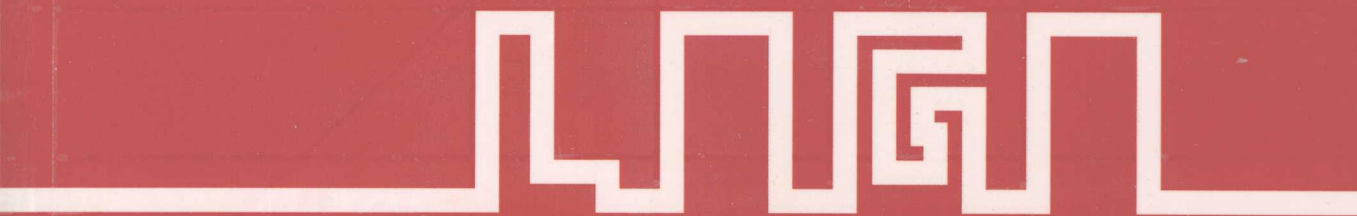


现代标志设计

XIANDAI BIAOZHI SHEJI

兰新成 陈宏伟 编著



河北美术出版社

现代标志设计

XIANDAI BIAOZHISHI SHEJI

兰新成 陈宏伟 编著

河北美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

现代标志设计 / 兰新成, 陈宏伟编著. —石家庄: 河北美术出版社, 2007.9

ISBN 978-7-5310-2910-6

I. 现... II. ①兰... ②陈... III. 标志—设计 IV. J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2007) 第132800号

责任编辑: 张 星

编 委: 甄忠义

张建敏

张子言

现代标志设计 兰新成 陈宏伟 编著

出版发行: 河北美术出版社

地 址: 石家庄市和平西路新文里8号 邮编: 050071

制版印刷: 保定市彩虹艺雅印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 7.5

版 次: 2007年9月第1版

印 次: 2007年9月第1次印刷

定 价: 52.00元

前 言

青年教师兰新成、陈宏伟都毕业于西北师范大学艺术设计系，这所大学是具有上百年历史的师范院校，著名画家吕斯百、常书鸿、黄胄、刘文清等都曾在该校任教。他们二位在学校里受到了良好的高等艺术设计教育，基础扎实、品学兼优。

大学毕业后，他们在东方美术学院任教已有三年之多，主讲平面设计课程，有一定的教学经验。在总结教学内容的基础上，经过一年多的准备，编写了这本教材，供同学们使用，可喜可贺。

这本书的立意新颖，内容系统全面，既有标志的定义、特征、分类、功能、作用又有中外标志的历史和发展。该书包括现代标志设计的准则和基本要求、现代标志设计的基本工作流程；现代标志设计的基本方法和特殊方法；现代标志中的形象再设计；现代标志中的色彩设计等内容。

这本教材的显著特点是结构严谨、论述简洁、条理分明、图文并茂。该书对标志设计中的许多基本理论、基本知识、基本方法进行了全面、系统、深入、简洁、扼要的论述。既有学术性和很强的实用性，又有前瞻性和继承性。做到了继承性和开拓性的统一；全面性和深入性的统一；理论性和实用性的统一；本体性和社会性的统一。

该书不仅可以作为高等院校艺术专业的教材，还可以供广大青年学生和美术设计人员提高修养、自学之用。

李维世

写于2007年7月15日

李维世

著名理论家、画家

河北师范大学资深教授、硕士研究生导师

中国美术家协会会员

河北省美协学术委员会副主任

河北省美术理论研究会会长

目 录

第一章 概述	1
第一节 标志的定义	4
第二节 标志的特征	5
一、识别性	5
二、时代性	5
三、象征性	6
四、严谨性	7
五、独创性	7
六、文化性	8
七、审美性	8
八、简洁性	9
九、节约性	9
第三节 标志的分类	10
一、按经济因素分	10
二、按应用类别分	14
第四节 标志的功能与作用	15
一、标志的功能	15
二、标志的作用	16
第五节 中外标志设计的历史与发展	18
一、中国标志设计的历史与发展	18
二、外国标志设计的历史与发展	19

第二章 现代标志设计的准则与基本要求	21
第一节 现代标志设计的准则	21
一、构思慎重 深化主题	21
二、艺术表现形式及手法贴切	24
三、简练概括 独具一格	24
第二节 现代标志设计的基本要求	25
一、易理解	25
二、简洁易记	26
三、适用性强	27
四、延展性强	28
第三节 现代标志设计的相关法律规定	30
第四节 现代标志设计中应避免出现的问题	33

第三章 现代标志设计的基本工作流程	36
一、与客户交流阶段	36
二、市场调查阶段	37
三、草图阶段	37
四、深入修改阶段	38
五、制作完稿阶段	39

第四章 现代标志设计的方法	40
第一节 现代标志设计的基本方法	40
一、重复	41
二、对比	43
三、渐变	46
四、发射	49
五、正负形	51
六、简化	53
七、重叠	55
八、突破	57
九、光效应	58
十、立体	60
第二节 现代标志设计的特殊方法	62
一、分解构成法	62
二、对水果、蔬菜进行分解	66
第三节 现代标志设计与本土文化的结合	68

第五章 现代标志中的形象再设计	74
第一节 抽象形再设计构成现代标志	74
一、几何形再设计构成现代标志	74
二、有机形再设计构成现代标志	78
三、偶然形再设计构成现代标志	79
第二节 具象形再设计构成现代标志	80
一、人为形再设计构成现代标志	81
二、自然形再设计构成现代标志	82
第三节 中英文文字形象再设计构成现代标志	83
一、中文字形象再设计构成现代标志	83
二、英文字形象再设计构成现代标志	87
第四节 特种符号形象再设计构成现代标志	89
一、标点符号形象再设计构成现代标志	90
二、数字形象再设计构成现代标志	90
三、理化符号形象再设计构成现代标志	92
四、其他行业专用符号形象再设计构成现代标志	92

第六章 现代标志色彩的设计	94
第一节 现代标志色彩与主体的关系	94
第二节 现代标志色彩的表现形式	95
第三节 现代标志色彩的表现方法	96

第七章 著名标志赏析	99
后记	114

概 述

标志，在当今社会中，除了在《现代汉语词典》中的解释为表明事物特征的记号这种最直观的、最表面的含义外，人们已赋予了它更多的理解。例如：标志性人物、标志性建筑、某人标志性的笑容、标志性事件等等。显然，它已经跳出了“符号”这种最传统特性的范围，标志一词不再是艺术世界里的专属名词，它已变成人们生活当中最不可或缺的因素。标志设计不仅在平面设计中占有重要地位，更因其涉及图形、消费心理、艺术史、色彩、构成学等多种专业学科而变得丰富。可以说一件标志设计作品的诞生，是建立在多层知识和生活阅历的积累之上的。可见标志设计是对综合学识和审美的集中体现，不仅需要设计知识及技能的积累，更需要对其他学科及社会各个层面进行了解。



中华人民共和国国徽浮雕效果

鉴于标志设计在现代社会生活中的重要地位，我们呼吁标志设计的爱好者们为人们生活及社会奉献出更好的标志设计作品来。一件优秀的标志设计作品，不论对企业、个人都会产生深远的影响。它是与我们的生活密不可分的，可以说，大到一个国家，小到个人，在举行某项活动之前，首先考虑的应是为其树立良好的形象而设计标志。用标志代表宣传形象，使人们对其加深印象，产生好感。

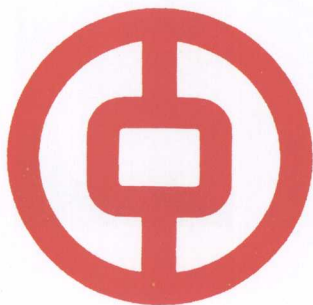


中华人民共和国国徽



联合国标志

中华人民共和国国徽象征着，中国人民自五四运动以来的新民主主义革命斗争和工人阶级领导的以工农联盟为基础的人民民主专政的新中国诞生。四颗小五角星环绕一个大五角星，象征着中国共产党领导下的全国人民的大团结，齿轮和麦稻穗象征着工人阶级领导下的工农联盟，天安门则体现了中国人民的革命传统和民族精神，同时也是我们伟大祖国首都北京的象征。国徽在颜色上用正红色和金色互为衬托对比，体现了中华民族特有的吉祥喜庆的民族色彩和传统，既庄严又富丽。



中国银行

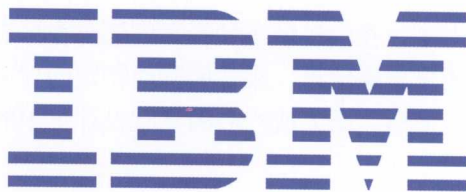
采用了中国古钱币与“中”字为基本形，古钱币图形是圆形的框线设计，中间方孔，上下加垂直线，成为“中”字形状，寓意天圆地方，经济为本，给人的感觉是简洁、稳重、易识别、寓意深刻，颇具中国风格。



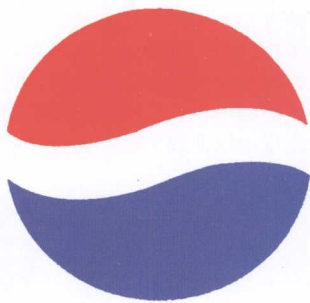
太极图

太极图是以黑白两个鱼形纹组成的圆形图案，俗称阴阳鱼。太极是中国古代的哲学术语，意为派生万物的本源。太极图形象化地表达了阴阳轮转、相反相成是万物生成变化根源的哲理。太极图形展现了一种互相转化、相对统一的形式美，以后又发展成中华民族图案所特有的“美”的结构。

作为高科技电脑公司，该标志象征着“科技、前卫、智慧”，整体标志采用等线形式，以公司名称缩写的形式推出，极具个性。粗细等量和长短不同的线排列组合构成的图形，会给人们以不同的心理感受。



IBM公司



百事可乐

百事可乐标志中的蓝色象征着浩瀚的穹宇，它蕴藏着无限奥秘，给人以无际的遐想。蓝色代表了青春活力积极人生的个性，尤为重要，它是一种令人感到精神振奋的颜色。蓝色的诱惑是难以抵挡的。百事可乐正挥舞着巨大的画笔，将湛蓝的色彩涂抹在每一个角落。在标志设计中，以雄健的“PEPSI”字体为视觉中心、以抽象的几何形为载体，映衬出品牌文字并形成一整体。1996年，公司又对标志进行了更独特的改进，抛弃已往百事可乐的红、蓝、白三色，改用清一色的百事蓝，作为公司的新形象。掀起一股“蓝色风暴”并以红色为辅助色，形成继往开来的风格标志，红蓝对比强烈，曲线形成律动感，具有柔美、轻快、自命不凡的气质。

第一节 标志的定义

标志是一种大众传播符号，它以各种精练的形象表达一定的含义，传达明确而特定的信息。

在现代社会中，标志把要传达的内容转换成图形语言，用形和色表达思想，代表某种事物的性质及本质特征。标志的重要性在于图形符号化的信息传播。人们可以通过标志对某一事物产生印象、认同、记忆。这样有助于建立消费者和产品之间的关联，方便个人的信息传递、企业观念的推广以及国际交流等。它超越了语言，起到进行沟通交流的桥梁作用。

完整意义上的标志概念，不仅包含了标记和标识，而且标志本身也具有象征意义，事实上目前标志也没有一个绝对的标准答案。本书中，我们集结多种释义的优点为标志设计给出一个定义：标志是用来传播信息，表达明确而特定的含义，象征一个机构、组织、企业部门、个人或产品的具有设计意识的图形符号。



《读者》



五个一工程

用蜜蜂来比喻文摘性的《读者》刊物。蜜蜂这一小昆虫，除了生理特征外还引申出它的一种精神：蜜蜂采花酿蜜，引来百花盛开，给人们提供物质食粮。《读者》摘集文艺精品，促进人类精神文明，它给人们提供的是精神食粮。蜜蜂和杂志风马牛不相及，但是作为粮食（物质的、精神的）确是有着内在的哲理性的联系，在形象的设计上，选择从顶部观察的、最具特征的完整形象，并应用了简洁的平面化造型手法。在表现中以曲线为主，使设计的蜜蜂形象显得十分可爱。



包豪斯学院标志



中国石油

标志色彩为红色和黄色，体现石油和天然气的行业特点。标志整体呈圆形，寓意中国石油国际化的发展战略。十等分的花瓣图形，象征中国石油主营业务的集合。红色基底突显方形一角，不仅表现中国石油的雄厚基础，而且孕育着中国石油无限的凝聚力和创造力。外观呈花朵状体现了中国石油创造能源与和谐环境的社会责任。标志中心太阳东升，光芒四射，象征中国石油蓬勃发展，前程似锦。

第二节 标志的特征

一、识别性



识别性是标志的基本特性，标志是一种有特定指待意义的符号，标志是为社会公众传播某种信息、精神。识别性主要表现为新颖的形式和强烈的视觉效果，使人一目了然，打动人心，并能透过标志认识、记忆、了解企业所传达的精神。所以在进行标志设计时，应注意因文化、地域、受众群体而引起的识别障碍，设计者也应注意到国际化与民族性之间的关系。既要体现国际化，也要关注民族性，真正设计出可以推动交流与沟通的标志。

二、时代性

标志不可与时代脱节，使人有陈旧落后的印象。现代社会的标志，当然要具有现代感，富有历史传统的企业，也要注入时代品位，继往开来，引导潮流。



原作稿



修正稿



凤凰相机标志

凤凰相机标志以半抽象的造型手法，将快门与凤凰两个意象融合为一体，生动优美的形象，表现了企业名称和经营内容。同时也传递着现代民族企业精神。

三、象征性

象征性是标志设计的本质特征,它主要通过具体形象暗示另一事物或某种较为普遍的意义,利用象征物与被象征的内容在特定条件下的类似和联系,使后者得到强烈的表现。总的来说它是一种具有象征性的大众传播符号,它以精练的形象表达一定的含义,并借助人们的符号识别、联想等思维能力,传达特定的信息。标志是以某种物象的形态为基本意念,以象征符号的形式来表现。



奔驰公司标志演变过程

奔驰标志

1886年戈特利布·戴姆勒和卡尔·奔驰同时发明了汽车。当时戴姆勒的公司标志是一颗三叉星,1916年在它四周加上了一个圆圈,在圆的上方有四个小星星,下面是戴姆勒公司的汽车名字“梅赛德斯”。卡尔·奔驰公司的商标最初是月桂枝包围的“奔驰(Benz)”字样。1926年两家最古老的公司合并,自然也将商标合在一起,中间是三叉星,上面是“梅赛德斯”,下面是“奔驰”,两家之间用月桂枝连接。奔驰汽车的标志是简化了的形似汽车方向盘的一个环形圈围着一颗三叉星。三叉星表示在陆、海、空领域全方位的机动性,环形图显示其营销全球的发展势头。



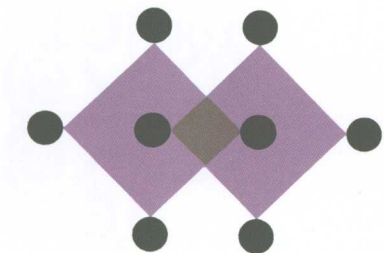
青年志愿者

标志的整体构图为心的造型,又是英文“志愿者(Volunteer)”的第一个字母“V”(红色部分)。图案中央是手的造型也是鸽子的造型,同时是英文“青年”的第一个字母“Y”(白色部分)。标志寓意为青年志愿者向社会上所有需要帮助的人们奉献出一片爱心,伸出友爱之手,表达“爱心献社会,真情暖人心”的主题。

人们习惯于将某一标志与其象征和代表事物的信用、声誉、性质、规模等信息内容联系起来。因此,标志是凝聚了公众的信赖,承载着社会团体期望的符号,只有当标志的含义与团体的共同理念相一致时,标志才能成为社会团体的象征符号。

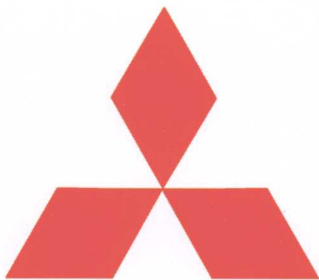
四、严谨性

标志设计区别于一般的图案设计和其他设计。他所传达给人的不仅仅是符号、图形等简单信息。它包含传播主体的性质、地位、形象等内涵。此外它涉及的领域和所需的知识结构十分广泛。它与经营、销售、宣传、使用、产品的外观造型以及工艺材料等密切相关，所以我们必须从全局把握，以科学、严谨的态度全面地研究。才能使我们的标志与时代相结合。此外在标志的绘制、输出上也应该有明确的规范，制作易读、易判断的数据标准是十分必要的。



靳与刘设计顾问公司商标

以方胜这一传统图形作为其基本框架，设计者敏锐的视觉感受力及其对传统图形内涵气韵的深刻感悟，使他没有对原形如实照搬，而是经过了形的提取，衍生和再造，充分表达了“同心双合，彼此相通”的内涵，体现了公司以人为本的理念。



三菱公司标志

1917年，三菱汽车注册了三瓣菱形图案的车标，这个图案也蕴涵着一段家族历史。1870年，出身望族的岩崎弥太郎创建了九十九商社，1873年改称为三菱商会。在三菱商会里有岩崎弥太郎的三个挚友，其名字都有“川”字，商会使用了“三菱”文字商标。三个菱形标志最初作为九十九商会的船旗帜，它是19世纪70年代日本著名的远洋轮船公司，许多三菱公司都是日后从该公司发展起来的，三菱汽车也不例外。商标中三个菱形代表三颗钻石，这三颗钻石蕴含了三菱公司的三项原则，即对社会的共同责任、诚实公平、通过贸易增进国际理解。

五、独创性

独创性是标志设计的基本要求，在视觉上要形成与众不同的视觉感受，应避免与各种各样已经注册并使用的现有标志在名称和形式上相雷同。只有具有独创形式、内涵与众不同的标志才能吸引更多观众，给人留下深刻印象。为产品、企业的宣传起到巨大的作用。

六、文化性

文化性蕴涵着企业巨大的无形资产并创造着巨大的财富。标志,承载着传播信息的重要角色,非常重要的一点是对某种文化气息的宣传与传播。标志与企业文化相结合,将企业文化精髓融入标志中,企业以此作为市场竞争的有利武器之一。



中国国际航空公司

凤凰是美丽吉祥的神鸟,以此作为航徽,是希望这神圣的生灵及其有关它的美丽的传说给天下带来安宁、幸运和欢乐,带给朋友们吉祥和幸福。



马德里艺术家联合会

马德里艺术家联合会标志运用厚重的笔触充分而强烈地表现出西班牙艺术的自由与奔放,同时也体现出艺术的不可复制性。



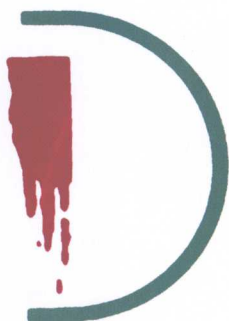
瑞士服装店

七、审美性

审美性是标志提高魅力的重要因素,是标志设计中不可或缺的重要特性。具有审美标准的标志作品,可以使人对标志产生注目、入目、进而美心的功效。同时审美性也是标志设计中产生独特性与差异性的利器。其审美性主要表现在:易识别的简洁美:以单纯、简洁、鲜明为特征,令人一目了然;简练、准确而又生动有趣,具有及时达意的传达功效。图形的造型美:从设计构思到组织形式,要善于运用构成法则的运动变化,发挥单纯的和谐美。利用结构的简化,形象的净化和精简的艺术处理,以产生一种特有的标志造型美。

八、简洁性

标志是对主题内容的高度符号化概括，所以标志必须以简洁、鲜明、准确的形象在最短时间内将信息传达给受众，并且使人能够产生深刻印象并最终达到记忆的目的。



日本美术馆

九、节约性

节约性是现代标志设计、制作、印刷过程中的重要因素。标志的应用成本对标志的设计有着很大的影响，标志在制作与应用时需要一定的投入。例如：在印刷过程中单色或色彩较少的标志需要的成本就远低于多色，甚至是专色、特殊工艺印刷的标志，而且在时间上的浪费也要多于色彩较少的标志，甚至会给企业带来经济效益方面的影响（印刷数量越多、成本差异越明显）。此外标志的结构形式也会影响标志的应用成本，复杂的结构往往会形成复杂的造型，复杂的造型往往会带来应用成本的增加。从标志应用成本来看，标志设计宜简不宜繁，宜分不宜合。在经济高速发展，信息网络化的时代，我们在进行标志设计时必须替客户考虑，并节约时间、金钱、能源。只有这样才能体现标志对企业发展的辅助及推动作用。

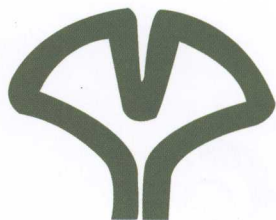


Lucent Technologies
Bell labs Innovations

朗讯科技公司



大荣百货（日本）



东京清扫车（日本）

整个标志采用银杏叶图形，表达了树叶可以清洁空气，而清洁车可以清洁城市的环保理念。

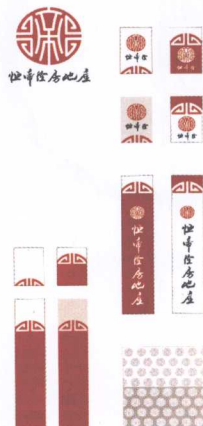
第三节 标志的分类

标志的适用范围十分广泛,各行各业,社会生活的许多方面都受到标志的影响。因此为了更好的理解标志设计及其应用,对标志进行深入研究,我们首先必须对标志进行分类。

一、按经济因素分

1. 营利性的标志——商标

商标:指工商业采用的标记,指公司、企业、厂商、产品或服务等使用的具有商业行为的特殊标志。随着商品经济的发展,商标已成为企业产品、企业形象、信誉的象征。商标主要有诸如:区别同质型企业、便于宣传企业、产品及注册、商品标准化、象征企业的精神与面貌等作用。商标的商业性是第一位的,其背后所蕴藏的本质是利润。商标一经注册便与企业、产品紧密相连并接受社会的考验。



标志应用



索尼公司



戴尔公司



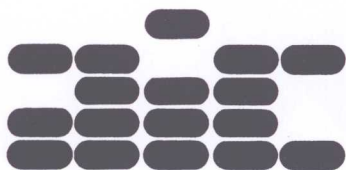
Erica Wilson 针织品工艺商店标志用首字母“E、W”构成针织工艺品转角花边,以体现该商店的特征。

针织品工艺商店



中国移动

线条纵横交错，首尾相连，其中包含了“CHINA MOBILE”的缩写“C”和“M”两个字母，寓意中国移动通信四通八达，无处不在。两条线条犹如握在一起的两只手，象征着中国移动通信通过自己的服务，拉近了人与人之间的距离；线条组成的图案适合在圆形（地球）之中，取其意为“全球通”。



联合企业商标

用一个算盘的基本形在长方形的重复网格中分别排列成“AIC”三个字母（本机构缩写），整个设计就好像算盘中排出的数目，也象征企业“精打细算”的投资方针。



恒帝隆房地產

标志设计灵感来源于中国古代书法中“帝”字的书写外形。图形以流畅的曲线，组成极具动感的中国传统的回龙纹，以富有张力的扁椭圆形做为底纹，体现了公司发展的强劲生命力。标志图形既体现了中国的书法艺术，又包含了古代的吉祥图案。线条流畅回转，四通八达，把设计元素中的点线面巧妙的结合在一起，形成阴阳互补，生生不息的动感，寓意公司将发展成为充满活力，具有鲜明中国文化特征的现代化企业。