

目 录

CONTENTS

第一章 环境视觉设计的概述	1
第一节 环境视觉设计的概念.....	2
一、环境视觉设计的理念.....	2
二、环境视觉设计的范畴.....	2
第二节 环境视觉设计的发展.....	4
一、环境视觉设计的溯源.....	4
二、环境视觉设计的现状.....	6
三、环境视觉设计的发展.....	7
第三节 环境视觉的设计思维.....	10
一、环境视觉设计的平面思维.....	10
二、环境视觉设计的空间思维.....	12
三、环境视觉设计的人文思维.....	14
第四节 环境视觉设计的分类.....	18
一、以空间应用的形态审美分类.....	18
二、以空间应用的功能需求分类.....	18
三、以空间应用的场所环境分类.....	24
第五节 环境视觉设计的表达.....	32
一、视觉符号化的表现手法.....	32
二、主题延展化的表现手法.....	33
三、人文艺术化的表现手法.....	35
四、交互趣味化的表现手法.....	36
第二章 环境视觉设计的项目实训	39
第一节 项目训练一 ——环境空间中的平面视觉设计.....	40
一、课程概况.....	40
二、设计案例.....	41

1. 国外优秀设计作品	41
2. 学生优秀作品	48
三、知识要点	57
1. 平面形象的视觉化	57
2. 功能符号的标识化	58
3. 视觉平面符号到空间的延展设计	59
四、实践程序	61
五、相关网站及信息链接	68
第二节 项目训练二 ——环境空间中的导向系统设计	69
一、课程概况	69
二、设计案例	70
1. 国外优秀设计作品	70
2. 学生优秀作品	76
三、知识要点	92
1. 动态功能路线的设计	92
2. 导向系统的分层管理	94
3. 材料工艺的情感化体现	94
四、实践程序	96
五、相关网站及信息链接	101
第三节 项目训练三 ——环境空间中的公共设施设计	102
一、课程概况	102
二、设计案例	103
1. 国外优秀设计作品	103
2. 学生优秀作品	109
三、知识要点	114
1. 公共设施的造型、功能与环境的共生性	114
2. 公共设施的材料、工艺与人的互动性	114
3. 公共设施的视觉要素与文化的相融性	116
4. 城市公共文化精神与主题性环境视觉设计	116
四、实践程序	118
五、相关网站及信息链接	121
第四节 项目训练四 ——环境空间中的装置艺术设计	122
一、课程概况	122
二、设计案例	123

目 录

CONTENTS

1. 国外优秀设计作品	123
2. 学生优秀作品	126
三、知识要点	131
1. 装置艺术设计的的公共空间形式	131
2. 人文艺术化符号的装置艺术设计	133
四、实践程序	135
五、相关网站及信息链接	141

第三章 环境视觉设计的赏析..... 143

第一节 功能型需求下的环境视觉设计	144
一、环境视觉设计的主要功能	144
二、各功能需求下的环境视觉设计	144

第二节 人文关怀下的环境视觉设计	157
一、城市公共文化精神下的街区设计	157
二、主题性环境空间下的旅游风景区设计	160
三、文化艺术氛围影响下的场馆空间设计	161

第三节 新媒体技术下的环境视觉设计	166
一、信息交互的城市街道公共区域设计	166
二、行为交互的大型户外广场设计	167

参 考 文 献	169
---------------	-----



第一章 环境视觉设计概述

第一节 环境视觉设计的概念

第二节 环境视觉设计的发展

第三节 环境视觉的设计思维

第四节 环境视觉设计的分类

第五节 环境视觉设计的表达

第一章 环境视觉设计概述

本章由环境视觉设计的概念、发展、设计思维、分类和表达五部分构成，注重对基础理论的学习，并对环境视觉设计的基本概念进行介绍。通过对环境视觉设计的设计方法、应用范围、表现手法等方面的介绍，帮助学生充分认识环境视觉设计。

第一节 环境视觉设计的概念

一、环境视觉设计的理念

人类的视觉器官接受客观物质以光的形式产生的作用，再由视觉神经系统加工，从而产生视觉。人类进化史上，人由个体的活动发展到团队、社会活动，人类创造了具有指向作用的可视化图形符号，分为具象与抽象两种，以此进行想法的交流与事件的记载，底格里斯河与幼发拉底河两河流域产生的楔形文字、古埃及出现的圣书字、中国发现的甲骨文都隶属于这类图形符号。而后随着人类发展进程的推进，人类将目光从物质生产层面拓展到了精神需求层面，逐渐出现了有显著象征性的视觉图形，古代建筑物上带有吉祥意趣的纹饰、牌匾等都是这类视觉图形。现代社会进入了信息时代，大量的视觉符号充斥了人们的视野，包括导视牌、旅游地图、街巷景观小品、商业招牌等。人类常以五感中最直接的感知方式——视觉来获取信息、认知世界。视觉接纳了环境中高于百分之八十的信息，视觉是大多数人类认知特色环境空间的媒介，传递了空间的文化内涵。

就内涵而言，建筑除了具有容积的“空间”外，还涵盖其中各种因素，这就是“环境”的概念。环境空间中的每个细节都体现了设计者们不同的审美追求，展现出各异的视觉感受，正因如此，环境艺术才呈现出欣欣向荣的发展态势。

环境视觉设计隶属于视觉传达设计，是对三维环境空间的跨界运用。视觉传达设计是一种应用于二维空间的影像表现，包含标志、版式、绘画、平

面设计、插画等内容。视觉传达设计是一个有序的过程，首先按照一定的设计目标对信息展开分析、总结，再以文字、图形符号、色彩和造型等基本要素展开设计，最后向受众传递可视化的信息并对其产生影响。视觉传达设计的三要素包含文字、图形和色彩。相比文字与色彩，图形能够更加生动、确切和快速地传递信息，能够吸引人们转瞬间的视觉注意力。

二、环境视觉设计的范畴

视觉传达设计的范畴多指平面形态的设计，通常包含行业和企业的视觉与 LOGO 设计，很少涉及包括建筑设计、环境艺术设计与景观设计等在内的环境与空间因素。上述设计侧重于环境空间的功能与空间形式价值，对环境与视觉的整合与研究并不常见，环境视觉全面整合了环境和视觉两个不同领域的概念。

公共环境视觉设计是整体城市环境的关键一环，主要作用是在特定环境空间中传达内容、性质、方向、原则和形象，是一种视觉图像系统，主要组成元素包括文字、图形、符号和形态等。公共环境视觉设计将环境功能与形象建设有机结合，正因如此，在展开设计与研究时，用系统、整体性的观点代替分散、孤立的方式是非常必要的。环境视觉设计的内涵包含两方面，一方面指功能为指示方向与区域的图形；另一方面指环境空间中符号的表现形式。环境视觉设计的因素主要有两方面，首先是运

用精炼的图形符号传递信息，并具有消除国界、不依赖语言、识别迅速的传达效果。其次是关注材料、形态、位置、表现手法等元素，同时重视图形符号与整体空间环境的和谐统一。

从广义的角度看，视觉设计的概念囊括了传递空间概念的视觉符号与表现形式。视觉设计的形式很灵活，包括文字设计、图案设计、环境视觉设计、建筑设计等。

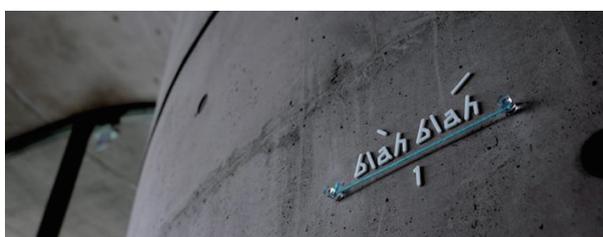


图 1-1-1 环境空间中的导视设计



图 1-1-2 环境空间中的导视设计

第二节 环境视觉设计的发展

一、环境视觉设计的溯源

远古时期，文字产生于图形符号中，具有特定的指向、交流思想的作用。这些文字体现的具象与抽象的符号方式，给后来视觉符号的表现形式奠定了基础。

公元前 3000 余年，两河流域出现了楔形文字，是世界上最早的文字之一。人们用楔形木片在陶土上刻字，从而开启了人类使用抽象符号记录事件与思想的先河。楔形文字为日后人们设计抽象的视觉符号提供了线索。

尼罗河沿岸的古埃及人创造了象形文字，称作“圣符”。这些象形文字以图形为核心，设计简单易懂，以用色单一的线条绘制人与动物侧面的形态。“圣符”为人们设计具象视觉符号提供了源源不断的灵感。

甲骨文刻于牛的肩胛骨与龟壳上，是中国原始时期的象形文字。先民们用它来传达信息、交流思想，是一种不宜单纯定义为字或画的图形符号。与文字类似的图形最早出现在新石器时代，作为一种象形文字，汉字至今仍在使用。中国的古代文明史璀璨夺目，视觉符号丰富多彩。早期的象形文字也可以看作视觉符号，它源于图画文字，不断发展，将大自然里的物质、动物与人等都转换为特定的简易符号。

建筑上常常使用文字与图像象征特定寓意，例如，秦汉瓦当就是一种具有显著象征意义的视觉图形，在宫殿与墓室等建筑中很常见。秦汉瓦当上的装饰内容主要包括带有象征意义的动物、文字和植物等。例如，青龙、朱雀、白虎和玄武的动物图案象征四方的守护神。这些瓦当图案不仅是装饰，也隶属于视觉设计。



图 1-2-1 刻有文字的龟甲甲骨文书



图 1-2-2 刻有文字的骨兽甲骨文书



图 1-2-3 牛肩胛骨上的卜辞拓片

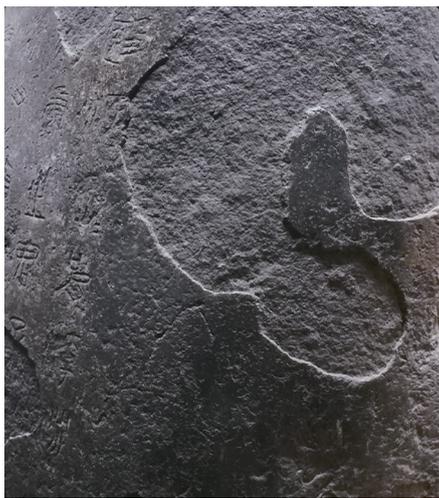


图 1-2-4 秦时期石鼓文——泃殿石现藏于北京故宫博物院



图 1-2-5 古埃及文字

在通信落后的时代，人们使用烟传递与火相关的信息。这类人为的“烟”，不仅是信号，也是标志。如今，语言与文字传递的方式已发展成熟，但是标志作为一种直观的信息传递方式，有着简洁直观、识别高效、不受民族和语言限制的优点，满足了人们生活节奏加速的需求，其他信息传达方式仍不能

取而代之。标志的直观语言包括简单、特殊、易读的文字、图形和物象符号。

早在旧石器时代，人类就已开始使用象征性的符号作为交流思想的介质，出现了结绳、刻木、绘画、刺青等记号，主要功能是记载、传递和识别事物。据考证，早在上古时代就出现了带有早期视觉作用的“图腾”。人类文明进一步发展，环境视觉渐渐发展并演变为两个类别：一种是保留较显著的标志性图腾性质的环境视觉、吉祥物与融书法与建筑于其中的传统建筑形式，包括楹联、汉阙、牌坊、刻石、亭阁、匾额、牌楼等。另一种是产生于古人的生产劳动与社会交往中，由人们制造、应用的大量不同种类的标志，这些标志有便于沟通、标识注释、辨别种类特点与归属的功能，主要包括路标、村标和碑碣等。古时的牌坊、楹联、刻石、匾额、亭阁和牌楼等兼具空间方位指示与景观小品两方面的内涵。古时，牌坊深受封建伦理文化的影响，它作为一种建筑现象，展现了显著的标榜功德与善行的象征意义，带有较强的宣传、题榜作用。

除了作为建筑物，坊、亭、匾也扮演解说者的角色，标识与自身周边环境、自然地理意境相关的信息。21 世纪，公共标志和国际化的标志逐渐普及全球。如今，社会经济、科技、政治和文化蓬勃发展，设计合理、实用性与艺术性较强的标志得到大量应用，“符号标志学”兴起。环境视觉设计成为城市空间环境的关键一环，随着城市发展进程的进一步加快和信息时代的来临，符号与视觉在城市建设中日趋重要。

现代化城市空间中具有识别性功能的装置主要有指示灯、车站牌、车栏和候车厅等，具有指示性、传达性功能的装置主要有路标、地图、交通图、旅游景点图等。这些装置由二维或三维的实体物质结构与传递的信息组成，类似于我国古代建筑中书法与建筑相融合的形式。环境视觉设计具有双重功能，作为城市视觉设施体现了实用功能，作为景观小品体现了美化功能。环境视觉设计不仅是城市设计的关键一环，也是组成城市空间环境的景观设计，体现了城市文明、历史文脉、人文气息、城市印象等要素。

二、环境视觉设计的现状

1. 公共空间中的环境视觉设计现状

公共空间内的环境视觉设计的关键功能主要是识别与导向。环境视觉设计的对象是公共环境里的各类信息设施与传达信息的环境空间本体。信息设施被融入图形、光、材质、纹理、颜色、造型等形式，不再局限于物体本身，而蕴含了更深层次的历史、人文等角度的审美和文化的信息，也展现了人类社会和环境的关联。公共空间里的环境视觉设计主要针对基础设施、文化空间和标志物等。

地铁、车站、机场和医院等人流量较大、承载功能较多的复杂空间都属于基础设施。环境视觉设计的主要目标是功能识别与空间导向，因此需要简洁、全面的视觉表现形式，能够满足各类信息需求，

并使受众在仔细阅读前就能初步识别、判断。

地理位置、典型建筑、设计特点，乃至特色文物收藏决定文化空间的特点。在这些因素里，视觉设计的作用是把空间的特点转换为视觉表现形式，应用于各类介质。

凯文·林奇提出了“城市意象说”，将城市意象的构成因素总结为道路、边界、区域、节点与标志物。标志物通常指一种参考点，便于受众高效选取、观察信息，具有独特性、唯一性。形式简洁、对比、强调都是提高标志物识别度的方法，也是强化城市可读性的关键方式。更有甚者，一些闻名遐迩的标志物也是城市象征，如上海东方明珠、巴黎艾菲尔铁塔和美国自由女神像等，这些标志物都是城市特性、城市文化精神的纪念象征。

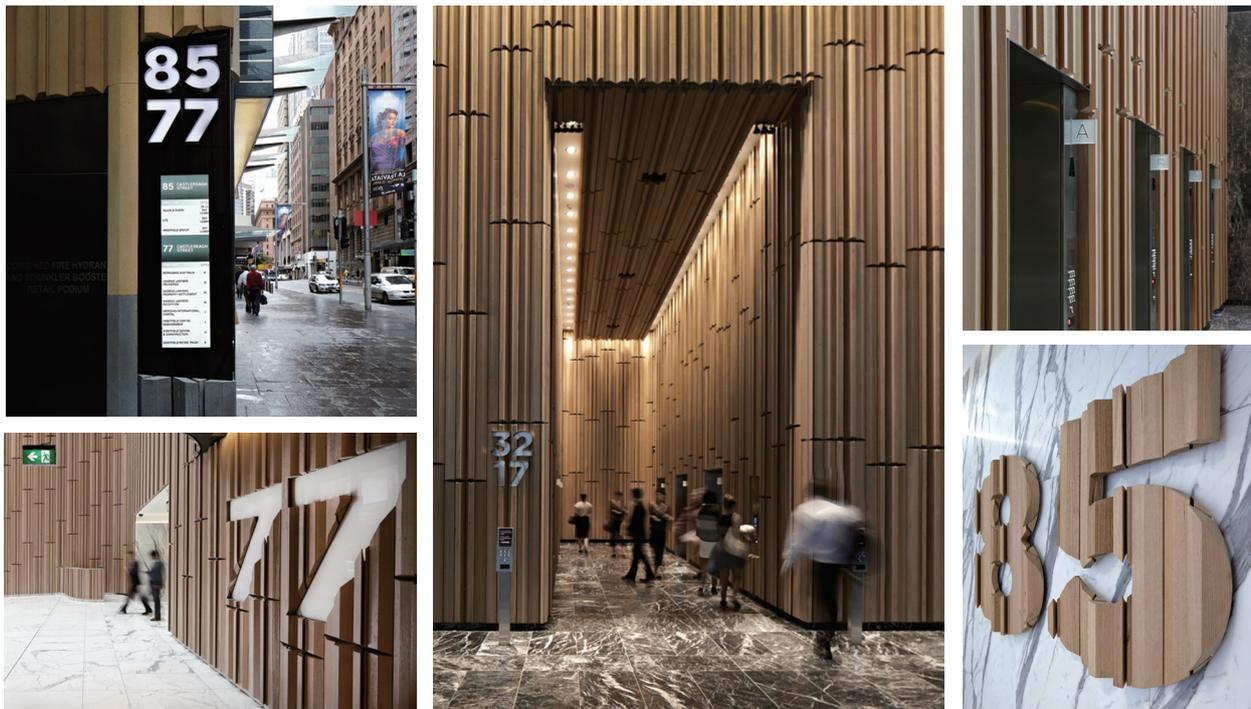


图 1-2-6 悉尼街区的导向标识牌设计

地点：澳大利亚



图 1-2-7 Here East 革新引导标识和指路系统设计

地点：英国伦敦

2.商业空间中的环境视觉设计现状

如今，商业发展繁荣，产品和服务的丰富程度前所未见。从传统的角度来看，商业空间以产品质量和多样性为基础，但现在市面上的待售商品急需展现特色，促进消费，这种需求使卖家应用新方式来提升产品形象，构建品牌独具匠心的概念与内涵，使商品形成可以刺激消费的新亮点。人们的关注点渐渐从产品本身移向商业环境空间，商业环境空间特定氛围的构筑与设计变得举足轻重。为满足各类消费群体，商业空间运用了大量无形的手段，包括产品个性、产品对应的社会阶层和文化背景等，不同的商业空间常使用各异的视觉表现方式。

商业环境空间的目标是品牌销售，达到广告效果是它的重要功能。消费社会也是广告社会，广告是一种全新的图腾形式，在具有承载符号功能的空间中随处可见。

人类的意识领域不仅涉及知识与理性，也包括“非理性、疯狂和冲动无知”。酒吧与 KTV 这类娱

乐场所的主要功能是为受众提供娱乐与消遣，对环境氛围的要求比较高，其消费效果往往取决于视觉的刺激度。

三、环境视觉设计的发展

虽然现代环境有不同的种类，但都具有国际化的共性，公共环境中的标志是现代环境的重要组成部分，深受国际化思潮影响。环境主体——建筑，受国际化思潮熏染，发展方向逐步趋近，单纯的建筑形态已无法体现城市特征，如今，城市渐渐成为地球村的组成部分。环境视觉设计出现了追求自然、简约和个性的发展趋势。

现代环境视觉设计的风格百花齐放，伴随着信息时代的到来与文化多样化的刺激，环境视觉设计的识别性、趣味性增强，带有浓烈的主观性与视觉冲击力。设计师需要运用一种更轻松、更具特色的方法，向受众更高效地传递环境视觉的信息。自然风格是环境视觉设计风格的具体表现之一，虽然环

第二节 环境视觉设计的发展

境视觉设计中广泛应用计算机技术，并促使设计观念创新、表现形式与技术升级，但人们的思维逐渐朝着随意、自然、返璞归真的方向发展。欧美发达国家近 10 年来的大量 LOGO 设计的灵感源于中世纪版画与自然形态的手法，这种返璞归真的趋势是人类在现代工业文明中转向自然与历史探寻精神慰藉的行为，这种做法为环境视觉设计的发展带来了新的助力。



图 1-2-8 简约而不失时尚感的文字标识设计

环境视觉设计通常运用文字与图形组合的形式取得视觉传达效果。因此，环境视觉设计具有醒目的形态特征，视觉冲击力与凝聚力较强。从视觉传达的有效性角度来看，设计中运用的形态需要对传递的内容进行高度的概括和抽象化处理，形成凝练的图形或符号。即图形、符号与设计客体之间有共性，便于识别。识别图形与符号的效率与图形和符号的特点数量相关，而非符号的形态越简易越便于识别。因此设计师设计图形与符号时需要体现客体特点，使用高度凝练、形象的形态展现基本特征，以提升图形与符号的识别效率，便于受众接收信息。

环境视觉设计的个性化对其设计优劣的影响

较大，无特色、雷同的设计易使受众记忆混乱、不清晰，达不到良好的传达作用；而别致、独具匠心的图形与符号通常能更好地刺激人的知觉，便于提升受众的反应速度，降低知觉的时间，强化其对符号的记忆。环境视觉设计中，可以使用比喻、寓意、象征等方法，丰富图形的内涵意味，提升形态对人知觉的感染力与理性的接受能力。设计的个性化在重视表征与诉求的商业环境空间视觉设计与关注形象与象征的景观环境空间视觉设计中举足轻重。



图 1-2-9 日本森林之光

设计者：Sou Fujimoto（藤本壮介）

时间：2005

地点：意大利米兰设计周

日本建筑师 Sou Fujimoto（藤本壮介）与其建筑事务所在 2005 年的米兰设计周上，为瑞典服装品牌 COS 设计了一个宏大的装置艺术作品。这片“光之森林”通过上面聚光灯的照射形成无数条光锥，这些光锥有规律地跳动，并不停改变流动状态。人们在这片“森林”中漫步，感受无数光芒的照射，用代表时尚的聚光灯与大自然的森林与空间相连接，同时也让人们感受到对大自然的敬畏之心。



图 1-2-10 达勒姆大教堂灯光网格展览

艺术家：Miguel Chevalier

时间：2015 年

音乐：jacopo baboni schilingi

生成和互动虚拟现实装置：artichoke

位置：lumiere durham 2015, durham cathedral, uk

日期：2015 年 11 月 12 日—15 日

软件：cyrille henry and antoine villeret

技术制作：voxels productions

2015 年，在英国最大的灯光节上，Miguel Chevalier 在达勒姆大教堂举办了他的作品——“复杂的网格”的首映式。达勒姆大教堂始建于 11 世纪末，是最具有代表性的英格兰诺曼式建筑。浑厚的建筑外观下，教堂内部呈现出光线丰富的哥特式教堂效果，加上地面漂亮的石材拼花，产生了强烈的艺术冲击力。

“复杂的网格”是一个巨大的照明艺术作品，它投影在达勒姆大教堂中殿的肋拱顶的天花板上。网格由建筑构架中使用的三维物体组成，这些三维物体由简单的点、边和面形成，众多网格线框形成了几何图形的美感。三角形、四边形组成不同颜色的织造图案，并与其他多边形重叠，与此同时，所有图形不断进行变换。这些庞大的投影扭曲、移动，不断创造多样、复杂的形状，产生了生动的不断变化的抽象宇宙风景画。这些生动的色彩网格通过创建移动弧线使参观者产生错觉，为达勒姆大教堂创建了神秘的气氛。



第二章 环境视觉设计的项目实训

第一节 项目训练一——环境空间中的平面视觉设计

第二节 项目训练二——环境空间中的导向系统设计

第三节 项目训练三——环境空间中的公共设施设计

第四节 项目训练四——环境空间中国的装置艺术设计

▶ 三、知识要点

▲ 1. 平面形象的视觉化

环境空间里强调平面的视觉设计，主要是运用图形创意和平面设计等表现手段，把企业的经营理念注入二维平面，以视觉化和形象化的形式向受众和团队成员呈现企业文化内涵与市场定位。它是企业和市场环境、竞争环境间的关键桥梁，也是信息传递的重要介质，其宣传方式与内容相辅相成。

环境空间中的以平面为侧重的视觉设计主要包括 LOGO 设计、字体设计、图形延展设计和公共标识设计等。

从字面角度看标志设计的概念，“标”主要是记号的意思，囊括商标、标记、标志、路标和标语等内容，“志”代表永志不忘与记号标识。由此可见，标志最显著的特征是表示特定特点的记号，它最原始的作用是传递信息。标志设计的内容是整理传递信息的内容与关键点，通过文字、图形、版式设计、色彩等将视觉因素传递给受众，受众根据相关的联想解读标志传达的信息。规划契合主题的内容，重视色彩选择和视觉的心理共性，将图形和文字有机融合，达到标志设计立意鲜明、简易直观的目标。

现代平面设计中的字体设计具有双重作用，它不仅是语言信息媒介，也充当着商业文化的信息媒介，体现了时代精神。视觉影响力的直观度非常高，为人类信息交流与打造全新的文化思想奠定了基础。

品牌的辅助图形需要展现品牌营销理念，辅助图形的形态、颜色等设计因素需要吻合品牌的内涵与诉求，要强调品牌特征和性质。辅助图形要有独立的组合运用方法，构建品牌 VI 系统的关键框架，在办公用品、广告、交通工具中展开应用，建立一套完备统一的视觉系统。

辅助图形设计和公共标识设计都强调个性化，保证展现品牌理念的同时要打造品牌独特的视觉特征，营造品牌成体系的视觉气氛。辅助图形除了要体现功能性，还要在图形的设计上规避过于直观的情况，应该寻找受众的偏好与关注点，激发受众的

联想力和记忆力，用人性的视觉语言表现图形设计，带给受众亲切感，提高其接受度。除了要遵守视觉的形式美，还要兼顾表现形式、工艺选材等方面的实际应用。

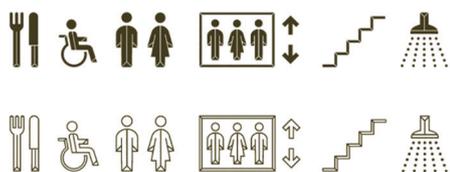


图 2-1-11 埃克塞特大学 Forum 大厦导视设计

设计者：Thomas Matthews 团队

地点：英国

第一节 项目训练一 ——环境空间中的平面视觉设计

单独的面也能组成空间，这在空间视觉设计中显而易见。因为面涵盖线与点的全部属性，能够如点般跳跃、强化，也能如线般延展。设计过程中常常能以面创造丰富的情绪，根据面形态的虚实、位置和大小变化展开变化，使空间营造呈现出更稳定和抽象的视觉效果。比如，面的设计里的“图和底”的构成方式，运用面的正负形相互作用，随视

觉的变化，主体和背景相互交替呈现，正形与负形的恰当应用让形态传递出两方面的信息，组成了极具趣味性的“图和底”的形态。空间视觉设计里，也能够使用这种视觉形式，增强空间的纵深感，激发环境视觉艺术的联想力，从而更好地完成空间的划分，产生全新的视觉形态。

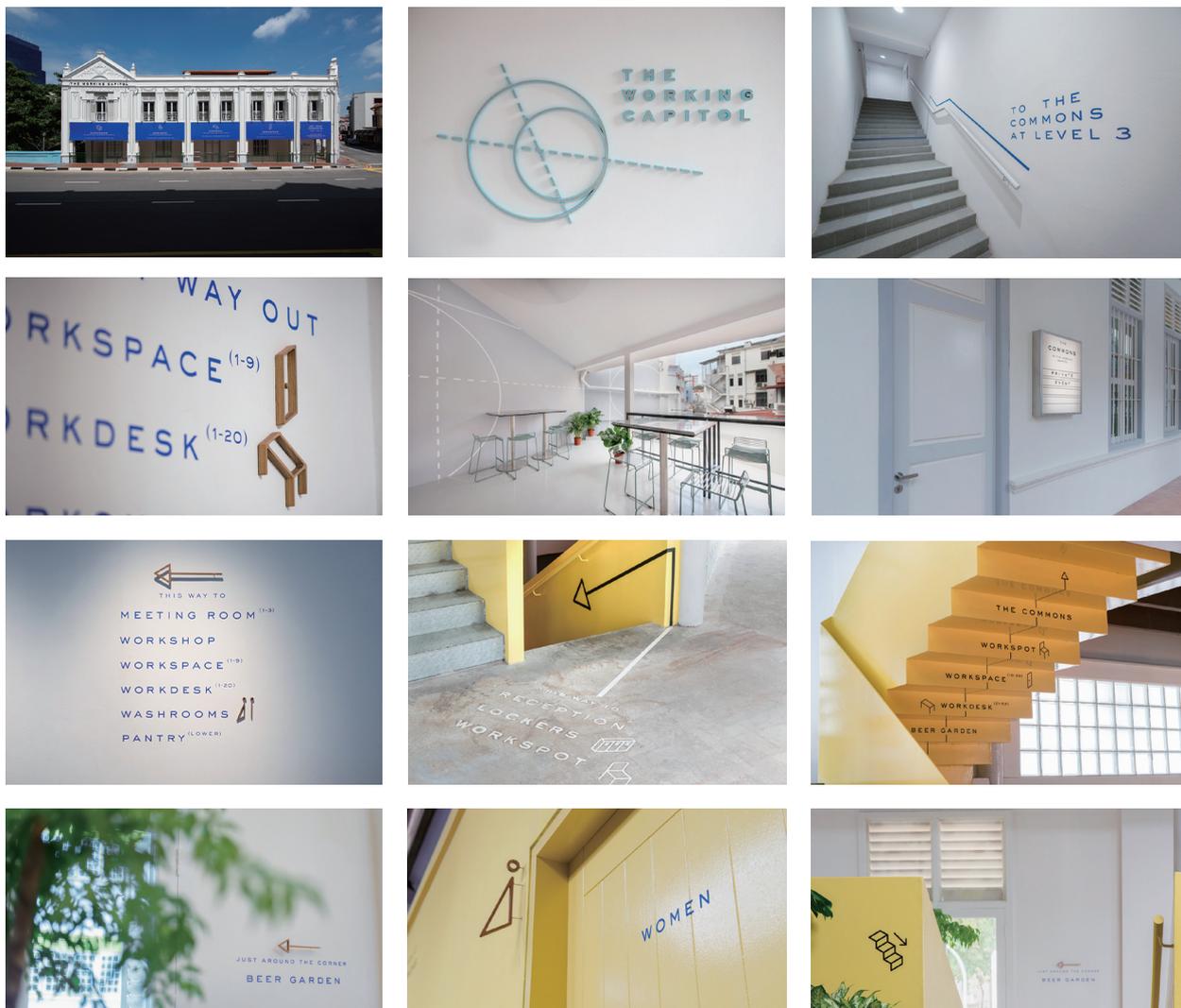


图 2-1-12 普锐生物医药 The Working Capitol

设计者：Foreign Policy

地点：新加坡

▶ 四、实践程序

“凤凰岛艺术园区”环境视觉设计

设计者：金自菲 / 张富钰
指导教师：姜靓

市场调研

调研能帮助深刻理解主题是信息传达之本，是设计过程的源头，随后才有可能开始各阶段的设计。通过实地的调查和深入研究，对所要设计的实体机构做全方位的了解，发现问题并针对问题提出解决方案。

资料收集

充分了解相关的有效信息，合理安排时间，制定详细的调研计划，对调研内容、范围、时间等进行合理规划，使调研更加高效。

信息梳理

对信息进行整合，在理解信息赋予的文化意义和知性基础上展开艺术创作，使主题内容条理化、逻辑化，寻找相互内在的关系，从中归纳、梳理每个环节的线索，以便组织逻辑思维和戏剧化的分镜头视觉思考，由信息元素变为内心的传达。主要对机构的现状、存在的问题、未来的发展等问题进行梳理整合。

以“凤凰岛艺术园区”为例。美术馆坐落于无锡蠡湖的一座小岛——凤凰岛上，由凤凰画材集团独资，岛上有两大艺术建筑：凤凰艺都美术馆和凤凰岛艺术园。美术馆展品丰富，建筑造型特别；艺术园则是一座儿童艺术教育中心，内有近二十种艺术教育类别。园区原先的视觉识别系统缺乏整体性，美术馆与艺术园缺乏各自的独特性，几乎没有导向及公共设施等，这些正是这个项目设计要解决的问题。

确立主题

凤凰岛位于无锡市滨湖区蠡湖东岸，蠡湖是太湖伸入无锡的内湖，凤凰岛占地面积约 53.5 万平方米。

凤凰岛的物理分布十分注重生活体验，包括艺术展览、艺术商业販售、培训、餐饮、住宿。由于凤凰岛是一个独立的岛屿，具有得天独厚的地理环境，整个岛静谧舒适，颇具世外桃源之风采。艺术园区的业态主要分为凤凰岛艺术建筑群、商业画廊、餐饮住宿三类。



图 2-1-13 凤凰岛艺术园环境



图 2-1-14 凤凰岛艺术园导向牌

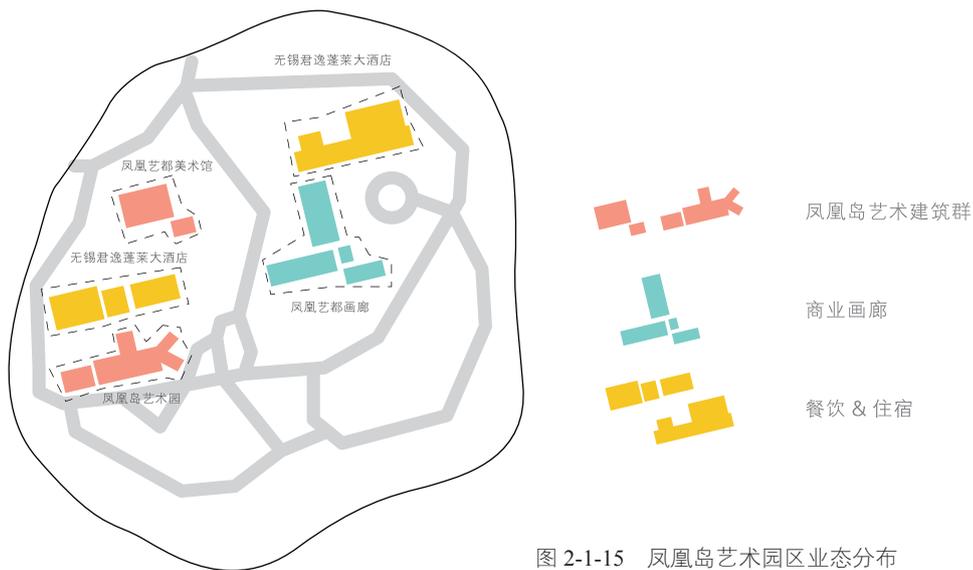


图 2-1-15 凤凰岛艺术园区业态分布

品牌文化

品牌文化是赋予品牌深刻而丰富的文化内涵。建立鲜明的品牌定位，并充分利用各种强有力的内外部传播途径使消费者在精神上高度认同此品牌，创造品牌信仰，最终形成强烈的品牌忠诚。可见，针对设计对象的品牌文化做深度的了解，是视觉形象、空间环境等综合设计的设计根源。

风格确立

展开元素提取，确定项目的整体视觉风格、语言等。对视觉形象系统设计中的主形象 LOGO、标准色和辅助色、标准字体、辅助图形等进行设计，遵循统一的视觉表现风格、语言。

通过对凤凰艺术园区品牌文化的了解，对其进行了综合的研究和分析后，确立了园区“艺术与童趣”相结合的风格。

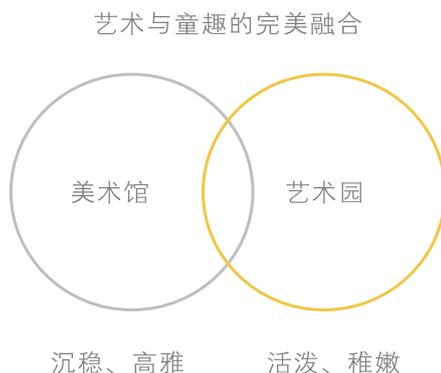


图 2-1-16 凤凰艺术园区的确立风格

形象LOGO

LOGO 的设计摒弃了传统的设计思路，从美术馆独特的建筑外形入手，将建筑不同空间角度的形态进行提炼再设计，用黑白线条的方式展现，设计了一个主 LOGO 和两个辅助 LOGO。艺术园则在美术馆的基础上添加了童趣元素，使两者既有形式的联系，又各自不同。



图 2-1-17 凤凰艺都美术馆

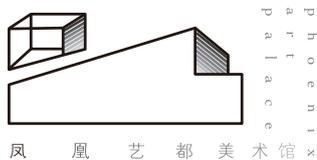


图 2-1-18 美术馆形象主 LOGO

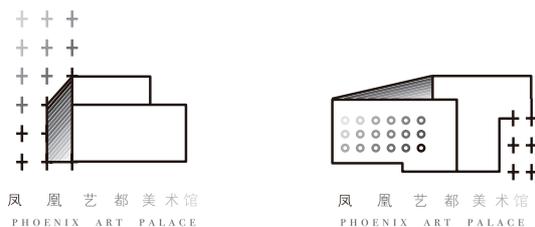


图 2-1-19 美术馆形象辅助 LOGO

第一节 项目训练一 ——环境空间中的平面视觉设计

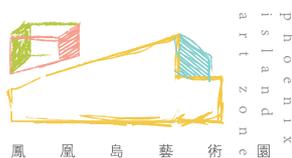


图 2-1-20 艺术园形象主 LOGO

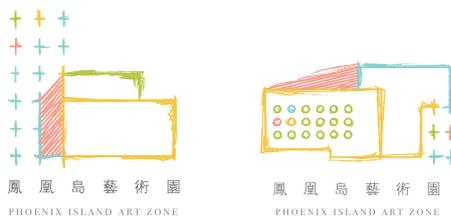


图 2-1-21 艺术园形象辅助 LOGO

标准文字

制定标准字体，可以规范整个形象系统的字体运用。凤凰艺都美术馆的标准字主要以简约为主风格，凤凰艺术园以趣味灵动为主风格，符合各自的属性性格。

凤凰艺都美术馆视觉识别系统专用中文字体是方正细黑简体。

凤凰艺都美术馆视觉识别系统专用中文字体是兰亭黑。

凤凰艺都美术馆视觉识别系统
专用中文字体是兰亭黑。

凤凰艺都美术馆视觉识别系统专用英文字体是 Adobe Gurmukhi。

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

凤凰艺都美术馆视觉识别系统专用英文字体是 Bodoni 72 Smallcaps Book。

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

凤凰岛艺术园视觉识别系统专用中文字体是方正细黑繁体。

凤凰岛艺术园视觉识别系统专用中文字体是方正雅艺简体。

凤凰岛艺术园视觉识别系统专用英文字体是方正雅艺简体。

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

凤凰艺都美术馆视觉识别系统专用英文字体是 Adobe Gurmukhi。

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

凤凰艺都美术馆视觉识别系统专用英文字体是 Bodoni 72 Smallcaps Book。

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

图 2-1-22 标准字体的规范

寄存
办公室
工具间
贵宾室
LOCKERS
OFFICE
TOOLROOM
TOOLROOM

图 2-1-23 特殊字体的设计

色彩系统

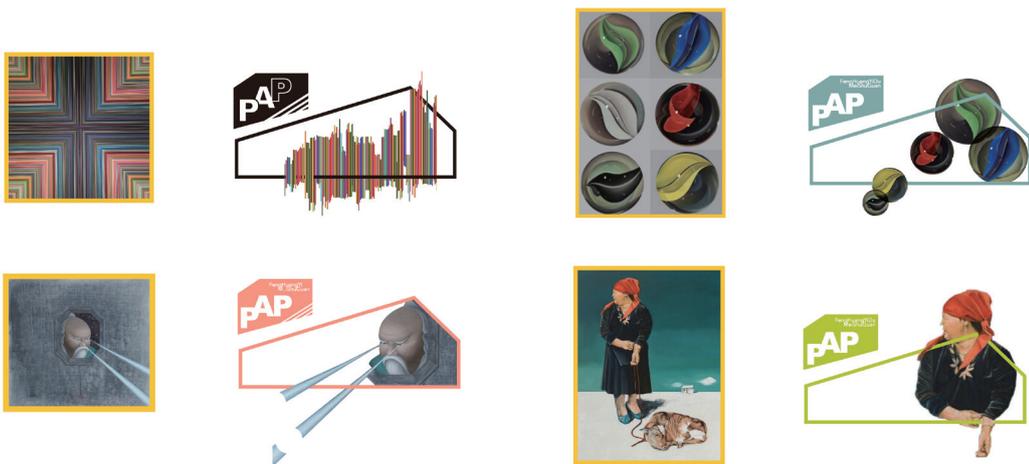
色彩以黑色为主，配合各种不同灰度的灰色，适合美术馆的简约风格，配以红色作为设计的辅助色。另外四种颜色主要作为辅助色运用在童趣、活泼的艺术园。

C=0 M=0 Y=0 K=100	C=0 M=0 Y=0 K=90	C=0 M=0 Y=0 K=80			C=4 M=22 Y=95 K=0	C=35 M=8 Y=100 K=0
C=0 M=0 Y=0 K=70	C=0 M=0 Y=0 K=60	C=0 M=0 Y=0 K=50		C=24 M=100 Y=100 K=0	C=0 M=52 Y=44 K=0	C=50 M=0 Y=25 K=0
C=0 M=0 Y=0 K=40	C=0 M=0 Y=0 K=30	C=0 M=0 Y=0 K=20	C=0 M=0 Y=0 K=10	C=0 M=0 Y=0 K=5		

图 2-1-24 美术馆与艺术园的不同色彩方案

图形元素

以凤凰艺都美术馆的 LOGO 形态为母版，结合美术馆的艺术特性，从美术馆展览的艺术品中提取颜色、图形元素等，设计了一系列辅助图形。



第一节 项目训练一 ——环境空间中的平面视觉设计

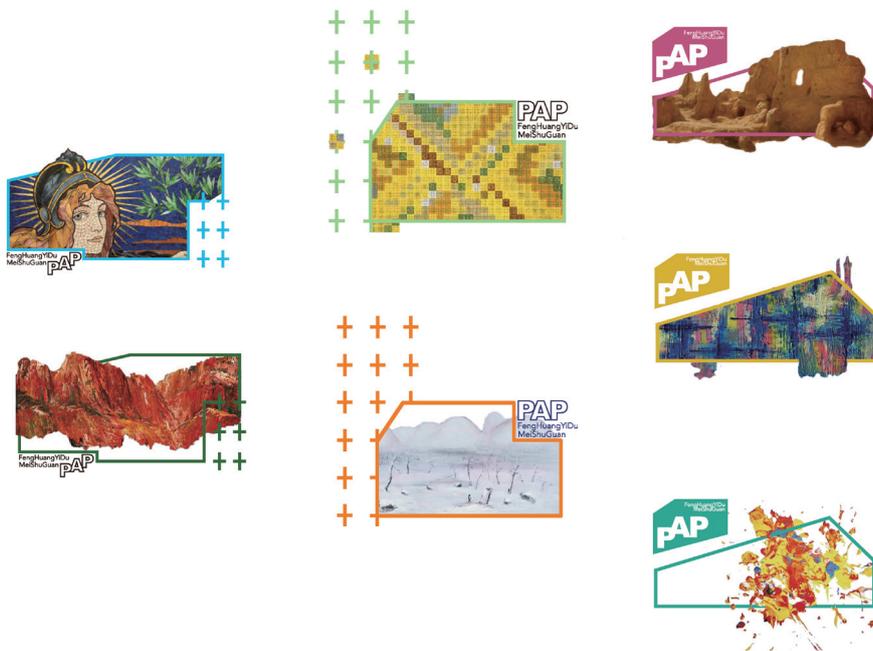


图 2-1-25 设计出的一系列图形元素

平面延展

结合园区的需求，选择有针对性的产品，根据产品的结构对延展图形进行平面的设计。



图 2-1-26 在帆布手提袋上对延展图形做的平面设计

立体延展

对平面视觉元素进行空间延展设想，确定标识系统设计等平面视觉设计在环境空间中的载体、放置方式等因素，并为之相结合地展开标识系统设计。

从美术馆建筑的外形中提取平面图形，再将其进行立体转化，可以拓展到整个园区的公共设施 and 导向牌中，使立体的设计更有形态的溯源。

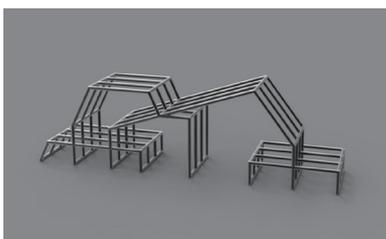
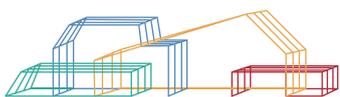


图 2-1-27 公共设施座椅

图 2-1-28 公共设施座椅

图 2-1-29 导向牌

标识指向

要设计一套专属的标识系统，首先，图形的传达性必须准确，以便被识别；其次，风格上需要与主形象保持一致。这套标识主要延续了 LOGO 中立体块面的设计语言，简洁明了。

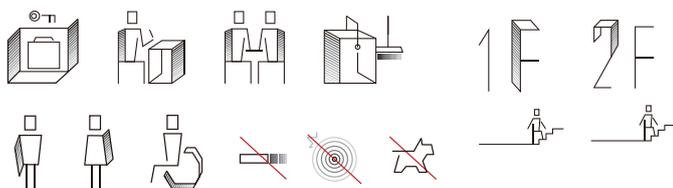


图 2-1-30 公共标识设计

组合关系

组合关系能够使文字、图形的形式更加丰富，不同载体的结构产生组合关系的变化。同时组合关系也是一种规范，避免影响识别或缺乏形式感的组合出现。

文字组合

通常的文字组合有竖排、横排，根据服务对象的具体情况，可以做相应合理的变化。



图 2-1-31 不同文字的组合设计

图文组合

图形与文字的组合方式有很多，要根据实际环境的需求做相应合理的设计。



图 2-1-32 不同文字与图形的组合设计及环境延展

五、相关网站及信息链接

1. 优秀设计案例网站平台

<https://dribbble.com> (每天都有来自全球各地的设计师、设计机构的优秀案例更新。)

2. 国外平面视觉设计的相关网站

<https://www.underconsideration.com/brandnew/>
(网站提供优秀的品牌案例。)

<http://www.notcot.org> (网站提供欧美最新的视觉创意资讯。)



第三章 环境视觉设计的赏析

第一节 功能型需求下的环境视觉设计

第二节 人文关怀下的环境视觉设计

第三节 新媒体技术下的环境视觉设计

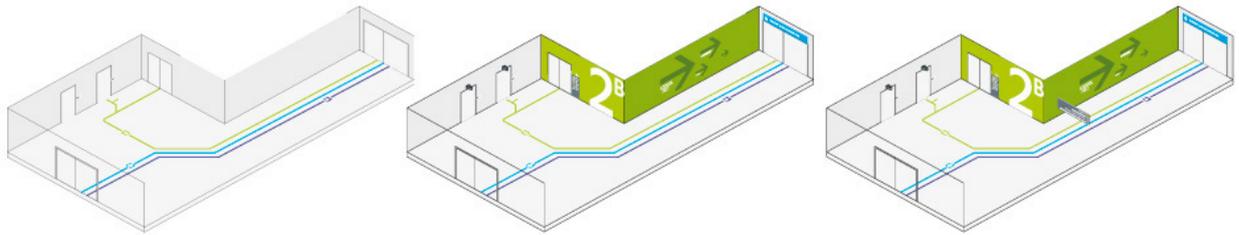


图 3-1-2 国外医院优秀导视系统设计 2

红色有警示作用，急诊的导向运用红色，与整体导向系统干净、淡雅的风格形成鲜明的对比。在道路的醒目位置竖立急诊的导向牌，在主干道和医院入口绘制指引急诊的地图。医院内部的地面上设计了导向线，每种颜色代表了医院的一个职能区域，患者可以清晰地根据指引找到相应的部门。