

综合专辑 3

创意

湖北美术出版社

4.4

中
国
标
志

56-28-4
613



江苏工业学院图书馆
藏书章

主编：吕中元 彭年生
顾问：陈汉民 王国伦

创 意

图书在版编目(CIP)数据

中国标志创意·综合专辑.3

／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 093229 号

中国标志创意·综合专辑 3

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：889mm×1194mm 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 北京正邦文化艺术发展有限责任公司 ● 中华人民共和国国家统计局 ● 世纪航程(方正电脑客户服务体系)
- 8 陈清文 ● 维他露儿童美术奖
- 9 陈绍华 ● 深圳市超景图片公司
- 10 仇新钧 ● 豪隆建设 ● 台生实业公司
- 12 戴继斌 ● 上海金泰文化音像有限公司
- 13 杜华林 ● 金色时代夜总会 ● 深圳长江置业
- 15 范汉成 ● 人人食街
- 16 房小洁 ● 神威药业
- 17 韩家英 ● 丹巴碧化妆品广州有限公司
- 18 侯纯纯 ● XYZ 创意设计研讨会 ● 台湾管理学术国际研究会
- 20 黄维瀚 ● 蝴蝶影像馆
- 21 靳埭强 王玉龙 ● 凤凰光学股份有限公司
- 22 靳埭强 林伟雄 ● 广州日报 ● 齐心文具
- 24 黎江 ● 百年乐制药 ● 十万大山国家森林公园
- 27 李澄 ● 彩虹花园
- 28 李红兵 ● 武汉商场 ● 深圳深大通通信有限公司
- 31 李继春 黄群 ● 97 杭州 亚洲大学生网球邀请赛
- 32 励中发 王晓峰 张永飞 ● 上海信天通信有限公司
- 34 刘小康 靳埭强 余志光 周素卿 ● 富丽华酒店
- 35 刘小康 易达华 ● 点晴品
- 36 吕中元 ● 人福高科技产业股份有限公司
- 38 欧阳超英 ● 武汉和合会馆 ● 天壤
- 41 深圳力创设计 ● 深圳世爵酒业有限公司 ● 上海申马空调(集团)空调机有限公司
- 43 沈嘉荣 ● 第一届海洋节 ● 开开家食品有限公司
- 46 唐伟恒 ● 天文馆
- 47 涂以仁 ● 彰化县政府电脑化观摩会
- 48 王炼 ● 高盛大厦 ● 雅姿魅力文化
- 50 王晓林 ● 和悦科技
- 51 韦文清 ● 深圳市创新总裁俱乐部
- 52 张力 ● 金融时报
- 53 张望 李勤勇 ● 深圳市国信证券有限公司
- 54 周莉 章益 ● 中华人民共和国第六届少数民族传统体育运动会
- 56 朱松涛 ● 2000 中国(芜湖)旅游商品博览交易会 ● 中国音乐家协会《歌唱》杂志
- 59 庄玉君 ● 第一届华人平面设计大赛 ● 中日设计高级研讨会
- 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.3

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093229号

中国标志创意·综合专辑 3

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: 889mm×1194mm 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 北京正邦文化艺术发展有限责任公司 ● 中华人民共和国国家统计局 ● 世纪航程(方正电脑客户服务体系)
- 8 陈清文 ● 维他露儿童美术奖
- 9 陈绍华 ● 深圳市超景图片公司
- 10 仇新钧 ● 交隆建设 ● 台生实业公司
- 12 戴继斌 ● 上海金泰文化音像有限公司
- 13 杜华林 ● 金色时代夜总会 ● 深圳长江置业
- 15 范汉成 ● 人人食街
- 16 房小洁 ● 神威药业
- 17 韩家英 ● 丹巴碧化妆品广州有限公司
- 18 侯纯纯 ● XYZ 创意设计研讨会 ● 台湾管理学术国际研究会
- 20 黄维瀚 ● 蝴蝶影像馆
- 21 靳埭强 王玉龙 ● 凤凰光学股份有限公司
- 22 靳埭强 林伟雄 ● 广州日报 ● 齐心文具
- 24 黎江 ● 百年乐制药 ● 十万大山国家森林公园
- 27 李澄 ● 彩虹花园
- 28 李红兵 ● 武汉商场 ● 深圳深大通通信有限公司
- 31 李继春 黄群 ● 97 杭州 亚洲大学生网球邀请赛
- 32 励中发 王晓峰 张永飞 ● 上海信天通信有限公司
- 34 刘小康 靳埭强 余志光 周素卿 ● 富丽华酒店
- 35 刘小康 易达华 ● 点精品
- 36 吕中元 ● 人福高科技产业股份有限公司
- 38 欧阳超英 ● 武汉和合面馆 ● 天壤
- 41 深圳力创设计 ● 深圳世爵酒业有限公司 ● 上海申马空调(集团)空调机有限公司
- 43 沈嘉荣 ● 第一届海洋节 ● 开开食品有限公司
- 46 唐伟恒 ● 天文馆
- 47 涂以仁 ● 彰化县政府电脑化观摩会
- 48 王炼 ● 高盛大厦 ● 雅姿魅力文化
- 50 王晓林 ● 和悦科技
- 51 韦文清 ● 深圳市创新总裁俱乐部
- 52 张力 ● 金融时报
- 53 张望 李勤勇 ● 深圳市国信证券有限公司
- 54 周莉 章益 ● 中华人民共和国第六届少数民族传统体育运动会
- 56 朱松涛 ● 2000 中国(芜湖)旅游商品博览交易会 ● 中国音乐家协会 群音(杂志)
- 59 庄玉君 ● 第一届华人平面设计大赛 ● 中日设计高级研讨会
- 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

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思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。

陈汉民 吕中元

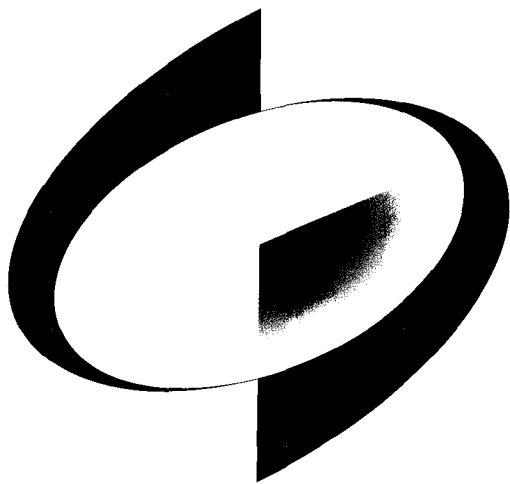
2000年12月

中华人民共和国国家统计局

北京正邦文化艺术发展有限责任公司 2001

标志外形是由相互呼应的弧形组成一个负形的“中”字，代表“中国”；标志内部运用统计中常用的饼形图代表“统计”；外部弧形又是变形的英文字母“C”和“S”的组合。整体寓意：“中国统计”。

引伸义：外部“中”字弧形具有动感，象征着“充满生机的中国”；内部饼形图及过渡色图形，象征不断变化的中国经济。整体含义：真实地记录着“充满活力的中国蓬勃发展”。



中华人民共和国国家统计局
National Bureau of Statistics of China

世纪航程(方正电脑客户服务体系)

北京正邦文化艺术发展有限责任公司 1999.2

标志由浪漫的弧形和严谨的方正标志组成,具有时代感,代表售前、售后的安全、快速、增值服务。



维他露儿童美术奖

陈清文 1996

将维他露公司标志“V”巧妙形成互动式的活泼
儿童趣味。由多彩多姿的画笔，彩绘大地的爱。
以方形为背景，表现儿童美术教育在维他露基
金会不断的推动下，有一个完整活动的园地，散
播艺术的种子，美化心灵，提升生活品质。



深圳市超景图片公司

陈绍华

图形取其中文公司名“超景”之意，以地平线与眼睛的图形之结合，表达开阔的视野及公司业务之性质。





豪隆建设

仇新钧 1999

标志的理念缘起于永续经营、稳健成长的长青树意念，并融入豪隆拼音字首“H”、“L”为设计主体，整体勾勒出建筑的轮廓。厚实之“H、L”为背景，寓意着豪隆坚实有力的经营团队精神及无限延伸的活力，而中心突起之长轴，更象征豪隆建设在本业上以“信(Honest)、望(Hope)、爱(Heart)”三心，力求突破，营造每一栋令顾客满意的完美建筑。豪隆标志整体精神内涵，寓意着企业诚信踏实的作风。



台生实业公司

仇新钧 1999

“台生”标志是以“台生”之拼音字首“T”及融合“太阳”、“行星轨道”为设计主题，阐述“台生”之经营理念、事业定位和未来观。标志的右上方圆点如同刚升起的朝阳般，象征着“台生”在事业经营上有如东方之光般充满希望和声望。标志以紧密的双C（Communication沟通，Cooperation统合），形成如同行星轨道般图形，象征着“台生”依循企业的经营步伐，不断运行、生生不息，充满着律动与和谐。

就整体精神内涵而言，寓意着“台生”活力健康的事业定位；沟通互动、合作无间的文化；成长进步、生生不息的未来展望。

标志颜色——红色代表热情、朝气、活力，是“台生”既定的经营观与使命；蓝色代表智慧、科技、远见，是“台生”沟通互动的因子；绿色代表成长、丰收、健康，是台生稳健经营的持续力。

上海金泰文化音像有限公司

戴继斌

上海金泰文化音像有限公司是由中国图书进出口上海公司控股多元投资成立的一家公司。是中图音像品牌的重要组成部分。

标志创意理念源于四点：

- 一、“J、T”字变形代表金泰(JIN TAI)。
- 二、J字勾勒出音像唱片，形象代表音像制品。
- 三、音像唱片的造型由中国传统书法完成，体现中西文化的交融。
- 四、总体的椭圆造型是由音乐中五线谱的符号表达。



上海金泰文化音像有限公司



金色时代夜总会

杜华林

- 1、标志以金色时代的英文“golden times”为设计元素构成。
- 2、标志造型中“golden”中的“O”字母变异为一只金色的唱片，并巧妙的安排“golden times”中的“e”字母，赋予它特别的效果，似木条随意拼接的卡通感觉，使标志显出独特的韵味。
- 3、标志造型中跳跃的弧形和菱形打破了长方形的方正和拘谨，赋予了标志的空间与张力。富有想像力的金色渲染边框、唱片，不但与“金色时代”名称相协调，具有强烈的时代感，更展现了金色时代的现代与前卫。

