

-
- 1 / 3

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.
