



晨报记者 郁文艳

LV 快闪店昨天在愚园路路上的愚园百货登场,门面刚一亮相就有小红书博主发布了现场照片。愚园路更新项目负责人许引兰介绍,近年来愚园路从店招切入城市微更新,百年愚园路变得更年轻时尚了,受到大牌青睐。

城市另一头,位于复兴中路59号的大肠面馆里,老板张敏正在厨房亲自为客人烧煮招牌面“大辣烤”。这是一家网红大肠面馆,烟火气浓重。过完这个春节,店面将乔迁新址。谈及黄浦区灯光景观管理所为他设计的新店招,张老板满口“满意”。新店招是灯景所和他反复沟通,他又和家人开过多次非正式会议讨论的产物,符合规范又独具个性。

长宁区绿化市容局副局长谢艳平说,愚园路一个个“花样店招”里蕴藏着城市包容度。市绿化市容局则介绍,到2025年,市级户外招牌特色道路(街区)将超过300条。

2025年市级户外招牌特色道路(街区)将超300条

一个个「花样店招」蕴藏城市包容度

愚园路“不起眼”店招 撬动大牌来开快闪店

昨天, LV 快闪店在愚园路的愚园百货公司闪亮登场,今天正式对外开放。愚园路城市更新项目负责人许引兰介绍,近年来愚园路进行城市微更新,店招是更新的一个小切口,整个街区变得更有味道了,大概这是受到知名品牌青睐的原因。

“GENZERO 帽”是愚园路江苏路口一家专门卖帽子的单品潮店,店招是用即时贴贴出来的字母,因为户外招牌相关规定必须要有中文字,才加了一个“帽”字,另外还做了一个两三十厘米长的侧店招,绿底白字,夜间有一点点灯光效果。这样极简的店招是21岁的店主王天然和朋友们设计的,她是愚园路长宁段最年轻的店主。

隔壁二门丁胡同是卖面点和小菜的餐饮店,店招也是用即时贴贴出来的,几元钱成本,但放在黑色金属板、石库门红砖的背景下,透出个性和时尚。

再往凤冈路方向走,一个荷兰品牌的灯具专卖店更是网红打卡点,一盏盏好似传统灯丝的灯具其实是LED灯,店铺宛若一个魔法世界。店招上有一灯具图案,通过“灯丝”连接到店名上,夜晚会发光,让人一看便知这是家灯具店。

不远处,有一家名为“我慢”的咖啡店,店门口刚好是人行道,取这店名倒是恰如其分。小店的店招是一个斜屋檐,加上轻巧金属结构的中英文字符,简约时尚,唯一让店主有些小小烦恼的是金属构件后方时常堆积着梧桐落叶。

漫步百年愚园路,记者发现,店招越做越小,越做越简单,甚至没有店招。愚园路1095号就是一家没有店招、找不到店名的店铺,只见门牌号下面有一个小小的石像,入口是一扇锈迹斑斑的铁门,旁边墙壁上是一块同样锈迹斑斑的金属板。据悉,这里是一家韩国料理店,只有8个位子,需要提前半年以上才能预订到位子。门牌号下的石像是济州岛的标志性“石头爷爷”。

看着一个个邻家铺子的“门面”悄悄发生了变化,在愚园路上经营了十七八年的美发店“萍聚”坐不住了,老板主动找到江苏路街道办事处社区管理办和城市更新

项目组,要求更新店招。

网红大肠面馆新店招 老板开家庭会议讨论

城市另一头的复兴中路59号,烟火气浓重。张敏的大肠面馆开了36年,在大众点评上被网友称为魔都又一家好吃到爆的“苍蝇馆子”。由于所在地块被征收,他不得不告别此地,在附近的南六广场找到了新店铺。得知餐馆要搬迁的消息后,黄浦区灯光景观管理所找上了门,提出免费给新店设计店招。

“我们一开始给他设计了四个方案,希望能让这家老店焕然一新,可是老板却有自己的想法。”黄浦区灯景所工作人员郑梦姣告诉记者,张老板比较念旧,希望还是能在老招牌样式的基础上进行调整。

在老店招的基础上怎么进行调整呢?于是,一场关于店招设计的沟通拉开了序幕。

双方时而在老店碰头,研究老店招的特色;时而去新店探访,测量尺寸、考察周边环境;时而在灯景所开会,商量设计细节,再来来回回当面沟通了七八次,还不算微信沟通的次数。张敏做事喜欢亲力亲为,就如36年过去,他依然在厨房亲自烧大肠、辣肉和烤夫等特色浇头,有时候实在没空,就派家人参与店招设计事宜。每次有新的设计稿出来,家庭成员们就会在做生意的间隙讨论讨论。

经过几个月的沟通,新店招方案终于确定:将老店招中“一碗面”的图案改成张敏的漫画头像,增加“创始于1985年”字样。

“原本,张老板还想加‘大众点评必吃榜’几个字,我们认为店招里的字太多会影响整体构图美观,就给他设计了一个用网友评论文字拼成的大拇指点赞图案,张贴在新店靠近商场内侧的墙上。”郑梦姣介绍。

像这样度身定制的店招在黄浦区还不止于这家。南昌路79号在去年的店招检测中被发现存在安全隐患,黄浦区灯景所要求店主对招牌进行改进,并给出了建议方案。在多次沟通后,方案敲定并落实。距离春节还有半个月时间,记者前天来到小店,发现老板已霸气地用A4纸手写了“欢度春节休息”几个字贴在玻璃门上。从外观来看,新店招不仅消除了安全隐患,还更美观,并增加了橱窗展示柜等实用功能。

当然,更多时候,店招是店主们自己设计的。南昌路209弄3号是一家韩国服饰加鲜花特色小店,店主刘小姐说,店招和橘色的店面主打色是她和设计师朋友一起设计的。在黄浦区灯景所所长陶震看来,“高手在民间,要相信民间智慧,每个店主在开店时都是押上身家的,他们对作为‘门面’的店招更在乎,更加有源动力把它设计好”。

漫步南昌路,小众服饰店、咖啡店等特色小店鳞次栉比,没有一模一样的店招,但共同风格是小巧、优



愚园路上的二门丁胡同餐饮店

“GENZERO 帽”店招



雅,色调走中性路线,各具烟火气。

没有统一去设计过 让“花样店招”彰显个性

随着一批90后、00后成为店主,越来越个性化的店招出现在城市街面,和过去“高大上”“闪闪亮”的店招相比,这些小店的店招简洁时尚,符合当下年轻人的审美。对政府管理部门来说,虽然审批这些个性化的店招相比过去统一包办增加了工作量,但也乐意为之。

“我们没有统一去设计过任何一条街道的店招,在守牢安全底线的前提下,鼓励‘一事一议’,让店招彰显个性。”陶震介绍,为了在审批过程中做到更专业,黄浦区灯景所这两年特地招了几名设计专业的工作人员。同时,在审批过程中做好政策解读辅导、技术支持和设计辅助,重点帮扶特色小店,帮助

协调邻里矛盾,也欢迎店招门头设计业来黄浦发展。

在和年轻店主沟通店招设计的过程中,政府管理人员也在更新观念。在王天然的帽子店,江苏路街道社区管理办主任王剑锋指着一面有破洞的墙、未粉刷的裸露墙壁说:“这就是现在的时尚,低调就是腔调。”这名60后管理人员熟悉愚园路的角角落落,在城市更新中也变得更潮了。

长宁区绿化和市容管理局副局长谢艳平表示,在坚守安全底线的基础上,让“花样店招”彰显个性,成为城市美丽风景,体现城市包容度和温度。

静安区南京西路街道威海路、陕西北路的店招也颇有特色。南京西路街道市容所所长沈煜介绍,这一带的店招以张园、静安别墅的石库门红砖为背景,南京西路是欧式现代风,而作为背街的陕西北路老字号一条街走的是复古欧式风,并与对面菜宅相呼应;威海路店招的业态比较多,店招和每个业态相匹配。

市绿化和市容管理局景观处有关负责人介绍,近年来上海先后编制出台了《户外招牌设计导则》《户外招牌设置指南》《历史风貌保护区户外招牌设置导则》《优秀历史建筑户外招牌设置导则》《上海市黄浦江两岸招牌设计案例》《上海市户外招牌设置管理办法》等法规制度,引导设置单位在符合技术规范的要求下选择具有个性化的户外招牌样式,体现多样化。

2020年和2021年,全市总计命名60条市级户外招牌特色道路(街区)。到2025年,市级户外招牌特色道路(街区)将超300条。



「我慢」咖啡店

南昌路上的小店店招各具烟火气

