



# 本土化元素在 BWF 公开赛标志设计中的运用

欧亚梅

(湖北科技职业学院,湖北 武汉 430074)

**摘要:**通过对世界羽毛球公开赛标志设计的研究,从“意、形、色”的角度分析本土化元素的创意与理念的运用,结合设计案例,论述在羽毛球公开赛标志设计中的处理形式与创意规律及羽毛球公开赛标志设计的发展趋势,提出体育竞赛标志在艺术视觉传达设计与创意的过程中,须根植于本土化元素,着力体现时代的国际化、品牌的系统化、民族的传统文化、环保的生态化,使设计作品具有鲜明的地域特性和品牌代表。

**关键词:**艺术学;BWF 公开赛;标志设计;本土化元素

中图分类号: J524.4

文献标识码: A

文章编号: 1671-931X (2013) 05-0076-05

76

武汉职业技术学院学报二〇一三年第十二卷第五期(总第六十七期)

## 前言

体育赛事是最直接最有效的城市宣传载体,特别是大型国际赛事,更是对城市营销、提升城市影响力起到巨大作用。而作为体育赛事载体之一的体育竞赛标志设计为体育与艺术的视觉传达设计和创意找到了良好的结合点,作为体育竞赛视觉传达系统的重要组成部分,体育竞赛的标志设计已经成为当代艺术传达设计中的一个重要的门类。为体育竞赛的体育产业的经营和国际化传播起到了重要的作用。笔者通过 CNKI 数据库对关键词:羽毛球公开赛、标志设计与本土化元素进行搜索未见相关文章,而国内学者的相关研究主要集中在历届奥运会标志的创意与表达,探讨奥运标志设计形式与理念的辩证关系。而立足于羽毛球公开赛标志与本土化元素创意和运用视角的研究未见,缺乏对该类标志的搜集和整理,对这类标志设计的社会价值、人文价值和艺术视觉传达规律以及未来的发展趋势缺乏研究。因此本论文旨在收集世界羽联全球羽毛球公开赛经

典比赛标志设计案例,探寻优秀的具有本土化元素创意与运用的标志设计规律,为设计出具有本土化元素和时代需求的国际化体育竞赛标志提供借鉴。

## 一、BWF 公开赛标志的本土化元素艺术创意规律分析

本土化元素主要包括以下几类:物质文化遗产及其影响;非物质文化遗产;传统文化符号及其变体;当代各国的现代性元素。<sup>[1]</sup>在世界文化语境中本土化元素的文化创意来源于当地人们的长期生活实践、具有特定的文化语境,包括传统习俗、审美价值体系、社会心理等,本土化元素具有鲜明的地方特性,采用本土化元素的标志设计使受众根据约定成俗和差异化原则,将纷繁复杂的民族文化现象不断细化为最基本的“元素”,并将之视为本土化文化特性的集中体现和典型代表。使比赛的标志具有现代气息和艺术风格,融入举办国家的文化传统和赛事的独特体育精神,增强了羽毛球公开赛的视觉传达识别能力和影响力,推动了赛事的国际化、品牌化、

收稿日期:2013-09-15

作者简介:欧亚梅(1979-),女,湖北天门人,硕士,湖北科技职业学院讲师,研究方向:平面设计、视觉文化创意等。

人文化的发展。笔者从“意、形、色”的角度分析羽毛球公开赛标志的本土化艺术创作规律。

### (一)本土化元素创意分析

“意”是通过标志的外在表现形式让受众能够切身体会、感受到标志的思想内涵与所要表达的情感特质,因此具有强烈的视觉冲击力、正确的引导力的作品能够较为顺畅的将设计者的构思与创意完整地表达出来,进一步为受众所理解、接收和认同。

图 2,2012 年青岛羽毛球亚洲锦标赛 LOGO。该标志以球拍及羽毛球组合图案为赛事徽标。徽标的设计紧扣羽毛球主题,简洁大方而有视觉冲击力;球拍与羽毛球的后部正好形成了英文的 QD 突出了赛事的举办地—青岛;块状叠加又表现了青岛的标志性建筑物—五月的风;在此基础上,添加了具有中国传统特色的毛笔笔刷的羽毛球,点明主题;挥动的球拍寓意打出羽毛球运动更加灿烂的未来。

图 1,2012 年武汉汤姆斯杯暨尤伯杯羽毛球赛 LOGO。该 LOGO 取自凤鸟的翅膀和羽毛球的形象,凤鸟是楚文化的代表之一,将凤鸟的翅膀作为会徽的设计对象不但体现了羽毛球的特征,更反映了大武汉的人文特点。同时该 LOGO 又像一个竖起的大

拇指,寓意为运动健儿们的顽强精神而骄傲。“飞翔的骄傲”同时也是武汉人对此赛事的祝福。

图 3,2013 年马来西亚吉隆坡苏迪曼杯羽毛球赛 LOGO。该 LOGO 取自马来西亚吉隆坡的地标性建筑—吉隆坡双子塔,该建筑采用传统回教建筑常见的几何造型,包含了四方行和原型,双子塔是这座城市年轻、中庸、现代化的突出景观性标志。在次基础上将国旗的元素缩小在羽毛球的造型上,突出赛事的举办国家—马来西亚。

图 4,世界羽毛球联合会(BWF)2012 年在武汉召开会议后几乎全面翻新羽联新的形象,新标志出现在各个羽毛球公开赛的 LOGO 中,成为其中必不可少的元素,新标志形似羽毛球,强调“现代、强大、高效”三个全新形象。自此世界羽联将各个公开赛的标志进行了有效的统一规范,同时各个国家在公开赛 LOGO 的设计中将本土化元素和国际化元素的结合上升到新的高度。

### (二)本土化元素图形分析

“形”是指图形所表现出来的物象外形与结构,在标志设计中的“形”的借鉴是将传统的本土化图形艺术与现代标志设计的融合,是 LOGO 设计的时代性和国际性的表现手法。该融和是在认知本土化元素的基础上发掘、整理、创意,让本土化元素成为标志设计中的创意点、创新点和启示点,让 LOGO 具有强大的感染力,成为经典并传承。



图 1 2012 年武汉汤姆斯杯暨尤伯杯羽毛球赛标志



图 2 2012 年青岛羽毛球亚洲锦标赛标志



图 3 2013 年马来西亚吉隆坡苏迪曼杯羽毛球赛标志

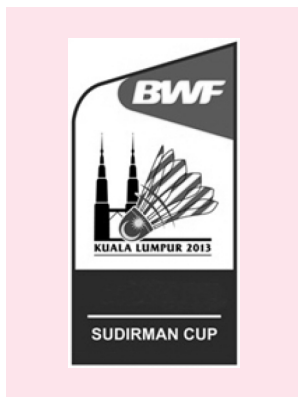


图 4 世界羽毛球联合会(BWF)标志



图 5 2011 年李宁中国羽毛球公开赛标志

在羽毛球公开赛标志图形设计中，本土化元素的再创造不是简单的借鉴，是在理解的基础上以现代的审美观对本土化元素的一些素材进行改造、提炼和运用，使其富有时代特色表达设计理念体现本土化特色。

图 5,2011 年李宁中国羽毛球公开赛。该 LOGO 的图形占据了较大的部分，在图形的结构正中部以羽毛球的变体与地标性建筑相结合的表现手法，突出了羽毛球赛的举办地国际化大都市上海的地标性建筑——东方明珠电视塔，该图形将举办地点、时间、比赛项目融合于一个变形的羽毛球体中极具创意。

图 6,2010 年中国常州羽毛球大师赛。该项赛事的举办者常州市希望能够将羽毛球大师赛办成常州市新的城市名片。该 LOGO 的灵感来源于中国的硬笔书法及常州市市树广玉兰。简洁的书法线条勾勒出羽毛球运动的扣杀和轻挑的技术动作又表现了常州市市树广玉兰的造型。盛开的广玉兰和飞行的羽毛球完美结合，即说明了大师赛落户常州也表现了办好大师赛的心愿和欢迎世界各地来宾的热诚之心。

图 7,2013 年韩国羽毛球公开赛。该项赛事在韩国的首尔举办，受中国传统文化的影响以及地域文



图 9 2009 年印度海德拉巴世界羽毛球锦标赛标志



图 10 2011 年新加坡羽毛球公开赛标志

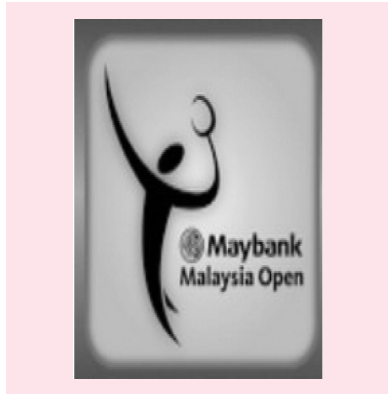


图 11 马来西亚公开赛标志

化和中国近似，阴阳五行学说在韩国的文化发展进程中得到极高的重视和发展，该标志是由韩国羽毛球协会的标志变形而来，羽毛球变形的羽毛造型利用了韩国国旗的阴阳太极元素，象征着太极的阴阳协调和宇宙调和与统一之意。其图案虽然有些变化，但依旧讲究阴阳互补，相生相克，生生不息，形象地描述了阴阳的变化，相符相成是万物生成变化根源的深刻哲理。<sup>[2]</sup>

图 8,2013 年台北亚洲羽毛球锦标赛。该标志将羽毛球的变形体与赛事的举办地台北的小巨蛋体育馆有机结合在一起，在小巨蛋的图形内，设计者将台湾的地标性建筑——台北 101 大楼和赛事的英文字母



图 6 2010 年中国常州羽毛球大师赛标志



图 7 2013 年韩国羽毛球公开赛标志



图 8 2013 年台北亚洲羽毛球锦标赛标志



做了融合的设计进一步点明了该项赛事的举办地点。

图 10,2011 年新加坡羽毛球公开赛 LOGO。该标志像动感的鱼尾和狮子的造型,而新加坡是一个城市国家,狮城是新加坡的别称。该 LOGO 的造型利用的狮城的象形与变形充分利用的新加坡的历史文化元素。

### (三)本土化元素色彩分析

“色”在标志设计的视觉传达设计中对受众的视觉、情感和象征等产生一定影响,使其具备一定的情感表现力,加以象征性结构而成为特定内涵的色彩构成。<sup>[3]</sup>国际性的羽毛球公开赛具有强烈的社会影响力和感召力,其比赛承办国家地区和城市众多,地域性和民族性的本土化色彩运用较多。

图 9,2009 年印度海德拉巴世界羽毛球锦标赛 LOGO。该 LOGO 采用图形和文字相结合的形式,上部的图形抽象的表现出了正在打羽毛球的运动员形象,同时以抽象的羽毛球图案作为大背景,其中,球头部的世界地图中标点蓝色的地方正是赛事举办地的所在,球员与举办地颜色的统一,而球身的黄、绿主色调也是印度国旗上所采用的颜色点明了主题。

图 2,2012 年青岛羽毛球亚洲锦标赛 LOGO。以蓝、绿为主色视觉上给人一种高质量的美感,沉稳却步乏灵动,张扬又不失魅力。见图 10,2011 年新加坡羽毛球公开赛 LOGO。该 LOGO 运用了同一色系中的渐变原理,将新加坡国旗的原色—红色融入到 LOGO 中,使其更具立体感,同时 LOGO 下方的大红色变形的图形突出了新加坡国旗的颜色和该项赛事的赞助商李宁公司,点明了该项赛事的举办国家和赞助合作方李宁公司。图 11,马来西亚公开赛 LOGO。该公开赛 LOGO 采用了简洁的图案设计,一个变形的羽毛球运动者其它均为黄色空间。因为在马来西亚黄色为皇室的象征,整个 LOGO 突出黄色的主色调强调着主办方国家的颜色,同时赞助商“maybank”的 LOGO 颜色也是黄色,黄色的基色调突出了马来西亚的本土色和赛事赞助商。

## 二、BWF 公开赛标志本土化元素创意的展望

体育是世界性的,它不分人种、国界、民族,世界性的羽毛球公开赛将越来越多的羽球高手云集到各个参赛国家与参赛城市,不同的经济、政治、文化间的相互交流越来越广泛,地域性的羽球文化交流平衡被打破,因此具有世界性的羽毛球公开赛 LOGO 设计在注重本土化元素运用的同时还需兼顾时代性、品牌系统性、人文性和生态性等特点,做到本土化元素的国际多元化结合,增强标志的识别性和国际化品质。<sup>[4]</sup>

### (一)体现时代的国际化

采用英文字母作为主要的设计元素之一的同时与本土化元素结合,扩大标志的识别范围,既有共性又有个性。英文字母的使用增强了标志的识别性,便于国际范围的认知与交流。图 2,2012 年青岛羽毛球亚洲锦标赛 LOGO。球拍与羽毛球的后部正好形成了英文的 QD,突出了赛事的举办地—青岛。英文字母的变形使 LOGO 个性更为强烈,风格更加突出为人所知和记忆。

### (二)体现品牌的系统化

当前社会是品牌文化流行的社会,羽毛球公开赛标志正在走品牌化道路,如同奥运五环的品牌形象深入人心。在品牌文化的主流思潮的影响下,羽毛球公开赛的 LOGO 也成为各大羽毛球公开赛事的形象代言。见图 4,世界羽毛球联合会(BWF)。世界羽联统一了具有国际影响力的公开赛的 LOGO 设计,将世界羽联的 LOGO 冠注到各大公开赛的 LOGO 设计之中,使各大公开赛具有统一的个性特征,见图 12,2013 年羽毛球泰国曼谷世界青年锦标赛 LOGO。在 LOGO 设计中“BWF”的红色 LOGO 醒目地出现在标志的上方,提醒着该赛事为世界羽联系列赛事之一。“BWF”的标志不再是一个孤立的 LOGO,而是冠注到系列赛事的形象设计中成为必不可少的元素。

### (三)体现民族传统文化

羽毛球竞赛是一个具有多维度的社会文化系统,竞技比赛不是唯一的元素,蕴含在竞技之中的人文艺术更加耐人寻味,发人深思。全球背景下的体育文化交流包含着世界和民族的相互交流融合,是多元文化交流整合的过程,羽毛球公开赛 LOGO 的设计中本土化元素的运用既强调了主办国的自然、社会、精神、艺术等民族元素,又以具有东道主地域风



图 12 2013 年羽毛球泰国曼谷世界青年锦标赛标志



图 13 印度羽毛球公开赛标志

情的视觉形象设计为载体为不同文化底蕴的各民族搭建了沟通的桥梁。<sup>[5]</sup>图 6,2010 年中国常州羽毛球大师赛。该项赛事 LOGO 设计利用了中国的硬笔书法的元素,勾勒出羽毛球动感的造型。见图 1,2012 年武汉汤姆斯杯暨尤伯杯羽毛球赛 LOGO。该 LOGO 取自凤鸟而凤鸟是楚文化的代表之一,将凤鸟的翅膀作为会徽的设计对象不但体现了羽毛球特征,更反映了“追求卓越、敢为人先”大武汉的人文特点。将人文精神寓意到羽毛球的 LOGO 设计之中。

#### (四)体现环保的生态化

在经济高速发展的今天,环境保护成为世界发展的主题,人们极力寻找人与环境的平衡,走可持续发展之路。以绿色奥运为代表的体育盛会引领羽毛球公开赛 LOGO 设计向生态化之路前进。生态化设计中强调对自然和生态环境的保护,强调自然元素的运用,其具体到标志设计中有对绿色的渲染、对动物、植物等

相关图形的设计,图 13 印度羽毛球公开赛 LOGO 中运用了老虎与绿色植物的和谐存在。

### 三、结语

在当今经济高速发展的世界范围,现代羽毛球公开赛标志的发展是时代、艺术和视觉传达设计结合的产物,其有着世界范围的影响力,为其它类别的标志提供了“意、形、色”等形式的借鉴,其中融入本土化元素的设计理念与风格的标志正引领潮流,成为新的发展趋势。

#### 参考文献:

- [1] 曾军.上海世博的中国元素与中国国家形象的构建[J].学术界,2010,(7).
- [2][3] 陈诗南.大型体育运动会标志的设计研究[D].陕西:陕西科技大学,2011.
- [4] 熊薇薇.奥运标志设计:创意与表达的艺术辩证法[J].体育文化导刊,2012,(10).
- [5] 丁诗瑶,侯凤斌.传统元素在标志设计中的运用研究[J].北方工业大学学报,2009,21,(4).

[责任编辑:石芬芳]

## The Use of Localization Elements in the Logo Design of the BWF Open

OU Ya-mei

(Hubei Science and Technology College, Wuhan 430074, China)

**Abstract:** Through the research of the logo design of the world badminton open competition, from "meaning, form, color" points of view of the use of creativity and the concept of local elements, combined with design cases, this paper discusses the Open Badminton Championship logo design in the treatment of form and creation rules, and then analyzes the Open Badminton Championship logo design trends, the sports mark in the process of artistic visual communication design and creative, rooting in the localization elements, to reflect the era of internationalization, brand system, traditional culture, environmental ecology, so that the design works with distinct regional characteristics and brand represents.

**Key words:** art; BWF open; logo design; localization elements