

## 引言

标志设计是一种独具符号艺术特征的图形设计。它把来源于自然、社会以及人们观念中认同的事物形态、符号（包括文字）、色彩等，经过艺术提炼和加工，使之结构成具有完整艺术性的图形符号，从而区别于装饰图和其它艺术设计。标志设计在视觉传达设计领域具有特殊的地位，是视觉传达设计专业的重要课程。标志设计教学涉及图形、消费心理、艺术史、社会学、色彩、材料、系同学等多种专业基础，是学习视觉传达设计必经阶段。

## 学习目标

1. 在不参考任何书籍及资料的前提下，了解标志的定义、标志的意义、标志的分类、企业识别系统的定义及主要内涵。
2. 在不参考任何书籍及资料的前提下，撰写标志设计项目合同书。
3. 在不参考任何书籍及资料的前提下，制定标志设计项目进程表。
4. 在不参考任何书籍及资料的前提下，完成标志设计项目市场调查。
5. 在不参考任何书籍及资料的前提下，分步骤完成标志创意设计。
6. 在不参考任何书籍及资料的前提下，了解标志设计的常见表现手法。
7. 在不参考任何书籍及资料的前提下，对标志设计方案进行精细化调整。

## **标志基础理论导入**

### **学习目标**

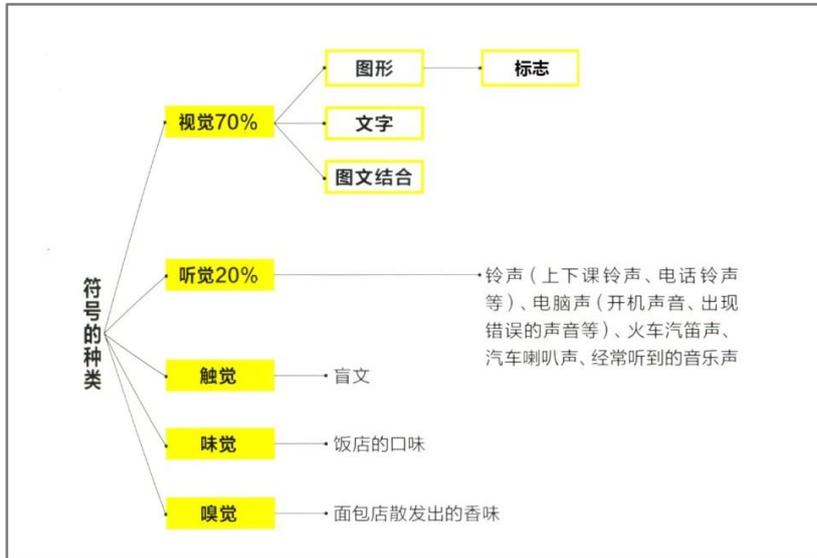
在不参考任何书籍及资料的前提下，了解标志的定义、标志的意义、标志的分类、企业识别系统的定义及主要内涵。

### **学习步骤**

1. 什么是符号
2. 什么是标志
3. 标志的意义
4. 标志的象征手法
5. 标志的分类
6. 什么是企业识别系统
7. 企业识别系统的主要内涵
8. 各识别系统的职能范畴

## 1. 什么是符号

作为人类认识事物和信息交流的媒介，广义的符号包括了视觉符号系统、听觉符号系统、触觉符号系统、味觉和触觉符号系统。其中视觉、听觉为人类接受外界信息的两大重要系统。据统计人通过视觉所获得的信息占全部所获信息的70%左右，另外有20%来自听觉，其余的来自其他感觉器官。由此，视觉符号系统是人类获得信息的最重要系统。剖析视觉符号系统，可以发现其主要由图形图像符号、语言文字符号以及这些符号不同的编排组合构成。



## 2. 什么是标志

标志作为一种特殊的图形符号，有着传达信息的功能，人们可以通过标志对某一事物产生印象、认同和记忆。**标志就是代表特定的事物，具有象征意义的图形符号。**

## 3. 标志的意义

无论是个人还是群体，城市还是地区，国家还是民族，每个个体都希望通过独特的形象被别人认识和认同。标志是一种形象的缩影，是一个人、一个群体或一个企业价值观、地位与实力的象征，是品牌核心的视觉外延。

## 4. 标志的象征手法

**标志是一种象征艺术**，由具体事物来表现抽象的精神内容，例如用鸽子和橄榄枝象征和平；用红色象征激情等。这些具有特定意义的象征不用加以说明就能被受众理解。抽象事物也有被象征的可能，比如方形象征稳定、圆形象征圆满、三角形象征尖锐向上。因此，象征主义是一种通过感觉、情感等象征手段表达看不见、摸不着、无法通过语言传达的抽象意义和内容的表现手法



## 5. 标志的分类

标志主要有三大类：政府和组织标志、公共指示标志、品牌标志。

### (1) 政府和组织标志

政府的标志，代表着国家、地区、政党、各类组织机构，具有特殊的意义。



宗教、组织、会议、活动、运动会等标志，具有各自的象征意义。



(2) 公共指示标志：用于各类公共场合的标志，比如交通标志，指示标志等，具有引导作用。



(3) 品牌标志：指企事业单位为从事经营活动、树立企业形象而设计的标志。



品牌标志是企业十分重要的无形资产，是企业识别系统的核心灵魂，是核心价值、企业地位的符号化体现。

## 6. 什么是企业识别系统

Corporate Identity System (简称 CIS)

是企业（或事业单位、社会机构）为塑造自身形象，通过统一的视觉设计建立起的整体传达沟通系统。通过这种系统设计，把其经营理念、企业文化和经营活动传递出去，以体现企业的个性和精神，加强企业的社会沟通。它的职能是使公众产生认同感和与企业共同的价值观。

企业识别系统主要由企业理念识别（Mind Identity System，简称 MIS）、企业行为识别（Behavior Identity System，简称 BIS）、企业视觉识别（Visual Identity System，简称 VIS）三个部分构成。这些要素相互联系，相互作用，有机配合。

## 7. 企业识别系统的主要内涵

**企业理念识别：**一个企业具有独到的经营哲学，企业宗旨，战备目标以及道德风貌而区别于其他企业的特征。

**企业行为识别：**是企业理念识别系统的外化和表现。是一种动态的识别形式，它通过各种行为或活动将企业理念贯彻执行。

**企业视觉识别：**企业所独有的一整套识别标志，它是企业理念的外在的、形象化的表现，理念特征是视觉特征的精神内涵。



## 8. 各识别系统的职能范畴



## **标志设计项目流程 1**

### **拟定设计合同**

#### **学习目标**

在不参考任何书籍及资料的前提下，撰写标志设计项目合同书。

#### **学习步骤**

1. 撰写合同时需明确的协议内容
2. 补充概念：甲方与乙方的设定
3. 实战项目练习：拟定项目合同

一般开始一个设计项目的第一步都是从签订设计合同开始的。在前期与客户进行沟通接触后，双方就设计任务达成口头的合作意向后，便着手开始拟定书面合同，以签订正式协议或合同来保证双方利益。在拟定合同时，需要就以下几点协议内容协商达成共识。

- A . 设计项目、设计要求
- B . 设计周期、完成时间
- C . 沟通方式、人员配备
- D . 方案提供方式和数量
- E . 设计费用、付款方式
- F . 三未尽事宜的处理方法等

合同一般一式两份，双方签章后各持一份。

#### **补充概念：**

甲方：一般是指提出目标的一方，在合同拟订过程中主要是提出要实现什么目标。

在合同过程中，甲方主要是监督乙方是否完全按照要求提供自身需求的满足。

乙方：一般是指完成目标，在合同中主要是提出如何保证实现，并根据完成情况获取收益的一方。在合同执行结束后，甲方一般需要付出资金或者其他，以获得自身需求所需要的东西。

## 实战项目练习 1 – 拟定项目合同

根据给定的协议内容，模拟一份“上海艺得设计公司”与“上海工商外国语职业学院”签订的艺术设计系系标设计合同，项目时长 3 个月，从 2013 年 9 月 10 日起至 2013 年 11 月 10 日至，约定报酬 5 万元整。

### 设计合同

甲方：上海工商外国语职业学院

乙方：上海艺得设计有限公司

依据《中华人民共和国合同法》的规定，经双方一致协商签订本合同。

一．合同设计内容：上海工商外国语职业学院艺术设计系系标设计

二．工作条件和协作事项

甲方应提供量够的技术资料、数据和必要的工作条件，经乙方确认后，乙方启动设计工作。

三．本合同履行期限

本合同有效期为：2013 年 09 月 10 日至 2013 年 11 月 10 日。

四．验收标准和方式

项目设计完成本合同第一条的内容及要求，甲方组织人员对项目设计方案进行验收，

验收时间为 2013 年 11 月 01 日。

验收所需费用由甲方承担，由甲方出具验收证明或书面意见，乙方应按甲方所提出的意见在商定日期内进行修改。

逾期一个月甲方不组织验收，视为已验收。

五．报酬及其支付方式

1．本项目报酬共 50000 元人民币(大写：伍万元整)，由甲方提供。

2．支付方式：分期付款

第一次支付 50%，即 25000 元人民币(大写：贰万伍仟元整)，

时间：合同签订后三个工作日之内，乙方在甲方付款后启动工作。

第二次支付 50%，即 25000 元人民币(大写：贰万伍仟元整)，

时间：验收后三个工作日内。

六．设计成果的归属和分享

1．甲方拥有该项目设计作品的所有权、使用权和著作权。

2．乙方拥有该项目设计作品的著作权相署名权。

3．甲方在未付清所有委托设计费用之前，乙方设计的作品著作权归乙方，甲方对该作品不享有任何权利。

甲方在余款未付清之前擅自使用或者修改使用乙方设计的作品而导致的侵权，乙方有权依据《中华人民共和国著作权法》追究其法律责任。

七．违约责任

1．甲方违约，应承担违约责任，甲方除继续履行合同外还应支付违约金，违约金额上限为合同额的 10%。

2．乙方违约，应承担违约责任，乙方除继续履行合同外 还应支付违约金，违约金额上限为已支付金额的 10%。

八．纠纷处理

甲乙双方如因履行本合同发生纠纷，应友好协商解决，当事人不愿协商、调解或者协商、调解不成的，

双方商定，申请仲裁委员会仲裁。按照申请仲裁时该委员会实施的有效仲裁规则进行仲裁。

仲裁裁决对双方都有约束力。

九．其他

1．双方均对对方提供的技术情报、资料等承担保密义务，无论本合同是否变更、解除、终止，本条款长期有效。

2．本合同一式两份，合同附件为本合同一部分，自双方授权代表签字盖章，及第一笔经费到位之日起生效。

3．工本合同甲乙双方各执一份，具有同等法律效力。

4．对本合同任何条款的修改、补充或变更，双方必须签订书面协议并签字盖章后方可生效。

甲方（盖章）

甲方代表签名：XXX

地址：上海市XXX路XXX号

电话：XXXXXXXX

日期：2013年9月1日

乙方（盖章）

乙方代表签名：XXX

地址：上海市XXX路XXX号

电话：XXXXXXXX

日期：2013年9月1日

## **标志设计项目流程 2**

### **制定设计规划**

#### **学习目标**

在不参考任何书籍及资料的前提下，制定标志设计项目进程表。

#### **学习步骤**

1. 标志设计的各个阶段
2. 实战项目练习：制作项目进程表

在签订合作意向书后，就可以开始正式的设计项目。

一般标志设计项目可分为以下几个阶段

**第一阶段：市场调研**

在这一阶段，设计团队的任务主题是通过市场调查，对当前市场需求、目标人群、竞争对手及环境进行分析研究，为更好的设计提供依据。

**第二阶段：创意风暴**

在设计者明确了设计目的基础上，通过与委托方充分的沟通，根据调查分析的结果和相关信息的收集，确定标志设计的大概方向及绘制草图。

**第三阶段：前期发布**

对之前的市场调查分析经过，及从市场调查结果和与客户沟通中得出的设计方向，以及为了展示设计方向所绘制的草图进行发表，从而得到客户对于设计方向的确认以及修改的反馈意见。

**第四阶段：软件表现**

对于客户比较中意的若干设计方向进行深入的设计，运用各种软件明确标志的大小、图形、颜色等设计要素。

**第五阶段：中期发布**

对所做的多个不同方案进行发布，听取客户修改意见，由客户确定最终设计方向。

**第六阶段：设计深入**

客户明确最终设计方向后，对此设计方向进行精细化设计，包括配色设计、字体设计等

**第六阶段：终期发布**

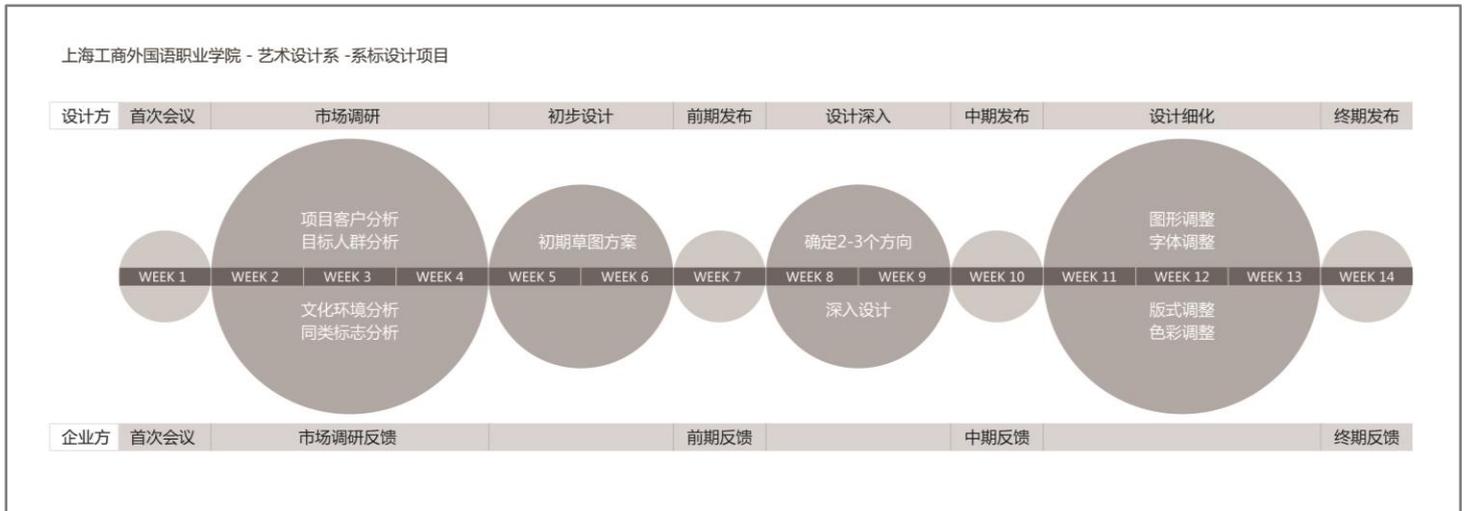
对之前的整个设计流程及最终的设计方案进行发布，由客户验收。

在开始第一阶段之前，Team leader(项目负责人)首先要确定参与这个设计项目的所有团队成员，以及项目各个阶段的重点难点、所需要的时间及人员配备。因此，在正式开始设计项目之前必须先制定 Project Schedule ( 项目进程表 )，对整个项目作一个整体的规划。

## 实战项目练习 2 – 制作项目进程表

### 制定上海工商外国语职业学院艺术设计系系标设计项目进程表

注：此项目用于教学过程中的实际演练，因此设计进程以周为计算单位，实际设计公司项目进程应当精确到天。



## 标志设计项目流程 3

### 市场调研

#### 学习目标

完成标志设计项目市场调查。

#### 学习步骤

1. 什么是市场调研
2. 市场调研的主要内容
3. 市场调研的常用方法
4. 经典案例导入：客户访谈时如何设定问题
5. 经典案例导入：如何将市场调研结果运用到设计中
6. 实战项目练习：相关标志设计市场调研

## 1. 什么是市场调研

所谓市场调研就是设计师在合同签订后,开始收集有助于构思创意的信息。设计团队的任务主题是通过市场调查,对当前市场需求、目标人群、竞争对手及环境进行分析研究,为更好的设计提供依据。

## 2. 市场调研的主要内容

### 2.1 项目客户分析

所谓的项目客户分析,也就是对项目的委托方进行分析,主要包括以下几点:

(1) 委托方委托设计的原因:委托方之所以委托设计标志是因为企业合并、扩大经营范围、创新品牌上市、高层领导更换、原有标志时代感不够等或者其他原因。

(2) 决策层意愿:决策层心目中的设计目标和理想的标志形象。

(3) 员工共识:内部员工对设计方向的意愿、共识是否有倾向性。

(4) 项目理解:通过与委托方沟通,增进对项目的理解,如企业历史背景、经营宗旨、市场定位、发展目标等。

### 2.2 目标用户分析

用户的思想决定用户的行为,一切行为总是由具体的需要或欲望引起的。在设计中对用户进行分析,将有助于确立产品的目标用户,使设计目标明确,产品适销对路,达到商品化的目的。

(1) 用户定义:对已有用户和可能发展成用户的潜在消费者进行定义,包括对目标人群的性别、年龄、地域、文化程度、工作属性、社会地位、收入层次、消费能力、消费习惯等方面进行分析。

(2) 设定一个虚拟的典型用户:根据以上的分析归纳,设定主力消费群的审美喜好、价值取向、产品需求等。即这样的消费群体需要什么样的东西,喜欢什么样的东西,什么样的东西是有价值的,为创建设计方案提供基础。

### 2.3 竞争对手分析

对企业的国内外同行和竞争对手标志的全面了解,是设计出识别性强、利于竞争的标志的前提。为了有效分析竞争对象,首先要明确本产品的竞争者是谁?然后对他们的标志进行收集、整理、分析,总结出他们的优缺点。最后取长补短,设计出有超越性的标志方案。

### 2.4 环境分析

指用户所在环境进行分析,比如区域的传统文化特征镜,风俗习惯、伦理道德、价值观念等。

## 3. 市场调研的方法

可以通过去图书馆查阅图书获得定量信息和定性信息,但是如果不能获得所需要的信息,也可以采用以下这些调查方法。

(1) 媒介检索:通过互联网、书籍、报纸、杂志等媒介去搜集、寻找、挖掘。

(2) 客户对象访谈:与客户的访谈十分重要,商业设计与纯艺术的不同之处也主要在于此,设计是有针对性的艺术服务,所以那种只凭借设计师盲目的灵感设计出来的方案很难准确地体现客户的理念、价值观与独特性。访谈的对象包括客户机构中的各级领导、职工、经销商、直接和间接的销售对象等,其中企业、机构中最高领导的意见等。

(3) 参观学习:参观学习也是一种非常好的调研方法,包括学习企业的专业知识,建立对产品性能外观、园区环境的感观印象,掌握一手资料,搜集分析现有产品设计、推广情况的实物等。

(4) 问卷调查:问卷调查是社会调查的一种数据收集手段。文件调查首先要确定需要调查的

问题 然后将这些问题标志成书面的问题表格 ,交由调查对象填写 ,最后收回表格进行整理分析 ,从而得出结论。

(5) 抽样调查 : 抽样调查就是从群体抽样中获取信息以推测整体。要对目标群体的动机、行为和愿望有所了解 ,往往需要对该群体进行详细研究。由于不可能测验目标人群中的每个成员 ,所以通常会选定一个抽样组。抽样组通常是由 5 至 10 人组成。他们都拥有目标群体的共同特性 ,并且可以进行一对一的采访、问卷调查和小组讨论。样本应尽可能的代表所研究的总体人群 ,并且应该通过明确定义这一群体最重要的属性来进行选择。这些属性可能包括年龄、教育程度、种族和社会经济类型等。

(6) 除此之外 ,还有以下几种调查方式。

统计调查——从大量数据中收集定量信息。

民意测验——采取抽样调查法去评估公众意见。

定量市场调研——为市场营销手机相关资料。

有偿统计调查——对提供有关消费习惯信息的参与者进行奖励。

综合调查——对定期共享的月度调查进行提问。

## 经典案例导入 1 – 客户访谈时如何设定问题

假定你将为一家肉品包装的制造商设计培根广告，在进行客户访谈时，你会问哪些问题。要求问题越详细越好。

到底什么是培根？  
用的是什么样的猪肉？为什么？  
你的竞争对手用的是哪种猪肉？  
为什么喂猪吃玉米、乳洁、花生及残羹剩菜？  
玉米、乳洁、花生及残羹剩菜是从哪儿来的？  
什么样的玉米？  
什么样的乳清？  
什么样的花生？  
什么样的残羹剩菜？  
每种各吃多少？为什么？  
竞争对手的猪吃的是同样的东西，以同样的方式喂养吗？  
你可以查明吗？  
你用的这些猪有在州竞赛上得过奖吗？  
得过多少奖？  
比你的竞争对手得的奖更多吗？  
你可以查明吗？  
谁帮你养猪？  
猪在什么样的地方生长？  
温度、湿度及灯光是不是都有一定的要求？  
怎样将猪运到市场？  
运到市场时几岁了？  
运到市场时几公斤？  
这些和你的竞争对手有什么不一样的地方吗？  
你的猪和竞争对手的猪有什么不一样的地方？  
培根是怎样做的？  
用什么切培根？  
为什么切这种厚度？  
为什么切这种长度？  
为什么切这种宽度？  
所含脂肪和水分各是多少？  
为什么不能更低？  
和竞争对手的培根有什么不同？  
什么时候可以去拜访你的包装厂，和工人交流一下？  
为什么要腌培根？  
腌多久？  
为什么用木头熏？  
怎么熏？  
用什么样的木头熏？为什么？”  
这些方法和你的竞争对手有什么不一样？

为什么要这样包装培根？  
培根若不新鲜怎么看出来？”  
为什么这种培根比另一种好？  
培根最理想的脂肪和肉的比例应该是多少？为什么？  
你的培根脂肪和肉的比例是多少？  
你的竞争对手呢？  
你试吃过你的培根吗？  
若你的培根可以改变的话，你会改变哪些地方？  
调理培根的最佳方式是什么？  
为什么煎比煮还好？  
为什么要由冷锅开始？  
我妈会先把培根弄白后再煎，这样做好吗？为什么？”  
有培根的书可以借我看吗？

## 经典案例导入 2 - 如何将市场调研结果运用到设计中

以青蛙公司的标志设计过程为例,具体说明设计者根据调查分析的记过和收集到的相关信息确定标志设计大致方向和目标的方法。

### 1. 青蛙公司简介

青蛙股份有限公司是一家著名的产品设计公司,同时也是世界最著名的咨询公司之一,公司由德国设计师 Hartmut Esslinger 于 1969 年在美金的硅谷创办。

目前,他们主要涉及三个不用但又互相关联的领域:电子品牌、电子媒介和电子产品。通过多元化、统一化的经营策略模式,以期达到改变一贯企业形象的效果,这被称为电子经济领域里的创新整合。

公司的设计方案遵循 Louis Sullivan 的著名论断“形式服从于功能”和他们一贯的设计理念“形式服从于思想”。公司的产品都是在以人为本,从考虑用户需要的基础上开发的。发展至今已扩展到三个国家,最近,在旧金山和纽约将开设新的分部。

### 2. 旧标志概念太过局限

公司的原有标志是由一只绿色的青蛙和“frogdesign”的红色文字组合而成的图像,已有 30 年的历史。直到 1997 年,由于公司规模扩大,公司觉得青蛙设计概念太过局限,需要重新设计一个更加合适的新形象。



### 3. 新的形象的设计过程

公司重新调整了内部的设计部门,组建了以 Gregory Humm 为首的设计小组,指派他们设计可以体现公司大规模多元化经营模式理念的新的 CI 形象。

为了表达公司从过去单一的产品设计企业发展成为一个综合全面服务产业的演变历程,标志上的“frogdesign”更改为“frog”误导了许多客户,公司业务因此受到限制。Gregory Humm 对此的观点是:“设计通常被理解为一种通过色彩、形式所做的表面文章,事实上设计还应该意味着分析和解决问题。”自从公司涉足商业等领域,“design”这个词就已经显得太过局限。

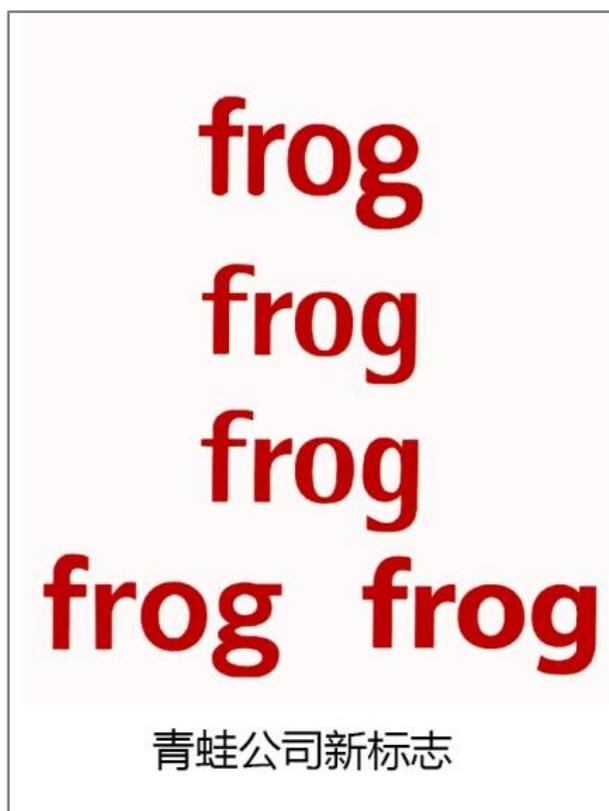
**方案一：**

最初的一些字图组合的设计提案引导产生了一些有关发展的灵活性概念。但没过多久，这些设计思路就显得太过浅显。



**方案二：**

最后讨论决定，新的标志还是以字体的形式出现。并进行了大胆的尝试，公司吉祥物“弗瑞德琳”不再显著地出现在公司的广告或标志上。设计师 Gregory Humm 对此的解释是：“弗瑞德琳不再负担形象识别的重任，而是在 CI 系统中扮演全新而神秘的角色。”



**最终设计方案：**

整个设计过程耗时近两个月，新标志于 1998 年的春季推广面试。

标志为 4 套色，英文 frog 的 4 个字母用 4 种颜色表示，绿色象征公司的传统，其他三个颜色是 CI 形象系统中个元素的整合，活跃而委婉地阐明了整体的概念。

同时公司认为色彩的感觉是极其个人和主观的，每个员工都可以选择自己喜欢的色彩来做他们的名片。这一理念使得公司的每位员工都自主地参与了进来。



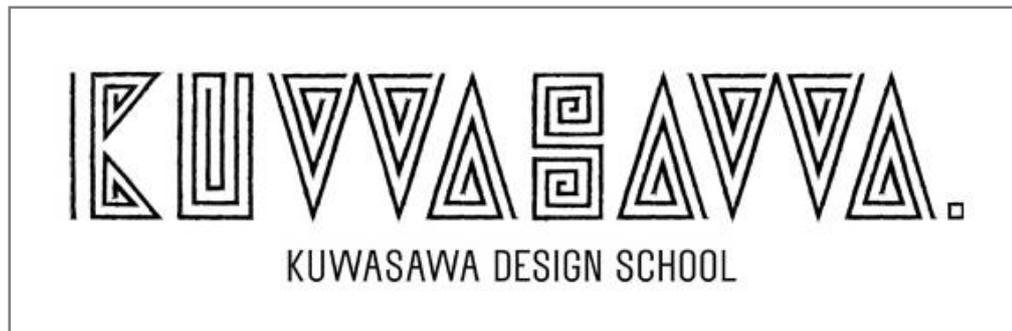
## 实战项目练习 2 - 相关标志设计市场调研

对与“艺术设计系”相关的国内外艺术类高校标志进行收集、归纳与分析。

### 1. 以学校名称为主要设计元素

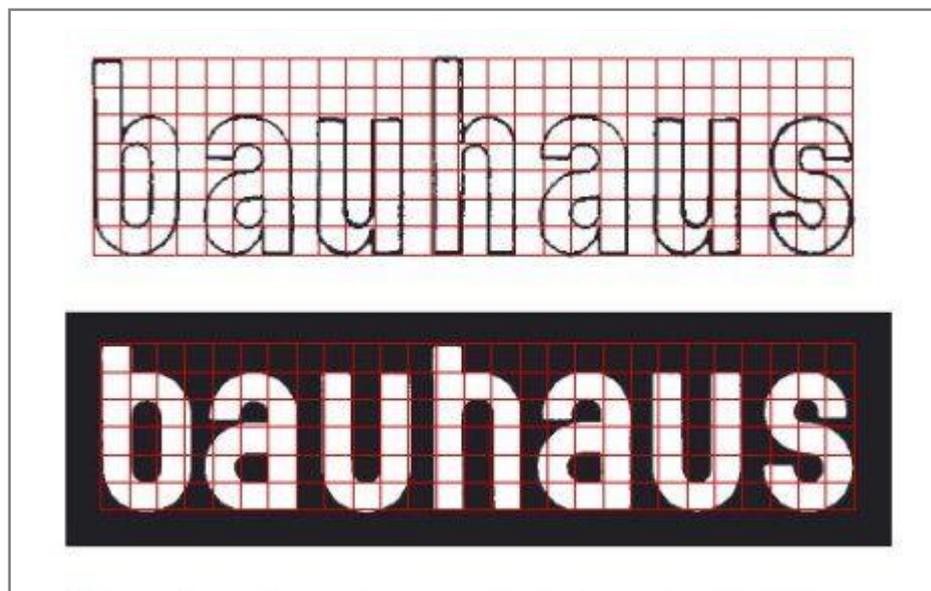
此类标志的优点是可发音，视觉效果与听觉效果同步进行，强调名称的诉求，能给人增强印象。

#### (1) 学校全称



桑泽设计研究所是由日本著名现代设计师、设计评论家桑泽泽子创立的二年制设计专门学校。以包豪斯的机能性、合理性作为办学的基本理念，使学生能学到最先进的设计知识和技术。1966年在东京又设立了一所东京造型大学。

桑泽设计研究所标志以学院全称为设计切入点，运用接近于图腾的图形拼接表现，体现出学院的学生善于联想，创意思路开阔。相对于环抱的图形也传达出了这是一个团结、积极向上的团体。



包豪斯学校是一所德国的艺术和建筑学校，讲授并发展设计教育。

该学院的标志设计紧扣此学院的设计以及行事风格，准确的表达出了学院设计以强调标准，用以打破艺术教育造成的漫不经心的自由化和非标准化。设法建立基于科学基础上的新的教育体系，强调科学的、逻辑的工作方法和艺术表现的结合。以上几个要点，已经将教学的中心从比较个人的艺术型教育体系转移到理工型体系的方向上来，表达出学院的设计更适合于工业化大生产。

(2) 学校首字，包括中文或英文



武藏野美术大学的前身是 1929 年创立的帝国美术学校。

该学院标志由学院名称首字母变形组成，并在细节方面做出了修改，使得标志整体自成方圆又不失细节处理。

(3) 学校名称中比较有特征、有趣味的字



中国美术学院是当今国内学科最完备、规模最齐整的综合性美术学院，是中国最早的美术大学之一，也是最早实施设计学的高等学府。

该学院标志是有学院名称中的重点字变形而成，该标志给人的第一感觉是现代，方正简洁的

形态富有现代气息。同时该标志很接近汉字“国”，只是把两边的竖去掉了，增加其中的含义，隐含了中国美术学院的中的“国”，既反映出“中国”的含义，也反映出与其他学校的区别。此外，可能还有“美，没有国界”的寓意，将“美”的点笔画简化为横，“国美”是“中国美术学院”的简称。该标志整体方行加上笔画的效果使人联想到印章，印章包含了中国独有的书法和篆刻的文化含义在其中。



南京艺术学院是中国独立建制创办最早并延续至今的高等艺术学府，中国六大艺术学院之一，江苏省唯一的综合性艺术院校。

该标志设计由南京艺术学院的名称作为设计元素设计的，选取汉字“南”和“艺”进行同构，组合后能清晰分辨“南”、“艺”二字，整体标志由“南”字作为稳固的外框，类似于甲骨文的“艺”字包含其中，使得直线与弧线相结合，同时表现出学院严谨的治学之风和活泼向上的学术气氛。

## 2. 以历史、传说为设计题材

以学校的独特历史背景、优良传统、典故或杜撰的神话为题材，以增加历史感、文化感和可联想性。



英国皇家艺术学院成立于 1837 年，世界最著名艺术设计学院之一，也是世界上唯一在校生全部为研究生的艺术设计学院。

该学院标志就以象征皇室狮子与独角兽的形象为设计元素。

### 3. 以学校独特建筑外观、所处环境为题材



罗马美术学院是意大利著名的艺术院校。其标志设计极具地域建筑特色，象征着罗式建筑的穹顶。



湖北美术学院标志采用的是湖北美术学院校门图案的剪影，标志采用一贯的圆形符号作为设计形式，标准字则采用书法字体。

## **标志设计项目流程 4**

### **绘制草图**

#### **学习目标**

分步骤完成标志创意设计。

#### **学习步骤**

1. 草图绘制时的注意事项
2. 经典案例导入：悉尼奥运会标草图设计的几个阶段
3. 实战项目练习：系标设计草图方案表现

大多数设计师通过画草图把想法快速地记录在纸上。草图能够非常直接地传达出一个设计或一个元素地视觉观念，可以利用于设计进程的许多方面，详细的草图也可以成为打样的基础。

### **1. 过早使用电脑画草图会使形态呆板、图形僵化，让思路迟钝、受限制**

草图是构思实现的途径，草图主要通过手与脑的互相协调一起完成的，草图具有丰富的情感和随意性，因此，手绘草图有利于及时记录下一闪即逝的创作灵感，让创意思路更加流畅，让创意间互相启发。不应过早使用电脑画草图，那样会使形态呆板化、图形僵化，让思路迟钝受限制。根本不画草图，直接就在电脑上设计，那是更不合理的。

### **2. 画草图时要大胆的放手尝试，学会玩“要是.....会怎样？”的游戏。**

这是当设计师想要找到一个不同的方式来呈现产品的利益或者是服务项目时时常玩的游戏。草图开发由几个创意始发点开始，尝试各种可能来展开构思，由点到面诱发更多草图，从不同方向、不同方式反复推敲、完善和挖掘。构思草图越多，众多草图之间相互启发的可能性越大，方案的可选性也就越多。标志的最终方案将产生于选定的、经过深化调整后的草图。

### 经典案例导入 3 - 悉尼奥运会标草图设计的几个阶段

#### 1. 意念开发

在设计的高级阶段，应注重意念的大量开发，不追求固定的设计方向和深入表现。主要是捕捉和记录闪现的灵感，寻求各种可能的设计资源，图形只要自己看得懂就行。

悉尼奥运会标的设计构思最初从“悉尼”、“人类”、“运动”、“能量”等方面着手绘制草图。



## 2. 草图具体化

此阶段是从众多草图里选出的几个进行发展，并加以深化，此时草图必须让人看得出设计多要表达的内容，并有相应的表现手法，以便方案能与他人进行沟通，尤其是与客户沟通。

会标设计选定“人类”方向，深入绘制设计方案。



### 3. 精致图稿

此类草图是供最终标志定稿用的方案稿，表现与构思基本定型，因此其构思、造型、颜色都应明确。并配之以设计说明。此阶段的草图方案最好采取彩喷或印刷的方式呈现给客户。

通过组合、变形、使用技法来创造更加精致的设计方案



### 实战项目练习 3 - 系标设计草图方案表现

中文全称：艺术设计系

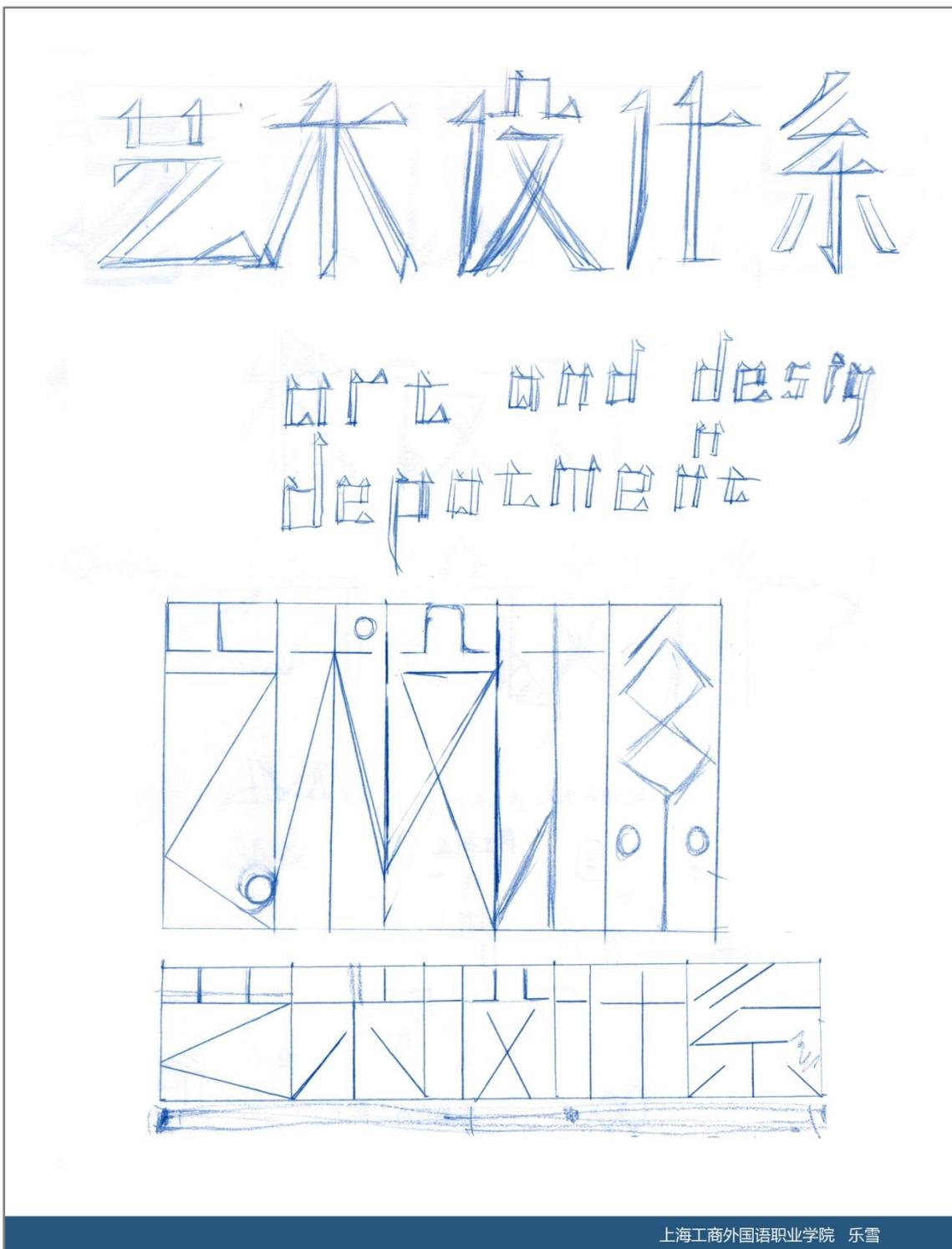
英文全称：art and design department

英文简称：ADD

英文简称“ADD”初步设计方案

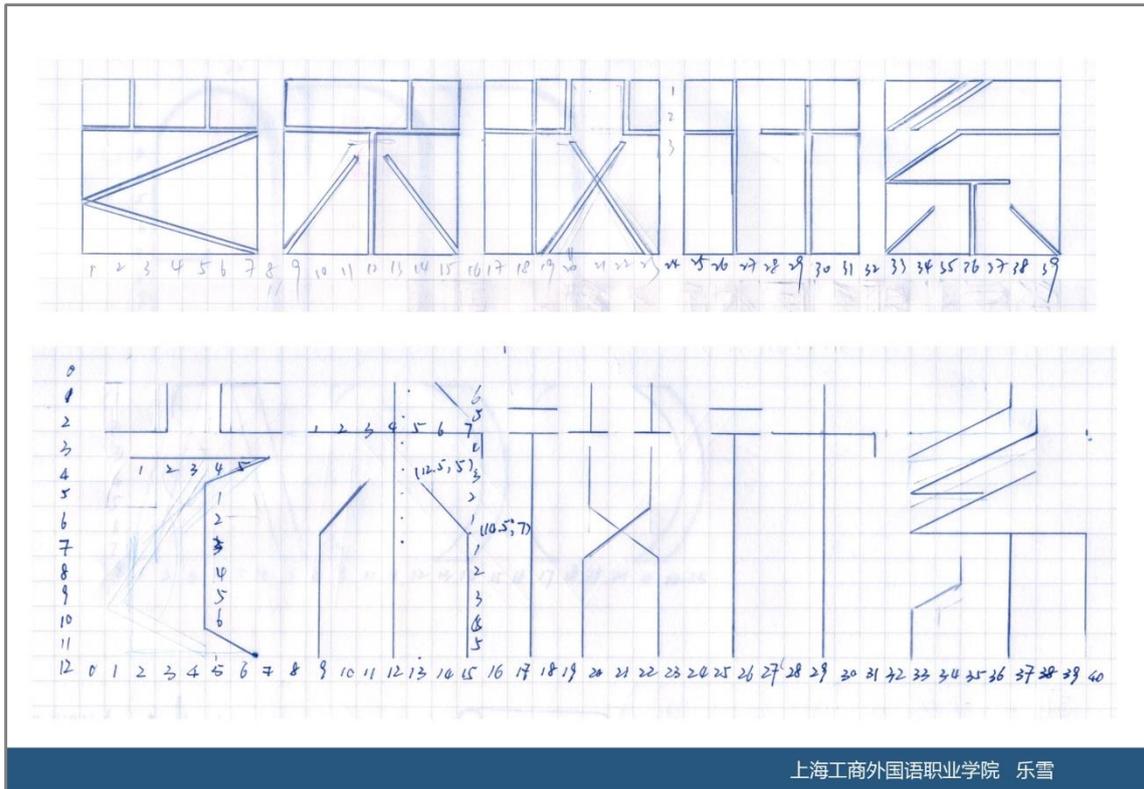


中文全称“艺术设计系”初步方案设计

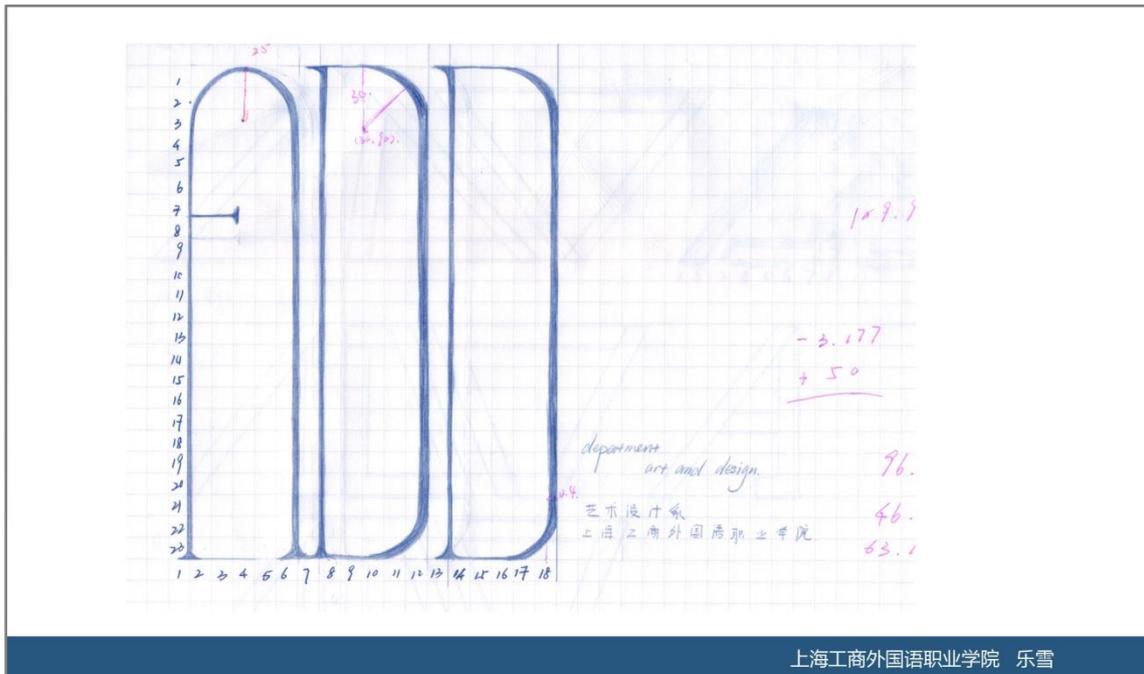


上海工商外国语职业学院 乐雪

### 中文字体方向深入草图设计



### 英文简写方向深入草图设计



## 标志设计项目流程 5

### 软件表现

#### 学习目标

了解标志设计的常见表现手法。

#### 学习步骤

1. 标志设计的常见表现手法
  - 简化提炼
  - 同构综合
  - 变异
  - 波纹
  - 点群
  - 立体
  - 渐变
2. 实战项目练习：系标设计软件方案表现

明确了较为精准的草图方案以后，接着就要运用矢量软件将草图方案表现出来，这里就需要较为熟练的软件使用能力。**建议先修课程：《illustrator 软件应用》**

在草图绘制阶段，设计师要尽可能的发挥自身的想象力和创造力，不受任何限制与束缚地展开联想寻找设计突破口。有了一定的设计构思以后，在软件的表现过程中，在原有的设计基础上还可以运用一些标志设计表现技巧，使原先的设计构思更加的丰富与饱满。以下介绍几种常见方法。

## 1. 简化提炼

标志设计简化的目的是为了更加便捷准确地传播主题信息,使人们在很短的时间内了解它所代表的意义。同时,简化的标志在推广中具有很大的优势,能降低出现使用错误的机率。**简化并不是简单空洞,形式简洁而体现深刻的内涵才是标志简化的关键所在。**

### (1) 几何化

几何化标志会涉及到众多的几何制图原理,比如黄金分割、递增与递减、正多边形、规则弧形(椭圆等)、螺旋线、旋转弧形、等分图形.....在几何化的标志设计中我们又一次看到了艺术与科学家对于我们身处自认的归纳和提取,其中潜藏了人类对于美的理性认识,正是这种来自于自然的理性提取使得几何化标志得以深入人心。



### (2) 单纯化

要想达到形式简洁、内涵丰富的效果,在标志设计中,就要做到元素单纯,结构丰富,要对多种要素进行单纯化、统一化处理要求设计师对标志中各要素的形状、位置、大小、质感、颜色、表现技法等方面进行相同或相似处理。单纯化处理在标志设计中能发挥组合、统一和便于记忆的作用,能有效地减少观者的视觉消耗,让视觉语言更为流畅。



### (3) 利用空白

标志的简化有时还体现在标志中空白处，即通过不完整形或留白手法，让标志产生极简效果的减法处理。标志中空白面积越大，对于非空白形象塑造的要求也就越高。否则，标志可能会出现空洞的感觉。所以，在标志设计“简化提炼”的过程中，要反复提炼，力求做到笔墨和空白的应用都恰到好处。



## 2. 同构综合

同构,即把不同的元素,通过他们形象之间的联系或共同之处巧妙的结合成一个新的视觉形象。同时标志重视整体概念的传达,强调自然而然且合理的结合元素。它不在于追求生活中的真实,而注重视觉意义上的艺术性和合理性。

### (1) 重像同构

利用两种或者两种以上食物形象进行重叠、透叠或拼合集集成形的组织方式。商业设计师采用“重构”的目的一方面市营造新奇、个性的画面,另一方面是通过重构图形传递更多的信息,即一形多意,以此来完善主题概念。另外,商业设计与纯艺术还存在一定区别,纯艺术关心人的灵魂与本质,而商业设计则通过设计手段使受众产生兴趣,进而产生识别与认同,重构正是可以带来这种图形趣味,并使受众感到惊讶,使信息产生联系的有效手段。



### (2) 图底反转 (负像同构)

利用反衬、残像现象,将事物的正形和负形巧妙组合、相互借用,这种形式特别耐人人寻味。正负形应该注意两种图形的相互依存性,由于它们共用一条边缘线,所以图形的推敲显得格外重要。但是一般人们面对一个图底反转的图形时会有一个认识的顺序,就像人们看到斑马一般会认为是黑色斑纹的马而不是白色斑纹。这说明人们在分辨正负图时有一定规律可循:

**处于画面视觉中心的图形一般被认为是主题图形;**

**对称、平行、垂直等规则图形容易被识别;**

**比较常见的事物的图形会被确定为主体图形;**

**相对完整的图形容易被确定为主体图形。**



### (3) 共用形

共用形顾名思义就是在标志图形中若干个单元图形元素共同借用同一部分,并用以形成各自完整的图案。共用形式一种图形元素的构成方法,给人以巧妙、整体、统一的视觉感受。

标志设计中使用共用形方法要注意以下几点。

**共用形的不可分性**,共用形式因为共用多种元素才形成的图形,所以共用形中的各单位有不可分性。

**共用形的价值在于减少单元设计材料**(采用共用形方法的图形面积小于设计材料的面积总和),使图形更加简洁,使创意理念更加清晰准确。

**共用形关键是共用部分的选择**。要根据设计材料的形状、大小找出可共用的部分。可共用的部分可能是一个,也可能有两个乃至更多,包括相同的共用借形,也包括不同部分的共用借形,这就是要进一步比较筛选,确定最佳共用位置。

**通过图形变形手段使图形形成共用状态**,但要注意不能过于主观地对文字、图形强行进行改变变形,避免生硬的组合,要巧妙结合在一起,产生你中有我、我中有你的统一体。



### (4) 元素替代

即偷梁换柱。将事物某部分用其他相似的元素替代,造成一种戏剧感。



(5) 增殖复合

这是一种在现实物象上针对某一部分进行重负添加的组合方式。



### 3. 变异

为了制造标志设计的记忆点,可以在单调的设计形式中制造突破性的变化,使局部因素发生突变,或是局部附加、局部减缺,使标志更为生动,唤起人们的视觉注意力和产生可记忆的亮点。

#### (1) 局部形状变异

**变形**:在三个以上的单元图形中,其中一个形状发生了变化,则可产生变形变异效果。



**增补**:在完整的标志图形在局部增添另一个图形即可产生变异效果。



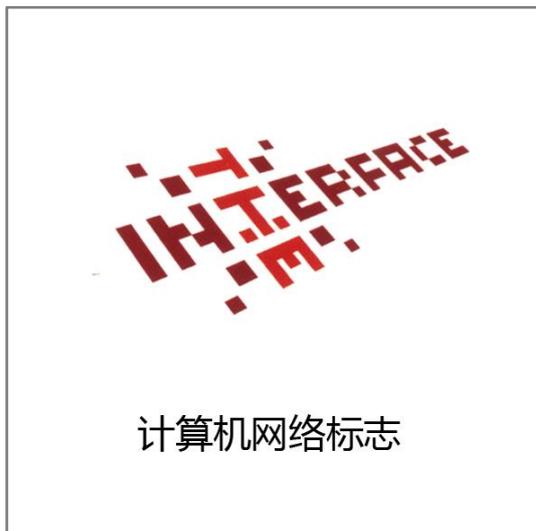
**减缺**:完整的标志图形在局部发生减缺也可产生变异效果。



(2) 局部大小变异



(3) 局部方向变异



#### (4) 局部位置变异

位置变异，顾名思义，就是某一局部位置发生变化而不同于原有规则性的位置。位置变异有位变和剪离两种变异方式。

**位变**：在三个以上的、形状相同的单元中，当某一单元发生倾斜、旋转、脱离、翻转等位置变化时，即产生位变变异。



**剪离**：在标志的相应位置按一定规律剪断分离，则产生剪离变异效果。



#### (5) 局部色彩变异

局部色彩发生变化，不同于总体色彩，称为色彩变异。色彩变异需在一定限度之下，变异部分不应超过一个单元；非变异部分至少是两个单元，一般为三个以上。为了加强变异效果，有时在同一部分采用双重乃至多重变异形式。在标志设计中应用变异造型手段，可以形成一种“平凡中见新奇”的艺术魅力。



CHEERS欢乐酒店标志



儿童服饰标志

#### 4. 波纹

##### (1) 水波波纹

水波的平面造型往往给人一种反转实体的错觉。在标志设计中,经常可以看到各种形式的水波,如尖顶水波、圆顶水波。根据水波的形态、位置和色彩,可分为渐变式、平行式、交错式、反衬式、自由式和综合式等波形。



##### (2) 等线波纹

等线波纹的线条宽度相等,各线条之间的宽度也相等,因此,等线波纹是由一组平行线组成的半虚半实、呈灰色调子的平面。根据着眼点的不同,该平面有时看成白底黑纹,有时则会看成黑底白纹。根据构图需要,等线波纹可以作各种方向的组合。



##### (3) 覆盖波纹

覆盖波纹是一组等线波纹覆盖在另一组由等线波纹组成的图形上,从而形成虚度不同的两种色调。在一般情况下,以虚度低的主图,以虚度高的为背景,但也有相反的情况。



#### (4) 渐变波纹

线条宽度和间隔的渐变



#### (5) 发射波纹

发射波纹式一种特殊的渐变波纹,从发射点开始,波纹呈由窄至宽的渐变。这种波纹具有发光、旋转等各种引人注目的视觉效果。

**按发射点的数量来分:**有单点发射、双发射点、三发射点和多发射点。

**按发射波束来分:**有单束、双束、三束和多束。



#### (6) 交错波纹

把两组等宽波纹交错重叠,即可产生交错波纹。最简单的交错波纹是将两组等宽直线以一定角度重叠起来。不仅直线图形能形成交错波纹,曲线图形也可以形成交错波纹,如果把两组曲线重叠,即可出现波纹图案。直线和曲线的重叠也一样。



#### (7) 穿插波纹

当两组等宽等距波纹插接在一起时,插接的部分会形成密度较高的穿插波纹,根据原波纹的形状、穿插的部位和深度,可以组成各种不同的穿插图像。



(8) 圆弧波纹

**同心圆**：同心圆波纹有平面和立体两种。在平面波纹中，有等线和异线同心圆之分，其中异线同心圆的光泽随视觉角度不同而不断变换其位置。立体同心圆有时可以给人一种实体凸凹反转的感觉。



**弧线**：弧线有各种弧度的弧线，因此弧线的表现力也最为丰富多彩。弧线主要分平面弧线和立体弧线两种。有些平面弧线具有扭动感，立体弧线具有褶皱感、凸凹感和实体反转的感觉。



**螺旋曲线**：涡旋弧线的宽度和间隔相同或类似，则可使产生色彩上的幻觉，即有时觉得是黑色弧线的涡旋，有时又觉得是白色弧线的涡旋。



## 5. 点群

### (1) 大小点群

点群由大小相同的点群和大小不相同的点群。大小相同时，会产生面的效应，像针织网扣一样，是一种半实半虚的面；大小不不同时，会产生动感和空间感。这是由于“点的效应”和近大远小的“透视现象”所引起的。



### (2) 疏密点群

根据构图需要，点群中的点应聚散相宜、错落有致，这样可以给人一种连续或休止的感觉。



### (3) 虚实点群

当大小不同的点按一定的方向和次序排列时，可以产生虚实渐变的感觉。



(4) 色彩点群

点群中的点有时需要在色彩上加以配合，最常见的时黑白点的配合。



(5) 组合点群

点群的组合有同形的组合，点与线的组合，点与面的组合，点与固定图形的组合。



## 6. 立体

### (1) 球状立体的凸凹

对于圆形的复式图案，如果中间单元大，周围单元渐次变小，即可形成球状立体图案，形成“凸”的感觉；但是如果把中间的单元作为视觉的最低层，则又有“碗状的凹”的感觉。



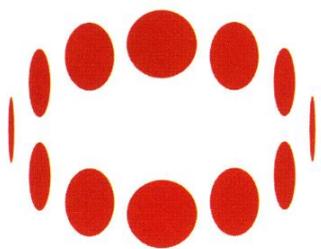
### (2) 矛盾空间

是将两种或两种以上外形可以连接、延伸但空间构造上矛盾的元素组成一体，造成异常的空间感，属非欧几何图形。由于该图形改变了欧式几何的平行公理，因此能够使观者感到奇特而不可思议。



## 7. 渐变

渐变是指有规律的量的变化。从微观上讲，相邻两项的变量可以看作对比，因此，渐变就是对比的排列组合。从渐变的形式上分，可分成平行渐变、内外渐变、垂直渐变、周围渐变、倾斜渐变、螺旋渐变及图形渐变等。



美国艺术中心大学设计会标志  
平行渐变



Hunter  
Roberts  
CONSTRUCTION GROUP  
建筑建设公司标志  
垂直渐变



骨髓捐赠医院标志  
倾斜渐变



美容中心标志  
内外渐变



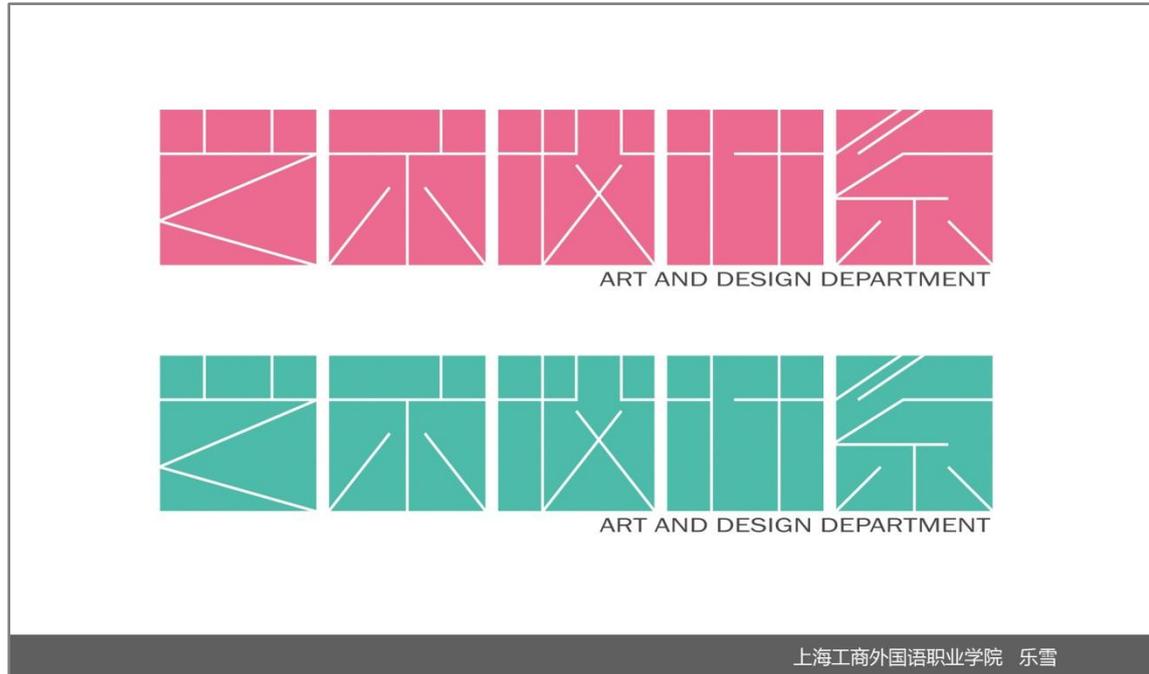
音乐创作公司标志  
螺旋渐变



美国“与儿童沟通”活动标志  
图形渐变

#### 实战项目练习 4 - 系标设计软件方案表现

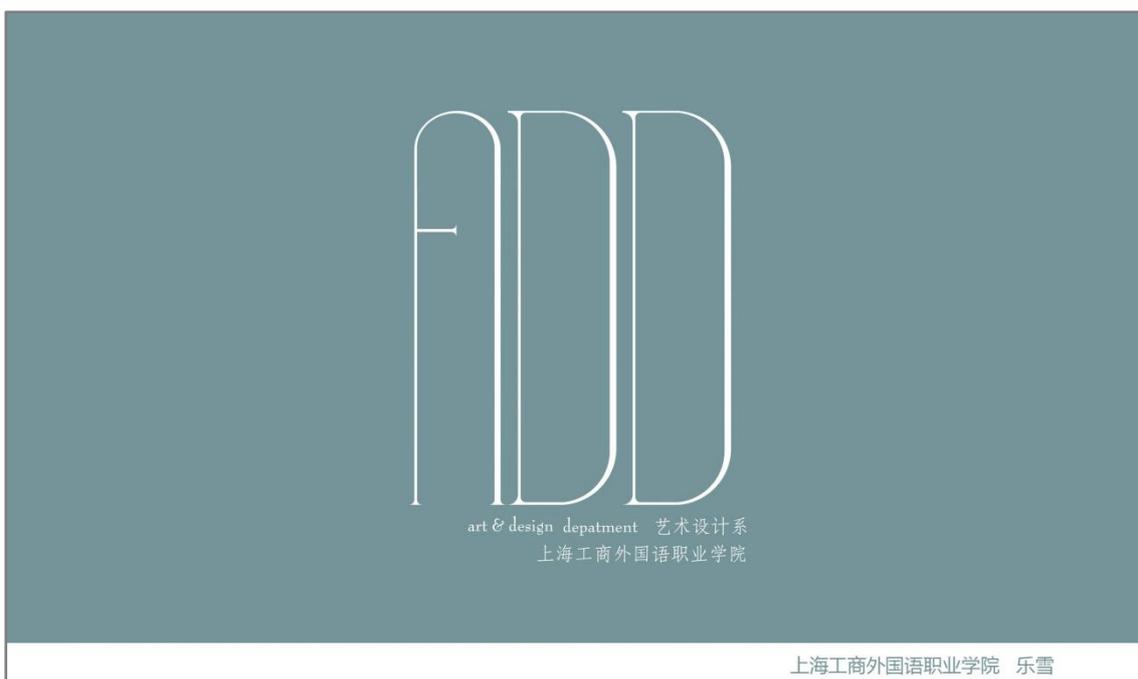
中文全称设计方向软件表现 1, 在软件的制作过程中, 对原有的草图方案进行了进一步的深入与细化, 选择与中文字体设计相匹配的英文字体。在配色方面, 运用较为亮丽的梅红和蓝绿做了两个方案设计, 凸显出设计系的活泼与时尚。



中文全称设计方向软件表现 2, 同样在软件制作过程中, 对原有草图进行了调整, 并配以英文全称。在配色方面选择了较为深沉的红和蓝, 力求表现高校的沉稳大气。



英文简写设计方向软件表现



## **标志设计项目流程 6**

### **精细化设计**

#### **学习目标**

对标志设计方案进行精细化调整。

#### **学习步骤**

1. 经典案例导入：2008 北京奥运会标志精细化设计
2. 经典案例导入：2004 雅典奥运会标志精细化设计
3. 实战项目练习 5 - 系标设计精细化调整

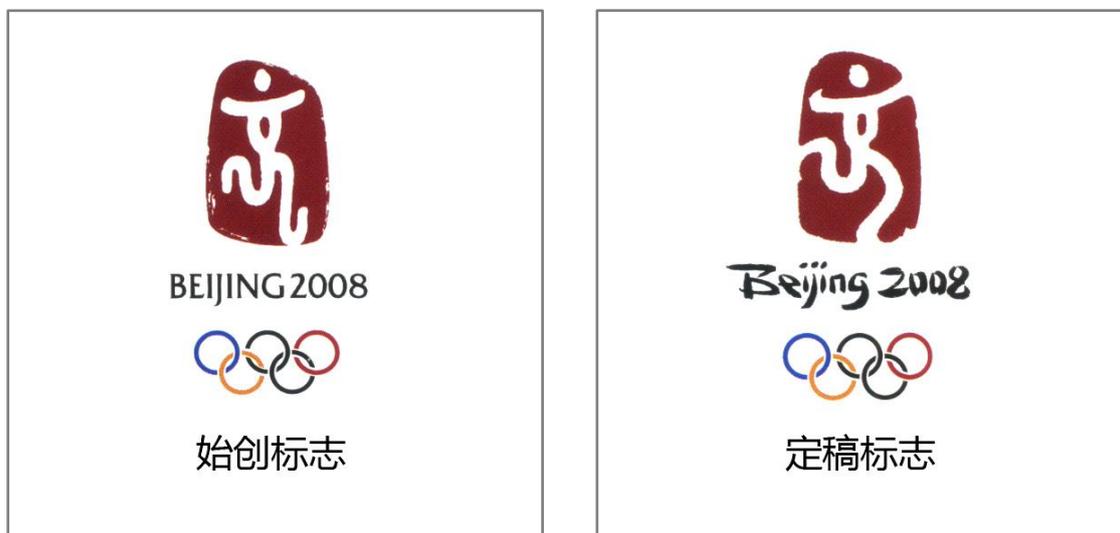
在经过大量的标志方案筛选后，最终选定的标志将被发布和推广。在发布和推广之前，为确保标志在广泛使用时的标准化和一致化，标志设计者必须对标志的造型、颜色、字体、比例等方面做科学、规范的调整并制定最终标志标准图。

## 经典案例导入 4 - 2008 北京奥运会标志精细化设计

### 1. 图形的调整

为使标志形象更加和谐完善，运用时更为合理，在精细化调整过程中首先就应该对标志的图形进行深入科学规范化的调整。

在标志中标以后，奥组委组建的专家委员会对标志提出了进一步修改意见，希望这个标志更加灵动、活泼，更具动感。



**调整方案一：**把腿弯曲蜷在印章里面，因为这个人的形象还体现了中国龙的概念，但这个方案没有通过。



**调整方案二：**加强标志中人物的整体动势，做了一个向前倾的尝试。但最后还是觉得端庄更好，因为这一形象代表了两个人，一个是比赛的运动员，另一个是张开双臂拥抱世界的北京市民。



## 2. 字体的调整

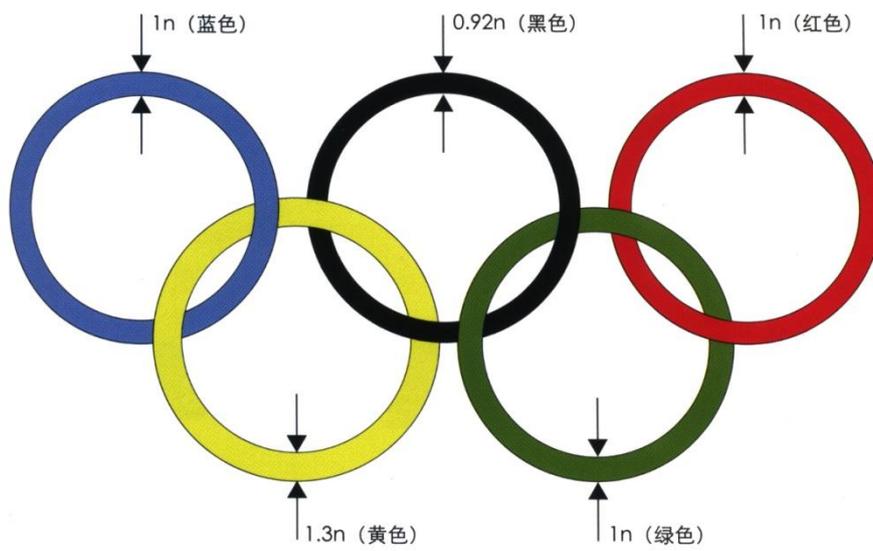
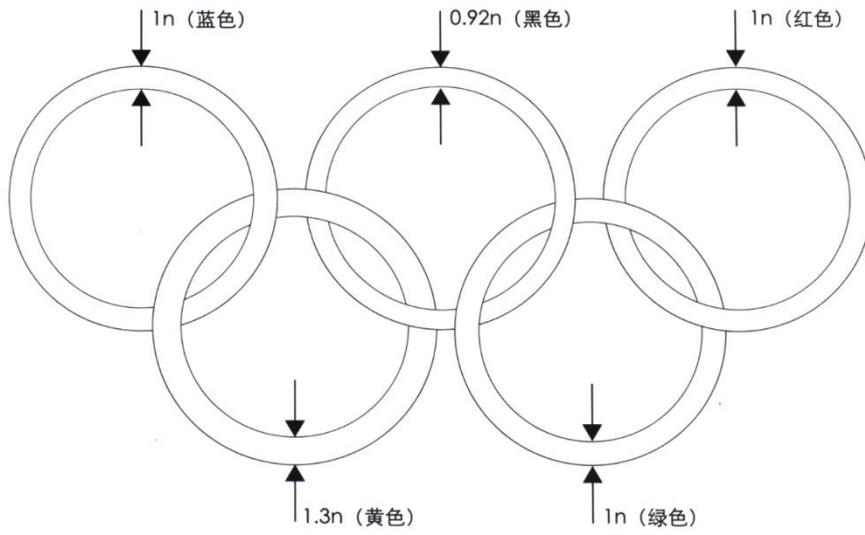
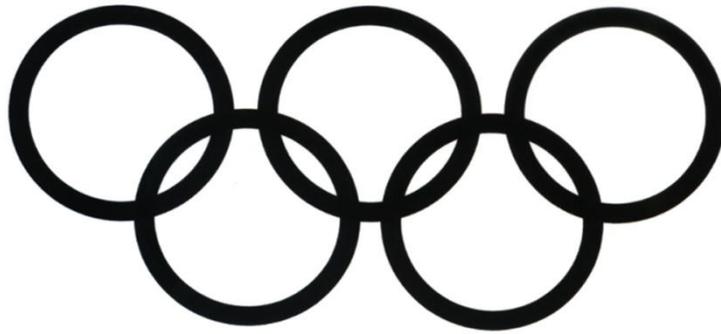
标准字的设计风格要与标志的风格相协调。怎么样才能找到与标志图形最匹配的字体？这就需要设计师放手尝试多种字体设计风格。



## 3. 视错觉调整

由于不同颜色的张力不同，所以相同大小的形状因颜色的不同，形的大小会给人不一样的感觉，这就是颜色带来的是错觉。

奥运五环的5种颜色之间的明度差异较大，相同粗细的环看起来有粗有细。为了视觉上的平衡舒适，设计者需对五环的粗细做略微的调整。



## 经典案例导入 5 – 2004 雅典奥运会标志精细化设计

### 1. 排列方式调整

标志图形与字体的横向与竖向排列是最常用的两种组合方式。

2004 年雅典奥运会的横排标志设计比较有特色，将文字放在中间，标志和五环放在两边。



### 2. 颜色的调整

颜色丰富多彩的标志，使用中不可能只放在白色背景下，必然会有在不同颜色背景上使用的需要。所以设计者就必须对不同背景下的标志进行颜色的细微调整。



标志放在白底上，橄榄枝的背景是混合色。



标志放在蓝底上，橄榄枝的背景是混合色。



标志放在深灰底上，橄榄枝的背景是混合色。



标志放在白底上，橄榄枝的背景是蓝色。



标志放在乳白色底上，橄榄枝的背景是蓝色。



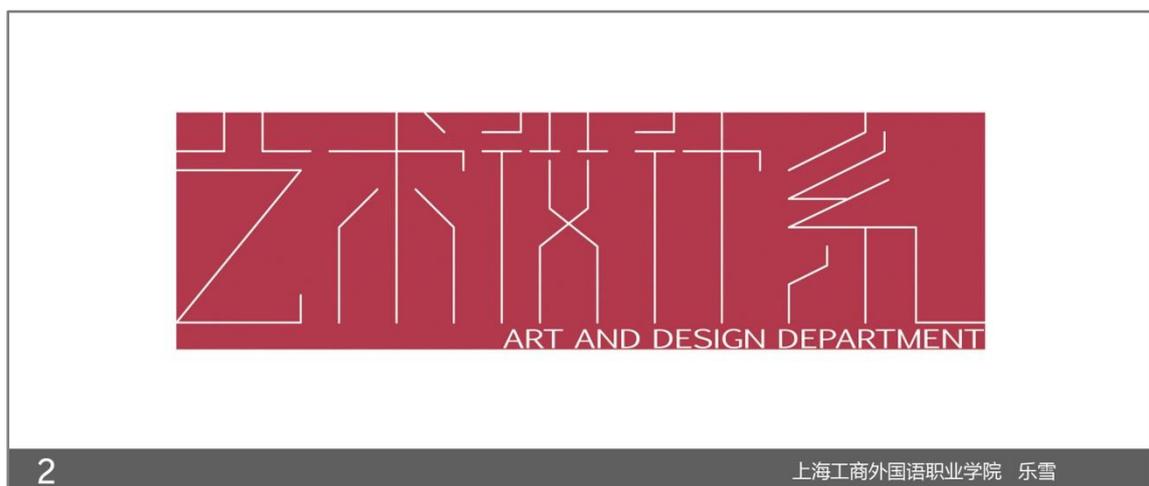
浅灰色背景和黑色标志的搭配效果。

### 实战项目练习 5 - 系标设计精细化调整

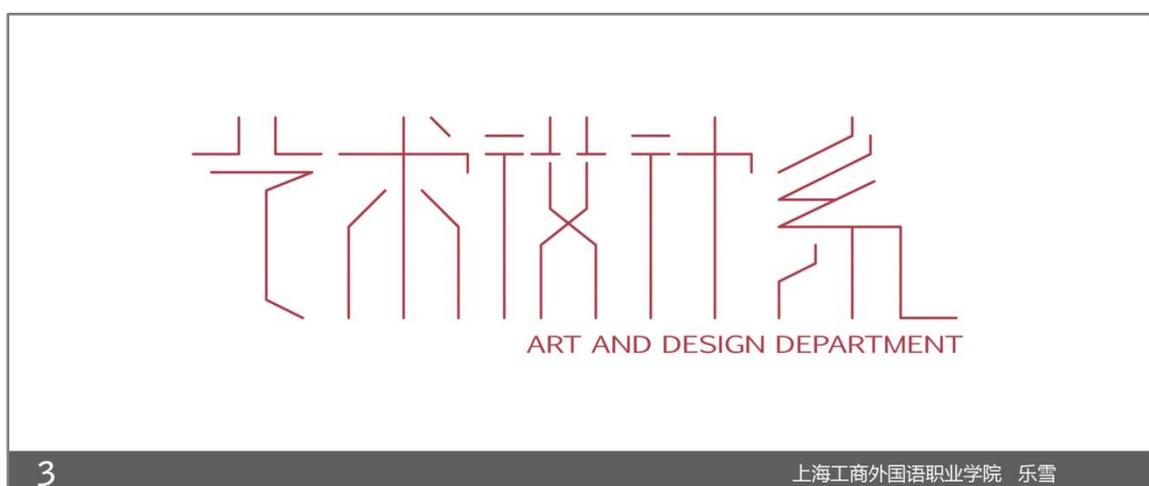
选定一个设计方向后，对其进行深入的调整。



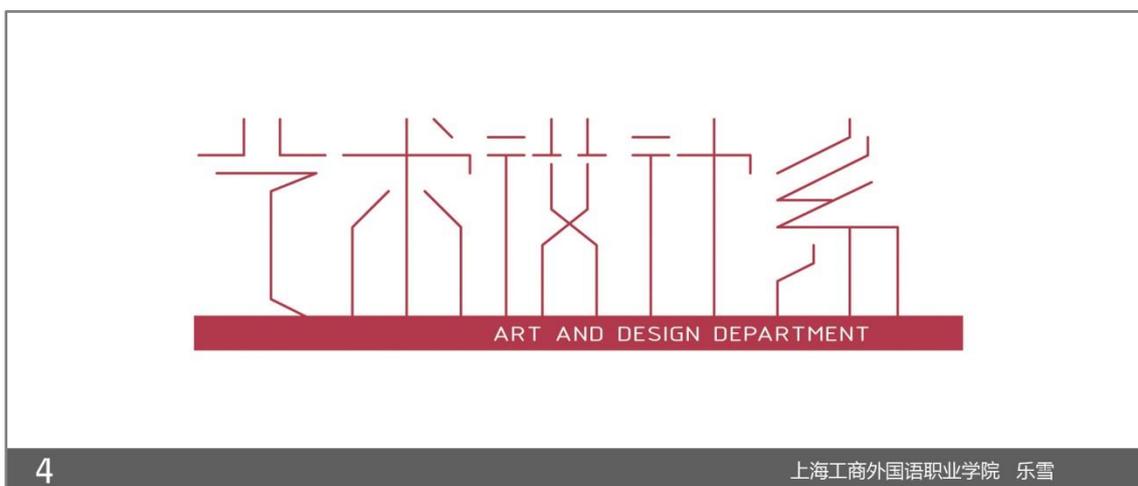
第一步，调整的是标志的色彩，将远了的暗红明度提高，使其变得更为鲜艳，体现出生机勃勃、年轻的活力，如下图。



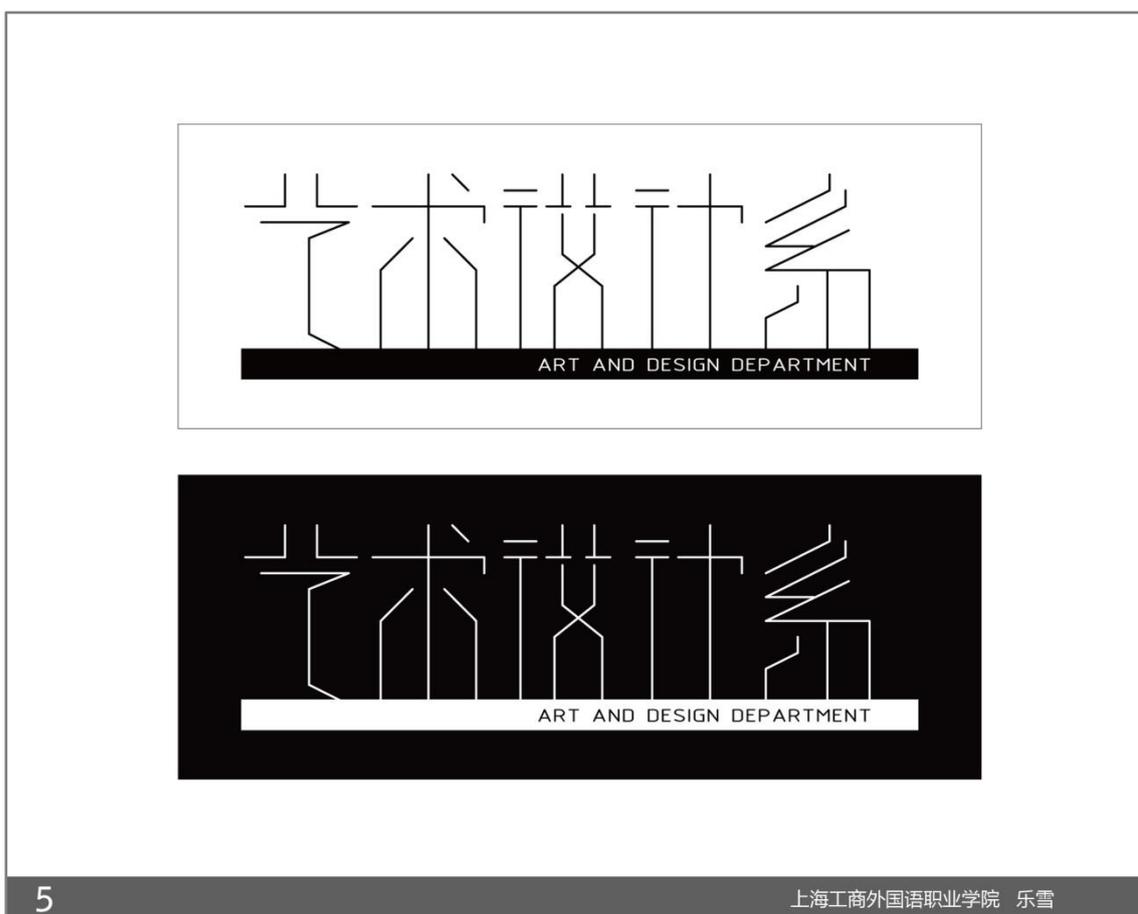
第二步，对于图形的细节进行了调整，变化最大的是“艺”字，原有的设计显得太过尖锐，调整后使图形更协调，更具设计感，如下图。



第三步，调整后的标志设计略显单薄，所以在英文字体出又做了调整，增加了与中文字体相同的红色底纹，使整个标志设计增添了厚重感，如下图。



第四步，最后设计的是整个标志在白底和黑底上的黑白配色效果，如下图。



现在你已熟悉标志设计的方法及程序，假若你仍未完全了解，请重复学习。