

<<标志设计>>

图书基本信息

书名：<<标志设计>>

13位ISBN编号：9787532244393

10位ISBN编号：7532244393

出版时间：2005-6

出版时间：上海人民美术出版社

作者：吴国欣

页数：135

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>

<<标志设计>>

内容概要

一个优秀的、经典的标志，不仅有独物的创意，而且在审美、功能及内涵表达上都是完美的。在标志的构架、点、线、面之间的关系，色彩的运用都要符合美的形式法则。

标志是一种视觉语言，这种视觉语言一定要精炼、明确、易辩、易记。

标志又是一种形象语言，使用形象是为了表达内涵，这种表达不能离开人的一胜败视觉以给和训别习惯。

除此之外，在设计时，也应考虑到标志需要使用在不同环境、不同场合与不同媒介上的这一特殊性。

标志从最早的符号、标识等发展面来已有五千多年的历史，许多的学者专家也作了大量的研究和介绍，已出版的有关标志方面的书籍在编写的过程中广泛取了各方面专家对标志的论述和观点，选用的图例和优秀标志的论述和观点，选用的图例和优秀标志大部分是国外标志，无法——标明设计者姓氏，在此特向作者表示由衷的感谢。

《中国高等院校艺术设计专业系列教材：标志设计（第2版）》最后附上《中华人民共和国商标法》，是因为本人深感设计者应更多了解《商标法》，才能更好地保护自己和别的知识产权，使中国整体的设计更规范、更多元化。

<<标志设计>>

书籍目录

第一章 导言一 标志的概述二 标志的功能三 标志的特征第二章 标志的起源与发展一 我国标志的发展概况二 国外标志的过去和现在的趋势第三章 标志的类型一 政府和国际组织机构标志二 公共信息标志三 品牌标志第四章 标志的设计原则一 独特性二 注目性三 通俗性四 通用性五 信息性六 文化性七 艺术性八 时代性第五章 标志的设计形式一 具象表现形式二 抽象表现形式三 文字表现形式第六章 标志的设计技法一 反复二 对比三 和谐四 渐变五 突破六 对称七 均衡八 反衬九 重叠十 变异十一 幻视十二 装饰第七章 标志的设计程序一 调查研究二 设计构思三 标志命名四 草图阶段五 深化阶段六 色彩应用七 正稿制作八 视觉调整附录一 中华人民共和国商标法二 中华人民共和国商标法实施条例优秀标志设计例后记参考书目

<<标志设计>>

章节摘录

抽象表现形式 抽象表现是指以抽象的图形符号来表达标志的含义，它以理性规划的几何图形或符号作为表现形式。

现代社会，新型的商品品种日益增多，提供设备、技术以及资料的机构也越来越多，它们都需要使用标志。

而这些标志的设计，如果仍用一般的表现方式是难以完成的，必须创造出一种暗示含义或表示机构的抽象特征的符号。

抽象形表达方式正适用于此类情况。

为了使非形象性转化为可视特征图形，设计者在设计创意时应把表达对象的特征部分抽象出来，同时借助于纯理性抽象形的点、线、面、体来构成象征性或模拟性的形象。

抽象形式的标志，单纯地表现对象的感觉和意念，具有深刻的内涵和神秘的意味感。

这种标志造型简洁，耐人寻味，产生一种理性的秩序感，或具有强烈的现代感和视觉冲击力，给观者以良好的印象和深刻的记忆。

抽象标志表现形式可以分为：1. 圆形标志图形 圆具有单一的中心点。

它依据这个点运动，引起向周围等距离的放射活动，或从周围向中心点集中的活动。

换言之，圆形容易吸引人的视觉注意力，形成视觉中心。

在中国古代人民的审美心理中，常常把对待宇宙、对待万物的哲学态度融化在这样一个圆形之中，形成求满、求全、求圆的民族心理特征。

圆形标志图形一般可分正圆形、椭圆形和复合形等。

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>