

基于传统招幌的藩城堤巷商业招牌改造设计

乔晓伟¹, 赵晗², 汪溟³

(1.河南女子职业学院, 郑州 450000; 2.淮北师范大学, 淮北 235000;

3.中南林业科技大学, 长沙 410004)

摘要: **目的** 借鉴传统招幌的设计理念, 通过改造实例来探索历史街区店招(商业招牌)改造设计的思路与方法。**方法** 深入了解传统招幌的特点, 分析长沙市藩城堤巷店招现状, 总结现状中存在的不足。根据改造需求, 首先梳理出店招改造的设计要素, 其次从行业相关的形态构成、质朴耐久的材料运用、单纯明快的色彩表达、醒目恰当的字体选择和夜间亮化的灯光处理这 5 个方面展开设计思路, 最后对茶叶铺、餐馆、冷作坊、修锁铺和棉被加工铺这 5 家店招实施改造实践。**结论** 通过对传统招幌设计思路的借鉴, 完成了 5 家店招改造, 将传统招幌设计思路应用于实际改造项目中, 实现了传统招幌文化的传承与创新。将传统招幌设计理念运用于现代招牌设计中, 为历史街区的店招设计提供了新的方向和可能。

关键词: 视觉传达; 店招改造; 传统招幌; 历史街区

中图分类号: J524.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2021)20-0246-06

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2021.20.027

Renovation Design of Signboard in Fanchengdi Lane Based on Traditional Shop Signs

QIAO Xiao-wei¹, ZHAO Han², WANG Ming³

(1.Henan Women's Vocational College, Zhengzhou 450000, China; 2.HuaiBei Normal University, HuaiBei 235000, China;

3.Central South University of Forestry and Technology, Changsha 410004, China)

ABSTRACT: It is based on the traditional design concept of shop signs, explores the ideas and methods of the renovation design of shop signs in historic districts through the renovation examples. The characteristics of the traditional shop signs are understood deeply, the current situation of the shop signs in Fanchengdi Lane is analyzed, and the shortcomings of the current situation is summarized. According to transformation needs, the paper combs out the design elements of the shop signs renovation, and then expands the design thought from the five aspects of industry-related form composition, simple and durable material use, simple and bright color expression, eye-catching and appropriate font selection, and lighting brightness treatment at night, and finally carries out the renovation practice on five shops, they're a tea shop, a diner, an iron processing shop, a lock repairing shop and a cotton quilt processing shop. Through the reference to the traditional design ideas, the shop signs renovation of the five shops has been completed and the ideas are applied to the actual renovation project, so as to realize the inheritance and innovation of the traditional culture of the shop signs. In this paper, the traditional design concept of shop signs is applied to the modern design of shop signs, which provides a new direction and possibility for the design of shop signs in historic district.

KEY WORDS: visual communication; shop signs renovation; traditional shop signs; historic district

传统招幌作为中国商业民俗的重要物质文化遗产, 凝结着民族智慧, 体现了民族的审美理想, 具有深厚的文化内涵和极高的艺术价值^[1]。近年来, 随着

文化意识的觉醒, 人们开始对传统文化进行反思与重视、挖掘与再现, 但是简单的复古无法适应当代的审美需求, 因此需要寻找传统招幌的现代表达方式。前

收稿日期: 2021-07-10

基金项目: 湖南省社科基金项目(15YBA413); 湖南省教育厅科学研究项目(15C1443)

作者简介: 乔晓伟(1989—), 男, 河南人, 河南女子职业学院助教, 主攻艺术设计。

通信作者: 汪溟(1977—), 女, 湖南人, 博士, 中南林业科技大学副教授, 主要研究方向为艺术设计。

人及学者们对招幌文化的应用案例成为重要的资料库,如清末民俗画家周培春绘制的招幌图,曲彦斌编著的《中国招幌与招徕市声》《招幌词典》等,为招幌的设计研究提供了重要文献参考。自 2019 年起长沙市开福区政府展开了旧城有机更新项目,对部分旧街区的道路、建筑和招牌等进行整体改造。其中藩城堤巷的改造是改造项目的重要组成部分,它汇集了多样的建筑风格与丰富的商业种类,建筑包括民国至当代各年代不同的商铺样式,商业种类主要有零售业、生活服务业和传统手工业等。其建筑样式与商业生态在国内历史商业街区中具有一定的代表性,针对该街区的店招改造,可为国内同类街区改造提供直接实践方法和参考实例。从中选取茶叶铺、餐馆、冷作坊、修锁铺和棉被加工铺 5 家代表性店铺展开招牌改造实践,基于传统招幌文化,融合当代审美,结合新材料与新技术,探索传统招幌的传承与革新之路。

1 招幌释义及藩城堤巷店招现状分析

1.1 招幌的概念

招幌是“招牌”和“幌子”的复合式统称,它们是中国传统工商业中用于展示和宣传经营内容的一种标识性广告方式,是一种视觉招徕艺术。招牌通常挂于门首或立于门前,主要为了突出店铺的店标,宣传店铺的名称;幌子则高悬于门首招徕顾客,意在宣传店铺的行业类型^[2]。在漫长的商业历史中,招幌经过艺术加工和创作,融合了雕刻、书法、绘画、铁艺等多种艺术手法,形成了丰富多彩的形制,它是商业民俗与艺术结合的产物,具有较高的历史与艺术价值^[3]。根据所处位置的不同,招牌可分为挂招、坐招和墙招,招牌内容通常以文字为主,将店名或写或刻于牌匾或墙体之上,并以悬挂、砌筑等方式固定于门市^[4]。幌子相对于招牌来说较为灵活,作为一种动态标识幌子常被悬挂于门前或建筑物上方的醒目位置

来远程招徕。幌子可以活动和拆卸,通常早上营业时挂上,打烊时摘下。繁荣的商业门类造就了幌子丰富多样的形制,根据其表现形式可分为实物幌、模型幌、象征幌、特定标志幌及文字幌 5 类^[5]。部分幌子图样,见图 1。

1.2 藩城堤巷店招现状分析

藩城堤巷位于长沙市开福区,南起五一大道,北至吉祥巷,与接贵巷相连。商业店铺沿街道两侧呈条状分布,其建筑风格包括近现代砖木结构、砖混结构及现代砖混结构等。街区商业种类丰富,可满足周边居民的生活基本需求,店铺类型包括鱼肉铺、百货店、茶叶铺、裁缝铺、理发店,以及许多老行当如冷作坊、首饰加工店等。老街历史悠久,积淀了深厚的商业民俗文化,具有商业街区功能与历史记忆双重属性。老街店铺招牌都是店主自发制作的,长期缺乏整体性的政策规划和管理,导致其存在诸多问题。

首先,整体视觉不和谐。许多商家一味求“大”,导致招牌尺度与建筑比例失调,对建筑外貌构成不良影响。许多箱体式门头招牌在形态上显得很臃肿,对行人产生压迫感。同时部分商家为了追求醒目效果,使得招牌色彩饱和度过高,缺乏调和处理。此外,老街招牌材料多为喷绘布、亚克力等材料,质感较单薄,耐久性差,且视觉语言混乱,风格上与建筑风貌脱节严重。就整体来看,老街招牌造型普遍单一,缺乏创意与个性,与建筑环境的融合性较差。

其次,行业属性指向性不明。老街的招牌制作大多出自经济型招牌制作单位,这类制作单位往往限于成本,缺少设计师的参与,导致招牌视觉表达程式化。招牌与店铺的匹配性不足,导致行业属性表达的缺失。比如冷作店采用了暖色的招牌与圆润的标题字,与冷作的行业属性及调性不匹配;修锁铺采用了 LED 闪光字招牌与吹塑板招牌,从外形到材料,都缺乏与修锁行业的关联性。

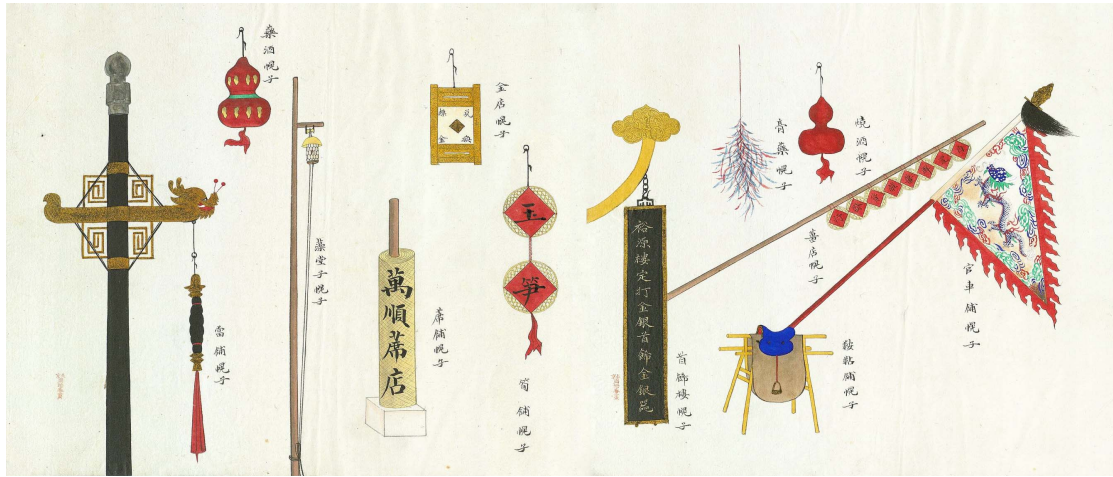


图 1 传统幌子

Fig.1 Traditional shop signs

最后,缺乏传统文化的体现。作为历史街区,店招除了商业属性还应当具备文化特征,体现街区的历史记忆与价值。老街店招的设计仅从基本识别功能出发,对传统优秀商业文化的继承与体现不足,导致内涵与品味的缺失。

2 藩城堤巷店招改造设计思路

店招的改造受到多方因素的影响,应当理清各设计要素并加以协调。首先,改造受政策的制约,根据街区整体建筑高度的限制,政策规定矩形招牌短边一般不得大于 80 cm,同时招牌上不得出现电话号码、微信号等具体联系方式以保持招牌信息的整洁。其次,招牌的设计应当尊重店主的合理诉求,在改造过程中与店主保持沟通。最后,由于店铺所处历史街区的特殊性,店招应当体现对传统招幌的传承与创新。店招的具体改造分别从形态、材料、色彩、字体、亮化等方面展开构思。

2.1 行业相关的形态构成

传统的实物幌、模型幌和象征幌都是通过与营业内容的关联性来表达行业属性的。例如,钱庄的幌子为一串铜钱,鞋店以巨大的鞋子模型作为招徕手段,饭店则悬挂穗状布条来代表面条。招牌的改造设计借鉴其表现手法,将行业特征作为主要考虑因素,通过外形的构造及材料的关联性来表达行业属性。例如,茶叶铺的店招可采用制茶的竹匾作为构成要素,餐馆的店招将“碗”的形象融入设计,同理,修锁铺可将锁的外形与店招进行有机结合。

2.2 质朴耐久的材料运用

传统招幌多选用自然材料如木、铜、铁、线、棉、布、藤或其他复合材料,因材施教,体现了天然质朴的特点。在店招改造设计中,借鉴传统招幌的用材观念,使用单纯质朴的材料如木、布、竹编及耐候钢(耐大气腐蚀钢)等,同时搭配亚克力材料。亚克力主要作为灯箱材料使用,与木材、耐候钢等构成强烈的质感对比,彰显材料本身的结构美与肌理美。为了实现材料的耐久性,竹、木等材料应当做特殊处理,做到防水、防污与防腐,保证较长的使用周期^[6]。

2.3 单纯明快的色彩表达

传统招幌大多利用材料本身的质感和色彩,具有单纯明快的特点。招牌的改造设计沿袭传统招幌的色彩处理方式,突出材料本身的自然色彩与纹理,同时注重与环境的协调^[7]。比如茶叶铺用竹匾搭配红色方形亚克力灯箱,色彩明快,具有浓郁的民俗风情,木质的餐馆招牌保持原木色,与砖木结构的建筑色彩协调统一。耐候钢生成自然的锈色,与白色墙面或字体形成鲜明对比,风格质朴,明快醒目。

2.4 醒目恰当的字体选择

基于传播的需要,招牌字体应当醒目易读^[8]。一般来说,笔画较粗、结构明晰的字体更易于远距离识别,同时还应注重字形的优美、风格的适宜。特定形态的字体可以渲染气氛,塑造店铺风格,抽象地反映店铺的文化理念^[9]。比如质朴粗犷的剪纸字体,富有民俗气息,渲染了茶叶铺的乡土风情;基于劲黑体的字形设计,造型洗练,风格硬朗,契合了冷作坊的空间气氛。

2.5 夜间亮化的灯光处理

部分店铺夜间营业,在店招设计上有亮化的需求,因此选择 LED 亚克力灯箱作为主要亮化方式,因地制宜地设置灯箱形态使其与店招外形完美融合。首先,灯箱光线均匀柔和,对人的视觉刺激温和,减少了光污染;其次,灯箱隐藏了发光构件,使其外形明晰,避免了视觉混乱;最后,将灯箱与招牌的构造进行有机结合,两者相得益彰,体现了科技与设计的统一,增加了店招的艺术感染力。

3 长沙市藩城堤巷店招改造设计实践

街区整体店招改造借鉴传统招牌和幌子组合运用的设计理念,每个店铺采用 2 块招牌。除修锁铺以外,其他 4 家店铺门头上方均为主招(主要招牌),其余位置的为辅招(辅助招牌),两者相互配合成为营业内容的补充和招徕功能的互补,实现广告功能的同时,又可形成丰富的视觉层次。长沙市藩城堤巷 5 家店铺招牌具体改造内容,见表 1。

3.1 茶叶铺——“好点茶叶”

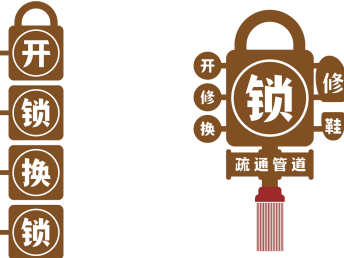
直接借用传统招幌的结构与形制,是现代店招向传统招幌借鉴的基本思路^[10]。茶叶铺的招牌借用传统笋铺幌子“玉笋”幌子的形制,以制茶工具竹匾作为招牌主体,内置红色方形亚克力,并配以浅黄色文字,见表 1。竹匾涂刷清漆做防水与防腐处理,方形亚克力与汉字的搭配是对传统红纸黑字形态的模拟,相对于传统黑字红底的搭配,浅黄色与红色对比更加鲜明。剪纸字体粗犷、醒目,与安化黑茶的乡土调性相吻合,主招上的红色方形作为灯箱,内置 LED 灯以实现夜间亮化,招牌的材质自然质朴,色彩鲜明,具有浓郁的民俗美学特征。

根据功能及位置的不同,主招和辅招尺度不同。主招竹匾的直径大小根据卷闸门的宽度定制,辅招尺度较小,高挂于山墙以实现远程招徕的功能,并以产品“安化黑茶”为宣传卖点。

3.2 餐馆——“一碗炒饭”

主招外表层为合成板材,表面模拟自然木材的纹理,与砖木结构的建筑风貌相协调,保证了美观效果

表 1 长沙市藩城堤巷 5 家店铺招牌改造
Tab.1 Shop signs renovation of five shops in Fanchengdi Lane, Changsha

店铺类型	改造前	招牌设计稿	改造后
茶叶铺			
餐馆			
冷作坊			
修锁铺			
棉被加工铺			

且节约制作成本。招牌内置 LED 暖白色亚克力灯箱，文字部分镂空，灯光塑造出字形，实现了夜间识别内容的功能。主招大小根据门框上方的金属卷闸门舱尺寸定制，在隐藏卷闸门舱的同时，尽量减少对建筑的影响。店名“一碗炒饭”选择小罍碑字体，字形古朴雅致，将“碗”字转化为碗的图形，增加了识别度和

趣味性。
辅招主体采用板材，其余部分选择金属材料。其形态参考传统招幌的构成方式，将“幌挑”拟物成“筷子”，“幌挂”拟物成“面条”，底部缀以“碗”的造型，照应了店名“一碗炒饭”。传统幌子的构造方式，为招牌增添了艺术性与趣味性，丰富了展示效果。

3.3 修锁铺——“开锁换锁”

主招和辅招均以耐候钢为主要材料,并辅以白色亚克力文字,两者色彩明度对比大,可满足高识别度的广告要求。耐候钢与常用的锁同为金属材质,因此与修锁行业产生关联。同时,耐候钢形成的天然锈面具有丰富的质感,作为保护层,耐腐蚀性好,满足了耐久性要求。从艺术层面来看,生锈的效果为招牌注入了“时间”的观念,增加了店铺的历史感和艺术性。

复合式文字招幌以招幌的形制、色彩的隐喻为主要识别方式,并辅以相应的文字^[11]。修锁铺的主招借鉴复合式文字招幌的设计思路,以代表性的行业附属物作为外形来源,根据修锁铺的营业内容——开锁、修锁、换锁,提取锁的外轮廓;根据修鞋业务,提取鞋底轮廓;疏通管道业务,则提取马桶搋子外轮廓,并将提取的各个形状进行组合。根据“对称与均衡”的美学法则,构筑出一个集3种主行业为一体的招牌外形,并在对应位置标示文字^[12]。字体选择方正跃进体,笔画粗,易阅读,有厚重感与历史感。其复合外形具有独特性和强烈的记忆点,有助于商业传播。

修锁铺位于街区的十字路口旁,临街有2个建筑立面,为了保证主要视角上的识别效果,辅招设于建筑两立面交接处,垂直于内侧立面,与外侧立面处于同一平面。辅招形态的“势”与建筑物窄而高的外形保持一致,与之产生了和谐的结构关系。为了实现夜间识别的效果,将灯箱融入辅招的外形结构中,4个方形灯箱,双面镂空文字,内衬白色亚克力灯箱板。最上端的方形灯箱融合了锁的外形,表达了修锁的行业属性。

3.4 冷作坊——“NO.121 冷作坊”

“NO.121 冷作坊”原名“壹贰壹號冷作店”,“121”为该店门牌号。将原来的繁体字变为阿拉伯数字,并用“NO.”标示序数,简洁易读,识别性更佳。“冷作”与“作坊”组合出“冷作坊”的新店名,使其营业模式的表达更加精准,双关的修辞手法易于记忆与传播。冷作加工行业以金属为材料,进行各种器物的制作,金属不经高温而直接加工,因此称为“冷作”。店招选用耐候钢作为材料,既与行业属性契合,又考虑了建筑,因为建筑立面为白色,所以耐候钢低明度的锈色与之形成高对比度,满足了识别要求。

主招文字以造字工房劲黑体为基础,进行字形再设计。大块面的字体风格方便耐候钢的切割与加工,是与材料工艺互相协调的结果。辅招以字体镂空的方式标示具体营业内容,镂空处透出白墙,方便阅读。主招与辅招两者内容上互为补充,位置上遥相呼应,形式上变化统一,形成了丰富的视觉效果。

3.5 棉被加工铺——“郑记加工棉被”

店主姓“郑”,因此店招在原来的标题前加入了

“郑记”二字。首先,在店主姓氏后加上“记”字作为店铺名称的前缀,是对传统的商业习俗的继承;其次,与街道其他棉被加工铺有了明确的区分。

招牌保留了原招牌的暖色,材料选择橙色的帆布,文字进行浅黄色丝网印刷。帆布作为棉织物,质地柔软,视觉触感温和,符合被子温暖的品质,表达了棉被加工的行业属性。低明度的橙色与高明度的浅黄色搭配,对比鲜明,易于识别,营造了吉祥喜庆的氛围,符合顾客求吉的心理。字体根据拼布艺术的造型特征,融合了拙朴感与现代造字美感,笔画敦厚,易于识别。

4 结语

传统招幌设计以其丰富的表现方式为现代店招设计提供了重要理念参考。通过对传统招幌的深入了解和对照城堤巷店招现状的分析,根据改造需求,梳理整合各设计要素,分别从行业相关的形态构成、质朴耐久的材料运用、单纯明快的色彩表达、醒目恰当的字体选择和夜间亮化的灯光处理这5个方面展开设计思路,对5家店招实施改造实践,从而实现对传统招幌文化的继承与创新。将传统招幌设计理念运用于现代店招设计的方法探索,为历史街区店招的整体规划与设计提供了新的方向和可能。传统的造物智慧是现代设计的宝贵资源,继承与发展招幌文化,对于提升历史街区的地域特色、打造城市名片、保护中华文脉沿袭、坚定民众文化自信具有重要的价值和意义。

参考文献:

- [1] 钟福民. 传统招幌与现代商业视觉设计[J]. 包装工程, 2008(5): 180-182.
ZHONG Fu-min. Traditional Poster and Modern Commercial Visual Design[J]. Packaging Engineering, 2008(5): 180-182.
- [2] 曲彦斌. 中国招幌辞典[M]. 上海: 上海辞书出版社, 2001.
QU Yan-bin. The Dictionary of Shop Sign in China[M]. Shanghai: Shanghai Lexicographical Publishing House, 2001.
- [3] 陈旻瑾. 中国传统幌子的设计美学研究[D]. 无锡: 江南大学, 2004.
CHEN Min-jin. Study on Design Aesthetics in Chinese Traditional Commercial Poster[D]. Wuxi: Jiangnan University, 2004.
- [4] 王欢. 论明清招幌广告的视觉传达之美[J]. 出版广角, 2016(16): 67-69.
WANG Huan. On the Beauty of Visual Communication of Advertisement in Ming and Qing Dynasties[J]. A Vast View on Publishing, 2016(16): 67-69.
- [5] 王鹤, 吴钰姮. 中国传统招幌风格与形式的研究[J].

- 设计, 2015(21): 58-59.
- WANG He, WU Yu-heng. The Research of Traditional Sign's Style and Form in China[J]. Design, 2015(21): 58-59.
- [6] 熊建新, 朱琦. 现代城市商业招牌标识的多元化发展[J]. 包装工程, 2007(6): 183-184.
- XIONG Jian-xin, ZHU Qi. Multiple Development of Commercial Signboards Design in Modern City[J]. Packaging Engineering, 2007(6): 183-184.
- [7] 郭曙光. 色彩在艺术设计中的应用[J]. 包装工程, 2019, 40(4): 270-272.
- GUO Shu-guang. The Application of Color in Art Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(4): 270-272.
- [8] 任莉. 字体设计中民族文化符号的创新与应用[J]. 包装工程, 2019, 40(16): 294-297.
- REN Li. The Innovation and Application of National Cultural Symbols in Font Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(16): 294-297.
- [9] 王玉红. 汉字在标志设计中的创新应用[J]. 包装工程, 2019, 40(2): 99-103.
- WANG Yu-hong. Innovative Application of Chinese Characters in Logo Design[J]. Packaging Engineering, 2019, 40(2): 99-103.
- [10] 陈旻瑾. 从文化人类学视角解析中国传统招幌设计[J]. 艺术百家, 2013, 29(5): 229-230.
- CHEN Min-jin. Traditional Chinese Signboard Design Viewed from Cultural Anthropology[J]. Hundred Schools in Arts, 2013, 29(5): 229-230.
- [11] 张婷婷. 论中国古代的招幌广告[J]. 山西师大学报(社会科学版), 2014, 41(S1): 62-64.
- Zhang Ting-ting. On the Advertisement of Shop Sign in Ancient China[J]. Journal of Shanxi Normal University (Social Science Edition), 2014, 41(S1): 62-64.
- [12] 殷实. 视觉传达设计中视觉思维模式的创新探索[J]. 包装工程, 2020, 41(4): 291-293.
- YIN Shi. Innovation and Exploration of Visual Thinking Mode in Visual Communication Design[J]. Packaging Engineering, 2020, 41(4): 291-293.

(上接第224页)

- [10] Mostafa M M, El Masry A A. Citizens as Consumers: Profiling E-government Services' Users in Egypt Via Data Mining Techniques[J]. International Journal of Information Management, 2013, 33(4): 627-641.
- [11] 李恒超, 林鸿飞, 杨亮, 等. 一种用于构建用户画像的二级融合算法框架[J]. 计算机科学, 2018, 45(1): 157-161.
- LI Heng-chao, LIN Hong-fei, YANG Liang, et al. Two-level Stacking Algorithm Framework for Building User Portrait[J]. Computer Science, 2018, 45(1): 157-161.
- [12] De Andres J, Pariente B, Gonzalez Rodriguez M, et al. Towards an Automatic User Profiling System for Online Information Sites Identifying Demographic Determining Factors[J]. Online Information Review, 2015, 39(1): 61-80.
- [13] 刘速. 浅议数字图书馆知识发现系统中的用户画像——以天津图书馆为例[J]. 图书馆理论与实践, 2017(6): 103-106.
- LIU Su. The Persona in Digital Library Knowledge Discovery System: Taking Tianjin Library as an Example[J]. Library Theory and Practice, 2017(6): 103-106.
- [14] Greg Carley. Disney Movies Anywhere App Personas [EB/OL]. <https://www.behance.net/gallery/14975537/Disney-Movies-Anywhere-App-Personas>
- [15] 余孟杰. 产品研发中用户画像的数据建模——从具象到抽象[J]. 设计艺术研究, 2014, 4(6): 60-64.
- YU Meng-jie. Data Modeling of User Portrayal in the Product Development: from Concrete to Abstract[J]. Design Research, 2014, 4(6): 60-64.
- [16] 吴义. 基于 Hadoop 和 Django 的大数据可视化分析 Web 系统[D]. 上海: 东华大学, 2016.
- WU Yi. Big Data Visualization Analysis Web System Based on Hadoop and Django[D]. Shanghai: Donghua University, 2006.