



蔡塘社区发展中心地铁连接体项目

裸眼3D广告屏设置



2025.10

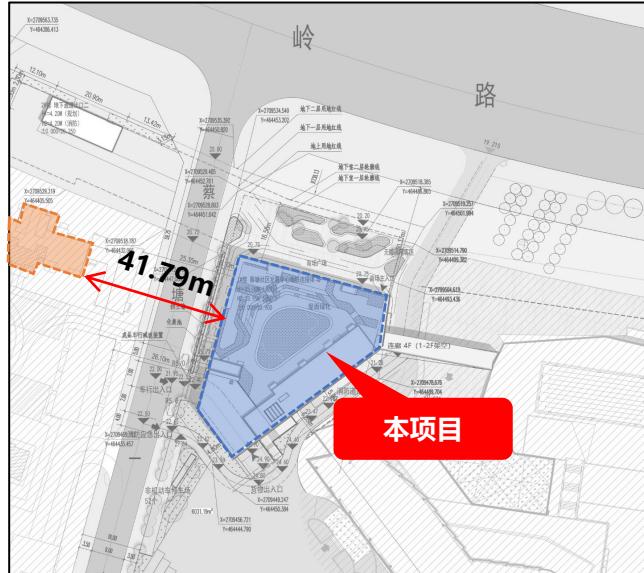
厦门合立道工程设计集团股份有限公司

一、关于裸眼3D电子屏幕设置突破管控的必要性与解释

位置问题突破管控的必要性与解释

	本项目	厦门市户外广告设施设置导则（2023年版） 裸眼3D类型管控	备注
位置	次要朝向有居住功能建筑，距离为41.79米	次要朝向有居住功能建筑，距离大于50米	突破

- 1、由于用地条件及退线的限制，本项目建筑位置基本固定，与西侧住宅的距离41.79m；
- 2、西侧住宅现状为山墙面朝向裸眼3D电子屏幕，山墙处为卫生间区域，屏幕不会对居住产生影响；
- 3、为达到裸眼3D的视觉效果，电子屏幕须设置90°转角拼接面；
- 4、将裸眼3D电子屏幕设置于西北侧，有利于西侧云顶中路方向的视线效果，吸引人群的到达。



场地限制条件分析（第一点配图）



西侧云顶中路BRT乘客视角（第四点配图）

一、关于裸眼3D电子屏幕设置突破管控的必要性与解释

位置问题突破管控的必要性与解释

	本项目	厦门市户外广告设施设置导则（2023年版） 裸眼3D类型管控	备注
位置	高度超过24米，从地面至广告设施顶部的高度小于等于60米，广告设施自身高度为10米	如在超过24米的高层建筑主楼面设置，宜采用镂空文字或图案的形式。 当从地面至该广告设施顶部的高度小于等于60米时，广告设施自身高度宜小于等于3米；超过60米时，广告设施自身高度宜大于等于6米	突破

- 1、根据调研及厂家咨询，为达到较好的裸眼3D显示效果，**屏幕面积不宜小于500m²**；
- 2、结合本项目的立面造型及周边各角度视线效果，建筑总高在满足立面美观与均衡性的前提下，裸眼3D电子显示屏尺寸宜为：**北侧显示屏长18m*高9.3m、西侧显示屏长14m*高9.3m**；
- 3、设置裸眼3D电子显示屏利于商业氛围的打造，**增加商业吸引力**。（故不采用镂空文字或图案的形式）

条款解释附件

裸眼3D电子显示屏案例分析（附表1）

北京王府井 百货大楼	面积为635m ²
太原钟鼓街（桥头街）	面积为588m ² ，弧长为18m
合肥淮河路 步行街	面积为490m ²
成都春熙路 远洋太古里	面积为888m ²
重庆解放碑 商业大厦	面积为774.9m ²
长沙五一广场 春天百货	面积为919m ²
厦门SM 一期商场	面积为888m ²
厦门京东mall	面积约为350m ²

一、关于裸眼3D电子屏幕设置突破管控的必要性与解释

条款解释附件

裸眼3D电子显示屏幕案例分析（照片示意）



一、关于裸眼3D电子屏幕设置突破管控的必要性与解释

条款解释附件

裸眼3D电子显示屏幕案例分析 (照片示意)



一、关于裸眼3D电子屏幕设置突破管控的必要性与解释

容量问题突破管控的必要性与解释

	本项目	厦门市户外广告设施设置导则（2023年版） 裸眼3D类型管控	备注
容量	裸眼3D电子屏与东侧相邻电子显示屏距离60米	设置面积大于200平方米小于300平方米时，平均间距需大于500米、最小间距大于等于250米	突破

- 1、由于场地用地条件的限制，裸眼3D广告屏已尽可能远离东侧电子屏幕；
- 2、裸眼3D电子屏幕的展示方式更加先进，与现状的电子屏幕效果不会重叠，更有利于商业氛围的营造；
- 3、裸眼3D电子屏幕针对的人群与现状电子屏幕不同，设置裸眼3D电子屏幕的目的是为了吸引更大范围的客群，现状屏幕仅为广场人群服务。

规格问题突破管控的必要性与解释

	本项目	厦门市户外广告设施设置导则（2023年版） 裸眼3D类型管控	备注
规格	距离城市主要干道道路红线30.37米	距离城市主要干道道路红线100米以上，可设置面积不应大于300m ²	突破
	西、北两面合计298m ²	严控区内小于200m ²	突破

- 1、根据案例参考，为达到裸眼3D显示效果，屏幕面积不宜小于500m²；（裸眼3D电子显示屏案例分析（附表1））
- 2、结合本项目的立面造型及周边各角度视线效果，在满足立面美观与均衡性的前提下，裸眼3D电子显示屏尺寸宜为：北侧显示屏长18m*高9.3m、西侧显示屏长14m*高9.3m、面积约为300m²。

二、关于裸眼3D电子屏幕的参数优化

为减小裸眼3D电子屏幕对周边社区的影响，各项指标采用适中的数值：

- 1、广告画面的彩度采用：C2 中彩度，彩度值≤10；
- 2、广告照明的平均亮度采用：E3 中等亮度环境区，广告面积>10m²，平均亮度≤300cd/m²；
- 3、广告照明的光色采用：K2 中性，3000K-5000K；
- 4、广告照明的方式采用：F3 自发光照明（电子显示屏、光栅屏、光电玻璃屏等）；
- 5、广告照明的动态采用：Q2 单一画面展示时间>3分钟；
- 6、广告新技术采用：T2 电子显示屏；
- 7、时限要求采用：开启时间9: 00（对比最早开启要求晚2小时）、关闭时间22: 00（对比最晚要求关闭早1小时）。

品质指标	类目细分	指标细项
广告画面	彩度	C1 低彩度，彩度值≤6；C2 中彩度，彩度值≤10；C3 彩度不限。
广告照明	平均亮度 (内透光、外投光)	E0 天然暗环境区 广告面积≤0.5 m ² ，平均亮度≤50cd/m ² ；0.5 m ² <广告面积≤2 m ² ，平均亮度≤40cd/m ² ；2 m ² <广告面积≤10 m ² ，平均亮度≤30cd/m ² ；广告面积>10m ² ，不宜设置。
		E1 暗环境区 广告面积≤0.5 m ² ，平均亮度≤50cd/m ² ；0.5 m ² <广告面积≤2 m ² ，平均亮度≤40cd/m ² ；2 m ² <广告面积≤10 m ² ，平均亮度≤30cd/m ² ；广告面积>10m ² ，不宜设置。
		E2 低亮度环境区 广告面积≤0.5 m ² ，平均亮度≤400cd/m ² ；0.5 m ² <广告面积≤2 m ² ，平均亮度≤300cd/m ² ；2 m ² <广告面积≤10 m ² ，平均亮度≤250 d/m ² ；广告面积>10 m ² ，平均亮度≤150cd/m ² 。
		E3 中等亮度环境区 广告面积≤0.5 m ² ，平均亮度≤800cd/m ² ；0.5 m ² <广告面积≤2 m ² ，平均亮度≤600cd/m ² ；2 m ² <广告面积≤10 m ² ，平均亮度≤450 d/m ² ；广告面积>10 m ² ，平均亮度≤300cd/m ² 。
		E4 高亮度环境区 广告面积≤0.5 m ² ，平均亮度≤1000cd/m ² ；0.5 m ² <广告面积≤2 m ² ，平均亮度≤800cd/m ² ；2 m ² <广告面积≤10 m ² ，平均亮度≤600 d/m ² ；广告面积>10 m ² ，平均亮度≤400cd/m ² 。
	光色	K1 暖光，2200K-3000K；K2 中性，3000K-5000K；K3 冷光，5000K 以上；K4 彩光、K5 光色不限。
	方式	F1 投光照明（外投光、内容投影等）；F2 内透光照明（灯箱、玻璃橱窗、艺术造型内透等）；F3 自发光照明（电子显示屏、光栅屏、光电玻璃屏等）。
	动态	Q1 禁止动态；Q2 单一画面展示时间>3分钟；Q3 单一画面展示时间>15秒。
广告新技术	T1 互动装置；T2 电子显示屏；T3 投影广告；T4 光电玻璃屏；T5 光栅屏；T6 其他。	

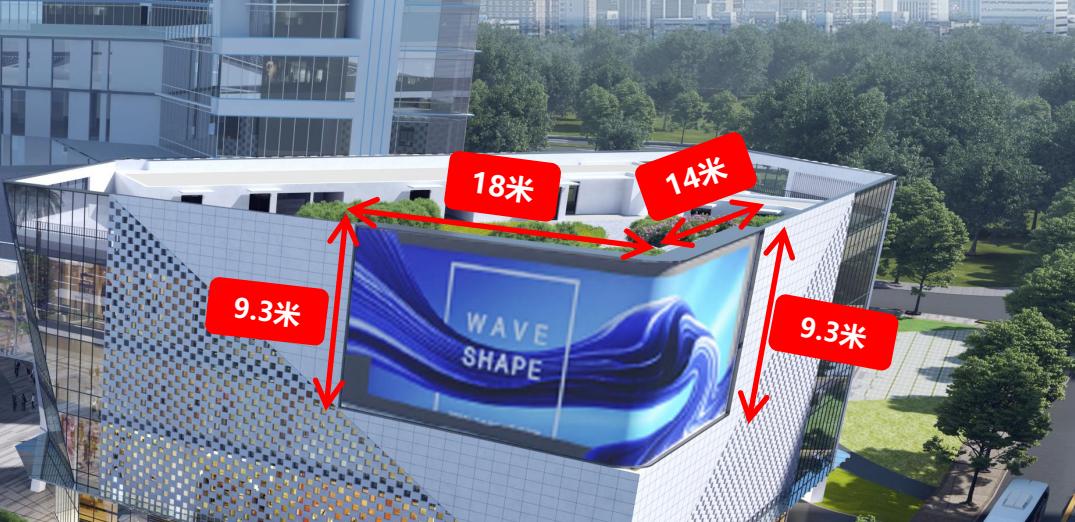
（5）时限要求

屏显类户外广告最早开启时间应在7:00之后，最晚关闭时间为每日23:00。附属式屏显类夜间关闭时间应与所附属建筑物商业关闭时间保持一致；独立式屏显类如含便民信息查询、紧急信息发布等功能，可长时间点亮，但应降低亮度。

三、会议确定方案

裸眼3D广告屏尺寸方案一（会议确定采用方案）

- 本项目于西侧建筑转角设置裸眼3D广告屏
- 广告屏尺寸：
沿吕岭路一侧长**18米**
沿蔡塘一路一侧长**14米**
宽**9.3米**
- 广告屏总面积：306平方米（含边框）



裸眼3D广告屏尺寸方案二

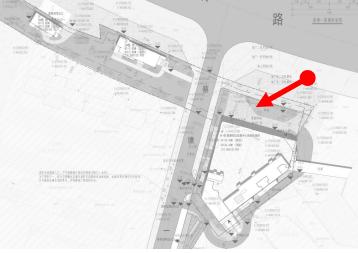
- 本项目于西侧建筑转角设置裸眼3D广告屏
- 广告屏尺寸：
沿吕岭路一侧长**20米**
沿蔡塘一路一侧长**14米**
宽**8.3米**
- 广告屏总面积：306平方米（含边框）



四、鸟瞰效果图-沿吕岭路西北面



四、鸟瞰效果图-沿吕岭路东北面



四、透視效果图-沿吕岭路东北面



四、透視效果圖-BRT視角

