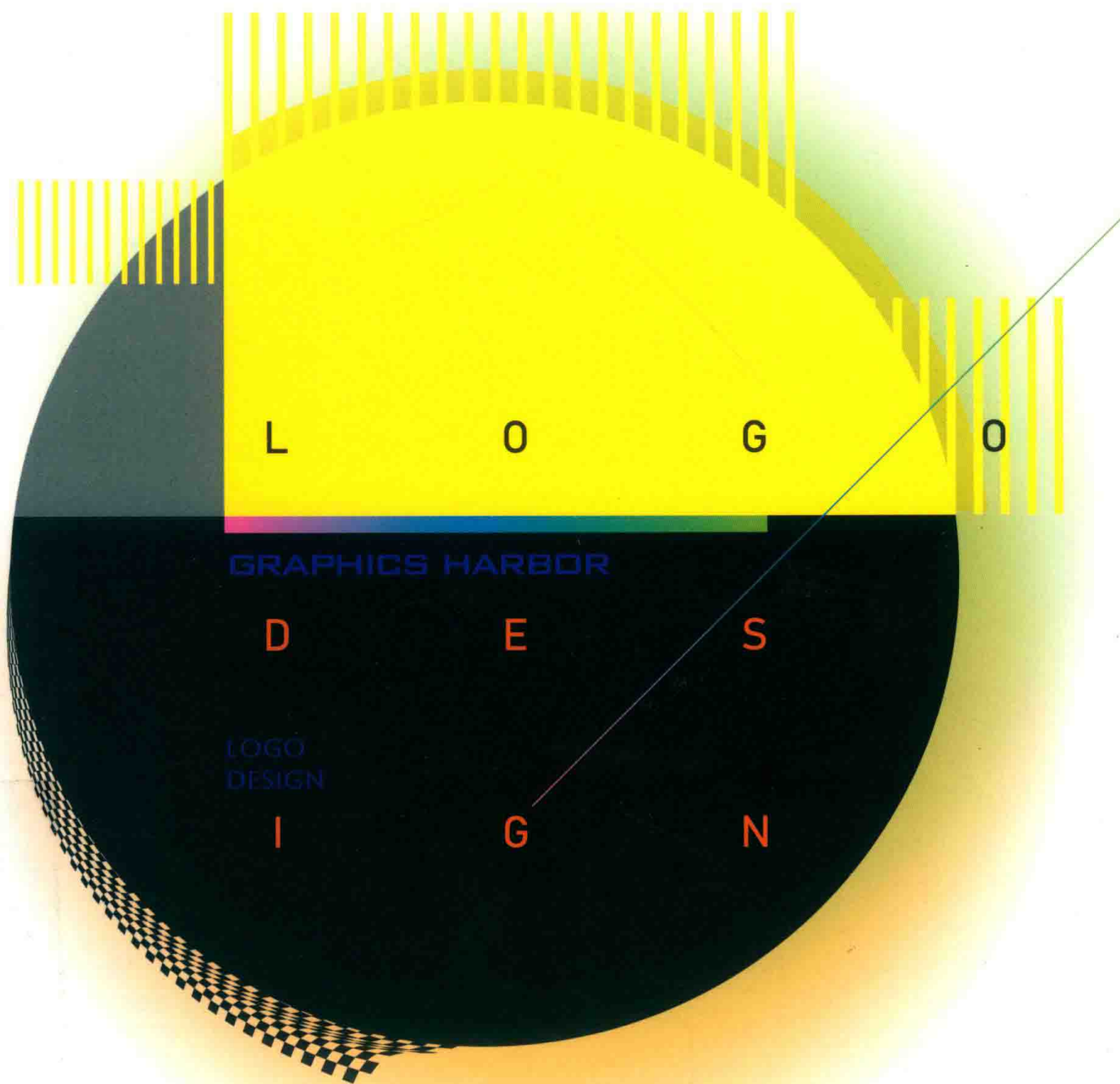


# 平面港

GRAPHICS HARBOR

## 标志设计

成朝晖 编著



# 平面港

GRAPHICS HARBOR

标志设计

成朝晖 编著

中国美术学院出版社

责任编辑：章腊梅  
装帧设计：成朝晖  
责任校对：杨轩飞  
责任印刷：娄贤杰

## 图书在版编目 ( C I P ) 数据

标志设计 / 成朝晖编著. -- 杭州 : 中国美术学院出版社, 2019. 6  
(平面港)  
ISBN 978-7-5503-1954-7

I. ①标… II. ①成… III. ①标志—设计 IV.  
①J524.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第092837号

## 标志设计

成朝晖 编著

出品人：祝平凡  
出版发行：中国美术学院出版社  
地 址：中国·杭州南山路218号 邮政编码：310002  
网 址：<http://www.caapress.com>  
经 销：全国新华书店  
印 刷：杭州恒力通印务有限公司  
版 次：2019年6月第1版  
印 次：2019年6月第1次印刷  
印 张：8  
开 本：787mm×1092mm 1/16  
字 数：80千  
图 数：120幅  
印 数：0001-3000  
书 号：ISBN 978-7-5503-1954-7  
定 价：38.00元

C o n t e n t s

目录

一、标志设计概述	2
二、标志历史沿革	3
三、标志设计价值	5
四、成功标志特质	6
五、标志设计原则	8
六、标志设计程序	12
七、标志设计形式	14
八、标志设计语法	24
九、标志设计更新	30
十、标志形象概览	34

“设计师——作为现代社会的艺术家——还必须在其设计的作品中提供丰富的文化营养、情趣和别的什么有价值的东西。”

——[英] 艾伦·弗莱彻

“在我所有的广告招贴作品里，首要的——同时也是最重要的——就是关于设计意念的问题。而设计的意念又来自于我所直接面临的设计问题之中，诸如它的本质、背景、对象、诉众、功能范围和预算费用等等。”

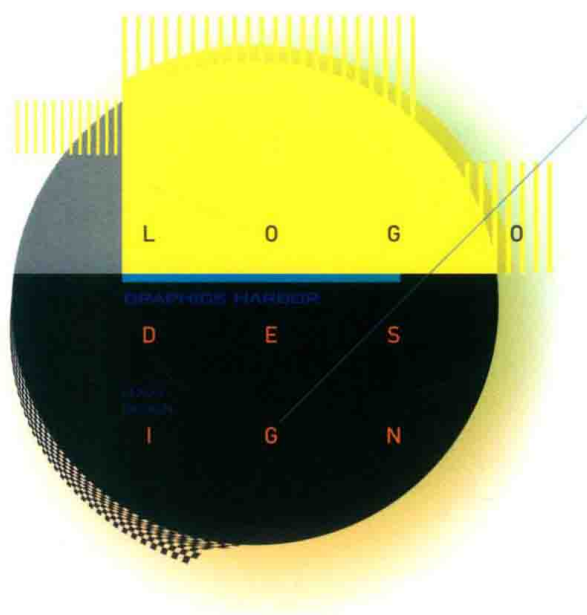
——[美] 兰尼·索曼斯

“求真是设计的本质。”

——[日] 松永真

“我认为设计最重要的不是视觉上的个人风格，而是作品中的神韵。‘神’是我多年来在创作中努力追求的东西。”

——[日] 松井桂三



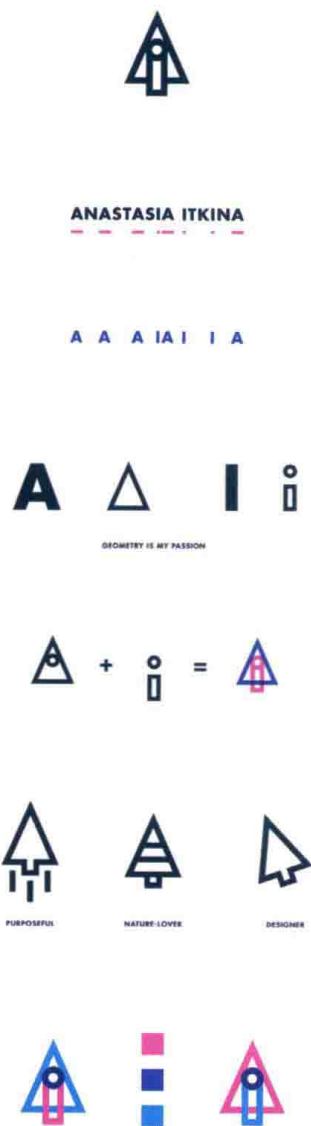
## 一、标志设计概述

标志，是一种大众传播符号，但也不仅仅只是一个标志符号，它更是国家、城市、企业或品牌的文化传承，代表着理念、精神与信念。

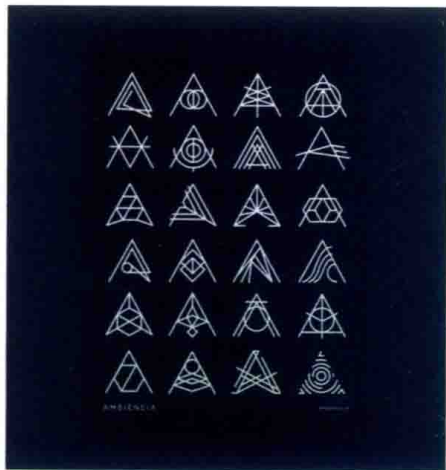
从城市到国家的形象，从企业到品牌的宣传，从各类体育、会展活动到特色服务，从繁华的街道广告牌到各类网站，以及各种生活必需品的包装形象，我们都会看到各种各样的标志，可以说标志充斥在我们生活中衣、食、住、行、赏、用、游等各个方面。虽然静无声息，却无处不在，尤为重要。

标志，它以精练的形象表达一定的含义，借助人们的符号识别、联想等思维能力，传达特定的信息，并以不同的视觉特征来区别国家、城市、企业、品牌、机关、社团等组织的个性形象。一个标志既是一种符号，也是一种语言或一个标记，具有识别传播的信息、财产和产品，将其与他者区别开来，并表明产品的来源的作用。标志兼有符号和语言的一般特征；标志的使用者运用自己的标记使世界认识自己，了解自己。

标志最突出的特点是易于识别；显示事物自身特征，标示事物间不同的意义、区别与归属是标志的主要功能。标志的传播效果与人们的认知规律密切相关。简单易懂的标志很快深入人心，知名标志让新老用户享受它所代表的品牌带来的荣誉感，所以说，标志的本质在于它的功用性。虽然具有观赏价值，但标志主要不是为了供人观赏，而是为了实用，具有不可替代的独特功能。具有法律效力的标志兼有维护权益的特殊使命。



A+i= 树形 我们看出标志设计的概念来源



A 的演化与变异

## 二、标志历史沿革

历史上标志确切的起源已无从考证，但我们仍能够从早期的图示中推测出标志的最初形式是对自然物的描摹，由此可见，符号是一种有意味的形式，思想赋予它意义。

标志是从个人或组织获取社会认知的需要和愿望衍生出来的。标志是人类表达思想的方式，如旧石器时代的岩画。它是一种直观的表现形式，人们从图像与自然物的对应关系中获得相关信息。人类在对自然的认识进一步加深，思维进一步发展后，便不满足于图像的直接表现形式，转而使用较为间接的视觉表达形式。此时，对事物形象高度概括的图案或符号就产生了，如埃及的图画文字、巴比伦的楔形文字、中国的象形文字。在此基础上，又产生了更为抽象的语言文字。之后，陶工、瓷器工在制作的金、银、铜、陶器上直接标注自己的特有印记、字号、标记，画的收藏者纷纷在自己的收藏品上盖上个人的印章，表明曾经拥有此画，这些动机往往与社会生活、商业、运输及其他休闲活动联系在一起，以表明制作者与所有人的所有权以及作品原产之地，这是表现某一事物具与众不同的性质的手段。这种符号功能性强，指代明确，但形式缺乏个性。12世纪之后，经济文化进一步发展，促进了商业的繁荣，商业的发达使标志得到普遍应用。标志符号的种类和形式亦随之丰富，人们意识到只是让购买者记住自家标记还不足以促进商品的销售，于是他们在视觉形式上进行研究创造，以期强调标志的形式美感来满足消费者的审美需求，增强消费者对自家产品的好感，并提高识别性和记忆度。在十五六世纪的欧洲，同时由于绘画艺术的影响，标志符号一改往日字号式简约朴素的特点，出现写实、具象、装饰的图案风格。



埃及的图画文字



巴比伦的楔形文字



殷墟甲骨文



人面图腾及青龙纹



中国北宋兔儿为记



中国寿星牌药材

现代标志是经济文化发展到一定的阶段而产生的。随着生产力的发展，商业分工日益明确，商品市场逐步形成。市场战略是根据消费者的需求来进行设计企划的。企业必须在市场竞争中强调自己的身份与价值，树立鲜明的形象，争取消费者的认同，以实现物质层面的定位到文化层面上的定位的转变。一个企业的成败与消费者对其产品印象的好坏相关联，其特点表现为经营规模的集团化和国际化，直接影响企业产品的销售及企业在市场上的地位。标志逐渐成为企业的“脸面”，用以区别其他企业特质的一种象征物，也是企业最忠诚的宣传者。随着市场竞争的进一步激烈，标志在市场竞争中扮演着举足轻重的角色，成为商品流通的一种世界语言，商品信息最集中的载体，是企业、品牌同在的最持久的广告，是广告宣传的焦点和归宿。

进入网络信息时代后，标志不仅是企业与商品的代表符号，而且是储存于大众心智中的无形资产和质量的保障，更成为城市、国家乃至国际重大团体活动及盛会的形象代表。标志图形的形态演变也逐渐走向简练和多元，更加注重标志的表达手法及技巧，其发展趋势大致经历了这样的轨迹：设计形式上由具体图形转向图案形式，再由具象图形转向抽象的几何图形；设计内容上向实用性、系统化发展；设计风格上由简单朴素到华丽繁缛，进而再转向简洁、凝练、明快，再向数字化、个性化、动态化发展。发展至今，标志已经呈现出多维、立体、渐变等形式，兼有图像的形象与语言的抽象等特点。标志的色彩也摆脱以往纯色填充的约束，多运用渐变效果，具有更丰富的光泽。它既克服了图像与其被表示成分之间简单描摹的不足，又克服了语言文字与其所指之间的抽象转述，将直观与思维有机地结合起来。



字母形的简化标志形态

### 三、标志设计价值

信息时代的来临，理念的视觉化已经成为时代的需要。

信息的密集程度越来越高，传播速度越来越快，人们在不断寻求比语言文字表达思想、传递信息更快速、更便捷、更明了、更概括的手段，视觉符号为满足这一需求而越发普及且成为必要的需求。国家、城市、企业、社团、活动等往往通过视觉符号——标志来树立各自的形象，传播各自的理念。高速发展的经济，日益丰富的视觉媒体为这种信息传递形式以更大规模在更广范围的扩展创造了条件。在这么一个饱和的视觉环境中，有效标志设计的根本特征，也就是可以经受住时间考验并为所代表的实体在公众意识里面确立起一个可识别的特性，这对于一家公司或机构来说具有更为深远的意义。

因此，对于商业社会中的企业或品牌来说，拥有良好的品牌形象，是企业最大的财富，著名标志已成为精神的象征，可用来展示企业形象，彰显企业地位，体现个人价值。它的特征是：具有先进的技术，过硬的质量，优良的服务，严格的管理，拥有着强大的生命力。它以增值的形象，无形的资产，牵动着企业的命运，孕育着新的感召力。有效地运用标志资讯，不但可以节省人力、物力与时间上的巨大投入，更可扩展自己的新知，激发日后从事新产品研究课题的灵感，更足以使其在国内享有盛誉的产品顺利地进军国际消费者市场。

今天，虽然语言和文字传达的手段已十分发达，但像标志这种令公众一目了然，效应快捷，并且不受民族、国家、语言文字束缚的直观传送方式，更适应生活节奏不断加快的需要，其特殊作用，仍然是任何传送方式都无法替代的。标志为一种世界性的语言和文明的象征，展示了前所未有的价值。它正成为人与商品、人与企业、人与社会的最直观的沟通媒介。它真正的价值在于能够传达无法用其他代码表示的信息，它的图像唤起能力远远优于语言，具有号召各种情感的力量。



字母形的简化标志形态



MNW



1. M + N + W = M

2. M + M + M = M

3. M → M = M → M



从博物馆建筑的标志演变为 M 形态的字体标志



纽约爵士博物馆的标志设计

## 四、成功标志特质

标志的符号意义来自客观事物联系的指代作用，人的思维影响符号的表现形式。

标志要获得良好的传播效果，应讲究对意义传达的准确性，还应强调形式传达的优化效应。标志形象要具有强烈的吸引力和感染力，即在设计上要具有传递信息的实用功能，又要符合美学的美感原理，要具有创意卓越、新颖独特、简洁凝练、形象鲜明的特点，即以先声夺人和力压群芳之势获得受众的优先注目，具有良好的可视性和强烈的视觉冲击效果。标志形象要有对市场的辐射力和渗透力，对产品的竞争力和促销力，对自身企业员工的领导力、亲和力和凝聚力。因此，优秀的标志必须具备下列特性：

### 1. 理念传达的相关性

标志的双重任务是，一方面要便于迅速识别，另一方面要表现出其代表的对象的重要内涵与象征意义。各种标志直接关系到国家、集团乃至个人的根本利益，不同的标志表达不同的特点和格调，使意义借助合适的符号转化为可视标志，并使观者在看到标志后能很快联想到与之相关的企业、机构、产品或活动，具有较好的明视度和解晰度，以便于推展。

### 2. 形态演绎的凝练性

简练的国际化图形语言是最为方便的传播手段，更容易被观者记忆于心，使得标志具备更加突出的视觉效果，更具有创意性以及形式美感。以一个简洁符号来表明复杂的概念，透过视觉形象而传达讯息，言简意赅是用以发挥标志最大效用所必备之条

件。因此，标志须用惜墨如金的笔调构成形象，具备简洁、凝练的符号美，以尽可能简洁的形式表达更丰富的内涵，发挥以一当十的视觉传达力量。

追求高度的简约之感，以便于随时制作和传播，使标志成为最直接、最快速的传达商品特征的重要手段。标志可借由印刷、模压、模铸、切割等方法，做成各种大小不一、尺寸不同的样式，被用在建筑墙面、广告招牌上，或用在名片、信封、信笺、徽章上。标志在应用上也是随着设计对象本身所采用的新材料和新技术而改变的。

### 3. 鲜明表达的独特性

今日，标志多如繁星，要在众多标志中独树一帜，必须保持其独特的识别性。而区别功能最直接条件就是鲜明独特的风格。鲜明的独特性在标志的点线组织、趣味体现、空间运用等外部形象要素上有着重要的作用。成功的标志往往创意巧妙，能给人以独特的视觉冲击，具有较好的注意值、回忆度和创造性。标志设计绝不能与其他标志雷同混淆，令人产生错觉；独具一格，具备自身特色的标志才有生命力。

### 4. 文化艺术的审美性

文化性是标志的固有属性，是一种文化观念或文化氛围的释放与阐述。如何融合将文化内涵与标志形象共同融汇，从而设计出具有民族性、地域性、时代性和国际性的标志，是优秀设计师时常须考虑的问题。把握好标志设计的文化内涵，调动一种或多种文化元素或文化符号，进行提炼、完善，并通过解构、重组等艺术手法来完成思想或情感初衷的设计。具有文化艺术的审美性的标志更能经得起时间的考验而延续下去。



Andrew Diete koki 的标志设计作品

## 五、标志设计原则

设计师对形式语言的掌握并不是创意设计的主要任务，而将形式赋予内蕴才是其主要的设计目标。设计师应该遵守的相关设计原则是：

### 1. 相关性原则

标志设计应在详尽明了设计对象的使用目的、适用范畴及设计定位等，并在深刻领会其功能性目标的前提下，针对设计对象的功能、名称和外观等进行相关性设计。不同类型的项目内容是有区别的。例如，女性用品与科技产品就有非常明显的差别：前者的标志设计多体现时尚、柔美，洁净等特点，色彩也倾向于柔和、素雅；后者的标志设计更体现前沿性和信息感，色彩多倾向于蓝紫色、蓝绿色，营造一种科幻的视觉效果。因此，在标志设计前就要考虑到设计对象的直观接受能力，审美意识，社会心理，等。

### 2. 有效性原则

如何能够有效地树立良好的品牌形象？首先，在设计之前必须根据设计对象自身的情况，市场营销的地位，推行的形象战略确立准确的标志形象定位，以此定位进行设计规划，从实际出发，达到设计的有效性。

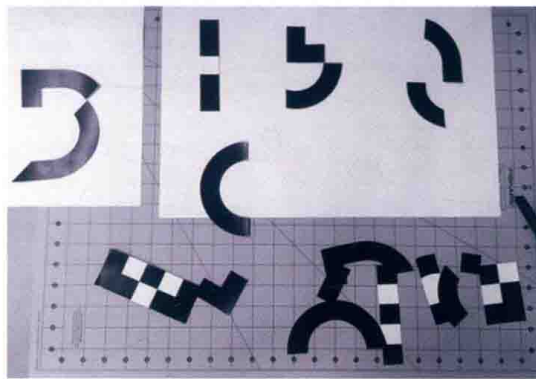
标志设计是需要充分考虑其实现的可行性的，针对其应用形式、材料和制作条件采取相应的设计手段。同时还要顾及应用于其他视觉传播方式，如印刷、广告、映像等放大、缩小时的视觉效果。但是，随着时代的发展，设计的工艺、材质等实现性增强了很多，基本上是“只有想不到，没有做不到的”。



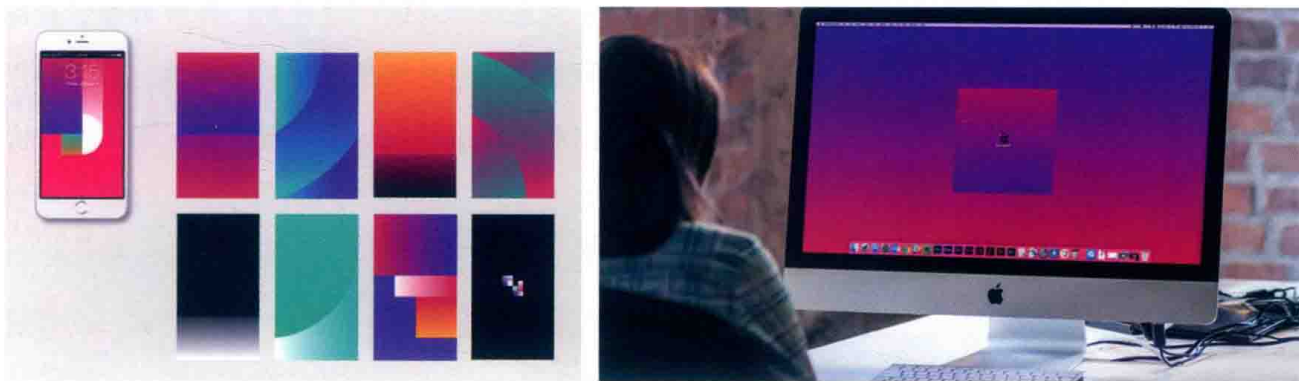
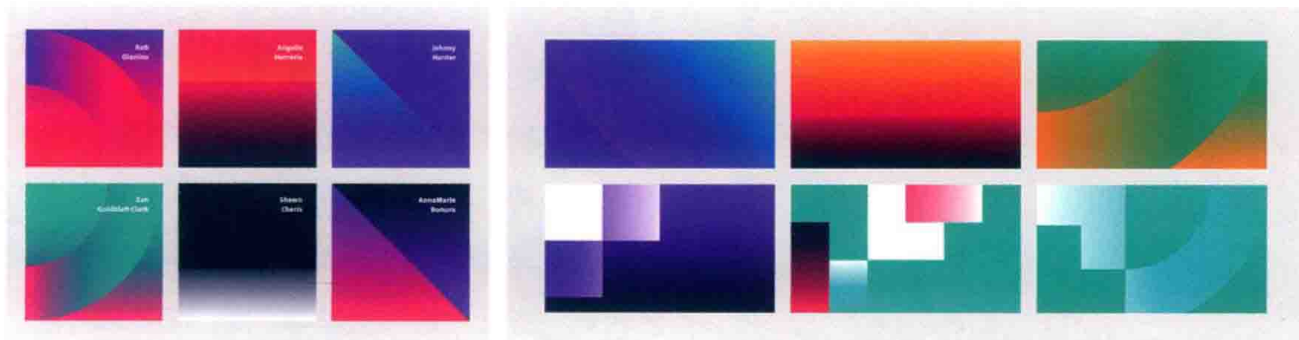
著名设计师施德明的葡萄牙波尔图音乐厅的标志设计源自建筑的外观造型

### 3. 审美性原则

构图要凝练、美观，适应其应用物的形态，审美性是使相关性与有效性原则有所定位，并予以层次提升。标志要具有强烈的吸引力和感染力，图形、符号既要简练、概括，又要讲究艺术性，遵循标志设计的艺术规律，造型优美别致，创造性地探求恰当的艺术表现形式和手法，锤炼出精当的艺术语言，使所设计的标志具有高度的整体美感，如装饰美、秩序美等，具备最佳视觉效果。



标志设计的切割思路，体验设计的最终标志设计及其整体视觉形象



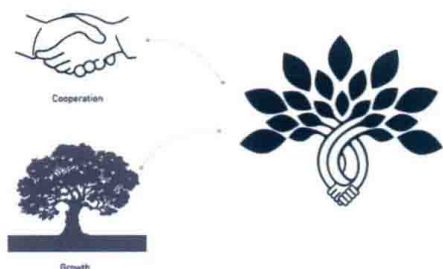
adobe design 体验设计的最终标志设计及其整体视觉形象

#### 4. 原创性原则

标志原创性是不抄录别人的设计，而完全是自己创作设计的。原创是可经过、可停留、可发展的新的存在，是新的经典的原型，具有集体共识的社会价值。原创性是对既定参照物的怀疑与否定，原创设计不是对既定状态的完善与提升，而是在刷新固有的经典界面之后呈现出破土而出的新生命气息。

标志设计贵在具有原创的概念与造型，原创可以是无中生有，也可以在传统与日常生活中加入创意，推陈出新。标志设计构思须慎重，力求深刻、巧妙、新颖、独特、表意准确，能经受住时间的考验。标志设计构图要凝练、美观，符号既要简练、概括，又要讲究艺术性。

只有原创的标志才能在大众心中留下独特的印象，才能经得起时间的考验。

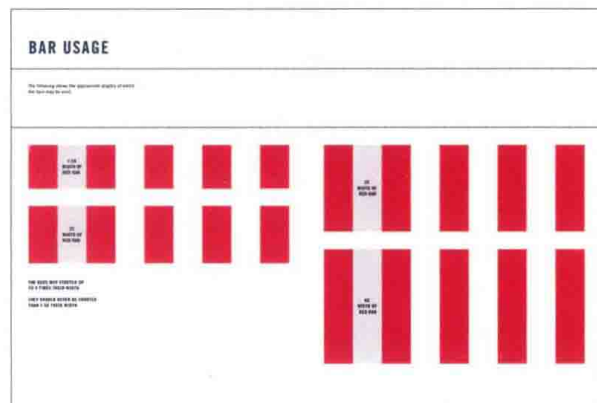


将树木和握手有机结合，形成富有原创性和直观内涵的标志

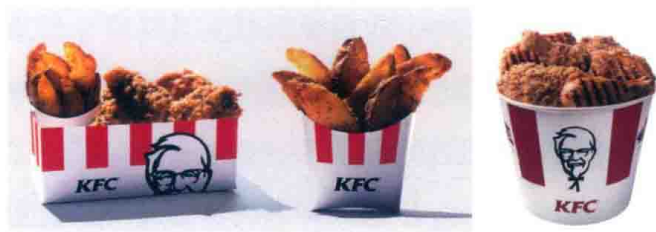
#### 5. 持久性原则

标志设计构思须慎重推敲，力求深刻、巧妙、新颖、独特，表意准确，能经受住时间的考验，具有一定稳定时期的使用价值。日本的设计专家胜冈重夫指出：“标志应具有广度、高度、长度。”所谓广度即指标志的广泛应用；高度指标志具备的高度的国际性和极富内涵的艺术性；长度即指标志时间的延展性，标志一般应有长期使用的价值，要有10~15年的可持续的使用时间，与企业或品牌共存发展。因此，标志不应单纯追逐时髦或流行，而要有那种超越时代的品质，一种“百年不动摇”的要求，这也是反映企业或品牌超越平凡、追求卓越的必胜信念。

早在 1952 年，肯德基的山德士上校像的标志就开始使用。2006 年发布第五代标志，但新标志是给肯德基的山德士上校的人像穿上了红色的新围裙。2014 年发布第六代新标志的全新的形象标志，此次推出的新标志则“脱掉”了上校的红色围裙，在肯德基新广告中使用单色的新标志，同时设计公司 Grand Army 还为肯德基设计了全新的外包装的视觉风格。肯德基的标志可谓是持续性较长的典范。



肯德基（KFC）标志更新的历史



肯德基（KFC）炸鸡桶外观应用



## 六、标志设计程序

从理念到标志符号，是思想到视觉表现的转化过程。“理念”一词译自英文单词“mind”，是记忆、思想、意向、精神与感觉之意。理念可说是一种客观存在的非物质实体，是理性所追求的最高、最完整的统一体，最贴近的解释为思想、意向、目的与精神。理念视觉化显著的体现就是应用于市场竞争的企业理念的视觉传达，是由精神存在向物质实体转化的过程。一方面，理念是一种理想的、意向的，相对于物质是抽象的、隐性的，而其对应的视觉表现则是形象的、显性的，因而理念是灵魂，其视觉表现是物质外壳。理念内涵决定着视觉形象的形式特征和内涵特征。另一方面，理念的视觉表现是对理念内涵的概括、浓缩与提炼，它以鲜明的形象特征使意念以更为直接、迅捷和优美的方式得以传达和升华。从理念到视觉表现是一个从抽象到形象，从无形到有形的逐渐转化的过程：

### 1. 调研与分析

对理念进行分析，提取理念的精华，作为视觉形象的原素材。标志不仅仅是一个图形或文字的组合，它是依据行业类别、经营理念、经营方针、技术与服务性质、应用环境而制定标准视觉符号。在设计之前，首先要对设计对象进行全面且深入的了解，包括战略、市场分析以及最高领导的基本意愿，这些都是标志设计开发的重要依据。对企业或品牌的设计对象，其同类和竞争对手的了解与分析也是重要步骤，标志的重要作用即识别性，就是建立在对竞争环境的充分掌握上。



中国移动 and 策划与设计草图、VI 视觉形象系统设计

## 2. 定位与提炼

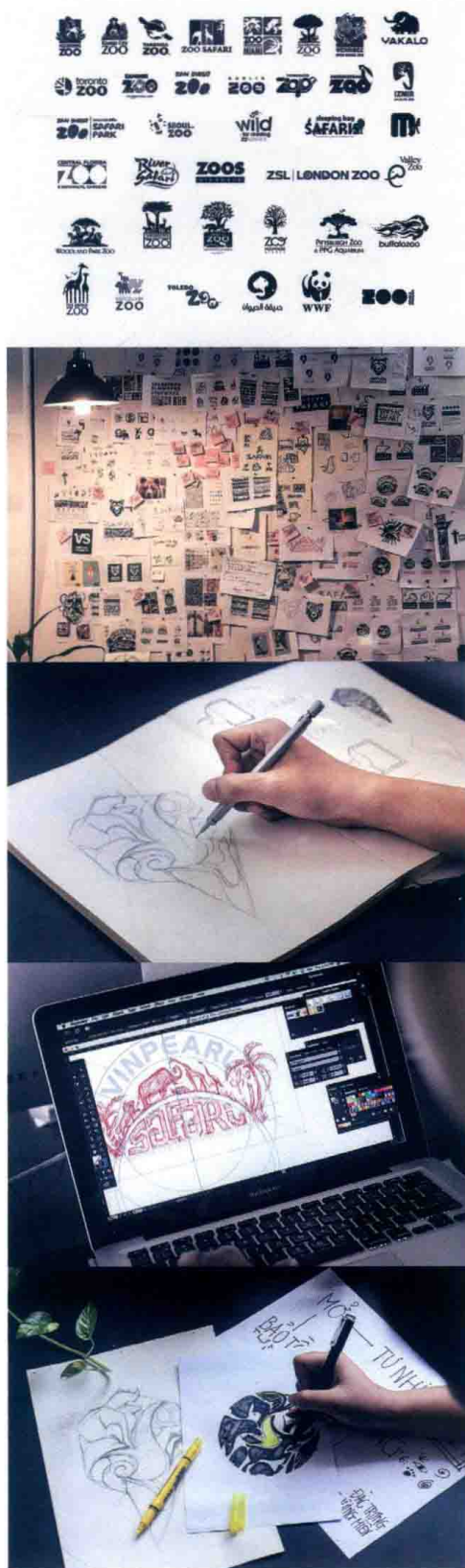
定位与提炼是为设计开发工作做进一步的准备。依据对调查结果的分析，定位出设计需要展现的目标、精神、愿景或特点，根据理念内涵，确定其所属组织的形象概念，如经典的、庄重的、稳健的、可信的、亲和的等。有了定位就可以提炼标志的要素、结构类型，挖掘相关图形元素，找出标志设计的方向、色彩取向等，使设计工作有的放矢，而不是对简单的英文字母或文字、图形等的无目的组合。

## 3. 设计与研发

在定位的基础上，将提炼的从形象概念进一步转化为设计概念，是从思维的抽象到形象设计的诠释过程，需要借助构成的表现语言，点、线、面的对比、分割与重构，正、负形的反衬、共用图形、错觉等创意手法来表达标志设计的巧妙性，用具体的图形符号表达设计概念。对于标志意念的表达仍须借助于象征、借喻、类比、联想等修辞手法。如简约、严谨的线面象征科技或理性，柔和、细腻的线条象征温暖或体贴，等等。

## 4. 深化与修缮

深化与修缮是在标志初稿的基础上，进行拖延与演变，如：等线条、块面细节进行细致的推敲，尝试不同的表现方式，这也是由设计概念到视觉符号，从“形”到“意”的标志符号实体的演变过程。同时，融入色彩的表现力，利用色彩的联想与象征意义，增强标志美的文化特征，所谓“有声有色，才能悦耳动听”。标志最后调整阶段是将标志需要匹配的字体组构一体，形成一个完整的标志形象。



VINPEARL SAFARI 动物园标志设计从方案收集、草图绘制过程到设计成型过程