

中央美术学院设计教学丛书

标志设计

肖勇

山东友谊出版社



中央美术学院设计教学丛书

标志设计



529496

肖
勇



山东友谊出版社

中央美术学院设计教学丛书

标志设计

肖勇

山东友谊出版社出版发行

(地址: 济南经九路胜利大街39号 邮编: 250001)

山东新华印刷厂印刷

787 × 1092 毫米 24 开本 6 印张

1999 年 4 月第 1 版

1999 年 4 月第 1 次印刷

印数 1—3000

ISBN 7-80551-986-2

J · 142 定价: 38.00 元

前 言

90年代以来,中国的改革开放使中国社会的经济结构和价值观念发生了巨大变化,社会主义市场经济的发展导致了对设计人才的需求急剧增加,新的历史情境给中央美术学院乃至整个国内美术教育提出了新的课题。

因此,近些年中央美术学院在教学结构上做了较大规模的调整。1990年设计系成立就是重要举措之一。在规模上,中央美术学院发展设计专业将优先选择与绘画、雕塑结合比较紧密的学科,如:平面设计、环境艺术等,并将根据社会发展的需要随时加以调整。该系的招生规模也将逐渐超过“纯美术”系科的学生总数。

在教学上,国内的工艺美术传统教育较为滞后,教学思想和教学结构是由传统手工艺基础上演变而来,不能适应现代化的设计教育和社会需要。我院在全新的基础上建立设计专业,其教学思想和课程设置相对而言较少受到工艺美术教学体制的束缚,既可借鉴国内其它院校已有的行之有效的教学经验,又可借鉴国外较为科学的现代设计的教育体制。

设计系的教学目标,是培养具有独立个性、创造精神的设计人才,使其具有敏锐的洞察力、丰富的想象力、果断的决策能力,在掌握先进的视觉传达工具和技術的基础上,重视全面的文化素养、审美品味和艺术鉴赏力的提高。有鉴于此,设计系的课程设置、教学内容与方式都力求富有特点,突出设计教育的科学性和教学方式的开放性,并在教学实践中不断予以发展充实。

设计系的专业、理论、基础教育始终把教学和学术研究放在首位,并形成独特而持续的学术作风和氛围。因此,中央美术学院设计教学丛书系列,将展示教师们在培养21世纪设计人才的教学研究与实践中,根据系统的教学大纲,探索开放性、创造性思维的教学体制,生动活泼的教学方式和真实具体的教学内容,以教学笔记的形式,提供设计与教学领域新的拓展,以别开生面的教学丰富我国日益发展的设计教育。

惟有如此专注的学术研究和崇高的理想追求,中央美术学院才能在社会巨变和商业大潮的冲击下,坚定自身的学术方向,扎扎实实地在科学的范围内探索设计理论问题,也正是因为有这样一批身体力行、著书立说的青年教师,才是中央美术学院的希望所在。

靳尚谊
中央美术学院院长 教授

目录

1. 标志概论	2
1.1 标志的安全功能	7
1.2 标志的识别性	8
1.3 标志的类别	9
1.4 标志的造型	10
2. 中国传统标志	12
3. 标志的发展	15
4. 标志的国际化	20
5. 标志的分类	22
5.1 商标	22
5.2 活动标志	28
5.3 标识	32
5.4 符号	39
5.5 标志与文化	42
5.6 标志与系统形象 (CI)	52
6. 标志的造型设计	72
6.1 象征图形	74
6.2 人形标志	75
6.3 动物标志	82
6.4 具象形标志	89
6.5 建筑	94
6.6 星	96
6.7 箭头	97
6.8 拉丁字母型	101
6.9 中文字型	109
6.10 数字型标志	111
6.11 几何形	113
6.12 综合型	117
6.13 表现性标志	121
7. 标志课程作业	127

1. 标志概论

1. 标志概论



1. 联合国的标志以北极极点为核心，经纬交错、中央对称，体现联合国的中立原则。橄榄枝环绕地球，表达联合国维护世界和平及安定的宗旨。

四万年前的原始社会时期，原始人就开始用刻、划、画的方式在岩石上用图形、标记来表达基本思想，加之声叫和体态形成了人类原始文字，也是语言发展的前身。

每个民族拥有自己的语言，并用不同的文字记载。大约公元前4000年，古埃及和古代中国，文字的发展从原始的象形文字开始它们在造型表现上有着惊人的相似之处，比如波形代表水和河流，在城市标识中，它的代表性仍能得到体现。从古埃及，原始字母逐步过渡成多分支的文字元素，进而演变为不同的语种文字。而在东方，悠久的历史蕴育了美丽的汉字。汉字以形声、象形、会意等不同构造方法成为世界文字文化中的瑰宝。



2. I LOVE N.Y. “我爱纽约”的标志以“心”形代表爱心，表达情爱，它的意念语意超过任何语言。NY是纽约的缩写。源于此标志的相似形，现在可在世界各地发现。

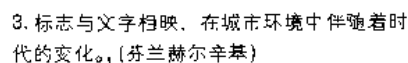
诚然，还没有哪种文字成为真正的世界语。但的确标志、标记、符号等视觉图形，已成为新的国际化的符号语言。不准吸烟、请止步等许多的标识图形可以使用人们的思想得到沟通。国际知名企业标志的形象和商标构成现代商业文化组成部分，世界通过媒体日新月异的信息传达沟通人们的思想，把世界变得越来越小。我们通过视觉可获取足够的信息，标志和图形是带给人们有效视觉感应和记忆效果的。

人们视觉感受与接收能力和速度比触摸及其它生理感应要直接迅速得多。我们的世界需要交流，文字、语言图形符号是多维度交流的

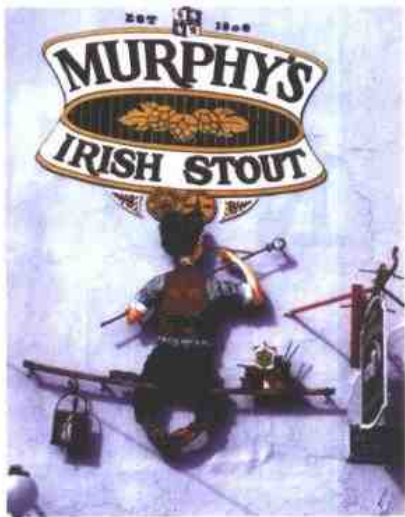
1

标志是社会文明变化的“标记”和“符号”。在文明历史的发展中，符号、标志与文字都有基本的沟通功能。标志有时可以打破文字的沟通鸿沟。使不同文化背景的人取得思想上的沟通。一个准确的形象标志是任何文字所不必解意的。人们可以从标志造型和内容上去感知意念，获取信息。

无论是个体还是集体，个人还是群体，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，



4. 古典图形标志古色古香, 是传统的沿习和视觉艺术组成部分。(爱尔兰)



标志是形象的缩影。在我们的物质生活世界，包装、印刷品、广告中更有不可胜数的标志。它代表着不同的企业、公司、机构和品牌，在社会和商业中，有着重要价值。标志是商品品牌的眼睛和视觉形象的核心。优秀的商标设计，效果持久隽永，是品牌形象资产的重要组成部分。

我们可以看到，几乎每一个国际上的知名企业都拥有个性化的标志。一个优秀的标志会给业者带来不尽的效益。各行各业也在强化标志符号，以加强规范性。在商业，标志的个性化是企业形象个性化的体现。

环境标志、标识就在我们的身边，它遍及公共环境。小到街头的路牌、公共厕所的标志，大至奥运会、城市环境规划、交通标识系统。它们的存在方便了人们的活动，并提供了安全、方便的保证，是城市化、环境规范化的表现。

标志是社会活动的符号，记载着人们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地的审美品味和美感。

每个国家都有各自的徽标，表现出民族文化和地域文化传统的区



5 标志体现城市的文明水准和形象，在每个角落伴随人们的日常生活。(香港地铁地图)

6. 品牌竞争也包括了标志的竞争。百事可乐与可口可乐为著名饮料品牌，然而其商标却历经近百年不断的修正形成各日特点，使人一目了然。可口可乐商标最早由弗兰克·鲁宾逊1867年设计。PEPSI从1898年首次采用之文字商标。

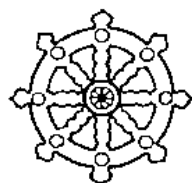


- 别。宗教信仰的迥异也造成图形、图腾标志的差异。当今社会，标志所表现出的特征有别于他人和同行进而取得更多人的认同和信任。它在商业、社会、文化、生活中有着文字不可替代的价值和积极的作用。



7 北欧议会徽标 :1997 香港:

8.1997 香港回归祖国，标志带给我们历史的记忆。1997 香港:



9 宗教标志的差异表现由信仰的迥异及民族文化地域文化传承的区划 (因为伊斯兰教、犹太教、神道、佛教、基督教标志)

1.1. 标志的安全功能

图形意念比文字语意传达更简明、直接。看图说话被用于婴幼儿学前教育,以辅助识字。图形符号可以更直观告诉学前儿童的行为规范——允许、禁止。这些符号更容易识别和记忆。青少年、儿童可以从张贴上的“有毒”标识上,给儿童一个简单的图示反馈信息而避免不良后果。由此可见,特别是在危险品和危险区,安全、警告、禁止等符号的应用更能体现标志的安全性功能。

安全、标识等符号,具有指导行为的功能作用。在交通、建筑、生产部门,直意、清晰的标志可以有效地“保护”不熟悉环境者的安全。其它如注意防火、紧急出口、防滑、急转弯等警示性的标识可能在关键时刻起到安全引导作用。在交通标识中,它的安全重要性更是举足轻重。这对于文字识别能力较弱的人群来讲,有比文字还直接的意义。



10. 安全标识符号可以提醒、防止不良后果的发生。——利器小心。下——热、烫勿摸。

11. 有毒物品标识符号可以使不识字者很容易理解。而用希腊文、汉字、俄文和希伯来文字体现则有很大的局限性。



希腊语	δηλητηριον
汉字	毒
俄文	отрава
希伯来文	לַשָּׁרָף

1.2. 标志的识别性

· 在众多的视觉符号中，怎样才能让人过目不忘而又记忆尤新呢？这一直是设计师随着时代的变化而在不断探索的问题，也是标志的主要功能：识别性。

标志是体现形象的核心，它代表一个个体、机构、产品的特性和个性。不同行业、性质的团体，须有明确体现其特有的标志。只有明确的行业特征，又能与众不同体现其个性特点，才有助于进一步推展整体视觉形象。

当我们见到一个生人时，他给你的直觉记忆只有两个：姓名和模样。这就给人一种直观的视觉记忆，即形象记忆，如同我们可以较容易地分辨出不同的树木、花草，因为他们为我们所熟悉，给人的联想丰富。因此象形的标志具有很强的直觉记忆效果和联想记忆效果。

通过标志其外形、造型、内容、形象、文字、色彩传达给人们标志的特指内容和性质。并通过简洁直观地表现在短时间内的认知。因此，它须有效的可识性和可读性。无论是放大还是缩小，在不同媒介。环境中都应为读者提供最简明概括的视觉信息。

另一方面，文字性的标志有较强的可读性，人们可以通过文字的理解加强记忆效果。文字的局限性是对于不同文化背景和理解程度的人的反应不一。国际品牌大都采用拉丁字母作为文字标志，其目标是

在于国际认知度。因为采用拉丁字母的英语、法语、西班牙语、德语等语种的普及占有世界人口的绝大多数，而文字本土化则反映标志的地域特征和民族文化，也有不少的成功的中文、日文的文字成为家喻户晓的标志。一个全球能用的文字OK不仅是口语化的国际语，也在广告等宣传物上成为被认可的文字标志之一。它源于盖河印第安人，意为如此。在国际上较为上口易记而被广泛使用。

12. 汽车禁行标志。红色和○代表禁止，加上汽车图形明确特定含义。有广泛的国际通俗识别性。(北京)



1.3. 标志的类别

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，标志可分为商标、徽标、企业标志、文化性标志、社会活动标志、社会公益标志、服务性标志、交通标志、环境标识、标记、符号等。

商标即我们所指的商业或商用标志。被广泛应用于商业领域，它是品牌的视觉形象核心，是商品的无形资产。

徽标：古代的王公贵族为区别家族，用象征表示身份的具象图案标志。它普遍用于旗帜、军队装备，表达气势和权势。现代社会用它作为纪念性的古典标志。国徽、军徽、队徽等徽标是具有特殊内涵的标志。

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。

文化性标志是文化机构和文化活动所使用的标志。包括博物馆、美术馆等。

社会活动标志是社会举办的活动的专用标志。如奥运会、全运会、联合国大会等所用标志。

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、环境保护等标志。

服务性标志是指不以营利为目

的机构所用的非商业标志，如学校、团体、学会、协会等。

交通标志是指在交通路线、要道及交通枢纽如汽车站、火车站、飞机场等地使用的用于提示、指示、警告类标志。

环境标识是指用于建筑和空间环境中的标识指示系统。环境图形提供图文信息，是城市化、环境规范化的表现。包括路牌、图示、指示、导向等标志。

13. 绿色环保标志。德国、加拿大、日本、北欧的绿色环保标志有不同的图形表现。



德国蓝色天使标志



加拿大环境选择标志



日本生态标志



北欧委员会环境标志

1.4. 标志的造型

标志的艺术表现丰富多变，每种造型有不同的造型语意。按标志的造型分类有字母字型、数字型、中文字型、几何造型、具象型和意象表现型。

其中几何造型部分按结构和外形可分为重复型、立体型、空心型、左右对称型、上下对称型、椭圆型、空心型、圆型【阴及阳】、三角型【尖角及圆角】、四方型【方角及圆角】五角型、六角型、多边形、几何型、阴阳型、象征型、图文型、单线型、双线型、多线型、折叠型、交叉型、串型、左右向型、重叠型、大小型、密集型、点接型、渐层型、心型等。

象征图形标志：以人形和人的局部、动物、植物、实物、建筑和自然环境的造型为主体的象征标志。

几何图形：以几何三角形、四方形、圆形或其他几何形作为主体的标志，如奥运会的五环标志是五大洲的象征，是世界人民联合团结、友谊的表现。

综合型：以文字、象征图形、几何形或数字等之互相配合运用，有时并配以色彩而产生无穷之变化。



14. 米格和芭蕾舞丁。
月三景的人形表现芭蕾舞的美感。
设计· 卡里· 碧波 (芬兰)



15. 北京工业设计促进会
以椭圆形表现设计的理性和规范。
设计· 肖勇 1995



16. 胜利油田标志。SL 组合体现国际化的特色。蓝色代表海洋 黄色代表黄河和天然气。
设计· 肖勇 1995

2. 中国传统标志

在中国悠久的历史中，工艺美术宝藏和民间传统图滕、图案、纹样、装饰中的许多元素具有标志的象征意义。传统徽标也有深厚的传统渊源。印章代表个人形象、名称的标记、生肖标志年的变化，中国传统宗教、信仰也有不同的象征图形作标志。



17. 百福图

“百福图”是由一百多种不同的福字样制成的，是以篆体为基础的异形图字，也是民间流传已久的福字。“福”是诸事皆吉的总称，如富贵寿考等统称为“福”。福字内含衣、家、地的传统。“百福图”字体造型稳重、均齐、端庄，极有趣味和韵味，每逢新年或吉日，有祝福之字或寓意之图出现在民间习俗中，人们用以祈盼万福降临。

福字体现不同地域对福的认识和表现，有丰富的象征意义。图案除字体变化外，还有“老福字”、“福字X”及“花鸟字体”等形式。多用于画稿、节日装饰、建筑、雕刻等处。

八卦图

八卦图《周易》中的八种符号。相传为伏羲所作。《太平御览》谓“伏羲坐于方坛之上，听八风之气，乃画八卦。”八卦的基本符号：“—”阴“—”阳。八卦的符号和名称分别为“乾三、坤三、震三、巽三、兑三、艮三、离三、坎三。八卦中的每种符号都象征一定属性的事物，依上述顺序为天、地、雷、风、山、泽、火、水八种自然现象。其中乾与坤，震与巽，坎与离，艮与兑都是对立的。八卦又以两卦相叠，演为64卦，以象征自然现象和社会现象的变化。

八卦图和太极图组合成了“太极八卦图”为道教所用。《易传》认为八卦主要象征天、地、雷、风、水、火、山、泽八种自然现象，并认为“乾”和“坤”两卦在八卦中占有特别重要的地位，是自然界和人类社会一种现象的最初根源。八卦最初是上古人们记事的符号，后被用为卜符号。古代常用八卦图作为除凶避灾的吉祥图案，进而凝固为驱凶避邪、趋恶向善的吉祥符号。

18. 八卦图





19. 万事如意

万事如意

为古代梵文，图形为佛胸部的吉祥标志。在女皇帝武则天篡唐当政的周长寿二年，采用此字，其意为万，谓为吉祥万福的会集，成了普通万字的变体。字四端喻意可以纵横万物万象的根源。伸展并相互连锁形成各种花纹，意味着持续长久（用变形体字可组合成万字图、万字锦）“万事如意”广泛用于衣料、建筑、浮雕、家具和器物上的装饰。

用。阴阳图解则从中国的传统哲学中去表达人间万物的互相依存，生死的周而复始，日月同辉，光影交互，阴阳轮转、相偎相成是万物生长变化的根源和生命和谐统一的哲理。

龙为中国传统中的神物，是万灵之长。其形象角似鹿，头似驼，眼似鬼（疑为“兔”），项似蛇，腹似蜃，鳞似鱼，爪似鹰，掌似虎，耳似牛。龙是神灵之精，在形象上分：有鳞的蛟龙，有翼的应龙，有角的虬龙，无角的螭龙和尚未升天的蟠龙等。其中虬龙为群龙之长，在陆地上能食虎豹，在水中能吃蛟和螭，是去恶除邪之兽。《龙经》上讲虬龙，能使群龙进退，兴云注雨以求救苍生。故传说中谓龙能识宝和兴云作雨，能降妖伏魔，是英勇、权威和尊贵的象征。

龙的纹图从古至今，一直被视为吉祥图案的主要内容。龙纹图案在构造特色上有：行走的行龙，云气绕身的云龙，盘成圆形的团龙，



20 太极图

太极图

中国古代和道教图形一太极图又名阴阳图，太极为原始混沌之气，是太极图形具有相对统一，互相转化的形式美的特点，它也体现了我国传统图案美的结构。如典型的“喜相逢”，一上一下，一正一反的组合形式，生动优美，作为吉祥图案，民间极为喜爱。“太极图”除道教服装及用品应用较广之外，在民间建筑、雕刻、什器上也常常应

21. 龙图

