

# 写给大家看的 设计书

## 案例篇

[德] 克劳迪娅·科特豪斯 —— 著  
王 勇 —— 译

Logo,  
Visitenkarten,  
Flyer & Co.

- + 一本有效提高平面设计能力的参考书!
- + 海量真实案例，精琢优秀设计
- + 德国设计师倾囊相授，教你做出不俗作品



中国工信出版集团



人民邮电出版社  
POSTS & TELECOM PRESS

**TURING** 设计工坊

# 写给大家看的 设计书

案例篇

[德] 克劳迪娅·科特豪斯——著  
王 勇——译

Logo,  
Visitenkarten,  
Flyer & Co.

人民邮电出版社  
北京

## 图书在版编目 (CIP) 数据

写给大家看的设计书. 案例篇 / (德) 克劳迪娅·科特豪斯著; 王勇译. — 北京: 人民邮电出版社, 2019. 1

(设计工坊)

ISBN 978-7-115-50029-8

I. ①写… II. ①克… ②王… III. ①平面设计  
IV. ①J524

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第269695号

### 版权声明

Logo, Visitenkarten, Flyer & Co. by Claudia Korthaus

Copyright © 2016 by Rheinwerk Verlag GmbH.

Simplified Chinese edition copyright © 2019 by Posts & Telecom Press.

All rights reserved.

本书中文版由 Rheinwerk Verlag GmbH 授权人民邮电出版社独家出版。未经出版者书面许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书内容。

版权所有, 侵权必究。

## 内 容 提 要

本书分别对 Logo、明信片和宣传手册的设计进行了详细介绍, 并通过案例讲解的方式, 将优秀的设计集中呈现出来。

本书尤其适合商业设计师阅读, 是一本实用的设计案例指导书。

- 
- ◆ 著 [德] 克劳迪娅·科特豪斯
  - 译 王 勇
  - 责任编辑 傅志红
  - 责任印制 周昇亮
  
  - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
  - 邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
  - 网址 <http://www.ptpress.com.cn>
  - 北京瑞禾彩色印刷有限公司印刷
  
  - ◆ 开本: 880×1230 1/24
  - 印张: 13
  - 字数: 435千字 2019年1月第1版
  - 印数: 1-3 500册 2019年1月北京第1次印刷
  
  - 著作权合同登记号 图字: 01-2017-5044号
- 

定价: 89.00元

读者服务热线: (010)51095186转600 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147 号

# 亲爱的读者朋友们：

想要为工作、培训或者个人发展制作传单或者宣传册吗？想要用精美的海报为社团或者剧场演出做广告宣传吗？或者想要自己更加成功地开创事业吗？需要专业的商业设计（包括Logo制作）吗？这本书将会满足你的愿望，阅读该书会让你快速且准确地达到目的。为了能制作出可靠的宣传单或者是令人称道的Logo，这本书不是从理论上深入探讨优良设计的背景知识，而是从实用角度展示给读者真正所需的知识。

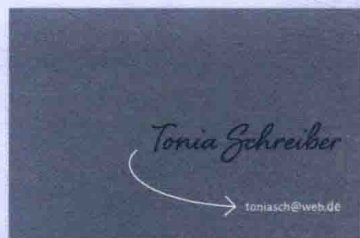
或许你还在修改即将交付的设计作品，比如修改Logo上不是很满意的着色，本书作者克劳迪娅·科特豪斯将指导你继续完成设计。本书以其全面的设计方案引导读者走上制作精美印刷品的道路，比如如何一步一步为小型公司构思Logo。本书亮点是应用了大量成功与失败的案例，借助这些案例可以直观看到：为什么有的字体合适，有的却不合适；为什么蓝色行之有效，红色却适得其反；为何把Logo往中心区域稍微放置一些会更好（因为黄金分割比例是一个秘诀，作者将给你揭晓答案）。

本书内容引人入胜，相信会让你在设计制作中受益匪浅。如果你对我们有意见和建议，欢迎通过电邮来函告知！

鲁特·拉尔斯（Ruth Lahres）  
Rheinwerk出版社设计部审稿人

# 目录

<b>Logo</b> .....	<b>1</b>
精美Logo的特点 .....	2
Logo 入门 .....	10
圆形与长方形 .....	15
<b>设计案例 1 圆形Logo</b> .....	<b>22</b>
为劳务派遣公司制作的圆形Logo	
<b>设计案例 2 长方形Logo</b> .....	<b>26</b>
为一家环保企业设计的Logo	
菱形, 三角形, 线形图, 任意形状 .....	28
<b>设计案例 3 任意形状Logo</b> .....	<b>34</b>
体育俱乐部的源动力	
Logo的比例 .....	38
<b>设计案例 4 通过黄金分割设计的Logo</b> ....	<b>44</b>
农业设计的比例	
Logo设计的颜色 .....	47
<b>设计案例 5 一款Logo的颜色</b> .....	<b>56</b>
美容商标的自然色彩	
Logo与字体 .....	59
<b>设计案例 6 字母Logo</b> .....	<b>76</b>
为珠宝商设计璀璨耀眼的Logo	
<b>设计案例 7 Logo设计笔法</b> .....	<b>80</b>
电子浏览器的图文标识	
<b>设计案例 8 剪切图案Logo</b> .....	<b>84</b>
手提包的个性Logo	
<b>设计案例 9 手写字体Logo</b> .....	<b>88</b>
有机食品松饼的Logo	





<b>商业宣传用具</b> .....	<b>91</b>		
名片与信纸 .....	92	信纸结构 .....	120
规格问题 .....	94	<b>设计案例 13</b> 信纸设计的细节之处 .....	126
名片的布局 .....	96	诊所的亲切感与时尚感	
<b>设计案例 10</b> 完善一张名片 .....	108	<b>设计案例 14</b> 多页信纸 .....	130
点评一位画工的名片		冷饮店的欢乐色彩	
<b>设计案例 11</b> 名片上的照片 .....	112	名片印刷 .....	134
私人教练的视线		信纸打印 .....	141
<b>设计案例 12</b> 重新编辑名片 .....	116		
鲜花店的木槿花Logo			
<b>传单与宣传册</b> .....	<b>145</b>		
多页设计 .....	146	传单与宣传册的配图 .....	188
布局 .....	153	颜色设计 .....	194
<b>设计案例 15</b> 传单的版心 .....	170	<b>设计案例 18</b> 色彩与留白区域 .....	202
营养师的细节设计		彩色图画与文字	
字体选择 .....	174	传单折叠的种类 .....	206
<b>设计案例 16</b> 横版宣传册 .....	180	<b>设计案例 19</b> 非对称折页传单 .....	214
设计师的大面积留白设计		为护理中心设计传单的图片	
<b>设计案例 17</b> 带文本的传单 .....	186	材质选择与印刷 .....	218
足球俱乐部传单的文本布局			
<b>明信片</b> .....	<b>225</b>		
用途与效果 .....	226	音乐会预告	
版面设计 .....	230	格式与标准 .....	242
<b>设计案例 20</b> 带有图片的明信片 .....	238	纸张与印刷 .....	245
用于大学宣传的细节图片		<b>设计案例 22</b> 回寄明信片 .....	246
<b>设计案例 21</b> 带有老照片效果与轴线的		书写培训班明信片的书法效果	
明信片 .....	240		

<b>宣传海报</b> .....	<b>251</b>
海报宣传及效果 .....	252
结构与构造 .....	254
图片与文字 .....	259
设计案例 23 海报宣传活动 .....	266
消防员与体态	
设计案例 24 如何优化布局海报文本 .....	270
修改体操表演大会的海报	
<b>附加说明</b> .....	<b>289</b>
用纸规格与效果 .....	290
色彩技术 .....	294
海报设计中的颜色 .....	272
设计案例 25 肖像与颜色 .....	282
为文化周设计的彩色海报	
规格与印刷 .....	284
准备打印数据 .....	300
<b>图片来源</b> .....	<b>304</b>



**Logo**



# 精美Logo的特点

## 六点评价标准

我们每个人都有评价事物的直觉，并且大多数时候都不会出错。但是要想更为深入了解Logo的优劣并想单独进行设计或者评论，需要的就不仅仅是直觉了。



## 精美Logo的重要评价标准

我们首先来看一系列简单的问题，这些问题可以让你评价一款Logo，而细节要点我们会在本节后续内容中进一步阐述。

1. 能否让人记住，简单明了？
2. 是否信息明确，主旨鲜明，易于理解？
3. 是否独一无二，不会被混淆，辨识度高？
4. 是否引人瞩目？
5. 是否经典永恒？
6. 能被复制刻画吗？即使尺寸再小或者色彩不鲜明也能被运用并被识别吗？

### ^ 沙滩痕迹

至少在一般情况下，越简单的Logo越好。

要想评价一款Logo，我们首先要观察它，紧接着回答以上一系列问题。在设计Logo时最重要的原则就是设计简约，即抓住本质，魏德曼描写的“能用脚趾在沙滩上画出Logo”无疑是重要评判标准中的一大要素。如果一款Logo设计简约，那么一般情况下，会自然具有被复制加工的特性，易于理解且经典永恒。就这方面来说，魏德曼在其描述中也做出了很好的总结。

请根据以上标准评价

Logo。

## 成功案例

我们先来观察一些熟悉的Logo。设计出的Logo对于以上问题的回答得到的肯定越多，那么该Logo就越能达到标准；也就是说，这个Logo设计得更加成功。为了增加我们自己的设计灵感，让我们先来看几款精美的和不是很精美的Logo设计案例。

如果有人能用脚趾在沙滩上画出Logo，那它就是一款好Logo。

——库尔特·魏德曼

### 麦当劳与耐克

我们先来看一下麦当劳。作为快餐业的龙头和领军品牌，麦当劳想要给孩子们提供便捷的健康食品。但是这里必须承认：麦当劳的Logo独一无二、简单明了、不易混淆、易于复制刻画。该Logo经典永恒且主题鲜明。这个所谓的“金色M”如果按照以上6个标准评价，回答无疑都是肯定的。

耐克的Logo是对简约设计的进一步完美诠释。该Logo虽然多年来几经修改，但从该企业建立之日起，这个所谓的“对勾形状”几乎就从未改变过。即使不是运动员也能辨识出希腊胜利女王尼姬（Nike）的翅膀。最后还有LG的Logo，一副坏笑的样子总能给人带来喜感，并且辨识度很高。

#### 麦当劳和耐克

两个设计十分成功的Logo都符合以上6个标准。

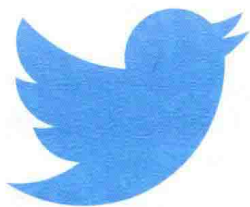


引人注目、易于理解、独一无二、简单明了、经典永恒、易于复制刻画。



#### LG集团

韩国企业LG集团也为其Logo设计聘用了优秀的设计师。设计师将企业的名称和广告语“Life's Good”的首写字母（L和G）巧妙地在Logo中设计成“鼻子”和“脸庞”的形状，给人一种简约的美感。



### ▲ 飞鸟Larry

推特的飞鸟图标几经修改。



### ▲ 字母与图画结合的图标

该商标里圆润的字母“t”已经在2012年被取消了。

## 推特

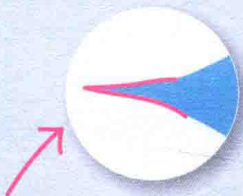
下一个要说的是推特耐人寻味的Logo，它值得给出高分。这个博客平台早在2006年就非常活跃了。“推文”一词源于英语“tweet”，其含义是指鸟儿叽叽喳喳地鸣叫。估计该Logo也因此而脍炙人口吧。简约而又平坦的蓝色飞鸟设计毫无疑问符合图标的特点，但是它却经历了一个几经修改的过程。

**推特图标** | 该图标自2012年修改之后，就只有飞鸟了。据推特公司所说，目前已经确定此飞鸟为品牌商标，商标取消了圆润的字母“t”，从一个由字母和图画组成的商标演变成了一个纯粹的图画商标。“推特就是飞鸟，飞鸟就是推特”。推特也因此晋升为一家无须文字和名称而仅凭品牌形象就能被识别的公司，比如耐克和苹果也是这样的公司。

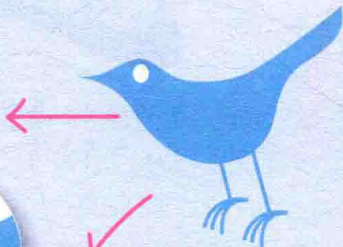
**飞鸟图标的发展** | 发展过程并非一帆风顺，也有着一段历史。有时候没有公司名称，或只有一个小小的字母“t”。名叫“Larry”的这只飞鸟，开始的时候身形明显苗条，有点儿像一只向左边张望的受惊的小鸟。有这样一种说法：视线朝向左边不吉利，而朝向右边则大吉大利。这种说法并不完全正确，但大部分时候是这样子的。

### 第一版设计。

Larry望向左边，回顾过去。



鸟的喙部像一支尖尖的、指向左边的箭头。



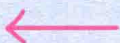
这只鸟外表看上去向前倾斜。脚部有明显的弯曲弧度。

### 阅读方向与视线。

一般的书写方向都是从左向右，因此把从左向右的视线视为向前。



向右=向前，面向未来。



向左=向后，回顾过去。



有这样一个不容置疑的事实，即拉丁文书写的顺序是从左到右，这与阿拉伯语或希伯来语这类的闪米特语不同。因此我们能觉察出一支向右的箭（鸟的喙部）射向前方，而一支指向左边的箭头会让我们联想到倒退。

因此，由于飞鸟喙部像一支指向左边的尖尖的箭头，可以认为这个“Larry”是种拙劣的设计，显得笨手笨脚，不招人喜欢。这个“Larry”好像有些悲观。而接下来的“Larry”设计都是朝向右边。

“Larry”再次“挺肚而出”！第二次设计的“Larry”很明显在其他地方也做出了变化：长出了肚子，去掉了令人感觉有些笨拙的双脚，整体显得有点儿圆润，略显矮壮，已经很像如今在用的飞鸟。肚下的阴影不具有时代气息，翅膀还是有些过于纤细。

卡通版的“Larry”！在接下来的设计中，“Larry”就如同卡通世界中欢快的小鸟。该版“Larry”有了水汪汪的眼睛和非人体工学的喙部。与建筑风格一样，每场变革运动都会引起一场反变革运动，就如同人们在经历了繁杂的巴洛克和洛可可风格之后，就开始怀念经典主义简约明亮的线条风格。“Larry”在接下来的设计中发生了彻底的变化。

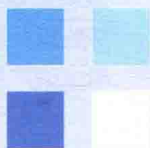
### 第二版设计：望向未来。

接下来的设计让飞鸟朝向右边，望向未来。



没有腿脚

阴影不具时代气息。



### 第三版设计：卡通版的“Larry”。

拥有大眼睛的Logo神似一个卡通人物，散发孩童气息。

翅膀和羽毛上夸张的细节处理。

圆圆的大眼睛凸显了卡通形象及孩童般可爱的外表。



过度弯曲的喙部。



蓝色代表信任与信赖。

“Larry”长大了！夸张的卡通风格沦为了平庸的设计。新的“Larry”修改了线条，简化了飞鸟的喙部，飞鸟的身体也略微朝下转动，好像其超重的身体要失去平衡。飞鸟喙部指向水平方向，证明了这一转动。

最终版“Larry”！当前来自2012年设计的Logo，去掉了鸟冠上能让人想起卡通形象的羽毛，动画风格的大鸟头也缩小了，肚子也伸直了，飞鸟整体向上调整。“Larry”现在是一只成熟的、欢乐鸣叫的飞鸟，不再是一只叽叽喳喳胡闹的小鸟了。为了能让设计成功的飞鸟图标跃然纸上，使用蓝色完成了最后一步设计，蓝色代表着可靠，客观中透露出诚实。此外在商业设计中，蓝色还代表着先进的科技。

## 拙劣案例

不是每一款Logo的设计都是成功的。我们总能在身边轻易看到一些自创Logo，而这些Logo黑榜有名。有趣的是：一些知名企业为其Logo设计聘请了专业的设计师，花费了大量的时间与资金，但推出的设计却相当拙劣。

### 第四版设计：剪影版。

去掉了飞鸟的眼部和腹部，缩小了Logo的轮廓。只有弯曲的喙部和羽毛还显得有些夸张。

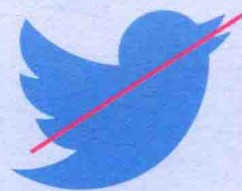


经计算，飞鸟完全处于水平线上，这让它显得有些失衡。

视觉倾斜。

### 第五版设计：现在的Logo。

最终设计展现了飞鸟鲜明的轮廓，洋溢着积极向上的活力。



飞鸟喙部上扬，展示出翱翔的姿态，这会让人联想到热情向上、乐观开朗的性格特征。

飞鸟夸张弯曲的喙部和鸟冠部位的羽毛都消失了。

## 雅虎

2013年秋季，雅虎开展了一次营销行动。公司在30天内每天在自己的主页上推出一款全新的Logo，据说是由网络用户来决定公司将来使用哪一款Logo。但是否真的是由网络用户匿名做出的决定，这一点还有待商榷。

第30天，雅虎推出了最后一款Logo。不得不说的是，这款Logo让人感觉变了味道。之前其他版本的设计至少还算有个性，可以完善一下，而新的字体风格就不那么尽如人意，缺少创见性，毫无风格可言。此外还有一些字体线条过于纤细，就像减肥减错了地方。源自20世纪80年代的字体阴影、紧凑的字母排列以及不规则的字母间距，这些多余的做法让人对这些字体感到十分厌倦。

### [Logo相应的视频]

若想浏览视频，请查看网址：<http://yahoo.tumblr.com/post/60332693287/introducing-our-newlogo>。

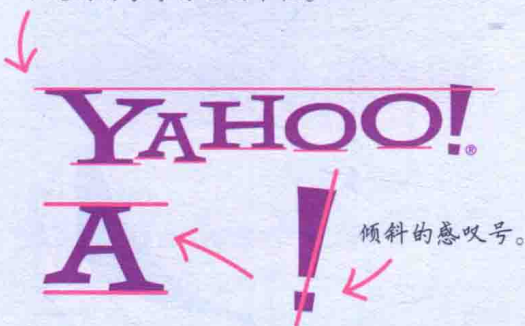


YAHOO!

#### 使用到2013年的Logo

这款旧Logo散发着欢乐与活力，比较有个性且容易被记住。但现在看来这款Logo对于该公司来说太过轻浮，既不够大气也不够严肃庄重。

不规则的字母标识出个性。

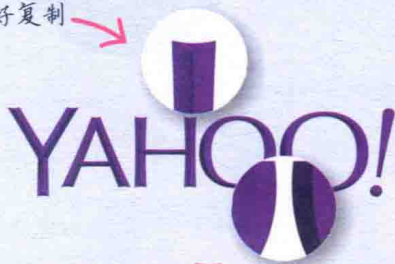



YAHOO!

#### 失败的修改

新款Logo显得过时又枯燥，毫无个性可言。

阴影线条不好复制刻画。



原来的Logo字母间距太近。



改良之后的版本。

## 百事可乐

最新的百事可乐Logo也被人诟病，这并非没有理由。百事的Logo虽然几乎完全符合以上我们衡量一款Logo好坏的标准，但是它并不出众，因为设计师应该更加注重设计的整体效果和吸引力。

之前Logo中的白色条带宽度均匀，而新设计的Logo条带宽窄不均且有点夸张，在我看来，这让人丧失了对百事所蕴含的活力和青年精神的向往。百事可乐以含糖量高而著称，新设计的Logo让人联想到一幅扣不上衣服扣子的画面，不仅仅是我一个人这么想过。还有全新的字体“p”和“e”的拱形弧度让人觉得过于宽大。就我个人品味而言，百事的这次重新设计没有给自己带来任何好处。

PEPSI®

该字体线条粗犷，  
稍有倾斜。



以前的Logo。

在这款Logo中白色条带  
占据主流。

全新Logo。

图文以拱形弧度为主。



pepsi

字母“p”的圆弧  
非常宽大。



将军肚与蓝色的  
拱形标识。





## 圣费尔南多体育俱乐部

菱形与三角形深受体育俱乐部喜爱，可是难道就只能用这些来设计吗？那好，我们想想哪些地方有问题。该俱乐部Logo的大小空间分布不协调。皇冠上部好似后来加上的，Logo整体极不协调。倒置的三角菱形底部尖角让整个Logo显得摇摇欲坠，给人感觉既不稳定又不具有胜利者的品质。

## 随心所欲的联想

有时候一些无意之举就可以让人不自觉地产生联想，接下来给大家看一些成为笑谈的实例。这里选择了几款目前还在使用的Logo，或以前用过的Logo，人们不禁要自问：谁该对这样的Logo设计负责？大家可以看看右下边。

我们的设计师有时候需要在完善设计的时候停下来，把自己的设计拿给别人看一下。



体育俱乐部

三角形代表活力，这让人联想到体育。



任意的花纹格调色。

该款Logo内部风格多变，顶部皇冠设计扁平，内部的锚则位于蓝白交错之间，散发着金属光感。

### 评价Logo

用我们的标准来看看吧！这家体育俱乐部的Logo是否引人瞩目，便于理解？不是。独一无二？也许吧。能否让人记住，也就是够简约吗？绝对不能！经典永恒吗？哦，不是。易于复制刻画吗？这样的轮廓和不同粗细的线条显然不容易复制刻画啊！



▲ 祝好胃口  
一家中国餐厅。



# Logo 入门

## 搜集灵感并绘制草图

首先要清楚，为什么要设计Logo，然后搜集灵感去设计，在此需要不同的创新技巧。

### 需要区分哪些Logo类型？



▲ 文字商标，单个字词。



▲ 图形商标，符号、图表或图片。

一款Logo由很多不同的构成要素组成，因此需要分清三种不同的Logo类型：文字商标、图形商标和符号商标。每家企业都想用一款Logo来提升企业形象，都想通过商标保护法规来维护自己的Logo权益，因此，这种区分非常重要。

**文字商标** | 首先看一些文字商标，也叫作文字符号，这些图标符号由一个或者几个字构成，大多数都是公司的名称。文字图标一般选用与公司匹配的文字，同时也要注重该公司已有的企业字体。例如微软公司（Microsoft）、汉莎航空公司（Lufthansa）、胡戈·波士（Hugo Boss）。

**图形商标** | 图形商标或者图形符号可以说是一种既抽象又形象的符号、图表或者图片，完全没有公司名称的痕迹和文字。

为了发挥图形商标的作用，该商标需要有好的引导性；也就是说，一看到该商标就会联系到相关公司。图形商标的范例有耐克、梅赛德斯奔驰以及德意志银行的Logo。