

中国二十世纪十大经典标志是哪十个呢？



中国邮政 China Post

设计者：

邵新 (1956-)

设计年份：

1996年

入选理由：

所有“中”字企业里最好最经典的一个标志

标志说明：

中国邮政标志，是“中”字与邮政网络的形象互相结合、归纳变化而成；并在其中融入了翅膀的造型，使人联想起“鸿雁传书”这一中国古代对于信息传递的形象比喻，表达了服务与千家万户的企业宗旨，以及快捷、准确、安全、无处不达的企业形象。标志造型朴实有力，以横与直的平行线为主构成，代表秩序与四通八达；稍微向右倾斜的处理，表现了方向与速度感。中国邮政采用绿色作为标志专用颜色，象征着和平、青春、茂盛和繁荣。

历史故事：

1996年，理想公司承担了中国邮政标识及VIS设计的重任。绿色代表和平、青春和

希望，寓意着中国邮政事业蓬勃发展，带给我们无限的想往和期待。中国邮政标志自1996年沿用至今，已经家喻户晓，深入人心，受到广泛的好评。



回力 Warrior

设计者：

袁树森 (1909 -1984)

设计年份：

1934年

入选理由：

中华勇士 浩气长存

标志说明：

“回力”是英语单词WARRIOR(勇士)的谐音。1934年，袁树森设计了“回力”这个壮男弯弓射日的商标图案，该商标图案有两层含义：中国的后羿射日神话，与西方的“勇士精神”——饱受列强凌辱，当时的中国青年非常推崇西方的“勇士精神”。商标一经使用，就被当时的青年奉为时尚。

历史故事：

回力商标的诞生在今天来看，也是十分重视市场反应和充分利用传播媒介的。1934年10月7日的上海《申报》刊登了由正泰信仪橡胶厂发布的“回力”球鞋征求改名揭晓的大幅广告，当时是让大家投稿、投票，看要不要用回力这个名字，大家都认为回力这个名称好，“回天有力”。这一做法让回力在社会上引起广泛关注，1935年的时候就正式注册了“回力”图案商标。

回力注册的当时是一个圆形商标，里面有一个大力士拉弓箭，当时商标的设计人是袁树森，杭州美院毕业的，他的设计很有特点很时尚。30年代的时候，崇尚西方勇士，他就设计了勇士拉弓箭，结合我国古代的寓言《后羿射日》的故事，就形成了回力的商标，还是中英文对照的，中文叫“回力”，英文叫“Warrior”，就是勇士的意思，很受社会上的欢迎。

袁树森也因设计“回力”商标入选，而受聘于上海正泰信记橡胶厂任职，负责胶鞋设计如万里鞋、A字弓形底运动鞋等，荣获国家银质奖的565回力球鞋，也是出自他手。



健力宝 Jianlibao

设计者：

陈新金等

设计年份：

1984年

入选理由：

见证新中国体育的历史

标志说明：

健力宝标志整体是字母“J”，“J”字顶头的点像个球体，是球类运动的象征，下半部由三条曲线并列组成，像三条跑道，是田径运动的象征。从整体来看，那个字的形状又如一个做着屈体收腹姿势的体操或跳水运动员。整个商标体现了健力宝与体育运动的血脉关系。

历史故事：

健力宝诞生于1984年，含有“健康、活力”的保健意义。1984年洛杉矶奥运会后一炮走红，被誉为“中国魔水”。作为中国第一个添加碱性电解质的饮料，健力宝率先为国人引入运动饮料的概念。二十多年来，健力宝积极回报社会，推动民族进步，当之无愧肩负着作为民族品牌的重任；与体育结缘，赞助体育赛事是健力宝作为运动饮料特性的集中表现，2008年底，健力宝成为广州2010年亚运会指定运动饮料，健力宝把握市场脉搏、借亚运会将展开一系列体育营销，全面打造运动饮料知名品牌。

1984年，在参与健力宝产品开发的过程中，陈新金医生自告奋勇设计商标，请自己喜爱书法的哥哥将“健力宝”三个字写在一张宣纸上，三水酒厂厂长李经纬又请县里的广告公司设计出一个由中国书法与英文字母相结合的商标图形。这个新商标的诞生在1984年的商品大潮中可谓石破天惊，它在当时陈旧、雷同的中国商品商标中算得上是鹤立鸡群。



中国银行 Bank of China

设计者：

靳埭强 (1942-)

设计年份：

1980年

入选理由：

中国现代化企业形象的经典

标志说明：

中国银行是中国金融商界的代表，要求体现中国特色。设计者采用了中国古钱与“中”字为基本形，古钱图形是圆与方的框线设计，中间方孔，上下加垂直线，成为“中”字形状，寓意天方地圆，经济为本，给人的感觉是简洁、稳重、易识别，寓意深刻，颇具中国风格。

历史故事：

中国银行是中国国际化程度最高的商业银行，目前拥有遍布全球28个国家和地区的机构网络，其中境内机构超过10000家，境外机构600多家。

随着业务的发展和管理的改进，中国银行在20世纪80年代开始进行CI设计工作。1980年，中国银行香港分行与12家中资银行推行电脑化联营，以靳埭强先生为首的靳与刘设计顾问有限公司接受委托设计行标。行标设计是将古钱币与“中”字结合，赋予简括现代的造型，表现了中国银行资本、银行服务、现代国际化的主题。

中国银行的商标，在20世纪80年代首先在香港使用，并在1984-1985年左右应用到内地的中银。1986年，中国银行总行选定了此设计为行标。这是近代中国商标的典范。事实上，这也是中国银行业史上第一个银行标志。后来工商银行等银行商标，虽由国家级专家设计，评价者普遍说是受中银的标志设计的影响。

“中国银行”四个字是郭沫若的手笔，经“靳与刘”略作修改，成了金字招牌。



李宁 Li-Ning

设计者：

潘殿伟（1962-）

设计年份：

1990年

入选理由：

中国本土企业标志设计的经典

标志说明：

李宁的LOGO代表了三层含义：第一是红旗的一角，代表国家荣誉；第二，是“LN”的变形，代表李宁，第三体现了李宁体操运动员的特质，就像一个松鼠在树枝上的平衡和敏捷。

历史故事：

1990年，李宁做了一个品牌标识征集的活动，结果上万件作品从全国各地踊跃寄来。与此同时，广州新境界的潘殿伟给李宁写信，提出一定要用CI战略来包装产品，最终这种理念为对方接受。最后的结果是，在最终的六个备选作品中，李宁选择了新境界的作品。

这件作品成为了李宁的LOGO。随着时间的推移，它也成为了中国本土企业标志设计的经典。当然，它也一直面对着与耐克类似的质疑。一个故事是，2001年，李宁的一位市场部高管去日本足协访问，拜会当时日本足协主席川渊三郎。这位市场部高管带了一个李宁的足球，当做礼物送给川渊三郎。接过足球的川渊三郎说了

一大推话，后来翻译告诉该高管，川渊三郎觉得这个标识像耐克。

本文转载自科易网社区

看刚才的中国铁路LOGO文章很受欢迎，在这里介绍下中国十大经典标志设计。希望你们喜欢！