



refreshingly different



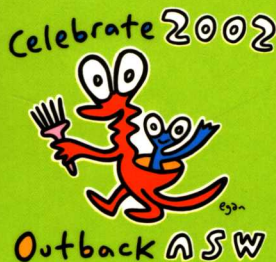
矢量中国 · 素材丛书



经典矢量 标志图库

湖南美术出版社

随书附送
超值光碟



CLASSIC VECTOR LOGO & ICON

经典矢量标志图库

江苏工业学院图书馆
藏书章



www.vectorchina.com



图书在版编目 (CIP) 数据

矢量中国·素材丛书——经典矢量标志图库 / 郭岚,
易锐, 易凯编. —长沙: 湖南美术出版社, 2005

I·矢... II·①郭...②易...③易... III·矢量—图案—设计
IV.J51

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 002534 号

矢量中国·素材丛书——经典矢量标志图库

策划

矢量中国·泛克·周立

编著

郭岚 & 易锐 & 易凯

责任编辑

曹勇 & 李松

责任校对

彭进

装帧设计

泛克

版面设计

周立

出版发行

湖南美术出版社 (长沙市东二环一段 622 号)

经销

全国新华书店

制版印刷

深圳华新彩印制版有限公司

开本

787X1092 1/16

印张

9.75

印数

1-4000 册

2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 7-5356-2223-2/J·2074

定价: 68.00 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, 请与印刷厂联系调换。

随书光碟使用特别提示:

本光碟已做特别防复制处理, 使用时请先查看书中的文件代码, 在光碟中查找到文件后使用“另存为”(save as), 即可将文件复制。任何批量拷贝与复制均是无法实现的。更多精彩矢量文件请访问“矢量中国” www.vectorchina.com



www.vectorchina.com

注: 本出版物中的所有素材均由“矢量中国”提供, 仅作参考资料与学习之用, 严禁翻版以及商业用途。



CONTENTS

目录



前言

CHAPTER A
CHAPTER B
CHAPTER C
CHAPTER D
CHAPTER E
CHAPTER F
CHAPTER G
CHAPTER H
CHAPTER I
CHAPTER J
CHAPTER K
CHAPTER L
CHAPTER M

002
025
028
033
040
047
052
057
062
067
074
079
084
087

CHAPTER N 092
CHAPTER O 097
CHAPTER P 102
CHAPTER Q 107
CHAPTER R 110
CHAPTER S 115
CHAPTER T 120
CHAPTER U 125
CHAPTER V 126
CHAPTER W 131
CHAPTER X 138
CHAPTER Y 141
CHAPTER Z 142



前言

PREFACE



>>>>> 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的信息（如火急、紧急、报警求救等）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，更会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。



◎ 俄国19世纪盾徽图案

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、团体及至个人（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应用，因此国际化标志得以迅速推广和发展，成为视觉传送最有效的手段之一，成为人类共通的一种直观联系工具。



◎ 世界通用的交通标志



◎ 威尔士国旗上具有代表民族传统的图案



◎ 防治艾滋病的标志



◎ 俄国海军徽标



◎ 德国慕尼黑 1860 足球队标志

>>>> 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，后来发展成图案。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，对人类社会性的发展与进步发挥着巨大作用和影响。一门新兴的科学——符号标志学应运而生已是历史必然。

>>>> 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。

标志有为人类共用的，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、公益活动专用的，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。



◎ SUBWAY 快餐标志



◎ NBA 波士顿凯尔特人队标志



◎ 具有金属质感的尼桑标志



◎ WAACS 设计公司标志



◎ 瑞典连接公司标志

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的注意。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，无论从其应用形式、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、圆雕、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，给予人以美感，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要。

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

标志与广告或其他宣传品不同，一般都具有长期使用价值，不轻易改动。



◎ 莱斯大学标志



◎ 莱斯大学体育部标志，是其大学标志图形的延伸



◎ 丹麦里德勃格数码印刷公司标志，红黄蓝黑的颜色组合表现出印刷行业的特性



◎ 瑞士苏黎世保险公司标志，采用醒目的红色搭配狮子的威武造型，让人过目不忘



>>>> 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。它与其他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，若要成功到几乎找不到更好的替代方案的程度，其难度比之其他任何图形艺术设计都要大得多。

① 设计应在详尽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，针对其应用形式、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他视觉传播方式（如印刷、广告、映像等）或放大、缩小时的视觉效果。

③ 设计要符合作用对象的直观接受能力、审美意识、社会心理和禁忌。

④ 构思须慎重缜密，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。

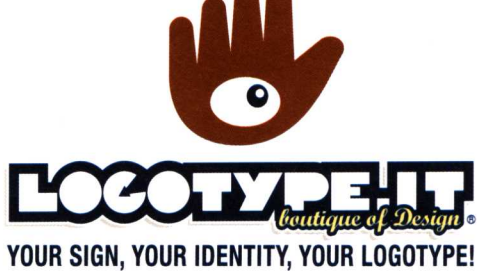
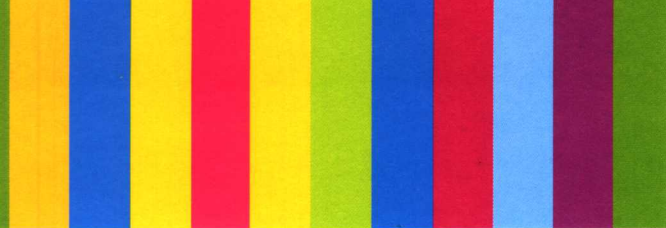
⑧ 遵循标志艺术规律，创造性地探求恰切的艺术表现形式和手法，锤炼出精当的艺术语言使设计的标志具有高度整体美感、获得最佳视觉效果，是标志设计艺术追求的准则。

>>>> 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，使之组成具有完整艺术性的图形符号，从而区别于装饰图和其他艺术设计。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



◎ 强调个性化的设计网站标志

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的艺术规律。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。这与其他造型艺术通过有血有肉的个性刻画获得感人的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，从而各具独特的艺术魅力。

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之所在。

>>>> 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：

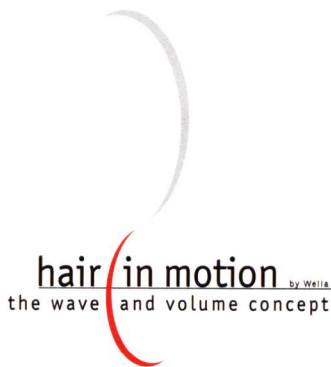
标志构思手法

① 表象手法：采用与标志对象直接关联并具典型特征的形象，直



HEALTHY COMMUNITIES
for Snohomish County

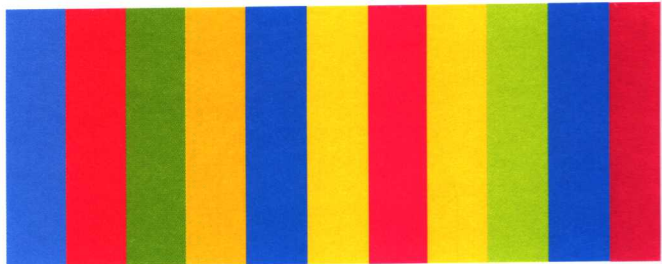
◎ 健康社区标志



◎ 护发品牌 WELLA 的子标志之一，着重用抽象的手法表现头发的波浪



◎ 经典的大众汽车标志造型简约又不失浑厚



◎ 中国银行的标志设计采用了中国古代钱币的抽象造型



◎ 用十字图形与包扎过的手来表示医疗室



JAPAN AIR LINES

◎ 老式的全日空标志，仙鹤的造型体现出日本特色



◎ 2002年更换的新全日空标志，庄重的字体与红白双色更加体现出现代设计风格

述标志所要表达的形象。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的特征或含义的手法。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（全日空已于2002年更换标志），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、文字或符号的视觉力量来表现标志。如日本五十铃公司以两个菱形为标志，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。

>>>> 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、概括和优化，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。

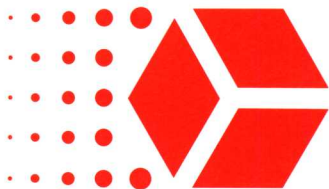
② 意象形式：以某种物象的形态为基本意念，以装饰的、抽象的图形或文字符号来表现的形式。如中国民航的标志图形就是以凤凰形态为意念，以抽象图形来表现的。这种形式往往具有更高的艺术格调 and 现代感。

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



PURE WOOL

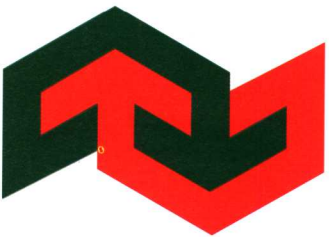
◎ 纯羊毛制品标志，采用有规律的线条组合



◎ PLASTPROM 包装设计公司标志，采用了点与面的组合形式



◎ 意大利 PESCARA 足球俱乐部标志，深蓝、浅蓝与白色的巧妙结合使标志简洁而不失韵味



◎ 保加利亚商贸与国际交易服务中心标志，采用了与保加利亚国旗相同的色系，红绿箭头矛盾统一的形式体现出商业中的交易行为

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（或拼音字母）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。

>>>>> 标志构成的表现手法 <<<<<

① 秩序化手法：均衡、均齐、对称、放射、放大或缩小、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。

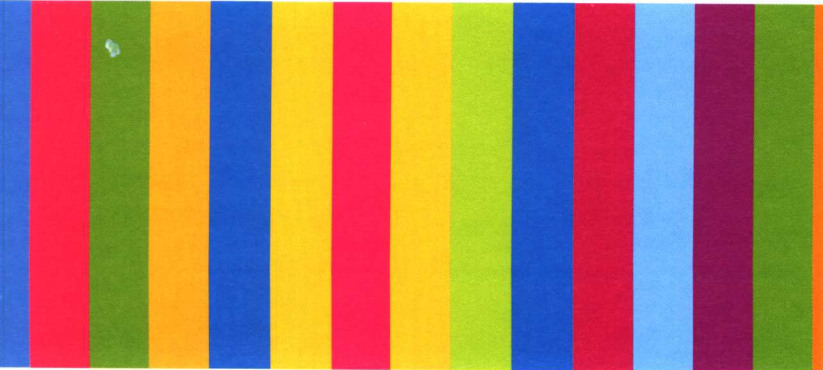
③ 点线面手法：可全用大中小点构成，阴阳调配变化；也可全用线条构成，粗细方圆曲直错落变化；也可纯粹用块面构成；也可点线面组合交织构成，给人以个性感和丰富感。

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。

作者不详，请本文作者与矢量中国 www.vectorchina.com 网站联系稿费事宜。



企业标志设计分析

企业标志即从事生产经营活动的实体的标志。企业标志的设计不仅仅是一个图案设计，而是要创造出一个具有商业价值的符号，并兼有艺术欣赏价值。标志图案作为形象化的艺术概括，既体现了设计师自己的审美方式，并用生动具体的感性形象去描述它、表现它，也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。

企业标志设计是企业形象设计的重要方面，也是企业VI(视觉识别系统)设计的中心环节之一。因此，研究企业标志设计的类型与趋势是十分有意义的，这样的研究有助于设计师更好地把握时代赋予标志设计的特色，更有创意地为不同类型的企业塑造不同的形象。

企业可根据不同的分类标准划分出多种类型，不同种类的企业标志设计风格迥异，依据企业类型确定标志设计的风格，这对于企业形象和企业发展起着至关重要的作用。

随着信息时代的到来，市场变化的风起云涌对设计行业最直接的影响就是造就了一批能引领新时代设计理念和风格的作品，突出地表现为三维造型的广泛应用，材质和光泽的应用，以及更复杂的生动形象。其中多数优秀作品多出自欧美发达国家，这些作品极强的视觉冲击力和一些一反传统的做法，确实值得我们研究和学习。

研究企业标志类型与企业标志设计的未来趋势对企业和标志设计者都是一个新的问题。本文拟结合国内外有代表意义的企业标志作品，以及我个人的企业标志作品，就这两方面提出我自己的分析与看法。

>>>> 企业标志类型比较分析 <<<<

企业类型对企业标志设计的影响

企业的类型极大地左右着企业标志设计的风格，这在企业标志设计中已经成为明显的现象。但是，由于它不是完全地决定着企业标志的风格，反常规的个例也同时并存。

市场有序化和市场竞争的日趋激烈使企业形象的类别化愈加明显，导致标志设计也随之愈加类别化。个别反常规的个例则使企业形象别具一格而备受关注。

企业的类型极大地左右着企业标志设计的风格的现象，以Intel公司的部分系列标志为例。(如下图表)



作为世界最大的芯片制造商，也是世界领先的个人电脑、网络和通讯产品制造商，Intel 的产品标志设计很明显地体现着高科技电子企业的风格，用色上以亮度较高的冷色调为主，附以饱和度较高的暖色调，并且在设计上考虑了企业特征和产品应用等诸多方面，可谓一系列中规中矩的标志设计。

① 标志四方形的结构和严谨封闭的线条体现其大企业的风范。

② 用色很谨慎，并且在突出其产品编号（Pentium, PentiumII, PentiumIII, Pentium4）的数字上颇下了一番功夫，PentiumII 用色的呼应，PentiumIII 用色及编号的斜体，还有 Pentium4 的暖色的反衬以及不同于以往的字母设计（以往用罗马数字编号，Pentium4 用的是阿拉伯数字）。

③ 标志的设计都很易于制成电脑机箱的贴牌，并易于识别，与 "Intel inside" 这句著名广告语相辅相成。

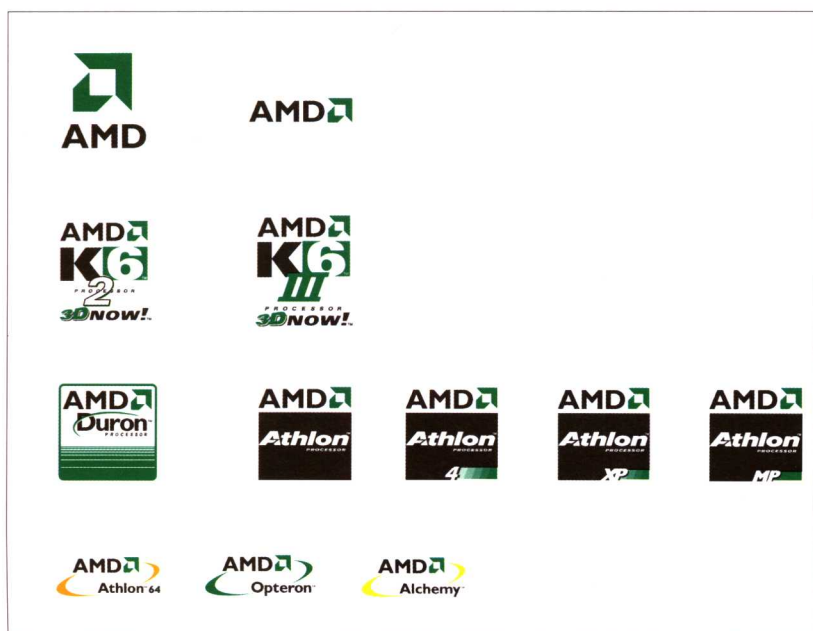
这里特别要分析的是 Intel 公司刚推出的一款新产品的标志设计——Centrino(迅驰)的标志设计。

Centrino 是 Intel 公司推出的一款继 Pentium M 系列之后的笔记本电脑中央处理器，它突破了以往 Pentium M 系列移动处理器的标志总跟随 Pentium 系列桌面处理器标志变化的惯例，在 Intel 中规中矩的系列设计里相对比较另类。深沉的蓝首次与不安定的粉相配合，并且和类似于蝴蝶或嘴唇的造型一起共同营造出一种活跃的气氛，从而突出了移动处理器的产品特点。

在位于北京中关村一带的 Centrino 的巨幅广告上，这个标志与同样精彩的广告语相得益彰："Intel inside confidence outside"。

由上列实例可见，一方面，Intel 公司作为垄断电脑芯片制造市场的巨头企业，其类型决定了它的标志应以沉稳、大气为特色；另一方面，Intel 公司制造的是属于尖端的高科技领域的产品，由此决定其标志应在用色和造型方面体现高科技企业的前卫风格。因此，双重因素兼顾是其标志的特色。即使新推出的 Centrino 突破了以往的造型，但美丽灵动的蝴蝶依然属于用严谨封闭的线条所表现出的大企业风范的框架之内，新潮不失稳重，灵动不失大气，突出地体现了企业类型对标志风格的决定作用。

以下是同为电脑芯片制造商的 AMD 公司的系列标志设计，可供参考分析，同样注入了高科技企业风格。



这里我也举一个我的作品实例分析。

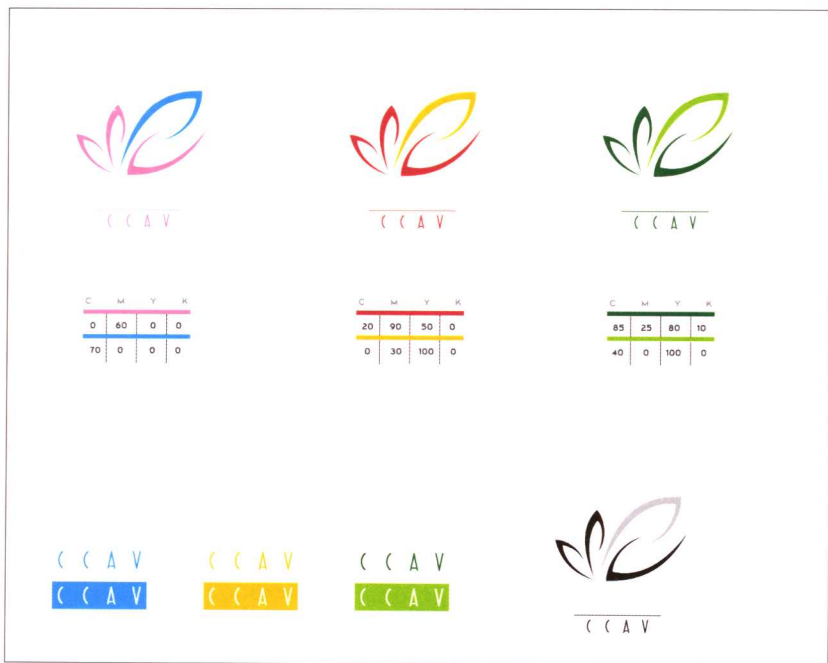
以下是我在华人传媒徽标设计征集活动中投稿的作品之一。(企业背景: XX 传媒发展有限公司是以北京、浙江为总部, 业务辐射全国的股份制文化企业, 经营项目包括: 音像制品的制作、发行, 国内外媒体广告的制作、发布和文化事业交流等。目前 XX 传媒已在国内各主要城市设立分公司及办事处, 发展连锁经营模式。——企业提供)

标志设计要求:

- ① 符合国际商标设计潮流(例如, 可利用华人传媒简称“CCAV”字母变形)。
- ② 设计需简洁、大方、意义深远, 并能体现文化内涵。
- ③ 体现文化传媒企业的时代、功能特点。

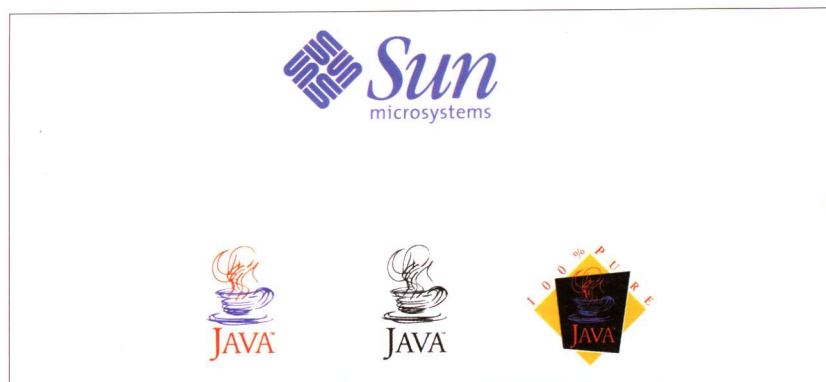
在设计时我有意识地注意到了其企业规模较大, 且在设计要求中体现文化特点的注意事项, 所以标志的造型以简练的线条完成了“CCAV”四个英文字母变体的组合, 且在形象上表现了字母构成的荷花, 表现了华人传媒的中华特色, 给人以强烈的民族气息, 表明了公司以中华民族文化为基础, 勇创国际潮流的整体形象。

设计的不足之处也很明显: 文字的处理太过单薄, 不能直接明了的指示企业名称, 且在设计上有些偏离传播行业的特点, 不能使人直接联想到传媒企业, 仍有缺憾, 尚需努力。



在国内外企业中也存在个别企业的标志与其身份不甚相符甚至毫无关联的现象。以 SUN microsystem 公司(以下简称 SUN 公司)的 JAVA 语言(SUN 公司开发的一种计算机编程语言)的标志设计来说, 其标志为一杯热咖啡, 形象本身与含义皆与计算机语言范畴无关, 之所以用这个标志据说是有一天, 几位 Java 成员组的成员正在讨论给这个新的语言取什么名字, 当时他们正在咖啡馆喝着 Java(爪哇)咖啡, 有一个人灵机一动说就叫 Java 怎样, 这个提议得到了其他人的赞同, 于是, Java 这个名字就这样传开了。

如果说 SUN 公司的标志和高科技企业还有一些关系的话, 那 JAVA 语言的标志的确和计算机领域一点关系也没有, 这种别出心裁的做法自有企业自己的考虑。如果单从设计的角度来衡量无论是 SUN 公司的标志还是 JAVA 语言的标志都是相当成功的。(尤其是 SUN 公司的标志, 其“S”、“U”、“N”三个字母组合形式精彩至极。)



>>>>> 各类型企业标志设计实例分析 <<<<<

以下我将从收集的一些精彩的实例中分析。

① 按企业规模分类：

企业规模越大，其标志设计越倾向于稳重、严肃。具体表现为用色多为明度较低，饱和度较低的颜色，且惜墨如金，用色谨慎，色彩数量比较少，色彩之间基本为同一色系，对比不刺激。造型上多用规矩的面或线，多用封闭、严谨的形象，且造型单一，简洁、流畅。给人以稳固长久、忠诚可信的心理暗示。

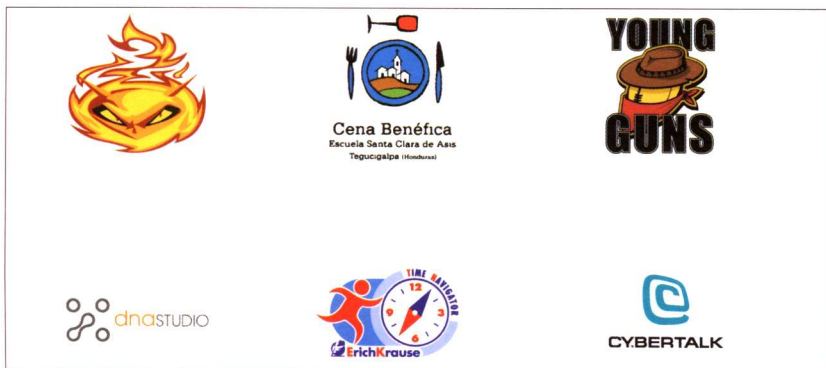
而规模相对较小的企业则有更大的灵活性，他们的标志多以色彩灵活多变，造型变化丰富，并且有些在意义上很深刻，给人以难以磨灭的印象，从而成功地达到吸引公众、树立形象的目的。

以下是各个行业规模大小不同的几家公司的标志对比，从中其个性特点可见一斑。

以下是一些知名企业的标志设计



以下是一些中小型的企业或组织的标志设计



可以看出无论波音还是宜家，其严谨的设计风格的确体现了大公司应有的风范。以星巴克为例，对称的标志造型和对色彩严格的把握，从标志中延伸出来的是一个横跨欧亚、覆盖全球的行业王者的形象。秩序化手法的应用是此类标志的重要特点。（参考资料：秩序化手法即均衡、均齐、对称、放射、放大或缩小、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。）

其一贯的设计风格无论是被应用于店面或是印刷于咖啡杯上，都成为众多消费者追逐的对象。

反观众多中小企业或组织的标志设计，充满抢眼的色彩，丰富的造型，并深刻含蓄，同样精彩。并且行业特征性十分明显。特形图案的应用也是中小型企业或组织的标志设计的重点甚至是最重要的部分。（参考资料：特形图案是象征企业经营理念、产品品质和服务精神的富有地方特色的或具有纪念意义的具象化图案。这个图案可以是图案化的人物、动物或植物，选择一个富有意义的形象物，经过设计，赋予具象物人格精神以强化企业性格，表现企业风格。）特形图案的设计以模拟和象形为主。

② 按企业产品或服务类型分类：

以下列举三种不同类型产品的企业标志设计以供分析比较。



第一类标志——服饰类。可以看出“文字”已经是服饰类标志永远的主题了。万变不离其宗的文字变化是这类商品标志的显著特征，固定而有力的文字符号象征了不同阶层和品位的消费者，给人以强烈的品牌层次感。

第二类标志——电脑科技类。深沉的蓝，莹光的绿及所有可以表现科技理性、智慧与前沿的冷色调色彩构成了科技类产品标志设计的主动脉。深沉与理智是一贯的表现主题，尤其是大企业标志文字的处理更给人极强的威慑力，无论是 Microsoft 或是 Intel，都在这层理智的蓝下，完成了垄断全行业的梦想。

第三类标志——食品类。喜闻乐见的形式和丰富多样的色彩刺激着你的视觉、味觉和嗅觉。一切能够打动你的形状，一切能散发出香味的色彩，在这个行业，标志的种类甚至比你能想到的食品种类还丰富。

企业由不同的标准还可以分为许多种类型，其标志设计虽并不是整齐划一的都具有统一风格，但多少总会带有其行业特性。

第一类的球队标志设计，可以看出体育的热情已经渗透到标志的设计中来，夸张变形的字体配合着吉祥物或标志性色彩形成了标志设计领域一道独特的风景线，这种设计风格还被贯穿到球队主场的布置装修、运动服的设计、纪念品设计，及一切与球队有关设计中去，形成了自己一套独特的VI体系。

第二类的国际组织标志设计，则体现了大同、博爱、公益的思想内涵。尤其可以看出地球形象的应用已成为这种标志类型的特色之一。蓝色的应用则出于同样的目的。领导性与权威性也是此类标志表现的重点。



企业的分类与标志的关系远不止如此：分类还有许多标准；归类企业也并非如此绝对；其间关系还千变万化，所以以上的分类仅为抛砖引玉之用。只是我们在实际中应注意标志设计要与企业的规模、种类、性质等一系列信息相关，这样的标志才能是让人过目不忘，传达信息真实可信的。

>>>> 总结 <<<<<

为企业进行标志设计一定要对企业性质有基本的了解，把握设计的大概方向，这是企业标志类型分析的最大的现实意义所在。当然也有一些误区应当引起注意：在这里一些规模较大或知名度较高的企业，在市场运营方面也许很成功，但就设计角度来说，它们的标志并不一定是无懈可击的，有的甚至是比较失败的。同样，有些在商海举步维艰的企业在标志设计上却可以说是很成功的。这和各企业的特定情况密切相关，不能一概而论。