

<<标志创意设计教程>>

图书基本信息

书名：<<标志创意设计教程>>

13位ISBN编号：9787301167489

10位ISBN编号：7301167482

出版时间：2010-3

出版时间：北京大学出版社

作者：欧阳超英

页数：124

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>

<<标志创意设计教程>>

前言

每当我们打开计算机开始工作或娱乐时，微软公司的Windows操作系统“视窗”标志，就会在蓝色屏幕的映衬下滚动闪烁着进入我们的视线；每当我们翻开报纸或打开电视、开关手机；每当我们在超市购物……都难免会与标志相遇。

“随风潜入夜，润物细无声”，标志作为一种特殊的文字或图形符号已经悄然无声地渗入到我们生活中的各个领域。

任何类型的标志设计与应用，其目的无不在于通过符号化的标志形象将标志的理念、产品、服务、品质等，信息抽象地传递给社会大众。

成功的标志形象应该有让人过目不忘的视觉魅力，而魅力的产生源于设计的创新。

标志设计的创新，其根本在于标志“形”的新，“意”的深，标新立异是标志设计永远探寻的目标。

随着高等学校本科教学质量与教学改革理念的提出，教学内容与教学模式在继承传统的基础上，也需要不断地改革与创新，加强学生专业知识、实践动手能力、创新精神培养及在标志设计课程中的体验，是编写本书的总体思路，也是标志设计课程教学永远探寻的目标。

我在20多年的平面设计实践与教学过程中，主要从事标志设计与包装设计。

1982年，还是学生的我曾经将台湾联亚出版社张文宗著的《世界商标大典》随身装在包里，不时拿出翻看，琢磨那些世界大师经典的标志作品，从中深切感悟到标志语言特有的视觉魔力和方寸大小标志符号背后蕴涵的智慧。

自己在设计200多个标志的过程中，有构思酝酿的阵痛，有灵感闪现的激动，有制作过程的乐趣，有完成的惬意。

在平时的教学中，我体会到标志教学的目标应该有两方面：一方面是让学生建立起多视角的标志概念，知悉标志应用与标志设计的内涵及两者的相互关系，系统全面掌握标志相关基本知识点，使学生在理解标志的基础上，用设计的智慧、标志的要求、受众的心理来创意标志信息，实现标志的视觉美和标志符号语言的独特性；另一方面是学会标志创意构思方法，掌握标志草图表现技法，熟练应用计算机软件完成标志制作等。

方法、技法、技能是完成标志设计不可缺少的基本功。

<<标志创意设计教程>>

内容概要

《标志创意设计教程》是21世纪全国高等院校艺术设计系列实用规划教材，本书适合作为艺术院校相关艺术设计专业标志设计课程教材用书。

标志设计课程是平面设计(或视觉传达设计)、广告设计、环境艺术设计、工业产品造型设计等设计专业主干专业课和必修课。

标志是一种用特殊文字或图形构成的传播符号，它具有视觉审美、寓意象征和特定的文化或商业内涵。

标志符号的应用使其成为一种传播媒介，独特的标志符号传递着标志拥有者所独有的信息，这种方寸大小的视觉媒介也因此成为其拥有者与他人和社会沟通的桥梁，有助于其拥有者树立与传播形象。

本书主要内容包括标志概述、标志分类、标志形式、标志创意、标志技法、标志色彩、设计程序和设计案例等。

本书具有全面系统、突出创意、实践应用和图例丰富的特点。

通过对本书的学习，可以达到提高学生标志形象构思、标志形象表现及标志创意思维能力的目的。

本书既可作为艺术设计专业学生的教材，也可作为设计案头的参考资料。

<<标志创意设计教程>>

作者简介

欧阳超英，1986年毕业于湖北工学院工业美术系装潢专业。
曾经在中国包装进出口湖北分公司从事出口商品的包装、广告设计13年。
2008年武汉大学硕士研究生毕业。
现为湖北工业大学艺术设计学院教授，广告设计系主任，硕士生导师，中国包装联合会会员。
主要从事平面设计，广告设计

<<标志创意设计教程>>

书籍目录

第1章 标志概述——认识标志的发展历程 1.1 标志概述 1.1.1 标志的含义 1.1.2 标志符号的文化性 1.2 标志起源与发展趋势 1.2.1 标志的起源 1.2.2 标志的发展及趋势 1.3 标志的特征 1.3.1 识别性 1.3.2 审美性 1.3.3 功能性 1.3.4 象征性 1.3.5 多样性 1.3.6 时代性 思考与练习 第2章 标志分类——区分标志的功能性质 2.1 国家及政府机构与国际组织机构标志 2.1.1 国家政府机构标志 2.1.2 国际组织机构标志 2.2 公共信息标志 2.3 企业标志及商标 2.3.1 企业标志 2.3.2 商标 2.4 文化标志 2.5 个人标志 思考与练习 第3章 标志形式——透视标志的形式载体 3.1 文字形式的标志 3.1.1 拉丁字母标志 3.1.2 汉字标志 3.1.3 数字标志 3.2 图形形式的标志 3.2.1 具象图形的标志 3.2.2 抽象图形的标志 3.3 综合形式的标志 3.3.1 文字与图形混合的标志 3.3.2 数字技术形式的标志 思考与练习 第4章 标志创意——组合形意的联想方法 4.1 标志创意中形与意的关系 4.1.1 创意本质 4.1.2 形与意的关系 4.1.3 意前形后 4.1.4 形前意后 4.2 意与意的联想 4.2.1 意的渐变 4.2.2 意的因果 4.2.3 意的双关 4.2.4 意的新与旧 4.2.5 意的置换 4.2.6 意的不同角度 4.2.7 意的突异 4.3 形与形的联想 4.3.1 传统形的再创意 4.3.2 形的虚与实 4.3.3 形的重复表现 4.5.4 同形异质表现 4.3.5 形的矛盾表现 4.5.6 形的逆反表现 4.3.7 多形组合表现 4.4 事与事的联想 4.5 有意识联想与无意识联想 思考与练习 第5章 标志技法——延展技法的构成原理 5.1 对比——追求强烈的视觉符号 5.1.1 形状的对比 5.1.2 色彩的对比(明度、纯度、色相) 5.1.3 感觉的对比 5.1.4 质感的对比 5.2 调和——营造协调的视觉印象 5.2.1 标志元素的调和 5.2.2 标志形的调和 5.2.3 标志色的调和 5.2.4 标志风格的调和 5.3 渐变——遵循次序的渐进变化 5.3.1 方向渐变 5.3.2 形态渐变 5.3.3 色彩渐变 5.4 特异——整体局部的强烈对比 5.4.1 形态特异 5.4.2 色彩特异 5.4.3 元素位置特异 5.5 视幻——艺术技术的视觉语言 思考与练习 第6章 标志色彩——以色表意的色语传播 第7章 设计程序——标志创意的渐进过程 第8章 设计案例——实践应用的借鉴参考 参考文献

<<标志创意设计教程>>

章节摘录

4. 商人印记 做买卖的行业叫做“商业”，市场上用来交换的物品叫做“商品”，做买卖的人叫做“商人”。

凡是与买卖有关的人和事，都要冠以“商”字，“商”与我国的商朝有着直接关系。

“商人”是从“商族人”这个词演变过来的。

商人的提法出现于商朝灭亡以后，相传商朝故国之人王亥很会做生意，经常率领奴隶，驾着牛车到黄河北岸去做买卖。

后人便把从事商品交换的人称为商人了。

商人队伍逐渐发展壮大，并开始有了行业之分、家族之分、门派之分，商品也有了优劣之分，商人们为了区分不同的商品，便出现了商人印记。

据考古记载，早在公元前4~5世纪，由于地中海沿岸贸易兴盛，古希腊已经开始使用商标，人们在古埃及的墓穴中也曾发现过刻有标志的器皿。

在罗马统治的1000年中，最早的一部《（编年经济档案）》向我们显示了商标在日常事务中占有的显著地位。

而在罗马和庞贝以及巴基斯坦的考古发现中，建筑物上都发现过石匠的标志：新月、车轮、葡萄叶以及另外一些简单的图案。

12世纪以后，伴随着欧洲的社会发展，特别是西欧商业的发达。

商人们在普遍使用商标的过程中，又把制造业标志和商品识别截然分开。

13世纪以来，欧洲盛行的一种商人印记是现代商标的直接前身，它主要是用来标志产品的制造者或者质量。

随着商业行会的发展，把它用作监督、区别行会或公司成员，之后，某些行会为了使其利益不受损害，把印记进行登记注册。

14~17世纪是商业标志的产生和成熟期，第一个将商人印记用作商业标志的是英国印刷商威廉·卡克斯顿。

这种商人印记一直到工业革命以前，在商品贸易交往中都比商品本身的标志的作用更为重要（图1.11）。

<<标志创意设计教程>>

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>