

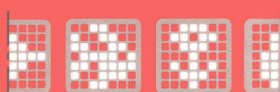
21 世纪超级标志设计³

「顶级设计师们设计的 2000 件国际标志」



上海人民美术出版社

[美] 凯瑟琳·费舍尔
比尔·加德纳 著



王 靓 译

21世纪超级标志设计³

顶级设计师们设计的 2000 件国际标志

上海人民美术出版社

[美] 凯瑟琳·费舍尔 比尔·加德纳 著

王靓 译

图书在版编目 (CIP) 数据

21 世纪超级标志设计. 3 / (美) 加德纳 (Gardner, B.),
(美) 费舍尔 (Fishel, C.) 著; 王靓译 —上海: 上海人民美术
出版社; 2007

书名原文: Logo Lounge 3

ISBN 978-7-5322-5366-1

I. 21… II. ①加… ②费… ③王… III. 标志—设计—作
品集—世界—现代 IV. J534.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 148733 号

21 世纪超级标志设计 3

原版书名: logolounge3

原作者名: Catharine Fishel / Bill Gardner

原版书号: 13-978-1-59253-238-4

©美国 ROCKPORT 出版公司

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form without written permission of the copyright owners. All images in this book have been reproduced with the knowledge and prior consent of the artists concerned and no responsibility is accepted by producer, publisher, or printer for any infringement of copyright or otherwise, arising from the contents of this publication. Every effort has been made to ensure that credits accurately comply with information supplied.

本书经美国 ROCKPORT 出版公司授权, 由上海人民美术出版社独家出版。版权所有, 侵权必究。

合同登记号: 图字: 09-2007-593 号

21 世纪超级标志设计 3

著 者: [美] 凯瑟琳·费舍尔 比尔·加德纳

译 者: 王 靓

责任编辑: 钱欣明 周燕琼

技术编辑: 陆尧春

出版发行: 上海人民美术出版社

(上海长乐路 672 弄 33 号)

经 销: 全国新华书店

印 刷: 利丰雅高印刷 (深圳) 有限公司

开 本: 639 × 965 1/8 11 印张

版 次: 2007 年 12 月第 1 版

印 次: 2007 年 12 月第 1 次

印 数: 0001-4000

书 号: ISBN 978-7-5322-5366-1

定 价: 84.00 元

目 录

简介 6

作品遴选委员 8

个案

Desgrippes Gobé 设计公司 14

北京创始国际企划有限公司 20

利平科特·默克 CI 公司 26

“未来品牌”咨询公司 32

Wolff Olins 品牌咨询公司 38

Turner Duckworth 公司 44

沃纳设计工作室 50

Carbone Smolan 公司 56

迈克尔·奥斯伯恩设计公司 62

Mk12 公司 81

迈尔斯·纽莱恩设计公司 87

汤姆·奈纳斯公司 96

Brandia 顾问公司 106

海利·约翰逊设计公司 113

Crescent Lodge 设计公司 126

Open 设计公司 131

凯图-培奈尔合伙人公司 138

Ramp Creative 设计公司 145

“斑马标志”设计公司 153

“帽子戏法”设计顾问公司 165

Joe Bosack GD 图案设计公司 174

主题分类

大写字母 70

印刷字体 82

围边 88

字母组合 92

书写体 97

铭牌 99

运动 103

头部 107

人体 114

神话 127

鸟 132

鱼/虫/爬行动物 135

动物 139

自然 146

形状 154

象征 161

艺术 166

杂项 169

食物 171

建筑 175

运输 179

原版书索引 182

设计公司名称地址录 186

关于作者 192

简介

作品遴选委员



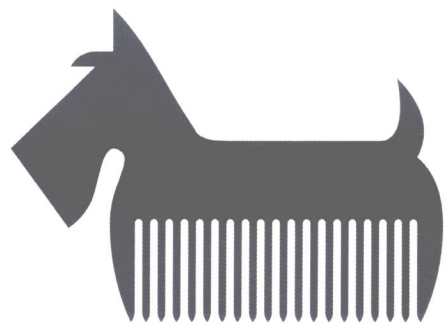
爱曼纽拉·弗里格里奥

“C&G 合伙人”设计公司，纽约，纽约州

点评 DDB Dallas 设计的“小狗之家”标志

“‘小狗之家’宠物美容店图标是我的最爱，它十分简洁。这个标志蕴涵了优秀图标的一切要素：清晰而令人难忘，经得起时间的考验。除了告诉人们这是一家宠物美容店之外，这个标志还暗含着对于动物关爱的无微不至和专业素养。它的形式讨人喜欢，单一黑色的配色方案相当完美。我甚至觉得它拥有一个罕有的功能：让人发自内心地微笑。”

爱曼纽拉·弗里格里奥在意大利时尚与产业设计的中心成长并接受教育，她曾在米兰、东京、纽约等城市工作过。她的客户名单中包括 IBM 公司、现代艺术博物馆、国会图书馆、美国总务管理局、洛克菲勒基金、哈利·N·阿伯莱斯出版社、



克莱恩公司和 McNay 艺术博物馆等。在作为 Chermayeff & Geismar 有限公司负责人的 15 年中，她撰写了一部叫做《设计》的专著，在 352 页的内容里涵盖了公司 45 年间的作品。现在，她同史蒂夫·杰斯布勒、凯斯·赫梅塔格、乔纳森·艾尔格一同领导 C&G 合伙人公司。



科尼·博德瑟尔

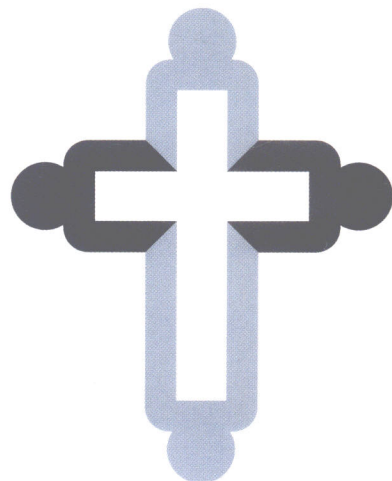
“利平科特·默克”CI 公司，纽约，纽约州

点评“头脑空间”设计的基督教会中心堂的标志

“我之所以选择这个标志是因为它在很多层面吸引了我，首先它在形式上纯粹严谨且十分高雅，而当你仔细观看后会惊喜地发现它由 4 个手拉手的人组成。这个简洁的设计方案在很多层次上引起强烈共鸣：环形图案象征着基督教，众人携手则代表了教堂；朴素的用色表达了不同的意见。它深深植入你的脑海，任何语言都是多余，它让人如此难忘，丰富的内涵超出了一个寻常的标志。当一个设计师不仅从外形的观察中寻找要素来完成作品，并同时运用它们讲述一个有说服力的故事时，这才算得上是一个真正的胜利。这个标志所表达的全人类的意象让我感到积极向上、充满希望和情绪高涨。”

科尼·博德瑟尔是科尼·博德瑟尔公司富有创造力的设计师和出色的合作人。20 年间，她参与了大

量工作，包括全球性的商标设计作品、市场通讯系统、信息设计、发行与执行项目、商标管理工具。她一手推动了亚洲、欧洲、拉丁美洲及美国本土品牌设计的进步，其客户包括三星公司、花旗银行、IBM、美利坚航空以及近期的纽约银行和韩国的 SK group 公司。作为美国平面艺术设计学院（AIGA）委员会的成员之一，博德瑟尔还拥有堪萨斯城市艺术学院美术学士与克兰布鲁克艺术学院美术硕士的头衔。

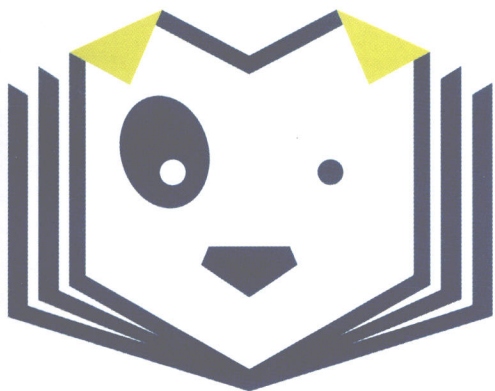


格拉哈姆·培奈尔

凯图-培奈尔合伙人公司, 墨尔本, 澳大利亚

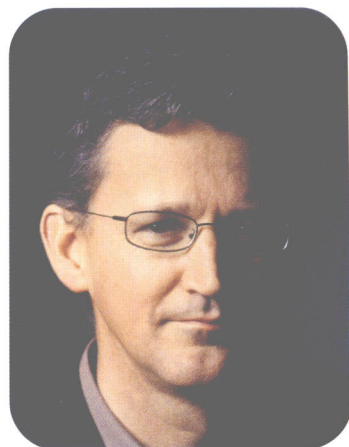
点评 Elephant in the room 设计公司的“Doglogic”标志

“我的选择是 Doglogic 标志, 它使我开怀大笑。设计师显然抓住了问题的核心, 他明白要表达什么以及如何表达, 使这个标志充满个性、智慧和幽默。这是一个很棒的创意, 并且完成得相当出色。”



格拉哈姆·培奈尔是凯图-培奈尔合伙人公司的合作伙伴, 在他富有创意的领导下, 公司获得了澳大利亚内外广泛的客户群。1984年, 培奈尔在英国皇家艺术学院取得博士学位, 之后, 他成为 Minale Tattersfield 公司的高级设计师。而后他又赴新加坡 Batey 广告公司, 担任设计总监。

他的作品遍布于各大国际设计出版物中 (包括英国 D&AD 设计奖、日本 Graphic 出版社和 Design Downunder 设计公司的出版物)。澳大利亚 Energex 有限公司、油菜农场 (Cole Farmland)、卡夫食品、雀巢咖啡、优质生活、皇家导盲犬协会、suncorp Metway 公司都是他曾经的客户, 他的设计为公司赢得了良好的口碑。



迈尔斯·纽莱恩

伦敦, 英国

点评 Kahn 设计公司创作的“凯西·泰勒及中医针灸”标志

“我选择‘凯西·泰勒及中医针灸’这款标志, 因为它深深吸引了我, 让我对另一种医学的好感油然而生。它可作多种解读, 其中最令我感到满意的是



它表达了中医知识的代代相传。手的图案在设计中往往是出了名地难用, 但同时又带来出色的象征。这个标志运用了手的元素, 完成了一个出色的包容形状, 让人感到精巧而有力。”

纽莱恩是一位声名远播的印刷商、思想家和设计师。他曾效力于众多国际顶尖设计事务所, 为一些国际商业巨头设计过商标。他不仅运用自己的天分为客户提供设计, 还致力于拓展合作公司的业务界限。纽莱恩拥有众多设计成果, 如本田和联合利华的标志, 此外他还因帮助客户摆脱 20 世纪交流策略的束缚, 建立高度传播的当今话语模式而声名显赫。Cult 3D 软件的设计师戴维·卡森将他称作“非凡型设计师”, 但纽莱恩本人则认为他只是“为人设计而非市场”。



汤姆斯·万斯奎斯

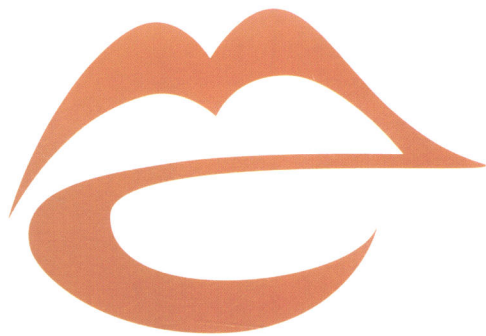
布鲁克林, 纽约



点评 GRAF d' SIGN 创意工作室设计的“化妆品的背后”标志

“太富有吸引力了! ‘化妆品的背后’, 此款标志肥而不腻, 瘦而不枯, 恰到好处。它散发出性感的气息, 又蕴涵了永恒的个人风格; 它的创意新奇, 给人深刻印象, 并且还带有一丝神秘, 还携带了几分幽默。不过最重要的是它的巧妙带给人美感。关键在于, 它只是一个标志。”

自 20 世纪 90 年代在达拉斯和得克萨斯开创他的事业以来, 汤姆斯·万斯奎斯为诸多国际著名品牌带去了自己的创意和声音。他为奥美广告工作过, 在他移师 Cyclops 生产公司后, 为 IBM、美国米勒酿酒公司 (Miller Brewing Co.)、麦斯威尔咖啡提供创意, 在那里他还为 Levi's 做过平面设计和广告, 服务于 Jockey 国际、环球唱片集团, 甚至美国无线电公司 (RCA)、美国广播公司 (ABC)、国家广播公司 (NBC) 也曾受益于他。最值得一提的是, 他领导自己的团队一丝不苟地设计了全球最著名的肖



像: 猫王。

2004 年离开 Cyclops 公司后, 万斯奎斯开始考虑作为一个自由设计师为奥美、BBDO 广告代理公司、智威汤普逊环球有限公司 (J. Walter Thompson)、DDB 公司、Berlin-Cameron 广告公司服务。此外, 他还担任过《纽约时报》周末版的美术总监。最近他应荷兰银行邀请参与了一个为庆祝德国法兰克福国际图书博览会而举办的为期 3 个月的展会, 并就品牌设计作了演讲。他的作品在国内外设计和广告领域的任何书刊杂志中都能一览芳踪。

罗伯特·马扎

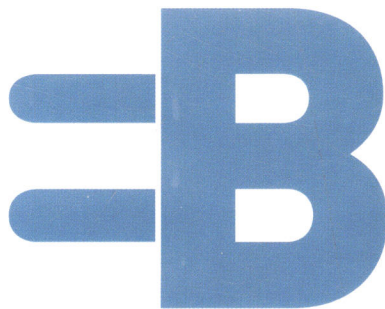
美国朗涛设计顾问公司, 纽约, 纽约州



点评由 Diseñoy 营销公司设计的“巴西电力”标志

“简洁明晰、明暗协调, 经得起时间的考验, 它拥有一个成功标志的所有要素。插头的图案清晰而恰到好处地体现了公司形象。再仔细一看, 我惊喜地发现了隐藏在内的字母 E。我相当欣赏它的直率, 舍弃了繁琐的装饰。”

作为美国朗涛设计顾问公司的创意总监, 马扎带来了与客户间长达 17 年的合作经验, 除了与他的团队紧密合作外, 他还亲自参与公司内部各项规章的制订, 诸如为公司命名, 制订公司策略, 以及研发新市场等。自 1997 年加入公司以来, 他参与了多项设计工作, 其中有摩根斯坦利、通用、百事公司、Tenaris 集团、计算机联合软件公司、纽约股票交易所、先锋集团、联想集团、克里弗兰临床医学基金会 (Cleveland Clinic)、美国 Verizon 电信公司、尼尔森传媒调查。最近他又与百事美施贵宝、花旗集团和 IBM 公司建立了合作项目。马扎还是 Klamath 传播



公司的创意总监, 这是一个为朗涛设计顾问公司选择客户提供全方位信息的机构。

在加入朗涛设计顾问公司之前, 马扎在 Chermayeff & Geismar 设计公司工作了 4 年, 在那里, 他同诸如索尼娱乐、Telemundo 电视台、美孚公司、西蒙-舒斯特出版集团等有良好的合作关系。他曾在西班牙马德里工作学习过一段时间, 此间, 与南美和欧洲的客户建立的合作为他提供了广阔的国际化视野。另外值得一提的是, 马扎拥有罗德岛设计学院 (Rhode Island School of Design) 平面设计学科美术学士学位, 并且他将自己大量业余时间奉献给了公益组织。

基特·保尔

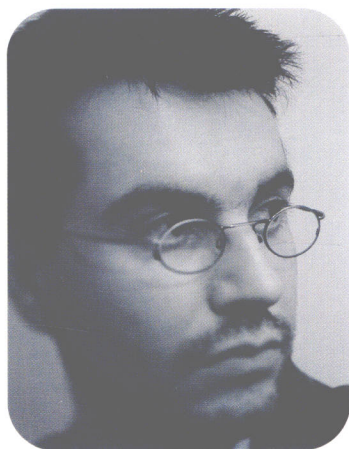
Brandient 创意广告设计公司，布加勒斯特，罗马尼亚

点评由 Polemic 设计公司为拉尔斐-阿佩尔巴姆公司提供的“加拿大博物馆支持人权——温尼泊湖 (Winnipeg)”标志

“这个设计深得我心。设计师通过对内容的精准领悟使标志的设计富有穿透力，睿智地将‘权利’这一概念深深植入这个商标，彰显了它的主题：始终将人权放在首位的坚定信念。此外，我从没见过如此有力地重现了维克多·帕帕奈克设计理念的作品，

他坚信设计应当有意识地为合法体制服务，这也是我所推崇的，而现在，这个作品如此完美地对此做出诠释，视角出人意料。”

身为基督教徒的基特是Brandient创意广告设计公司的创始合伙人和创意总监、罗马尼亚品牌策略顾问。他与合伙人担任此项工作之前已是硕果累累，作为美术总监与创意总监，他与诸多著名广告公司共事，如Graffiti/BBDO广告公司、Tempo和达美高广告(D'Arcy DMB&B)等，赢得了国际国内良好声誉。他也曾作为一个自由设计师在罗马尼亚和新加坡工作，如今，保尔正致力于企业识别系统(CI)和公众广告设计的工作。



HUMAN RIGHTS CANADIAN MUSEUM FOR



莎隆·沃纳

沃纳设计工作室，明尼阿波利斯，明尼苏达州

点评由 ó 设计公司制作的 Mj ó lka 标志

“时髦、简洁、令人记忆深刻又很可爱，这就足够了。”

1991年，沃纳在明尼阿波利斯建立了沃纳设计工作室，这个工作室致力于将视觉符号与声音融为一体，使设计作品不仅拥有商业价值，更为它们注入文化内涵。这个团队曾与Target综合商品零售公司、莫霍克纸张加工公司、Chronicle出版社、“梅尔太太”洁具公司、Blu Dot设计公司、Manufacturing公司、Nick at Nite有线电视、VH1网络公司、Levi's、明尼苏达公共电台和酷悦·轩尼诗酒业公司等共事。

沃纳的工作室名扬国际，2002年被提名为Target公司年度卖主。其作品被评为世界百佳海报并成为国会图书馆、欧内斯特·沃纳及沃尔拉·沃纳娱乐公司、海报博物馆、维多利亚阿伯特图书馆、装饰艺术博物馆和库伯-休伊特博物馆的永久藏品。



个 案

设计公司：Desgrippes Gob é 设计公司

客户：美国在线

项目：重新设计企业标志

2003年，随着大量用户淘汰拨号上网方式后转向宽带链接方式，美国在线与它的消费者逐渐疏离，它不止一次被认为是无用的“网络辅助器”。

“事实上美国在线是率先建议采用高速链接的机构之一，但是消费者们对此一无所知。” Desgrippes Gob é 设计公司的领导人兼创意主管马克·格博这样说道，“它需要给人一个全新的印象。”格博的设计公司承担了为这个网络巨头设计新标志的工作。

展现美国在线担负了至关重要的社会义务。

早年，是美国在线一直致力于打消人们对于网络这一新生事物的恐惧，甚至可以说是它使人们开始乐于使用电脑。它如同耐心的小学教师般给用户以友好亲和的印象。后来公司开始涉足宽带和无线网络领域并提供一些高科技服务，然而它必须同MSN和Yahoo这样的新对手抗衡。

不过，美国在线手中有一张别家没有的王牌，那就是和用户之间的深厚感情。

“从历史角度看，美国在线像一个令人感到勇气倍增的朋友，它使很多人轻松上网。不过我们现在得使它变得更像一个智者、一个值得信赖的伙伴。它毫无疑问提供新颖时髦的产品，但它也为保护家庭安全做出了贡献，展现美国在线担负了至关重要的社会义务。”格博说。

Desgrippes Gob é 设计公司与美国在线品牌策略小组联手，将企业新形象定位在为消费者而斗争。这一举措如今落实为“想要一个更加优质的网络环境吗？”的口号。

一方面要夺回老大地位，一方面仍要稳固与用户的友谊，这看起来似乎是个狡猾的命题，但却关乎用户的忠诚。格博认为，新的定位应当展示，公司总是千方百计为用户着想，时刻照料他们，关心他们的上网感受。

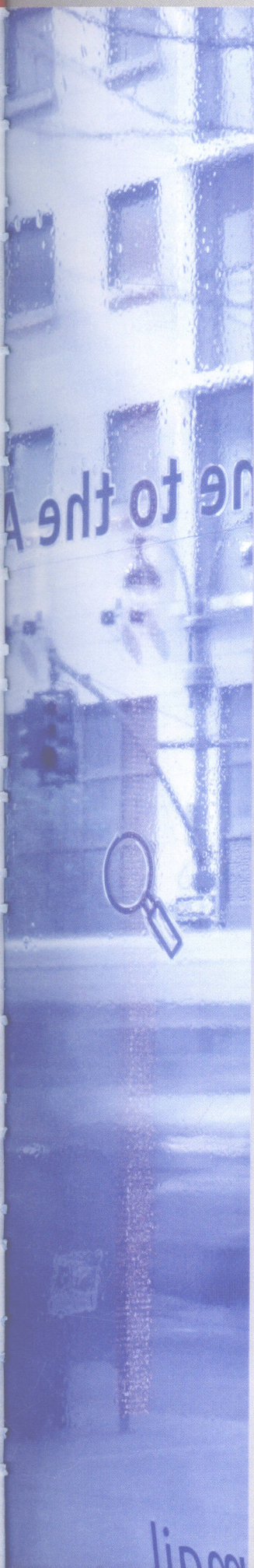


(图左上) Desgrippes Gob é 设计公司赋予新标志一个有趣的新倾斜，这微小的改变使这个商标看起来像一支箭，给用户指明了未来的方向。

(图右上) 美国在线的标志对每个人来说都是那么熟悉，事实上，它甚至已经和整个网络背景融为一体，让人难以察觉。



(图下) 当顾客进入美国在线的时候会发现它的新3D图标富有创造性地被应用在CD包上，形状十分特别，同样零售展示也采用了这个3D图标(右)。



把三角形变成箭头使这个标志从记号蜕变为讯息。

Desgrippes Gob é 设计公司还在纽约市为美国在线设计了一间体验商店，把这个品牌转化为真实的感官体验。该店设有一个音乐间和一个电子休闲吧，人们可以收发电子邮件，并把在店内拍摄的照片与网络另一端的人们分享。其中的一些照片被嵌入人的面孔，马克·格博认为，网络就好像一个共同体，通过与别人分享你的样子，你就成了这个巨大共同体的一部分。

