



高等院校艺术设计类专业
“十三五”案例式规划教材

标志设计

刘冬娜 李 强 乔春梅 主编



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

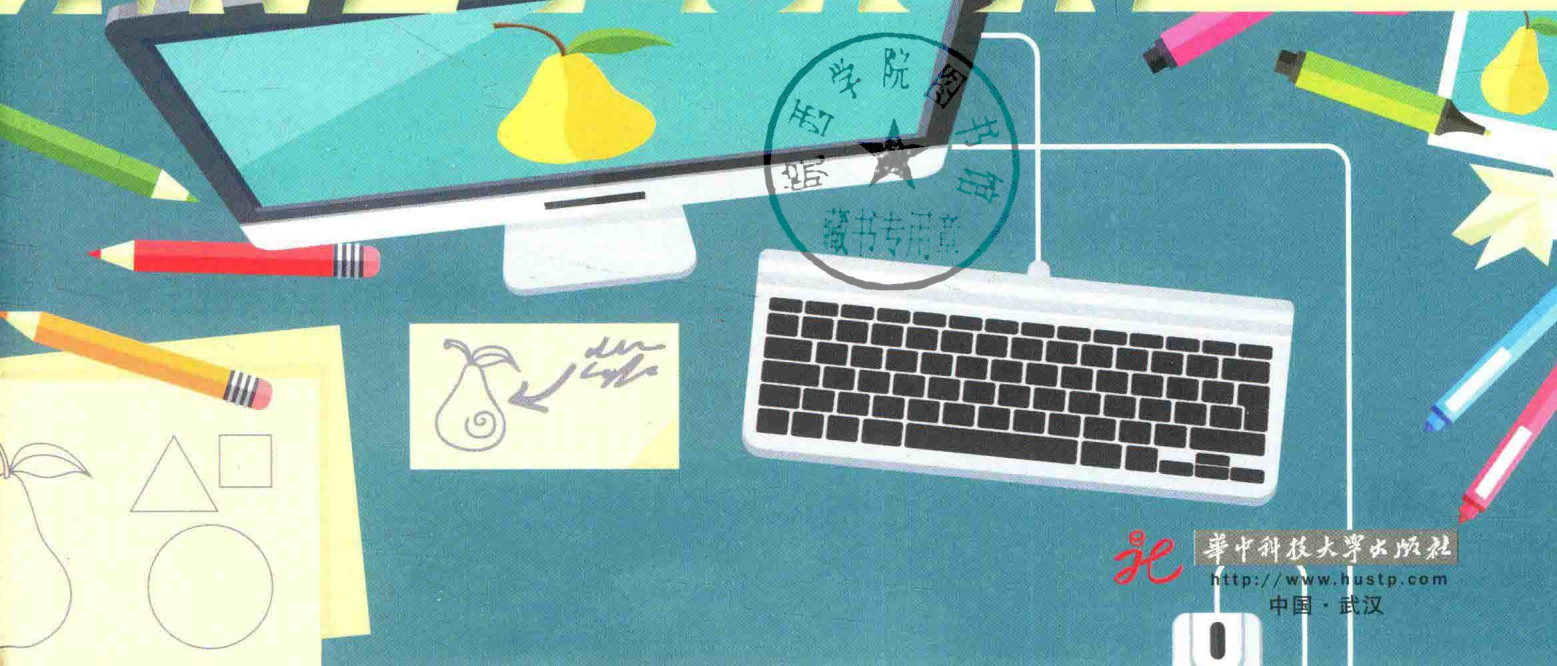


高等院校艺术设计类专业
“十三五”案例式规划教材

标志设计

主 编 刘冬娜 李 强 乔春梅
副主编 徐舒平 郭 铁

ART DESIGN



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内容提要

本书以标志设计为中心,精心挑选了大量新奇独特的图片,结合条理清晰、层次严谨的文本内容,呈现出标志设计的各个领域,包括标志设计基础、标志设计的历史发展、标志语言的表现要素等内容。另外,为响应案例式课堂的号召,特别添加了最后两章的实践内容,包含标志设计实践及优秀标志设计赏析。在每章的最后一节也添加了案例分析,并采用引线做出详细描述,使读者能够学以致用,融会贯通。为避免学习过程的乏味,本书还增加了许多创意元素,如思维导图、小贴士、每章小结等。

本书可作为艺术设计专业基础课程的教学用书,对各类设计的从业人员、艺术爱好者等也有较高的参考及收藏价值。

图书在版编目(CIP)数据

标志设计 / 刘冬娜,李强,乔春梅主编. —武汉:华中科技大学出版社,2019.4

高等院校艺术设计类专业“十三五”案例式规划教材

ISBN 978-7-5680-4880-4

I. ①标… II. ①刘… ②李… ③乔… III. ①标志—设计—高等学校—教材 IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第056674号

标志设计

Biaozhi Sheji

刘冬娜 李 强 乔春梅 主编

策划编辑:金 紫

责任编辑:陈 忠

封面设计:原色设计

责任校对:张会军

责任监印:朱 玢

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编:430223

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:湖北新华印务有限公司

开 本:880mm×1194mm 1/16

印 张:9

字 数:222千字

版 次:2019年4月第1版第1次印刷

定 价:55.00元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

作者简介

刘冬娜，2016年毕业于武汉理工大学，获工程（工业设计）硕士。研究方向为广告设计、新媒体设计。曾在《中国艺术》《包装艺术》《美术大观》等国内专业期刊发表论文、设计作品20余篇（幅）；出版《设计概论》《新媒体设计概论》。主持省级课题1项。指导学生参加广告设计技能大赛，荣获省级一、二、三等奖。

李强，岭南师范学院美术与设计学院教师、汕头大学长江艺术与设计学院学士、首都师范大学美术学院硕士、文化部文化产业创业创意人才库重点人才、中国包装联合会设计委员会全国委员、ADCK亚洲中韩设计协会会员。作品曾获靳埭强设计奖铜奖、中国设计之星银奖、高校艺术设计大赛金奖、教育部节能环保大赛银奖等40余个奖项；入选玻利维亚国际海报双年展、上海·亚洲平面设计双年展、澳门设计双年展、韩国国际海报三年展、深圳国际海报节等多项国际赛事。

乔春梅，副教授，毕业于广州大学美术与设计学院，获艺术学硕士学位。主要致力于视觉传达设计与艺术学理论的教学与研究工作。在《包装工程》《艺术百家》等学术刊物上发表论文20余篇；主持多项省市级课题；主编《书籍装帧设计》等教材。多次获“优秀教师”“优秀教育工作者”和“优秀党员”等称号。



专注成就专业 品质铸造品牌

华中科技大学出版社是教育部直属的全国重点大学出版社，同时拥有图书、音像、电子出版物、网络出版物四大出版权，在高校出版社中率先实现转企改制。华中科技大学出版社建筑分社在城市、建筑、设计等领域的出版规模和市场影响力位居全国前列。

华中科技大学出版社建筑分社拥有一支精通专业、敢于拼搏、勇于创新的编辑团队，秉持“超越传统出版，影响未来文化”的经营理念，努力为我国的社会发展与城镇化建设提供专业化的知识服务与解决方案。分社以诚信、严谨、进取的工作作风吸引了众多著名专家和高端作者，出版了一大批深受读者喜爱、广获专家好评的学术著作和高校教材。分社建筑设计、艺术设计类市场图书在业界拥有较高知名度，部分图书远销海外。

十年树木，百年树人。“十三五”期间，华中科技大学出版社建筑分社将继续携手优秀作者，共同构筑智慧平台，一如既往地为用户提供专业化、国际化的优质产品与服务，为祖国的各项建设事业贡献力量。

投稿热线：027-81339688转781

联系邮箱：jinz@hustp.com

总社网址：<http://www.hustp.com>

样书索取：请加QQ群253344958联系管理员

盗版举报：12390或027-68892461



前言

Preface

标志在当代社会中已经成为一种视觉语言，它形象直观，不受文字约束，逐渐成为交流与沟通的重要视觉渠道。在汉字出现以前，先民就使用图形进行沟通和交流，传统图形艺术已有数千年的历史，其形成与演变的过程反映了中国文明历史的发展。传统图形有的简单、朴素，有的复杂、庄重，许多经典的图形沿用至今，具有无穷的魅力。传统图形艺术具有丰富的文化内涵，例如，太极图形由两条黑白鱼形组成，以圆心为中心点呈旋转对称之势，造型对称、饱满，蕴含着“天人合一”“道生万物”“阴阳相合”的传统哲学观念，是传统图形艺术中的代表。中国传统图形在表现手法上往往“神似”大于“形似”，画面风格若有若无、虚实相生、含蓄自然，展示出独特的意境美。传统图形艺术源于劳动人民的生产与生活，往往表现出强烈的人情味和对未来美好生活的向往。我国传统年画作品常将娃娃与莲花结合，或将娃娃与鱼纹结合，画面中充满了祥和、欢乐的氛围。这些美学思想与艺术情怀对现代图形的发展具有积极且深远的影响。

标志设计是一个创造的过程，它包括“形式的创造”与“意念的创造”两个方面。在标志设计中“形”与“意”是相辅相成的，好的立意要通过优美简洁的形象来体现，而好的造型更离不开独具匠心的创意。设计者要好好地思考自己的设计想要表达一个什么概念，应该怎样去表达这个概念，也就是表现什么和怎样表现。这是设计者必须解决的两个问题。标志设计是一个富有创意的工作，浓缩了大量的设计元素，是内容和形式的完美结合。

现代标志设计以构成法则和构成形式为主要依据，其中，构成法则包括点、线、面的组合形式，构成形式主要包括对称、变异、渐变等，这些创作方法在很多常见标志中或多或少有所体现。当下个

人数字媒体终端的普及更促进了动态标志的发展趋势，以往的“标准照”式的标志已经难以适应新媒体时代的需要。在世界经济快速发展、全球经济一体化的背景之下，文化艺术的发展呈现互相渗透的多元化趋势，现代标志设计理念也在从理性的“少即是多”的现代主义走向提倡个性创新，反对单调、刻板的多元化时代。

本书在编写中得到以下同事、同学的支持，感谢他们为此书提供素材、图片等资料。万丹、汤留泉、鲍雪怡、叶伟、仇梦蝶、肖亚丽、刘峻、刘忍方、向江伟、董豪鹏、陈全、黄登峰、苏娜、毛婵、孙春燕、李平、向芷君、柏雪、李鹏博、曾庆平、李俊、姚欢、闫永祥、杨思彤、杨清、王江泽、王欣、袁倩、万阳、张慧娟、戴陈成、黄溜。

编 者

2018 年 10 月



目录

Contents

第一章 标志设计基础 /1

第一节 标志的内涵 /2

第二节 标志的功能 /3

第三节 标志的特征 /5

第四节 标志分类 /6

第五节 案例分析：银行标志 /34

第二章 标志设计的历史发展 /39

第一节 中国标志设计 /40

第二节 国外标志设计 /46

第三节 标志设计的发展创新 /53

第四节 案例分析：网站标志 /54

第三章 标志语言的表现要素 /59

第一节 文字要素 /60

第二节 图形要素 /62

第三节 色彩要素 /66

第四节 案例分析：公共安全标志 /67

第四章 标志设计主要内容 /71

第一节 创意思维的运用 /72

第二节 标志设计要求 /74

第三节 标志设计原则 /76

第四节 标志设计禁忌 /86

第五节 案例分析：汽车品牌标志 /91

第五章 标志设计实践 /95

第一节 标志命名 /96

第二节 常用设计手法 /100

第三节 一般设计过程 /109

第四节 案例分析：饮食品牌标志 /125

第六章 优秀标志设计赏析 /129

第一节 企业标志赏析 /130

第二节 品牌标志赏析 /132

第三节 组织机构标志赏析 /132

第四节 书法艺术标志 /136

参考文献 /138

第一章

标志设计基础

1

学习难度：★★★★☆☆

重点概念：内涵、作用、特征、种类

章节 导读

在学习标志设计之前，我们要先了解什么是标志。标志在现代社会中随处可见，占据举足轻重的地位。随着社会的进步、信息技术及网络文化的迅猛发展，人们对标志的认识已越来越清晰。图形语言可以使人们获得多维信息和多层的交流，而标志是最具实效性的传播媒介，“图像与图形”已经走进社会生活的各个方面，成为整体生活环境和文化生活中必不可少的组成部分。了解标志设计的来源与发展，能让我们更好地进行标志设计，在将标志设计与时代结合的同时也添加传统的文化元素（图 1-1）。

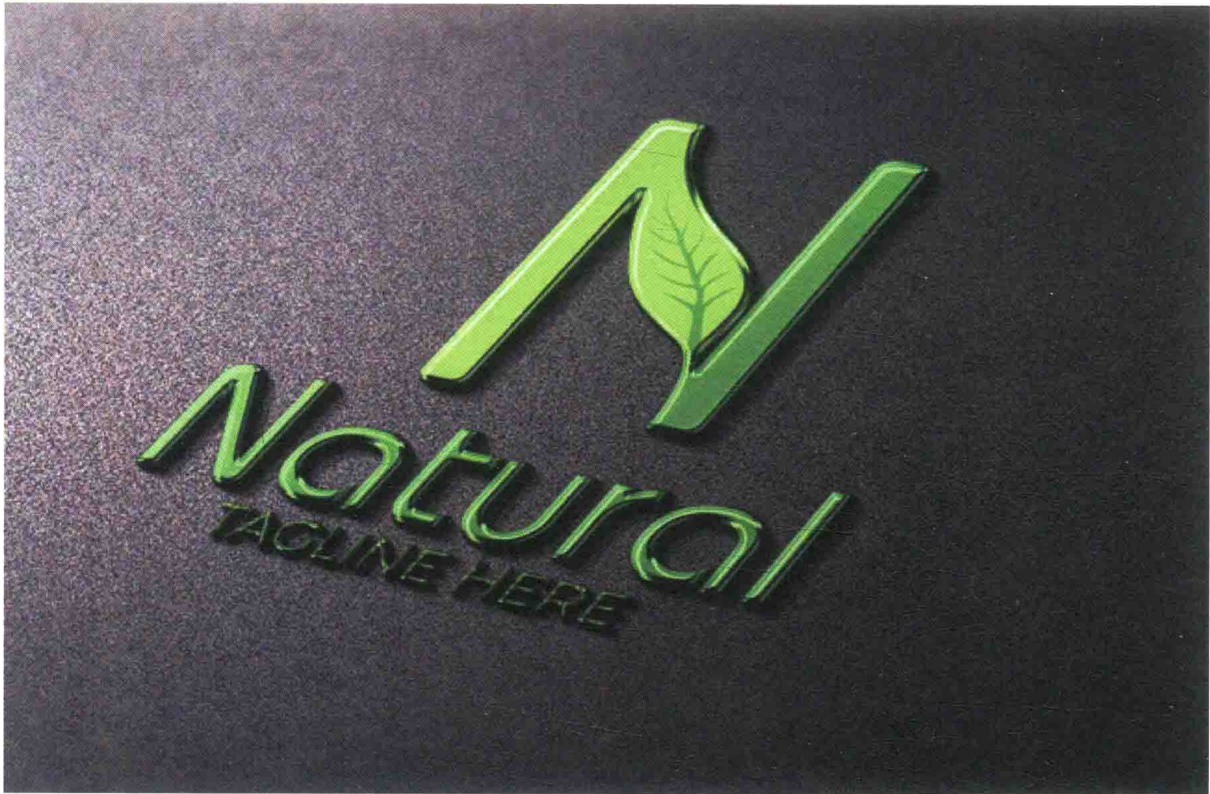


图 1-1 趣味绿叶标志设计

第一节 标志的内涵

标志是一种特定的图形符号，能够体现某一事物的特殊含义或象征意义。标志通过自身的独有形象，既可以代表某一国家、机构、组织、团体、活动、集会、企业和个人，又能将对象的精神、理念、特征、性质和内容表达出来。标志作为可识别的图形符号，它的主要特点就是用来表明事物的特征，传达事物的信息（图 1-2、图 1-3）。



图 1-2 代表企业的标志



图 1-3 表达特征的标志

标志与标记、标识的区别

标志和标记、标识在一般意义上表示同一概念。这是在日常生活中的理解。从标志设计研究的角度出发,标志和标记、标识存在着一定的差异。

标记和标识都带有实体性含义。标记通常指货物的记号。标识指具体的标志物,即带有标志图样的物质实体,一般由金属、塑料、纸、木材、织物等材料制成;标志物有徽章、招牌、标签、吊牌、货签等形式。

标记和标识仅仅能体现标志的部分功能和特质,并非标志的全部含义。标记只有记号的性质,具有明显的指示功能,但缺乏深刻的象征意义;而标识是突出识别功能的标志形式,较少有指示、象征的意义。完整意义上的标志概念,不仅包含了标记和标识的内容,而且具有象征意义。

3

第二节 标志的功能

标志是超越文字的视觉传达符号。标志的功能是与标志的性质联系在一起的,它所表现的内容非常丰富。标志的功能体现在以下五个方面。

一、营造鲜明的形象

企业把标志当成良好信誉和品质的象征,而标志则成为企业树立形象和占领市场的重要竞争媒介。标志在企业形象宣传和信息传达方面使用的频率最高,应用的范围最广。良好的标志和企业形象能深入人心,给人留下深刻印象(图 1-4)。

二、创造高昂的价值

在市场上,如果商标成为名牌,被消费者认可,就会容易达到促进销售的目的,给企业创造价值。名牌商标或标志就是“潜在的销售额”,是企业的无价之宝,是企业精神的象征,成功的品牌或标志能为企业创造难以估量的价值(图 1-5)。

三、树立良好的信誉

成熟的消费者认同品牌购物,这是对企业信誉度的肯定,同时,也能促使企业保证产品质量、维护信誉。维护信誉,取得消费者的信任与好评,是企业开拓市场、增强竞争力的需要。标志是企业信誉的保证,特别是成功品牌,是企业优质和实力的象征。



Apple Computer



Apple Computer

图 1-4 标志营造鲜明形象



图 1-5 标志创造高昂价值



图 1-6 达能集团标志

达能集团总部设于法国巴黎,是一个业务极为多元化的跨国食品公司,达能集团的业务遍布六大洲、产品行销 100 多个国家。在法国、意大利和西班牙,达能集团是当地最大的食品集团,也是当今欧洲第三大食品集团,并列全球同类行业前六名(图 1-6)。

四、表明不同的身份

标志作为身份符号的体现,它能迅速体现自身的与众不同。标志就像身份证,便于消费者快速区分,并以此进行比较和选择。标志的这种作用受到国家法律的保护。标志的主要特质就是其独特性(图 1-7)。

五、扩大知名度

随着商品经济的发展和市场竞争的繁荣,



图 1-7 标志的独特性

标志作为品

牌形象中最基本的视觉传达的形象,体现出越来越重要的商品价值,承载着政治、经济、文化、审美的需求。企业的成功与否与消费者对标志的印象有很大的关联。因此,企业总是在不断地培育自己的声誉,提升企业形象,增强自己的影响力、知名度和信誉度,扩大商品的销路。标志设计的题材与特征,是设计思维和设计活动的中心。题材是标志创意设计的起点,特征是标志创意设计表达的目的。因此,在设计标志时要围绕题材与特征进行构思(图 1-8)。



图 1-8 标志扩大知名度

第三节 标志的特征

标志在信息传达方面,要求便于识别、记忆、制作和推广,同时,它还必须接受时间的检验。作为一种视觉图形语言,标志一般具有以下六个方面的特征。

一、富有美感

标志图形独特的艺术感染力不仅决定了标志信息传达的效力,而且会影响消费者对商品质量的信心与企业形象的认同感。所以我们在进行标志设计时,要创造出造型新颖、极具美感的艺术形象。

如图 1-9 所示,该标志采用对称的图形设计,淡黄色与淡蓝色相间。正形与负形的图案都蕴含着特殊的含义。造型新颖,色彩协调。



图 1-9 富有美感的标志

二、系统规划

形象识别系统的灵魂是标志。标志形象确定后,应对其进行标准化制作,对未来标志形象系统的应用进行统一规划,达到系统化、规范化、标准化的科学管理(图 1-10)。

三、象征性

无论是企业的文化、特色、规模、内容和特点,还是企业的核心价值取向与经营战略,都应标志形象一致,因为标志代表着企业的理念、精神和含义,是企业的象征,只有这样,企业才能获得社会的认同(图 1-11)。

四、易于识别

标志是一种特殊的视觉符号。标志的形象要简练,传达的信息要明确,易于识别,美观大气,给人留下深刻印象,使人看过之后还能品味其中的韵味(图 1-12)。

五、具有时代感

现代社会日新月异,生活和意识形态不断变化,标志图形应尽量避免局限性和区域性,要有鲜明的时代感和艺术魅力,能经得起时间的检验,使图形具有长久的使用功能(图 1-13)。



图 1-10 系统规划标志



图 1-11 象征性标志

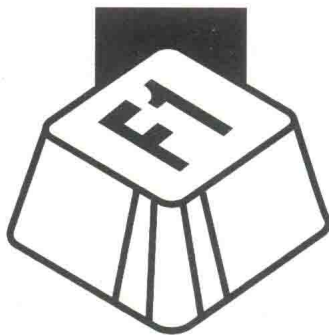


图 1-12 易于识别的标志

六、严谨负责

标志与语言学、社会学、心理学、经济学、人类学以及宗教、风俗等有关，每个国家都有相关的商标法律和法规，特别是社会机构、企业都有自己的名声、形象和信誉（图 1-14、图 1-15）。在进行标志设计时必须考虑这些严肃的综合因素。



图 1-13 具有时代感的标志



图 1-14 形象化标志



图 1-15 风俗化标志

第四节 标志分类

一、组织机构标志

组织机构分为行政组织和社会组织等。行政组织类、社会活动组织类标志是一种肩负神圣使命的符号形象，它所代表的是其背后庄严肃穆的内容和形式，所服务的对象可能是地区、国家甚至是世界范畴内的人们。此类组织机构具有为社会、为人们服务的职责。因而行政组织类、社会活动组织类标志是代表着社会价值的形象。此类标志的设计原则和表现形式应当充分体现其背后的精神风貌和价值取向，进而树立一种庄严、圣洁的形象（图 1-16、图 1-17）。

就社会价值而言，行政组织与社会活动组织有着相似性，它们都是为社会、为人类文明的发展而服务的，但是各自履行职责的形式和性质不尽相同。行政组织拥有行使国家权力的职能，是不带有商业性的。例如党政机关、国土局、国家铁路局等，此类标志的形式表现为党徽、党旗、市徽或机构会徽等（图 1-18、图 1-19）。这些浓缩的符号从侧面反映出一个国家、一个机构的文化底蕴、精神风貌和时代风采。世界各国都拥有自己的政府机构，各个组织机构也拥有自己的标志形象。此



图 1-16 行政组织类标志



图 1-17 社会活动组织类标志



图 1-18 国土局标志

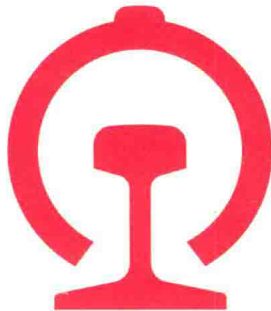


图 1-19 国家铁路局标志

类行政机构的标志作为一个国家或政府机构浓缩的形象，代表了国家或政府机构的精神和利益，代表了人民的利益。在国家与国家之间、国家与世界之间，政府行政组织标志也代表了国际政治交流中国家间相互的权利。

社会活动组织包括社会文化活动类组织和社会公益类组织。社会文化活动类组织主要负责举办各类文化活动，例如奥运会、全运会以及其他文体活动等。社会公益类组织是不以营利为目的的服务型组织，旨在为社会和大众贡献力量，例如红十字会、环境保护协会等。经济全球化的快速推进不仅改变了人们的生活，还改变了人们的精神面貌，加快了人类文明的进步。在高度发达的现代社会，人类在追求高水平物质生活的同时，也更加关注人类与社会、自然和谐共存，寻求人类文明的可持续发展。社会活动组织正是以建造人类文明社会与和谐的自然生态系统为使命而生的。这类标志则是代表这一神圣庄严使命的形象，是一种伟大的精神象征。

如图 1-20 所示，2008 年北京奥运会会徽“中国印·舞动的北京”由以下三个部分构成。

(1) 主体图案像一个人的“京”字中国印，基准颜色选择红色，象征渊源深远的中国传统文化艺术和中国文化喜庆、热烈的气氛。

(2) 汉语拼音“Beijing”和“2008”字样，象征 2008 年北京奥运会。

(3) 奥运五环，象征奥林匹克精神。

“中国印·舞动的北京”会徽将肖形印中国字和五环徽有机地结合起来，充满了深沉的活力。尺幅之地，凝聚着东西方气韵；笔画之间，升华着奥运精神。



图 1-20 北京奥运会会徽

在现代商业经济充斥整个人类社会的形势下，保持与传统文化接轨，与现代文明互动，保证人类生活富有精神内涵，保障人类社会互通有无、共同发展、共同营造一个良好的社会发展环境，是人类共同的梦想。奥运会为人类带来的不仅仅是社会经济的发展，还有人与自然和谐相处的前景与时代精神。社会文化活动类组织的标志形象是一种精神象征和文化延伸。科学技术的发展带来的是现代高度发达的人类文明，在全球一体化进程加快的同时，世界的能源也越来越少，人类自身也受



图 1-21 中国红十字会标志

红十字作为救护团体识别标志,始于 1863 年 10 月,采用白底红十字的臂章体作为伤兵救护团体志愿人员的识别标志。瑞士的日内瓦是红十字会的发祥地。

如图 1-21 所示,红十字标志通常是由五个大小相等的红色正方形拼合成,红十字标志周围的麦穗是中国国徽的图案,这样一来,“红十字”代表红十字会,“麦穗”代表中国,合起来的意思就是中国红十字会。

到了严重的威胁。很多自发性的组织呼吁:“为了人类与自然的和谐共存,为了人类社会与自然界的可持续发展,请保护我们共有的家园。”社会公益性组织旨在解决社会各种问题和追求社会公益性事业的发展。因此社会公益组织标志是一种拥有社会公益使命、谋求社会发展性质的精神形象,象征着人类社会与自然界的可持续发展(图 1-22、图 1-23)。



图 1-22 武汉市慈善总会标志



图 1-23 中国饭店协会标志

1. 行政标志的设计原则

行政标志的形象代表了社会价值观,是国家集体利益、国际社会交流、社会公众利益的体现。因此行政标志的设计应当遵循独特的原则。

首先,作为一种呈现于公众眼前、受到社会公众监督、在国际交流中代表国家利益的形象,行政标志的设计应体现整体性、延续性和世界性(图 1-24)。

其次,行政标志的庄严、肃穆的形象,需要以一种特殊的设计方式来体现,将形象图形化、符号化。标志的设计应当遵循简练、大方、美观的原则,这是标志设计的一个共同原则,行政标志设计也是如此。简单大方的行政标志是对设计形象的浓缩,是一种精神风貌与文化风采的凝练(图 1-25)。

再次,行政标志作为一种特殊的公众形象,要展示的是一种特殊的精神面貌,要在公众中树立起一个明确、直观的形象。在设计中应当完整地表达行政标志蕴含的意义和价值取向,在表意上,



图 1-24 中国食品药品监督管理局标志



图 1-25 中国边海防标志

富有感染力，给予公众肯定的态度（图 1-26）。



图 1-26 中国民航航徽

另外，在行政标志的设计中还要体现出现代艺术设计的价值。作为一种独特的艺术表现形式，行政标志设计应当在遵循以上原则的同时，讲求设计艺术的内涵，遵循标志设计的艺术规律，以独到的表现锤炼出具有高度艺术价值的符号语言，使行政标志展现出独特的艺术感染力和艺术魅力。

图 1-27 所示为中国海事局标志，蓝色代表大海，锚代表船舶，象征了海事局的管理对象和工作性质；两边的橄榄代表海事局为船舶的航行安全保驾护航。该标志表明了海事局是代表中国政府履行国际海事公约的主体。



图 1-27 中国海事局标志

2. 行政标志的设计表现

由于行政标志所代表的内容特殊，这一类标志能给人威严、公正的印象，因而在表现形式上较为工整严谨。

（1）文字和图形的运用。在行政类标志的设计表现中，构成元素的运用是较为谨慎的。图形和