

graphic **IDEA**
resource

IDENTITY

Building Image Through Graphic Design

—— 平面创意资源库

标识

以平面设计树立形象

Dianna Edwards and Ted Fabella

戴安娜·爱德华兹 泰德·法布兰 著

汤 韞 琛 译

 中国轻工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

平面创意资源库 / (美)戴安娜·爱德华兹, 泰德·法布兰著; 汤韞琛译. — 北京: 中国轻工业出版社, 2001.1
ISBN 7-5019-3023-6

I.平... II.①戴... ②泰... ③汤 III.平面-设计
IV.J06
中国版本图书馆CIP数据核字(2000)第72948号

Original Title: Graphic Idea Resource/IDENTITY

Copyright © 1998 By Rockport Publishers, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced in any form without written permission of the copyright owners. All images in this book have been reproduced with the knowledge and prior consent of the artists concerned and no responsibility is accepted by producer, publisher, or printer for any infringement of copyright or otherwise, arising from the contents of this publication. Every effort has been made to ensure that credits accurately comply with information supplied.

责任编辑: 崔笑梅 张海容 封面设计: 张皓颖
责任终审: 孟寿萱 版式设计: 武 迎
责任校对: 方 敏 责任监印: 崔 科

出版发行: 中国轻工业出版社
(北京东长安街6号, 邮编: 100740)

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

联系电话: 010-65241695

印 刷: 深圳利丰雅高印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2001年1月第1版 2001年1月第1次印刷

开 本: 889 × 1194 1/16 印张: 72

字 数: 2304千字

书 号: ISBN 7-5019-3023-6/J·155

定 价: 576.00元(共12册), 本册: 48.00元

著作权合同登记 图字: 01-2000-3308

- 平面创意资源库·创新
- 平面创意资源库·色彩
- 平面创意资源库·摄影
- 平面创意资源库·版式
- 平面创意资源库·节省预算
- 平面创意资源库·标识
- 平面创意资源库·促销
- 平面创意资源库·字体
- 平面创意资源库·纸张
- 平面创意资源库·印刷
- 平面创意资源库·印前
- 平面创意资源库·黑白与双色设计

·如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换·

IDENTITY

—— 平面创意资源库

标识

以平面设计树立形象

graphic **IDEA**
resource

IDENTITY

Building Image Through Graphic Design

—— 平面创意资源库

标识

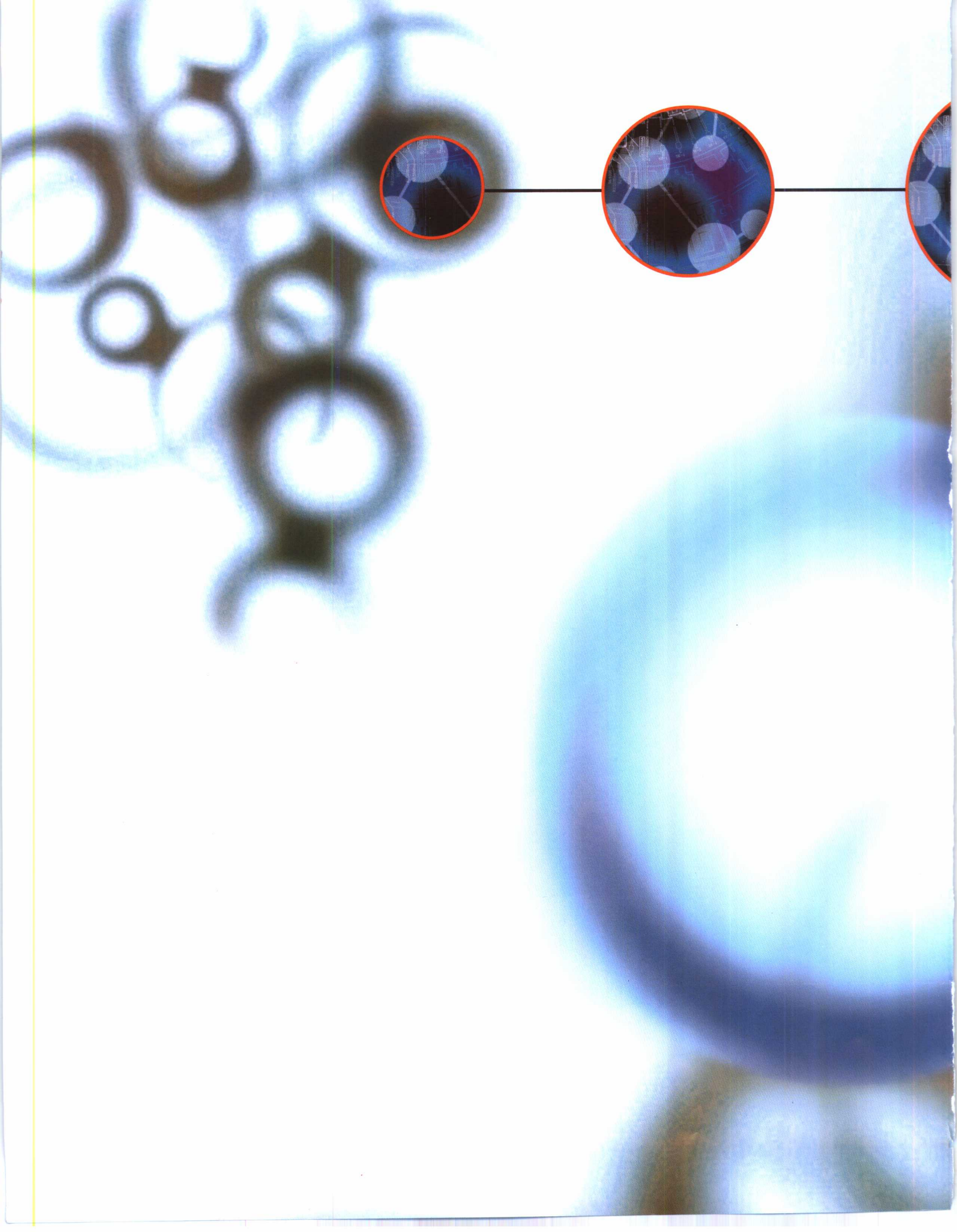
以平面设计树立形象

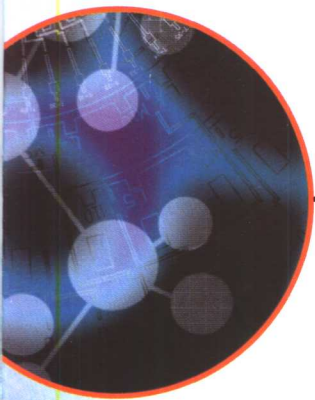
Dianna Edwards and Ted Fabella

戴安娜·爱德华兹 泰德·法布兰 著

汤 韞 琛 译

 中国轻工业出版社





IDENTITY



“你是谁？”这大概是世上最简单不过的问题了。但正如有见地的人认识到的，将错综复杂的文化价值观念以能使观者一眼就辨认出的浓缩特征表现出来并不简单。而这正是CI设计者每日的工作。设计要求大量的投入。

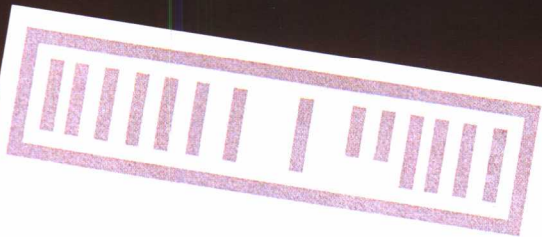
早在“印记”这一词出现在字典里之前，CI就或多或少地影响着人们对品牌的感知。正如弗洛伊德引用拿破仑的话“感知即命运”。在当今的全球化市场中此点尤其明显，要知道，通过视觉传递信息能够轻易地跨越语言的障碍。

公司标识便是“你是谁”这一问题在平面设计上的解答。品牌是一切的总和：你是谁，你代表什么，重视什么，摒弃什么。需要指出的是这些皆以公司标识（CI）为起点。

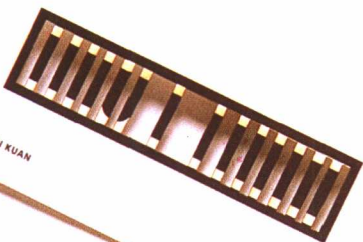
做好CI设计，要具有艺术家的精神和爬虫的耐心。细节处再细微也不过分，因为它重要。而整体设计中，对于取与舍的问题要同样重视。本书提到的设计师们深刻了解这一点。有些设计师，如 Jack Anderson, Debra Sussman, Keith Bright以研究公司标识的细微差别为职业。还有些设计师，如 Stefan Sagmeister, Kan Tai-Keung, Catherine Zask则将自己的特长、哲学思想及其它才能运用到自己的标识设计中。

本书涉及内容广泛，包括对公司的详细介绍、对设计的全方位评介、对来自世界各地的设计师的广泛介绍。

无论怎样多变的设计，所面临的挑战都一样——要回答“你是谁”的问题，声音一定要清晰、明亮。



ANNI KUAN



ANNI KUAN



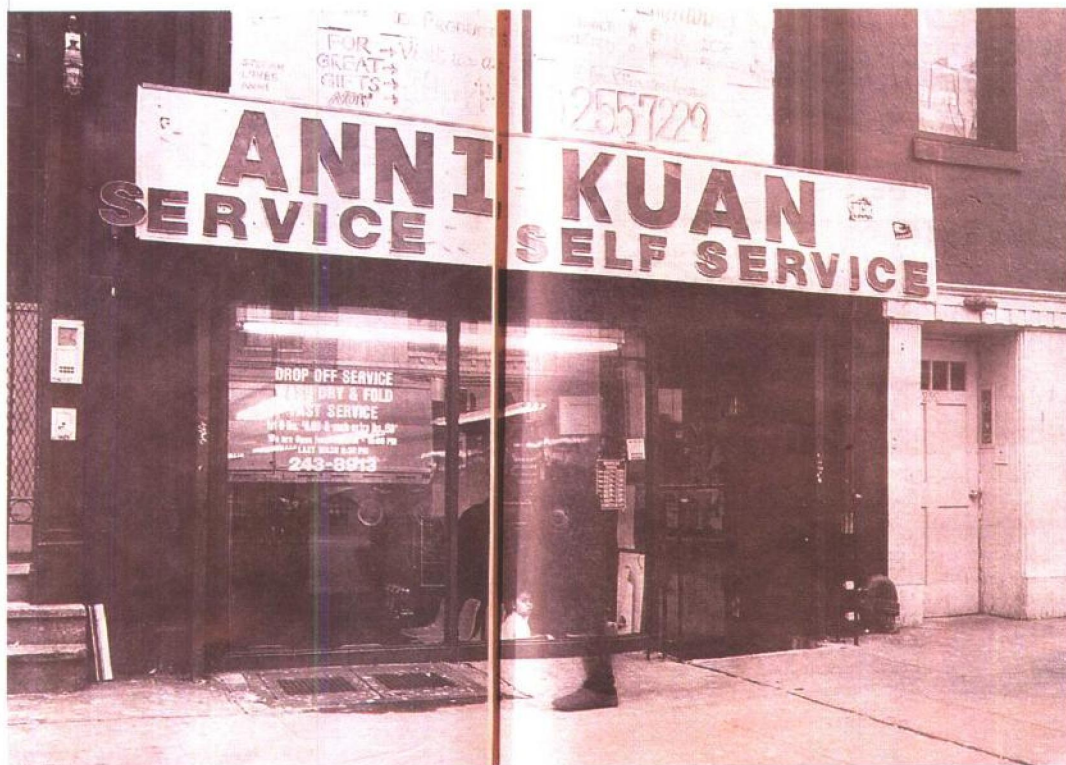
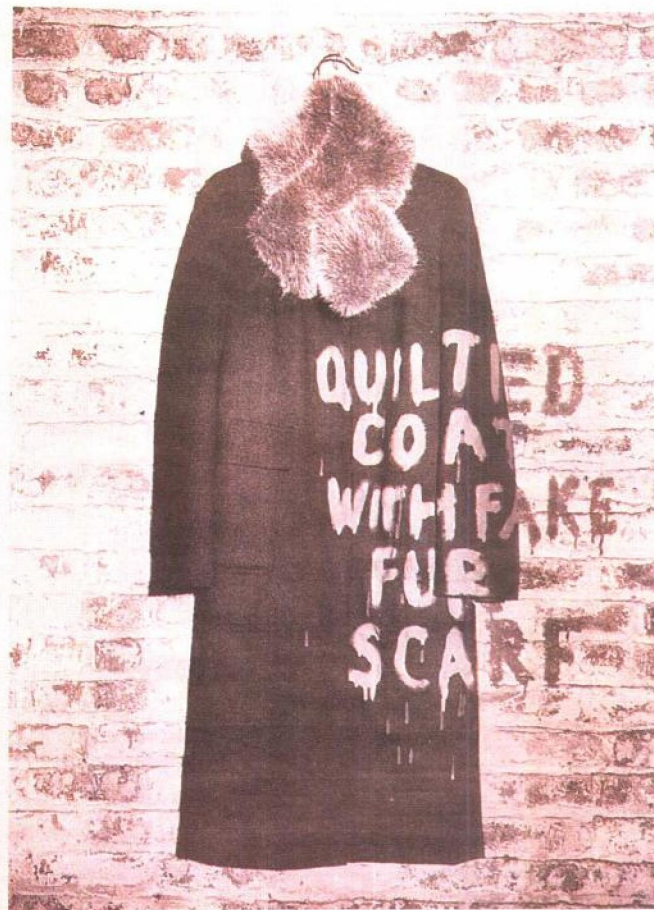
242 W 38TH ST NEW YORK NY 10018 PHONE 212 704 4038 FAX 704 0651

ANNI KUAN

STEFAN SAGMEISTRE 为 ANNI KUAN 做的设计

客 户 Anni Kuan Design
设计公司 Sagmeister Inc.
艺术指导 Stefan Sagmeister
设 计 师 Stefan Sagmeister, Hjalti Karlsson

Sagmeister 为服装设计师 Anni Kuan 设计的 CI，是一个极佳的通过各种媒介有力地传达品牌信息的个案。平面设计各个元素相互作用，正如 Anni Kuan 的设计是以部分构成整体的特色一样。Sagmeister 在此处的设计也必须组合起来才具备完整的效果（比如将名片折叠起来才显出完整的姓名）。店面广告和外面的招牌同样风格突出，十分前卫。



HORNALL ANDERSON 设计公司为美国雪茄公司做的设计

客 户 美国雪茄公司
设计公司 Hornall Anderson Design Works, Inc.
艺术指导 Larry Anderson, Mary Hermes, Mike Calkins,
设 计 师 Michael Brugman

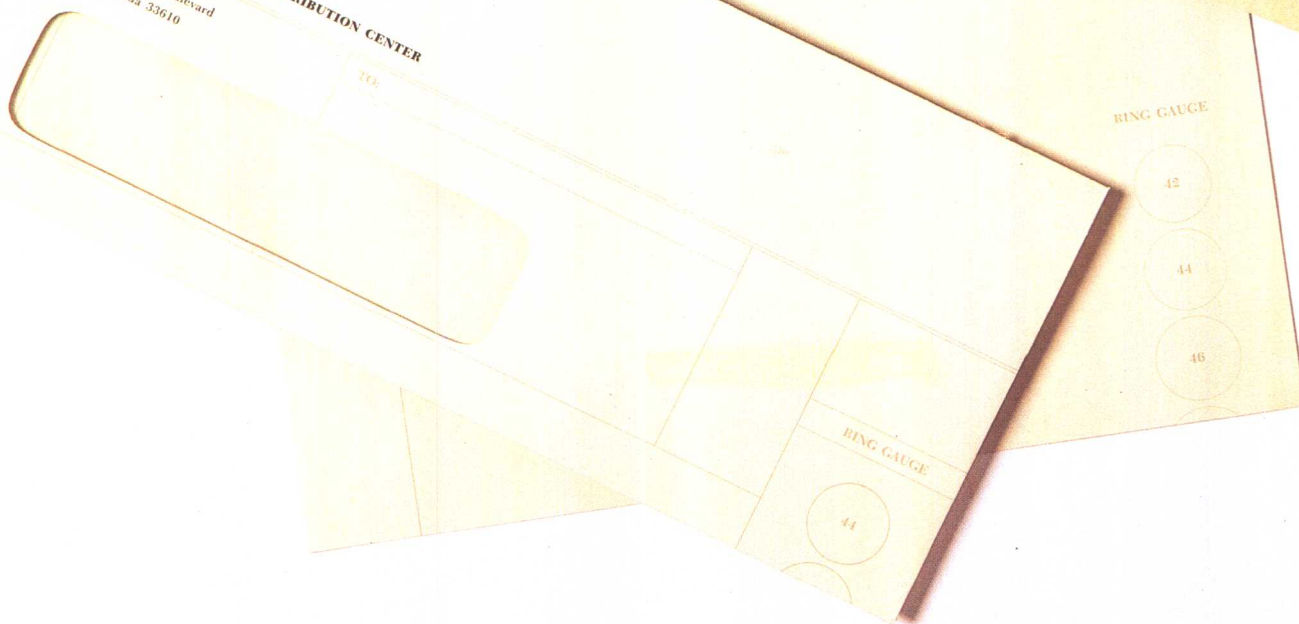
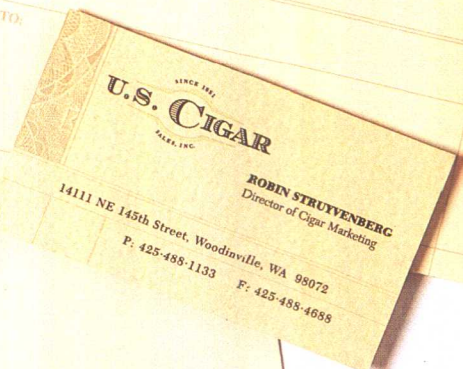
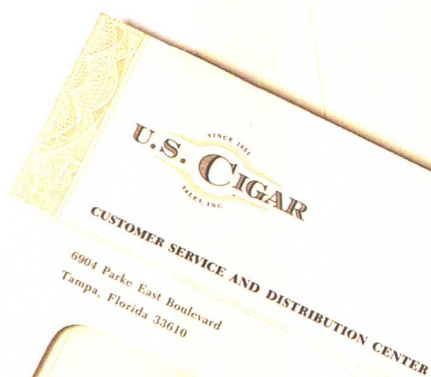
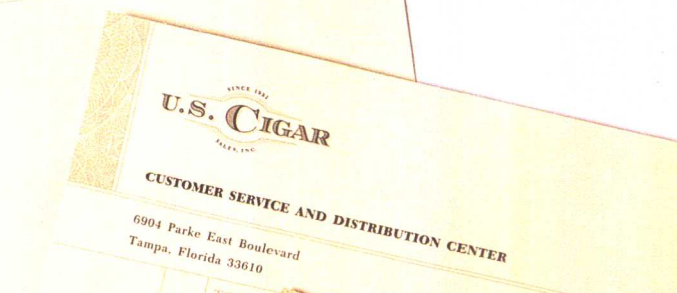
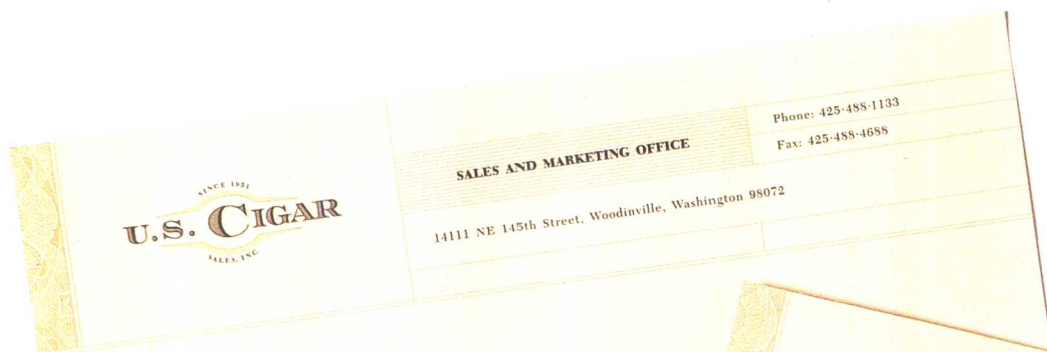
Hornall Anderson的设计, 局部安排优雅、精致, 主题突出, 且以此闻名。此套为美国雪茄公司设计的CI表现了足够的传统与精致。标识语(公司名称)与雪茄包装的历史相呼应。色调和材质的结合让人联想到细密的宽叶烟草。



RUSSELL 设计公司为 RADNET 公司做的设计

客 户 Radnet, Inc.
设计公司 Russell, Inc.
艺术指导 Bob Russell
设 计 师 Laura Wills

多样的颜色、起伏的形状, 还有同因特网一样具有流动性的结构, 三者构成此套CI的基本面貌。在标识设计中, 地球作为人们太熟悉形象很少被采用, 但此处它被巧妙地利用, 成为标识的一个背景。



SCOTT HULL ASSOCIATES
68 EAST FRANKLIN ST.
DAYTON OHIO 45459

TO



HIGH PERFORMANCE
PICTURE MAKING



MOVIN' Illustration Across the Nation →

SCOTT HULL ASSOCIATES
68 EAST FRANKLIN ST.
DAYTON OHIO 45459

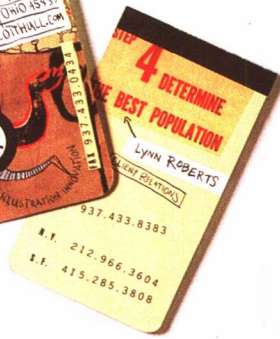
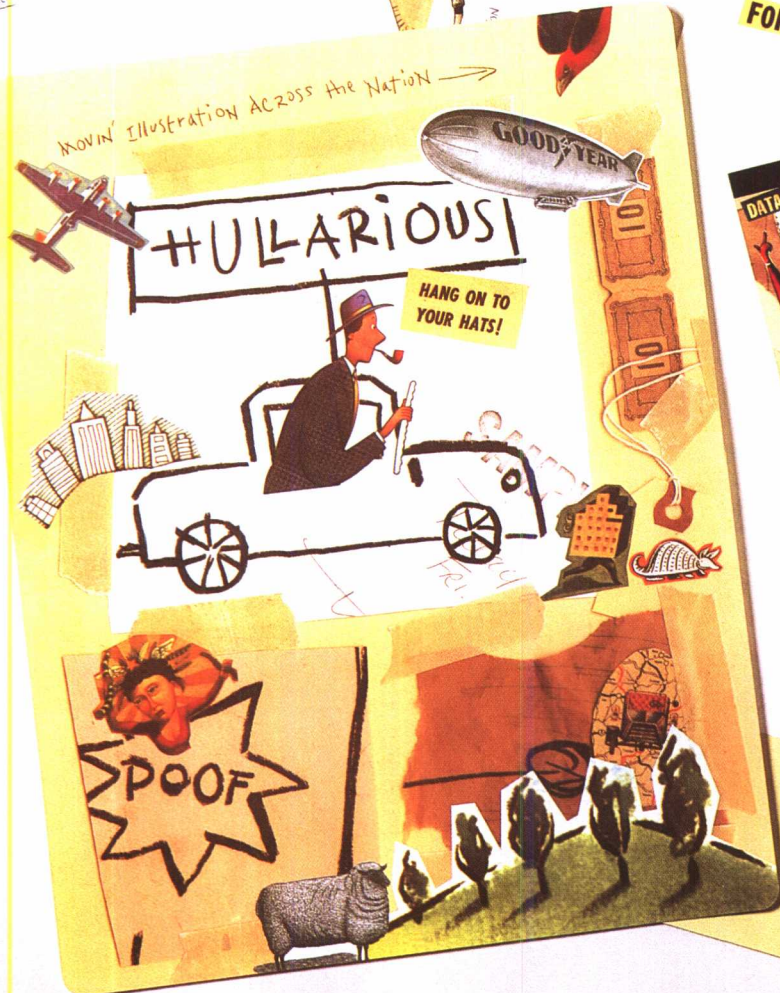
DATA



print the hybrids



FOR HIGH YIELD



DATA

SCOTT HULL ASSOCIATES
68 EAST FRANKLIN ST.
DAYTON OHIO 45459
WWW.SCOTTHULL.COM

937.433.8383
F.F. 212.966.3604
F.F. 415.285.3808
F.F. 937.433.0434

SIEBERT 设计公司为 SCOTT HULL 协会做的设计

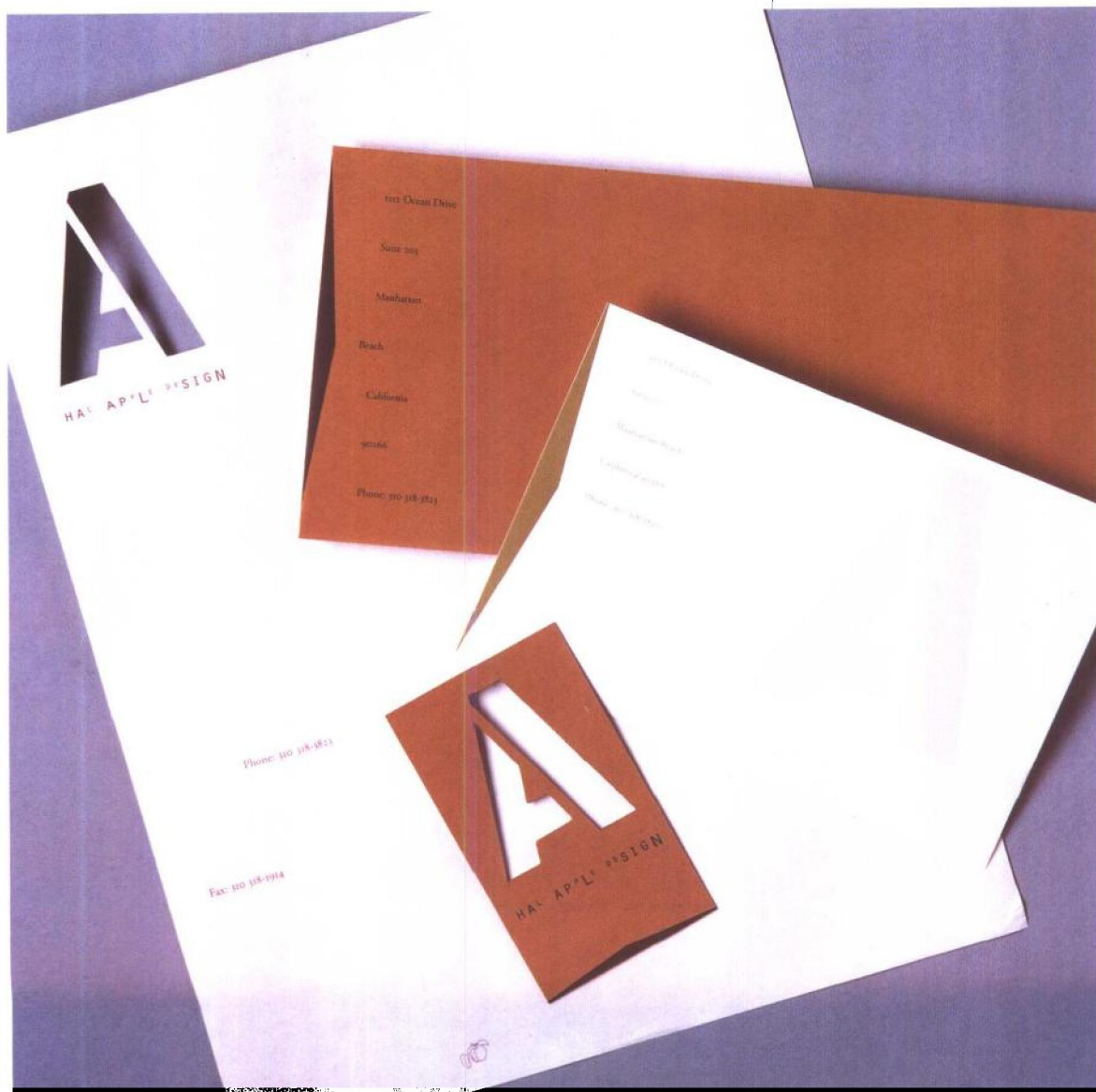
客 户 Scott Hull Associates
设计公司 Siebert Design
艺术指导 Lori Siebert

此套CI采用的设计手法实际上十分普通，是一种较形象的方式。文件夹上一位似在行走着的人代表插图画家 Scott Hull，土黄色系和大量图画的运用使整套CI意趣盎然。手写的标识和直接复制的、怪诞夸张的图片使之更富吸引力。

HALAPPLE 设计公司为自己做的设计

客 户 Hal Apple Design & Communications, Inc.
设计公司 Hal Apple Design & Communications, Inc.
艺术指导 Hal Apple
设 计 师 Alan Otto, Jason Hasmi, Andrea Del Geurico, Hal Apple

此套CI反映了全局战略、经济理念、美学思想三者之间的平衡。简单的设计和印刷使模切工艺容易实施。字母A巧妙地指示公司名字的最后一个单词，显然与公司名“The Other Apple”不谋而合。





EARTHLINK 3100 New York
Pasadena, Calif.
Phone 626 296 2494
Fax 626 296 2470



Aram Youssefian
Director, Creative Services

ayoussef@corp.earthlink.net
Phone 626 296 2494
Fax 626 296 2470

3100 New York Drive, Pasadena, California 91107

www.earthlink.net

www.earthlink.net

EARTHLINK 3100 New York Drive
Pasadena, California 91107



EARTHLINK 创意公司为自己做的设计

客 户 Earthlink Creative Services
设计公司 Earthlink Creative Services
艺术指导 Aram Youssefian
设 计 师 Barbara Chan
图 作 者 Scott Hull Associates

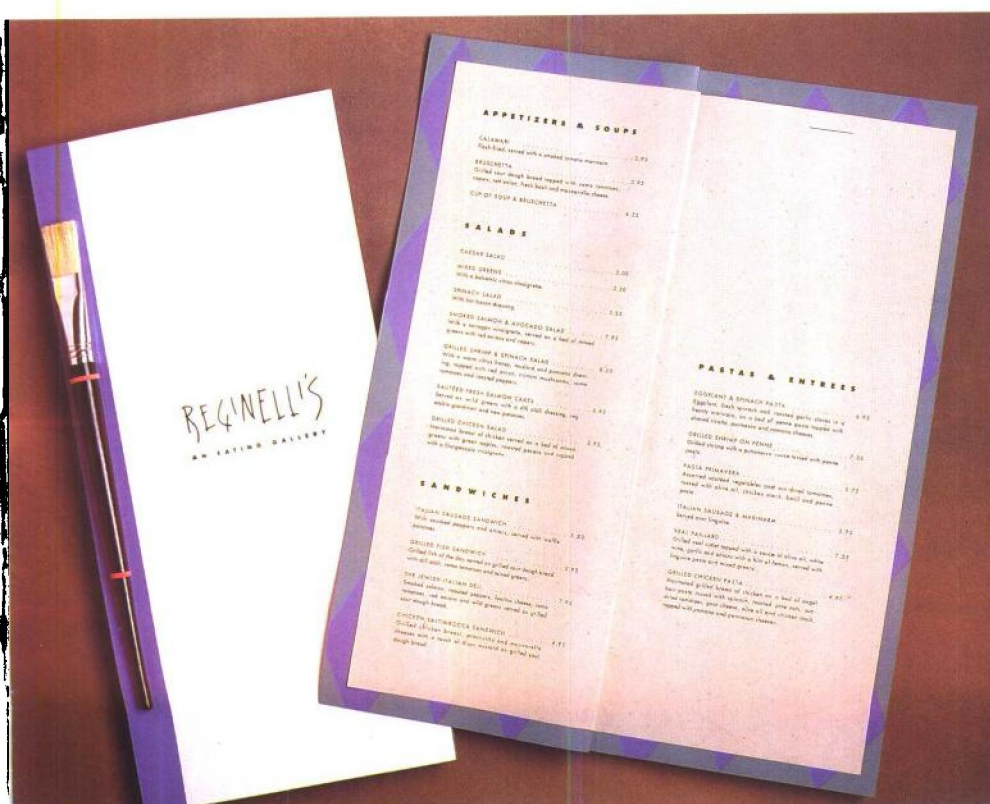
CI设计不易达到活泼的效果。Earthlink Creative Services设计的CI作品中，一个边角做成了弧形，以鲜少使用的各种鲜亮色为背景，从而创造出生动活泼的效果。标识的色彩在整体上很统一。

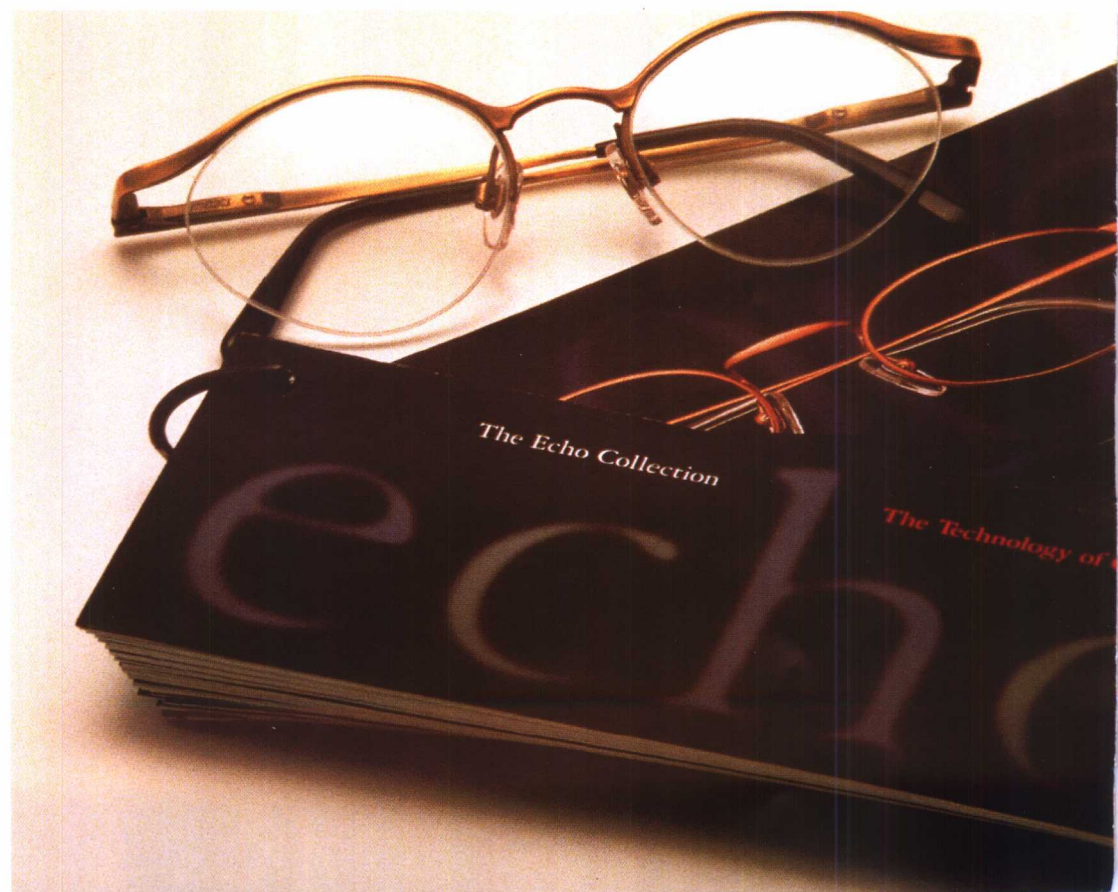
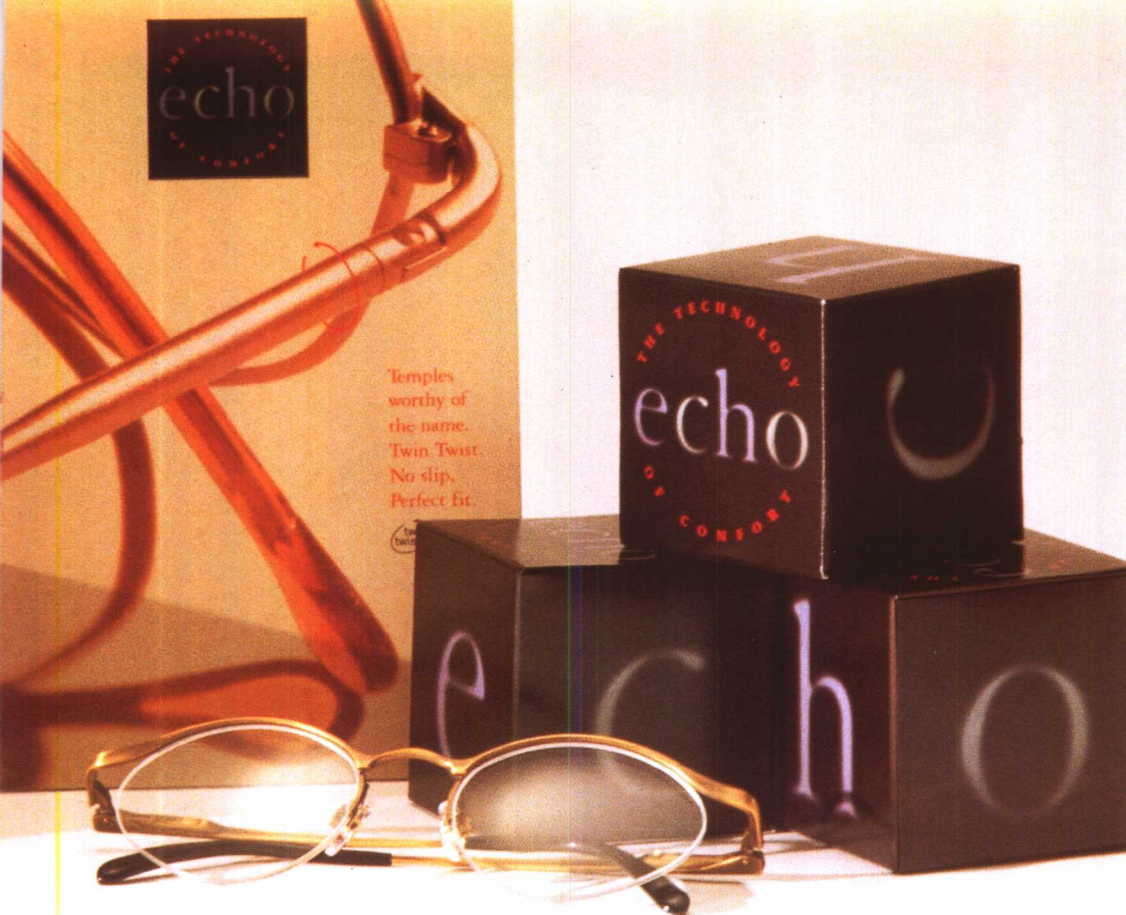


ZANDE NEWMAN 设计公司为
REGINELLI 饭店做的设计

客 户 Reginelli's/Darryl Reginelli, Stephanie Bruno
设计公司 Zande Newman Design
图 作 者 Robert Guthrie
设 计 师 Michelle Zande, Adam Newman

这套生动亲切的C作品是为一个名称多少有些古怪的地方——餐馆之廊而设计的。轻松随意的标识作为描述性的符号再恰当不过了。不同菜单使用不同的漆刷标示，更深入地表现了饭店的特征。





客户: *Silhouette Optical*
设计: *Michael Gericke and Sharon Harel for Pentagram Design*

产品的名称常常成为CI设计的灵感源泉。顾客对一个牌子的名称越熟悉,设计成功的机会越大。此处,“ECHO(回声)”的标识中,店名以黑色为背景,印刷体字母出现在包装盒的各面,就像声音在回荡。我们还应注意的是,这一别出心裁的标识多么轻松地就渗透到了包装中。

