

<<国际标志2004>>

图书基本信息

书名：<<国际标志2004>>

13位ISBN编号：9787533018399

10位ISBN编号：7533018397

出版时间：2004-4

出版时间：山东美术出版社

作者：肖勇

页数：143

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

标志—时代的符号语言。

随着时代的发展，信息正得到广泛和迅速的传播。

标识、商标、图标、符号等丰富的视觉语汇超越了语言的障碍，在信息沟通与传播中的作用更为重要。信息的传播形式和方式与媒介和技术的发展产生着互动，图文的互动和组合可以使信息的传达更为明晰，理解更为深入。

试想，如果电脑、网络、环境与商品中失去了这些视觉元素会变得多么乏味与单调。

中国已经加入世界贸易组织，它意味着中国成为世界经济大市场中的重要组成部分。

这为我国经济持续稳定发展带来历史性机遇，同时对我国各个产业的发展也带来新的挑战。在品牌竞争的白热化市场竞争中，中国品牌需要独特鲜明的商标和企业形象，视觉设计在产品、品牌形象、环境设计、新媒体中都起着影响甚至决定市场的关键作用。

文化、商业、社会以及活动的标志与形象丰富着我们的视野。

从企业标志到商标，从环境标志符号到奥运会标志，看似简单的符号需要设计师的智慧和创意，同时也体现出社会的变化。

美观悦目的标志，能给观众以有效的视觉冲击力、感召力和吸引力。

其商业上的价值举足轻重，标志设计也同其他视觉艺术一样，映射出时代发展与审美的变化。

标志的造型语言越来越丰富并充满着变数。

它不仅需要简洁美观，而且要考虑其多种形态的可塑性和能动性。

以标志为核心的形象传播在多元形态的传播中，风格化和个性化的形象塑造将成为主旋律。

设计在商业、文化、社会中的价值正逐步体现。

标志与形象语言具有文字所不能替代的作用。

文字符号与视觉语汇相得益彰，共同组合成今天的文化交响乐。

本书集国际最新的标志与形象设计，给业界以借鉴和交流。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>