

呼和浩特市民族品牌形象的地铁标志设计

边少平

(内蒙古建筑职业技术学院, 呼和浩特 010010)

摘要: **目的** 内蒙古民族传统图形具有独特的造型特征和审美价值, 以传承发展为目的, 借鉴内蒙古民族传统图形, 研究呼和浩特民族品牌中地铁标志的设计方法。**方法** 从图形传达价值、基本要求、采用的方法上, 借鉴色彩、图形、文字在现代地铁标志中合理有效的应用方式。**结论** 呼和浩特市地铁标志融入内蒙古民族传统图形, 成功地展现了本土城市的地域文化性和地铁的行业属性, 倡导现代平面设计要适时借鉴传统文化元素, 打造更具中国民族特色的设计风向标。

关键词: 内蒙古; 民族图形; 呼和浩特地铁标志; 融合; 地域文化性

中图分类号: J524.4 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2017)14-0059-05

Subway Logo Design of Hohhot National Brand Image

BIAN Shao-ping

(Inner Mongolia Technical College of Construction, Hohhot 010010, China)

ABSTRACT: Inner Mongolia traditional graph has a unique shape features and aesthetic value, for the purpose of inheritance development, it draws lessons from Inner Mongolia traditional graphics, and studies the design method of Hohhot subway sign. From the graphic transmission of values, basic requirements and methods of adoption, it draws on the color, graphics and text in the modern subway signs in a reasonable and effective way of application. Hohhot subway logo is integrated into Inner Mongolia traditional graphics, shows the success of the show regional culture and local city metro industry attributes, advocates that the modern graphic design should timely draw elements from traditional culture, and creates the design vane with Chinese characteristics.

KEY WORDS: Inner Mongolia; national graphics; Hohhot subway; fusion; regional culture

设计要想取得成功必须有根, 文化是设计的精髓, 文化与国际接轨融合, 使得平面设计领域绽放出灿烂光芒。中国的艺术设计应该注重对中国风格和民族情感的挖掘展现, 使设计能够上到一个新的台阶, 有自己的底气。内蒙古地区在平面设计上应该强调民族元素的重要性, 以本民族的精神特色为背景, 运用创造性思维使民族传统图形成为信息传递的主要媒介和手段, 完成本土化实现民族自身文化的区域化。只有这样才能唤起人们心灵深处对草原母亲的情感共鸣和眷恋, 让现代城市生活充满自然、清新、和谐的氛围; 也只有这样创作出的作品才会产生认同感和

亲切感, 才会更具有广度和深度^[1]。

1 内蒙古民族传统纹样的特点

蒙古族常用的装饰纹样有单围纹、双围纹、卷草纹、方形、圆形和通体形的 FH 字形纹、哈木尔、普斯兰贺、云纹等。其中云纹也叫牛鼻纹, 见图 1, 最初这个纹样是“男子”的一个符号象征, 它的出现与日常生活紧密联系, 在汉族的意思里是“吉祥”, “云纹”也是如意头, 即玉如意的头就是“云纹”, 是牛鼻纹的一个变体。

收稿日期: 2017-03-03

基金项目: 内蒙古自治区高等学校科学技术研究项目 (NJZC16434)

作者简介: 边少平 (1977—), 女, 内蒙古人, 硕士, 内蒙古建筑职业技术学院副教授, 主要从事图形创意、标志与企业形象设计、包装设计的教学实践方面的研究。

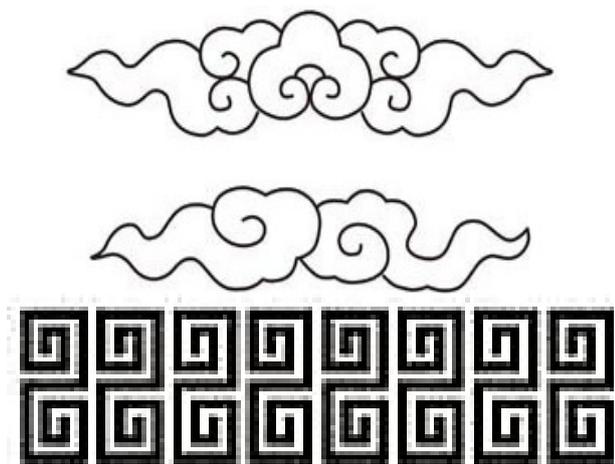


图1 牛鼻形纹样的基本组织形式

Fig.1 The basic organization form of nose shaped pattern

2 内蒙古民族传统纹样在标志中的运用价值

内蒙古民族传统纹样在组织形式和形态运用等方面富有浓郁的民族色彩,发现发扬这一视觉资源,运用解构、分析、变形、抽象、总结等手法重新整理、归纳、提取并运用到标志设计中,是提升作品内涵和顺应时代发展的价值所在^[2]。

在标志基本形态上,纹样可以通过大小、疏密、轻重、虚实等各种不同的排列处理来获得不同的设计效果。比如粗细疏密不同的直线、折线采取重叠、颠倒的方法组成交叉图案,比如卷草和云头纹之间直曲交叉,粗细配合形成对比等。在图形中描绘纹样的结构、丰富纹样的层次,分隔形象块面等构成纹样,最终依附于面显现其标志图形的性格。

图1正是将牛鼻子纹以一个单位纹样,在上下或左右以几何式排列产生丰富变化形成几何化,在基本单位四周重复连续和延伸扩展后形成四方连续。把这个基本云纹形式恰到好处地安排在地铁标志首字母“H”有明确轮廓的外形中,形成标志中心适合纹样的图形形式,并运用到回旋式对称也是这类纹样在标志中常用到的表现手法。

蒙古族纹样浓厚的历史文化气息,酣畅淋漓的表达标志所要表现的艺术形式,将最能代表纹样本身内涵的精华部分选取出来和其他元素进行整合,依托时代作品为载体,实现不同标志本身的差异化,具备很好的价值。

3 呼和浩特市地铁标志融入内蒙古民族传统图形的应用

3.1 应用原则

1) 图形象征性。象征性就是代表某种特定意义的图形形象,给人以启示和感染力。蒙古王酒业徽标

以敖包、骏马、苏勒德为原型,象征企业发展锐意进取、无坚不摧。

2) 色彩审美性。草原上世代生活的蒙古族人民习俗偏好鲜艳色彩,尤为喜爱红绿、蓝白,每一种色彩都独具审美性。

3) 文字准确性。准确的运用蒙古族文字是十分必要的,字体的变形应用既要体现蒙古文字的特色又要规范准确的使用。蒙文是竖写文字,书写有连写的特点,即一个词当中所有的拼音字母都要连写。为连写美观,每个拼音字母都有词首形、词中形、词尾形和独立形4种变形书写格式,除此外还有特殊的变形字形。内蒙古的本土企业十分重视本土品牌的建设,企事业单位的门牌和各类地域商品标识统一使用蒙汉文结合,在统一中求变化,在规范中求适合,树立了统一的视觉形象识别。

3.2 应用方法

1) 内蒙古民族传统图形与现代标志设计理念融合。现代标志设计是艺术更是一项实用技术,一个体现文化底蕴的优秀标志,无时无刻不需要承载本土文化设计语言。一方面设计主题通过民族图形传达人与自然和谐观念,另一方面设计手法和表现形式强调绿色设计理念。比如鄂尔多斯羊绒标志羊角和羊绒线图形组合,诠释“鄂尔多斯,温暖全世界”的内蒙古民族品牌与民族图形的完美融合;内蒙古伊利集团的LOGO设计则是将一望无际的草原景象融入其中,蔚蓝的天空、飞翔的鸿雁、夜空的新月,自然景色元素的融合体现设计的绿色理念。

2) 内蒙古民族传统图形与现代标志设计审美融合。内蒙古传统图形最典型的元素是狼、马、鹿、卷草、万字纹、哈木尔、普斯兰贺、回纹等,要想把它们应用到标志设计中并赋予创新性,需要运用解构、分析、变形、抽象、总结等手法,重新整理、归纳和提取。内蒙古传统色彩中红色象征热情奔放、吉祥如意,传递热情和谐的感觉。绿色是大草原的颜色。白色是哈达、蒙古包、云朵和浓郁奶食品的颜色,象征纯洁和醇正。红、绿、蓝、白、黄纯色搭配的创作运用,高纯度大反差的色彩淋漓尽致地表达至美至纯,给辽寂平静的草原生活以生命的激情,是创作者主观意念的理想化表达。蒙文、汉文、英文规范组合的标准字体方面,首先要设计丰富充实的蒙古文字样式,同时要尽可能的在规范设计中体现其民族特色,如蒙牛、伊利、兆君、鹿王的企业形象无一例外都展现出内蒙古的产地特色。外来品牌在本土化过程中也需要作适应性的设计,就像可口可乐公司的名称,有韩文字体、汉文字体、阿拉伯文字体等,进驻内蒙古地区的很多外来品牌也相应的有属于自己的蒙文名称,在内蒙古地区设立专卖店的麦当劳、假日酒店、耐克等,

其店面设计与企业形象总是相得益彰,这样的设计符合内蒙古本土消费者的认知和审美取向^[3]。

3.3 应用案例

3.3.1 方案策划

随着内蒙古呼和浩特市各主街道“地铁”工程的开展,地铁运营已经成为首府市民热议的话题。作为本土设计者,积极想要为呼和浩特地铁贡献一份力量,在呼和浩特地铁时代留下属于自己的印记。呼和浩特地铁 Logo 策划方案初步拟定为:创意唯一性,大量查阅地铁 logo 相关资料,不与其他城市的地铁标识类同,按照国家法律、法规设计;内容特色性,标志在内容上要彰显呼和浩特城市特色、文化底蕴;形式新颖性,标志图案要清晰流畅,色彩简明大方,具有时代感和艺术性;制作可操作性,必须考虑在各种载体上制作运用的可行性和实用性,可辨性好便于缩放^[4];名称规范性,将英文字母改成“Hohhot metro”。

在全国范围内铁路交通专业名词很多,媒体以及各方面报道宣传用词均有不同,仅凭客观资料还不能够完整了解铁路交通发展的趋势,方案策划如需严谨,必须有效学习和传播正确的专业知识。第一,明确标志的行业特征和名称,之后深入围绕企业的建设理念进行设计,准确把握标志创意的方向;第二,查阅与标志含义或名称相吻合的传统文化元素,物色和标志名称属性相吻合的图形纹样,一般情况下选择2到3个典型描述行业属性的传统图形元素,方便为日后的综合设计留出充裕的修改和完善方案的空间^[5];最后,在设计表现上标志的名称属性可能不适合采用写实的手法表现,那么选择以会意传达形式或者以形式领悟会意的手法也是不错的选择,另外在设计用色上行业属性依然是决定标志主色调的主要依据。

3.3.2 案例设计

经过慎密的考察西安和青岛等城市的地铁 Logo,了解到文化积淀厚重的天府之国西安地铁,以著名旅游中心城市、历史文化、城市意象为契机进行淋漓尽致地展现,地铁标志遵循“以人为本,乘客至上”整体形态偏重标准化和功能化;而青岛地铁标志则以大写字母“Q”为主体元素呈现出了地铁隧道与波浪“海月相映”的图形形象,充分体现海岛生态美的设计理念,为建立系统的海滨城市形象识别奠定基础,具有一定新时代产品的生命力。

地铁是俗称,标准应称为城际铁路,方案入围的标准,首先要考虑的是字体以及整体文字图形形象的美观程度。“HHHT”是印象中合理的名称缩略,但是肯定会有其他歧义,不具备唯一性。“huhehaote”是呼和浩特拼音汉语发音,实际上也有一些不伦不类,难登大雅。而用音译的“Hohhot”,恰是特色少数民族地

区与国际化接轨,既有蒙语的语音又是国内国际都默认的名称,感觉更好更规范。名称确定后,接下来考虑呼和浩特地铁要体现蒙元文化,要反映呼和浩特青城文化底蕴的问题。征集方案1见图2,强调突出首字母“H”给人以深刻印象来加强标志的记忆,但是,地铁标志以“H”开头的城市很多,单凭这一点并不能完整诠释出呼和浩特作为内蒙古省会的意义。设计把 Hohhot 英文首字母“H”从喻意形象上作形象处理,再与地铁 Metro 英文首字母“M”相结合,“M”运用蒙元文化代表意义的符号图形云纹(哈木尔)变形来寓意吉祥,加上其线条如行云流水,这样一来丰富了标志图案造形并富于新意,同时展现内蒙古人民豪放大气,寓意轨道交通快捷和地铁通畅运行。对于目前整个国际设计界追求“扁平化”的趋势而言,图2整体简洁大方、清晰流畅,具有时代感和艺术性,可变性和实用性好,与国内大都市地铁标志接轨,具有一现代感和民族感^[6-7]。

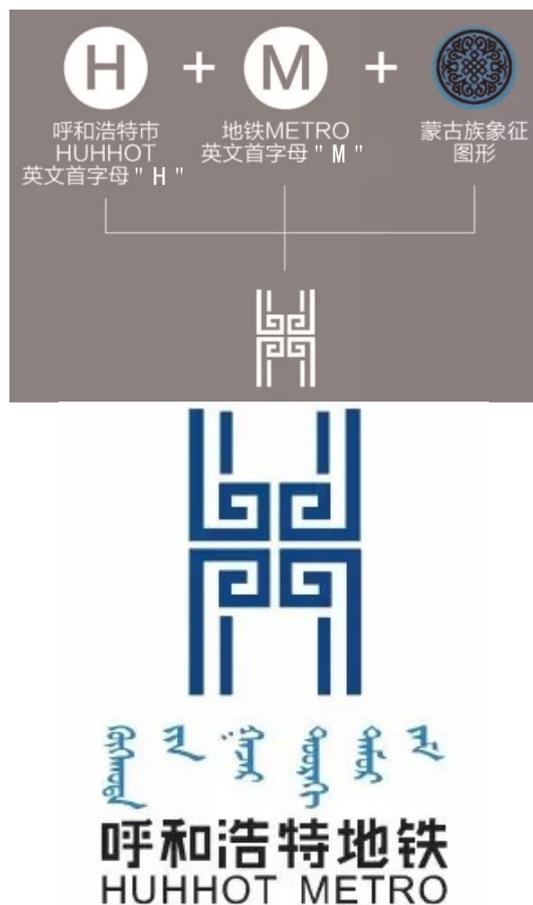


图2 呼和浩特地铁标志征集方案1
Fig.2 Hohhot, the subway sign for plan 1

征集方案设计2见图3,是呼和浩特蒙译文字和地铁站点地图相结合形成了地铁轨道、指示导向点的设计方法,在色彩上依循青城蓝天看草原的丰富内涵,选取内蒙古人民自己崇尚喜爱的八种颜色。变形

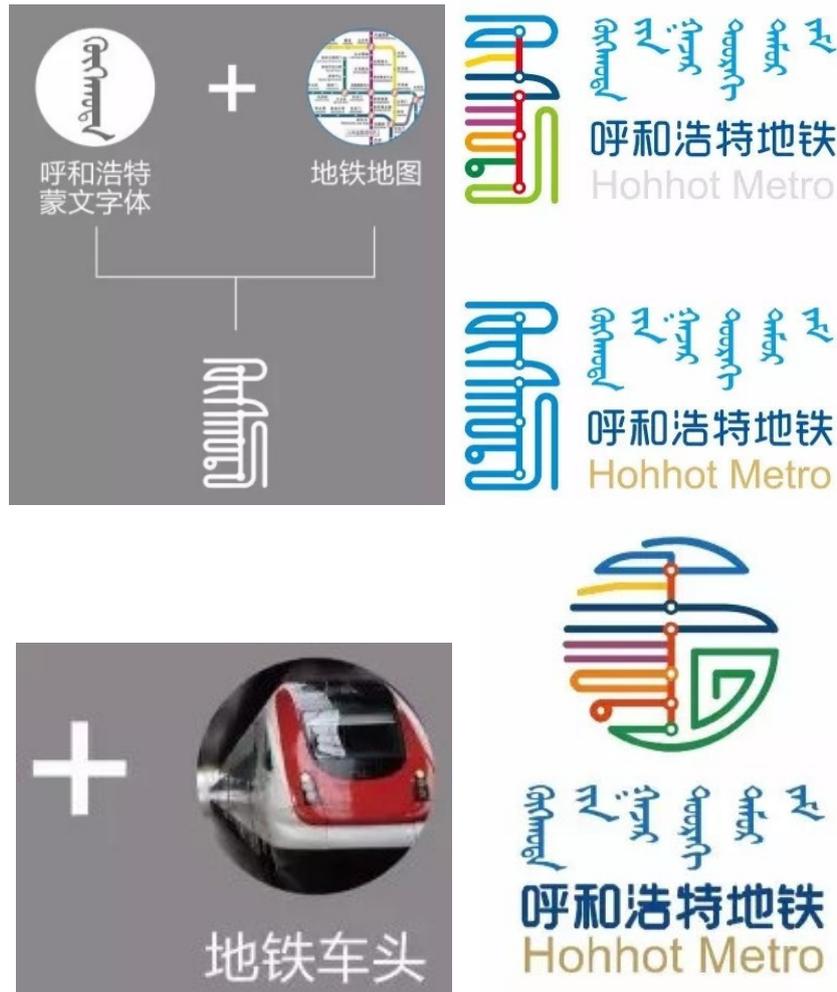


图3 呼和浩特地铁标志征集方案2
Fig.3 Hohhot, the subway sign for plan 2

夸张的文字图形饱满, 显现蒙古族文字的典型特色。标志设计需要直白、迅达、精确传递意图, 因此传承蒙古族文字的同时, 摒弃其结构的繁复蔓延, 懂得提取归纳和化繁为简, 这是现代设计的理念所趋。图3征集方案文字设计还运用点线构成, 对文字图形进行简约化、几何化、图案化、模式化的处理, 最终由方形适合纹样变化为圆形适合纹样的地铁车头式样, 异曲同工有值得体味之处^[8]。

4 结语

一个城市的内容包含人文、历史、建筑、天然风貌、城市氛围等多个方面, 本文以呼和浩特市地铁标志设计项目为题, 融入内蒙古民族传统图形进行设计, 通过其独特的造形特征和审美价值, 提出造型和艺术表达的可行性设计方法^[8]。设计者倡导借鉴传统文化元素打造具有中国民族特色的设计风向标, 使呼和浩特市成功的展现了本土城市的地域文化性和地铁行业属性, 表达了呼和浩特市民众愿景美好幸福生活的心理意愿^[9-10]。

一个城市、一个公共空间环境的标识形态, 形成城市、空间环境的特定品味, 地铁标志设计承载了社会经济和文化各个方面的信息。地铁标识系统走入环境当中, 形成了特定的符号语言, 内蒙古地域化特色满足了受众的精神需求, 营造了首府城市的文化氛围。受众和标志之间的共鸣与联系, 更是促进人与社会, 情感与文化之间和谐发展的重要媒介。

参考文献:

- [1] 贺则天, 徐建德, 刘帅. 从标志设计的图形语言解读民族地域文化[J]. 中国创意年鉴, 2014(1): 16.
HE Ze-tian, XU Jian-de, LIU Shuai. From Logo Design Graphics Language Interpretation of National Regional Culture[J]. China Creative Yearbook, 2014(1): 16.
- [2] 边少平. 借鉴内蒙古民族传统图形进行再设计[J]. 大众文艺, 2014(3): 133.
BIAN Shao-ping. From Inner Mongolia Traditional Graphics and Design[J]. Popular Literature, 2014(3): 133.

- 133.
- [3] 赵丽娜. 蒙古族传统图形在现代平面设计中的应用研究[D]. 呼和浩特: 内蒙古师范大学, 2012.
ZHAO Li-na. The Mongolian Traditional Graphics in the Application of Modern Plane Design Research[D]. Hohhot: Inner Mongolia Normal University, 2012.
- [4] 高歌. 蒙古族传统图案在扁平化设计中的应用[D]. 北京: 北京印刷学院, 2014.
GAO Xin. The Mongolian Traditional Pattern Application in Flat Design[D]. Beijing: Beijing Institute of Graphic Communication, 2014.
- [5] 吴亚镇. 国内地铁标志设计的统一性与多样性研究[D]. 广州: 广州大学, 2013.
WU Ya-zhen. Unity and Diversity of Chinese Subway Logo Design Research[D]. Guangzhou: Guangzhou University, 2013.
- [6] 马广韬, 刘源. 具有沈阳地域文化的地铁标识设计[J]. 沈阳建筑大学学报(社会科学版), 2012(14): 258—262.
MA Guang-tao, LIU Yuan. With Regional Culture in Shenyang Metro Logo Design[J]. Journal of Shenyang Architecture University Social Sciences, 2012(14): 258—262.
- [7] 彭军. 地铁标志设计中的视觉语言[J]. 文艺争鸣, 2010(4): 56.
PENG Jun. Metro Logo Design in Visual Language[J]. Literature and Art Schools of Thought Contend, 2010(4): 56.
- [8] 李东娜, 赵晓明. 浅议蒙古族文字在平面设计中的应用[J]. 吉林省教育学院学报, 2012(5): 76—77.
LI Dong-na, ZHAO Xiao-ming. Extraction Mongolian Text in the Application of Graphic Design[J]. Journal of Jilin Institute of Education, 2012(5): 76—77.
- [9] 陈浩. 论中国传统文化元素与现代标志设计相结合的设计手法[J]. 大众文艺, 2011(13): 117.
CHEN Hao. Theory of Chinese Traditional Culture Elements and Modern Logo Design of Combining the Design Methods[J]. Popular Literature, 2011(13): 117.
- [10] 赵聪霖. 蒙古族传统图形在标志设计中的应用[J]. 大众文艺, 2012(21): 95.
ZHAO Cong-mei. The Mongolian Traditional Graphics in the Application of the Logo Design[J]. Popular Literature, 2012(21): 95.