



我國第一艘國產航空母艦山東艦去年12月17日在海南三亞某軍港交付海軍。 資料圖片

### 艦標透射官兵朝氣

艦標和艦徽扮演的角色不一樣。艦徽比較莊重，上面的元素比較多，代表了整體艦的氣質。艦標代表的是艦上每一位官兵的氣質，比較年輕，比較動感。底部錨的變形與航母滑躍甲板融合在一起，托起雄鷹展翅的翅膀。八一軍徽從艦首騰空，表達了航母的特點。

配色上，設計團隊選擇了與海軍最近的海軍藍與白色，配合金色的錨構成了一個流暢而有識別性的外形，17 艦號是最為重要的識別元素，用艦號字體放在構圖的正中間，成為了構圖的中心。兩邊的黃白線條取自於起飛跑道線的元素。據了解，同時，它的元素更簡單，會更廣泛、更自由地運用於艦上官兵的日常裡，如帽衫、T恤等。



### 徽章細節意味深遠

4顆金色的五角星和八一軍徽的五角星，一起呼應了五星紅旗

將忠誠、勇毅、精武、制勝列在軍徽兩側，代表艦訓是官兵須牢記的使命

將藍色的橄欖枝圍繞在地球之外的藍環之中，代表是和平之師



地球的方位選擇讓航母橫跨西太平洋與印度洋

金色的錨繩是國際通行的海軍元素，同時配合了中間金色線條的裝飾

用取自海軍軍帽帽帶的元素托起艦徽，飄帶上的裝飾暗紋取自出新石器時代的水滴紋，象徵着中國海軍雖年輕，但同時也是一支守衛着中華5,000年文明的海軍

由中國船舶集團有限公司指導，中國船舶綜合技術經濟研究院主辦，中船文化科技(北京)有限公司承辦的「山東艦文創發佈會」昨日在中國人民革命軍事博物館舉行。此次發佈會首次公開介紹了山東艦艦徽、艦標的設計理念，面向全球正式發佈山東艦文創，並舉行了向軍事博物館捐贈山東艦艦徽紀念品、艦帽、拼裝模型等文創產品的饋贈儀式。由中船文化科技特聘首席設計師謝大歡帶領「90後」為主的年輕設計團隊，歷經兩年半時間，打磨了28稿，最終完成了包括山東艦艦徽、艦標的設計。

文/圖：澎湃新聞

據謝大歡介紹，山東艦委託團隊所做的視覺識別系統的整體創作設計，包括艦徽、艦標，再到應用系統(包括字體系統)，以及每一個部門的系統，整個系統還在不斷完善、持續設計，並延伸至文創產品的開發。

艦徽和艦標是兩大主標識，每條艦有且僅有一枚艦徽，它是每一條艦的精神象徵。「因為這是中國第一艘航母，和設計一個企業的logo不一樣。我們要考慮中國人對航母的期許是什麼，艦上官兵的自我認知是什麼，要綜合這些考慮去設計，所以它包含的元素很多。你看全球優質的徽章，比如中國國徽，都是很多複雜元素組合在一起的。」

#### 糅合多項元素 遠近看各不同

據謝大歡介紹，為了把那些不同的元素平衡地組合在一起，團隊將元素進行了三個層次的分層。

第一，5米之外一眼會看到：採用航母45度破浪而出的角度，展現了山東艦作為中國第一艘國產航母橫空出世的氣勢；前部浪花取自海軍旗底部的三藍兩白的元素，與海浪融合統一；還有代表解放軍的八一軍徽。這會形成第一個視覺的節奏。

第二，1米左右會看到第二層：地球的背景代表了這是一支國際化的海軍；牡丹花作為山東省的省花，纏繞在底部，突出了山東省的元素；艦號17醒目地疊加在牡丹花上。

第三，一枚優質的徽章還有很多細節，要經得起仔細欣賞。比如將藍色的橄欖枝圍繞在地球之外的藍環之中，代表這是一支和平之師。

#### 艦方態度開放 稿件愈改愈好

「以前我們經常聽到這樣的故事，甲方讓你改了28稿，還不如第一稿。我們不是這樣。把第一稿和最後一稿拿出來對比，你會發現原則和構圖沒有改變，都是在某一個細節層做調整，不會影響整體設計。」在謝大歡看來，艦方很尊重專業，一直在說專業的人做專業的事，只提訴求，而不是手把手教。「28稿做下來，你會發現越來越成熟，而不是越來越糟糕。」

# 磨劍兩年半 修改廿八稿 山東艦潮物 90後挑大樑



艦隻模型



官兵公仔

## 創文化符號 盼可遏盜版

在完成艦徽、艦標的設計以後，設計團隊對航母的理解比較深入了。山東艦方面希望團隊繼續利用艦徽、艦標的元素，延展出一套代表着航母文化的文創產品。

「中國年輕人經常穿軍事風的衣服，用軍事風的潮牌，比如，美國空軍的飛行員夾克在中國賣得特別好，我就想，中國海軍為什麼不能有特別潮、特別帥的文創開發？我們提出這個觀點後，得到了艦上的認可。航母文化用年輕人喜歡的潮流文化的方式去傳播，是一種有趣的嘗試。」在謝大歡看來，中國海軍其實非常開放、非常自信，尤其這兩年發展非常快，不僅下水軍艦總噸位很高，軍艦的科技含量也非常高。幾個軍種中，中國海軍對外出訪也是最多的，它還承擔了護航、撤僑等國際交流工作，非常國際化，相當於解放軍的形象窗口。

#### 艦帽舒適 官兵至愛

艦帽是謝大歡團隊的其中一個「爆款」設計，甚至在網上已出現山寨貨。山東艦的主艦帽從海軍軍旗擷取了條紋元素，帽簷上有三道藍、兩道白、一道紅，帽子正面



艦帽大受歡迎，甚至已經出現山寨貨。

有艦標，這個設計出來，立刻得到了艦上官兵的極大認可。除了主艦帽，團隊還設計了4款飛織款艦帽，採用輕薄、吸汗、透氣的面料，特別適合在炎熱的狀態下在海邊執勤。據了解，這款面料運用在帽子上的專利來自中國企業。打了幾個樣品後，艦上官兵也非常喜歡。

「飛織款艦帽更日常、更低調、更時尚，你可以把它理解為文創產品，分享給普羅大眾沒有問題。主艦帽要先保證艦上的供應，再考慮面向全社會發售。它們都是山東艦的文化符號，這些文化符號能被普羅大眾分享，也是傳播航母文化的一個很好的載體。」謝大歡說。

在他看來，國內過去沒有軍事文創產品，我們提出由民間開發文創，由艦上授權我們使用艦徽、艦標，其初衷就是用文創的方式去創作擁有自主知識產權的中國軍事文化符號，規避粗製濫造的亂象。普羅大眾如果有渠道買到高品質的軍事文創產品，盜版也會逐漸消失。

## 軍盲設計師 觀影片補課

團隊裡的部分設計師，在接觸這個設計項目前幾乎就是「軍事盲」的狀態，有些人一開始連艦載機——比如我軍的殲-15和美軍的F-15都不認。謝大歡帶著大夥一起看有關航母的紀錄片，看有關戰艦的電影，特別是《紅海行動》，很多設計師看完電影後的第一個感受，是中國海軍好帥好酷啊，帥氣成了他們繼續感興趣的動力。

設計團隊也獲得了登艦的機會，2017年2月至今去了不下10次，「因為畫了太多

遍設計圖，他們如今能分清艦上的每一件武器，再也不是軍事菜鳥了。」

#### 艦帽主設 海軍之後

「80後」謝大歡帶領的設計團隊共有12個人，其中「90後」有八九個。艦帽的主設計師就是一位1996年出生的男孩，他是整個團隊裡年紀最小的設計師，平時穿衣打扮很帥很潮，還會梳辮辮，打耳釘。「有一天聽說他爸爸是海軍，我很驚

訝，因為在我們固有的印象裡，軍人家都比較傳統。其實他爸爸很開明，和孩子的關係也很好，知道兒子在做這個工作，特別自豪。」謝大歡表示，因為要保密，這位設計師什麼都不能說，爸爸就特別關心，到底設計成了什麼樣，給他提了好多好多意見。「山東艦入列服役後，這位爸爸看到設計直接說，這頂艦帽絕對會風靡海軍，一方面是他對兒子的驕傲，另一方面也是一位老海軍對我們工作的認可。」

