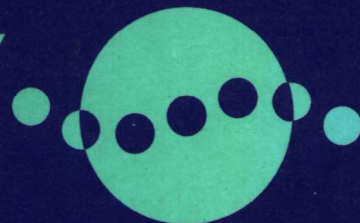
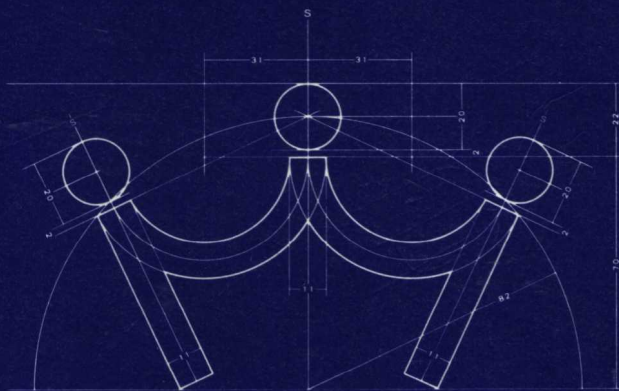
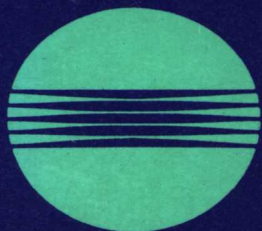


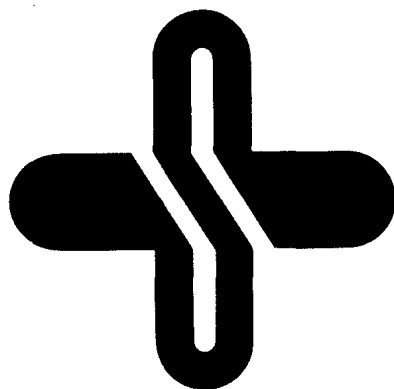
林由男 著



 古印出版社

商標的形狀和創作構想

林 由男 著



國立中央圖書館出版品預行編目資料

商標的形狀和創作構想／林由男著，——初版，
——高雄市；古印，民81
面； 公分，——(美術設計叢書；2)
ISBN 957-8518-05-6(平裝)

1.商標

492.5

81001867

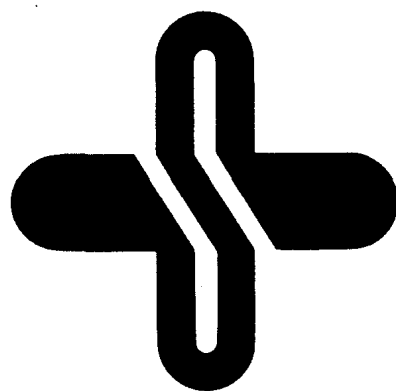
商標的形狀和創作構想

著 者/林由男
發行人/王世芳
出版者/古印出版社
發 行/古印出版社
地 址/高雄市尚義街3號
電 話/(07)2226278•(07)2229334
(02)3148603•(06)2752759
郵 撥/04298521許秀粧
登記證/行政院新聞局版臺業字第4497號
印刷所/美育彩色印刷廠股份有限公司
地 址/高雄市中華二路170號
電 話/(07)3112195~9
初 版/中華民國八十一年五月
定 價/300元
ISBN 957-8518-05-6(平裝)

 古印出版社

商標的形狀和創作構想

林 由男 著



代序

給製商標 40 年的成果

祐乘坊 宣明

最近各企業名稱變更相當多，在日經新聞上可看中到很多這一類的廣告。只看公司名稱無法理解這一家公司是做什麼，這樣的例子很多，所以變更公司名未嘗不是一件好的方法。公司名變更後隨之而來的當然是識別商標的更改。傳統的註冊商標固然有其悠久的歷史，又有其重要性，不能輕言更改，但是使用了識別商標可促進企業形象更進一步的明確化。

著者在這一本書中曾提過「出版這本書並不單是我本人的作品集，就因這本書中的商標是我個人經手的許多企劃案中抽取出的精華設計，當然有我個人的造形思想和我個人的主張。希望各企業的重要幹部以及廣告關係的主管能以此書為參改加以靈活運用。至於內容的構成也是主要編輯方向。我的工作方式是，首先和這個企業的老闆做詳細的溝通再建立共識為首要條件。不單是商

標設計，能耐長時間使用的而且有創意性的產品，在生產前必須有慎密的事前準備，這是企劃案應有的態度。總之，此書選擇了很多過去的創作加以分類，由構想到造形的過程做了詳細的說明，因此言本書也可做為設計商標的工具書」。

著者從來沒請過助手，都是獨自一人沉浸在創作中。他常說「專業必須實踐」。的確，創意和技巧必須透過實際技術才能定形。工作不要太匆忙，萬事都要有充份的時間，如此才能有好的作品問世。

標記和商標看似簡單，實際上是一門非常深奧學問，也是很費時間的工作。再者，對於是否有相類似的商標，事前都要有慎重詳細的調查，因此這本書的出版可謂意義重大。

多摩美術大學客席教授

目 錄

祐乘坊 宣明	2	造形探索①～②	76～78
林 由男	6	各種線條	80
		線條所表示的各種意義	82
		卍字和記號	84
		正五角形和五角星記號	85
		II、五的數和形態	86
第一章 商標設計的基本圖形	9	第二章 形狀各有其意義	89～113
I、商標和平面圖形	10	陰陽/黑白/明暗/左右/兩極/平・角/	
圓、圈、球	12	方向/切割/雙對/窺視/稜角/上下/	
正圓的分割	14	銳鈍/折/結/彼此/彼此組合/扭/捻/	
五圓、九曜紋	16	極/階段移動/無限/互相作用/相對/	
以圓形作圖①～④	18～24	大小/直交/縱橫/包圍・接近/親子	
橢圓形	26	關係/堆積/頭部相接/重疊/分割/	
圓形的應用①～④	28～30	背部相接/成對/並排/反復/抱/挾/	
正方形的基本和推展①～③	32～36	密接/插入/交錯/連接/連接/切/	
抽象圖形的近代性①～②	38～40	旋轉/絞/追/拈/旋渦/插入組合/	
三角形的基本和推①～②	42～44	對角相接/依靠/部分移動/連續/	
利用正多角形的連續推展	46	缺口	
正多角形的應用①～⑤	48～56		
抽象圖形①～④	58～64		
利用羅馬字的圖形①～②	66～68		
箭頭記號	70		
錯覺圖形	72		
十字形	74		

第三章 商標的構想和展開	115	20、標記和文字造形	166
I、商標創作的構想	116	21、再設計和持續的形象	168
1、商標的構想	118	22、輔助商標	169
2、有創意的構想	119	23、註冊的各種問題「商標」和「新式樣」	170
3、利用文號的造形	122	II、VI計劃	172
4、心形的圖形	126	第四章 現代商標的觀察	183
5、造形的平衡	128	I、形態觀察	184
6、圖形表現感情	130	II、三菱圖形和商標	206
7、明暗的對比	134	第五章 商標的歷史分類	209
8、圖形的標記	136	I、標記的產生	210
9、傾斜 45 度的標記	138	II、標記的類別	214
10、文字組合與商標	140	III、商標的分類	216
11、具象的標記	142	1、使用上的分類 2、機能上的分類	
12、商標的表示和位置	144	3、外形上的分類 4、表現上的分類	
13、組合裡的商標	146	附記：有關表現的必要條件	
14、以數字做組合	148	附記：表現概念和檢討要點	
15、標記的設計比例尺寸	150	IV、商標與登記	219
16、商標的再現性	152	編後語	221
17、彩色處理和色數	154		
18、形象標記	156		
19、線劃和剪影	164		

前言

林 由男

我創作工作中有一項是「商標的設計」，但是目前卻變成我的主要工作。

直到今天，曾和各種不同企業或團體有過接觸，同時也接觸到多不同的業主和代表性人物，繼而了解到每一個人有不同的看法和要求。由此也了解到各該企業或團體的理念在社會上扮演著不同的角色，也因此較能把握設計上的要點，對於商標的設計上有了很大的幫助。

這本書對於現代的企業形象標記方面，將我本人的思想體系為基礎的「商標設計」做一次總整理，用以提供各界參考，所以，此書並非單純的技法書。本文中列舉了有利設計的基礎圖形，各種圖形所代表的意義，實際創作中的造形思考，現代標記(參考例)的觀察等並且有豐富的資料和圖例收錄在內。

此外，也列入了標記的產生過程、標記的類別、註冊商標的分類、表現上的檢討要點等。希望此書能對開始設計商標的人有所貢獻。

形象記號和註冊商標，我統稱為「標記」，就因為標記的圖形一般地都很簡單明瞭，似乎很容易創作，其實自古以來，標記有其獨特的重要角色，有其獨立的設計史。

「具有繪畫的要素而非繪畫，具有文字上的要素而非文字」，這就是標記獨特的基本性質。

就其產生和發展過程中，由種類和形態上加以調查，可發現有數種規則可循，也可由性質和系統做區分。在高度資訊化時代的今天，標記和其他的資訊有不同的意義，它具有獨立的特殊功能，有無數標記混在的今天，各種標記傳達了各自的資料及性格。

如果將這種造形体下一定義，「標記必須表達出需要表達的各種要素，以最簡潔的圖形代替語言和字句將最終目的和意義予以視覺化」。雖然如此，單純又容易了解的圖形並不一定適用於註冊商標或形象標記。一種記號必須考慮到當今社會所具有的各種屬性，原理和事象，由美的觀點巧妙地加以集結在一起，同時又能正確傳達記號所應表達的意義才行。

因此，在創作一件標記時，必須探討標記被使用的機能面和感覺上形態美(包括形和色)。這種多方面的因素，使得商標設計更加困難。

形象標記或商標，除了「看起來有什麼感覺」「會被認為具有何種意義」等的觀念外，還必須使看到的人能立刻了解「那是什麼公司的標記」「那個標記有什麼意義」才行。

同時標記必須順應時代的潮流，能耐長時間考驗。標記或商標並不單是設計完成就告一段落，標記所要的傳達訊息，必須滲透到社會的各個角落，這種花費在滲透和普及的費用必然十分龐大，遠非標記的製作費所可比擬。

再說，觀看標記或商標的人，必須能由標記或商標連想到該企業的綜合性形象才行。因此一種標記的形象必須在日常生活面上能持續久遠，同時又能予人信心，信賴該企業必能使生活更加豐富和充實，不然設計形象標記會變得毫無意義。

因此設計一種形象標記，委託者也應有一半責任。委託者應當發揮該標記的造形魅力，這種努力是使用該標記的企業團體，由最高經管者到所有的員工，都應負一半責任。該企業團體對於社會扮演著何種角色，抱有何種態度，製造什麼，能提供什麼服務，對於社會有什麼貢獻；也就是說該企業團體的經管理念和原則在這組社會上所扮演的角色，須要有明確的定位。當然，從經管者到所有的員工，他們一貫的人際關係和日常行動，都會左右該企業團體的印象。特別要強調的是，商標或標記隨時隨地都跟隨著他們在一起。

標記的造形優良當然是必備條件，使用這組標記的人，在日常的生活面上，也是宣傳這個標記的人。所以說，優秀的標記並不能單指設計的優秀，委託者和使用者必須是優秀的才行，如此才能發揮標記所表達的一切。如果一個標記的業主平時生活不檢點，常在大眾媒體上看到他的不良素行，消費者怎能相信該標記所代表的商品呢？形象標記制作得再優秀，表達的內容再富麗堂皇，該企業的使用者以及生活者（消費者）應加以信賴應加以支持，再優良標記設計都變得毫無意義。所以一個企業家在委託設計家設計企業形象標記時，當然要求設計的優良，但最重要的似乎應為該企業的實際理念和態度。

標記使用在商品上或其他地方，應該象徵該企業的「責任」和「信用」，如果註冊為商標時，更有法律上獨占的效果。當一種標記被註冊成註冊商標時，該企業在社會上應負的責任也相對地增加，這一點應該要有所認識才行。

一個標記在製作時雖然是「現在」，但是在使用中被定形的形象卻是在「將來」，因此在「現在」的時間上必須看透「將來」的美感觀念以及造形所帶來影響等因素，慎重考慮去面臨創作。

所謂的商標或標記的設計和一般的商業廣告設計不同，因為商標和標記不會在短時間內消失，其使用期間非常長遠，而且又是連續不斷地被使用，所以創作表現太過於追隨今天的趨勢流行而未考慮到未來的方向，可能很快就遭到時間的淘汰，導致使用企業不得不時常改設計，使該企業蒙受未預期的龐大損失。

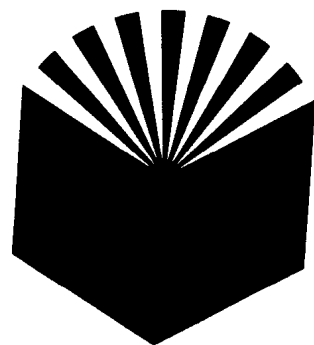
雖然如何慎重企劃設計，一個標記難免也會隨時代的變遷而失去新鮮感，這是無可避免的事實。

在日本或外國的商標中，有的耐用數百年未被淘汰，仍然在使用著的實例也不少，但是有的企業因業務快速發展，其組織內容也和當初設立時的理念有所變化，其商標也變成不符合該企業的現況，這種情形為數不少。例如以製鐵為初創時的主要營業項目的新日鐵，現在卻發展成以休閒用具為主要經營內容，這就是最好的例子。以鋼鐵工業為目標的重工業形象卻變成製造休閒用品的柔性化輕工業，其形象是兩極端的不同，訴求的方向也極端不同，當然當初設計的商標也必須重新塑造才行。

一個企業為了生存在一個時代中，隨時有機會也應該對社會發言，在創業精神中增加時代背景的附加價值，表明該企業仍然要在這個時代生存下去的決心。如能有這種決心，必定會對新事業引起奮發圖強的心，重新檢討標記的適用性，毅然除去舊有的包袱，重新設計新商標，在培養了數十年的企業體質中注入活性的新力量。這種新商標不但是表明改革的決心，也使得在這個標記下工作的員工能增加勇氣，內外一體化，重新開創另一新紀元。商標的近代化意味著企業的近代化和未來化，希望負責設計的設計者也能了解此點，和委託者共同設計未來。

1

商標設計的基本圖形



1、商標和平面圖形

初看商標的外形，大都為幾何圖形或圖案或文字造形，對於包含在內的抽象理念或概念，往往被忽略。

但是在前面也曾敘述過，商標的圖形包含著各種理念、概念及意欲傳達的內容。因此新創作的商標，須了解各種基本圖形具有的基本含意，這是很重要的一件事。

現在讓我解說各種圖形所具有的意。

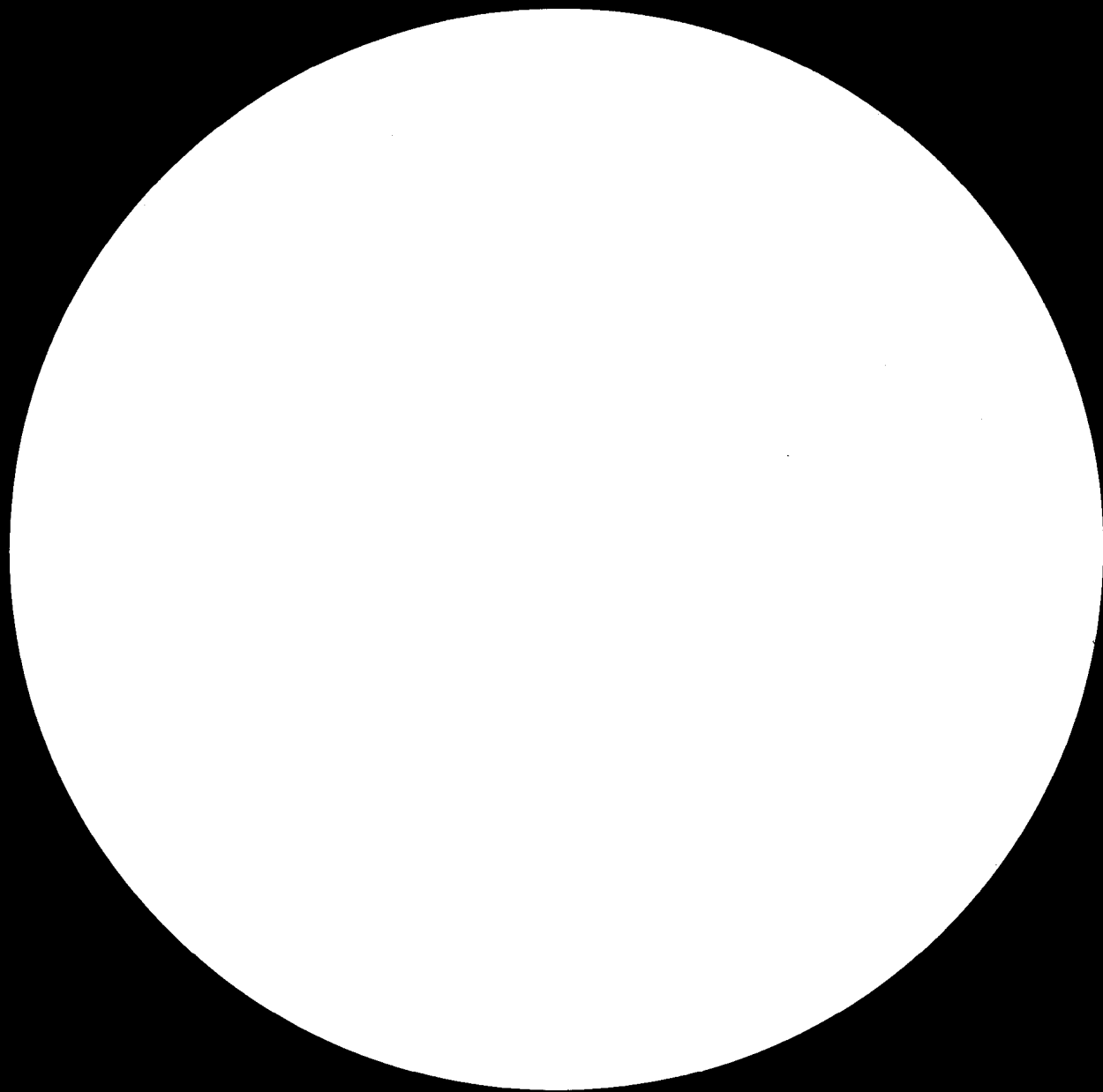
在設計上產生抽象圖學的理論根據有「圖學」，這種圖學是造形表現上或將抽象概念做具體表現上非常有用的一種依據。基本上這種圖學是學習製圖的基礎，其根本和幾何學的製圖有很多相類似的地方。

在幾何學上，求證圖形的意義為最終目的，但是圖學卻是指導正確製圖為最終目的。平面圖學基礎中的製圖法，在設計的領域中時常有必要詳細指定製圖法，因此為了正確複製或處理設計完成的商標，基本的圖學應有深厚的基礎才行。

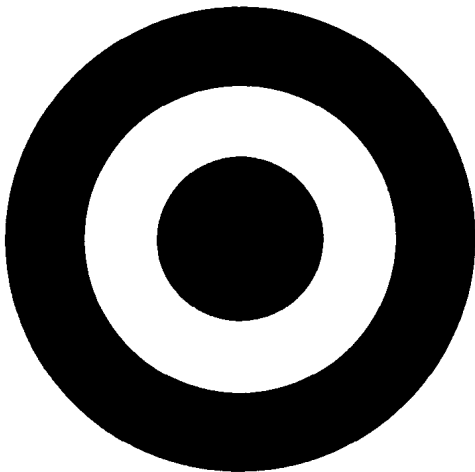
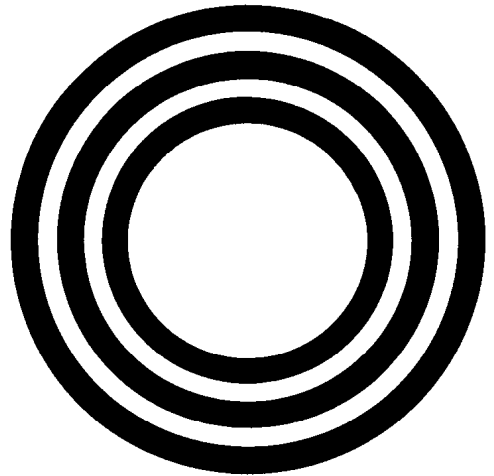
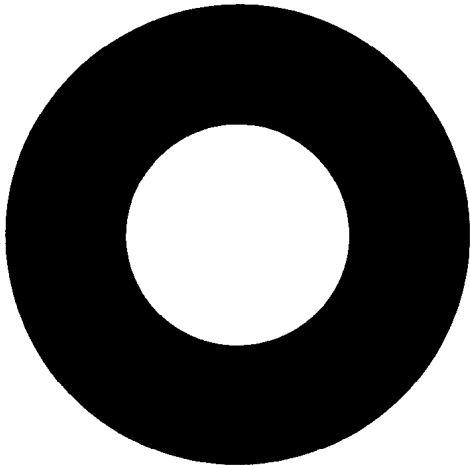
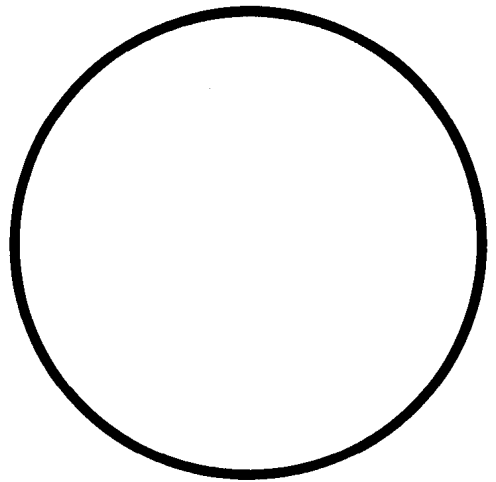
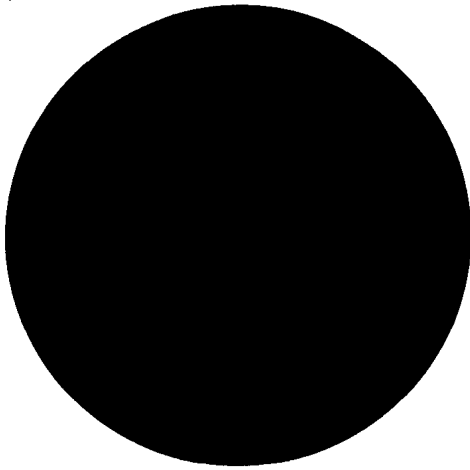
商標的設計在最後結果上有其內容上的附加價值，雖然視覺上的概念和感覺上的優美形態固然重要，本質上所設計出來的抽象圖形和其他的造形具有密切的關係。縱然設計出來的圖形是多麼簡單，也不要加以輕視。自古傳承下來的圖形所具有的意義，也有必要加以了解。

圓形 圓形在數字上很早就存在著，在幾何圖形中屬於最為完整的一種。在日本和外國的文化中，以星形表現的星球是屬於天體的關係，圓形表示一般天體，普通是指太陽或地球等的天體，具有無限、完全的意義。

再者，在圓中面積相同的一對黑與白，意味著陰陽或表示對立，其中的白色較有動感，有往黑地侵略的態勢。圖形上屬於單純明快，同時又具有向心力，整個概念很圓滑，具有包容力，因此在設計上最常被採用。

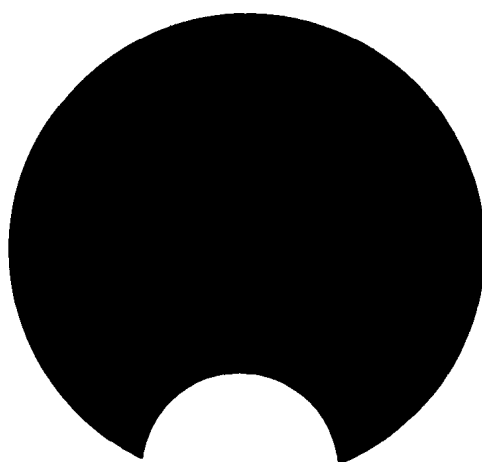
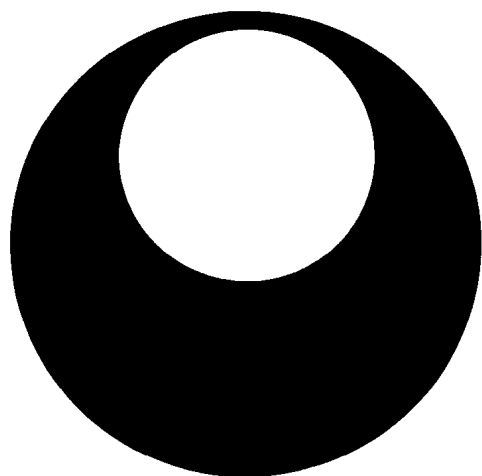
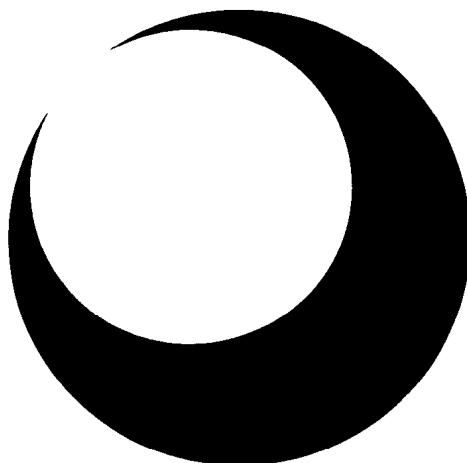
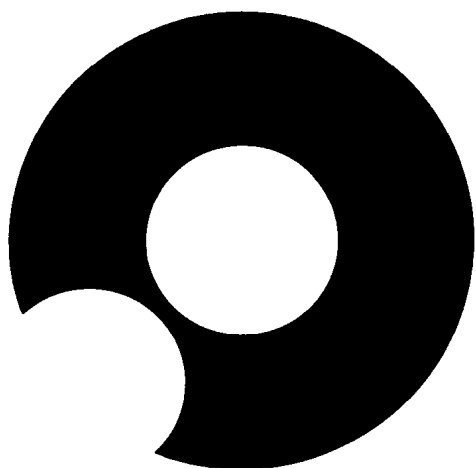
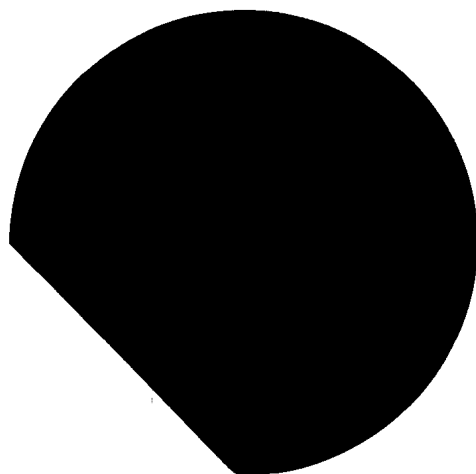
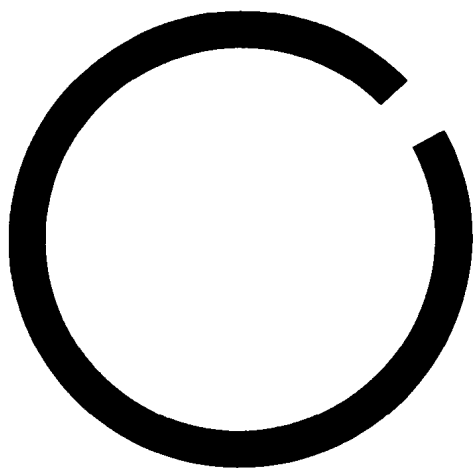


圓、圈、球

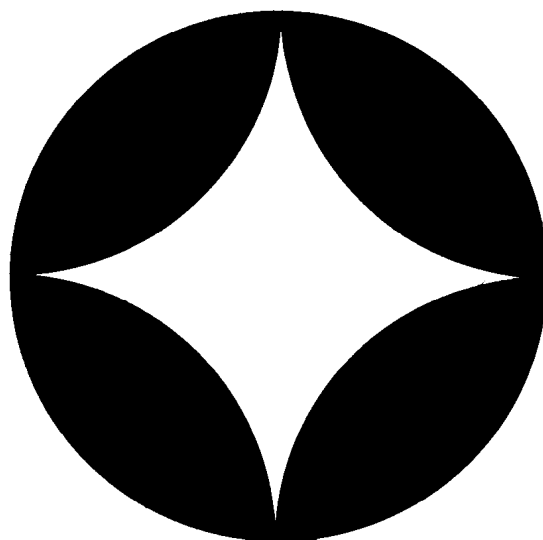
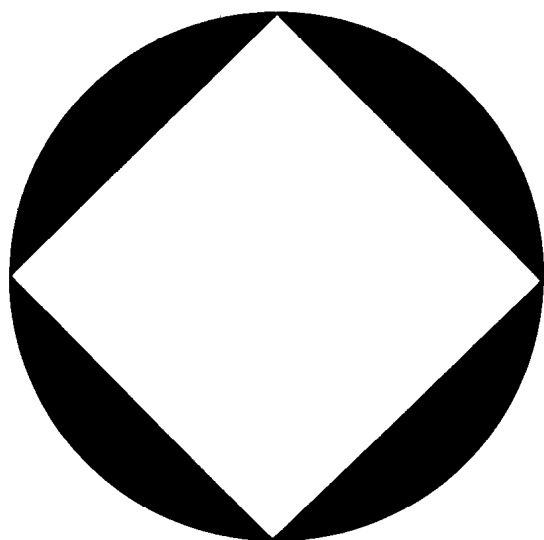
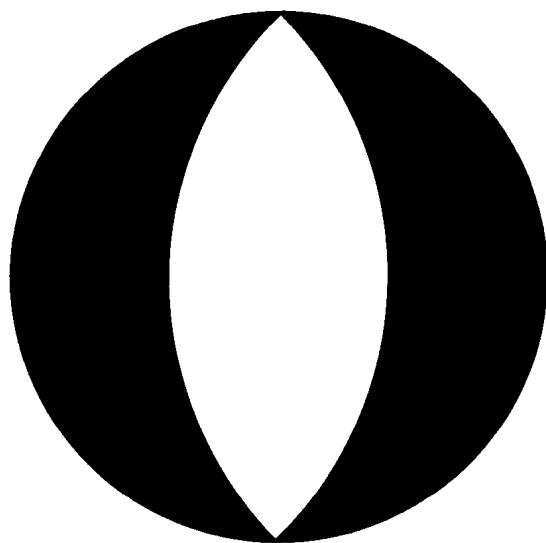
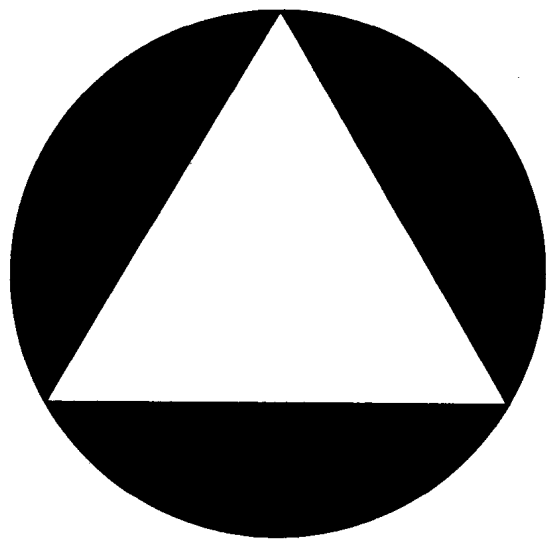


圓、圈、球

圓形有圓形、圈形、球形



正圓的分割



正圓的分割

在此處的圖形是正圓的分割，在構成上極為單純，明快，有力，令人覺得有旺盛的生命力。