



设计家丛书

世界广告标志大全

字母卷③

SHI JIE
GUANG GAO SHANG BIAO
BIAO ZHI DA QUAN

● 主编 东山 朱竟 楚严 ● 长春出版社

世界广告商标标志大全

主 编 东 山 朱 竞 楚 严



字母卷

长 春 出 版 社

58-4.1821
(吉)新登字 10 号

世界广告商标标志大全(字母卷③) 东山 朱竞 楚严 主编

责任编辑:王国庆

封面设计:王国擎

长春出版社出版
(长春市建设街 43 号)

吉林省新华书店发行
吉新月历公司印刷分公司印刷

开本:787×1092 1/24

1994 年 7 月第 1 版
1995 年 5 月第 2 次印刷

印张:10.5 插页:2

印数:6001—12000 册

ISBN7—80604—190—7/J·17 (全套定价:68.80 元)单本定价:9.80 元

序

笔石

商品经济的发展给广告学和商标学带来了广阔的发展天地，而广告学和商标学的发展反过来又促进了经济的繁荣。进入本世纪末之时，世界范围的广告商标学已经成为一门集经济学、文学艺术、信息学、心理学、社会学、公共关系学、控制学、新闻学等为一身的综合性科学。这门学科所创造的世界已经成了后现代主义艺术的

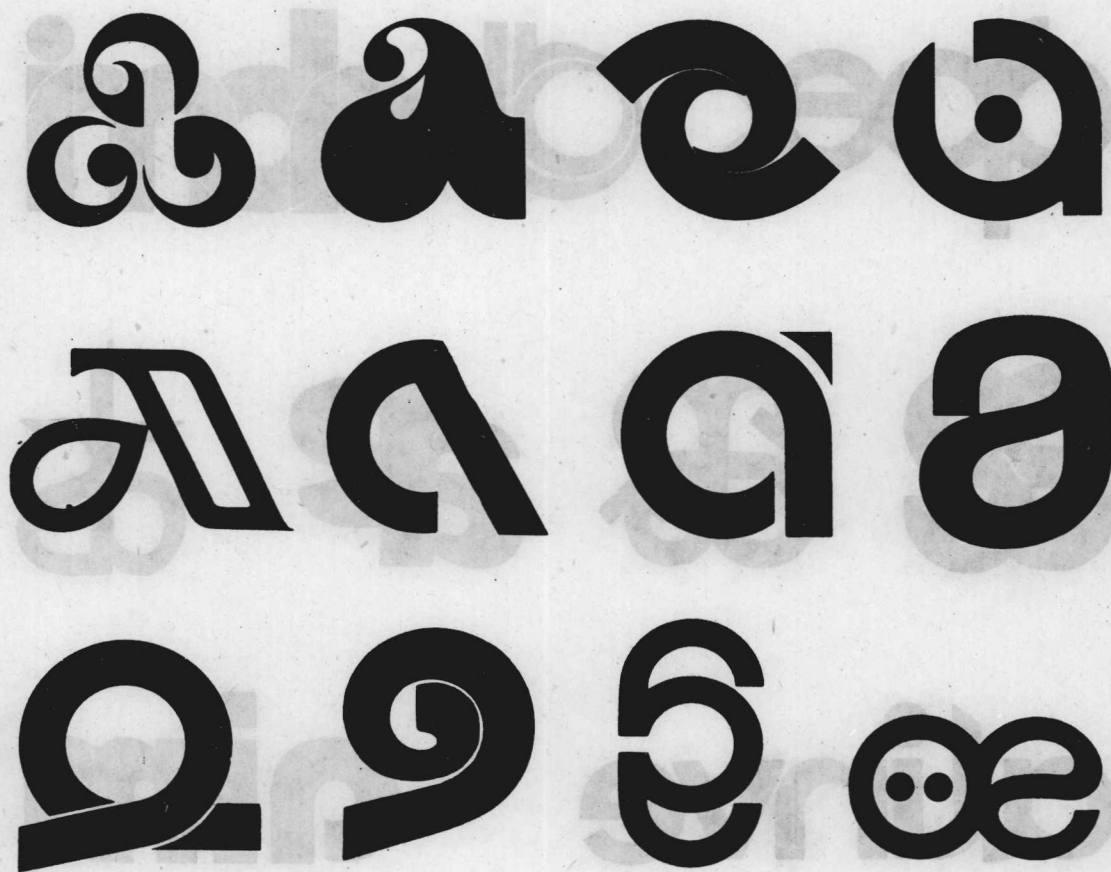
重要组成部分，在《世界广告商标标志大全》这套书里，你们可以看到近一万多幅作品都是出自世界五大洲的艺术大师的笔下，他们已经不在满足单纯地为经济或某种产品的畅销而服务，在每一件广告商标的设计中，都凝聚了艺术大师们的心血，并显示了他们的各自不同的艺术性，在某种意义上讲，优秀的广告商标设计者不肯做厂家和财团被动的奴隶，他们以自己最优秀的创造制约和影响了产品的前途，或许，这是每一个从事广告商标标志设计工作者梦寐以求的境界。

《世界广告商标标志大全》是全世界 70 年代—90 年代广告商标标志设计的精华。更进一步说，这些作品充满着思想，足以展示 70 年代及 90 年代全球视觉设计运动倾向的风采。除了展示其形式的过渡期和流向外，还包括其概念和思想。

《世界广告商标标志大全》一书的最大特点是：作品全都根据

形势做了妥善的分类和安排,每个商标标志或符号均假定出设计者个性及倾向。在编辑过程中努力达到这样的效果,即让每一位读者在寻找一个特定的作品时象翻查字典一样容易。如果这种方式能够获得成功的话,即使是初次接触本书的读者也能找到他所要搜寻的样式。《世界广告商标标志大全》分为字母卷①②③,图形卷①②③,共为六册,在此系统科学地展示了世界各国的广告商标标志的艺术。

我们真心希望《世界广告商标标志大全》这套书能引导处于世界后进地位的国家的广告商标标志设计者充分领略世界艺术大师的风范,并在欣赏和借鉴的同时得到后迪和充实,我们相信:随着经济的进一步腾飞,新一代广告商标标志设计大师肯定会在这个过程中诞生。



ape d dmi

æ æ æ æ

alinve aim

वि वि वि वि

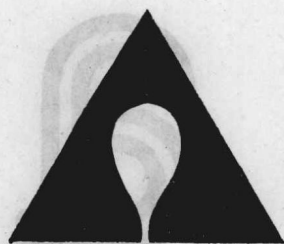


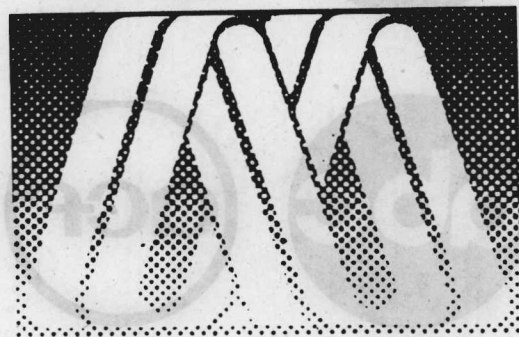
AF

१५



AF



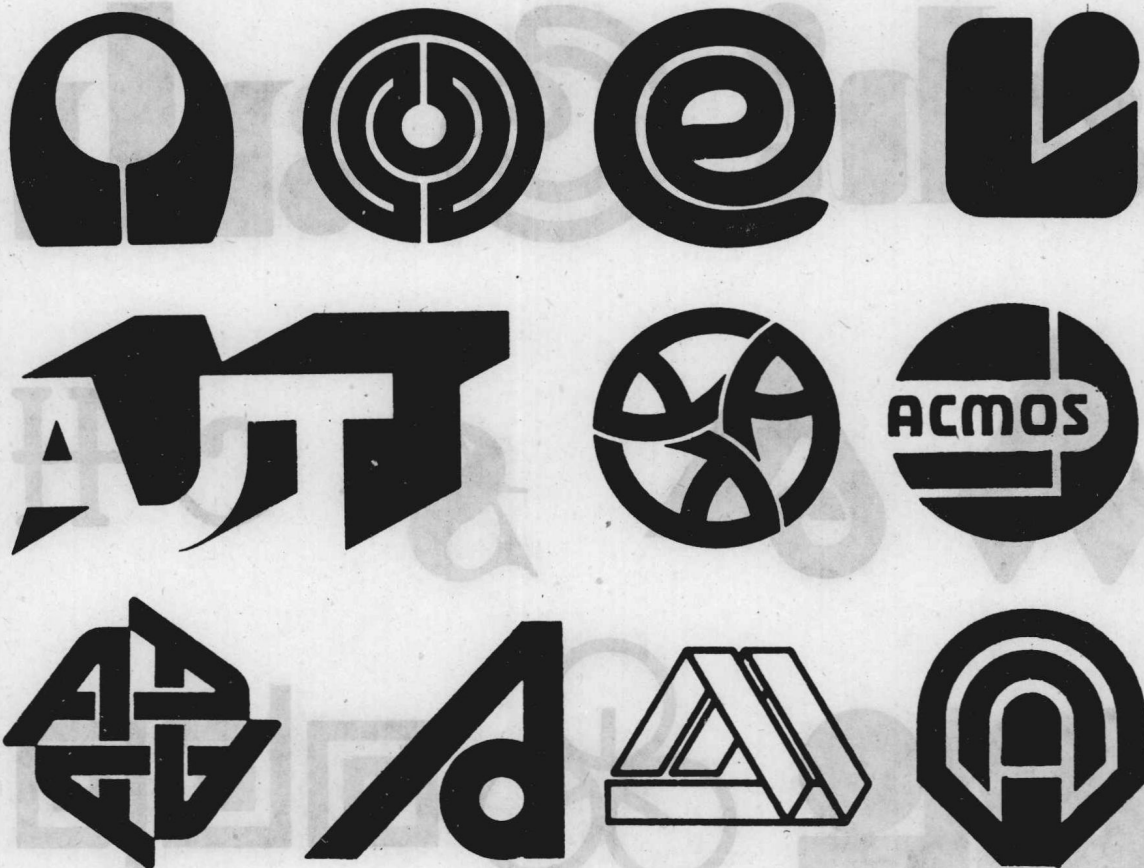


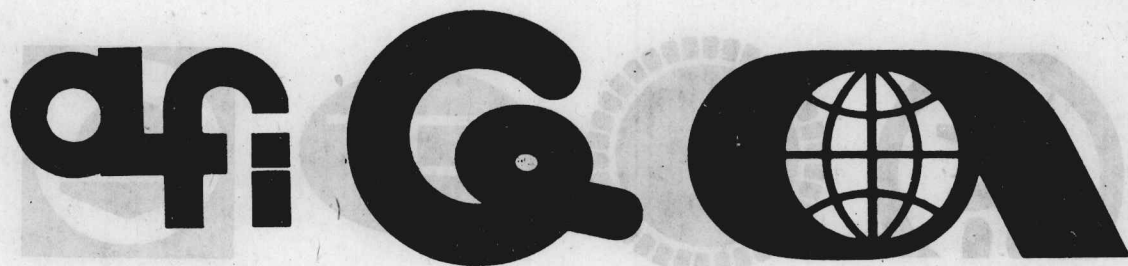
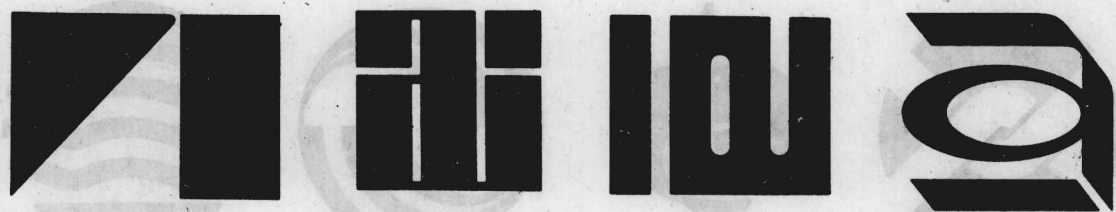


ah! 6 ah

Λ Λ S A

lll 三 卐





artipresent

