

美术字的再设计研究——以西安老字号品牌字体为例

苟洲川

西安翻译学院艺术与 design 学院, 中国·陕西 西安 710105

摘要: 论文聚焦西安老字号品牌字体, 探讨美术字再设计。通过分析西安字体设计的历史文化根基与现状, 结合现代设计趋势, 提出再设计原则与方法, 并以“德懋恭”为例进行实践, 旨在为西安老字号品牌字体创新提供思路, 推动传统文化与现代设计融合。

关键词: 美术字再设计; 西安老字号; 品牌字体; 地域文化

Research on the Redesign of Artistic Characters — Taking Xi'an Time-honored Brand Fonts as an Example

Zhouchuan Gou

School of Art and Design, Xi'an Translation Institute, Xi'an, Shaanxi, 710105, China

Abstract: This paper focuses on the font of Xi'an time-honored brand and explores the redesign of artistic fonts. By analyzing the historical and cultural foundation and current situation of font design in Xi'an, combined with modern design trends, this paper proposes redesign principles and methods, and takes “De Mao Gong” as an example for practice, aiming to provide ideas for font innovation of Xi'an's time-honored brands and promote the integration of traditional culture and modern design.

Keywords: art word redesign; Xi'an time-honored brand; brand font; regional culture

1 绪论

1.1 研究背景

在全球化与数字化浪潮下, 品牌视觉形象的重要性愈发凸显。字体作为品牌视觉系统的核心元素, 不仅是信息传递的载体, 更是文化内涵与品牌个性的直观表达。西安作为历史文化名城, 拥有众多承载城市记忆的老字号品牌, 其字体设计蕴含着丰富的地域文化特色。然而, 随着时代变迁, 部分老字号品牌字体面临老化、缺乏现代感等问题, 难以满足当下消费者的审美需求与市场传播需求。因此, 对西安老字号品牌字体进行再设计研究具有重要的现实意义。

1.2 研究目的与意义

本研究旨在深入挖掘西安老字号品牌字体的文化价值, 结合现代设计理念与方法, 探索适合西安老字号品牌字体再设计的路径, 提升老字号品牌的市场竞争力与文化影响力。理论上, 丰富字体设计与品牌文化领域的交叉研究; 实践上, 为西安老字号品牌字体创新提供可借鉴的策略, 促进传统文化的传承与发展。

2 西安老字号品牌字体设计的文化根基

2.1 西安历史文化对字体设计的影响

西安, 作为十三朝古都, 宛如一部厚重的史书, 每一页都写满了岁月的沧桑与辉煌。其独特的地理位置, 地处中原腹地, 是连接东西方的重要交通枢纽, 使得不同文化在此交汇融合; 而作为多个朝代的都城, 它又长期处于政治中心,

汇聚了天下的精英与智慧。这种特殊的地理位置和政治地位, 孕育出了博大精深、独具特色的文化传统, 为字体设计提供了丰富多元的灵感素材。

从历史的长河中追溯, 秦代的篆书以其规整、严谨的线条和结构, 彰显出秦朝大一统的威严与庄重。在西安的诸多历史遗迹中, 篆书常常出现在碑刻、印章之上, 其古朴典雅的风格为字体设计提供了庄重肃穆的范本。例如, 在设计一些具有历史底蕴、强调权威性的老字号品牌字体时, 可以借鉴篆书的笔画特征, 使字体呈现出端庄大气的气质。

汉代的隶书则是在篆书的基础上发展而来, 它更加简洁流畅, 笔画富有变化, 具有一种灵动之美。汉代是西安文化繁荣发展的时期, 隶书广泛应用于各种文书、典籍之中。在字体设计中, 隶书的波磔笔画和独特的结构可以为字体增添一份活泼与优雅, 适用于那些想要展现文化底蕴又不失时尚感的老字号品牌。

唐代的楷书达到了书法艺术的高峰, 其笔画规整、结构严谨、气质端庄。唐朝时期, 西安(当时称长安)是世界的文化中心, 吸引了无数文人墨客汇聚于此。楷书作为唐代书法的主流, 体现了大唐盛世的繁荣与昌盛。在为与唐代文化相关或追求高品质、正统形象的老字号品牌设计字体时, 楷书的风格无疑是绝佳的选择, 它能够传达出品牌的严谨、专业和对品质的执着追求。

2.2 西安地域文化特色在字体设计中的体现

民俗文化是西安地域文化的重要组成部分, 其中的剪

纸、年画、皮影等艺术形式,以其独特的造型和精美的装饰手法闻名遐迩。剪纸艺术通过一把剪刀、一张红纸,创造出各种生动形象的图案,其线条简洁流畅、富有节奏感。在字体设计中,可以借鉴剪纸的线条特点,使字体具有一种灵动飘逸的美感。年画则以其鲜艳的色彩和丰富的寓意受到人们的喜爱,其图案往往充满了吉祥、喜庆的氛围。将年画的色彩和图案元素融入字体设计中,可以为字体增添一份活泼与欢快,适用于与节日、庆典相关的老字号品牌。皮影戏作为一种古老的民间艺术,其人物造型和动作设计独具匠心。皮影的轮廓线条和动态感可以为字体设计提供灵感,使字体具有一种动态的美感和故事性。

建筑文化是西安地域文化的又一瑰宝,古建筑风格和布局结构对字体设计产生了深远的影响。西安的古建筑,如大雁塔、钟楼、古城墙等,以其雄伟壮观的气势和独特的建筑风格吸引着无数人的目光。古建筑的飞檐斗拱、柱梁结构等元素,可以为字体设计提供空间感和稳定性的参考。例如,在设计字体时,可以借鉴飞檐的弧线和斗拱的层次感,使字体在视觉上更加立体和丰富。同时,古建筑的整体布局讲究对称和平衡,这种美学原则也可以运用到字体设计中,使字体具有一种和谐、稳定的美感。

饮食文化是西安地域文化中不可或缺的一部分,特色美食名称和包装设计反映了字体设计与地域生活的紧密联系。西安的美食种类繁多,如肉夹馍、羊肉泡馍、凉皮等,这些美食的名称不仅具有实用性,还蕴含着丰富的文化内涵。在为餐饮类老字号品牌设计字体时,可以从美食名称中提取灵感,将美食的特色和风味融入字体设计中。例如,为肉夹馍品牌设计字体时,可以采用圆润、饱满的笔画,模拟肉夹馍的形状,使消费者一眼就能联想到美食的美味。同时,美食的包装设计也是字体设计的重要参考,包装上的字体风格、色彩搭配等都可以为品牌字体设计提供借鉴,使字体与包装整体风格相协调,增强品牌的视觉识别度。

2.3 西安老字号品牌文化与字体设计的关联

西安老字号品牌历经岁月沉淀,承载着丰富的品牌文化,包括品牌历史、品牌价值观、品牌精神等。字体设计作为品牌文化的重要载体,通过字体的形态、风格、色彩等元素,传达品牌的文化内涵与个性特征。例如,“德懋恭”作为西安著名的糕点品牌,其字体设计端庄稳重,体现了品牌对品质的追求与传承。

3 西安老字号品牌字体设计的现状分析

3.1 西安老字号品牌字体设计的整体概况

通过对西安老字号品牌的调研发现,目前部分品牌字体设计仍保留传统风格,具有较高的文化辨识度;但也有部分品牌字体存在设计陈旧、缺乏创新、与现代审美脱节等问题。同时,一些老字号品牌在字体应用方面存在不规范现象,这些品牌以其独特的产品和优质的服务赢得了消费者的喜

爱,但影响了品牌形象的整体性。文化传承型,部分品牌(如“德懋恭”“同盛祥”)仍保留传统书法字体或装饰性字体,通过篆书、隶书等古典笔法或回纹、云纹等传统图案强化文化辨识度。例如,“德懋恭”的楷书字体端庄稳重,与糕点制作工艺的匠心精神相呼应;“同盛祥”的牌匾字体采用行书笔意,流露出百年老店的厚重感。创新滞后型,另一些品牌字体设计停滞于 20 世纪风格,笔画粗细单一、结构松散,或直接套用电脑默认字体(如黑体、宋体),缺乏与品牌定位的匹配性。例如,部分餐饮品牌菜单字体与招牌字体风格割裂,线上宣传物料使用网络流行字体,导致品牌视觉系统碎片化,见图 1。



图 1 西安老字号品牌字体设计

3.2 西安老字号品牌字体设计存在的问题

文化内涵挖掘不足,部分品牌字体设计未能充分体现西安地域文化与品牌文化特色,缺乏独特的文化魅力。设计创新不足,字体形态、风格较为单一,缺乏时代感与新鲜感,难以吸引年轻消费者的关注。应用规范不统一,在不同媒介与场景中,品牌字体的应用存在差异,导致品牌形象混乱。缺乏系统性设计,品牌字体与品牌标志、包装、广告等其他视觉元素之间缺乏协调性与整体性。

4 现代设计趋势下西安老字号品牌字体再设计的原则与方法

4.1 现代设计趋势对西安老字号品牌字体再设计的启示

个性化与差异化,在信息爆炸的时代,品牌字体需要具有独特的个性与差异化特征,以吸引消费者的注意力。数字化与互动性,随着数字技术的发展,品牌字体需要适应数字化媒介的传播需求,具备互动性与动态效果。文化传承与创新,在传承西安地域文化与老字号品牌文化的基础上,进行创新设计,使字体既具有文化底蕴又符合现代审美。

4.2 西安老字号品牌字体再设计的原则

文化传承原则,深入挖掘西安地域文化与老字号品牌文化,将文化元素融入字体设计中,体现品牌的文化价值。易读性原则,确保字体在不同媒介与场景中具有良好的可读性,便于消费者识别与理解。美观性原则,追求字体的形态美、结构美与色彩美,使字体具有视觉吸引力。适应性原则,

考虑字体在不同尺寸、材质、媒介上的应用效果,确保字体的适应性与通用性。创新性原则,突破传统设计思维,运用现代设计手法与技术,为字体设计注入新的活力。

4.3 西安老字号品牌字体再设计的方法

文化元素提取与转化,从西安历史文物(如碑林石刻、唐三彩)、民俗艺术(如剪纸、皮影)中提取造型元素,转化为字体设计语言。例如,以“西安钟楼”的飞檐造型为灵感,设计具有向上延伸感的字体结构;或借鉴“秦腔”脸谱的色彩对比,强化品牌视觉冲击力。

字体形态创新,通过笔画变形、结构重组等手法创造独特形态。例如,在“西凤酒”字体设计中,可将“西”字旁的笔画设计为酒瓶轮廓,或通过“凤”字的飞白处理模拟酒液流动感,增强品牌联想。

色彩搭配与运用,结合品牌定位选择色彩方案。例如,传统老字号可采用“朱红+鎏金”的经典配色传递历史厚重感;面向年轻市场的品牌则可运用“薄荷绿+太空灰”等低饱和度色彩,契合环保与科技主题。

动态化设计,利用数字技术为字体添加动态效果。例如,在“冰峰汽水”的线上广告中,字体可随气泡上升产生弹性变形;或通过 CSS 动画实现笔画逐帧绘制,模拟手写过程,增强用户参与感。

多媒介适配设计,针对不同媒介优化字体显示效果。例如,为户外广告设计的字体需强化笔画对比度,确保远距离可读;为手机屏幕设计的字体则需缩小字间距,提升小尺寸下的清晰度。同时,需统一不同媒介中的字体风格,维护品牌形象一致性。

5 西安老字号品牌字体再设计的实践探索——以“德懋恭”“西安饭庄”为例

5.1 西安老字号品牌字体再设计的实践探索——以“德懋恭”为例

5.1.1 “德懋恭”品牌概况与字体设计现状分析

“德懋恭”是西安著名的糕点品牌,始创于 1872 年,具有悠久的历史与深厚的文化底蕴。其现有字体设计较为传统,笔画规整,结构严谨,体现了品牌的稳重与诚信。然而,随着市场竞争的加剧与消费者审美观念的变化,现有字体设计逐渐显露出缺乏创新、时代感不足等问题。

5.1.2 “德懋恭”品牌字体再设计的思路与策略

文化传承与创新,深入挖掘“德懋恭”品牌文化中的诚信、品质、传统等元素,结合西安地域文化特色,如唐代糕点文化、回民街美食文化等,进行创新设计。个性化与差异化,通过独特的字体形态、风格与色彩搭配,使“德懋恭”品牌字体在众多竞争对手中脱颖而出,增强品牌的辨识度。数字化与互动性,考虑字体在数字化媒介上的应用,如网站、社交媒体、手机应用等,设计具有互动性与动态效果的字体,提升用户体验。

5.1.3 “德懋恭”品牌字体再设计的具体方案与实施过程

设计灵感来源,从唐代书法、传统糕点造型、回民街建筑风格等方面获取灵感,将文化元素融入字体设计中。字体形态设计,对字体的笔画进行变形处理,如将“德”字的“彳”旁设计成糕点的形状,将“懋”字的“木”字旁设计成树枝的形态,增强字体的趣味性与文化内涵。

色彩搭配方案,选择具有传统特色的色彩,如红色、金色、棕色等,体现品牌的喜庆、高贵与品质感。动态化设计,运用动画技术,为字体添加动态效果,如飘落的花瓣、闪烁的星光等,营造出温馨、浪漫的氛围。多媒介适配设计,对字体在不同媒介上的显示效果进行优化,确保字体在各种尺寸、分辨率下都能清晰显示。

5.2 西安老字号品牌字体再设计的实践探索——以“西安饭庄”为例

5.2.1 “西安饭庄”品牌概况与字体设计现状分析

西安饭庄作为西安餐饮行业的百年老字号,以“陕菜正宗”著称,承载着深厚的饮食文化底蕴。其现有字体设计多采用传统书法字体,笔画厚重、结构严谨,体现了品牌的稳重与历史感。然而,随着市场竞争加剧与消费者审美变迁,现有字体设计逐渐显露出问题。

5.2.2 “西安饭庄”字体再设计的思路与策略

文化传承与创新结合,从西安历史建筑(如大雁塔的飞檐、古城墙的砖纹)与饮食文化(如油泼面的泼油动作、肉夹馍的馍纹)中提取灵感,将文化符号转化为字体设计元素。结合现代设计语言,对传统书法字体进行变形处理。例如,将“西”字的横画设计为大雁塔飞檐的弧线,将“安”字的宝盖头融入古城墙砖纹的几何图案。

个性化与差异化打造,突破传统书法字体的规整结构,通过笔画粗细对比、弧度变化增强视觉冲击力。例如,将“饭”字的“饣”旁设计为油泼面泼油的动态轨迹,传递品牌核心特色。采用“中国红+鎏金色”为主色调,红色体现热情好客,金色象征历史底蕴,同时辅以明黄色点缀,增强现代感。

动态化与互动性设计,运用 CSS 动画或 JavaScript 技术,为字体添加动态效果。例如,网页标题字体随页面滚动逐渐加粗,模拟游客探索西安的过程;社交媒体宣传中,字体笔画随用户互动(如点赞、评论)产生光影变化。在实体店店内设置 AR 互动墙,消费者通过手机扫描字体,可观看品牌历史故事或陕菜制作工艺,增强体验感。

5.2.3 “西安饭庄”品牌字体再设计具体设计方案与实施过程

设计灵感来源,大雁塔飞檐其弧线形态被转化为“西”字横画的装饰元素,体现西安地域特色。油泼面泼油动作,通过笔画动态轨迹设计,强化品牌与陕菜的关联性。古城墙砖纹,几何图案被融入“安”字结构,传递历史厚重感。

字体形态创新笔画变形,将“饭”字的“饣”旁设计

为泼油轨迹,笔画末端添加火焰状装饰,增强视觉动感。

结构优化与色彩与动态效果,调整“庄”字的“土”部比例,使其更符合现代审美中的稳定感,同时保留书法字体的笔触韵味。主色调,采用“中国红(#E74C3C)+ 鎏金色(#D4AF37)”组合,传递热情与尊贵。动态效果,网页标题字体随滚动条位置改变色调,从红色渐变为金色,营造历史与现代交融的氛围。

6 结语

本研究通过对西安老字号品牌字体设计的深入分析,结合现代设计趋势,提出了西安老字号品牌字体再设计的原则与方法,结合地域文化元素和现代设计手法,可以有效提升品牌字体的独特性和识别度,增强品牌的文化内涵和艺术价值。并以“德懋恭”“西安饭庄”为例进行了实践探索。

参考文献:

[1] 开璇.城市品牌标志设计中字体设计的应用策略探究[J].赤峰学院学报(自然科学版),2025,41(5):37-40.

- [2] 闫佳宝.新媒体时代下老字号品牌视觉形象的情感化设计策略研究[J].明日风尚,2024(12):143-145.
- [3] 朱婧雯,赵敏婷.数字媒介语境下陕西老字号品牌形象设计策略研究[J].浙江工艺美术,2024(10):190-192.
- [4] 于文文.基于地域文化的老字号品牌形象设计策略——以徐州老字号为例[J].上海包装,2024(10):110-113.
- [5] 李佛君.当代字体设计的创新探索与实践[J].网印工业,2024(8):33-35.
- [6] 王颖.文化符号融入文创产品设计研究——以西安历史街区为例[J].青春岁月,2022(2):13-15.
- [7] 程艳,王林燕.老字号品牌视觉形象设计研究[J].江苏工程职业技术学院学报,2021,21(2):51-53.

基金项目:论文系西安翻译学院 2023 年度校级科研项目:美术字的再设计研究——以西安老字号品牌字体为例(项目编号:23B66)的阶段性研究成果。