

THE
COMPLETE WORKS OF CHINESE
ART DESIGN CLASSIFICATION

艺术设计专业实验教学

ART DESIGN
中国美术·设计分类全集

[设计基础卷]

辽宁美术出版社

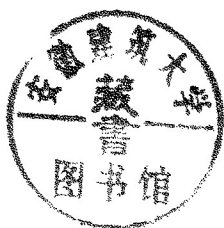
LIAONING FINE ARTS PUBLISHING HOUSE

中国美术·设计分类全集

艺术设计专业实验教学

THE COMPLETE
WORKS OF CHINESE
ART DESIGN CLASSIFICATION

[设计基础卷]



■ 辽宁美术出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

艺术设计专业实验教学 / 陈楠等编著. — 沈阳 :
辽宁美术出版社, 2013. 3
(中国美术·设计分类全集)
ISBN 978-7-5314-5316-1

I. ①艺… II. ①陈… III. ①艺术—设计—教学研究
IV. ①J06

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第045803号

出 版 者: 辽宁美术出版社
地 址: 沈阳市和平区民族北街29号 邮编: 110001
发 行 者: 辽宁美术出版社
印 刷 者: 沈阳天择彩色广告印刷有限公司
开 本: 889mm×1194mm 1/16
印 张: 38.5
字 数: 300千字
出版时间: 2013年3月第1版
印刷时间: 2013年3月第1次印刷
责任编辑: 苍晓东 李 彤 申虹霓 郭 丹 方 伟
技术编辑: 鲁 浪 徐 杰 霍 磊
责任校对: 张亚迪 徐丽娟 黄 鲲
ISBN 978-7-5314-5316-1
定 价: 235.00元

邮购部电话: 024-83833008

E-mail: lnmscbs@163.com

http://www.lnmscbs.com

图书如有印装质量问题请与出版部联系调换

出版部电话: 024-23835227

序言

自20世纪80年代始，随着中国全面推进改革开放，中国的艺术设计也在观念上、功能上与创作水平上发生了深刻的变化，并对中国社会经济的发展产生了积极的影响。作为发展中国家，中国当代艺术设计不可避免地受到西方和日本设计的影响，同时中国艺术设计的起步也明显地受到香港、台湾地区的直接影响。经过短短二十余年的努力，中国艺术设计水平得到了惊人的提升，在全球一体化的背景下，中国的艺术设计正在成为国际艺术设计的一个重要组成部分。

近年来，中国艺术设计领域也在不断演化、更新，融合了更多的新学科、新概念，艺术设计教学也不断开拓、不断细化、不断整合。其形态范畴从传统的建筑设计（包含环境艺术设计）、产品设计、视觉传达设计、服装设计延展到动画设计、信息设计、多媒体设计、设计管理策划、设计批评等诸多方向。

实用与完美结合的设计观念始终是艺术设计宗旨和终极目标。我社精心推出的图书馆配书《标志设计与视觉识别系统设计》《创意“活”设计》《广告创意设计》《ABC快速设计》《互动媒介艺术》便是有很强实用价值的艺术设计类系列丛书。这些艺术设计作品不是简单的信息罗列、空间再造、产品功能或图形文字的构成，而是大多结合其文化背景和实际商业需求来进行艺术设计创作，其手法也是多样的，从直观到隐喻，从抽象到具象，从无序到有序，力求把美感与功能达至完美的统一。读者可以从本套丛书中领略到这些艺术设计作品是如何与受众沟通交流的。他山之石，可以攻玉，也许我们能在这些优秀艺术设计作品中得到借鉴和启迪。

Preface

Since 1980s, along with fully reforming and opening up in China, Chinese artistic designing has undergone profound changes from concept, function as well as creation level. It also makes an active effect on economic development in our society. As a developing country, of course, our modern artistic designing is influenced by Japan and Western countries, at the same time, our artistic designing is also influenced directly by Hong Kong, Taiwan. Only after about 20 years' efforts, the level of Chinese artistic designing has been improved by surprise. In the social background of global integration, Chinese artistic designing has been being an important part of International artistic designing.

In recent years, Chinese artistic designing has experienced a constant evolution, being renewed with more new subjects and new concepts, at the same time, artistic designing teaching has development, specification and integration continuously, the formation category of which has been extended from traditional Architectural Design (including environment artistic designing), product designing, Visual Communication Designing, costume designing to animation designing ,

information designing,, multi-media designing, design planning management, design criticism etc.

The purpose and the final target of artistic designing are to connect perfect designing idea with practical use. Our agency published elaborately for library called Creative Alive Design, Advertising Creative & Design, Rapid Design ABC, Interactive Media Art, Practical Training Tutorial of Structure Design of Garment, belonging to a series of artistic design book, all of which are full of strong practical value. These artistic designing products are not simply listed information, reconstructing space, describing the functions or showing pictures together. They are the creative artistic design based on their culture background and real commercial requirements with various designing methods from intuition to obscure vision, from abstraction to specification, from disorder to order, trying to connect sense of beauty and function perfectly. Readers could understand how these artistic designing products communicate with audience. "Stones from other hills may serve to polish jade." We would get some enlightenment and learn some significance from these excellent artistic designing products.

总目录/

The Complete- Works

Chinese of
Design art Classifi-
cation
Art
Design
of Works

第一篇

标志设计与视觉识别系统设计

/ 陈楠 著

第二篇

广告创意设计 / 林景扬 夏佳余 杨著

第三篇

ABC快速设计 / 乔会杰 著

第四篇

互动媒介艺术 / 许婷 著

第五篇

创意“活”设计 / 张子健 丛瑜伶 著

第一篇/标志设计与视觉识别系统设计

The Complete-works

Chinese of
Design art Classifi-
cation
Art
Design
of Works
Complete

著/陈楠

目录

序

— 第一章 概述

006

- 一、标志设计的定义 / 006
- 二、标志的功能与作用 / 010
- 三、对于标志设计优劣的评判标准 / 011
- 四、标志设计的法律问题 / 013
- 五、标志设计的潮流与发展趋势 / 014

— 第二章 标志的历史

018

- 一、中国标志的历史 / 018
- 二、外国标志的历史 / 024

— 第三章 标志的设计方法

031

- 一、标志设计基本工作流程 / 031
- 二、创意设计的思维与方法 / 032
- 三、标志设计的常用图形方法 / 047
- 四、不合常规的标志设计 / 055
- 五、标志设计的进化论 / 059
- 六、标志设计在应用中的再设计 / 064
- 七、标志与视觉识别系统 / 068
- 八、以品牌战略为指导的标志系统设计 / 077
- 九、标志设计中的“格律设计观” / 079

— 第四章 标志设计分类及特点

083

- 一、标志设计的范围 / 083
- 二、以文字为创意核心的标志设计 / 101
- 三、图形标志 / 114
- 四、综合创意标志 / 120
- 五、系列标志 / 123
- 六、标志与环境 / 127
- 七、标志与导向系统 / 130

— 第五章 标志色彩

134

- 一、概述 / 134
- 二、标志色彩与主体的关系 / 136
- 三、标志色彩的调性 / 136
- 四、标志色彩的明度关系 / 139
- 五、色彩心理 / 140
- 六、标志色彩的表现形式 / 141
- 七、标志色彩的对比与调和 / 142

第一章 概述

一、标志设计的定义

(一)概述

标志设计在平面设计领域中占有特殊的地位。近年来,随着中国经济的突飞猛进,国际品牌的大量进入,本土自主品牌的不断诞生与成长,更加之奥运会、世博会等国际大型赛事、活动的申办成功,标志在其中扮演了极其重要的角色。人们越来越意识到标志设计的重要性。在艺术设计教学中标志设计更是具有不同寻常的地位。由于标志设计是设计师、设计机构综合能力的集中展现,所以标志设计的优劣已经成为衡量一名平面设计师或一个设计机构的专业水准、艺术水平的试金石。标志设计教学涉及图形、消费心理、艺术史、社会学、色彩、材料、系统学等多种专业基础,是学习平面设计的必经阶段,应该说标志设计的学习与实践是平面设计师的一门必修课。

(二)标志设计的定义

标志是一种象征艺术,是具有特殊意义的视觉传达符号,代表着特定的事物,其包含内容非常丰富。一般情况下,所谓象征指的是具有实像的具体事物来表示抽象的精神内容。例如,用鸽子与橄榄枝象征和平、用红色象征激情。这些具有特定意义的象征不用加以说明就能被受众理解。非实像的抽象物形也有象征的可能,比如方形象征稳定、圆形象征圆满、角形象征尖锐。因此与忠实于表现真实的自然主义相反,象征主义是一种通过感觉、情感等象征手段表达看不见摸不着的、无法通过语言传达的抽象神秘的意义和内容的表现手法。对于标志设计的优劣,不同的角度有着不同的分类方法与评判标准,我们可以简单地概括为商业性标志和非商业性标志两大类。它在保证信誉、树立形象、推销产品、加强文化交流、增加识别力等方面都处于十分重要和不可替代的位置。标志首要的特性就是作为一种特殊的图形符号所具备的信息传播功能,人们可以通过标志对事物产生印象、认同、记忆。它有助于建立消费者和产品之间的关联(包括文化领域)、方便了个人信息传递、企业观念的推广以及国际交流等,它超越了语言,起到进行沟通交流的桥梁作用。其次,标志不是单独出现的艺术符号,它是形象识别系统中最重要、最基础的核心环节,是机构形象识别系统的灵魂,是一个人、一个群体、一个企业价值观、地位与实力的象征,是一个复杂机制的符号化浓缩,是人们对其建立清晰识别的关键元素。美国哲学家查尔斯·桑德斯为标志符号所作的定义是: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。

仁者见仁、智者见智,艺术设计也没有绝对的标准答案,我们尝试为标志给出一个相对标准的定义:标志是一个机构、组织或其成员、产品所使用的几何文字或文字组合、图形符号以及其他形式的符号或上述各项的任意组合,它被用作信息传播、识别的建立以及与其他机构、组织等加以区分。

从这一定义看标志的意义涵盖很广,甚至包括非视觉、非平面元素符号,如果在公共或通用这点上广义延伸的话,标志包括手语、肢体语言、乐谱、地图、模型、统计图标、学术符号、旗语等,如天安门城楼是中国政府的一个重要标志,这不仅仅指出现在国徽中的图案,还包括实物本身,又比如长衫、眼



中华人民共和国国旗、国徽与具有特殊多元化意义的天安门城楼



中国人民政治协商会议标志与中国共青团标志

镜曾是旧时知识分子的标志。本书涉及的更多的是平面范围的标志设计。

符号学是一门深奥的学问，我们生活的一切似乎都是符号的编辑，而标志设计正是符号中最具代表性的。

2006年，丹·布朗的《达·芬奇密码》被搬上银幕，盛况空前，随着电影的上映，当时国内许多书店的小说已经销售告罄。虽然它是一本非常商业化的读物，但书中将科学、艺术、宗教、历史加以大胆联系的思维方式，以及涉及的符号学内容是其成功的关键，作者试图通过科学、逻辑的分析找到这些符号、数字背后的真正含义，日本设计大师杉浦康平先生在其著作《叩响宇宙》《造型的诞生》《圆相得艺术工学》《亚洲的图像》中，运用了几乎相同的方式，以丰富的文化信息为基础，展开独特的联系，破解曼陀罗文化的符号脉络体系，站在宏观的联系角度，缜密深入地捕捉图形符号的联系与历史沿革。

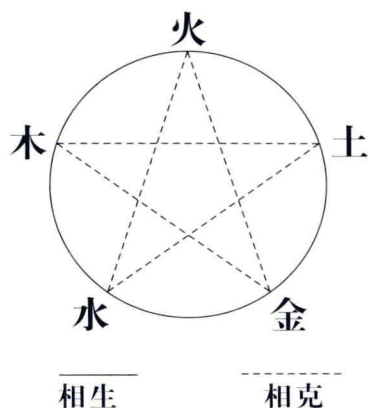
小时候，一个很爱说话的同学得意地向我介绍他的发现——《大闹天宫》中四大天王手里的“超声波”武器——琵琶就是《封神榜》中被姜子牙识破的玉石琵琶精，当时我对他特别的钦佩，在这两个本来认为不相干的平行宇宙间竟被他找到了霍金式的连接虫洞。虽然这是两个孩子幼稚的对话，却深深地刻入我的记忆。这种联系、重构的快感其实就是《达·芬奇密码》那么受读者热爱，《造型的诞生》那么引人入胜的最重要的原因之一。《达·芬奇密码》中列举了大量的我们本以为熟知的符号，并加以分析，得出超乎我们想象却又不得不相信的结论，比如对于五芒星(Pentacle)的分析，代表着万物中阴性的一半，一个宗教史学家称之为神圣女性或神圣女神的概念，五芒星同时象征维纳斯(Venus)和金星(Venus)。也许它与星象有关，因为金星每八年在空中的轨迹正好是一个五芒星，而维纳斯女神代表的正是金星，因此五芒星则转换为女神崇拜的象征。其实，电影中最让我喜欢的镜头是开场很短的教授的演讲，他通过动态的PPT介绍了十字符号与古老印度与纳粹德国都采用的万字符号、北约的北极星标志等等符号之间的传承渊源，这种讲演的状态最早在《印第安纳琼斯》系列中已有所领教。中国的符号文化其实是一条连贯的线索，但是战乱与动荡的岁月也淹没、遗忘、变形了它们中的许多，尤其是远古的没有文字记载年代的东西，我会惊叹在人们认为世界处于一片蛮荒之中时，如何有如此冷静、理性、优美的设计。河图洛书、卦的符号甚至汉字，我不相信这么优美成熟的符号是在商朝的某个瞬间突然出现在占卜用的龟甲牛骨之上。

有两本收录神秘符号比较全面的书值得一看，是松田行正编著的《圆与方》与《零·世界记号大全》，这两本书都收录了大量的符号、符咒、宇宙图像、文字游戏式的文字图案。其中也收集了不少中国的神秘符号，包括佛教、道教的符咒与象征符号，很多与汉字有着深刻的渊源，因为古代汉字的神圣地位

以及其象形、表音、会意三位一体的独特造字法使其在社会生活的运用中具有主导地位。《圆与方》还重点地分析了中国人的宇宙观，圆相的天宇下，向四方伸展的大地，方与圆这两种最本质的规则几何图形成为一系列神秘符号的设计基础。



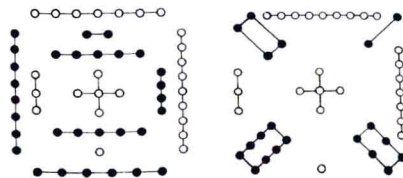
五芒星



五行相生相克图



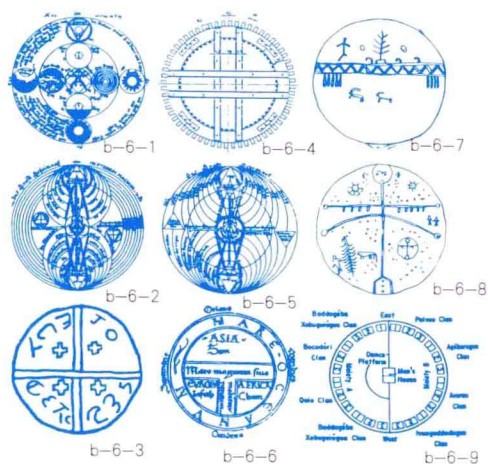
扑克牌符号



河图洛书



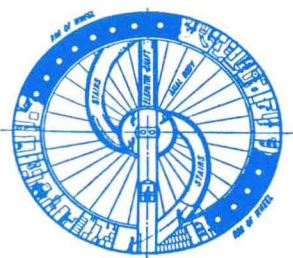
宋代的太极图



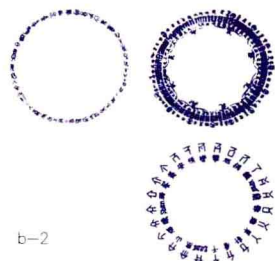
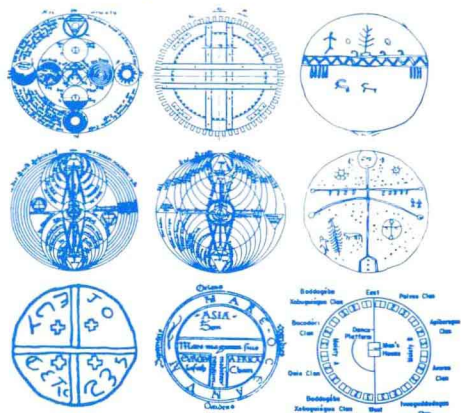
b-6-1、2、5 卡巴拉的宇宙图
b-6-4 日本九州传统水车的齿轮结构
b-6-7、8 中亚阿尔泰法师描绘的宇宙树
b-6-3 史密斯夫人的梦幻圆币
b-6-6 塞维亚大主教圣以西多的T-O(地球)地图
b-6-9 李维史陀绘制的巴西印第安人的部落图



b-1



b-4



b-2



b-5

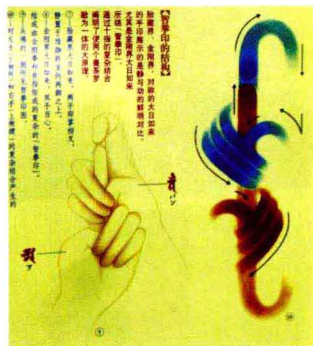


b-3

b-1 七芒星
b-2 出自云南大理的新文字手册《形声通》中的由汉字笔画设计的字母、字父表
b-3 阿拉伯文字的库法(kufic)体写成的文字图,这种字体诞生于7世纪末,是为了刻在碑文和圣殿墙壁而设计的
b-4 1923年,罗琴科为俄罗斯航空产业开发公司Dobrolet设计的商标
出自Hermann Nordung《宇宙飞行的诸问题》中宇宙车站的横切面图

手印(梵文mudra)又称为印契。现常指密教在修法时,行者双手与手指所结的各种姿势。音译作母陀罗,慕捺罗,母捺罗,或称印相,契印,密印,或单称为“印”。据说手印象征佛特殊的愿力与因缘,因此人们与其结相同的手印时,会产生特殊的身体与意念的力量。这和佛的身心状况是相应的。

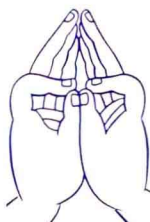
密教的手印极多,通常以十二合掌及四种拳为基本印。其实从表面也能理解一些手印的含义。比如“施无畏印”:即右手曲肘朝前,舒五指,手掌向前,即布施无怖畏给予众生的意思。伸出的手掌带有阻挡与发力的意味,这可能就是无畏的象征吧。



杉浦康平先生的著作《造型的诞生》中关于手印象征原理的分析图



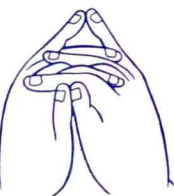
广生佛顶



灌顶密印



观音印



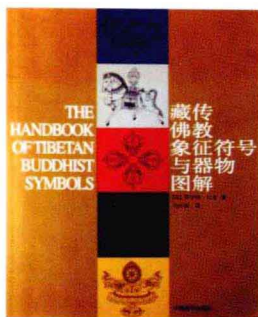
大独钻印



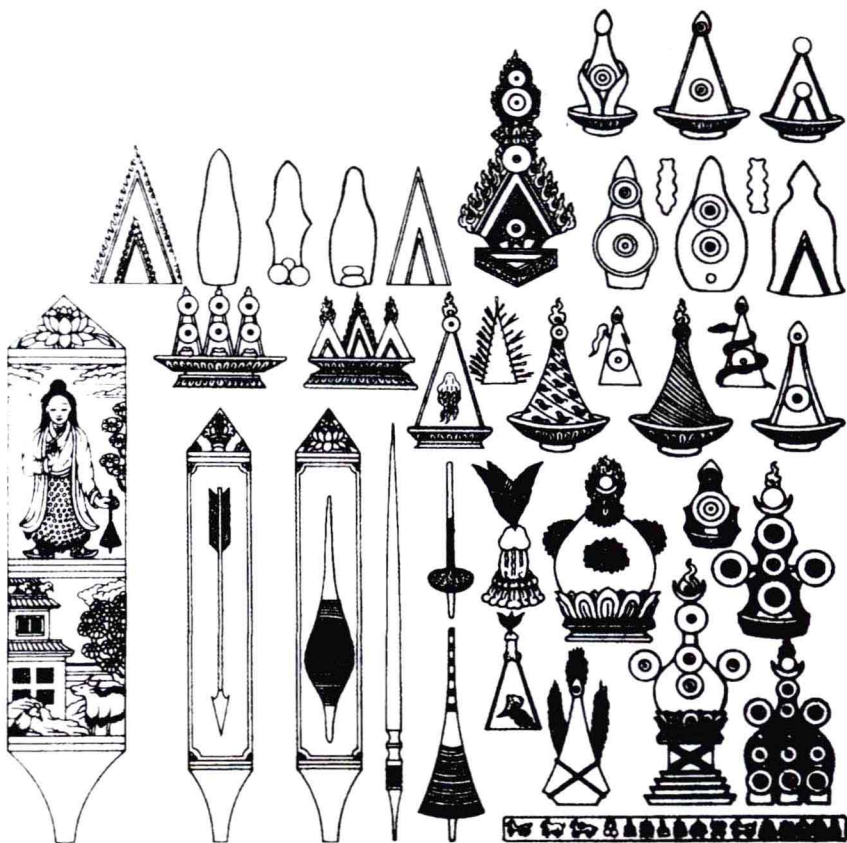
金刚吉祥印



发生佛顶莲花印



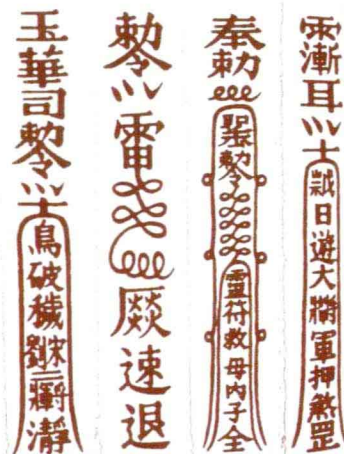
英国人罗伯特·比尔写的《藏传佛教象征符号与器物图解》，是一本介绍藏传佛教法器的设计理念的书。



道教的符号

在许多艺术设计书籍中都涉及中国道教的符咒设计。这其实是一种以汉字作为线索，添加了图画与神秘意味的图案设计。人们愿意相信这些文字绘画传递的神秘力量。如果你简单的理解这种现象，有可能是一种心理治疗。就像你看到“哭”这个字会产生视觉的不舒服感，而看到“美、福、笑”这些字是会很快快乐，这不仅仅源于这些字代表的吉祥意味，另一个原因在于这些字的外形就是吉祥的。

神秘的道符，充分显示了汉字在中国人心目中的神圣力量，文字的变形、重组与图案化设计之后即会产生驱魔除病的神力。



二、标志的功能与作用

当我们在考虑一件事如何做好时，先要考虑做这件事的目的是什么，这样做会起到什么作用，了解了最终的目的、作用，做事的方法与路径也就明确了。标志设计也是如此，促成一个标志设计取得成功的因素很多，但标志起到的功能作用，达成的目的是其中一个主要的方面。

标志起到的作用

1. 树立形象

机构、品牌在受众心目中的识别是靠传播学中经常提到的五感（视、听、触、味、嗅）建立的，这是一个全面识别的系统，如果唯心一点的话，受众失去了这五感，这个企业、机构是根本不存在的。标志是这个识别系统中的核心符号，它与名称（声音）紧密相连，从视觉的方面表现五感的综合感受。当我们想到可口可乐、麦当劳、IBM等大型品牌的时候，头脑中往往最先跳跃出的是它们的品牌标志，这是很好的例证，可口可乐的美式文化、麦当劳的美味、IBM 电脑的优良品质都浓缩成一个个经典的符号，可见好的商标有助于良好品牌形象的营造与成长。

2. 保证信誉

著名品牌产品以品质取得信誉，而商标就是这份信誉的保证，通过商标可以更迅速、准确地识别商品，标志是品牌无形资产中非常重要的组成部分，众所周知许多世界一流品牌标志的身价已超过百亿。举一个不十分恰当的例子可以比较形象地说明这种对应关系，一张百元的纸币与其代表的实际价值并不是真实相等，这张纸与上面的图案形成一种符号作用，宣布排他的国家权威，这种符号设计使物质的百元与人们意识中的百元达成平衡。

3. 便于交流

通过标志可辨别出所要交流的对象，它超越了语言、文字的限制，在今天信息爆炸、国际交流日益频繁的情况下，便捷、快速地达成沟通，需要标志在应用中达到便于记忆、识别，方便准确复制等要求。一个企业、品牌有许多东西需要人们去了解认识，标志的作用之一就是将这零碎的信息整合在一个符号里，受众可以在短时间内了解它，通过它进行交流，比如一本机构简介，内容信息介绍很多，但封面通过一枚精美的标志就将机构形象表现得很清晰了。

4. 利于竞争

商业设计的最终目的是引导、促进消费者的购买行为，在非商业领域也要获取受众的支持、同情和关注。这就要求标志具有鲜明的个性和视觉冲击力与竞争对手在视觉识别上得以区分开来，并建立优于竞争对手的视觉感受。



可口可乐标志



麦当劳标志



日本丰田汽车品牌标志



LG品牌标志



P&G品牌标志

三、对于标志设计优劣的评判标准

似乎在设计师与委托方心中永远不能达成一致的优劣评判标准，似乎必须有一方在心理上处于劣势而接受另一方坚持的标准。这种情况一方面源于价值观与审美标准本来就是因为不同的心理诉求、不同的需求产生不同的标准。

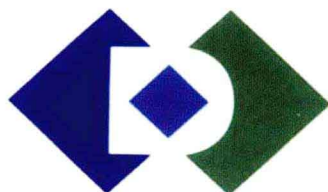
“庄子”在《山木》一文中有一个故事：庄子带学生出行，途中见一棵大树枝繁叶茂，可是伐木人却只是站在旁边并不砍伐。庄子问其原因，伐木人回答说此木不成材派不上用场，所以才能活到它的自然寿限。下山后庄子携弟子住在一个老友家中。老友热情地吩咐家仆杀鹅摆酒款待庄子师徒。家中养了两只大鹅，一只只会叫另一只不会叫，家仆请示主人杀哪只。主人回答：“杀不能鸣者。”次日，学生问庄子：昨天山中大树因不成材而得以享尽自然寿数，而友人家的鹅却因不成材而被杀，那究竟是成材好还是不成材好呢？庄子微笑答：我周庄将处于材与不材之间。庄子的回答其实是一种中庸避世的人生观，我们权且不去评论，我要求同学们讨论的是为什么会出现成材与不成材的不同结果，开始学生们的回答一般都会被故事所干扰，只注意到特别表面的问题，这反映了许多学生还是不能站在宏观的角度看待问题，还是会陷在细节与边面现象之中。其实这个问题的答案是：标准不同，评判事物的标准决定了不同的选择，树的成材与否是以建筑的用料标准，如果以根雕艺术的标准来选择，那就是长得越怪越好。标准是传播学、艺术设计领域中特别重要的一个词汇，每一次设计都会面对客户的评判标准，这些标准往往和这个专业的实际情况紧密相关，这也是为什么许多企业选择创意形式相似的原因。标准一旦改变，设计的结果也就随之改变，我们印象中的银行一般都与稳定、实力、金融、严肃的概念相连，所以银行的标志设计也往往用这种概念标准加以评判，但如果概念改变为服务、轻松、热情、亲和……标志设计就会有相应变化，如果标准不同的话，就算标志设计得再好看也不会成功。所以我们在作设计的时候不能只关注图形与审美问题，要善于归纳提取不同主题设计的评判标准。我们讲到这个标准实际上已经涉及文化信息传播和心理、价值观等问题。

一般来说从市场、品牌推广成功与否的标准讲，优秀的标志应该具备四好，即“好看、好记、好懂、好用”，好看是审美标准，好记指便于记忆，好懂指便于理解，好用是便于应用与推广。而从创新突破的角度看，还应加入文化性、艺术性、视觉表现语言的突破等标准。

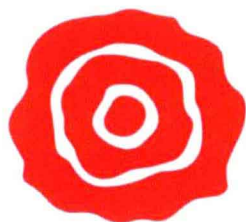
随着时代审美标准以及受众价值观的改变，标志的评价标准也不是一成不变的，这在后面章节“标志进化论”中会有更深入的阐述。但是在一个相对的时间范围内，我们还是能够找到一些具有普遍意义的标准，用以衡量标志设计的优劣，归纳起来有以下六点：

- (一) 容易识别（看到、理解），标志应用中应具备一定的标准，无论形态、色彩、特征都应明确清晰，易识易懂。
- (二) 美的视觉表现，这里指的是图形、色彩形式的审美水准。
- (三) 便于记忆并留下深刻印象。
- (四) 方便推广与应用，通过规范化、标准化、程式化，使之更有利于推广。
- (五) 建立个性的识别，标志失去个性也就无法建立以标志为核心的识别差异。
- (六) 体现相应文化倾向。

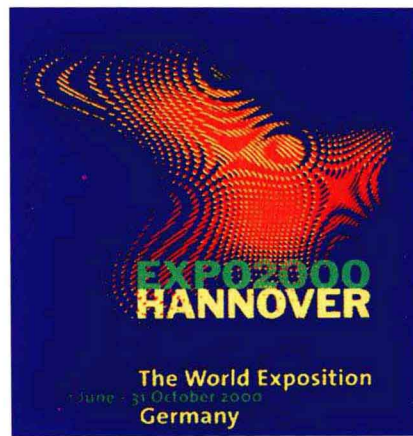
标志涉及社会生活的各个领域，大到国家的国徽，小到个人的私人标志。它必然受到政治、宗教、民族等社会文化的影响。学习标志设计应从平常就养成观察、记录的习惯，努力将自己塑造成知识丰富的博学者，作观察信息、记录信息的有心人，避免视而不见，麻木不仁。



Daiwa Bank



这是两家日本银行的标志。前者是由我们常见的几何、规则的造型传递理性、金融、信用的概念，而后者则用一种比较自由的手绘同心圆构成更加人性的、更加具有服务意识的全新概念。由于企业宗旨理念的不同导致采用不同的评判标准选择设计方案，所以会有这样反差的结果。国内的银行标志设计多倾向于前者的规则与秩序，而我认为后者的轻松与亲和会成为未来的趋势。



标志设计的评判也与时代的审美取向、艺术潮流紧密相关。中国国际航空公司的凤凰标志具有明显的传统吉祥图案的笔意，简练的笔画也是图案装饰的经典。而汉诺威世博会的标志根本谈不上笔画，也没有明确的象形借代物，甚至没有固定的轮廓形态，这就不符合我们前面说到的评判标准。所以，标准是相对的，有效地针对性与有效地应用才是关键所在。