

王剑锋 编著

# 标志 构成新解

广西美术出版社

B I A O Z H I G O U C H E N G X I N J I

# 标志构成新解

---

王剑锋 编著

---

---

广西美术出版社

---

图书在版编目(CIP)数据

标志构成新解 / 王剑锋编著. — 南宁: 广西美术出版社, 2004

ISBN 7-80674-589-0

I. 标... II. 王... III. 标志—设计 IV. J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第102448号

标志构成新解

|      |                                          |
|------|------------------------------------------|
| 作者   | 王剑锋                                      |
| 出版策划 | 覃西娅                                      |
| 责任编辑 | 覃西娅                                      |
|      | 罗 茵                                      |
| 监 制  | 吴纪恒                                      |
| 发 行  | 广西美术出版社                                  |
| 地 址  | 广西南宁市望园路9号(邮编530022)                     |
| 印 制  | 广西民族语文印刷厂                                |
| 开 本  | 889mm × 1194mm 1/20 7 $\frac{12}{20}$ 印张 |
| 印 数  | 3000 册                                   |
| 出版日期 | 2005年1月第1版第1次印刷                          |
| 书 号  | ISBN 7-80674-589-0/J·424                 |
| 定 价  | 35.00 元                                  |

随着时代的发展,尤其是我国由计划经济走向市场经济,特别是加入WTO以后,标志的重要性也越来越显现出来。标志的产生可以追溯到原始社会时期的图腾。据记载,国外最早出现较完整的商标大约在15世纪中叶,而我国在宋代就出现了“白兔”图形商标,这要比国外早大约500年,这是我们炎黄子孙的骄傲。然而,随着时间的推移,我国的标志设计步伐越来越缓慢,西方国家的步伐却越来越快,特别是欧美的一些发达国家及日本兴起了CI企业形象塑造的热潮,标志设计作为企业CI设计的核心内容,更是得到突飞猛进的发展,而于我国的标志设计则是越来越落后。随着中国的改革开放,使我们有机会了解到国外先进知识,使我们有机会接触到国外成功的标志。近年来,我国的标志设计也在迅速地成长起来。许多的大中专院校开设了相关专业,众多的设计者设计出了许多高质量的标志,可以说近些年来,我国的标志设计在很大程度上有了进步。

标志从无到有,从简单到繁杂,再由繁杂到简练,每一次变化都反映了当时人们生活质量及生活节奏的变化。早期的标志大多是简单的图案,内涵并不是特别深刻,后来随着人类文明的进步,标志的内涵也逐渐丰富起来,图案也逐渐繁杂,许多标志还附有大量的说明性文字。那时人们的生活质量有了很大的提高,但是生活节奏很慢,人们有足够的时间去看这些内容。随着工业化的发展,人们的生活节奏越来越快,如果我们坐在飞驰的轿车里面,不可能停下来看一些标志的说明性文字,因此,图案就越来越简练,比如我们看到“✓”符号,立刻就意识到这是“耐克”的产品,看到四个交叉的圆圈,大脑中马上就知道是“奥迪”汽车的标志,根本就不用去看其他的内容。虽然,这些标志的图形很简单,但不是单纯的简单,它赋予了这些符号深刻的内涵。因此,随着时代的发展,社会的进步,标志也是逐渐变化的。

作为一名长期致力于标志设计的爱好者,我将多年来的经验汇集起来,写了这本小册子。这本小书重点讲解现代标志构成的表现手法,尽量用最少的语言表达最多的内容,因此,本书的文字篇幅不是很大,而是选用了大量的实例,以拓宽读者的视野。在这些标志中,一小部分是经典的标志设计,大部分是现代的标志设计,还有少量是我本人为一些社会团体、企事业单位设计的标志,这些我都作了详细的解说。

由于时间仓促,再加上本人水平有限,书中难免有一些不足之处,恳请广大方家同行及读者批评指正,我将不胜感激。

# 目录

|          |                 |    |           |       |     |
|----------|-----------------|----|-----------|-------|-----|
| <b>一</b> | 标志的起源           | 1  | <b>7</b>  | 调和手法  | 65  |
| <b>二</b> | 标志图形表现形式        | 4  | <b>8</b>  | 重叠手法  | 71  |
|          | <b>1</b> 具象表现形式 | 4  | <b>9</b>  | 共用手法  | 77  |
|          | <b>2</b> 抽象表现形式 | 10 | <b>10</b> | 正负形手法 | 82  |
|          | <b>3</b> 文字表现形式 | 16 | <b>11</b> | 动感手法  | 86  |
|          | <b>I</b> 中文字标志  | 17 | <b>12</b> | 发射手法  | 91  |
|          | <b>II</b> 英文标志  | 23 | <b>13</b> | 投影手法  | 95  |
|          | <b>III</b> 数字标志 | 29 | <b>14</b> | 错视手法  | 99  |
| <b>三</b> | 标志构成的表现手法       | 34 | <b>15</b> | 剪离手法  | 101 |
|          | <b>1</b> 重复手法   | 34 | <b>16</b> | 漫画手法  | 105 |
|          | <b>2</b> 均衡手法   | 39 | <b>17</b> | 点构图   | 109 |
|          | <b>3</b> 对称手法   | 44 | <b>18</b> | 线构图   | 113 |
|          | <b>4</b> 渐变手法   | 50 | <b>19</b> | 面构图   | 117 |
|          | <b>5</b> 对比手法   | 56 | <b>20</b> | 立体手法  | 121 |
|          | <b>6</b> 突变手法   | 61 | <b>四</b>  | 标志欣赏  | 126 |



## 标志的起源

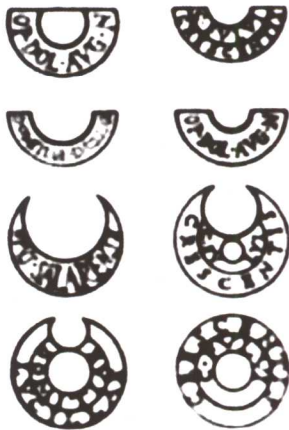
标志的来历，可以追溯到上古时代的“图腾”。“图腾”的产生来源于古人对生活的不安定感。原始人在自然生活中，对遇到雷电、风雨、寒暑、灾害、自身疾病、瘟疫和死亡充满迷惑和畏惧，以为是魔鬼侵入体内作怪，需要借助某一物或神帮助他们向妖魔发起进攻，驱鬼逐妖，消灾灭害，保佑平安。因此，他们以某种动物、植物、微生物或自然现象，甚至是人创造出他们认为魔鬼们害怕的形象，作为他们家庭、氏族的保护神。于是，图腾出现了。

各家族的图腾是不一样的，如女娲氏族以蛇为图腾，夏禹的祖先以黄熊为图腾，瑶族和畲族以犬为图腾，鄂伦春族以熊为图腾，还有的以太阳、月亮、乌鸦为图腾。最具有代表性的图腾例子就是西安“半坡遗址”中原始彩陶上的鸟、鱼、蛙、人面鱼纹等形象。

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，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。



“半坡遗址”中的人面鱼纹



古罗马砖上的标记



沙特银行标志



邮政银行标志



阿迈厄农场标记



费·李斯特家徽



欧洲士兵盔甲上的隐形标记

中国自有作坊店铺，就伴有招牌、幌子等标志。春秋战国时期，一些从事商业活动的人，为了招揽顾客，方便识别，就在自己的店铺门上挂上醒目的“幌子”。如在酒店门首悬挂“酒”旗等，在唐代制造的纸张内有暗纹标志，北宋时期的龙泉青瓷中就有“永清窑记”的文字标记。在宋朝的湖州、杭州等地生产的铜镜及漆器上，都注明有生产的铺号和质量的标记，如“真石家念二叔照子”、“真正石家念二叔照子”用“真”、“真正”字样来强调自己的产品不是冒牌

货，就如同当今在一些商品包装上的“正宗”、“正品”及“真品”一样。宋朝山东济南“刘家针铺”的细针包装纸上的“白兔”商标是迄今为止最早出现较完整的商标（现存中国历史博物馆），上面既印有兔儿标志图形，又有“认门前白兔儿为记”的标记文字，以及针铺名称和有关针铺和产品的广告文字。这说明我国在公元960—1279年间，标志设计就比较完善，国外最早的较完善的标志是在15世纪中叶出现的，我国的商标要比国外早大约500年的时间。



北宋时期的龙泉青瓷永清窑记



湖州石家铜镜



湖州石家铜扇形镜



“刘家针铺” 兔儿标志



## 标志图形表现形式

标志就其图形表现形式来说,大致可分为三种形式,一是具象表现形式,二是抽象表现形式,三是文字表现形式。

### 1. 具象表现形式

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。将自然形态作为标志图形,不能像绘画一样追求形似、追求真实,而是将自然界中的人物、动物、植物、山水、器物等自然造型,加以提炼,抓住精神,设计出单纯、鲜明的标志,否则设计出的标志就不符合标志设计的原则。

这种形式具有易识别的特点。



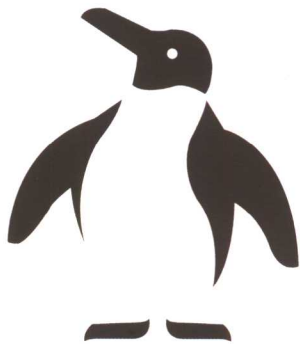
英国雀巢咖啡

质朴的描绘手法表现一只母鸟给在雀巢中的两只小鸟喂食,体现了Nestlé(“依偎”和“舒适安顿下来”的意思),构思巧妙,富于人情味,温馨的氛围体现着企业像母亲关心孩子一样关心人们健康的经营理念,标志有很强的亲和力与感染力。



加拿大直升飞机公司

蜂鸟美丽灵巧,有高超的飞行技术,其善于在空中作短暂停留的本领很似直升飞机的性能。选择蜂鸟作为直升飞机公司的标志,不仅突出了公司的服务特色,而且也给人一种轻松愉快的美好联想。



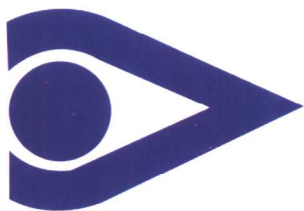
瑞士食品公司

南极的企鹅,生活在一个纯洁的环境,用它来表达食品,给人以产品卫生的感觉。



韩国赛马会

标志突出了马的头颈部的外表特征，对马鬃毛进行了水平的线形的夸张处理，具有强烈的速度感。整个图形简洁生动，有良好的识别性与视觉冲击力。



格拉夫印刷公司

既是印刷的动作过程，又是眼睛的侧面图形，以此体现印刷者这一概念。



英国环境管理

用一手握平衡竿走钢丝的人来表明该管理部门的宗旨，即协调人类与自然环境的关系，使人类与自然环境都得以持续地发展。同时也说明了如果我们人类不把握好与自然环境的关系，是会受到自然无情的惩罚。体裁与形象的选择及表现方式都十分地准确和生动。



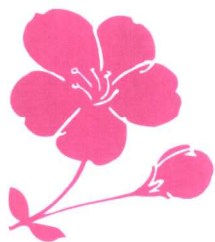
LADYBIRD 家具商店

采用间接含蓄的象征性表现形式，即以造型灵巧精美、色彩艳丽雅致的昆虫金龟子作为标志的形象，以此来暗示其产品的特色，给人一种新颖亲切感。整个标志构成在形式处理上十分巧妙别致，富于强烈的审美情趣。



美国高尔夫球俱乐部

创意来源于西方民间传说，如果有一只瓢虫停在你身上，当你用你的愿望将它轻轻吹去后，那这个愿望将会实现。此标志表现了所有打高尔夫球人的梦。



日本银行



日本鲜花店



美国自行车



日本展览会



韩国社会团体



韩国社会团体



索非亚美术设计中心



联合国标志



马来西亚保安公司



美国奥罗首饰



日本哈雷协会



美国餐馆



美国社会团体



日本超市



墨西哥养殖业



美国迪斯尼乐园



日本银行



韩国保险公司



美国奎科尔燕麦公司



美国电视台



C U R R Y

美国克利制图——丝幕模型复制图案



美国医院



美国肯德基



美国米基·威尔森软件



瑞士—加拿大资产银行

设计师为了表达“合资”或“合作”的标志意念，选取了象征加拿大的枫叶和象征瑞士的十字这两个国家国旗图案进行组合变化，设计出新的图形形态使人很清楚地看到枫叶和十字图形，充分体现了这家银行资产构成的特殊性质，具有良好识别与记忆效果。

## 2. 抽象表现形式

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内涵和神秘感。随着时代的发展，越来越多的机构使用抽象形式的标志，设计师借助于点线面体来设计出用具象形式难以表达的标志。抽象形式一般造型简洁、耐人寻味，通过大小、位置、方向等变化，都可以是人们的印象。这种形式往往具有更强烈的现代感和符号感，易于记忆。



米鲁诺·英里塔图形设计

由字母“M”变形而成，随意刷出的笔迹，这是表现艺术创作的自由之感。

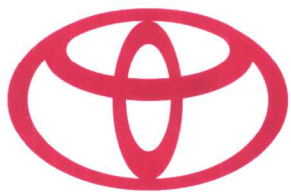


美国化学生产企业

多条纹象征不同的化学元素，同时也隐喻纺织品的柔软质地，从中折叠表示尼龙和特尼龙两个品种，作为纪念活动还有树立丰碑和旗帜飘扬的内涵。

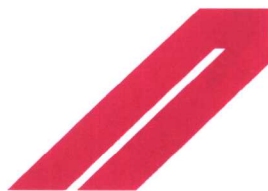


比利时进出口公司



日本丰田

丰田喜一郎 1929 年开始生产汽车。他将名字丰田 (Toyoda) 中的 “d” 换成了 “t”，因为他想将家庭姓名与公司名字区分开。车标构成一个英文字母 “T”，三个椭圆分别代表顾客满意、团队精神和进步的决心。



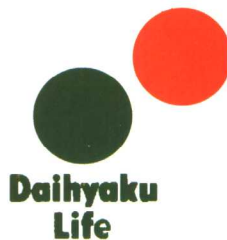
NTT 不锈钢公司

以 “NTT” 的第一个字母 “N” 为基础，把小写字母 “n” 演化为斜向右上方的极有重量和硬度的钢材的抽象造型。这个标志将人们对钢材固有特征的感觉表达得十分准确，有很强烈的符号感和强烈的视觉冲击力。



美国银行

以圆形为基础，通过图形扭曲，给人以深邃的内涵。

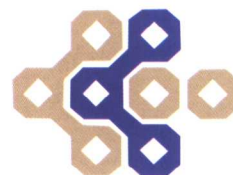


日本保险公司

一个标准的圆形，一个红色的变形的圆，给人以广阔的想象空间。



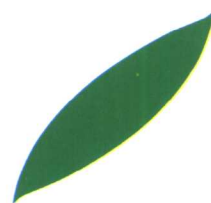
韩国博物馆



韩国证券公司



韩国百货店



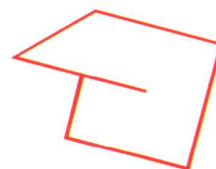
日本银行



Rutan Transport inc  
物资运输



芬兰公路



德国汉堡工业设计和摄影家协会