## 标志设计



作者: 侯立平著

出版社:北京:中国传媒大学出版社

出版日期: 2010.05

总页数: 117

介绍:我们正处在信息化的时代,信息的容量、传播的速度、涵盖的范围都在与日俱增,为此,人们不断寻找信息传递更为便捷迅速的手段。视觉传达的方式应这一需求而得到普遍的应用,国家、企业、社团、机关纷纷通过视觉符号——标志来树立各自的形象,传达各自的理念。由于经济的发展,市场竞争日益激烈,商业中的视觉传达信息尤为活跃。从国内情况来看,自1988年起,首例企业识别系统(CI设计"太阳神"制作导入的成功,使研究C1、导入c哟热潮在神州大地兴起。各企业开始争相搞CI形象策划,期望以此树立企业的形象,提高竞争能力。但由于CJ是泊来品,在我国尚处于引进研究阶段,所以C1的导入难免缺乏一定的经验,出现一定的误区,最常见的误区表现在重形式、轻理念;重实施、轻规划;重近利、轻长远等等。其中视觉表现形式与理念的关系问题是应当引起企

业决策人与设计师共同关注的问题。理念(MI)是企业的灵魂,是企业一切运营的核心,脱离了这个核心,行为识别(B1)与视觉识别(V1)都将成为空中楼阁。就像人的行为举止、言辞谈吐无法表达内心思想情感一样,企业的理念精神无法得以传达。所以,没有理念的V1其实只是失去灵魂的躯壳和虚饰。从设计师的角度来讲,企业标志的形象化由理念转化而来,应当注意保持视觉语言与企业理念在精神内涵上的一致性,避免主观臆造以致产生视觉语言诃不达意的现象。

说明: 登录教客网(https://www.jiaokey.com/book/detail/12742893.html) 查找全本阅读方式

标志设计 评论地址: https://www.jiaokey.com/book/detail/12742893.html 教客网提供千万本图书阅读地址。

https://www.jiaokey.com/book/detail/12742893.html

书名:标志设计