

现代创意设计丛书 主编 李中扬

# 创意源

标志创意  
李中扬编著

湖北美术出版社

现代创意设计丛书 / 主编 李中扬

李中扬 编著



创意源®

标志创意

**图书在版编目(CIP)数据**

标志创意/李中扬编著.

—武汉:湖北美术出版社,2003.8

(创意源)

ISBN 7-5394-1398-0

I.标…

II.李…

III.标志—设计

IV.J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第060953号

责任编辑/王 乔

装帧设计/汪尚麟 王 乔

版式设计/王 欣

书名文字设计/汪尚麟

督 印/程业友

**创意源 标志创意**

◎ 李中扬编著

出版发行:湖北美术出版社

地 址:武汉市雄楚大街268号

湖北出版文化城C座

电 话:(027)87679521 87679522

邮政编码:430070

印 刷:武汉精一印刷有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:5

印 数:5000册

版 次:2003年8月第1版

2003年8月第1次印刷

ISBN 7-5394-1398-0/J·1206

定 价:28.00元

全面认知广阔的世界，持续关注独特和有穿透力的想法和创意，执着于对创造的追求。

—— 福田繁雄

作品传达的意思不是“知道什么”，而是“发现新事物的喜悦”。

—— Ysuo kamon

一种逆于常理的理念给单调乏味的生活注入活力与激情。真正好的作品不是特别提升了复杂性，而是提升了简单性，看似简单却富有创意。

—— Kunio yanagida

只有当你尝试了每一种可能的表达方式，探索了每一处地方时，你才应该停下来。

—— Bruno Munari

## 参 考 书 目

1. 张迎宾：《中国创意百科》(形象卷)，黑龙江科学技术出版社
2. 成朝晖：《平面港》(标志设计)，中国美术学院出版社
3. 邹正彤：《传奇形象—新理念的标志设计》，广州出版社
4. 王粤飞：《设计·生活》，山东美术出版社
5. 张达利：《设计·生活》，山东美术出版社
6. 朱 镔：《日本平面设计3》(标志 包装)，吉林美术出版社
7. 朱 镔：《世界最新标志集》(1-8)，广西美术出版社
8. 王 序：《松井桂三平面设计师之设计之旅》，中国青年出版社
9. 钱 竹：《世界杰出标志全集》(④动物标志)，艺设社
10. 潘明歌 臧 锐：《漫步·标志设计的艺术通道》，河南美术出版社
11. 任宝华 肖 勇：《98 北京国际商标节作品集》，中设社
12. 王子源 杨 蕾：《新设计·标志艺术》，江西美术出版社
13. 越 岳 页 乐：《新潮标志》，浙江人民美术出版社
14. 长谷川纯雄：《日本彩色商标与企业识别7》，中国青年出版社
15. 徐 芸 编著 迪安娜·齐默尔曼等译：  
《设计与蒙太奇—德国著名海报设计师威廉·齐默尔曼》，云南人民出版社
16. LINDA SILVER "LOGOS & SYMBOLS 3" RC PUBLICATIONS, INC NEWYORK, NY

---

## 说 明 与 鸣 谢

本书在编撰过程中，由于时间紧，工作量大，无法及时与部分作者取得联系，在此深表歉意，并欢迎作者与我们联系，我们将按国家稿酬标准付酬。

— 编 者

---

# 目 录

## CONTENT

- 一 标志设计概念
- 二 标志的特点与作用
- 三 标志设计的发展趋向
- 四 标志设计的基本程序
- 五 构思与创意
- 六 标志设计的艺术手法
- 七 标志投标战略
- 八 优秀标志设计范例

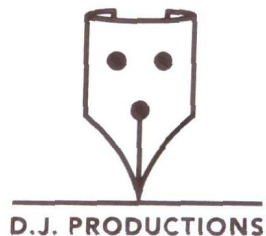
## 标志设计概论

信息社会，面对符号化、数字化时代的挑战，我们被包围在图形环境里。政府、企业、商品、各类活动、公共设施等随处可见标志形象。标志占据着人类社会各个方面，并成为人类认识与创造世界的一个典型特征。

## 标志的概念

### 1 标志

标志是一种图形传播符号，它以精练的形象向人们表达一定的涵义，通过创造典型性的符号特征，传达特定的信息。标志作为视觉图形，有强烈的传达功能。在世界范围内，容易被人们理解、沟通、使用，并成为国际化的视觉语言。标志有不同的对象和种类，根据功能和分类有许多用途。标志主要包括商标、徽标和公共标识。





## 2 商标

商标是商品的标记，它是品牌形象中的视觉核心。它广泛用于商业领域，成为具有商业价值的标志。商标是商品的无形资产，它代表着商家形象、商品的质量和信誉。同时，又是企业走向市场参与竞争的产品名牌。





### 3 徽标

徽标是由徽章的历史转变而来，它是用符号

图形来象征

其使用者的身份

标志，如国徽、军徽、团体徽

纪念性徽标

和各类活动的徽标等，

它在精神上树立理念意

识，并庄重表

示某些权势行为和

气势氛围，成为具有特殊内涵的徽标



#### 4 公共标识

公共标识是指用于公共场所、交通枢纽和建筑与环境中的指示系统符

号。它是人类文明与

现代化城市的象征。其特点是在公共场所运用规范化的标识形象，让大众识

别并受其引导，向公众提供信息服务。





## 二 标志的特点与作用

### 1 准确的意念

现代社会，标志符号等视觉图形已被世界各国所认知。无论

用什么方式表现，其首要特征是沟通信息，准确表达意念。

作为标志，通过视觉形象传达思想，运用象征性、图形化、

人性化符号去引导大众获取明晰的理念感受。无论抽象图形

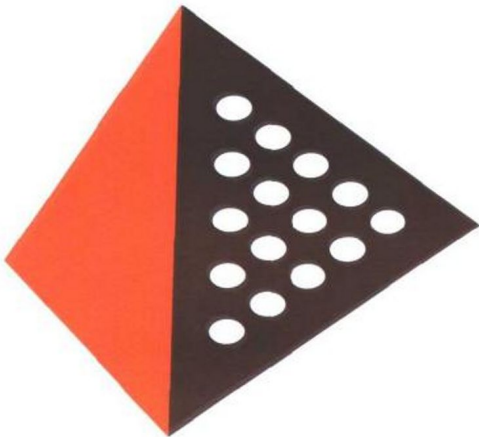
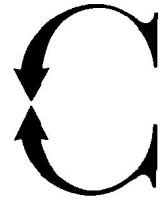
或具象符号，都始终是把准确表达标志理念摆在第一位，而

且内容与形式必须在标志的意念中有机协调与统一。



## 2 记忆与识别

标志在不同时期表现不一，它的视觉冲击是为了获取更多地记忆，而个性化特征则强调标志的识别，两者对大众而言，是通过准确的意念和创意形式引起大众注意，产生深刻的视觉印象。通过视觉可得到足够的信息，标志带给人们的是有效的记忆和视觉识



别力，这一点是原创的初衷。标志的记忆很大程度上是符号的筛选，贴切表达，通过媒体视觉印象给人们带来更多的方便。识别性是标志创意特征所决定的，在强化共性的同时，具有个性化形象的表达，仅标志识别而言，突出理念与个性尤其重要，否则它会在你脑海中失去记忆。





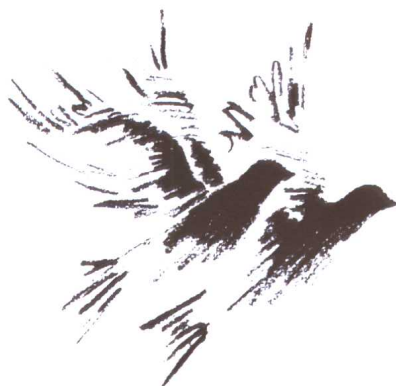
### 3 视觉美感

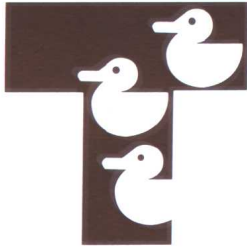
标志的视觉美感随着时代变化而升华，它源于人类文化现象及意识形态的转变，体现世界标志多元化带来的视觉时尚潮流。同时，东西方



文化的差异使标志图形各自发展，形成符号的特定空间。它体现着一个国家、民族、历史、传统、地域及文化的特征，在更大程度上决定了地域的审美品位。无论是标志美

感形式，还是大众审美愿望，我们力求通过现代审美主流加以引导，从社会、文化、市场、生活中吸取精华，使标志成为认识对象、提高美感的视觉符号。





OFFICIAL GOVERNMENT BULLETIN  
GOVERNMENT OF JAPAN



Man  
West  
Bank

紅 樹 西 岸





### 三、现代标志设计的发展趋向

现代标志设计作为视觉传达的主要形式，经历了从工业化社会到信息化时代的发展过程，在设计观念上发生了许多变化。标志设计在功能、形式、语意和表现上，备受东西方文化思潮与艺术风格的影响，在人类生存方式上注重观念的介入，思维的引导、情感的表达和图形的创造。我们发现：以往贯于在标志中运用的法则被打破，固有的符号现象被解构，人们从定式的标志中找到人“自然”视觉的内在统一因素，这是图形研究的进步，也是标志的解放，人类在跨越世纪的里程中找到了合理化的视觉空间，形成了现代标志设计多元发展的大趋势。

#### 1、绿色设计

绿色化思想是21世纪设计的主题，绿色形成了优良环境及生命健康的主题，世界自然保护同盟，联合国环境规划署及世界野生生物基金会共同发表的有关文件指出：人类必须在地球承载能力范围内生活，从长远看没有第二种合理的选择。我们必须尊重自然的限度，并采用在该限度内行得通的生活方式和发 展道路。

绿色设计的出现，给当代视觉形象提出了一个严肃的课题：视觉形态发展到今天，应当对人类生存和环境保护上起到怎样的作用？绿色设计是以节约和保护环境为主旨的设计理念和方法，它强调保护自然、生态，充分利用资源，以



人为本，与环境为善。绿色化设计延伸到标志设计中，无论从意念还是表现，都会给图形带来新的生命内涵。通常，标志为商家树立了品牌形象，但盲目的刺激行为，往往造成视觉灾难。标志的运用，容易启用耀眼的材料，闪亮的灯光，强烈的色彩，呆板的图形。人类被困绕在杂乱无章的符号状态中，使人们身心受到极大伤害。因此，视觉上运用绿色设计观念，让标志锁定在更为合理的视觉秩序上，制止视觉污染。按照人物协调的关系，强化视觉规律。尤其是标志的图形，不求量的增长，力求质的合理。在绿色设计的视野下去完善符号与人类的协调关系，从中筛选出“绿色标志”。



