

第

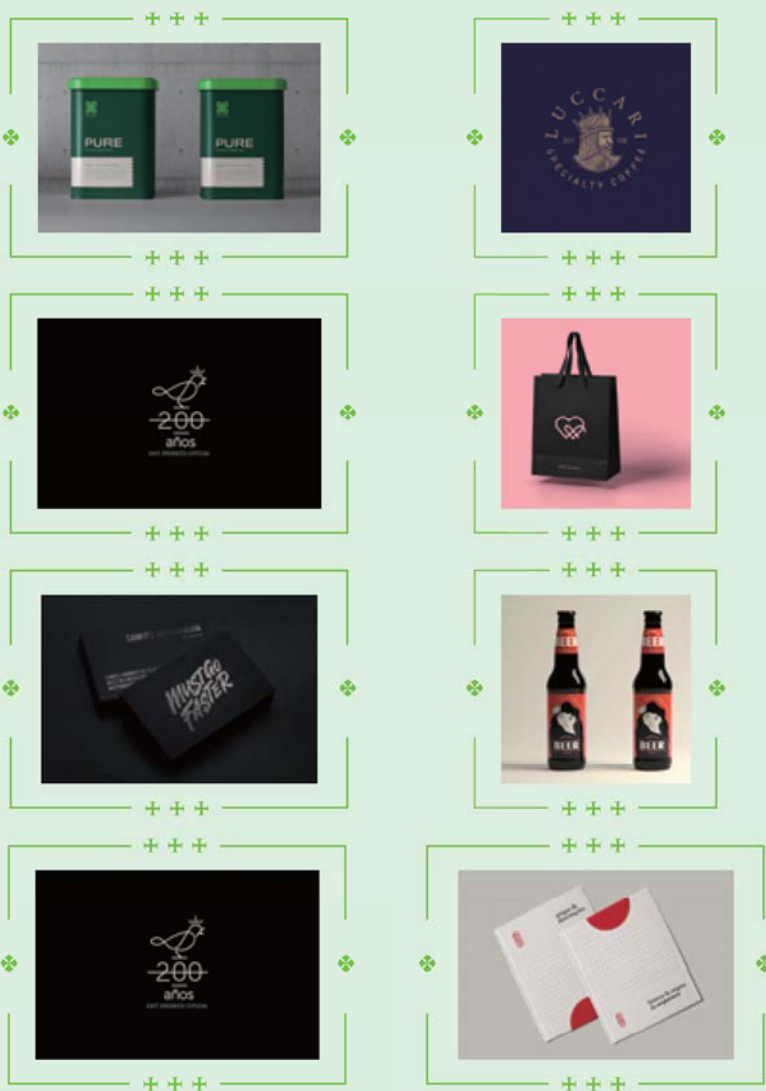
1

章

标志与企业形象设计的基本原理

标志作为一个企业的灵魂，有着至关重要的地位。外界受众对一个企业的第一印象来源于标志等形象设计，所以，标志与企业形象的好与坏是紧密相连的。一个好的标志，不仅可以传达企业的文化经营理念，同时也会吸引更多受众的注意力，进而促进品牌的宣传与推广。

因此，在进行相关的设计时，可以将图像、图形、文字等基本要素进行相互之间的结合搭配，设计出既符合企业形象又不失风尚美感的标志。





1.1

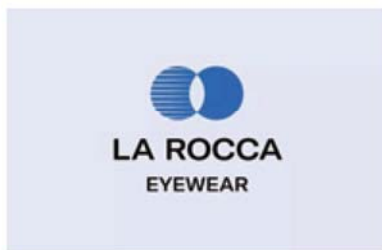
标志设计的概念

标志在我们的日常生活中随处可见，简单来说就是将文字、图像、图形等基本元素，经过有创意的设计，并通过一定的排版，最终呈现在受众面前的具有传递信息功能的符号。不同种类的标志会有不同的构成方式，但总的来说就是以简洁直白的方式，传达企业的文化理念、经营种类、针对的人群对象等基本信息。

标志设计不是简单地将基本元素进行组合，而是经过一些具有创意的设计，为单调的画面增添细节或者趣味性，以此来吸引更多受众的注意力，使受众一看到标志，脑海中就会直接联想到品牌。

特点：

- ◆ 具有很强的视觉识别性。
- ◆ 简洁直白却充满创意。
- ◆ 是企业对外界最直接的表达形式。
- ◆ 颜色既可鲜艳明丽，也可理性稳重。





1.2

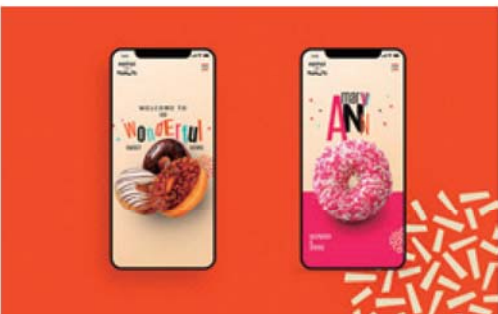
企业形象设计的概念

企业形象，是指包括企业文化、经营理念、文化方针、产品开发等在内的一系列关于企业经营因素的总称。企业为了自身品牌文化的宣传而进行的设计，就是企业形象设计。不同的企业形象有不同的设计，但最终的目的都是一致的——促进企业的宣传与推广。

在对企业形象进行设计时，要将企业本身的文化、产品特征、受众人群、地域差异甚至季节气候等因素全部考虑在内。只有这样才能设计出既符合企业要求，又能吸引广大受众的平面效果。

特点：

- ◆ 以宣传产品为主要目的。
- ◆ 以直观的方式展现企业文化与经营理念。
- ◆ 色彩具有很强的视觉吸引力。
- ◆ 具有一定的创意感与趣味性。





1.3

标志与企业形象设计的组成元素

标志与企业形象设计的组成元素有色彩、版式、文字、图像、图形等。虽然有不同的设计元素，但是在进行相关的设计时，也要根据需要，将不同的元素进行合理搭配，不仅要与企业的文化以及形象相符合，同时也要能够吸引受众注意力，以此推动品牌的宣传。

特点：

- ◆ 采用加大字号的无衬线字体。
- ◆ 运用小元素增添画面的细节效果。
- ◆ 冷暖色调搭配，让画面更加理性化。
- ◆ 具有较强的创意感与趣味性。
- ◆ 文字图像排版清楚明了。



1.3.1

色彩

人们对色彩是有情感感受的，不同的色彩可以为受众带去不同的心理感受与视觉体验。比如，红色代表热情开朗；蓝色代表安全可靠；绿色代表健康卫生；黑色代表稳重理性；等等。除此之外，同一种颜色也会因为色相、明度以及纯度的不同，其具有的色彩情感也会发生变化。

因此，在对标志与企业形象进行相关的设计时，要根据企业文化、经营理念、受众人群、产品特性等特征选取合适的颜色。只有这样才可以吸引受众注意力，同时促进品牌的宣传与推广。

特点：

- ◆ 色彩既可活泼热情，也可安静文艺。
- ◆ 不同明纯度之间的变化，增强画面视觉层次感。
- ◆ 冷暖色调搭配，让画面更加理性化。
- ◆ 运用对比色增强视觉冲击力。
- ◆ 适当黑色的点缀让画面显得更加干净。





活跃积极的色彩元素

现代社会的生活节奏过快,人们承受着较大的压力,因而具有活跃积极色彩特征的视觉传达更容易得到受众的青睐。这样不仅可以让其暂时逃离快节奏的高压生活,也可以促进品牌的宣传与推广。



设计理念: 这是 Chicken Cafe 炸鸡汉堡快餐店的标志设计。将由几何图形拼凑而成的公鸡图案作为展示主图,直接表明了餐厅的经营种类。而且左侧超出画面的部分,具有很强的视觉延展性。

色彩点评: 整体以明纯度适中的红色和橙色为主,在鲜明的颜色对比中,凸显出产品带给人的欢快与愉悦。而黑色背景的运用,让版面内容更加清楚,同时增强了画面的视觉稳定性。

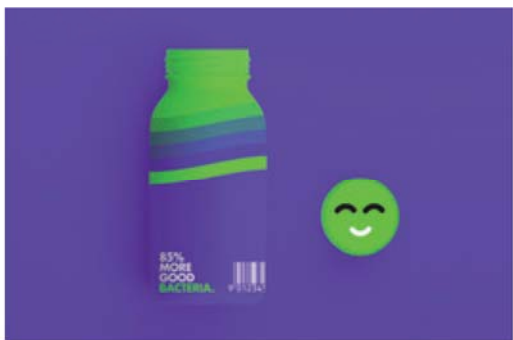
适当弯曲的文字, 相对于横向或者竖向来说,给人的感觉要更加柔和一些,凸显出店铺真诚用心的服务态度。

背景中适当留白的运用, 为受众营造了一个很好的阅读和想象空间。

RGB=210,15,29 CMYK=15,100,100,0

RGB=238,116,5 CMYK=0,68,100,0

RGB=255,214,86 CMYK=0,19,73,0



这是 GURU 益生菌饮料品牌形象的包装设计。在瓶身顶部的曲线环,一方面打破了纯色的单调与乏味;另一方面也凸显出产品可以促进肠胃蠕动的功效,具有很强的创意感与趣味性。以纯度适中、明度较高的紫色和绿色为主,在鲜明的颜色对比中,让其成为版面的焦点所在,给受众鲜艳、活跃的视觉感受。

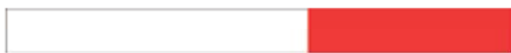


RGB=105,15,198 CMYK=79,87,0,0

RGB=12,243,51 CMYK=64,0,100,0



这是 Mo bakery & cafe 面包咖啡厅品牌形象的包装设计。将经过设计的标志在杯子以及茶包中呈现,给受众直观的视觉印象,促进了品牌的宣传与推广。红色的运用,让标志十分醒目,同时给人以活跃、积极的视觉感受,仿佛所有的乏困都被一扫而空。白色底色的运用,让这种氛围又浓了一些。



RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0

RGB=249,45,38 CMYK=0,95,91,0

色彩元素设计技巧——合理运用色彩影响受众心理

色彩对人们心理情感的影响是非常重大的，特别是在现在这个快节奏的社会中。所以在运用色彩元素对企业形象进行设计时，要根据企业的文化经营理念，运用合适的色彩，使其能够与受众形成心理层面的共鸣。



这是唯美的 Dionea 品牌形象的手提袋设计。以绿植为呈现载体的标志在版面中间位置呈现，具有很强的视觉聚拢感，促进了品牌的宣传与推广。

手提袋以明度适中纯度、偏高的青色为主，凸显出品牌的清新与时尚。让人有一种瞬间被放空视觉体验。而深绿色的添加，则增强了版面的稳定性。



这是 Sweet Monster 甜品店形象的包装设计。将表明产品不同口味的水果作为包装展示主图，给受众直观的视觉印象，十分醒目。

将水果本色作为包装主色调，这样凸显出产品的新鲜与天然，非常容易获得受众的信任。同时让整个包装十分统一和谐，促进了品牌的宣传与推广。

配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏





1.3.2

版式

版式对于企业形象设计来说是至关重要的。常见的版式样式有：分割型、对称型、骨骼型、放射型、曲线型、三角型等。因为不同的版式都有相应的适合场景以及自身特征，所以在进行相关的设计时，可以根据具体的情况，选择合适的版式。

版式就像我们的穿衣打扮一样，就算每一件单品都价值不菲，如果不进行合理的搭配，其本身的价值也很难得到凸显。因此，只有将文字与图形进行完美搭配，才能将信息进行最大化的传达，同时促进品牌的宣传与推广。

特点：

- ◆ 具有较强的灵活性。
- ◆ 适当运用分割可以增强版面的层次感。
- ◆ 运用对称为画面增添几何美感。
- ◆ 将版面适当划分，增强整体的视觉张力。





独具个性的版式元素

在企业形象设计中,版式本身就具有很大的设计空间。在设计时可以采用不同的版式,但不管采用何种样式,整体要呈现美感与时尚。特别是在当今飞速发展的社会,独具个性与特征的版式样式,具有很强的视觉吸引力。



设计理念: 这是澳大利亚宠物机构 Petbarn 品牌新形象的宣传画册设计。采用倾斜型的构图方式,将文字以及简笔插画的小猫,在版面中进行呈现,给受众直观的视觉印象。

色彩点评: 整个版面以明纯度适中的橙色为主,给人以健康安全的视觉感受,同时也从侧面凸显出宠物机构的稳重与成熟。适当白色文字的点缀,提高了整体的亮度。

画册中简笔插画小猫,直接表明了企业的经营性质。而且黑色的运用,使其成为画面的焦点,具有很强的视觉聚拢感。

以倾斜方式呈现的文字,让画面具有很强的视觉动感。而以不同形态呈现的小猫,则让这种氛围更加浓郁了一些,具有很强的创意感与趣味性。

RGB=241,186,34 CMYK=5,32,93,0

RGB=22,20,23 CMYK=93,89,87,79

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是 Akanda 品牌的宣传画册封面设计。采用三角形的构图方式,将标志图案放大在书籍位置呈现。而且以书籍为对称轴,以左右两侧对称的方式凸显出企业严谨理性的文化经营理念。而且超出画面的部分,具有很强的视觉延展性。整个封面以明纯度适中的绿色为主,给人环保清新的感受。

RGB=0,194,1 CMYK=73,0,100,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是 METRO 地铁商店专供葡萄酒品牌形象的海报设计。采用对称型的构图方式,左右两侧手握酒杯对饮的插画,在相对对称中尽显产品具有的优雅与时尚,同时也丰富了海报的细节效果。画面背景以淡粉色为主,而且在不同明纯度的变化对比中,让海报具有一定的视觉层次感。

RGB=236,196,197 CMYK=6,30,16,

RGB=243,130,152 CMYK=0,63,20,0



版式元素设计技巧——增强视觉层次感

在企业形象设计中，可以在画面中添加一些小元素，或者运用有具体内容的背景，甚至可通过色彩不同明纯度之间的对比等方式，以增强画面的视觉层次感。



这是 Aromas 咖啡品牌形象的包装设计。以深蓝色作为整个包装的主色调，不仅将包装内容清楚地凸显出来，同时也表明企业十分注重产品质量以及稳重的经营理念。

少量蓝色的点缀，瞬间提升了整个包装的亮度。特别是正圆的运用，具有很强的视觉聚拢感。

将标志在包装顶部呈现，将信息进行直接的传达，促进了品牌的宣传。



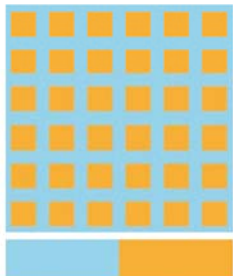
这是 Literary Emporium 文学商城品牌形象的标志设计。采用曲线型的构图方式，将文字以圆环的形式呈现，直接表明书籍可以让人更加温和、儒雅，具有很强的视觉吸引力。

在圆环中间位置的简笔插画书籍，直接表明了企业的经营性质。特别是底部增加书籍厚度的曲线，让标志具有一定的层次感。

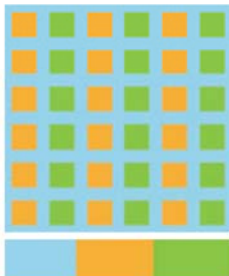
纯度较低的红色的运用，将标志清楚地凸显，同时也表明书籍的厚重与沉稳。

配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏



1.3.3

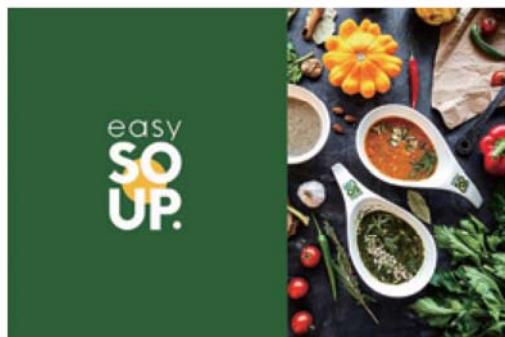
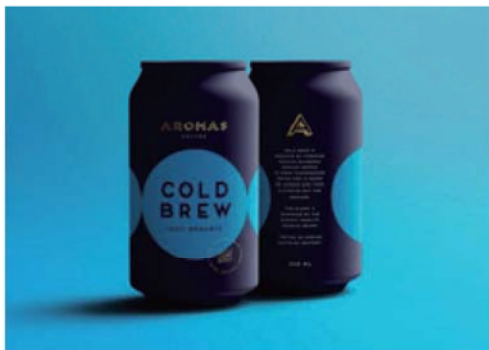
文字

除了色彩,在企业形象设计中另外一个重要的组成元素就是文字。文字除了具有信息传达的功能之外,其在整个画面的布局中也发挥着重要的作用。而且相同的文字,采用不同的字体也会给受众带去不同的视觉体验。

因此在进行相关的设计时,要运用好文字这一元素。不仅要将其与图形进行有机结合、合理搭配,同时也要根据企业的具体文化经营理念,选择合适的字体以及字号。

特点:

- ◆ 将个别文字进行变形,增强版面的创意感与趣味性。
- ◆ 将文字作为展示主图,进行信息的直接传达。
- ◆ 使文字与图形进行有机结合,增强画面的可阅读性。
- ◆ 单独文字适当放大,吸引受众注意力。





清晰直观的文字元素

在企业形象设计中，文字元素是十分重要的。虽然图像可以将信息进行更为直观的传播并吸引受众注意力，但相应的文字说明也是必不可少的。而且清晰直观的文字元素，不仅可以起到补充解释的作用，还可以丰富画面的细节效果。



设计理念：这是 Mo bakery & cafe 面包咖啡厅品牌形象的标志设计。采用满版型的构图方式，将各种产品充满整个版面，直接表明了企业的经营性质。而且超出画面的部分，具有很强的视觉延展性。

色彩点评：整个版面以浅色为主，将版面内容进行清楚的凸显。同时红色和绿色的运用，在鲜明的颜色对比中，为画面增添了活跃与动感。

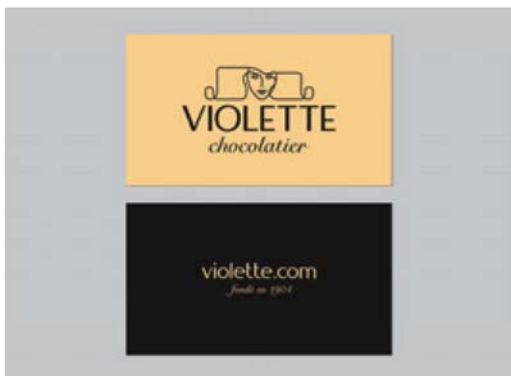
将标志文字中的“M”和“O”两个字母放大处理，在画面中间位置呈现，具有很强的视觉聚拢感。而且适当弯曲排列的小文字，丰富了整体的细节效果。

环绕在文字周围的产品，让整个画面十分丰富。而且适当留白的运用，也给受众营造了一个良好、清晰的阅读环境。

RGB=249,9,20 CMYK=0,100,100,0

RGB=212,118,57 CMYK=16,65,89,0

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是 Violette 巧克力品牌形象的名片设计。采用中心型的构图方式，将由简单线条构成的图形作为展示主图，给受众直观的视觉印象，具有很强的创意感。而且主次分明的文字，将信息直接传达，同时丰富了画面的细节效果。以纯度较低的橙色作为主色调，给人以顺滑柔和的感受，刚好与产品特性相吻合。



RGB=254,217,137 CMYK=0,18,53,0

RGB=23,23,23 CMYK=93,88,89,80



这是 Alight 照明设备管理租赁公司品牌形象的笔记本设计。以较大字号的文字，在笔记本右侧以四行呈现，将信息进行清晰直观的传达。而在其左侧类似光照发射的图案，则表明了企业的经营性质。整个笔记本以黑色为主，蓝色、红色等颜色的运用，丰富了画面的色彩感，并提高了画面的亮度。



RGB=59,127,194 CMYK=78,43,0,0

RGB=179,86,105 CMYK=35,80,48,0



文字元素设计技巧——适当运用无衬线字体

相对于有衬线字体来说,无衬线字体具有更强的现代化感受,给人的感觉也更加直观明了。因此在运用文字元素对企业形象进行设计时,可以适当使用较大字号的无衬线字体。这样不仅可以使信息进行清楚明了的传达,还可以让整个版式主次分明。



这是 La Rocca 眼镜品牌形象的手提袋设计。采用相对对称的构图方式,将标志在手提袋中间位置呈现,给受众直观的视觉印象。

较大字号的无衬线标志文字,是版面中的焦点,将信息进行清楚的传达。而底部小文字的添加,则丰富了细节效果。

手提袋以白色为主,凸显出眼镜店的时尚,而少量的蓝色则给人精致理性之感。

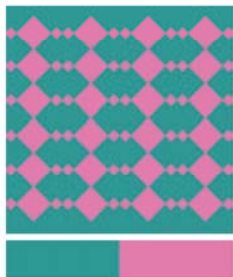


这是 A-Post 物流公司品牌形象的名片设计。将较大字号的无衬线标志文字,在版面中间直接呈现,将信息清楚地传达了。特别是文字上方箭头的添加,凸显出物流公司的速度之快。

名片以黑白两色为主,在经典的颜色搭配中,表明企业的沉稳与理性。而少量黄色的点缀,则为名片增添了一抹亮丽的色彩。名片正面左下角的小文字,不仅起到了说明的作用,而且丰富了细节效果。

配色方案

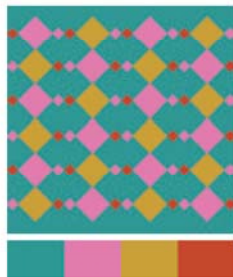
双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏





1.3.4

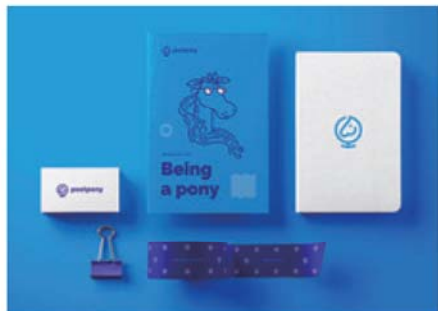
图像

图像与图形一样，都具有很强的信息传达功能，同时也可以为受众带去不一样的视觉体验。如果图形是扁平化的，那图像就更加立体一些，可以对商品进行较为全面的展示，同时也会给受众更加立体的感受。

因此，在运用图像元素进行相关的企业形象设计时，要将展示的产品作为展示主图，给受众直观醒目的视觉印象。同时也可以将其与其他小元素相结合，以增强画面的创意感与趣味性。

特点：

- ◆ 具有更加直观清晰的视觉印象。
- ◆ 细节效果更加明显。
- ◆ 与文字相结合，让信息传达效果最大化。





鲜艳明亮的图像元素

由于图像本身就具有较强的空间立体感,在进行相关的设计时,可以适当运用产品主色调,同时再结合其他色彩,营造鲜艳明亮的色彩氛围。



设计理念: 这是 ffeel 饮料品牌形象的产品设计。将产品在版面中直接呈现,给受众直观的视觉印象。而且在产品左下角的水果,既表明了产品的口味,又使版面的视觉效果更加

丰富。

色彩点评: 整个版面以红色和绿色为主,在互补色的鲜明对比中,尽显产品带给人的欢快与愉悦,同时也让画面色彩十分鲜艳明亮,引人注目。而深色的产品,则增强了画面的稳定性。

1 立体呈现的标志文字,在前后不一的排列中,增强了画面的层次感和立体感。特别是适当阴影的添加,让这种氛围更加浓烈。

2 主体物周围适当留白的运用,为受众营造了一个很好的阅读环境。文字上方绿色树叶的添加,表明了产品的天然健康。

RGB=254,130,140 CMYK=0,64,29,0

RGB=0,175,134 CMYK=77,0,61,0

RGB=86,13,7 CMYK=64,96,100,60



这是 Archer Farms Coffee 咖啡品牌包装设计。采用分割型的构图方式,将插画风景图像作为展示主图,为单调的画面增添了细节效果,同时给人鲜艳明亮的视觉体验,尽显产品具有的个性与时尚。整个包装以黑色为主,图案中橙色、红色和绿色的使用,在鲜明的颜色对比中,让包装极具视觉美感。



RGB=33,33,33 CMYK=83,78,77,60

RGB=2,66,31 CMYK=96,63,100,50

RGB=232,28,61 CMYK=0,100,76,0

RGB=251,191,58 CMYK=5,32,80,0



这是 Elderbrook 饮料品牌包装设计。将石榴造型的插画人物作为包装的展示主图,一方面丰富了包装的细节效果,增强了整体的创意感与趣味性;另一方面则表明了产品的口味。包装以青色和红色为主,在鲜明的颜色对比中,给人以鲜明、明亮的视觉感受。而简单的文字则丰富了细节效果。



RGB=50,188,165 CMYK=70,0,45,0

RGB=226,34,75 CMYK=2,99,62,0



图像元素设计技巧——将产品进行直观的呈现

在运用图像元素进行相关的企业形象设计时，要将产品作为展示主图进行直观的呈现。这样不仅可以使产品在受众面前进行清楚的呈现，也促进了品牌的宣传与推广。



这是 Violette 巧克力品牌形象的站牌广告设计。将适当放大的产品实拍图像作为站牌广告的主图，给受众直观的视觉印象，具有很强的食欲感。

广告以纯度较低的橙色为主，将产品进行直接的凸显。而咖啡色的运用，则增强了画面的稳定性。

在图像下方的标志与文字，促进了品牌的宣传，同时让广告的细节也更加丰富。



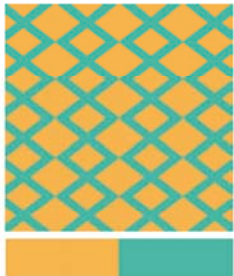
这是女性化的 Avec Plaisir 甜品店品牌形象的包装设计。采用满版型的构图方式，将正在使用甜品的插画人物作为包装的展示主图，以极具创意的方式表明产品种类与受众人群，同时具有很强的艺术性。

以淡粉色作为主色调，凸显出女性具有的雅致与柔和，而且也与产品特性相吻合。

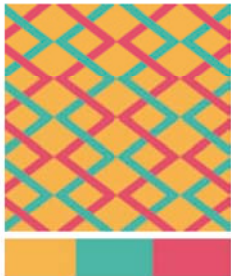
以矩形为载体呈现的标志，促进了品牌的宣传与推广。

配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏





1.3.5

图形

相对于单纯的文字来说,图形具有更强的吸引力,在进行信息传达的同时还可以为受众带去美的享受。最基本的图形元素就是将几何图形作为展示图案,虽然简单,但可以为受众带去意想不到的惊喜。

在运用图形元素进行相关的企业形象设计时,一方面可以将店铺的某个物件进行适当的抽象简化;另一方面也可以将若干基本图形进行拼凑重组,让新图形作为展示主图,以别具一格的方式吸引受众注意力,从而促进品牌的宣传与推广。

特点:

- ◆ 既可简单别致,也可复杂时尚。
- ◆ 以简单的几何图形作为基本图案。
- ◆ 曲线与弧形相结合,增强画面活力与激情。
- ◆ 注重与受众产生情感共鸣。





具有情感共鸣的图形元素

除了颜色可以带给受众不同的心理情感之外,图形也可以表达出相应的情感。比如相对于尖角图形来说,圆角图形就更加温和圆润。所以在运用图形元素进行相关的设计时,要根据企业的文化经营理念,选择合适的图形进行信息以及情感的传达。



设计理念: 这是 Matchaki 绿茶抹茶品牌形象的信封设计。将几何图形构成的标志图案充满整个信封,丰富了整个信封的细节效果,同时图案中间字母“M”的添加,促进了品牌

的宣传。

色彩点评: 信封以不同明纯度的绿色为主,在对比之中增强了信封的视觉层次感,同时凸显产品的绿色与健康。适当白色的运用,提高了整体的亮度。

信封图案中白色直线段的添加,让其具有呼吸顺畅之感。而且超出画面的图案,具有很强的视觉延展性。

在信封左下角的文字,一方面将信息进行直接的传达;另一方面增强了整体的细节效果。

RGB=63,185,74 CMYK=71,0,93,0

RGB=6,60,44 CMYK=100,65,100,55

RGB=255,255,255 CMYK=0,0,0,0



这是 ECOWASH 汽车清洗品牌形象的名片设计。以一个椭圆形作为基本图形,将其进行旋转复制后得到的图形作为标志图案,以简单的方式表达出企业的独特文化。以深蓝色作为背景主色调,同时青色、绿色的点缀,在鲜明的对比中,凸显出企业十分注重环境保护和干净整洁的理念。主次分明的文字,可以将信息进行直接的传达。



RGB=1,31,85 CMYK=100,96,61,46

RGB=18,183,197 CMYK=71,0,25,0

RGB=150,205,52 CMYK=48,0,96,0

RGB=19,100,181 CMYK=91,60,0,0



这是 Juliane Mariani 女性美容护理品牌视觉形象的杯子设计。采用曲线型的构图方式,将文字以一个圆环的形式进行呈现,而且在圆环中间部位的标志首字母,具有很强的视觉聚拢感。以明纯度都较低的红色作为主色调,凸显出美容机构的成熟。特别是背景简笔图形的添加,丰富了细节效果。



RGB=125,42,72 CMYK=55,100,64,20

RGB=255,163,197 CMYK=0,50,4,0



图形元素设计技巧——增添画面创意性

在运用图形元素进行相关的设计时,可以运用一些具有创意感的方式为画面增添创意性。因为创意是整个版面的设计灵魂,只有抓住受众的阅读心理,才能吸引更多受众的注意力,从而达到更好的宣传效果。



这是 Greybe Fine Olive Products 橄榄制品食品品牌形象的名片设计。将抽象化的橄榄树作为标志图案,同时将树干替换为一双手。以极具创意的方式表明企业十分注重产品安全,以及真诚用心的文化经营理念与服务态度。

名片以白色为主,同时在绿色的共同作用下,凸显出产品的天然与健康。而少量橙色的点缀,则丰富了名片的色彩感。以一个正圆作为呈现载体,具有很强的视觉聚拢感。



这是墨尔本 Waffee 华夫饼和咖啡品牌的纸杯包装设计。将华夫饼干抽象为圆角星形作为标志图案,直接表明企业的经营性质,极具创意感与趣味性。而且在杯壁中间部位呈现,对品牌具有很好的宣传效果。

在图案内部的标志文字与简单的线条相结合,既丰富了图案的细节效果,同时又具有很强的视觉聚拢感。

以橙色作为主色调,给人以很强的食欲感,极大地刺激了受众进行购买的欲望。

配色方案

双色配色



三色配色



四色配色



佳作欣赏





1.4

标志与企业形象设计的点、线、面

点、线、面是构成画面空间的基本要素。其中，点是构成线和面的基础，也是画面的中心。线由不同的点连接而成，具有很强的视觉延伸性，可以很好地引导受众的视线。面是由无数的线构成的，不同的线构成不同的面，相对于点和线来说，面具有更强的视觉感染力。



1.4.1

点

点没有大小和形状，它无处不在，可以根据方向、大小的不同，进行随意变形。而点在标志与企业形象设计中，具有很大的作用与功效。合适的点，可以形成画面的视觉焦点，从而增强广告的吸引力，以此吸引更多受众的注意力。



1.4.2

线

线是由点的移动轨迹构成线。线在标志与企业形象设计中，是构成图形的基本框架。不同的线可以给人不同的视觉感受，如直线具有坦率、开朗、活跃的特征；曲线则较为圆润、柔和。而且不同数量的线以及不同延伸方向的线所构成的形态，具有不同的美感。相对于点来说，线具有很强的表现性，它能够控制画面的节奏感。



1.4.3

面

面是由众多点和线结合而成的。在标志与企业形象设计中，面是构成空间的一部分，而不同的面组成的形态可以使画面呈现不同的效果；多种面的组合，可以为画面增添丰富的感染力；同时，明暗的面相组合，能够增强画面的层次感。





1.5

标志与企业形象设计的原则

在标志与企业形象设计过程中，除了要将各种元素进行合理的安排之外，还要遵循一定的原则，如实用性原则、商业性原则、趣味性原则、艺术性原则等。

不同的原则有不同的设计要求，在进行相关的设计时，要根据具体情况与企业的性质进行。





1.5.1

实用性原则

标志与企业形象设计的实用性原则，是指在设计中将产品具有的特征和功效进行直观的呈现，让消费者一目了然，进而形成一定的情感共鸣。在设计时，只有知道消费者想要的是什么，并以此作为创作的出发点，才能够直接吸引受众眼球，同时促进品牌的宣传与推广。





1.5.2

商业性原则

商业性原则强调在企业形象设计具有实用性的基础之上兼备商品经济性，因为企业进行形象设计就是为了能够获得利益，同时为受众带去美的享受。因此在进行相关的设计时，除了要为企业获得经济上的效益，同时还要形成一定的商业价值与社会价值。





1.5.3

趣味性原则

随着生活节奏的不断加快,人们的压力也逐渐增大。因此一些具有趣味效果的产品或者视觉效果就会更容易得到受众的青睐。这样可以让其暂时逃离压力山大的生活,获得片刻休闲的喘息机会。

在进行相关的设计时,可以运用趣味性原则。在版面中通过添加一些具有趣味性的小元素,或者将主体物进行富有创意的改造,以此来吸引更多受众的注意力。





1.5.4

艺术性原则

艺术性原则，是指为了加强企业形象设计中版面的感染力，激发人们的心理震撼感，从而吸引人们的注意力。

在进行相关的设计时，可以运用一些较为艺术的夸张造型或者小的元素，以其艺术性增强广告的欣赏性。这样既加强了版面的视觉感染力，在加深消费者印象的同时，也能提高广告的宣传效果。

