

[现代艺术设计系列图书]

内容充实丰富 案例特色鲜明 理论与操作并重 语言简洁生动

标志设计

司小军 编著



化学工业出版社

现代艺术设计系列图书

标志设计

司小军 编著



化学工业出版社

·北京·

(京)新登字 039 号

图书在版编目 (CIP) 数据

标志设计/司小军编著. —北京: 化学工业出版社,
2005. 5

(现代艺术设计系列图书)

ISBN 7-5025-6875-1

I. 标… II. 司… III. 标志-设计 IV. J524. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 047352 号

现代艺术设计系列图书

标志设计

司小军 编著

责任编辑: 丁尚林

责任校对: 王素芹

封面设计: 潘 峰

*

化学工业出版社出版发行

(北京市朝阳区惠新里 3 号 邮政编码 100029)

发行电话: (010) 64982530

<http://www.cip.com.cn>

*

新华书店北京发行所经销

北京方嘉彩色印刷有限责任公司印刷

三河市东柳装订厂装订

开本 787mm × 960mm 1/16 印张 6 $\frac{3}{4}$ 字数 147 千字

2005 年 5 月第 1 版 2005 年 5 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-5025-6875-1/TS · 271

定 价: 38.00 元

版权所有 违者必究

该书如有缺页、倒页、脱页者, 本社发行部负责退换

前言

“信息爆炸”是我们这一时代的重要特征，电视、广播、报纸、杂志、网络等新旧媒体的大量信息互动推动着整个社会急速发展，信息的有效传达，营造了良好健康的社会风气及人文环境，更加速了产、供、销流通渠道的良性循环，有力促进了商品经济的发展。同时，信息技术的成熟，也扩大了人类交往的范围，加速了国际间的交流，推动着整个人类文明的进步。

在信息交流的过程中，识别的意义得到了充分体现，“我是谁”、“我能做什么”，如何将自己介绍给不同语言、不同文字、不同文化背景下的受众群体，在全球一体化经济的今天显得尤为重要。信息渠道的畅通，为信息传播提供了良好的技术平台，同时也给识别带来了更大的难度，在繁杂巨大的信息量中如何彰显自己已引起社会各行业的关注。

检索所有的语言形式，惟有图形能够超越众多障碍而进行有效的交流。精炼图形造型并赋予特定的意义就成了本书的主题——标志，标志是图形的升华，是企业参与竞争不可缺少的利器，更是一门独特的视觉语言艺术。

之所以说它是一种语言艺术，是因为它具备了其他语言形式的共同特征——信息传达，它能够直接阐述主体的个性特征，也可寓意或暗示主体对未来的企盼与追求。说其独特，是因为标志自身的表达方式有别于其他语言形式，人类社会赖以生存的主要沟通方式——文字或语言表述，可以通过大量的词汇组合或长时间的话语表达来阐述某一观点或思想；形体语言可以通过三维的、动态的、连贯的、丰富的肢体动作来进行叙述，而标志是通过静态的、二维的图形符号向人们传递信息的，其表达手段远不如其他语言形式丰富生动，但标志的独特在于在方寸之地，通过一定的图形表达丰富的信息，是一门高度概括、提炼的视觉艺术。标志形态虽小，想像的空间却极大，其意念之极致、形式之绝妙，也是其他语言形式无法比拟的。

基于标志设计的特殊性，本书从标志的功能、分类、标志设计的创作原则、依据及如何进行设计定位等方面进行了系统、全面的阐述，同时对部分设计案例进行了设计分析，剖析了标志唯美外表下的理性的、功能的、严谨的、科学的一面，从而能正确处理形与意的关系，更好地服务于企业、服务于社会。

司小军
2005年4月

EXTRA BEER

330ml 4.4%alc./vol.
Brewed and bottled by
CERVECERIA MODELO, S.A. DE C.V.
MEXICO, D.F.
REG. S.S.A.N-7417




LEADER
Beer



目 录

一、标志的分类	1
(一) 企业标志	1
(二) 商标	3
(三) 活动及会议标志	5
(四) 公共信息符号	7
二、标志设计的创作原则	9
(一) 标志设计的识别性	9
(二) 标志设计的传达性	15
(三) 标志设计的从属性	17
(四) 标志设计的拓展性	19
(五) 标志设计的审美性	21
(六) 标志设计的时尚性	23
三、标志设计的定位原则	29
四、标志设计的创作依据	35
(一) 机构(或活动)的名称	35
(二) 机构(或活动)名称的字首	37
(三) 机构(或活动)名称的含义	37
(四) 机构(或活动)的文化及理念	39
(五) 机构的经营内容	39
(六) 机构的历史或地域环境	41
五、标志的构成法则	43
(一) 图形类标志	43
(二) 文字类标志	47
(三) 综合表现类标志	47
六、标志设计中色彩的基本知识与应用	49
(一) 色彩的对比	49
(二) 色彩的调和	59

七、标志应用原则	67
(一) 标志应用的主导性	67
(二) 标志应用的规范性	67
(三) 标志应用的拓展性	69
八、机构象征图形(吉祥物)设计	71
九、机构标准字体的设计	77
十、标志设计的开发流程	79
(一) 调研分析	79
(二) 设计定位	83
(三) 构思、设计	83
(四) 提案	85
(五) 修改、完稿、提交确认	87
十一、标志的制作流程	91
(一) 标志制作软件	91
(二) 标志制图的标注方法	93
(三) 标志的视觉修正	95
主要参考文献	99



标志以产品名称“LEADER”为设计元素，考虑到目标消费群为18~25岁的年轻人，标志将文字打散重构成造型古怪的动物形象，以体现青春、活力，强化标志的个性与亲和力，图形中的反白文字点明了品名“零点”。



项目：LEADER 啤酒
创作总监、美术指导：司小军
设计机构：北京艾菲·力田广告有限公司

项目：SATOKO 服装
创作总监、美术指导、设计者：
Sachiko Terajima
设计机构：Tetsuji Yamamoto 设计室

项目：凯西·米赫里克室内设计
美术指导、设计者：克里斯·帕克斯
设计公司：加德纳设计

项目：Fourskin
设计者：Martin Woodtli, 2001
设计公司：different strokes

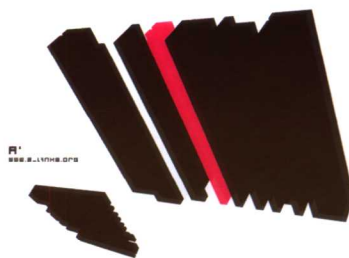
一、标志的分类

标志依据其使用功能的不同，大致可分为：企业标志，商标，活动及会议标识，公共信息符号几大类。

（一）企业标志

随着科技的进步与新技术的普遍应用，导致各企业的生产技术趋于一致，同质同量的产品比比皆是，企业间的竞争已不再是单一产品力的竞争，而是一个由产品力、形象力、销售力构筑的整体实力（企业力）的竞争，这也正是各企业积极导入CI的原因所在。而作为一个企业的形象力全部的CI（企业识别体系）系统中又尤以VI（视觉识别系统）部分最具代表性，VI是MI（理念识别系统）的直观的视觉体现，建立一套完整、规范、具有强烈冲击力和个性的VI系统是企业参与市场竞争的有力保障。

企业标志是企业识别系统社会化过程中应用最为广泛，出



ENSEMBLE



项目: jum
设计者: jum
设计公司: Fox,zumo.de

项目: A
设计者: Clarissa Tossin, 2002

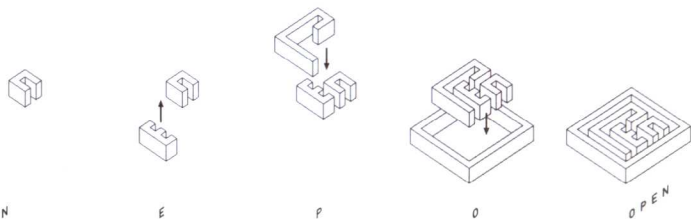
项目: incorect
设计者: incorect.2002
设计公司: Dog cleaner system, issue
from "user" s guide manual

项目: vektor3
设计者: vektor3.2002
设计公司: private work, stofflanger

项目: Niels Meulman
设计者: N. Shoe' Meulman, 1992
设计公司: Caulfield & Tensing

项目: 总体有限公司
(营销与制定传达计划的公司)
美术指导: Yasuko Aoki
设计者: Yasuko Aoki/Pangaea Inc

项目: Yipyop



标志以一种叙事的方式将主体“open”分解并重新设计编排，加强了标志的节奏感和趣味性，设计活泼，形式感强。



项目: Yippiyeah
设计者: Bauer/Borkowski,
设计公司: Open

项目: Syrup Helsinki
设计者: Teemu Suviola, 2001
设计公司: Soumi Design

1997 年风险投资展览会

项目: 耐克
设计者: 卡若琳·戴维森

现频率最高的重要元素之一，其不仅是视觉识别系统设计中的原动力，更是消费者心目中企业与品牌的象征。

企业标志是企业形象的重要组成部分之一，也是构成企业视觉识别系统（VI）的最基础的要素（由标志、标准字体、标准色组成识别系统的“基础部分”）。企业标志设计的好坏会直接影响到企业形象的亲和力、美誉度及大众认同值，企业标志的设计不但要端庄大方，符合时代的审美取向，而且还要能够体现企业的行业特征，弘扬企业文化及彰显企业实力，从而最大可能地提升企业附加值。

（二）商标

商标是企业将产品（或劳务）投放市场时用于识别不同的生产商（或服务机构，经营者）而进行设计的功能单纯的识别符号，其目的是加以区分，不致出现混同。竞争日益激烈的市场已引起

T O C C O



**BLOOMING
PRAIRIE**

driven by nature

项目: Tankdesign

设计者: katarina lang, Tina Leimbacher

项目: Tofood 手工快餐

设计机构: 伊夫雷特·雷福利设计

设计者: 伊夫雷特·雷福利

项目: OhioGirl

设计者: Andy Mueller, 2002

设计公司: Lakai Limited Footwear/
Girl Skateboards

项目: Belazu 美食家食品

创作总监: 大卫·特纳, 布鲁斯·达克西斯

设计机构: 特纳·达克西斯

设计者: 贾尼斯·大卫森

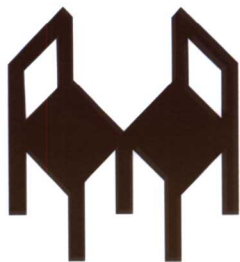
项目: Luca Ionescu Design

项目: 旺盛的草原

设计机构: 巴尔设计集团有限公司

设计者: 克里斯丁·鲁尔, 托德·巴尔

这是一个展览会的标志，选择两把椅子作为设计元素意在表达沟通、交流的概念，共用一条椅腿体现了无间的亲密关系及展会的热烈气氛，构思新颖独特。



Bush: Putin

Summit in Slovenia



AOMORI
PRINTING
EXCHANGE
CONFERENCE



项目：展览会象征性标志
美术指导、设计者：设计协会
设计公司：设计协会

项目：印刷交流会，印刷业集团，2000
美术指导、设计者：青森市印刷交流会
设计公司：原材料有限公司

21 世纪儿童电影节

Grand Department 开店 10 周年庆典

各商家对商标的重视，其也由单纯的识别功能演变成为争夺市场，树立形象的重要手段之一。商标是产品的形象，更是产品的质量与信誉的保证。部分企业的商标与企业标志是一致的，如“耐克”、“奔驰”、“可口可乐”等，商标与企业标志的使用是否一致各有利弊，使用同一标识优点是在形象树造与推广上可以事半功倍，不足是产品一旦出现问题就会严重影响企业的形象。商标必须注册才会受到相关国家机构的保护。

（三）活动及会议标志

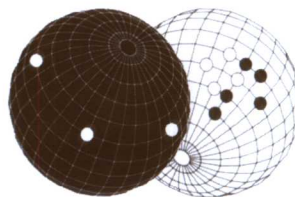
活动及会议标志是指一些特定的具有时效性的活动或集会的识别图形，如“第九届城市运动会”、“全国大学生运动会”、“首届国际环境与卫生研讨会”、“广州商品交易会（简称广交会）”等，这一类标志的特点是传达的信息直观明了，主题形象突出，具有很强的时效性。



제1회 창의력 올림피아드



POWERTRUNK



'94
SEOUL
Living Design



港口音乐节

三星电子（创造力大会）



项目：动力干线，电气设备

创作总监、设计者：马里奥·依卡耶

美术指导：珍·露丝·德纳特

设计公司：“依”，一个设计机构

世界锦标赛

汉城生活类设计展览会

1997年 Koyang 世界花卉展

项目：BlackDog

设计者：Mark Fox, 1994

设计公司：Man Bites Dog



这是一家专门从事网络电子产品销售的公司，标志以电源插座为主体形象，点明了公司的经营内容，并将插空倒置变成一个微笑的人脸，体现公司的工作热情与良好的服务态度，标志简洁大方，易于网络传播。



项目：800.com 在线电子商店
设计公司：Sandstrom 设计
设计者：Dan Richards

项目：美国标准公司
设计者：Ted Decagna（备选图形）

项目：微触系统
设计机构：吉尔弗施漫联盟股份有限公司
设计者：高迪·弗施漫
吉尔·弗施漫

项目：Hamilton Kennedy
设计机构：交流艺术公司
设计者：Hilda Stauss Owen



（四）公共信息符号

公共信息符号是使用在一些特定场所的特定图形符号，如大型运动场所、机场等公共场所的导向系统，其特点是信息传达准确，易认，易记，易理解，有较强的趣味性。客流量大的公共场所由于其客源复杂，在文化背景、宗教信仰、民风民俗、性别年龄等诸多方面存在着很大差异，这就要求公共信息符号要设计的造型简洁，信息单一、精炼，能表达最根本的信息诉求。同时还应强化造型的趣味性与审美性，活跃气氛，最大程度地减轻客人的疲劳度。



RANDALL
MUSEUM

项目：春
设计机构：Dotzler 创艺

项目：北京舞蹈学院
设计机构：艾菲·力田广告有限公司
设计者：司小军

项目：The Mentoring 乐会
设计机构：Phoenix Creative 圣·劳易斯
设计者：斯蒂夫·瑞克

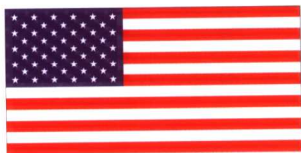
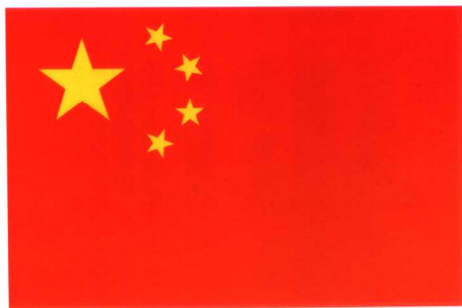
项目：美国印第安社区中心
设计者：达瑞·克林特，瑞克·豪斯玛，
百瑞·贵友

项目：On-Site solution
设计机构：麦克格瑞斯设计
设计者：提姆·麦克格瑞斯

项目：巨人步伐
设计机构：Kor 集团
设计者：M.B. 索耶

项目：Randall 博物馆友人
设计机构：Cooksherman
设计者：肯·Cook，艾尼卡·玛沙

中华人民共和国国旗图案由五颗星组成，大五角星象征着中国共产党，四颗小五角星代表全国各族人民，寓意在中国共产党的领导下全国人民大团结。



中华人民共和国国旗

美利坚合众国国旗

新西兰国旗

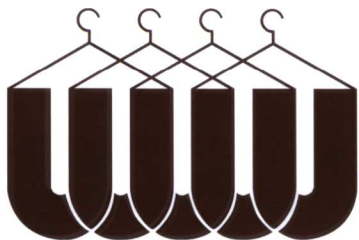
法国国旗

二、标志设计的创作原则

（一）标志设计的识别性

中华人民共和国国徽呈圆形，中心部分由五颗金色的五星和天安门组成，五颗金色的五星中，大五角星象征中国共产党，四颗小五角星代表全国各族人民，寓意在中国共产党领导下的全国人民大团结，国徽的四周由两束金色的谷穗组成的圆环与圆形的齿轮及向左右延伸的绶带构成，谷穗象征农民阶级，齿轮象征着工人阶级，两者的紧密结合体现了中国是以工农联盟为基础的人民民主专政的国家。

一个国家的诞生必须首先确立与其相对应的国徽、国旗、国歌，以便在各种场合用以确认其存在，不同新政权的建立与新国



项目：制服无极限
设计者：汤姆

加拿大航空

项目：Seti 学会，调查研究学会
创作总监：David Turner, Bruce Duckworth
设计机构：Turner Duckworth
设计者：Sara Gerelous, Jonathan Warner

项目：TBS —— 东京广播系统
设计机构：西蒙克史 / 瑞卡斯
设计者：玛姆·西蒙克史，安·瑞夫斯

项目：Minnesota 技术股份有限公司
创作总监：马克·斯邦勒
设计者：杰夫·斯派

项目：墨菲艺术中心 / 摩根州立大学
设计公司：瑞卡巴夫平面设计
设计者：埃里克·瑞卡巴夫

项目：Rinzen
设计者：Rinzen
设计公司：Venom