

字体设计在招牌设计中的实践探究

李佛君

(广州城建职业学院 广东 广州 510925)

摘要: 随着现代商业社会的不断发展,为了能够在激烈的竞争中取得优势地位,所有商家都绞尽脑汁吸引消费者,这也是当前商业店面在实际装修时对相关设计越来越重视的重要原因之一。设计者所设计的质量较高的招牌能够更好地发挥出其宣传效用,彰显企业的良好经营理念,想要传递的对于消费者的“感同身受”更好地传递给消费者,从而帮助企业以及商家在消费者心中树立起良好的形象,赢得更多忠实用户。在进行招牌设计的过程中除了有图片之外最为突出的就是文字上的设计,其中字体的灵活运用能够帮助更进一步提升品牌的实际形象。文中就对字体设计在招牌设计中的实践进行了探究,期望能够帮助招牌设计的品质更有保障,为商家吸引到更多的观众。

关键词: 字体设计;招牌设计;实践探究;字体设计应用

引言

近些年来店面装修越来越受到商家的重视,好的设计能够帮助企业对外树立更加良好的形象,从而吸引到更多消费者的青睐。在整个店面的装修中,招牌的装修与设计是占据着极为重要的一部分的。在实际招牌时,设计者运用图形以及文字,再增加一些特殊的材料等来体现出品牌本身的特征,从而给消费者留下更加深刻的印象。在实际进行招牌字体设计的过程中,设计者应该遵循一定的设计原则,确保最终设计的成品能够准确去传达有关于品牌的信息,相关的经营理念等,在风格上尽可能地简洁,但也不能过于简单。招牌字体设计在实际进行过程中,设计者必须要充分去研究本行业,商家主打产品的形象,并在此基础上进行风格的创新,使其形成相对比较独特的形象。要能够突出表现出企业的发展性以及其值得消费者信赖的特征,真正做到促进消费者的购买力,促进企业的长期更稳定发展。

一、招牌的作用

几乎每一家企业,店面都会有自己的招牌,招牌的主要作用在于帮助商家展示自己所创建店铺的名称,或者展示代表商家的独特符号,因此招牌也被称之为店标。在某种程度上来讲,一家店铺的招牌的设计代表了该店铺的对外形象,决定了这家店铺能否吸引到足够的消费者进入到店面中来^[1]。因此商业经营中其销售额与招牌设计的好坏其实是息息相关的。招牌设计也分为很多种,如品牌招牌,部门指示牌,街道两旁的霓虹灯招牌等等。从更宽泛的范围上来讲,招牌设计其实是企业进行形象识别的一部分。因此招牌的最终设计成效与功能和招牌的字体设计之间其实是存在着相互包容的关系的。用一句话概括,就是字体设计会涉及到对店面招牌的设计,而所谓的招牌设计很大程度上就是由字体设计构成的。

二、字体设计与招牌设计之间的关系

店铺招牌的设计包括了图形上的设计以及文字上的设计,整体招牌色彩的搭配,不同制作材料的配比与使用的。主要目的是为了凸显出店面品牌形象,从而最终发挥出宣传品牌思想以及其经营理念,相关企业文化等的作用^[2]。招牌的存在对于商家的经营有着极为重要的作用,尤其是对于连锁经营的品牌而言,招牌设计可以帮助其品牌宣传工作开展得更顺利。在与消费者建立起沟通销售桥梁的过程中,招牌是最为不可或缺的存在,招牌的形象设计表现良好,就能够为商品销售带去良性增益,并进一步提升企业在消费者心目中的形象地位。从企业经营的角度来讲,要想与消费者建立起更牢固的供需关系就需要进行企业形象的整体设计,而招牌设计正是企业对外形象设计中的一部分,至于字体设计则又是招牌设计中的一部分,是后者在实际落实过程中经常会使用到的一种设计方式。

(一) 字体设计帮助招牌更具识别性

在整个的企业形象识别体系中,招牌设计的作用是极为重要的,是对企业自身身份以及性质的一种重要展示。在实际进行招牌设计的过程中运用字体上的创意设计可以帮助进一步去强调企业的品牌形象,从而帮助扩大招牌对于消费者在视觉上的影响,刺激消费者的心理,营造出一种与企业整体形象更加契合的经营氛围,从而帮助企业在消费者心中的形象更加深刻。

(二) 字体设计帮助增强招牌信息的传播性

招牌本身就是千篇一律的,很容易造成观众审美上的疲倦,识别性变差的同时,也不容易被消费者记住,如此,招牌本身的信息传播特性也会被大大降低。而好的字体设计则能够帮助招牌在众多展示用品中脱颖而出,提高信息的传播价值与传播性。从传播学的角度去讲,所谓的企业识别,对内要求组织内部形成一定的同一性,对外则要求组织的个性得到更充分的展示,从而有区别于其他存在的差异^[3]。而好的字体设计则能够帮助加深企业形象的对外差异性,从而强调企业本身独有的风格与特性,充分展示出企业的自有价值,这也是招牌本身价值的最好体现。

(三) 字体设计帮助企业职工更具归属感

从企业识别的角度来讲,对外的独特性会令消费者对企业产生极为深刻的印象,从而在众多品牌中选择本企业。而对内部职工而言,独特的设计也会令组织内的所有个体更清晰地认识到自己是属于某一组织群体的,其在思想意识以及行为等方面都应该要服从该组织的制度,最终达成组织内部的更契合沟通,相互之间产生认同,达到更好的协作以及相互支持。譬如说总公司以及子公司之间就可以借助于招牌中的独特字体设计将二者更紧密地关联起来,增强子公司成员对于整个企业的归属感。字体设计能够帮助提升招牌本身的美学意味,使其在文学审美方面具备更高的价值。而设计后的字体对于组织内的成员则会有更大的文化教育功能,使其对企业文化以及相应的文化精神有更深刻的认知以及更强的认同。

三、各行业招牌设计中字体设计的分析研究

(一) 汽车企业雷克萨斯招牌设计分析

雷克萨斯汽车在进行招牌设计的过程中采取了标志性图形与字体设计结合的形式,同时还运用了比较特殊的材料。最终形成了简约且纯粹的设计效果。其中字体设计部分的直观表达更是凸显了雷克萨斯汽车这一品牌一贯的简约风格,结合材质的巧妙运用,最终达成使用最少的元素去实现最为纯粹的表达的效果。在实际进行招牌设计或者是其他作品设计的过程中要想达到简约的境界其实并不容易。过于节省就会简单没有内涵,但稍微增加元素又会显得繁琐^[4]。因此简约要求设计者在进行简化设计的同时又不牺牲最终的设计成效,这意味着设计者必须要有足够精湛的技艺且对设计者手中的材料必须要有足够深刻的理解。而雷克萨斯汽车的招牌设计

明显做到了这一点,通过将形式进行简化,使其达到一种极为纯粹的状态,这对于设计本身来讲也是一种极具创造性的行为。

(二) 餐饮品牌星巴克招牌设计分析

星巴克的招牌设计与其所奉行的绿环境设计是息息相关的,这一设计策略从 2009 年被宣布之后,星巴克在进行店面设计装修,招牌设计的过程中处处对其进行体现。而隐藏在这一切设计理念背后的则是企业想要帮助消费者在店内获得全新体验的殷切期盼,同时也代表其对于周遭环境的一种珍惜,期望在建立新店的过程中能够尽可能地减少对环境造成的冲击。

星巴克的店面招牌在实际设计的过程中是极为简约的,本身的组成只有文字,再加上一些绿色的色彩填充,最大程度体现了其对于绿色环保节约理念的奉行。而招牌中有关于字体部分的设计也是极为简约的,借助于等比例的无衬线体突出了其在整体上的节约风格,同时为了避免这种风格统一造成的最终成效上的单调,设计者围绕星巴克环保主题在字体的周围灵活运用了一些其他的设计元素,最终形成了简约但又丰富的视觉效果,再结合周围的灯光,环境等,极为明了地表达了星巴克本身所倡导的环保主题内涵。就像是星巴克的经营者所说的那样,他们希望顾客在购买咖啡时对咖啡的传统工艺与历史有更深刻理解的同时,也能够对环保产生更加强烈的意识。也许世界各地不同的星巴克店面在设计装修时会反应不同地域的文化特色,但其核心的特征并不会有所改变,始终强调节约能源的重要性。

(三) 化妆品企业欧莱雅的招牌设计分析

化妆品企业欧莱雅在进行专柜店面的招牌设计时,所采用的字体为线条相对柔和的无衬线体,所代表的是一种女性的柔与美,同时在设计上并不繁复,遵循简约大方的风格,结合其本身的装修设计,带给观者极为高贵大方的一种感受。欧莱雅专柜店面招牌在进行字体设计时正是借助于这种简约高贵的设计风格突出了其原本的品牌特征。最为知名度最高且历史最为悠久的化妆品品牌之一,欧莱雅的产品配方运用了高科技的技术,而产品的包装也极为精美高贵,在带给消费者愉悦的产品使用感受的同时也为其营造了一种可以获得的奢华体验,这也是其能够赢得众多消费者青睐的重要原因之一。

四、字体设计在招牌设计中的应用方式

无论是雷克萨斯汽车还是星巴克咖啡,欧莱雅化妆品,其在进行招牌设计的过程中,在字体设计方面均有着极为独特的思考,最终都呈现出了简洁但不简单的设计效果。与此同时通过其他元素的运用糅合,也分别展现了各自产品的特性。这意味着招牌在进行设计的过程中必须要考量到比较多的因素,包含了产品本身的特点,企业的经营理念,企业的文化理念,产品受众的特点等等^[5]。故而在实际进行招牌设计,选择字体设计风格的过程中必须要提前对与之相关的各个方面进行详细调查。字体是招牌设计的重要也是最为基本的要素之一,最终的招牌设计能否成功,字体设计在其中发挥的作用是至关重要的。在确定了企业,公司以及品牌之后,设计者在着手进行字体设计之前应该就以下几点进行调查:

①所设计的字体形象是否符合本行业,本产品的对外形象

②在进行字体设计时是否进行了风格上的创新,是否形成了独特的形象

③所设计的字体形象是否是商品的购买者会喜欢的

④所设计的字体是否能够真切表达出企业的发展性,是否能够真正带给企业职工以及其他消费者依赖感

设计者在对字体的形象进行分析之后将调查获得的资料整理分析并与最终的设计进行融合,就能够从中获得比较明确的设计方向。对于招牌设计来说,还是需要进一步优化对字体的设计。

设计者必须要明确的是,所有招牌在实际设计的过程中所传达的都是一个概念,如星巴克的节约环保概念,或者想要传达的是关于她的品牌故事,展示他的品牌形象。如果没有故事,内涵,没有要传递的信息,表达的观点,那么即使最终所设计的招牌是好看漂亮的,那么也只会是一个空壳,难以真正吸引到消费者的目光。在实际进行店面招牌设计的过程中,借助于字体上的设计,设计者需要将企业对于消费者的忠诚情感融入其。只有如此,消费者才会信赖企业所运营的品牌,才会真正忠诚与相应的品牌。字体设计是完全可以表达出这种情感以及企业想要传递给消费者的信息的。在实际设计的过程中当然不能仅仅只有字体上的设计,还应该借助于材料以及其他色彩等特殊效果,从而帮助所要传递的信息特征得到进一步地加强。

很多设计者在进行字体设计,增加材料以及颜色等其他元素的过程中会因为对品牌的不了解,或者自身设计理念不够清晰,造成不同元素的胡乱拼凑,导致最终结果完全背离了其想要表达的初中,甚至所设计的作品带给观众的只有混乱不堪的感受,这一点是极为忌讳的。设计者必须要明确的是在借助于字体设计进行信息传达时想要获得丰富的感受,绝不是简单的元素组合就能达到的,而是需要简单合理的设计理念去融入到整体的信息传达中去。就像是很多比较高档的产品的外包装,其设计上虽然非常简约,但就是能够带给消费者一种大方高贵,典雅的感受,这正是因为其对于设计元素的合理恰当运用。

五、结束语

随着商业竞争得越加激烈,商家在实际经营过程中对于店面招牌,展示柜招牌等的设计越来越重视,在实际进行招牌设计的过程中最为重要的一部分设计就是字体的设计。设计者在进行字体设计时需要充分考虑到招牌的使用场所,招牌背后所代表的产品特征,企业文化与经营理念等。要能够在表达鲜明个性的同时,清晰地传递出企业想要向消费者传递的忠诚情绪,从而赢得消费者的喜爱与青睐。与此同时,还必须要注意不同元素与字体设计的巧妙结合,借助于不同的艺术技巧以及具备创新的思维来帮助最终的设计成品能够在众多设计作品中脱颖而出,展现出其与众不同的风采,最大程度上吸引到消费者的目光。

参考文献:

- [1] 吴珊,钟清悦.传统活字在现代设计中的传承与借鉴——以宋体字体为例[J].传媒论坛,2022,5(10):3.
- [2] 宋依林,李光安.汉字笔画拆解手法在海报设计中的应用探究[J].艺术科技,2022,35(5):3.
- [3] 罗春清.让文字装点一座城——生活中的招牌字体设计与古代匾额漫谈[J].书法教育,2022(2):3.
- [4] 封春年.STEAM理念在中职3D设计类课程教学中的实践探究[J].电脑知识与技术:学术版,2021.
- [5] 徐健.当议字体设计在海报中的应用[C]//中国创意设计年鉴·2018-2019论文集.2020.

作者简介

李佛君,广州城建职业学院,教授,博士研究生,主要研究方向为字体设计与应用、艺术学。

基金项目:2021广东省普通高校特色创新类项目(2021WTSCX317);智能字体设计应用协同创新中心(2020KYPT03);2020广州城建职业学院人文社科课题(2022SKZ05)