

中国标志志

社会类专辑

创意

湖北美术出版社

中
国
标
志



北方工业大学图书馆



00489955

创
意

湖北美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

社会类专辑. / 靳埭强等编著.

— 武汉: 湖北美术出版社, 2001.1

(中国标志创意 / 吕中元主编)

7-5394-1074-4

I. 社...

II. 靳...

III. 社会—标志—作品集—中国

IV. J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第84993号

中国标志创意·社会类专辑

主编: 吕中元 彭年生

策划: 李中扬 桂美武

顾问: 陈汉民 王国伦

责任编辑: 桂美武

封面设计: 刘欣欣

终审: 彭年生

整体设计、制作:

太阳创意(武汉)有限公司

中国·湖北·武汉

武昌徐东大街逸居苑7-121

TEL: 027-86811970

出版: 湖北美术出版社

发行: 湖北美术出版社

地址: 武汉市武昌黄鹤路75号

经销: 全国新华书店

印制: 深圳华新彩印制版有限公司

开本: 889mm × 1194mm 1/32

印张: 2

版次: 2001年2月第1版

印次: 2001年2月第1次印刷

ISBN 7-5394-1074-4/J·986

定价: 18.00元

CHINESE LOGO DESIGN

主编：吕中元 彭年生

顾问：陈汉民 王国伦



目 录

4	引言	
6	北京理想设计艺术公司	●中国邮电电信总局 ●国家邮政局 ●中国移动通信集团公司
10	蔡建国	●汉铭医院 ●2000年国际生命线年会活动
12	车夫 宏韬	●爱心 2000
14	陈清文	●921(中国)台湾尘颜回顾展
16	仇新钧	●中国台湾彰滨工业区
17	阎宇	●广州地区移动电话号码升 8 位
18	黑马 李征	●广东增城市市徽
20	黑马	●国际少儿友谊书信交流征文活动标志
21	黄中元	●南投市
22	靳埭强 张丽端	●中国金币总公司
23	李长沛	●经济部智慧财产局 ●明升通信
26	李红兵	●中国国际高新技术成果交易会
28	李林	●首都精神文明
29	励中发	●中国联合通信有限公司
30	林采霖	●南投集中营形象商圈
32	林欣德	●台中县元宵灯会 ●大安乡 ●维他露基金会十年真爱活动
36	刘小康	●香港发展策略研究所
37	刘小康 刘裕昌	●地球奖 1997
38	刘欣欣	●东京都中野区国际交流协会(日本)
40	吴春晖	●3·15 国际消费者权益日 ●中山市电话号码升位
43	谢育瑞	●蓝天国际经济交流中心标志
44	薛吉生	●汉派服装商会
46	严章联	●中日经济知识交流 20 周年纪念暨第 20 届年会
47	颜永杰	●台中县媒合活动博览会
48	余秉楠	●中国国家级新产品 ●汕头免税品集团
50	岳晓泉	●安徽省对外经济成果展览会
52	曾联松	●国旗
54	张磊	●99 澳门回归
55	张正成	●建筑金奖 Logo ●台湾中小企业合作交流会 ●箱网养殖学会 LOGO
58	张仃	●国徽
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

社会类专辑. / 靳埭强等编著.

— 武汉: 湖北美术出版社, 2001.1

(中国标志创意 / 吕中元主编)

7-5394-1074-4

I. 社...

II. 靳...

III. 社会—标志—作品集—中国

IV. J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第84993号

中国标志创意·社会类专辑

主编: 吕中元 彭年生

策划: 李中扬 桂美武

顾问: 陈汉民 王国伦

责任编辑: 桂美武

封面设计: 刘欣欣

终审: 彭年生

整体设计、制作:

太阳创意(武汉)有限公司

中国·湖北·武汉

武昌徐东大街逸居苑7-121

TEL: 027-86811970

出版: 湖北美术出版社

发行: 湖北美术出版社

地址: 武汉市武昌黄鹤路75号

经销: 全国新华书店

印制: 深圳华新彩印制版有限公司

开本: 889mm × 1194mm 1/32

印张: 2

版次: 2001年2月第1版

印次: 2001年2月第1次印刷

ISBN 7-5394-1074-4/J·986

定价: 18.00元

目 录

4	引言	
6	北京理想设计艺术公司	●中国邮电电信总局 ●国家邮政局 ●中国移动通信集团公司
10	蔡建国	●汉铭医院 ●2000年国际生命线年会活动
12	车夫 宏韬	●爱心2000
14	陈清文	●921(中国)台湾尘颜回顾展
16	仇新钧	●中国台湾彭滨工业区
17	阎宇	●广州地区移动电话号码升8位
18	黑马 李征	●广东增城市市徽
20	黑马	●国际少儿友谊书信交流征文活动标志
21	黄中元	●南投市
22	靳埭强 张丽端	●中国金币总公司
23	李长沛	●经济部智慧财产局 ●明升通信
26	李红兵	●中国国际高新技术成果交易会
28	李林	●首都精神文明
29	励中发	●中国联合通信有限公司
30	林采霖	●南投集中营形象商圈
32	林欣德	●台中县元宵灯会 ●大安乡 ●维他露基金会十年真爱活动
36	刘小康	●香港发展策略研究所
37	刘小康 刘裕昌	●地球奖1997
38	刘欣欣	●东京都中野区国际交流协会(日本)
40	吴春晖	●3·15国际消费者权益日 ●中山市电话号码升位
43	谢育瑞	●蓝天国际经济交流中心标志
44	薛吉生	●汉派服装商会
46	严章联	●中日经济知识交流20周年纪念暨第20届年会
47	颜永杰	●台中县媒合活动博览会
48	余秉楠	●中国国家级新产品 ●汕头免税品集团
50	岳晓泉	●安徽省对外经济成果展览会
52	曾联松	●国旗
54	张磊	●99澳门回归
55	张正成	●建筑金奖Logo ●台湾中小企业合作交流会 ●箱网养殖学会LOGO
58	张仃	●国徽
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、创意中的审美观照

创造一个有特定功能的符号，它无论是商标，还是文化标志，以及其它的形象符号，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“一句三年得，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，把几种内容的原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·阿瑞德曾经指出，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心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

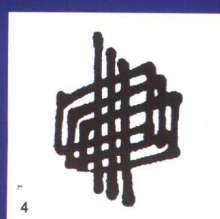
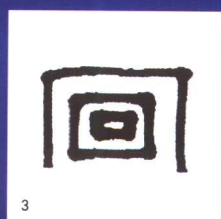
2000 年 12 月

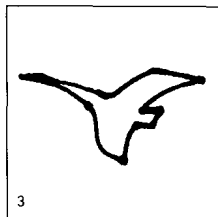
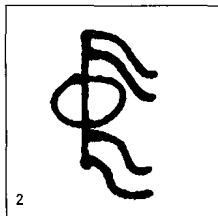
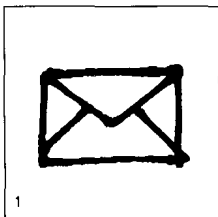
中国邮电电信总局

北京理想设计艺术公司 1995

中国电信的标识，是以中国的“中”字及中国传统图案“回纹”为基础，经发展变化而形成的三维立体空间图案，寓意为四通八达的通信网络，象征“中国电信”四时畅通，无处不达。形象地表达了中国电信的特点：科技、现代、传递、发展。该图案装饰效果强烈，并具有中国特色和现代感。

- 1.“中”字
- 2.回纹
- 3.网络



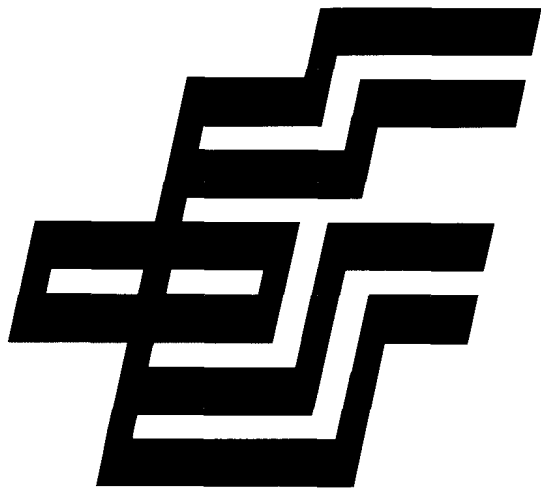


国家邮政局

北京理想设计艺术公司 1996

中国邮政的标识,是用中国古写的“中”字与邮政网络的形象互相结合、归纳变化而成,并在其中融入了翅膀的造型,使人联想起“鸿雁传书”这一中国古代对于信息传送的形象比喻。标识造型朴实有力,以横与直的平行线为主构成,代表了秩序与四通八达;稍微向右倾斜的处理,表现了方向与速度感。中国邮政的标识表达了服务于千家万户的企业宗旨,以及快捷、准确、安全、无处不达的企业形象。

1. 信封
2. 古写的“中”
3. 鸿雁



中国移动通信集团公司

北京理想设计艺术公司 1999

一组回旋错落的黑白线条组成了一个平面造型为六面体的网络结构，象征着移动通信的蜂窝网络。线条纵横交错，首尾相连，寓意中国移动通信四通八达，无处不在。两组白色线条犹如握在一起的两只手，象征着中国移动通信集团公司通过自己的服务，拉近了人与人之间的距离。

1. 回纹
2. 连接呵护
3. 移动通信网络（蜂窝状）





1



2



3



汉铭医院

蔡建国 1996

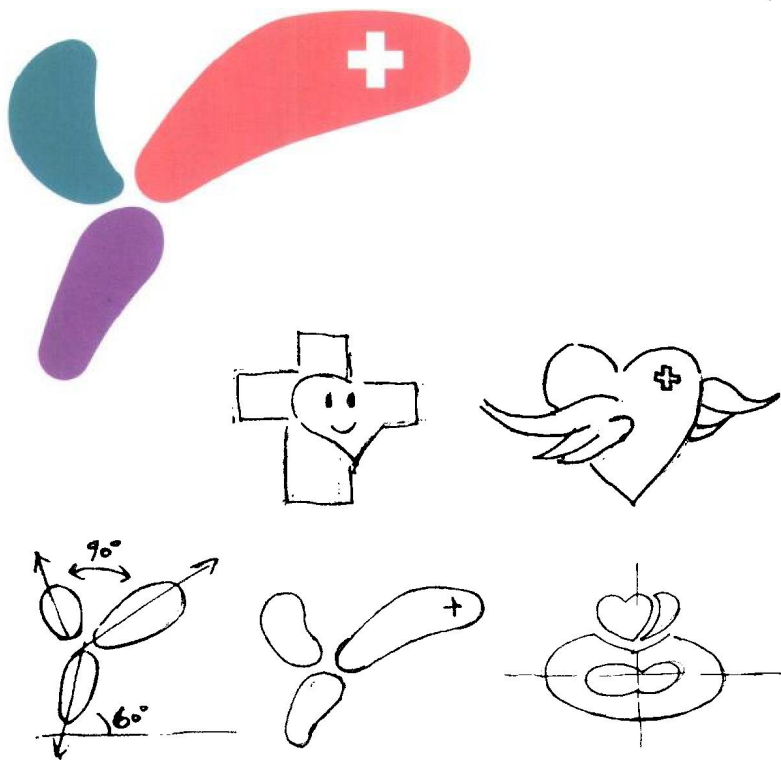
取其医院创始人“杨”之英文字首“Y”元素。

粉红色——妇幼科，代表真挚的母爱。

青绿色——代表现代化尖端医疗科技。

紫色——代表稳重、创新、突破之含义。

在整体意义上，对内有凝聚共识、对外有摄取所长、有向全方位扩张的力量。汉铭医院在迈向21世纪的未来，无论对内或对外，都能展现全新的医疗与服务。



2000 年国际生命线年会活动

蔡建国 2000

以环绕世界、地球的热线电话之千里一线牵，象征国际生命线事业浩瀚宽广。而充满活力的人物造型，象征一颗热爱生命的心，为世界每个徘徊在生命十字路口的人，照耀一片希望之光，使他们重新认识生命的意义与价值。

