

# A Case Study of the Logo Design of Wings in UI Logo Design

Jishan Sun

University for Science & Technology Beijing, Beijing, 102206, China

## Abstract

With the continuous development and progress of modern technology and electronic products, UI design is becoming more and more important. Combining with the UI design cases completed by myself, the author analyzes the process and characteristics of UI design from the perspectives of the concept overview of UI design, the concept of Wings logo design, the positioning of Wings logo design and the formation process of Wings logo design, it is of great significance for the exploration and thinking of UI design practice and concept.

## Keywords

UI design; design concept; logo design; design plan

## UI 界面设计之小翼智慧的商标设计案例分析

孙吉山

北京科技职业学院, 中国·北京 102206

## 摘要

随着现代化科技和电子产品的不断发展和进步, UI 设计显得越来越重要。笔者结合自身实际完成的 UI 设计案例, 从 UI 设计的理念概述、小翼智慧的商标设计的理念、小翼智慧的商标设计的定位和小翼智慧的商标设计的形成过程等多角度来分析 UI 设计的过程和特点, 对于 UI 设计实践和理念的探索和思考具有重要的意义。

## 关键词

UI 设计; 设计理念; 商标设计; 设计方案

## 1 引言

UI 即 User Interface(用户界面)的简称。UI 设计亦称界面设计, 指的是对软件的人机交互、操作逻辑、界面美观的整体设计。它包括实体 UI 和虚拟 UI 两大类, 其中虚拟 UI 主要是通过互联网实现 UI 设计。严格来讲, 好的 UI 设计应该使软件变得有个性有品位, 同时还要使软件的操作更舒适、更简单、更自由, 充分体现软件的定位和特点。

随着现代化科技和电子产品的不断发展和进步, UI 设计显得越来越重要。根据自身实际完成的 UI 设计案例, 论文将从 UI 设计的理念、小翼智慧的商标设计的理念、小翼智慧的商标设计的定位以及小翼智慧的商标设计的形成过程等多角度来分析 UI 设计的过程和特点。

## 2 UI 设计的理念概述

要想做好 UI 设计, 首先要明确 UI 设计的理念。UI 设计内容涉及人机交互、操作逻辑以及界面美观等。UI 设计应该具

备以下理念:

品牌领导力制度包括系统思维、价值思维、美学思维、故事思维、符号思维和整合思维。系统思维是设计的核心动力, 它包括了理念、定位、故事、符号、传测、物料、推广及监控等内容。它有助于品牌的准确定位, 是设计的深度思考的基础。价值思维是确定组织的核心价值观, 结合目标消费者的价值诉求, 提出品牌设计的价值主张, 从而感动消费者, 建立品牌价值。美学思维注重实用性和交互性以及知识深度和广度。故事思维和符号思维涉及品牌标志符号的创意思维, 包括它的产生以及品牌的故事。整合思维正如阿基米德所言: “给我一个支点, 我就能撬动地球。” 品牌建设的最后一公里, 就是找到传播的支点, 讲好品牌的故事, 进行整合营销传播。支点无处不在, 关键我们是否能发现它的价值, 用于自己的品牌价值, 进行深度链接。例如, 世博会、奥运会和世界杯等世界三大运动, 利用品牌借势, 进行全球传播顶级品牌。

UI设计师不仅要通过真实的案例丰富经验,还要具有审美、时尚、细致、个性和修养等个人素质以及具有敏锐的洞察力、细致的追求和丰富的表现手段,重视感念设计,具备市场调研和道德评书等综合素质。掌握一定的基本软件技能,并了解设计必备软件。懂得团队的分工协作,分组设计,能有效对接和交流。强调设计作品外在呈现的重要性,设计任何产品时都应该注意它的色系、质感和观感。注重数字感觉及光感的设计,UI设计还可以通过特殊光感的设计,提升产品的识别度、实用性、美观度和直观性。总之,一个设计项目不是单靠一个人来完成,需要后台数据支撑,而设计师是外在的呈现的一个重要部分。

满足人——客户的需求,这是UI设计的重中之重。任何一个设计方案最终需要使人满意。回顾十几年的设计经验,笔者根据客户的需求可以反复进行修改和调整,一直修改和调整到客户满意为止。甚至设计定稿之后还可以在再进行细化和进一步的优化。当然,设计也要具有专业的底线,这就要求设计师具有全面的专业素质,专业能力和专业态度。只有这样,理解客户的需求能力才会提高。

### 3 小翼智慧的商标设计的案例分析

#### 3.1 小翼智慧的商标设计的理念

物联网是一个基于互联网、传统电信网等的信息承载体,它让所有能被独立寻址的普通物理对象形成互联互通的网络,认为未来科技与高科技、最新科技以及前沿科学技术等的概念完全不同,而且是有本质区别的。后者代表刚刚被人类发明、创造并能掌握和使用的,代表人类科研成果的先进的科学技术。而未来科技强调的是,人类能预期或未能预见到的,至今仍未被人类发明或使用的,只有将来某一时期才被人类所掌握和使用的科学技术。“智能、互联、服务;交互、引领、超能”诞生了小翼服务社会、社区、大学、家庭房等的平台的理念。

#### 3.2 小翼智慧的商标设计的定位

##### 3.2.1 美学范式

美学范式,亦称“美学范型”,是公认的美学理论、概念和范畴。当范式被认定或约定俗成以后,既有相对稳定性,又有历史发展性。中国有道、气、象、和、心性、意境等,构成了各自美学的传统和特色。小翼融合中式美学特征,结合西式美学规范,是美学范式的典范之作。

例如,宜家的美学范式。我们无论在何处看到宜家产品或山寨宜家的仿冒品时,大脑都能迅速反映“这是宜家的吧”。除了产品,宜家的广告、图像的拍摄方式、字体、版式、以及广告文案中的文案句式风格,都渗透着宜家的美学范式,它是流淌在所有表层形式语言(产品设计语言、平面设计语言、文字形式语言等等)背后的美学原则。

再举一例“伊索”,这个品牌应该是以上品牌中大家相对生疏的,但也算是近一年让笔者感动的品牌,因此论文为大家拆分其美学范式与品牌理念的关系。

##### 3.2.2 品牌风格

通过品牌基因的重塑,我们真切地赋予了品牌强大的生命潜能,我们将欣喜的看到,品牌整体中任何局部都将完整地呈现出品牌的全部,从而开创一个全新的品牌世界。品牌的解答或许是简单的,而跨越混沌的过程却是深刻而完整的。“智能、互联、服务;交互、引领、超能”等是塑造小翼的关键。

##### 3.2.3 品牌个性

品牌个性是消费者认知中品牌所具有的人类人格特质。塑造品牌个性之所以有效,其原因在于消费者与品牌建立关系时往往会把品牌视作一个形象、一个伙伴或一个人,甚至会把自我的形象投射到品牌上。一个品牌个性与消费者个性或期望个性越吻合,消费者就越会对该品牌产生偏好。小翼充满多面个性,必将融入生活,开启新购物时代<sup>[1]</sup>。

##### 3.2.4 品牌调性

品牌调性并不显化,常常匿形于具体的品牌表现中,但品牌调性对品牌成败的影响程度远远超出常人的想象。小翼智慧给人的品牌调性就是互联平台、交互科技、科技服务,而这种品牌调性会通过它的店内装饰、服务、产品等多方面的因素传达出来的。小翼是品牌属性、品牌文化、品牌价值、品牌使用者之大成者。

#### 3.3 小翼智慧的商标设计的形成过程

小翼智慧的商标设计的形成过程如下:

设计师在上百个标志中择选具有宽广的文化视角、丰富渊博的知识、精通于自己的专业、具创新精神、有职业敏感度并能解决问题的人。设计师从事的是创造性的劳动,一般人们在做喜欢的事情时才会事半功倍,并且精神极度亢奋。只有具有战略的眼光,即独到的眼光去发现事物的不同角度或学会从事物的不同角度去重新观察这个世界,即换位思考;

感受和发现生活中别人所未注意到或忽略掉的事物。

笔者的设计实际操作过程如下<sup>[2]</sup>:

根据确定好的设计理念,设计出上百个标志之后,分成不同的人群,让他们对图1所示的这些商标进行海选。

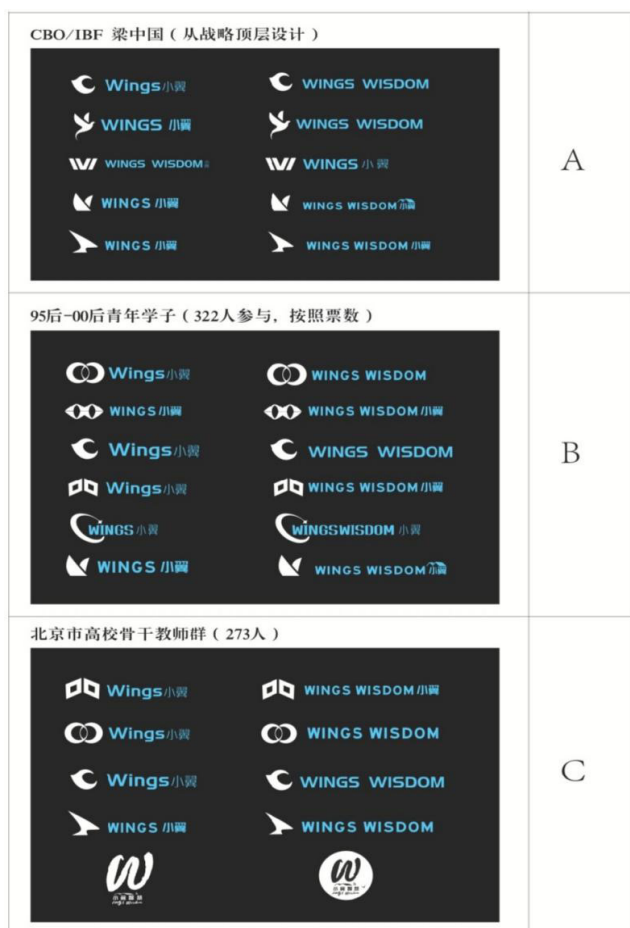


图1 海选商标

海选后设计师再根据所选出来的结果再分不同的人群进行精选。设计师根据精选结果和自身的选择进一步进行设计方案的优化。最后挑选出如下图2所示的15个备选方案,交付客户选择。



图2 15个备选方案

每一个设计方案都是图文并茂,展示了设计的思路和图标的寓意,如图3所示。



图3 标志特点

由客户选出最终设计方案后,进行如图4所示的基础系统和应用系统等一系列配套设计的定稿。成功设计出来的小翼智慧标志的设计特点具有简约、圆融的特点;服务平台具有亲切、智能的特点。蓝色值分别为75、40、100、0;黑色值分别为0、0、0、0。层次分明,以适应不同材质的设计和规划。



图4 定稿

## 4 结语

品牌(设计)美学从美的共性出发,体现了小翼智慧美的本质与特性、美的形式及其与内容的关系。小翼智慧运用卓越的设计法则,增加了设计成功的机率。增加跨越了不同设计领域的知识、了解设计、遇到设计问题时激发灵感,并重拾对那些经典的设计法则的认识。小翼智慧检测了设计过程和美化的结果。UI界面设计之小翼智慧的商标设计案例分析对设计美学具有重要的意义。

## 参考文献

[1] 徐适. 品牌设计法则[M]. 北京:人民邮电出版社,2018.  
[2] 北京市优秀青年骨干教师项目