

<<标志设计>>

图书基本信息

书名：<<标志设计>>

13位ISBN编号：9787810619516

10位ISBN编号：7810619519

出版时间：2004-8

出版时间：中南大学出版社

作者：本社

页数：92

字数：153000

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>

<<标志设计>>

内容概要

新世纪的曙光在群山背面升起的时候，21世纪以其开放性的审美性掀开了新的一页，多维化拓展和创造性思维已成为我们跨世纪的精神旗帜：而激烈的市场竞争，更把图形标志推到了一个新的发展阶段，因为这种图形的视觉语言比文字语言表达思想传递更快速、更直接。

特别是在市场竞争日趋激烈的今天，它不再仅仅是依附于产品的识别符号，而成为表达企业理念与企业文化的载体，对良好的企业形象与品牌形象的创造有着举足轻重的作用，它也从某种程度上反映了一个国家经济、科学技术和文化的水平。

本书借鉴了国内外大量成功的作品为实例，依照形式美的法则，从剖析基础知识入手，对标志构成的特征、形式、分类、功能等进行归纳，并用图文并茂的方法加以详细说明，生动、具体地帮助读者了解中外标志设计的历史及发展趋势，并掌握有关标志设计的准则、表现、程序、形象的运用等，提高设计者的标志设计能力。

此书内容上、匀浅入深，力求有助于不同层次的设计者的学习与交流，探索了一条科学而系统地富有中国特色的标志设计之路。

<<标志设计>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 标志的定义与基本特性 第二节 标志的形式与分类 第三节 标志的功能与作用
第二章 标志设计的历史及发展趋势 第一节 中国标志设计的历史 第二节 外国标志设计的历史 第
三节 标志设计的发展趋势第三章 标志设计的准则与美感特性 第一节 标志设计的准则 第二节 标志
设计的美感特性第四章 标志设计的表现 第一节 标志设计的形式法则 第二节 标志设计的构成方法
第五章 标志设计的程序 第一节 标志设计的理念 第二节 标志设计的程序 第三节 标志设计中的商
标图形的规定与禁忌第六章 标志设计中的象征形象及其运用 第一节 与宇宙星球有关的象征物 第
二节 与人体有关的象征物 第三节 与自然景物有关的象征物第七章 名牌标志设计与经典设计案例分
析 第一节 标志设计与名牌战略 第二节 经典设计案例分析优秀标志设计范例欣赏参考书目

<<标志设计>>

章节摘录

四、广告宣传的作用 在商品交换过程中,已为人熟知的品牌特别是名牌,就是优质和实力的象征,已取得消费者的信任与好评。

这样的标志就是消费者的认购证,加上标志图形易制作推广,是一种浓缩的广告形式,发挥着独特的宣传作用。

各个品牌的标志,能以优美的图形、亮丽的色彩和深厚的寓意象征着产品的质量与特色。

吸引着消费者,刺激着消费者的购买欲望。

因为一个设计成功的标志,可增强产品的美感,提高产品的自身价值,体现企业的整体形象,从而扩大产品在消费人群中的影响力和号召力(见图1-3-4)。

五、美化产品的作用 标志作为企业或产品的象征,在设计上是否简洁明快、具有美的感染力,会直接影响企业及产品的信誉。

一个成功的标志,如果设计得独特新颖、简洁明快,图形优美,就会具有很大的艺术感染力,引发人们对企业、产品的好感。

例如在奔驰、宝马等汽车的车身上配以精美的标志,不仅宣传了标志,也美化了名牌产品自身,增强了商品的魅力。

相反,一个设计十分粗糙难看的标志,将会引起消费者对产品质量的怀疑,降低产品在其心目中的地位,影响产品的销路。

当然,质量低劣的产品,即使标志设计得再精美,也不会有竞争力(见图1-3-5)。

六、国际交流的作用 在国际贸易交往中,一个没有品牌商标的商品是无法进入国际市场的,即使能进入国际市场,由于没有商标,也难以在市上占据一定的位置,树立品牌的信誉,更得不到法律的有力保护。

例如,我国出口到日本的“英雄”金笔,被日本某商人抢先注册后便占据了市场。

因为这位商人要求经营“英雄”金笔的其他日本商社,每进口一支“英雄”金笔必须向他交纳40元的费用。

特别是现在我国实施对外开放政策,随着市场经济的进一步推进,我国对外经济交流将会不断扩大,出口的商品也会越来越多,正确使用标志和在国外及时申请办理商标注册,将有助于提高我国商品在市场上的地位,保护和发展我国的对外贸易(见图1-2-6)。

七、法律保护作用 五、宋朝时期的标志 到了宋代,标志形式更加多样化,除纯文字标志外还有图文并茂的标志,这一点从现存于中国历史博物馆的一个宋代制针铺的雕刻铜版就能证实(见图2—1—6)。

这块雕版上面刻有“济南刘家功夫针铺”字样,正中为一个抱着针的白兔图形,左右两边均写着“认门前白兔儿为记”。

该标志是至今我国发现的最早印刷在包装纸上的标志,像这种图文并茂的标志形式,使标志设计的形式又向前推进了一步。

标志中的文字和图形,除代表商品质量或特点外,还寓有祝福、喜庆等含义,如药铺用“鹤鹿同春”、“寿星”,金银首饰店用“和合”、“如意”为记的吉祥图案,以迎合和满足大众的心理和情感上的需求。

此外,纯文字的标志形式仍然在广泛应用,如北宋名窑龙泉青瓷的产品在其底部都注有“永清窑记”的印记。

同时有些作坊在标志中除了注明生产者的铺号外,还在标志中表明产品的质量及真伪,如湖州石家铜镜,就有“真石家念二叔照子”两种不同的印记。

在“石家”前面附加上“真”或“真正”字样,以表明自己产品的真实性。

这种以竹坊、店铺字号为标志的做法及标志的形式,自北宋以后,经过南宋、元、明——、直延续到清代,基本上没有太大的变化,直到鸦片战争(1840年)后,由于大批洋货在中国市场上倾销,才使情况发生了转变。

六、洋货和洋商标 中国政府开始办理商标注册始于1904年,当时清政府颁布了《商标试办章

<<标志设计>>

程》，此章程是由总税务司英国赫德（Robert Hart，1835-1911）代拟的，并由外国人控制下的海关执行。

此后，北洋军阀政府和国民党政府，也曾设有商标管理机构，颁发过商标法令。

帝国主义列强最初是利用通商口岸输入洋货，进而以租界为基地设厂制造洋货。

为了保护他们的利益，其产品都注册有各自的标志，在中国城乡大肆倾销。

洋柄志上的图形，也都为夸耀殖民者耀武扬威的形象，如当时英美烟草公司出品的“强盗牌”香烟图为一个手持利刃眼露凶光的彪形大汉。

五卅惨案后，慑于中国人民的反帝情绪，便改为中文“老刀牌”，但图形形象仍然是帝国主义者的海盜自画像。

又如留着翘胡子的日本军国主义者形象的“仁丹”标志，也通过招贴等广告形式四处张贴和散发。

4. 综合法 综合法即同时采用以上两种或三种的方法。

图4-2-11标志由“O”“F”和“C”三个字母组成，每个字母可以看成是某一几何形体的减缺，然后又镶嵌在一起。

下图标志由一字母群组合而成，每个字母均为正方体的减缺。

根据位置的不同在视觉上，有些正方（本的相互衔接，从而可造成反转实体的错觉。

（三）技法 标志具体的表现技法主要用线条、光影、透视、表绘、凹凸立体、错觉和非欧几何图形7种方式。

现分述如下： 1. 线条 线可以看做是点移动的轨迹，线富于变化，对动、静的表现力最强，为造型中最富表现力的要素。

立体的很多特征，都可以概括为线的表现。

图4-2-12标志为“T.T”两个字母，立体用格线修饰，两个“T”字的部分互为借用。

如果把类似的图形进行换色，则得出用白色线条，表现黑色立体的形式。

2. 光影 一般情况下，立体造型需要在具有特定光源的条件下观赏，由于光的方向、角度不同，必然在立体表面产生明暗面，因此，除考虑立体本身的形体关系外，还要进行光影设计，以充分表现它的立体感、明暗度和质感。

图4-2-13标志为字母“G”。

它的光源来自正上方偏左，基本上为正光，主要突出正面，这种光给人以雄伟高大的感觉。

3. 透视 本透视指形体透视，形体透视是根据光学和数学的原则，在平面上用线条来表示立体内部结构，按照灭点的不同，形体透视可分为平行透视和角透视两种。

图4-2-14标志为字母“L”，正面的“L”大于背面的“L”并用直线把两个“L”的对应点在纵深方向连起来，连线的灭点位于图案的中心。

4. 表绘

<<标志设计>>

编辑推荐

此书内容上、匀浅入深，力求有助于不同层次的设计者的学习与交流，探索了一条科学而系统地富有中国特色的标志设计之路。

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>