

江西美术出版社

● 张 苇 编著

艺术设计 高考应对

标志设计
举一反三

YISHU
SHEJI
GAOKAO
YINGDUI
BIAOZHI
SHEJI
JUYI
FANSAN



标志设计

举一反三

张 苇 / 编著

艺术设计高考应对 YISHU SHEJI GAOKAO YINGDUI YISHU SHEJI GAOKAO YINGDUI

江西美术出版社

主编 ● 丘 斌
张 苇
陈圣谋

责任编辑 ● 丘 玮
书籍装帧 ● 丘 斌
电脑制作 ● 朱小军
鄢琦琦

YISHU SHEJI GAOKAO YINGDUI

图书在版编目(CIP)数据

标志设计举一反三/张 苇编著. —南昌: 江西美术出版社, 2002.1(2002.3 重印)
(艺术设计高考应对)

ISBN 7-80580-824-4

I. 标... II. 张... III. 标志—设计—高等学校—入学考试—自学参考资料
IV. J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 083778 号

艺术设计高考应对——标志设计举一反三

编著: 张 苇

出版: 江西美术出版社

地址: 南昌市子安路 66 号

发行: 新华书店

制版: 深圳利丰雅高电分制版有限公司

印刷: 深圳宝峰印刷有限公司

开本: 787 × 1092 1/48

印张: 2

印数: 10001-13000

2002 年 1 月第 1 版 2002 年 3 月第 3 次印刷

ISBN 7-80580-824-4/J · 777

定价: 14.00 元

BIAOZHI SHEJI BIAOZHI SHEJI

标志设计

艺术设计高考应对 系列丛书先后出版

图案设计举一反三 编著 ● 尹 洪

字体设计举一反三 编著 ● 王 红

标志设计举一反三 编著 ● 张 苇

装饰画设计举一反三 编著 ● 丘 斌

招贴设计举一反三 编著 ● 丘 斌

包装设计举一反三 编著 ● 郑 钢

封面设计举一反三 编著 ● 毛家农

服装设计举一反三 编著 ● 刘 谨

环艺设计举一反三 编著 ● 高 昱

装饰设计举一反三 编著 ● 梁礼清

工业造型设计举一反三 编著 ● 陈 炜

其他类别设计举一反三 编著 ● 丘 斌

责任编辑 ● 丘 玮
书籍装帧 ● 丘 斌
电脑制作 ● 朱小军
鄢琦琦

目 录

序	/1
● 标志设计举一反三 表现变换与应用变换释图	/3
第一章 标志设计表现的张力	/4
● 第一节 脑子和点子 (创意)	/6
● 第二节 优点和特点 (图形)	/13
● 第三节 潜力和魅力 (色彩)	/33
● 第四节 认读和认知 (识别)	/43
第二章 标志设计应用的弹力	/53
● 第一节 完整和完美 (整体)	/54
● 第二节 架构和解构 (局部)	/60
● 作品赏析	/65
● 后记	/92

帕瓦罗蒂的手帕
还有什么作用呢？

——编者手记

20世纪末，一批
准备投身艺术设计的
考生面对“联想苹果
落地后产生的画面效
果”这样很前卫很张
力的创意性思考题，
画出了同样很无束很
张狂的答卷：

苹果纷纷落地堵
住了洪水冲开的决口
一个硕大的苹果



序

压沉了泰坦尼克号巨
轮

维纳斯的断臂原
来是苹果所砸

.....

现代艺术设计逼
使设计人比别人多长
几个脑子。

注重创新意识，考
核综合素质，已成必然。

考题应对时代需
求瞬息万变，考生该如
何应对考题？

挖题猜题，疲于奔
命；“地毯”式滚题，时间
不等人。给你一把最古
老的钥匙如何？它能开
启你想象的闸门，以有
限的素材演绎无限的

空间,点击一个,激活更多,变通换位,链接其他,让你从容迎考,沉着应考,顺利赢考。它就是中国人推崇了2000多年的思维方法——举一反三。

艺术设计的举一反三同样讲究多向穿插,纵横互动,由此识彼,触类旁通。一个图形——多种表现,一种构图——多个创意,一个创意——多样应用。“偷梁换柱”,“张冠李戴”,看似离奇,却在情理,使设计(命题)创意左右逢源,“点子”多多。

在一个特定形内(如手掌、花瓶、三脚钢琴等等),你可以作平面的空间想象:翻动的书页、盘旋的阶梯、老式的民居、优美的人体、累叠的蛋卵、勃发的春枝,也可以将文字叠合排列,将色块拼贴组形,甚至将图形发想重构而形成全新的视觉流程……

于是,由此又激活了类似这样的应用型视觉空间:故宫的民族建筑艺术在名模的服饰上再现,传统的刺绣与雕刻使产品包装走向了世界,工业造型的家族里挤进了KITTY猫SNOOPY狗,那让中国人扬眉的申奥标志所饱

含的多义性又何尝不是活跃的思维加广阔的人文素养修炼而成?

这一切都源于创意。

想法有时比做法重要。

培养有想法的人更重要。

我们长期在一线教学的老师深谙学生的苦衷,潜心为考生赶制了这套艺术设计应考“快餐”。它以举一反三为佐料,内容覆盖招贴设计、封面设计、装饰画设计、字体设计、图案设计、标志设计、包装设计、环艺设计、服装设计、工业造型设计、装饰设计(含装饰雕塑、日用装饰艺术)和其他类别设计(含贺卡、邮票、CD封套、吊牌设计)等,丰富详实生动,启发式对话通俗亲切,可操作性强,基本满足不同专业方向考生的需求。那些刚刚入门的在校生或业内同行也许早就盼着这套书的诞生呢!

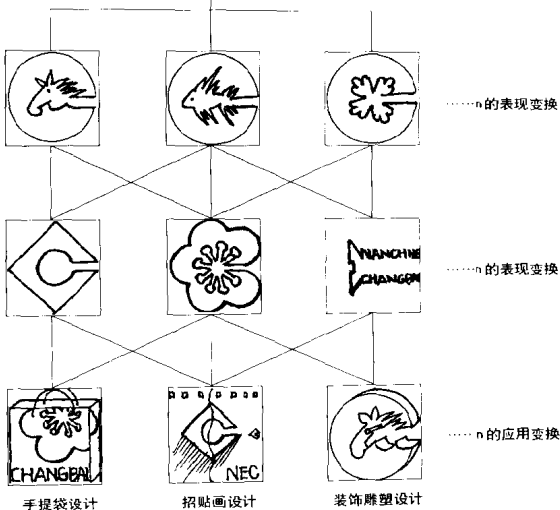
“授人以鱼仅供食之需,授人以渔则终身享用。”学会举一反三,捕捉灵感之源,让创意为艺术设计提速!

是为序。

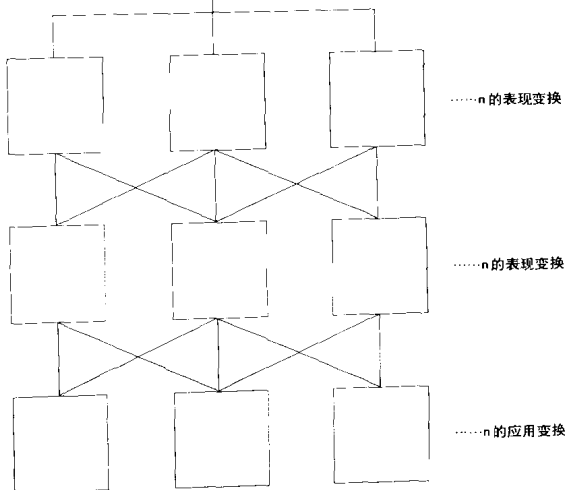
张弢
2001.10



● 标志设计举一反三
表现变换与应用变换释图



● 我抛砖引玉，你小试牛刀，看看能否举一反三，也画几个变换的小草图？





第一章

标志设计表现的张力

标志从一出世就义不容辞地充当了主人的“脸面”，使得今天的人们仅仅从影视片尾的标志排行榜或赛车手的标志百衲衣上就能辨认出广告媒体和赞助商，而家庭主妇在超市往往只认商标不看厂家便欣然购物。

21世纪的艺术设计当然不会忽略标志传达信息的“短平快”和它设计表现的张力。

高考在即，已经没有更多的时间来细嚼标志的设计规范和

形式法则了，可方寸之间表现的张力从何而来？你只要平时细心观察生活，再启用老祖宗传下来的举一反三办法，开动脑筋，激活你现有的设计元素和文化素养，从图形色彩的表现入手，变通换位，没准儿，你的突发奇想加平日功夫会在考场上打造出一个极具创意与个性的现代“酷”标志呢！



第一节 脑子和点子 (创意)

人都有脑子。有好脑子就有好点子,有好点子就有好创意。

据资料统计,现代市场对设计创意的需求周期越来越短,差不多每半年更换一次,这使得设计者的脑子不得不比常人多“长”几个点子。广告人为客户设计标志,一般都提供数套方案让其挑选,点子就是设计方案的胚胎。为了培养“好脑子”,孕育“好点子”,缩短与市场的磨合期,近两年高等设计教育十分注重学生创意思维的选拔和训练,你也许从新近的高考专业试题中已有察觉。

有位外籍教师曾经就一个命题要求每个学生10天之内画出300个标志方案,看似不近人情,实则不无道理。脑子里有300个点子,还怕拿不出1个好创意来么?

举一反三产生联想会萌生点子。思路越宽,点子越多,创意就越丰富,这是做“加法”;脑子里想法一多,

就要学会“筛选”,反复比较,从众多的点子中寻找最佳切入点,好比在电脑的对话框点击关键词,这是做“减法”。

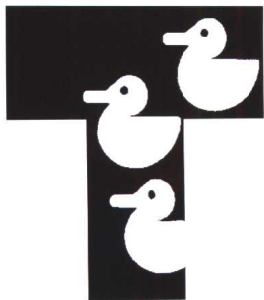
著名商标“花花公子”是个带领结的兔绅士形象,有明显的男性受众定位。与男性风度有关的物件还有手杖、礼帽、烟斗、领带等等,如果把它们分别和兔头搭配,会比领结更贴切更简洁么?如果不,惟领结为最佳关键词。

“竹锁桥边卖酒家”是宋代皇家画院的一个考题,和命题的题心——酒家相关的点子有酒坛、酒碗、酒标签、酒桌、酒盅、酒幌子。有人将酒幌子这个最具认知度和行业个性的标志点缀在桥边的竹林之后,画面虽不见酒家,但似闻酒香。自然,此生中标。

你是否也尝试一下,2分钟内,就一个词语看看脑子里能迸发出多少个与之相关的点子出来,然后,再做做“减法”?



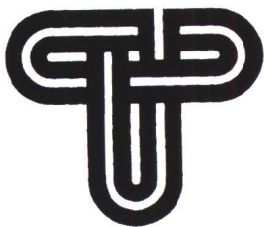
● 字母T的不同创意是不是可以给你多一些启发?



T字母成了鸭子嬉戏的港湾。



横置的椭圆、浑厚的方体构成坚实的T字，寓意不动产公司的稳定和可信。



隐喻 TOKYO (东京) 首字母的博物馆标志。红色是日本国旗的色彩元素，有明显的象征性。

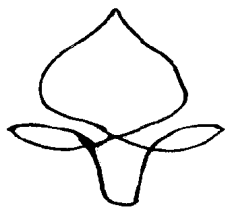


ART是艺术类标志构思的流行元素。
这一组设计是否颇有个性?

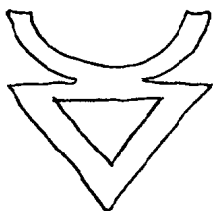


● 牛头标志

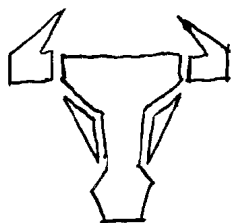
象征勤勉踏实精神的牛形象被许多国家所推崇。各国按照自己的文化信仰和习俗创意出不同的牛头标志。



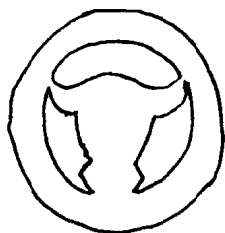
伊朗



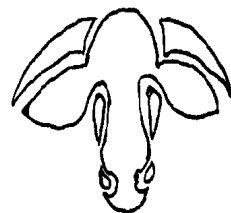
墨西哥



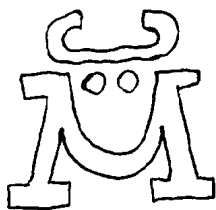
德国



法国

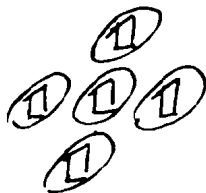


日本



巴西

同一元素巧妙排列组合直观地传达了企业名称——五一集团。

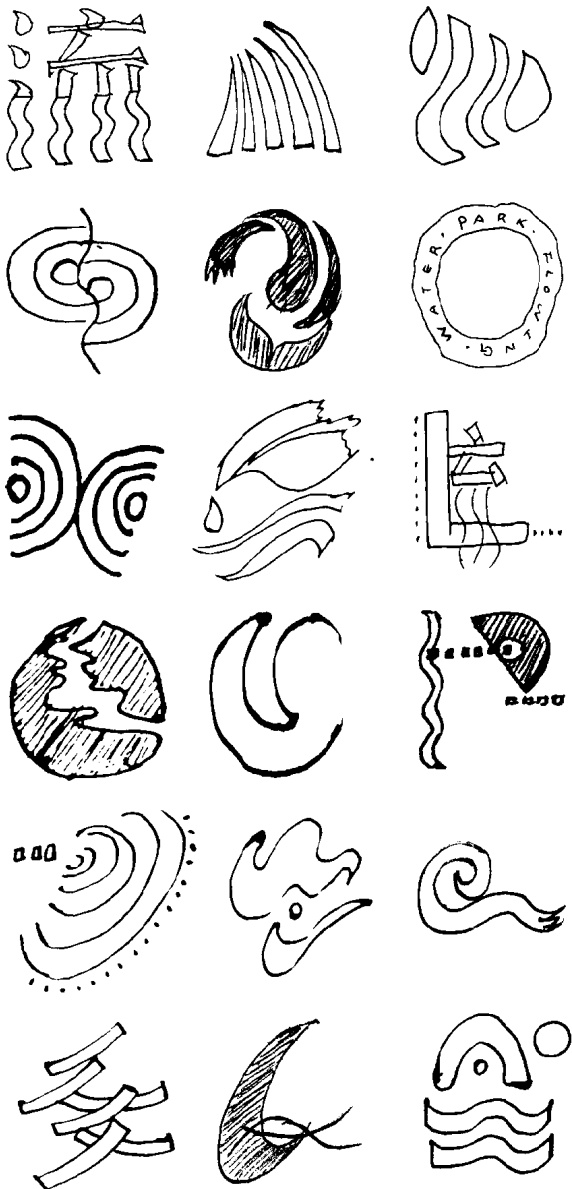


文字的装饰美



● 流水园度假村标志设计创意草图

一个标志命题有了这么多距离拉得很开的创意思路，真是举一反三啊！





硕大的羽毛笔是造纸厂标志设计的联想。

● 字与图的组合



DawnCenter



Radish Boya

随意与规整组合

