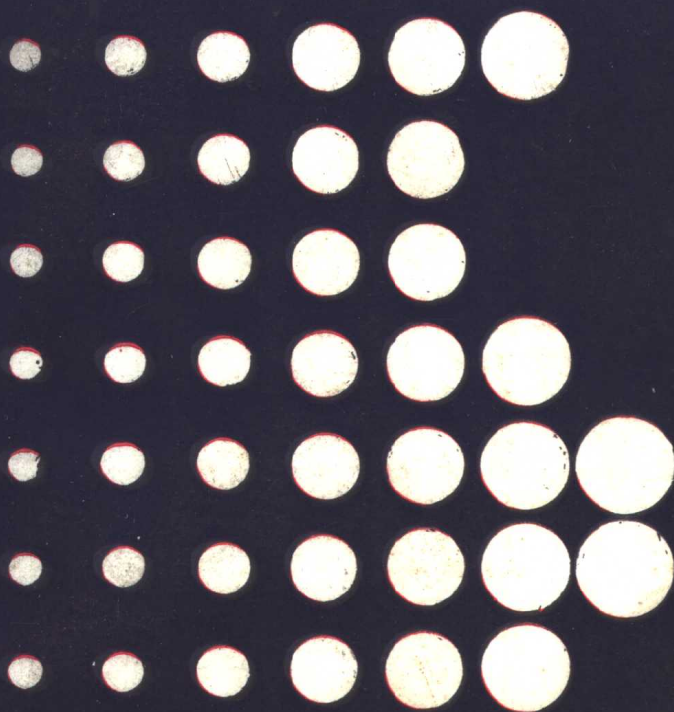


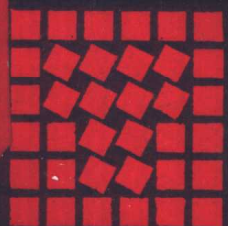


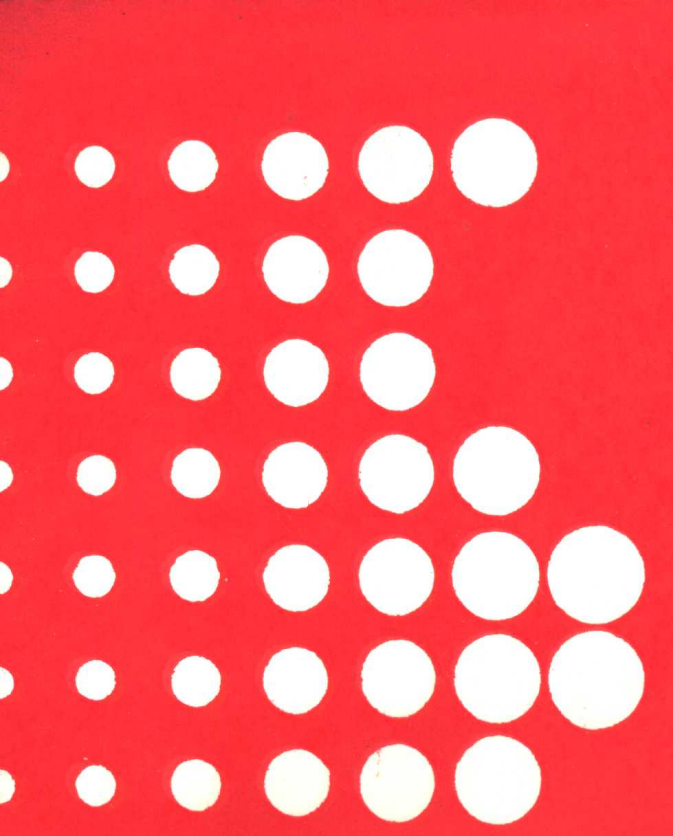
标志

设计

基础

李隆华 编著
重庆出版社





标志 设计 基础

李隆华 编著
重庆出版社



责任编辑：石琮生 王镇寰

封面设计：熊克强

李陆华 编著
标志设计基础

重庆出版社出版、发行（重庆长江二路205号）
新华书店经销 万县报印刷厂印刷

*

开本 787×1092 1/16 印张 26 插页 2 字数 273千
1987年4月第一版 1987年4月第一版第一次印刷
印数 1—3,500

*

ISBN 7-5366-0324-X

C·9

书号：17114·47 定价：6.80元

内 容 提 要

本书系作者综合研究国内外有关标志设计的论述并结合自己多年从事标志设计的丰富经验写出的标志设计方面的理论著作,共分七章。内容包括了标志的产生、发展、意义和作用,标志的类别及特征,标志设计的心理和美学基础,标志设计的技艺,标志的艺术设计,标志的外形设计及组成形式,标志设计实例分析及设计过程。

本书尚收集了古今中外各种标志插图 543 幅近 4000 余种。内容丰富,图文并茂,是一部全面系统论述标志设计的理论著作,适用于标志设计工作者和爱好者,亦可作为工商行政管理部门的商标审核工作者及美术院校有关专业师生的参考。

前 言

标志图形是简单的启示图解，表达特定的信息，有助于克服语言和文字上的障碍。在现代社会生活中，具有潜在的巨大功能，起到语言或文字所难以完成的作用，已被广泛地应用在日常生活、工商业、文化教育和科学技术等方面。除此之外，更有意义的是为人民提供了视觉的环境美。正因为如此，标志图形就逐渐形成了从理论到设计的完整科学体系。

标志图形既是人们直觉联系的语言，也是沟通思想和传达信息的“语言符号”，其艺术特征的主要要求是强烈醒目、简洁明快，使人一目了然，如同信号一样确切，如同符号一样明确，如同旗帜一样鲜明。因此，要做到在设计上去芜存菁，合乎逻辑的提炼、净化，达到艺术上的升华；在形象上摒弃虚假的印象，进行高度的提炼概括，创造典型的特征。在设计时除了重视标志的艺术性还要注重其科学性。所谓科学性是以符号学为基础，研究图形的心理、视觉和形的识别、注意与集中的条件、图形与底子的关系等问题；所谓艺术性则是研究图形的组合形式及其规律，是否符合美学法则，让图形具有美感，能从识别图形中得到美的启迪与享受。

在各类标志中，商标及企业标志占有相当重要的地位。随着我国国内市场和对外贸易日益发展，提高商标的设计水平已为国内有关部门和广大工商企业界所重视。因此，了解和研究各国标志的历史和现状，借鉴各国标志的设计，将有利于开阔我们的思路。本书以商标的设计作为范例，叙述了设计的方法，原则及一些基础知识，并辑录了较多的国内外各类标志图例，不但为从事标志设计的专业及业余人员所依重，也是工商管理机构、企业决策者，管理人员在审定选择有关标志时非常适用的参考书籍。

在编写本书时，由于掌握的资料较少，以及水平有限，不少问题未能接触，或者谈不清楚，甚至错误，只能起到“抛砖引玉”的作用，希望能引起更多的从事这一工作的同志来共同探索一些问题，不当之处，恳请读者批评指正。

——编者

1985.4.于重庆

目 录

A 概 论

A—1	标志的产生和发展	1
1.	印章和印记	4
2.	标记与标志	4
3.	旧中国的商标	5
4.	新中国的商标	7
5.	国外标志的过去和现在的动向	7
A—2	标志的意义和作用	12
A—3	标志的分类	13
1.	按形式分类	13
2.	按功能分类	16
A—4	标志设计的一般要求	17
1.	设计原则	17
2.	标志设计应注意的问题	23
3.	标志设计的要求与技术措施	26
4.	标志设计的一般方法	28
5.	标志设计的一般程序	31
A—5	标志的应用与宣传形式	33
A—6	信息革命对商标设计的影响	34
A—7	我国现行商标的一些问题	36

B 标志的类别及特征

B—1	包装储运指示标志	40
B—2	公共信息标志	40
B—8	国家与城市标志	48

B—4	交通信号与公路标志	51
B—5	安全标志	52
B—6	质量标志	56
B—7	会议标志	56
B—8	公司企业标志	56
B—9	商品产品标志	62
B—10	工程符号标志	62
B—11	纪念标志	81
B—12	汽车标志	81
B—13	航空标志	85
B—14	船舶烟囱标志	89
B—15	体育标志	93
	附 图	94

C 标志设计基础

C—1	图形构成的心理基础	123
1.	符号学及其图形符号的感知心理	123
2.	统觉与错觉	124
3.	图形的空间感受	125
4.	“底子”与“图形”的视认特性	127
5.	力感、动感和量感的心理	128
6.	点、线、面对视觉心理的作用	131
7.	心理学原理在标志设计中的运用	132
C—2	标志设计的美学基础	136
1.	标志设计的美学法则	136
2.	色彩美在标志设计中的运用	146

D 标志设计的技艺

D—1	中文与外文美术字	152
1.	中文美术字	152
2.	变体美术字	153
3.	美术字在商标中的应用	155
4.	外文美术字	155

5. 外文美术字的绘写规律与法则·····	158
6. 变体外文美术字·····	159
7. 数字的绘写·····	161
8. 中外文美术字与图案的配合·····	162
D—2 几何形标志的制图方法·····	170
1. 常用绘图工具的使用方法·····	170
2. 常用几何图形的作图方法·····	175
3. 轴测图的作法·····	184
D—3 标志图形的绘制及设计规范化·····	186
D—4 标志的制作工艺及特点·····	192
D—5 标志设计常用的图形符号·····	198
1. 人形·····	198
2. 鸟兽鱼贝·····	210
3. 花木·····	210
4. 建筑物·····	210
5. 交通·····	226
6. 器物·····	226
7. 宇宙星象·····	226
8. 几何形·····	226

E 标志的艺术设计

E—1 艺术设计的一般原则·····	230
1. 疏密虚实 黑白映印·····	230
2. 主题突出 新颖脱俗·····	231
3. 诱发情感 引起注意·····	231
4. 刺激想象 巩固记忆·····	232
5. 形象生动 富于美感·····	233
6. 锤炼文字 易懂易记·····	234
7. 民族风格 时代特征·····	235
E—2 标志的艺术造型·····	238
1. 标志图形形式美的原理与组织原则·····	238
2. 标志图形形式美构成的基本法则·····	240
3. 图形的造型·····	243
4. 造型基本方法·····	249

5.	造型与构思	253
E—3	标志图形的平面构成与立体构成	255
1.	构成的涵义	255
2.	平面构成要素	256
3.	形象与空间	256
4.	形与形之关系与标志图形 设计的应用	257
5.	形与空间之间的关系与标志 图形设计的应用	257
6.	形态构成的基本方法与应用	257
7.	形和形态的分类	262
8.	形象与骨骼	264
9.	立体构成	271
E—4	标志设计的艺术手法	273
1.	变化	273
2.	对称	278
3.	渐变	285
4.	反复	286
5.	交叉	286
6.	重叠	293
7.	适形	293
8.	连接	293
9.	旋转	302
10.	放射	302
11.	对拼	302
12.	镂空	306
13.	盈蚀	306

F 标志的外形设计及组成形式

F—1	标志的外形设计	307
F—2	标志的组成形式	315
1.	文字类标志	315
2.	线形标志	356
3.	点接型标志	356

4. 箭形, 方向形标志	356
5. 几何形标志	364
6. 折叠型标志	364
7. 立体型标志	364
8. 自然型标志	367
9. 对比型标志	367
10. 综合型标志	367
11. 其它类型的标志	367

G 标志设计实例分析及其设计过程

G—1 寄售商店的标志设计	376
G—2 新CARINA 饭店的标志设计	377
G—3 日本“雄狮”棒球队标志的 设计方针	377
G—4 莱比锡出版局标志的竞选	378
G—5 美国图形协会设计国际通用 符号的过程	380
G—6 国际海洋博览会会徽的设计图形	380
G—7 重庆水轮机厂“三叶牌”商标的 设计过程	381
G—8 四川省电机产品艺术造型 研究会会标的征选	382
G—9 《周末》报报徽的征稿及其设计	384
G—10 重庆第二机床厂厂徽的设计	385
G—11 中外优秀标志浅析	386
1. 中国铁路路徽	386
2. 中国残疾人福利基金会会徽	387
3. 中国旅游标志	387
4. 中国植树节节徽	388
5. 中国的防痄标志	388
6. 世界通信年年徽	388
7. 日本国立剧院标志	388
8. 美国夏威夷州航空公司标志	389
9. 上海日化公司“蝴蝶”牌	

化妆品商标·····	389
10. 澳大利亚“小天鹅”商标·····	389
11. 1977年全波兰和平委员会会徽·····	390
12. 德国人寿保险公司标志·····	390
13. 电视、电影及摄影行业的标志·····	390
14. 美国惠立斯(Wallis)实验室标志·····	392
15. 美国通用空间公司标志·····	392
16. 《摄影世界》徽标初选设计 方案的分析·····	392
17. 第六届全运会会徽的设计·····	394
18. 法国罗内——布朗克善岱药物 公司的药物标志·····	395
中华人民共和国商标法·····	397
主要参考资料·····	402



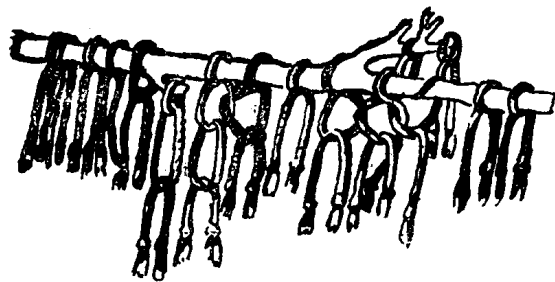
概 论

标志是一种记号，它以各种精炼的形象表达一定的涵义，传达明确的信息，有助于克服语言和文字上的障碍及表述的困难。在现代化的社会生活中，离不开符号系统和各种标志，因为它具有潜在的巨大功能，所以被广泛地应用在科学技术、文化教育、工商企业、交通运输，以及日常生活等各个方面。它除了为人们提供识别和表述的方便之外，更有意义的是为人们增添了视觉的环境美，因此其形象应力求明确肯定，易于了解识别，图形必须集中概括，具有强烈的个性，起到沟通思想和传达信息的“符号语言”的作用。所以设计应做到去芜存菁，合乎逻辑的精炼与净化，达到艺术上的升华，形象上摒弃虚假及暧昧的印象，进行高度的提炼概括，创造典型性的特征。正因为这样，标志的设计与应用就逐渐形成了一门以应用符号学为基础的新兴科学，对各种图形符号的理论，进行系统而广泛的研究，用以指导各种标志的设计。

A—1 标志的产生和发展

标志的历史是很悠久的，早在几千年以前的原始社会，人类已经使用标志。在文字未形成之前的氏族社会中，人类采用各种不同的记事符号，如堆石法、结绳法、太极八卦等记事标志来记事、传信。图A·1是原始人的结头标志。绳上栓着长短不齐的杂色细绳，细绳上打着许多结头，结头离粗绳越近，表示事情越重要。黑结头表示死亡，白结头代表和平，红结头指战争，绿结头指谷物。如果结头没有染色，那是指数目，单结是十，双结是百，三结是千。印第安人则用各色贝壳切成许多小片，穿在一根线上，用这些线做成整条的带子，用它来作为记事的标志，见图A·2。黑色表示一切不如意的事——死亡、灾祸、恐吓。白色表示和平，黄色表示贡礼，红色表示危险、战争（到今天颜色标志还保留古时候的意义）。例如，一条带上并列着白色、黄色、红色和黑色的四个贝壳，它被作为一封信，送到邻近的部落，这一串标志的意思是：如果你们愿意向我们纳贡，我们愿意

跟你们缔结同盟；否则我们要向你们宣战，把你们杀得鸡犬不留。像这类的标志是很多的。一个部落要向别的部落宣战，它可以送去方矛，箭或战斧，见图A·3。这些都是象



图A·1



图A·3

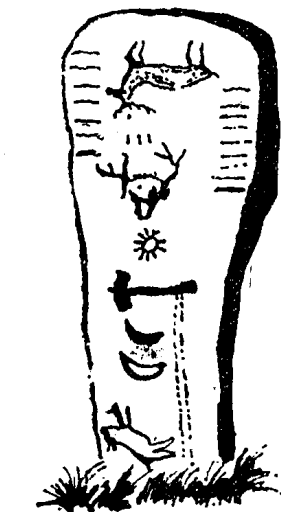


图A·2

形文字出现以前，使用的实物标记。稍后，出现了图形符号。人们用图形标志来代替实物标志；他们画一支鹿表示“鹿子”见图A·4；画几个猎人和一只野兽，代表“打猎”；他们记录一件事



图A·4



图A·5

情，往往要画一组图形，才能表达出一定的意思。在印第安人的墓碑上，常常可以看到一些动物的图画，这些动物代表的是死者的名字和整个部落的名字。

图A·5是一块印第安人的石碑，从石碑上的图形标志，我们就可以知道，死者一生的历史。死者的名字大概是叫“快腿鹿”或者其他类似的称呼他是一个射麋鹿出名的猎手，那个绘在下面的麋鹿头就是说明这个意思。他参加过许多次出征，上面画的一些线就表示打仗的次数。最后一次仗苦战了两个月——这就是两个月亮和一柄战斧所代表的意义。在这次战争中他不幸阵亡，画在月亮下面四脚朝天的鹿，就表示“快腿鹿”已经死了。

在埃及人的石碑上，雕刻着蛇、猫头鹰、鹅、鸟头的狮子、花、人头、甲虫，还有各

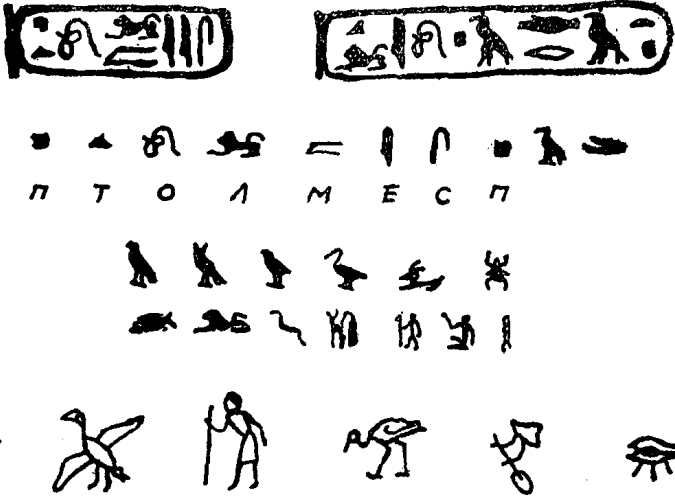
种几何图形。这些符号就是象形文字，它隐藏着埃及人民及民族几世纪的历史和民情风俗，见图A·6(a)。

象形文字是一种符号标志，它代替了图画。牛、蛇、人、房子都变成了固定的容易写的符号了。这样，一个养牲口的人用不着把他的牲口都画成精确的图画，他只需用一个符号标志来表示某一种牲口就行了。商人用不着也没有功夫画下他全部的货物，他只要用特别的符号来标记每一种货物就够了(即后来的商标)。

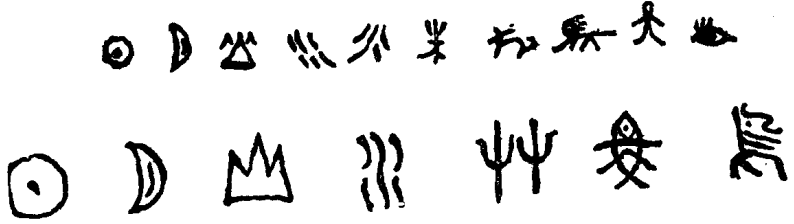
我国的象形文字也起源于图画，它是刻在龟甲与兽骨上，称为甲骨文，见图A·6(b)。

象形文字出现以后，标志的应用更加广泛，标志的形式随着社会生产力的发展，越来越多样化。

距今约三千年以前，我国已有货物交换的集市。为了便于识别，在需要交换的产品上插上标志——草标，这便是最原始的“市招”，也是最古老的“幌子”。春秋战国时期，有专门从事商业活动的商贾。为了招徕顾客，幌子的形式逐渐增多起来，如酒店门首悬挂的旗帜(酒旗)，茶店门口挂“茶”字木板，驿站(旅店)门口挂“驿”字灯笼，典当铺



a 鸟飞走找划哭

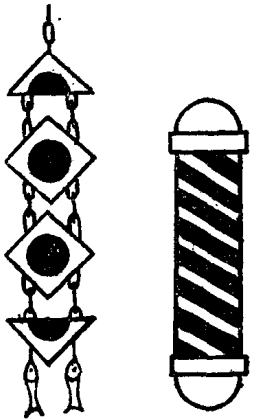


b 日月山水草鱼鸟

图A·6(a·b)



图A·7



图A·8

门口正中书一个“当”字。往后外来的医院门口挂的红十字，理发馆挂的红、白、蓝三色斜条转动圆筒等等，都是人们至今还可见到的最熟悉的标志形式。见图A·7及图A·8。

随着商品生产和交换的发展，标志从原始雏形到现代的形式经过了一段漫长的历史：

1. 印章和印记

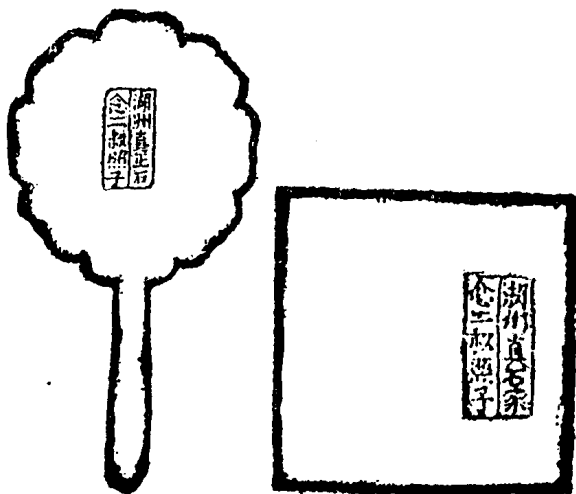
秦以前的印章是在商品交流时作凭信的。《周礼》“掌节职”条：“货贿用玺节”一语，其中玺节就是印章，刘熙在《释名》中说：“玺者徙也，封物可使转徙而不可发也。”这“封检斗”现在各博物馆存有汉代实物，一般称它为“封泥”——是将货物捆扎好，在绳结上用泥固封好，捺上印章，正如现代的火漆印固封手续一样。图A·9是长沙马王堆一号汉墓出土的封泥，刻有“软侯家丞”字样。现存的战国陶器上也有印记。所有这些印章、印记，即是我国商标的滥觞。这些印章、印记一般用文字来标明生产者的姓氏、姓名及产地，如“某里某人”。



图A·9

2. 标记与标志

传世的铜镜，除了尚方官工镜外，从铭记上可以看出私营作坊生产铜镜的有邹氏、袁氏、马氏和宋氏等。东汉中期以后，出现了许多豪强的私营作坊，产品遍销全国，较为著名的有董氏和严氏，他们传世的许多铜器，都注有明显的标志。随着生产力的逐渐提高，就有不同生产者制造同一类的产品，即在同一行业中，产品的花色品种也有不同的变化。因此，生产者和商业主就需要在商品上有一个能用以区别同类产品的记号，以便推广宣传自己生产或加工的商品。在唐代的瓷器中有“卞家小口天下有名”，“郑家小口天下第一”（小口就是茶壶），象这样的标记是很多的。宋朝的湖州，杭州等地生产的铜镜以及漆器上，都注明生产的铺号和质量如湖州石家铜镜(图A·10)有“真石家念二叔照子”和“真正石念二叔照子”两种不同的印记（照子就是镜子）。他们为了声明自己不是冒牌货，所以在石家上面加上“真”或“真正”字样。



图A·10

随着生产力的发展，可供销售商品的增加，商业的分工也日益发展。为了使消

费者一望而知其出售何种商品，就有出现了行业的通用标志，如药铺通常悬挂以膏药为造型的标志，颜料店挂许多不同颜色的装饰棍等等。这些行业标志日益多样化，艺术化，不但可以显示商品的功能和不同制造厂的特征，而且又是店面的一种装饰，犹如现代的厂标和商标。这些标志的共同点是符合行业的属性，形式清晰直观，造型奇特美妙，引人注目，从而达到方便顾客，招徕生意的目的。我国具有现代商标特点并能看到图形的，大约在宋代，当时山东济南专造“功夫细针”的刘家针铺，在包装纸上印有兔的图形，因其针铺门前有一石兔，故以兔为记，作为商品的标记，见图A·11。现存于上海博物馆的宋代制针铺的雕版铜牌，就有“认门前白兔儿为记”及白兔的图形。



图 A·11

这以后，商标形式又推进了一步。图案中的文字图画，除代表商品质量或特点外，还寓有祝福，喜庆等含义，如药铺用“鹤鹿同春”、“寿星”，金银首饰店用“和合”、“如意”为记的吉祥图案，以迎合人们的心理。还有另一种形式，即在某些产品上使用明记暗号，它是一种保证产品质量的严肃态度，显示了我国商业上对信誉的珍惜。

北宋以后，经过南宋、元、明以迄清代中叶，我国商标形式，大体上没有多大变化，直到鸦片战争帝国主义入侵，炮舰后面跟着商船，运来大批洋货，情况就发生了变化。

3. 旧中国的商标

随着帝国主义的侵略，洋货大量输入，进而以租界为基地设厂制造洋货，这些商品都有他们的商标。不但在城市中倾销，还深入穷乡僻壤。

开始出现的洋货商标上的图案，以弱肉强食的帝国主义强盗逻辑，炫耀自己的形象，如当时的英商英美公司出品的“强盗牌”香烟，五卅惨案后，慑于中国人民的反帝情绪，虽然改为中文“老刀牌”，但图案形象，仍然反映了帝国主义者的海盗自画像。又如日本帝国主义的“仁丹”牌（图A·12）其图形也是显示日本军人耀武扬威的形象。

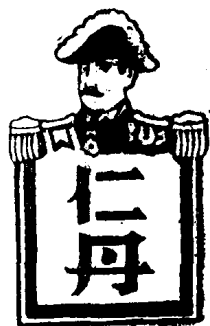


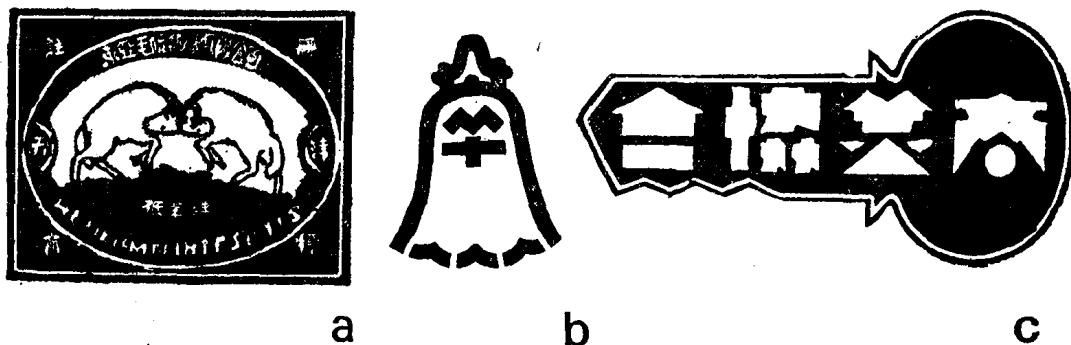
图 A·12

为了更有效的霸占市场，推销洋货，洋商们还利用我国传统图案纹样和民间戏曲、神话作为商标的题材，借以迎合消费者的喜爱。常见的有龙、凤、麒麟、雄狮和大象的图案；牛郎织女、鹊桥会、八仙过海等民间绘画；以及福禄寿三星、五子夺魁等吉祥图，还有其他神仙佛道的故事和许多怪诞不经

的东西。这些宣扬封建迷信和色情的商标图案，在政治上、思想上给予我国人民以极其恶劣的影响。

这时期的民族工业，也逐渐发展起来，但在使用商标上，也受外来商标的影响。在“五四”运动前后的一段时期中，曾出现过一批好的、比较好的和有影响的作品，如图A·13，是我国早期民族工业所使用的商标。这里值得一提的是“羝羊”牌毛线的商标（图A·13a），利用“羝羊”的谐音寓意抵制洋货，闪烁着中华民族反抗帝国主义经济、文化侵略的坚强决心。类似的具有爱国主义思想的商标如“雪耻”、“警钟”等。

就在这段时期里，相继出现了不少水平较高的作品，如萃众制造公司的“钟”牌毛



图A·13