

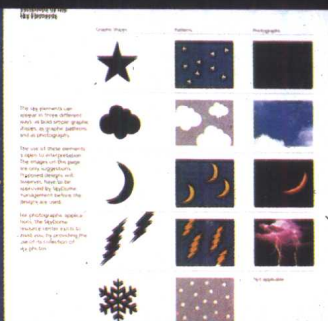
Series of Designing

设计系列丛书 ⑤

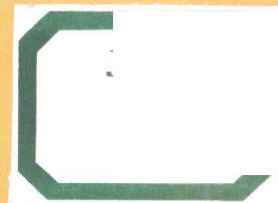
Modern Sign Visual Identity Packing & Advertisement Design



现代标志设计



江苏美术出版社 JIANGSU FINE ARTS PUBLISHING HOUSE



现代标志设计



MODERN SIGN DESIGN



KAA 88/03

责任编辑:孙建军
徐华华

编者介绍:

朱立仁

毕业于无锡轻工业大学工业设计学院
现任金鼠图文设计——设计总监

马万贞

毕业于无锡轻工业大学工业设计学院
现任金鼠图文设计——设计

封面设计:孙建军

版式设计:马万贞

策 划:孙建军

朱立仁

翻 译:蒋 璟

出版:江苏美术出版社
发行

南京中央路165号

邮政编码:210009

经销:江苏省新华书店

印刷:扬州印刷总厂

开本:787×1092mm 1/16

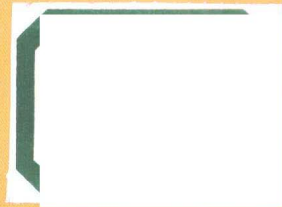
印张:6

印数:1—4840册

版次:1996年10月第1版第1次印刷

ISBN 7-5344-0596-3/J·597

定价:48.00元



现代标志设计



MODERN SIGN DESIGN



KA A 88/03



目录

CONTENTS

前言

PREFACE 5

现代标志设计概要

OUTLINE OF MODERN SIGN DESIGN 7

标志的演变与发展

EVOLUTION AND DEVELOPMENT 9

标志的设计与制作

DESIGN AND MAKE 13

现代标志设计与运用

DESIGN AND UTILIZATION17

○色彩的定位设计○字母外形的定位设计○横、竖排列设计

设计与表现

DESIGN AND EXPRESSION 27

○传统纹样的表现○艺术加工的表现○动物的表现○植物的表现○人物的表现○书法字体的表现○特定排列的表现

设计中的标志设计

SIGN DESIGN IN DESIGN 41

VI中的标志设计

SIGN DESIGN IN VI 65

设计极品

DESIGN CREAM 83

编者介绍

INTRODUCTION OF THE AUTHOR 95

前言

PREFACE

在现代社会中,如何使商品产生差别以吸引消费者选择?重要的就是形象。企业必须有计划地、合理地强化企业的形象力。而企业强化形象力的做法,就是对企业识别的追求。

在现代科技不断的发展变革中,各企业所经营的业务形式、商品样式和活动地区往往也随之变化或扩大,倘若企业一直持守过去的形象或流于散漫的形象宣传,将会使自身陷于不利的竞争态势中。为了避免这种危机,必须清晰的确立新的企业形象,塑造富有竞争力的企业形象。

这个企业形象的确立,关键点在标志设计。

标志设计,除了要求设计师了解标志设计的方式和方法过程,并娴熟地掌握标志设计的技巧外,还要求设计师了解整个的设计原理,懂得各种专业知识及科技文化,使用的色彩、材料、构图的选择、搭配与表现方法,使之在整个宣传中得到充分的表现。

当今的标志设计已成为产品的宣传、塑造企业形象中不可缺少的步骤和组成部分。标志设计作为塑造企业形象(CI设计)的一种装饰设计行之有效的方法,在中国已日渐引起重视。本书系统阐述技法和提供的丰富资料,对有志于设计的人们,特别的企业形象设计的人们将是借鉴的范本;对专业院校的师生和在设计室工作、富有经验的设计师将是一本有价值的参考资料;对专业公司的经理、技师、业务员和业余设计爱好者亦是一本图文并茂的最佳图书。

现代标志设计概要

OUTLINE OF MODERN SIGN DESIGN

14A0888/03

现代标志设计概要

outline of modern sign design

设计是一项创造性思维活动。标志设计则是将创意转化为可视形象的重要手段之一。它是通过设计的法则、法规和原理、绘制表现技巧、工具及材料的特性与使用,把思维中的三维、二维及平面现象,通过设计和现代化科技手段真实地表达出来,将其社会文化、民族文化和现代思想相结合,在设计中进行表现。它的全过程还需要配合各种制作、规范、标准、表现手段来完成。标志设计是一种思维形式,也是设计视觉化和形象化的一种表现手段,而绘制则是动手的过程,是对思维正确与否的判断,使创意得到充分地发展,赋予设计对象以新的生命和活力。

社会思潮的变化,对设计有着很大的影响。设计的更新换代直接影响到企业的生命力和竞争力,现代观念更新周期的缩短带来了时间上的紧迫感,产品的宣传、企业形象策划、各种宣传媒体层出不穷,各种宣传手段日新月异。标志设计在产品设计和企业形象宣

传中贯穿始终,是极为重要的设计,设计的好坏不仅影响到企业的形象。因此,在提供设计方案时,最早接触到的就是标志设计,它是提供直观形象的最佳选择。

标志设计,可归纳为以下几种特性:

① 行业性:通过对形象的塑造、结构、色彩等诸因素的表现,充分体现行业特性,再现设计者对其行业的认识性表达,从而更好地将产品展现于市场。

② 文化性:标志的设计要求设计者了解社会的发展和各媒体的文化作用,反应出众多的文化性,体现出行业的文化特点。

③ 传统性:不同的企业和不同的专业有着不同的历史,特别是在传统工艺上,更具中国的传统文化,更有传统性。

④ 形象性:标志的设计是为了更好的形象建立和宣传,CI中的标志设计是为了更好地宣传形象,更好地建立形象。

标志的演变与发展



EVOLUTION AND DEVELOPMENT

标志的演变与发展

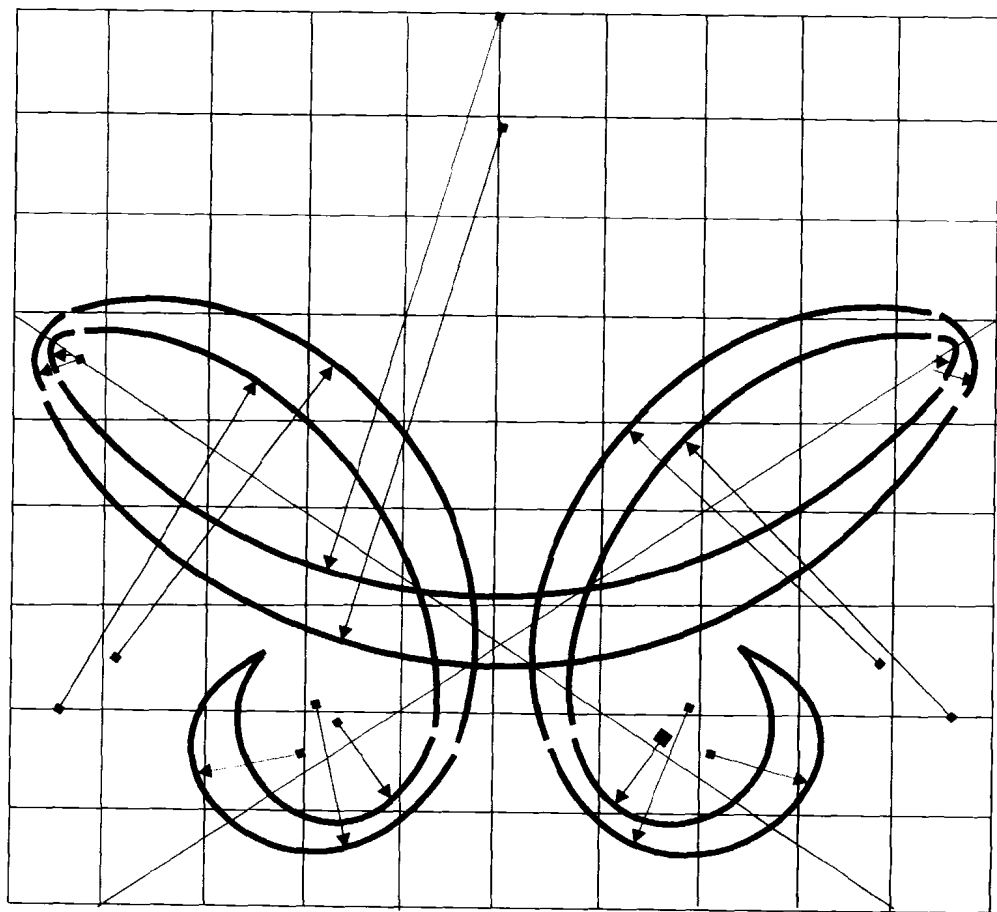
evolution and development

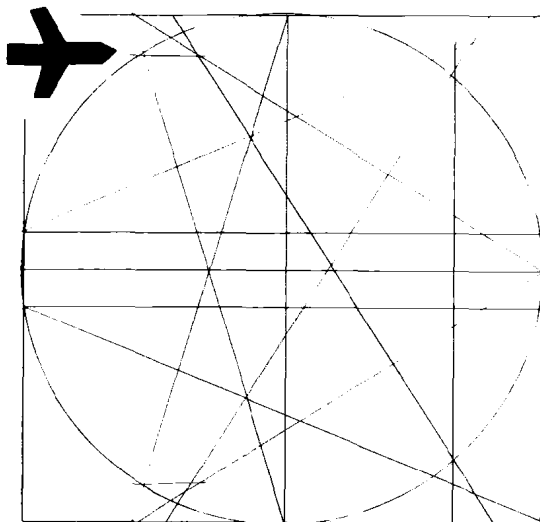
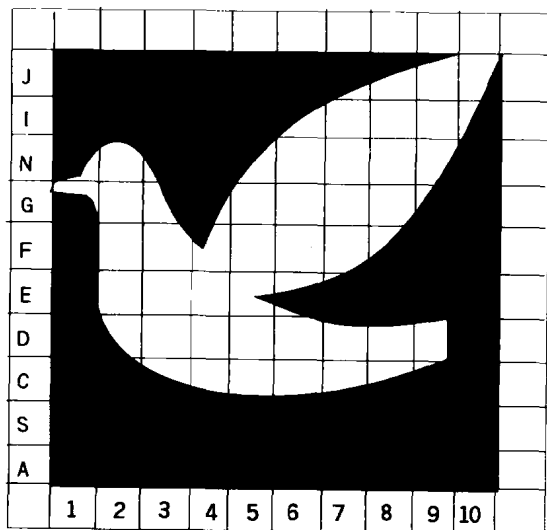
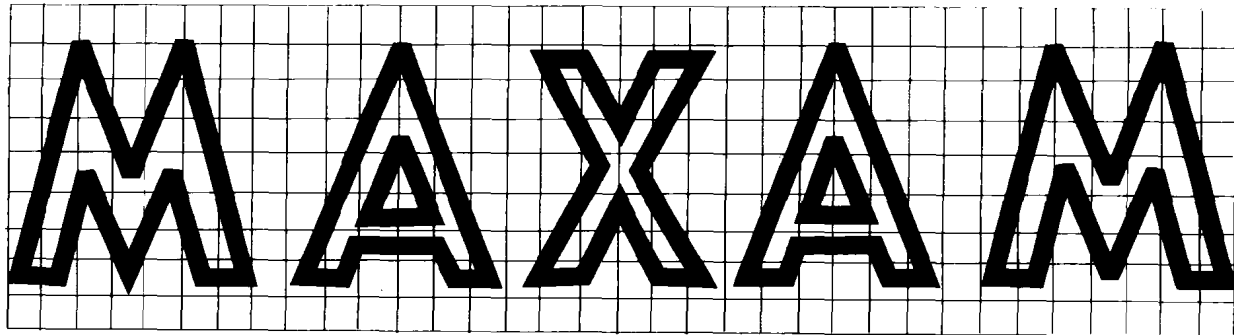
标志设计的历史,最远可追溯到没有文字之前的原始社会。当时人类用结绳、堆土、刻木、刻石乃至纹身等方法来进行识别,它与现今的标志意义是几乎相同的。原始社会的人们为区分部落相互间的差别,形成部落的族群归属感和认同感而建立了象征部落的图腾、旗帜,建立了人类早期的视觉识别系统。

随着社会的发展,出现了军队,其军种、服装设定不同的款式和色彩标志,进行视觉识别。经济的不断发展,民间经济活动中一些象征性的符号开始产生,如字号、招牌、幌

子、当、行等便于民众进行辨识。

第二次世界大战之后,国际经济复苏,新的经营观念开始产生。企业主开始引用标志进行形象宣传。早期运用标志进行形象宣传而成功的是美国的 CBS 公司,尔后是 IBM 企业及西屋家电公司。由于标志的宣传使得大量的企业在经营上获得成功,CI(企业形象)设计作为专门的学科开始面对社会为大量的企业进行策划、设计。在这里我们加以说明,通常所提的 CI 设计、企业形象设计,它是一个完整的系统策划设计工程,它包含有企业管理、市场的促销、企业形象宣传计划;



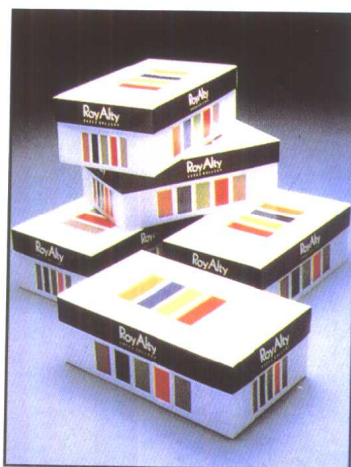
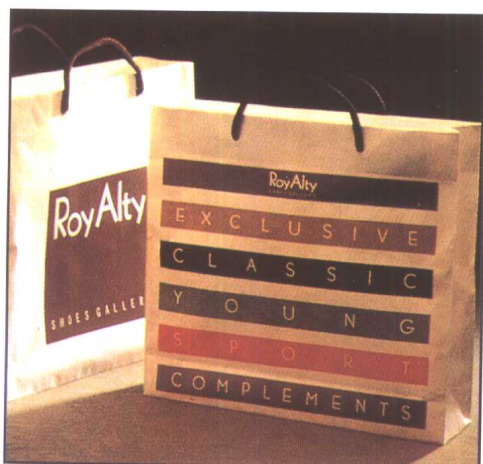


产品宣传计划等；企业的建筑物、商品、服务、员工、广告、信封、信纸、招牌、交通工具、名片、员工的服装等都与企业形象有关的形象设计。而最具体体现形象的是企业标志公司的名称、标准色、标准字、公司说明书、品牌、品牌标准字、印刷字体等要素。在这策划、设计、宣传过程中，标志作为一种形象贯穿始终，形成特定的一种文化，为人们所服务。最具代表性的美国可口可乐公司、日本的索尼公司等公司大量的用标志进行形象宣传，导致在某些方面认识，标志就是形象。

进入八十年代，我国在经济改革过程中，也逐步将 CI 设计体系引用于经营中。通过这么多年的实践和研究使自己得以更好的发展，开始形成自己的设计体系，标志设计一直起着很大的作用，出现了大量的极优秀的设计，如广东的太阳神、健力宝、万宝等优秀设计。标志涉及面广，信息含量大，因此，标志设计的内容丰富纷呈。标志的主要分类为：

① 公共标志——用于公共场所、导购、红绿灯、厕所等；② 企业标志——大部分作为企业形象，用于建筑物、汽车、名片、信封、信纸及宣传品；③ 商标——在国家工商管理局注册认可的；有长期商标、短期商标，用于产品的销售的；④ 产品标志——此标志不同于企业标志，也不同于商标，它是企业在生产发展中不断发展的，是大形象中的小形象，是系列产品中产品与产品的区分和宣传；⑤ 职能标志——此标志主要有国家及政府职能机关，如法院、公安等。它们之间有区别也有联系，必须斟酌对待，认真研究，精心设计，才会有利于设计出好的作品。

近年来我国法律的逐步健全，为市场经济的正常运行提供了保证。标志操作趋于法律化，设计语言趋于完整性和中国的社会主义特性，也更具中国的传统性、文化性、行业性和宣传性。我们坚信进入二十一世纪的中国设计界将有自己独立的设计文化，将会在世界设计界展示其实力。



标志的设计与制作

DESIGN AND MAKE

标志的设计与制作

design and make

社会的演变和经济的发展,企业管理者们越来越注重企业的管理及经营促销中的形象的建立和宣传。它包括企业经营理念(MI)、行为活动规范(BI)与视觉传达(VI)企业识别系统。CIS的建立是关系到企业生存、发展必不可少的手段,CIS计划是把企业潜在的形象、个性、特点卓有成效地传播给大众,是一种信息传达的象征和符号。它有助于企业对外界宣传活动的开展,使公众深刻地了解和认识企业。

标志的建立是CI设计中必不可少的重要组成部分,是贯穿于企业各识别系统的主要因素。识别系统的主要因素,包括有企业标志、企业各标准字、品牌商标、品牌标准字、企业的标准色、专用字体等。

在谋求视觉设计形象的标准化统一中,标志始终贯穿于宣传,主要形式有:建筑外观、环境装饰、公司文件、文具办公用品、信封、信纸、公司证章、徽章、证件、名片、公司旗帜、帖牌、产品包装、服装、展览版式、陈列柜、台、架、广告宣传、印刷品、电视广告等都不缺少标志及公司名称。可见标志的设计与制

作是CI中必不可少的,也是CI设计中的关键因素。

标志的设计是极其复杂、极其深刻的,也是极具文化性的,设计者必须了解行业与行业之间的差别、各行业的特点、各行业的历史、此行业的发展变化,所具的文化性。

作为一名优秀的设计师首先应清楚地认识到,各设计之间的关系如:企业标志与商标的区别,大商标与小商标的区别,系列标志的色彩区别,文字的标准性,各行业之间的设计区别及其规范,商标设计的法律等。

标志设计的文字应用可分为字母组合型、形象型、文字排列型等。在标志设计中最常用的是字母组合型。

用拉丁字母组成的标志,有多种多样的图案形式。它在字母和单词的音、形、义等方面的组合和变化,概括它的类别有下列五种:

a. 以产品品牌名或企业名称的简称(首字母简略式)或只取一个字母的缩写法:

如瑞典的ALBIN MARIN AB的“A”字扫雪马达车,英国的JOEDENT的“D”字家具搬运公司,美国的JASON的“J”字工业公司,

