

宣化店VI系统中的标志设计及应用

徐 茜 李青青

中南民族大学 湖北武汉 430074

摘要:近年来, 广大人民对旅游景区的服务和产品需求日益增加, 同时带动了旅游景区的人文, 和艺术的发展, 逐渐成为国内影响较大的活动项目。宣化店镇在湖北是一个发展很欠缺的小乡镇, 没有比较完整, 独立, 具有可识别性的景点形象, 品牌塑造也有所欠缺, 游客只能粗略的记住历史遗迹和历史风貌, 却没有一个具有代表性的符号去代表它, 所以一些旅游景区吸引的游客较少。因此宣化店镇旅游景区需要一个具有代表性的符号去作为它品牌形象的标志。

关键词: 宣化店; 标志设计; 应用

Logo design and application in VI system of Xuanhua store

Xi Xu, Qingqing Li

South-Central University for Nationalities, Wuhan, Hubei, 430074

Abstract: In recent years, the people's demand for services and products of tourist attractions is increasing day by day, and at the same time, it has led to the development of humanities and art in tourist attractions, and gradually become a major activity project of domestic influence. Xuanhua shop town in hubei realize very lack of small towns is a development, have relatively complete, independent, is to recognize the scenic image, branding is lacking, tourists can only rough remember historic sites and historical style and features, But there is no representative symbol to represent it, so some tourist attractions attract fewer tourists. Therefore, Xuanhuadian Town tourist attraction needs a representative symbol to serve as its brand image symbol.

Keywords: Xuanhua store; Logo design; application

近年来, 我国城镇化建立的过程快步向前, 城镇的形象建设, 关系着地区文化、教育、经济等方面的发展。基于此现状, 塑造城镇形象, 打造精品和可持续的城镇品牌已成为一种迫切需求, 这种需求在于发展旅游产业、招商引资和打造优质生活。地域文化作为城镇形象设计中的基本要义, 我们要充分挖掘和提炼, 来确定宣化店镇的建设风格和未来的发展理念, 以此为根基来塑造宣化店镇的品牌形象。

一、概况

(一) 宣化店旅游特点

湖北省孝感市大悟县宣化店镇是一个典型的贫困小村镇, 宣化店拥有丰富的旅游资源, 但是因为种种原因,

比如交通、品牌、人文等因素的影响使其黯淡无光。由此, 想要让更多的人知道它、了解它, 就要打开知名度, 吸引招商投资、发展经济的第一步便是扩大知名度, 要想扩大知名度, 就要以长远的目光去打造一个具有丰富文化内涵、独具文化特色的宣化店镇新形象。走新型城镇化这条道路已经提出, 对于像宣化店镇这样欠发达的小城镇, 想要抓住这个契机去发展壮大自己, 就必须在城镇形象上加快塑造。

目前, 我国对偏远小城镇品牌形象的开发还没有引起足够的重视, 对小城镇地域文化的发掘还存在巨大潜力, 且没有相关的理论支持。湖北省孝感市宣化店镇是一个典型的贫困小村镇, 我们需要挖掘更多与其相关的元素, 并且在这些元素上进行提炼, 进行系统的设计。为此, 在互联网背景下, 为宣化店镇打造一个极具特色的形象识别系统, 提升整体村镇气质从而带动文化、教育、经济发展。对湖北省大悟县宣化店镇的旅游、人文、

作者简介: 徐茜 (1999.3-), 女, 汉族, 湖北鄂州人, 研究生在读, 单位: 中南民族大学美术学院艺术设计专业, 研究方向: 艺术设计视觉传达方向。

自然资源进行充分而系统的分析,用理论和实际设计的方法,去探索如何深度地挖掘宣化店镇中的地域文化,如何用宣化店镇的地域文化去构造城镇形象的问题。

(二) 宣化店旅游的VI系统

宣化店镇每年都有大量的游客来到这里参观,同时这里也是全国重点扶贫县,因为地形原因,这里的经济发展滞后,很多偏远农村都处于贫困状态。宣化店镇拥有如此优质的资源,却没有一个基本的形象识别系统,品牌塑造基本没有。宣化店镇有旅游、人文、自然资源,却无品牌、无特色、且开发程度低的尴尬。目前,我国对偏远小城镇品牌形象的开发还没有引起足够的重视,对小城镇地域文化的发掘还存在巨大潜力,且没有相关的理论支持。

(三)《宣化店》标志设计的意义

本课题所做实践和理论研究,主要是对于湖北省大悟县宣化店镇的旅游,人文,自然资源进行充分而系统的分析,通过对当地的实地考察研究,访问,体验,总结,结合国内外的相关理论,用理论和实际相结合的方法,去探索如何深度挖掘宣化店镇的地域文化,宣化店镇的地域文化去构造城镇形象的问题。

二、宣化店文旅产品的标志设计

(一) 标志设计中的图形设计

标志中的图形设计是具备很多种功能的,除了具备一般标志的功能外,还应考虑到该标志特殊的定位、价值取向和精神象征。该标志的定位要求设计师在设计思路应充分考虑这些因素,切不可有失偏颇,出现歧义,宣化店镇的标志围绕红色革命展开,它的主题是严肃,积极,具备凝聚力的。在了解该标志的功能性后,设计出大众所能接受,直观,易懂的标志。做到具体问题具体分析,图形具有吸引力,美观,富有新意,色彩上,运用偏向简单,使用一些代表性的图形。

在标志设计中,想做好一个标志设计,首先要了解对象的使用目的,使用范畴,深刻领会所设计的标志设计的功能性和要求,在了解之后,设计出一个大众所能接受的,直观,易懂的标志设计。并且要做到具体问题具体分析,图形具有吸引力,美观,富有新意。我设计的图形是以“宣”字为图形的基础,从大体的结构的设计来说,我的想法是将青山代替“宣”字的上方结构,宣化店镇旅游景区首先是以它的旧址出名,另外它的风景优美,因此将上方的结构用青山的图形来设计的,突出旅游景区的风景,我的想法是用简洁的中原旧址图案,代替“宣”字的中间部位,主要是突出宣化店最有特点的中原旧址,下面是用活泼生动的曲线表现,想体现的

是绿水的感觉。从整体的图形设计来说,我想设计出一种很庄重,又威严的标志去代表宣化店镇的品牌形象。

(二) 标志设计中的色彩设计

标志设计的色彩是根据具体设计的图形来搭配的,要符合标志的特点,不同的颜色所代表的意思也会不同,宣化店镇的标志是围绕红色革命展开,红色革命的主题是严肃的,积极的,具备凝聚力的。例如,一般的景区会选择用红色作为主要颜色,或者添加辅助色去丰富图案标志,在了解该标志的功能性和要求之后,应设计出一个大众所能接受的,直观,易懂的标志。并且要做到具体问题具体分析,图形具有吸引力,美观,富有新意,色彩上,运用偏向简单,所用颜色根据实际要求,进行合理调配。我所设计的标志是以黄红色为主要,添加了绿色和蓝色作为辅助色,主要是想表达宣化店镇的地方特点,运用不同颜色去代表当地的特色,宣化店风景宜人,青山绿树环绕。我所涉及的标志就是将青山,绿水,还有著名当地建筑结合在一起,组合成一个新的代表宣化店镇的标志。

(三) 标志设计中的文字设计

文字在标志设计中既以图形的方式来表现内容,也是传递信息的平台,可以清晰,明确的表达概念并增强效果,我选择了行书的字体作为标志中的字体设计部分,它代表了宣化店镇的风景是具有生机与活力的,同时在宣化店镇留下了一些革命历史事件,是值得敬畏的,很正式的,行书既有活泼的表达,也蕴含了严肃,值得人敬畏的情感,书法是中国遗留下来的非物质文化遗产,值得我们去弘扬和传承,所以,我选择了行书作为我所设计的标志中的字部分。

(四) 标志设计中的名称设计

我所设计的标志的名称叫做“宣化店”,因为是代表景区的名称,我希望是比较直接,人们看一眼就能记住,并且印象深刻的,主要是简洁明了,说的就是宣化店镇这个地方,可以让旅客以及看到这个名称的人去联想宣化店镇是个什么地方,里面有什么,能够吸引大家的注意,引起大家的思考,让大家去搜查宣化店镇的基本情况,所以,我最后决定我的标志的名称叫做“宣化店”。

三、宣化店标志设计的应用

(一) 标志设计在宣传中的应用

在现代化的设计中,标志设计越来越趋向简洁明了,有辨识性,标志设计的灵感和它的应用来自很多的地方,在我所设计的标志,我会运用在不同的地方,同时会作为商用,宣化店镇是为了弘扬革命精神,带动当地的经济,扩大当地的名气,因此我会首先用在海报上作为宣

传,同时我会使用在宣传手册上面,宣传手册是每一个旅游景区必备的用来介绍当地的特色的必要物品,同时会运用在当地的文创产品上面,在旅游景区,我设计出了一些文创产品,例如胸章,帆布袋,信封,明信片,革命时期的杯子,手抄笔记本,还有旅游景区工作人员的工作牌,指示牌上面,都会使用宣化店镇的标志,宣化店镇的标志运用在宣传中,是希望能让人们去熟知宣化店镇这个地方是一个著名旅游景区,具有革命精神的凝聚力和向心力,值得我们去学习和弘扬。

(二) 标志设计中的文旅产品中的应用

作为旅游风景区,基本上文化旅游产品都是随处可见的,并且很多的文化旅游产品都印上了旅游风景区的标志,很多的游客也会在风景区游玩的同时买一些文化旅游产品作为纪念,在文创产品上,我会推广出一系列的文旅产品,虽然是一些大众所见过的,不过在风景区会有其独一无二的标志,我会将标志印在胸章上,还会推出一系列的风景插画是描摹的宣化店镇的风景,也会放在胸章上,这个也算是一种纪念,对革命烈士的敬重。还会推出硬壳笔记本,专属信封,配套的信纸,还有帆布包,革命战士水杯,抱枕,便于人们出行的时候装随身物品。也会推出明信片,同样里面不仅有标志的明信片,还会有插画风格的风景区明信片。主要是方便游客想对宣化店镇留有深刻的印象,并且购买一些当地的特色产品。

(三) 标志设计在指示系统中的应用

在现代化生活中,大街小巷都有不一样的指示牌。标志和人们的生活紧密相关联着,将整个社会连成了一个整体,解决了公共环境管理和公共秩序,为公共秩序所需提供了便利和贴切的服务。因此也可说,公共指示牌是整个城市公共环境设计中必不可少的物品,给城市增添了色彩,给人们带来了一些生活中的乐趣,在迷失方向的时候,给人们指明正确的方向。

在我所设计的指示系统中,我会运用上我设计的宣化店镇的标志,在进入风景区的大门上,会放上风景区的标志以及宣传海报,便于人们去了解,同时还有风景区的手册,让大家更直接的去了解当地的情况。还会设计出关于宣化店镇旅游景区的方向标志,让去旅游景区观赏的人们在沿途观赏中不会迷失方向,宣化店镇是一个小村庄,因此在观赏的过程中会走入小巷子里面,从而会迷失方向,我会设计出一系列的指示牌,同时在工作人员站岗的时候,我会设计出工作人员专属的工作牌,

让游客清楚地知道工作人员是谁,同时也可以向工作人员去了解一些当地的情况,在参观者身上我们会设计出参观证,就相当于参观的门票,代表着指示牌是宣化店镇旅游景区的专属标志牌,让来过的参观者留下深刻的印象。

四、结语

宣化店镇的标志广泛传播能够给当地带来巨大的经济效益,文化大传播,交通也能得以改善,打开知名度,吸引招商投资,同时在互联网的背景下,为宣化店镇打造一个极具特色的识别系统,提升整体村镇气质从而带动文化,教育,经济发展,从而助力脱贫。在宣化店镇的VI系统中,我设计出了一系列的产品,带动当地的文化产业等相关产业的发展,宣化店镇的VI系统的设计希望宣化店镇带来实际的帮助,去带动宣化店镇的发展,资源得到最大化的利用,让红色文化和我的设计相结合,让民族精神得到最大化的传播。品牌形象的广泛传播能够给当地带来巨大的经济效益、传播文化、改善交通、提升名度、吸引招商投资,同时在互联网+的背景下,为宣化店镇打造一个极具特色的VIS形象识别系统,提升整体村镇气质,从而带动文化、教育、经济发展。

参考文献:

- [1]周朝琦,侯龙文,邢红平.《品牌文化:商品文化意蕴、哲学理念与表现》[M].经济管理出版社,2002年.
- [2]蓝天.《企业品牌与文化》[M].华中科技大学出版社,2002年.
- [3]方世敏,阎友兵.《红色旅游研究》[M].湖南人民出版社,2007年.
- [4]《品牌设计与发展手册》[M].经济管理出版社,2002年.
- [5]黄锂.周恩来赴宣化谈判途中的一段往事[J].武汉文史资料,2001年.
- [6]《八一精神与英雄城的建设》[J].江西科技师范学院学报,2010年.
- [7]《浅析红色旅游中的讲解员讲解与红色文化传承》[J].学术期刊《文存月刊》,2018年.
- [8]覃蔚峰.《百色红色旅游创金色效益》[J].广西党史,2005,(5)
- [9]李陇堂.《红色旅游开发与规划研究》[M].中国社会科学出版社,2015年.
- [10]刘弘.《红色旅游之长征路》[M].上海社会科学出版社,2018年.