

# 汉字图形化创意在 LOGO 设计中的应用

王建斌<sup>1,2</sup>, 周晶<sup>3</sup>

(1.河北理工大学,唐山 063020; 2.山西大同大学,大同 037009; 3.河北理工大学轻工学院,唐山 063000)

**摘要:**从汉字的文化内涵出发,通过对汉字在标志设计中的不同应用方式将汉字型标志进行总结、归类,试图清晰、宏观地把握汉字型标志设计的发展规律及趋势,展现汉字型标志独特的文化意蕴和形式美,并从中找寻汉字型标志设计的突破口和新课题。

**关键词:**标志; 汉字创意; 解构

**中图分类号:** J524.1 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2009)01-0176-03

## Application of Chinese Character Graphical Originality in Logo Design

WANG Jian-bin<sup>1,2</sup>, ZHOU Jing<sup>3</sup>

(1. Hebei Polytechnic University, Tangshan 063020, China; 2. Shanxi Datong University, Datong 037009, China; 3. Light Industry College Hebei Polytechnic University, Tangshan 063000, China)

**Abstract:** The cultural connotation of Chinese characters was discussed. Chinese character logos were summarized and classified through analysis of the different application methods of Chinese character. The development rule and trend of Chinese character logo design was discussed, so as to show cultural connotation and formal beauty of Chinese character logo, and to find a breakthrough of Chinese character logo design.

**Key words:** logo; Chinese characters originality; deconstruction

标志是整个企业视觉识别系统(VI)的核心。标志按表现形式可以分为字体标志、图形标志和组合型标志。字体标志是由各民族的文字或字母设计而成,这类标志具有很强的民族性和可识别性。如北京故宫、中国银行标志就是应用字体来设计标志的典型案例。本文主要论述汉字在字体标志设计中的运用。

## 1 汉字的文化内涵

汉文字是中华文明的载体,它具有五千多年的历史,是世界三大古老文字中唯一仍在使用的文字。汉代许慎在《说文解字》中认为汉字起源于圣人“仰则观象于天,俯则观法于地,观鸟兽之文与地之宜,近取诸身,远取诸物”从自然和人事中“观物取象”博采众长的结果。并在“六书”说中提出了造字有6种方式。六书中除“形声”是组字法,“转注”、“假借”是用字法之外,“象形”、“指事”、“会意”三者是造字之法,是汉字之所以为汉字的根本。汉字能走到今天,“象形”与“会意”是两件必不可少的法宝。站在陶文刻符的立场看,“象形”是使汉字走向艺术化的一个必经的驿站,也使得汉字具有图形化的造型潜力<sup>[1]</sup>。

汉字在图形及表意方面有着美观、概括和凝练之优点,这也使其成为有效的设计元素,为汉字型标志设计和标志的民族化提供了良好的基础。古汉字在演变阶段所产生的各种字体

以及后来由于书写行为而产生的篆书、隶书、楷书、草书、行书等书体、书风给汉字图形化提供了多样性的借鉴。

## 2 汉字在标志设计中的应用

标志最为重要的作用是传达与识别,而传达与识别最为简易的方法就是简化的图形与明了的文字。字体标志正是运用了这一特性,因为其形神合一,既表意,又表形,容易读懂,所以许多设计师把民族文字通过变形、再创造而应用于标志设计中。走在前沿的有日本杉浦康平、田中一光、佐藤晃一、南部俊安,香港靳埭强、陈幼坚,韩国安尚秀,深圳韩家英等设计师。

### 2.1 装饰体汉字的应用

这类标志是以汉字的印刷体为基础进行装饰、变形而成。它在一定程度上摆脱了印刷字体在字形和笔划方面的束缚,把汉字“象形”、“会意”之特点强化,将字形的结构转化为图形的意象,或加入其它辅助图形来突出主题。往往以丰富的想象力,运用夸张、笔画减省等手法重构字形,并通过文字本身的笔画和字体结构去反映形式美,体现用笔美、结构美、意境美,也就是以形达意<sup>[2]</sup>。既要依照汉字的字形结构和书写规律,又要符合标志的特征,并且不失文字的可识别性。

这类经过印刷体变形而来的装饰字体在视觉识别系统中

**收稿日期:** 2008-09-28

**作者简介:** 王建斌(1976—),男,山西偏关人,河北理工大学硕士研究生,山西大同大学助教,主要从事汉字字体创意设计、标志设计、广告设计、排版设计研究。

具有美观大方、便于阅读和识别、应用范围广等优点;装饰字体其笔划本身也有较强的感情色彩,如用细线条表现的字体容易使人联想到优雅与浪漫,圆厚的字体常表达出稳重和柔和,而浑厚粗实的字体及笔划则表现出强劲和坚定,有棱角的字体则易展示个性等等。经过精心设计的字体,除了外观造型不同于普通印刷字体外,更重要的它是根据企业或品牌的行业特征而设计的,对笔划的走向、形态、粗细、结构等方面都做了细致严谨的推敲,比普通字体更美观,更具特色,更有识别性<sup>[3]</sup>。

中国电信的旧版标志,见图 1,以汉字“中”及中国传统图案“回纹”为基础,经变化整合形成具有三维立体空间的图形,寓意四通八达的通信网络,象征“中国电信”畅通无阻,通达四海的企业理念;形象地传达了中国电信:沟通、传递、速度、科技的行业特征。此标志是中国电信的象征,是企业精神、企业文化和企业特点的集中体现<sup>[4]</sup>。



图 1 中国电信旧版标志  
Fig. 1 China Telecom's old Logo

中国邮政标志也是将“中”字体与邮政的网络形象经过归纳、变化、融合而成;并在其中蕴涵了翅膀的造型,使人联想“鸿雁传书”这一中国古代用于信息传递的方式。同时传达了服务于千家万户的企业宗旨,以及快捷、准确、安全、无处不达的企业形象。标志造型朴实有力,以横与直的平行线为主构成,代表秩序与四通八达;稍微向右倾斜的处理,表达出动感与速度感且很好地与邮政提供的服务相吻合。

日立公司标志(日本),见图 2,它的创意直接来源于品牌名中的“日”和“立”2 个汉字。图形设计巧妙地把字体构成一个站立在地平线上的人的形象,此形象寓意公司的日益兴起。香港设计师靳埭强设计的“中国银行”标志,是在古代“滚圆”的铜钱形中融入一个“中”字,似两扇上了锁的门,象征安全与守信,既体现了行业特征又颇具中国特色。



图 2 日立公司标志(日本)  
Fig. 2 HITACHI Logo (Japan)

民间博物馆标志,见图 3, '92 北京国际拍卖会标志(王国伦),见图 4,中国包装联合会标志(王国伦),见图 5,中华汽车标志,见图 6,琳琅阁标志(晏钧),见图 7,这些都是通过印刷体变形来设计标志的典型案例。



图 3 民间博物馆标志  
Fig. 3 Logo of Folk Museum

## 2.2 书法体汉字的应用

当人们对规范的几何形标志产生视觉疲劳时,更青睐于无



图 4 '92 北京国际拍卖会标志  
Fig. 4 '92 Beijing International Auction Logo



图 5 中国包装技术协会标志  
Fig. 5 Logo of China Packaging Technical Association



图 6 中华汽车标志  
Fig. 6 Logo of Zhonghua Auto



图 7 琳琅阁标志(晏钧)  
Fig. 7 Linglangge Logo by Yanjun

拘无束自由形的表达,于是标志设计中采用偶然形成成为一种潮流。而书法的形式恰恰具有这些特点,于是书法体在标志设计中的应用成了必然。

书法体是相对标准印刷字体而言的。中国书法是书写汉字的艺术。它具有悠久的历史,已经发展成为一门多姿多彩的艺术表现形式,其内容十分丰富。字体多样、书体分呈、书风各异。大篆、小篆、隶书、楷书、行书、草书等有着各自的审美意味和形式构造;篆书雄健浑厚;隶书朴拙典雅;楷书稳健端庄;行书纵情挥洒;草书简练连贯<sup>[5]</sup>。历代书法家的创作,更赋予了书法体汉字丰富的内涵,呈现出异彩纷呈的艺术风格,不但结构章法很美,还能体现书法者自身修养和意境之别,有着西方文字无法比拟的优势<sup>[6]</sup>。

从书法艺术中寻找标志设计的灵感,并将书法艺术的气、韵、形、神,疏密结构与现代设计的创作理念、表现形式、制作手法、传播媒介相结合,可以创意出极具视觉魅力的标志。在标志设计中借鉴书法艺术可以丰富标志表现形式,提高标志本身的艺术价值与文化内涵。书法体标志的设计形式可分为 2 种,一种是直接使用传统书法字贴或名人题字;另一种是为了突出个性,追求传统书法的韵味而以书法技巧为基础特意书写或制作的。

由于书法体标志具有活泼、随意之特点,所以也给视觉识别系统的应用与延展带来一定困难,如进行系统整合时与其它辅助图形是否相协调,是否便于快速识别,标志在一些特殊材质与场合的使用时能否始终保持标志的同一性等问题。



图 8 大连平面设计师峰会标志

大连平面设计师峰会标志,见图 8,就是一个巧妙地使用草书的例子。

外形取自草书“连”字,足部又以鱼形来体现大连的地域特征。而这些首尾相生的鱼又象征了交流与合作。日本“恋文展实行委员会”标志,见图9,也是应用传统的书法艺术设计的标志,透出很浓郁的东方色彩;喜之郎品牌标志,利用篆书变形设计的香港远东广场酒店香宫标志(陈幼坚),见图10,汉臣箱包



图9 恋文展实行委员会标志(日本)  
Fig.9 Japanese Logo



图10 香港远东广场酒店香宫标志(陈幼坚)  
Fig.10 Logo of Shang Palace at Far eastern Plaza Hotel by Alan Chan

志(晏钧),见图11,姑苏人家餐饮公司标志(谢江),见图12,都是应用书法体来设计标志的经典实例。



图11 汉臣箱包标志  
Fig.12 Logo of hanchen by Yanjun



图12 姑苏人家餐饮公司标志(谢江)  
Fig.12 Logo of Gusu renjia Catering Company by Xiejiang

### 2.3 解构体汉字的应用

解构是相对于结构而言的。解构不是没有结构,是指打散了原有的构成汉字的正统原则与正统标准,而重组形成新的结构。所以经解构设计后的汉字都具有貌似零乱,而实质上却有内在的结构因素和总体性考虑的特点,和建筑界的解构主义有异曲同工之妙。解构体汉字在标志中的应用具有很大的随意性、个人性、表现性特点。如果应用不恰当易产生零散的感觉。解构主义奠基人德里达的理论中心是对于结构本身的反感,认为部件本身的含义已经足够反映真实,对于单独个体的研究比对于整体结构的研究更加重要,更加能够反映出人类存在的真理。重视个体、部件本身、反对总体统一的解构主义哲学思想最早反映在世界上第一个解构主义建筑设计家弗兰克·盖里的作品之中。他的建筑充分反映出对于整体性的否定,对于部件个体的兴趣<sup>[7]</sup>。

应用解构体汉字设计的标志可以分为两类:一类指标志由标准的印刷体进行解构设计而成;如浙江湖州艺术与设计学校标志,见图13,和解放设计标志,见图14。湖州艺术与设计学校标志是把“艺术与设计”这5个汉字根据需要来进行分解,然后又按照新的构成法则来重构。在本标志中是按照一个象征树冠的圆形来重构的,分解后的汉字部首组成了这个大树的枝叶。整个标志宛如一棵枝叶茂盛的大树,寓意这是一方培养人才的沃土。标志给人耳目一新的感觉,这就是解构的力量。另一类指标志是以传统的书法笔划来进行解构重组的。



图13 浙江湖州艺术与设计学校标志  
Fig.13 Logo of Zhejiang Huzhou Art & Design School



图14 解放设计标志  
Fig.14 Logo of Jie & Fang Design

LOGO2004 第四届国际商标标志双年奖银奖作品“意风轩”画廊的标志,见图15,是将一些不同走向、浓淡的书法笔划来重构的,看似无形却有形就是它所追求的艺术境。这类标志一般都具有深厚的民族文化底蕴和浓郁的东方色彩,比较适合于教育机构、文化团体等标志的设计。



图15 意风轩画廊标志(冯振安)  
Fig.15 Yifengxuan Gallery Logo by FENG Zhen'an

### 3 结语

汉字之美源远流长!它是中华民族历史文化宝库中最珍贵的精神财富。顺应时代的发展,历史赋予我们设计师对汉字作为信息化符号外的再创意的使命。把汉字作为一种蕴涵民族文化的载体来研究,借用汉字本身的文化传承性和视觉领域的创造性思维方法,在设计领域重现汉字图文之美。汉字图形化创意设计的未来也必迎来前所未有的发展空间,这也将是汉字设计研究的新课题<sup>[8]</sup>。

### 参考文献:

- [1] 陈振濂.线条的世界:中国书法文化史[M].杭州:浙江大学出版社,2002.
- [2] 张宇.视觉艺术中形态知觉与心理[J].包装工程,2004,25(4):75.
- [3] 张军.汉字标志设计漫谈[J].包装与设计,2004,(5):90.
- [4] 毛德宝.标志设计[M].南京:东南大学出版社,2000.
- [5] 孟滨.中国书法艺术对现代包装设计的影响[J].包装工程,2008,29(5):164.
- [6] 杨猛,朱月.汉字型标志设计探析[J].包装工程,2007,28(4):164.
- [7] 王受之.世界现代设计史[M].深圳:新世纪出版社,2001.
- [8] 林家阳.林家阳的设计视野——设计创新与教育[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2002.