

2

第二章 标志的 构成元素

教学目标

1. 使学生熟练掌握标志设计中文字元素、图形元素的运用。
2. 使学生熟练掌握标志设计中文字元素图形化的艺术加工手法。
3. 使学生熟练掌握人物造型图形、动物造型图形、植物造型图形、建筑造型图形、自然事物或人为事物造型图形等具象图形在标志设计中的运用。
4. 使学生熟练掌握点、线、面、体等抽象图形元素在标志设计中的运用。

教学关键词

文字 图形 具象图形 抽象图形 点 线 面 体

扫码获取本章课件



扫码获取思政内容





简约是标志设计成功的关键因素之一，要用最少的元素传达最多的信息。

——本·凯夫



图 2-1 步步高标志



图 2-2 林氏木业标志



图 2-3 六必居标志



图 2-4 支付宝标志



图 2-5 修正标志

第一节 标志中的文字设计

标志设计包含文字设计与图形设计两个部分。

标志是一种特殊的文字，它和文字的区别在于标志的图形性与符号性更强，且具有跨语言、跨文字、跨文化的作用。文字形式的标志使标志语言的表达力得到了独特体现。

文字形式的标志包含汉字标志、拉丁字母标志、数字标志、汉字与拉丁字母结合等类型的标志。

一、汉字标志

在世界各民族的文字中，汉字是最古老、最具特色的文字之一，拥有着其他设计元素不可取代的艺术魅力和历史积淀。

汉字被誉为“图形化的艺术”，因其独特的结构感与艺术感，被广泛运用于标志设计中（见图 2-1 至图 2-5）。

汉字作为标志设计的构成元素与表现形式，和以阅读为载体的汉字是两个不同的概念，前者具有两方面的特点：一是以汉字的本意或字形作为基础元素来挖掘字与标志之间的关联，提升标志符号在“意”这方面的表达；二是以汉字的字形或主笔画特征再现标志的“形”。

设计师在充分理解客户需求、受众情况与设计主题后，可对汉字的字形进行巧妙的艺术处理，使之形成新的视觉图形。



CHARM CHINA
中国 安徽

图 2-6 以安徽省为主题的标志设计



图 2-7 谷芝礼标志



图 2-8 微软浏览器标志

例如图 2-6 所示的以安徽省为主题的标志设计，设计师将汉字“徽”字与徽派建筑巧妙地结合在一起，字与形高度融合，由此诞生了极具意境的标志。这便是以汉字的本意或字形作为基础元素来挖掘字与标志之间的关联、提升标志符号在“意”这方面的表达的典型案例。

又如图 2-7 所示的谷芝礼的标志设计，设计师将汉字“谷”字中的一撇替换为麦穗，巧妙地展现了品牌主打商品的品类，可谓画龙点睛之笔。这便是以汉字的字形或主笔画特征再现标志的“形”的典型案例。

二、拉丁字母标志

拉丁文是国际社会通用的一种文字种类，世界上很多国家用拉丁字母作为组成自己文字的元素，由此派生出多种文字。拉丁文标志可被世界上大多数国家接受，在世界范围内拥有更大的传播空间。

拉丁字母在笔画结构上具有简洁明了的特点，26 个字母的笔画造型，既有统一性，也有个性变化之处，每个字母都可以单独作为标志的主要图形，同一字母的不同字体也为拉丁字母标志设计提供了变化空间。

拉丁字母标志一般分为单字母和词组两种形式。

1. 单字母标志

单字母标志是以组织、机构或企业拉丁文名称的首字母进行创意设计而形成的



图 2-9 麦当劳标志



图 2-10 鬼爪标志



图 2-11 必胜客标志

标志（见图 2-8 至图 2-10）。这种形式的标志设计造型简洁、形象突出，具有较强的辨识度，但如果设计手法过于简单直白，视觉效果很容易显得呆板乏味，缺乏识别性，混然于同类标志设计中，无法脱颖而出。设计师应根据客户需求和受众情况，对字母外形进行艺术加工。

下面我们来看一个对比的例子。

如图 2-9 所示的麦当劳的标志，大大的字母“M”既代表了品牌名 McDonald's，又形似金色的拱门，造型设计简洁醒目，色彩搭配对比强烈，欢乐张扬之感喷涌而出。

而如图 2-10 所示的鬼爪的标志，黑色背景上的绿色字母“M”，既代表了品牌名 MONSTER ENERGY，又形似鬼爪，由此创造出刺激、动感、时尚、极具个性、能量满满的视觉效果。

同样都是对字母“M”进行艺术加工，不同的造型手法和色彩搭配，可以收获各具特色、拥有极强辨识度的标志设计。

2. 词组标志

词组标志是以组织、机构或企业的拉丁文名称中能够代表该组织、机构或企业的一个词组来进行创意设计而形成的标志。它一般是一个字母词汇（见图 2-11 至图 2-14），或是几个特定大写字母的组合（这几个特定大写字母是组织、机构或企业的拉丁文名称的缩写，见图 2-15 至图 2-17）。

词组标志因字母的读识一体、含义一



图 2-12 vivo 标志



图 2-13 佳能标志



图 2-14 卡地亚标志



ASIAN INFRASTRUCTURE
INVESTMENT BANK

图 2-15 亚洲基础设施投资银行标志



图 2-16 惠普标志

目了然，被广泛应用。在设计实践中使用这类标志时，如果使用普通字体排列组合，容易显得平庸、视觉冲击力弱，因此要对字体进行恰当的艺术加工，以突出标志的特点，展现品牌的特质与理念。

三、数字标志

数字标志是以阿拉伯数字为元素、以数字含义表达特定意义的标志。如图 2-18 所示的 7-11 的标志，“7-11” 的含义是“营业时间从上午 7 时至晚上 11 时”。

阿拉伯数字是国际通行的符号，相较于文字，它拥有更强的符号感，以及跨国界性与跨文化性。

数字标志造型简练、易于识别，经过艺术加工的数字标志具有鲜明的形象性、现代感和科技感（见图 2-18 至图 2-21）。

四、汉字与拉丁字母组合的标志

随着全球化的发展，汉字与拉丁字母组合的标志（包括汉字与阿拉伯数字的组合）越来越多，这是中国品牌迈向国际化的必然趋势，也是国际品牌中国本土化



图 2-17 宜家标志



图 2-18 7-11 标志



图 2-19 3M 标志



图 2-20 361° 标志



图 2-21 360 标志

的必然趋势。在标志中使用汉字与拉丁字母的结合，传达出文明之间的碰撞与融合之意，可以产生令人耳目一新的效果（见图 2-22 至图 2-26）。



图 2-22 甲骨文标志



图 2-23 乐百氏标志



图 2-24 好利来标志



图 2-25 可口可乐标志



图 2-26 好孩子标志



图 2-27 2008 年北京奥运会标志

第二节 标志中的图形设计

人类用图形来表征事物的历史比文字要久远得多，图形在人类认知世界、交流与沟通中发挥着特殊的作用。

标志中的图形设计，是指通过具象或抽象的图形来表现标志的信息与含义。即使没有文字说明或读不懂文字，人们也可以通过标志中的图形来猜测其含义。

此外，标志中的图形设计应给人以视觉与精神的双重享受。

综上所述，标志中的图形具有直观性、跨语言文字性和审美性等特征。

在标志设计中，我们可以根据图形的表现形式，将标志中的图形分为具象图形和抽象图形。

一、具象图形

标志中的具象图形，是指用较为写实的手法来表现物象形态的图形。这里所说的“写实”，并不是指像照片那样表现物象形态，而是以自然形态为原形，对原物象进行概括、提炼、取舍、变化，使之形成具有典型形象特征和鲜明个性的具象化图形。例如图 2-27 所示的 2008 年北京奥运会的标志，红色背景上形似汉字“京”的白色图形，是一个经过艺术加工的“奔跑的人”的具象图形，既象征了这届奥运会的举办地北京，



图 2-28 康师傅标志



图 2-29 星巴克标志



图 2-30 郑州美术馆标志

又寓意生命的美丽与灿烂。

标志中的具象图形，包括人物造型图形（见图 2-29 至图 2-33）、动物造型图形（见图 2-34 至图 2-40）、植物造型图形（见图 2-41 至图 2-43）、建筑造型图形（见图 2-44 至图 2-47）、自然事物或人为事物造型图形（见图 2-48 至图 2-50）等，设计师应根据客户的需求和市场情况，选择适合的具象图形，以展现品牌的特质、理念或积淀。

下面我们通过对案例的解读，帮助大家领悟上述具象造型的使用手法。

1. 人物造型图形

康师傅的标志（见图 2-28），人物是一位可爱的厨师，他展开双臂，面带微笑，象征热情与亲切。这个卡通形象代表了品牌的核心价值观：亲切、专业、健康。

星巴克的标志（见图 2-29）上的人物，是希腊神话中的塞壬。塞壬是希腊神话中一种半人半鸟的生物，通常被描绘为拥有美丽容颜与歌声的人鱼，她们居住在岛屿上，会用美妙的歌声吸引海上的船员，使他们分心并最终导致船只触礁沉没。星巴克选择塞壬的形象作为其品牌代表，意在传达咖啡的诱人魅力和浪漫气息。

郑州美术馆的标志（见图 2-30），人物是巩义石窟寺壁画中的飞天，十分贴切地展现了标志的主题与中国悠久的历史。



图 2-31 联合国儿童基金会标志



图 2-32 曼秀雷敦标志



图 2-33 真功夫标志

联合国儿童基金会的标志（见图 2-31），通过剪影的形式，表现了母亲和婴儿的形象，旨在强调保护和关爱的重要性，传达了“积极关注发展中国家的妇女和儿童问题，促进全世界妇女和儿童的健康成长”的信息。

曼秀雷敦的标志（见图 2-32），图形中的人物是一个可爱的护士。人们对护士的印象是温柔、善良的白衣天使，会联想到安全、温和、呵护等词汇，品牌希望传达的理念便通过这个美好的形象被受众解读出来。

真功夫的标志（见图 2-33），设计灵感源于中国功夫。真功夫的标志设计经历了多次变化，目前使用的标志中的人物形象去写实化，变得更加抽象、犀利，品牌名文字也更具有毛笔书法的质感，整体风格更加动感、年轻化，同时保留了中国风的味道。这一系列变化反映了真功夫随着市场和消费者需求的变化而进行的品牌升级和战略调整。

除了在标志中使用具有象征意义的人物形象外，还有一种手法是使用品牌创始人



图 2-34 大白兔标志



图 2-35 白猫标志



图 2-36 法拉利标志

的形象，例如肯德基的标志（见图 1-34，第 10 页）、李先生的标志（见图 3-3，第 47 页）、老干妈的标志。选择这种表现手法，前提是品牌创始人拥有较高的知名度和吸引人的创业故事。

2. 动物造型图形

大白兔的标志（见图 2-34），图形由一只大白兔和一颗蘑菇组成，寓意新生代的活力与希望：大白兔代表活力，蘑菇代表生机。大白兔奶糖自 1959 年开始发售以来，以其纯净、生动、可爱的品牌形象深受人们喜爱，成为知名的糖果品牌。大白兔奶糖不仅仅是一款糖果，它还承载了文化意义和历史记忆，成为几代中国人心中的甜蜜象征。

白猫的标志（见图 2-35），图形是一只由蓝色线条构成的白猫。白猫在不同文化中有着不同的象征意义，例如象征纯洁、高贵、幸运、祛邪、招财进宝。品牌方借这个可爱的白猫形象，传达了上述美好寓意。

法拉利的标志（见图 2-36），图形是一匹跃起的黑马，象征速度与力量，是法拉利品牌核心理念。

腾讯 QQ 标志（见图 2-37）中的企鹅形象，因其可爱憨萌，受到各年龄段用户的喜爱。这个形象已经深入人心，成为一个时代的代表。

这种标志中的动物卡通形象很容易开发周边产品。早在 2016 年，腾讯公司就宣布，要将这只可爱的企鹅打造成拥有文具、

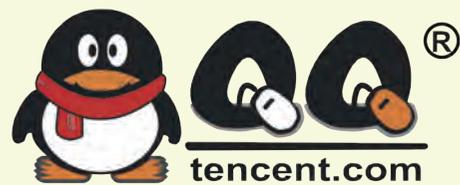


图 2-37 腾讯 QQ 标志



图 2-38 三只松鼠标志



图 2-39 京东标志



图 2-40 天猫标志

玩具、游戏、漫画及电影等多产业开发能力的超级 IP。这无疑会加深受众脑海中的品牌印象，提升品牌的亲和力。

三只松鼠的标志（见图 2-38），通过三只可爱的、拥有各自象征意义的松鼠形象，展现了品牌对于高品质、美味口感和快乐体验的追求：左侧的小美张开双手，寓意拥抱和热爱每一位顾客；中间的小酷紧握拳头，寓意公司拥有强大的凝聚力；右侧的小贱手势向上，寓意青春活力与勇往直前。

京东标志（见图 2-39）中狗的形象，寓意忠诚、友好、陪伴、服务，与京东的宗旨“诚信、优质、便捷、快速”相契合。这只可爱的狗狗名叫 Joy，名字源于京东的英文名“JD”，寓意欢乐，传达了“京东希望为用户带来愉悦的购物体验”的信息。

天猫标志（见图 2-40）中的黑猫形象，寓意守护与吉祥。古时候，人们认为黑猫能辟邪，并为主人带来好运。猫的头顶部位表现的是“平台”的意象，寓意公平、公正、公开；眼睛部位表现的是“钱币”的意象，寓意合作共赢；鼻子部位表现的是“爱心”的意象，象征天猫平台对每一位商家与消费者的爱。



图 2-41 兰蔻标志



图 2-42 中国农业银行标志



图 2-43 湖南省森林植物园标志

3. 植物造型图形

兰蔻的标志（见图 2-41），图形是一朵优雅的玫瑰花，设计灵感源于法国中部的一座城堡——兰蔻城堡。这座城堡周围种满了玫瑰，充满了浪漫气息。品牌创始人阿曼

达·珀蒂让（Armand Petitjean）认为，每个女人就像一朵玫瑰，各有其姿态与特质，她以城堡名来为品牌命名，玫瑰由此成为兰蔻的品牌象征。

中国农业银行的标志（见图 2-42）的圆形图案，由古铜钱和麦穗组成。“外圆”代表货币和银行业务，“内方”代表农业和农村产业。麦穗中间的“田”字体现了农业银行的农业特色。麦穗芒刺向上，寓意农业银行不断开拓创新，追求进步。整个图形的设计简洁明了、含义深刻，体现了中国农业银行支持农业和农村经济发展的宗旨。

湖南省森林植物园的标志（见图 2-43），由森林与河水的具象图形组成，直观展现了标志的主题和保护自然、保护绿色的主旨。

4. 建筑造型图形

迪士尼的标志（见图 2-44），图形是一座城堡，看到它，受众很容易联想到童话故事里的城堡。这个图形代表了创造力和浪漫主义，成了一个具有象征意义的符号。

长城干红葡萄酒的标志（见图 2-45），图形将长城的意象与葡萄酒的意象完美融合，直观展现了标志的主题。



图 2-44 迪士尼标志



图 2-47 青岛啤酒标志



图 2-48 农夫山泉标志



图 2-50 老爷车标志



图 2-45 长城干红葡萄酒标志



图 2-46 联合国教科文组织标志

联合国教科文组织的标志（见图 2-46），图形是一座希腊式神庙，该组织的英文名缩写“UNESCO”幻化为神庙的立柱，支撑起屋顶，象征该组织对全人类文化遗产的共同保护。该设计体现了文化遗产与自然遗产之间相互依存的关系，因为神庙代表了人类的创造力，而支撑它的结构则代表了自然的赋予。

青岛啤酒的标志（见图 2-47），图形融合了麦穗、栈桥回澜阁（青岛市标志性建筑）和水波这三个元素，彰显了独特的地域特色和历史积淀。

4. 自然事物或人为事物造型

农夫山泉的标志（见图 2-48），图形包括连绵的绿色山脉、山脉上



图 2-49 关于黄河的标志设计

切中主题。图形给人以纯净、安全的心理感受，红色的品牌名文字又与图形形成强烈对比，带来强烈的视觉刺激，使品牌名更加突出、易于识别。

如图 2-49 所示的这款关于黄河的标志设计，图形包括黄河与红日这两个自然事物元素。黄河象征中华文明，“黄河九曲”的意象与“飞龙映日”的意象完美融合，将今日中国如巨龙腾飞、长空呼啸的气势展现得淋漓尽致。

老爷车曾是富贵、悠然、品味的象征，现在更是被赋予了怀旧的味道。老爷车这个服饰品牌的设计理念是“尊贵和优雅”，其标志（见图 2-50）的图形是一辆老爷车。品牌方希望通过这一人为事物造型，展现自身的独特气质。

空飞翔的鸟儿与清澈的山泉水这三个自然事物造型。绿色山脉象征生机勃勃与纯净自然，飞鸟强调了自然环境的和谐，清澈的山泉水直接