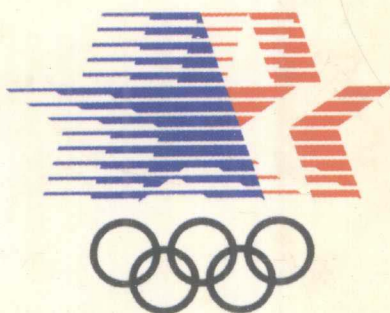


现代标志设计研究

Study on Contemporary Logo Design

冯建基 著



甘肃人民美术出版社

现代标志设计研究

Study on Contemporary Logo Design

冯建基 著

甘肃人民美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

现代标志设计研究/冯建基著. —兰州: 甘肃人民美术出版社, 2005.11

ISBN 7-80588-553-2

I. 现... II. 冯... III. 标志—设计—研究
IV. J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 129514 号

责任编辑: 罗如琪

封面设计: 冯建基

现代标志设计研究

冯建基

甘肃人民美术出版社出版发行

(730030 兰州市南滨河东路 520 号)

兰州新华印刷厂印刷

开本 787×1092 毫米 1/16 印张 8 插页 1 字数 140 千

2005 年 12 月第 1 版 2005 年 12 月第 1 次印刷

印数: 1—2,000

ISBN 7-80588-553-2 定价: 23.00 元

前 言

标志,是一种具有特定含义、专门用途、高度艺术性的简明的标记符号。

标志的应用范围很广,可以说在人类社会各个领域中都在使用。如国家有国旗、国徽;政党有党徽;活动有会徽;学校有校徽;商品有商标……也就是说,各类团体、活动、展览、商品等等,都有自己特定的标志。尤其是民航、铁路、公路、通讯、体育及公共生活所用标志,已逐步走向国际化。从某种意义上讲,它们已成为世界通用语。

现在,人类已进入 21 世纪,在这信息化的时代,经济高速发展,文化广泛交流,旅游日趋频繁。在这样一个新的历史阶段与形势下,标志的应用将会更加广泛,它的作用将会更加突出。所以,我国的现代标志设计必须尽快适应新的要求。

现代标志的设计与应用在我国的历史较短,开始阶段的发展也较为缓慢。但近二十多年来随着我国政治、经济体制的改革与对外交流的不断扩大,经济的快速发展与民众文化艺术素养的不断提高,以及我国高等专业院校率先介绍西方现代设计新理念,引进西方现代设计教学内容与方法,这均使我国的现代标志设计出现了前所未有的快速发展,尤其是现代商业标志的发展更为喜人,同时在标志制作与应用方面也有了很大的提高与多样的变化。

《现代标志设计研究》,不是一本常规地全面介绍标志的书,它是一本尝试性的探讨与研究西方现代设计理念在现代标志设计中灵活应用、并不断发展其设计理论与设计技巧的论著。

本书重点探讨与研究现代标志的设计观念、构思方法、构成方式、表现方法、特种处理,以及世界文化、习俗与变化着的审美标准对标志设计产生的影响等。

在具体设计方法中,重点介绍与研究了西方现代平面设计中的“群化构成法”“分解构成法”“省略法”“矛盾空间形象设计法”等;同时,用实例说明了这些方法在具有新意的现代标志设计中的应用;另外,对抽象几何形标志设计进行了深入的探索性研究;还尝试性地研究了国外“视幻艺术”“感觉表现”“特种处理”等手法在标志设计中巧妙的应用;最后,对标志在现代平面设计中应用时的重点问题,以及标志与其他平面设计要素之间的关系作了概括性的说明。

冯建基

2005 年 8 月 17 日于西北师范大学

目 录

第一章 标志概论	1
第一节 标志的定义	1
第二节 标志的用途	2
第三节 标志的特点	2
第四节 标志的种类	3
第五节 标志的作用	4
第六节 标志简史	6
第七节 标志的发展趋势	7
第二章 现代标志的设计原则与要求	9
第一节 现代标志设计的基本原则与要求	9
第二节 现代商标设计中的有关规定	11
第三章 现代标志设计表现形式与新技巧	14
第一节 分解构成法	14
第二节 群化构成法	19
第三节 渐变构成法	23
第四节 形的互衬法	25
第五节 形的共用法	27
第六节 组合构成法	27
第七节 数理构成法	30
第八节 立体表现法	36
第四章 现代标志中的形象设计	38
第一节 自然物的形象设计	38
第二节 人造物的形象设计	41
第三节 想象物的形象设计	42
第四节 英文字母的形象设计	43
第五节 中文字的形象设计	50
第六节 特种符号的形象设计	54
第七节 抽象形的设计	58
第八节 双重形象的设计	59
第九节 综合性形象的设计	61

第五章	现代标志设计的特种处理与表现进制	63
第一节	省略法	63
第二节	添加法	65
第三节	特异法	66
第四节	印象表现法	68
第五节	视幻表现法	68
第六节	外形的特殊处理法	69
第七节	矛盾空间造型法	71
第八节	一线连表现法	72
第九节	面型与线型造型中的特种处理	73
第六章	现代标志设计的构思与表现	75
第一节	从形象直接构思与表现	75
第二节	从具有代表性的物体形象构思与表现	77
第三节	从已有标志类型总特征构思与表现	78
第四节	从较深层次含义构思与表现	79
第五节	从抽象形的特征构思与表现	80
第六节	从具有象征性、代表性的公认形象构思与表现	81
第七节	按规定与要求构思与表现	81
第七章	现代标志色彩的设计	82
第一节	标志色彩的特点	82
第二节	标志从色彩上的分类	83
第三节	标志色彩的设计	84
第四节	标志色彩的含义	86
第八章	现代标志的制作与应用	88
第一节	标志几何制作法	88
第二节	标志网格制作法	96
第三节	标志在平面设计中的应用	101
第九章	中外优秀标志作品赏析	105
第一节	中外著名标志赏析	105
第二节	国外著名标志改进过程赏析	108
第三节	同一形象特征“英文字母、中文字替代标志”赏析	112
第四节	国外著名系列标志赏析	113
后 记		121

第一章 标志概论

- 第一节 标志的定义
- 第二节 标志的用途
- 第三节 标志的特点
- 第四节 标志的种类
- 第五节 标志的作用
- 第六节 标志简史
- 第七节 标志的发展趋势



联合国



欧盟



世界遗产

标志对当代人来说是非常熟悉的，因为它被广泛地应用于我们的生活之中。假若有这样一个人，他没有一点现代标志知识，那么他在当今社会中的日常生活将是不堪设想的。这不是夸张，你可以大胆地想象他在红绿灯前、电梯间门口、卫生间门前、买到电器后、在电脑前等各种不知所措的表现。所以，对当代人来说，标志与我们的生活是密不可分的，我们必须尽可能多地熟悉与了解它们。当然，对当代标志设计师来说，要用丰富的专业知识和聪明才智，尽最大可能地为当代社会设计新颖、美观、易懂、易记的标志。

第一节 标志的定义

标志，是一种具有特定含义、专门用途、高度艺术性的简明的标记符号。特定含义是指每一个标志所表达的内容是特指的；专门用途是指标志是专用的；高度艺术性说明它的艺术价值；简明是指它的造型特征及传达信息的特点。标志的应用范围很广，在现代人类

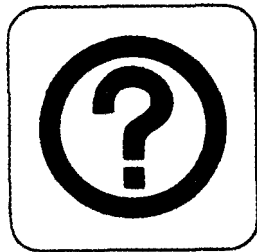
社会中的各个领域都在使用。所以，从某种意义上讲，标志是一种语言，而且某些类别的标志已成为世界通用语。



急救



洗手间



询问处

第二节 标志的用途

标志的应用范围很广，在现代人类社会中没有一个领域不使用它。也就是说，各类行业、各种组织（团体）、各种活动、各类展览、不同商品等等，都使用着自己特有的标志。尤其是民航、铁路、公路、通讯、体育及日常生活所用的标志，已逐步走向了国际化。

以下是标志的基本用途：

1. 用于各类行业：工业、农业、军事、教育、商业、交通、通讯、医疗卫生、服务、金融等。
2. 用于各类组织：国家、政党、宗教、国际组织、地域组织、社会团体、临时组织（某交流团、夏令营等）。
3. 用于各类活动：博览会、经济洽谈会、展览会、文化艺术节、运动会、文艺演出、庆典等。
4. 用于各类商品：电器、纺织、百货、文化、日杂等。
5. 用于日常生活：询问处、卫生间、电梯间、步行楼梯、安全出口等。

第三节 标志的特点

标志，从它出现时的简单表现与应用，发展到今天已成为一种高度艺术性的、独立的、专门的学科。现代标志总体上说具有以下的特点：

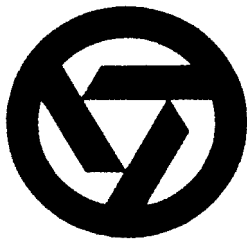
1. 简洁：标志形象简练、概括；内容传达简明、单纯（好多标志的内容是单一的）；色彩少而明确。所以，标志设计不能像其他艺术形式那样，用丰富的艺术语言来表现复杂的内容。
2. 醒目：标志形象的总体效果要具有很强的视觉冲击力，要极易引起人们的注意。所以，标志设计的形象简练、整体，色彩明确、强烈。
3. 易懂：用直观、生动、熟悉、简洁的形象，表现出标志所反映的特定内容，使观者易于理解。
4. 易记：标志形象特征明确、简洁；色彩单纯、鲜艳，使人易于记忆。
5. 美观：标志是一种艺术形式，其形象设计要符合美的法则，使人喜爱。
6. 新颖：现代标志设计要有新的构思方法与表现手法，必须与时代同步。标志要反映

现代人的思想，表现现代人的生活，符合现代人的审美标准。

7. 独特：标志是专用的，具有与众不同的特点。所以，标志设计的构思要独特，形象要别致，这样才能引起人们的注意。
8. 专用：用于特定的领域、行业、活动、商品等。一般不能借用，更不能乱用。
9. 易做：在实用中，易于放大、缩小印刷；易于平面绘制、立体制作和用不同材料表现（制作）。



新加坡·航空公司



美国·科尔特工业公司



国际羊毛局纯羊毛产品鉴定

第四节 标志的种类

标志的分类方法较多，最常见的是从标志的属性划分。但也有从标志的用途或从标志设计中所用的形象划分的。下面我们列出这几种划分形式，便于理论上的论述与研究。

一、从属性分

1. 商业性标志：与商业有关的标志。
2. 非商业性标志：与商业无关的标志。

二、从用途分

1. 交通标志；
2. 体育标志；
3. 军事标志；
4. 医疗卫生标志；
5. 科教标志；
6. 文化标志；
7. 生活标志；

.....

在某一类中，又可分为小的类别，如：

在交通标志中，又可分为民航标志、铁路标志、公路标志等；在体育标志中，又可细分为各种项目标志。

三、从标志设计中应用的形象划分

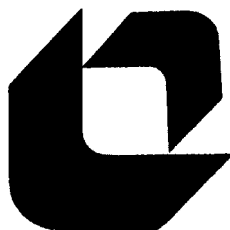
1. 根据标志设计中应用的形象总类别，可分为：
 - 1) 具象形标志；
 - 2) 抽象形标志。

2. 若将具象形与抽象形再细分的话, 又可分为以下多种:

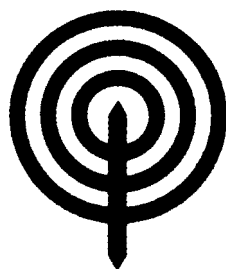
- 1) 自然物形标志: 应用各类自然物形象设计的标志(如人物、动物、昆虫、植物、天地、自然现象等);
- 2) 人造物形标志: 应用工业产品、手工业产品、建筑物等的形象设计的标志;
- 3) 文字形标志: 应用人类各民族的文字设计的标志(严格意义上讲, 文字、符号、数字、规则几何形、意象形都属于人造形, 但为了较细的分类和便于讲述与研究, 均单独作为一类对待);
- 4) 符号形标志: 用箭头、标点符号、各行业中的特种符号等设计的标志;
- 5) 数字形标志: 在此特指用世界通用的阿拉伯数字设计的标志;
- 6) 抽象无机形标志: 也就是用通称的各种几何形构成的抽象标志;
- 7) 抽象有机形标志: 用具有生命感的抽象形(非某一具象物形)设计的标志;
- 8) 偶然形标志: 从偶然产生的不规则形中, 选取并根据某种需要做适当的处理与加工后设计的标志(非有意识设计的形态);
- 9) 意象形标志: 设计师用想象中产生的形象设计的标志(如非真实的自然物形象——龙、天使、美人鱼等; 视觉感受不到的, 但符合科学原理的形象——电波、磁场、地球经纬线、太阳系等);
- 10) 综合形标志: 用多种造型要素组合、设计而成的标志(如文字与某一两种具象形或抽象形组合而成的标志等)。



日本·航空公司
(具象形)



美国·城市调查公司
(抽象形)



加拿大·罗杰斯广播公司
(意象形)

第五节 标志的作用

不论是商业性与非商业性标志, 它们所具有的共同作用是: 用标志这一特定的视觉艺术形式, 形象、准确、快速地传递各自特定的信息。

具体讲, 在特定的用途中(如在某范围、某场所、某活动、某物品或某商品上), 应用标志来传达某种信息(如警告、提醒或引导等), 可使人们便于发现、便于引起注意、便于理解、便于记忆、便于识别、便于再实用等。若用众多的文字或其他艺术形式, 就达不到用简洁、易懂的标志形象直观、快速传达的效果。当然, 不同类别的标志, 其作用是有很大的区别的。

下面我们分别论述不同类别标志的作用。

一、商业性标志

1. 企业标志的作用：区别不同企业，树立企业形象，保证企业信誉，加强企业管理，促进企业间的交流。
2. 商品标志的作用：区别同类产品，树立产品形象，得到法律保护。

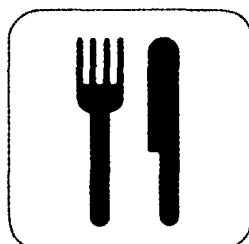
二、非商业性标志

非商业性标志的作用是：

1. 国家标志：国旗、国徽均为国家的象征，起团结人们、引导人们、号召人们的作用。它们的形象一般表现某国特定的历史、信念、追求、性质、习俗、地理等。一般来说国旗形象较为简洁，国徽较为复杂。
国旗——英国（宗教）、希腊（信念）、中国（信念与人民）、加拿大（习俗）、新西兰（属性与地理位置）。
国徽——中国（性质）、匈牙利（宗教与地理）、希腊（宗教与追求）。
2. 机构标志：起到组织人们、团结人们、引导人们、号召人们、帮助人们、约束人们的作用。
国际组织——联合国、红十字会、联合国科教文组织、世贸组织、世界卫生组织、奥委会、世妇会。
地域组织——欧盟、北约、东盟、阿盟等。
3. 政党、宗教标志——起到团结、引导、号召、约束、提醒人们的作用。
政党——各国的不同党派。
宗教——各民族不同的宗教（道教、佛教、基督教、天主教、东正教、伊斯兰教等）。
4. 生活标志：表明某处的方位、某物的简便使用方法、某事的注意事项等（如“旅馆询问处、餐馆、咖啡馆、厕所、箭头、不准吸烟、不准拍照”等）。



旅馆询问处



餐馆



咖啡馆

5. 交通标志：具有区别不同种类交通、区别服务区域、指示交通方向和提出种种警告等的作用。
 - 1) 区别不同种类的交通：铁路、民航、公路、水运等。

- 2) 区别服务区域：如欧洲地铁的黄、红、蓝、绿线表示不同的服务区域。
 - 3) 指示交通方向：通往何处、进入哪个通道或路口等。
 - 4) 提出各种警告：不准左转弯、不准停车、不准超车、不准超速等。
6. 体育标志：宣传体育精神，表明运动会的种类、项目、举办地、时间等。
 7. 会议、活动标志：传播会议宗旨，表明会议的类别、时间、地点等。
 8. 展览标志：宣传展览内容，表明展览种类、时间、地点等。
 9. 学校标志：区别不同的学校、表现学校的办学宗旨等。
 10. 书、报、刊标志：区别不同书报刊，表现各自的性质、宗旨、特点等。
 11. 旅游业标志：区别不同的旅行社，标明旅行的类别、项目、地点、服务等。
 12. 认证标志：对某商品的质量、性能、安全等方面，官方相关权威机构做全面的检测后，对达到某标准的商品颁发的保证质量、安全等的证明。此类标志的作用是使消费者产生信任、放心购物的心理。随着社会的发展，近些年来此类标志出现的较多（有国际认证、国家认证、机构认证等）。



中国名牌（认证）



中国国家免检产品



中国绿色食品

13. 奖牌、奖杯、证书：也是一类标志，它象征着获得的名次与荣誉，起“肯定业绩，鼓励人们”的作用。（如近些年来我们在优秀书刊封面上可见到的奖牌、奖杯式标志有：国家期刊奖、百种全国重点社科期刊奖、某省一级名牌期刊等）

第六节 标志简史

标志的历史相当长，可以说在文字产生之前，我们人类的祖先已开始使用简单的标志了。如：结绳记事（一个结表示某种事或物），刻木记数（在树木上用刀刻的线条表示特指的事或物的数量）；画箭头形的线条（表示行走的方向）；画具有明确特征的各种纹样（表示不同的动植物）等。

后来，我们人类的祖先在进化过程中，随着活动内容的增加，创造了更多具有更复杂

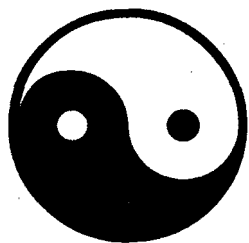
含义的符号。再后来,随着人类的进化,活动范围的扩大与内容的多样化,人们使用的符号越来越多。随着时间的推移,我们的祖先在应用这些符号的过程中,逐渐将其整理(增加、改进、删减),设计出了中外文字史上所说的早期象形文字和之后出现的半抽象形文字。这些文字,从某种意义上说,它们本身就起着标志的作用。因为当人们看到某个文字时,会想起它的特定含义。

人类历史上商业产生后,商标的使用就明显的多了起来。主要用于区别不同的制造者或不同的商品。

后来,随着人类社会商品经济的不断发展,商标的应用就更加广泛,如用它来表示企业的总体形象,不同的商品用不同的标志,不同厂家的同类商品用不同的标志等。

另外,由于现代行业、学科的细分与发展,以及生活中各种活动的举行,使非商业性标志的应用范围日趋扩大,种类明显增加。

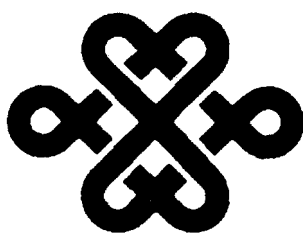
从历史上看,我国是使用标志较早的国家,曾经设计并使用过好多著名的标志。但我国现代标志的设计与应用历史较短,发展也较为缓慢。其中的主要原因是我国的现代工业起步较晚,开始阶段的发展相当缓慢。但近二十多年来随着我国政治、经济体制的改革与国际间经济、政治、文化等交流的广泛进行,我国的经济有了高速的发展,人们的观念有了很大的变化,文化艺术出现了丰富多彩的景象。现在,人们的生活水平、文化水平、艺术素养都有了很大的提高,审美标准发生了很大的变化,法律意识也有了明显的增强。这一切使我国的现代标志,尤其是现代商业标志有了可喜的发展与变化,在设计、表现与制作等方面均有了很大的提高。



太极图



寿星



中国联通公司

第七节 标志的发展趋势

从标志简史中,我们可了解到,标志随着社会的发展变化,其各方面都在不断地发生着变化。下面我们概括地分析一下标志设计中的几个主要因素的变化。

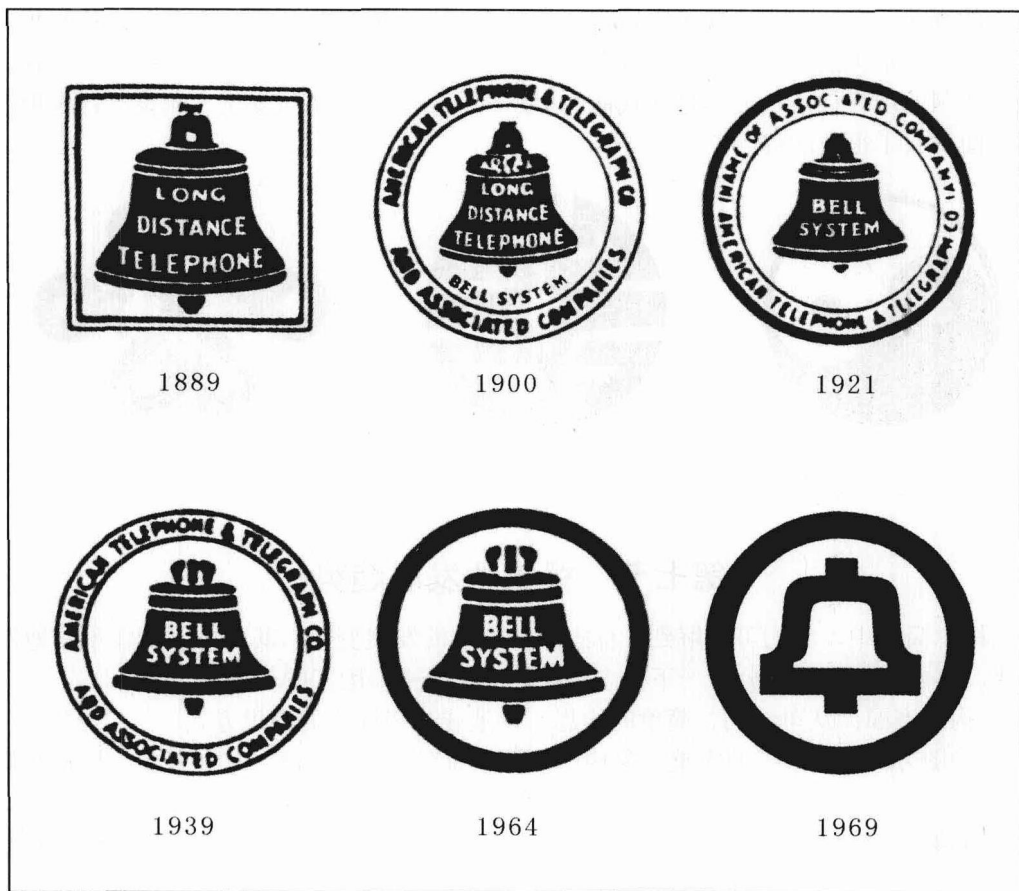
1. 构思方面:从单一的、简单的构思,发展成为多样化的构思方式。
2. 构图方面:从单一的完整形象构图,变化为有整体、局部、综合和非常规式的多样构图形式。
3. 形象方面:从早期简单的大意形象,到中期真实准确、繁杂的形象,到现代高度概括、特征鲜明的简洁艺术形象。
4. 形式方面:从早期的简单、原始,到中期的完美求全,已进入高度艺术性的简洁、新颖、多样的表现形式阶段。

5. 制作方面：从手工绘制、刻印，已进入电脑制作、光电应用的新时期。

总之，随着人类进入 21 世纪这个高度信息化的时期，全球经济一体化进程的加快，加之我国已加入了世贸组织。那么，我国现代标志设计要积极地适应与达到国际标准。在这方面我国的交通、生活标志在改革开放后已走在了前面。如现在民航、铁路、公路，各大宾馆、商场中，已基本上通用了国际化标志。在体育方面因奥运会的举行，标志早已在全球统一。

所以，我国现代标志设计发展的趋势是：部分标志尽快走向国际化；部分标志继承与发展民族传统文化艺术特点；部分标志探索创新，使其具有现代中华民族特点。在表现方面，更加准确，更具艺术性。

另外，旧的著名标志，尤其是商标，要随着时代的发展与变化，随着人们审美标准的变化，在保留其内涵与总体特征的同时，在艺术形式上要赋予新意，以适应新时期人们审美的新要求。这样做的目的是让人们感到标志代表的行业，随着时代的发展，其不断地在发展、变化，创新。但有些标志要保留其古老的形象，一般不翻新，追求永久性或历史性。如宗教、国家等标志。

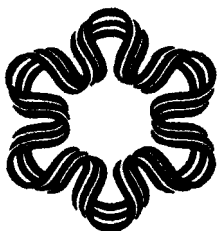


美国“贝尔电讯电话局”标志的改进过程

第二章 现代标志设计原则与要求

第一节 现代标志设计的基本原则与要求

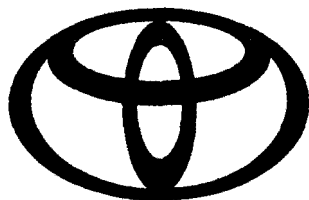
第二节 现代商标设计中的有关规定



日本·儿童服装公司



美国·某出版社



日本·丰田汽车

现代标志设计是一门独立的学科，有其自身的艺术特点，但它属于应用艺术的范畴。所以，在进行现代标志设计时，设计师除自由发挥想象力、寻找表现内容的具体手法、探索具有个性风格的艺术形式、尝试不同的表现技法外，一定要遵守标志设计的基本原则和一些具体的有关规定。

第一节 现代标志设计的基本原则与要求

在进行现代标志设计时，我们必须遵守以下四项基本原则：

1. 巧妙使用艺术语言；
2. 准确表达特定内容；
3. 遵守有关法律规定；
4. 注意文化习俗习惯。

下面我们分别论述现代标志设计的四项基本原则及要求：

1. 巧妙使用艺术语言

在标志设计时，要根据标志艺术的特点，巧妙地、以少胜多地应用具有标志艺术特点的艺术语言。也就是不能直接应用其他艺术丰富的表现手法与多样的形式（如油画、摄影、工笔重彩等）；也不能不考虑艺术形式的简单、原始的表现（如鞋店门前挂只鞋、酒店门口

放桶酒等)。现代标志设计一定要讲究自身的艺术性,要让人们看到标志时,觉得它是独特、新颖、美观的。因为好的标志不但反映一个国家的艺术发展水平和民众的审美水平,也反映出一个国家的政治、宗教、经济、文化、科技状况及人们的习俗与素质。



瑞士·伯尔尼管弦乐队



美国·法肯国际影业公司



日本·通信机械工业会

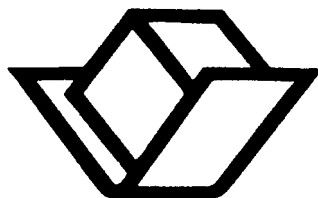
2. 准确表达特定内容

使用标志的目的是快速、准确的传达信息,使看到标志的人们都能够理解其内容。例如公共标志是面向大众的,一定要浅显易懂(如“紧急出口”标志中的人物形象,是一个正逃向室外门口处的人,外面有阳光);但有些行业和其他用途的标志,可用象征、寓意等含蓄一点的艺术手法,会达到更好的效果(如德国“人寿保险公司”的标志,用摆动着的蜡烛火苗,象征遇到风险的人的生命,用护着火苗的手表现了公司的职责)。

总之,标志要通过设计的、具有高度艺术性的简洁形象,准确地表现出标志的内涵。



紧急出口
(逃向光明——室外)



德国·包装竞赛会
(包装纸与盒子)



德国·人寿保险公司
(蜡烛象征生命)

3. 遵守有关法律规定

在不同国家、地域使用的标志,或在国际性活动中使用的标志,都对不同类别的标志设计有一些具体的规定。我们在设计有关方面的标志时,必须认真学习相关的法律,严格遵守有关的规定。下面举例说明:

- 1) 现代奥运会标志:除要求具有反映主办国特色的思想、文化、历史或地域等的形象外,要求必须配有奥运会“五环”形象、主办城市英文地名和阿拉伯数字的年份。
- 2) 亚运会标志:除由主办国自主设计主体图形外,要求在整体图形的组成要素中,必须有来自体育运动圣地——雅典的传统“太阳”图案。
- 3) 中华人民共和国香港特别行政区和澳门特别行政区区徽:这两个地区分别回归祖国时,中央有关部门面向全国征集标志,其基本要求是构成区徽图案的形象中必

须有我国国旗上的“五星图案”(见本页和 81 页图)。

- 4) 英联邦国家国旗: 构成国旗的形象要素中, 均有英国国旗图案(如澳大利亚、新西兰的国旗等)。
- 5) 商品的商标设计: 好多国家均有较详细的规定。如大多数国家在《商标法》中规定: “商标的主题形象不能用国旗等国家、政党、宗教等的标志”(形象), “商标的形象不能以本产品的形象出现”。
- 6) 伊斯兰教国家的标志: 禁用人体形象等。



2000 悉尼奥运会会徽



泰国·13 届曼谷亚运会会徽



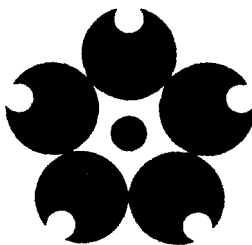
中华人民共和国澳门特别行政区区徽

4. 注意文化习俗习惯

随着经济全球一体化进程的加快, 国际间各种交往的增加, 国际共用标志的设计也就越来越多。所以, 我们在设计国际共用标志或设计出口及销往某地域的商品标志设计时, 一定要了解不同商品销售国或地域的文化、习俗与习惯。这也是为了人类共同的愿望——相互尊重、友好相处、共同发展。如“龙”的形象, 在我国历史上是天子、皇权的象征, 现在是国家与人民的象征; 但在西方文化中, “龙”是邪恶的象征。中国人不喜欢狐狸形象, 在童话中它总是以狡猾、欺骗者的身份出现; 但西方人喜欢狐狸, 认为它聪明、灵活。对于数字, 中国人喜欢 8, 西方人不喜欢 13。在中国蜡烛象征教师, 说它燃烧自己, 照亮他人; 在西方基督教信仰者的心中, 它代表着给人类带来光明的上帝。这些不同的认识, 都有一定文化、习俗、习惯方面的原因, 值得我们平时注意学习与研究。当然, 有些形象已达成全球共识, 如鸽子与橄榄枝, 象征和平; 地球形象代表全人类等。另外, 由于不同文化之间的相互影响, 对有些形象的认识慢慢走向国际化, 如用具有“救助”含义的基督教十字架形象, 设计了“国际红十字会”标志, 再如对西方国家中代表爱情的“玫瑰”, 在我国也早已认同。



美国·人类资源系统
(地球与全世界人民)



日本·世界博览会
(五圆形代表五大洲, 整体形为樱花形)



加拿大·贝蒙特滑雪场
(枫叶与交叉组合的雪橇)