

现代标志应用分类丛书 李中扬主编

标新立异

14

IT
标志

程超编著

湖北美术出版社

现代标志应用分类丛书 李中扬主编

标新立异

14

标志

程超编著

北
美
术
出
版
社

图书在版编目(CIP)数据

IT标志 / 程超 编著

—武汉：湖北美术出版社，2004.8

(标新立意：现代标志应用分类丛书)

ISBN 7—5394—1609-2

I. I…

II. 程…

III. 信息工业—标志—设计—作品集—世界

IV. J534.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第117176号

丛书策划 / 韦冰

责任编辑 / 韦冰

装帧设计 / 汪尚麟 韦冰

封面文字设计 / 汪尚麟

版式设计 / 武汉尚麟设计策划有限公司 + 关家治

督印 / 李国新

标新立意·IT标志

©程超 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：027-87679520 87679521 87679522

传真：027-87679523

邮政编码：430070

印刷：武汉精一印刷有限公司

开本：889mm×1194mm 1/32

印张：3

印数：4000册

版次：2004年8月第1版 2004年8月第1次印刷

ISBN 7—5394—1609—2/J·1323 ⑦

定价：20.00元

写在前面

设计师接手标志设计案头工作时、院校师生进行标志设计教学时、标志设计爱好者在了解标志的设计理念时、大家必然会感到参考使用没进行分类的标志资料时的诸多不便。鉴于设计者查阅时的需求，我们按标志的类别编撰出版了这套现代标志应用分类丛书，旨在让大家能共享分类标志丛书带来的便利与快捷，迅速找到行业标志或图形信息，获得所需的参考资料，我想这种借鉴方式对大家应十分有益。

标志创意是每位设计师都要遇到的难题，行业特色是否勾画准确，必须借鉴丰富的资料来启发思路。通过对各类标志的参考与比较，学会观察和认识行业标志的特征，对行业标志逐步熟悉，从中寻找到共同规律和设计思路，以及各种不同的表现方法。这有利于借助成功标志案例去进一步深化设计，集中精力钻研行业中的视觉图形，其设计品质和准确性就会大大提高，从而提高命中率。

我们这套丛书属于应用分类性质，作者们平时花了许多精力去寻找相关素材，工作量巨大且资料收集有限，所选标志设计作品主要来源于相关图书和网上资料，这主要得益于设计者无私的关爱和援助，因此作品均没能署名。更由于所选标志内容繁复庞大，其中讹误或疏漏之处在所难免，请大家能给予帮助和改正的机会。同时，所存在的付酬问题，一经核实，我们一定会按国家稿酬标准付酬，在此特向设计者表示由衷的谢意。能有你们的支持与鼓励，相信我们一定会完成好这套分类丛书的编辑出版工作，共同分享书中所带来的成功启示和愉悦的设计快感，让所有设计师一道见证中国标志的发展。

丛书主编：李中扬



■ 美国3M公司

3M是具有百年历史的跨国企业。该Logo的设计用字母形式表现，不加修饰，简洁大方。视觉效果单纯强烈。毅力、独创性和创造力是3M公司所追求的价值观。



3Com

■ 美国3Com公司

3Com是一家网络公司，提供网络产品及技术服务。该标志“是我们品牌最瞩目的表达形式。这个独特的符号代表了我们的才智、技术和领导地位。它是‘创建连接’具体形象的体现：它不仅连接我们标志的各个元素，而且会激发我们和客户进行连接。”



■ 台湾宏基电脑公司(旧)

“Acer”在拉丁字根中具有主动、敏锐、犀利、宏伟、赢家等含义。该Logo以弓形箭头来体现钻石形状，寓意永往直前和追求卓越品质的企业经营理念。



■ 宏基电脑公司(新)

相对于原Logo，显得更有自由感和时尚感，充分体现了宏基总裁施振荣所倡导的“鲜活思维”企业理念以及“全方位追求‘创新’和‘贡献’”的企业文化。



■ 台湾明基电通公司

“BenQ”品牌的字母“Q”的拖尾处理，使得本来一个很平常的Logo立刻生动起来。BenQ期望透过整合化的网络时尚产品，让人们轻松享受多元的数字生活。BenQ的宣传口号是：拥有BenQ，享受快乐科技。



■ 美国Adobe公司

Adobe是世界著名的软件公司之一。正负形互用，不完形律的运用，体现了“A”的质量标准，“思想的火花在公司内部闪现”的灵感创意。



■ 日本SONY公司的VAIO品牌商标

VAIO是一个完整的概念。VAIO是“Video Audio Integrated Operation”的缩写，表示所有AV产品，包括彩电、视频、音频的设备与计算机与网络的连接。在该Logo中，左边是一个正弦曲线，代表模拟数据，右边是“0”和“1”二进制数字，代表从模拟到数码时代的转变和发展。优美曲线的运用，透露出其电子产品的时尚感。



Sony Ericsson

■ 索尼爱立信公司

索尼爱立信作为一个从事移动通信和多媒体产业的“新”公司，要求它的标志能像“旧”媒体表现的一样既有视觉冲击力，又有动画效果。“流动的形象”和“另一个自我”是这个新标志要体现的两个关键元素。这个标志有别于索尼和爱立信各自的标志，“代表了两家公司的合作意义，反映了索尼爱立信的梦想和心灵”。

■ 美国的APC公司

APC公司是专业生产UPS（不间断电源）的厂家。字母“APC”组合成该Logo,字体的设计精致稳健,红色的字母首尾相连,寓意其产品为用户提供源源不断的可靠的电力保护环境。



■ 美国AUTODESK软件公司

以字母“A”为设计元素进行重复构成,形成山的形状,一山更比一山高,寓意该公司不断追求,不断创新,不断超越自我的企业精神。



■ 美国电话电信公司

运用了光效应的构成手法。代表全球化概念的立体球形给人强烈的光与速度感,生动地传递了AT&T作为国际化的信息通讯企业形象。



The Canon logo is rendered in a bold, red, sans-serif typeface. The letter 'o' is unique, featuring a white diagonal slash that divides it into two parts, creating a sense of motion and precision.

■ 日本佳能公司

由字母构成，字体的精心处理传递着企业的文化理念：尖角的处理体现了一种精密、现代、科技领先的意蕴；下部的平稳处理代表公司稳固的发展势态；局部斜线的处理形成对比，造成动感，寓意公司在不断地追求发展。



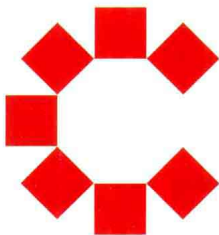
■ 美国康柏（COMPAQ）电脑

以其中的字母“Q”独立出来进行变化，形成了一个很有视觉冲击力的Logo，与COMPAQ公司稳健、求实、创新的企业精神相一致。该Logo独立运用彰显大气，组合运用于公司名称局部，则显其精致。



■ 美国康柏公司AlphaPowered产品

以猎豹的形象进行点状化渐变处理，更显其风驰电掣的奔驰速度，用以来寓意其CPU（电脑中央处理器）产品的强大的动力和飞快的速度。



■ 加拿大Corel软件公司

该公司的主要产品有设计软件Corel DRAW、Painter等。该Logo是由首写字母“C”演绎而来，由七个相同的方块重复构成，形式美感十足，且具有多义性。



■ Corel公司软件产品 —— CorelDRAW6

一个色彩绚丽精致的热气球构成该Logo，有两层含义。第一，这个Logo本身就是由CorelDRAW6绘制，显示了其产品的强大绘图功能；第二，在CorelDRAW6里你可以自由地放飞你的创意，就像乘着热气球自由地翱翔天空。



■ 美国HP公司（惠普）公司

一个朴实沉稳的商标，成就了一个著名的品牌。当然，这离不开业界推崇的惠普之道（HPWay）——“客户第一，重视个人，争取利润”，是惠普能够持续成功的源泉，也是惠普能够不断超越自我的根本原因。

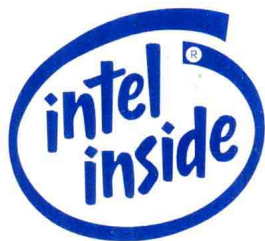
■ 美国Intel公司

Intel是专业生产电脑微处理器的行业老大。该Logo由公司名称字母“intel”组成，概括的线条处理，简洁大方，显示其企业稳健、慎密的工作作风，而字母“e”和其他字母的位置落差处理形成特异，也预示了该企业在产品上所追求的过人之处。



■ “intel inside” 公司的著名商标

随着Intel产品的不断更新，随着Intel“摩尔定律”的不断发展，“intel inside”已进入千千万万用户的计算机。在该Logo的形式表现上，一根流畅的弧线包容着的“intel inside”就像是一个人的心脏，直抒心意，说明Intel的CPU是电脑的强劲的心脏与动力。



■ 日本富士通公司的LOGO

由公司名称字母“FUJITSU”构成，“s”的图形源自数学符号中代表有限之符号，象征企业在IT行业的无限发展潜力。



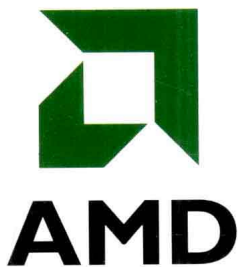
■ 美国微软(Microsoft)公司

几乎没有做任何修饰的英文粗斜体字——“Microsoft”构成这一Logo。一个象微软这样的品牌产品众多的公司，当把公司Logo应用于其子产品体系时，而不与子产品的个性Logo形成冲突的话，以不变应万变也许就是最好的设计方法了。



■ 美国AMD公司

AMD公司是个人和网络计算机及通信市场上的全球集成电路供应商。该Logo由字母“AMD”和两个不同形状的箭头组成：AMD是Advanced Micro Devices的首字母缩写词，而箭头标志代表AMD向正确方向不断进取的经营理念。



■ 利盟国际有限公司 (Lexmark International Inc)

Lexmark是全球惟一专注于打印机的厂商。该Logo为字母型标志，但求平淡中出新奇，画龙点睛，立即有神。





■ 美国微软WINDOWS操作系统

这个飘动的“视窗”图标，已经不知不觉地飘遍了世界各地个人电脑用户的显示屏。该LOGO采用了点的渐变发散的形式来构成，寓意用户通过这个扇窗户来登陆缤纷多彩的电脑应用世界。



■ 美国微软Windows XP的产品标志

把平面Logo图形立体化，就如这个“Windows”标志，是随着电脑软硬件的发展而形成的一种新的视觉风格，即所谓的“XP”风格，也是美国微软在其“XP”发布时所宣传的“全新的视觉体验”的典型体现。

Designed for



■ 美国微软的Office产品系列

该软件产品包括：Word、Excel、Outlook、PowerPoint、FrontPage、Access，是集成针对办公环境的整体软件解决方案。该Logo系列有的用首写字母的形式，有的用形象化的符号，以及各自不同的色彩，生动表现其单个产品的个性。而统一的外框形式的运用，又把各自为政的单元设计统一在了一个整体的系列中。



■ 美国微软的MSDos操作系统

像素化的处理手法，模拟电脑屏幕显示的点状化状态，以表达其作为电脑软件产品的性质。该LOGO是此种表现手法的开山之作，引起很多后来者的模仿。



■ 美国微软公司的 Microsoft TV产品

Microsoft TV是一个交互式电视平台产品。该Logo的设计主体是一个电视屏幕，五彩的方块打破了荧屏，寓意该产品突破传统电视的概念，是一个交互式“电视互联网”，可以为你的生活添加色彩。



■ 美国微软的编程软件产品Visual Basic

四个不同颜色立方体组成该Logo，象征着用该产品的模块化、可视化的编程功能，能快速构建你所需要的应用程序。

■ 美国微软公司的网络即时通讯软件产品MSN
这是微软又一经典LOGO。形象化的设计,一只鲜艳漂亮的蝴蝶在飞舞,寓意该产品在Internet上为您提供多姿多彩的服务以及为网络交流提供无限扩展空间。



■ 美国微软公司的产品XBOX

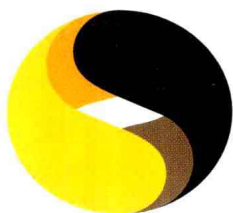
XBOX是一种游戏设备。字母“X”有未来时代、未知世界的含义,立体化和空间化的处理,表示该产品会带你进入一个虚幻的超时空的游戏世界。



■ 美国微软的Microsoft.NET

NET是Microsoft面向未来Web服务的跨平台的产品概念。Microsoft.NET 扩展了通过任何设备随时随地传送数据和进行通讯的能力。该Logo在字母的处理上相互联结,正表达了这种互联和交流的概念,而色彩的处理则继承了微软的一贯风格,代表了其在产品应用上的丰富性。





■ 美国的赛门铁克 (SYMANTEC) 公司

赛门铁克是互联网安全技术的全球厂商，提供广泛的技术服务和网络安全解决方案。该Logo极似中国的太极图案，也包容着其网络互联、交流、沟通的含义。



■ 美国希捷 (Seagate) 公司 (旧)

希捷公司专业生产电脑硬盘等数据存储产品。该Logo由两个“S”形和两个圆形构成，元素统一，线条均等，上下左右对称，包容了其数据交流的概念。



■ 美国希捷 (Seagate) 公司 (新)

美国希捷 (Seagate) 公司是电脑硬盘最大的制造商之一。该Logo由五个半圆构成一个旋转的螺旋形，是取硬盘里面的指针读取磁盘之意，也寓意该公司永远在运动发展着，不断在追求着完美的产品。

■ 香港电信盈科公司

电信盈科是香港最大的通讯服务提供商，也是亚洲主要的综合通讯服务公司。所提供的通讯服务由本地电话服务以至宽频服务、电子商务方案等。该标志采用了构成手法，用密集的方式和丰富的色彩处理营造了一种时尚感和现代感，意在表达盈科的数码生活新概念。



■ 中国北京联合创新科技公司

联合创新公司名称体现了对自身企业文化的理解。该标志由字母“U”反复而构成，体现了该企业文化的核心：广泛联合社会资源，鼓励创新，建立一种创新的公司文化，共同促进国内网络技术、网络应用和企业信息化的发展。



■ 美国Adaptec公司

Adaptec公司为全球电脑用户提供高度可靠性的存储解决方案，用于帮助用户传输、管理和保护关键数据和数字内容。该LOGO英文字母的圆化处理 and 局部笔画倾斜处理是其个性所在。

