区别诸多标志，显示标志自身的独特特征，因此要在标志的题材、要素、表现形式、视觉构成中选择具有独特、明显视觉特征的图形符号作为标志。避免因标志相互雷同、混淆而产生错觉，从而影响标志的识别。德国奔驰汽车公司的标志采用了汽车方向盘的形象，标志的识别性很强(图1)。

2、简明性：标志应以简洁、生动、鲜明的形象来传达信息。这便于人们在很短的时间内识别出标志形象且利于记忆。中国工商银行的标志由“工”字和圆形组成(图2)。以“工”字代表工商业，圆形与中国钱币形状相同，代表银行。整个标志由于能抓住核心，精心提炼，从而准确地传达了信息，为中国工商银行树立了良好的形象。

3、时代性：随着时代的发展，标志也处在不断的变化中，社会经济的飞速发展、商业竞争的日益激烈、传播媒体制作技术的提高、应用领域推广的需要和流行时尚的变化都推动了标志为体现时代精神而不断进行调整、修改、变更自身形象而采用清新、简洁、单纯、醒目的新形象。现代标志在不断完善发展的过程中体现出以下几个时代性特征：

①强调标志的个性特征。

②保留原有标志部分的题材、形式，提炼精华，加强造形符号的视觉传达效果，并保证标志的信赖感不受损害。

③标志图形力求简洁、明确、易识别。采用构成的表现形式，改变旧的写

实、复杂的具象图形。

④为适应国际商业发展的需要,标志的文字形式有增加的趋势。

4、艺术性: 塑造良好的标志形象,突出标志鲜明的视觉特征,离不开完美的艺术表现。

现代标志设计以点、线、面为基本视觉元素,运用对称、均衡、重复、特异、渐变、对比、韵律、发射、重选等构成手段以及高新技术和先进的传媒方式,创造出新颖的标志形象。世界艺术理事会标志采用富有动感的曲线、充分地体现出现代抽象艺术的特征(图3)。(意大利)画廊的标志由M字母与重复出现的少女形象组成,这样的艺术处理强化了标志的视觉传达效果(图4)。

5、文化性: 文化做为一种十分重要的社会现象,并非转瞬即逝的画面,而是一种社会沉积,一种深厚的符号积累。文化世界实质上是一个符号的世界。“标志”这种象征符号不但传递了某一商品、劳务或企业的有关信息,而且还传播着文化,成为社会文化的象征。我们都注意到生活中的许多消费者选择某种名牌商品,不仅仅是对商品本身的信赖,而在于他们认同了品牌中传达出来的深层含义。他们可能将它视为地位、身份、修养或某种精神的象征。今天“可口可乐”的形象已不仅是饮料的化身,而是美国现代文化不可分割的一部分;而“万宝路”的形象则体现了美国人富于开拓、冒险的精神。反之,文化也影响了标志的设计。文化常成为设计者灵感的发源,使之有意无意地体现在标志的设计中,使标志更加具有独特性和文化意蕴。

做为四大文明古国之一的中国有着丰厚的文化遗产,它为标志设计提供了肥沃的土壤。中国“龙”的形象源于原始部落的图腾崇拜,它集多种动物形态于一体,具有超凡的能力。这种溶合本身就是把人们的主观意念形象化地表现出来,意象性表现手法是中国文化的典型特征。现代标志设计中很重要的是将标志内含的理念、抽象的精神,通过视觉符号表达出来。例如工业设计研究所的标志巧妙地借助《圣经》故事中亚当、夏娃偷吃伊甸园“禁果”,创造人类的典故,并将其蕴含于标志形象之中,从而体现出工业设计的创造性意念(图5)。另外,中国文化中“求全”的审美意识在标志设计中也有很好的体现。象吉祥图案中“寿喜”图形采用图形结合构成的形式,将寿、喜两字合二为一。这种组合利用图形结构间共同的特征加以组合,使整个图形看起来十分完美,也可以说,这就是图形的一形多义。例如:现代标志中,海峡交流基金会会徽融合了汉代砖画中云纹图案及中国文字的象形特色,整个设计符合“海基会”致力于交流的宗旨,并具有强烈的民族风格(图6)。此外,象中国国际贸易中心与中国

航空服务公司的标志也都是中国传统文化与现代意识成功结合的例子(图 7、图 8)。汉字和中国书法艺术作为中国文化的精华在现代标志设计也被广泛运用。利用汉字音、形、义结合的特点和变化多端的书法艺术设计出了一大批优秀的中国标志。

当然,在国际间经济交往与文化交流中,由于地域文化、宗教信仰、社会制度、风俗习惯、意识形态领域存在很大差异,因此在选用图形、文字设计标志时,应入乡随俗,考虑图形、形态、词义,读音及色彩是否会产生错误的认识,以免引发不必要的联想。

6、系统性: 企业识别系统(CIS)的视觉识别系统(VIS)是将企业印象战略由观念论的抽象理念落实为具体可见的视觉传达形式。在视觉识别系统中,应用最为广泛,出现频率最高的是标志符号。标志是视觉设计要素的核心。视觉识别系统根据各种传播媒体的不同,采用相应的视觉效果与表现形式,将静态识别符号经过组织化、系统化、标准化的视觉识别计划塑造成完备的符号系统。

视觉识别系统分为两个部分:

①基本要素部分

- 标志、标准字、标准色
- 标志、标准字、标准色的变体设计
- 基本要素的组合规定
- 标志、标准字的制图法和标准色的标示法
- 附属于基本要素的象征图形、辅助图形及专用字体

②应用部分

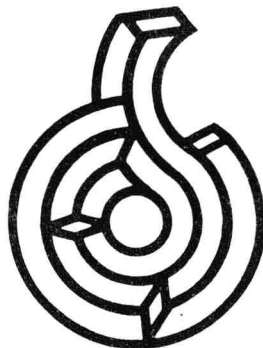
- 标识类:徽章、证件、名片、旗帜等
- 办公事务用品类:专用信封、信笺、文件夹等
- 交通工具类:业务用车、运货车、船舶、飞机等
- 指示系统类:利用公共设施和建筑物为对象设置指示系统
- 服装类:制服、工作服、工作帽、帽徽、臂章等
- 大众传播类:报纸、杂志、电视及户外广告宣传媒介等
- 产品类:产品造型、说明书、包装等
- 销货类:店面、橱窗、POP 广告等
- 展示陈列类:展览会等

标志的识别性、简明性、艺术性、文化性、系统性构成了标志的总体特征。在标志设计时应完善考虑相互间的关系,使标志形象符合视觉传达的要求。



1	4	
2	5	7
3	6	8

Museo Poldi Pezzoli



目录

人物	1	星	90
手	8	箭头	94
眼	13	云水	95
心	16	航空公司	99
鸟	20	银行	104
动物	35	字母	109
昆虫	55	文字	222
植物	58	体育用品	226
文化用品	73	机械	230
综合	79	电子	233
帽子	85	名牌服装	235
物品	86	抽象形	236
十字	88		



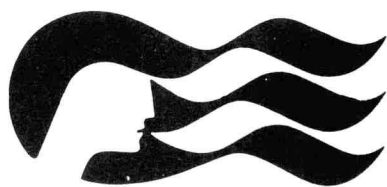
EDUsoft

EDUCATION FOR EXCELLENCE

(以色列)教育软件



福武书店



体育



科学馆



CASSANDRA'S
DANCE STUDIO

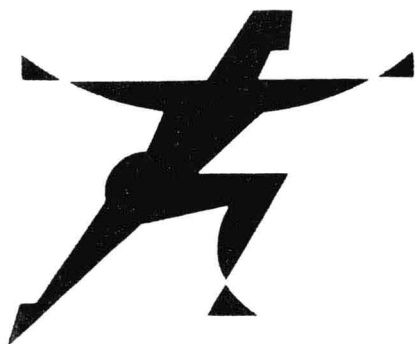
舞蹈播放室



人类发展协会



国际扫盲日



运动会



健康食品



电影制作



出版





出版



(美)街道青年公共中心



(美)西俾轧哀公司





西武建筑友好协会



游乐场



政府机关



儿童发展中心



电器厂