

<<世界500强企业标志的创意与设计>>

图书基本信息

书名：<<世界500强企业标志的创意与设计>>

13位ISBN编号：9787508482613

10位ISBN编号：7508482611

出版时间：2011-1

出版时间：水利水电出版社

作者：刘汀，刘超英 编著

页数：173

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<世界500强企业标志的创意与设计>>

内容概要

本书图文并茂讲解了世界500强企业标志设计的3种类型40条技巧、展示了10个世界500强企业标志升级的理由和轨迹、汇集了20个行业600个世界500强企业的标志案例。

书中A篇讲解了世界500强企业标志设计技巧，包括：设计形象选择、视觉形式处理、文字标志设计技巧、企业形象升级完善；8篇讲解了世界500强企业标志创意思路，包括：现代能源业、现代金融业、现代信息业、现代制造业、现代服务业、现代商贸业。

本书可供设计类专业从业人员及爱好者参考借鉴，亦可作为设计专业院校师生作为教材或教辅使用。

。

<<世界500强企业标志的创意与设计>>

书籍目录

前言A篇：世界500强企业标志设计技巧 A1 设计形象选择 1.1 选择与经营项目有直接联系的形象 1.2 选择具有亲和力的形象 1.3 选择能触动人们梦想的形象 1.4 选择有美好寓意的形象 1.5 选择跨地域文化的形象 1.6 选择具有确定含义的形象 1.7 选择能够进行视觉推理的形象 1.8 选择有不凡来历的形象 1.9 选择著名地点的形象 1.10 选择多种形象集合而成的形象 A2 视觉形式处理 2.1 制造视觉焦点 2.2 考验视觉辨析力 2.3 借用视觉标识 2.4 演绎视觉形式语言 2.5 展现视觉形式美 2.6 排除视觉干扰 2.7 创造多语汇视觉形象 2.8 表现视觉肌理 2.9 强化视觉冲击力 2.10 追求视觉唯美 A3 文字标志设计技巧 3.1 纯公司名 3.2 首字母变形 3.3 制造特异 3.4 多字组合 3.5 笔画象形 3.6 夸张首尾 3.7 连笔合体 3.8 附加具象形象 3.9 附加抽象形象 3.10 虚实共生 A4 企业形象升级完善 4.1 逐步改进，不断完善 4.2 形象已经过时 4.3 企业行为扩展或产品升级 4.4 企业转型或兼并 4.5 与时代时尚同步 4.6 引领最新科技 4.7 改善公司形象 4.8 运用新的设计手法 4.9 节日大庆 4.10 重新打造新形象B篇：世界500强企业标志创意思路
参考文献

章节摘录

版权页：插图：P&G标识的起源，要追溯到百多年前的俄亥俄河等中西部河流一带的航运业务。当时没有文化的码头工人通过在货箱上画一个粗糙的加号来确认P&G的星牌蜡烛，从而让船主清楚他们正在处理谁的产品及要将其运往何地。

后来，P&G开始在每一货箱上都附上标记性的星星，而一些富有艺术细胞的码头工人画上圆圈将这些星星围住，同时又加上一些其他装饰，如月亮的脸——那是在当时相当流行的形象。

P&G接着又将其进一步加工，把它变为一个更精美的月亮男子的标识。

若有人要抹去P&G产品包装箱上的月亮脸，就会遭到一些批发商的反对，因为他们只信任那些有完整的P&G标识的货物。

宝洁公司的创建人威廉·帕罗特觉得这是个吸引人的标识，同时他又建议将星星的颗数定为13，以代表当时美国国旗上的星星。

1882年，这个经改进的标识注册为商标，从那时起它便出现在所有的P&G产品上，并日益深入人心。但在19世纪80年代，这个标志引来了一场极大的风波。

当时有谣言风传宝洁的标志是恶魔的象征。

这个男子卷曲的胡须隐藏着恶魔数字666，并且13颗星星的含义被认为是对出自《圣经》“圣女身披日光，脚踏月亮，12颗星星化作一顶璀璨的皇冠的模仿。

”666这个数字被基督徒认为是兽名数字，是邪恶的代表。

当时同时有人谣传宝洁公司被当时的邪教组织月亮教会所接管。

1911年宝洁公司对标志做了细节上的处理，去除了卷曲的胡须。

但关于宝洁跟月亮教会、恶魔教会的谣言一直没有停息。

编辑推荐

《世界500强企业标志的创意与设计》由中国水利水电出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>