

店招统一设计制作 多了安全少了个性？

邻声 话题

近日，国家住建部在三亚召开现场会，部署“城市修补”和“生态修复”工作，并要求3年后在全国全面推开。其中，“城市修补”中一项重要任务，就是整治广告牌匾，解决街道立面存在的问题。然而，在部分市民看来，大街小巷的店招若是统一设计制作，免不了失去了每家店独有的个性。作为一座特大型城市的“风景线”，上海户外店招究竟应如何发展？

自行安装 粗制滥造

相关部门数据显示，上海目前共有30多万块店招，面广量大。其中部分店招，尤其是中小马路的店招，存在不少问题。

“首先是设置无序，有的未经许可设置，有的不符合技术规范、用材不当、粗制滥造，还有违规装上屋顶的超大店招。这些都带来了安全隐患。”上海市绿化和市容管理局景观管理处处长丁勤华表示，部分小店的招牌成本便宜、制作粗劣，用细木工板、角铁、膨胀螺丝和喷绘布制成，挂在户外两三年后就腐烂生锈。若业主不及时维护保养的话，店招就会成为行人头顶上的“定时炸弹”。

此外，商户们的审美水平参差不齐，也令许多店招的设计缺乏品位和创意，品质很差。市区许多理发店、水果店的店招，往往配色怪异、毫无美感，突兀地挂在街面上。还有些业主一味追求“弹眼落睛”的

效果，想多招徕点生意，却忘了店招应与左邻右舍达到整体和谐。

统一设置 减少隐患

因此，不少业内人士认为，统一设置规范店招，不仅是对市容市貌的提升，更是为了减少安全隐患。

“现在，很多店招都是由室内装潢公司制作的，但其实户外店招和室内装修是两个概念，材料选择、结构设计都不一样。”丁勤华说，目前本市户外招牌的设置有着细致的技术规范，但很多店家和生产店招的企业并不了解。而政府统一设计制作店招，寻找的都是有专业资质的企业，让专业的人做专业的事，可以保障安全性。

市标识行业协会秘书长李家祥介绍，本市不久前探索对标识企业采用“分级制”，参照国家标准制定了评审办法，将企业分为一级、二级和三级，不同等级企业可承接的业务范围不同，无等级企业不得再承接10万元以上或转包业务。这一“紧箍咒”，也可以成为政府部门招标时的参考。

部分区域 鼓励个性

虽然店招的安全和品质，需要统一规范设置来保障，但在具体操作中，部分路段和特定区域在合规的前提下，也可以在店招中纳入个性和艺术，以彰显不同的商

业文化和人文底蕴。

事实上，在《上海市户外招牌设置技术规范》中，也并非“一刀切”地要求统一。《规范》将城市区域分为“严控区”（行政文化中心、各级文博单位和优秀历史建筑等）、“展示区”[各类城市副中心、市级商业街（中心）、市级专业中心、地区中心等，以及商业零售建筑集中的区域]和“适控区”（除严控区、展示区外的区域）。其中，在展示区内鼓励设置有创意、有个性、有品位的户外招牌设施。

“店招是否可以个性化，还是要看周边的氛围。比如日本居酒屋集中的区域，各家店招琳琅满目，很有艺术感。但是如果是零碎的商业，太个性化的店招就会很突兀。”丁勤华表示，目前上海店招正着手提升品质，对于一些主要通道和商业街，如南京西路、陕西北路、豫园等的店招，要做到既与建筑风貌立面相匹配，又兼具个性。而对于小马路上的店招，则要求做到整洁、有序。

此外，有些路段也在尝试将统一与个性相结合。比如江宁路安远路附近，每家店招的底座统一安装、设计相同，但底座上字样的字体、颜色等，可以由商户自己决定。哪怕短期内多次更换业主，也不会因为频繁拆卸店招、改变框架结构而导致不安全。

本报记者 金旻矣

欢迎读者扫描右上角二维码下载新民邻声 APP，进入话题板块对本文进行评论互动，部分优秀点评将刊登于明日本版。



汇传
聚达
民民
意情

邻声 网评

打“文创牌”不错 有小店点缀更好

昨日，《愚园路改造打“文创牌”，生活小店无奈“让路”？》一文在新民邻声 APP 话题板块呈现后，引发热议，以下为部分网友评论：

@Carole:脱离生活气息，就会变成精致的标本，美是美，但是呆板。

@chenym:我生活在愚园路，触摸过他的一草一木，也熟悉他的人文轶事和市井文化。个人感觉，这种转型只是摆设。

@冯济民:街区的改造必须“阳春白雪”与“下里巴人”兼顾，不能顾此失彼。好在有关方面对此已引起重视加以改进。这也为其他街区的改造提供了有益的借鉴。

@崔志勇:福州路文化街不也有老半斋等吃食店？有这些点缀，反而更生气勃勃。

@潘金鳌:前几天刚去拍了很多夜景，让人眼前一亮，经过重新布局，有故事的老建筑被开发成文创中心，很多名人故居对外开放了，这样的改造和利用，老百姓喜闻乐见。幽雅、整洁、舒畅的愚园路焕发了青春，充满了艺术气息，愚园路的夜晚更靓了。

社区全媒体 盛燕丹

邻声 活动推荐

去“集装箱”美术馆 感受乌托邦世界

在这里能带上手电筒玩一把行为艺术，与艺术品进行一场光影互动，更有非遗魔幻剧、麦唱音乐秀的精彩表演。来叠·UP美术馆，在这个集装箱构成的乌托邦世界看雪花落下，体验一个既文艺又欢乐的圣诞节。

今天 15:30-21:30，打开新民邻声首页“免费抢票”活动，30张“集装箱中的乌托邦世界——艺术家集体创作展”的展览门票等你来抢，中奖用户将获得2张/人门票。详细获奖名单及领奖方式，请于明天上午9:30起，点击活动板块“获奖名单”栏目查看。

社区全媒体 刘丹枫

邻声 街拍

以犬会友

临近傍晚时分，一小区内的居民纷纷牵着宠物犬到小区广场上遛狗，狗狗看到同类开心，追追闹闹；主人们看着狗狗玩乐开心，相互聊天也开心。以犬会友，不亦乐乎！

本报记者 周馨 摄



投稿:xmsyb@xmwb.com.cn



房子的本质是什么？

过去一年，潮水般涌现的买家，让房子更多成了一种避险的资产，什么品牌、品质，仿佛都不再重要。

房子的本质究竟是什么？无论是2万年前，远古人类为了遮风避雨、躲避野兽的洞穴，还是草木构筑的巢，一直到现代的摩天大楼，房子的基本功能一直就是用来住的。

养老地产，要以老人为中心

在上海，有一处房子，从来不是用来炒的。从出现至今，一直以适合居住者的需求而出发，它就是天地健康城。

适合居住者，看似简单的背后，其实是养老地产的核心关键。如果仅

仅从管理者的角度出发，是便于管理的。可是只有以老人为中心，才能让老人在居住过程中住的舒服，住的开心，住的有尊严。

天地健康城，适老化细节无处不在

天地健康城所有的设计，都是按年长者的生活规律和习惯设计。

其一，提升配套。老年人热爱锻炼，所以在室外，天地健康城服务式公寓是一栋楼一个组团，每个组团都有邻里中心，满足休闲健康的需求。连廊的设计和绿植的搭配，即使在风雨天，也能通过到达各个住区和配套。

而在室内，有足够大面宽以确保阳光引入，朝南的卧室令室内温暖舒适。

其二，优化设计。老年人的居住要规避掉日常生活中的风险。天地健康城用了40多项适老化设计，下沉式灶台的厨房，智能马桶和淋浴无高差的浴室，全屋精装并且配备地暖等。在室外，人车分流和全方位无障碍设计，为社区带来安全宁静的内部环境的同时，也保障了老人的出行安全。

从心理到生理，从硬环境到软环境，天地健康城认为老人住的好才是真的好。

VIP 021-39293333

项目地址：青浦区朱家角镇康业路888弄
开发商：德地置业发展（上海）有限公司
无预售证40年产权（商业性质）| 内销商管（2014）第000094
本广告仅供参考，广告中涉及之内容可能随时会变更，以上均为大概。

房子当然是用来住的 老了更要住的有质量 ——天地健康城：适老的才是好的

“房子是用来住的，不是用来炒的”，简单的近乎实话的一句话，究竟如何霸屏的？——

因为它道出了老百姓的心声，请还房子的“真功能”。

