

DESIGN

专业色彩 搭配手册 标志设计

瞿颖健 曹茂鹏 编著



印刷工业出版社



北京希望电子出版社

Beijing Hope Electronic Press

www.bhp.com.cn

DESIGN

专业色彩 搭配手册 标志设计

瞿颖健 曹茂鹏 编著

内 容 简 介

本书综合讲解了标志设计的基本理论和色彩在标志设计中的应用方法。

全书共10章。第1章讲解标志设计的相关理论,第2~10章介绍了各个领域的标志设计,并配有大量的案例赏析,每个案例和作品赏析均为国际最新潮、最流行的标志设计、色彩设计和创意设计,并给出了色彩数值和作品设计分析。本书可做工具书查阅,也可做参照书赏析。

本书是标志设计、平面设计、广告设计、服装设计、影视设计、动画设计等专业必备的速查色彩工具书籍,也可作为各大培训机构、公司的理论参考书籍,还可作为各大、中专院校的标志、色彩专业书。

图书在版编目(CIP)数据

专业色彩搭配手册.标志设计/瞿颖健,曹茂鹏编著.

北京:印刷工业出版社,2012.5

ISBN 978-7-5142-0422-3

I. ①专… II. ①瞿…②曹… III. ①色彩学—手册

①标志—设计—手册 IV. ①J063-62②J524.4-62

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第040956号

专业色彩搭配手册.标志设计

编 著:瞿颖健 曹茂鹏

责任编辑:岳智勇 周凤明 责任校对:黄如川

责任印制:博 图 责任设计:付 巍

出版发行:印刷工业出版社(北京市翠微路2号 邮编:100036)

北京希望电子出版社(北京市海淀区上地三街9号嘉华大厦C座610 邮编:100085)

网 址:www.bhp.com.cn

经 销:各地新华书店

印 刷:北京博图彩色印刷有限公司

开 本:889mm×1194mm 1/大32

字 数:254千字

印 张:8.75(全彩印刷)

印 数:1~4000

印 次:2012年5月第1版 2012年5月第1次印刷

定 价:49.80元

I S B N: 978-7-5142-0422-3



标志设计是围绕标志而产生的一系列设计。标志已经遍布于各类产品、商品、公司、吉祥物等。标志讲究简洁大方并且具有视觉冲击力，在把握住整体的效果的同时，还必须具有独特地艺术风格和设计特点。

色彩是标志设计中最为重要的组成部分，色彩直接决定了设计的效果。本书是完全针对标志设计而展开的设计，主要讲解了色彩的应用、搭配和技巧，内容全面而且详细，对色彩设计、板式设计的学习非常有帮助。

本书共10章，首先讲解了标志设计的相关理论，随后按照“图形篇”、“数字篇”、“字母篇”、“人物篇”、“动物篇”、“植物篇”、“器物篇”、“自然篇”、“色彩篇”的顺序进行详细的讲解和精彩的赏析。通过对优秀作品的鉴赏总结得出简单易行的标志设计理念，帮助读者更快的理解标志设计的技术，并且渗透标志设计的理念，进而并将优秀的标志设计方案应用到工作和学习中。

本书以标志设计原理为出发点，力求将“理论与实用”、“易学与拓展”贯穿其中，愿作读者学习提升道路上的“引路石”。

本书由亿瑞设计策划，瞿颖健和曹茂鹏共同编写。参与本书编写和整理的还有杨建超、马啸、李路、于燕香、王萍、董辅川、曹诗雅、曹子龙、曹明、孙雅娜、韩雷、瞿吉业、孙芳、丁仁雯、高歌等。在编写的过程中，得到了北京希望电子出版社韩宜波老师的大力支持，在此一并表示感谢。

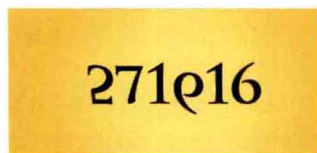
由于水平有限，书中难免存在错误和不妥之处，敬请广大读者批评和指出。

瞿颖健 曹茂鹏



第1章 你好，标志

1.1 你好，标志	2	1.2.5 色彩	5
1.2 标志设计的几大要素	3	1.3 标志基础知识	6
1.2.1 图形	3	1.3.1 标志的设计原则	7
1.2.2 数字	3	1.3.2 标志的设计禁忌	8
1.2.3 字母	4	1.3.3 标志设计相关法规知识	10
1.2.4 自然	5		



第2章 图形篇

2.1 图形	12	2.6 点状	37
2.2 矩形	17	2.7 直线	42
2.3 三角形	22	2.8 旋转形	47
2.4 十字形	27	2.9 方向形	52
2.5 心形	32		



第3章 数字篇



3.1	1	58	3.6	6	78
3.2	2	62	3.7	7	82
3.3	3	66	3.8	8	86
3.4	4	70	3.9	9	90
3.5	5	74	3.10	0	94



ПЕРШИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ



第4章 字母篇



4.1	ABCD	99	4.5	QRST	119
4.2	EFGH	104	4.6	UVWX	124
4.3	IJKL	109	4.7	YZ	129
4.4	MNOP	114			



第5章 人物篇



5.1	手掌	135	5.4	男性	150
5.2	眼睛	140	5.5	女性	155
5.3	头像	145	5.6	卡通人物	160



第6章 动物篇



6.1	虫类	166	6.3	鸟类	176
6.2	鱼类	171			



第7章 植物篇

- | | |
|---------------|---------------|
| 7.1 树木 // 182 | 7.3 叶子 // 192 |
| 7.2 花卉 // 187 | 7.4 果蔬 // 197 |



第8章 器物篇

- | | |
|---------------|---------------|
| 8.1 交通 // 203 | 8.3 食品 // 213 |
| 8.2 建筑 // 208 | |



第9章 自然篇

- | | |
|---------------|---------------|
| 9.1 山川 // 219 | 9.3 太阳 // 229 |
| 9.2 火焰 // 224 | 9.4 水流 // 234 |



第10章 色彩篇

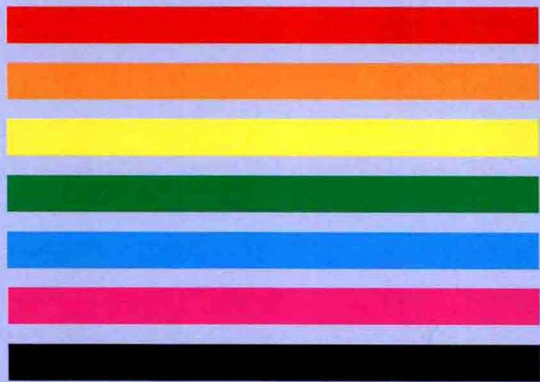
- | | |
|---------------|---------------|
| 10.1 红 // 240 | 10.5 青 // 260 |
| 10.2 橙 // 245 | 10.6 蓝 // 265 |
| 10.3 黄 // 250 | 10.7 紫 // 270 |
| 10.4 绿 // 255 | |



你好，标志

第1章

- 你好，标志
- 标志设计的几大要素
- 标志基础知识



■ 标志是什么？

标志(logo)，以单纯、显著、易识别的物象、图形或文字符号为直观语言，它是表明事物特征的记号。除表示什么、代替什么之外，同时具有表达意义、情感和指令行动等作用。标志是一种精神文化的象征，随着商业全球化趋势的日渐加强，标志的设计质量已经越来越被看重，因为标志折射出的是企业的抽象视觉形象。标志，在现代汉语词典中的解释是：表明特征的记号。



■ 为什么要研究标志？

标志设计是平面设计应用之一，标志本身表现手法独特，文化内涵丰富。通过分析与客户同类属性的行业标志，找出属于该行业的行业特征，可以把握住标志具体的设计方向。强调标志艺术性不仅是对观者阅读需要的满足，寻找出能使标志很抢眼、很经典的某种元素也是对其审美需要的满足。标志设计是一个调动文字字体、图片图形、线条和色块诸因素，将它们有机组合起来，并运用造型要素及形式原理把构思与计划以视觉形式表现出来。它是一种直觉性、创造性的活动。

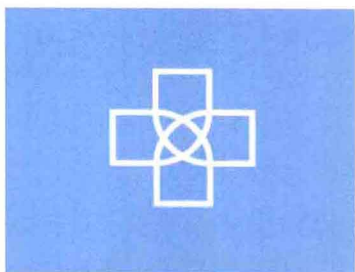
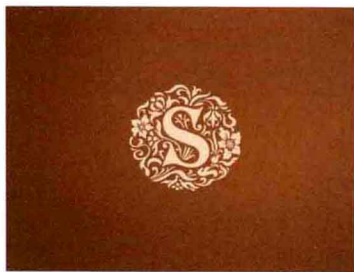


1.2 标志设计的几大要素

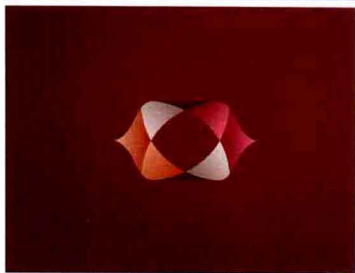
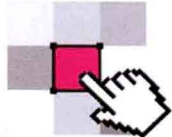


1.2.1 图形

点、线、面、体这些元素可帮助人们有效地刻画错综复杂的世界。包围着体的是面，面有平面和曲面两种，面与面相交的地方形成线，线与线相交的地方叫做点，由这些元素组成的物体都称为图形。像圆形、矩形、三角形、十字形、心形、点形、线形、旋转形和方向形等都属于图形。

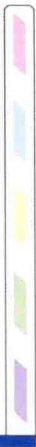


PicCell



1.2.2 数字

数字，是一种既陌生、又熟悉的名词。它由0~9十个字符组成。在古代印度，进行城市建设时需要设计和规划，进行祭祀时需要计算日月星辰的运行，于是，数学计算就产生了。同时数字也是一种用来表示数的书写符号，这些书写符号在标志中得以应用。



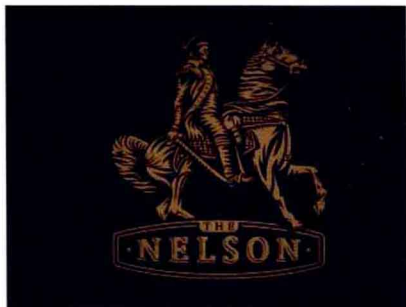
1.2.3 字母

原始人发展出的图示和表意符号是如今现代字母的原型，比如楔形文字和象形文字。最早的字母，是东闪米特人（现代分类称之为闪米特北支）使用的一种早期的象形文字的组合，由于在罗马帝国的统治时期拉丁语的广泛使用，罗马字母成为了最广泛应用的字母之一。相对于记忆及口耳相传，字母使人们能够将历史和思想书写下来，字母的发展因此在文明的发展中有着重要的意义。



1.2.4 自然

自然既用作名词，指具有无穷多样性的一切存在物，也用作形容词，指天然的、非人为的或不做作、不拘束、不呆板、非勉强的。自然广义而言，指的是自然界、物理学宇宙、物质世界以及物质宇宙，也指自然界的现象及普遍意义上的生命。



1.2.5 色彩

色彩是平面作品中的灵魂，是设计师进行设计时最活跃的元素。它不仅为设计增添了变化和情趣，还增加了设计的空间感。如同字体能向我们传达出信息一样，色彩给我们的信息更多。记住色彩具有的象征意义对标志的制作是非常重要的，例如红色，往往让人联想起火焰，因而使人觉得温暖并充满力量。设计师选择的颜色会影响到作品和人们对其的回应程度。



1.3 标志基础知识



标志设计是视觉传达的表现形式之一，这要求设计师将构图、元素、色彩、空间等要素进行完美地结合，以恰当的形式向人们展示出宣传信息。标志有两种特定的表现形式：黑稿和反白稿。在应用时，设计师可根据实际情况选用企业色彩系统中规定的专用色彩。



1.3.1 标志的设计原则

(1) 标志设计应具有明确的设计对象、使用目的，在领悟标志的功能性要求、适用范畴及相关法规等有关情况的前提下进行设计，标志应具有积极的社会心理。



(2) 标志设计构图要凝练、美观、适形(适应其应用的形态)，标志设计图形力求单纯、有效地传递信息，又要讲究艺术性。



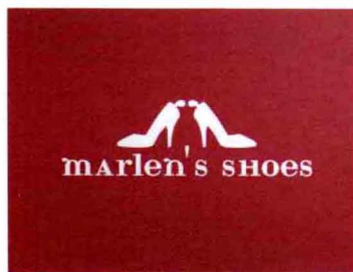
(3) 标志设计应具有鲜明形象的艺术性和共识性，锤炼出精炼的艺术语言。使设计的标志具有高度整体美感，获得最佳视觉效果，是标志设计的艺术准则。



(4) 标志设计需充分考虑其实现的可行性，易于制作和展示，针对其应用形式、材料和制作条件采取相应的设计手段，以便适于不同的视觉环境。



(5) 标志设计在保持新颖、独特的同时，也要表意准确，符合作对象的直观接受能力、审美意识和社会心理，从而具有持久性及延展性。



1.3.2 标志的设计禁忌

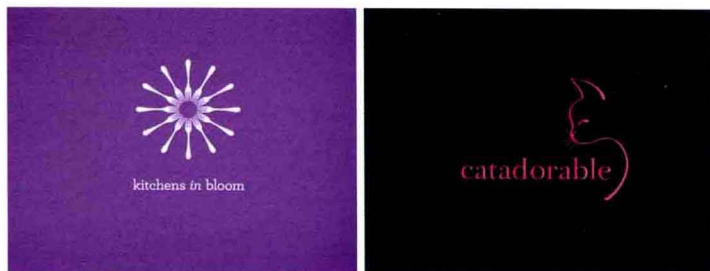
(1) 标志设计中的文字禁忌。一些国家的标志法规定，用姓氏名称作为标志标识必须征得本人同意。如本人去世不久，则要征得其法定机构或代理人的同意。我国有些标志标识所附英文恰巧就是外国人的姓氏名称或有姓氏的含义。如“紫罗兰”标志的英文“Violet”，与英国人的威奥莱特的姓氏音相同或相近，这样的标志标识在国外注册时都遇到了困难，有的根本不能注册。



(2) 标志设计中的数字禁忌。有些国家很忌讳个别数字，如西方国家认为“13”是个不幸、凶险的数字，任何场合都尽量避开它。以数字作为标志在许多国家认为其缺乏显著特征，并且，数字为全人类所共有，而不应归某一生产者所独占。有一些国家的法律规定数字可作为标志标识注册，但以该标志标识已经广泛使用或已出名成为名牌为条件。所以，设计出口商品标志标识时，最好不要采用数字作为题材。



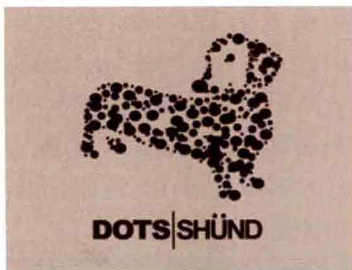
(3) 标志设计中的色彩禁忌。瑞典人禁用蓝色；西方国家认为黑色不吉利，东方国家却以白色为不吉利；在拉丁美洲国家，人们将紫色与死亡联系在一起；绿色给人以凉爽和宁静的感觉，在意大利、新加坡等国普遍受欢迎，但日本人却认为绿色不吉祥……由于各国存在着特殊的禁忌，就要求设计师在为出口商品设计品牌商标时，不能随心所欲，应避其所忌。



(4) 标志设计中的图形禁忌。伊斯兰教国家禁用猪及类似猪的图案设计；狗在北非视作不法；中国人引为自豪的熊猫，在东南亚、欧美等地广受欢迎，视为憨态可掬，但伊斯兰国家却对它有厌恶之感；西方人忌讳用黑猫，认为黑猫是不祥之物；澳大利亚禁用兔，因为兔是当地一害……出口商品的品牌商标设计，应注意要和各地的社会文化传统相适应，不要违背当地的风俗习惯和各国的宗



教信仰，特别是各地的忌讳。



1.3.3 标志设计相关法规知识

品牌商标的设计要显示出企业或产品的特色，品牌商标设计的独特性可以使企业的品牌在成千上万的品牌中脱颖而出，易于吸引消费者的注意力。同时，商标设计要符合市场国当地的法律规范，也要符合国际惯例，以便于向有关部门申请注册，取得商标专用权。

