

拒绝“千篇一律” 上海探索店招治理新模式

“每个店招都透着上海人的精细范儿”



□法治报记者 夏天

一块块店招店牌，不仅代表商家的名称标识，也是街区的风景线，更体现一座城市市域治理现代化水平。一度，“千篇一律”的店招店牌规范整治，曾让本市部分路段陷入某种让人哭笑不得的“误会”。而今，那些有过争议的路段怎么样了？

近日，记者探访本市中心城区和远郊区域，他们或是以“有弹性”的规范，引导各街镇、路段因地制宜，打造各具特色的店招风格；或是坚持党建引领，发动商家自治，实现店招的最大个性化保留；或是在城管执法环节，倾听商户诉求，引导商家的“自选动作”；或是引入第三方专业设计外脑，为规范店招提供“美学赋能”。如今越来越多的上海商业街，正一改往日的嘈杂和隐患，变得安全整洁又不失个性与精致。

社会治理创新基层样本

上海市委政法委 上海法治报社 联合主办

“有弹性”的规范,造百花齐放格局

“这不是‘极简美’，而是‘一刀切’，请还我们时尚鲜活的愚园路街景。”2年前，作为长宁“美丽街区”之一的愚园路，也曾因规范店招店牌过程中出现的“千篇一律”，而引发市民热议。

但2年后，“每个店招都透着上海人的精细范儿”“让人眼前一亮印象深刻的店招”“色彩真是太好看了，有空一定要来逛逛”的如潮赞许，又渐渐被市民们还给愚园路。在这条被老建筑环抱的人文一条街，沿街商铺外立面刷着素雅的茶白、靛青、黛绿……与老建筑的门拱、砖墙相得益彰，营造出端庄典雅的“愚园气质”。而别致的各色店招，更像整体风格上一个个生动的点缀。

据长宁区绿化市容局介绍，在去年7月，该局编制了《长宁区户外招牌设施设置规划导则》。《导则》根据长宁的地域风貌特征，将长宁分为七大区域，每个区域设置了相应的招牌风格。除此之外，《导则》要求户外招牌符合《上海市户外招牌设置技术规范》，且要按照七大分区策略，设置相得益彰的招牌风格。

值得注意的是，《导则》并非“一刀切”式的硬性标准，而是店招店牌的设计参考和技术规范，在具体实施的时候，各街镇可以因地制宜，这也让长宁各条马路的店招牌呈现一街一特色、百花齐放的格局。《导则》特别对历史风貌保护区的招牌设置风格作出规范引

导，店招店牌要与历史风貌区的特点相得益彰。

在愚园路，按照“艺术愚园”的总体风格定位，江苏路街道会同区内各相关管理部门，全面落实“城市管理应该像绣花一样精细”的管理要求，在愚园路的招牌设置上充分突出历史风貌区优雅、精致、格调的风格，尤其是一些独栋别墅的招牌，采取了统一的拱门式边框，并配以协调的色彩，与周边环境相融合。

而在毗邻上海动物园的程家桥路（虹桥路—延安西路）路段，则呈现出另一种特点：67家商铺，数量大、密度高、业态低、产权杂。在推进招牌规范设置的同时，程家桥街道充分利用传统箱体招牌拆除后释放的空间，在该路段引入了“墙体彩绘”，绿色清新的卡通动物图案十分显眼，也与动物园遥相呼应。同时在推进户外招牌安全隐患整治和规范设置的过程中，街道以“共同营造优美商业环境”为切入点，依托“门责自律小组”的沟通平台，引导商户在充分共商、共议中形成共识。街道还邀请第三方专业设计公司，按照相关规定及《导则》，拟定设计方案供商户挑选，把控每家店招设置位置、尺寸、材质和颜色，确定方案后再由商家自行出资恢复店招，并为商家提供全程服务，解决他们“不知怎么做、如何做，担心做了再被拆”等问题。

以商户自治寻求活力秩序并存

愚园路自长宁区延伸至静安区界内，在乌鲁木齐北路至镇宁路路段内，汇集的大小大小90余家店铺同样极具个性，既有故意做旧的复古招牌，也有卡通风格的“活泼”店招，还有浅灰色调略显“慵懒”的文艺风，各显风情。

事实上自去年以来，这里已对40多家存在安全隐患的店招牌进行了拆除整治。但拆除之后如何更新，使之在规范基础上，继续符合“静安气质”，成了静安寺街道思考的问题。这一次，政府并没有“一刀切”，也没有“大包大揽”，而是选择尝试一种全新的方式——商户自治。“今年4月，在街道的支持下，我们90余家店铺组建成立了愚园路商家联盟，其中17家商户代表被推选为理事单位，负责联盟的正常运作。”愚园路商家联盟理事长陆文辉告诉记者，店招更

新自然成为首个“试水”运作项目。

商户联盟根据《上海市城市容貌标准规定》拟定了一份商家联盟店招牌导则，对店招牌版面、文字与设置流程等进行了规定，并聘请该区绿化局专业人士、绿化专家等为导则进行法规上的把关，确保这份导则合规合法。

“既要保证安全，又要保留商铺的个性与文化。”陆文辉告诉记者，为了满足大家个性化的需求，联盟还同时成立自治基金会，按照自愿原则自发筹集了一笔资金。用这笔资金，联盟聘请了专业设计团队和施工团队，针对每家店铺设计“一对一”定制方案。

静安寺街道通过党建引领、商家自治自管的方式，寻求街区活力与秩序的并存，实现最大个性化保留的全新探索和尝试。

城管也来搭把手,灵活执法“点亮”城市街景

此前南京路步行街东拓和改造时，几块全英文老店招在一番“去留之争”后，终于“重见天日”，继续陪伴百年南京路。它们如同活化石般，让市民游客得以直观感受这条“中华第一商业街”的历史积淀，感悟南京路步行街独特的城市气息和魅力。

此前，关于店招广告是否应“一刀切”式规范的争议，让这些富有特色的店招面临去留问题。对此，黄浦区城市管理行政执法局作为上海市人大常委会基层立法联系点，在对该法规征集意见时，倾听了很多商户的反映：“南京路步行街既存在大量的历史保护建筑，同时这些历史保护建筑有很多是百年老店。不安装户外广告可以，但不设置店招就不太合理了。”黄浦区城管行政执法局副局长陈金宏披露，“商户们提出户外店招保留，这样既有利于经济的发展，也有利于历史保护建筑的活化利用，这样更符合立法的目的。”

立法联系点收集了商户们的意见后，将意见和建议反馈到了立法机关。经过几番调研审议，这一条款最终被修改为经房管部门同意，可以设置建造户外店招。

而在远郊的奉贤，城管执法局也为商户们的店招“活起来”动足了脑筋。

在江海路，曾经杂乱无序的大片违章破墙经营商户消失了，取而代之的是古朴浑厚具有“贤文化”特色的浮雕景观围墙，给行人以熏陶浸润；以往嘈杂凌乱的南桥路、新发展商业街变得整洁，干净清爽的商家外立面和一块块规整精致又不失个性的招牌映入眼帘，带给顾客赏心悦目之感。据奉贤城管介绍，在近两年“美丽街区”建设过程中，该区吸取相关教训经验，拒绝千篇一律，“在共性中突出个性”，邀请了13家广告设计团队，为每块店招量身定做，尊重不同业态的特色，以高品质、高标准挖掘地域文化和人文底蕴，倡导“一地一文化”“一街一特色”“一

段一标准”“一幢一风貌”，同时落实线上、线下“备案登记”管理。3年来，全区已整治更新户外设施广告14200余块，街区面貌焕然一新。

值得注意的是，在每块店招下，都镶嵌着一张一寸见方印有“‘美丽街区’门责管理”字样的二维码卡片。如果扫码追溯，即可看到“奉贤区户外设施（临街立面装饰）备案登记管理流程图”，随手点击，可查询沿街外立面装饰过程相关规定。据奉贤区城管局副局长李伟介绍：“这块二维码可以说是商户招牌的‘身份证’，记录着这家店的基本信息，招牌的‘编制方案’和实际安装效果图等。城管执法人员可以通过执法终端扫码，查询已备案商户的营业执照、立面效果等各类信息，并通过与现场巡查所见或者监控影像进行比对，快速发现和处置问题。有了这块小小二维码牌，既方便商户了解招牌设置要求进而自觉遵守规定，也大大提升城管部门管理效能，实现对店招牌和临街立面装饰进行全过程、全天候监管。”

“而且考虑到我们是远郊，每个街镇的商户来区局备案都很远，因此我们在得到区里支持后，将备案审批权下放至每个街镇，使之都有备案登记窗口，同时还派驻了购买服务的第三方广告公司人员，为店方提供专业规范的设计方案。”李伟披露，这项街镇备案登记制是奉贤的创新，市级有关部门也对此探索表示认同，正研究是否能在下一步立法中体现。

南京东
路店招

本版摄影
记者
王湧

