

JinJin / November 19, 2012 01:06AM

[\[講義08\] 標誌設計流程與基本概念](#)

1. [1. 什麼是標誌](#)
2. [2. 標誌的作用](#)
3. [2.1 識別性](#)
4. [2.2 領導性](#)
5. [2.3 統一性](#)
6. [2.4 涵蓋性](#)
7. [2.5 延展性](#)
8. [2.6 系統性](#)
9. [2.7 革新性](#)
10. [3. 標誌設計流程](#)
11. [3.1 研究調查與分析](#)
12. [3.2 要素挖掘](#)
13. [3.3 設計開發](#)
14. [3.4 標誌修正](#)

1. 什麼是標誌

商標設計 (logo/trademark design) 的基本要素：標誌 (symbol)、標準字 (logotype) 及標準色 (color)。

它不同與古代的印記，現代標誌承載著企業的無形資產，是企業綜合資訊傳遞的媒介。標誌作為企業CIS戰略的最主要部分，在企業形象傳遞過程中，是應用最廣泛、出現頻率最高，同時也是最關鍵的元素。企業強大的整體實力、完善的管理機製、優質的產品和服務，都被涵蓋於標誌中，透過不斷的刺激和反覆刻畫，深深的留在受眾心中。

商標設計將具體的事物、事件、場景和抽象的精神、理念、方向透過特殊的圖形固定下來，使人們在看到標誌的同時，自然的產生聯想，從而對企業產生認同。標誌與企業的經營緊密相關，logo標誌是企業日常經營活動、廣告宣傳、文化建設、對外交流必不可少的元素，它隨著企業的成長，其價值也不斷增長，曾有人斷言："即使一把火把可口可樂的所有資產燒光，可口可樂憑著其商標，就能重新起來"。因此，具有長遠眼光的企業，十分重視標誌設計同時了解標誌的作用，在企業建立初期，好的標誌設計無疑是日後無形資產累積的重要載體，如果沒有能客觀反映企業精神、產業特點，型式科學優美的標誌，等企業發展起來，在做變化調整，將對企業造成不必要的浪費和損失。中國銀行進行標誌變更後，僅全國拆除更換的戶外媒體，就造成了2000萬的損失。

[img]http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/ce/Coca-Cola_logo.svg/800px-Coca-Cola_logo.svg.png[img]

[hr]

[img]<http://image.cnwest.com/attachement/jpg/site1/20100202/001372d8a2010cd1cc870a.jpg>[img]

[hr]

[img]<http://www.snb.hk/Resource/blog/4faa73b8-52ec-792d-e040-10ac0d0c03d9/image/Stock%20Hunter/%E4%B8%AD%E5%9C%8B%E9%8A%80%E8%A1%8CMiddle.jpg>[img]

[hr]

2. 標誌的作用

1. 識別性

識別性是企業標誌重要功能之一。市場經濟體制下，競爭不斷加劇，公眾面對的訊息紛繁複雜，各種logo商標符號更是數不勝數，只有特點鮮明、容易辨認和記憶、含義深刻、型式優美的標誌，才能在同業中突顯出來。它能夠區別於其它企業、產品或服務，使受眾對企業留下深刻印象,從而提升了logo設計的重要性。

2. 領導性

標誌是企業視覺傳達要素的核心，也是企業開展訊息傳播的主導力量，在視覺識別系統中，標誌的型式、色彩、應用模式，直接決定了其他識別要素的形式，其他要素的建立，都是圍繞著標誌為中心而展開的。標誌的領導地位是企業經營理念和活動的集中體現，貫穿於企業所有的經營活動中，具有威權性的領導作用。

3. 統一性

標誌代表著企業的經營理念、文化特色、價值取向，反映企業的產業特點，經營思路，是企業精神的具體象徵。大眾對企業標誌的認同等同於對企業的認同，標誌不能脫離企業的實際情況，違背企業宗旨，只做表面形式工作的標誌，失去了標誌本身的意義，甚至對企業形象造成負面影響。

4. 涵蓋性

隨著企業的經營和企業訊息的不斷傳播，標誌所代表的內涵日漸豐富，企業的經營活動、廣告宣傳、文化建設、公益活動都會被大眾接受，並透過對標誌符號的記憶刻畫在腦海中，經過日積月累，當大眾再次見到標誌時，就會聯想到曾經購買的產品、曾經受到的服務，從而將企業與大眾聯繫起來，成為連接企業與受眾的橋樑。

5. 延展性

企業標誌是應用最為廣泛，出現頻率最高的視覺傳達要素，必須在各種傳播媒體上廣泛應用。標誌圖形要針對印刷方式、製作工藝技術、材料質地和應用項目的不同，採用多種對應性和延展性的變體設計，以產生切合、適宜的效果與表現。

6. 系統性

企業標誌一旦確定，隨之就應展開標誌的精緻化作業，其中包括標誌與其他基本設計要素的組合規定。目的是對未來標誌的應用進行規劃，達到系統化、規範化、標準化的科學管理。從而提高設計作業的效率，保持一定的設計水平。此外，當視覺結構走向多樣化的時候，可以用強有力的標誌來統一各關係企業，採用統一標誌不同色彩、同一外形不同圖案或同一標誌圖案不同結構方式，來強化關係企業的系統化精神。

7. 革新性

標誌確定後，並不是一成不變的，隨著時代的變遷，歷史潮流的演變，以及社會背景的變化，原先的標誌，可能已不適合現下的環境。如"宏碁電腦"、"蘋果電腦"標誌的演變，都是著名的例子。企業經營方向的變化、接受群體的變化，也會使標誌產生革新的必要，總之，標誌總是適合企業的，並緊密結合企業經營活動的重要元素。

(轉自<http://www.facebook.com/groups/520665744626171/>)

[hr]

3. 標誌設計流程

1. 研究調查與分析

logo標誌不僅僅是一個圖形或文字的組合，它是依據企業的構成架構、行業類別、經營理念，並充分考慮標誌接觸的對象和應用環境，為企業製定的標準視覺符號。在設計之前，首先要對企業做全面深入的了解，包括經營戰略、市場分析、以及企業最高領導人員的基本意願，這些都是標誌設計開發的重要依據。對競爭對手的了解也是重要的步驟，標誌的重要做用即識別性，就是建立在對競爭環境的充分掌握上。

2. 要素挖掘

要素挖掘是為設計開發工作做進一步的準備。依據對調查結果的分析，抽提出標誌的架構類型、色彩取向，列出標誌所要體現的精神和特點，挖掘相關的圖形元素，找出標誌設計的方向，使設計工作有的放矢，而不是對文字圖形的無目的組合。

3. 設計開發

有了對企業的全面了解和對設計要素的充分掌握，可以從不同的角度和方向進行設計開發工作。透過設計師對標誌的理解，充分發揮想像，用不同的表現模式，將設計要素融入設計中，標誌必須達到含義深刻、特徵明顯、型式大氣、架構穩重、色彩搭配能適合企業，避免流於俗套或大眾化。不同的標誌所反映的側重或表象會有區別，經過討論分析或修改，找出適合企業的標誌。

4. 標誌修正

提案階段確定的標誌，可能在細節上還不太完善，經過對標誌的標準製圖、大小修正、黑白應用、線條應用等不同表現形式的修正，使標誌使用更加規範，同時標誌的特點、架構在不同環境下使用時，也不會喪失，達到統一、有序、規範的傳播。

Edited 4 time(s). Last edit at 12/16/2012 12:05PM by JinJin.
