

世界标志大典

(二)

许颖 主编

北京出版社

(京)新登字 200 号

世界标志大典 (二)

许颖 主编

北京出版社出版

(北京北三环中路 6 号)

邮政编码: 100011

北京出版社总发行

新华书店北京发行所经销

北京宏伟胶印厂印刷

850 × 1168 毫米 大 16 开本 42.25 印张
1992 年 10 月第 1 版 1995 年 2 月第 3 次印刷

印数: 4000—8000

ISBN 7-200-01714-0/Z · 185

定价(精): 60.00 元

标志与标志艺术

(代序)

一、标志的意义

在科学技术飞速发展的今天，印刷、摄影、设计和图像传送的作用越来越重要，这种非语言传送的发展具有了和语言传送相抗衡的竞争力量。标志，则是其中一种独特的传送方式。

人们看到烟的上升，就会想到下面有火。烟就是有火的一种自然标记。在通讯不发达的时代，人们利用烟（狼烟）作为传送与火的意义有关联的（如火急、紧急、报警、求救等）信息的特殊手段。这种人为的“烟”，既是信号，也是一种标志。它升得高、散得慢，形象鲜明，特征显著，人们从很远的地方都能迅速看到。这种非语

言传送的速度和效应，是当时的语言和文字传送所不及的。今天，虽然语言和文字传送的手段已十分发达，但像标志这种令公众一目了然，效应快捷，并且不受不同民族、国家语言文字束缚的直观传送方式，更加适应生活节奏不断加快的需要。其特殊作用，仍然是任何传送方式都无法替代的。

标志，是表明事物特征的记号。它以单纯、显著、易识别的物象、图形或文字符号为直观语言，除标示什么、代替什么之外，还具有表达意义、情感和指令行动等作用。

标志，作为人类直观联系的特殊方式，不但在社会活动与生产活动中无处不在，而且对于国家、社会集团乃至个人的

根本利益,越来越显示其极重要的独特功用。例如:国旗、国徽作为一个国家形象的标志,具有任何语言和文字都难以确切表达的特殊意义。公共场所标志、交通标志、安全标志、操作标志等,对于指导人们进行有秩序的正常活动、确保生命财产安全,具有直观、快捷的功效。商标、店标、厂标等专用标志对于发展经济、创造经济效益、维护企业和消费者权益等具有重大实用价值和法律保障作用。各种国内外重大活动、会议、运动会以及邮政运输、金融财贸、机关、团体乃至个人(图章、签名)等几乎都有表明自己特征的标志,这些标志从各种角度发挥着沟通、交流、宣传作用,推动社会经济、政治、科技、文化的进步,保障各自的权益。随着国际交往的日益频繁,标志的直观、形象、不受语言文字障碍等特性极其有利于国际间的交流与合作,因此国际化标志得以迅速推广和发展,成为视觉传达最有效的手段之一,成为人类共通的一种直观联系工具。

二、标志的起源

标志的来历,可以追溯到上古时代的“图腾”。那时每个氏族和部落都选用一种认为与自己有特别神秘关系的动物或自然物象作为本氏族或部落的特殊标记(即称之为图腾)。如女娲氏族以蛇为图腾,夏禹的祖先以黄熊为图腾,还有的以太阳、月亮、乌鸦为图腾。最初人们将图腾刻在居住的洞穴和劳动工具上,后来就作为战争和祭祀的标志,成为族旗、族徽。国家产生以后,又演变成国旗、国徽。

古代人们在生产劳动和社会生活中,

为方便联系、标示意义、区别事物的种类特征和归属,不断创造和广泛使用各种类型的标记,如路标、村标、碑碣、印信纹章等。广义上说,这些都是标志。在古埃及的墓穴中曾发现带有标志图案的器皿多半是制造者的标志和姓名,后来变化成图案。在古希腊,标志已广泛使用。在罗马和庞贝以及巴勒斯坦的古代建筑物上都曾发现刻有石匠专用的标志,如新月车轮、葡萄叶以及类似的简单图案。中国自有作坊店铺,就伴有招牌、幌子等标志。在唐代制造的纸张内已有暗纹标志。到宋代,商标的使用已相当普遍。如当时济南专造细针的刘家针铺,就在商品包装上印有兔的图形和“认门前白兔儿为记”字样的商标。欧洲中世纪士兵所戴的盔甲,头盖上都有辨别归属的隐形标记,贵族家族也都有家族的徽记。

到本世纪,公共标志、国际化标志开始在世界普及。随着社会经济、政治、科技、文化的飞跃发展,到现在,经过精心设计从而具有高度实用性和艺术性的标志,已被广泛应用于社会一切领域,对人类社会的发展与进步发挥着巨大作用 and 影响。一门新兴的科学——“符号标志学”应运而生已是历史的必然。

三、标志的特点

1. 功用性

标志的本质在于它的功用性。经过艺术设计的标志虽然具有观赏价值,但标志主要不是为了供人观赏,而是为了实用。标志是人们进行生产活动、社会活动必不可少的直观工具。

标志有为人共用的,如公共场所标

志、交通标志、安全标志、操作标志等；有为国家、地区、城市、民族、家族专用的旗徽等标志；有为社会团体、企业、会议、活动专用的，如会徽、会标、厂标、社标等；有为某种商品产品专用的商标；还有为集体或个人所属物品专用的，如图章、签名、花押、落款、烙印等，都各自具有不可替代的独特功能。具有法律效力的标志尤其兼有维护权益的特殊使命。

2. 识别性

标志最突出的特点是各具独特面貌，易于识别。显示事物自身特征，标示事物间不同的意义、区别与归属是标志的主要功能。各种标志直接关系到国家、集团乃至个人的根本利益，决不能相互雷同、混淆，以免造成错觉。因此标志必须特征鲜明，令人一眼即可识别，并过目不忘。

3. 显著性

显著是标志又一重要特点，除隐形标志外，绝大多数标志的设置就是要引起人们注意。因此色彩强烈醒目、图形简练清晰，是标志通常具有的特征。

4. 多样性

标志种类繁多、用途广泛，无论从其应用型式、构成形式、表现手段来看，都有着极其丰富的多样性。

其应用形式，不仅有平面的（几乎可利用任何物质的平面），还有立体的（如浮雕、园雕、任意形立体物或利用包装、容器等的特殊式样做标志等）。

其构成形式，有直接利用物象的，有以文字符号构成的，有以具象、意象或抽象图形构成的，有以色彩构成的。多数标志是由几种基本形式组合构成的。

就表现手段来看，其丰富性和多样性几乎难以概述，而且随着科技、文化、艺

术的发展，总在不断创新。

5. 艺术性

凡经过设计的非自然标志都具有某种程度的艺术性。既符合实用要求，又符合美学原则，给人以美感，是对其艺术性的基本要求。一般来说，艺术性强的标志更能吸引和感染人，给人以强烈和深刻的印象。

标志的高度艺术化是时代和文明进步的需要，是人们越来越高的文化素养的体现和审美心理的需求。

6. 准确性

标志无论要说明什么、指示什么，无论是寓意还是象征，其含义必须准确。首先要易懂，符合人们认识心理和认识能力。其次要准确，避免意料之外的多解或误解，尤应注意禁忌。让人在极短时间内一目了然、准确领会无误，这正是标志优于语言、快于语言的长处。

7. 持久性

标志与广告或其它宣传品不同，一般都具有长期使用价值，不轻易改动。

四、标志设计的原则

标志设计不仅是实用物的设计，也是一种图形艺术设计。它与其它图形艺术表现手段既有相同之处，又有自己的艺术规律。它必须体现前述的特点，才能更好地发挥其功能。

由于对其简练、概括、完美的要求十分苛刻，即要成功到几乎找不到更好的替代方案的程度，其难度比之其它任何图形艺术设计都要大得多。

1. 设计应在详明了设计对象的使用目的、适用范畴及有关法规等有关情况

和深刻领会其功能性要求的前提下进行。

2. 设计须充分考虑其实现的可行性, 针对其应用型式、材料和制作条件采取相应的设计手段。同时还要顾及应用于其它视觉传播方式(如印刷、广告、映像等)或放大、缩小时的视觉效果。

3. 设计要符合使用对象的直观接受能力、审美意识、社会心理和禁忌。

4. 构思须慎重推敲, 力求深刻、巧妙、新颖、独特, 表意准确, 能经受住时间的考验。

5. 构图要凝练、美观、适形(适应其应用物的形态)。

6. 图形、符号既要简练、概括, 又要讲究艺术性。

7. 色彩要单纯、强烈、醒目。

8. 遵循标志艺术规律, 创造性地探求恰切的艺术表现形式和手法, 锤炼出精当的艺术语言, 使设计的标志具有高度整体美感、获得最佳视觉效果, 是标志设计艺术追求的准则。

五、标志艺术规律

标志艺术除具有一般设计艺术规律(如装饰美、秩序美等)之外, 还有独特的艺术规律。

1. 符号美

标志艺术是一种独具符号艺术特征的图形设计艺术。它把来源于自然、社会以及人们观念中认同的事物形态、符号(包括文字)、色彩等, 经过艺术提炼和加工, 使之结构成具有完整艺术性的图形符号, 从而区别于装饰图和其它艺术设计。

标志图形符号在某种程度上带有文字符号式的简约性、聚集性和抽象性, 甚

至有时直接利用现成的文字符号, 但却完全不同于文字符号。它是以图形形式体现的(现成的文字符号须经图形化改造), 更具鲜明形象性、艺术性和共识性的符号

符号美是标志设计中最重要艺术规律。标志艺术就是图形符号艺术。

2. 特征美

特征美也是标志艺术独特的艺术特征。

标志图形所体现的不是个别事物的个别特征(个性), 而是同类事物整体的本质特征(共性), 或说是类别特征。通过对这些特征的艺术强化与夸张, 获得共识的艺术效果。这与其它造型艺术通过有血有肉的个性刻画获得感人艺术效果是迥然不同的。

但它对事物共性特征的表现又不是千篇一律和概念化的, 同一共性特征在不同设计中可以而且必须各具不同的个性形态美, 从而各具独特艺术魅力。

3. 凝练美

构图紧凑、图形简练, 是标志艺术必须遵循的结构美原则。标志不仅单独使用, 而且经常用于各种文件、宣传品、广告、映像等视觉传播物之中。具有凝练美的标志, 不仅在任何视觉传播物中(不论放得多大或缩得多小)都能显现出自身独立的完整的符号美, 而且还对视觉传播物产生强烈的装饰美感。

凝练不是简单, 凝练的结构美只有经过精到的艺术提炼和概括才能获得。

4. 单纯美

标志艺术语言必须单纯而又单纯, 力戒冗杂。一切可有可无、可用可不用的图形、符号、文字、色彩坚决不用; 一切非本质特征的细节坚决剔除; 能用一种艺术

手段表现的就不用两种；能用一点一线一色表现的决不多加一点一线一色。高度单纯而又具有高度美感，正是标志设计艺术难度高之所在。

六、标志设计的表现手段

标志设计的表现手段极其丰富多样，并且不断发展创新，仅举常见手段概述如下：

（一）标志构思手法

1. 表象手法：采用与标志对象直接关联而具典型特征的形象，直述标志目的。这种手法直接、明确、一目了然，易于迅速理解和记忆。如表现出版业以书的形象、表现铁路运输业以火车头的形象、表现银行业以钱币的形象为标志图形等等。

2. 象征手法：采用与标志内容有某种意义上的联系的事物图形、文字、符号、色彩等，以比喻、形容等方式象征标志对象的抽象内涵。如用交叉的镰刀斧头象征工农联盟，用挺拔的幼苗象征少年儿童的茁壮成长等。象征性标志往往采用已为社会约定俗成认同的关联物象作为有效代表物。如用鸽子象征和平，用雄狮、雄鹰象征英勇，用日、月象征永恒，用松鹤象征长寿，用白色象征纯洁，用绿色象征生命等等。这种手段蕴涵深邃，适应社会心理，为人们喜闻乐见。

3. 寓意手法：采用与标志含义相近似或具有寓意性的形象，以影射、暗示、示意的方式表现标志的内容和特点。如用伞的形象暗示防潮湿，用玻璃杯的形象暗示易破碎，用箭头形象示意方向等。

4. 模拟手法：用特性相近事物形象

模仿或比拟所标志对象特征或含义的手法。如日本全日空航空公司采用仙鹤展翅的形象比拟飞行和祥瑞，日本佐川急便车采用奔跑的人物形象比拟特快专递等。

5. 视感手法：采用并无特殊含义的简洁而形态独特的抽象图形、文字或符号，给人一种强烈的现代感、视觉冲击感或舒适感，引起人们注意并难以忘怀。这种手法不靠图形含义而主要靠图形、文字或符号的视感力量来表现标志。如日本五十铃公司以两个棱形为标志，李宁牌运动服将拼音字母“L”横向夸大为标志等。为使人们辨明所标志的事物，这种标志往往配有少量小字，一旦人们认同这个标志，去掉小字也能辨别它。

（二）标志图形表现形式

1. 具象形式：基本忠实于客观物象的自然形态，经过提炼、概括和简化，突出与夸张其本质特征，作为标志图形。这种形式具有易识别的特点。

2. 意象形式：以某种物象的形态为基本意念，以装饰的、抽象的图形或文字符号来表现的形式。如中国民航的标志图形就是以凤凰形态为意念，以抽象图形来表现的。这种形式往往具有更高的艺术格调 and 现代感。

3. 抽象形式：以完全抽象的几何图形、文字或符号来表现的形式。这种图形往往具有深邃的抽象含义、象征意味或神秘感。如联想集团的标志用方中套圆几何图形来象征博大深远的联想空间。也可没有更深刻含义仅表特征的，如夸大英文名称（或拼音字名称）的字头等。这种形式往往具有更强烈的现代感和符号感，易于记忆。

（三）标志构成的表现手法

1. 秩序化手法：均衡、均齐、对称、放射、扩大或缩小、平行或上下移动、错位等有秩序、有规律、有节奏有韵律地构成图形，给人以规整感。

2. 对比手法：色与色的对比，如黑白灰、红黄蓝等；形与形的对比，如大中小、粗与细、方与圆、曲与直、横与竖等，给人以鲜明感。

3. 点线面手法：可全用大中小点构成，阴阳调配变化；也可全用线条构成，粗细方圆曲直错落变化；也可纯粹用块面构成；也可点线面组合交织构成，给人以个性和丰富感。

4. 矛盾空间手法：将图形位置上下左右正反颠倒、错位后构成特殊空间，给人以新颖感。

5. 共用形手法：两个图形合并在一起时，相互边缘线是共用的，仿佛你中有我，我中有你，从而组成一个完整的图形（ $1+1=1$ ），如太极图的阴阳边缘线共用，“α”中间套个地球，“α”的内沿线与地球边线

共用等，给人以奇异感。

前列仅为常见手法，设计中还需不断发现和创造新手法。

有了好的构思，好的表现形式和手法，如忽略整体的美感，也是不完美的。一个成功的标志，既要有独创性，又须具有强烈的艺术美。

以上所述仅为一管之见，难免挂一漏万，多有讹误。若能对设计有所裨益，诚为编者之幸。

本书汇集世界标志四万余幅，是目前国内此类书中最为全面、详尽的艺术工具书。在编撰过程中，得到许多美术工作者的支持，在此谨表谢意。不当之处恳祈专家及读者指正。

王晖 许颖

目 录

汉字	(1)
数字与符号	(117)
几何形	(147)
宇宙	(517)
植物	(573)

Blank lined paper for writing.

平野歯科医院

興和不動産株式会社

株式会社 東海白蟻研究所

山陽自動車学校

有限会社内山産業

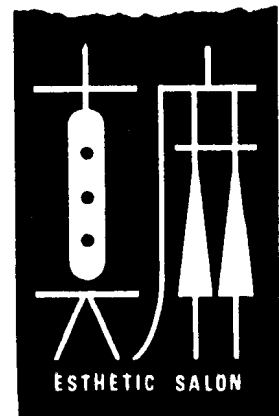
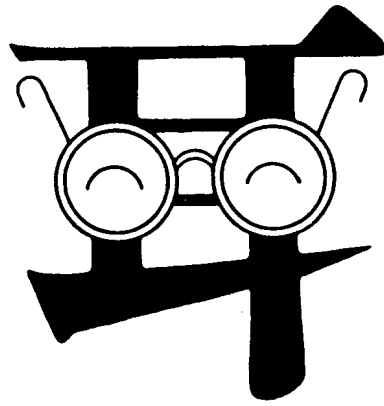
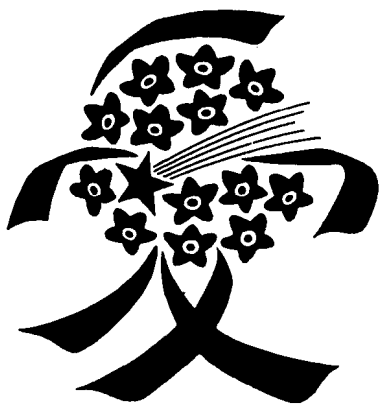
岡山県食品株式会社

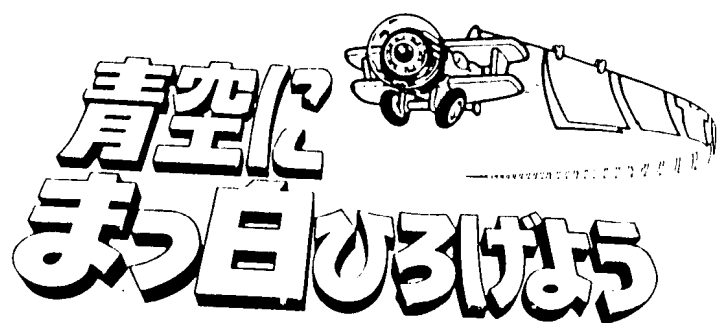
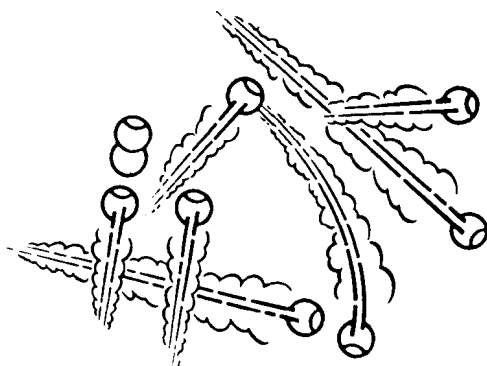
日本不動産クレジット株式会社

三口先端技術専門学院

福島建築設計事務所
大三建設株式会社
弘陽薬品株式会社
佐久木電気株式会社
中央電子光学株式会社
北海道厚生年金会館
中日企画出版有限会社
開文社出版株式会社

イ□は二ほへとち
 リヌるおワカヨた
 ヒフみよイむなや
 コトもち□ラねシ
 キルゆゐツわぬソ
 をタハクめカウオ
 エにサリヘテのま
 スアセゑホれケ





日本エクステリア工業会

日本アスファルト株式会社

日本ヘルスアドバイザー協会

西洋軒

博文社

OMEISYA PRINTING WORK

旺明社

西洋服飾展