

Guide of Visual Identity Design

VI设计学习手册

主编 肖勇 李晓梅

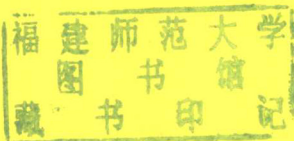


高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

VI 设计学习手册

VI Sheji Xuexi Shouce

主编 肖 勇 李晓梅



1085682



T1085682



高等教育出版社·北京
HIGHER EDUCATION PRESS BEIJING

内容提要

本书集结了VI设计领域诸多优秀设计案例，打破了传统的VI设计从字体、辅助图形、应用等方面将案例拆解开来逐一讲解的方式，而通过金融地产类、产品企业交通类、文化传媒类、食品医疗类几个类别案例的完整呈现，告诉读者相关VI设计的关键与要点，使读者的学习以一种更直观的方式进行，也使案例的设计思路更容易被理解与接受。

本书适用范围广泛，除用作普通高等院校教材外，也可作为广大社会读者阅读参考用书。

图书在版编目（C I P）数据

VI设计学习手册 / 肖勇, 李晓梅主编. — 北京: 高等教育出版社, 2013.3
ISBN 978-7-04-034173-7

I. ①V… II. ①肖… ②李… III. ①企业—标志—设计—手册 IV. ①J524.4-62

中国版本图书馆CIP数据核字（2013）第012012号

策划编辑 梁存收 责任编辑 邵小莉 封面设计 肖勇 庄琛 版式设计 李晓梅 李嘉
责任校对 胡晓琪 责任印制 朱学忠

出版发行	高等教育出版社	咨询电话	400-810-0598
社 址	北京市西城区德外大街4号	网 址	http://www.hep.edu.cn
邮政编码	100120		http://www.hep.com.cn
印 刷	北京信彩瑞禾印刷厂	网上订购	http://www.landrace.com
开 本	787 mm×1092 mm 1/16		http://www.landrace.com.cn
印 张	13.5	版 次	2013 年 3 月第 1 版
字 数	350 千字	印 次	2013 年 3 月第 1 次印刷
购书热线	010-58581118	定 价	43.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 34173-00

编委会

中央美术学院

清华大学美术学院

北京师范大学

北京科技大学

中国人民大学

中央民族大学

北京印刷学院

北京服装学院

中国传媒大学

湖北美术学院

鲁迅美术学院

山东大学

山东建筑工程学院

丹麦皇家艺术学院

荷兰达库宁艺术学院

目录

Content

1. 金融 / 地产类

东莞农村商业银行	12 - 15
晋商银行	16 - 19
桂林银行	20 - 23
广州农村商业银行	24 - 25
菲律宾东西银行	26
金果财务	27
MyState财政	28 - 29
Getner资产管理	30 - 31
墨尔本房地产	32 - 33
伊斯灵顿筒仓住宅物业	34 - 35
Plate房产	36 - 37

2. 产品 / 企业 / 交通类

歌尔声学	40 - 43
银河麒麟	44 - 45
云存储和数据管理服务商CX	46 - 49
北京富邦德石油机械	50 - 53
广东科学中心	54 - 55
威海园林	56 - 59
千色店2008春夏主题推广	60 - 61
紫玉乡村俱乐部	62 - 63
宝贝天使摄影	64 - 65
Kathmandu户外	66 - 67
莫霍克纸业	68 - 71
Certus顾问	72 - 73
卡奴迪路	74 - 77

澳利莎	78 - 81
米奥	82 - 85
Beliveo外包公司	86 - 87
Bricos五金制品公司	88 - 91
Metlink交通	92 - 93
NightRider巴士	94 - 95

3. 文化 / 媒体类

中央电视台财经频道	98 - 99
时代华纳有线电视	100 - 103
澳大利亚联合新闻社	104 - 105
独立电影频道	106 - 107
水立方	108 - 109
中国国际航空股份有限公司	110 - 111
航空动力学报	112
2010台湾设计师周	113 - 115
奥运中心	116 - 117
奥林匹克主题音乐会	118 - 119
2007国际建筑教育大会	120 - 121
加拿大奥林匹克委员会	122 - 123
2009纽约艺术指导俱乐部年轻视觉设计	
师台湾展	124 - 127
2009公共图书馆国际高峰论坛	128 - 129
墨尔本奖	130 - 133
西班牙帕尔马市标	134 - 137
青年之声	138 - 139
中国华侨公益基金会	140 - 143



荷兰汉语学院	144 - 146
左图右书	147 - 149
巴塞罗那设计中心	150 - 153
梵高博物馆	154 - 155
利物浦国家博物馆	156 - 157
艺术与设计博物馆	158 - 161
RAAD工作室	162 - 165
RACV	166 - 169
Ibis酒店	170 - 171
布拉格动物园	172 - 173
Adam & Eve律师事务所	174 - 177
MTLL建筑事务所	178 - 179

4. 食品 / 医疗类

Theurel & Thomas糕点	182 - 185
黑六	186 - 187
G先生厨房	188 - 190
Little Chef餐饮	191 - 193
Aschan Deli餐饮	194 - 197
正负壹杂志概念餐厅	198 - 199
迎海国际茶都	200 - 201
角落咖啡	202 - 203
卡尔顿联合酿酒	204 - 205
北京金菩嘉医疗科技有限公司	206 - 207

后记	209
参考网站	210

编委会

中央美术学院

清华大学美术学院

北京师范大学

北京科技大学

中国人民大学

中央民族大学

北京印刷学院

北京服装学院

中国传媒大学

湖北美术学院

鲁迅美术学院

山东大学

山东建筑工程学院

丹麦皇家艺术学院

荷兰达库宁艺术学院

引言

Introduction

在经济全球化日益发展的今天，中国品牌逐渐开始在世界舞台上占有重要的位置，这既是机遇也是挑战。面对全球激烈的品牌竞争，中国品牌需要建立具有鲜明特色的视觉形象识别系统，这将使得品牌在环境、产品、新媒体、活动等方面建立统一而良好的品牌形象，VI系统会对以上方面产生影响甚至于会有决定市场的关键作用。

VI系统在当下设计不断发展和创新的积极环境下已不再是简单而可有可无的装饰，而是当下机构、企业和团体非常重要的组成部分。全面而系统的VI设计已经取代过往单一的媒体表现形式，与产品、销售等因素一同成为品牌经营的要点。

视觉语言在信息的沟通与传播中更为明确、清晰和有效。VI系统中的导示、标志、图标与符号等视觉词汇在新信息传播媒介与形式中具有超越语言屏障的重要作用。随着新媒体技术与信息传播的相互促进、发展，以图文组合为语言的传播方式使得信息的传达更为明晰与深入。

丰富的视觉形象在我们的视野中越来越多地出现，商业活动和文化活动的形象设计也越来越丰富和完善。无论是复杂的标志、导示系统还是看似简单的名片、信纸抑或是非传统认知中的视觉形式无一不体现着设计师精巧的创意，无一不需要设计师花费心力和智慧去书写有效而悦目的视觉语言。这些都映射出了当下时代的审美和设计理念的发展、变化。

VI设计科学、系列的语言不仅需要简洁美观的造型，同时也需要考虑其延展性，具有可塑性的多种形态会使得形象塑造更为灵活和完整。优秀的VI设计具有丰富的感染力和强烈的穿透力，能够给予观众有效的视觉冲击，这也使得其更具有商业价值。

随着当下的经济与技术迅速发展，信息传播与科技、媒体间的互动促使VI设计具有越来越多元化的传播形态，旧式单一而枯燥的形象设计已然成为过去式。本书冀借广泛的国内外优秀VI设计范例反映当下设计审美和观念以及在科技发展影响下视觉形象设计的形态变化，供业界借鉴与交流。

阅读说明

Instructions

本书中集结了我的学生、同行以及朋友的很多优秀VI设计案例，打破了传统的VI设计书籍从字体、辅助图形、应用等单方面，将案例拆分开来进行逐一讲解的传统方式。采用了优秀案例整体呈现的方式，向读者介绍案例的设计想法及表现手法，并对个别案例的制作工艺进行介绍，方便读者在学习与欣赏这些优秀案例的同时，了解它的背后故事、设计团队以及后期实现的工艺与效果，使读者对案例的学习与观摩以一种更加直观的方式完成。旁边附加的设计团队信息，也可以使读者了解与选择喜欢的设计师，再进行更加深入与主动的学习。

部分设计项目因距今时间较长，未提供具体设计时间或设计机构信息，特此说明并深表歉意。

目录

Content

1. 金融 / 地产类

东莞农村商业银行	12 - 15
晋商银行	16 - 19
桂林银行	20 - 23
广州农村商业银行	24 - 25
菲律宾东西银行	26
金果财务	27
MyState财政	28 - 29
Getner资产管理	30 - 31
墨尔本房地产	32 - 33
伊斯灵顿筒仓住宅物业	34 - 35
Plate房产	36 - 37

2. 产品 / 企业 / 交通类

歌尔声学	40 - 43
银河麒麟	44 - 45
云存储和数据管理服务商CX	46 - 49
北京富邦德石油机械	50 - 53
广东科学中心	54 - 55
威海园林	56 - 59
千色店2008春夏主题推广	60 - 61
紫玉乡村俱乐部	62 - 63
宝贝天使摄影	64 - 65
Kathmandu户外	66 - 67
莫霍克纸业	68 - 71
Certus顾问	72 - 73
卡奴迪路	74 - 77

澳利莎	78 - 81
米奥	82 - 85
Beliveo外包公司	86 - 87
Bricos五金制品公司	88 - 91
Metlink交通	92 - 93
NightRider巴士	94 - 95

3. 文化 / 媒体类

中央电视台财经频道	98 - 99
时代华纳有线电视	100 - 103
澳大利亚联合新闻社	104 - 105
独立电影频道	106 - 107
水立方	108 - 109
中国国际航空股份有限公司	110 - 111
航空动力学报	112
2010台湾设计师周	113 - 115
奥运中心	116 - 117
奥林匹克主题音乐会	118 - 119
2007国际建筑教育大会	120 - 121
加拿大奥林匹克委员会	122 - 123
2009纽约艺术指导俱乐部年轻视觉设计	
师台湾展	124 - 127
2009公共图书馆国际高峰论坛	128 - 129
墨尔本奖	130 - 133
西班牙帕尔马市标	134 - 137
青年之声	138 - 139
中国华侨公益基金会	140 - 143



荷兰汉语学院	144 - 146
左图右书	147 - 149
巴塞罗那设计中心	150 - 153
梵高博物馆	154 - 155
利物浦国家博物馆	156 - 157
艺术与设计博物馆	158 - 161
RAAD工作室	162 - 165
RACV	166 - 169
Ibis酒店	170 - 171
布拉格动物园	172 - 173
Adam & Eve律师事务所	174 - 177
MTLL建筑事务所	178 - 179

4. 食品 / 医疗类

Theurel & Thomas糕点	182 - 185
黑六	186 - 187
G先生厨房	188 - 190
Little Chef餐饮	191 - 193
Aschan Deli餐饮	194 - 197
正负壹杂志概念餐厅	198 - 199
迎海国际茶都	200 - 201
角落咖啡	202 - 203
卡尔顿联合酿酒	204 - 205
北京金菩嘉医疗科技有限公司	206 - 207

后记	209
参考网站	210

随着市场经济的发展,各式各样的金融类企业层出不穷,包括国有银行、私有银行、股份制银行、证券公司、投资银行、投资公司,等等。而品牌形象的建立,在企业的宣传,市场的定位等方面功不可没,而且,以市场为中心的企业品牌形象经营,也已经逐渐成为企业间竞争的焦点和手段。

各类银行为了在市场中呈现自己的定位,传达自己的优势服务项目,开始对自己企业的标志以及相关视觉形象进行设计,来塑造企业品牌形象、宣传自己品牌的形象与特征、锁定服务人群。这对于金融类企业在复杂的市场竞争中形成自己的品牌和发展有重要作用,也使企业在抢占市场份额的竞争中有效地回避风险。

在具体的金融类企业VI设计过程中,设计者应该注意以下几点:

一、注意具体的金融类企业类型,它们的服务与使用对象不同,颜色的禁忌也有所不同。例如股市中,股民对于颜色会比较敏感,他们认为红色代表涨盘,因此是幸运色,认为“黑马”、“牛市”是幸运的词语,因此马、牛也是吉祥物。但是“绿色”是跌盘的数字颜色,因此颜色上忌讳“绿色”,词语上忌讳“跌”、“跳楼”、“熊”、“潜水”、“下去”,等等。只有实际了解了所服务行业的忌讳与吉祥颜色、名词,才能做出客户喜欢,经得起市场考验的设计。