

alka

alka Gäster

钱永宁 编著

alka

标志与VI设计 创意指南

上海科学技术文献出版社

The cover features several large, stylized green shapes that resemble leaves or petals, arranged in a decorative pattern. One large shape is at the top right, another is at the bottom left, and a third is at the bottom right. They are all a solid dark green color.

钱永宁 编 著

标志与VI设计

创意指南

上海科学技术文献出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

标志与VI设计创意指南/钱永宁编著.-上海:上海科学技术文献出版社, 2009.4

(现代设计创意丛书)

ISBN 978-7-5439-3847-2

I.标...II.钱...III.标志-设计-指南 IV.J524.4-62

中国版本图书馆CIP数据核字 (2009) 第013208号

总 策 划: 吴亚生 钱永宁

编 著: 钱永宁

责任编辑: 胡德仁

书籍设计: 策人堂设计工作室

版式设计: 钱永宁 覃旭瑞

图片编辑: 朱卫平 李从梅

出版发行: 上海科学技术文献出版社

社 址: 上海市长乐路746号 (邮编 200040)

网 址: <http://www.sstlp.com>

发行电话: 021-54039725

编辑电话: 021-54037672

印 刷: 江苏常熟人民印刷厂

开 本: 889×1194 1/20

印 张: 6

版 次: 2009年4月第一版

印 次: 2009年4月第一次印刷

书 号: ISBN 978-7-5439-3847-2

定 价: 35.00元

前
言
BACKGROUND

设计师是一个特殊的称谓，这个称谓属于未来构筑文明与梦想忠实的执行者；她的成就形成一个明晰的人类文明发展的特殊符号，成为历史、文化、民族的代言人。设计师们以自己优异的工作成就为一个时代、一个地域、一个民族标记出清晰的文化烙印；我们编纂这套系列丛书就是想从不同的设计领域，呈现出设计师们不同的创意观念、思路和方法，从而进一步分享丰盛的“创意大餐”。

我们这套系列丛书的编纂旨在：从设计思维方式入手，通过对材料、表现技法等方面进行系统整理，呈现艺术设计中创造性思维的关键点，并着重在创造性思维的特点和对象，以及如何依靠创意思维的方法与手段进行创造力的充分发挥，从而达到创新设计之目的。

艺术设计思维不仅仅是单纯的形象思维，而是实现设计成果制作流程与设计成果美学价值提升的艺术思维定向，科学设计方法与创造性思维辩证统一、相辅相成的有机结合。科学的设计思路将有利于创造性思维的发挥，从而提升创造能力，不断增长创造能力，同时又可促进更多方法的形成与逐渐成熟，进而形成创造思维主要、基本和典型的形式。

由于受时间所限，编纂中难免有疏漏之处，恳望各位同仁斧正为盼！

《会展设计创意指南系列丛书》编委会

设计的作用无非在于传达有关产品、
观念或者公司的相关信息。每一位设计师
都将面临着同样的问题：如何选择合适的
方式，将设计的各种元素组合起来，以最
恰当、最独特，并且最有效的有**序**方式
传递信息。

序

从汉字的字意上讲,“标”字的基本含义是标准和记号,“志”字的基本含义是不忘和记住的意思。标志最原始的基本含义也是最基本的功能,让人通过标记记住它的基本含义。

标志是企业形象、品牌形象及大型活动等重要的视觉符号。在商业品牌竞争市场中起着极为显著的作用。从某种意义上说,标志符号即代表了品牌形象。因此,标志设计便成为企业、品牌形象树立的重要前提。

标志设计的创意性非常强,是浓缩的艺术。同时,由于标志设计的实践性较强,对培养学生和年轻设计师的创意思维有着非常积极的社会意义。

VI (Visual Identity) 设计,国内又称视觉识别系统设计,是CIS系统中最具传播力和感染力的层面。VI设计是在以MI (理念识别) 为灵魂、以BI (行为识别) 为核心的基础上,从标志设计着手,通过个性化、整体化、差别化的视觉识别系统规范设计,来实施系统、有序地传播企业经营理念,建立企业知名度、树立企业品牌整体形象快速便捷之途。

在日益发展的市场环境中,在日趋激烈的市场竞争中,标志与VI设计在企业决策者心目中的地位将越来越重要,作用也越来越显著。

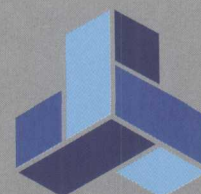
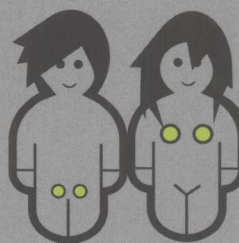
编 者

目 录

01	第一章 标志设计
03	一、标志的起源
05	二、标志的概念和类别
07	三、标志的特点
07	(一) 功能性
08	(二) 识别性
08	(三) 艺术性
08	(四) 准确性
08	(五) 持久性
09	四、标志设计创意遵循的原则
12	五、标志创意设计流程
12	(一) 市场调研分析
12	(二) 设计元素定位分析和思维方法
13	(三) 设计阶段
13	(四) 标志完善阶段
14	六、标志设计制图法和设计注意事项
14	(一) 标志设计制图法
16	(二) 标志设计注意事项
17	七、标志设计创意表现和构成手段
17	(一) 标志设计创意表现手段
20	(二) 标志设计的主要构成法则
21	八、现代标志创意设计
23	附录一：现代标志创意设计实例赏析

37	第二章 VI设计
39	一、CIS的定义
44	二、CIS的历史
48	三、CIS的构成
48	(一) MI (理念识别)
48	(二) BI (行为识别)
51	(三) VI (视觉识别)
52	四、CIS设计原则
52	(一) 统一性
52	(二) 独特性
52	(三) 应用性
54	五、视觉识别概述 (VI)
54	(一) 基本部分设计 (BE)
59	(二) 应用部分设计 (AE)
62	六、视觉识别系统的设计与制作
62	(一) 基础设计部分的设计与制作
72	(二) 应用设计部分的设计与制作
78	七、编制企业形象视觉识别手册
78	(一) CI手册编辑原则
79	(二) 设计手册结构体系
79	(三) CI手册编辑形式
80	(四) CI手册的编制内容
83	附录二: 国外最新VI设计案例

第一章 标志设计





■ Pavlov 标志设计

标志设计

一、标志的起源

标志的来历，可以追溯到远古时代的“图腾”。

当时每个氏族和部落都选用一种认为与自己有特别神秘关系的动物或自然物象，作为本氏族或部落的特殊标记（即称之为图腾），如女娲氏族以蛇为图腾；夏禹的祖先以黄熊为图腾；有的以太阳、月亮、乌鸦为图腾；还有的运用青龙、白虎、朱雀、玄武这四神图腾图案，作为方

位的标记。最初人们将图腾刻在居住的洞穴和劳动工具上，后来就作为战争和祭祀的标志，成为族旗、族徽；国家产生以后，又演变成国旗、国徽。

在古代，烟就是有火的一种自然标记。人们利用烟（狼烟）作为传送与火有关联（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。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



- 刘家针铺的广告和标记（上左图）
- 我国早期的印信标记（上中图）
- 我国少数民族使用的印信标记（上右图）
- 可口可乐品牌标志（下左图）
- 现代标志（下右图）



4

不及的。还有一些作坊、店铺，就伴有招牌、幌子等标志。在唐代制造的纸张内已有暗纹标志。到宋代，商标的使用已相当普遍，如当时济南专造细针的刘家针铺，就在商品包装上印有兔的图形和“认门前白兔儿为记”字样的商标。同时，古人在生产劳作中，不断创造和使用各种类型的标记，如路标、村标、碑碣、印信、纹章等。广义上说，这些都是标志。

在古埃及的墓穴中曾发现带有标志图

案的器皿，大多是制造者的标志和姓名，后来演化成图案。在古希腊，标志已广泛使用。在罗马和庞贝以及巴勒斯坦的古代建筑物上，都曾发现刻有石匠专用的标志，如新月车轮、葡萄叶以及类似的简单图案。欧洲中世纪士兵所戴的盔甲，头盖上都有辨别归属的隐形标记，贵族家族也都有家族的徽记。

如今，公共标志、国际化标志开始在世界普及。随着社会经济、政治、科技、

文化的飞跃发展，经精心设计并具有高度实用性和艺术性的标志，已被广泛应用于社会一切领域，对人类社会的发展与进步发挥着巨大作用和影响。一门新兴科学——“符号标志学”也已应运而生。



- 公共标志 (左上图)
- 2008年欧洲杯足球赛会标 (左下图)
- Manolov设计的各类现代标志 (右图)

二、标志的概念和类别

标志是指表明事物特征的标准识别符号。它以单纯、个性、直观、易识别的物象、图形或文字符号为语言,除标示什么、代替什么之外,还具有表达意义、情感和指令行动等作用。

广义上讲,就是包括所有通过视觉、触觉、听觉所识别的各种识别符号。狭义上讲,就是以视觉形象为载体,表达特定事物内容的个性化符号式象征图案。

标志,作为人类直观联系的特殊方式,不但在社会活动与生产活动中无处不在,而且对于国家、社会集团乃至个人的根本利益,越来越显示其重要的功效。

国旗、国徽作为一个国家形象的标志,具有特殊意义和精神力量。公共场所标志、交通标志、安全标志、操作标志等,指导人们有序地生活和出行,确保生命、财产安全,具有直观、快捷的功效。商标、店标、厂标等标志对于市场流通、

创造经济效益、维护企业和消费者权益等具有无以言表的实用价值和法律保障作用。各种国内外重大活动(会议、运动会、展览、演出等)以及邮政运输、金融、机关、团体和个人等都有展示自身特征的标志,这些标志从各种角度发挥着沟通、交流宣传作用,推动社会经济、政治、科技、文化的进步,保障各自的权益。随着国际交往的日益频繁,标志的直观、形象、不受语言文字障碍等特性极其

■ 图文组合的国家环保标志



■ 集团企业标志



■ 简洁的现代图标



有利于国际间的交流与应用，因此国际化标志得以迅速推广和发展，成为视觉传达最有效的手段之一，成为人类共通的一种直观联系工具。

纵观众多标志，我们可按不同属性将标志进行分类：

以运用范围分类：企业标志、社团标志、国家标志、机构标志；

以构成元素分类：图形标志、文字标志、图文结合标志；

以表现形式分类：具象图形、抽象图形。



■ 各种表现形式的标志 (左图)

■ Alphabet Arm Design机构设计的各类现代标志 (右图)

三、标志的特点

(一) 功能性

标志有的是为人类共享的,如公共场所标志、交通标志、安全标志、操作标志等;有为国家、地区、城市、民族、家族专用的旗徽等标志;有的是社会团体、企业、仁义、活动专用的,如会徽、会标、厂标、社标等;有的是某种商品、产品专用的商标;还有的是集体或个人所属物品专用的,如图章、签名、落款,都各自具有不可替代的实用功能。具有法律效力的标志,尤其兼有维护权益的特殊使命。



标志的特性在不同标志中的体现

一般标志的功能主要有区别产品、区别企业与经营部门的功能；方便消费者认牌购货的功能；宣传企业及产品的广告功能；具有美化产品的功能；有利于国际经济交流的功能。

（二）识别性

标志最突出的特点应具有独特的个性面貌,易于识别。在展示自身特征的同时,区分事物间不同的意义、区别与归属是标志的主要功能。因此,标志必须特征鲜明、色彩强烈醒目、图形简练清晰,令人一眼便可识别,并过目不忘。这是标志通常具有的特征。

（三）艺术性

标志具有识别功能的同时,又要符合视觉审美的功能原则,是对其艺术性的基

本要求。标志的高度艺术化是时代和文明进步的需要,是人们文化素养的具体体现和审美心理的需要。

这一功能在盛大的公共活动标志、企业标识和商品商标的推广和使用中尤为明显。对社会而言,标志审美和设计水平的高低,既可反映出一个国家、一个地区的文化传统和社会意识,也能从侧面反映出一个国家、一个地区的艺术设计水平。

标志的艺术性具有:符号美的特性、单纯美的特性、抽象美的特性。

（四）准确性

标志具有在极短时间内让人一目了然、准确传达的特点。标志无论是寓意还是象征,其传达的含义必须准确,不可引起社会和大众的误解而产生纠纷。因此,

标志要易懂,要符合人们认识心理和认知能力;要准确表达其意义,避免产生多解或误解,应注意民族、地域之间的心理和审美习惯。

（五）持久性

标志与广告或其他宣传品不同,为了创造长久的经济效益,保护企业和消费者权益等具有实用价值和法律保障作用,一般都应长期使用,不宜轻易改动。