

基于七巧板原理的个性化品牌标志设计研究

徐伶俐, 彭雅莉, 胡新明, 罗娜
(广东海洋大学, 湛江 524022)

摘要: **目的** 将七巧板原理应用到现代品牌标志设计中, 以求开拓设计思路, 克服标志视觉同质化, 形成差异化, 具有视觉感染力, 从而让品牌形象更深入人心。**方法** 分析七巧板模型化思维方式的特征, 根据七巧板原理将标志图形或字体、色彩等视觉元素分割成若干个模块, 通过各模块之间的任意组合、搭配, 设计出灵活多变、充满活力又具有规则的个性化品牌标志。**结论** 七巧板原理给现代品牌标志设计带来了无限的想象和创新空间。灵活运用 4 种设计方式, 能够创造出彰显个性、色彩绚丽、灵活多变的品牌标志图形。

关键词: 七巧板原理; 个性化品牌标志; 模型化思维方式

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)16-0092-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.16.015

Design of Personalized Brand Logo Based on the Principle of Jigsaw Puzzle

XU Ling-li, PENG Ya-li, HU Xin-ming, LUO Na
(Guangdong Ocean University, Zhanjiang 524022, China)

ABSTRACT: The work aims to apply jigsaw puzzle principle in the modern brand logo design, in order to explore the design ideas and overcome the symbol vision homogeneity, thus leading to the differentiation with visual appeal, so that the brand image can be more deeply rooted in the hearts of the people. The characteristics of modeled way of thinking of jigsaw puzzle were analyzed. According to the jigsaw puzzle principle, the logo or font, color and other visual elements were divided into several modules. Through any combination between the modules, the flexible, vibrant and regular personalized brand logo was designed. The jigsaw puzzle principle brings to the modern brand logo design unlimited imagination and innovation space. Flexible use of 4 design methods of elements and combinations of forms as well as color changes can create a colorful, flexible brand logo that highlights personality.

KEY WORDS: principle of jigsaw puzzle; personalized brand logo; modeled way of thinking

品牌标志是特定企业品牌的象征和识别符号, 是品牌形象设计中的核心要素。通过简练的造型、生动的形象不断刺激和反复刻画来传达企业品牌的价值理念、经营内容和产品特性等信息^[1]。如今, 灵活多变具有个性化的品牌标志形象成为主流, 会帮助品牌与客户建立一种全新的对话方式, 让公司形象更深入人心。然而这种灵活多变具有个性化的品牌标志并不是指可以无任何规则的、任意的设计, 而是必须在一定规则的基础上, 遵循相关的视觉传播法则, 与品牌

标志相关的图形元素遵循一定的视觉构成和结构原理进行的灵活组合。

1 七巧板概述

1.1 七巧板的设计原理

七巧板凝聚着设计者的智慧, 蕴藏了非凡的设计原理, 它看似单调的造型结构正是作为为了拼接众多不同造型的通用性参考^[2]。七巧板原理简单来讲就是元

收稿日期: 2018-02-12

基金项目: 2018 年国家级大学生创新训练项目“基于体验设计的湛江市旅游品牌形象视觉设计研究”(201810566040); 2018 年教育部人文社科青年项目“公益惠普背景下学龄前视障儿童玩教具系统设计研究”; 广东海洋大学 2017 年人文社科研究项目“雷州半岛古居民建筑装饰艺术研究”(C18041)

作者简介: 徐伶俐(1980—), 女, 湖北人, 硕士, 广东海洋大学讲师, 主要研究方向为视觉传达设计。

素重组,在这个过程中,利用已经设计好的抽象几何元素进行无限可能的变化、重组,幻化出千姿百态又风格统一的视觉形象。七巧板原理对于现代设计有着很大的启发,已经在家具设计、产品设计以及平面设计等设计领域中得到很好运用。例如日本著名设计师福田繁雄设计的地铁的壁画图案,就非常巧妙地运用了七巧板的设计原理,他将七巧板设计成一颗心的轮廓外形,通过个体单位的拼合组成不同造型的飞舞的和平鸽^[3]。同样,七巧板原理也可以尝试导入到现代品牌标志设计当中,拓展设计思路,产生新的创意,让现代品牌标志形象可延展、可系列化,从而产生灵活多变且具有独特个性的品牌标志形象。

1.2 七巧板模型化思维方式的特征

“七巧板原理”是模型化思维方式的一种创新,是按照不同的构想设计,通过多种形式的板块组合形成的各种形象^[4]。七巧板的构思非常巧妙,单从七巧板的表面形态结构来看是非常简单的,是由七块板组成一个完整的正方形。就是这 7 个简单的几何形态,能够组合成千变万化的图形,有着非常丰富的表现力。经过分析总结出七巧板这种模型化思维方式具有如下几个特征。

1) 抽象与概括。抽象与概括是指从具体共同性的事物中揭示其本质意义的两种思维活动。七巧板是以几何形态为基础的设计,里面包含五个三角形,一个平行四边形和一个正方形。七巧板是一种高度概括的图形。它通过这几个最为简单的几何形态,可以组合出千变万化的图形。要想设计出最大可能性的图形,母图的设计就应该经过抽象和概括,得到简洁明了的几何图形。

2) 分解与重组。分解与重组是指将一个或几个自然物象进行分解后再重新组合起来创造出新形象手法。分解与重组过程中的重点是重组。七巧板有着很强的造型能力,它可以经过分解后,可以产生七模块,然后再由这七个模块重新组成形态各异的图形。经过重组之后产生的具有新意味的图形给观者留下了想象的空间,使母图具有更深层次的延展性。

3) 变化与规律。七巧板具有变化与规律的特征,它包涵了中国传统文化的逻辑思维,体现了一种格律之美。七巧板的七个几何板块之间要有连接,它们可以通过角边相接或边边相接来组成新的图形。在品牌标志设计中,图形、文字、色彩等各种视觉元素也可以通过连接组合来形成千变万化的视觉语言。

2 七巧板原理在个性化品牌标志中的应用

2.1 七巧板原理在个性化品牌标志中应用的必要性

企业形象和内涵的不断提高,也需要个性化和差异化的图形标志呈现出个性化的设计趋势^[5]。灵活多变具有个性化的品牌标志形象符合当今越来越多元

化的个性化需求,具有强大的生命力,受到人们的欢迎。这些个性化品牌标志是指具有独特个性和审美情趣,能够很好地传达出品牌形象的艺术和文化内涵的标志图形。

在品牌标志设计中融入七巧板原理,要抓住七巧板模型化设计思维的特征。首先要将图形或字体、色彩等视觉元素抽象概括出来,采用模块化设计,然后进行分解重组,将视觉元素分割成若干个模块,最后按照一定的格律进行组搭配,可以设计出富有变充满活力的个性化品牌标志形象。由于是在同一个母图的基础上运用分解、组合的方法,图形形态是在原有图形的风格样式的基础之上而变化的,所以经分解、组合后的系列图形具有基于原有图形的系统性和整体性^[6]。这样灵活多变的品牌标志具有强烈的视觉冲击力,能够表达出独特的个性和时代特征,可以广泛适应各种现代媒体、材料以及各种标识物用品的工艺制作。

2.2 七巧板原理在个性化品牌标志中的应用方式

七巧板原理在个性化品牌标志形象设计中的运用主要归纳为以下几种方式。

元素不变,组合形式不变的设计方式,即指按照七巧板原理将品牌标志中的视觉元素打散重组,构成风格统一而又相互区别的图形。这种设计方式首先要针对相关视觉元素抽象概括成简洁的抽象图形元素,使品牌标志图形具有无限可能性。在这个过程中构成元素不发生任何变化,都是已有的视觉元素。文字、图形、色彩等视觉元素的组合形式没有发生改变,按照统一的编排方式组合,具有统一的规律性。例如俄罗斯 ALUTECH 集团的标志形象设计,见图 1。俄罗斯 ALUTECH 集团是欧洲领先的卷帘门系统和分节提升门供应商^[7],ALUTECH 集团标志形象由图形和文字两大部分构成,采用了模块化的形式。这个标志图形可以分解重组,4 个抽象图形具有独立性,可以单独和文字进行组合应用。整个品牌标志形象设计生动,丰富了 ALUTECH 集团视觉形象的整体视觉效果,增强了视觉魅力,给人们留下了深刻的印象。



图 1 俄罗斯 ALUTECH 集团品牌标志形象设计
Fig.1 Russia ALUTECH Group brand logo image design

元素不变,组合形式变化的设计方式即指先设计出多种视觉元素,然后再将这些视觉元素进行变化重组,组合形式发生变化,得到多样化的品牌标志形象。在这个设计过程中,并没有产生新的元素,而是用已经存在的有限元素按照一定的网格进行无限可能的

变化重组,可以构成风格统一而又有区别的品牌标志图形。组合方式虽然发生了不规则变化,但这些视觉图形元素都具有统一的属性,属于一个系列,达到了可群组、识别的目的。这种设计方式运用在品牌标志设计中能增强标志的延展性和适应性,表现力丰富,能够灵活运用在各种不同的场合中。例如公关公司的品牌标志形象设计,见图2。设计师根据该公司在媒体领域的角色选择了字体元素和图形,将这些视觉元素进行模块化处理,主要是可单元组合的模块。字体模块按照一定的网格以上下左右的视觉规律进行对位组合,边边相接,产生灵活多变具有个性的品牌标志形象。又例如某“住宅内容”视频制作公司的品牌形象设计,见图3。在这个设计中把应用在印刷品和网站上的“Residency”字样设计成一个个正方形字母模块。在应用中,正方形字母模块元素不发生任何改变,但是字母模块的组合方式会随着不同的使用环境而发生改变,在千变万化的形状和形式中,为品牌注入无限的活力。图2和图3都是采用了元素不变,组合形式变化的设计方式。组合方式虽然发生了变化,但这些视觉图形都具有统一的属性,属于一个系列中,达到了可群组、识别的目的。

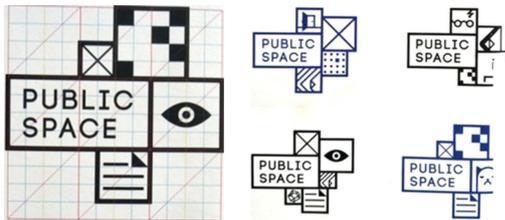


图2 公共空间公关公司品牌标志形象设计
Fig.2 The brand logo image design for Public space public relations company

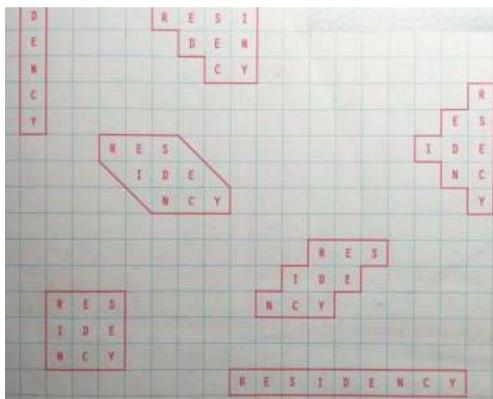


图3 “住宅内容”视频制作公司
Fig.3 Residential content video production company

元素改变,组合形式变化的设计方式,即在这种设计方式中构成元素发生改变的同时组合形式也发生变化,可以组合形成具有新意味的标志图形。元素与组合形式发生变化并不是完全无任何规则的改变,变化的元素之间具有一定的内在规律和相似性。这类

设计可以独立成为品牌标志,也可以配合标志文字组合成品牌标志,或者成为辅助图形。在这个设计过程中,构成元素发生了变化,不再是已有的单一元素,而是经过变化构成新的抽象的几何元素,但是不论这些新元素和组合形式如何变化,它们都具有内在规律和相似性,具有延展性,存在于一个统一的系统中。例如葡萄牙的 Casada Miisica 博物馆的标志形象设计,见图4。博物馆标志形象通过一系列的元素重组、变化而形成多种形态,整个标志造型非常巧妙地 and 博物馆建筑外形结合在一起,恰到好处地展示出建筑不同角度的外观变化。整个品牌标志形象设计简洁大方、创意新颖,具有很强的延展性和互动性。又例如非常独特的麻省理工学院媒体实验室的标志,见图5,它可以反映出在这里的产品都是独一无二的。每个图形中的3个点都是一个起点,由此产生的射线效果代表了一次实验的进程结果。光源的位置发生改变,组合形式改变,光束的形态也发生着改变。可见,图4和图5虽然组合形式发生了改变,但是它们都具有内在的规律性和系统性的设计范式,极大地丰富了设计的延展空间。



图4 Casada Miisica 博物馆的标志形象设计
Fig.4 Casada Miisica museum logo image design

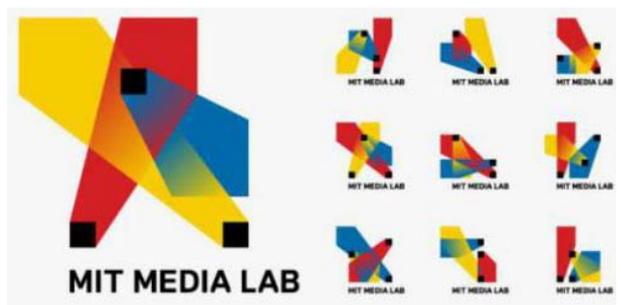


图5 麻省理工学院媒体实验室标志
Fig.5 Massachusetts Institute of technology media laboratory logo

元素不变,色彩组合变化的设计方式。在品牌标志形象设计中运用七巧板原理,除了可以通过图形、字体元素组合变化外,色彩元素的组合变化也可以产生令人惊喜的视觉效果。这样的品牌标志地外造型不发生改变,改变的主要是色彩搭配,不同的色彩能够代表不同的品牌个性,带给人不同的心理感受和更精彩的视觉体验^[8]。由色块组合的图形元素是固定的,组合形式也没有发生变化,但块面的色彩是可以发生变化的,增加品牌观感的丰富性。例如 MANK 公司品牌标志形象设计,见图6。MANK 是匈牙利艺

术融资与支持公司的简称^[9]，该设计将公司名称的简写 MANK 字母用一组非常简约的视觉符号表现出来，确定了两种配色方案，规则的正方形图形采用了强烈的对比色，而不规则形状的图形则采用对比度较低的色彩。通过这样丰富的色彩组合变化，淋漓尽致地展现出该公司的业务和涉猎领域的多样性。又例如莫霍克精品纸业的品牌标志设计，见图 7。以字母“M”为主体进行设计，代表着品牌名字“Mohawk”，表现了纸张绕着圆筒的运动。这个品牌标志以十几种色彩组合变幻出无数不同的图案，灵活多变，可以广泛用于广告、纸样、宣传册和纸令包装。图 6 和图 7 中抽象的图形元素保持不变，改变的主要是色彩搭配，得到丰富多彩的组合形式，这样的品牌标志十分灵活多变，具有个性。



图 6 MANK 公司品牌标志形象设计
Fig.6 MANK brand image design



图 7 莫霍克精品纸业品牌标志设计
Fig.7 Mohawk fine paper brand logo design

以上为笔者总结的将七巧板原理运用到现代品牌标志中的 4 种较为常见的设计方式。将七巧板原理运用到个性化品牌标志设计中，不能只是将主题进行生搬硬套，停留在表面的形式表达上，而应该进行深入的挖掘，思考如何将单一的视觉元素，包括图形、文字、色彩、肌理等设计成富有变化的系列型符号，更好地表达出品牌的个性和文化。在设计过程中，首先需要明确品牌的主题，考虑该项目的行业特质，能否合理设计出视觉元素模块，能否克服模块组合的固化状态，将模块设计成灵活多变的具有个性的标志图形。

3 结语

七巧板原理给人们的设计带来了新的思路和新的设计理念^[10]。本文通过对七巧板模型化思维方式的总结与提炼，归纳出概括与抽象、分解与重组、变化与规律的特点，并将之应用到个性化品牌标志的设计中，以求在千变万化的组合方式中挖掘出共性的规律和方法。同时在标志设计中灵活运用元素的组合形式以及色彩组合变化的设计方式，科学、有效地表现品牌标志的系统性、延展性。七巧板原理为品牌标志设计

提供了更为广阔的创意空间，设计者应该更深入地挖掘七巧板原理，探索出具有新意的视觉呈现形式，将其运用到品牌标志形象设计中，产生灵活、多变且具有个性的品牌标志形象。

参考文献：

- [1] 郭玉良. CIS 品牌策划与设计[M]. 北京: 中国电力出版社, 2015.
GUO Yu-liang. CIS Brand Planning and Design[M]. Beijing: China Electric Press, 2015.
- [2] 陈楠. 从“格律设计观”看“参数化设计”对视觉传达设计专业发展趋势的影响[J]. 创意与设计, 2013(2): 61—72.
CHEN Nan. View Parametric Design's Influence on the Growing Trend of Visual Communication Design Major from the Perspective of Metric Design[J]. Creation and Design, 2013(2): 61—72.
- [3] 陈楠. 设计思维与方法[M]. 武汉: 湖北美术出版社, 2014.
CHEN Nan. Design Thinking and Method[M]. Wuhan: Hubei Fine Arts Press, 2014.
- [4] 和钰. “七巧板原理”在包装设计思维中的应用[J]. 包装工程, 2011, 32(11): 99—101.
HE Yu. Application of "Jigsaw Puzzles Principle" in Packaging Design Thinking[J]. Packaging Engineering, 2011, 32(11): 99—101.
- [5] 刘妹华. 论数字信息时代中标志图形的个性化设计研究[D]. 长沙: 湖南师范大学, 2012.
LIU Mei-hua. Research on Personalized Design of Graphic Symbol of the Digital Information Era[D]. Changsha: Hunan Normal University, 2012.
- [6] 李元春. “母图重组”思维框架下多形态标志创新设计研究[D]. 沈阳: 沈阳航空航天大学, 2016.
LI Yuan-chun. Study on Innovative Design of Polymorphic Logo in the Framework of "Supergraph Recombination"[D]. Shenyang: Shenyang Aerospace University, 2016.
- [7] 胡淋. 基于数字信息时代背景下的多形态标志设计研究[D]. 成都: 西南交通大学, 2014.
HU Lin. Polymorphic Logo Design Researchs Based on the Background of Digital[D]. Southwest Jiaotong University, 2014.
- [8] 王永贞, 何征. 多形态标志设计理念与方法探析[J]. 艺术与设计, 2015(2): 28—30.
WANG Yong-zhen, HE Zheng. The Research of the Polymorphic Logo Design Concepts and Methods[J]. Art and Design, 2015(2): 28—30.
- [9] 酆婷婷. 动态标志: 全球创意标志设计案例[M]. 北京: 北京美术摄影出版社, 2016.
LI Ting-ting. Dynamic Signs: Global Creative Logo Design Case[M]. Beijing Arts Photography Publishing Houses, 2016.
- [10] 孟艳婷, 靳桂芳. 七巧板设计原理在产品中的巧妙应用[J]. 艺术教育, 2014(12): 169.
MENG Yan-ting, JIN Gui-fang. Ingenious Application of Puzzle Design Principle in Product Design[J]. Art Education, 2014(12): 169.