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/Resourse/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。它能夠區別于其它企業、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愿，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，使標誌使用使更加規範，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.