

商標設計

商標(trademark)是供消費者識別商品、服務或企業的標誌，可以是文字、圖形、符號、顏色、聲音、氣味或立體圖像。在採商標註冊的國家，商標一經申請註冊以後就受到法律排他性的保護。商標制度旨在維護市場公平競爭，使有技能、願意負責的廠商進行商品、服務的生產與銷售，從而促進商業的發展。

我們觀察各種品牌的商標，有時會在其品牌的右上或右下出現®或™的符號，這是什麼意思呢？®符號就是“Registered”(即註冊)的簡稱，係告知消費者和競爭同業此商標已經註冊，如違法使用將會面臨侵權訴訟。而™則是“Trademark”(即商標)的簡稱，係告知消費者和競爭同業，該品牌已被做為商標使用，並非一般商品名稱或描述性用語。雖然無論商標是否已完成註冊皆可標示™，但一般來說此符號大多標在已提出申請，但商未完成註冊的商標上面。由此，我們可知未註冊的商標是不能擅自標示®符號的，否則就是標示不實。

LOGO本是英語“logotype”的縮寫，現用來指文字或圖像的標記，常視為商標或品牌的同義詞。LOGO主要是指用於標示身分的小型視覺設計如「團體標誌」、「圖騰」或「標徽」。現在除許多企業外，學校班級、民間團體也會設計或自創屬於自己的LOGO，就像旗子一樣，不但有宣傳效果，更能凝聚成員的向心力。在商業應用上，LOGO是企業的無形資產，是傳遞企業形象的媒介，也是形塑企業CIS的關鍵元素。LOGO可作為商標來申請註冊，由於其具有顯著的特徵，易於辨認，可供消費者據以與其他同類產品或服務加以區隔。

同樣的，世界上每一個國家都有國旗，國旗或國徽圖案的設計也可以說是代表國家的LOGO，用來識別國家就很方便，我們不妨自我測試一下，你能夠隨手畫出自己國家的國旗嗎？再想想現今公認世界各強國的國旗，自己能識別出多少？能夠隨手畫出來的又有幾個？你就讀(畢業)學校的校徽記得是什麼樣的嗎？可以隨手畫出來嗎？再想想你熟悉的企業或知名品牌，哪些是你一看到就可以認得出來的？哪些你不必看到就能隨手畫出來的？你是否認同，大多數的知名單位或品牌，是不是都有不錯的LOGO？這會是巧合嗎？

以下我們來探討一下成功的LOGO設計，都應該具備些什麼條件呢？現舉出最重要的三項：

1、簡單

或者說「簡潔」或「單純」，簡單就是不要太複雜。可是，這樣說不夠具體，具體的來說就是「可以徒手畫出來」。如果沒有工具就畫不出來，就有過於複雜之嫌，可是也不能簡單到容易產生混淆。以國旗設計為例，你能夠畫出自己國家的國旗嗎？聯合國的五個常任理事國呢？或者，你會發現，世界上有不少國家都採用三色旗(不管是橫式或直式)，除了本國人民或者相當了解歷史的專家，外人是很容易混淆分不清楚的。也有些國家的國旗設計極其複雜(注意：這些通常是小國)，在國旗上甚至出現房子、野(神)獸、文字……等等，若不使用特殊工具或技巧是根本畫不出來的。這樣的設計理想嗎？

2、對稱

好的 LOGO 設計除了夠簡單以外，最好其中主要的圖案能夠對稱。對稱基本上可分為「平移對稱」、「旋轉對稱」、「鏡射對稱」和「滑移對稱」四種，總之，對稱的程度愈高愈佳。以日本的國旗為例，白底中間一個紅色的實心圓，符合 360° 的旋轉對稱，所以沒有正反面和上下顛倒的問題，可以說是一個很好的設計。而中華民國十二個角的太陽光芒(國徽)則是符合 12 個角度的對稱，也就是上下對摺、左右對摺之下都能重合，所以從對稱的程度來看也很不錯。至於中國大陸的五星旗，其中的四個小星雖然也呈對稱，但有特殊角度，如果沒注意就會弄錯，在 2016 年里約奧運時就曾發生過誤植事件。

3、有意義

LOGO 的造形宜盡量設計成與品牌、產品功能、特色……等具有相關性(聯想性)才是最好的，因為它能让受眾看過一次就記得。例如麥當勞的金色拱門暗指 M、味全的五個圓圈代表五味俱全、耐吉的鈎鈎就是迴力鏢(運動器材)、賓士的方向盤、豐田的 "T" 代表(Toyota)、本田的 "H" 代表(Honda) 的變形，都有其隱含的意義，不是與產品的性質有關就是提示了品牌聯想，可以說都是非常符合「有意義」的設計。

除了這三個主要要件以外，若能再注意到 LOGO 的設計要勻稱、具有延伸性、容易造形等特質那就更好了。因為 LOGO 可以出現在各種衍生性的附加物件上，例如鑰匙圈、填充玩具、T 恤……等。所以最好其間的線條能相互連接，這樣會方便許多。當然，一個好的 LOGO 設計只是所代表事物成功的充分條件而非必要條件，亦即 LOGO 雖然設計得很好但並不能保證成功，而已經成功的或許 LOGO 也不怎麼樣，但不可否認如果擁有一個好的 LOGO，那麼行銷推廣工作一定要容易多了，不是嗎？

最後，交待同學一個家庭作業：請上網搜集各大國的國旗和知名產品的商

標，並以上述的原則檢視一下，判定一下 LOGO 設計的優劣。