

深圳立柱广告牌第三方鉴定单位

产品名称	深圳立柱广告牌第三方鉴定单位
公司名称	深圳中正建筑技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市龙岗区南湾街道丹竹头社区宝雅路23号三楼
联系电话	13590461208

产品详情

深圳立柱广告牌第三方鉴定单位

城市户外广告规划创新模式研究

（一）重视户外广告规划策略及调研 首先通过对户外广告、户外广告规划与设计、城市形象及城市区域文化等领域的分析解读，通过实地调查，运用拍摄图像、观察、统计等多种方式和手段，对城市户外广告现状进行了综合研究。在现状基础上，通过比对国内外城市同类型地区的相关案例，在城市总体形象及规划框架下，形成了适合本区域的户外广告的规划设计策略。依据城市户外广告管理规范及相关条例要求，再结合城市不同区域的形象特点及需求，融入城市形象美学及户外广告设计创意等方面内容，终形成一套创新的户外广告规划设计方案。（二）采用“规划+规范+设计”模式

1、“规划”——包括分类分区控制规划、主要道路详细规划（1）分类分区控制规划 在DIS形象分区及定位的基础上，针对各类户外广告进行控制政策分区并分别制定设置指引。根据城市发展目标，把握该区域户外广告的发展态势，提出户外广告的形象分区及设置指引。对主要道路进行分析，选取适宜设置户外广告的点位，并提出整改方案和规划措施。根据上位规划及相关设置规范要求，对户外广告发展现状进行调研及评价，确定户外广告设置原则。

2、“规范”——户外广告设置标准 将户外广告分成四类，并分类别给出具体设置要求。根据上位规划及相关设置规范要求，对户外广告发展现状进行调研及评价，确定户外广告设置原则。分析规划区现状户外招牌分布设置特点、存在的主要问题、发展所面临的挑战与机遇等，分区提出设置指引。

3、“设计”——创新户外广告视觉设计 为适应尘世不同区域的发展需要，本规划针对局部特殊路段的户外广告进行突破规范限制的创新设计。包括：广告形式、材料、光源等方面的创新，以及面积、高度、和位置等方面的规范性突破。打破以往户外广告规划只重“规划”而不重“设计”的做法，更加强调了户外广告“设计”的作用，在城市重要区域中的重要节点位置均给予了详细的户外广告视觉设计，并对户外广告牌的形式和内容均给出了效果参考及详细指引，务求提升城市核心区域户外广告的整体形象及凸显城市户外广告的特色与个性。（三）打造复合型户外广告规划项目团队 打破以往传统户外广告规划以规划设计院进行操作的方式，让广告设计、视觉设计人员也参与到了户外广告规划团队中来。规划设计人员懂“规划”但不懂城市美学、视觉设计；广告设计人员懂“设计”但不懂城市规划、广告规划

，而复合型户外广告规划项目团队的建立，正好弥补了相互间的短处，进行优势互补，优化资源和人员配置，务求打造出一套完整的符合户外广告规划原则及城市视觉美学的户外广告规划方案。

城市管理行政局、规划局、工商局和交通局五部门在《成都商报》上联合发布了《关于清理和规范机场高速路沿线两侧户外广告及其他设置的通告》，将机场高速路沿线两旁的所有户外广告均认定为违法广告。五部门的理由是：两年以来广告牌都没有通过市容环境管理局的审批。“这些广告牌并不是没有手续，而是手续到期了，但是审批权转给你们后，你们自己拖了这两年。”对于广告公司的辩解，市容环境管理局解释是：因为市里的城市规划一直没有出来，他们没有办法进行审批，所以才耽搁了这么长时间。广告商们希望能够如此说明问题：“这两年没有审批导致的混乱局面，责任在于市容环境管理局行政不作为，而不在于广告公司，所以后果不应该由广告公司来承担。”“我们必须团结起来讨个说法，如果在这样不明不白，没有任何经济赔偿的情况下失去了广告牌，我们将面临公司倒闭，员工失业的结局。”一名广告公司经理说。1月18日，成都市政府又组织五大局召开了一个“新闻发布会”：16家广告公司的58座广告牌必须在2014年3月1日前拆除，其它18座违法广告牌必须马上拆除。但是此次“新闻发布会”没有邀请任何新闻媒体记者到现场。2014年3月2日清晨，双流县和区的政府人员到机场高速路两旁开始了大规模的拆除广告画面的行动。多数广告公司立即采取了护卫措施，或者派人在广告塔下守候，或者派人爬上广告塔抗议。因为广告塔很高，且塔身每次只能容纳一人上下，如果拆除人员强行上去，难免发生意外事故，因此拆除人员只能望塔兴叹。后来，拆除人员采用了“偷袭”的办法，趁守塔的工人吃饭或者上厕所的瞬间，拆迁工就迅速爬上塔，首先用刀子将广告画面划破，然后再拆除。拆除人员还采取声东击西的办法，一边巡逻，一边组织拆迁工上塔。到3月4日，76座广告牌上的画面完全被拆除。随后，施工人员开着吊车、拿着工具强行拆除了两座广告牌，并且表示：如果广告公司不自己拆除，政府将完全“代劳”，但是至少价值2万元的材料将被没收。在这样软硬兼施的情况，许多广告公司不得不自行进行拆除，“能挽回一点算一点吧”。但是也并非所有广告公司都表示出屈服，在对政府人员“文攻武卫”均无法奏效的情况下，许多人决心“以生命捍卫广告牌”，爬到上面“安营扎寨”，表示“没有合理的解决办法，永远不下来”