



# “绿”了商铺招牌 “损”了城市风貌

□ 蔺零菩



上图为被改成绿色的蜜雪冰城招牌，下图为改回红色的蜜雪冰城招牌。（图源：“成都城市管理”公众号）

对于城市风貌的改造，我们应该采取更加开放和包容的态度，在确保公共安全的前提下，尊重商业主体的审美自主权，实现城市色彩文化的和谐共生。

4月15日，河北廊坊三河市“禁止使用红黑蓝三色做招牌底色”事件尘埃落定。据廊坊市政府网站消息，媒体反映的主要问题基本属实，目前已对三河市委主要负责人免职处理，并责令当地整改。

禁用“红黑蓝”三色招牌，统一改为绿色，就连医院的红十字标志也未能幸免。事件发酵多日，舆论质疑声不断，三河市城管局回应称，此举是“按照市政府城市规划要求”执行，口头“先行一步”推进整改。网络上也流传当地相关部门工作人员的回应：“打造的就是学院风、国际化。”三河市这场“先斩后奏”的招牌统一行动，不仅让商户真金白银地承担不必要的经济损失，更因简单粗暴的“颜色禁令”引发社会公众对城市风貌治理合理性的讨论。

近年来，类似事件屡见不鲜，群众啧有烦言。从西安的“黑底白字一条街”到沧州的“灰白配”景观带，这些被官方冠以“彰显历史文化”“打造特色街区”之名的改造工程，沦为网民调侃的“殡葬一条街”，不仅让城市失去了原本应有的烟火气，扼杀了城市街区的生机与活力，更折射出部分城市管理者审美能力的匮乏和治理思维的僵化。

本应服务于民的城市风貌治理，为何沦落如此？这不禁让人想起那些公开课上被要求时刻挺直腰板的学生——他们整齐划一的坐姿成为对外展现教学成果的重要体现，却湮没了课堂本该被激发的思想火花。如同部分城市管

理者对“整齐划一”的病态追求，他们将复杂的城市治理简单压缩成一张统一色卡，试图打造虚无的秩序感，营造出一种所谓治理良好的“样板间”氛围。这般管理方式，令人啼笑皆非。

城市管理者应该认识到，良好的城市治理是一个综合体系，真正的治理智慧，应当超越简单粗暴的行政指令，让个性与共性平衡共生。这就需要管理者科学制定长期的发展规划，保持规划的前瞻性和稳定性，避免“朝令夕改”。又要搭建多元共治平台，让政府、市场与社会形成良性互动，尤其是重视在地居民、小微商户等群体的诉求。同时，成功的城市风貌改造从来不是消灭差异，而是兼容并蓄，既要保护历史街区的原真性，也要尊重不同社群的审美差异和生活方式，风格各异的店铺招牌、独具匠心的橱窗陈列、多元业态的有机融合，都会成为城市治理的一道靓丽“风景线”。而这种治理范式的转变，正是当下城市转型升级的关键所在。

# 城市管理 需要更多“包容色彩”

□ 陈小珊

近日，河北廊坊三河市禁止商家使用“红蓝黑”为底色的店铺招牌。一时间，以红底白字为特征的“蜜雪冰城”招牌被改为绿色，就连医院的红十字标志也被换成绿色，引发众多网友热议。

店铺招牌设置，在遵循《中华人民共和国广告法》《城市市容和环境卫生管理条例》《城市户外广告和招牌设施技术标准》等法律法规的规定下，在符合内容健康、设置安全等要求的前提下，招牌内容由设置人自主设计理所当然。然而，三河市相关部门“一刀切”禁止店铺招牌使用“红蓝黑”底色，不仅让招牌变了色，还让权力越了界。

其一，人民城市人民建，人民城市为人民，这本是开展城市管理工作的出发点和落脚点。但该事件中的城管部门以“市政府要求”为名，要求商户更换门店的红、蓝、黑招牌颜色。同时，市场监管部门也介入“助力”店铺招牌整改，让商户苦不堪言、不敢不听。在事件发酵初期，面对媒体“为何要更换”“相关依据在哪”等疑问时，相关部门仅以“有关部门会有文件下发的”“就是先行一步在改这个东西，按照城市规划”的答复草率了事，无凭无据、强制拆除，这样的管理方式，究竟是为人民管城还是给百姓添堵？

其二，该起事件中，多名商户向媒体提及《广告牌匾设计引导》，其内容出自2024年底三河市发布的《三河市城市规划建设管理导则》。该导则对广告牌匾设计进行了指引，如“牌匾底色可选用如浅咖色、浅灰色、玫瑰金、棕桐金色、闪金色、米黄色、浅黄色、橘黄色、象牙白等”，其中广告牌匾设计负面清单还

指出“除国际国内连锁品牌，不允许用红蓝底色或字样”。然而，导则仅是指导性文件，不能作为法律依据，城管部门却执行得如此彻底，还额外禁止了“黑色”底色。如此闹剧，源头是不合理的导则，本质是当地相关部门的“思想僵化”和“权力任性”。

其三，目前部分店铺招牌已重新更换，这场闹剧终于被制止，但仍有许多问题有待回应：更换店铺招牌需要费用，这笔损失由谁来承担？为何要更换店铺招牌颜色？又为何禁止“红蓝黑”三种颜色？截至4月16日下午，当地有关部门依然沉默以对，尚未明确具体措施。这样的回应，不仅损害了政府的形象，还削弱了群众对政府的信任。“有错就要认，挨打要立正”，当出现错误，发生问题，勇于承担责任，积极解决问题，才是应该有的姿态。

店铺招牌被改色的事件不是孤例。2019年，上海静安区某街道路边店铺，被整体换成“白字黑底”的招牌，被网友吐槽是“墓地风格”，后被责令整改；2020年，西安某街道的商铺，一个月被强行更换3种颜色的招牌，引发商户吐槽；2023年辽宁沈阳一条街商铺门店招牌统一黑底白字，引发热议。前车之鉴，就在眼前，但三河市仍然重蹈覆辙，实在不该。

店铺招牌，是商家品牌的展示窗口，也是城市形象的重要组成部分，对其进行管理，使其更加符合时代的发展，是必要的，但不能是随意的，应当在合法合规的框架内进行。当城市管理拥抱更多“包容色彩”，城市发展才能凝聚更加多元的光彩。

# 沙尘来袭，建筑抗沙需强化源头设计

□ 陈诚

近期，一场来势汹汹的沙尘暴席卷了我国大部分地区，其影响范围之广、强度之大，令人触目惊心。

据气象部门数据，此次沙尘暴影响面积超过430万平方公里，从北方的内蒙古到南方的海南岛，18个省份未能幸免于此。阵风风力达到8级以上的区域总面积超过350万平方公里，内蒙古、华北、黄淮等地的阵风达到11到13级，局地甚至出现了14到15级的强风，如此极端的风力使得沙尘被大量扬起。这场沙尘暴不仅让我们化身“行走的吸尘器”，更给城市里的建筑带来一场挑战。

最先遭到破坏的就是建筑的

“面子”。建筑外墙装饰被沙尘当成“磨刀石”，在高速沙粒的持续冲击下，就像被无数细小砂纸打磨——真石漆墙面会出现密集划痕，时间长了直接掉漆露底；玻璃幕墙也难逃一劫，当被沙粒磨出“毛边”，不仅影响美观，还可能降低玻璃强度。有小区业主发现，沙尘暴过后，原本透亮的窗户像蒙了层磨砂膜，用手一摸全是细密的划痕，这就是沙粒在“搞破坏”。

其次，建筑周边的“危险地带”不容忽视。工地围挡、户外广告牌、楼顶设备支架等设施，在12级大风肆虐下，极易出现松动、脱落，去年西北某城市就发生过广告牌被吹落砸到车辆的事件。这次沙

尘天气来袭，各地消防、城管部门紧急拆除了上千处松动的户外设施。同时，特别提醒临街住户，路过老旧建筑时一定要多抬头看看，避免“天降异物”。

再者，建筑的“里子”也面临考验。门窗密封不严的房子，沙尘会从缝隙钻进来，落在家具上、钻进空调里，甚至顺着通风管道潜入室内。这时候，检验门窗五金件和密封胶的质量尤为关键。门窗合页密封性不好，会漏风漏沙，不少住户一觉醒来，家里地面能扫出小半盆土。而安装了高效新风系统的建筑，则能把沙尘颗粒挡在门外。

面对频繁的沙尘天气，建筑该

如何“升级防护”？首先在源头设计时要考虑“抗风抗沙”性能，比如提高外墙材料的耐磨系数，门窗采用多腔体密封结构；其次推广绿色建材，像自清洁涂层、防风沙百叶窗这些黑科技，能让建筑自带“抗沙属性”；最后别忘了定期维护，好比给建筑做“体检”，检查外墙空鼓、密封胶老化、支架松动等隐患，把沙尘的破坏力降到最低。

值得注意的是，沙尘暴虽是自然现象，但也提醒我们要多关注建筑与环境的关系。当狂风卷起沙尘，那些经得起考验的建筑，不仅靠坚固的结构，更靠科学的设计和持续的维护。