

5G时代动态可变式校标设计及延展应用

杨超¹, 梁蓝波²

(1.浙江传媒学院, 杭州 310018; 2.澳门大学, 中国澳门 999078)

摘要: **目的** 探讨 5G 时代中国高校如何通过具有高识别度和多元变化的校标设计及延展应用, 提升中国高校的国际品牌形象, 助力中国高校的国际化进程。**方法** 通过比较研究中国 137 所“双一流”高校与 QS 世界大学排名前 100 强高校的校标, 以图像分析和统计学的方法揭示中国高校校标设计高度雷同化、辨识度低的现状, 指出常见的圆形范式校标在国际竞争和品牌传播中所存在的局限性; 借鉴西方品牌形象设计的成功案例, 寻找 5G 时代中国高校校标设计的创新理念、设计方向以及具体的延展应用方法。**结论** 强调独特性、高识别性的校标设计在高校品牌传播中的重要性, 并创造性地提出了“动态可变式”校标设计及延展应用在 5G 时代必将成为高校品牌形象传播的主流趋势和重要手段。

关键词: 校标设计; 校标延展应用; 动态可变式标志设计; 5G 时代品牌形象传播

中图分类号: J524 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2020)04-0252-07

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.04.034

Dynamic Changeable University Logo Design and Its Extended Applications in the 5G Era

YANG Chao¹, LEONG Lampo²

(1.Communication University of Zhejiang, Hangzhou 310018, China; 2.University of Macau, Macau 999078, China)

ABSTRACT: This paper discusses how easily recognizable and dynamically changeable logo designs and its extended applications could enhance the international branding image of universities of China to which the process of internationalization is attributed in the 5G era. Through a comparative study of the existing university logos of 137 Double-First-Class universities in China and those of top 100 universities in QS World University Rankings via image analysis and statistical methods, the current situation of a high degree of similarity and a low-level recognizability among the logos of universities in China was discovered. The limitations of the commonly used circular paradigm of logos in Chinese universities in international competition and brand communication were revealed. Learning from successful cases of brand image designs in the West, this paper is in search of innovative ideas, design directions and specific methods for logo design of universities in China in the 5G era. The importance of uniqueness and the need of a high degree of recognizability in university logo designs and brand communication is emphasized and the idea that dynamic changeable logo design and its extended applications will become the mainstream and trend in university brand image communication in the new 5G era is proposed.

KEY WORDS: dynamic changeable logo design; university logo design; logo design extended applications; brand image communication in the 5G era

2019年3月29日, 浙江乌镇商用移动5G基站开通; 3月30日, 上海市副市长吴清在虹口区举行的“全球千兆”开通仪式上拨通了我国首个5G手机通话; 这标志着我国的网络生活已经正式迈入了新的

征程。随着5G时代的到来, 网络传播方式将会发生巨大的变革, 互动虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等科技将在视觉、听觉、触觉融为一体的网络传播中日益普及, 对人们的工作、学习、生活产生深刻的影

收稿日期: 2019-10-14

作者简介: 杨超(1984—), 男, 江西人, 澳门大学博士生, 浙江传媒学院副教授, 主要从事品牌形象设计研究。

通信作者: 梁蓝波(1961—), 男, 美国人, 博士, 澳门大学特聘教授、博导, 主要从事艺术、设计和动画影像研究。

响。作为网络传播的一项核心手段，视觉传达领域中的品牌形象设计将会迎来革命性的改变，过去的平面性将会被进一步打破，走向多元与多维。

标志是品牌形象设计的核心内容，校标设计在高校品牌传播中的重要性就更是不言而喻。本文通过对中西方高校校标的比较研究，探讨中国高校校标设计的现状以及存在的问题，强调独特性、高识别性的校标设计在高校品牌传播中的重要性，并创造性地提出了“动态可变式”标志设计及延展应用在 5G 时代必将成为高校品牌形象传播的流行趋势和重要手段。

1 中国高校校标设计现状

为了更清晰地了解中国高校校标设计的现状，本文将中国的校标放在国际视野下进行对比和分析。本文运用图像比较和统计学的方法，对比分析了中国 137 所“双一流”高校的校标与世界 QS 排名前 100 强高校的校标，提出了圆形范式校标在国际品牌传播中存在的问题。

1.1 圆形范式校标在中国

中国恢复高考以来，高等院校数量剧增，从 1977 年到 1993 年的 16 年间就增加了近 500 所，大多数新高校的校标设计都学习清华、北大等国内老牌大学，将校标设计成圆形，并配上名家书法字体的中英文校名，如使用毛泽东主席草书的集字等。这种传统的校标设计方式一直延续至今，成为了校标设计的“规范”。

校标设计通常分为主体图形、名字和图文组合。

本文将主体图形呈圆形的校标称为“圆形范式”校标，具体而言，它具有一些共同的特征：(1) 校标主体图形部分呈圆形（包括圆中带方图形）；(2) 主体图形通常包括内外两个圆形，内圆部分为图形，外圆部分是中英文学校名称。

1.2 国内外高校校标类型对比分析

为了更直观地对比中国高校与世界高校校标中圆形范式图形的分布情况，本文首先通过网络检索的方法去获取一个初步的印象：用百度搜索“大学校标”图片，检索结果呈现的是中国高校校标，大多是圆形范式图形；而用谷歌搜索“University Logo”，得到的校标图片来自世界各国，其图形则形态各异，见图 1。根据两个搜索引擎的检索结果，能够大致看出“圆形范式”是当下中国校标的主流。

1.2.1 中国“双一流”高校与世界前 100 强大学校标类型分析

基于国家建设“世界一流大学和一流学科”（“双一流”）的目标，也许以“双一流”大学的校标作为研究对象会更具针对性。因此，笔者以国家 2017 年公布的 137 所中国“双一流”大学的校标进行了收集和分类，发现在这些大学校标当中圆形范式校标占了 90.5%，盾形和其它形的校标仅分别占 5.8%和 3.7%，见图 2。

根据国家对“双一流”高校发展的国际化定位，本文把中国的高校与世界一流大学进行比较，从中就能看出中国大学校标设计所存在的问题。图 3 是笔者

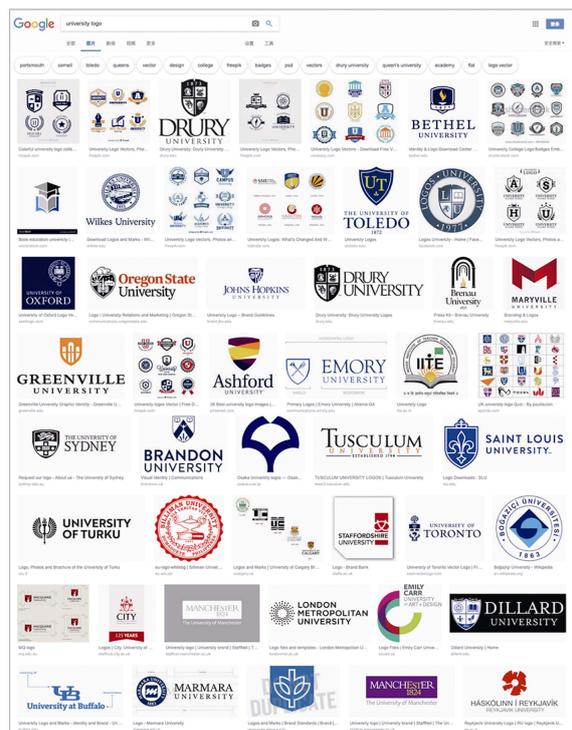


图 1 百度搜索“校标”和谷歌搜索“University Logo”的图片显示对照
Fig.1 Comparison of university logos in Baidu and Google image searches

类型	数量	百分比	中国137所双一流大学校标
圆形范式	124	90.5%	
盾形	8	5.8%	
其它形	5	3.7%	

图2 中国137所“双一流”高校校标分类
Fig.2 Classification of the Logos of China's 137 Double-First-Class Universities

类型	数量	百分比	QS 2018/19 世界大学排名前100强大学校标
其它形	53	53%	
盾形	30	30%	
圆形范式	17	17%	

图3 QS 2018/19 世界大学排名前100强校标分类
Fig.3 Classification of the Logos of Top 100 universities in QS World Universities Rankings 2018/19



清华大学校标

麻省理工学院校标

图 4 清华大学与麻省理工学院校标辨识度比较

Fig.4 Comparison of recognizability between Tsinghua University logo and MIT logo

对 QS 2018/19 世界大学排名前 100 强的大学校标图形做的收集和分类,发现在这 100 所大学校标当中,圆形范式图形的仅有 17 个,盾形的有 30 个,其它形的有 53 个。在这其中,中国进入世界前 100 强的高校有 11 所,这 11 所大学校标中圆形范式的就有 7 所,全部是中国大陆的高校,盾形和其它形的有 4 所,均为香港高校(2 个盾形和 2 个其它形)。

1.2.2 数据分析与对比研究

将中国“双一流”大学和世界前 100 强大学的校标进行比较,发现圆形范式校标在中国“双一流”高校中占 90.5%,而圆形范式校标在世界前 100 强高校中仅占 17%,在这 17%中有几乎一半就是中国的大学。由此可见,圆形范式校标是中国高校校标设计的主流,而这种圆形模式以及校标高度雷同的现象在西方国家极为罕见。

从视觉传达的辨识度方面来看,还可以得出如下结论:(1)中国“双一流”高校和世界前 100 强高校中出现圆形范式校标时,其版式和风格几乎一致;(2)盾形校标在世界前 100 强高校中占 30%,其版式和风格各异;(3)其它形校标在世界前 100 强高校中占 53%,其版式和风格差异更为明显。由此可见,圆形范式的校标因风格特征不明显而难以辨识,盾形校标因彼此之间差异较大而易于辨识,其它形校标因表现形式独特而特别容易辨识并被记住。

1.3 高识别性校标在高校品牌形象传播中的作用

标志是品牌形象传播的核心,高校品牌形象的传播需从校标设计开始。当一个品牌形象希望取得良好的传播效果,品牌标志的设计必须遵循独特性和高识别性的原则。假如一所高校校标的版式和风格不能很好地区别于其它高校,则其品牌形象的国际传播将会受到极大的阻碍。按照国家的目标,中国大学应该具有鲜明的特色,并参与到世界大学的竞争当中。为了在国际上更好地传播和推广中国高校品牌,中国的高校亟需独具特色的、具有国际化审美和识别的校标设计。

中国的圆形范式校标往往包含代表学校文化属性的图形、校训、中英文校名、建校时间和装饰纹样等内容。由于诸多内容聚集在极为有限的空间内,图文信息含糊不清、难以阅读。若使圆形范式校标缩小至一定尺寸之后,用于网页页眉、微信公众号、名片等地方时,标志图形内的信息就更加难以辨认和识别。因此,高校通常会在圆形范式校标的右边或者下

面重复再加上中英文校名来辅助识别,可见圆形范式校标根本没有发挥其应有的品牌识别和信息传播功能。将清华大学与麻省理工学院校标缩小至同一高度进行比较,辨识度的差异一目了然,见图 4。尤其当中国 2000 多所高校的校标都采取圆形范式时,辨识度低、难以被记忆等问题就更为凸显,极大地影响了中国高校品牌形象的传播。

可见,在国际竞争中,圆形范式校标存在版式风格雷同而缺乏特色,以及在有限空间内信息过多导致辨识度不高等一系列问题,难以达到帮助中国高校实现国际品牌传播的目的。

2 动态可变式校标的创新设计理念及应用

基于圆形范式校标所存在的局限性,本文提出具有独特风格的图形和动态可变式的校标设计及延展应用极具优势,在 5G 时代品牌形象设计和传播中将成为主要趋势。

2.1 动态可变式标志设计

本文将动态的、不断变化的标志图形系统称之为“动态可变式标志”,其相对应的英文可以是“Dynamic Changeable Logo”。它不是一个单一固定的视觉图形,在保证识别性的前提下,它应该是一个动态的,或者是不断变化的标志图形系统。从视觉传达设计方法上来理解,动态可变式标志设计是将标志的图形、色彩或图文组合以变化方式系列性地呈现,或将系列性标志图形以动画方式呈现。因此可以预见,动态可变式标志设计通过不断变化的、动画的形式让品牌形象在 5G 时代实现更有竞争力的传播,必将成为高校品牌形象设计的一种重要方式。

2.2 动态可变式标志设计的优势

在 5G 时代,视觉传达的媒介和方式发生着巨大的变化,为适应多维度网络的传播环境和面对不同的受众人群,多元化、动态可变式的设计手法在信息传播中显示出多种优势。

1) 一所高校往往包含众多学科门类,有教学、科研、社会服务、国际交流等不同任务,很难通过单一的标志形象来传达所有的信息。因此,动态可变式的校标及其延展应用能够弥补单一校标在信息传达上的局限,起到传播高校多元文化内涵的作用。

2) 在 5G 时代,传统的传播媒介之外,AR, VR,

H5 和影像等动态和互动式的媒介技术将更加普及, 这些传播媒介会成为视觉传达的核心手段。为了在不同传播媒介中都能取得理想的传播效果和最大限度地发挥不同媒介的传播优势, 动态可变式的视觉传达设计是上乘的选择。

3) 5G 时代的网络和媒介技术将会更发达, 媒体传播的功能变得更加强大, 能够让视觉信息产生更快更丰富的变化, 在单位时间内, 受众获取到的信息量也将增大。在这样的一个不断变幻的视觉环境里, 一个静态的视觉形象很容易被忽略, 而动态的图像显然更具有竞争力和吸引力。

4) 高校必须面对教职员工、国内外专家学者、学生、家长以及社会团体等多种受众, 一个风格多变的标志及其延展系统, 能够更主动地应对不同受众人群的需求。

5) 高校标志形象以动态可变的方式呈现, 能够顺应时间和场合的变化, 与时俱进。如 Google 网站的动态可变式标志和延展设计就是一个很好的例子。

2.3 动态可变式手法在校标设计上的应用

为了更好地传播品牌, 中国高校可以将动态可变式设计手法运用于以标志为核心的品牌形象传播中, 实现高识别性、特色化和时尚感的品牌形象。

对于老牌名校而言, 一个校标承载着深厚的文化内涵、历史渊源和品牌价值, 不是能轻易更改的品牌标识。针对这一情况, 高校可以将现有校标的主体图形通过动态可变式的设计手法进行“再设计”和延展, 运用于校庆、对外宣传、国际交流等方面, 作为圆形范式校标的补充, 从而实现一套全新的、时尚的品牌视觉传达识别系统, 使高校品牌在传承历史的同时与时俱进。

对于那些因更名等重大发展变革中需要更新校标的高校, 可将校园文化、学科特色等属性通过动态可变的视觉传达设计手法融入到品牌标志设计当中,

使得新校标既能够以传统静态的方式呈现, 便于立体导视和印刷工艺制作, 同时也能够以动态标志、动态海报、动态影像、互动 H5 等多种方式来呈现。

而且, 动态可变的标志及其延展系统还能够在未来的品牌形象传播中, 为高校视觉形象的不断更新提供无限的可能性。

3 国内外优秀动态可变式标志设计案例分析

动态可变式标志设计在高校品牌传播中的运用尚未形成趋势, 但在其它领域的成功案例可以给高校校标设计及延展应用提供很好的启发。

3.1 墨尔本动态可变式的城市品牌标志

墨尔本的城市品牌标志, 见图 5, 来自全球著名设计机构 Landor Associates, 是一组以字母“M”为原型而衍生出来的动态可变式标志图形和延展系统, 这些图形配有有节奏感的音乐并以动画的方式呈现, 分别传达了墨尔本的生态环境、艺术风格、建筑特色等多方面的城市属性。这组动态可变式的图形系统运用于户外广告、宣传视频、社交媒体等地方, 很好地传达出墨尔本多姿多彩、且极具时尚魅力的国际形象。

3.2 麻省理工学院媒体实验室的动态可变式标志

麻省理工学院媒体实验室 (MIT Media Lab) 是一所致力于将科技、媒体、艺术与设计相融合的跨学科研究机构, 在世界上具有极高的影响力。设计师 E Ronn Kang and Richard The 数年前为 MIT Media Lab 设计了一组动态可变式的图形延展系统, 见图 6, 这个标志是由 3 个源点发出的光线相互交集, 来体现媒体实验室中各学科背景人才的跨界合作所产生的火花。据说, 这套动态的图形系统可达 40000 次的变化, 它甚至能够为该机构包括教师、学生和科研人员在内的每一个成员提供独一无二的个人标识。



图 5 墨尔本动态可变式城市标志设计及应用

Fig.5 Design and various applications of dynamic changeable logo of Melbourne city

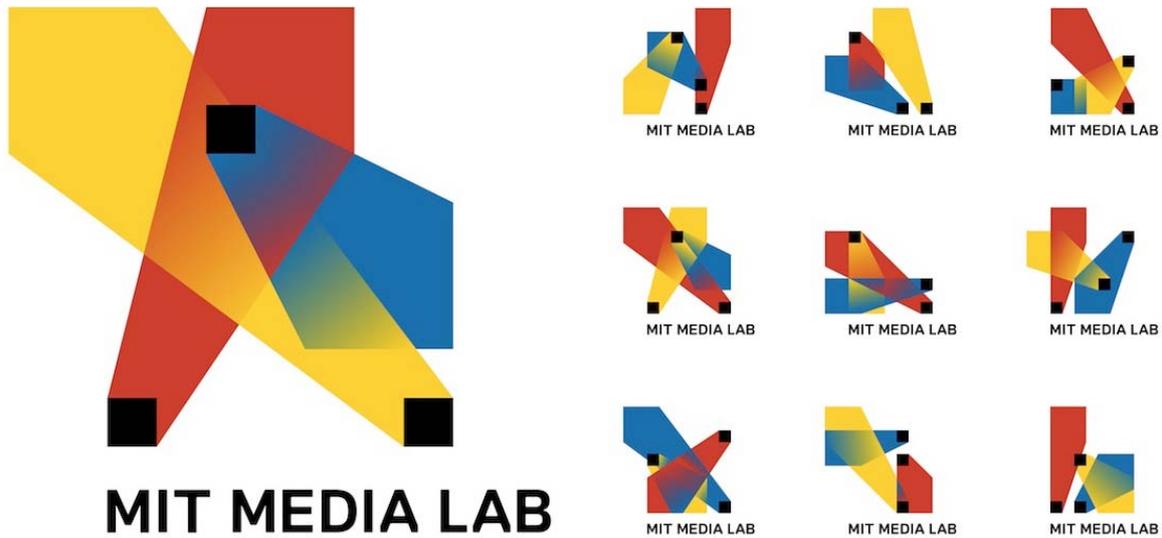


图 6 MIT Media Lab 动态可变速标志设计
Fig.6 Dynamic changeable logo of MIT Media Lab



图 7 浙江大学 120 周年校庆标志设计
Fig.7 Logo design of the 120th Anniversary of Zhejiang University

3.3 浙江大学动态可变速的校庆标志设计

国内的校标设计亦有对动态可变速表达方式的探索，例如，浙江大学为 120 周年校庆发布了一组动态可变速的校庆标志及延展图形，见图 7，标志的设计提取原校标中鹰的图形与文字进行重新组合，通过

对鹰图形的不同填充，去代表学校 12 个不同学科，传达出多元包容的浙江大学形象。

以上所列举的成功设计案例都表明，动态可变速的品牌标志及其延展应用能够通过独特的设计手法、不断变化的形象标志和多媒体的展示手段为品

牌塑造出崭新的、时尚的、丰富的和印象深刻的视觉形象。

4 结语

综上所述,一个具有独特性、高识别性的校标对于高校品牌的传播十分重要,而动态可变式的校标设计及延展应用在5G时代也必将成为高校品牌形象传播的主流趋势和重要手段。特别是,在5G时代已经来临并日益普及的今天,中国高校应充分利用高速的传播网络、多元的传播媒介和新颖的传播手法,努力突破传统圆形范式校标的局限性,将动态可变式的设计理念、手法及其延展运用落实到品牌形象的提升和塑造之中,助力中国高校的国际化进程。

参考文献:

- [1] 李濯纓. 动态图形设计的动态表现原则——以“第25届金曲奖颁奖典礼”视觉设计为例[J]. 装饰, 2018(9): 142-143.
LI Zhuo-ying. Principles of Motion Graphic: A Case Study of Visual Design at the 25th Golden Melody Awards Ceremony[J]. Zhuangshi, 2018(9): 142-143.
- [2] 梁伟. 动态标志设计特征与应用研究[J]. 包装工程, 2017, 38(6): 228-231.
LIANG Wei. Characteristics and Application of the Design of Animated Logos[J]. Packaging Engineering, 2017, 38(6): 228-231.
- [3] 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. Animation of Logo Design and the Formation of Corporate Image[J]. Hundred Schools in Arts, 2012(1): 177-180.
- [4] 张芸芸. 新媒体环境下动态图形的设计与信息传播[J]. 设计, 2018(11): 64-65.
ZHANG Yun-yun. Design of Motion Graphics and Information Dissemination in the New Media Environment[J]. Design, 2018(11): 64-65.
- [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 Animated Logo in New Media Art[J]. Wen Yi Sheng Huo, 2015(3): 79.
- [6] 周鹏程. 户外数字媒体中动态图形的信源设计表达研究[J]. 装饰, 2016(8): 142-143.
ZHOU Peng-cheng. Research on Motion Graphic Source Design Expression in Outdoor Digital Media[J]. Zhuangshi, 2016(8): 142-143.
- [7] 宋方圆. 声音的视觉装饰——图形动画教学中声音可视化之探索[J]. 装饰, 2012(9): 95-96.
SONG Fang-yuan. The Visual Expression of the Sound: the Exploration of Sound Visualization in the Teaching of Graphic Animation[J]. Zhuangshi, 2012(9): 95-96.
- [8] 潘红莲. 图形动画中的动态视觉艺术表现[J]. 成都大学学报, 2015(2): 102-105.
PAN Hong-lian. Dynamic Expression of Visual Graphics in Animation[J]. Journal of Chengdu University, 2015(2): 102-105.
- [9] 张凯婷, 张曦. 浅谈动态图形设计在影视业的应用及发展[J]. 电影评介, 2012(13): 86.
ZHANG Kai-ting, ZHANG Xi. Analysis on the Application and Development of Motion Graphic in the Film and Television Industries[J]. Movie Review, 2012(13): 86.
- [10] 李濯纓. 动态图形设计中的转场[J]. 成都大学学报, 2014(5): 96-98.
LI Yao-ying. The Transition of Motion Graphic[J]. Journal of Chengdu University, 2014(5): 96-98.