

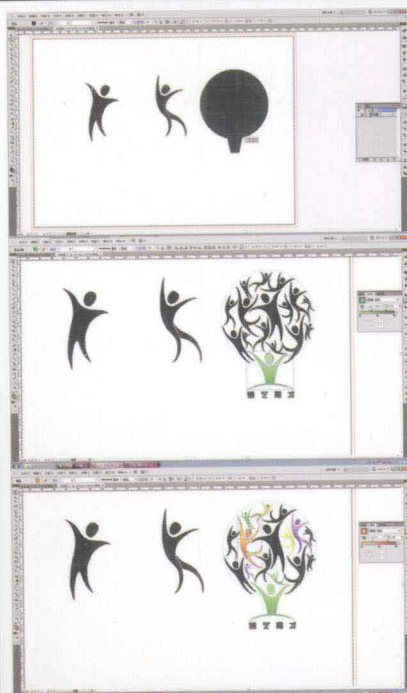
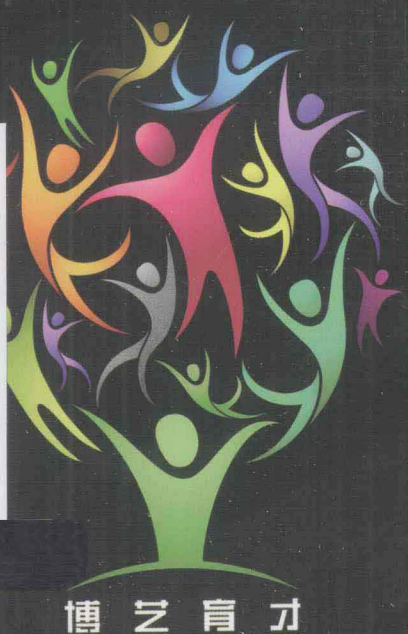
丛书主编 戴荭 剑超

21世纪艺术设计学习领域实训系列

标志设计 项目教学

主 编 吕林雪

- ▶ 全国各艺术院系岗前培训必备手册
- ▶ 任务驱动式项目教学，为学生毕业后顺利走上工作岗位铺平道路
- ▶ 充分调动学生的学习兴趣，锻炼实战经验，提高专业技能，增强社会适应能力



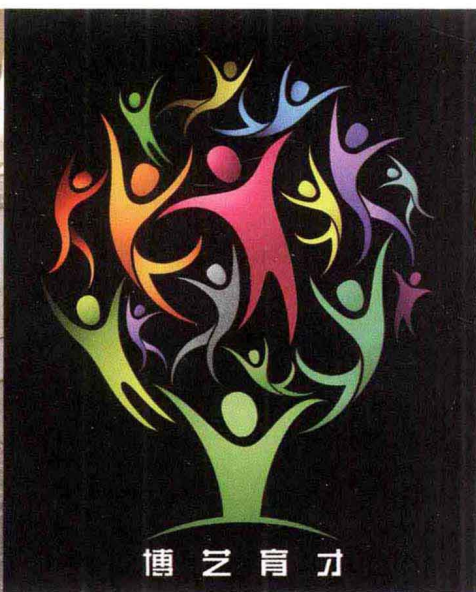
中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

21世纪艺术设计学习领域实训系列

标志设计

项目教学

主 编 吕林雪



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本书结合标志设计发展的新形势和新特点,针对高等院校艺术设计专业应用型人才的培养目标,以及标志设计的教学需要,以标志设计项目的操作实例作为全书主线组织教材框架。贯彻任务导向原则,通过理论与案例相结合的模式,整合标志设计的基本理论体系,全面阐述标志设计的项目沟通、设计调研、创意构思、设计制作等内容,意在加深读者对标志设计全过程的理解和把握;注重流程环节和操作步骤的讲解及应用技术和技能的训练,指导读者解决标志设计过程中的实际问题;辅以“知识链接”和“小提示”,诠释标志设计的重要知识点,提示关键环节或是细节问题,希望能给读者以帮助。

本书提供从不同层面对标志设计的全面分析,阐释认识 and 解决问题的思路和方法,为标志设计和制作提供方法和技术,培养和提高学生独立思维和解决问题的能力;理论知识与实例讲解紧密结合,内容全面、结构清晰、学习轻松,能迅速提升读者的实际操作水平。

本书可作为高等院校艺术设计类相关专业的教材,也可供对艺术设计感兴趣的读者参考。

本书配有免费电子教案,读者可以从中国水利水电出版社网站以及万水书苑下载,网址为: <http://www.waterpub.com.cn/softdown/>或<http://www.wsbookshow.com>。

图书在版编目(CIP)数据

标志设计项目教学 / 吕林雪主编. -- 北京: 中国水利水电出版社, 2013. 7

(21世纪艺术设计学习领域实训系列)

ISBN 978-7-5170-0984-9

I. ①标… II. ①吕… 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142507号

策划编辑: 杨庆川 责任编辑: 李 炎 封面设计: 李 佳

书 名	21世纪艺术设计学习领域实训系列 标志设计项目教学
作 者	主 编 吕林雪
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座 100038) 网 址: www.waterpub.com.cn E-mail: mchannel@263.net (万水) sales@waterpub.com.cn
经 售	电 话: (010)68367658(发行部)、82562819(万水) 北京科水图书销售中心(零售) 电 话: (010)88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	中煤涿州制图印刷厂北京分厂
规 格	210mm×285mm 16开本 10印张 187千字
版 次	2013年7月第1版 2013年7月第1次印刷
印 数	0001—4000册
定 价	45.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社发行部负责调换

版权所有·侵权必究

编委会

艺术顾问：戴 荭

丛书主编：戴 荭 剑 超

主 编：吕林雪

编 委：（排名不分先后）

吕林雪 王洪瑞 彭 婷 丰 蔚

王 庶 宋泽惠 吴少鸿 徐 彬

陈 静 林 璐 马淑燕 邵 瓚

吕 航 崔 一 刘智吉 李荒歌

王丽丹 李 燕 雷明娜 李 宁

总序

中国职业教育改革发展正处在重要战略机遇期，在开创科学发展新局面、服务社会经济发展方式、加快转变中，职业教育的地位和作用前所未有的。

近年来，随着全国100所示范校建设项目的辐射带动，中国职业教育改革与探索的步伐正在稳步向前迈进。进入21世纪十余载，社会经济迅猛发展，艺术设计专业领域的行业企业对设计与制作人才的要求也不断变化。因此，为了适应企业的要求，培养高素质技能型人才，职业教育的质量成为不断深化教育教学改革的关键环节。

本系列教材借鉴国外先进职业教育理念，吸取工作过程系统化课程开发的经验，配合探索基于工作过程的课程设计，致力于高等职业教育教学改革和人才培养教学模式的探究。

工作过程系统化课程设计中“学习领域”可以等同于以往“课程”这一概念，但它绝非是我们对传统“课程”的理解。它是将以教师讲授知识为主转变为以学生为主体，通过项目教学采用任务驱动或教学做一体化的方式实施教学，是对传统教学模式的改革。一方面，教学内容以职业活动为依据，按照设计行业中相关工作岗位所需要的知识、能力、素质进行重构，如将学习领域中的知识点及关键技能融入到各学习情境（学习单元）中，由易到难分解一个项目中的具体工作任务，从单一项目到综合项目及其工作流程的常规运作来整合、序化教学内容。另一方面，教学方法设计遵循学生职业能力培养的基本规律进行组织，如结合项目执行内容和学生学习的兴趣点，灵活采取模拟企业职员的角色扮演、职业体验、真实案例解析等情境化手段，并模拟公司创建具有浓郁工作氛围的工作室环境，优化教学过程，以达到不断提高学生实际工作能力的目的。

本系列教材的编写就是基于上述教改主旨所进行的探索和实践。全套共12册，涉及广告、动漫、家居、服装、展示等艺术设计专业类别；汇集多所高职院校和相关行业企业专家组成的教学团队，凭借他们在高职一线教学阵地丰富的执教经验，并融入行业企业专家丰富的企业经历和职业教育的亲身感受，共同编写而成。通过他们在不同层面的教学改革，转变观念，达成共识，体现出各艺术设计专业建设的改革创新已达到一定水准，我们愿与广大的高职学生以及相关行业企业的从业人员分享这些成果，从而成就更多的艺术设计应用型人才，惠及社会，服务于民。

北京电子科技职业学院

艺术设计学院院长

戴荏

2011年2月



小小标志，以方寸之图承载着丰富且深刻的内涵，而标志设计的难度和精彩之处也就在于此。那么如何以极其精炼且富有感染力的视觉语言来传递明确的信息和深刻的内涵，这是标志设计所要解决的根本问题。本书的编写力图通过众多优秀设计师的成功经验和丰富的标志设计案例，详细阐述标志设计从接受任务到完成的全过程，强调系统性、实战性和可操作性，旨在迅速提高艺术设计专业学生及从业者的专业素质，开拓标志设计的创意思维，提高标志的设计制作水平，并推动艺术设计市场发展，获取丰厚的经济效益和社会效益。

本书共分为六章，依照标志设计实践活动的基本过程和规律，根据标志设计发展的新形势和新特点，针对高职高专院校艺术设计专业应用型人才的培养目标，以标志设计项目的操作实例作为全书主线，以项目任务的形式展现，指导读者解决标志设计过程中的实际问题。本书逻辑结构清晰，章节内容连贯有序，包含项目沟通、设计调研、创意构思、视觉表达、设计制作等必备理论知识，旨在加深读者对标志设计全过程的理解和把握；辅以“知识链接”和“小提示”，诠释标志设计的重要知识点，提示关键环节或是细节问题，希望能给读者以帮助。

本书作为艺术设计专业的特色教材，既注重系统理论知识的讲解，又强调实践能力的训练与提高。因而既适用于专升本及高职高专院校艺术设计专业的教学，也可以作为艺术设计从业者的职业教育与岗位培训教材，对于广大艺术设计专业的自学者和爱好者也是一本非常有益的参考读物。

本书在编写过程中，参考和借鉴了众多学者的观点，还有部分图片资料来源于三联素材、懒人图库、蚂蚁图库、昵图网、站酷等网站，在此表示由衷的感谢。另外，在收集标志作品的过程中，尽管我们力求将标志的设计者一一查找清楚，但由于条件限制，个别作品仍然没有查明设计者，在此谨向这些没有署名的设计者表示深深的歉意。

由于作者能力和水平有限，书中错误与缺点在所难免，敬请设计界前辈、同仁及读者批评指正。

北京联合大学师范学院吕林雪

2013.01

目录

总序

前言

第1章 标志设计的知识储备 1

■ 1.1 标志的有关概念 2

1.1.1 标志的基本概念 2

1.1.2 标志的相关名称 4

■ 1.2 标志的历史坐标 10

1.2.1 中国标志设计的历史沿革 10

1.2.2 国外标志设计的发展概况 13

1.2.3 标志设计的发展趋势 18

■ 1.3 标志的分类 22

1.3.1 政府、组织机构标志 22

1.3.2 活动类标志 23

1.3.3 公共信息标志 24

1.3.4 商业性标志 30

■ 1.4 标志的设计原则 32

1.4.1 独创性 32

1.4.2 传达性 33

1.4.3 文化性 34

1.4.4 时代性 34

1.4.5 适用性 35

1.4.6 审美性 37

■ 1.5 标志的功能 38

1.5.1 信息传达 38

1.5.2 品牌塑造 39

1.5.3 信誉保证 40

第2章 项目启动——北京博艺育才 文化传播有限公司 41

■ 2.1 项目综述 42

■ 2.2 项目沟通 42

■ 2.3 设计调研 43

2.3.1 任务目标 43

2.3.2 任务描述 43

2.3.3 北京博艺育才文化传播有限公司
标志设计调研的主要工作步骤 43

第3章 标志设计的创意构思 49

■ 3.1 任务目标 50

■ 3.2 标志创意必备知识 50

3.2.1 思维方法 51

3.2.2 标志设计的创意切入点 56

■ 3.3 任务描述 59

■ 3.4 北京博艺育才文化传播有限公司 的标志创意线路 59

3.4.1 意念开发 59

3.4.2 创意筛选 60

第4章 标志创意的视觉表达 61

■ 4.1 任务目标 62

■ 4.2 必备知识 62

4.2.1 标志创意的视觉表达形式 62

4.2.2 标志创意的视觉表现手法 75

4.2.3 标志设计的色彩表达 79

4.2.4 标志设计的技术实现 80

■ 4.3 任务描述 85

■ 4.4 北京博艺育才文化传播有限公司

标志创意的视觉表达 85

4.4.1 由理念转化为视觉形象 85

4.4.2 草图的优化重组 89

4.4.3 标志设计方案深化 91

4.4.4 验证 92

4.4.5 完稿制作 92

第5章 标志的总结提案 113

■ 5.1 任务目标 114

■ 5.2 必备知识 114

5.2.1 标志说明文案的撰写 114

5.2.2 标志应用效果图 116

5.2.3 标志设计的版面编排 117

■ 5.3 任务描述 120

■ 5.4 北京博艺育才文化传播有限公司

标志设计的总结提案 121

5.4.1 提案内容 121

5.4.2 版面编排 124

第6章 标志设计的正稿制作 规范 127

■ 6.1 任务目标 128

■ 6.2 必备知识 128

6.2.1 标志彩色稿 128

6.2.2 标志标准制图 128

6.2.3 标志黑白稿 131

6.2.4 标准字 132

6.2.5 标准色 134

6.2.6 基本要素组合规范 139

■ 6.3 任务描述 142

■ 6.4 北京博艺育才文化传播有限

公司标志的正稿制作规范 142

参考文献 147

作者简介 148

后 记 149

1

标志设计的知识储备

- 1.1 标志的有关概念
- 1.2 标志的历史坐标
- 1.3 标志的分类
- 1.4 标志的设计原则
- 1.5 标志的功能

1.1 标志的有关概念

1.1.1 标志的基本概念

《现代汉语辞典》将“标志”一词解释为两点：其一，表明特征，用以识别的符号；其二，表明或显示某种特征。

标志是具有象征意义和内涵的视觉符号，它借助人们的符号识别、联想等思维能力，以精炼独特的视觉语言，传达出国家、地区、集团、活动、事件、产品等特定含义的信息（见图1-1至图1-6）。

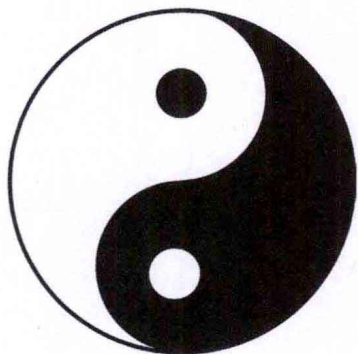


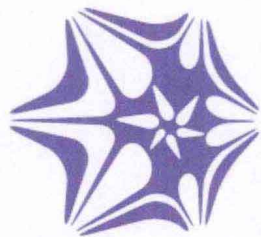
图1-1 阴阳鱼太极图



图1-2 中国银行标志

中国银行中文行名字体由郭沫若先生题写，标志由香港著名设计师靳埭强设计。

“以中子和古钱形相互结合而构成。中子代表以中国资本的联营集团；古钱象征银行服务；圆角的方孔是现代化电脑的联想，上下连串的直线则象征联营服务。”靳埭强语。



Jilin 2012

第十二届全国冬季运动会
The 12th National Winter Games

图1-3 第十二届全国冬季运动会会徽



图1-4 中国人民保险公司标志

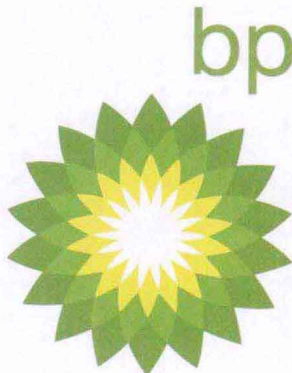


图1-5 英国石油公司(British Petroleum, BP)标志



图1-6 彪马标志

现代标志是一种信息传播的视觉符号，它是将对象的外部形象以及抽象的精神内涵，转化为图形、文字或组合形式表达的直观视觉语言。标志由纯粹的图形（符号/图标）或组织的名称（字型或字标）构成，兼具了图形和文字的特点，具有独特性、识别性、象征性、审美性等特点（见图1-7至图1-12）。



图1-7 2008年西班牙萨拉戈萨世界博览会标志



中国石油

图1-8 中国石油标志



图1-9 佳能标志

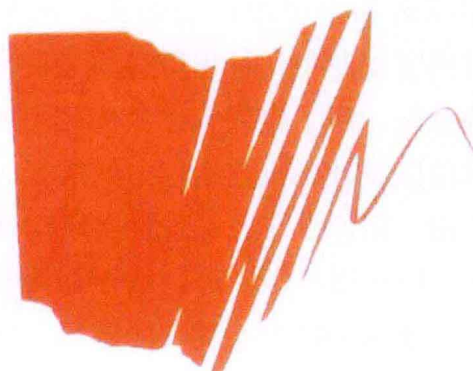


图1-10 俄罗斯艺术会议标志



图1-11 汽车旅馆标志



图1-13 北大校徽

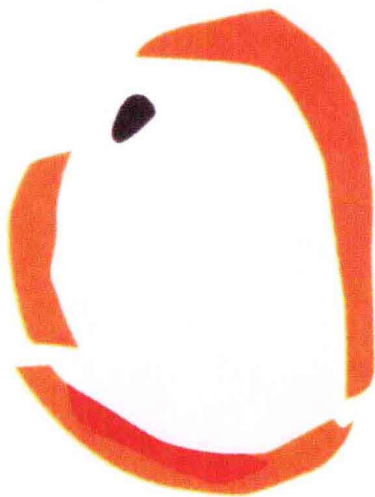


图1-12 纽约“芒果树”礼品店标志



图1-14 西甲皇家马德里队徽标

1.1.2 标志的相关名称

一、徽标

徽标最初由徽章演变而来，从个人使用发展到家族使用，是用符号图形象征其使用者的身份。到了现代有许多机关团体、企事业单位以及社团也使用固定的徽标，如国徽、军徽、团体徽记、纪念性和活动性徽标（见图1-13至图1-20）等。徽标都具有独特的内涵，使人们树立某种理念意识，并庄重表示某些行为特征和气势氛围。



图1-15 巴塞罗那俱乐部徽标

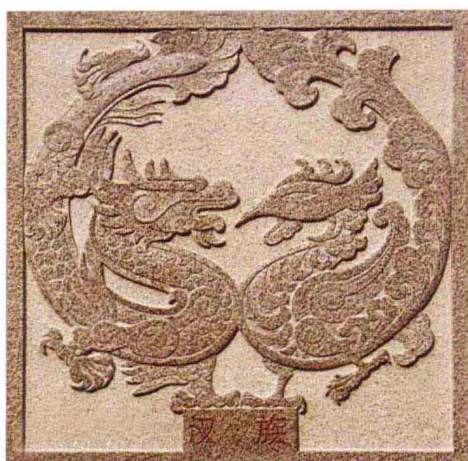


图1-16 汉族徽标

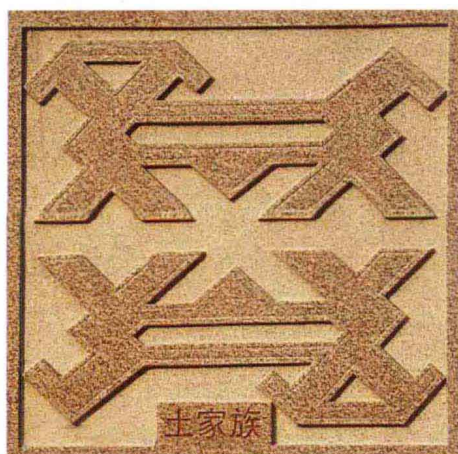


图1-17 土家族徽标



图1-18 傣族徽标

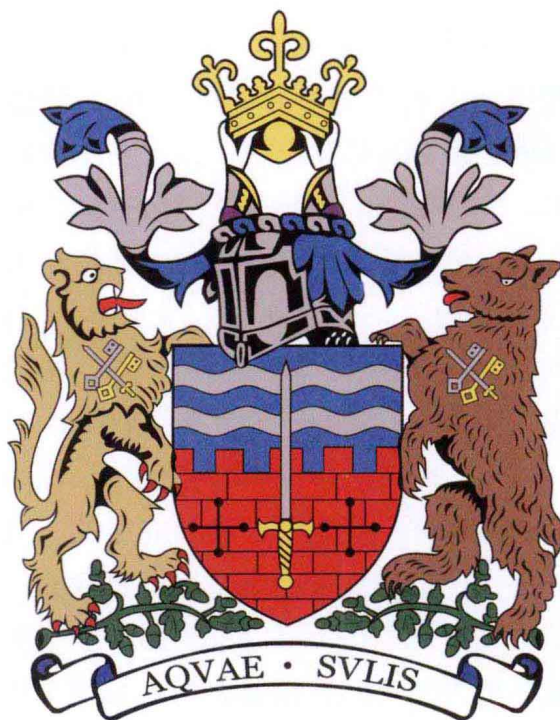


图1-19 巴斯市盾形市徽

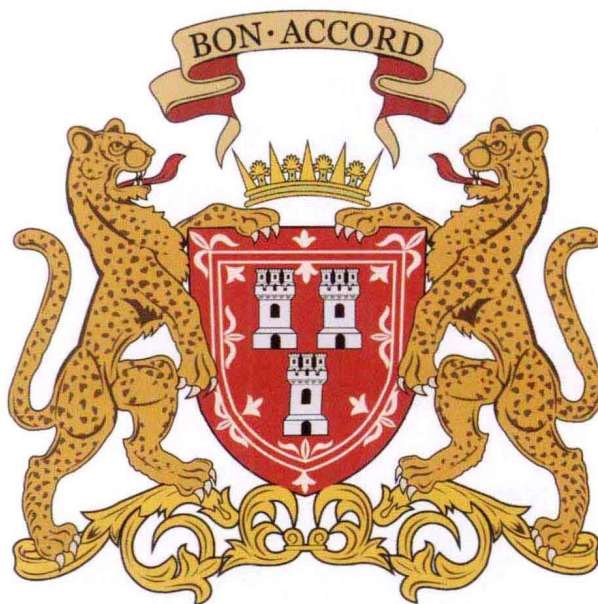


图1-20 阿伯丁的徽标

二、Logo

在现代设计领域中，我们经常听到标志和logo两种不同的称谓，我们一般也认为logo是标志的英文说法，指公司或企业的标志。严格说来，logo并不能包括标志的全部含义，它的全名是logotype，是指用来清楚说明集团、活动、事件、企业或产品名字的独特字形或字体，表示用文字构成的标志，如华硕、联邦快递等（见图1-21至图1-23）。logo是20世纪30年代才出现的词语，是在标志出现之后才发展起来的。从功能上来讲，logo是人们对企业最直观的一种认识，一个好的logo可以反映出一个企业的内涵与追求，可以让消费者记住公司主体和品牌文化。



图1-21 ASUS华硕标志



图1-22 联邦快递标志(设计师:Walter Landor)



图1-23 联邦快递标志应用

三、标记

标记指偏向记号的图形，具有明显的指示功能，但缺乏深刻的象征意义。标记和标志在信息传达及使用功能中都存在一定的差异，标记仅能体现标志的某一部分功能和特质，而非标志的全部含义（见图1-24）。



图1-24 阿迈厄农场标记

四、标识

在《现代汉语词典》中，“标识”同“标志”，他们具有相同的读音，即biāo zhì。标识与标志在一般意义上表示同一概念，但这只是人们在日常生活中使用的概念。标识英文翻译为sign，指以各种功能信息转化来的视觉符号，它为人们的各种生活行为提供必须的信息支援。从某种层面来讲，标识只是突出识别功能的标志形式，较少有象征的意义，因此，标识往往显示事物的某一属性，向目标对象发出一种警示信号，要目标对象予以关注。标识并不等同于标志，完整意义上的标志概念，不仅包含了标记和标识的内容，而且具有象征意义。

五、公共标识

公共标识是指用于公共场所、建筑、交通等特定环境中，主要以图形、文字、形态构成，具有表示内容、性质、方向、原则以及形象等功能的指示系统符号（见图1-25至图1-36）。公共标识是法规、规则等内容的形象化表达，它是人类文明与现代化城市建设和发展的象征，往往更多地强调其识别性和国际性，具有超语言、超地区、超国界的通用性。



图1-25 台湾地区公共标识之一



图1-26 台湾地区公共标识之二



图1-27 公共交通标志



图1-28 公共交通标志



图1-29 公共交通标志



图1-30 公共交通标志



图1-31 伦敦地铁标志(一)



图1-34 马来西亚公共标识之一

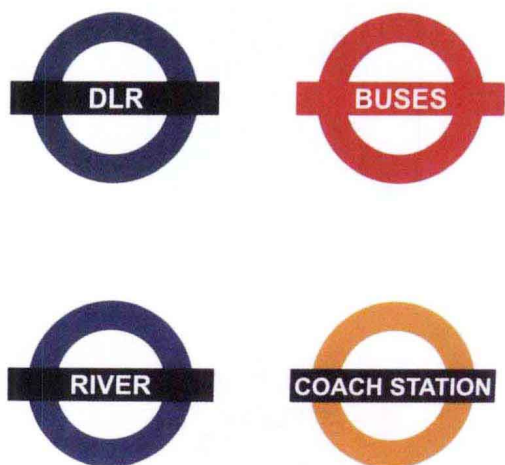


图1-32 伦敦地铁标志(二)



图1-33 伦敦地铁标志在车站的应用



图1-35 泰国公共标识之一



图1-36 泰国公共指示牌

六、商标

商标是一个法律名称，是指通过注册的标志，是已获得专用权并受法律保护的品牌或品牌的一部分。图形®常用来表示某个商标经过注册，并受法律保护。图形™表示某个标志是作为商标进行使用（见图1-37至图1-41）。商标注册人享有商标的专用权，也有权许可他人使用商标。



图1-37 “丘吉尔”雪茄标志



STARBUCKS®

图1-38 星巴克咖啡标志



图1-39 Lee牛仔服(美国)



MOTOROLA
intelligence everywhere™

图1-40 摩托罗拉标志