



CHINESE LOGO DESIGN

主编：吕中元 彭年生

顾问：陈汉民 王国伦



A1007251

创

湖北美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国标志创意·综合专辑.2

/ 吕中元等主编: 湖北美术出版社画册编辑室编.

— 武汉: 湖北美术出版社 2002.3

I. 中...

II. ①吕... ②湖...

III. 标志—设计—中国—图集

IV. J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2001)第09323C号

中国标志创意·综合专辑2

主编: 吕中元 彭年生

策划: 李中扬 桂美武

顾问: 陈汉民 王国伦

协助: 台湾视觉形象设计协会

责任编辑: 桂美武

封面设计: 刘欣欣

整体设计、制作: 太阳创意(武汉)有限公司

出版发行: 湖北美术出版社

地址: 武汉市武昌黄鹤路75号

印制: 深圳华新彩印有限公司

开本: 889mmx1194mm 1/32

印张: 2

版次: 2002年3月第1版

印次: 2002年3月第1次印刷

ISBN 7-5394-1236-4/J·1108

定价: 54.00元(共三册) 18.00元/册

目 录

- 4 引言
- 6 陈清文 ●清泉医院 ●慈爱综合医院
- 8 陈绍华 ●筷乐一族中式快餐店
- 9 陈益宗 ●古路铺
- 10 陈志 ●全国电子专卖店
- 11 仇新钧 ●优乐厨品
- 12 韩家英 ●南风集团(Nafine) ●雪花啤酒(Snow)
- 14 黑马 邱婉华 ●国药公
- 15 黑马 梁飞鸣 ●绿茵翠庭
- 16 黑马 廖婉华 ●复活岛果汁
- 17 黑马 ●反斗星糖果玩品
- 18 黄名玄 ●深圳市时尚风文化教育发展有限公司
- 20 孔森 ●高得首饰
- 21 黎江 ●南海玫瑰园 ●上糖集团
- 24 黎志明 ●99 广州国际广告展 ●白云高尔夫花园
- 26 李文一 ●北京纺织控股有限责任公司
- 27 林欣德 ●台南县流浪动物保护之家
- 28 刘成福 ●广东三水三川假日山庄
- 29 刘向东 ●通达阀门
- 30 马东 ●武汉同兴办公自动化设备公司
- 31 欧阳超英 ●汉字商标 ●武汉市金山贸易发展有限公司
- 34 曲冬霞 韩骥 ●东骏公司
- 36 沈嘉荣 ●青岛高级专家协会
- 38 唐伟恒 ●青年发展基金会 ●新浪网
- 42 涂以仁 ●美群国小 ●元沐交通
- 44 王炼 ●飞达音响
- 45 许开强 ●武汉康乐生物制药有限公司
- 46 吴海立 ●广西首届农民电影节 ●广东大沥摩托车市场数码港
- 50 杨景超 ●欧得钟表企业 ●台中市雕塑学会
- 52 余秉楠 ●北京金花都食品有限公司 ●珠海市华友房地产有限公司
- 祺福珠宝有限公司
- 55 袁伟艺 ●上海灵蛙科贸
- 56 岳晓泉 ●百年国药老字号 “精一堂” ●皖能股份有限公司
- 58 张磊 ●天鸿集团 ●宁红集团公司 ●北斗星图片社
- 61 作者名录

CHINESE LOGO DESIGN

主编：吕中元 彭年生

顾问：陈汉民 王国伦

图书在版编目(CIP)数据

中国标志创意·综合专辑.2

/ 吕中元等主编: 湖北美术出版社画册编辑室编.

- 武汉: 湖北美术出版社 2002.3

I. 中...

II. ①吕... ②湖...

III. 标志 - 设计 - 中国 - 图集

IV. J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 093230 号

中国标志创意·综合专辑 2

主编: 吕中元 彭年生

策划: 李中扬 桂美武

顾问: 陈汉民 王国伦

协助: 台湾视觉形象设计协会

责任编辑: 桂美武

封面设计: 刘欣欣

整体设计、制作: 太阳创意(武汉)有限公司

出版发行: 湖北美术出版社

地址: 武汉市武昌黄鹤路 75 号

印制: 深圳华新彩印有限公司

开本: 889mmx1194mm 1/32

印张: 2

版次: 2002 年 3 月第 1 版

印次: 2002 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 7-5394-1236-4/J·1108

定价: 54.00 元(共三册) 18.00 元/册

目 录

- 4 引言
- 6 陈清文 ●清泉医院 ●慈爱综合医院
- 8 陈绍华 ●缤乐一族中式快餐店
- 9 陈益宗 ●古路铺
- 10 陈志 ●全国电子专卖店
- 11 仇新钧 ●优乐厨品
- 12 韩家英 ●南风集团(Nafine) ●雪花啤酒(Snow)
- 14 黑马 邱婉华 ●国药公
- 15 黑马 梁飞鸣 ●绿茵翠庭
- 16 黑马 廖婉华 ●复活岛果汁
- 17 黑马 ●反斗星糖果玩品
- 18 黄名玄 ●深圳市时尚风文化教育发展有限公司
- 20 孔森 ●高得首饰
- 21 黎江 ●南海玫瑰园 ●上糖集团
- 24 黎志明 ●99 广州国际广告展 ●白云高尔夫花园
- 26 李文一 ●北京纺织控股有限责任公司
- 27 林欣德 ●台南县流浪动物保护之家
- 28 刘成福 ●广东三水三川假日山庄
- 29 刘向东 ●通达阀门
- 30 马东 ●武汉同兴办公自动化设备公司
- 31 欧阳超英 ●汉字商标 ●武汉市金山贸易发展有限公司
- 34 曲冬霞 韩骥 ●东骥公司
- 36 沈嘉荣 ●青岛高级专家协会
- 38 唐伟恒 ●青年发展基金会 ●新浪网
- 42 涂以仁 ●美群国小 ●元汰交通
- 44 王炼 ●飞达音响
- 45 许开强 ●武汉康乐生物制药有限公司
- 46 吴海立 ●广西首届农民电影节 ●广东大沥摩托车市场数码港
- 50 杨景超 ●欧得钟表企业 ●台中市雕塑学会
- 52 余秉楠 ●北京金花都食品有限公司 ●珠海市华友房地产有限公司
- 祺福珠宝有限公司
- 55 袁伟艺 ●上海灵蛙科贸
- 56 岳晓泉 ●百年国药老字号 “精一堂” ●皖能股份有限责任公司
- 58 张磊 ●天鸿集团 ●宁红集团公司 ●北斗星图片社
- 61 作者名录

引言

中国的文字语言文明在历史上有着灿烂的光辉,而作为视觉语言的图形符号在历史上也与文字语言文明交相辉映,其历史的渊源也可追溯到至少5000年前的陶工印记。人类文明进入20世纪以来,标志设计的运用涉及到社会的各个方面,包括政府机构、学校、学术团体、工商企业以及文体活动等,大到国徽国旗,小到私人标志。

特别是改革开放20年以来,标志设计的成果在改革的春天里更是万紫千红,众多的优秀设计作品层出不穷,设计新秀也如雨后春笋。以商标标志为核心的形象设计逐渐成为企业发展自身品牌的战略,标志设计与经济的互动为设计师提供了广阔的发展空间。标志设计在促进中国的文化和经济的发展中扮演着重要的角色。

新的世纪给标志设计的新意提出了更高的要求。时代要求我们标志设计师创意出符合时代的新作。

创意,是标志设计的生命。

创造是人的本质存在方式,是人的本质的实现,是人生意义之所在。只有在创造中,人才能有自由,人就是这样,为了自己创造了一个有价值的世界。

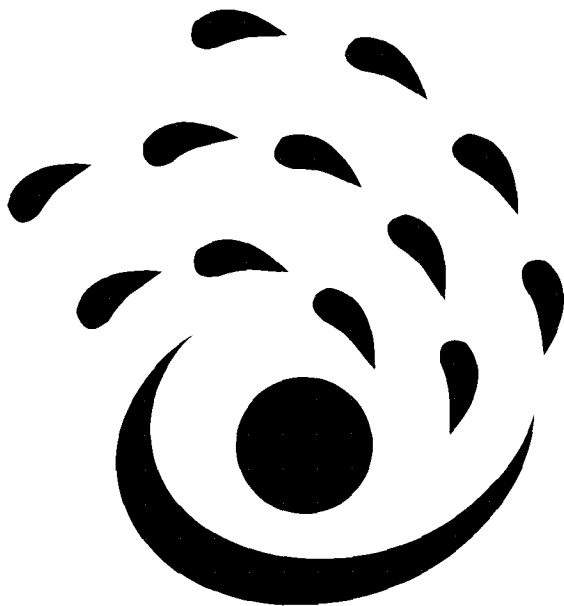
一个有生命力的标志设计,除了是一个特定的讯号、信息、象征符号以外,从创意者的角度来看,他不仅闪烁着独创的智慧火花,而且还必须具备以下三个条件:

一、创意中的审美观点

创造一个有特定功能的符号,它无论是商标,还是文化标志,以及其他的形象符号,都必须具有审美的特征,才有艺术的高度。一个泛泛的符号,只能是一个平平淡淡的自然物,它没有属性,也没有功能。只有通过一番艰苦的创意过程,才能诞生一个具有生命力的标志符号。一个美的生命也一定要遵循美的法则来创意。它的构架,它的点、线、面之间的关系;它的色彩处理,是否符合美的形式法则,这是标志创意的前提。一个标志的创意在视觉形式上必然忠实地反映出作者的文化素质和审美情趣。标志的视觉语言是极为精练的,它的一笔一画都是经过反复推敲的,就像文学中的诗一样,“两句三年得,一吟双泪流”。标志创意的误区和陷阱就是不顾美的形式法则的东拼西凑,把几种内容的元素进行简单的形体相加。

二、创意中的功能内涵

标志设计是一个羁绊艺术,它受本身所要表达内容的限制,实用价值是它独立存在的



清泉医院

陈清文 1998

标志取“日、月”之图腾，构成“人”展臂拥抱
喷洒的泉水的造型。

十二滴水滴，代表着十二天干与地支，周而复始
的运转。

整体结构，代表着“以人为本，崇尚自然”的象
征意义，以温馨、尊贵、热忱的紫红为主色系，
搭配出一股顺应自然的清流及对人性关怀的暖
流，更展现了清泉医院清新、诚挚的服务精神与
使命感。

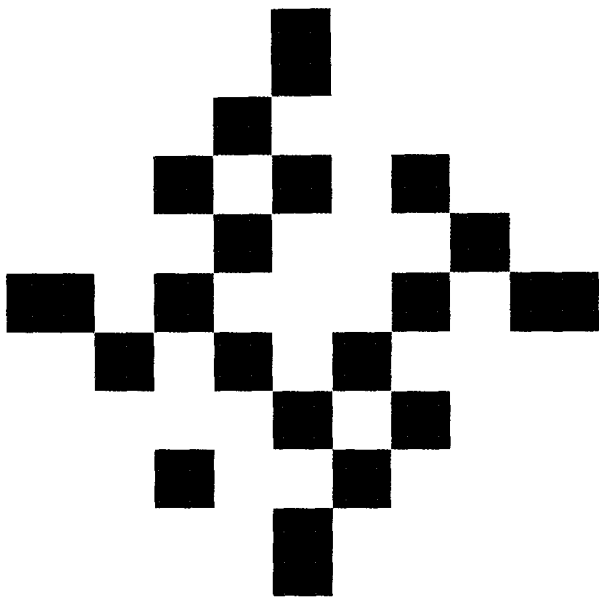
意义所在，它的制约也正是它的创意特色。一个好的标志设计，正是把它实用、功利的制约转换成为新颖、独创的契机，以多重的素养功底，以浓厚的知识积淀，以宽广的思维区域，以深入浅出的智慧，以巧妙的构思顺应制约，天衣无缝地体现标志所要表达的视觉含义，使其成为一个区别于其他符号的独立生命。这是标志设计的一种境界，这种境界还讲究一种可遇不可求的法则。标志设计是一种形象语言，使用形象是为了表达内涵，而这种表达则不能离开人们的一般视觉经验和识别习惯。制约条件和巧妙的构思合二为一，是一种自然天成。美国心理学家 S·阿瑞体曾经指出，创造是由不合逻辑开始，再经逻辑的润饰和整合，最终达到超越逻辑。也就是从不合常理的“意料之外”创造性地去达到人们能够接受的“合乎情理”之中。

三、创意中的工艺制约

一个成功的标志要适用于各种用途。相对来说，放大也可以用，缩小也可以用；平面印刷可以用，立体雕刻也可以用。远看惊心动魄，近来玩味无穷。时代的进步，科技的发展，给标志使用提供了广阔的空间，也给标志的工艺制作提供了良好的技术。许多手工业的标志制作被电脑所代替，许多复杂的视觉排列形体和彩色的光效应也逐步用于标志设计。但是标志有标志的属性，标志有标志的语言，他应该是精练再精练的视觉语言。他必须适应在一般环境里的制作。标志创意时必须考虑到在只要用一笔的时候，不要用两笔；在只要用一套色的时候，不要用两套色；在不要色彩过渡的时候，最好不用。把工艺制作的简单化和把标志工艺制作计入成本核算，这也是一个好的标志创意应该具备的。

此套书所征集的标志作品不仅有新意，而且在这三个方位也观照得比较好，我们在整理他们原始手稿时深深地感到，一个标志的创意，他的价值不仅仅在于登载他创意成功的结果，而展示一个标志创意的心路历程和去剖析一个标志创意从草图到完稿，从他的创意思维轨迹中获得一点借鉴，这个价值也是不可轻估的。

本书编辑的特点，不在于标志创意的终极价值，而是着重介绍一个标志的思维耕耘过程。



慈爱综合医院

陈清文 1998

“慈”，以慈心视众生，令其皆得利乐谓之。宽和慈善，不忤于物，覆载苍生，慈育黎首。“爱”，恩惠于人，怀助人之心，利人之行，亲亲而仁民，仁民而爱物谓之。

院徽形象：取自“医疗联结、广植福田、慈爱四方”的意念，以经营之心而生相，由医疗之心为点、线、面，广结善缘，深耕而绵密而壮硕，泽荫社会群体。

院徽造型创意：以医疗的“+”字形象为设计主题并结合上下左右延伸之轴为体，象征慈爱医院以全国社区医学中心为定位，由内往外形成密织的网状，象征医院与地区周围诊所、地区医院间的联结及资源整合，并本着“慈爱之心在人、事、地、物”的全方位经营与努力，充满旺盛的活力与扩散成长的医疗群体。

色彩意义：慈爱蓝——象征专业、博爱、科学、宽容、恒远之永续。慈爱绿——象征稳健、长青、成长、健康、活力之使命。

筷乐一族中式快餐店

陈绍华

立意取自“善(面)笑脸”之谐意，表达传统服务精神及民族风格。“筷”字即指快餐亦表达中国饮食文化

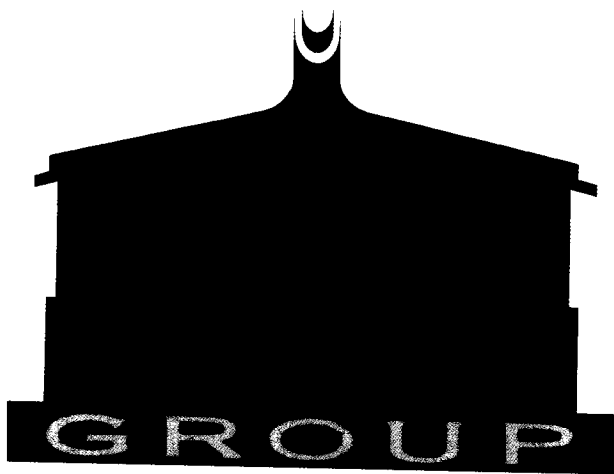
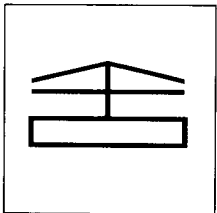
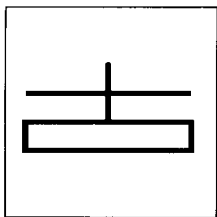


筷乐一族

古路铺

陈益宗 1995

古路铺的命名是将英文“GROUP”取其谐音。古路铺是一个使用多种媒材, 结合多方专业人才, 运用现代科技从事传统造型的研究与设计的工作铺, 标志实体为闽南建筑的侧面, 虚的部分嵌入古舍(老房子), 象征古路铺吸收西方理念, 展现惜古适今的中国风。



全国电子专卖店

陈志 1995

在造型及意义上，统筹王功堂集团各事业的共通性。在构思设计上，运用英文名称 ONKING 与圆形结合的创意。

设计上将英文名称融入圆形中做阴阳字体表现，代表王功堂集团积极、进取、突破现状、富有创新的经营理念，并以观念崭新的品质，契合社会的脉搏。

优乐厨品

仇新钧 1998

EuroTop 品牌命名及以 EUROPE 及 TOP 合成字组合,表现本品牌欧风品味之流行时尚,及高价值精品之定位,获得消费者的肯定,寓意企业在激烈的市场竞争中以现代化、国际观主流价值为导向,不断创新、领导潮流。

“EuroTop”标志设计以文字趣味与微笑的弧线动感造型表现,一方面强调欧化厨品之高贵、精致、典雅的精神内涵及产品造型的美感、功能实用之特色。

在色彩方面,以代表安全、稳重、品味、高格调的墨绿色为标准色,象征优乐厨品系列以提升厨品精致生活为发展动力之外,更积极追求产品的安全性与智慧性。



一汽海南(FHC)

韩家英

一汽海南汽车有限公司标志体现了“未来的高科技”的概念。

标志如一只飞翼穿越宇宙，破空而来，气势非凡，象征企业锐意进取，创造未来的信心与勇气。精致的外型，立体的金属质感给人强烈而现代的视觉感受，表明了企业高瞻远瞩的发展观念和超前的企业意识。



雪花啤酒(Snow)

韩家英

广阔无垠的天地间，一道铺满皑皑白雪的长路由近及远，延伸到天际；又像是一座座连绵的群山，在幽蓝的夜幕下发出光芒。从“SNOW”的字头“S”延展出路与山的形状，笔角豪迈、遒劲，表现出果敢有力的阳刚之气。深蓝色的背景可以无限延伸，在应用设计项目中具备自由发挥的空间，现代感强烈。图形的底部用橙色表现，造成强烈的视觉效果，蓝色深邃内敛，高雅沉稳；橙色时尚现代，朝气蓬勃，体现企业内在的凝聚力与活力。

SN W



国药公

黑马 邱婉华 1998

图案与品名相呼应。古代人物对中药更有说服力。运用现代的表现手法，给人独特鲜明的印象。

