

New
Riders

VOICES THAT MATTER™

a guide to creating iconic brand identities



超越LOGO设计

国际顶级平面设计师的成功法则

[英] David Airey 著
黄如露 杨庆康 译

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

New
Riders

VOICES THAT MATTER™



超越LOGO设计

国际顶级平面设计师的成功法则

a guide to creating iconic brand identities

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

超越LOGO设计 : 国际顶级平面设计师的成功法则 /
(英) 艾雷 (Airey, D.) 著 ; 黄如露, 杨庆康译. — 北
京 : 人民邮电出版社, 2011. 1
ISBN 978-7-115-23705-7

I. ①超… II. ①艾… ②黄… ③杨… III. ①平面设
计 IV. ①J506

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第202648号

版权声明

Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities

David Airey

ISBN: 978-0-321-66076-3

Copyright © 2010

Authorized translation from the English language edition published by New Riders.

All rights reserved.

本书中文简体字版由美国 New Riders 出版公司授权人民邮电出版社出版。未经出版者书面许
可, 对本书任何部分不得以任何方式复制或抄袭。

版权所有, 侵权必究。

超越 LOGO 设计——国际顶级平面设计师的成功法则

- ◆ 著 [英]David Airey
- 译 黄如露 杨庆康
- 责任编辑 李 际
- 执行编辑 赵 轩
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
北京天宇星印刷厂印刷
- ◆ 开本: 880×1230 1/24
印张: 8.5
字数: 251 千字 2011 年 1 月第 1 版
印数: 1—4 000 册 2011 年 1 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字: 01-2009-7788 号

ISBN 978-7-115-23705-7

定价: 39.00 元

读者服务热线: (010)67132705 印装质量热线: (010)67129223

反盗版热线: (010)67171154

广告经营许可证: 京崇工商广字第 0021 号

内容提要

David Airey，享誉世界的平面设计大师，如果在 google 里输入 graphic designer 这个关键词，他的名字必定马上出现在你的面前。

在本书中，David 与大家分享了其职业生涯中关于设计品牌标识的诸多技巧与心得，包括如何跟客户达成协议，需要关注设计简报的哪些细节，客户会认可怎样的优秀设计等等。

在最后作者还精心总结了 25 条设计实战秘诀，这些秘诀同样适用于其他平面设计领域。

本书不但能帮助你提升对 LOGO 设计的理解，同时也能更好地了解优秀的设计师是如何工作的：养成良好的习惯，如何与客户有效沟通，如何激发自己的创意。

通过阅读本书和访问作者的两个超人气博客，LOGOdesignlove.com 和 davidairey.com，从事平面设计工作但困扰于职业发展的设计师们便能进入设计过程的“幕后”，得到启发和激励，这将是很难在别处寻觅到的体验。

序

谁需要品牌标识设计？世界上的每个公司。谁设计？你。

但是，如何才能赢得那些大客户？如何设计一个成功的 LOGO？设计是一个永无止境的职业。要想成为一个成功的设计师，一定要不断磨练自己的技艺，这样才能吸引那些你想要的客户。因此，对一个设计师来说，不断地学习和进步是极其重要的。

我写这本书，是为了跟大家分享我所知道的关于设计品牌标识的一切，让读者得到启发和激励，以便在赢得客户以及与客户打交道的时候做出明智、博识的决定。

也许你心里会有些疑问，我是谁，为何要聆听我的意见和建议呢？

几年来，我一直在两个博客，LOGOdesignlove.com 和 davidairey.com 上分享设计项目经验。在这两个博客上，我和读者朋友们一起，走过了那些标识设计项目的各个阶段。我如何跟客户达成协议，需要关注设计简报的哪些细节，客户会认可怎样的优秀设计……这些方面的问题，我都在博客上一一道来，为读者提供详尽的相关信息。

这两个网站目前的网页浏览量达到了每月一百万次，总共有三万余名读者订阅。对一个从北爱尔兰班戈出来闯荡设计界的小伙子来说，这算是一个不错的成就了。我的读者跟我说，通过阅读我的博客文章，他们觉得能够进入我设计过程的“幕后”，这是他们在别处很难寻觅到的体验。他们还十分感谢我在博客上分享我的失败经验，说这些经验对他们十分有帮助，让他们受益匪浅！

如果你去搜索那些知名设计公司和工作室的作品资料，会找到许多设计成品的实例。有些作品资料甚至还会提供一两个备选的设计方案。但是，大部分时候，关于那些设计师和客户之间是如何合作的信息却少之又少。在项目开始之前，设计师们需要问哪些问题才能避免走弯路？在制定和研究设计简报之后，他们是怎样形成初步设想的？他们如何向客户展示设计才能获得客户的首肯？这些细节对设计师来说是十分重要的。

因此，写这本书的想法应运而生。

我从未如此详细地分析我的设计过程，也从未如此深入地研究这些纷繁的细节。我在书中也借鉴了许多优秀设计师和工作室的设计经验，他们都慷慨地分享他们的想法、经历和建议。

读完这本书后，你应该准备好了。请大胆地走出去，为自己争取客户，设计自己的品牌标识吧！如果我在自己的图形设计事业之初就已经知晓这本书里的一切，就可以避免很多个不眠之夜了。

目录

第一部分 品牌标识的重要性

第一章	无处不在 (33 分钟里出现的 33 个 LOGO)	2
第二章	这是我们要讲述的故事	8
	纯正产品, 请认准签名	9
	一个没有LOGO的公司就像一个没有面部特征的人	10
	数百万观众	11
	获得女王的首肯	12
	跨越国界的符号	13
	LOGO是语言的一部分	18
	再思考品牌标识的重要性	21
第三章	LOGO 设计元素	22
	以简为美	22
	LOGO要跟客户相关	25
	继承传统	28
	追求独特	30
	方便记忆	33
	小地方见大智慧	34
	找准一个中心点	36
	设计大餐里的七味调料	38
	记住, 规则是用来打破的	39

第二部分 设计过程

第四章	夯实基础	42
	摆脱紧张	42
	一切都在设计简报中	43
	搜集基本信息	44
	进一步提问	45
	给你的客户多一点时间和空间	48

	但是不要偏离中心	48
	自己做功课的时间	48
	组织设计简报	49
	一个任务，几个目标是成功的关键	50
	实地调研帮大忙	53
	将你和客户讨论的细节变成现实	56
	斟酌客户提出的描述	59
第五章	规避重新设计的风险	62
	为何需要重新打造LOGO?	63
	避免矫枉过正	63
	情绪高涨之时	67
	在目标群体中寻求答案	68
	从“冷漠”到“关爱”	69
	小改变带来大不同	72
	注意你的表达方式	75
第六章	给你的设计定价	76
	设计定价公式	76
	你的专业水平	77
	项目规格	78
	预期的完成时间	78
	附加的服务和支持	78
	要求水平	79
	当前的经济形势	80
	按小时计费还是全套定价?	81
	处理印刷费用	82
	收取定金	84
	货币兑换	85
	碰运气	87
	人人都会犯错	89

第七章	从草图到最终方案	90
	思维导图	90
	画板是最基本的	96
	第十条戒律	98
	用图钉定位地图	102
	国际认可	104
	没有固定时间	107
	装扮出成功	109
	上色之前先看黑白	111
	好好利用Photoshop	114
	笔比鼠标更强大	116
第八章	谈话的艺术	118
	和决策者打交道	119
	原则1：合作帮大忙	124
	原则2：避免传话筒	126
	原则3：取得控制权	128
	概述一些基本规则	129
	不要等到展示的那一刻	131
	原则4：让委员会参与到项目中来	132
	记住要降低承诺，提高结果	134
	放下骄傲	136
第三部分 点燃灵感火花		
第九章	保持动力	144
	学无止境	145
	超前四年	147
	为你创造	148
	离电脑远点	149
	平衡生活	150

	回首走过的路	150
	永不削减的渴望	151
	但是不要超负荷工作	151
	不管你是谁，都有卡壳的时候	152
	善始亦善终	153
	找到共同点	153
	截止日期逼近	154
	水平思考 ² (Think laterally)	155
	改进交流的方式	156
	掌握好自己的期望值	156
	设计，永不停止!	157
	不是每个人都如此幸运	159
第十章	您的问题已经回答	160
	外观相似的LOGO	160
	使用权	161
	在线作品集的创建	162
	搞定客户	167
	海外客户	168
	有多少设计构思	169
	亲朋好友	170
	设计的修改	171
	项目的时间框架	172
	研究竞争对手	173
	实习	173
	最糟糕的项目	174
	工具	175
	掌握好工作量	176
	谁拥有版权	177
第 11 章	25 条 LOGO 设计实用秘诀	178
	1. 问题，问题，问题!	178

2. 了解印刷费用	179
3. 期待意料之外的事情	179
4. LOGO 并没有必要去展示公司的业务	180
5. 并不是每个LOGO都需要符号	180
6. 只需有一点被记住	181
7. 不要忽视草图	182
8. 把潮流留给时尚产业	183
9. 离Photoshop远点	183
10. 在黑白模式下工作	184
11. 文要对题	184
12. 易读性	185
13. 保持一致性	185
14. 字体与符号相匹配	186
15. 提供一个单色版本	186
16. 注意对比	187
17. 易于辨识	187
18. 用多种尺寸进行测试	187
19. 反白	188
20. 上下颠倒	188
21. 注册你的设计品	189
22. 不要忽视承印物 ³	190
23. 不要怕犯错	190
24. LOGO 不是品牌	190
25. 记住，这是一个双向的过程	191

品牌标识的重要性

第一章

无处不在（33 分钟里出现的 33 个 LOGO）

LOGO 充斥着我们的生活。衣服标签、跑鞋、电视机、电脑……从我们早上起床到晚上睡觉，LOGO 在我们的日常生活中无处不在。

07:01



Dharma Singh Khalsa, M.D. 在《大脑长寿》(*Brain Longevity*¹) 一书中说，平均每个美国人每天会看到一万六千个广告、LOGO 和标签。

难以置信？

为了证明 LOGO 在我们的生活中无处不在，我将用相机记录下自己典型的一个工作日里头几分钟内接触到的产品 LOGO，从我的起床闹钟开始。

接下来的这些图片串成了一个小故事，从中可以大致一瞥我的日常生活习惯。其实，当时我周围有很多其他的 LOGO——在食品、书籍和报纸、电视节目以及我的衣服上。

¹ Dharma Singh Khalsa, M.D. 和 Cameron Stauth. 《大脑长寿：改善思维和记忆力的突破性医学项目》(*Brain Longevity: The Breakthrough Medical Program That Improves Your Mind and Memory*). (纽约: Grand Central Publishing, 1999).

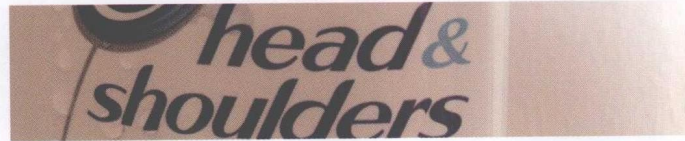
07:02



07:03



07:04



07:05



07:06



07:07



07:08



07:09



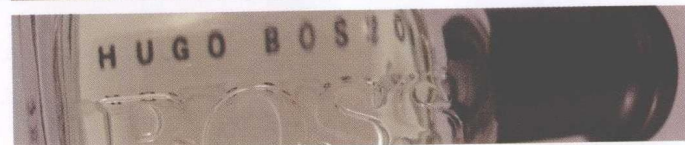
07:10



07:11



07:12



07:13



07:14



07:15



07:16



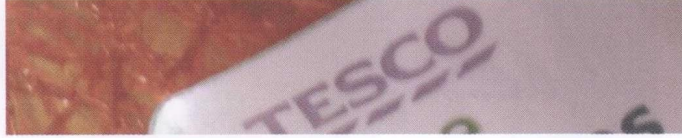
07:17



07:18



07:19



07:20



07:21



07:22



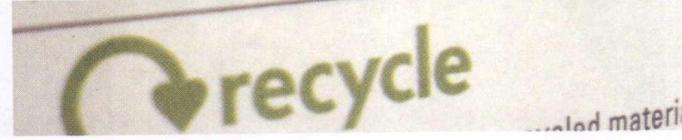
07:23



07:24



07:25



07:26



07:27



07:28



07:29



07:30



07:31



07:32



07:33

