

标志设计

1、标志设计的知识储备

1.1 标志的有关概念

1.1.1 标志的基本概念

标志是具有象征意义和内涵的视觉符号，它借助人们的符号识别、联想等思维能力，以精炼独特的视觉语言，传达出国家、地区、集团、活动、事件、产品等特定含义的信息。



阴阳鱼太极图



中国银行标志



第十二届全国冬季运动会会徽



2008年西班牙萨拉戈萨世界博览会标志



中国人民保险公司标志



英国石油公司标志

1.1.2 标志的相关名称

一、徽标



北大校徽



巴斯市遁形市徽



西甲皇家马德里队徽标



巴塞罗那俱乐部徽标

二、LOGO



ASUS 华硕标志

联邦快递标志 设计师: Walter Landor

三、标记



阿迈厄农场标记

四、标识

在《现代汉语词典》中，“标识”同“标志”，他们具有相同的读音，即biāo zhì。标识与标志在一般意义上表示同一概念，但这只是人们在日常生
活中使用的概念。标识英文翻译为sign，指以各种功能信息转化来的视觉符号，
它为人们的各种生活行为提供必须的信息支援。从某种层面来讲，标识只是突出
识别功能的标志形式，较少有象征的意义，因此，标识往往显示事物的某一属性，
向目标对象发出一种警示信号，要目标对象予以关注。标识并不等同于标志，完
整意义上的标志概念，不仅包含了标记和标识的内容，而且具有象征意义。

五、公共标识



台湾公共标识



公共交通标志



伦敦地铁标志



马来西亚 公共标识

六、商标



“丘吉尔”雪茄标志



Lee 牛仔服（美国）



MSN 标志

七、品牌



阿迪达斯标志 设计师：阿迪·达斯勒



瑞士“雀巢”食品公司标志



Dior 标志

1.2.1 中国标志设计的历史沿革

图腾



轩辕氏族徽



半坡遗址中的人面鱼纹

封泥和印章



汉代封泥印



长沙马王堆一号墓出土的封泥上有“侯家丞”字样

幌子，又名“望子”，是我国古代商家为了招徕顾客而在店门前悬挂的布招，是用以宣传经营内容，表现特色和档次的商业性标志。

我国至今发现最早的设计完整的商业性标志实例



宋代刘家功夫针铺商标

鸦片战争以后，许多洋货与外来商标入侵中国，中国的标志设计开始出现了中西融合的局面。这一时期，清政府颁布了我国第一部有关商标注册管理的法规《商标试办章程》，当时以保障洋商标的“权益”为主，我国绝大多数商标都没有得到真正意义上的保护，殖民化是当时我国商标发展和设计的主要特征。

五四运动以后，出现了具有明显爱国倾向的商标。



“抵羊牌”毛线商标

新中国成立以后，标志设计的发展逐渐步入正轨。



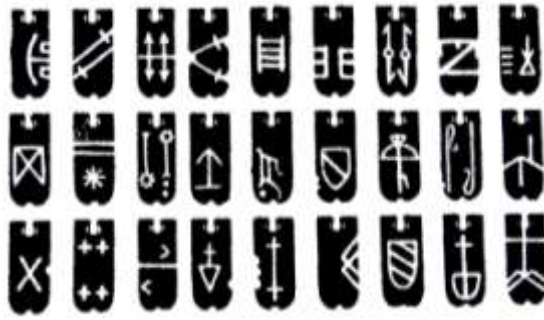
中国铁路标志



中国永久自行车

1.2.2 国外标志设计的发展概况

早在古希腊、古埃及时期，人们已经开始使用标志，在古埃及的墓穴中就发现过刻有标志的器皿，古希腊人在各种陶器、金属器具和手工制品上使用各种标记。公元前5世纪～公元前4世纪，地中海沿岸贸易兴起，标志的使用也日渐增多，如出售货品上的草标、买卖牲畜身上的烙印等等。古罗马文明时期，早期标志被大量使用，在罗马和庞贝以及巴勒斯坦的古代建筑物上都曾发现刻有石匠专用的标志。



动物身上的烙印

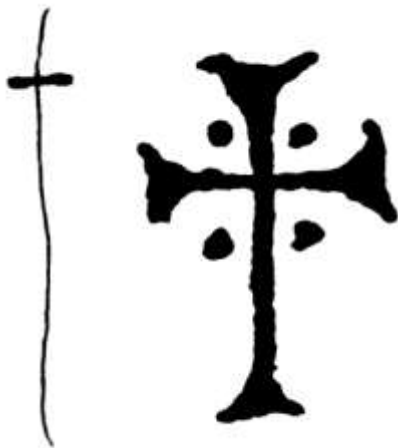


德国马上的烙印



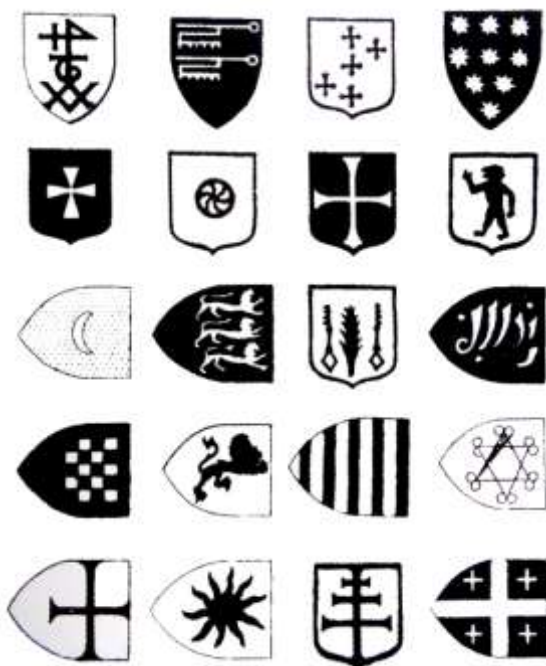
国外石工标记

花押



花押

纹章



十字军东征时期所用的纹样与标志



欧洲骑士纹章



美国凯迪拉克家族的徽章

13世纪以来，商业标志在欧洲盛行，它主要用来标志产品制造者或其质量。许多印记被登记成册，并加以法律保护，而实力雄厚的商人逐渐使用专有的标志来宣传和保护自己的权益。

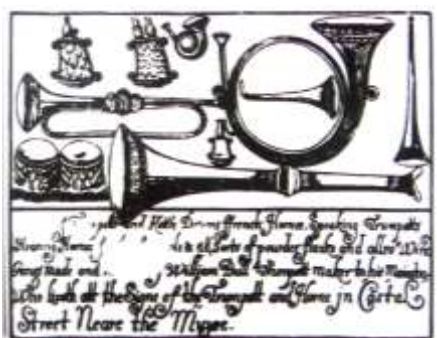


第一位英国印刷商威廉·卡尔斯顿标志



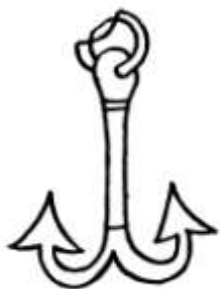
14-17 世纪欧洲商人印记

商人卡片



英国乐器商的商人卡片

水印



1428 年意大利米兰的铁锚水印图案

印刷商标



印刷标记



图 1-72 法国印刷商标

进入工业革命时期，商标成为市场竞争和商品质量信誉的象征。这一时期的标志设计活动主要是为上层社会服务的，具有很大的局限性。

到了19世纪末期，由于英、法等帝国主义加紧对殖民地的掠夺，商标也成了争夺市场的工具，加上各国历史文化传统、社会生活、民族特性的差异，使标志设计形成了不同的风格与特点。

美国的标志设计



UPS标志 设计：Paul Rand



壳牌石油 设计：雷蒙·罗维

IBM

IBM公司1956年标志 设计：Paul Rand



百事可乐标志演变

日本的标志设计



“和谐之美”——1970年日本大阪世界博览会标志 设计：福田繁雄

1.2.3 标志设计的发展趋势

随着信息化时代的到来，标志呈现出国际化、信息化、多维化、动态化、人性化的设计趋势。

一、国际化

The Sony logo consists of the word "SONY" in a bold, black, sans-serif typeface.

索尼公司标志



LG公司标志



三星公司标志

二、数字化



国外优秀Web2.0 标志



印度尼西亚dorarpol标志作品

三、多维化



索尼爱立信标志



火狐标志



3Gardner Design



加拿大Eyenod标志

四、动态化



德国汉诺威国际博览会标志及应用



设计：OWER Iris Utikal Gais

五、人性化



台湾省水标志



天津人性化交通警告标志



加拿大eyenod标志作品



“梦想工厂”新标志

1.3 标志的分类

1.3.1 政府、组织机构标志



中国公安消防部徽标



香港城市形象标志

1.3.2 活动类标志



北京2008奥运会标志



北京2008奥运会志愿者标志



北京2008奥运会环境标志



中国进出口商品交易会标志

1.3.3 公共信息标志



环岛行驶引导标志



北京 2008 奥运会体育项目标志



2010广州亚运会引导标志



楼层引导标志



欧洲导向设计



Saint Louis Zoo导向标志



纸箱包装操作指导标志



质量安全认证标志



绿色食品认证标志



中国环境标志



宋庄艺术区导向标志设计



宋庄艺术区室内导向标志

1.3.4 商业性标志

一、企业标志



百盛公司标志



日本航空公司标志



韩国公民联合银行标志

二、商品标志



雀巢公司“Perrier”矿泉水标志



动感地带标志

三、企业与产品为一体的标志



美的标志



蒙牛标志

1.4 标志的设计原则

1.4.1 独创性



运输公司标志



Onwine 标志设计



花花公子标志设计



Motor Sport 标志

1.4.2 传达性



全球通标志



七匹狼服饰标志



澳大利亚维多利亚动物园标志



哥伦比亚公园动物园标志

1.4.3 文化性



中荷建交 40 周年标志



2008 北京申奥标志

1.4.4 时代性



苹果公司标志演变



壳牌石油标志的历史演变

1.4.5 适用性



世界保险巨头安泰保险 (Aetna) 新企业标志及应用

1.4.6 审美性



德国有线电视公司标志



香港凤凰卫视台标



“Monte Vista”动物医院标志

1.5 标志的功能

1.5.1 信息传达



建国60周年标志



西湖博览会标志



印第安纳波利斯海马动物园标志



奥迪汽车标志

1.5.2 品牌塑造



Google标志 设计: **Ruth Kedar**



麦当劳标志



耐克标志

1.5.3 信誉保证



红十字标志



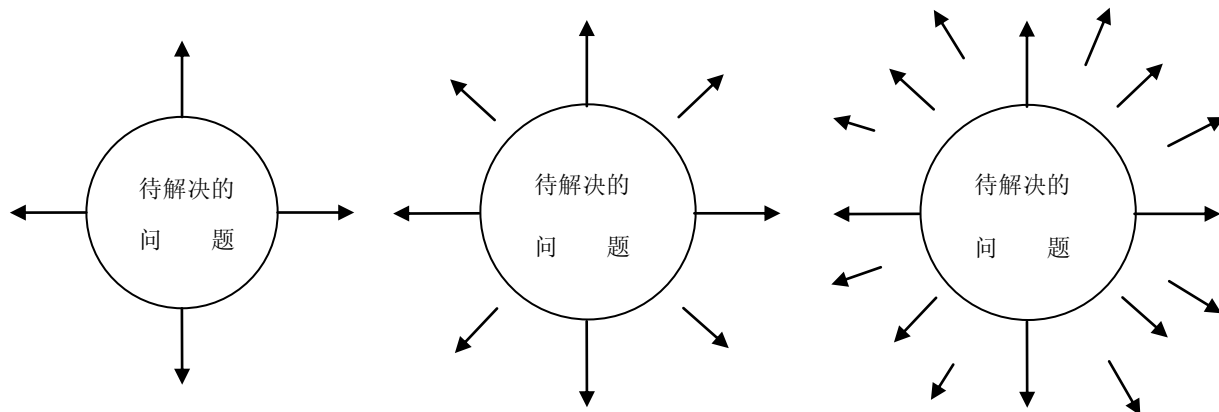
**American
Red Cross**

美国红十字会新标

2、标志设计的创意构思

2.1 思维方法

一、发散思维



发散思维示意图

二、联想思维

1、 联想思维的切入点

(1) 形与形的联想



休斯顿火箭队标志



“光谱”摄影工作室标志

(2) 意与意的联想



中国联通标志



澳大利亚国家游泳队标志

（3）感觉的联想



美国音乐工作室标志



Sopea 舞蹈学校标志

2、 联想思维的逻辑方法

（1）相似联想

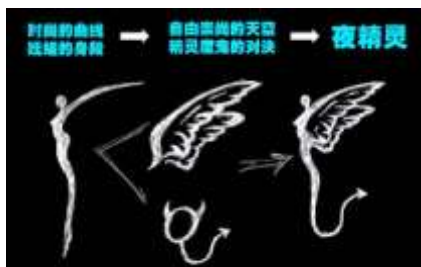


国际纯羊毛标志



奥兰多海湾公园标志

（2）对比联想



夜精灵酒吧标志 设计：兰旗设计

（3）接近联想



“Pulsar” 医疗设备公司标志

（4）关系联想



波兰爵士乐研究中心标志



休斯顿儿童博物馆标志

三、聚合思维

聚合思维是指从已知信息中产生逻辑结论，从现成资料中寻求正确答案的一种有方向、有条理的思维方式。聚合思维法是把广阔的思路聚集成一个焦点的方法。它是一种有方向、有范围、有条理的收敛性思维方式，与发散思维相对应。

四、逆向思维



家乐福超市标志



尼基芝加哥超级跑车标志

五、灵感思维

灵感思维是最具创新活力、最富创新潜力的智慧资源。灵感的某些主要特征：灵感往往来得快、去得快，稍纵即逝；无法预期，可遇不可求；灵感总喜欢照顾那些有准备的人，而且越用越多，“取之不尽，用之不竭”。我们要明确，灵感思维是一种人人都能自觉加以利用的创新思维方法，它决不是偶然的現象，它是积累的结果，是厚积薄发的过程。

2.2 标志设计的创意切入点

一、以事物形态特征为切入点



世界自然基金会标志



首届孔雀文化节标志



Bella Corium 舞校标志



“巴克兹”巧克力店标志



银行标志

二、以抽象形态为切入点：



美国 AT&T 电话电报公司标志 设计师：Saul Bass



美国田纳西州水族馆标志

三、以名称为切入点



“迈阿密”热火队队标



“小熊”有机食品标志



“为了孩子”儿童玩具店标志

四、以经营理念或精神内涵为切入点



作家协会标志



建筑设计事务所标志



韩国戏剧节标志

五、以历史文化或地域特征为切入点



杭州城市标志



2012 年 20 国集团（G20）墨西哥峰会标识



澳大利亚航空公司标志



EMIRATES 酋长国航空公司标志

3、标志创意的视觉表达

3.1 标志创意的视觉表达形式

一、 图形表现形式

1、具象表现形式

(1) 以人物形象为主体的表现形式



肯德基标志



美国餐馆标志

(2) 以动物形象为主体的表现形式



芝加哥红牛队标志



shipman 标志



Assindustria 工业公司标志

(3) 以植物形象为主体的表现形式



植树节标志



“Grill Le Bodegon Colonial” 标志



(4) 以自然形为主体的表现形式



“Todo Mundo” 广告公司标志



俄亥俄国家人寿保险公司标志



名牌服装标志



ULTIMATE SYMBOL 公司标志

(5) 以人工形态为主体的表现形式



米其林轮胎标志



奥德赛广告公司标志



餐厅标志



Miskolc旅游公司标志

2、抽象表现形式

(1) 以圆形为主体的表现形式



美能达标志



儿童青年节标志



旧金山现代艺术博物馆标志



印度尼西亚 Dorarpol 标志作品



加拿大 eyenod 标志作品



塞尔维亚 cici0 标志作品

(2) 以方形为主体的表现形式



Alcopor Gruppe 标志



巴基斯坦 mrmohiuddin 标志作品

(3) 以三角形为主体的表现形式



“Strategic Accounts” 会计事务所



Ariba 标志



美国电子企业标志



塞尔维亚 vasiligfx 标志作品



国外某广告公司标志

(4) 以箭形为主体的表现形式



设计工作室标志



印度尼西亚Dorarpol标志作品

(5) 以组合几何形为主体的表现形式



巴基斯坦Shakilnali标志作品



艺术工作室标志



厨房用具公司标志

二、 文字表现形式

1、 汉字表现形式



1993年中国上海世界博览会标志



新华书店标志



乐百氏标志



“喜之郎”标志

2、拉丁字母表现形式



李宁标志



Aquarius 运动饮料标志



aira广告公司标志



Xtensible Design 设计公司标志

3、数字表现形式



555（三五）香烟标志



七天连锁酒店标志



西班牙人气电台 Cadena 100 新 Logo

三、 图文综合表现形式



伦敦动物园标志



印度尼西亚dorarpol标志作品



TROSRV自行车旅游标志

3.2 标志创意的视觉表现手法

一、对比



金融持股公司标志



“On Wo Tong” 中医诊所标志



“XOW” 广告公司标志



色彩对比

二、重复



日本“三菱”公司的标志



世界摩托车锦标赛标志



图 4-104 英国银行标志



日本横滨戏剧人物博物馆标志



联合利华标志

三、渐变



“Company Analyst” 金融公司标志



Associate Technology Specialist 标志



Family Flippers 标志



美国旅行社标志



日本啤酒酿造企业标志

四、特异



札幌市水利纪念馆标志



黎明



爱尔兰 “Noel” 公司标志



全球航空标志设计

五、象征



中国国际航空公司标志

六、正负形



拉玛尔大学标志



方程式赛车世界锦标赛标志



印度尼西亚 artworkbean 标志作品

3.3 标志设计的色彩表达



尼康标志



NBC标志



Lemon design 标志



印度尼西亚 dorarpol 标志作品



Utravel 旅游公司标志



RGB 工作室标志

4、标志设计的正稿制作规范

一般来说，标志的正稿包含标志的彩色稿、标志的标准制图、标志的黑白稿、标准字和标准色几个方面的内容。

4.1 标志彩色稿



中国铁通立体彩色标志稿



中国电信标志彩色稿



中国科学院上海应用物理研究所标志

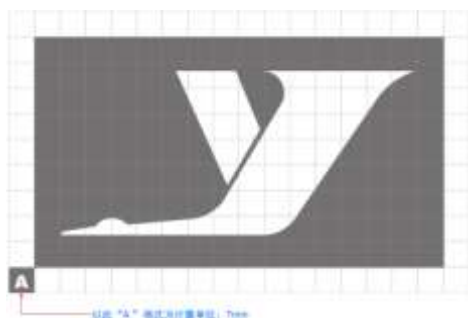


凯普斯通
UKCAPSTONE

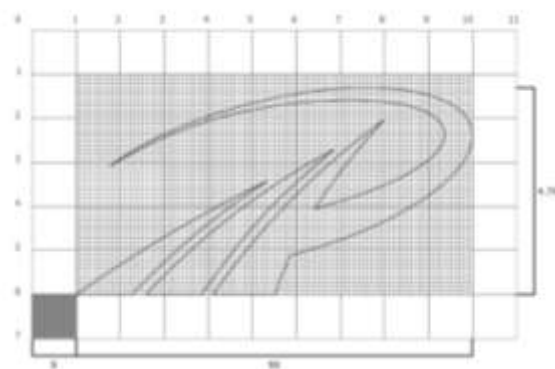
广东英国凯普斯通国际投资有限公司标志

4.2 标志标准制图

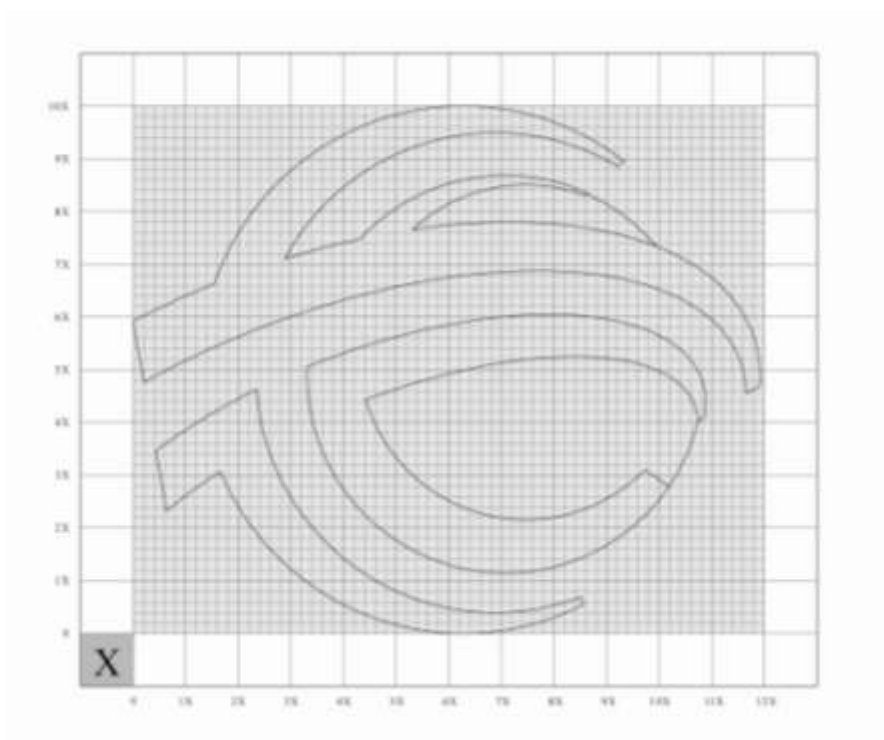
网格标示法



运建集团标志标准制图

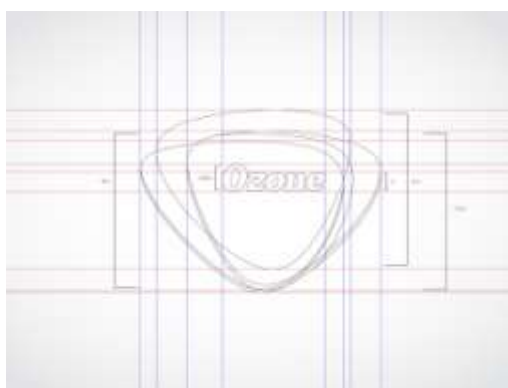


中国科学院上海应用物理研究所标志标准制图



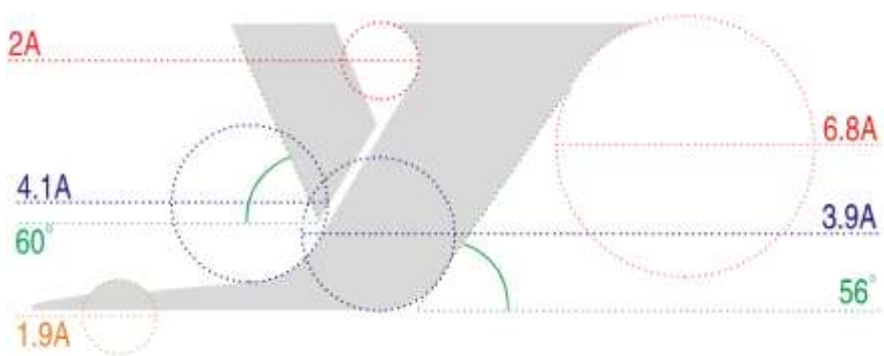
中国铁通标志方格制图

比例标示法



Ozone Store 标志标准图

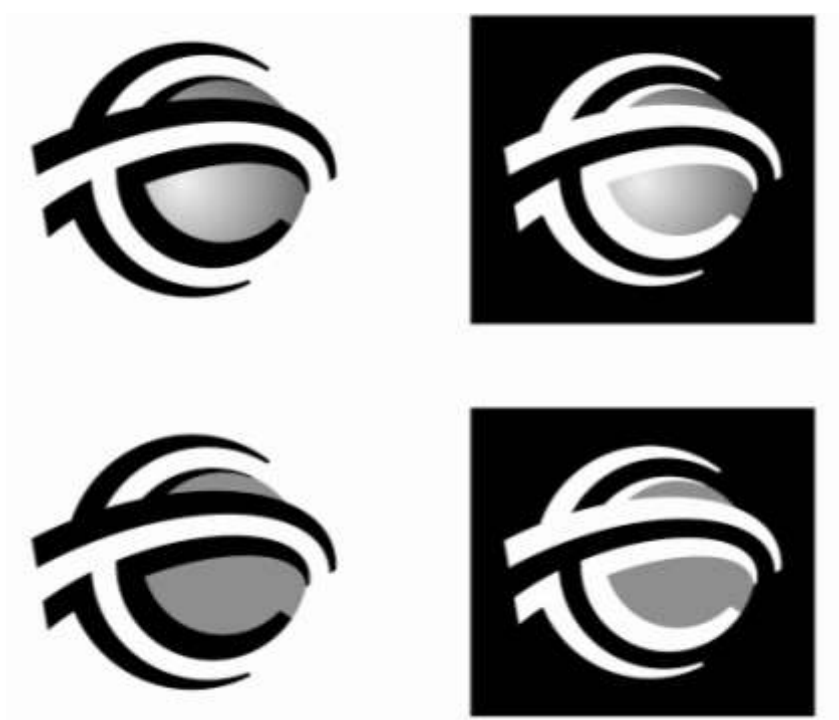
圆弧、角度标示法



运建集团标志标准制图



中国电信标志黑白稿



中国铁通标志黑白稿

4.4 标准字



中国铁通中文简称标准字-横版



中国铁通中文简称标准字-竖版



中国铁通英文简称标准字-横式



中国铁通英文简称标准字-竖式

4.5 标准色



■ C:100 M:0 Y:100 K:0

■ C:0 M:0 Y:0 K:100

■ C:0 M:60 Y:100 K:0

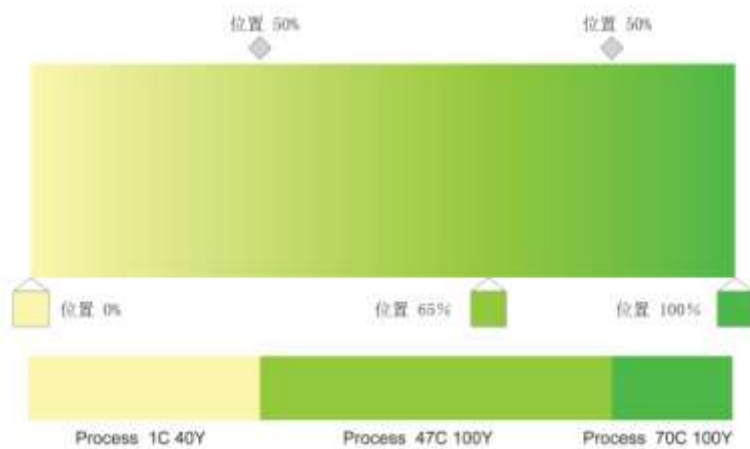
中通快递标准色



Process 100C 70M PANTONE 286 C/U



Process 75C 100Y PANTONE 361 C/U



中国铁通标准色

4.6 基本要素组合规范



国家电网标志与中英文简称组合规范（横式）



国家电网标志与中英文简称组合规范（竖式）



国家电网标志与中英文简称组合规范（中置式）



国家电网标志与中英文简称组合规范（特殊组合）