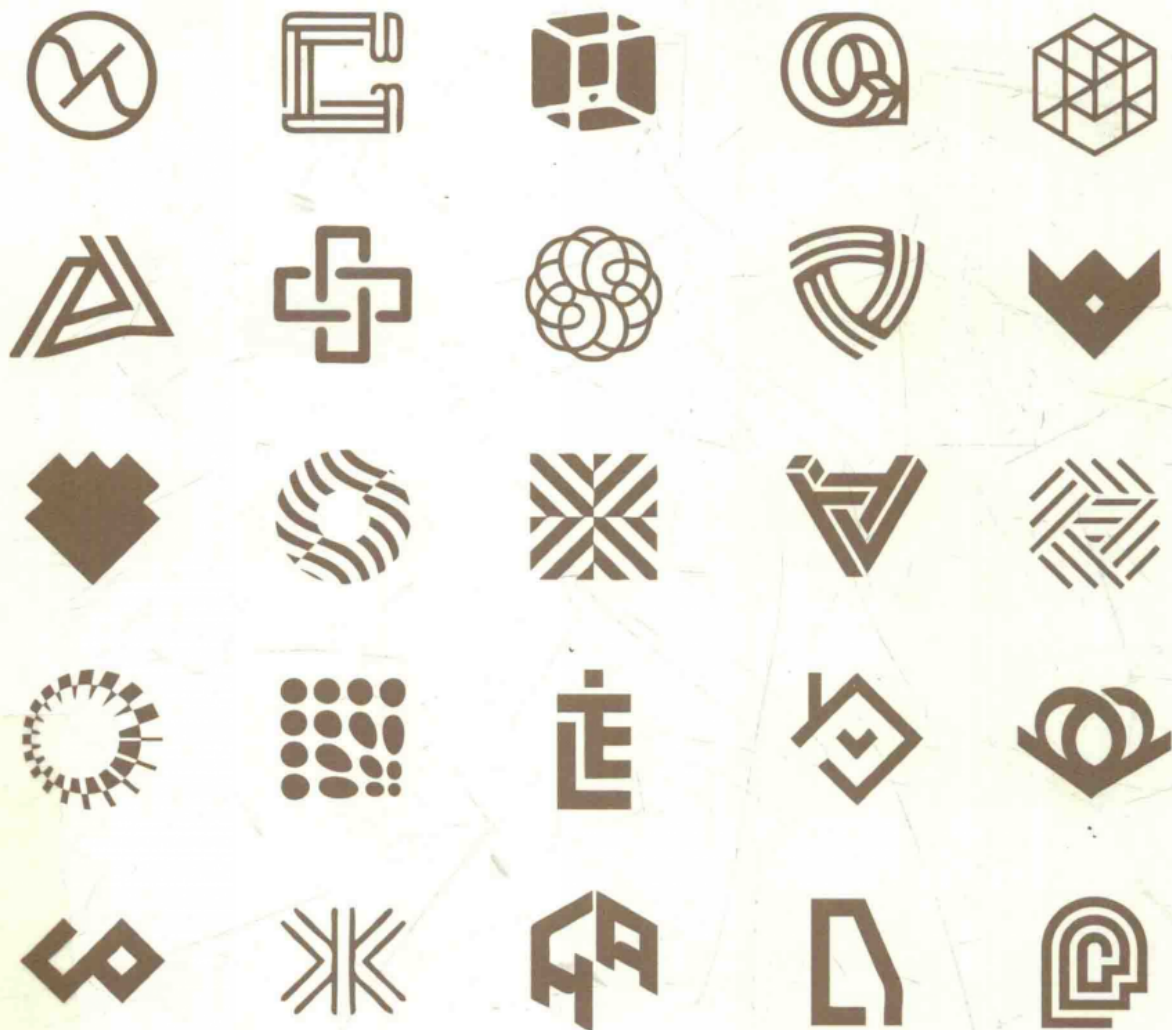


三度

标志游行

三度出版有限公司 编著
深圳高色调文化发展有限公司 策划

当代标识标志设计



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

标志游行

当代标识标志设计

三度出版有限公司 编著
深圳高色调文化发展有限公司 策划



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目 (CIP) 数据

设计美学 / 张艳河主编. -- 北京 : 中国纺织出版社, 2018.5

ISBN 978-7-5180-4540-2

I. ①设… II. ①张… III. ①设计学—艺术美学—高等学校—教材 IV. ①J01

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 328359 号

策划编辑: 胡 姣 责任设计: 秦嘉滢 蔡梓轩
责任印制: 王艳丽

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010—67004422 传真: 010—87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

虎彩印艺股份有限公司印刷 各地新华书店经销

2018年5月第1版第1次印刷

开本: 889×1194 1/16 印张: 19

字数: 222千字 定价: 78.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

目 录

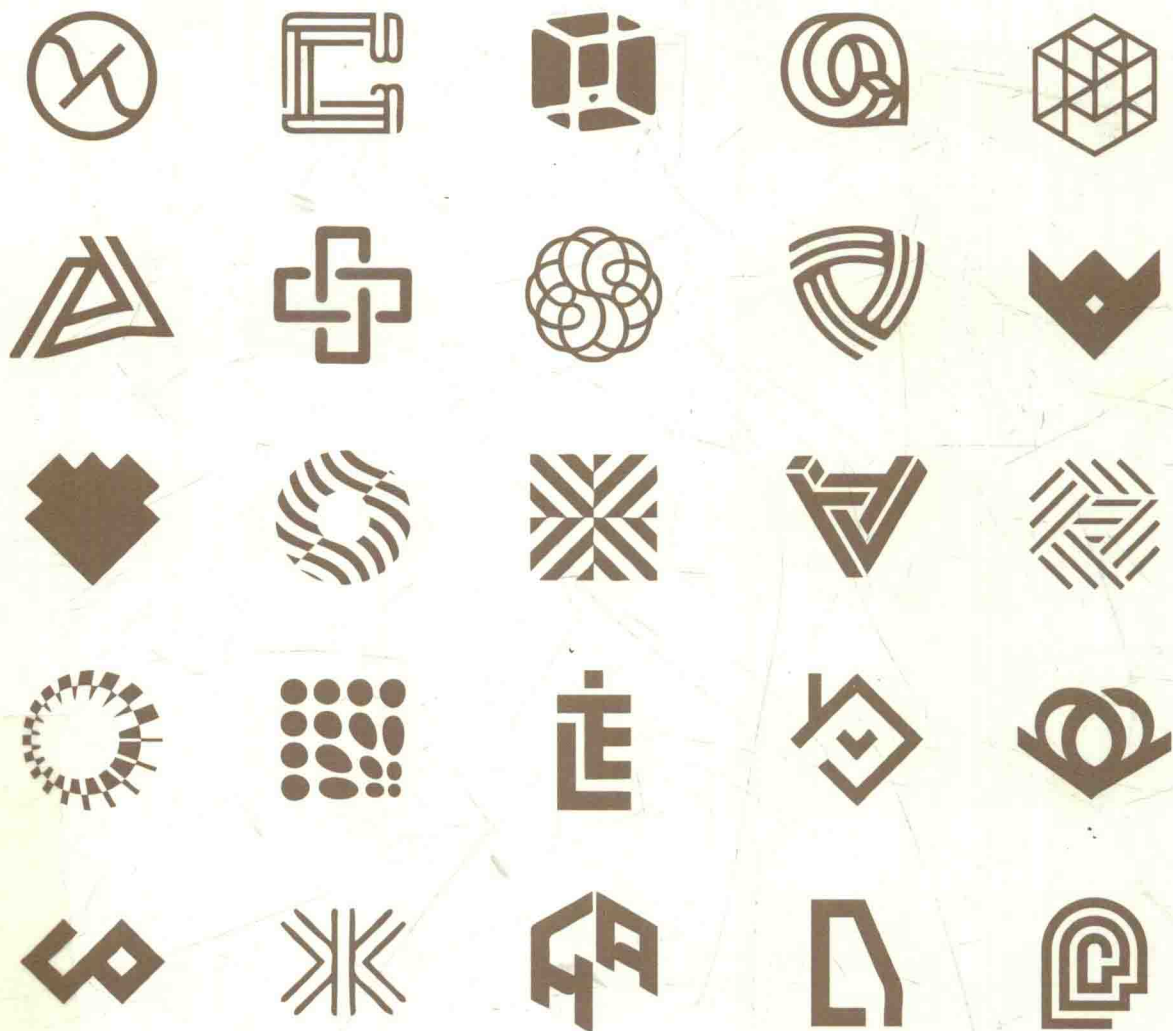
前 言	006
符 号	009
字 体	057
符 号和字 体	121
形 式	185
动 态	233
复 古	281
索 引	314
致 谢	320

三度

标志游行

三度出版有限公司 编著
深圳高色调文化发展有限公司 策划

当代标识标志设计



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

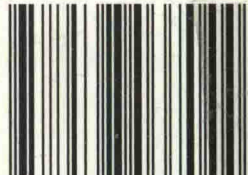
试读结束，需要全本请在线购买：www.ertongbook.com

《标志游行：当代标识标志设计》是一本引领潮流、启发创作灵感的现代 Logo 大全，书中收录了超过 1500 个现代 Logo 设计案例，根据不同的类型被分成“符号、字体、符号和字体、形式、动态、复古”6 个部分。单纯的图形、文字或是两者相结合，现代简约风或是迷人复古风，简单的几何图形或是繁复的变体，来自全球设计师的精彩之作都将带给读者无尽的灵感。



上架建议：艺术/平面设计

ISBN 978-7-5680-3704-4



9 787568 037044 >

定价：258.00元

标志游行

当代标识标志设计

三度出版有限公司 编著
深圳高色调文化发展有限公司 策划



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

图书在版编目(CIP)数据

标志游行：当代标识标志设计 / 三度出版有限公司编著. — 武汉：华中科技大学出版社，2018.2
ISBN 978-7-5680-3704-4

I. ①标… II. ①三… III. ①标志—设计—案例 IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第007151号

标志游行：当代标识标志设计

BIAOZHI YOUXING: DANGDAI BIAOSHI BIAOZHI SHEJI

三度出版有限公司 编著
深圳高色调文化发展有限公司 策划

出版发行：华中科技大学出版社（中国·武汉）

电话：(027) 81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编：430223

出版人：阮海洪

责任编辑：尹欣

责任监印：秦英

责任校对：平雯

装帧设计：霍丁丁

印刷：深圳市和谐印刷有限公司

开本：889 mm × 1194 mm 1/16

印张：20

字数：160千字

版次：2018年2月第1版第1次印刷

定价：258.00元

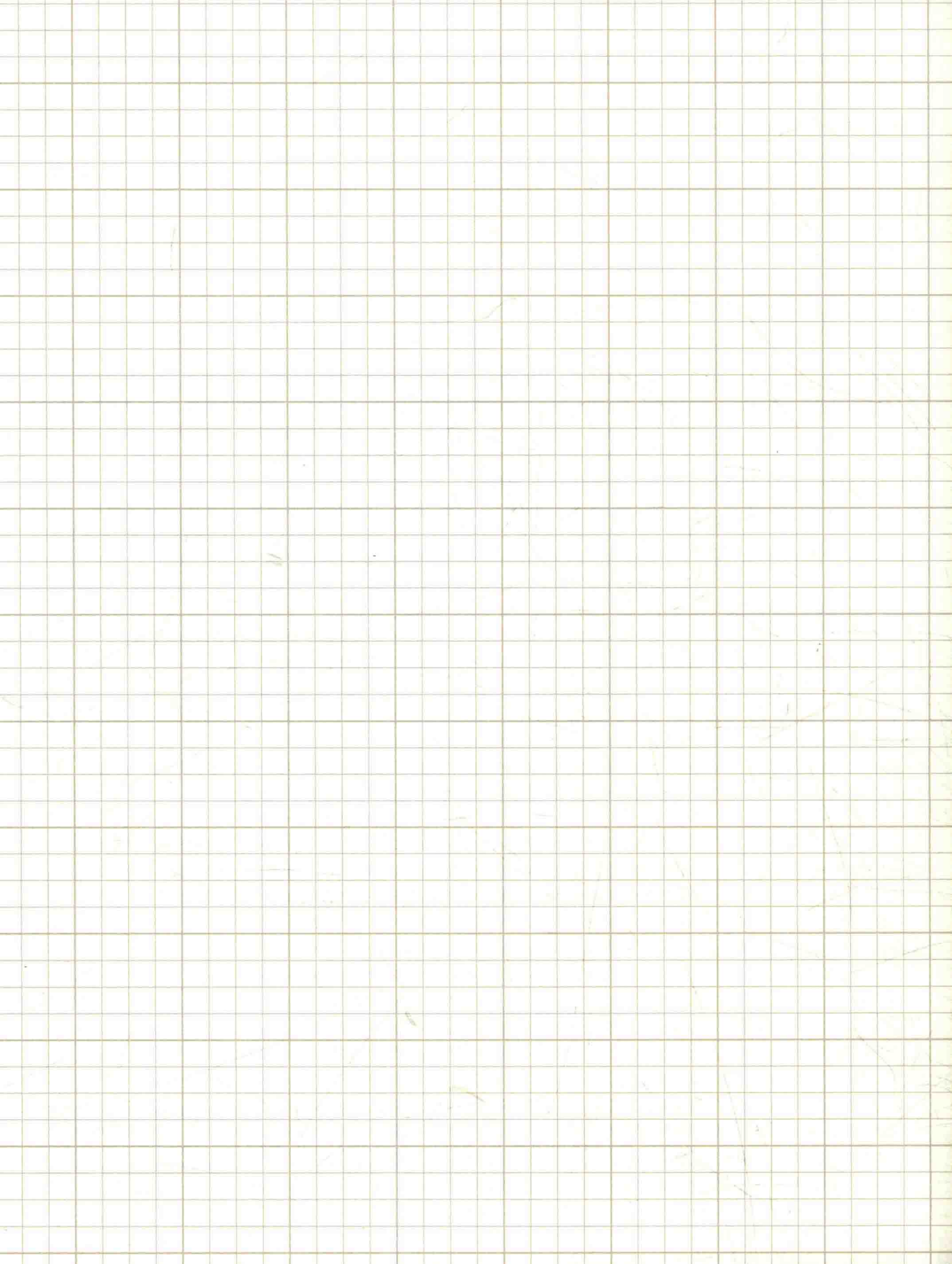


投稿热线：(010)64155588-8000

本书若有印装质量问题，请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线：400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

目 录

前 言	006
符 号	009
字 体	057
符 号和字 体	121
形 式	185
动 态	233
复 古	281
索 引	314
致 谢	320



品牌标志是一套用于识别某个公司或产品的平面字体符号，帮助品牌与其竞争对手区分开来。在现在的市场上，消费者有琳琅满目的商品可供选择，因此品牌标志在现代商业市场中扮演了十分重要的角色。

在你投身到创意工作之前，首先要了解标志的作用。设计师在创作标志之前必须提醒自己以下三个基本概念：

1. 可识别度：受众必须能通过标志在市场上发现品牌或产品。因此，标志必须具有识别性和认受性。
2. 区分度：好的标志必须是独一无二和原创的，可以让消费者将品牌与其竞争对手进行区分，并提供额外的吸引力。
3. 沟通性：标志必须传递品牌信息。糟糕的标志可能会传递出错误、不专业、有误导性或过时的信息。

优秀的设计师需要推敲如何将这些概念可视化，并做出独特的风格。同时，设计师也必须记住标志中所使用的元素都要反映该品牌已经拥有的价值。这个目标可以通过颜色和形式来实现。例如，如果你的客户需要清晰传达出“优雅”或“有趣”的感觉，那么标志的形状、颜色和字体都必须能传达这一价值。

在决定颜色和字体之前，设计师必须确定这些元素的风格与设计目标是相一致的，同时受众可以理解符号意义。如果设计师使用观众不可理解的符号，那么即便这个标志设计得再完美，也不可能满足客户需求。这个符号还必须能在不同的平台上通用，从而消除它可能出现无法应用的困难。设计师必须使用正确的符号，因为它与视觉感知息息相关。要让来自不同国家的受众超越语言的局限理解该标志。

自从我开始从事设计工作，主要从事品牌设计和标志设计。人们经常问我，创作出众标志的秘诀是什么。其实当我着手设计，我的重点放在两个主要的目标上：首先是创作一个经久不衰的标志，并让它持续曝光在公众面前。一般来说，一个公司倾向保持一个让自己知名的标志，这个标志具有公认的高效力、一致性和高曝光度。标志并不仅仅使用数周或数月，像一本小册子或短片。一个标志必须持续使用到它再一次更新为止。标志设计最大的挑战是让标志长期表现出现代性。但是什么是现代的标志呢？在今天的数字世界中，我们永远在路上，需要直观的证据来确认自己的位置或目前的时间。所以一个现代的标志也必须是直观、多变、灵活，并具备高通用性。

其次是曝光度。标志是视觉形象的第一要素，它表现一家公司的使命。企业使命阐述了一家企业的终极目标，其存在的原因及意义。此外，标志也是一个独特的符号，使品牌与其竞争对手区分开来。另外，还必须注意，分析一个品牌必须首先关注真正重要的因素。品牌设计师通常会考虑太多因素，从而忽视了产品、服务或品牌的特点，这会妨害设计时的沟通效果。

一个有效的标志设计独特、适度、有效、图形化、形式简单，能够传达预期的信息。在简洁的形式中，标志可以是具有高识别度的，但为了有效满足这一点，它必须遵循标志设计的基本原则。总的来说，标志必须简洁。一个简单的标志具有易识别性、高通用性和可记忆性。有效的标志不需要繁琐的装饰，却具有出人意料或独有的特征。

简约设计背后的原则是可记忆性，有效的标志通过简单合适的设计实现这一点。

一个标志必须涵盖以下因素：

- 标志必须居然持久性，可以经受时间的考验。标志的效力是“未来评价”的，这意味着它需要在未来的十年、二十年内依然有效。
- 标志必须具有高通用性，它可以应用在不同媒介和程序上，可以通过数字技术呈现。
- 标志必须是合适的。其设计和定位需要满足预期目的。

本书收录了来自世界各地的设计师标志设计案例，从中读者可以看到他们如何尝试通过这些设计实现自己的设计追求。这些标志分为六个类别，分别是符号、字体、符号与字体、形式、动态和复古。本书将会给你无限的灵感，让你在与客户合作时做出明智的决策。

毛里西奥·帕格诺兹

One Design

毛里西奥·帕格诺兹（Maurizio Pagnozzi）是一位生活在英国伦敦的意大利设计师。他主要从事品牌设计、企业形象设计和包装设计。他在意大利贝内文托商学院学习平面设计。随后，他在意大利那不勒斯的 ILAS 高级研究所继续攻读硕士学位，学习艺术指导和文案。他于 2013 年以优异成绩毕业。之后，他开设 One Design 设计工作室，以自由平面设计师的身份从事设计工作，曾为几个国际客户服务。他的设计风格清晰直观，并能传递准确的信息。他的目标是创作出兼具概念、突出的功能性和高完成度的作品。

符 号

“少即是多”逐渐成为现代标志设计的流行趋势。越来越多的设计师奉行简约主义，使用有限的设计元素表现一个品牌的核心本质。这些标志舍弃了繁杂的装饰，其符号性抓住受众的注意力，传递多元的信息。

Pistinèga 标志设计

采访毛里西奥·帕格诺兹 (Maurizio Pagnozzi)

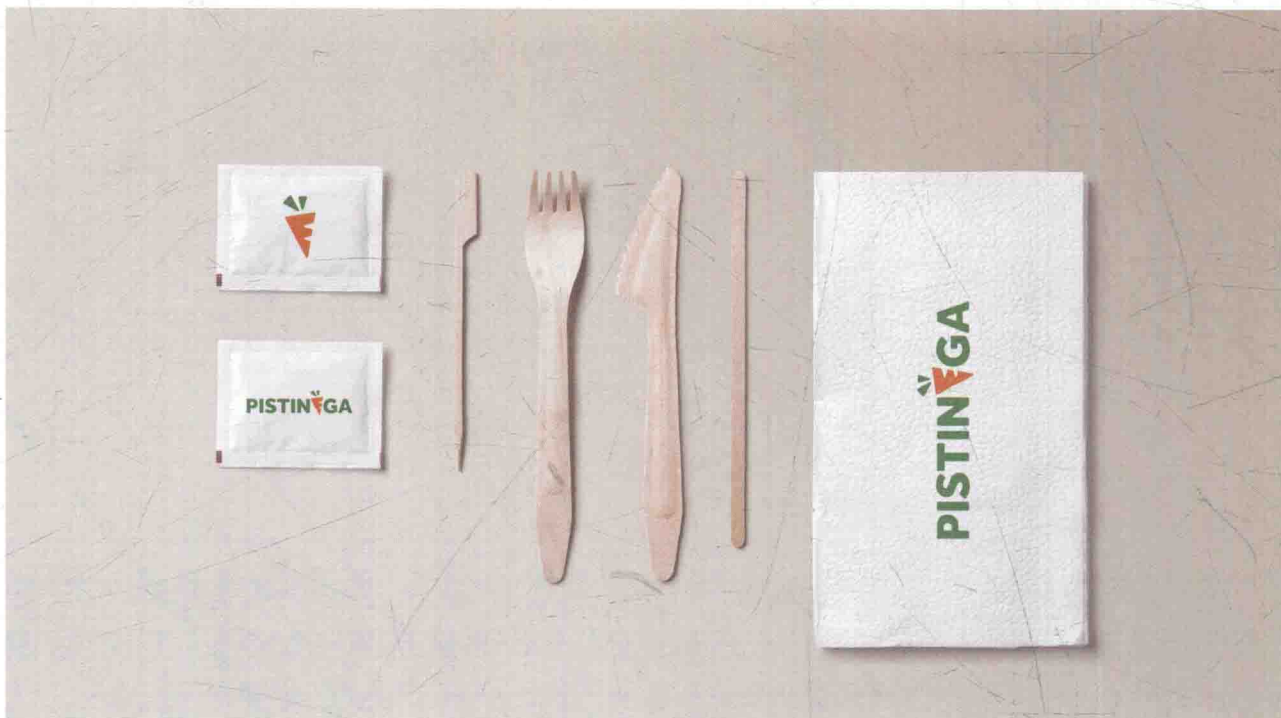
1. 作为平面设计师，您是如何寻找灵感的？

我是一个对日常生活十分敏感的观察者。无论我在什么地方，我都会环顾四周，发现让我感兴趣的东西。我会将那些让我感兴趣的事情视作一个重要的灵感，然后我会拍照存在硬盘中，以便在适当的时候拿出来。偶尔我会从大自然中得到灵感，有时灵感也来自于城市环境。此外，博物馆也时常能给我提供很好的灵感。灵感来自于好奇心，所以我会建议大家听音乐、看视频、读书、分析文章，不断寻找新鲜事物。这些建议在创作的过程中会变得非常有用。

最后一点是我从关于设计读物中得到灵感的想法。一张纸似乎并不怎么吸引人，但是与设计有关的杂志等读物可以提供很多想法、指引或如何克服一些难点。我经常觉得看书比盯着屏幕更有效，也更让人放松。



PISTINÈGA



2. 您平时在创作标志时，采取怎样的设计流程？

找出目标方向，进行简要分析，然后头脑风暴，最后画出概念图。我开始寻找灵感，绘制成草稿，尝试最有效的设计，并尽可能使用原创设计。随后，我会对草稿进行改进，做出更好的效果，然后设计出标志，注意线条的厚度和结构。接着我会把草稿导入到 AI 中，决定字体、字距、版式、比例和颜色。完成设计之后，我会将图片上传到 Google 进行比对，看是否有雷同或类似的设计，避免出现纠纷。在发送给客户之前，我会进行最后的检查，看看在视觉上是否有改善的空间。最后我会将最好的设计发送给客户，并附上关于概念和创作过程的说明，以及这个应用在线上 and 线下不同媒介上的效果图，以便客户进行全面的评估。



3. 当您设计“Pistinèga”这个标志时，您是带着什么概念进行设计的？

“Pistinèga”是意大利博洛尼亚的一家果汁吧，这个设计的成功之处在于设计方案十分巧妙。品牌名字是 Pistinèga，这是博洛尼亚的方言，意思是“胡萝卜”。于是我将胡萝卜的形象和 E 结合，通过胡萝卜的缺口表现 E。

这个标志表现了全面的思考如何创造出简洁、清晰的标志的概念。严格使用形状和颜色使整个品牌系统保持一致。我在这家果汁吧售卖的各种产品（包括小吃）上使用了一套与一般果汁品牌无关的品牌物料。我在创作的过程中，始终提醒自己将这个概念可视化。

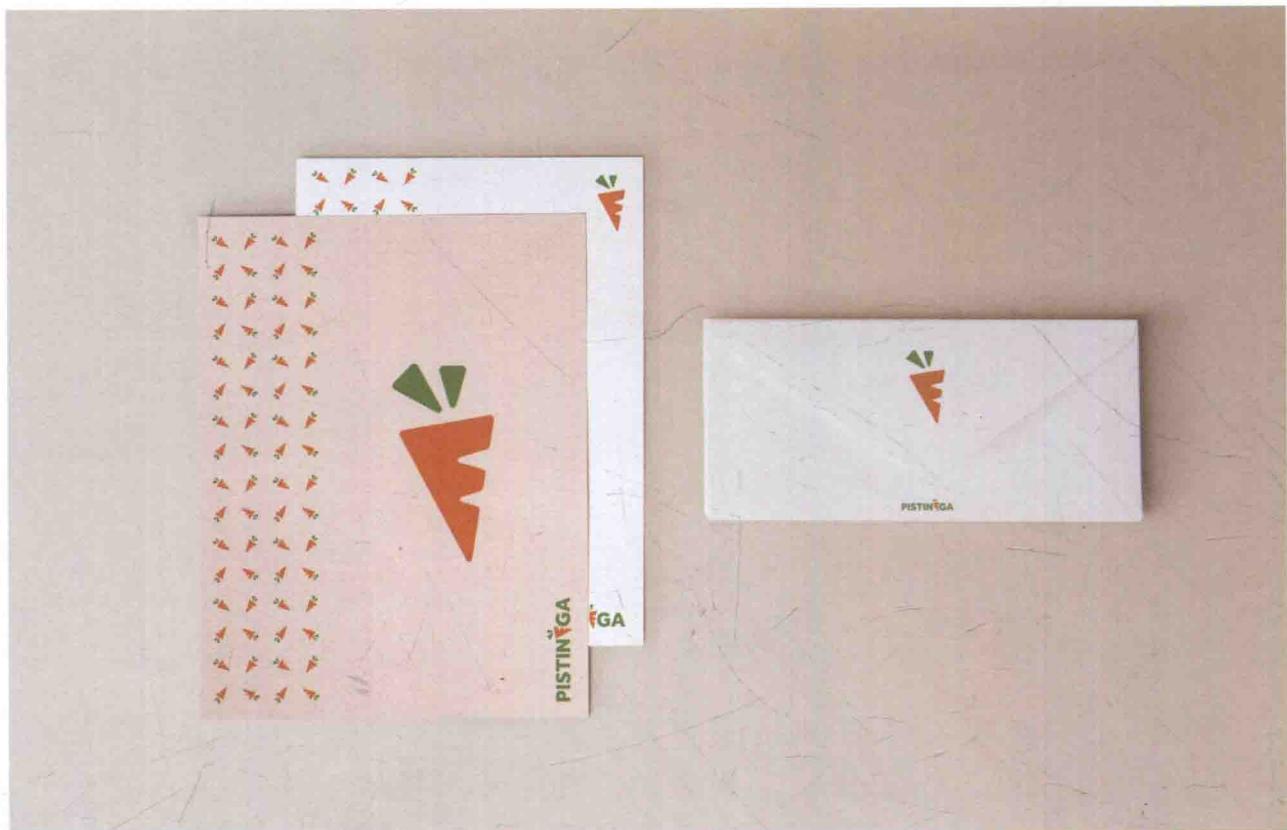
4. “Pistinèga”这个标志希望传递什么信息？

品牌名字是这个概念的灵感来源。我们特别设计了 Pistinèga 的“è”，将其作为表现为胡萝卜和果汁饮料，以指代果汁吧最具代表性的饮料。

我和客户商讨之后，决定设计一个形象，可以传递出新鲜、绿色环保、自然和生活感，同时还能体现质量与健康。这些概念都以现代、迷人的风格融入整个品牌形象。胡萝卜既可以用作 Pistinèga 的一个字母“è”，也可以单独用作图标，保持品牌认知度。

此外，这个标志还能作为图案被整合到品牌名称中。





5. 请问好的标志有什么标准？

一些关键的因素可以成就一个伟大的标志，例如极简主义、可读性、识别性、深刻性和唯一性。除此之外，在设计一个新的标志时还应该考虑另外两个重要的因素：耐用性及其在线下或线上媒介上的通用性。一个好的标志不会过时，且具有很好的通用性。

6. 请给年轻的标志设计师和品牌设计师三条忠告。

对于第一次接触标志设计的年轻人来说，从专业人士的项目中学习他们如何表达这些特征是一个很好的练习。其次，紧跟潮流，了解现在的设计趋势。在这个行业里，好奇心是成功的关键。最后一点，发掘出自己的设计风格，永远保持自己的独特性和原创性。



