

现代标志图案设计

朱春华 编著



中国纺织出版社



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书系统地介绍了现代标志图案的设计原则、设计手法、设计技巧、色彩设计和企业CI设计等内容。书中收集了各类优秀的标志图案8000余种,这些图案内容丰富、手法多变,具有较高的学习和参考价值。

本书图文并茂、通俗易懂,可供美术院校学生、美术设计人员及广大美术爱好者学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

现代标志图案设计/朱春华编著. —北京:中国纺织出版社,1995.11

ISBN 7-5064-1183-0/J · 0011

I. 现… II. 朱… III. 标志-图案-设计-现代 IV. J51

中国版本图书馆CIP数据核字(95)第13707号

责任编辑:由炳达

中国纺织出版社出版发行

北京东直门南大街4号

邮政编码:100027 电话:010-4160816

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

1996年1月第一版 1996年1月第一次印刷

开本:787×1092毫米 1/16 印张:19

字数:440千字 印数:1—5000

定价:32.00元



Family Bank



标志色标

肥後ファミリー銀行

The Higo Family Bank, Ltd.



Family Bank



Family Bank



肥後ファミリー銀行



彩图 | 设计标志应用

三菱のyes



三菱地所住宅販売

标志色标



A



B



C



KONAMI

KONAMI

标志色标



A



B



C

コナミ株式会社

KONAMI Co., Ltd.



彩图2 CI设计标志应用



影图 3 设计标志应用



彩图 4 设计标志应用

前 言

标志是人类进行社会活动、思想交流的一种传播媒介和手段。它以各种精练的艺术形象表达一定的涵义,传达明确、特定的信息。由于标志具有的特殊语言和很强的功能性,因而广泛应用于天文、地理、工业、农业、商业、交通、文化、体育、旅游、城市建设等领域,有很高的实用价值。作为涉及到图案学、色彩学、美学、心理学等门类的专门学科,在国际贸易、国际交流、国际事务、国际比赛中起着日益重要的作用,许多企业把它看作在竞争中取得胜利的重要手段。对标志图案的系统研究和设计,已引起各国的高度重视,不仅有专门的研究机构,而且出版了大量专著。在有关艺术院校还开设专门课程,对标志图案进行系统教育。在一定意义上,标志图案的研究和应用,也反映出一个国家物质文明和精神文明的状况。

目前,世界标志艺术发展到了一个崭新的阶段,符号化的倾向极为明显。它摒弃了传统的标志观念,强调以强烈的视觉艺术形象去吸引观众,突出了标志简洁、严谨、含蓄的艺术特征,更加便于识别、辨认和记忆,具有一定的科学性和时代性。本人在多年的教学和在国外学习期间,收集了大量的标志图案资料,并对标志图案的发展概况、基本类型及应用、设计原则、设计形式、设计手法和技巧进行了研究和探讨。经整理成文,以供有关设计人员和爱好者学习参考。

本书除较为系统的文字资料外,还有极为丰富的图案参考资料。这些资料都作了系统分类,并对每个类别作了扼要说明,以便读者翻阅查找。如有不当之处,恳祈专家、读者指正。

谨向支持本书出版的伊东先生及有关专家表示衷心谢意。

朱春华

1995.3

目 录

一、概述	(1)
二、标志图案的类型及其特点	(3)
三、标志图案的设计原则	(4)
四、标志图案的视觉形象	(6)
五、标志图案的设计手法	(7)
六、标志图案的设计技巧	(10)
七、标志图案的色彩设计	(12)
八、CI 及其标志设计	(16)
图版部分	(22)
第一类 字母、数字	(22)
(一)拉丁字母	(22)
(二)数字	(81)
第二类 具象形	(86)
(一)人物形象	(86)
(二)动物	(121)
(三)植物	(155)
(四)机电	(175)
(五)交通、通讯	(180)
(六)建筑	(190)
(七)文具、器物	(199)
(八)宇宙星象	(217)
第三类 几何形	(232)
第四类 其他	(278)
(一)体育	(278)
(二)卫生	(285)
(三)生活	(289)
(四)音乐	(297)
(五)汉字	(298)

一、概述

标志图案是具有一定含义并能使人容易理解的视觉形象,是图解性符号的典型,具有简洁、明确、一目了然的视觉传达效果。它是一门科学性、实用性很强的专门学科,涉及到色彩学、心理学、美学等领域。标志图案作为世界性用语,在天文、地理、工业、农业、交通、商业、医药卫生、科教文化、体育、旅游等领域广泛应用,可谓千变万化、种类繁多,对传递信息、交流思想、美化环境起着重要作用。特别在信息情报以极快的速度进行交流的今天,传递、交流的成功与否,需要及时的国际性理解,而标志图案的广泛应用正适应了这一潮流。

商标则是另一类标志图案,是应用于商品的特定标记。它由商品的牌号、象征性的图案和特定的符号分别组成或综合组成。商标是经过注册登记、享有专利并受到法律保护的,这也是同公用性标志的不同之处。

标志图案的运用具有悠久的历史,可追溯到公元前的五千年,古埃及的象形文字、中国的甲骨文、古希腊希夏人的楔形文字,都以描绘物象形状来传达一定的含义。吉普赛人在欧洲、中东、南北美的流浪生活中,为便于交流,使用了包括各种符号的标志语言(图1)。

北美印第安人使用手势的标志语言据说

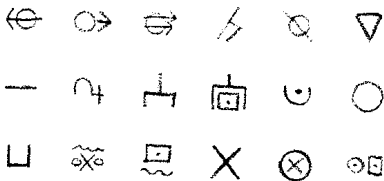


图1

有1000多种,至今还在流传。印第安人用雪代表一月,用草代表四月,用太阳代表七月,落叶代表十月,用右向和左向的箭头表示上下配合的战斗,弯折的箭头表示战斗结束等等。

在近代的古地图中,图解记号则是不可缺少的标记。表示道路和河川的线,表示山

顶、村落、史迹的点 and 面。美国图解设计家H·贝伊雅于1952年担当了“世界地理图”的设计工作,亦是应用图解、图表等特定符号表现一定的含义,获得很高的评价。1975年,由奥地利哲学家奥托·那伊莱托提议在维恩市开设了社会、经济展示馆,设计了许多统计图表,开辟了知识大众化的道路;并全面地利

用标志图案,科学地记述了视觉性符号,建立了国际图形语言教育系统。

为适应技术处理的标准化,消除国际间的贸易障碍,在日内瓦设立了 ISO 国际标准化机构,全世界有 90 个国家参加,设置了 200 人的专门委员会,对造船、航空、原子能等所有产业技术的标准化组合进行探讨研究,对统一标志图案的“国际语言”,推动世界性标志图案设计和研究起着重要作用。

日本也设有 ISO/TC145 的国内委员会(分会)。日本把公用性标志图案称为绘文字,虽具有悠久的历史,但真正有效地使用是在 1964 年。当时,在日本举办第十届奥林匹克运动会,有 94 个国家的 7000 多名运动员参加,还有众多的外国旅游者,为克服语言障碍,以胜见胜为艺术指导,集中了 30 名设计师,对 60 种竞赛项目和设施进行了专门设

计,使标志图标的效果通过奥林匹克这一窗口展示于世界,取得了良好的效果。以此为契机,并随着工业、交通、科学事业的迅速发展,标志图案设计取得相当的发展。表现在应用广泛、标准规范、设计水平高。不仅有专门的设计委员会,还出版了大量的研究专著。在艺术院校还开设专门的课程,进行系统研究和教学。

我国的标志图案设计也有一定的历史,在某些系统和行业亦有应用,但与国外相比有很大差距。缺乏专门的研究机构,对国外研究、应用的信息了解较少,同国际研究机构缺少联系。标志图案的应用不普及、不系统、也不规范,一些主要公共场所没有共识的标记。在学术研究、专著出版方面也较落后。通过本书的出版,希望能在标志设计方面起到抛砖引玉的作用。

二、标志图案的类型及其特点

标志图案的结构不同于一般性的广告造型设计,它以独立性、标识性、整体性的显著个性形成独特的体系,具有言简意明、结构严谨、手法多变的艺术特点。标志图案千变万化、种类繁多,广泛应用于各行各业。根据使用类型来分类,大体有以下几个类型:

1. 公共导向类型 公共场所、交通运输、公共设施,文娱体育等部门的导向、安全等指示性标记和符号。

2. 制图用类型 工业、农业、气象、地图中的制图标志和统计图表等。

3. 操作用类型 机械、电子、电器、器械中的操作指示标志和图示。

4. 商业用类型 指应用广泛的商标、语标、店标等专用性很强的特殊标志和图形。

若从图形符号的造型特征来分,则可分为四大类:

1. 表音符号 以语言因素为主要依据的视觉化表示符号,代表性符号是连字符号和组字符号。其特点是简洁明了、歧义性低。但由于过于普通,印象不突出,标识能力较弱。一般设计师都从色彩、造型、技法变化方面加以突破,以弥补其不足。

2. 抽象表形符号 用几何形、抽象形表达标志的含义,具有较强的装饰性和意念性。它来源于象形事物和意义的抽象引申,或者

借助于习惯性的思维形式所创造的形象设计。如“不准驶入”的交通标志,原意为关卡的栏杆。

抽象性标志有歧义难懂的缺陷,但这类符号大多已定型化,成为公认的标记,因而一般人都能理解。即便如此,此类符号的设计仍需多费匠心、以巧取胜,以免造成误解。

3. 形征符号 抽象符号和象形符号互相组合,形成珠联璧合的艺术效果。抽象形的装饰变化加之象形的直觉性,其图形不仅容易理解,且生动活泼、新颖别致。

形征符号利用蒙太奇手法,或明暗正负像的手法,既丰富了表达内容,又有含义隽永之效,韵味不尽、回味无穷。

4. 具象性符号 是直接刻划对象外部特征的图形性符号,它以单独个形或组合复形的形态出现,也可以指形象所代表的领域范畴。例如以交通工具为标志的图案,可以作为某与交通有关公司的商标,也可作为交通工具的标志。

具象性符号以其形象生动、含义真切的艺术特色而广为采用。但在选择设计形象时,应尽量使用人们熟悉的形态特征,避免生疏、杜撰的图形。另外,由于不同国家、不同民族具有不同的生活习惯和审美方式,亦是形象设计所必须考虑的。

三、标志图案的设计原则

(一)遵循人们的认识规律

人们认识事物的一般规律总是从感性到理性,从个别到一般的。从视觉上讲,一般也有个习惯的顺序。如从上到下、从左到右;由小到大、由近及远;前因后果、先源后流等等。标志图案设计,亦应遵循人们的认识程序,使人易于接受,以达到视觉效应的最佳效果。例如一般字母的排列顺序总是从上到下、从左到右的,这样的顺序就是基于人们的普遍认识规律,因而这类表音性符号就容易理解,利于记忆,给人的印象较深。设计时如果不注意这一认识规律,就很难达到理想的视觉传达效应。当然也有些标志设计突破常规,并未按照一般的规律设计,但由于应用得当,亦有新颖别致的特色。

(二)突出目标,引人注目

标志图案多用于公共场所,而这类场所人多音杂、流动性强,若要引起人们的视觉注意,标志设计必须突出、醒目,能吸引人的视线和兴趣,达到应有的视认度。

另一类用于商业性的标志图案,为使商品在市场上具有竞争力,往往不惜工本,为设计别出心裁的商标、语标而费尽心血,成功的标志图案设计,也往往在这一点上取胜。

那么,怎样才能增强标志图案的注意度和视认度呢,这是有一定规律可循的。

1. 概括简练,加强对比 通过寥寥几笔能把文字都难于表达清楚的含义交待得清清楚楚、一目了然,这是成功设计的高明之处。现代标志图案都力图做到概括简练、言简意深。通过形象上的大小对比,构成上的轻重悬

殊,色彩处理上的黑白相衬、浓淡显异,可引起人们的视觉注意而不致忽略过去。

2. 新颖贴切、增强“刺激” 新颖时髦是任何设计都提倡的,标志图案设计更为强调则有其特殊意义。构思独特、鹤立鸡群,才具有一定的艺术魅力而使人难以忘怀。但奇特尚需得当,新颖尚需贴切,这样才能引人注目,具有亲切、自然的生活气息,人们才会信服认可。盲目追求奇形怪诞必导致脱离生活而趋于失败。

所谓加强“刺激”,是指在其他条件相同的情况下注意程度之大小与刺激之强弱成正比。如两幅标志图案在其他条件相等时,光亮度、色彩鲜明度较强者优先首先引起注意。当然,刺激程度必须在人们所能接受的适度之内,超过了会适得其反。

3. 扩大地位、突出目标 一幅标志图案若放在重要地位,占据较大位置,就会更加引人注目。

在相同的条件下,注意程度之大小与被注意对象之多寡成反比。目标越多、注意力越分散;反之,注意对象少,目标集中,注意度越高。这就要求标志中的文字和图形不能太琐碎。

4. 利用移动、显示效果 在其余条件相同时,动静两个物体中,动者较静者引人注意的程度要大好几倍。霓虹灯标志之所以引人注目,正因为它闪动显限。

(三)调查研究,掌握基本设计规程

标志图案既没有复杂的情节变化,也没有庞大的系统工程,只是在面积有限的天地

里以其简练而明确的图案形象表现其特定的内容。看来是极为简单的设计,其实不然,要想获得成功的设计,其辛劳程度恐怕不亚于其他设计。设计者应进行细致的调查研究,认真考证分析设计对象的性能、用途、视认度、色彩度、环境变化等因素,详尽了解客户的设计要求。设计者可列出一个具体的项目表,可包括以下内容:

标志图案的对象是谁(地方的、国家的、国际通用的)?

是单一的标志还是系列标志?

它是否和现有标志共存?是取代性的还

是全新的?

是单独使用还是与其他题标、商标有关?要不要和字母、文字并用?

预期使用的场合、媒介(建筑、招牌、制服、报纸、杂志、电视等)。

是否作为系列性辨识宣传活动的基

础?在了解上述前提的基础上再进行立意构思—绘制草图—征求意见—反复比较—定稿—完成制作几个阶段。

只要遵循上述设计顺序和有关规程,大致确定设计要素,按此设计的结果将会取得事半功倍的成效。

四、标志图案的视觉形象

标志图案不论采用何种形式和表现手段,一般都需通过文字、图形、色彩等视觉形象表现其主题内容。标志图案的视觉形象的选择和设计对它的效能发挥及传播起着极为重要的作用。

标志图案同绘画创作相比,有其自身鲜明的特点,重视吸引力和直视性,讲究实用效果。在表现风格上,比绘画艺术更为大众化,更加简明集中,以其醒目的艺术特色发挥其特长。

标志图案的视觉形象千变万化,但形象设计要求非常规范、严谨,按照不同的内容和主题,图案形象设计侧重于以下几个方面:

1. 应用于公共场合的标志图案强调直视性及视认度。造型变化多采用具象性的视觉形象,不论采用何种造型变化,都应体现出概括、醒目、利于辨认的特点,色彩多采用鲜明的原色,很少用含混不清的色调,要求有一定的彩度、明度对比。

2. 应用于操作的标志图案,一般都有特定的含义,常应用点、线、面等具有概括性特点的几何图形,有一定明度对比,正确、简明、醒目、指示性强。例如录相机遥控器操作钮的指示性标记,以横向三角形方向表示进退;以三角的多少表示速度;上向三角表示选择钮

的进;下向三角则表示选择钮的退就是一例。但这类操作作用的标记一般还配以必要而简练的文字说明,以达到应有的正确性和科学性。

3. 应用于商标图案的视觉形象则需以极为简练的文字或图形代表该公司、团体和商品的形象特征,有专利性。它不避歧义性,因为它允许注明解释。因此,其造型新颖别致,有特定含义,能给人以深刻印象。

商标的形象设计还应注意法律责任和社会效果。要求:

(1) 商品商标的形象设计不能造成消费者在购买商品时识别上的困难和混乱。一个商标无论在形象上或一般理解的含义上,都不应与同类商标相同或相似。

(2) 商标名称不应直接描述商品的材料、性质或特征。

(3) 一般不宜采用地名和姓氏作为商标名称。

(4) 商标名称和图案要注意不同国家、地区和民族的风俗、习惯,不能触犯人家忌讳的词语和形象,避免使用易产生误解、引起反感的任何标志。

(5) 采用的商标不应只适于一种宣传媒介的传播和表现,而应考虑到知名以后能用多种媒介广泛表现的可能性。

五、标志图案的设计手法

标志设计门类齐全、内容丰富,针对性、实用性强,不仅要满足委托者的设计要求,还应在有限的范围内表述自己的设计思想,保证其独创性和辨识性。另外,标志图案的媒介及处理过程对它的最终设定影响很大,标志除常规的印刷、绘制、摄影等处理方式外,一般还能适应浮雕、模板、编织等的要求,其媒介普适性强。标志图案一般应适应各种用途,但对于某一主要或大量应用的媒介,需得预计它的未来限制及技术问题。在霓虹灯色招牌上用的氖管,便是因媒介而使设计集中采用线性结构变化的例子。

如果设计需要复制成很大或很小的尺寸,应注重不同大小比例变化的视觉效果,以鉴别线条强度、形象视认度及电视屏幕干涉等问题。

有些企事业单位的辨识性标志系统能协调统一,常需详细的格网结构,以备在不能运用照片及放大的领域上使用。为此目的而采取几何形简洁的结构,将对标志图案的最终形象起决定性作用。

标志图案应遵循上述思想设计,由于它不同于绘画、文章和说明图,要将上述思想容纳于方寸之中,就必须讲究标志图案的设计手法,这也是设计者们绞尽脑汁之处。根据常用的表现手法,下面作一简略介绍。

1. 表象性手法 采用形象化的手法直接表现人物、动物、产品、服务项目等的象形性标志。直观性、易认性强,通过概括性形象的直接使用,强化人们的形象记忆。具有清晰、明确、一目了然的艺术特点,这是较为常用的

手法。

2. 象征性手法 取其最能体现设计对象特征的本质部分,以简练、概括的图形表示设计物的标志图案。如图2所示,两个圆所表示的自行车;曲线和直线意为奔驰中的马;空心圆表示排球和足球等象征性图形。

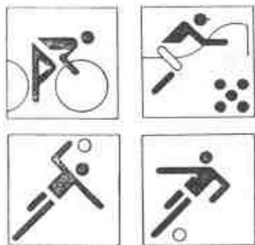


图2

如提供服务、技术的公司通常采用这类表现手法,用抽象意形表现其机构特征的性质。生产商品领域的企业公司,也常用这一方法表现效能、精度、优质等公共特征。

银行、航空公司、艺术团体等亦常用习惯

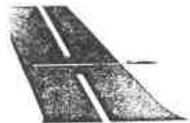


图3

性的象征符号。例如以翼、特殊线形、字头字母及方向视线等组合象征形表现航空公司的业务及性质(图3)。

由于表征性标志是依靠其特征来树立设计形象的,因而具有含蓄性和感染力,设计时应仔细分析、推敲,从其本质特征中表达一定的韵味和旋律。

在国家和国际事务中,常用到正规性、民族性的旗号和徽号,也属于这一范畴。

3. 借喻性手法 借喻具有同种类型、同种性质与此相关联事物之特征来表示一定的对象和事物。它是从一个侧面表达或引申设计内容和性质,如图4所示,以两个亲切交谈的人形头像表示会面交谈场所。

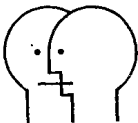


图4

借喻法常用于服务性、关系性机构或社会团体,它们不便于应用表述和表征手法,一般多采取表形符号(图5)。



图5

借喻法从侧面烘托主题,颇具新颖感,但处理不当也会削弱主题,甚至产生歧义。

1. 标识性手法 这类表现手法常应用标志、文字或字头字母的表音符号。通过字形的变化、组合和装饰,加强标识性。

除文字之外,在商标设计中也可以用抽象图案、图画来表示商业名号(图6)。



图6

标识性手法有助于强调企事业的名号,特别是采用其它手法不太适宜时尤为如此。其缺点是含义狭窄,缺乏联想性,企业业务性质不清楚。所以力求在设计上达到精致性和趣味性,以加强印象,同时想办法作些变形和点缀以表现其活动本质。

5. 卡通化手法 卡通图案形象具有夸张、幽默的形象特征,为少年儿童所喜爱,而应用这一艺术手法所设计的标志图案,则具有一定的趣味性和通俗性,很容易引起人们的思想共鸣。由于个性突出、逗人喜爱,亦能给人以深刻印象。常作为儿童活动场所及服务性行业的标志(图7)。

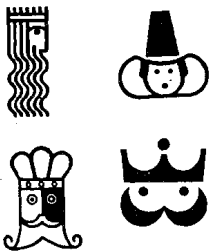


图7

6. 几何形构成手法 分别以点、线、面、体等几何形式所构成的标志形象。外形多为