



中国第一艘国产航空母舰山东舰去年12月17日在海南三亚某军港交付海军。资料图片

### 舰标透射官兵朝气

舰标和舰徽扮演的角色不一样。舰徽比较庄重，上面的元素比较多，代表了整条舰的气质。舰标代表的是舰上每一位官兵的气质，比较年轻，比较动感。底部锚的变形与航母滑跃甲板融合在一起，托起雄鹰展翅的翅膀。八一军徽从舰首腾空，表达了航母的特点。

配色上，设计团队选择了与海军最接近的海军蓝与白色，配合金色的锚构成了一个流畅而有识别性的外形，17舷号是最为重要的识别元素，用舷号字体放在构图的正中间，成为了构图的中心。两边的黄白线条取自于起飞跑道线的元素。据了解，同时，它的元素更简单，会更广泛、更自由地运用于舰上官兵的日常里，如帽衫、T恤等。



### 徽章细节意味深远



- 4颗金色的五角星和八一军徽的五角星，一起呼应了五星红旗
- 地球的方位选择让航母横跨西太平洋与印度洋
- 金色的缆绳是国际通行的海军元素，同时配合了中间金色线条的装饰
- 将忠诚、勇毅、精武、制胜列在军徽两侧，代表舰训是官兵须牢记的使命
- 将蓝色的橄榄枝围绕在地球之外的蓝环之中，代表是和平之师
- 取自自海军军帽飘带的元素托起舰徽，飘带上的装饰暗纹取自出新石器时代的水波纹，象征着中国海军虽年轻，但同时也是一支守护着中华5,000年文明的海军

舰只模型



官兵公仔



由中国船舶集团有限公司指导，中国船舶综合技术经济研究院主办，中船文化科技（北京）有限公司承办的“山东舰文创发布会”日前在中国人民革命军事博物馆举行。此次发布会首次公开介绍了山东舰舰徽、舰标的设计理念，面向全球正式发布山东舰文创，并进行了向军事博物馆捐赠山东舰舰徽纪念品、舰帽、拼装模型等文创产品的馈赠仪式。由中船文化科技特聘首席设计师谢大欢带领“90后”为主的年轻设计团队，历经两年半时间，打磨了28稿，最终完成了包括山东舰舰徽、舰标的设计。

文/图：澎湃新闻

据谢大欢介绍，山东舰委托团队所做的视觉识别系统的整体创作设计，包括舰徽、舰标，再到应用系统（包括字体系统），以及每一个分部门的系统，整个系统还在不断完善、持续设计，并延伸至文创产品的开发。

舰徽和舰标是两大主标识，每条舰有且仅有一枚舰徽，它是每一条舰的精神象征。“因为这是中国第一艘航母，和设计一个企业的logo不一样。我们要考虑中国人对航母的期许是什么，舰上官兵的自我认知是什么，要综合考虑这些考虑去设计，所以它包含的元素很多。你看全球优质的徽章，比如中国国徽，都是很多复杂元素组合在一起的。”

#### 糅合多项元素 远近看各不同

据谢大欢介绍，为了把那些不同的元素平衡地组合到一起，团队将元素进行了三个层次的分层。

第一，5米之外一眼会看到：采用航母45度破浪而出的角度，展现了山东舰作为中国第一艘国产航母横空出世的气势；前部浪花取自海军旗下部的三蓝两白的元素，与海浪融合统一；还有代表解放军的八一军徽。这会形成第一个视觉的节奏。

第二，1米左右会看到第二层：地球的背景代表了这是一支国际化的海军；牡丹花作为山东省的省花，缠绕在底部，突出了山东省的元素；舷号17醒目地叠加在牡丹花上。

第三，一枚优质的徽章还有很多细节，要经得起仔细欣赏。比如将蓝色的橄榄枝围绕在地球之外的蓝环之中，代表这是一支和平之师。

#### 舰方态度开放 稿件愈改愈好

“以前我们经常听到这样的故事，甲方让你改了28稿，还不如第一稿。我们不是这样。把第一稿和最后一稿拿出来对比，你会发现原则和构图没有改变，都是在某一个细节层做调整，不会影响整体设计。”在谢大欢看来，舰方很尊重专业，一直在说专业的人做专业的事，只提诉求，而不是手把手教。“28稿做下来，你会发现越来越成熟，而不是越来越糟糕。”

## 磨剑两年半 修改廿八稿

# 山东舰潮物 90后挑大梁



## 创文化符号 盼可遏盗版

在完成舰徽、舰标的设计以后，设计团队对航母的理解比较深入了。山东舰方面希望团队继续利用舰徽、舰标的元素，延展出一套代表着航母文化的文创产品。

#### 舰帽舒适 官兵至爱

“中国年轻人经常穿军事风的衣服，用军事风的潮牌，比如，美国空军的飞行员夹克在中国卖得特别好，我就想，中国海军为什么不能有特别潮、特别帅的文创开发？我们提出这个观点后，得到了舰上的认可。航母文化用年轻人喜欢的潮流文化的方式去传播，是一种有趣的尝试。”在谢大欢看来，中国海军其实非常开放、非常自信，尤其这两年发展非常快，不仅下水军舰吨位很高，军舰的科技含量也非常高。几个军种中，中国海军对外出访也是最多的，它还承担了护航、撤侨等国际交流工作，非常国际化，相当于解放军的形象窗口。

舰帽是谢大欢团队的其中一个“爆款”设计，甚至在网上已出现山寨货。山东舰的主舰帽从海军军旗汲取了条纹元素，帽檐上有三道蓝、两道白、一道红，帽子上有舰标，这个设计出来，立刻得到了舰上官兵的极大认可。除了主舰帽，团队还设计了4款飞织款舰帽，采用轻薄、吸汗、透气的面料，特别适合在炎热的状态下在海边执勤。据了解，这款面料运用在帽子上的专利来自中国企业。打了几个样品后，舰上官兵也非常喜欢。

“飞织款舰帽更日常、更低调、更时尚，你



可以把它理解为文创产品，分享给普罗大众没有问题。主舰帽要先保证舰上的供应，再考虑面向全社会发售。它们都是山东舰的文化符号，这些文化符号能被普罗大众分享，也是传播航母文化的一个很好的载体。”谢大欢说。

在他看来，国内过去没有军事文创产品，我们提出由民间开发文创，由舰上授权我们使用舰徽、舰标，其初衷就是用文创的方式去创作拥有自主知识产权的中国军事文化符号，规避粗制滥造的乱象。普罗大众如果有渠道买到高品质的军事文创产品，盗版也会逐渐消失。

舰帽大受欢迎，甚至已经出现山寨货。

## 军盲设计师 观影片补课

团队里的部分设计师，在接触这个设计项目前几乎就是“军事盲”的状态，有些人一开始连舰载机——比如我军的歼-15和美军的F-15都分不清。谢大欢带着大伙一起看有关航母的纪录片，看有关战舰的电影，特别是《红海行动》，很多设计师看完电影后的第一个感受，是中国海军好帅好酷啊，帅气成了他们继续感兴趣的动力。

设计团队也获得了登舰的机会，2017年2月至今去了不下10次，“因

为画了太多遍设计图，他们如今能分清舰上的每一件武器，再也不是军事菜鸟了。”

#### 舰帽主设 海军之后

“80后”谢大欢带领的设计团队共有12个人，其中“90后”有八九个。舰帽的主设计师就是一位1996年出生的男孩，他是整个团队里年纪最小的设计师，平时穿衣打扮很帅很潮，还会梳脏辫，打耳钉。

很惊讶，因为在我们固有的印象里，军人家都比较传统。其实他爸爸很开明，和孩子的关系也很好，知道儿子在做这个工作，特别自豪。”谢大欢表示，因为要保密，这位设计师什么都不能说，爸爸就特别关心，到底设计成了什么样，给他提了好多好多意见。“山东舰人列服役后，这位爸爸看到设计直接说，这顶舰帽绝对会风靡海军，一方面是他对儿子的骄傲，另一方面也是一位老海军对我们工作的认可。”