

高职高专艺术设计专业『十二五』规划教材

Practice of Logo and Visual Identity Design



标志与 VI设计实训

主 编 夏高彦 王红兵

哈尔滨工程大学出版社

高职高专艺术设计专业『十二五』规划教材

Practice of Logo and Visual Identity Design

标志与 VI设计实训

主 编 夏高彦 王红兵
副主编 杨清延 张丽红
李 波 陈嘉蓉
袁 琛

哈尔滨工程大学出版社

内 容 简 介

本书根据当前我国高职艺术设计类学生总体知识、能力设计水平和学习特点而量身打造,是一本采用任务导向、强调技能培养的实用型专业教材。全书共三章,分别是标志设计、VI设计和作品赏析。结构简洁、清晰,学习目标明确。

书中各章节均有大量的实例解读,帮助学生快速掌握标志、VI设计的实用性技术,同时也使理论知识更容易被学生理解和接受。在内容编排上,以标志、VI设计实际工作中的开发设计流程为编撰顺序,使学生对技术的学习能在清晰的路线指引下逐步向前推进,通过实训稳步地将技术、设计、艺术有效融合起来。

本书适合高职院校艺术设计、视觉传达设计、广告设计等专业的师生使用,也可以作为标志设计、VI设计从业人员的实用型参考书。

图书在版编目(CIP)数据

标志与VI设计实训/夏高彦,王红兵主编.—哈尔滨:
哈尔滨工程大学出版社,2014.1
ISBN 978-7-5661-0733-6

I. ①标… II. ①夏… ②王… III. ①企业—标志—
设计—高等职业教育—教材 IV. ①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第006455号

策划编辑 徐 峰 李 慧
责任编辑 崔 岩
封面设计 广通文化

出版发行 哈尔滨工程大学出版社
地 址 哈尔滨市南岗区东大直街124号
邮 编 150001
发行电话 0451-82519328
传 真 0451-82519699
经 销 新华书店
印 刷 北京恒石彩印有限公司
开 本 889mm×1194mm 1/16
印 张 8
字 数 175千字
版 次 2014年1月第1版
印 次 2014年1月第1次印刷
定 价 48.00元

<http://www.hrbeupress.com>

E-mail: heupress@hrbeu.edu.cn

对本书内容有任何疑问及建议,请与本书编委会联系。邮箱 designartbook@126.com

前言

Foreword

高职是一个有着自身特色的教育层次，高职学生是一群与本科、中职学生有着不同学习习惯、不同就业需求的群体。编撰一本符合高职学生学习特点、具有较强实用性和可操作性的标志与VI设计实用型教材是编者的目标。

标志设计既是一个独立的设计类别，同时又是VI设计的核心。根据各高校开设课程的情况，本书将标志设计与VI设计整合成既相对独立又彼此紧密关联的两个部分，力求同时满足标志设计、VI设计两方面的教学与学习需求。

本书通过任务驱动的方式组织学习。全书以五个标志设计实训任务、四个VI设计实训任务为主线，从实用性与艺术性相结合、技术性与艺术性相结合的角度，一步步引导学生进入标志设计和VI设计的领域。全书共分为三章，每个章节都设计了章节要领图示，帮助学习者快速了解本章节的内容，理清学习思路，目标明确地进行学习和思考。书中尽量使用高职学生容易接受的通俗语言和容易理解的案例，用尽可能直观的方法使学生掌握标志与VI设计的技能。

作为实用艺术设计的一种，标志、VI在设计开发的过程中，除了对艺术品质的把握外，更注重其技术性和

实用性。视觉美观的标志或VI并不一定就是符合设计对象需要的作品，而在这方面，VI设计显得尤其突出。VI设计是一项非常严谨的工程项目，标准不严格，设计不规范，都有可能造成无法弥补的损失，因此，本书将重心放在如何设计符合企业特征与需求、标准规范到位、实用性强、可执行性强的VI作品上。通过大量的案例，努力引导学习者学会理性思考，从而能客观评价标志与VI作品，提高审美能力，拓展设计思维，找到一条能有效地提高标志及VI设计能力的途径。

本书由娄底职业技术学院夏高彦、湖南同德职业学院王红兵担任主编，广州大学华软软件学院杨清延、广州番禺职业技术学院张丽红、湖南同德职业学院李波、长沙环境保护职业技术学院陈嘉蓉、广州华夏职业学院袁琛担任副主编，第一章由夏高彦编写，第二章、第三章由夏高彦、王红兵、杨延清、张丽红、李波、陈嘉蓉、袁琛共同编写，同时，感谢杨晶等友人、学生提供部分图片。由于编者的能力及水平有限，书中难免存在不当之处，欢迎读者批评指正。

编者

目录

Contents

第一章 标志设计 / 001

第一节 标志溯源..... 002

一、标志设计历史溯源..... 003

二、标志设计的现在与未来..... 006

第二节 标志设计流程..... 007

一、调研与创意构想..... 008

二、标志的形式设计..... 009

三、标志的形式表现..... 010

四、标志的制作与修正..... 010

第三节 标志设计的原则..... 011

一、传导性..... 011

二、延展性..... 012

三、可视性..... 013

四、独特性..... 014

五、时代性..... 014

第四节 标志的形式.....	015
一、字母数字型	016
二、汉字型	018
三、图形型	020
四、图文混搭型	021
第五节 标志的表现方式.....	022
一、利用造型基本要素表现标志	023
二、利用构成基本形式表现标志	025
三、利用形式美法则表现标志	026

第二章 VI设计 / 030

第一节 CI速识	031
一、CI是企业树立内外形象的“法律”	031
二、CI的构成三宝——MI、BI和VI	035
三、CI的开发过程	038
第二节 VI实用技术	039
一、VI基础系统设计	041
二、VI应用系统设计	051
三、VI手册及管理	069

第三章 作品赏析 / 074

第一节 优秀作品赏析..... 075

一、标志赏析..... 075

二、VI作品赏析——蓝瑟奕格VI设计..... 082

第二节 学生作品剖析..... 100

一、学生标志作品剖析..... 100

二、学生VI作品剖析..... 102

附录 / 116

参考文献 / 122

第一章 标志设计

本章导读

标志对于一个企业、单位或是某一产品、活动等而言，就好比是人的姓名，是用以区分个体的符号。如果设计的标志与企业形象、特点贴切，那么，通过广泛的推广使用，它便可以成为企业形象和品牌的代表。设计一个好的标志，首先要考究其内涵寓意是否符合设计对象的需求，其次要确定其表现的形式，并通过恰当的表现手法将其表现出来。

本章以五个实训任务为主线，从标志的认知、标志设计的流程入手（第一、二次任务），到以理解标志设计的原则来判断什么是好的标志（第三次任务），再通过学习标志的形式分类（第四次任务）、标志形式的表现方法（第五次任务）进一步掌握设计符合客户需求的标志的途径和方法。本章力图通过循序渐进的设计体验，使学习者掌握什么才是好的标志、标志的价值如何体现，标志与要表现的对象之间应通过何种表现形式和表现手法来建立密切的联系。

本章要领如图1-1所示。

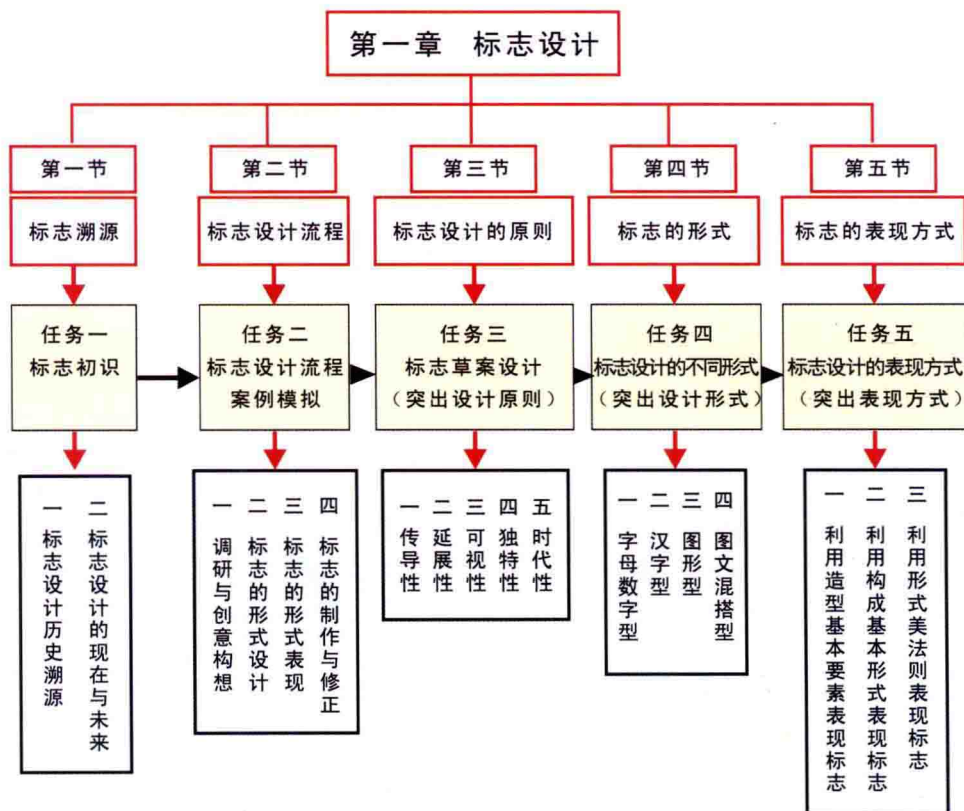


图1-1 本章要领图示

第一节 标志溯源

任务先导

任务一 标志初识

请通过书籍、网络等信息平台进行资料查找，在图1-2至图1-7共6个标志中任选一组（两个一组）进行分析比对（从图形构成、标志寓意、与表现对象的契合度、标志受众分析、对标志的第一印象、后续持久感受等方面展开），然后谈谈你认为好的标志应该具备一些什么条件。

第一组 汽车标志——宝马、汽车标志——保时捷



图1-2 宝马标志



图1-3 保时捷标志

第二组 李连杰壹基金标志、世界卫生组织标志



图1-4 壹基金标志



图1-5 世界卫生组织标志

第三组 北京奥运会标志、索尼爱立信手机标志



图1-6 北京奥运会标志



图1-7 索尼爱立信手机标志

任务具体要求：

- (1) 寻找相关资料，填写好标志对照分析表（样式见附表）。
- (2) 根据各表的分析对照作出小结，谈谈你认为好的标志应该具备哪些条件。

附表：标志对照分析表

标志名称	宝马	法拉利
标志图形		
图形构成		
标志寓意		
与表现对象的契合度		
标志受众分析		
对标志的第一感觉		
后续持久感觉		
好的标志应具备哪些条件		

本节要领如图1-8所示。

标志溯源

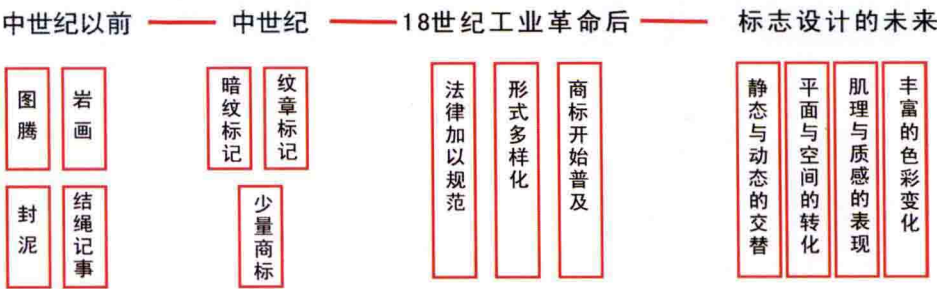


图1-8 本节要领图示

一、标志设计历史溯源

在大多数人看来，标志与标记、标识、记号、符号等意思大体相当。它的产生源于其实用性的需求。随着时代的快速发展，标志的实用价值更加突出，同时，标志设计中实用性与艺术性的有效结合也更好地推动了标志自身魅力的展现。标志，也称为标识，指特定的机构（如企业、组织等）、个体为了使自身（如单位、产品、活动等）为公众所认可，树立形象、提振声誉、扩大影响、加强记忆等而使用的特定符号。当这种符号反映在商品上时，称为商标，反映在非

商品上时,称为标志。

1. 标志雏形

标志的起源可从原始社会的岩画、图腾、文字起源等窥得一二。岩画是刻在岩洞石壁上的作品,岩画产生于文字之前,它是人类最早的艺术创作。原始人要积累一些生活经验,传递一些生活信息及想法,岩画便成为一种很好的记录并传递信息的方式,它起到了良好的记录、标示、记号等作用,如图1-9所示。图腾是原始人类因为不了解自身的进化,无法认识自然界中的许多事情,于是对自然界中的一些动物、植物等自然物产生一种基于血亲关系的信仰和依赖,因而选择其中的某一自然物来作为本族的徽号和标记。图腾的重要作用之一就是区分族群,具有较强的实用需求,如图1-10所示。文字是人类产生强烈的记述、表达、传递信息等实际需要后催生的产物,在文字的演化过程中,标记、符号的作用尤其明显,如上古结绳记事、象形字、楔形字等,如图1-11所示。

此外,还有春秋战国时书简封口的封泥,如图1-12所示,还有店铺的幌子等,都是随古人在生活中逐渐形成的一些实用性需求而出现的。从这些古代社会的产物中,不难看出标志产生必然性的一些雏形,即人类需要通过一些不同符号的表达来传递信息、表达和交流想法,以便达成共识。



图1-9 内蒙古阴山岩画



图1-10 赫哲族鱼皮熊图腾

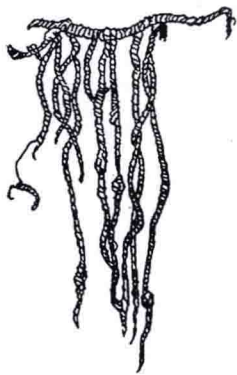


图1-11 印加人结绳记事图



图1-12 战国封泥

2. 中世纪时期的标志与纹章

中世纪指公元476年~公元1453年,中西方国家处于封建社会时期。期间,西方国家与标志关系最为密切的当属纹章,它最初盛行于战场上,是骑士手持的盾牌上绘制的图案,后来逐渐向整个社会延伸,从骑士到贵族乃至农民都可以有

自己的纹章，如图1-13所示。纹章既是一种社会代码，又是一种符号体系，它遵照习惯和规则，将一定的图案和色彩构成集中在盾形线框之内，其标志作用非常明显。而在中国，随着商品经济的发展，一些商家为了区分自己的产品，也出现了一些标志图形。如唐代已出现了在纸张中植入暗纹，有如今天的水印；又如在包装纸上印上标记，像宋朝济南刘家功夫针铺在包装纸上印上抱杵白兔及“济南刘家功夫针铺”“认门前白兔儿为记”作为自家标记，如图1-14所示。这些都表明标志设计随着社会和商业的发展愈发重要起来。

3. 近现代标志

18世纪发源于英格兰的工业革命，谱写了世界新篇章。一系列的技术革命促进了手工劳动向动力机器生产转变的重大飞跃。随着机器时代的来临，商品经济的发展速度加快，产品增加，消费需求增多，为了很好地区分自己和他人的产品，树立消费者对自己产品的信心，更好地销售产品，越来越多的企业开始意识到标志的重要价值。社会的实用需求使标志设计得到了较快的发展，标志的形式也变得多样化，有文字型的、图像型的、图文结合型的等。政府也开始重视商标的意义与价值，1804年，法国颁布了《拿破仑民法典》，第一次肯定了商标权应与其他财产权同样受到保护，商标的设计与使用逐渐开始规范起来。这一时期的标志造型总体相较于现代标志而言显得复杂，写实性的图形较多。随着时代的发展，一些知名的商标都经历了一次甚至多次的标志演化过程，如图1-15和图1-16所示。



图1-13 神圣罗马帝国皇帝的纹章标志

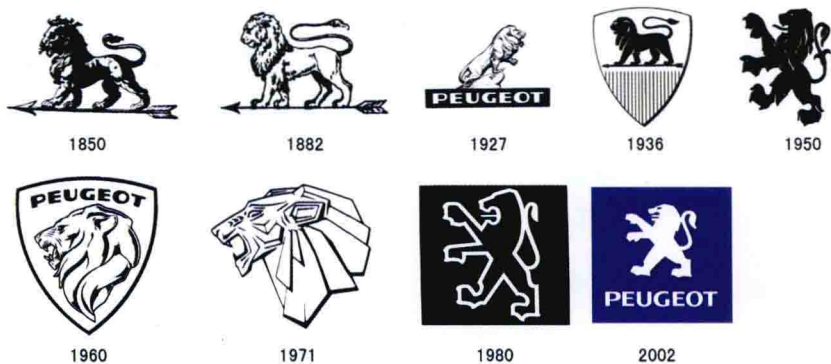


图1-15 标致汽车标志的变迁



图1-14 济南刘家功夫针铺商标



图1-16 百事可乐商标的变化历程

二、标志设计的现在与未来

科技的进步使得社会生活节奏加快、人们对物质和精神生活的追求也不断增多,社会需求呈现出多元化状态。标志设计作为一种实用性设计,自然脱离不了这种社会需求的影响。因此,现代标志设计更多地趋向于简洁、明快,注重其视觉效果、独特性与时代性,设计与表现呈现出百花齐放的态势。缺少流行的风格,缺少潮流的引导,在浩如烟海的标志海洋中如何才能吸引受众的眼球,正确、快速地反映出设计对象核心理念、使表现对象能长留于受众的心中便是未来标志设计所要追求的目标。

随着科技的进一步发展,现代标志已逐渐从过去那种要慎重地考虑印刷成本、印刷品质、使用环境等约束中逐渐脱离出来,透明色彩、重叠色块、玻璃质感、三维空间、晕染效果、编织折纸等在传统标志设计中要慎重使用的手法被大胆地采用。而未来标志设计将更少地考虑标志使用环境的限制、印制方法的束缚。丰富的色彩变化、肌理与质感的表现、平面与空间的转化、静态与动态的交替等都将成为未来标志设计的表现手法,如图1-17至图1-26所示。

同时,还应认识到,在这个时代,要想设计出一个非常独特的标志已变得比过去的任何时代都要难得多。网络的发展令不同年龄、不同地域的设计者都可以很便捷地学习到各种设计知识,观摩到各种风格的标志。这时,思维的创新性虽然能得到很好的激发,但同时,大量观摩别人的作品,也极易在思维构想、设计风格、表现手法等方面受到一些禁锢,而难以创新。同时,现代社会是一个“吃速食面”的经济社会,也会令设计屈服于利益的追求。因此,既要最大的勇气打进去(向优秀的作品学习),又要最大的勇气打出来(脱离追随优秀作品风格、手法的束缚),走出自己的路,这样才能设计出符合设计对象特征、满足时代需求的优秀标志作品。



图1-17 现代标志设计(一)



图1-18 现代标志设计(二)

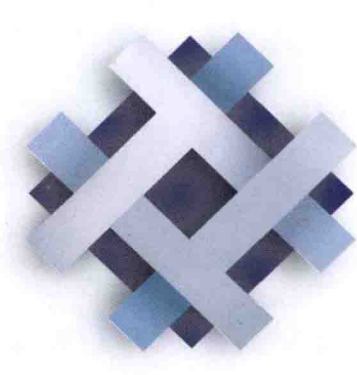


图1-19 现代标志设计(三)



图1-20 现代标志设计(四)



图1-21 现代标志设计(五)

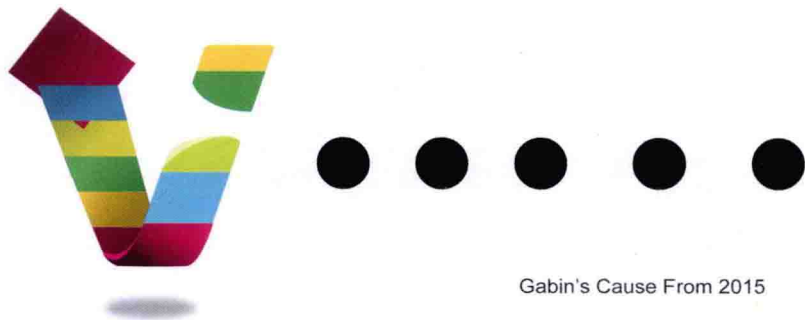


图1-22 现代标志设计（六）



图1-23 现代标志设计（七）

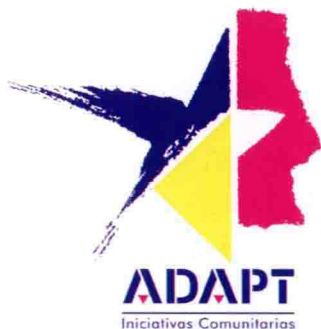


图1-25 现代标志设计（八）

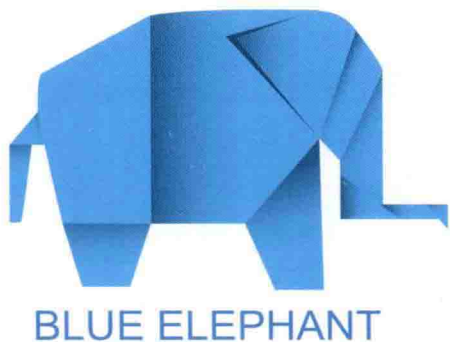


图1-24 现代标志设计（九）



图1-26 现代标志设计（十）

第二节 标志设计流程

任务先导

任务二 标志设计流程案例模拟

以标志设计的流程图为参考，以本地一家企业的标志为依据，尝试进行设计过程剖析，模仿设计者的设计过程写出一份虚拟的该企业标志的创作过程说明和创作心得。

任务具体要求：

- (1) 表述要明确，但不需要过于复杂，可以适当配以图表等进行辅助表达。
- (2) 该任务是为了让学习者对标志设计的流程有具体的感知与体验，故撰写过程中应认真思考标志设计过程中每一个环节具体应完成的任务，以形成清晰的设计思路。

本节要领如图1-27所示。

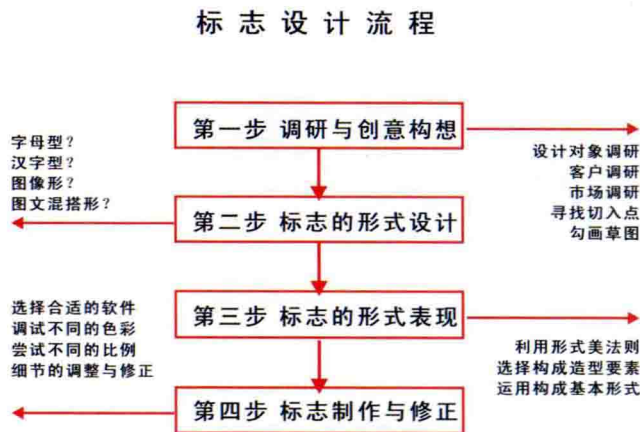


图1-27 本节要领图示

标志设计的任务从接受客户委托开始,至客户认可,标志投入市场为止。在这个过程中,设计的流程不一定完全相同,但是掌握一定的流程,就像学习书法必须先从笔画规矩入手一样,是入行之初必须掌握的,等到设计能力、业务水平达到一定程度,便可以从“有法”至“无法”,根据个人不同的创作习惯,结合客户的具体情况,合理调整、确定设计流程了。

一、调研与创意构想

从接受客户委托开始,调研就是首先要做的事情。调研的内容很广泛,但至少来说,应包括设计对象调研、客户调研、市场调研等几个方面。

设计对象调研是对标志要表达的对象过去、现在及将来的状态调研。它包括设计对象诞生的背景与环境、特征与特色、受众群体(主要指消费者)、当前的状态、优势与劣势、未来的发展态势等。

客户调研同样非常重要。标志设计既是一种实用性设计,同时绝大多数时候,它也是一种商业产品。标志的设计是否成功,能否获得一定的收益,首先取决于委托方是否认可。如果委托方期望的是“下里巴人”,而设计师一定要坚持“阳春白雪”,那再好的设计作品也无法获得成功。当然,一味按照客户的想法,投其所好的设计也是不负责的。客户不是专业设计人员,对标志的认识和理解难免会存在一定的误区,因此,客户调研不仅仅是了解客户的想法和需求,而是通过与客户沟通,一方面了解其需求,另一方面引导客户,使双方对设计对象的理解逐步靠近,为后续设计的开展作好铺垫。

市场调研需要了解更多的东西,它所需要的资讯应更加细致。不仅要了解设计对象在市场中的情况,还应该研究竞争对手、受众群体的各种情况。如设计对象的竞争对手所占的市场份额、已有的标志形态及影响力、受众群体对设计对象及其竞争对手已有的认知和接受程度、受众的认知层面分析、受众的偏好等。

在调研的过程中,标志的创意构想可以随之同步展开。这一阶段创意构想主要要解决的是寻找切入点、突破口,寻找创意灵感等问题。在整个调研的过程中,创意灵感随时有可能根据调研的内容而迸发出来,因此,应准备好纸笔,随

时能将创意思维草图勾画、描述出来。这些草图既可以是简单线条的勾画,也可以是几个字母、几个词语的描述等,如图1-28所示。



图1-28 手绘草图

二、标志的形式设计

通过调研和创意草图,在得到了设计方案的初步意向后,接下来就是要选择标志的形式。标志的形式包括字母型、汉字型、图像型、图文混搭型几种。同一个创意构想点可以尝试用不同的形式来表现。例如,要表现出设计对象的历史沧桑感,可以考虑采用汉字中的古文字如大小篆书、古隶,也可以考虑设计古典图案、纹样。当然还可以将图形与文字结合在一起,形成图文混搭的形式,起到互助互补的作用。例如联通公司的标志,除了中国结这一传统图案外,还将中国联通的汉字及英文字母与图形进行了有机地结合,红色的中国结代表了热情、奔放、活力,象征着快乐、好运、吉祥,体现了活力、创新、时尚的企业形象,“中国联通”的文字体现了企业的包容力与凝聚力,特别是红色的双“i”,将文字与中国结图形进行了有效的关联,体现了“向客户提供一体化的通信与信息服务”的运营模式,如图1-29所示。



图1-29 中国联通标志

三、标志的形式表现

找准了标志的切入点,确定了标志的形式,标志要表现的理念、寓意、象征,要反映的设计对象的内在思想、战略目标等就基本上确定了。但这只能说完成了标志的大体框架,离标志设计工作的结束还有很长的距离。接下来要做的就是如何通过多种表现手法来丰富这些理念和框架。

标志设计作品要传达的信息最终是要通过视觉的感知、判断、欣赏传递出去的。因此,符合设计对象的需求,对设计框架进行各种形式的美化就是接着要完成的工作了。

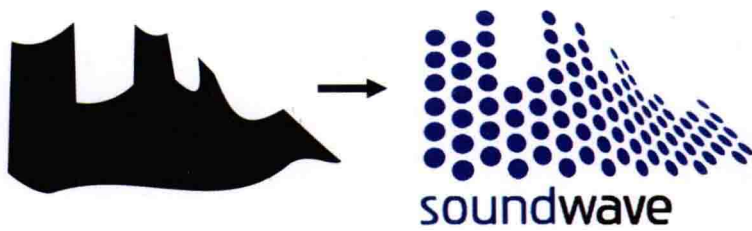
在对标志的美化设计过程中,各种设计构成的知识将成为标志形式表现的重要依靠。例如利用变化与统一、对比与调和、对称与均衡等形式美法则表现标志;利用点、线、面这一构成造型基本要素表现标志;利用渐变、重复、近似、对比、发射、空间等构成基本形式表现标志;利用色彩的对比、调和等构成法则、色彩的心理感知等来表现标志等,如图1-30至图1-33所示。

四、标志的制作与修正

标志的制作实际上从草图阶段便已开始了,而这里的制作指的是在电脑上通过专业的绘图软件来实现标志正稿的制作。由于有了软件的辅助,使得标志的制作与修改变得十分方便,这是用手绘无法比拟的。

标志的制作首先要做的是选择好绘图软件,目前常用软件有Photoshop、CorelDRAW、Illustrator等。每个软件都有各自的强项,使用哪个软件更为便捷取决于标志不同的表现手法以及个人的软件使用习惯。同时,各软件之间也可以配合使用。

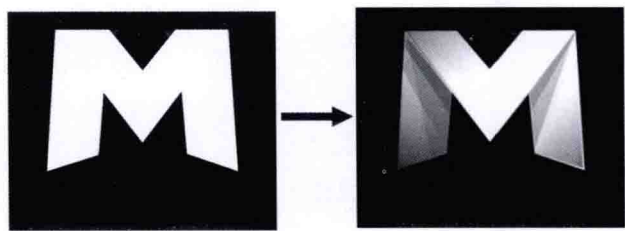
在这个阶段,除了要绘制出标志的效果图外,还应该配置标志的制图方法,以方便标志在各种不同的场合任意地缩放而不至于变形。同时,有些标志还要配置在特殊条件下的相应



基本形

以点构成形式

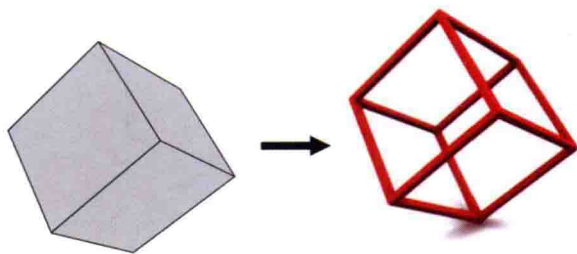
图1-30 利用点元素造型



基本形

色彩渐变构成形式

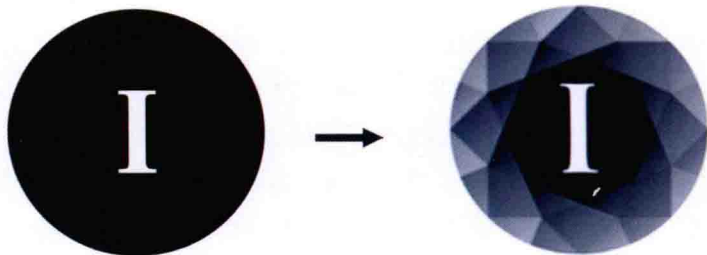
图1-31 运用渐变表现



基本形

空间构成形式

图1-32 利用空间构成形式



基本形

放射构成形式

图1-33 利用放射构成形式