



设计解码

[标志编] 王旭玮 编著

江西美术出版社

Design Decoding ►





[标志编] 王旭玮 编著

江西美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

设计解码. 标志编 / 王旭玮编著. —南昌: 江西
美术出版社, 2003. 1

ISBN 7-80690-090-X

I. 设… II. 王… III. 标志—设计—作品集—世
界—现代 IV. J534

中国版本图书馆CIP数据核字 (2002) 第108861号

责任编辑: 刘燕奇

装帧设计: 沈卓娅

王旭玮

■ 本书中选用的部分资
料, 因无法与作者取得直
接联系, 请作者见到此书
后与本社联系, 以便支付
稿酬, 并致谢忱。

设计解码·标志编

SHEJI JIEMA
BIAOZHIBIAN

王旭玮 编著

江西美术出版社出版

(南昌市子安路66号江美大厦)

邮编: 330025 电话: 6524009

新华书店经销

江美数码科技有限公司制版

深圳华新彩印制版有限公司印刷

2003年1月第1版

2003年1月第1次印刷

开本 889毫米×1194毫米 1/16

印张 5.5 印数 1—3000

ISBN 7-80690-090-X/J · 1006

定价: 40.00元

Foreword

主编絮语



Design Decoding

虽然艺术设计不能如斯蒂芬·霍金预言的那样：人类在21世纪将掌握一个“包罗万象”的理论，用一个简单的数学公式揭示一切事物的规律。而人类的主观思维也不会随着科学家们编排的基因组合、按照既定的公式进行思考。

但因为我们所观看的是同一个世界，虽然是透过自己的眼睛；由于我们所居住的都市越来越同质化，虽然地处天南地北，而可接受的资讯却几乎是相同且同步的，麦当劳快餐店、可口可乐饮料、各类手机广告……

因此，我们试图借助这种感性的感受所具有的普遍沟通的能力，穿过感性的管道，去解读普遍意义上的感受。因为设计工作本身就是心理感受，是被圈定在既定的具体环境中、限定的条件下的真实的生活理想。

每个设计项目，不管是一枚标志、一幅海报，抑或是配合营销而做的视觉设计，其最终的目的都是以最快的速度将资讯正确地传递给受众。而设计师正是借助字体讲述故事，借助色彩创造情绪，借助版面释放信息，借助图像传达情感，来实现自己的生活理想。

这套书从三个方面收录了近千张上乘之作，并为每件作品加释注解。让我们一起来解读这些作品，一起来体味设计师们透过纸面做成的船儿所承载的各式各样的信息吧！

标志设计漫谈

王旭玮

一

标志的重要性:

在人类传达信息的手段中,视觉所传达的信息是最直接的,因此,视觉识别设计成为在企业识别系统中最具传播力的媒介方式,通过视觉传达的信息一目了然地让消费者达到认知、识别的目的。

在商品同类竞争白热化的今天,为了让商品在消费者心中占据一定的地位,借助视觉识别设计来达到目的已是常见的手段之一,在视觉识别设计中,标志的设计可谓是整个设计的灵魂。以标志设计为视觉识别设计的核心,是对企业或商品的一系列的形象及其行为活动进行统一的视觉形象规划,为企业或商品形成一套统一的识别系统,使其形象长期存在于消费者的心中。



中国银行 靳埭强 设计

中国银行实力雄厚、历史悠久,至今已有80多年的历史,在世界各地拥有几百家分支机构,是中国四大银行中最具国际性的银行。1986年,中国银行由香港著名设计师靳埭强对其标志进行重新设计,以其崭新的形象出现在人们的面前,并很快得到人们的认可。其后又以该标志为中心,对中国银行的视觉形象统一规划,形成了一套完整的视觉识别系统,使其形象更加深入人心。

二

标志的定义:

标志是用一种特定的文字、图形来传达事物或信息。

如今的标志设计范围已越来越广泛,标志分为商业性标志、公共标识、非商业性标志三种。

起初标志设计只是企业的商标设计。在商业发展到一定的程度,出现了同类产品的竞争,品牌意识有了萌芽,出现了以统一的图形、文字来区别于其他同类产品,强调自己产品的质量的手段,这就是早期的商标。这些早期的商标为延伸产品的生命起到了极其重要的作用,中国现今历经百年的老字号品牌即是如此,在世界也不乏这样的老品牌。



在希腊字母中,“欧米茄”是“卓越”的意思,在瑞士钟表界,它代表着“卓越的标志”,即创新设计与精湛技艺之象征。

自1848年欧米茄创始人的钟表作坊到1880年迁址、采用机械化,到1894年举世闻名的卓越机芯面市,公司因此被视为卓越的象征,从此公司也更名为“欧米茄”。

在商标广泛运用的时期,人们认识到视觉识别的优越性,除了商业的标志外,还出现了公共服务性的标识。标识以简洁明了的图形形式对于人们在紧急情况下的指示作用是不可忽视的,它较文字更加直接地传达信息,如消防通道、小心地滑、禁止烟火等。

标识的设计一般采用单一的色彩,具有国际通用性,简单易懂。



交通标识是公共标识中最为重要的,也是使用频率最高的一种。它对交通的安全起到了关键性的作用。

进入信息化的今天，标志在概念上已不仅专属于企业或产品的范畴，人们对身边的事与物都产生了视觉识别的要求，它包括了营利性的、非营利性的、公益性的等。例如，民间公益团体、公众活动、城市、机关等都有了整体的视觉规划，产生了统一的视觉识别的设计，因此我们的标志设计的范围也随之广泛起来。



第18届日本东京奥运会



第27届澳大利亚悉尼奥运会

奥运会已经举办了27届，但早期的奥运会是没有会标的，直到第18界日本东京奥运会，日本的设计师首次为奥运会设计了会标，统一的视觉形象给人良好的记忆，人们似乎有了视觉的中心。一种崭新的感受使以后的奥运会都有了会标，并且每届的会标都在会前就已受到所有人的关注，会标的设计越来越成为奥运会成功与否的重要组成部分。

三

标志的意义：

标志是建立品牌和品牌传播中最重要的传播工具，也是品牌识别的重要元素，是树立品牌形象、强化品牌个性的先行者。

SONY

索尼电器



伊美圣罗兰



丰田汽车

swatch®

斯沃琪手表

这些标志作为各个领域中的知名品牌的标志，都具有相当的价值，追求时尚、崇尚名牌的消费者都渴望能拥有这类产品，以拥有这样的国际名牌为目标。这些标志代表着质量的保证、身份的象征。

标志在品牌形成、发展、传播中扮演着十分重要的角色，如世界知名的可口可乐、百事可乐、麦当劳、奔驰、雀巢等等著名品牌，它们都以其独特的标志形象深入人心、家喻户晓，在商海中创造着一个又一个的商业神话。

随着社会的发展，人们对事物已不仅仅是物质的需求，更增加了精神的需求。品牌的追求日益膨胀，成功的品牌就具有了一定的品牌价值，而品牌价值以品牌的标志为媒介，使品牌产生了一种精神的象征，享用名牌似乎成为身份的象征、地位的体现、个人魅力的表现。此时的标志就具有了精神的力量。

四

标志的设计原则：

标志设计的目的在于传播事物的信息，所以设计应有目的、有预谋地利用最简洁的图形语言将我们要传达的信息表现出来，使人们通过视觉在心理上与我们所传达的信息产生共鸣，并深深地保留在人们的记忆里。为达到这样的目的，标志的设计需具备以下特性：

1. 具有相关的文化内涵

一个标志的设计成功与否，必须通过时间的考验。而要想让标志流传久远，标志本身必须具有深刻的内涵。所以标志设计不仅仅是追求表面的形式美感，其造型设计也应对所要传达的事物或信息具有象征意义，使人们通过标志的设计产生与其相联系的想像空间，两者相互沟通，产生共鸣，受到使用者和消费者普遍认同。所以说成功的标志设计是有思想的、有灵魂的、有生命力的、让人信服的。



奥运会标志

奥运会的标志采用五环相扣的图形，象征五大洲的人民以团结友爱为目的竞技、健身的奥运精神。五种不同的色彩象征着五个不同的洲际。

五环标志受到世界各民族的一致认同，它以深刻的内涵、简明的图形长存于人们的心中。

2. 具有独特性、识别性

标志最早在商业的历史舞台上出现的时候,标志的目的就是要区别于其他同类事物。在如今商品同类竞争更加激烈的时期,标志的这个最基本功能在设计中更是不可忽视。



Richwap Identity 蔡浩然 设计
洋洋洒洒的众多圆点,看似无意,实为有意的安排,使标志极具图形化,别具匠心地将平面中的圆点产生了无限的空间延伸感,使观者更有遐想的空间。



和盛堂制药有限公司 曾政伟 设计
以三个宝葫芦的形象表现制药业的行业特征,宝葫芦是中华民族的象征。整个图形采用大红喜帖的形式,表现和盛堂对人们健康的祝福。

在意义上越具有典型性的造型越具有普遍性。例如,鸽子代表和平,心形代表爱情等,这些长期被普遍、广泛运用的形象,在如今也是显得单调而无力的。如何利用现代的表现手法、独特的构成形式等多样的技巧,在其中找到平衡点,做到既有独特的识别性,又具有典型性便是如今标志设计的突破。



宝泉食品有机食品 郭中元、林玉玲 设计
稻穗常被借喻为环保食品行业,作者以流畅的线条、简洁的图形、清新的色彩、富有诗意的构图,不但打破了稻穗给人一成不变的感觉,而且使标志更具特色。

3. 造型简练、美观

我们说标志设计是设计的“浓缩”,是创意的“浓缩”,是视觉表现的“浓缩”。标志设计是具象与抽象的结合,抽象的标志在表现上离不开具体的处理,具象的标志设计在表现上离不开抽象的升华。



凤凰光学股份有限公司



香港凤凰卫视

两者同以凤凰为名,又同以凤凰的图形表现着不同的行业。凤凰光学以凤凰美丽的羽毛层层相叠形成相机光圈的结构,以简洁精练的手法表现了其行业的特征。凤凰卫视以两只旋转互动的凤凰表现电视媒体与人们的互动关系,飘逸的羽毛产生强烈的动感,象征信息传递的快捷敏锐、生生不息。两者都以最抽象的处理手法,设计出成功的标志。

4. 具有时代性

在品牌价值的发展过程中,标志的设计也必须符合时代的要求。标志并不是一成不变,即使成功的标志设计也会在原有的基础上,随时代的变迁、人们审美观的变化而进行适当的改变。例如,我们熟悉的壳牌石油、索尼电器、宝马汽车等具有悠久历史的世界名牌,都在标志上有过不同程度的变化。



壳牌石油是石油业中的佼佼者,它代表着质量的保证、优质的服务。作为历经风雨的石油业的老品牌,它的标志也随时代的变迁而多次进行更新,从最初的具象形到如今使用的简洁、抽象的形态,其标志都紧跟不同时代的审美情趣。在壳牌稳健、发展的风雨历程中,标志也起到了不可忽略的作用。



5. 较强的适应性、应用性

世界经济体系的完善,现代媒体的高速发展,使现今的视觉识别运用更加广泛,标志在不同的地域环境、不同的时期、不同的载体上更加频繁地出现,因此现在对标志的适应性、应用性都有了更高的要求。

五

标志设计的表现形式:

作为平面设计的标志设计同样具有丰富多样的表现形式。我们主要把它分为两大类,即字符与图形。

1. 字符

使用字符来作为标志的表现形式,也就是以文字形式或符号的形式来进行标志的创意设计。这种形式认知性较

较强，传达的信息简单明了，但创意空间较小，容易与其他品牌雷同，这也是用字符做标志设计的难点。

● 汉字

汉字属于象形文字，本身具有很强的图形感。汉字是东方文化的象征，特别是对中国文化具有标志性的代表作用。各地的华人设计大师都不乏这类的成功作品。随着中国设计界对中国民族文化的发扬，产生了越来越多的成功的汉字标志设计。



新一代设计展(2000)
陈俊良、张惠雯 设计



食色艺术空间规划
陈俊良 设计



和信休闲水莲山庄美食家
刘福祥、陈柔利 设计



吉丰茶叶公司
杨夏惠、林采霖 设计

● 英文字母

以英文字母为设计方向的标志设计是较为常见的一种设计方式，英文字母本身具有几何形的特征，符号性较强，更具国际性。英文字母的组合千变万化，字体丰富，创意空间较大。国际知名的品牌中，以英文字母作标志的比例相当可观，如大众汽车、麦当劳快餐、SONY电器、摩托罗拉手机等等。



松下电器



广州品良服装
陈华 设计



千色花油漆
曾政伟 设计

● 数字

数字形的标志是并不多见的一种类型，但是人们对于数字感受的敏锐度很高，数字没有了语言的障碍，较图形语言又更为直观，因此数字形的标志能给人深刻的记忆。



维他露十年真爱
陈清文、林欣德 设计



555牌香烟



“七喜”饮料



中国银行24小时自动服务
新建强、余志光 设计

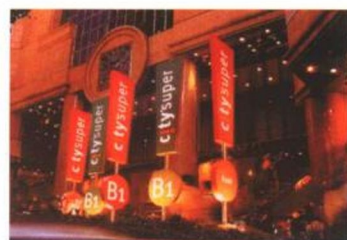
以数字为元素的标志设计，在创意过程中加以艺术化的图形处理，可使标志活泼、生动且具有时代感。由于数字在创意设计方面的各种优势，数字形的标志设计已越来越受到设计师们的关注。

● 符号

这里我们所指的符号包括标点符号、警示符号、交通符号等等，符号给人的感官刺激较强，能使人在短时间内产生记忆，使用符号作为标志的设计，正可以借助符号的这种特性。



city'super 百货公司 陈幼坚 设计
以“i”倒置成“!”，强烈的视觉冲击使人印象深刻，采用“!”发展的一系列的包装等平面设计，极具特色，使人记忆深刻。



2. 图形

以图形的方式作为标志是设计师采用最多的方式，图形所能表现的范围广阔，变化万千，它不受任何语言、文字的限制，国际性较强。图形标志在设计上也分为具象形的表现形式与抽象形的表现形式两种。

● 具象的表现形式



MR CHAN
TEA ROOM

陈茶馆
陈幼坚 设计



台北农业
廖哲夫 设计



天字电视台
陈建安、翁宛真 设计



光和展示公司
陈华 设计

以其象的图形作为标志的设计，可以使标志更加生动活泼、个性突出。具象的图形也须经过艺术化的处理，作为标志，它仍需简洁、精练，具有标志的基本特点。

● 抽象的表现形式

标志抽象图形的表现形式是以抽象的图形语言表达具象的含义。大多都以几何形进行合理化的处理，达到强烈的视觉效果，并从象征意义上符合标志所要表达的内容，通过这样的手段所设计的标志造型简洁、内涵深远、记忆深刻。



宏育投资管理顾问公司
林宏泽 设计



泰扬特殊印刷公司
林永旺 设计



普维国际贸易公司
林宏泽 设计



香港公开大学
靳建强 设计

标志的设计流程：

作为标志，它需要在设计上蕴涵着如此多重的文化、精神内涵，同时又肩负着如此艰巨的广告、识别的重任。那么当我们接到一项标志设计的案例时，我们又该如何在纷乱的要求与资料中整理出头绪来呢？

1. 市场调查

与其他的设计相同，标志设计也需要大量的前期市场调查。

● 收集相关企业、产品或团体等详细资料，

● 剖析其他同类事物的具体情况与设计成品，

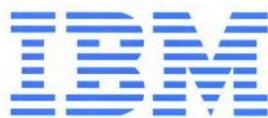
● 了解消费者的需求。

根据以上三方面的分析、研究，发掘案例的独特性、优越性。我们在整理调查材料时，应尽力做到全面、完整，因为对于设计者，每一项相关的内容都有可能激发出设计的灵感，通过这些设计灵感，进行创意构思，通过艺术的表现手法对设计进行完善，最终完成独具特色的、有创意的标志设计。

2. 标志设计的创意

标志设计的创意过程是用最简洁的图形语言表达多方面的信息。而我们要表达的信息量往往很多，因此必须以某一信息作为我们的设计源点，再加以发展和延伸。通常我们有以下几种方法可以采用：

● 以名称本身为标志的主体，对名称的字符进行艺术化变形。例如，我们熟悉的“SONY”、“可口可乐”、“麦当劳”等品牌的标志设计。字符是最具可读性的信息符号，它具有其他符号所没有的语言、语音的特征，较易让人们接受。



IBM电脑



富士胶卷

●以品牌名称的含义进行创意构思，也是我们常用的方法。有许多品牌会采用事或物的名称作为品牌的名称，这也给我们提供了较大的创意空间。例如，“黑人牙膏”、“苹果电脑”、“壳牌石油”等。这一类的标志设计以具象的图形语言对品牌进行表达，有较强的个性和识别性，不易与其他品牌雷同。



黑人牙膏



苹果电脑



蝴蝶影像馆
黄维瀚、涂以仁 设计



高尔夫豪园
陈华 设计

●某些行业具有很强的行业特征，在创意中可以充分利用其行业特有的形象作为创意源点。例如，畜牧业通常用动物的形象作为代表，五金业用齿轮或工具的形象为代表，房地产用高楼的形象为代表等。



香港劲歌金曲
靳康强 设计



香港时装设计师协会



志丰纸业
黄添贵 设计

●以历史、地域的特色为元素也是一些标志设计常用的手法，这些企业或活动一般具有悠久的历史或明显的地域特征，而且具有一定的知名度。例如，加拿大航空公司采用加拿大特征的枫叶为主要设计元素，反映加拿大的风貌。天梭表的设计采用瑞士国旗的红底白十字为元素等。



瑞士天梭表



加拿大航空公司

虽然在设计构思的过程中我们以某一方向作为创意源点，但也要让标志涵盖更多的信息，赋予更多的

设计解码
[标志编]

后 记

本套丛书中的作品取自于众多国家和地区，我们试图多角度、多层次、多风格来解读平面设计中的众多理念，找寻设计中的常规方式。借此书即将交付出版的时机，我们非常感谢书中作品的每一位设计师，是他们的聪明才智引领着我们进入一个充满着奇思妙想而又真实的美好世界。还要感谢在本套丛书的编辑过程中，曾沁岚、刘三秀等众多朋友给予的热情帮助，以及责任编辑刘意奇高效率的工作。同时，我们也深怀内疚，说声“对不起”，因为，尽管我们竭尽所能，但有一部分散见于各种报刊、杂志中的资料和一些直接拍摄的实物因受资料来源的限制，无法列出设计者的姓名，对这些设计者及生产这些商品的厂家表示深深的歉意！

沈卓娅

2002年深秋

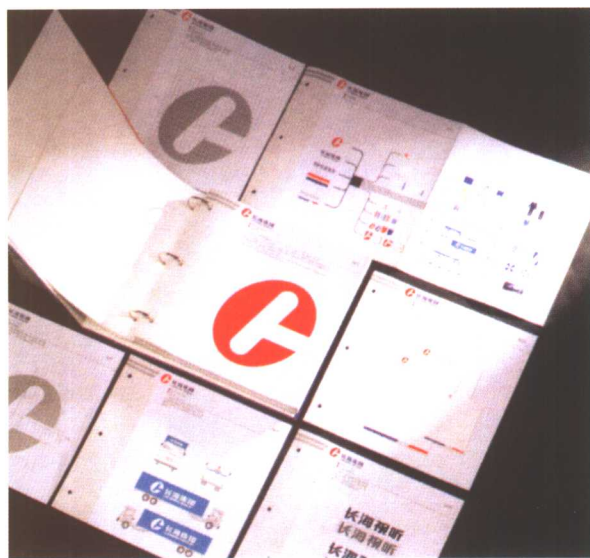
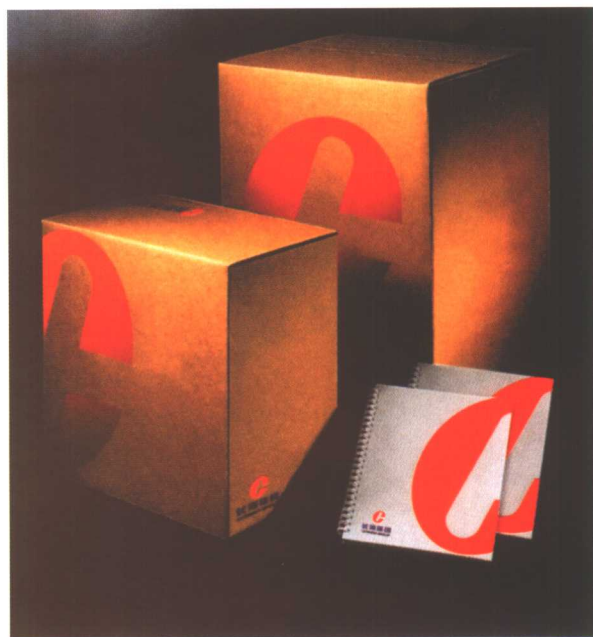
于广东轻院





湖南长海集团 黄炯青 设计

湖南长海集团是中国最大的现代教学设备生产企业，标志设计以倾斜的椭圆，正形为长海拼音字首“C”，负形为“H”向右边延伸，让人联想到长海的浩瀚无际，寓意着企业的博大和无限发展的空间。





江苏双良集团有限公司 厉勉、蒋为 设计
以拼音字首“S”为外形，螺旋形的线条，互动与融合，互为环抱，周而复始，表现企业长期发展，生生不息。标志设计象征两种力量的互动与协调，与双良集团追求双赢的核心经营理念相合相应。



陕西咸阳彩虹集团公司 林磐耸 总设计
彩虹的英文是“Rainbow”，设计以其英文字首的“R”为设计元素，将犹如彩虹的光环和如同地球的色块有机地结合在一起，虚实间表现出“R”的字型，设计整体给人一种积极进取、自信的气质，反映着企业的精神面貌。



湖南美翔实业有限公司 龚爵 设计
美翔公司是经营家用电器和高档音响器材的一家民营企业，“MISHINE”的中文含义是“我、照耀和光芒”，所以标志的设计在“M”上加以犹如光芒效果的设计，强烈且具有金属质感的视觉效果，使标志极具识别性。



深圳市曼柏投资发展有限公司 大卫 设计
以英文字缩写“EEMB”的变形构成标志的基本结构，加以象征正负极的标识，使标志以最为简洁的手法告诉人们企业经营的范围。



奇盾科技（富江）电子有限公司 张帆 设计
奇盾科技电子是以生产防盗电子产品为主的企业，整个设计以国际化的设计风格表现企业立足国内、放眼国际的发展目标。



正制精密工业股份有限公司 陈庆琦 设计
标志设计个性化是以工整的矩形为强化视觉冲击的重要元素，虚实间表现出其英文字首的“A”，整个形象反映出企业严肃认真的经营态度，产品的质量保证。