

# 动态标志设计特征与应用研究

梁伟

(宁波大红鹰学院, 宁波 315175)

**摘要:** **目的** 探究动态标志设计的主要特征及应用方式。**方法** 基于动态标志设计可变性、互动性、延展性的特征, 分析其价值体现, 并从图形、色彩、声音3方面展示动态标志设计的优势及具体案例。**结论** 动态标志设计是未来设计发展的必然趋势, 有强大的应用优势, 也存在一定的局限与不足, 在实际设计过程中应充分考虑到大众的实际需求和审美需要, 让动态标志设计沿着正确的方向长远发展。

**关键词:** 动态标志设计; 优势; 发展

中图分类号: J524.4 文献标识码: A 文章编号: 1001-3563(2017)12-0228-04

## Design Features and Application of Dynamic Logo

LIANG Wei

(Ningbo Dahongying University, Ningbo 315175, China)

**ABSTRACT:** It aims to explore the main features and application methods of dynamic logo design. Based on the dynamic sign design variability, interaction, extension characteristics, it analyzes its value, and from the graphics, color, sound three aspects of dynamic logo design and the specific application of the. Dynamic logo design is the inevitable trend of the future design development, has a strong advantage, but there are also some limitations and shortcomings in the actual design process should give full consideration to the actual needs and aesthetic needs of the masses, so that the dynamic logo design in the right direction and long-term development.

**KEY WORDS:** dynamic logo design; advantage; development

凭借醒目、直白的图形, 鲜艳、美观的色彩和简约、多样化的形态, 标志设计一直处于视觉形象传播系统的核心位置。尤其在发展中逐渐细致化、标准化、规范化的应用趋势, 创造了众多食品、汽车、化妆品等领域的代表性标志, 并深深根植于大众的脑海, 为企业的宣传起到了重要的促进作用。然而, 随着科学技术的不断发展, 新事物、新观念、新技术不断涌现, 人们逐渐开始追求更加直观、快捷的生活方式<sup>[1]</sup>。这样的社会现实给当今的艺术设计领域带来了前所未有的机遇与挑战, 标志设计也不例外。之前稍显程式化、模式化的设计方式已经无法满足人们的实际需求, 必须从整体到局部进行系统的审视, 大胆进行创新, 以全新的姿态创造新的生命力。动态标志一经出现, 就以图形、色彩和声音的律动吸引了消费者的眼球, 由静变动的形式完全摆脱了传统标志设计的沉闷与单调, 开始日渐流行起来, 给标志设计带来了新的生命力。

## 1 动态标志设计的特征

“动”意味着变化、不确定, 也意味着发展与运动。动态标志设计是将静态的标志加上变化的要素, 形成具有一定的周期性或者连续变化的过程<sup>[2]</sup>。这种变化主要通过特定的时间、空间等维度中进行运动的符号或者图形, 可以是标志元素在连续的一段时间内的持续形变运动, 也可以是静态应用中的多种不同的视觉形态, 共同构成可拓展性的动态标志。在以高科技为主导的信息时代, 相较于传统静态标志, 动态标志明显有着更强大的生命力和发展空间, 无论识别性、过程性和情节性还是功能性、情感性都有着静态标志所不具备的优势, 特征鲜明而直观<sup>[3]</sup>。

1) 可变性。动态标志在色彩、图形、文字和质感的运用上丰富多变, 跳脱了标志设计二维平面的局

收稿日期: 2017-03-09

作者简介: 梁伟(1980—), 女, 安徽人, 硕士, 宁波大红鹰学院副教授, 主要研究方向为标志与品牌视觉形象设计。

限,可以有选择地对兴趣和关照信息进行加工处理。在数字媒体上表现高纯度色、透明色、渐变色、透叠效果、立体效果后,再利用Flash等动画媒介工具,把声音和动作运动融入设计中,这样的设计能够使标志具备故事性和时间性,从而引发受众大脑的强烈刺激,获得视觉注意。

2) 互动性。动态标志从一幅变化成多帧的动画形式,配合视觉、触觉甚至听觉等多种媒介,形成了一种“讲故事”的能力,能够以一种开放的形式和受众进行互动沟通,最大限度地满足他们的兴奋感和情感安全需要<sup>[4]</sup>。这一特点不仅使动态标志能够更加有效地传递信息,还能更加快速地吸引和折服受众,给他们更多的情感体验。

3) 延展性。动态标志增加了时间的维度,将平面和立体相互转化,将运动和空间相互结合,任何一种现实空间或者现实无法实现的形态都能够在动态标志中成为可能。比如,透明材质随着光照移动所产生的色彩与形态的变化,以及多元性的感觉、气氛和情绪的综合感知,这些都以各种颠覆性和离奇变换的超现实方式展现。这种将不同时间维度和不同空间的动态图形相整合的方法,打破了画面的空间二维性,让传达的信息能够在受众的大脑中长久记忆。

## 2 动态标志的价值体现

### 2.1 审美价值

随着后现代主义设计的兴起,“以人为本”的设计理念得到大家的推崇。作为成为一种艺术表现形式,动态标志通过有节奏的运动变化,使图形、色彩能够更好地传递设计初衷,再配合视觉和听觉与受众产生互动,增添趣味性和娱乐性,不仅使受众产生了情感共鸣,提升了标志设计的情感价值,更有效迎合了大众的审美需求,让审美者能够获得愉悦感和满足感,体现出一种人文关怀<sup>[5]</sup>。

### 2.2 实用价值

动态标志在通过形态、色彩、质感以及视听感受等多方面的表现方式满足人们的情感需求的同时,更肩负着应对市场竞争,塑造良好企业品牌形象的任务。所以,动态标志强调以更加生动、形象的直观展现,帮助受众从视觉上清楚了解品牌的形象内涵<sup>[6]</sup>。在此基础上,再配合色彩图形的不断变化,更大程度地吸引受众的眼球,让人们产生一种新鲜感,不会轻易形成审美疲劳,而这恰恰在很大程度上增加了人们对动态标志设计作品的视觉记忆时间和深度。

### 2.3 时代价值

为满足现代信息传播的新需求,动态标志设计以

一种开放的态度展现自己,不仅突破了传统标志设计的方式和理念,更对标志的内涵进行了延伸,具有十分明显的时代价值。动态标志设计融合了多种数字媒介的传播优势,以整体、混合和多元的形态,满足了现代信息传播的新需求。与此同时,动态标志设计由单一的视觉形象设计发展成为嗅觉、听觉等多感官设计,设计风格也开始从简单走向繁复,手绘涂鸦、实物拍照、电脑三维等设计手法全部囊括,使得自身的整体形象更加新颖独特,完美地塑造了文化形象,推进了品牌的塑造。

## 3 动态标志设计的具体应用

网络媒介、电视媒介、手机媒介以及LED广告屏,这些时代进化的产物为动态标志提供了发展的温床,不仅减少了不必要的资源消耗,更让整个运作过程更加精致化,使得标志的传播形式由二维、三维转向了具有时间纬度的四维界面,应用范围越来越广,效果也更加突出。

### 3.1 动态图形标识的应用

数字时代的到来,让技术手段和设计方法更趋多样化,同时也使得动态标志设计中的图形标识产生了更加多元化的形态变化<sup>[7]</sup>。

1) 对点、线、面等视觉元素进行巧妙处理。为了给受众带来富有运动感的视觉感受,动态标志形态在设计时多被进行了大小、位置、节奏、角度等变化,再通过协调平衡,充分发挥每个点各自的价值,呈现出一种主次分明的点的旋律。比如,欧洲顶尖的设计公司Turner Duckworth的标志是一个黑色的感叹号(见图1),在感叹号下边的点衍生成了一个眼睛,配合动画的形式一闪一闪地展现出来,似乎是在观察生活。这个感叹号的标志就像是公司的内涵,一直在动的眼睛则是代表着公司设计构思的独到和观察生活的细微。这个动态标志直观、简洁地传达了品牌信息,只需一眼,人们便能清楚知道标志所代表的内容和意义。南非一家创新、竞争型国际能源公司——沙索(Sasol)(见图2),其LOGO是将点的运动轨迹立体化,通过六个围绕银球旋转的小球动态图寓意公司对于新领域的不断求索。这种用点这一视觉元素设计的形态构图,便将点的旋律主次分明地呈现出来<sup>[8]</sup>。

2) 充分采用明暗、透叠等因素以及超现实的变化手法。抽象的图形虽不能直观地表达出标志本身的内涵,但只要方法得当便能够产生矛盾空间,给人以魔幻超现实感。比如,在日本长崎县美术馆标志(见图3)前面有两排金属质感的竖线,竖线的间隙是被固定好的,随着每天不同时间段的光照与阴影以及人们的步伐与视线的不同,两排竖线便能产生出不同的



图1 Turner Duckworth 公司的标志  
Fig.1 Turner Duckworth logo



图2 Sasol 公司的标志  
Fig.2 Sasol logo

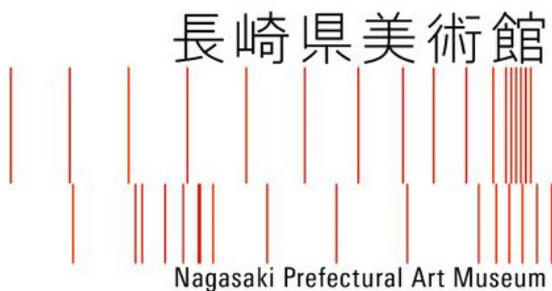


图3 日本长崎县美术馆标志  
Fig.3 Nagasaki Prefectural Art Museum

视觉效果，让人们与标识进行互动。

### 3.2 动态色彩标识的应用

一般来说，色彩的运用对标志设计起着至关重要的作用。从标志来看，百事可乐的蓝色、可口可乐的红色，以及七喜的绿色十分具有代表性。可以说，色彩对于品牌的辨识有着不可忽视的作用。相较于传统标志设计的色彩，动态标志设计突破了原有固定颜色的束缚，色彩变化更加丰富多彩。

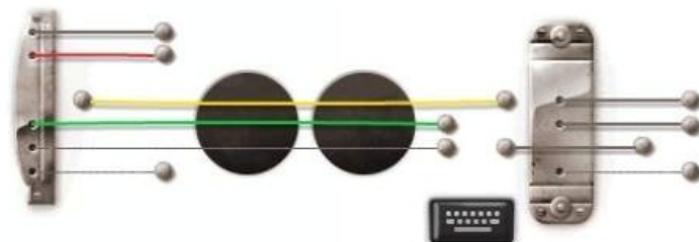


图5 谷歌动态吉他标志  
Fig.5 Google dynamic guitar logo

1) 色彩的明亮度和饱和度高。芝加哥 2016 年申奥标志（见图 4）采用了竖彩条环绕白色六角星的构造，配合色彩的循环重复、跳远变化，形成了强烈的视觉冲击力，完全打破了渐变色和透明色，精彩的色彩变幻给人以深刻的印象<sup>[9]</sup>。



图4 芝加哥 2016 年申奥标志  
Fig.4 Logo of Chicago 2016 Olympic

2) 充满活力的色彩变幻。传统的标志设计大多有着既定的标准色，无法满足当前人们追求个性化的需求。为了将标志凸显个性与活力，日本某银行设计了 100 多种色彩的银行卡，也是一种动态化的标志设计，不仅充分体现了银行的独特个性，更为广大用户提供了充足的选择余地。

### 3.3 动态声音标识的应用

传统的标志设计仅从视觉去吸引消费者的眼球，而现代标志设计从二维走向三维或多维空间，从静态走向动态，从单一走向多元，已经成为了动态标志的主要发展方向，尤其声音标识的融入更增强了动态标志的实际效果。比如，奔腾电脑广告中，当其标志出现的时候，都会出现一个相同的主题音效。久而久之，受众便会建立起声音与这一动态标志的联系，将品牌信息长久记忆。曾经，谷歌公司为了纪念美国电吉他大师莱斯·保罗诞辰 96 年，设计了一款以谷歌原有标志为基础的动态吉他标志（见图 5）。人

们用鼠标触碰标志上的弦时便能弹奏出美妙的音乐。这样的动态标志配合声音标识,对品牌形象起到了很好的传播作用,给标志平添了不少娱乐气息。

#### 4 动态标志的发展趋势

由于经济、科技的发展程度和文化的差异,国内的动态标志设计还未展开。虽然运用新手法让动态标志更加丰富动感,然而,动态标志却只能在电视、电脑、手机等电子产品上欣赏,一旦失去了电子媒介,动态标志便黯然失色,毫无新意可言<sup>[10]</sup>。加之现阶段,我国数字化电子媒体并不会取代传统纸质媒体,相较于动态标志,许多企业还是会选择比较保守的传统标志。另外,设计师的设计水平和大众的认知程度等同样是阻碍动态设计的重要方面。想要获得更好更长远的发展,动态标志设计师必须提高自身的设计水平和审美水平,努力开拓更为多元的媒介载体,让动态标志更加直观、生动,与大众产生情感共鸣。如此才能获得持续、高效的发展。

#### 5 结语

随着人们的物质需求的不断满足,精神文明水平也在不断进步,标志设计要在瞬息万变的社会中被广大群众所接受,因此,要顺应时代的变化,用发展的思维进行创新。作为一个新兴的设计事物,动态标志设计还需要不断改变和创新,使今天的设计在明天依然显得新颖,经得起时间的推敲,成为一种经典。要实现这一目标,必须放慢脚步,将传统静态标志、受众的心理和企业定位都研究透彻,才能水到渠成孕育出成功的动态标志。

#### 参考文献:

- [1] 徐燕妮. 浅析动态标志设计的特征及应用[J]. 现代装饰, 2012(6): 99—100.  
XU Yan-ni. Characteristics and Application of Dynamic Logo Design[J]. Modern Decoration, 2012(6): 99—100.
- [2] 田梓焯. 浅析动态标志在品牌形象设计中的应用[J]. 文艺生活, 2012(11): 177—178.  
TIAN Zi-xuan. Analysis of Dynamic Signs in Brand Image Design in the Application[J]. Art Life, 2012(11): 177—178.
- [3] 潘梦娇. 动态标志设计探究[J]. 上海工艺美术, 2014(3): 55—57.  
PAN Meng-jiao. Research on Dynamic Logo Design[J]. Shanghai Arts and Crafts, 2014(3): 55—57.
- [4] 杨帆. 数码传播中的动态标志设计发展[J]. 戏剧之家, 2016(13): 28—29.  
YANG Fan. Dynamic Design and Development of Digital Communication in the Development[J]. Drama House, 2016(13): 28—29.
- [5] 王婷婷. 浅议动态标志在新媒体艺术设计中的应用[J]. 文艺生活, 2015(3): 79.  
WANG Ting-ting. A Discussion on the Application of Dynamic Mark in the New Media Art Design[J]. Literature and Art Theory of Literature and Art, 2015(3): 79.
- [6] 李星熠. 数字化时代标志设计的动态化发展趋势略论[J]. 现代装饰, 2015(8): 55—56.  
LI Xing-yi. Brief Discussion on Dynamic Development Trend of Logo Design in the Digital Era[J]. Modern Decoration, 2015(8): 55—56.
- [7] 戴江雄. 标志设计的动态化设计[J]. 考试周刊, 2015(94): 15.  
DAI Jiang-xiong. The Dynamic Design of the Logo Design[J]. Journal of Examinations, 2015(94): 15.
- [8] 马强斌. 浅析数字时代背景下动态标志的表达[J]. 中国包装工业, 2014(4): 69—70.  
MA Qiang-bin. An Analysis of the Expression of dynamic Logo in the Background of Digital Era[J]. China Packaging Industry, 2014(4): 69—70.
- [9] 谈放. 新时代标志应用策略的动态化[J]. 艺术科技, 2013(7): 200—201.  
TAN Fang. Dynamicization of Logo Application Strategies in the New Era[J]. Art Technology, 2013(7): 200—201.
- [10] 王红梅. 标志设计的动态化与企业形象再塑造[J]. 艺术百家, 2012(1): 177—180.  
WANG Hong-mei. The Dynamics of Logo Design and Corporate Image Shaping the Art[J]. 2012(1): 177—180.