



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

陈青 编著

VI设计

清华大学出版社

VISUAL IDENTITY DESIGN



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

陈青 编著

VI设计

VISUAL IDENTITY DESIGN

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书从 VI 设计的历史观、全局观、发展观入手,对 VI 观念进行了开放式的解读,引导读者建立对于 VI 的更加宽泛的认知,提出了广角看 VI 的重要观点;本书的核心部分通过大量篇幅以及直观的案例,解析 VI 设计系统中各个设计项目的设计原则、设计思路、设计手法,全方位探究 VI 设计的核心要义;最后部分介绍 VI 设计手册的编辑以及设计工作要点,使整个 VI 系统的解读,起始于无形的观念,结束于有形的实体,希图与有志于 VI 设计研究、实践和学习的人们一起进一步探索 VI 的本质与技巧。本书可作为平面设计以及相关专业的教师及学生的教学用书和参考用书。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

VI 设计 / 陈青编著. —北京:清华大学出版社, 2011. 5
ISBN 978-7-302-25048-7

I. ①V… II. ①陈… III. ①企业—标志—设计 IV. ①J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 045488 号

责任编辑:甘 莉

责任校对:王荣静

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机:010-62770175

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

邮 购:010-62786544



印 装 者:北京天成印务有限责任公司

经 销:全国新华书店

开 本:180×215 印 张:11 字 数:120 千字

版 次:2011 年 5 月第 1 版 印 次:2011 年 5 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:47.00 元

产品编号:023322-01

目 录

前言	001
练习题	004
第1章 无可抵御的统一识别	005
1.1 统一识别自然天成	006
1.2 统一识别古已有之	007
1.2.1 军队的统一识别	008
1.2.2 建筑的统一识别	009
1.2.3 社会等级的统一识别	010
1.2.4 民俗的统一识别	013
1.2.5 文字的统一识别	016
1.2.6 社会制度的统一识别	018
1.3 统一识别的用途	018
1.3.1 在企业管理中的应用	019
1.3.2 在体育赛事中的应用	020
1.3.3 在政治运动中的应用	022
1.3.4 在娱乐活动中的应用	022
1.3.5 在政党建设中的应用	023
1.4 统一识别的现代整合	024
1.4.1 统一识别在美国建立概念	024
1.4.2 统一识别在日本获得理论提升	026
1.5 统一识别的价值所在	027
1.5.1 保障信息传递的一致性	027
1.5.2 保证企业管理的科学性	028
1.5.3 确立企业和产品的独特性	028
1.5.4 提升企业和产品的竞争力	028
1.6 统一识别的无可抵御性	029
练习题	030

第2章 VI与统一识别	031
2.1 基本概念	032
2.1.1 形象	032
2.1.2 企业形象	032
2.1.3 企业形象的统一识别系统	033
2.1.4 企业形象的视觉统一识别系统	034
2.2 企业形象与统一识别	035
2.3 统一识别的重新认知	036
2.4 如何塑造统一的企业视觉形象	036
2.4.1 统而不死	036
2.4.2 花而不乱	037
2.4.3 彰显个性	038
2.5 对设计者的素质要求	039
2.5.1 良好的专业素质	039
2.5.2 良好的通才素质	040
2.5.3 良好的团队意识	040
练习题	040
第3章 统一的视觉形象设计之基础篇	041
3.1 核心元素设计	042
3.1.1 标准标志设计	043
3.1.2 标准字体设计	069
3.1.3 标准色彩设计	079
3.2 品牌名设计	092
3.2.1 品牌	092
3.2.2 品牌名与标志	093
3.2.3 企业品牌与企业的产品品牌	094
3.2.4 品牌设计思路	094
3.2.5 品牌名设计方法	097
3.3 基本视觉要素的组合规范	100
3.3.1 组合规范的原则	100

3.3.2 组合规范的内容	101
3.3.3 组合规范的样式	102
3.3.4 比例和尺度	105
3.4 核心视觉元素的扩展设计	106
3.4.1 图形扩展	106
3.4.2 色彩扩展	110
3.4.3 用字规范	113
3.4.4 吉祥物	114
练习题	120
第4章 统一的视觉形象设计之应用篇	121
4.1 平面类应用项目设计	122
4.1.1 接待用品类	122
4.1.2 办公用品类	125
4.1.3 平面宣传类	130
4.1.4 单据类	132
4.2 立体及空间类应用项目设计	134
4.2.1 指示类	134
4.2.2 标识类	136
4.2.3 旗帜类	138
4.2.4 空间环境类	140
4.2.5 服饰类	144
4.2.6 运输工具类	146
4.2.7 设备类	148
4.2.8 产品与包装类	150
4.2.9 展示类	152
4.3 多媒体类应用项目设计	154
4.3.1 项目分类	154
4.3.2 设计要求	154
4.3.3 设计技巧	154
练习题	156

第5章 VI设计手册	157
5.1 VI设计手册的功能	158
5.2 VI设计手册的编辑	159
5.2.1 体系	159
5.2.2 体例	160
5.3 VI设计手册的设计	162
5.3.1 风格	162
5.3.2 编排	162
5.3.3 手法	164
5.4 VI设计手册的制作	165
5.4.1 印制	165
5.4.2 装订	166
练习题	166
图片来源	167

前 言

CI 的英文为 Corporate Identity，可译为企业形象统一识别系统，反映的是企业从内到外统一的形象体系，其中包括理念识别、行为识别和视觉识别三个子系统。这三个子系统相互依存，互为因果，鼎立而成，凝聚为构筑现代企业形象的有机体。

企业形象统一识别系统中的视觉识别部分英文为 Visual Identity，简称为 VI，可译为统一的视觉识别系统，一般被用来专指企业形象系统的视觉形象识别部分，是企业形象统一识别系统中的外化部分。

从 20 世纪 50 年代由 IBM 公司率先提出了 CI 一词，并建立了关于 CI 的诸多概念和观念之后，在世界范围内，大大小小的企业在经营管理中受 CI 思想的影响已经超过半个多世纪了。如今，无论是 CI 还是 VI 都已不是神秘的词汇，已经成为司空见惯的企业形象和企业视觉形象塑造方法的代名词了。

CI 系统的成功与否，直接影响企业的信息传递、品牌塑造以及核心竞争力提升。而 VI 系统的成功与否，则直接影响到企业给予大众的直观印象，进而影响 CI 的整体品质。因此，VI 设计在企业发展中的地位是不容忽视的，是 CI 系统不可或缺的组成部分。要准确理解 VI，必须全面了解 CI，从战略层面宏观地建立对于 VI 价值的体认。

日本著名的 CI 理论家、实践家中西元男先生曾为 CI 如此定义：“企业、行政等组织，在全新时代的价值观念环境中，将自己固有的自立哲学加以明确化；在信息化社会中通过各种传播活动将个性鲜明地表现出来；通过改进组织内外有关人员的集团意识和组织体制，从而建立起更好的市场环境 with 活动环境的文化革命战略。”¹ 从这个定义中可以看到，CI 中包含了管理学中的战略层面和战术技巧，企业发展的命脉很大程度上取决于 CI 的建设水平和执行效果，CI 的价值和统领性可见一斑。

CI 历经了几十年风雨，起起伏伏中曾被神话过，也被贬斥过，随着市场的进步和成熟，CI 也逐渐被认为是一种科学的、理性的、有效的管理和形象塑造方法。英国品牌大师沃利·奥林斯说过：“难以想象还有什么别的管理活动会像形象识别活动一样在被广泛运用的同时，又伴随着如此广泛的不同认识和不同理解。”也正是有了曲折的成长和被检验的过程，CI 才更加坚强地存活了下来，更加有力地证实了自身独特的价值和促进社会进步的作用。

1. 夏建中：《现代 CI 系统的应用》，2 页，上海，复旦大学出版社，1997。

尤其重要的是，时至今日，所谓的企业形象统一识别系统已经不仅仅运用于企业形象的塑造了，不仅是各类企业所因循的形象塑造法宝，已成为了各行各业、各类活动或项目中推广形象的规定动作，国家的行政机关、各种组织、机构、活动、项目等，都在有意无意地使用 CI 这一方法或对其形象进行推广，或对其品牌进行塑造，从而建立牢固的观念形象和视觉形象体系。换句话说，统一识别作为一种有效的形象塑造方法已经被社会各个阶层、各种行业和各种领域广泛地认同并运用了，因此 VI 设计的需求范围更广，同时由于时代的进步，对于 VI 品质的要求也会越来越高，许多新的观念也会不断地注入其中，这也为 VI 的理论研究和实践表达提出了新的课题。

为了能够充分地理解 CI 的概念，认识 VI 设计的本质所在，必须广角地看待“统一识别”，从而立足得更高、理解得更深、思考得更远，为更好地进行 VI 设计工作创建良好的基础。本书的写作也正是基于这样一个理念，希望能先从更加宏观的角度、更加广博的视野看待 VI 设计的本质。

本书首先从统一识别的无可抵御性角度，历史地、自然地看待 CI，从企业以外的角度看待 CI 的广泛应用和贯彻效应，这样可以建立起思路，更加宽阔地、更有效地挖掘 VI 设计技巧的研究平台；其次从 VI 与统一识别的观念剖析入手，为建立 VI 设计的核心思想依托奠定基础；再次，核心部分为解析 VI 设计系统中各个设计项目的设计原则、设计思路、设计手法，全方位探究 VI 设计的核心要义；最后介绍 VI 设计手册的编辑以及设计工作要点，使整个 VI 系统的解读，起始于无形的观念，结束于有形的实体，希冀与有志于 VI 设计研究、实践和学习的人们一起进一步探索 VI 的本质与技巧。

练习题：

1. 简述CI和统一识别。
 2. 说说CI和VI的关系。
-

第1章 无可抵御的统一识别

统一识别所造就的差异化识别性是其最重要的价值所在。现代人利用统一识别塑造企业或机构等文化和视觉的形象，正是希望在同质化社会中独树一帜，通过统一形象所形成的合力增强其标志力和竞争力，从而达到自己的商业或文化目的。

本章将从自然和人文的角度，广角地观察统一识别在自然界、在人类社会中自然生长和成长的状况，可以体会许多自然选择的奇妙所在，并学习前人在统一识别方面朴素的设计理念、设计方法，从而理解统一识别的本质价值和表现特征。

如果抛开 CI 这个现代词汇来看，统一识别就不算是新生事物了，所有进步的文明现象中都或多或少、自觉不自觉地运用着这一行为方式或管理手段。统一识别可以使我们想到严整的仪仗队、南飞的大雁群、球场上的拉拉队、农田里的青纱帐、南极冰盖上的企鹅等这些风马牛不相及的事或物，呈现的是自然天成或人为造就的、高度的统一之美，使我们不由得感动于由重复性、同一性特征所带来的对于视觉以及心灵的震撼。图 1-1 所示的雏菊就显示了大自然对于相似性和差异性处理的微妙所在。

1.1 统一识别自然天成

大自然鬼斧神工，为人类在塑造统一形象方面做出了绝好的榜样，人类因此能够辨别植物、动物、微生物之间的差别，还能够分清猴子、猩猩、长臂猿之间各自的特性，因为它们都被赋予了鲜明的形态特征和行为特征。在千变万化的大自然中，人类一边享受着物种的多样性之美，也时常惊诧于同类的相似以及差异之间所呈现的神奇。

生物或动物除了在形态结构、习性方面有着奇特的高度一致性外，由于有着色彩、纹饰等的区别，又形成了非常微妙的差别。家养的黑马、白马可能只是色彩的不同，本质上并没有区别，但与野生的、兼有黑白两色纹饰的斑马就有很大的不同了。花朵利用斑斓的色彩，将其结构特点轻易地呈现出来，而衬托花朵的枝叶大多以不变的绿色进行对比，这种以差别化的色彩进行形象塑造和区隔的方法被人类广泛地加以学习。

人类能够识别四季，可以依靠天气的冷暖进行感知，也可以通过植物的生长获得提示，这种标志方法被人类总结之后便成为了识别四季的基本常识，大自然的变化规律就这样通过统一识别的识认方式被破解了。

从大自然给予的示范中，可以学习的何止千万例，如图 1-2 所示。

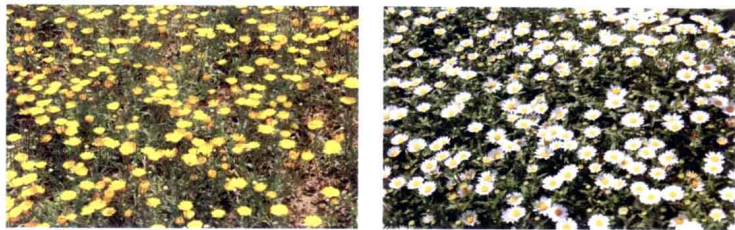


图1-1 黄色的雏菊与白色的雏菊有诸多的相似处,但不多的差异性也正是各自的魅力所在(图源1)



图1-2 在钱塘江中,时间与壮观的潮汐相互标志着,以独特的样式呈现着美妙的自然规律。这是一个极其有趣的时间与自然现象映照的统一识别现象(图源1)

1.2 统一识别古已有之

统一识别是人类文化的一个重要组成部分,在建筑、服饰、文字、音乐、礼仪等方面均有卓越的建树。正是这些在独特文化背景中久酿而成的统一形象,将人类文化渲染得五彩斑斓,塑造得极具差别性,也因此呈现了林林总总的识别样式。

统一识别一直伴随着人类社会的发展而成长,这方面的证据可以追溯到久远的原始部族时代。在有了部族争斗之后,统一识别便成为了凝聚族群的重要方式,显现出了其不可替代的作用。那些神秘的图腾和我

们至今也无法破译的符号和遗存，无不昭示着先人们与今天的我们一样，在使用统一识别这一有利的武器传递信息、号召同族、显现个性。例如，四川三星堆的一系列发现，呈现了一个不同于中原文化的、十分独特的、古老而神秘的古国遗迹，它确凿地证实了统一识别是形成文化差异的主要原因和表现方式。

统一的识别系统大多以思想的统一、行为的统一、视觉的统一为前提，这是一个坚实的体系，三者往往形成巨大的合力营造独特的形象系统来传递信息，形成有力的团队或同盟。

1.2.1 军队的统一识别

2000 多年前，中国的秦朝还处在冷兵器时代，然而当时的军队已经相当注重统一的形象设计了，从服装、军姿、配备上都有相当一致的形制样式。2000 年后的现代人可以从西安临潼秦始皇陵附近挖掘出来的兵马俑阵中，实实在在地领略到当年秦兵们通过统一装备和训练而塑造出的威武、雄壮的气势，如图 1-3 所示。

不论中外古今，军队都需要建立统一的形象体系和管理体制，其意义至少存在于三个方面：可以使敌我双方、军队与普通百姓间有明确的区别，这是“差异性”的需求；可以借军队形象反映国家形象，并使军人有归属感，使百姓有崇敬心，这是“形象性”的需求；可以通过忠诚意识的教育和优厚的待遇统一军人的思想，约束军人的行为，提升军人的士气和荣誉感，这是“管理性”的需求。

在现代社会中，军队的统一识别无论从思想、行为还是视觉上，都是最全面、最明显、执行力最好的例证之一，也因此是统一识别的学习典范之一，如图 1-4 所示。

在高度统一的识别系统中还需要一定的区别，形成内部的管理秩序。

曾几何时，在新中国的军队史上因为各种原因几易军服。“文革”期间，取消军衔制度，官兵统一服装，降低了级别间的差异，只有简单的双兜和四兜区别士兵和干部。在对越自卫反击战中，正是因为缺乏必要的识别标记，直接影响了指挥军官的迅速通行，而贻误战机。这从反面证明了没有差异、缺乏层次的过分统一的弊端所在。



图1-3 秦兵马俑阵及兵马俑的装备(图源4)



图1-4 在阅兵仪式上全副武装、步调一致的战士(图源4)

1.2.2 建筑的统一识别

建筑有着复杂的功能类别，有着悠久的历史。如今，我们依然能够看到几千年来的建筑遗存，通过其明显的特征，一般人均可清楚地区分宫殿和民居、住宅和陵墓等建筑样式，其功能和所属都拥有着明确的定位和结构。在我国许多佛教寺庙中都有大小不同、样式各异的塔式建筑，在这种独特的建筑中，大型的塔一般用来藏宝、藏经或纪念重要事件，小型的塔主要用来安奉已故的高僧。陕西扶风法门寺高塔下的地宫中，供奉着释迦牟尼的真身舍利和众多的奇珍异宝；而河南嵩山少林寺中的塔林，则供奉着历代圆寂的高僧。因而，这种通天、通灵的塔形建筑就不会出现在一般世俗的建筑中，如同西方教堂中的钟楼一样，使其成为

了宗教建筑中独特和经典的样式，非常容易被识别，如图 1-5 所示。

现代建筑在设计上不拘一格，大胆创新，中外古今融会贯通，世俗与宗教文化相互融合，其识别性自然也就降低了许多。如著名的上海金茂大厦，采用了中国古塔的造型特征，如图 1-6 所示，在使用了极具现代感的钢结构进行装饰后，创造出了独具魅力的标志性建筑经典，在将高楼大厦林立的大都市形象进行强烈注解的同时，也诠释了现代设计不拘一格的追求，也因此降低了建筑类别的统一识别性。



图1-5 西安大雁塔是佛教塔式建筑的代表作



图1-6 上海金茂大厦有着中国塔式建筑的基因(图源1)

1.2.3 社会等级的统一识别

等级社会中最重要的是等级差异的维护，而维护等级差异，必须从系统的角度全方位地建立统一识别的样式，并通过有效的机制进行巩固和保障。在这个系统中，不外乎使用了以下方法。

1. 思想识别

君为臣纲、父为子纲、夫为妻纲，仁、义、礼、智、信这些三纲五常