

ART 国家示范性高等职业院校
艺术设计专业精品教材

高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

BIAOZHI
HEJI

标志设计

主编 张玉忠 韩久海 李冬影



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>



ART 国家示范性高等职业院校
艺术设计专业精品教材

高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

标志设计

■ BIAOZHI
■ SHEJI

主 编 张玉忠 韩久海 李冬影
副主编 张 弦 蔡 薇
参 编 王 茜 邵爱民 王 慧
刘素平 牛晓鹏 刘金刚



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

内 容 简 介

本书共六章,第一章为标志设计概述,第二章为标志的雏形与发展,第三章为标志设计的基本技法,第四章为标志设计的理念和准则,第五章为企业标志设计作业流程,第六章为案例欣赏与练习。本书既有标志设计的理论知识,又有标志设计的实践知识。全书讲解深入浅出、图文并茂、通俗易懂,能够引导学生较快地掌握标志设计的方法。

标志设计/张玉忠 韩久海 李冬影 主编. —武汉:华中科技大学出版社,2011.1
ISBN 978-7-5609-6647-2

I. 标… II. ①张… ②韩… ③李… III. 标志-设计-高等学校:技术学校-教材 IV. J524.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 199198 号

标志设计

张玉忠 韩久海 李冬影 主编

策划编辑:曾 光 彭中军

责任编辑:彭中军

封面设计:龙文装帧

责任校对:马燕红

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉)

武昌喻家山 邮编:430074 电话:(027)87557437

录 排:龙文装帧

印 刷:湖北新华印务有限公司

开 本:880mm×1230mm 1/16

印 张:8.5

字 数:256 千字

版 次:2011 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

定 价:47.00 元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

国家示范性高等职业院校艺术设计专业精品教材

高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

基于高职高专艺术设计传媒大类课程教学与教材开发的研究成果实践教材

编审委员会名单

■ 顾问 (排名不分先后)

- 王国川 教育部高职高专教指委协联办主任
夏万爽 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员
江绍雄 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员
陈希 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员
陈文龙 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员
彭亮 教育部高等学校高职高专艺术设计类专业教学指导委员会委员

■ 总序

- 姜大源 教育部职业技术教育中心研究所学术委员会秘书长
《中国职业技术教育》杂志主编
中国职业技术教育学会理事、教学工作委员会副主任、职教课程理论与开发研究会主任

■ 编审委员会 (排名不分先后)

- | | | | | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 万良保 | 吴帆 | 黄立元 | 陈艳麒 | 许兴国 | 肖新华 | 杨志红 | 李胜林 | 裴兵 | 张程 | 吴琰 |
| 葛玉珍 | 任雪玲 | 黄达 | 殷辛 | 廖运升 | 王茜 | 廖婉华 | 张容容 | 张震甫 | 薛保华 | 余戡平 |
| 陈锦忠 | 张晓红 | 马金萍 | 乔艺峰 | 丁春娟 | 蒋尚文 | 龙英 | 吴玉红 | 岳金莲 | 瞿思思 | 肖楚才 |
| 刘小艳 | 郝灵生 | 郑伟方 | 李翠玉 | 覃京燕 | 朱圳基 | 石晓岚 | 赵璐 | 洪易娜 | 李华 | 杨艳芳 |
| 李璇 | 郑蓉蓉 | 梁茜 | 邱萌 | 李茂虎 | 潘春利 | 张歆旄 | 黄亮 | 翁蕾蕾 | 刘雪花 | 朱岱力 |
| 熊莎 | 欧阳丹 | 钱丹丹 | 高倬君 | 姜金泽 | 徐斌 | 王兆熊 | 鲁娟 | 余思慧 | 袁丽萍 | 盛国森 |
| 林蛟 | 黄兵桥 | 肖友民 | 曾易平 | 白光泽 | 郭新宇 | 刘素平 | 李征 | 许磊 | 万晓梅 | 侯利阳 |
| 王宏 | 秦红兰 | 胡信 | 王唯茵 | 唐晓辉 | 刘媛媛 | 马丽芳 | 张远珑 | 李松励 | 金秋月 | 冯越峰 |
| 李琳琳 | 董雪 | 王双科 | 潘静 | 张成子 | 张丹丹 | 李琰 | 胡成明 | 黄海宏 | 郑灵燕 | 杨平 |
| 陈杨飞 | 王汝恒 | 李锦林 | 矫荣波 | 邓学峰 | 吴天中 | 邵爱民 | 王慧 | 余辉 | 杜伟 | 王佳 |
| 税明丽 | 陈超 | 吴金柱 | 陈崇刚 | 杨超 | 李楠 | 陈春花 | 罗时武 | 武建林 | 刘晔 | 陈旭彤 |
| 乔璐 | 管学理 | 权凌枫 | 张勇 | 冷先平 | 任康丽 | 严昶新 | 孙晓明 | 戚彬 | 许增健 | 余学伟 |
| 陈绪春 | 姚鹏 | 王翠萍 | 李琳 | 刘君 | 孙建军 | 孟祥云 | 徐勤 | 李兰 | 桂元龙 | 江敬艳 |
| 刘兴邦 | 陈峥强 | 朱琴 | 王海燕 | 熊勇 | 孙秀春 | 姚志奇 | 袁铀 | 杨淑珍 | 李迎丹 | 黄彦 |
| 谢岚 | 肖机灵 | 韩云霞 | 刘卷 | 刘洪 | 董萍 | 赵家富 | 常丽群 | 刘永福 | 姜淑媛 | 郑楠 |
| 张春燕 | 史树秋 | 陈杰 | 牛晓鹏 | 谷莉 | 刘金刚 | 汲晓辉 | 刘立志 | 高昕 | 刘璞 | |

国家示范性高等职业院校艺术设计专业精品教材

高职高专艺术设计类“十二五”规划教材

基于高职高专艺术设计传媒大类课程教学与教材开发的研究成果实践教材

组编院校(排名不分先后)

广州番禺职业技术学院

深圳职业技术学院

天津职业大学

广西机电职业技术学院

常州轻工职业技术学院

邢台职业技术学院

长江职业学院

上海工艺美术职业学院

山东科技职业学院

随州职业技术学院

大连艺术职业学院

潍坊职业学院

广州城市职业学院

武汉商业服务学院

甘肃林业职业技术学院

湖南科技职业学院

鄂州职业大学

武汉交通职业学院

石家庄东方美术职业学院

漳州职业技术学院

广东岭南职业技术学院

石家庄科技工程职业学院

湖北生物科技职业学院

重庆航天职业技术学院

江苏信息职业技术学院

湖南工业职业技术学院

无锡南洋职业技术学院

武汉软件工程职业学院

湖南民族职业学院

湖南环境生物职业技术学院

长春职业技术学院

石家庄职业技术学院

河北工业职业技术学院

广东建设职业技术学院

辽宁经济职业技术学院

武汉科技大学中南分校

湖南大众传媒职业技术学院

黄冈职业技术学院

无锡商业职业技术学院

南宁职业技术学院

广西建设职业技术学院

江汉艺术职业学院

淄博职业学院

温州职业技术学院

邯郸职业技术学院

湖南女子学院

广东文艺职业学院

宁波职业技术学院

潮汕职业技术学院

四川建筑职业技术学院

海口经济学院

威海职业学院

襄樊职业技术学院

武汉工业职业技术学院

南通纺织职业技术学院

四川国际标榜职业学院

陕西服装艺术职业学院

湖北生态工程职业技术学院

重庆工商职业学院

重庆工贸职业技术学院

宁夏职业技术学院

无锡工艺职业技术学院

云南经济管理职业学院

内蒙古商贸职业学院

十堰职业技术学院

青岛职业技术学院

湖北交通职业技术学院

绵阳职业技术学院

湖北职业技术学院

浙江同济科技职业学院

沈阳市于洪区职业教育中心

天津轻工职业技术学院

重庆城市管理职业学院

顺德职业技术学院

武汉职业技术学院

黑龙江建筑职业技术学院

乌鲁木齐职业大学

黑龙江省艺术设计协会

华中科技大学

湖南中医药大学

广西大学农学院

山东理工大学

湖北工业大学

重庆三峡学院美术学院

湖北经济学院

内蒙古农业大学

重庆工商大学设计艺术学院

石家庄学院

河北科技大学理工学院

无锡轻工大学

北京科技大学

襄樊学院

南阳理工学院

广西职业技术学院

三峡电力职业学院

唐山学院

苏州经贸职业技术学院

唐山工业职业技术学院

广东纺织职业技术学院

昆明冶金高等专科学校

江西财经大学

天津财经大学珠江学院

广东科技贸易职业学院

北京镇德职业学院

广东轻工职业技术学院

辽宁装备制造职业技术学院

总序

BIAOZHISHI

ZONGXU

世界职业教育发展的经验和我国职业教育发展的历程都表明，职业教育是提高国家核心竞争力的要素。职业教育的这一重要作用，主要体现在两个方面。其一，职业教育承载着满足社会需求的重任，是培养为社会直接创造价值的高素质劳动者和专门人才的教育。职业教育既是经济发展的需要，又是促进就业的需要。其二，职业教育还承载着满足个性发展需求的重任，是促进青少年成才的教育。因此，职业教育既是保证教育公平的需要，又是教育协调发展的需要。

这意味着，职业教育不仅有自己的特定目标——满足社会经济发展的人才需求，以及与之相关的就业需求，而且有自己的特殊规律——促进不同智力群体的个性发展，以及与之相关的智力开发。

长期以来，由于我们对职业教育作为一种类型教育的规律缺乏深刻的认识，加之学校职业教育又占据绝对主体地位，因此职业教育与经济、与企业联系不紧，导致职业教育的办学未能冲破“供给驱动”的束缚；由于与职业实践结合不紧密，职业教育的教学也未能跳出学科体系的框架，所培养的职业人才，其职业技能的“专”、“深”不够，工作能力不强，与行业、企业的实际需求及我国经济发展的需要相距甚远。实际上，这也不利于个人通过职业这个载体实现自身所应有的职业生涯的发展。

因此，要遵循职业教育的规律，强调校企合作、工学结合，“在做中学”，“在学中做”，就必须进行教学改革。职业教育教学应遵循“行动导向”的教学原则，强调“为了行动而学习”、“通过行动来学习”和“行动就是学习”的教育理念，让学生在由实践情境构成的、以过程逻辑为中心的行動体系中获取过程性知识，去解决“怎么做”（经验）和“怎么做更好”（策略）的问题，而不是在由专业学科构成的、以架构逻辑为中心的学科体系中去追求陈述性知识，只解决“是什么”（事实、概念等）和“为什么”（原理、规律等）的问题。由此，作为教学改革核心的课程，就成为职业教育教学改革成功与否的关键。

当前，在学习和借鉴国内外职业教育课程改革成功经验的基础上，工作过程导向的课程开发思想已逐渐为职业教育战线所认同。所谓工作过程，是“在企业里为完成一项工作任务并获得工作成果而进行的一个完整的工作程序”，是一个综合的、时刻处于运动状态但结构相对固定的系统。与之相关的工作过程知识，是情境化的职业经验知识与普适化的系统科学知识的交集，它“不是关于单个事务和重复性质工作的知识，而是在企业内部关系中将不同的子工作予以连接的知识”。以工作过程逻辑展开的课程开发，其内容编排以典型职业工作任务及实际的职业工作过程为参照系，按照完整行动所特有的“资讯、决策、计划、实施、检查、评价”结构，实现学科体系的解构与行动体系的重构，实现于变化的、具体的工作过程之中获取不变的思维过程和完整的工作训练，实现实体性技术、规范性技术通过过程性技术的物化。

近年来,教育部在高等职业教育领域组织了我国职业教育史上最大的职业教育师资培训项目——中德职教师资培训项目和国家级骨干教师培训项目。这些骨干教师通过学习、了解,接受先进的教学理念和教学模式,结合中国的国情,开发了更适合中国国情、更具有中国特色的职业教育课程模式。

华中科技大学出版社结合我国正在探索的职业教育课程改革,邀请我国职业教育领域的专家、企业技术专家和企业人力资源专家,特别是国家示范校、接受过中德职教师资培训或国家级骨干教师培训的高职院校的骨干教师,为支持、推动这一课程开发应用于教学实践,进行了有意义的探索——相关教材的编写。

华中科技大学出版社的这一探索,有两个特点。

第一,课程设置针对专业所对应的职业领域,邀请相关企业的技术骨干、人力资源管理者及行业著名专家和院校骨干教师,通过访谈、问卷和研讨,提出职业工作岗位对技能型人才在技能、知识和素质方面的要求,结合目前中国高职教育的现状,共同分析、讨论课程设置存在的问题,通过科学合理的调整、增删,确定课程门类及其教学内容。

第二,教学模式针对高职教育对象的特点,积极探讨提高教学质量的有效途径,根据工作过程导向课程开发的实践,引入能够激发学习兴趣、贴近职业实践的工作任务,将项目教学作为提高教学质量、培养学生能力的主要教学方法,把适度够用的理论知识按照工作过程来梳理、编排,以促进符合职业教育规律的、新的教学模式的建立。

在此基础上,华中科技大学出版社组织出版了这套规划教材。我始终欣喜地关注着这套教材的规划、组织和编写。华中科技大学出版社敢于探索、积极创新的精神,应该大力提倡。我很乐意将这套教材介绍给读者,衷心希望这套教材能在相关课程的教学发挥积极作用,并得到读者的青睐。我也相信,这套教材在使用的过程中,通过教学实践的检验和实际问题的解决,不断得到改进、完善和提高。我希望,华中科技大学出版社能继续发扬探索、研究的作风,在建立具有中国特色的高等职业教育的课程体系的改革之中,作出更大的贡献。

是为序。

教育部职业技术教育中心研究所

学术委员会秘书长

《中国职业技术教育》杂志主编

中国职业技术教育学会理事、

教学工作委员会副主任、

职教课程理论与开发研究会主任

姜大源 研究员 教授

2010年6月6日

目录

BIAOZHISHI

MULU

1	第一章 标志设计概述	(1)
	第一节 标志的定义	(3)
	第二节 标志设计的作用与意义	(4)
	第三节 标志的分类和功能	(5)
	第四节 标志的美学意义	(9)
2	第二章 标志的雏形与发展	(11)
	第一节 远古标志的起源	(13)
	第二节 东方古代标志的发展	(16)
	第三节 西方古代标志的发展	(27)
	第四节 东西方近代标志设计的形成与交融	(33)
	第五节 现代标志设计的发展趋势	(35)
3	第三章 标志设计的基本技法	(41)
	第一节 标志设计的形式	(44)
	第二节 标志构成设计	(48)
	第三节 抽样与选择	(50)
4	第四章 标志设计的理念和准则	(51)
	第一节 标志设计的基础理念	(53)
	第二节 标志设计的基本准则	(55)
	第三节 中华人民共和国商标法	(63)
	第四节 标志设计的禁忌	(66)
5	第五章 企业标志设计作业流程	(69)
	第一节 基础调研	(71)
	第二节 策略制定	(72)
	第三节 设计构思与选择制作	(73)
6	第六章 案例欣赏与练习	(79)
	参考文献	(126)

第一章 标志设计概述

BIAOZHI
SHEJI



标志本身是一种历史悠久的符号表达方式,它以简洁的方式、深刻的含义,广泛地应用于各种场合。直到近代,随着资本主义在全世界的拓展和商业的高速发展,标志在市场中逐渐形成了完整的、结构化的体系;并随着历史的进步,逐步形成了独特的视觉系统。标志设计伴随着这种演进,在逐步地发展为一整套学科系统、行业体系,形成更加规范的设计模式并得到完善和升级。然后这些又反作用于标志,使得传达统一理念的标志造型和体系在历史长河中不断演进。标志设计如图1-1和图1-2所示。

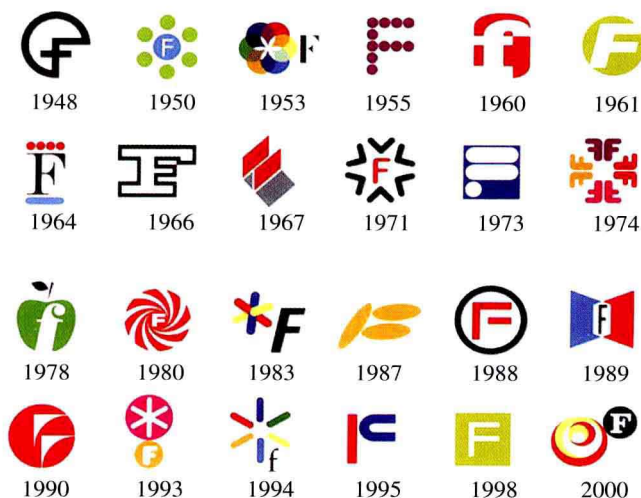


图 1-1 标志设计 1

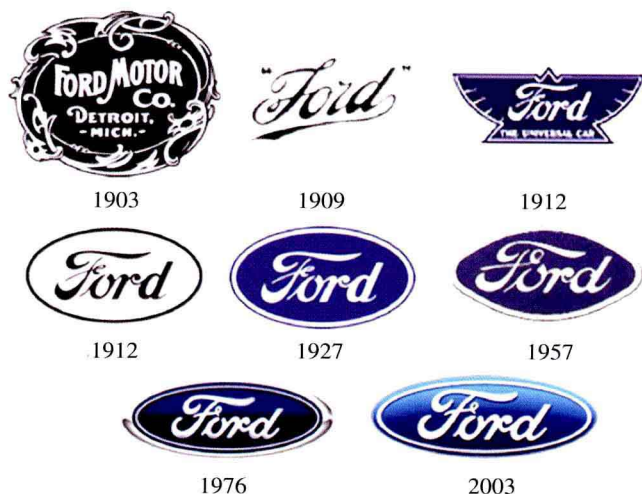


图 1-2 标志设计 2

第一节

标志的定义



标志,在英文中有多个对应的词汇,在艺术设计学科中一般对应于“Logo”。标志是事物的代表符号,是一种以精练的形象表达一定含义的特定图形、文字,同时也是一种浓缩的、独特的视觉语言。

查尔斯·桑德斯对标志的定义是这样的:一个标志符号就是对某人、某企业来讲,在某方面具备某种资格,能够代表某一事物的东西。一般来说,我们一想到标志设计就会想到我们看到的各种商标。实际上,从专业角度来讲,这种认识是偏概全的,标志作为一种符号学意义上的产物,它具有更加广泛的含义。标志是将事物及各种对象的抽象精神内容,以具体可见的形式表达出来。标志不但可以作为市场上某个公司独有的“记号”,而且可以作为某个人、某个团体的独特符号,还可以作为某个部门、某种公共设施,甚至某种社会活动的重要标识,所以从广义上讲“标志”就是一种符号。它比文字描述更加简洁明确、一针见血,比绘画作品具有更强的目的性和功利性,且更具理性特征。

所以,可以给标志作出如下定义。

标志是表明事物特征的记号。它以单纯、显著、易识别的物象、图形或文字符号为直观语言,除表示什么、

代替什么之外,还具有表达意义、情感和指令行动等作用。

标志设计不仅是图形艺术设计,也是一种实用物的设计。它与其他图形艺术,如绘画、平面构成有交集,同时具有自己的独到之处。

在商业社会中,艺术设计所要关注的标志设计最重要的作用是表达某企业、某网站、某活动的理念,以便人们识别。因此,标志设计追求的是以简洁符号化的视觉艺术形象把企业、商品等事物的形象和理念长留于人们心中。

第二节

标志设计的作用与意义



随着科技的高速发展,世界的联系更加紧密,但是,民族的差异并没有消除,而语言的不同也造成了交流的诸多困难。克服语言障碍的关键就是实现图像信息的有效传递,而具有简明的图形、象征性特征的文字和色彩丰富的标志设计成了解决这个问题的重要手段。人们通过这些手段,将沟通进一步扩展。通过标志符号的运用,达到不同人或团体的跨文化、跨技术的交流和融合。

当今社会作为一个信息化的商业社会,一方面,信息的传递和获取,不仅成为人类生存不可缺少的组成部分,也成为国家、民族、大型团体得以延续的至关重要的因素;另一方面,作为一个以商业为主导的社会,当代各大企业的规模已经不是五十年前的企业所能比拟的了。如今,企业讲求的是更具凝聚力的团队精神和更加激烈的竞争机制。作为形成这种亲和力、凝聚力的核心内容,标志设计便成为一个企业存在和发展的关键因素。

标志的设计、标志的含义从过去简单的表明归属权和生产地等向更加复杂的方向发展,包含更加广泛的内容。标志设计本身在当今社会已成为一种系统化、多元化的市场战略、计划和部署。在形象方面,也不再是过去简单的一个独立形象所涵盖的单一意义,当今标志设计已成为一整套标准化、系统化的识别系统设计。Intel 的标志设计便是如此,如图 1-3 所示。

我们都有这样的经验,童年的时候就已学会在自己的画作之上留下自己特有的签名;当我们在劳累一天的工作之后,会制作一个“休息,请勿打扰”的纸牌放置于办公桌上或悬挂于门口。这些行为都是以一种简单明了但又一针见血的方式,利用最为通俗易懂的手段,便利地达到目的。这些看似平常的行为与标志设计已经非常接近了。标志设计作为一门艺术设计学科,其实离我们的日常生活并不遥远;恰恰相反,它就是我们平常生活的重要组成部分。

早期的标志可以追溯到远古时代。最初标志设计的作用是标明人对物的拥有权和继承权,无论是东方还是西方,标志无论体现着人对物的荣耀也好,还是贪欲、希望也好,它都指向着一个目的,就是归属的问题。同时,荣耀的归属、欲望的归属、希望和梦想的归属,最终都会凝结在物之上,而这种对归属权的向往,造成了物对人的归属化过程。

标志设计以其丰富的语言,表达了特定的含义,为人们提供了快捷方便的记忆条件,达到了沟通思想、传达

intel®

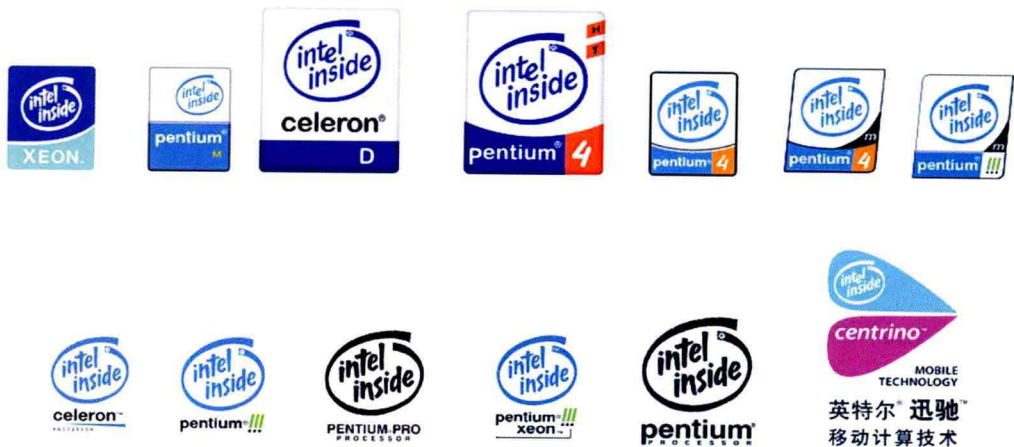


图 1-3 Intel 标志设计

信息和宣传形象的作用。它在漫漫的历史长河中不断地扩充着自己的内容。公共场所标志、交通标志、安全标志和操作标志等，都在指导着人们进行有秩序的正常活动，确保人们生命财产的安全。商标、店标、厂标这些专用标志，因为它们除了具有实用价值外，还带有法律效力，所以对发展经济、创造效益、维护企业和消费者正当权益等方面都具有决定性的作用。

这样，无论是国内外的任何政府机关、重大活动、金融财贸、社会团体，还是邮政运输，甚至是个人，都会利用标志来达到沟通、交流和宣传的目的，从而推动社会经济、政治、科技、文化的发展。

第三节

标志的分类和功能

一、西方标志系统分类

ONE

标志作为一种系统化的产物，具有自己的分类方式。一般来说，现代标志设计的主要理念来自于西方，所以有必要对西方标志系统的分类进行介绍。

Logo 在现今设计中被普遍采用。Logo 是某个企业、某个项目、某种出版物、某人或某种服务、甚至某种思想所具有的独一无二的符号。在日常生活中,无论我们看到的电视屏幕上的标志,衣服上的标签,还是信纸信封上的商标,都可以称为 Logo,但是作为系统化产物,Logo 并不这么简单。作为概括用途上的基本辨析,它的外部按层次分类可分为 mark (标志或记号)、trademark (商业标志)和 signature (署名或标签)。

1. mark (标志或记号)

它作为一种可以被识别的符号,用来表明对物的拥有权,这涵盖了商业性的和非商业性的目的,它也含有产品或货物来源的标示意义。相对于商业标志和标签,mark 的含义更加宽泛,是整个标志系统的基础所在。

2. trademark (商业标志)

商业标志是作为一个名称或图形符号来使用的,它的作用是显示产品的生产地和生产单位。同时它也作为一种有力的法律凭证,作为法律注册和生产上的特有标志,也就是我们简称的“商标”。

3. signature (署名或标签)

它是作为一种独特的标志存在的,它除了我们看到的已经耳熟能详的标志符号或文字外,还会加入一些新颖的独立视觉符号形象,如吉祥物。作为一种标准的图形与标志的捆绑媒介,我们经常会在各种册子上看到这类标签。比如运动会宣传手册、某产品的促销手册等,可以说它作为一个微缩或简化的“标志系统”而存在,它是对标志(mark)的进一步延伸,而同时它也包括商业性的和非商业性的标志范畴。

Logo 作为一个完整的标志图像系统,我们还可以从一部完整作品的内部进行进一步的分析。根据标志的图形结构,我们可以把标志分为 wordmark (文字标识)、symbol (图形符号)、monogram (花押或印花)。要注意的是,这三个方面既可以组合成为独立的标志,也可以独立存在。

4. wordmark (文字标识)

一般我们经常看到的表明公司或厂家名称或私人信件中的纯文字表达(如我们的个性签名或某个文字的商标)可以与图形符号搭配。搜索引擎 Google 的标志便是如此,如图 1-4 所示。



图 1-4 Google 的标志

独立使用文字作为标志是当今比较流行的方式,因为随着标志设计的发展,如今的图形标志越来越庞杂,这就使得各式各样的图形标志在标志的符号海洋中变得越来越难以记忆和辨认。使用修饰过的文字直接作为标志实际上绕过了图像标志过于繁杂的问题,利用更为直接朴素的方式将标识信息传达给受众。

当然任何事物都有其自身的缺点,文字标志的缺点在于其普遍性大打折扣。因为不同文字缺乏通用性的问题是无法绕过去的,语言的障碍造成了普遍认可和普遍记忆价值的下降。

5. symbol (图形符号)

图形符号顾名思义就是一个标志作品中图像标志的部分, 它可以分为抽象和具象两种不同的表现形式。具象的标志形象一般会描绘一种具有代表性的形象来表明某个公司、团体或活动等的名称、性质、表现或意义, 比如肯德基的标志、苹果公司的苹果标志 (见图 1-5)。抽象的标志形象并不是纯绘画意义上的抽象表现, 抽象的标志形象绝大多数来源于具体现实形象或文字形象的变形和简化。根据一些抽象的意义, 比如理性、勇敢等, 对图形进行进一步的升华, 此类标志形象包括 2008 年北京奥运会的图形标志 (见图 1-6)、中国银行的图形标志 (见图 1-7), 等等。



图 1-5 苹果公司的苹果标志



图 1-6 北京奥运会标志



图 1-7 中国银行的标志

抽象的标志形象曾经是标志设计界非常流行的一种设计方式, 它可以创造一种独一无二的独立图像, 使受众过目不忘, 而且它可以作为一种具有趣味性和构图完整性的图形印制或刻制在诸如衣帽、电子产品外壳、饰品等产品的表面, 达到标示和宣传的作用。

而它的弱点恰恰来源于它的优点, 因其优点的突出, 在过去的岁月里出现了大量的标志作品。标志符号的爆发, 造成了标志数量的泛滥, 过多的标志图形也就造成受众识别的混乱和迷惑。如果对产品、活动、机构等不甚了解, 或者对产品的生产厂商、活动主办者、机构性质等不甚了解, 那么孤立的图形标志根本无法传递任何关于自身的有效信息给受众, 更不用说让人们记住它们或是认识它们了。

二、系统基本分类

TWO

根据标志的特定图形及文字表达的事物内涵的不同, 可以将标志从其特有的性质上进行分类, 以达到进一步简化的目的。根据标志的特性可以将标志分为三类: 商业性标志、非商业性标志、公共系统标志。

1. 商业性标志——商标

“商标”我们经常接触, 一般会将标志、记号印制或刻制在商品表面或包装上, 使这种商品和同类的其他品牌商品得以区分。

商标代表着一种重要的权益, 世界各国都制定《商标法》来作为产品生产权或知识产权保护的基础。其他人或团体组织不可以随意仿冒或伪造已注册的具有法律效力的商标。正因如此, 商标可以作为有价财产记入企业、团体的账户。

商标代表着一个企业所制造的产品、所提供服务的品质、企业的信誉和人们对它的印象和评价。在当今世界越来越多的企业已将商标与生产厂家的厂标统一起来, 使得企业形象系统更加整合、更具代表性, 将其运用于各种涉及本企业的活动、公共场合和企业的运营策划之中。商标可分为两个类型:

- (1) 为了区别产品的不同制造商或同一制造商产品中的不同类型、牌号、批次而制作的标志属于产品标记类型;
- (2) 为某种商务性质的活动, 如贸易、商业、交通或服务行业的宣传、销售等专门制作的标志。

各种商标如图 1-8 所示。



图 1-8 各种商标

2. 非商业性标志——徽标

不以追求商业利润为最终目的的标志，一般属于非商业性标志，包括企业或公司内部运作所需要的一些标志设计。比如为了便于辨认，给不同部门设计的不同胸牌标志。

徽标更多地涉及社会团体、学校、公共机构、政府部门和重大的公共活动所设计的标志，甚至个人也可以设计并使用自己的徽标。除了个人以外，大多数情况下这种徽标的所有权一般也是受法律保护的，比如警察的警徽、国家的国徽、学校的校徽都不可以任意被人伪造使用。

各种徽标如图 1-9 所示。



图 1-9 各种徽标

3. 公共系统标志——公共标识

公共标识是我们最为常见的一种标志系统，但我们也经常忽视它们。实际上公共标识是标志设计中最为系统、复杂和重要的一环。它们广泛地应用于公共场所，作为视觉上静止图像的无声向导时刻引导我们的生活。作为公共场所的识别符号，它包括交通标识、产品使用标识、安全标识、质量标识、体育运动项目标识、场所标识、指示牌、路牌等标识系统。它们是当今世界各地绝大多数群众喜闻乐见，并广泛接受的常用识别符号系统。因为被广泛地接受，所以这些标识超越了语言、地区、民族的限制，具有很强大的通用性和国际性等特点。标志设计不仅要求便于识别，而且要求容易理解、便于记忆。

产品使用标识是我们最常见的标识系统，作为用户的免费产品使用向导，它满足了用户对产品使用方法学习的要求，同时指示了产品使用的一些忌讳和使用的基础条件。

交通标识是交通规则的形象化标志符号，可以作为法律和法规的图形化、通俗化的表现，以最为简洁易懂的方式将要求和信息传递给受众。

部门标识是部门特征形象化的解说性标志，也是公共设施的指示性向导，如男女卫生间的标识。

公共标识设计的第一要义就是要求设计可以被绝大多数人所识别、理解，尽可能地超出语言、地区、国界，

达到最大的通用性效果。

各种公共标识如图 1-10 所示。

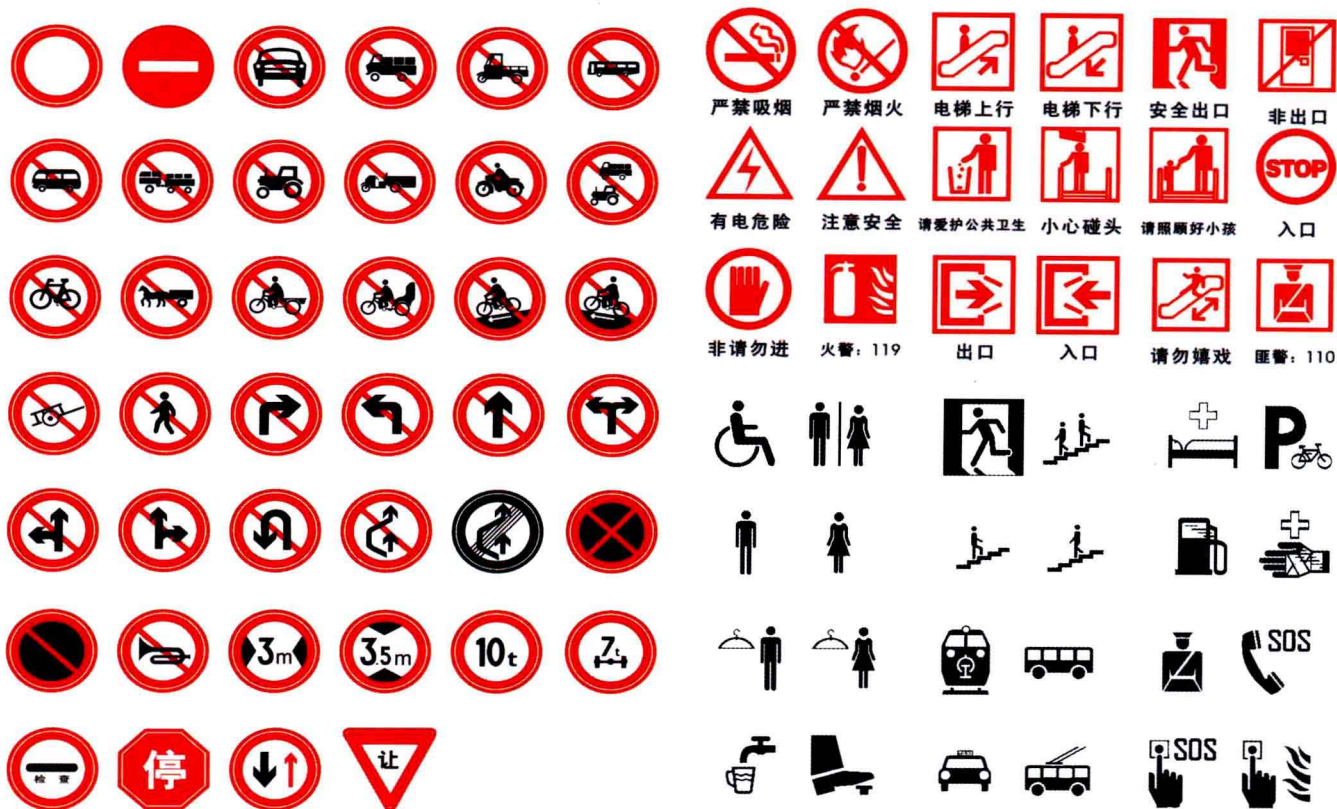


图 1-10 各种公共标识

第四节

标志的美学意义

作为艺术设计的一个门类，标志设计不会脱离艺术设计的核心内容，即 19 世纪美国著名建筑师路易斯·沙利文对设计所提出的理念：“形式追随功能。”标志的美学意义也正是来源于此，即罗伯特·西蒙所说的“内部环境适应外部环境”这一设计学的方法论精髓。标志设计的美与其他艺术设计产品的美一样遵循着表里如一的基本规律，所以标志设计绝不能脱离其功能要求的范围。

标志设计者要对标志进行深入详实的研究和思考，以务实、明确、简明、易懂、易于识别的思路按照被设计者的真实情况进行设计。无论设计师如何奇思妙想，设计的标志作品都应循序和围绕被设计者的情况进行。