



# 小西湖品牌塑造与推广提案

以傅尧成旧居与朱雀里澡堂为例



# 目 录

## 壹

项目调研分析

## 貳

品牌内涵梳理

## 叁

可记忆的超级符号

## 肆

项目延展应用



# 项目调研分析

现状 / 人群 / 人流 / 分析



# CURRENT SITUATION OF XIAO XIHU

# 小西湖现状



# 小西湖资料调研

## 历史地段保护再生实践中的地块分级——以南京小西湖街区为例

## 南京小西湖历史地段保护与再生中的形态类型学方法\_董亦楠

## 南京老城南小西湖片区基于产权单元的居住空间传承与拓展\_邹建国

## 南京小西湖传统民居肌理中的共存院落保护与再生设计\_唐松

## 居住型历史地段文化创意产业...京市老门东、小西湖片区为例\_杨易旻

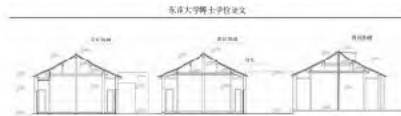


图 3-31 传统民居测绘剖面图《东南大学建筑学化, 2017》



图 3-32 民居剖面 41 号测绘剖面图《东南大学建筑学化, 2017》

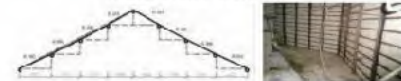


图 3-33 民居剖面 42 号《南京传统民居, 2004》

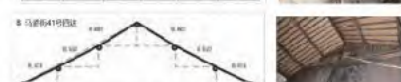


图 3-34 房屋剖面《南京市规划局, 2014》

在确定建筑尺寸后, 以“提线”做法进一步确定显现的高度和坡度, 提线是《营造法式》中的名称, 同样的做法在宋代《营造法式》中名为“穿折”, 清工部《工程例法》中称为“穿线”。南京“老城地区的房屋修缮标准”, 依次上升, 与《营造法式》中的“穿线”中向垂直度为五穿或四穿率, 对穿线率亦互置在六穿之间, 即穿线率在 0.5-0.6

6. [1940] [2] [3] [4] [5] [6] [7] [8] [9] [10] [11] [12] [13] [14] [15] [16] [17] [18] [19] [20] [21] [22] [23] [24] [25] [26] [27] [28] [29] [30] [31] [32] [33] [34] [35] [36] [37] [38] [39] [40] [41] [42] [43] [44] [45] [46] [47] [48] [49] [50] [51] [52] [53] [54] [55] [56] [57] [58] [59] [60] [61] [62] [63] [64] [65] [66] [67] [68] [69] [70] [71] [72] [73] [74] [75] [76] [77] [78] [79] [80] [81] [82] [83] [84] [85] [86] [87] [88] [89] [90] [91] [92] [93] [94] [95] [96] [97] [98] [99] [100]

到防水防潮作用。”<sup>[10]</sup>随着生活水平不断的提高, 已些民宅多以砖上砖建造, 也有民间自己创造的类似空墙的砌筑方式也出现了新

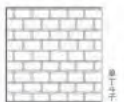


图 3-35 民居墙体

图 3-36 民居墙体

图 3-37 民居墙体

图 3-38 民居墙体

图 3-39 民居墙体

图 3-40 民居墙体

图 3-41 民居墙体

第三章 形态类型学分析在居住区更新中的应用

也有少部分坡度小于 0.4, 总体来看, 屋顶的坡度不大, 坡度的变化也较小。”对于六朝屋架, “屋顶坡度变化较小, 再结合《营造法式》, 每一道下降的坡度, 由此可知, 屋檐一般在 1.5 米左右, 按平法计算坡度, 屋檐坡度在 0.4 左右。”<sup>[10]</sup>例如知得成或成泰里一里建筑屋顶坡度为 0.46, 檐口坡度为 0.44, 再与进行 41 号民居屋顶坡度参照和檐口坡度分别为 0.61 和 0.57, 基本遵照《营造法式》的屋顶坡度规定。(图 3-34)

屋架结构确定之后, 几座屋架通过横架连接, 形成主木结构, 南京城南地区传统民居一般为三开间, 其中中间开间尺寸约 3~4.5 米, 以侧开间约 2.5~4 米, 总宽度约在 6~13 米之间(图 3-35), 木结构柱子的方位也影响立面的比例和室内格局。



14:11

### 历保讯息

小西湖的城市更新是一个以人民为中心、有温度的、以人为本的城市更新, 2022 年获得了联合国教科文组织亚太文化遗产保护奖的入围设计项目大奖, 同时也成为住建部城市更新优秀示范案例, 在多方共同参与及社区环境营造方面有着突出表现。

现在, 小西湖居民的自主更新还在持续。老百姓从不知道什么叫更新, 到理解城市更新, 再到主动参与更新, 最终感受到更新带来的幸福生活, 这是一个逐渐认知的过程。韩冬青大师讲过, 小西湖的城口更新是一场没有终板的实践。

历保集器作为国企平台, 进行了基础设施、公共服务配套以及部分建筑保护的更新改造, 投入物业管理及新业态的招商运营, 使之成为可持续发展的状态。我们是“第一个吃螃蟹的人”, 通过融资的方式来实施的, 在过程中, 得到了市规规局、东南大学等大力支持, 多方密切协作, 才得以落地实施, 以点、块带面, 逐步形成了现在的小西湖街区。

实施过程中的困难, 皆为施工中的困难, 比如说微型窄巷的施工, 它既要能满足居住的正常生活, 又要确保他们日常出行, 我们在施工上精心组织, 但还是免不了和居民发生矛盾, 当施工完成了, 居民们看到了最终成效, 肯定了这是利民的好事情, 才开始逐渐理解我们, 最后才能形成朋友式的相处。我们的董事长范宁, 他走在小西湖的街巷里, 老百姓都会热情地跟他打招呼, 这是用心、用情真正地感动了老百姓, 成为了小西湖居民的朋友, 他是历保人的榜样, 在他的带动下, 我们历保

实施过程中可以分为主立面和背立面和里弄, 一般来讲, 在一路排屋, 除了正房, 通常正房以虚界面朝向入口方向, 屋顶出檐, 也就是正立面; 背立面朝向入口方向, 屋顶不出檐, 即背立面; 正房则正好相反, 正立面朝上主要分全进的隔扇与正房留窗下墙两种形式, 隔扇门通常为六块头格扇, 基本形制为当窗 6 扇, 次间是, 背立面则一般为实墙界面, 墙上当窗位置开石窗, 石窗门的尺寸通常大于入口石窗门, 并且多数大于 2m。<sup>[10]</sup>(图 3-44)

此外南京地区传统民居还有一独特的外观做法——背屏墙, 即在建筑临街的一面, 会筑起比下部墙面高或斜角, 以方便行人和车辆的停靠, 也避免墙角的侵蚀, 这种墙台线条智慧的做法在小西湖也同样存在。(图 3-42)

建筑的基础, 界弄、屋线等呈现出优先的凸出, 这形成了中国传统建筑特有的传统建筑的体系, 但是又代了木结构屋架, 木架直

其属性不同呈现两种特征, 尺寸在 800mm 到

主要分为两种类型, 一种是 16cm x 20cm x 25cm, 22cm x 16cm, 18cm x 18cm, 20cm x 20cm 的方式进行铺设, 应铺又种铺装方式对屋面结构而

与南瓦产量的减少, 加之居民已逐渐被瓦平瓦所替代。



图 3-40 民居剖面 41 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》



图 3-41 民居剖面 42 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》

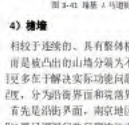


图 3-42 民居剖面 43 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》

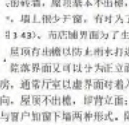


图 3-43 民居剖面 44 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》

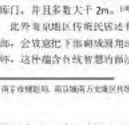


图 3-44 民居剖面 45 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》

图 3-45 民居剖面 46 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》

图 3-46 民居剖面 47 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》

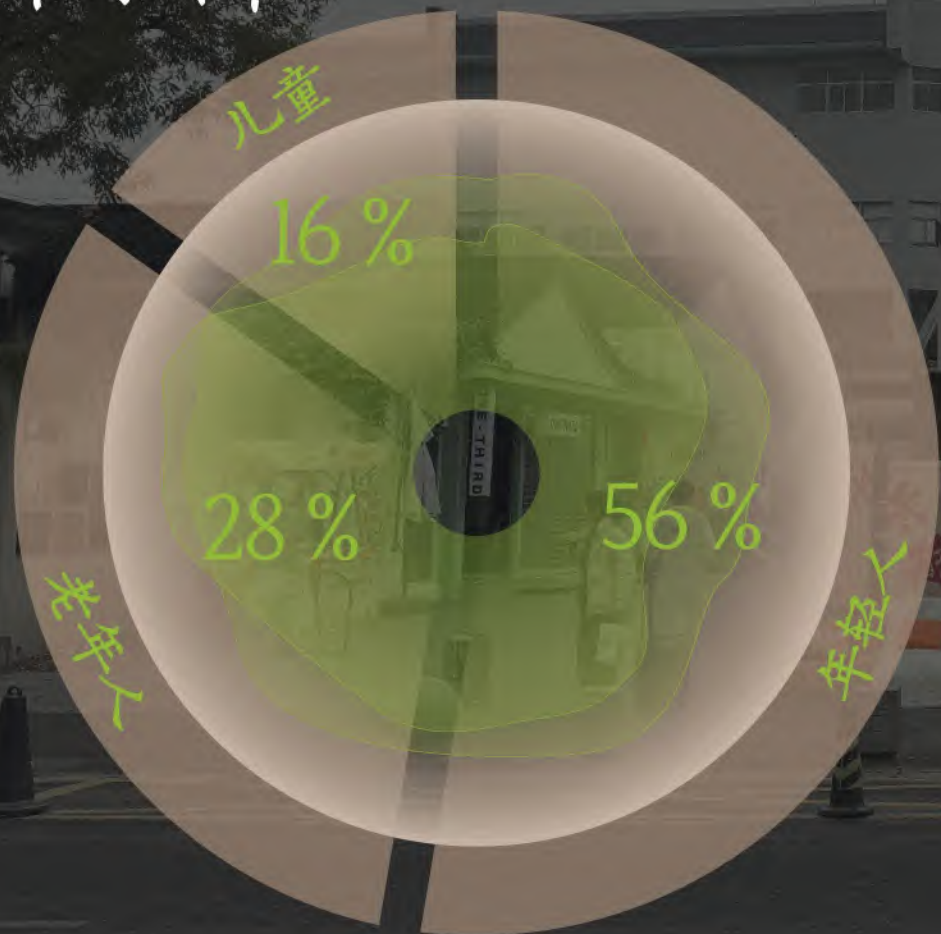
图 3-47 民居剖面 48 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》

图 3-48 民居剖面 49 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》

图 3-49 民居剖面 50 号测绘剖面图《南京市规划局, 2017》

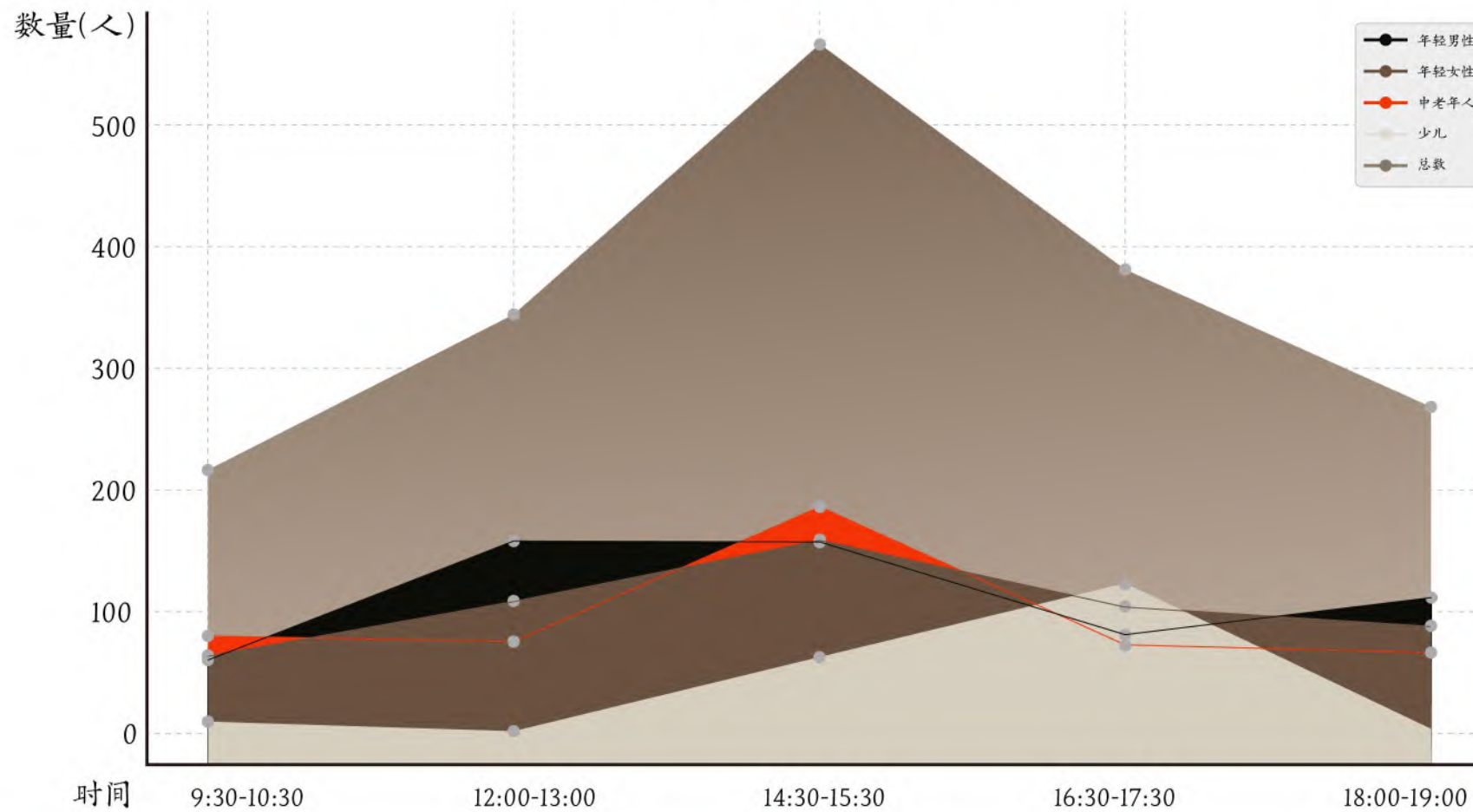
# ANALYSIS OF PEOPLE

# 人群分析



# THE FLOW OF PEOPLE 人流量分布图

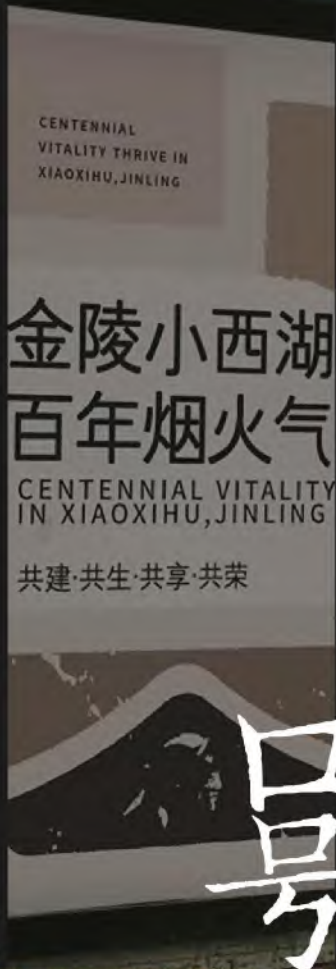
## 小西湖工作日人流量统计



# STATUS ANALYSIS 现状分析



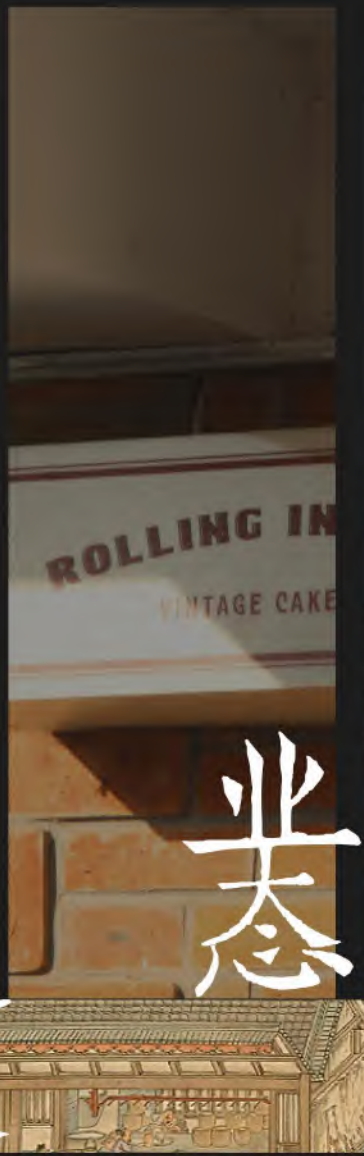
标志



口号



延展



业态



入口



停留



# 品牌内涵梳理

精神 / 理念 / 调性 / 口号 / 价值 / 定位



BRAND CORE SPIRIT

品牌核心精神

共建  
存存  
享享  
荣荣

既是建设的核心内容,也是未来文化认同的核心。





BRAND SLOGAN

品牌口号

小西湖

金陵小西湖 百年烟火气

地理位置

历史层面

描述过于抽象





BRAND SLOGAN  
品牌理念

可洞见的历史文脉  
可阅读的生活气息  
可感知的和善之意





BRAND IDENTITY  
品牌调性

小西湖在受众心中想建立的是

友善 / 包容 / 可读 / 亲切





BRAND CORE VALUE

品牌核心价值

# 文化<sup>+</sup> & 创新

见人 / 见物 / 见生活

小规模 / 渐进式 / 逐院落





BRAND POSITIONING

品牌定位

这是一个

存旧续新，融合共生的街区

这是一个

创新逐梦，焕发活力的地方

(老城区活化新范式)



## 品牌愿景

重塑城南面貌 打造南京名片

## 品牌定位

存旧续新，融合共生的街区  
创新逐梦，焕发活力的地方  
(老城区活化新范式)

## 品牌核心价值

文化<sup>+</sup> & 创新

## 品牌理念

可洞见的历史文化  
可阅读的生活气息  
可感知的和善之意

## 品牌调性

可读 包容 亲切 友善

## 沟通口号

金陵小西湖  
百年烟火气

## 品牌精神

共建/共存/共享/共荣 (融)

# BRAND BRAND FEATURES

## 品牌区隔点

思考  
维度

# 近

# 中

# 远

品牌  
属性

### 区域级别

老城南活化项目

### 城市级别

南京区域活化项目

### 国家级别

国家级活化项目

区隔点

通过区域活化的实际举措，形成独属的文化属性。

强化品牌建设，营造独有的品牌视觉形象，形成品牌影响力。

以建设成果为载体，贩卖一种特色的生活方式及体验，构建不可复制的新锐文化消费

品牌  
支撑点

小规模、渐进式、逐院落

可阅读、可识别

可参与、可延续



BRAND ATTRIBUTES

品牌属性

可辨别

可阅读

可参与

可延续

主视觉

建筑风貌  
生活状态  
超级符号

设计师参与  
百姓参与  
政府参与

文化延续  
记忆延续





BRAND SEGMENTS

# 品牌属性文案

小西湖品牌形象，  
提倡为美好生活而创意，  
构建以文化<sup>+</sup>为导向的城市新锐文创新体验，

在这个不可复制南京城南风貌区，  
希望将百年历史、文化，不同的生活方式用善意进行串联。

在这里“城南旧事”不仅停留在记忆之中，  
“旧”的激活与“新”的融入构建出不同以往的文化认同，  
体现出可阅读、可辨别、可参与、可延续的烟火气。





COMB AND SUMMARIZE

梳理小结

如何将品牌屋转化为视觉输出？



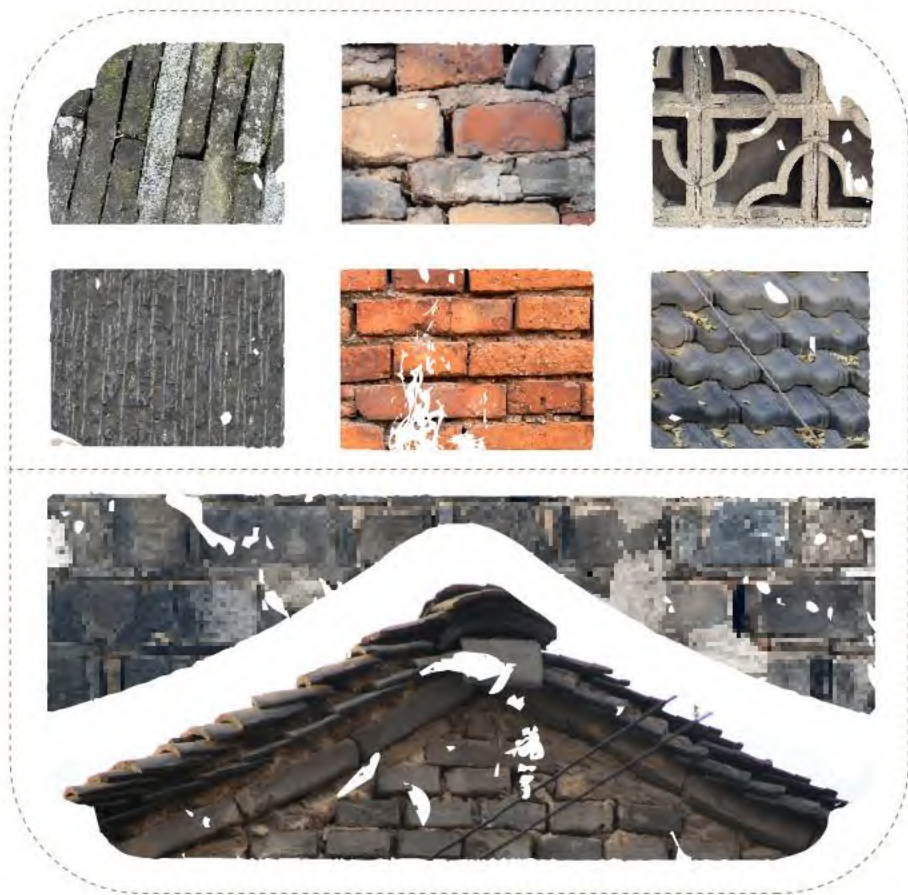


# 可记忆的超级符号

图形 / 延展 / 应用

XIAOXIHU LOGO

# 小西湖超级符号



街巷肌理



形

# PROJECT CLASSIFICATION

# 标准色



RGB R:204 G:185 B:169  
CMYK C:24 M:29 Y:32 K:00  
CODE ccb9a9

RGB R:230 G:224 B:215  
CMYK C:12 M:12 Y:16 K:00  
CODE e6e0d7

群鸟养羞

RGB R:169 G:144 B:120  
CMYK C:41 M:45 Y:53 K:00  
CODE a99078

RGB R:128 G:112 B:92  
CMYK C:57 M:56 Y:65 K:05  
CODE 80705c

苕菜

RGB R:230 G:224 B:215  
CMYK C:12 M:12 Y:16 K:00  
CODE e6e0d7

白露

RGB R:216 G:205 B:194  
CMYK C:18 M:20 Y:23 K:00  
CODE d9cec3

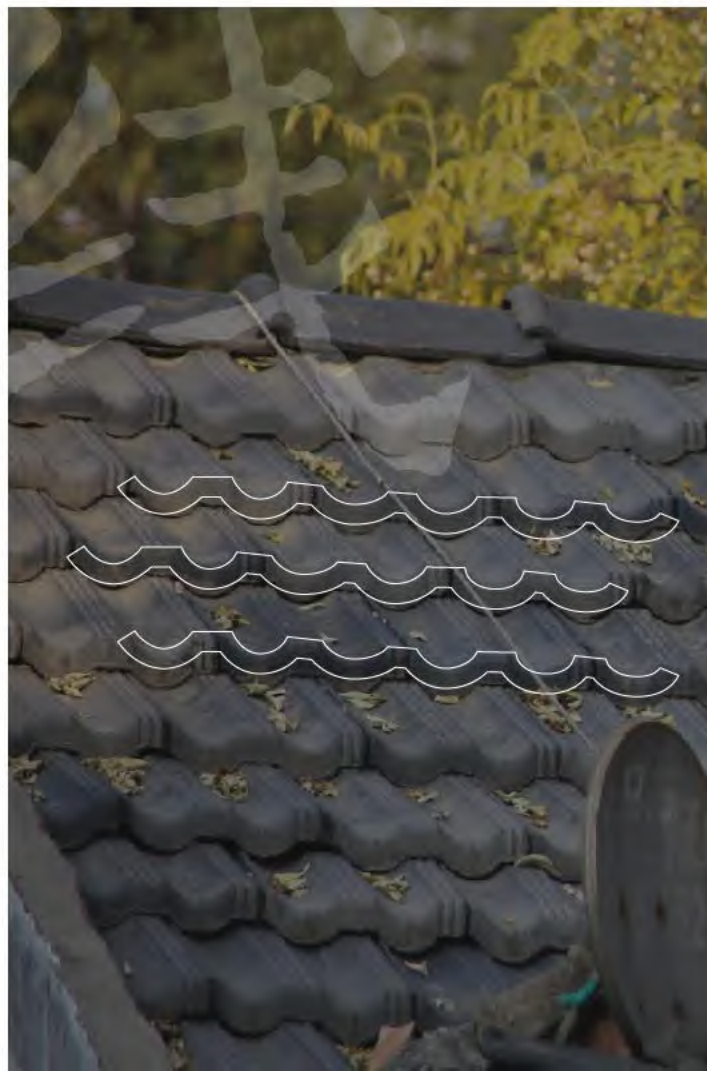
鸿雁来

RGB R:146 G:190 B:54  
CMYK C:51 M:11 Y:92 K:00  
CODE 92be36

RGB R:000 G:000 B:000  
CMYK C:93 M:88 Y:89 K:80  
CODE 000000

THE BIRTH OF AUXILARY GRAPHIC

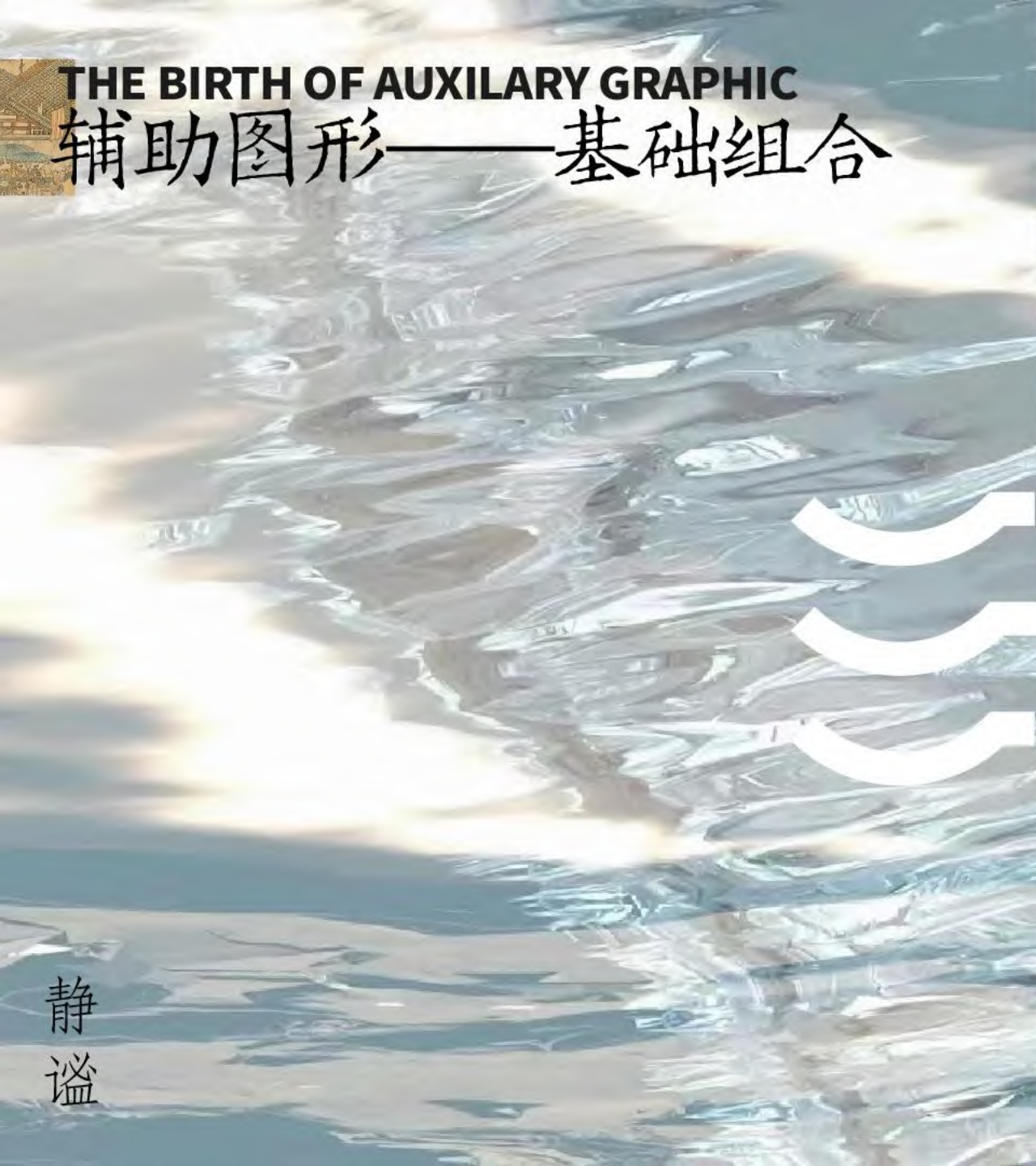
辅助图形的诞生



面

点

THE BIRTH OF AUXILARY GRAPHIC  
辅助图形——基础组合

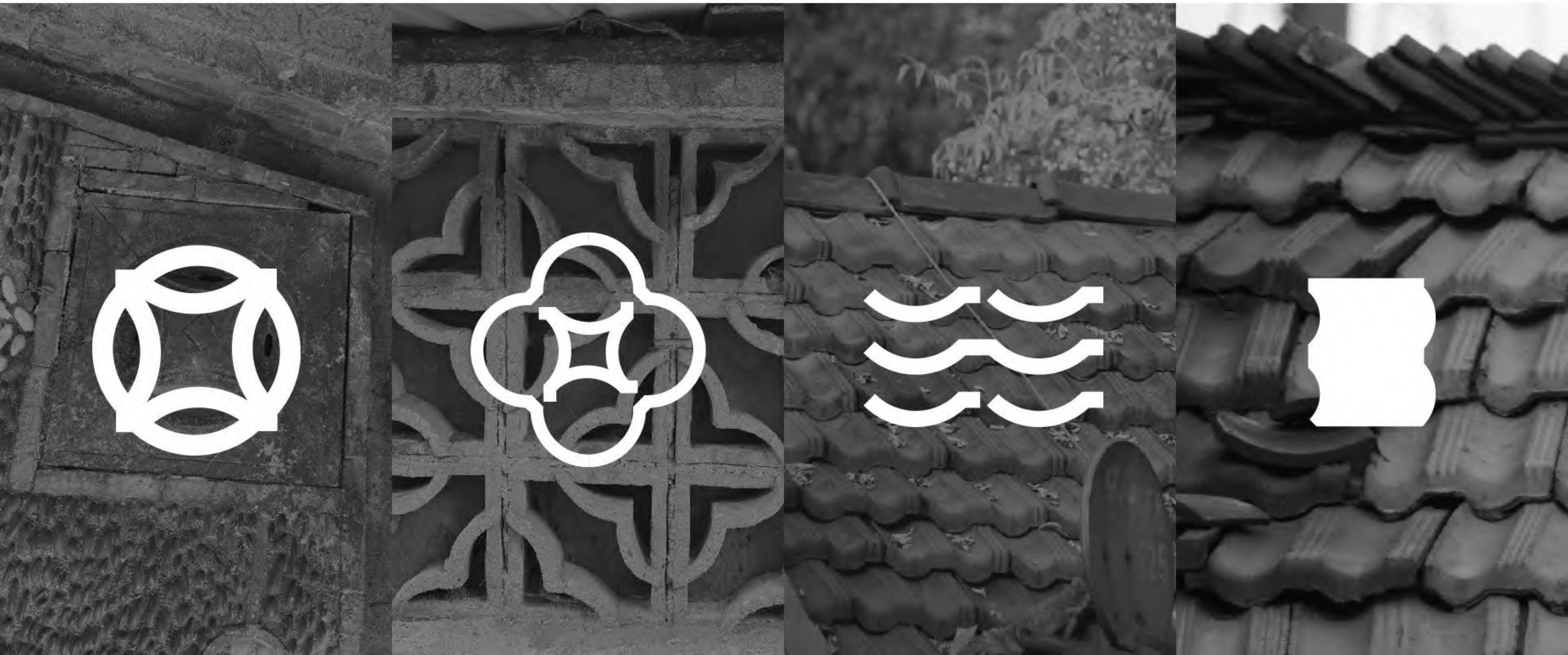


静谧

肌理

AUXILARY GRAPHIC EXTENSIONS

辅助图形延展



AUXILIARY GRAPHICS COMBINATION

辅助图形组合



AUXILIARY GRAPHICS COMBINATION

辅助图形 (貳)



共

共

融合

# SUPER SYMBOL APPLICATION SCENARIOS

## 超级符号应用场景



餐饮



零售



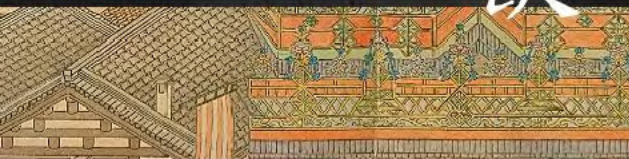
教育与文化



娱乐与休闲



服务







# 项目应用延展

壹 - 傅尧成旧居 / 贰 - 朱雀丽老澡堂



FUYAO CHENG OLD HOUSE

傅尧成旧居

(壹)



FUYAOCHENG LOGO  
傅尧成LOGO





FUYAOCHENG LOGO

傅尧成LOGO动态



FUYAOCHENG LOGO  
傅尧成LOGO



FUYAOCHENG LOGO  
傅尧成LOGO



FU YAO CHEHG

FUYAOCHENG DERIVATIVE

傅尧成衍生品——壹



FUYAOCHENG DERIVATIVE

傅尧成衍生品——贰



保温水杯

FUYAOCHENG DERIVATIVE

傅尧成衍生品——叁



包装袋

FUYAOCHENG DERIVATIVE

傅尧成衍生品——肆



帆布包

FUYAOCHENG DERIVATIVE

傅尧成衍生品——陆



傅尧成茶套装



FUYAOCHENG DERIVATIVE

傅尧成衍生品——柒



茶具

FUYAOCHENG DERIVATIVE

傅尧成衍生品——捌



雨傘

FUYAOCHENG LOGO

傅尧成衍生品——玖



灯具



香薰蜡烛

让爱开始  
洗澡

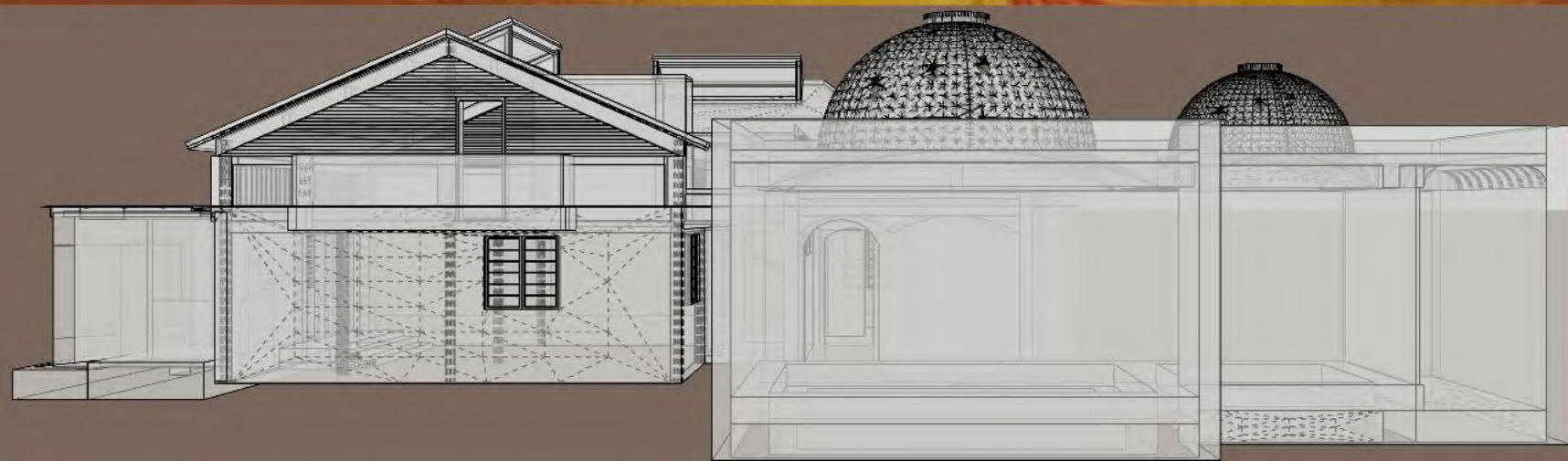
ZHUQUELI BATHHOUSE

朱雀里澡堂

(貳)



ZHUQUELI BATHHOUSE LOGO  
朱雀里澡堂LOGO



屋顶  
朱雀里  
澡堂



ZHUQUELI BATHHOUSE LOGO  
朱雀里澡堂LOGO



亲 亲 小 西 湖 ， 暖 暖 烟 火 气



朱

# ZHUQUELI BATHHOUSE MAIN VISUAL

## 朱雀里澡堂主视觉



ZHUQUELI BATHHOUSE DERIVATIVE

朱雀里衍生品——壹



扇子

ZHUQUELI BATHHOUSE DERIVATIVE

朱雀里衍生品——贰



老澡堂洗漱用具

ZHUQUELI BATHHOUSE DERIVATIVE  
朱雀里衍生品——叁



拖鞋



搓澡巾

ZHUQUELI BATHHOUSE DERIVATIVE

朱雀里衍生品——肆

朱雀里澡堂

助浴

朱雀里澡堂洗浴牌

ZHUQUELI BATHHOUSE DERIVATIVE

# 朱雀里衍生品——伍



一次性浴帽



门帘

ZHUQUELI BATHHOUSE DERIVATIVE

朱雀里衍生品——浴巾

清洁卫生靠大家  
我的浴巾你别拿

朱雀里澡堂浴巾

ZHUQUELI BATHHOUSE DERIVATIVE

朱雀里衍生品——染

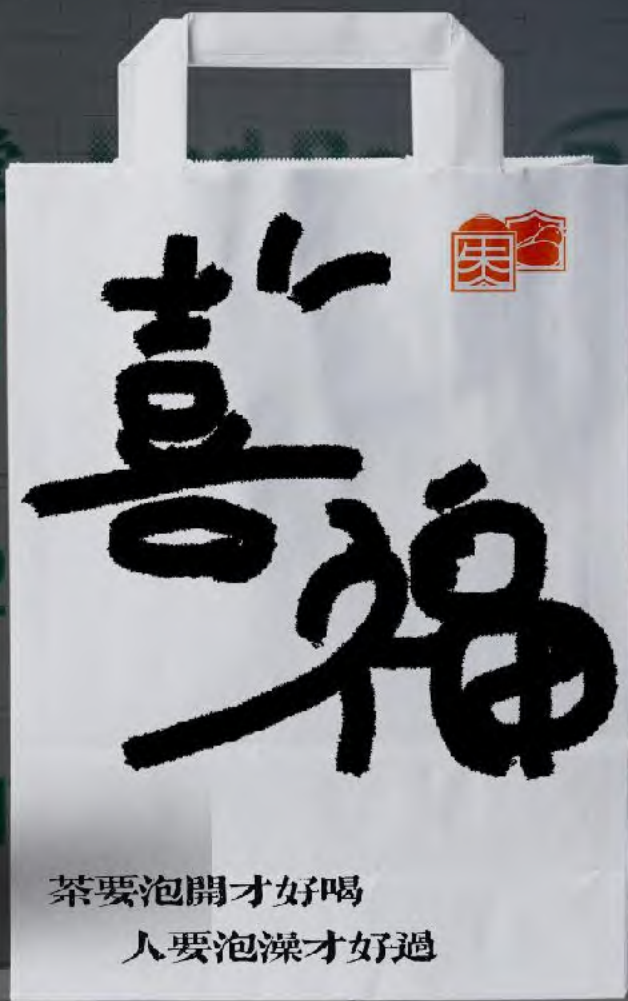
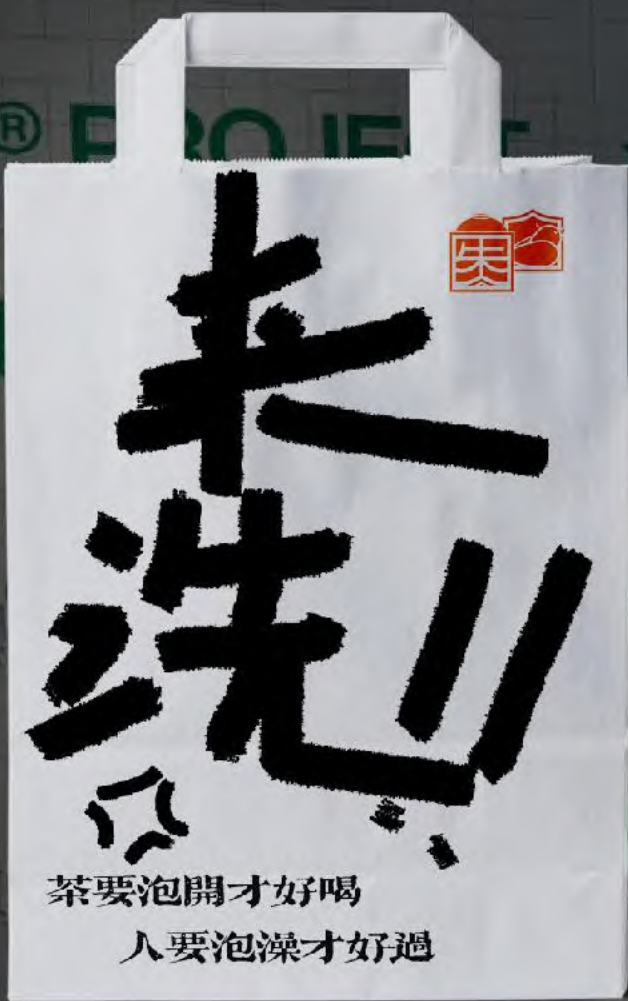
搓澡一世  
幸福一生



毯子

ZHUQUELI BATHHOUSE DERIVATIVE

朱雀里衍生品——捌



DIY手提袋

OLD BATHHOUSE DECORATION INTENTION

老澡堂裝修意向

澡堂牆面

澡堂地面



OLD BATHHOUSE DECORATION INTENTION

老澡堂裝修意向

澡堂座椅



JECT

東山大澡堂

Bad Bath

BY

儲物櫃



OLD BATHHOUSE DECORATION INTENTION

老澡堂装修意向

注意节约用水

浴池



OLD BATHHOUSE DECORATION INTENTION

老澡堂裝修意向



澡堂地面



IP IMAGE DESIGN  
IP形象设计  
(叁)





大家好，我是**小喜**，  
是一只**活泼**又**爱洗澡**的  
**小朱雀**。我想把我的  
**快乐**与**活力**传递给  
所有人。



嘿，我是**小福**，一个  
爱**冒险**又喜欢**泡茶**喝  
的**银杏**小精灵，对世界充  
满**好奇**并想要**探索**各  
种新事物。

GUIDING DESIGN

导视设计

(肆)



GUIDING BANNER  
导视BANNER



# GUIDING SYSTEM DESIGN 导视系统设计



# GUIDING SYSTEM DESIGN

## 导视系统设计



DEVICE DESIGN  
装置设计  
(伍)



GINKGO BILOBA LIGHTING  
银杏灯光装置





LEAF TRAFFIC LIGHT

叶子红绿灯



STAIRS  
楼梯



GINKGO BILOBA  
银杏花洒



TELEPHONE BOX  
电话亭装置



SPONGE CHAIR  
海绵椅子



OLD OBJECT TRANSFORMATION DEVICE

旧物改造装置



PIPE DEVICE+BYCICLE CLOCK

水管装置+自行车时钟



OLD OBJECT TRANSFORMATION DEVICE

旧物改造装置



BYCICLE DEVICE

旧物改造装置



BYCICLE DEVICE  
旧物改造装置



PICTURE FRAME DEVICE

相框装置



SOAP BOX AND SOAP  
肥皂盒+肥皂



STREET ACTIVITY

街区活动

(陆)



LEAVES CAMPAIGN

树叶活动



贴树叶活动

