

标志设计

[中华人民共和国商务部标志设计](#)



此标志在国际贸易中代表着中国的形象，具有极其重要的作用，在设计中应凸显中外经贸交流合作、国内市场建设和流通的主旋律，紧扣商务部职能和业务范围，体现国内外经济、贸易合作有机统一和发展的潮流；并且应当美观大方，简洁明快，颜色不宜多。

[国家游泳中心-水立方标志 VI 与品牌形象设计](#)



国家游泳中心是北京 2008 年奥运会标志性场馆，其创意来自于水的气泡结构，因其外观酷似一个蓝色的立方体,而被称为“水立方”。东道公司

为国家游泳中心—水立方进行了标志、VI 形象设计及海报等一系列相关设计，是水立方重要的官方合作伙伴。

[中国国际航空公司新 VI 设计](#)



中国国际航空公司是中国航空业的龙头企业，也是国际著名的航空公司。在一定程度上讲，是出入中国的门户，是国家形象的延伸。东道在为国航设计形象时更加注重的是民族性、大气和稳重。

[中国援建标志设计](#)



东道设计为中国援建提供了标志设计。标识方案为“中国结”，图案具有鲜明中国特色和浓郁中国文化底蕴，代表吉祥、友好，体现中国对外援助真诚、无私、友谊、和谐、繁荣、发展等理念。

[中国人民保险集团公司 VI 设计](#)



中国人民保险集团公司是一家综合性保险（金融）公司，注册资本 155 亿元。拥有 58 年的发展历史，历经数次重大变革的中国人保，为中国保险市场培育、保险人才培养、保险技术升级做出了历史性的贡献，对经济发展、社会稳定、国家的强盛、人民幸福发挥了积极作用。

[重庆农村商业银行标志与 VI 设计](#)



重庆农商行是继上海、北京之后，全国的第三家、西部首家省级农村商业银行，也是重庆目前资产规模最大的地方金融机构。新标志整体简洁的表

现了重庆和金融的概念，圆形中的三角形具有山水意境，体现重庆山城及长江的地理特色，同时三角形具有稳定向上的图形感，代表了重庆农商行稳步向前不断发展。

[晋商银行的标志](#)



晋商银行的标志，是一个既不失晋商风范又能与时俱进、引领时代、更具融会天下、共铸伟业的形象标识。古钱的形状不失行业的古韵。它一块块信息模块，充分展现出了一个现代的、科技的、数字化的晋商银行！它五彩缤纷，无数个彩块代表银行网点，不失晋商汇通天下的辉煌，不失现代晋商走向国际的气魄。

[中央电视台 3.15 晚会 “U 行动” 标志设计](#)



2009年3.15晚会将发起一场全社会广泛参与的行动。行动核心是“3.15 有你更有力量”。为了便于公众参与，也便于识别并能准确表达其中的文化内涵，我们将设计一个标志性的符号，并以此为载体，全面展开3.15晚会的一系列社会化行动。

[杭州城标设计](#)



杭州在周朝以前，属于“扬州之域”，传说在夏禹治水时，曾乘舟航行经过这里，并舍其余杭（“杭”是方舟）于此，故名“禹航”。新标志首先表达的是船的概念，以此体现江南水乡、苏州园林等独特建筑，然后以汉字“杭”的篆书进行演变，体现了中国传统文化底蕴；将无可替代的城市名称与无可替代的视觉形式合而为一。

[三星堆博物馆标志与VI设计](#)



三星堆博物館

三星堆博物館

三星堆博物馆（Sanxingdui Museum）位于全国重点文物保护单位三星堆遗址东北角，地处历史文化名城四川省广汉市城西鸭子河畔，南距成都 38 公里，北距德阳 26 公里，是我国一座大型现代化的专题性遗址博物馆。

[安凯汽车标志](#)



百年承载 生命至尊 安徽安凯是国家定点生产高、中档，大、中型豪华客车及客车底盘的大型企业。公司于 1997 年 7 月 22 日成立，7 月 25 日安凯客车股票在深圳交易所挂牌上市，2003 年，江淮汽车集团成功重组安凯汽车，成为安凯客车的第一大股东。

[天津银行标志](#)



古有“天圆地方”之说，天为圆在上，地为方在下，新标志一笔绘成了方形的大地，即寓汇通意天下，代表天津银行立足天津放眼全国走向世界的发展方向。中间的部分又似海河贯穿其中，“水为财，水生财”，对于银行业来说吉祥准确。新标志整体感觉既传统又现代，风格大气、简约、内涵丰富。

[凯撒国际旅行社标志](#)



标识的主体造型由中英文和五颗星星组成，既很好的延续了凯撒的原形象，又有了与时俱进的突破。核心元素之一的“caissa”字标由造型欢快的小写字母组成，视觉传达了远离压力、浮华和焦躁，把生活带向时尚和精彩的快乐感受。

[老百姓大药房标志](#)



老百姓大药房是一家由单一民营药店发展起来的大型医药连锁企业，“一切为了老百姓”是企业的宗旨，致力于健康事业和打造百年老店。东道设计为湖南老百姓大药房提供了标志设计、VI 设计和店面环境导示设计及制作。

[石嘴山银行标志](#)



标志整体造型为英文“BANK”的开头字母“B”，更别有“S”和“Z”组合而成。基础元素相互交汇表现了石嘴山地处贺兰山和黄河交汇之处的概念，融入了企业的地域特征。基本元素的组合造型既象征了金融的流通性，又有支持地方经济并与之同生共荣的寓意。

幸福航空标志



新标志以一片莲花花瓣为创作的起始，花瓣旋转、盛开，寓意幸福之花在每个人身边绽放。幸福是心情的愉悦，这里用一支具有动感的莲花来表现这种幸福和愉悦，莲花在大多数东方国家中有吉祥如意的寓意，象征了生命和生机。幸福航空的工作本质正是为了让人们的生命更加的如意和幸福。

山东火炬集团标志



山东火炬集团是以房地产开发经营为主的大型现代化企业集团，现为国家一级房地产开发资质企业，东道认为火炬+科技的意义能够满足企业品牌建设的精神需求，而两者结合后的品牌特性，也是符合行业及企业需求，具有责任感和先进性，也具有企业独特的价值主张与差异性，为企业未来长期的品牌建设提供无穷的想象空间。

[乐天玛特 VI 设计](#)



乐天始终考虑、研究、实践顾客满足，这是因为顾客满足是乐天存在的理由，乐天希望通过最优品质和最优服务来实现顾客满足。东道帮助乐天将 LOTTE Mart 品牌本土化，融入了更多的易于中国消费者能够接受的视觉形象。

[江淮汽车标志与 VI 设计](#)



自主汽车品牌践行者——江淮汽车，在商用车领域持续多年获得高速增长，但成绩止不住前进的步伐，仍以创业的心态毅然进入乘用车领域，其目标消费者为社会的中流砥柱，对经典和中庸情有独钟，在自强不息中厚德载物，传承儒家文化的精髓。

[中化石油 VI 及加油站形象设计](#)



中化石油是中国著名的石油公司，东道为其进行了标志与加油站的整体 VI 设计，并以简洁有效的设计形式，力求将石油的工业化感受和汽车动力与速度感的完美结合表现出来。国际化、力量与速度是诉求的重点，标准化和品牌的可实施性亦是重中之重。

[鹰联航空标志与 VI 设计](#)



鹰联航空是中国第一家注册的民营航空公司，标志设计的创意来自“鹰”。鹰是客户的名字，无疑这是一个正确的出发点，但问题在于用什么形式来表现鹰！通常情况下，一个图形越具象就越倾向于物质，越抽象就越倾向于精神。东道建议客户采用抽象的形式，从精神角度表现，客户同意了我们的意见。

[长城航空标志与VI设计](#)



长城航空是一家以国际航线为主的货运航空公司。标志兼顾行业的安全与专业，文化的久远与厚重，现代的轻盈与速度。东道设计与长城航空进行了标志设计、VI设计、机身形象设计等的合作。

[少林寺标志与VI设计](#)



少林寺是中国禅宗佛教的起源地，达摩祖师在少林寺开创了中国的禅宗佛教，这是少林寺在佛教中的地位所在，而后人理解少林寺多是因为其功夫的影响力。少林寺方丈释永信大师亲自为东道解释“少林”时，说道少林的本质为禅宗的起源。“禅为武之主，武为禅之相”，功夫只是禅意的表现形式而已。在这里用少林寺著名的三教浑源图作为少林寺的标志，得到了释永信方丈的高度认可。

[中国国际金融公司 VI 设计](#)



中国国际金融公司，简称中金，是中国在国际上著名的投资银行，成功的为许多国内外企业实现上市，曾被很多国际著名财经杂志评为亚洲最有希望的投资银行。在给中金进行的 VI 设计中，东道十分注重对中金的实力、权威和金融等气氛的把握，设计使其展现了庄重大气的行业龙头气质。

[中新天津生态城标志与 VI 设计](#)



新的标志在图形上由六片绿叶构成一朵花，如扇面，又似植物生长状态，生机勃勃，负形部分象张开双臂的人，象征人与自然共生。色彩采用由黄到绿的渐变，如绿色光芒，由内向外扩散，代表生生不息。

[江苏有线标志与VI设计](#)



新标志象征空间的正方形与弧形的造型组合，塑造出天地之间沟通自由的意境，富有内涵。古言道天圆地方，标志既有圆又有方，所谓大有天地寓意在方形的大地上建筑着信息的无限空间，正是江苏广电人的成就所在，也正体现出江苏广电平台上信息丰富，人有天地可观。

[大成律师事务所标志与VI设计](#)



标志基础图形为正方形，寓意着大成所是每位律师的事业平台。副形为一扇门，寓意对内是每位大成人通向成功之门，对外则是每位大成客户解决问题通向光明之门。标志将图案与“大成律师事务所”的开头字母“D”巧妙结合，设计语言简洁、纯粹，便于记忆。

[珍视明药业标志与VI设计](#)



新标志以现代的设计手法，通过色彩的叠加，形成不同明度的色阶，形成水滴、爱心、全球化的感受，是企业的 slogan “点滴关爱，遍布全球”的完美展现；.标志采用蓝绿色，蓝色是天空的颜色，纯净、悦目、专业；绿色是天然的颜色，环保、健康、充满生命力。

[更多案例...](#)
[中国泛海集团标志设计](#)



标志由红色圆形和蓝色弧形组成，分别代表太阳与大海，核心价值观和凝聚力。标志设计体现了企业强大的凝聚力、雄厚的实力和持续发展的能力，体现了企业“社会、企业、个人价值与利益相统一”的基本理念。

[更多案例...](#)
[国家核电标志设计](#)



标志体现“六合花”概念，图形取材于花，花朵的中心是喷薄而出的阳光。太阳的光芒迎面而来，象征国家核电春晖照耀，生机无限，表明国家核电的快速发展和崛起；标识中间的六角形，似启明之星，又如普照阳光，跃然于空，带来无穷无尽的光芒。取意于六方之形汇聚，整齐有序排列；环绕同一核心，六合之花绽放，折射“六合”这一中国传统文化的深厚内涵，体现国家核电志存高远、海纳百川的开阔胸怀，象征公司促进人与自然和谐共生、企业与社会共同发展的价值观念。

[更多案例...](#)
[丝宝集团标志改良与VI设计](#)



丝宝集团是一家多元化的集团公司，现已进入洗涤用品、卫生用品、药业、房地产、酒店、文化六个业务领域。致力于创造高品质生活，拥有舒蕾、美涛、风影、顺爽、洁婷等多个消费者信赖的优质品牌。

[更多案例...](#)

[大连融德特种材料标志设计](#)



标志图形两个重叠交错的方形，取其“融”之含义。三只小方块分别代表了投资三方。象征着团结合作、共赢互利、携手共进。标志图形整体呈现出一正方形的结构，其结构吸收了中国传统图形——方胜的造型特色，取其“同心双合，彼此相通”的吉祥含义。正方形也象征着道德的正直，所谓正则“品”端，直则“人”立。

[更多案例...](#)

[紫玉乡村俱乐部标志与VI设计](#)



标识采用英文字体仿习大自然芳草百态，正是汲取艺术气韵和怡然恬静的自然灵感，创意性的将异鸟珍禽的图形应用于各种场合中，也在传递山庄里随时悠然体验生活中值得玩味的美妙瞬间，整套VI形象设计都在尽意凝练紫玉休闲、传统、现代生活的品牌气质。

[更多案例...](#)

[得力文具标志与VI设计](#)



得力旗下拥有众多知名品牌，极为重视自身品牌形象，面对如今消费者需求容易变换，品牌知名度快速提升的市场形势，委托东道设计对其集团标识进行了重新定义和设计。

[更多案例...](#)

[商务印书馆标志改良及 VI 设计](#)



商务印书馆是中国近现代出版事业中历史最悠久的出版机构。1897 年创办于上海, 1954 年迁北京。100 多年来, 商务印书馆出书 3 万余种, 在多个出版领域做出了重要的贡献, 享有盛誉。

[更多案例...](#)

[多布瑞菲标志与 VI 设计](#)



标志取 DUPROMISE 首字母“D”，双字母相互连接组合而成，双字母“D”的连接以及经线的通达共同诠释“联接”的含义，代表多布瑞菲作为医药企业从产品研发、企业责任、科技革新以及经营推广等多个层面上实现“联接生命健康”的主旨。标志整体形象严谨、协调，传达了多布瑞菲诚信、专业、质朴、勤奋的特征。双“D”的 DU-PROMISE 代表着企业的两项郑重承诺，对客户负责、对社会负责的承诺和对股东负责、对员工负责的承诺。

[更多案例...](#)

[山东泉信标志与 VI 设计](#)



山东泉信是由山东金鹏铜业有限公司、美国环球资源有限公司共同投资兴建的大型现代化不锈钢生产企业，项目总投资 1.2 亿美元，投产后主要产品为不锈钢带材、管材、棒材三大系列，东道设计为泉信提供企业形象标志 VI 设计。