

Twenty Nine Design Templates	Easy To Use,	Master Your Work	 矢量中国 设计模版 系列丛书
------------------------------	--------------	------------------	--

	DESIGN	TEMPLATE	实用商业 设计模版 邹加勉 聂创 编著
--	--------	----------	---------------------------------------

		随书附送 矢量文件 双光碟 包含CDR 及AI格式	二十九套精致 商业设计模版 即买即用 快速上手	
--	--	--	--	---

			同时附送 价值五十元 矢量中国 网站充值卡	
--	--	--	--	--

--	--	--	--	--

			高漢設計圖形 COHAN STOCK & 湖南美术出版社 联合出版	VECTORCHINA DESIGN SOURCE COLLECTION
--	--	--	--	---

矢量中国设计模版系列丛书

www.vectorchina.com

实用商业 设计模版



湖南美术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

实用商业设计模版 / 邹加勉、聂创编著, —长沙: 湖南美术出版社, 2006

ISBN 7-5356-2442-1

I. 实... II. ①邹...②聂... III. 广告—平面设计
IV. J524.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 025607 号

矢量中国 · 设计模版丛书——实用商业设计模版 · 3

策划



高漢設計圖形

COHAN STOCK

北大方正 · 方正飞腾图形提供商

矢量中国 www.vectorchina.com

编著

邹加勉、聂创

图形制作

聂创

责任编辑

刘海珍、范琳

责任校对

李奇志

装帧设计

邹加勉

版面设计

聂创

出版发行

湖南美术出版社 (长沙市东二环一段 622 号)

经销

湖南省新华书店

制版印刷

恒美印务 (番禺南沙) 有限公司

开本

885X1230 1/16

印张

12

印数

1-4000 册

2006 年 5 月第 1 版 2006 年 5 月第 1 次印刷

ISBN 7-5356-2442-1/J · 2249

定价: 80.00 元

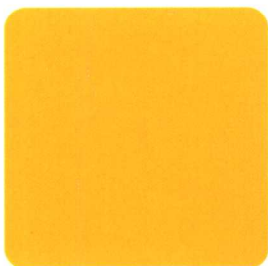
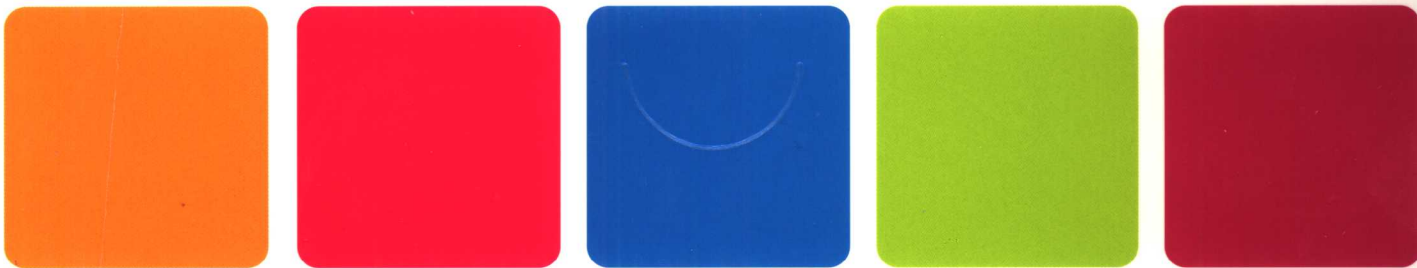
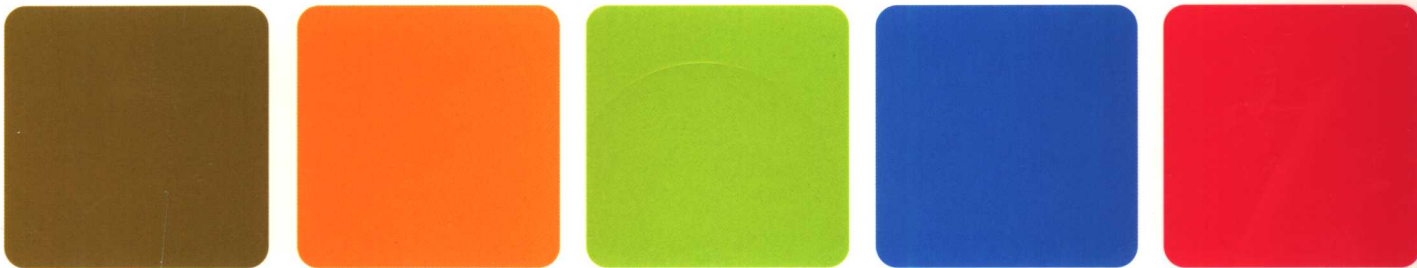
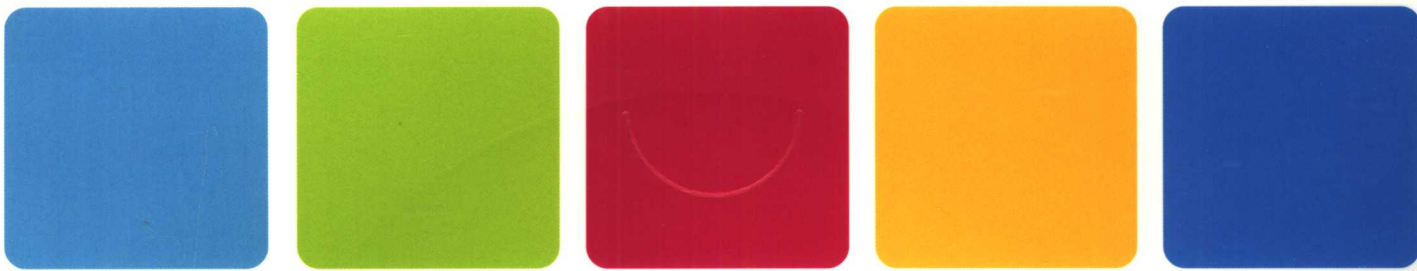
[版权所有, 请勿翻印、转载]

邮购联系: 0731-4787105 邮编: 410016

网址: <http://www.arts-press.com/>

电子邮箱: market@arts-press.com

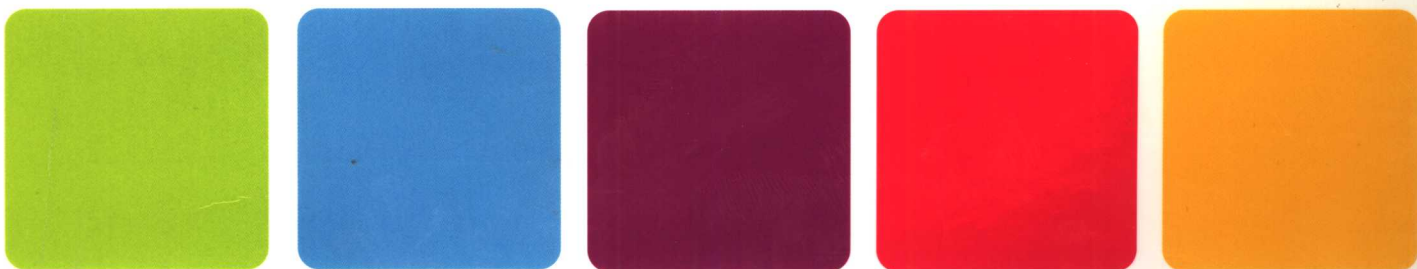
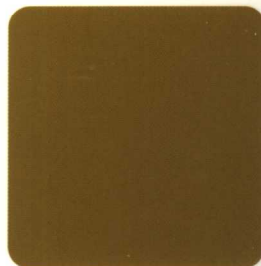
如有倒装、破损、少页等印装质量问题请与印刷厂联系更换



光碟使用指南

- 1、将光碟放入光驱，关闭自动弹出的浏览器界面。
- 2、打开“我的电脑”，右键点击打开光碟。
- 3、打开Firefox文件夹，双击运行firefox.exe文件。
- 4、在Firefox浏览器中点击“文件”菜单，选择“打开文件”。
- 5、打开光碟中的index.htm文件。
- 6、进入光碟页面后，点击“下载”，并选择“保存至磁盘”。

注：Myie，Tencent QQ等多页面网页浏览器可直接打开此光盘，请在下载文件时使用“右键另存为”，直接点击“下载”可能无法正确读取文件。



矢量中国
设计模版
系列丛书



高漢設計圖形

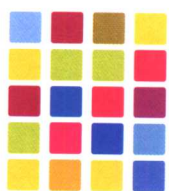
COHAN STOCK

北大方正·方正飞腾图形提供商



目录

企业标志设计	2~3
中小企业 VI 设计特点	4~5
标志创意 15 法	6~9
设计模版 (001-029)	11~184



企业标志设计

企业标志是通过造型简单、意义明确的统一标准的视觉符号，将经营理念、企业文化、经营内容、企业规模、产品特性等要素，传递给社会公众，使之识别和认同企业的图案和文字。企业标志代表企业全体。对生产、销售商品的企业而言，是指商品的商标图案。

企业标志有抽象性的、具象性的和非图案的字体标志三类。

企业标志是视觉形象的核心，它构成企业形象的基本特征，体现企业内在素质。企业标志不仅是调动所有视觉要素的主导力量，也是整合所有视觉要素的中心，更是社会大众认同企业品牌的代表。因此，企业标志设计，在整个视觉识别系统设计中，具有重要的意义。

企业标志有如下特征：

（一）识别性

识别性是企业标志的基本功能。借助独具个性的标志，来区别本企业及其产品的识别力，是现代企业市场竞争的“利器”。因此通过整体规划和设计的视觉符号，必须具有独特的个性和强烈的冲击力，在CI设计中，标志是最具有企业视觉认知、识别的信息传达功能的设计要素。

（二）领导性

企业标志是企业视觉传达要素的核心，也是企业开展信息传达的主导力量。标志的领导地位是企业经营理念和经营活动的集中表现，贯穿和应用于企业的所有相关的活动中，不仅具有权威性，而且还体现在视觉要素的一体化和多样性上，其他视觉要素都以标志构成整体为中心而展开。

（三）同一性

标志代表着企业的经营理念、企业的文化特色、企业的规模、经营的内容和特点，因而是企业精神的具体象征。因此，可以说社会大众对于标志的认同等于对企业的认同。只有当企业的经营内容或企业的实态与外部象征

——企业标志相一致时,才有可能获得社会大众的一致认同。

(四) 造型性

企业标志设计表现的题材和形式丰富多样,如中外文字体、具象图案、抽象符号、几何图形等,因此标志造型变化就显得格外活泼生动。标志图形的优劣,不仅决定了标志传达企业情况的效率,而且会影响到消费者对商品品质的信心与对企业形象的认同。

(五) 延展性

企业标志是应用最为广泛、出现频率最高的视觉传达要素,在各种传播媒体上都广泛应用。标志图形要针对印刷方式、制作工艺技术、材料质地和应用项目的不同,采用多种对应性和延展性的变体设计,以产生切合、适宜的效果与表现。

(六) 系统性

企业标志一旦确定,随之就应展开标志的精致化作业,其中包括标志与其他基本设计要素的组合规定,目的是对未来标志的应用进行规划,达到系统化、规范化、标准化的科学管理,从而提高设计作业的效率,保持一定的设计水平。此外,当视觉结构走向多样化的时候,可以用强有力的标志来统一各关系企业,采用统一标志不同色彩、同一外形不同图案或同一标志图案不同结构方式,来强化关系企业的系统化精神。

(七) 时代性

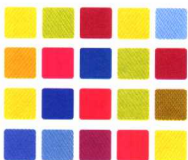
现代企业面对发展迅速的社会、日新月异的生活和意识形态以及不断的市场竞争形势,其标志形态必须具有鲜明的时代特征。特别是许多老企业,有必要对现有标志形象进行检讨和改进,在保留旧有形象的基础上,采取清新简洁、明晰易记的设计形式,从而使企业的标志具有鲜明的时代特征。通常,标志形象的更新以十年为一期,它代表着企业求新求变、勇于创造、追求卓越的精神,避免企业的日益僵化、陈腐过时的形象。

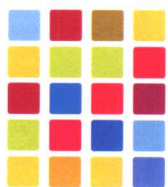
企业标志设计不仅仅是一个图案设计,而且还要创造出一个具有商业价值的符号,并兼有艺术欣赏价值。标志图案是形象化的艺术概括,设计师须以自己的审美方式,用生动具体的感性形象去描述它、表现它,促使标志主题思想深化,从而达到准确传递企业信息的目的。

企业标志设计的难点是如何准确地把形象概念转化为视觉形象,而不是简单地像什么或表示什么。既要有新颖独特的创意,表现企业个性特征;还要用形象化的艺术语言表达出来。

优秀的企业标志的设计,应该考虑注入企业深刻的思想与理念内涵,方能传达出鲜明独特的优良企业形象,达成差异化战略之目的。

随着商业信息传递与科技文化交流速度的加快,一切传播行为都极其讲求效率,视觉传播的文字和商业符号一样,都朝着一个共同方向发展,要求简洁、共识,同时讲求造型美观、大方,具有个性。





中小企业VI设计特点

目前很多设计公司只是单纯地为了设计而设计,而不考虑企业的实际情况和需要,在极短的时间内导入整套的VI。我们在对客户VI设计与执行跟踪的过程中发现,很多中小企业也意识到了这一点,但是由于没有专业优秀的企业形象设计公司对其进行指导,不知道如何利用较少的资金投入对自己的企业进行形象整合优化。中小型企业往往具有很强的行业性,不会像大公司、大集团那样从事多样化的经营。因此在设计VI时,应更多地考虑企业的行业性及其经营范围,设计时无需面面俱到,但是应切合企业的自身特点,做到有的放矢。

为了更好地服务我们的客户,我们在实践中总结出一些企业常用的VI设计项目,以供大家参考。

- 标志设计图标
- 标志制图规范
- 标准色
- 标准字体
- 标志黑白制图
- 中英文简称组合
- 中英文全称组合
- 商业名片
- 信纸
- 信封
- 传真格式设计
- word文档格式设计
- PPT格式设计

- 识别卡（工作证）
- 企业各部门标识牌
- 产品说明书封面及内页版式
- 企业宣传册封面、版式规范
- 及时贴标签（便签）
- 手提袋
- 工作笔
- 企业大门外观
- 商品系列包装
- 合同书
- 系列主题海报
- 光盘封面规范
- 企业网站主页版式及内页版式

在企业对外形象中，这些项目是非常有帮助且十分实用的。比如：格式化的powerpoint(ppt)与word文档这两项，我们会经常通过ppt对企业的产品或项目等向客户进行演示，那么这是一种展现企业形象的很直观的方式。它可以直接反映出企业的规范程度和品牌观，如果您的企业刚刚起步，没有太多的资金进行投入，那么您可以根据自己企业的实际情况用有限的资金对企业形象进行优化，然后在企业成长的过程中再逐步进行规范。





标志创意15法

企业标志设计不仅仅是一个图案设计,而且还是一个具有商业价值的符号,并兼有艺术欣赏价值。标志图案是形象化的艺术概括,设计师要用自己的审美方式,用生动具体的感性形象去描述它、表现它,促使标志主题思想深化,从而达到准确传递企业信息的目的。

与研究标志设计历史不同的是,所谓的设计趋势分析并不是去预测下一个设计潮流,而是要从中把握标志设计的基本规律与现代标志设计的发展走向。作为某种潮流与趋势的引领者,设计师在这中间起着风向标的重要作用。下面我们列举了15种比较常用的标志设计形式与方法,需要提醒读者的是,首先,我们并没有说明哪种设计方法是前卫的或者落后的,方法之间没有高低之分;其次,这些设计方法如何引导你的设计工作,启发你的创意思维,则在于你的消化能力。

可爱星形

星形一直以来都是标志性设计的基础图形,从国际性的标志到星相变化图,星形都是普遍使用的。今天,它的地位同样很重要。它既能塑造生活中严格的几何图形,又能将这些几何图形注入人性化的情感色彩,体现出设计者所需要的象征性与个性。例如将星形赋予为手臂、腿、翅膀之类的寓意,在标志设计中都是很常见的。





混合

最初使用这一方式设计标识的可能是20世纪60年代法国平面大师皮埃尔·伯纳德，他为法国国家公园设计的标志采取了一个黑色螺纹的形式，而螺纹中又包含了大量黑白剪影似的动植物外形。迈尔斯·纽林与沃尔夫·奥林为联合利华设计的标志同样采取了这样的方式，将众多形象统一在一个单一的形象之中，使作品既有细节的精美，又不乏整体的效果，就像我们儿童时代玩的拼图一样。



迸发

每当一个标志打破了传统的设计方法与表现形式，都是让人值得欣喜的。新时代的标志设计颠覆了传统固有的规则，矢量化的边缘被摒弃，取而代之的是光感或者渐变的层次，使标志设计更具动感与时代气息。从视觉感官上来说，这一类型的标志更能冲击人们的眼球，使人感觉设计师所要表达的主题从中心迸发出来一样，从而留下深刻的印象。



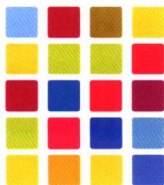
CMYK

数年来，青色、红色、黄色和黑色在印刷与打印方面有着举足轻重的地位。那这些印刷界的主色何时进入到我们日常生活的词汇中呢？当数码印刷比用传统的手工制作便宜、准确和快速时，CMYK瞬间成为了视觉社会中的基本组成部分。这些基本颜色，过去一直受到设计师的轻视，但现在迅速成为消费者的新宠。为了解释这个概念，就必须分解成最基本的要素，而CMYK正好就成为了社会大众理解的新颖工具，尤其在艺术、设计及其相关领域的标志设计中，CMYK被恰如其分地广泛运用。



火焰

尽管你或许已经看厌烦了它，但是作为自然界的一种基本元素，火焰永远不会消失。想证明这一观点吗？那么请你打开电视，数数在摩托车、汽车、怪物、运动产品以及其他广告上火焰的使用频率，它们在探索频道、MTV、ESPN等等主流媒体上的曝光度超过任何一位明星。我们通常把火焰与热、速度、运动以及一些反常规的事物联系在一起，只要客户有其中任何一种意向，设计师大多会很自然地联想到火焰外形。



球环状

球形一直以来都是代表国际性事物与活动的流行图案。它代表的不仅仅是球体本身的意义和公司的实力，另一方面它还能呈现一种优雅性，并且常常代表错落有致交织在一起的组织的力量和复杂性。例如法国的 A & Company，它使用颜色与条状物的交织，将欧洲三个最大的石油公司 Total, Fina 和 Elf 巧妙结合在一起。另外，球形的标志在运用上也显得游刃有余，因为它的外形既不会太高也不会太长，因此在任何场合下都适合版面的雕花图案，同时表现出银行的全球性服务范围。



瞬间转移

从 A 点到 B 点滑过天空，看起来就好像“嗖”的一声发射出声响而不留下痕迹，在脑中形成了一条弧线，既有目的地的但又不被引力影响。不同于声响的一点是，在标志中有明确的开始和结束。像兰多设计公司（Lundberg）为 Delta 航空的经济型货运公司 Song 设计的品牌标识，就是采用了这种方法，同时还稍加了一点调皮动感的味道。一般在工业设计中，这种大型的货运必须要有很多的陈述，显得累赘、严肃而乏味，但 Song 就没有。



水晶效果

随着电脑设计的普及以及网络媒体的飞速崛起，水晶状的三维标志设计正在颠覆传统的设计思维模式与方法。最显著的例子莫过于索尼·爱立信的全新标志设计。它将三维立体的标志设计完美地运用在现实执行中，显出卓尔不凡的行业特征。随着软件行业的发达，这类有着透明效果的图标显然比平涂的颜色更加符合当前网络社会的需要，在标志执行方面也显得游刃有余。



Sony Ericsson

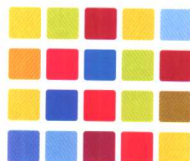
点线结合

这是平面设计领域最常见的组合，以各种各样的方式变换出现。运用了这种方法的标志通常使人想起分子的结构、原子的微粒、电路系统板和点对点的连接性。这是一种语言，充满了象征主义、高度可塑性和延伸性，与前面提到的火焰外形相比，具有更加广泛的用途和含义，让人感觉轻快、明了和简洁。



水滴

水滴泛起的涟漪很容易产生视觉的中心点，因此，就算标志的主题与水毫无关联，这样的外形都会被当作一个常用的装饰形式而被频繁地使用。尤其适合作为严肃庄重字体的辅助形，来调节画面的气氛，起到画龙点睛的效果。





叶子

生态问题一直是当前受到关注的话题，叶子当然也就是生态环境领域标志设计的主要元素，它在视觉感观上扮演着重要的角色。它就像变色龙一样有着极其宽广的范围，一片叶子能描述诞生和死亡，一种生活、自然的精华，太阳或阴凉，食品或营养，美容甚至发展和循环等。因为叶子的形态与颜色本身就有着戏剧性的变化，所以设计师们都变换它们的形式以满足客户的要求。



模糊

运动的概念对标志来说并不陌生。罗伯特·米尔斯在1984年为洛杉矶奥林匹克运动会设计的标志中就大量地用了模糊运动的概念。从技巧上看，随着电脑在设计领域中的介入，单幅画面排列变化的形式已经被淘汰，取而代之的是更加复杂的模糊效果。动感的画面有一种魅力吸引你对着标志多看上几遍。当然，这类效果的标志在执行上会存在一定的局限性。



旋涡形

旋涡形在艺术中最广泛使用的时期莫过于英国维多利亚时期的装饰品与制造业。或许受到复古风潮的影响，设计者们变得越来越迷恋这些具有节奏感的华丽外形。这些图形结合手绘效果或者手写的字体，营造出经典却又不失活泼的效果，与单纯生硬的线条形式相比，有更加轻盈与灵活的韵味。



圆头形

一些不连贯的圆头的线段或直或曲或环绕就形成了这种风格的标志。这些线段本身能够传达一种独立性，而组合在一起时表现的是一种团结。我们看到的整体性的标志比单纯性的片段的结构感要更强。而在运用方面，圆头的造型比棱角分明的形状更适合各类特殊的效果与材质。

以上列举的15种设计形式，并不能包罗标志设计的全部。大音希声，大象无形，设计是一种创造性的思维活动，若是首先就设下条条框框，那只能是被束缚了手脚，难以创新与突破。我们总结这些创作方式的目的，并非要限定大家的思维，而是希望能够在资讯膨胀的当下，总结出一些标志设计的基本规律，从而起到抛砖引玉的作用。最后需要提醒大家的是，当生产和印刷的程序变得日益复杂而且费用昂贵时，某种电脑轻而易举就能达到的设计效果，在现实中可能变得难于操作与执行。每个标志如同一个婴儿，屏幕上的效果只是他最初的诞生而不是最终的目的，能否在现实中达到设计师与客户所期望的效果，才是最重要的。



高漢設計圖形

COHAN STOCK

北大方正·方正飞腾图形提供商

“矢量中国”系列素材图书策划机构

专业设计图形、模版制作，设计图书策划出版

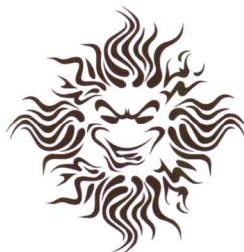
vectorchina@163.com



Design Template 001



COMPANY NAME
COMPANY SLOGAN GOES HERE



COMPANY NAME
COMPANY SLOGAN GOES HERE



COMPANY NAME
COMPANY SLOGAN GOES HERE

Tel: 86 10 5554 4383

Code: 12345678 Fax: 86 10 5554 4383

Any city Any street 101# www.yourwebsite.com



COMPANY NAME
COMPANY SLOGAN GOES HERE

Tel: 86 10 5554 4383

Zip Code: 12345678 Fax: 86 10 5554 4383

Add: Any Province Any city Any street 101# www.yourwebsite.com



COMPANY NAME
COMPANY SLOGAN GOES HERE



COMPANY NAME
COMPANY SLOGAN GOES HERE

DESIGNER **Kathy**

Add: any province any city any street 101#

Tel: 86 10 5554 438 zip code: 12345678 Fax: 86 10 5554 4383

Email: name@yourcompany.com Http: www.yourwebsite.com



COMPANY NAME
COMPANY SLOGAN GOES HERE

COMPANY SLOGAN GOES HERE