

世界标志

图
案
集



SHIJE BIAOZHI



世界标志

图 案 集

邱承德 潘吾华 编

江苏科学技术出版社

1986年

5-17

世界标志图案集

邱承德 潘吾华

出版：江苏科学技术出版社

发行：江苏省新华书店

印刷：赣榆县印刷厂

开本 787×1092 毫米 1/24 印张 16.5

1987年5月第1版 1987年5月第1次印刷

印数 1-3,200册

书号：17196·103 定价：4.00元

责任编辑 封明诚

前 言

世界上各民族的语言有成千种。人与人之间的语言交流困难不少，特别在当今信息革命突飞猛进，速度与节奏加快，国际间时空距离缩短的时代，采用图形、符号、标志等形式，作为公共场所的视觉识别艺术，对发展国际贸易、文化交流、旅游观光事业，都具有越来越重要的作用。因此，我们编辑了这本《世界标志》图案集，供大家阅读参考。

本图案集汇集了世界三十余国交通运输(航空、铁路、海运等)、商业(贸易、商店、旅社、饭店)、财政金融(银行、信托、保险、救济互助、经纪等)、工矿企业(公司、厂矿、产品等)、文化生活(新闻、广播、出版、学校、医院、公园、旅游、戏剧等)、体育、系列标志七大部分标志，约4800余枚。每页标志排列次序自左向右，为1、2、3、4；5、6、7、8；9、10、11、12。编排次序后面注明国家、地区，并附有简单文字说明，说明中前部分为标志名称，后部分为设计者姓氏，后页还附有设计家姓名中外文对照索引。为了便于读者对标志设计的一些基础理论问题有所参考，还节选了日本真锅一男、大辻清司合著的《设计技法讲座》丛书之五中的部分论述，读者可以结合本书相应图例内容，与其论述进一步学习研究。

本书编辑过程中，得到王洪、金黄俩同志的协助，谨此表示感谢，因我们是在繁冗的教学工作中偷闲汇编的，挂一漏万定所难免，希专家及读者们不吝指正。

邱承德 潘吾华

1984年10月于中央工艺美术学院

标志设计基础

(日) 真锅一男 大辻清司合著

一、公共标志和专用标志

1. 标志的意义 由于摄影、绘画、印刷和图象传送技术的划时代进步,今天,在数量巨大的传送媒体中,非语言传送所占比例迅速增长,具有了和语言传送相抗衡的竞争力量。所谓非语言传送,指的是以映像或视觉形象为对象的东西。记号、标志这些传送理论的基本概念,也被导入了和传送密切相关的设计领域。

在传送理论中,一般把在传送过程中扮演媒介角色的东西称作记号。象看到烟的上升就能知道下面有火一样,把根据自然现象的法则就能直接理解的记号叫作自然记号或信号。同样是烟,如果是人为的结果,一般把这种记号叫作标志。标志除了有指明什么、代替什么的作用外,还具有表明意义、指令行动和象征感情等作用。人类创造了如此庞大的标志体系,通过它,沟通了作为“单个”而存在的人与人之间的联系,加强了社会人员间的交流。

如果把这种自然的、人为的记号分类的话,可分为信号、符号和标志三类。把凡是动物都能感觉到的刺激等叫作信号;把和事物相对应的、每个人都能容易接受的记号叫作符号;而把不仅简单地表示了事物的存在,而且包括了其目的、内容、个性等在内的总体表现的东西叫作标志。

离开语意学（一门研究语言符号与其意义之间关系的科学）记号论中的特定词义，在一般情况下所谓的象征，指的是用具有实象的具体事物来表示抽象的精神内容，例如鸽子象征和平，十字架象征基督，红色象征革命。这些具有特定意义的象征，毋须说明就能被人理解。因此和照本宣读的自然主义相反，象征主义是一种通过感觉、感情等的象征手段表达看不见摸不着的、语言无法传送的抽象或神秘的意义和内容的表现手法。

2. 设计领域中标志的意义 现代设计界所谓的标志，指的是象征诸如文娱演出、运动会或组织、团体等的目的、精神、主题、内容的简明形象和用于各种媒体的、一目了然的、能广泛提高精神和感情效果的公共标志（又称通用标志或共同标志）。

如果在公共或通用这点上广义引伸的话，标志一词的概念包括了从手语、表示某种某义和感情的姿势、象形文字等代替文字作用的东西到表示时间空间的历本、时刻表、乐谱、地图、模型、统计图表、学术符号、旗语和作为指令的交通标志等在内的一切，由视觉传送的公共标志。

3. 专用标志 和公共标志扮演的角色不同，专用标志是为某一专门目的而设计的。换言之，专用标志是代表个人或个人之间物的标志，是为了区别于他人和他人之物而产生的。私有家畜身上的烙印，窑匠、石匠、画家的署名和落款，表示家系的纹章和旗帜，确认自己权利或义务的印章、签字、花押，宣传和保障商店、公司信誉的注册商标等，均属专用标志

范畴。根据这种分类，代表国家和市、县、州的国

旗和城徽等,兼具有专用和公共标志双重功能。

二、标志的表现手法及其分类

上述公共标志和专用标志,虽然在其产生和功能方面不尽相同,但无论哪种都是概括和表达事物内容的标记,即作为视觉传送的造形单位而存在的。因此,从造形处理的角度来看并无多大区别。为了行文方便,拟把两者合并,从构图、设计等具有广泛参考价值的造形技巧的角度分述如下。

1. **主题分类** 为了用简单的图形表现丰富的内容,在主题和题材的选择方面有多种途径。

①以具象为题材的标志

a. 来自自然界的东 西,有人物、动物、植物等。

b. 来自人工制造的东西,诸如各种生活用具和建筑物等等。

c. 自然物和人工物的组合。

②由文字和具象组成的标志

a. 文字和自然物的组合,如文字和某一动物和谐地联系在一起的标志。

b. 文字和人工物的组合,象用缩写字母巧妙地突出某组织的标志。

c. 文字、自然物和人工物的组合。

d. 把文字组成具体形象。

③以文字为题材的标志

a. 由单位名称的全部字母组成的标志。

b. 由单位名称的缩写组成的标志。

c. 由拼合文字组成的标志。

d. 由书写字母组成的标志。

④由文字和抽象图案组成的标志

⑤由抽象图案组成的标志

特别是现代,由单纯的抽象图案组成的标志俯拾皆是。

2.造型方法分类

①构成处理的表现手法 所述之构成,指的是主题被确定后的构思、造形等设计技法,分类列举如下。

a.观察和表现。对同一个物体,可以从不同的角度去观察和表现。

b.变形和附加。为了整个形象的和谐统一,仅用直线或曲线的表现手法也很流行。

c.线、面和阴、阳。以线为例,有以开放的线或封闭的线,粗旷的线或纤细的线为主组成的图案。这些图案强调了线的特性。此外,在使用不同特性的线条时,还应考虑其黑白效果(白底黑线称作“阳”,黑底白线称作“阴”)。

d.方向的变换。同一个物体,可左右上下变化。此外,同样是正方形,由于位置的不同(如平放、横放、斜角放等),给人以各种不同的感觉。

②规则排列的表现 规则排列的总原则是,应在广义的对称概念下去构思。

a.左右对称。

b.放射对称。

c.平行移动。

d.扩大缩小。

规则排列的表现手法有基本形式和组合形式两种。

三、标志设计要点

在设计一个标志时,必须注意下列几点:

1.确切的象征意义

首先必须很好地把握事物的性格、特点、目的和物品的性质、用途等,然后考虑通过什么形象来恰如其分地表现它。形象和被表达的内容之间必须具有某种联系,只有这样才能引起联想,才能一目了然。如果两者间相距太远,观者如坠五里雾中,不易弄懂。因此确切的比喻、联想、暗示和变形等,能赋予标志以熠熠光彩。

其次,应加强造型艺术的修养,对线条粗细、面积大小、黑白关系、凹凸曲直的形态等具有性格、感情等应有深刻了解。只有这样,才能左右逢源,得心应手地表现自己想要表现的东西。

2. 明显的识别力和独创性

视觉方面的明显的识别功能和不同于其它标志的独创性也是设计标志时必须注意之点。

3. 整体的美感

即使有了确切的象征意义、明显的识别功能和强烈的独创性,如果缺乏整体的美感,还是没有生命力的。具有永久生命力的标志必须具有强烈的艺术美。

4. 多方面的适应性

标志被广泛使用于各种场合,因此必须适用于各种媒体。为此:

①在将标志扩大或缩小时,希望其感觉不发生变化。特别在缩小时,不应该发生线条重叠、空间拥挤等现象,底和图形之间也应保持平衡。

②反版印刷时(即由阳纹变成阴纹,或由阴纹变成阳纹时)的图案也能被人理解,以增加趣味性。

③最好是能适用于各种风格字体的图形。

④易放易缩,能适用于各种场合。

目 录

《标志设计基础》	
交通运输 (航空、铁路、海运等)	
.....	1—10
商业 (贸易、商店、旅社、饭店等)	
.....	11—23
财政金融 (银行、信托、保险、 救济互助、经纪等)	24—43
工矿企业 (公司、厂矿、产品等)	
.....	44—126
文化生活 (新闻、广播、出版、学校、 公园、医院、旅游、戏剧等).....	127—206
体育	207—210
系列标志	211—358



① (美) 西北航空公司

③ (德) 宇宙航空研究所

⑤ (美) 麦克唐纳飞机公司

⑦ (德) 航空公司

⑨ (加) 纽约东方航空公司

⑪ (德) 航空工程公司

克拉伦斯·李

布鲁诺·K. 威斯

奥弗利奥克·豪

安东·斯坦科夫斯基

(美) 利平科特; 马古利斯

安东·斯坦科夫斯基

② (伊) 伊朗航空公司

④ (美) 杰波森 (J) 公司

⑥ (墨) 墨西哥航空公司

⑧ (美) 旅行社

⑩ (美) 麦克卡兰国际航空港

⑫ (美) 华盛顿飞瀑航空线

罗伯特·R. 奥弗比

韦恩·亨特; 约翰·福利斯



- | | | | |
|------------------|-----------------|---------------|-----------|
| ① (美) 共和国航空状态 | 吉姆·波托斯基; 约翰·福利斯 | ② (美) 空军战略计划 | 格·迪安·史密斯 |
| ③ (美) 洛杉矶节日航空线 | | ④ (美) 精密航空公司 | 迈克·H. 迪托罗 |
| ⑤ (菲) 菲律宾航空公司 | (美) 普里莫·安吉利 | ⑥ (美) 皇冠航空线 | W. 兰多公司 |
| ⑦ (美) 兰开斯特旅游组织 | | ⑧ (美) 快速航空服务处 | 拉翁赫尔 |
| ⑨ (法) 国际航空联合运输公司 | | ⑩ (美) 欧扎克航空线 | 奥弗洛克·豪 |
| ⑪ (加) 国家航空公司 | | ⑫ (美) 夏威夷航线 | 克拉伦斯·李 |



① (阿尔及利亚) 国家航空公司

③ (南) 南非洲航空公司

⑤ (哥) 哥伦比亚航空公司

⑦ (澳) 澳大利亚航空公司

⑨ (加) 美国空间发射组织

⑪ (美) 飞机 (A) 构件公司

② (英) 西印度航空公司

④ (巴) 巴西航空公司

⑥ (美) 勃拉尼夫 (B) 国际 (I) 航线

⑧ (加) 东部地区航空公司

⑩ (美) 纽约美国航线

⑫ (突) 突尼斯国家航空公司



- ① (美) 台尔特大西洋国际航线
- ③ (新) 新西兰航空公司
- ⑤ (阿) 阿根廷国家航线
- ⑦ (马) 欧洲马耳他航空中心
- ⑨ (塞) 塞浦路斯航道
- ⑪ (芬) 芬兰航空公司

- ② (智) 智利国家航线
- ④ (伊) 伊拉克航空公司
- ⑥ (以) 以色列航空公司
- ⑧ (中) 宇航学会
- ⑩ (瑞) 瑞士航空公司
- ⑫ (智) 智利拉代公司



- ① (德) 水空运输公司
- ③ (美) 匹兹堡航空线
- ⑤ (荷) 皇家航空公司
- ⑦ (美) 波杜航空线
- ⑨ (古) 航空公司
- ⑪ (美) 大陆航空公司

埃里奇·昂格尔
费利克斯·贝特龙
萨尔巴斯

- ② (美) 洛杉矶航空公司
- ④ (苏丹) 苏丹航空公司
- ⑥ (美) 东北部黄鸟航线
- ⑧ (牙) 牙买加国家航空公司
- ⑩ (以) 以色列 ELAL 航空公司
- ⑫ (美) TWA 世界航空线

戴维·立佐特

(美) 奥托·H·脱莱乌曼



① (叙) 叙利亚航空公司

③ (科) 科威特航线

⑤ (英) 英国航空公司

⑦ (巴) 巴基斯坦国家航空公司

⑨ (南) 南斯拉夫航空公司

⑪ (苏) 苏联国家航空

② (法) 法国国家航空公司

④ (罗) 罗马尼亚航空公司

⑥ (印) 印度国家航空公司

⑧ (孟) 孟加拉国航空

⑩ (埃) 埃塞俄比亚航空公司

⑫ (新) 新加坡航空公司



- ① (中) 中国民航
- ③ (朝) 朝鲜民主主义人民共和国航空
- ⑤ (瑞) 瑞士航空公司
- ⑦ (意) 意大利航空公司
- ⑨ (马) 马来西亚航空公司
- ⑪ (荷) 荷兰王国航空公司

- ② (日) 日本航丸
- ④ (泰) 泰国航空公司
- ⑥ (德) 德国航空
- ⑧ (斯) 斯里兰卡国家航空公司
- ⑩ (赞) 赞比亚航线