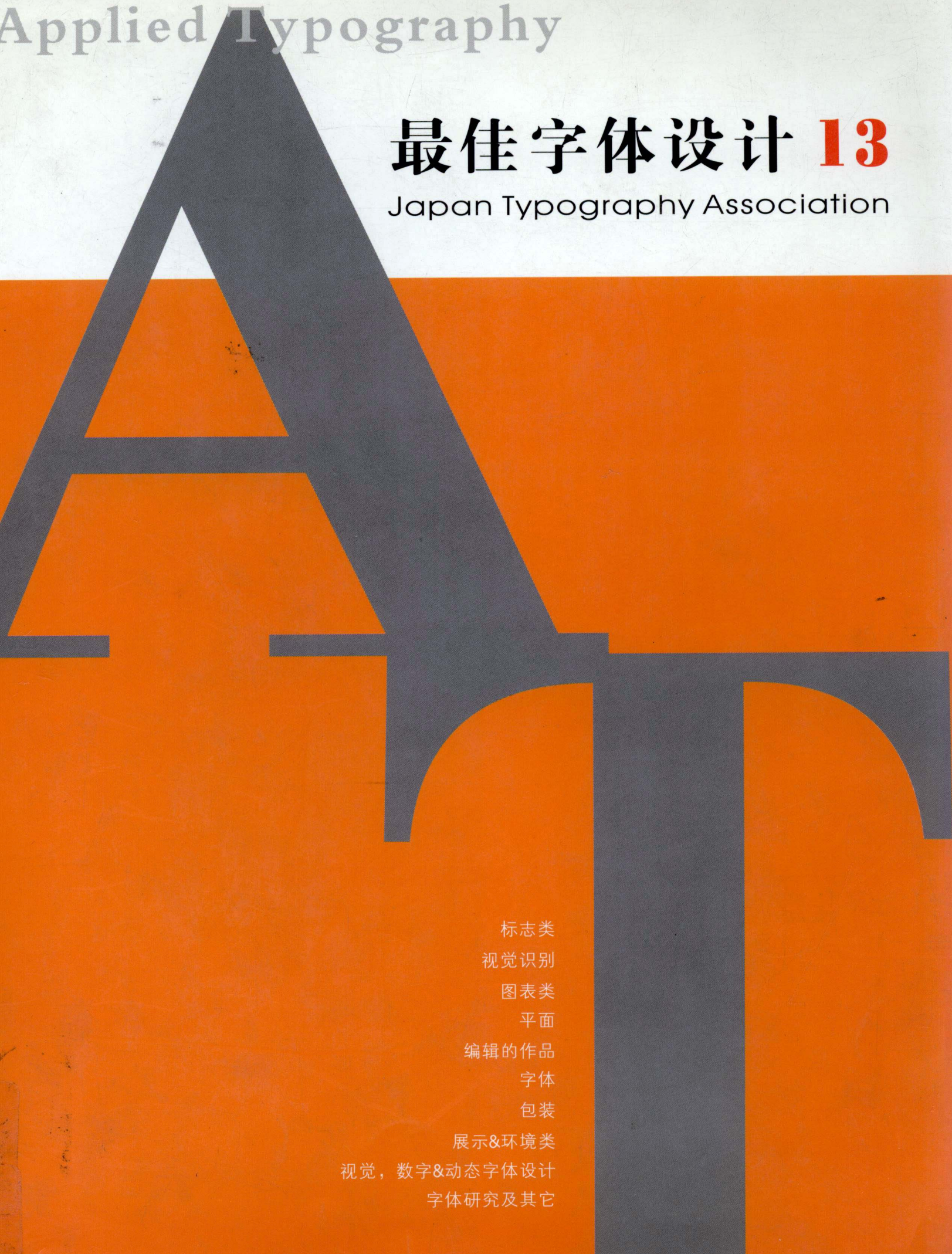


Applied Typography

最佳字体设计 13

Japan Typography Association



标志类

视觉识别

图表类

平面

编辑的作品

字体

包装

展示&环境类

视觉，数字&动态字体设计

字体研究及其它

Applied Typography 13

最佳字体设计

《最佳字体设计》版权声明

Applied Typography 13

© JAPAN TYPOGRAPHY ASSOCIATION 2003

Originally published in Japan in 2003 by Graphic-sha Publishing Co., Ltd

Simplified Chinese translation rights arranged through TOHAN CORPORATION, TOKYO.

本书中文版权由高色调国际出版有限公司在全球华语地区独家出版发行，未经所有者书面授权同意，本书的任何部分不得以任何方式引用或复制。

版权所有，侵权必究

出版发行：高色调国际出版有限公司

印刷：深圳大公印刷有限公司

幅面：230×305mm

印张：14

印数：1-3000

出版时间：2004年7月第1版

印刷时间：2004年7月第1次印刷

策划：吴常剑

责任编辑：何义军

美术指导：颜为昕

美术编辑：陈木林

翻译：张炜

责任校对：盛世安

定价：180.00元

ISBN 962-8482-25-4

E-mail:gsd@hightone.cn

Http://www.hightone.cn

最佳字体设计

Applied Typography 13

J292.13
86
v.13

评审委员长评论

9

汽车大奖赛

13

大奖得主评论

14

特别奖

20

最佳作品

24

获奖作品

标识类

36

象形图，图表

108

视觉识别

82

平面

114

编辑的作品

172

字体

184

包装

194

视觉, 数字 & 动态字体设计

208

展示 & 环境类

200

字体研究和其它

214

编辑创作人员

略记简要说明

主编 工藤强胜

出版委员长 宫坂克己

出版委员 味冈伸太郎

石山俊郎

小川航司

河井义则

七种泰史

坂元良弘

山田正彦

吉延高明

设计 太田澈也

根岸充典

DTP 中田叶子(阳光谷企划)

计划总监 浦田善浩

摄影 木原胜幸(第十工作室)

大谷昌基

田村尚之

远藤纯

翻译 荻原裕美子(第十四页除外)

秘书处 石井万里子

AD—美术指导

CA—书法

CD—创作总监

CL—客户

CW—文案

DE—设计

IL—插图

PH—摄影

P—制作

V—绘图

美术指导：太田澈也



Applied Typography 13

最佳字体设计





字体协奏曲

Eita Shinohara 评审委员长

今年的汽车大奖赛上获奖的是尼桑汽车有限公司的VI（视觉识别）设计。这家日本公司的内部改革已成为一个社会现象的忠于生活的戏剧化。在科技上带来如此新鲜感的VI设计已很久未见。

上个世纪80年代早期以来，日本那些发展快速的公司的竞争目标之一是要建立一个“企业身份”，这些公司为打造他们的品牌形象所做的努力在我们的脑海中仍历历在目。这样一个趋势极大地促进了公众对视觉设计领域的认识，并且这项设计开始对公众的观点和价值取向造成一定的影响。

在21世纪，随着时代的变化和经济的全球化以及停滞，视觉设计业的发展也有所减慢。但是，事实是许多日本设计师仍继续坚持他们设计观念的高标准，即使“企业”环境已发生了变化。这些年所推崇的永恒的创新精神在尼桑VI品牌设计中得到了清楚的体现，似乎“正确的时代终于来临”。正是基于对这种精神的赞赏，大奖颁给了这项作品。

从尼桑VI设计的参考记录中，你可以发现随着公司管理队伍3年前的巨大变革，其品牌形象的重建无可避免地发生了。在清新和典雅观念的基础上，品牌形象还注入了注重实效的简约风格。显然它和一个更富逻辑性的管理体系促进了公司改革的成功。另外，你可以发现设计师对该项设计各细节进行的大胆挑战。

这项个性化标志设计对传统形式没有进行大幅度的改变，保持了适度性；设计在技术上十分精确，体现了一股富有灵感的锐气；再加上与公司形象色彩的协调，产生了一个新鲜的效果。

至于品牌符号，它与“电脑时代”高科技形象相联系的三维立体感，加上其金属材质，使得这项设计开创了一个崭新的方向。

支持这项动态VI设计的当然是这家公司的高级管理层所做的决定，以及品牌设计小组高效率的工作作风。也给我留下这样一种印象：一个公司的管理和品牌设计通常休戚相关。

剩下来的挑战将会是怎样去“保持”。它使我们意识到保持一个永恒的设计管理体系何其重要。

获特别奖的是一个设计师的3部很独特的作品。海报的内容是招生，主题日本文字元素的结合。它是一种典型的象征设计和一种有吸引力的字体。你还可以愉快地感受到有节奏感的创作和一种幽默感。

实验性作品是一种字体制作设计，通过互联网向公众诚征集了新字体设计。

这是一项很好的举措，无疑会促进未来的字体制作，并且这种态度也无愧于“实验性”这一称谓。

小册子是ETO的书，描述中国的十二黄道图。ETO的每个字都是一种简单的设计，可以称之为“新刷字”。它对书法的古典要义进行了一番富有现代感的阐释。结合每一页的三维成分，带来一种字体设计的全新视觉表达。

由一个设计师担当这三种字体设计的美术指导的事实让我很吃惊，并且设计师高雅的审美观和美的感染力给我留下了颇深的印象。

提交给这本年鉴每一栏中越来越多的作品是用电脑打印出来的。这种趋势始于10年前，考虑到当今是电脑时代，这种趋势也在所难免。但是，如果有时候能在一项设计中看到唤起你的情感的更有趣味的“材质”会很好。

即使不可能预见印刷业十年以后的情况，我们仍希望继续提供一个视觉设计引导社会的环境，并且保持“最佳字体设计”的高度敏感性。

评审委员会

评审委员长 藤原荣太

评审委员 味岡伸太郎

伊藤勝一

今北祐一

太田徹也

奥村昭夫

工藤強勝

桑山弥三郎

七種泰史

坂元良弘

杉崎真之助

高田雄吉

高橋善丸

高原新一

中川憲造

成澤正信

南部俊安

西田一成

馬場雄二

三木健

山口至剛

山本洋司

参选·收录作品数目统计

类别	征集数量	入选数量
标识类	747	143
字体	17	8
象形图	9	2
编辑的作品	110	20
视觉识别	83	31
平面	249	67
图表	4	9
包装	59	9
展示&环境类	19	8
视觉,数字&动态字体设计	20	8
字体研究和其它	57	10
总计	1374	310

Applied Typography 13

标识类

视觉识别

象形图，图表

平面

编辑的作品

字体

包装

展示 & 环境类

视觉，数字 & 动态字体设计

字体研究和其它

Applied Typography

汽车大奖赛

Grand Prix

特别奖

Special Prize

最佳作品

Best Works



汽车大奖赛



“大胆和有思想性”的观念

袴田浩司

尼桑汽车有限公司

设计中心

20世纪90年代后期，尼桑公司面临着一场严厉的经济危机。1999年，尼桑与RENAULT签了一个全球联盟协议以加强自己的经济地位。同年，为了公司的重组，尼桑复苏计划出台。在注重减少花费和高效管理的同时，尼桑公司组织了一个全球策略小组来建立公司品牌身份。因为象征着尼桑品牌复苏的新VI系统被认为对新的尼桑品牌形象至关重要，所以它的建立处于急需之中。

为促进尼桑品牌的发展，我们聚集了一个VI设计小组和一些市场专家。我们的第一个任务就是回顾1983年始建的所有VI系统。它们这些年已变得零碎和繁复。VI小组研究和讨论了我们应该怎样从一个全新的开始来标志尼桑品牌。研究了超过500份设计方案后，尼桑公司决定采用精制改进后的尼桑汽车标志，并且在2000年6月获得了CARLOS GHOSN领导的BI驾驶委员会的批准。

我们原来的汽车标志设计表达了“诚挚感动上苍”的意思，这是公司创始人的哲学。新的品牌标志也继承了原来汽车标志的这些特征。我们让新VI系统在核心上紧随新品牌标志的发展。除了尼桑的企业哲学外，我们不仅意识到尼桑过去70年的伟大传统和继承，还深深地意识到我们作为一家日本公司的责任。

新VI系统采用了一条重红线，将它仔细地置于白色的背景上，并且图示已在各媒体曝光。在日本书法界，一个人提笔之前，可能会思考百遍如何写出理想的每一笔，但是一旦你拿起了笔蘸好了墨，笔画就无济于事了。日本书法的这种精神可以代表尼桑“有思想的大胆”的个性。

新的尼桑品牌标志可以被看作是一个字，同时也可看作是一种形状。这样一个标志直接突出一个公司，有时候它也可能会对公司形象起负作用。我们仍然有许多困难需要克服：组织零碎的系统 and 改变公司在过去许多年的负面形象。我们也必须不停地努力以加强这项VI设计在公司内部的重要性。

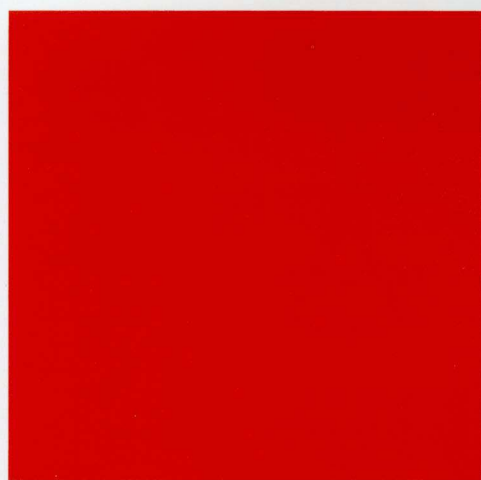
我个人认为通过获取这个享有盛誉的奖项，我们这些年的努力得到了回报，我们的前进方向也得到了客观支持。为了尼桑的VI将在市场上被广泛地接受从而帮助加强尼桑品牌身份，我们将会做出进一步的努力。

在领取大奖的时刻，我谨代表尼桑和VI小组衷心感谢中西元男氏先生和那些为新VI系统的发展作出了巨大努力的人们！

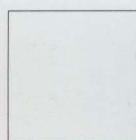
NISSAN

MOTOR COMPANY

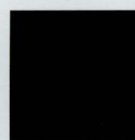
NISSAN



NVR-01



NVW-01



NVB-01



NVG-01



NVG-02



NVG-03



NVS-01



NVL-01

001

NISSAN VISUAL IDENTITY

ad,de 日産自動車ブランドマネジメントオフィス
NISSAN MOTOR CO., LTD. Brand Management Office
日産自動車デザイン本部
NISSAN MOTOR CO., LTD. Design Center
PAOS

