

陳

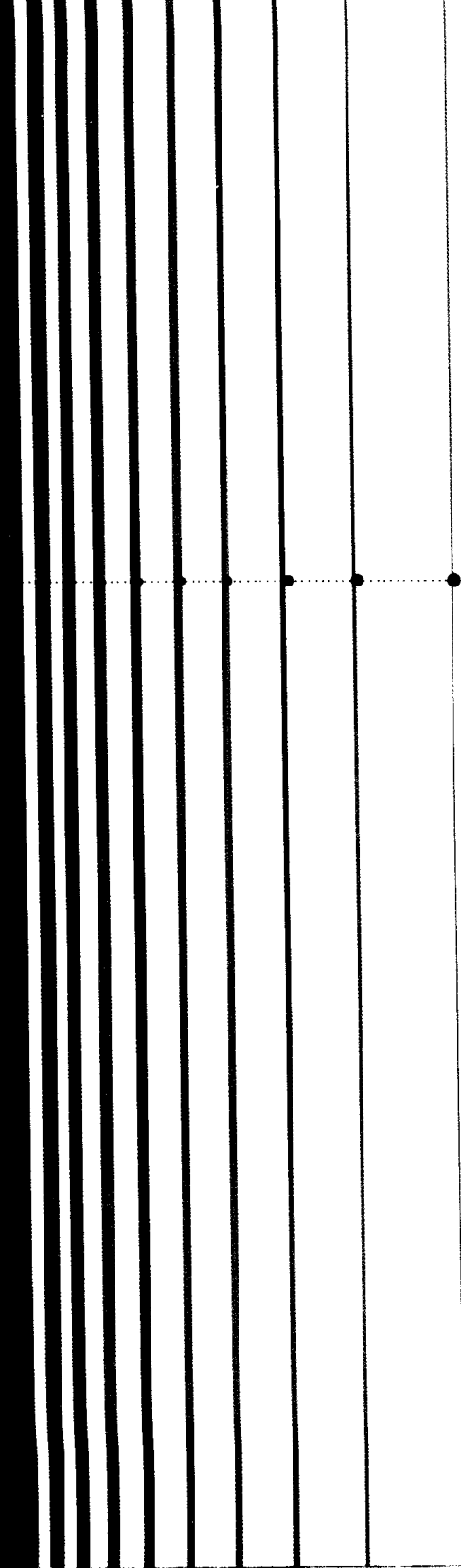
心 系 华 夏 情 结

陈汉民标志设计

民

以 人 为 本 的 设 计

黑龙江美术出版社



陈

汉

民

标

志

设

计

责任编辑：原守俭

封面设计：陈楠

版式设计：原博

陈汉民标志艺术

陈汉民 著

出版：黑龙江美术出版社

(哈尔滨市道里区安定街225号 邮编：150016)

发行：黑龙江美术出版社

经销：全国新华书店

制版：辽宁省印刷技术研究所

印刷：辽宁省印刷技术研究所

开本：787 × 1092 1/20

印张：8

版次：1999年3月第1版 1999年3月第1次印刷

印数：1—5000册

书号：ISBN 7-5318-0643-6/J-644

定价：39.50元



陈汉民

中央工艺美术学院教授

1955年 中央美术学院实用美术系 本科毕业

1957年 中央工艺美术学院研究生毕业 留校任教

1983年至1992年 中央工艺美术学院装潢设计系主任

中国包协设计委员会主任

《中国设计年鉴》主编

《包装与设计》刊物顾问

全国图形符号标准化技术委员会委员

第1至5届 北京市人民政府专家顾问团顾问

第2至4届 北京市高校教师高级职称美术学科评议组组长、评委会委员

第1至5届 中国包协全国设计大奖赛评委会主任、首席评委

简历

目 录

以意制形 以形举意	2
殷殷民族情 烁烁时代感	9
标志应用及学术交流	19
标志设计作品	33
标志设计方案	137

以意制形 以形举意

高中羽

1993年初，陈汉民先生出版了他第一本标志设计作品集，从那时到现在5年以来，他又设计了许多新作。时值汉民先生第二本标志作品集出版之际，他嘱我再写一点东西，我首先深感的是他67岁高龄仍饱含创作的生命力，这是非常值得我们学习的。

在陈先生第一本作品集中，我曾写过一篇小文：“中国风格和时代气息的巧作”。这次细读本集中他自己写的各段文字和作品，集中地感到汉民先生标志设计之风格和气息，正来自他以意制形、以形举意、形意互动、严巧相生的形意推敲之中。

设计中形与意处理的成熟水准并不取决于一位设计者在理论上的一般认识，而取决于作者长期实践积淀的体悟，理论往往演化为不适当的复杂化，心中的体悟却是凝炼的意识升华，它真正地主导和影响着设计的创意和表现。从这本作品集内的许多作品可以看到深含的形意互动的设计意识，而汉民先生在书中反复写

的一些话，更明确地传达了他的标志设计观：

“任何设计都是有条件的，设计不能背离特定制约而随心所欲”；

“标志设计无疑是要体现内涵的，然而对信息内涵的传递是否准确，需要理解设计内容的基本属性，选准形象要素，同时在形式处理上把握感觉尺度，使设计创意达到观者共鸣”；

“标志传达信息靠可视形象，选用什么形象则是要考虑给予观众以直观的或联想的准确性”；

“标志是一种形象语言，使用形象是为表达内涵，而这种表达则不能离开人们一般视觉经验和识别习惯”；

“标志设计可以写形，也可以写意；可以具象，也可以抽象；可以直接表现，也可以间接表现，都不应有固定模式来套用，以意造形，以形表意，是内容和形式两方面相互关系”；

汉民先生这些话表明了标志设计中的意识论和方法论，其中包含着这样几点辩证理念：

以意制形，以形举意。所谓“制”，不仅是制约，也是制导。制约的条件既是设计要解决的难点，又是寻求解决的依托点，启示点。

在造型表意的准确性上，既要注重设计者的创意个性不能离开表现的准确性，又要注重对公众传递准确性的共识、共鸣。

造型一方面受表意的特定制约而不应随心所欲，另一方面又有其视觉个性特色发挥的余地，从而带来形象语言的多元化和生动性。

标志设计的这种辩证理念，同时也主导着设计方法，为标志形象注入了价值和生机。下面所举的本书中汉民先生的一些标志作品，可以使我们对上述理念以及表现方法有更清楚的体认：

《佳声唱片公司》标志，由“J”字形和“唱片”形巧妙转换，构成一只小鸟形态，从而传达了“美妙音响用品”的含意；

《第二届亚洲技巧锦标赛》标志，用上下对应的人形技巧动作，自然而恰当地构成一个“亚”字形，精炼地表达了主题；

《产学研工程》标志，用三个三角形由之延伸出一个统合性大三角形，使人

望形生义地传达出产、学、研三位一体，共同发展的内涵；

《首都女教授联谊会》标志，以两本并列的“书”形构成一个“W”形（英文女性字首），既传达了著书立说的“女教授”概念，又体现了“联谊”的意念，一个小五星则点出这个机构的社会价值品位；

《全国管乐器大奖赛》标志，在“管”字拼音字头“G”基本形演化而成的“号口”中，渐变而生的圆点又演化为一个“音符”形，不同的形合乎逻辑的、紧凑构成关系中，生动地表现了主题含意；

《银城酒店》标志，以“银城”英文字首“S”作三次元有序组合，在中心巧成“H”字形（饭店英文字首），表达了酒店的集团化、股份制（业主要求表现）和规范化管理水准；

《全国弦乐四重奏大奖赛》标志，用“音符”、“琴弦”、“手指”三种形象元素相互依存，自然有趣地表现了主体含意；

《中国人民银行》标志，用三个中国古币人字形向心构成，简炼地传达了“中国人民银行”、“聚钱”及“中央银行”的地位概念；

《钓鱼台俱乐部》标志，用俱乐部英文字首“C”和一个圆点的对应构成，充分利用了C与圆点之间的空白构成，形成负形的“鱼头”特征，巧妙表现了主题的名称，

再有《中国老人节》标志，用中国传统的“寿”字形与“心”形延展构成，在上方辅以三片小叶的点睛之笔，形成“寿桃”与“长命锁”形象，鲜明传达了“人老心壮”、“青春长驻”、“敬老爱老”的美好意念。

这些作品在造型语言上，不论具象形、抽象形、文字形或文图复合形，在表现方法上，不论正形与负形互补，甲形与乙形转换，或渐变，或重复，或延伸，或断离，都很贴切恰当，严巧相应，形从意生，意由形长，表意准确又不失多样生动，体现了作者精深的设计素养。

这一方面来自汉民先生多年辛勤创作实践的积淀，另一方面来自对每件作品在设计中的思考研磨，在这两方面的交互补充中，作品才焕发出成熟的力感。

设计之道唯在实践积累的体悟中滋长，在长期设计实践中各种创意种子不断孕育，各种思维线段不断交叉，渐渐扩大了创意思维空间，不断实践所用的时光

在无形中冲刷着设计中多余的因素。体悟亦在自然生成中不断加宽、加深和提高。

面对每件作品在设计中的反复思考研磨，不仅使思维的“墨汁”更浓郁，从而出笔更“厚重”，而且有益于突破那种无形中倾向于程式化的思考模式，打破限制，开发创意的活力——创造性正在于对限制性的突破。

长久实践的体悟与具体设计时的反复思考，使设计作品在立意和用形上的内在和外在两方面产生更紧密的契合，而在标志设计中的这种契合则须更为“浓缩”，这在中国传统文化艺术中有着丰富的营养。例如传统戏曲中以坐代睡，以鞭代马，以桨代舟，以旗代车，表现万水千山，只是演员在台上转一圈，口中念白“万水千山”就可以了。这种大省略，去掉了大限制，留出了很大的表演余地，这种“写意”正是对写实的大提炼，其用形虽不似生活，却是来自生活，使观众获得了强烈的共鸣；中国画中的梧桐其叶可数，画云、水、石、火既夸张又典型，抓住了结构和运动特征，表现了形与意的特质；中国诗词艺术同样充满了这种精湛的表现之道。标志设计可以从中领会到不少东西。

我和汉民先生相处 30 多年，深知他多年来从中国传统文化艺术中广为吸取，

又十分敏感于生活中丰富的自然性和现实的社会性，同时，又十分注意国际现代设计的许多变化发展，在多年潜移默化中融汇起来，这正是他长期实践积累和每件作品具体思考的背后的东西。因此，学习汉民先生的设计，要学习他形意互动的设计理念和方法，要学习他不断实践和严密思考的创作态度，更要学习他随时随处，举一反三，广泛吸取，融汇贯通的研究精神。

从发展的角度讲，设计是年青人的艺术，年青设计人思维活跃，创意多活泼而少限制，用形多变化而少刻板。然而年青朋友在设计中又往往容易立意活跃而失之严密，用形多变而偏于准确，这种偏失的不足自然会随着实践的增加而得以渐渐纠正。如果又能善于细细咀嚼前辈已经凝结的硕果吸取营养，对于更快成熟并稼接成果，岂不会有更大的补益？

殷殷民族情 烁烁时代感

——浅析陈汉民先生标志设计中关于“度”的把握

黄 维

“度”这东西看来是够神的了，它不仅规定了天地间万物的性质，而且还左右着人世间的成败得失。

哲学家说：量超过一定的度，便产生质变；

思想家说：物极必反，乐极生悲；

科学家说：水温为 0°C 时，水将由液态变为固态；

掌勺的说：菜炒过头吃了要致癌；

妈妈说：吃太饱了要生病；

.....

有一位设计家说：“雅俗共赏是设计美的最高境界”。他就是我国著名艺术设计家、中央工艺美术学院教授陈汉民先生。

先生设计的标志屡拔头奖，且多为国家重要项目。设计名家，成果斐然，令

吾辈十分钦慕，然感佩之余，亦略带几分困惑：每次的评审者定不相同，有政府官员，有企业老板，亦有专家学者，但何以总能情有独钟而殊途同归呢？这种把握雅俗之“度”的绝活着实让人折服，其魅力由何而来？

一日，见先生，壮胆将此困惑提出讨教，先生答曰：“乃民族情、时代感是也。”噫！很古典也很时髦，很哲理也很通俗，很中国也很世界，一时我的脑袋仿若四面透风，没了言语。但当我重新研读先生标志作品之后，便发现先生此语绝非信口而言或故弄玄虚，而着实发自肺腑，言简意赅。它从标志设计的要点和难点——各设计要素之间“度”的把握方面为我们提供了深刻和有益的思考与启示。

关于标志的基本机能，我理解有二：其一是认知性。即属性明确、一目了然、不生歧义、亲切自然、易于辨认；其二是识别性。即构思巧妙、形态独特、个性鲜明、时代感强，与其他标志形成差异，易于记忆。概言之，既要喜闻乐见，又要标新立异，即要俗又要雅，两者的统一则反映了人类视觉认知过程中审美心理的一般诉求。因此，如何把握好两者之间的“度”，则成了标志设计成败的关键所在。

先生的设计往往能恰如其分、得心应手地把握好这个“度”。为了探究其设计思想内涵，我们似乎应先对以下三个问题有所认识：1. 中国人所谓喜闻乐见的形态是什么？形成这种审美取向缘于何因？2. 标新立异的概念是什么，其理论依据是什么？3. 把握“度”的原则是什么？

1. 中国的地形西高东低，象一把巨大的躺椅，背靠欧亚大陆腹地，面朝辽阔的太平洋，是一个相对独立的巨大地理单元。在古代条件下，中国与外部世界形成相对隔绝的状态。几千年来，在这块土地上，中国的先民们基本上过着日出而作、日落而息，宗亲和睦，安居乐业，知足常乐的田原诗般的生活，儒家文化是他们共同的信仰。尽管斗转星移，时代更迭，但深深融入中国人情感之中的文化体系却始终没有遇到外来文化的真正挑战，这与罗马文化主要靠吸收希腊文化成长起来，印度文明主要仰仗外来民族的创造是大不相同的。这种语言、习俗、信仰相对的一致性导致了中国人在文化心理、思想情感和价值观念上的趋同性，反映在审美取向上则是对所见所闻的东西会形成大致相同的喜恶判断。这种现象被延续了下来，甚至在很大程度上还影响着当今中国人的审美情趣。对此，设计中

应不容忽视，似乎可以断言：社会的现代文明程度愈高，人们的民族情感将愈加浓烈。

民族图形中浸透着民族情感，其内涵是民族精神。因此，从民族精神的层面上分析民族图形的成因或许能更准确，更深刻地把握住问题的本质。从大量的传统图案造型中我们是否可以窥探到如下精神与图式的因果转换：中国人自强不息、不屈不挠的精神，在图形上表现为刚健有力、单纯完整（并非仅限于方圆）、注重内涵、主客分明、交待清楚；中国人崇尚气节，正道直行的精神，在图形上呈现出健康明朗、纯朴大度、不浮不夸、不矫揉造作；中国人豁达乐观、宽容平和的精神，表现在图形上则是均衡饱满、动静得体、自然生动、强调意象（不喜逼真、追求神似）、寓意吉祥、色彩饱和。

2. 随着信息社会的到来，标志的功能效用也发生了质的变化，从原来以单纯的审美功能为主的图案转变为以传播某种特定信息为目的的符号，从注册商标的概念拓展为企业形象或品牌形象的内涵诉求。因此，为了适应时代发展的需要，标志的形态不仅要符合美的法则，更重要的是还必须具备符号学的基本特征，即

快捷性和差异性。这就对标志图形语言的个性提出了更高的要求，即标新立异。因为“很容易被感知的图案会让人觉得单调乏味，当预期的图式出现在我们视野里的时候，我们的注意力是不会被它所吸引住的，这种图式里的结构就会沉到我们的意识阈限之下去的^[注1]”。

3. 由此我们可以看出：具有亲切纯朴情感的形态便于解读，从而大大节省我们视觉活动的能量，但缺点是过于秩序，缺少信息量，刺激度低，司空见惯的东西自然令人熟视无睹；标新立异的图形信息量大，刺激度高，注目性强，但若过了则令人难以把握，不知所云。因此，恰当地把握两者之间的“度”，是人类视觉心理得以满足的基本需求，也是审美判断所基于的基本准则。“正是混乱与秩序之间的对照唤醒了我们的知觉^[注2]”。

这里，我们不妨引用胡适谈文学功能的一番精辟的议论来感悟一下标志设计的真谛，他说：“文学有三个条件：一是明白清楚，二是有力动人，三是要美”。明白清楚便是让人看懂。“懂还不够，还要让人不能不懂得；懂得了，还要人不能不相信，不能不感动。我要他高兴，他不能不高兴；我要他哭，他不能不哭；我要