

XIN



新视觉·应用艺术设计丛书

袁 静 姬长武 / 编著

新视觉·应用艺术设计丛书

平面传达设计

济南出版社
JINAN
CHUBAN
SHE



PINGMIAN CHUANDA SHEJI

XINSHIJI · YINGYONG YISHU SHEJI CONGSHU

4
7
4
3

平面传达 设计

· 应用艺术设计丛书



平面传达设计

袁 静 姬长武 / 编著
济南出版社

PHOTOGRAPHY
MAGAZINE
ANNUAL
CHALLENGE
DAVID
SHEP

ISBN 7-80629-961-0

I .平… II .①袁… ②姬长武… III .平面设计
IV .J506

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 000188 号

新视觉·应用艺术设计丛书

著者：袁 靜

出版：济南出版社

地 址：济南市经七路 251 号

邮 编: 250001

印 刷：山东新华印刷厂

(济南市胜利大街 56 号)

发 行：济南出版社发行部

电 话: 0531-6922073

开本：889 × 1194 毫米 1/16

印 张: 6.25

版次：2004年2月第1版 2004年2月第1次

字数：60千字

印 数：1—3000册

ISBN 7-80629-961-0

定 价：38.00元

(如有倒页、缺页、白页, 直接与印刷厂调换)

平面传达设计概述

新视觉·应用艺术设计丛书

概念：平面传达设计泛指以二维的平面为载体，以视觉为传达方式，向大众传播特定的概念和信息的一种造型设计活动。因其主要功能是传达特定的概念和信息，也被称为“传达设计”或“平面设计”。

功能：平面传达设计的基本功能就是传达信息，是将组成信息的各元素通过不同形式、不同方法进行整合之后的重新呈现，以使信息更加便于大众识别和理解。

构成要素：平面传达设计的构成要素是图形、文字、色彩。

图形：是平面传达设计的基础语言。从广义上讲，一切含有图形因素，并与信息传播有关的形式及一切可以被平面设计所运用、借鉴的形式都称为图形。从狭义上讲，图形就是直接、单纯以传达特定信息为目的的“图画形式”。图形分为具象图形和抽象图形两大类。

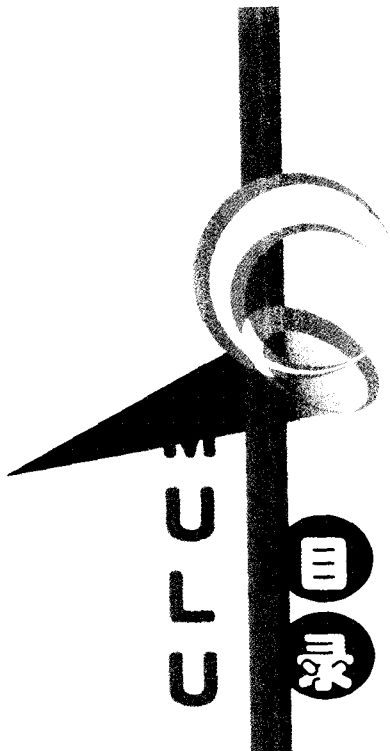
文字：指平面传达设计中以说明为目的的标题、说明文、广告语等文字及设计字体，即平面设计中所有以文字形式出现的元素。

色彩：指平面设计中使用的所有为传播信息服务的颜色。它有利于图形、文字的塑造，信息的传达和情感的表述。

平面传达设计的主要内容：

平面传达设计经过自身不断的发展和完善，内容主要包括标志设计、招贴设计、书籍设计、包装设计、企业 CIS 设计等。

平面传达设计必须经过创意→设计→表现的过程才能完成，它要求设计师要具备丰富的知识结构、良好的表现技能和富有创造性的思维能力以及很好的艺术修养。随着社会的进步、科技和经济的飞速发展，平面设计因其独特的传达方式，在视觉传达领域所起的作用是非常巨大的，它不仅仅满足于在商品流通领域作为沟通企业和消费者的桥梁，而且在精神文化领域中也以超越民族、文化、地域的视觉形式和特有的艺术魅力，影响着人们的观念，提高着人类社会的文明程度。



目录

标志设计

- ◆ 1.1 概述
- ◆ 1.2 标志的创意与设计表现
- ◆ 1.3 标志设计的构成要素
- ◆ 1.4 标志的设计程序

招贴设计

- ◆ 2.1 概述
- ◆ 2.2 招贴的创意与设计表现
- ◆ 2.3 招贴的构成要素和编排设计
- ◆ 2.4 招贴的设计程序

书籍设计

- ◆ 3.1 概述
- ◆ 3.2 书籍设计的语言
- ◆ 3.3 书籍设计的构成要素和版式设计
- ◆ 3.4 书籍设计的程序

包装设计

- ◆ 4.1 概述
- ◆ 4.2 包装设计的创意与设计表现
- ◆ 4.3 包装设计的构成要素和编排设计
- ◆ 4.4 包装的设计程序

CIS 设计

- ◆ 5.1 概述
- ◆ 5.2 视觉识别 VI 设计
- ◆ 5.3 CIS 手册



1 标志设计

◆ 1.1 概述

标志作为一种供大众传播的视觉符号,在人们的日常生活中应用广泛,无处不在。从商品的品牌标志,到企业的形象标志,从城市的形象标志,到国家的形象标志等,生活中它的踪迹随处可见。随着商品经济的不断发展,商品竞争日益激烈,标志已不仅是代表企业与商品的符号,它也是质量、服务、信誉的保障,已成为社会与商品、社会与企业的最直观的沟通媒介。

1.1.1 标志的概念

标志是具有识别功能和信息传达作用的供大众传播的视觉符号。它以完美的造型、丰富的内涵给人们留下深刻的印象,从而体现其传递信息的功能。

拥有一个创意卓越、形象鲜明的标志作为识别形象,是企业和产品在社会上树立良好形象的重要基础。它能以强烈的视觉冲击力提高人们的注意力,加深人们的记忆度,从而达到识别企业形象、传播产品信息、增加经济效益的目的。

1.1.2 标志的特点、功能与类别

1 标志的特点

标志是一种面向大众的视觉传播符号,其目的是将一个复杂的事物的最本质的特征以简单的形象表现出来,使之具有丰富的内涵和完美的造型,并通过视觉进行有效传播。

标志要获得良好的传播效果,应具备以下特点:

1)、易识别:标志是传播信息的视觉符号,易于识别是标志设计的前提,其造型语言和构成要素应明确易懂。标志的形式要与内容相一致,即造型要与内涵一致,

以利于大众识别。

2)、易记忆:易记忆是指标志的内容要简洁、准确,易于记忆。标志由于受表现空间和构成要素的局限,必须对设计素材高度概括、提炼、巧妙组合,利用有限的空间及要素,创造出造型简洁、内涵丰富的图形符号。

3)、独创性:标志除具备易识别、易记忆的特点外,还应具有区别于其他标志的鲜明的个性特征,即标志的独创性,主要是指标志的设计要创意巧妙、形式新颖、与众不同,能给人以强烈的视觉冲击力。

4)、审美性:审美性是指标志的形象要符合艺术审美规律和形式美法则,要具有强烈的吸引力和感染力,通过优美、别致的造型来传达准确、丰富的内涵,令人回味无穷,记忆深刻。

2 标志的功能

标志的功能归纳起来有以下几点:

1)、传递信息:这是标志最主要的功能,也是标志的实用功能。标志可通过多种表现形式,把信息传递给人们,有助于人们了解和识别企业和产品,有利于产品的竞争和促销。

2)、象征功能:象征功能是指企业或产品用标志作为自身形象的象征,不仅快捷有效,而且具有权威性、信任感,标志是产品信誉的保证、企业形象的化身,有利于企业对产品形象的宣传和巩固。

3)、审美功能:审美功能是指标志的艺术性。标志设计素材广泛,经提炼、概括后构成的图形应具有完美的造型和鲜明的色彩,在传递信息的同时给人以视觉上的美感。

3 标志的类别

1)、根据标志的具体用途划分,标志可分为商业性标志和非商业性标志。



英国 Direct Line 公司标志
设计: Northcross
图 1-1

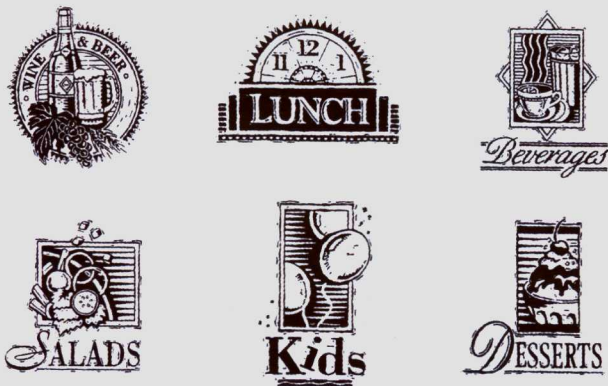


美国 edgard 制片公司标志
设计: Nathalie dela Gorce
图 1-2

上海黑珍珠大厦旋转酒吧标志
设计: Peret [西班牙]
图 1-3



美国雨林咖啡连锁店标志
图 1-4



必胜客咖啡系列标志
设计: Lisa Voss
图 1-5

商业性标志: 商业机构标志、产品品牌标志、产品功能符号等。

非商业性标志: 行政机关标志、公共设施标志、社会团体标志、公益活动标志、机构标志、安全标志、公共指示符号等。

2)、根据标志的形式划分, 标志可分为图形标志、文字标志、综合型标志。

3)、根据标志的表现方法划分, 标志可分为抽象形标志、具象形标志、符号形标志、综合型标志。

◆ 1.2 标志的创意与设计表现

1.2.1 标志的创意

1 创意的含义

创意是指独特的创造性的主意。就标志设计而言, 创意是指能够表达信息内容的具有独创性的视觉符号的构想。它是标志设计的核心, 对标志设计的成功起决定性作用。

标志的创意不能凭空想像, 而是在对有关资料了解和分析的基础上, 通过比较和选择, 高度概括、提炼设计对象的本质特征, 运用简洁、巧妙的艺术手法, 强化个性、突出主题, 从而使标志具有独特的造型和丰富的内涵, 达到传播信息的目的。

2 创意的原则

标志的创意要求设计者在全面了解和认识所需设计的对象的前提下, 充分发挥自身的创造力和想像力, 通过一种高度概括的视觉符号来准确表达标志特定的内涵和寓意。

标志的创意应以准确、简洁、独特为原则。

1)、准确: 准确是指创意要明确、清楚地表达标志的内容和主题, 使人们在欣赏标志的同时, 能准确地理解信息传达的内容。

2)、简洁: 简洁是指创意的图形要造型简练, 高度概括, 易于识别、记忆, 利用有限的空间表达丰富的内涵。

3)、独特: 独特是指创意的图形要具有典型性、独创性。这是标志能否成功的关键。典型、独特、与众不同的图形能增强标志的视觉冲击力和艺术感染力。

1.2.2 标志设计的表现形式和表现方法

1 标志设计的表现形式

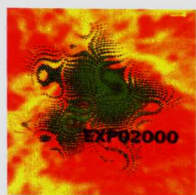
标志作为一种具有象征性的视觉符号, 首先应吸引

人们的注意,引起人们产生特定的视觉和心理反应,从而产生共鸣,所用符号应具有准确的表达力、丰富的想像力,以及形象本身的魅力。因此,标志设计应通过简洁、明快、通俗易懂的图象、文字和象征符号来表现,其表现形式可分为具象表现、抽象表现和文字表现三种。

1)、具象表现:具象表现是指以具体形象表达特定的含义。它是客观物象的自然形态为基础,以经过高度概括与提炼的具象图形为素材进行设计的一种表现形式。它是对客观物象精神内涵的凝练与简化,夸张其形象特征,简化其细部结构,以单纯、鲜明的图案形式表达信息内容。具象表现形式的标志的特点是:通俗易懂、个性突出、简洁明快、形象鲜明(如图1-1、1-2、1-3、1-4、1-5)。

2)、抽象表现:抽象表现是指以抽象的造型来表达特定的含义,以几何图形或符号为素材进行设计的一种表现形式。它是把表达对象的特征部分地抽象出来,通过点、线、面或符号等形式来表现。抽象表现形式的标志的特点是造型简洁,寓意深刻,具有简练、朴素的理性美和强烈的时尚感,令人回味无穷(如图1-6、1-7、1-8)。

3)、文字表现:文字表现是指把标志的形象与字体结合成一个整体来表达特定含义的表现形式,或是单纯以字体作为素材来进行设计的表现形式。文字作为一种传播信息的符号,本身具有独特的造型风格,不同造型的文字所表达的含义也不同。文字表现形式的标志是将文字的特定含义,通过设计加以提炼、夸张,强化其个性特征,从而巧妙地展示文字的内在韵味。其特点是简洁直观,易于识别,易于记忆,便于传播信息。用拉丁字母作为素材的标志,其特点是便于沟通、造型丰富、言简意赅,是常用的标志表现形式之一(如图1-9、1-10、1-11、1-12)。用汉字作为素材的标志,可以借助



2000年德国汉诺威世界博览会标志
设计: Iris Unilal Michael Gais
QWER Communication Design

图 1-6



世界平面组织协会 (Icograda)
2003年日本名古屋会议标志
图 1-7



荷兰 CAPAC 雇佣公司标志
设计: DUMBAR Studio
图 1-8



荷兰 Media Kabel 公司标志
设计: image dangereuse Rotterdam bv
图 1-9



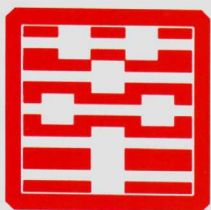
荷兰质量评估推进教育中心标志
设计: Elise Bakker Grafisch
图 1-10



日本 Victor 公司活动标志
设计: Noriko Ohashi
图 1-11



日本 SOMA 国际公司标志
设计: Yasuichiro Suzuki
图 1-12



华印集团
设计: 姬长武
图 1-13



中国邮电电信总局
设计: 北京理想设计艺术公司
图 1-14



联合国五十周年标志
图 1-18



美国 360 度通讯公司标志
设计: Siegel & Gale
图 1-19



中国银行
设计: 靳埭强
图 1-15



国际华人设计师联合委员会
图 1-16



文具制造厂协会
图 1-20



3M 办公用品公司
图 1-17

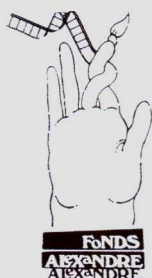
汉字的具象性特点,用具象与抽象相结合的方法,使标志具有独特的创意和鲜明的形象(如图 1-13、1-14、1-15、1-16)。用数字作为素材的标志,可以对数字进行形态上的变化,使数字造型极具魅力和现代感。其特点是简洁、易于识别、时代感强(如图 1-17、1-18、1-19、1-20)。

2 标志设计的表现方法

标志设计的表现形式确定后,可以采用以下几种表现方法对素材进行设计组合。



日本概念椅子设计展标志
设计: Ken Miki
图 1-21



美国亚历山大活动标志
设计: Sommese
图 1-22



美国七人公司标志
设计: Hornall Anderson Design Works
图 1-25



VINOPOLIS
CITY OF WINE
英国 Wine World 公司标志
设计: 英国 Lewis Moberlg 公司
图 1-26



荷兰能力培训中心标志
设计: Studio Petra Fsveld
图 1-23



美国德克萨斯艺术委员会（政府委员会）
图 1-27



美国 B·F·全日制学校
图 1-28



美国圣弗兰斯科艺术委员会活动标志
设计: Earl Gee
图 1-24



中国文联
图 1-29



济南广电浪潮网络有限公司
设计: 姬长武
图 1-30



柬埔寨吴哥窟遗迹拯救委员会标志
设计: 田中一光
图 1-31

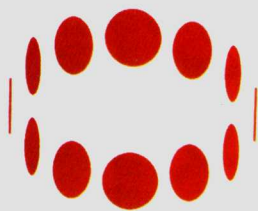


日本瓦萨拉珠宝
图 1-32

1)、夸张变形: 这是标志设计常用方法之一。通过对素材的适度夸张、变形, 来表达标志的主题内容和个性特点 (如图 1-21、1-22、1-23、1-24)。

2)、拟人处理: 拟人处理是指对素材进行拟人化处理。具有卡通、漫画的特点, 造型简洁、生动、有趣, 也是标志设计常用方法之一 (如图 1-25、1-26、1-27、1-28)。

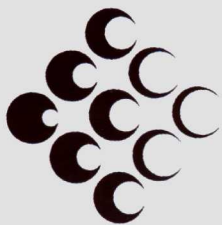
3)、字首构形: 字首构形是指以标志主题的第一个字母或汉字为形象进行设计。这种方法有较强的直观性和易识性 (如图 1-29、1-30、1-31、1-32)。



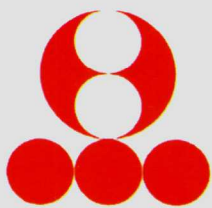
美国艺术中心大学设计会标志
设计: Earl Gee
图 1-33



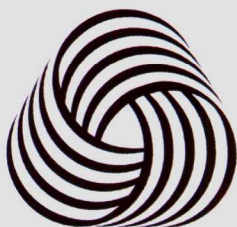
山东世纪装饰工程有限公司
设计: 姬长武
图 1-38



美国兰利集团 (旅行社)
图 1-34



日本东京电力公司
图 1-35



国际纯羊毛标识
图 1-39



日本新王子制纸公司标志
设计: Akio Okumura
图 1-36



日本佐伊露旅馆
图 1-40



印尼航空公司
图 1-37

4)、点的构成: 点的构成是指标志设计以形状、面积相同或不同的点为素材进行设计。这种方法具有强烈的形式感、秩序感和规律性 (如图 1-33、1-34、1-35、1-36)。

5)、线的构成: 线的构成是指标志设计以粗细、长短不同或相同的线为素材进行设计。这种方法有较强的速度感和形式美感 (如图 1-37、1-38、1-39、1-40、1-41、1-42、1-43)。



人民日报社 CI 导刊
设计：赵琛
图 1-41



美国 RAPAX 公司标志
设计：30sixty 设计公司
图 1-44



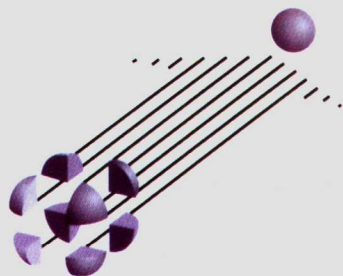
音乐耳朵 (唱片公司) 美国
图 1-42



芬兰 iobox.fi 网络公司标志
设计：Master Partnership
图 1-45



北京 2008 奥林匹克申办标志
设计：陈绍华
图 1-43



美国 Tandem 公司标志
设计：Joe Millers 公司
图 1-46



荷兰 hetoosten 公司标志
设计：124 Design bv
图 1-47

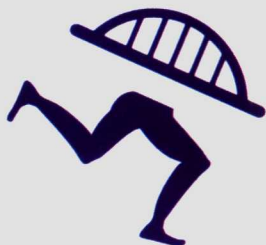
6)、面的构成：面的构成是指标志设计以体、面的形式构成，通过不同体、面之间的交叉、排列关系，塑造标志形象，具有较强的稳定感和空间感(如图 1-44、1-45、1-46、1-47)。



2000年德国汉诺威世界博览会吉祥物 Mascot

设计: Javiev Mariscal

图 1-48



荷兰: 鹿特丹九月文化节标志

设计: YZgraphic design+photography

图 1-49



西班牙查斯克尔夫装

图 1-50



HANDS ON
A MUSEUM TO TOUCH

美国少儿博物馆

图 1-51



美国 Nine Lives 零售店标志

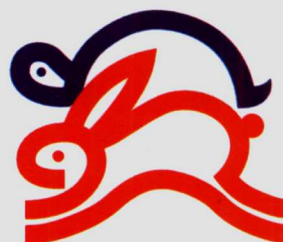
设计: Michelle Sonderegger/Ingred Sidie

图 1-52



瑞士雀巢饮品

图 1-53



日本富士电视运动会

图 1-54

7)、诙谐幽默: 诙谐幽默是指把标志的形象设计得风趣、幽默。这种方法常以滑稽幽默的表情和动作给人以趣味性(如图1-48、1-49、1-50、1-51)。

8)、具象表现: 具象表现是标志设计中最简捷、最常用的方法之一。它以客观事物的自然形态为原形, 经过概括、提炼得出简洁、单纯的图案式的图形作为标志的形象。这种方法有较强的直观性, 通俗易懂、个性鲜明(如图1-52、1-53、1-54、1-55)。



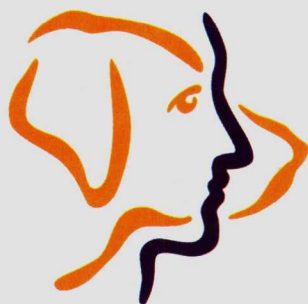
美国芝加哥公牛队
图 1-55



美国凡德比尔特大学书店
图 1-57



美国魏伦咖啡屋
图 1-56



澳大利亚皇家领路犬协会
设计: Ken Cato
图 1-58

◆ 1.3 标志设计的构成要素

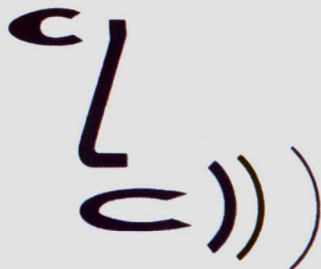
标志设计从属于平面设计,其构成要素由平面设计的三要素图形、文字、色彩组成。

1.3.1 图形

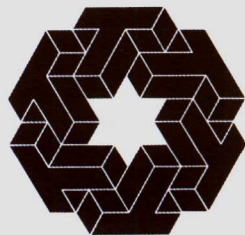
图形是标志设计中用来传播信息的重要视觉形象之一,它能突出表现标志的内涵和寓意,不受国别、语言的限制。它比文字更易直接沟通,是人类通用的视觉符号。图形的表现种类有具象表现和抽象表现两种(如图 1-56、1-57、1-58、1-59)。

1.3.2 文字

文字是一种传播信息、交流思想的语言符号,同时也是一种视觉符号,是标志设计的重要视觉要素,能完整准确地传递信息。标志中的文字设计,字体的选择和设计风格应和标志的图形和谐统一。另外,文字本身也



CLC 临床咨询 美国
图 1-59



荷兰商业中心标志
设计: SDC Total Communication
图 1-60



葡萄牙 EGG 设计公司标志
设计: Nuno Alves, Lisbon
图 1-61



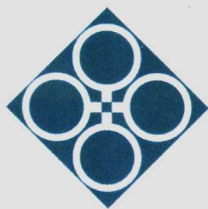
意大利欧洲设计学院标志
图 1-62



美国高速公路咖啡屋
图 1-66



微软公司标志
设计: Hornall Anderson Design Works
图 1-63



蓝田西餐
设计: 袁静
图 1-67



东源电力
设计: 袁静
图 1-68



中国上海六百
图 1-64



美国渔具博物馆
图 1-65

可以作为独立的标志形象(如图 1-60、1-61、1-62、1-63、1-64、1-65、1-66)。

1.3.3 色彩

色彩有丰富的内涵、鲜明的个性,不同的色彩能引起人们不同的心理感受。标志的色彩设计有传达寓意和内容的功能,色彩的准确应用不仅能吸引人们的视觉注意,加深印象,同时还能有效地传递信息,对标志主题和形象的传播起到积极的推动作用(如图 1-67、1-68、1-69、1-70、1-71)。

◆ 1.4 标志的设计程序

1.4.1 标志的设计原则

1 标志在设计过程中,应遵循以下几点原则

1)、定位准确:标志的定位是指标志所要传递的主要信息的表现形式。设计者必须在全面了解有关资料并进行分析的基础上,才能准确地给标志设计定位。准确的定位是标志设计成功的关键。

2)、形象典型、独特:在准确定位的基础上,设计者应考虑用何种形象来体现标志的定位。标志的独创性

特点,要求其应具有区别于其他标志的鲜明的个性特征。因此,设计者在设计标志形象时就应注意其典型性、独特性。

3)、表现恰当:标志设计的形式和方法多种多样,设计者应根据标志的定位,采用恰当合理的表现方法体现标志所要传播的主要信息,从而使形象与内容达到和谐统一。

4)、色彩鲜明:标志的色彩应简洁、醒目、个性鲜明,应与标志的定位相结合,为更好地表现标志主题服务。

2 标志的设计程序

1)、调查研究:标志设计的第一步应先进行调查研究,了解有关信息资料,为标志创意和设计作准备。调查的内容包括企业的性质、产品的特性、企业的生产能力、产品的销售对象和销售区域以及产品的竞争对手等方面的资料。

2)、设计构思:设计构思的过程也是创意形成的过程,需要对所调查和收集的资料进行整理和归纳,找出对创意有帮助的材料作为设计的素材,充分发挥设计者的创造性思维,运用形式美法则和标志设计的表现形式,对标志的形象进行整体构思。

3)、草图阶段:草图是设计构思的具体表现,设计者应根据设计构思,运用多种表现形式和表现方法,画出大量不同形象的草图,然后从中筛选、深化。

4)、深化阶段:从大量草图中挑选出几个比较满意的方案。挑选的原则主要包括:标志的立意是否准确,形象是否简洁、醒目、富有美感,标志的创意是否具有独特的个性。然后广泛征求意见,反复修改,最后确定一至二个最佳设计方案。

5)、设定色彩:标志的色彩一般设定一至二种颜色,最多不超过三种。色彩的设定应以标志所要表现的企业或商品的性质为依据,以简洁、鲜明、突出个性为原则。

6)、制作正稿:标志正稿的制作一般包括用手绘和电脑制作两种形式。近年来最常用的制作方法是用电脑进行辅助设计,它具有比手工更精确、更便于修改以及可以通过软盘进行交流等优点。制作标志常用的软件有 CORLDRAW, FREEHAND 和 ILLUSTRATOR 等。虽然制作软件能给设计工作带来极大的方便,但是电脑只是一种辅助工具,它无法代替人脑进行创意构思,因此,设计者还应不断提高自身的创造性思维能力,丰富知识结构,才能设计出成功的标志。



日本 1993 年亚洲俱乐部滑冰
图 1-69



匈牙利派托菲印刷
图 1-70



加拿大蒙特利尔美术馆
图 1-71