

# 浅谈可口可乐标志的设计理念

□苏清娅

**摘要:**可口可乐的标志是一个非常成功的品牌设计,其线条飘逸、优美,一气呵成,让人感到酣畅淋漓,鲜艳的红色充满激情与活力,散发着一股健康、积极向上的气息,时刻向人们传递着活力,秉承了其“积极乐观,美好生活”的经营理念。

**关键词:**可口可乐 标志 演变

可口可乐是世界著名的饮料品牌,消费群体庞大,其标志设计也深入人心。文章对可口可乐标志的演变和可口可乐标志设计的理念进行阐述。

## 一、可口可乐标志的由来

可口可乐的英文名为“Coca-Cola”,这个名字本身没有特殊的含义,只是由于其朗朗上口而已。说起可口可乐名字的由来,却是由于一个小故事。1886年美国佐治亚州亚特兰大市一家药店的药剂师约翰·彭伯顿偶然发明了一种咖啡色的奇特液体,于是想把这种奇特的液体开发成一种饮料,由于缺乏资金,他就找到了当地的大财主鲁宾逊,两人商量一起开发这款饮料,并且谈妥了合作条件。约翰·彭伯顿为了借助鲁宾逊的财力,于是让鲁宾逊命名新饮料。鲁宾逊继承下来并为新饮料命名,但他思索很长时间后也没有想到合适的名字,于是他把字典查找了一遍,也没有找到合适的名称。一段时间下来,鲁宾逊的脑袋变得昏昏沉沉,晚饭过后竟在书房的椅子上睡着了,深夜时刻醒来,他寻思按饮料的性质来命名。因为饮料是清凉的,他便用cold代表“冷”的含义,但是cold不能单独成为名字,后面必须再加上一个其他的字。这样他又开始查阅字典,结果还是没能找到合适的字。这时,屋外的公鸡打鸣了,他灵机一动:“就用公鸡这个名字吧。”但“冷的公鸡”和“公鸡冷的”都不太合适作为饮料的名字,这时他忽然想到:可以把“公鸡”和“冷的”这两个单词都替换一个字母。于是鲁宾逊将Cock(公鸡)和Cold(冷)中的k与d都换成了a,这样一来就有了Coca-Cola。可口可乐的品牌名称就这样诞生了。

## 二、可口可乐中文名的由来

可口可乐为了提高产品销量,在一些国家或地区就会采用当地的语言文字设计出本地化的标志。20世纪20年代,可口可乐开始在上海地区生产,由于没有翻译经验,最开始翻译的中文名字是“蝌蚪啃蜡”,产品销路不佳。此时负责海外业务的可口可乐出口公司登报悬赏350英镑征求译名。画家蒋彝以“可口可乐”四个字赢得了奖金。之后,可口可乐及其英文标志Coca-Cola就传承了下来。值得一提的是,可口可乐公司于2003年针对中国大陆市场启用了新的中文标志,这个标志由香港著名的设计师陈幼坚设计。

当代品牌名称像可口可乐一样采用读音命名,并没有突出名字的特殊含义,若名字没有令人讨厌的含义,并且发音响亮,就可能成为非常成功的品牌。如“Pepsi”(百事可

乐)、“OMO(奥妙)”、“Kodak”(柯达)、“NIKON”(尼康)等,这些世界名牌都属于这一类的品牌设计。

可口可乐的翻译不但保持了英文的音译,而且比英文更有内涵,被认为是翻译得非常成功的品牌名称。“可口可乐”四个字生动地传出了好喝、清爽、快乐的感受。

## 三、可口可乐标志演变的新特点

自1886年第一瓶可口可乐被生产出来,可口可乐品牌就在不断地开拓创新,其广告、标志、包装都不断进行着改进、演化。可口可乐标志从1900年开始就一直沿用鲁宾逊设计的斯宾塞体草书“Coca-Cola”字样,斯宾塞体草书有一种悠然的跳动之美,给人一种飘逸、连贯、流线的美感。现在的可口可乐的标志和饮料瓶的外形是20世纪30年代设计师罗维设计的,标志设计采用白色作为字体颜色,并用流畅、飘逸的字形体现品牌的特色,用深褐色的瓶身衬托白色字体,十分具有冲击力,加上新瓶的造型特点,使可口可乐焕然一新,并且销向全球。

现在可口可乐标志背景选用的是大红色,在大红的底色上印着斯宾塞体草书的白色字“Coca-Cola”,白字在红底的衬托下有一种悠然的跳动之态,草书则给人以连贯、流线和飘逸之感。用色传统,红白相间,典雅而且充满活力。可口可乐标志线条飘逸优美,一气呵成,让人酣畅淋漓,鲜艳的红色,充满激情与活力,散发着一股健康、积极向上的气息,时刻向爱它的人们传递着活力,秉承了其“积极乐观,美好生活”的经营理念。瓶身同样很有设计感,造型优美而独特。一百多年来,可口可乐的VI进行了多次修改,但“Coca-Cola”的草书字样只是作了细微的调整。

可口可乐的最大特征就是注重发音响亮,而不是特别注重词语的含义。可口可乐品牌具有独创性,名字短小精悍,是世界上独一无二的品牌名称。

## 参考文献:

- [1]杨延.可口可乐全攻略.海天出版社,2006.
- [2]王受之.世界现代设计史.中国青年出版社,2002.

(作者单位:西北师范大学美术学院)

编辑 倪昌立