

设计家

商业店面广告

顾世鸿



浙江人民美术出版社

(浙)新登字2号

商业店面广告

浙江人民美术出版社出版·发行

(杭州体育场路347号)

全国各地新华书店经销

上海市印刷七厂印刷

1996年12月第1版·第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:3

印数:0,001—8,000

ISBN 7-5340-0673-2/J·571

定价:19.50元

商业店面 广告

顾世鸿

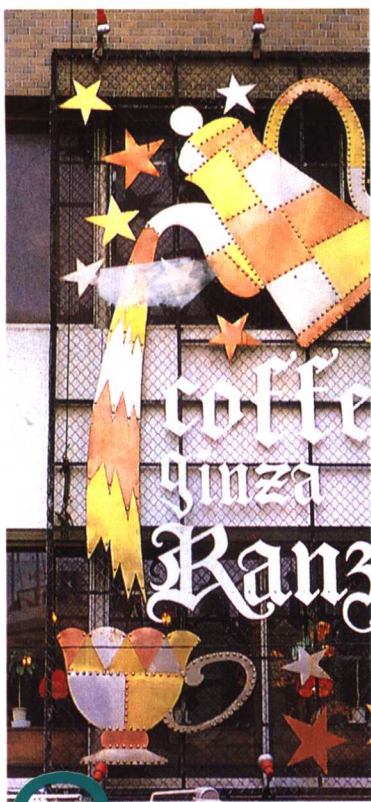
- 店面广告的起源与发展
- 店面广告的作用与分类
- 店面广告设计的实施要素
 1. 准备阶段
 2. 创意阶段
 3. 研究功能阶段
 4. 确定设计方案阶段
- 标志广告在店面设计中的运用
- 店面广告的发展趋势

浙江人民美术出版社



1 店面形象广告

商业店面广告



2 店招标志广告

顾世鸿

商业店面广告是一个直接与消费者接触的媒体阵地,是现代商业社会十分重视和普遍渗透的一种广告形式,是售点广告(POINT OF PURCHASE 缩写即POP广告)的一个重要组成部分。

店面广告是裸露在外的广告,所以也是户外广告的一部分,它既是商业网点的镜子,又是吸引顾客的招牌。所谓招牌,“招”是招徕顾客的意思,即用醒目、简洁、独特的设计或设置体来宣传商店的经营特色和树立自身形象;“牌”是品牌,商店的名称和店内商品的牌,即通过门面设计、牌匾装饰等各种广告形式向消费者提升自身的知名度、信任度、美誉度。所以店面广告不仅是一个商店的广告,同时也是一个地区、一个城市、乃至一个国家商业繁荣、城市美化的缩影,是城市文化的一个组成部分。



3

牌名、店名广告



4

旗子、幌子广告



5

雨篷和卷帘门广告



6

模特造型广告



7 灯饰、灯箱、泛光广告

一、店面广告的起源与发展

中国是世界上最早的文明古国之一,已有近五千年的文明史,广告的起源也很早,要比西方国家早千年以上,店招、店牌广告就是其中之一。中国古代很早就有餐饮业和酿酒业,粥摊、酒店很多,开始是叫卖,后来是挂旗,这就是最古老的店招广告。把旗挑出店外,过路行人老远就能看到。旗上写着店铺的经营特色,如卖酒的写上老大一个“酒”字,卖面的写上一个“面”字,有的还写上“野花攒地出,村酒透瓶香”之类的词,或织上色彩鲜艳的花边,以这种醒目的“招牌”招徕行人。这种“酒店门前七尺布,过来过往寻主顾”的旗子广告就是售点广告中最古老的店招店牌广告。直至现在,我国许多城市、许多行业还在沿用这种广告形式,天津文化街就有许多传统的旗子广告。西欧的一些国家,每当季节性大减价时,商店门口就会挂满各种旗子广告。

随着商业经济的繁荣和发展,商店越来越多,各行各业竞相争艳,商店的特色光靠旗子已不足以招徕顾客,于是根据商店经营项目的不同,逐渐扩展到有各种行业标志的幌子。如药铺挂上药瓶子,花店挂出花篮,鼓铺挂上各种鼓……继而发展到用石刻和木头立起牌匾,有直式的,也有横式的,这就是我国早期的店铺广告,而现代则称为店牌广告。随着时代的飞速发展和社会的不断进步,人们对物质生活、精神生活的追求也不断提高,从而促进了现代商业经济的突飞猛进。各种各样的专业商店、大型购物商场、餐饮店、娱乐场所不断涌现,店面广告设计已成为现代设计师的新课题。



8 导向指示广告



9 橱窗陈列广告

二、店面广告的作用

店面在整个商业空间中占有重要的地位。商店作为反映一个地区、一个城市经济发展状况的一面镜子,在当代大都市中起着传递商品信息、塑造商业形象、繁荣城市经济的作用,所以店面广告从某种角度来说承担着十分重要的使命。它的作用有以下三个方面:

1. 传递商品信息、反映商店特色

商店由于经营内容的不同而特色迥然不同。一般通过店招店牌和店面的装饰让人一目了然,同时激发购买欲。按当前商业网点的布局来看,商店大致可分为八大类:

- (1) 餐饮(饭店、酒家、快餐店、小吃店等)
- (2) 娱乐(歌舞厅、卡拉OK厅、保龄球馆等)
- (3) 服饰(时装店、礼品店、首饰店、鞋店、专卖店等)
- (4) 超市百货(食品超市、日用品超市、果品超市、百货超市等)
- (5) 家用电器(经营电视机、空调、音响、电脑、照相机、摩托车等)
- (6) 装潢材料(五金店、材料店)
- (7) 服务(婚纱摄影、美发美容化妆等)
- (8) 文化用品

商品不同,商店的规模也会不同,具体反映在外观、气氛和环境的布局上,而且经营手段也不一样。如服饰业追求精致典雅;超市百货业追求豪华气派;而餐饮业需要轻松舒适,让人在就餐时既能得到享受,又能消除疲劳。商店的功能不同,诱导顾客的店面广告设计形式也不同。但形象地传递商品信息,醒目、简洁地反映商店特色却是共同追求的目标。

2. 表达经营内容、展示商店实力

现代社会是竞争激烈的商业社会,众多各具特色的商店为顾客提供了选择商品的方便。顾客可以到这

家商店买,也可以到那家商店买,这里商店的环境、布局、店面广告设计是否符合消费者的购买心理是很关键的。所以店面广告在一定程度上起着导向作用,不仅要把商店的经营内容告诉顾客,还要显示商店的实力,让顾客产生信任感。国外一些商场的店招店牌不是只做门面,也不是呆板的方方正正的一块,而是充分利用空间进行展示,形式多样,而且装饰得十分精致漂亮。有实力的商场还把自己的店招店牌竖在离商场较远的路边或转角处,用导向的手段把顾客吸引过来。那些跨国公司更是把导向广告做到车站等公共场所。如罗马有家中国人开的“东方饭店”,为了招徕各方来客,把招牌做到了罗马街头。又如美心西饼店,香港有分店,上海有分店,美国唐人街也有分店。为什么其名气那么响?这就是店面广告所起的作用。

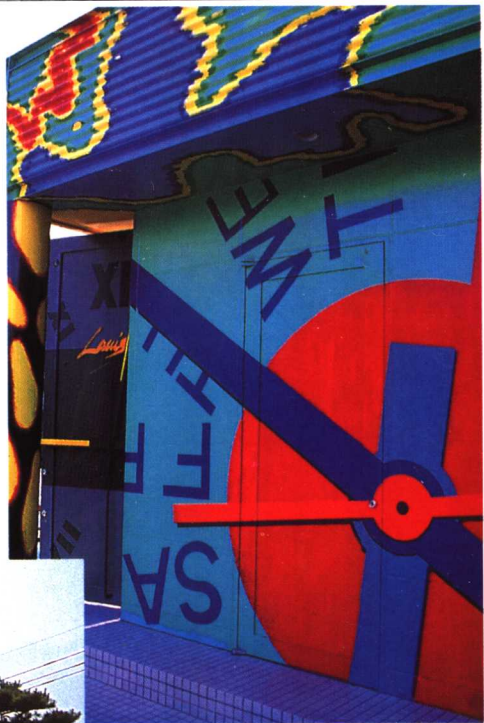
3. 美化城市,集欣赏性、艺术性、参与性于一体

店面广告作为售点广告的一部分,应与商店环境和城市布局谐调,才能起到美化城市、点缀商场的作用,让过路行人驻足观赏,留连忘返,诱发购物欲望。这就是现代店面广告要达到的目的之一。要达到这个目的,店面广告不仅要起到广告的作用,更应该成为都市文化中的一件设计作品。店面广告的设计者应立足于环境艺术这一基本点来进行创意和设计,使店面广告更具时代感和独特性,使购物者从欣赏到参与,从产生购物欲望到付诸实施。

优秀的店面广告设计具有画龙点睛的作用,不仅能强化商店的信息功能,激发人们的购物欲望,对营销产生积极的影响,从而达到促销的目的,而且还能美化城市,丰富都市文化的内涵。如上海的南京路,过去那些商店的老面孔已远远不能满足人们的审美要求。所以现在南京路上的商店店面设计、购物环境、店招店牌都进行了更新换代,使“中华一条街”更加多姿多彩,促进了商业繁荣,推动了社会发展。

三、店面广告的分类

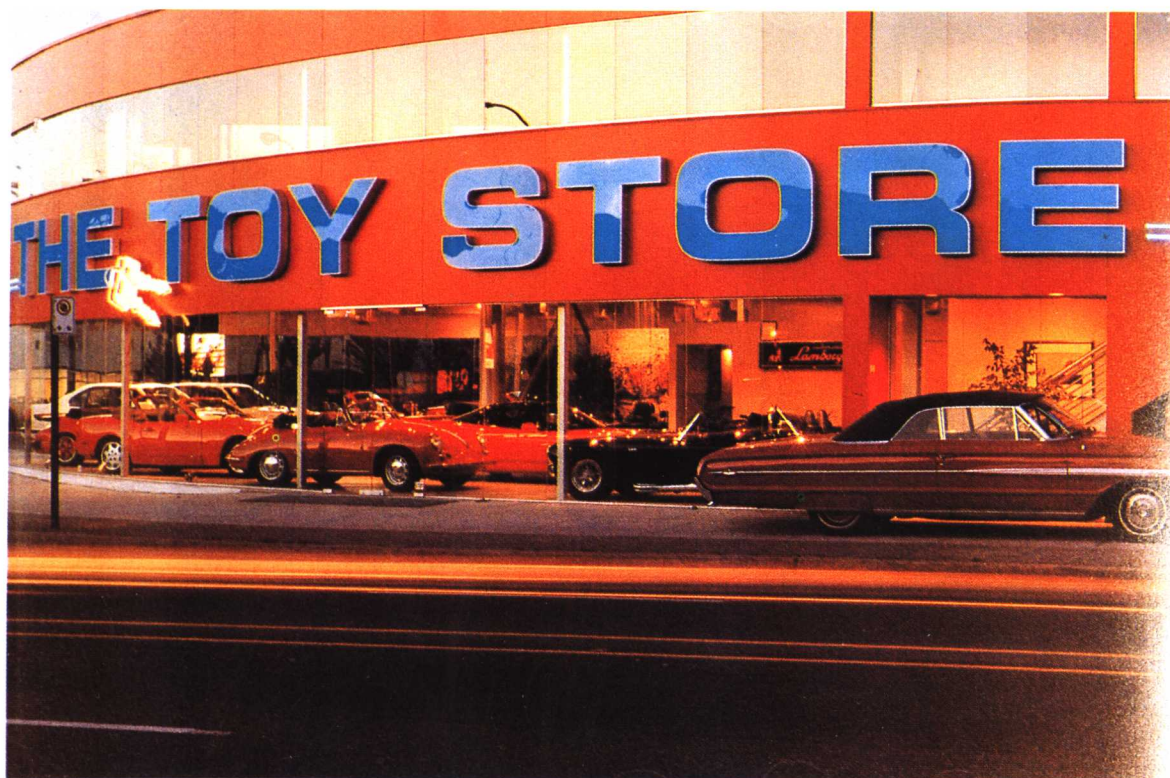
店面广告就其分类来说,大致可以归纳为以下九个种类:



1 店面形象广告

在售点广告中,店面广告应该树立起商店的形象,使消费者在店铺林立的群体中方便地找到他所需要的商品。店面形象十分重要,而店面形象广告直接充当了消费者的顾问和向导。如果店面形象雷同,店面广告设计没有特色,那么商店也就失去了吸引顾客的魅力。

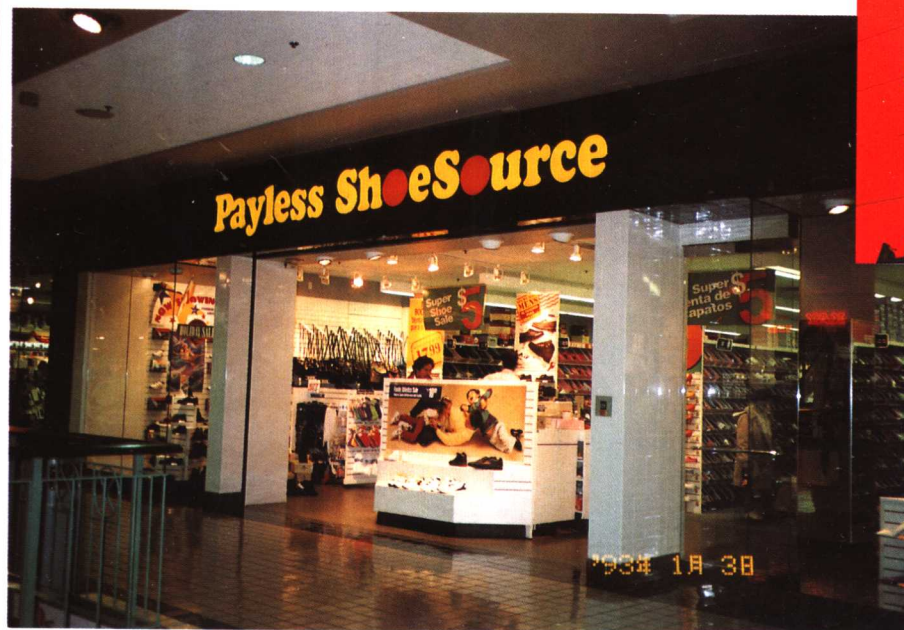
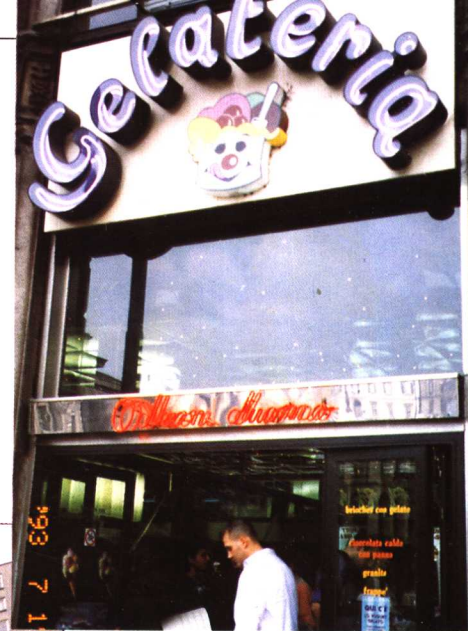




2 牌名、店名广告

牌名、店名广告是诱导顾客识别商店的标志,在整个商店店面广告中有着重要的地位。它展示了该店的性质和形象,具有一目了然的特性。无论是过去还是现在,无论是东方还是西方,商店经营者在策划整个售点广告时,最先考虑的就是牌名店名广告。取什么名称,写什么字体,采用竖式还是横式,以什么颜色为自己商店的代表色,都要一一考虑,从而使牌名店名广告与商店造型以及其他装饰物形成一个有机的整体,交相辉映,发挥有力的传播媒体作用。





3 旗子、幌子广告

旗子广告和幌子广告是最早的店招店牌广告,一直沿用到现代,统称为广告旗。一种是挂在商店出入口,直接写上广告内容,如烟、酒、粽子、面、笔、工艺品等;另一种是用纸张或尼龙材料印制成广告印刷品,用排列的形式张贴于商店门口醒目的位置,既是一种装饰,也起到了广告的作用;再一种是为了配合商店开张或促销活动,做成大旗子插在马路上或挂在大楼墙面上成为横幅广告,也有挂在门楼上作为季节性大减价的一种促销宣传。有的幌子广告把商店标志、企业标志或商品实物做成模型挂在大门口,作为商店店面装饰的一个组成部分。

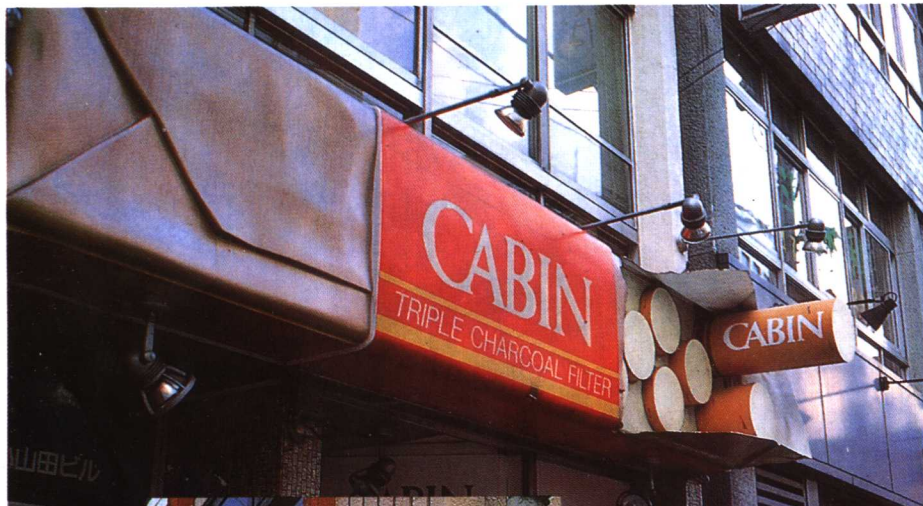
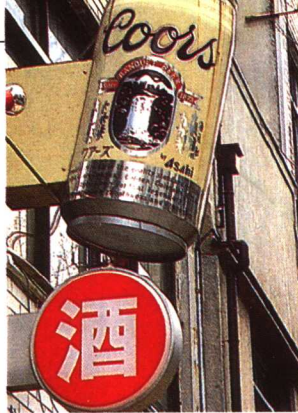


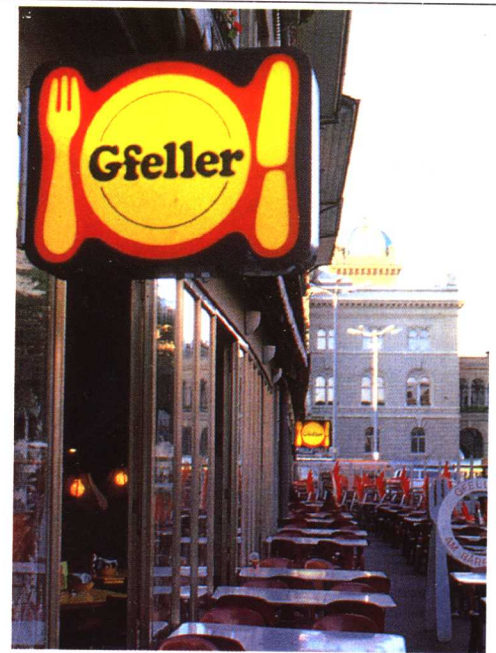


4 店招标志广告

店招标志广告一般与店牌店名广告并用,目的是为了强化产品的宣传效果,招徕更多的顾客。

店招标志广告大致可分为悬挂式、外挑式、附贴式和落地式。这类广告大都离开商店建筑一定距离,尽可能大范围地展示商业信息。广告形式有文字型、文图结合型、形象型和灯饰型。灯饰广告因形式活泼新颖而视觉效果更好。广告内容一般是突出店牌、店名和商店所经营的商品品牌,也有的是突出商店和企业标志图形和商品模型,使广告更具个性和诱导性。





5 导向指示广告

导向指示广告是店招标志广告形式的延伸和深化,一般做在商店外面,树立在街道的转弯角处,加上箭头引导行人。国外的许多商店把这类广告做成灯光形箭头交给城市管理部门,由管理部门汇集后树立在路边。国内则由交通管理部门把广告做在路边的反光板上。还有一种是交给广告商来统一代理,做成街头广告钟或站台站牌广告,大型的做成灯箱广告和霓虹灯广告以显示商店实力。

