



四川·达州

大竹县城市户外广告、招牌设置专项规划

SPECIAL PLANNING OF OUTDOOR ADVERTISEMENT AND SIGNBOARD IN DAZHU COUNTY

BES | 北京大地风景旅游景观规划设计有限公司
Beijing BES Tourism Landscape Planning and Design Co., Ltd

规划编制组名单



规划编制单位：

北京大地风景旅游景观规划设计有限公司

专家顾问：

王成章 西南交通大学经济管理学院教授、博导、西南分院院长

项目总负责人：

邓冰 注册城乡规划师、园林景观高级工程师

项目组长：

王小莉 北京大地风景事业七部总经理、健康养生旅游研究中心主任

项目经理：

刘彬彬 项目经理、注册城乡规划师

项目组成员：

刘博 北京大地风景事业部副总经理、工程技术总监
段谦谦 北京大地风景事业七部技术副总监、景观设计师
陈成 高级策划师
张璇 景观设计师
高晓敏 城乡规划师
安琳涛 景观设计师
宋杰洁 旅游策划统筹、注册城乡规划师
石春风 注册城乡规划师
史利莎 注册城乡规划师
王茂霖 旅游规划师、高级工程师
魏海峰 旅游规划师、高级工程师
廖朝霞 景观规划艺术设计

城乡规划编制资质证书

城乡规划编制 资质证书

(副本)

发证机关

发证日期

2015年11月30日

(有效期限: 自2015年1月 起至2019年12月30日)



证书编号 [京]城规编 证书等级 乙级
(142070)号-3/2

单位名称 北京大地风景旅游景观规划设计有限公司

法定代表人 杨小兰

详细地址 北京市朝阳区北四环中路27号院5号
楼3101内3109-3111单元

电 话 010-59393985 传 真 010-59393985

承担业务范围

乙级城乡规划编制单位可以在全国承担下列业务: (一) 镇、20万现状人口以下城市总体规划的编制; (二) 镇、登记注册所在地城市和100万现状人口以下城市相关专项规划的编制; (三) 详细规划的编制; (四) 乡、村庄规划的编制; (五) 建设工程项目规划选址的可行性研究。

变更事项

法定代表人变更为: 张丽

以下空白





首页

机构

动态

公开

服务

互动

数据

专题

标题 ▾

检索

高级检索

名称	自然资源部办公厅关于国土空间规划编制资质有关问题的函		
索引号	000019174/2019-00904	主题	规划计划
发文字号	自然资办函[2019]2375号	发布机构	自然资源部办公厅
生成日期	2019年12月31日	体裁	函
实施日期		废止日期	

自然资源部办公厅关于国土空间规划编制资质有关问题的函

各省、自治区、直辖市及计划单列市自然资源主管部门，新疆生产建设兵团自然资源局，省会城市自然资源主管部门：

为深入贯彻落实《中共中央 国务院关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》，加强国土空间规划编制的资质管理，提高国土空间规划编制质量，我部正加快研究出台新时期的规划编制单位资质管理规定。新规定出台前，对承担国土空间规划编制工作的单位资质暂不作强制要求，原有规划资质可作为参考。

自然资源部办公厅

2019年12月31日

【字号：大 中 小】 【打印】 【仅内容打印】 【关闭】 【下载】 分享到

相关信息：

1. 自然资源部关于加强规划和用地保障支持养老服务发展的指导意见
2. 自然资源部办公厅关于印发城乡规划领域基层政务公开标准指引的通知



目录

CONTENT

第一章：规划总则	03
1.1 概念界定与分类.....	04
1.2 规划背景.....	07
1.3 上位规划衔接与解读.....	11
1.4 案例分析与经验借鉴.....	14
1.5 规划范围.....	17
1.6 规划期限.....	17
1.7 现状分析与问题.....	18
第二章：目标定位	21
2.1 规划依据.....	22
2.2 规划目的.....	23
2.3 指导理念.....	24
2.4 规划定位.....	25
第三章：总体布局	26
3.1 总体空间控制结构.....	27
3.2 分区控制.....	28
3.3 分类控制.....	30
3.4 不同建筑类型控制.....	32
3.5 不同道路类型控制.....	37
3.6 总体控制技术要求.....	39
第四章：大型高立柱户外广告设施设计	44
4.1 分布现状.....	45
4.2 规划布局.....	47
4.3 设计引导方案.....	70
第五章：户外广告控制细则	75
5.1 禁止设置的情形与规定.....	76

5.2 依附于建筑物的户外广告.....	77
5.3 公共设施附属户外广告.....	82
5.4 围墙（围栏）附属户外广告.....	98
5.5 移动式户外广告.....	100
5.6 临时性户外广告.....	101
5.7 公益性户外广告.....	102
第六章：招牌设施控制细则	109
6.1 设置通用规则.....	110
6.2 建筑（楼宇）标识.....	112
6.3 招牌设施设置细则.....	115
6.4 制作材料控制引导性要求.....	120
第七章：重要节点设计引导	122
7.1 出入口节点设计引导.....	123
7.2 北城大道沿线设计引导.....	138
7.3 其他重要节点设计引导.....	146
第八章：规划实施保障	171
8.1 近期实施规划.....	172
8.2 实施保障措施.....	177
8.4 市场化运作模式.....	178

/01

规划总则

1. 概念界定与分类
2. 规划背景
3. 上位规划衔接与解读
4. 案例分析与经验借鉴
5. 规划范围
6. 规划期限
7. 现状分析与问题归纳

GENERAL PRINCIPLES

1.1 概念界定与分类

Concept Definition & Classification

1.1.1 户外广告的界定与分类

广告即广而告之，源于拉丁文Advertere，其意为“注意、诱导及传播”，后演变为“Advertising”，是为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。有狭义和广义之分，狭义即指商业广告，广义则除了商业广告还包含公益广告、各类非盈利性推广宣传等。户外广告（outdoor advertising），泛指基于广告或宣传目的，而设置的户外广告物，常出现在交通流量较高的地区。招牌主要是用来指示店铺的名称和记号，可称为店标（店铺的名称）、牌匾标识等；招牌在法律上定义为商号（TRADE NAME）商号由文字和图案等构成。招牌不等同于其它任何形式发布、张贴的广告内容和广告。

1、户外广告的概念界定

指利用建（构）筑物、场地、公共交通工具、低空漂浮物等载体在建（构）筑物外、公共空间中设置的商业或公益宣传广告。

2、户外广告的分类

(1) 按户外广告发布内容分类

① **商业性户外广告**：利用公共、自有或他人所有的建筑物、构筑物、户外场所、空间、设施以及交通工具等载体发布的，以推销商品或服务为目的商业内容性质广告。

② **公益性户外广告**：利用公共、自有或他人所有的建筑物、构筑物、户外场所、空间、设施以及交通工具等载体发布的，以传播社会主义核心价值观，倡导良好道德风尚，促进公民文明素质和社会文明程度提高，维护国家和社会公共利益的非营利广告。

(2) 按户外广告载体划分类

① **建筑户外广告**：依附于建（构）筑物外墙设置的户外广告，具体形式包括灯箱广告、三面翻广告、橱窗广告、贴膜广告、走字屏广告、附柱式广告、电子屏广告、涂饰广告、投影广告等。

② **公共设施附属户外广告**：在公交服务亭（公共候车厅、公共自行车）、路灯杆、高架道路桥身、人行天桥桥身、地下人行通道、地铁站点及通道等各类公共设施上设置的户外广告。包括路灯杆附属户外广告、公交服务亭附属户外广告、地下人行通道附属户外广告、地铁站点及通道附属户外广告、人行天桥桥身冠名权广告、高架道路桥身冠名权广告。

③ **地面独立式广告**：直接设置于场地，自身具有独立结构支撑的户外广告。主要包括大型高立柱、支架式、实物造型广告。

④ **围墙（围挡）附属户外广告**：直接设置于建设及拆迁工地、居民住宅区、街道等周边实体围墙表面或直接设置在建设及拆迁工地周边表面的户外广告。

⑤ **移动式户外广告**：在机动车与非机动车车体、船体等移动交通工具上设置的户外广告，另外还包括飞艇、气球等空中广告。

⑥ **媒体墙广告**：依附于建（构）筑物外墙设置的户外广告或依托夜景亮化设置的户外广告

(3) 按户外广告设置时效长短分类

① **长期性户外广告**：设置时限较长的固定广告，通常设置时限为6个月以上（包括6个月）的广告。

② **短期性户外广告**：为满足短期的商业、公益宣传的短期性广告，设置时限通常为30日以上至6个月以下。

③ **临时性户外广告**：重大节庆（假）日、店庆、开业、会展及其他重大活动期间设置的户外广告，通常设置时限为不超过30日的户外广告。



商业性户外广告



公益性户外广告



建筑户外广告



公共设施附属户外广告



实体围墙（围栏户外广告）



媒体墙广告



长期性户外广告

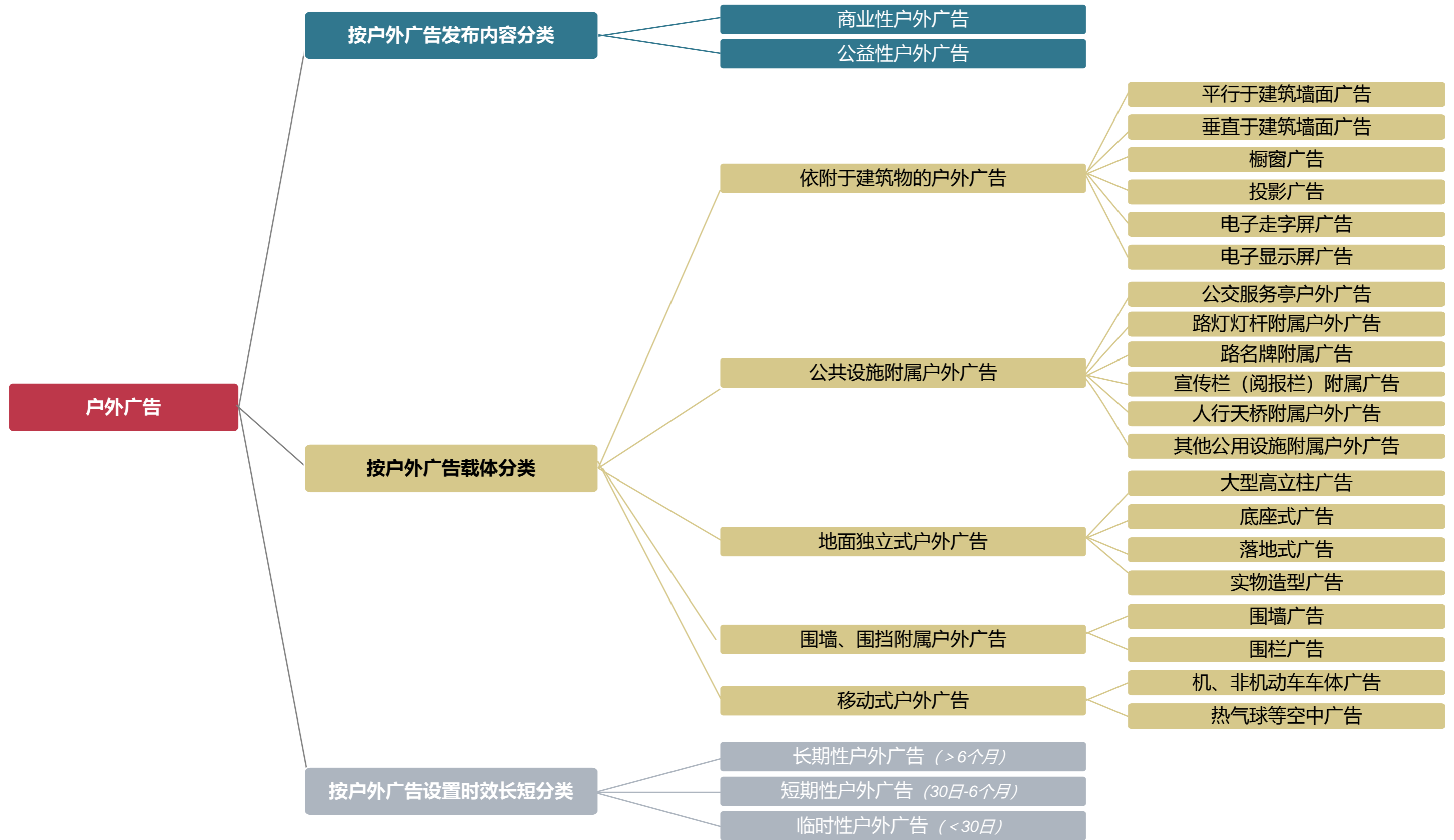


临时性户外广告

1.1 概念界定与分类

Concept Definition & Classification

1.1.1 户外广告的界定与分类



户外广告三种不同形式分类统计示意图

1.1 概念界定与分类

Concept Definition & Classification

1.1.2 招牌设施的界定与分类

1、招牌概念界定

指机关团体、企事业单位、个体工商户在自有或租赁的建（构）筑物外墙及建筑用地界线范围内设置的，与其注册等级名称相符的，用于表明单位名称、字号、标识或者建筑物名称的（发光）字、牌、匾等相关设施。

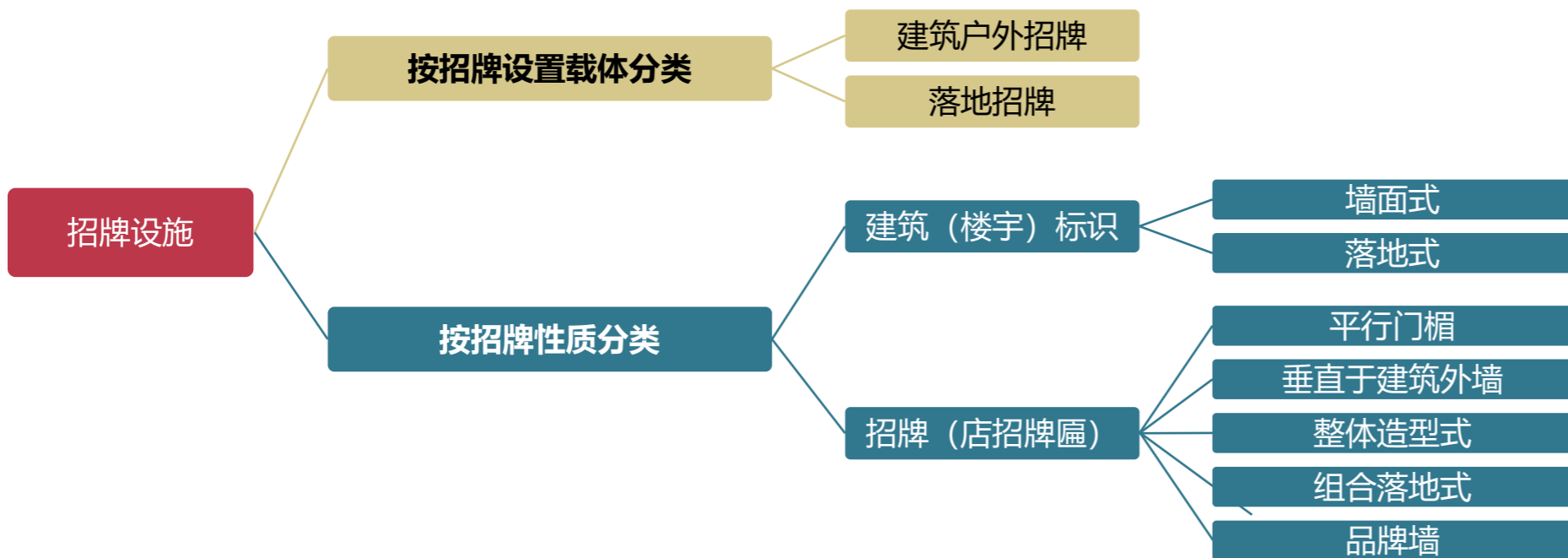
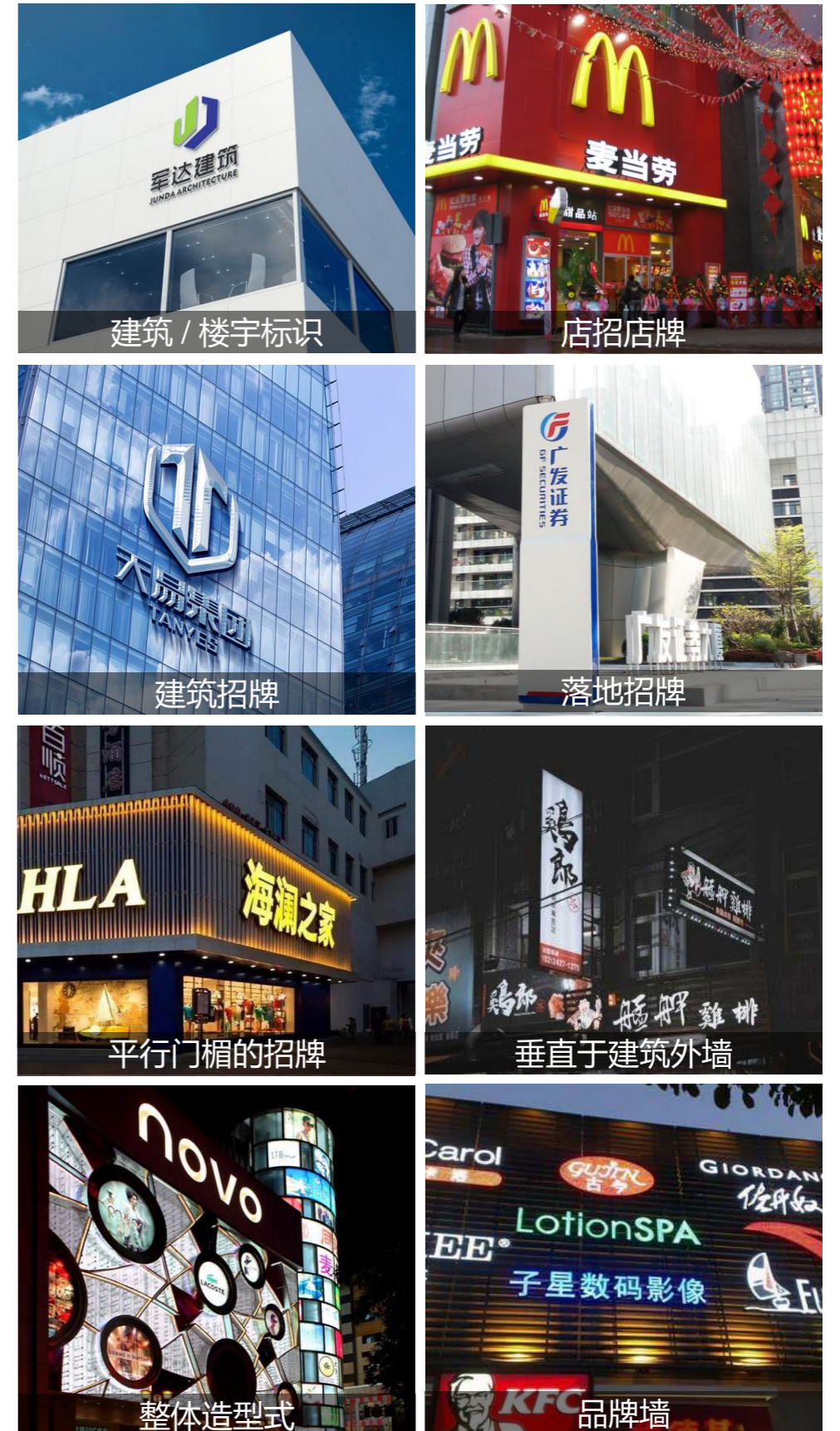
2、招牌分类

(1) 按招牌性质分类

- ① 建筑标识：指经地名管理部门批准启用建筑物名称，用于表明各类建筑物名称（含楼、大厦、公寓、广场等）的户外招牌。
- ② 店招店牌：指用于表明机关团体、企事业单位及个体工商户的名称、标识和字号等的户外招牌。

(2) 按招牌设置载体分类

- ① 建筑招牌：指依附于建筑物外墙面设置的户外招牌，具体形式包括镂空式招牌、箱体式招牌、牌匾式招牌、平板式招牌、悬挂式招牌、外挑式招牌、招幌式招牌等。
- ② 落地招牌：指直接在自有租赁的建筑用地界线范围内地面上设置的户外招牌，具体形式包括落地式标识、单体落地式店招、组合落地式店招等。



招牌设施的两种不同形式分类统计示意图



1.2 规划背景

Planning Background



实施新版管理办法，明确广告设置标准

《达州市户外广告和招牌设置管理办法》已经2020年1月2日达州市第四届人民政府第61次常务会议审议通过，自2020年4月1日起施行。管理办法中，**明确了达州市户外广告和招牌设施的设置、设计、制作、施工、验收、维护和检测的规定。**通过编制高质量的地方标准，进一步规范户外广告和招牌设置，可以强化城市风貌控制，有利于提升城市的管理效率和精细化管理水平，更有利于展示城市形象。

启动审批管理工作，编制各项规划内容

2019年为贯彻落实《关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》，**全面启动国土空间规划编制审批和实施管理工作。**自然资源部印发《关于全面开展国土空间规划工作的通知》，要求各地不再新编和报批主体功能区规划、土地利用总体规划、城镇体系规划、城市（镇）总体规划、海洋功能区划等。已批准的规划期至2020年后的省级国土空间规划、城镇体系规划、主体功能区规划，城市（镇）总体规划，以及原省级空间规划试点和市县“多规合一”试点等，要按照新的规划编制要求，将既有规划成果融入新编制的同级国土空间规划中。

规划带动城市发展，展现城市品质魅力

中国共产党第十九次全国代表大会首次提出：中国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段。**户外广告和招牌规划作为城市建设的关键和展现城市活力和魅力的重要手段，更应立足之区位，彰显特色，以高起点高水平高质量的规划设计引领城市高质量发展。**

1.2 规划背景

Planning Background

1.2.1 区位分析

川东第一城

大竹县系北纬30°川东北第一城，为达州市下属县市，素有中国苕麻之乡、中国香椿第一县、中国醪糟之都、中国糯米之乡、川东北绿竹之乡美誉。大竹县全县幅员2076平方公里，辖3个街道、28个乡镇、235个行政村、89个社区，总人口112万。

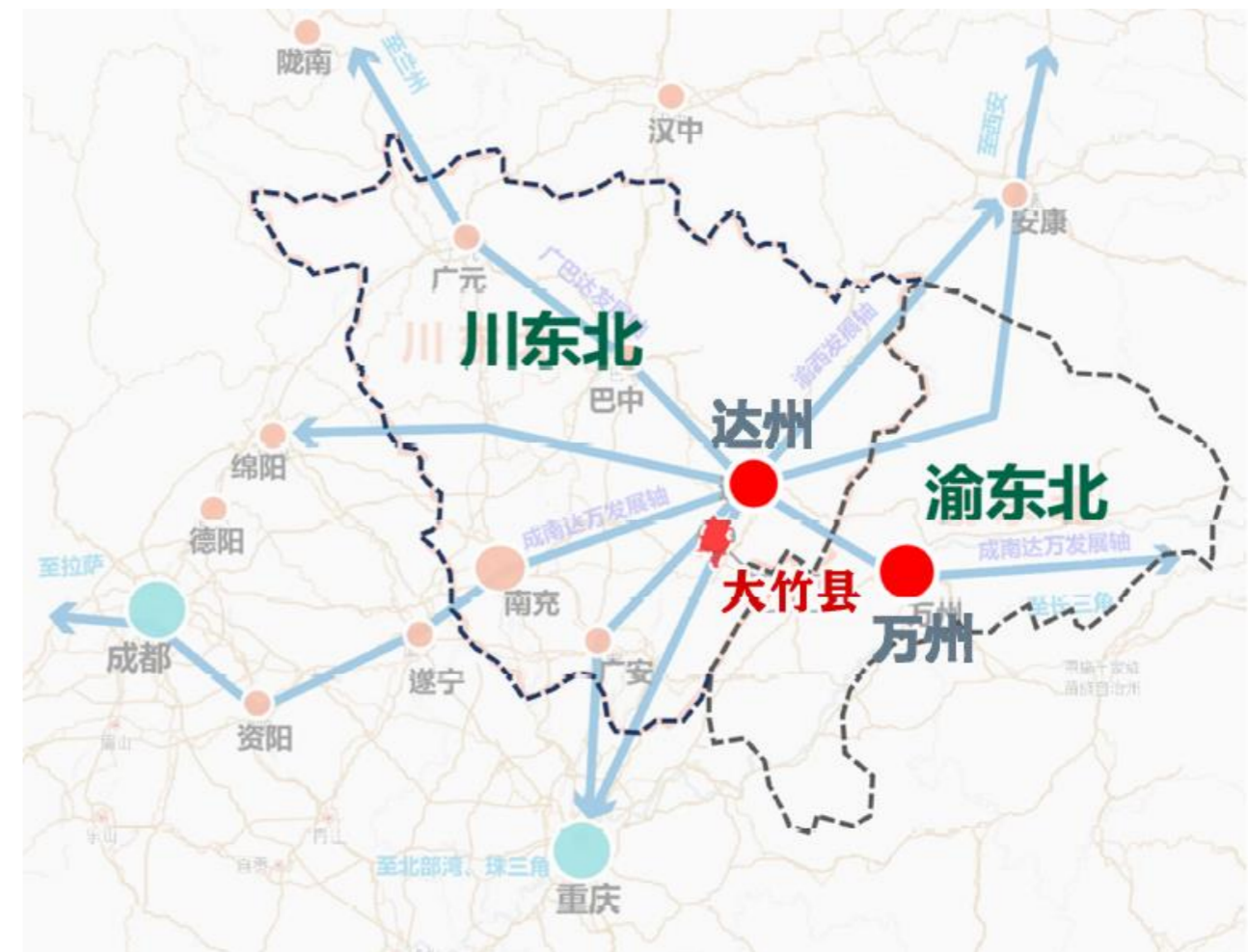
区位独特，交通优越。

地处成都、重庆、西安、武汉交汇辐射的腹地地带，境内达渝高速公路、南大梁高速公路、国道318线、国道210线纵横贯穿，县城北距达州60公里，南距重庆机场135公里，东距万州区176公里，西距成都350公里，初步形成了“半小时达州、1小时重庆、3小时成都、5小时西安、5小时武汉”的通达格局；

被纳入秦巴山区连片扶贫开发带、成渝经济区渝广达发展带、四川省川东北城市群。



大竹县在四川省的地理区位




大竹县在川东北、渝东北的经济区位



1.2 规划背景

Planning Background

1.2.2 城市文化内涵



大竹县历史悠久
人文资源丰富多样
富有川东北地方特色

□ 特色农耕文化——竹文化、麻文化和醪糟文化

- 竹文化、麻文化和醪糟文化
- 大竹有“中国糯米之乡”“中国醪糟之都”称号，成为大竹一张特有的城市名片。

□ 巴国文化——远古文明璀璨明珠

- “巴有将、蜀有相”川东北人——骁勇善战、耿直豪爽、义气凛然的地域精神。

□ 红色文化——悠久的红色文化基因

- 孕育了徐氏小学革命教育基地
- 徐德（县委第一任书记）、徐相应、徐永培等众多革命烈士，形成了“徐小”精神

□ 宗教寺庙文化——破山禅宗大师

- 净土寺前身为唐武则天天授二年（即公元691年）兴建的复兴寺，取名净土寺
- 该寺已成为川东北地区最大佛教中心

□ 非遗民俗文化——省级非遗两项，市级非遗五项、县级非遗十项

- 大竹民俗文化保留的较为完整，传承有序
- 形成了浓厚的节日、饮食、宗教、演艺、婚丧嫁娶等民俗文化

1.2 规划背景

Planning Background

1.2.3 城市经济发展现状

大竹县是西部百强县，商贸名城

1、西部百强，达州前茅

连续十余年位居中国西部百强县；连续六年荣获达州市综合目标考核第一名。2020年，实现地区生产总值387.3亿元、同比增长3.9%；全社会固定资产投资增长10.1%；社会消费品零售总额176亿元；规模工业增加值增长1.6%；城镇常住居民人均可支配收入达37254元、增长6.4%；农村常住居民人均可支配收入达20153元、增长8.8%；地方一般公共预算收入达15.23亿元，增长3.7%。

2、名胜众多，三产发达

境内有五峰山国家森林公园，有启于先秦、兴于三国的古官驿道，有中欧结合式建筑群清河古镇，云雾山景区等景观。产业结构中第三产业在大竹县年度GDP规模中占比超过45%。



1.3 上位规划衔接与解读

Cohesion & Interpretation Of Upper Planning

1.3.1 《大竹县城市总体规划修编（2011-2020年）》

户外广告编制期间，大竹县国土空间规划正在编制过程中，因此将城市总体规划作为重点的研究对象。

1、城市性质

成渝经济区东北部重镇，达州市域南部副中心，以现代工业为基础，以旅游休闲等现代服务业为特色的**山水田园城市**。

2、城市职能

(1) 区域职能

成渝经济区东北部的重要城市，达州市域南部副中心，大竹县域**政治、经济、文化中心**。

(2) 经济职能

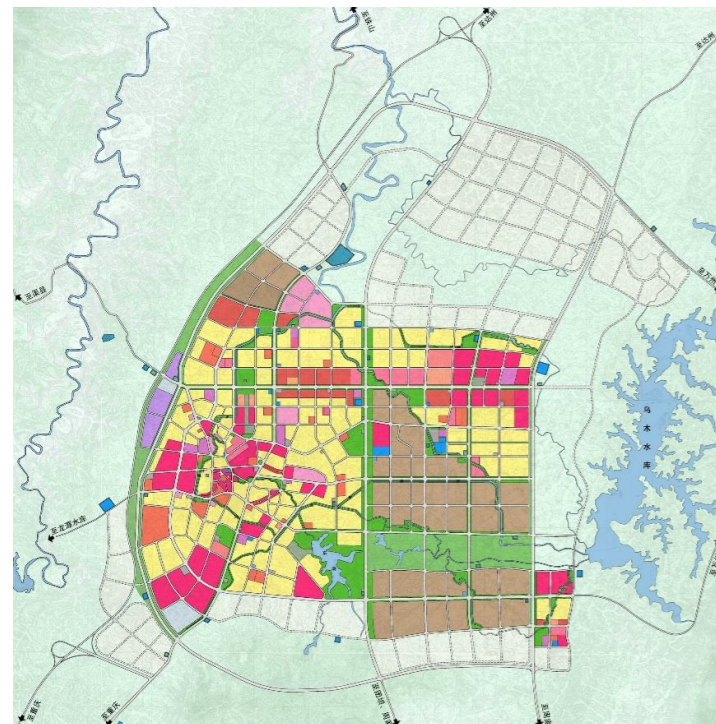
文化、休闲与旅游职能：巴蜀文化建设新高地，是以山水文化、竹文化、田园文化、温泉文化、宗教文化、川东民俗文化等为特征的川渝地区重要的**旅游休闲目的地**。

3、城市空间结构

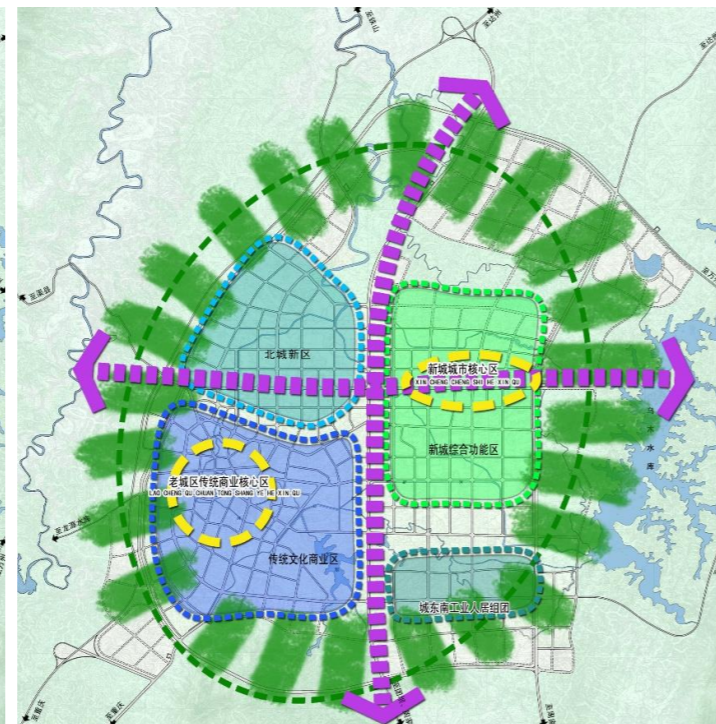
规划形成团状紧凑、双中心、开放式、生态型的“12231”的城市空间布局结构，即“**一环两轴两心三区一组团**”。

4、城市景观风貌结构

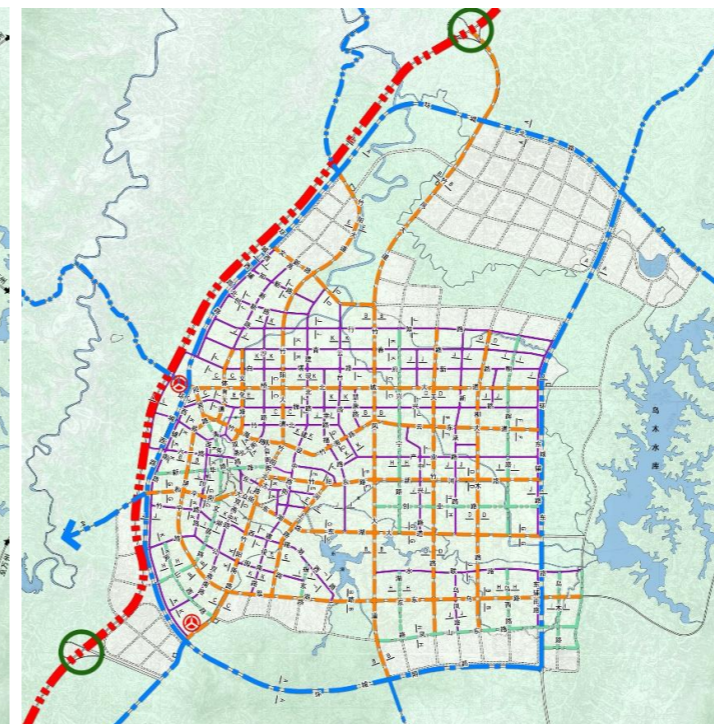
规划形成“**一环两轴、一廊两楔、三区多节点**”的城市总体景观格局。



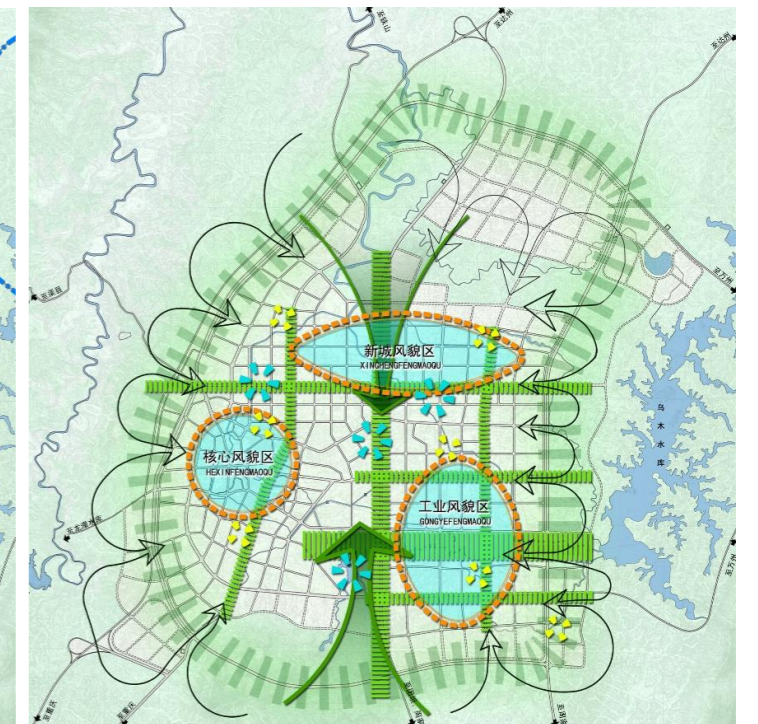
中心城区土地利用规划图



中心城区规划结构图



中心城区综合交通规划图



城市景观系统规划图



1.3 上位规划衔接与解读

Cohesion & Interpretation Of Upper Planning

1.3.2 《达州市户外广告和招牌设置管理办法》

《达州市户外广告和招牌设置管理办法》在2020年1月2日达州市第四届人民政府第61次常务会议审议通过，自2020年4月1日起施行。

下面为管理办法中摘录的部分内容：

第五条 市、县级人民政府应当加强对户外广告和招牌设置管理的统一领导。市容环境卫生主管部门是户外广告和招牌设置管理的主管部门，负责所辖区域内户外广告和招牌设置的综合协调和监督管理工作。市场监督管理部门负责户外广告内容的监督管理工作。公安、自然资源规划、生态环境、应急管理、交通运输等部门在各自职责范围内做好户外广告和招牌设置管理相关工作。乡镇人民政府、街道办事处应当协助市容环境卫生等部门，对本辖区户外广告和招牌设置活动进行日常监督检查。

第九条 户外广告设置专项规划应当符合国土空间规划、城市容貌标准和技术规范要求。户外广告设置专项规划应当采取论证会、座谈会、听证会或者向社会公示等方式征求专家、行业组织和社会公众的意见。

第十条 户外广告设置专项规划由市容环境卫生主管部门会同自然资源规划、交通运输、生态环境等部门共同编制，报同级人民政府批准实施。经批准公布实施的户外广告设置专项规划，不得擅自更改；确需调整的，应当按照原审批程序报请批准。

第十一条 户外广告设置专项规划应当明确以下内容：

- (一) 禁止、限制和允许设置户外广告的区域、道路和建（构）筑物等；
- (二) 户外广告设施的布局、种类、数量和密度等；
- (三) 户外广告设施的形式、规格、材质和照明等基本要求；
- (四) 户外公益广告设施比例、位置。

第十二条 市容环境卫生主管部门应当根据国土空间规划和县容县貌、环境保护等方面的技术标准，会同有关部门编制户外广告设置技术规范和招牌设置技术规范。

第十三条 市容环境卫生主管部门应当公开户外广告设置专项规划、户外广告设置技术规范和招牌设置技术规范，方便设置者、利害关系人和社会公众查询、监督。

第十四条 新建、改建、扩建商业建筑需要设置户外广告和招牌的，鼓励将其设置方案纳入建设工程设计方案同步设计，与建筑同步施工。

第二十一条 大型户外广告应当按照批准的位置、形式、规格、材质等要求进行设置，在广告设施上显著标明大型户外广告设置许可编号、设置者和设置期限。

第二十九条 设置招牌应当符合下列规定：

- (一) 不得影响规划审批的建（构）筑物安全间距；
- (二) 不得影响建（构）筑物采光、通风和消防救援等正常功能；
- (三) 不得占用城市道路、公共绿地等市政公共设施；
- (四) 不得影响、破坏依附载体的整体效果和街景特征；
- (五) 招牌设置规范规定的其他要求。



1.3 上位规划衔接与解读

Cohesion & Interpretation Of Upper Planning

1.3.3 《达州市户外广告设施及招牌设置导则》

《达州市户外广告设施及招牌设置导则》**遵循创造和谐美观城市环境的原则，从塑造城市形象出发，通过对影响城市户外广告设施设置的环境要素的研究；对户外广告设施及招牌提出规范性设置要求，达到规范户外广告设施及招牌设置的目的。**

下面为设置导则中摘录的部分内容：

1.禁止设置规定

- (1) 禁止在国家机关、学校、名胜风景点、文物保护单位、纪念性建筑、有代表性近代建筑和标志性建筑的用地范围和建筑控制地带范围内设置户外广告设施；
- (2) 禁止在基本农田保护区、军事禁区及一级水源保护区范围内设置户外广告设施；
- (3) 禁止在江、河堤防险工程安全防护范围内，山体斜坡和其它特殊用地单位的控制地带设置户外广告设施；
- (4) 禁止在江、河、湖、水库的水面区域设置户外广告设施；
- (5) 禁止在自然保护区、湿地公园、特殊用地及其控制地带设置户外广告设施。

2.色彩设置规定

不宜设置与环境、所附载体产生过于强烈对比的色彩。

- (1) 不得为了突出广告画面而设置与环境载体形成强烈对比的色彩，如大面积的暖色调设置在大面积冷色调的环境中，形成杂乱的环境效果；
- (2) 宜设置与环境、载体相同或相近色相的户外广告设施，如暖色的环境或载体，广告宜用暖色系列的色彩，冷色的环境或载体，广告宜用冷色系列的色彩；
- (3) 不宜设置彩度太高的户外广告设施。城市环境色彩一般都不太鲜艳，如广告色彩太鲜艳，就会产生不协调感，破坏城市整体景观效果；如广告画面用对比较强、彩度较高的颜色，该颜色所占广告画面面积比例不宜过大。

3.照明要求

户外广告设施的照明方式分为灯箱广告（内部照明）、泛光广告（外部照明）、霓虹灯广告（发光体）、LED光源广告（发光体）和电子显示屏及电视屏（发光体）五类。



1.4 案例分析与借鉴

Successful Case Analysis & Reference

1.4.1 国外成功案例分析

1、日本

作为传统发达国家，其商业氛围较为浓厚，户外广告设置有序，将建筑与环境融为一体。日本广告设置的依据较为完善，早在1949年就颁布了户外广告规划与管理的根本大法--《户外广告法》，**户外广告规划对各类户外广告都提出了详细的设置要求，包括位置、规格、比例、色彩等多个方面**，日本户外广告具有特色且实施效果良好的做法主要包括三个方面：

(1) 保证户外广告与建筑和谐：日本禁止在传统建筑群、文物、水土保持林、国有道路内、公园绿地等指定区域及桥梁、铜像、纪念碑等指定建筑上设置户外广告；并且注重城市环境与艺术的结合，从景观的角度考虑户外广告设置。

(2) 控制一定色相与彩度指标：日本在户外广告色彩方面进行了相应的规定，以东京都文化主题公园等景观形成的特殊地区广告色彩要求为例，在建筑的外立面20米以上的部分设置广告，其色彩需基本采用与庭园景观相协调的低彩度色。

(3) 户外广告设置统一规格：户外广告牌统一规格，避免商家之间靠做花广告招牌吸引顾客的不良竞争，给行人以良好的市场秩序之感。

2、新加坡

新加坡对户外广告的管理十分严格，其《建筑物管理法》有专门的章节对广告管理做出规定。**规定中严格界定了有关广告物的定义，并对户外广告职权部门、执照申请手续、展示期限、位置要求、更换与维护、以及相应的处罚等都有详尽的说明。**

禁止设立户外广告的范围较广且非常具体。主要范围是：屋顶上的商业广告牌或招牌、摆放在道路上的孤立招牌或告示牌、天桥上的商业广告牌或招牌、道路上除庆祝法定节日外的商业广告旗帜。

还控制设置霓虹灯类型的广告，为此专门出台有关指引，进行了严格规定，因此新加坡建筑物上广告以布幅广告为主。



日本大阪城市户外广告、招牌现状照片



新加坡城市户外广告、招牌现状照片

1.4 案例分析与借鉴

Successful Case Analysis & Reference

1.4.2 国内成功案例分析

1、杭州市

杭州是较早编制户外广告设置规划的城市之一，逐步实现户外广告管理的科学化、规范化、人性化。在新颁布的《杭州市区户外广告设置总体规划》中，更加明确构建了杭州户外广告与招牌设置的现代治理体系。

《杭州市区户外广告设置总体规划》**重点区域分为户外广告重点地区和户外广告重点界面2大类**。其中，户外广告重点地区分为3中类（市级CBD控制区，混合型控制区，专业型控制区）8小类（市级CBD控制区；混合型控制区细分为传统商业商务混合区、新型商业商务混合区；专业型控制区细分为商业区、商务区、专业市场区、交通枢纽区、历史文化风貌控制区）；户外广告重点界面分为5中类（沿江界面、沿河界面、沿山界面、沿湖及沿湿地界面、交通线性工程界面）。

2、上海市

上海是我国对外开放程度较高的城市，其户外广告法规比其他城市更严密、更完善，特色主要在于从城市功能的角度出发，将户外广告进行科学分类。

1、展示区：是指为服务商业经济发展可以设置多元化的户外广告设施的区域。主要是上海城市总体规划确定的“中央活动区、城市副中心、地区中心、新城中心、核心镇中心”等区域的商业集中地区。

2、控制区：是指为服务城市公共功能和宣传所需可以适度设置户外广告设施的区域。主要包括会展中心、文化中心、体育中心、交通枢纽场站区域、文化创意园区、商务办公集中区域以及社区级商业集中的区域等。

3、禁设区：是指为保护城市历史风貌和公共空间环境品质、保护交通和公益设施安全、保护生态和居住环境禁止设置户外广告设施的区域以及为保护城市整体环境品质需要禁设户外广告的区域。主要包括行政办公、教育科研、医疗卫生、文物古迹、居住、军事安保等用地的区域，以及公共绿地、工业仓储、市政设施及其廊道、城道路、公路、生态廊道及水域等。

3、广州市

广州不少**户外宣传平台大量运用科技手段**，既起到宣传作用，同时也不对广告点位所在的建筑形成视觉破坏。

如广州塔塔身户外广告，越秀区沿江路多栋参与夜间灯光秀表演的建筑，便利用新型LED材料，做到白天户外广告关闭时不影响建筑外观，晚上开启时通过灯光艺术改善周边景观环境。根据公示方案，位于珠江边的华南大厦和广州广播电视台新台址的两个户外广告点位，将采用新型LED材料，做到“白天隐形、晚上亮灯”效果；位于白云机场航站楼进场道路绿化带的户外广告点位，则被设计成名为“腾云赛道”的雕塑，同步优化机场高速景观。广州市城管委在公示方案中表示，在户外广告规划设计上运用新科技和艺术手段，可突破广州市现有户外广告品质低端、缺乏创意、科技含量较低的困境，引进LED幕墙、幕墙光电系统、投影广告等户外广告设置新技术。



杭州市城市户外广告、招牌现状照片



上海市城市户外广告、招牌现状照片



广州市城市户外广告、招牌现状照片 @洛阳张曼玉

1.4 案例分析与借鉴

Successful Case Analysis & Reference

1.4.3 案例借鉴



完善法律法规体系，规范管理控制工作

通过对国内外户外广告、招牌设置相对比较成功的城市进行案例分析，可以看出每个城市对户外广告的法律法规体系制定比较完善，从而实现对城市户外广告管理的科学化、规范化、人性化。对于不同的区域有不同的户外广告处理做法，比如新加坡在禁止设置户外广告的范围上就很明确，还控制设置霓虹灯类型的广告，为此专门出台有关指引，进行了严格规定。

规范设置操作流程，划分户外广告区域

划分广告区域、分区上可以借鉴杭州、上海的做法。可以将城市户外广告根据人口流量密度、店面分布情况等，将城市户外广告、招牌设置方面划分为几个不同的控制层级，展示区、控制区、禁设区等，不同的分区设置不同的控制内容与设置要求。如在展示区可设置多元化的户外广告设施，运用多材质、多创意的设计手法，展现城市风貌；在控制区可以适度设置户外广告设施，主要是宣传城市文化、展现特色；在禁设区就明确禁止设置城市户外广告设施，以此保护城市公共空间环境品质。

应用现代科技手段，营造良好视觉感受

借鉴广州市户外广告设置成功经验，在户外宣传平台上运用现代科技手段，形成良好的视觉感受。通过技术手段实现与人的互动是当前一个非常受重视的热点。借助创意，通过互动吸引公众的注意力，建立公众与品牌的联系，有利于公众对品牌形成更深层次的了解和好感。户外广告与城市空间二者的关系是相辅相成、相互依赖的。城市空间中进行户外广告设计时，需要与自然相适应，从景观的角度考量户外广告设置，与城市空间环境相融合。

1.5 规划范围与规划期限

Planning Scope & Planning Period

规划范围:

本次大竹县城市户外广告、招牌设置专项规划及设计项目中，第一部分大竹县户外广告分区设置规划和控制性详细规划规划范围为《大竹县城市总体规划修编（2011-2020）》中确定的规划建成区范围：为具体进行城镇建设用地布局的地域范围，包括八大类城市建设用地及部分农田水域的用地范围（城市中心城区）。

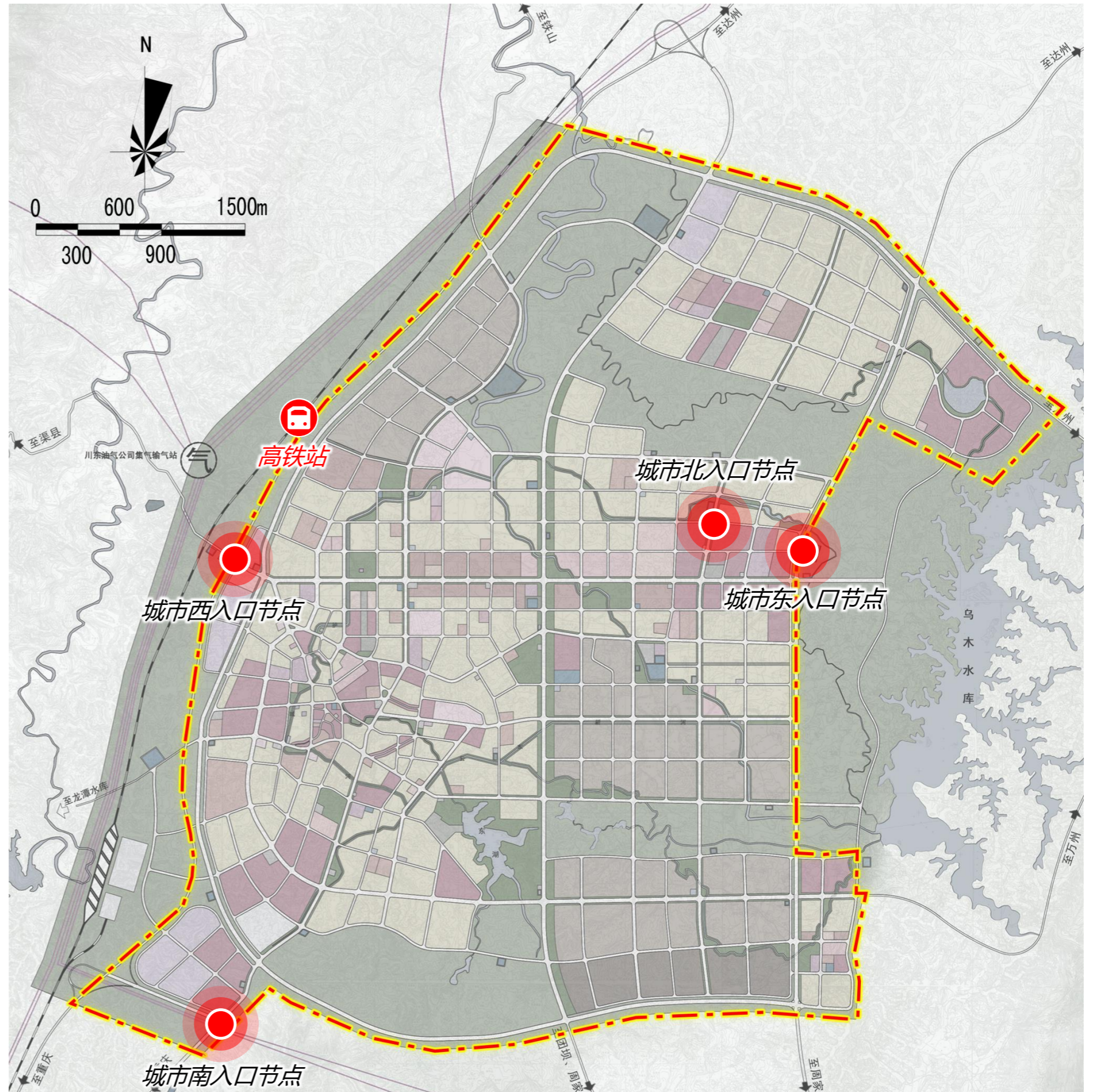
本次规划还兼顾考虑大竹县城高速公路出入口、汽车南站、高铁站等城市重要的对外节点的户外广告布置规划。

规划期限:

本规划规划期限为：2021年-2035年，其中：

近期：2021年-2025年；

远期：2026年-2035年。



大竹城市户外广告、招牌设置专项规划规划范围图

□ 建筑物上的户外广告现状照片



平行于建筑外墙广告



屋顶广告

□ 公共设施上的户外广告现状照片



附着公交设施广告



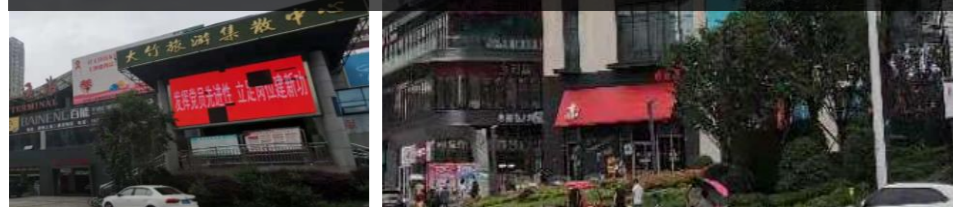
电子显示屏广告



围墙广告



附着城市家具广告



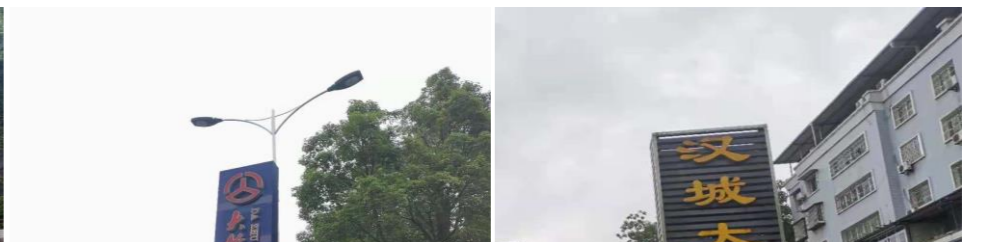
□ 地面上的户外广告现状照片



实物造型广告



大型落地式广告



底座式广告



大型高立柱广告



立杆式广告



其它临时性广告



1.6 现状分析与问题归纳

Current Situation Analysis & Problem Induction

1.6.2 现状存在的主要问题

问题一：破坏城市整体景观环境要素问题

户外广告、招牌等是构成大竹县容县貌环境体系的重要景观要素与组成部分，是城市中不可或缺的景观要素之一，其相应的规划设计应当与城市中整体的景观、建筑、交通、道路等城市要素相互协调，从而共同搭建起富有秩序的城市视觉体系和良好的视觉秩序。但通过对规划区范围内的主要商圈、景观风貌区、典型片区以及城市快速路、主干道沿线等不同地区的详细调研，从中发现当前大竹县中心城区户外广告与景观、建筑、交通、道路等要素不协调，导致了大竹县容县貌环境体系的不完善，造成了城市视觉秩序的混乱。主要体现在：**现状各类建筑上设置过多过密的户外广告，产权不一缺乏秩序感，缺乏与建筑及周边环境要素的呼应，破坏了建筑肌理与美感。部分道路交叉口建筑设置屋顶广告、大型墙面广告，造成街区环境的拥挤，一定程度上影响了交通出行安全，影响街区整体美感；**

问题二：规划缺失、管理与控制不当的问题

大竹城市户外广告、招牌等在设置管理上由于缺少城市层面的研究，缺乏分区布局的控制规划，导致户外广告的整体空间分布、布局中存在资源配置不合理、疏密关系设置不当的问题，这种现象的存在导致了大竹县城区户外广告对城市形象及景观风貌的不良影响日益加剧。例如汽车站-迎宾路-青年路-县政府沿线店招店牌广告数量过多、过于杂乱无章，无论在整体城市氛围打造，还是视觉体验、视觉效果上都对大竹的城市形象带来不利影响；目前北城大道新建、新开发楼盘较多，基本可以视为较新的区域，但主要沿街底商、部分商业建筑的广告设置由于没有统一的规划和控制，在设置上还是延续了老城区随意设置户外广告、招牌的问题，最终的结果是破坏了新建城区的氛围，难以体现城市新区的空间风貌。

问题三：户外广告、招牌自身品质存在问题

在只重视数量、互相攀比体量，而轻视了文化特色的提炼与融入的广告设置氛围中，不仅不能体现出大竹县川东第一城的城市魅力，也不能表现出大竹县繁荣美丽活力的现代特征，严重的影响了整个大竹城区的整体形象品质的提升。大竹县城区部分现状户外广告、招牌设施表现出的品质不高的问题较为突出，主要表现为：**部分户外广告、招牌设施的制作工艺粗糙简陋、照明效果不佳、材质差、色彩杂乱，造成视觉环境污染；部分户外广告、招牌设施的维修、更新不及时，呈现出破败感，还存在一定的公共安全隐患；广告设置位置杂乱无章，体量不一、数量繁多，与所附着建筑立面不协调。**

问题四：户外广告、招牌文化内涵及特色问题

城市户外广告、招牌设施应当承担大竹县城市特色、城市文化、城市形象宣传的作用，但目前大竹县城区现状户外广告以单立柱、附着式广告、店招店牌等形式为主，广告设施几乎均以矩形形式设置于载体上，**户外广告和户外招牌形式较为单一、雷同，缺乏创意，同质化极其严重。各功能区域缺少识别性，广告没有与片区的功能定位有机结合，失去了城市环境固有的特色和内涵，缺少应有的导向性，毫无城市个性可言，不能体现大竹的地方文化特色，也无法展示独特的城市个性魅力。**



招牌设施密集，没有秩序感



屋顶大型户外广告，破坏了建筑肌理美感



招牌设施雷同、自身品质较差，没有特色

1.6 现状分析与问题归纳

Current Situation Analysis & Problem Induction

1.6.3 问题出现的原因

以上对城市整体风貌、形象产生不利影响的问题，究其原因，有以下几个方面：

城市户外广告、招牌的设置缺少系统、严谨的规划控制和要求

相关规划、管理规定的缺失和不完善，导致执法者缺少严格的审批、执行、管理依据与手段
无法可依，不可避免了工作中产生漏洞

大多数广告设施是商铺经营者、建筑所有者等利益方，将户外广告设施、店招店牌设施
作为建筑的后生产物随意添加、安装上去，不考虑与周边环境的融合，破坏了建筑的形体美

建筑建成的年代不一，城区部分城市建筑设计中就缺少对户外广告位的考虑
尤其是老城区部分街道的临街商铺在设计与建设中没有预留店招广告位

/02

目标定位

1. 规划依据
2. 规划目的
3. 指导思想
4. 规划定位

THE TARGET LOCATION



2.1 规划依据

Planning Basis

法律、法规及规范性文件

- 1、《中华人民共和国城乡规划法》
- 2、《中华人民共和国广告法》
- 3、《中华人民共和国环境保护法》
- 4、《中华人民共和国道路交通安全法》
- 5、《中华人民共和国城市市容和环境卫生管理条例》
- 6、《城市规划编制办法》
- 7、《城市容貌标准》（GB50449-2008）
- 8、《中华人民共和国城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010）
- 9、《中华人民共和国城市用地分类与规划建设用地标准》
- 10、《中华人民共和国城市设计管理办法》
- 11、《四川省城乡规划条例》；
- 12、《四川省城乡环境综合治理条例》
- 13、《四川省公路路政管理条例》；
- 14、其他法律、法规及规范性文件等

参考文件、规划

- 1、《达州市城市规划管理技术规定》
- 2、《达州市户外广告和招牌设置管理办法》
- 3、《达州市户外广告设施及招牌设置导则》
- 4、《达州市市容和环境卫生管理条例》；
- 5、《大竹县城市总体规划修编（2011-2020）》
- 6、《大竹县城市规划区户外广告和招牌综合整治工作实施方案》；
- 7、其他相关参考文件、规划等



2.2 规划目的 Planning Purpose

大竹县城市户外广告、招牌设置专项规划是规范大竹县城市户外广告、招牌设施设置的**规范性文件**，户外广告与招牌设置的**规范性必须放于首位**，为政府相关部门对户外广告、招牌设施进行管理操作提供技术依据，逐步实现城市户外广告、招牌管理的科学化、规范化、人性化、秩序化。

本次规划力求达到以下目的：



规范广告与招牌设置秩序

通过本规划有效的衔接各类上位规划内容要求，确定大竹城市户外广告、招牌设施设置的基本原则、分区规划、分类规划、详细控制与设置要求，是大竹户外广告、招牌管理体系的顶层设计，具有行业的法定性。对城市户外广告、招牌设施进行了详细的划分，同时根据其性质特点，明确了不同类型的在设置时的控制要素和各项具体的设置要求，**为户外广告、招牌设施的设计、审批、制作等提供规划技术指导**，是引导城市公共空间景观规划设计的有效手段之一，**有效的规范户外广告与招牌设置的秩序与次序。**



提升广告设施品位与品质

根据城市不同的特色地区、地段、道路等特征，结合商业业态、建筑风貌、城市功能等要素，将户外广告、招牌设施作为优化城市景观风貌的重要载体，通过理念的创新，将使其与周边环境和谐统一，充分体现出城市特色、城市文化，形成风格鲜明广告空间特色，促进城市管理和户外广告行业发展。确保户外广告的安全性，合理利用城市空间资源，美化视觉环境，协调户外广告、招牌设施与环境的关系，**提升城市形象和户外广告、招牌的设计美感和成品品质，从而保障城市环境的品质化提升。**



提高户外广告经营权价值

在规划设计过程中，统筹考虑公益性户外广告和商业性户外广告的关系，保障公共利益至上的基础上，应该考虑商业性广告持续性经营问题，结合车流、人流、地段商业价值等综合要素，**科学规划、合理布局可盈利商业广告的点位，明确数量、位置、设置要求等各项控制性要求，并对大型高立柱设施作出设计方案引导，从而提升户外广告经营权价值，为财政收入的增收打下坚实基础。**

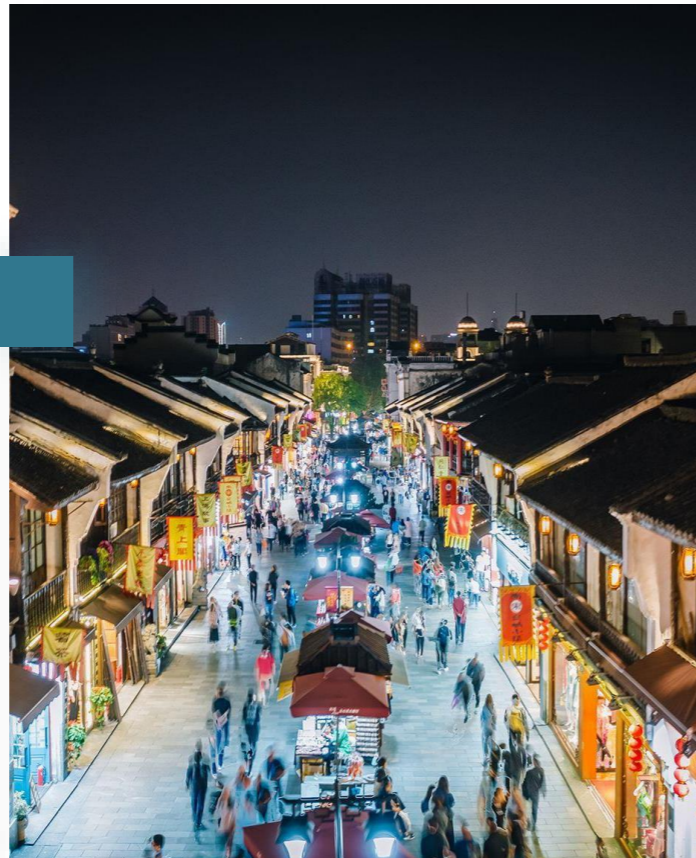
2.3 规划理念 Guiding Ideology

四大规划理念贯穿户外广告、招牌设置规划设计全过程



明确发展方向、提升城市形象

依据大竹县城市现状、总体规划及其他相关发展规划，考虑城市文化、经济水平等情况，以城市发展战略为指导，着重体现户外广告的发展方向及提升城市品牌形象的特点。以提升城市景观水平、规范户外广告、招牌设置秩序，促进行业健康、有序发展为目标，达到技术和艺术上完美统一。



借鉴成功案例、创新设计理念

规划首先应当秉持先进性，充分结合国内外成功案例和最新设计理念，合理运用科学、先进的广告形式，以期对大竹县户外广告设置产生长期的指导意义。



统一协调、融入周边环境

根据城市的风貌、格局、区域功能等特点统一规划、整体设计、合理布局，将户外广告、招牌规划与建筑、绿化景观统一协调，保证城市容貌的整体美观。户外广告、招牌的设计风格、造型、色调、体量、形式、位置、朝向、高度、材质应当与周围环境相协调。

以人为本、合理规划设计

规划应当兼顾城市经济发展与人文关怀，做到以人为本，充分考虑不同群体的实际需求，对户外广告进行合理、美观、实用、先进的规划设计。



2.4 规划定位 Locate The Target

大竹县城市户外广告、招牌的设置必须与城市的性质和职能定位相符合，并能突出城市地域特色，提升城市城市形象
衔接《大竹县城市总体规划修编（2011-2020）》规划要求，根据大竹县的城市性质定位，规划将大竹县户外广告、招牌设置的定位为：

与“以现代工业为基础，以商贸物流、旅游休闲等现代服务业为特色的山水田园城市”的景观及其整体风貌相协调

打造“大道至简·虚怀若竹”特色明显的 “规范、美观、安全、适度、简洁”的大竹城市户外广告

发挥户外广告、招牌设施对城市景观的美化提升作用

通过“控量、规范、美化、提质”八字手段，形成“视觉舒畅、日夜统筹、彰显特色、规范安全、简洁美观”
且与大竹县城市形象相匹配，彰显特色在地文化的大竹县城市户外广告与招牌形象。



/03

总体布局

1. 总体空间控制结构
2. 分区控制
3. 分类控制
4. 不同的建筑类型控制
5. 不同的道路类型控制
6. 总体控制的技术要求

THE GENERAL LAYOUT

3.1 总体空间控制结构

Overall Spatial Control Structure

构建“点、线、面”相结合的大竹城市户外广告总体空间控制结构

提炼“点、线、面”三级控制层次，从不同维度对城市户外广告的设置进行控制



“面”的控制层次

主要是城市各类功能区和城市用地。

分区控制
分类控制
不同的建筑类型控制



“线”的控制层次

主要目标对象为户外广告空间要求控制的不同路段、廊道，重点控制不同等级和性质的道路。

不同的道路类型控制



“点”的控制层次

主要目标对象为典型的或具有代表性的节点。

重要节点设计引导



3.2 户外广告分区导向控制

Outdoor Advertising Zoning Guidance Control

为了更好的适应大竹城市发展现状，在结合大竹户外广告现状特点，衔接城市总体规划等相关上位规划基础上，**对大竹县户外广告的设置采取分区管理和重点控制相结合的方式**。分区控制规划中，对大竹县户外广告管理要求、城市景观结构和对户外广告商业价值进行综合评定，将本规划范围内划分为**三大分区：禁止设置区、一般设置区、活力展示区**。针对各类地区，户外广告可设置的标准范围也各不相同，三大分区同时须遵循本规划其他控制细则章节的各项要求。

3.3.1 活力展示区

活力展示区主要指规划区范围内**人流量集中、商业功能密集的区域**。为保持大竹县城市商业持续繁荣、促进地方经济发展、提升城区商业活力，**活力展示区允许积极布置、多样化设置户外广告设施**。主要包括大竹县城市商业中心、城区内主要的城市商圈，涵盖财富西区、中央商都、金利美、竹城一号广场、白塔水街等等。

(1) 本区域鼓励户外广告的集中化、多样化设置，打造具有大竹地方特色、充满活力、多元丰富、特色鲜明的城市街区，营造繁华、多彩的高品质商业街区氛围。

(2) 本区域户外广告设施设置应从区域整体环境协调出发，通过运用城市设计的思想和打造手法，结合现代技术手段，科学合理规划，构建户外广告展示系统。

(3) 地标性广告：鼓励结合所处街区的建筑、环境特征设置地标性广告，打造城市亮点地标性广告景观，展现大竹特色。地标性广告可围绕单栋建筑以单个广告设施呈现，也可以是一个城市街区或空间节点，通过群组的设置构建区域特色。

(4) 鼓励广告设施创新与创意：鼓励户外广告设施采用新技术、新材料。鼓励采用多元的展示、呈现方式。鼓励结合周边景观环境，采用景观化、场景化的广告展示方式。鼓励设置互动广告或采用互动性的广告内容，丰富居民体验，提升街区活力。

(5) 招牌标识应与商业性广告统筹考虑，同一建筑载体应统一设计、整体布局。

(6) 禁止在多层及高层建筑的主体墙面，即高度超过12米（住宅建筑4层以上）的墙面部分，设置户外广告设施；创意类或经艺术化设计的广告设施，如确需利用高层建筑主体墙面方能实现的，应在统一规划设计的基础上，经专家论证和主管部门批准后方可设置。

(7) 同一个建筑物、构筑物载体上设置的墙体广告（含招牌标识），其总面积应小于所附着墙面面积的40%。

(8) 严格管理垂直于建筑外墙的广告设施，仅限商业步行街或商业综合体内部设置（应用于店面招牌的小型竖式店招不在此列）。

3.3.2 一般设置区

一般设置区管理范围为本规划范围内除活力展示区和禁止设置区以外的区域。在保护大竹县丰富多彩的城市风貌特色、建筑空间肌理的基础之上，为满足城市一般地区商业宣传、商业氛围渲染、商业活力营造和其他公共宣传方面的需求，允许适度设置户外广告设施的区域。

(1) 本区域侧重于保护大竹县城市风貌、景观风貌特色、建筑空间肌理等方面。

(2) 户外广告设施的设置应遵循区域整体环境有序，局部适度活力丰富的原则。突出“少而精”，侧重户外广告设施品质的提升，包括设计、制作工艺、材料等多方面的提升，鼓励通过多方参与、多种途径提升招牌标识品质。

(3) 鼓励户外广告设施创新、创意，具有良好的审美。同时鼓励新材料、新技术在户外广告设施方面的使用。

(4) 同一个建筑物、构筑物载体上设置的墙体广告（含招牌标识），其总面积应小于所附着墙面面积的15%。

(5) 应严格管理垂直于建筑外墙的广告设施，除应用于店面招牌的小型竖式店招外，禁止在其他任何情况下设置此类广告设施。

3.3.3 禁止设置区

为保护本规划范围内的特色景观风貌、景观形象、保护良好的生态环境，特划定禁止设置户外广告设施**（不含招牌标识，除临时广告、公共设施上的广告、公益广告外，此区域原则上禁止设置其他类型广告）**的区域，主要包括行政办公用地A1、教育科研用地A3、社会福利用地A6、文物古迹用地A7、宗教活动用地A9、绿地G、特殊用地D、水域及其他用地E。具体控制要求：

(1) 禁止设置各类商业性广告设施。

(2) 可适度、适量设置公益性广告。

(3) 禁止设置区范围内的各类城市公园，可在主要出入口附近设置不多于2处的户外广告，但应结合景区入口整体布局、精心设计。

(4) 招牌标识应与周边环境相融合，严禁出现与周边环境风貌、特色明显不符的招牌标识，鼓励结合周边景观环境进行一体化设计，以小型化、个性化、景观化的设计为主。

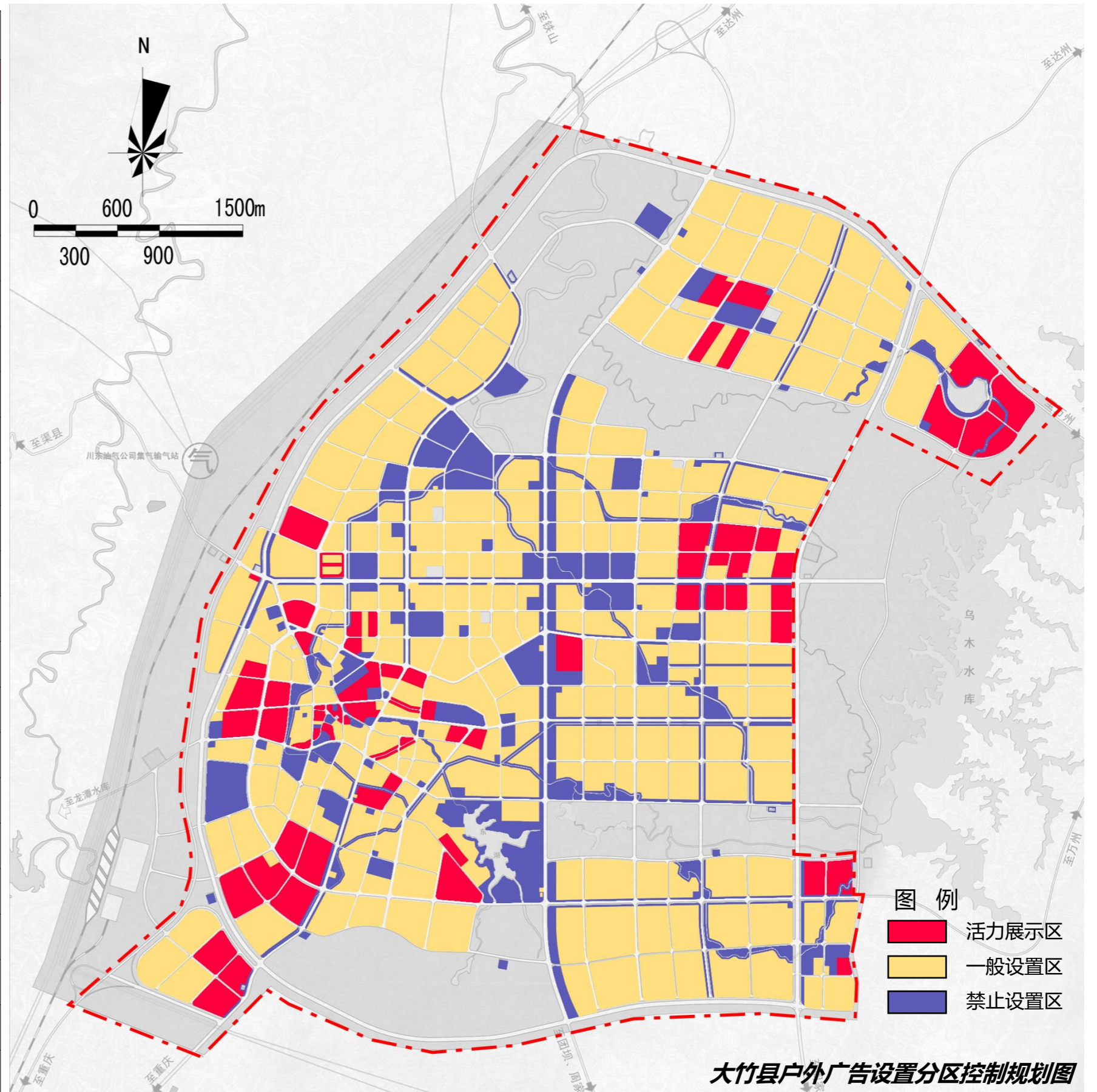
(5) 确需在禁止设置区设置户外广告的应经过主管部门批准后方可设置。

3.2 户外广告分区导向控制

Outdoor Advertising Zoning Guidance Control

户外广告分区控制与城市规划中用地性质对应关系一览表

名称	用地代码	用地名称	备注	
活力展示区	B1	商业用地	各类商业经营活动及餐饮、旅馆等服务业用地	
	A2	文化设施用地	图书、展览等公共文化设施用地	
	A4	体育用地	体育场馆和体育训练基地等用地 不包括学校等机构专用的体育设施用地	
	A5	医疗卫生用地	医疗、保健、卫生、防疫、康复和急救设施等用地	
	B2	商务用地	金融、保险、证券、新闻出版、文艺团体等 综合性办公用地	
	S3	交通枢纽用地	铁路客货站、公路长途客货站、公交枢纽 及其附属设施用地	
	S4	交通场站用地	静态交通设施用地，不包括交通指挥中心、交通队用地	
	G3	广场用地	以游憩、纪念、集会和避险等功能为主的 城市公共活动场地	
	R1-3	居住用地	住宅和相应服务设施的用地	
	RB	商住用地	商住混合用地	
	M1-3	工业用地	工矿企业的生产车间、库房及其附属设施等用地 包括附属道路、停车场等用地	
	W1-3	物流仓储用地	物资储备、中转、配送等用地，包括附属 道路、停车场以及货运公司车队的站场等用地	
	一般设置区	A1	行政办公用地	党政机关、社会团体、事业单位等机构 及其相关设施用地
A3		教育科研用地	中等专业学校、中学、小学、科研事业单位等用地	
A7		文物古迹用地	具有历史、艺术、科学价值且没有其他使用功能的 建筑物、构筑物、遗址、墓葬等用地	
A9		宗教用地	宗教活动场所用地	
U1		供应设施用地	供应、环境、安全等设施用地	
U2		环境设施用地	雨水、污水、固体废物处理和环境保护设施 及其附属设施用地	
U3		安全设施用地	消防、防洪等保卫城市安全的公用设施 及其附属设施用地	
U9		其他市政设施用地	除以上之外的公用设施用地 包括施工、养护、维修设施等用地	
G1		公园绿地	向公众开放，以游憩为主要功能 兼具生态、美化、防灾等作用的绿地	
G2		防护绿地	具有卫生、隔离和安全防护功能的绿地	
H4		特殊用地	特殊性质的用地（军事、安保等用地）	
禁止设置区		A1	行政办公用地	党政机关、社会团体、事业单位等机构 及其相关设施用地
		A3	教育科研用地	中等专业学校、中学、小学、科研事业单位等用地
	A7	文物古迹用地	具有历史、艺术、科学价值且没有其他使用功能的 建筑物、构筑物、遗址、墓葬等用地	
	A9	宗教用地	宗教活动场所用地	
	U1	供应设施用地	供应、环境、安全等设施用地	
	U2	环境设施用地	雨水、污水、固体废物处理和环境保护设施 及其附属设施用地	
	U3	安全设施用地	消防、防洪等保卫城市安全的公用设施 及其附属设施用地	
	U9	其他市政设施用地	除以上之外的公用设施用地 包括施工、养护、维修设施等用地	
	G1	公园绿地	向公众开放，以游憩为主要功能 兼具生态、美化、防灾等作用的绿地	
	G2	防护绿地	具有卫生、隔离和安全防护功能的绿地	
	H4	特殊用地	特殊性质的用地（军事、安保等用地）	



3.3 分类控制

Classification Control

户外广告分类控制规划及设置一览表

分类	控制对象	说明
禁止设置类	桥体广告	包括附着人行天桥、立交桥等各类桥体和过街连廊设置的广告（人行天桥仅允许设置公益广告）
	窗户广告	包括附着窗户和观光电梯设置的广告
	附着市政交通设施广告	包括附着交通护栏、隔离栏、交通信号灯、交通标志牌路名牌广告等各类交通设施；附着高架轨道隔音墙等道路安全防护设施；庭院灯、消防栓、配电箱等各类市政设施设置的广告
	系留气球广告	/
	布幅广告	/
	其他车辆车身广告	除公交车、出租车等公共交通工具以外的机动车车身
控制设置类	垂直于建筑外墙广告	/
	屋顶广告	包括建筑屋顶、高层建筑裙房的屋顶设置的广告，含裙房屋顶（主要为固定支架广告）
	灯杆、电杆广告	/
	附着城市家具广告	包括附着阅报栏、公示栏、宣传栏同类设施；人行指示牌等城市公共信息导视系统；公厕、售卖亭、电话亭、岗亭、信息亭、遮阳棚等各类棚亭设施；垃圾桶、座椅、种植箱等其他类型的城市家具设置的广告
	大型高立柱广告	包括大型高立柱广告在内的所有广告面积超过10m ² 的落地式广告
	附着公交设施广告	包括附着公交站牌、公交车站内的座椅、围栏等设施设置的广告，不包括公交候车亭广告
	墙面（体）广告	/
	楼梯整体幕墙广告	/
	电子走字屏广告	/
	附着公共设施广告	/
	实物造型广告	/
	公共交通工具车身广告	公交车、出租车（含网约车）、共享单车等公共交通工具
	空中移动广告	/
	大型支架式广告	/
	底座式广告	/
	立杆式广告	/
	充气装置广告	/
	景观灯光广告	/
围墙、围栏广告	包括附着围墙、围栏设置的广告。	
鼓励设置类	橱窗广告	/
	电子显示屏广告	/
	景观雕塑式广告	/
	新技术、新媒体广告	含OLED透明屏、全息投影广告、互动广告、数字投影广告等

3.3.1 分类依据

依据《城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010）、《达州市户外广告和招牌设置管理办法》，并结合目前行业发展情况和大竹城市实际情况，**规划按照禁止设置类、控制设置类和鼓励设置类来管理各类型广告设施。**

3.3.2 分类定义与设置要求

1、禁止设置类：

形式老旧落后的，不符合大竹县城市定位和县容建设要求的，对景观有突出负面影响的户外广告设施类型。包括桥体广告、窗户广告、系留气球广告、布幅广告以及其他车辆车身广告等。

2、控制设置类：

户外广告设置中数量较多的重要类型，通过对其有效地规范和适度地设计，可以实现良好的城市景观视觉品质，有利于烘托商业氛围的设施类型。包括墙体广告、屋顶广告、围栏广告、大型高立柱、电子走字屏、旗杆广告等。

3、鼓励设置类：

有利于进行艺术化表现，以及创意创新的户外广告设施类型。包括橱窗广告、景观雕塑广告和新技术、新媒体广告等。

3.3.3 分类要求

控制类和鼓励类的户外广告设施应遵循《达州市户外广告和招牌设置管理办法》的各项要求，规范设置。

详细分类控制细则见后续分类控制细则章节。

3.3 分类控制

Classification Control

户外广告分类控制示意图

<p>禁止设置类示意图</p>	 <p>桥体广告</p>	 <p>窗户广告</p>	 <p>附着市政交通设施广告</p>	 <p>其他车辆车身广告</p>
<p>控制设置类示意图</p>	 <p>电子走字屏</p>	 <p>公共交通工具车身广告</p>	 <p>墙体广告</p>	 <p>落地式广告</p>
<p>鼓励设置类示意图</p>	 <p>橱窗广告</p>	 <p>电子显示屏</p>	 <p>互动广告</p>	



3.4 不同的建筑类型控制

Control Of Different Building Types

3.4.1 商业类建筑控制

- 1、**控制范围：**大竹县城市总体规划中为商业用地（B1），或既成事实以商业为主的建筑。
- 2、**建筑特点：**有一定的商业知名度，反映了商业繁华程度，对周边地区有一定商业活动辐射影响。

3、控制导则：

- (1) 应以标识广告为主，以附着式广告设施为辅。
- (2) 鼓励设置橱窗广告、投影、LED、互动等广告设施形式。
- (3) 新建建筑物每一栋只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上，并不得以任何形式置于建筑轮廓线外。
- (4) 新建建筑立面上在设计时未留有广告位的，不得设置任何形式的广告设施。
- (5) 鼓励业主对楼宇进行灯光亮化、美化，提升楼宇在夜晚对街道和城市气氛的烘托和映射。
- (6) 写字楼入口处的标识，宜采用独立的落地式标识牌或在楼宇内楼梯和电梯侯梯厅的墙面上设置附着式标识牌，标识牌上除了标识各层、各单位名称外，不得有其他广告。
- (7) 不得在建筑外立面或在建筑物玻璃上粘贴画报、大字、宣传类、电话号码类的“类广告”设施，不得影响建筑物外立面的美观，不得破坏建筑物整体风貌。
- (8) 设计力求创新，既要充分反映经济繁荣景象，又要力求城市精神文明风貌，但不可遮挡和分割建筑立面，不得破坏天际轮廓线和建筑景观的完整性。



3.4.2 住宅类建筑控制

- 1、**控制范围：**新建或既有的住宅建筑。
- 2、**建筑特点：**与居民生活最为相关的建筑，是人们最温馨的港湾和最熟悉的家园，整体亲切、舒心。

3、控制导则：

- (1) 新建的每一幢建筑物只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上。
- (2) 可结合主入口构筑物设置建筑标识；
- (3) 经合法批准开设的沿街底商可结合在一、二层营业面积设置店招招牌，二层招牌原则上仅允许以镂空字体形式设置；门面超过12米的商铺可在一层墙面增设一处招幌式招牌；同一位置的店招店牌形式、尺寸需连续统一。
- (4) 标识宜以内发光的形式设置，但不得影响建筑使用者和建筑物外行人的工作和生活。
- (5) 可设置公益类广告。
- (6) 位于商业街区的底层商铺有条件的可设置橱窗广告；其他除店面招牌、公益类广告外，不得设置其他户外广告设施。
- (7) **单纯功能的住宅建筑不宜设置广告**，商住楼的底层按商业建筑的要求严格要求外，不得设置发光广告。



3.4 不同的建筑类型控制

Control Of Different Building Types

3.4.3 行政办公类建筑控制

- 1、控制范围：**党政机关、机构、各专项管理机构、居委会、街道办事处等。
- 2、建筑特点：**是公共行政办公的地区，具有权威性、严肃性等特点。
- 3、控制导则：**
 - (1) 不得利用行政办公建筑及围栏设置商业广告，仅可设置标识等。**
 - 如果建筑的底部或裙楼为商铺，则商业部分按商业建筑的要求进行控制。
 - 新建的每一幢建筑物可以并只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上，并不得以任何形式置于建筑物轮廓线外。
 - 标识宜以内发光的形式设置，但不得影响建筑物使用者和建筑物外行人的工作和生活。
 - 对于一幢楼宇有众多单位和招牌的，除了一层的店面招牌可沿用建筑店铺门头设置外，在该楼宇入口处可采用独立的落地式标识牌或在楼宇内楼梯和电梯候梯厅的墙面上设置附着式标识牌。标识牌上除了标识各层、各单位名称外，不得设置广告。



3.4.4 文化体育类建筑控制

- 1、控制范围：**文化站、体育馆、科技馆、图书馆、展览馆、影剧院、游乐健身场馆、广播电视台等。
- 2、建筑特点：**体育类建筑多显宽、广、大；科技馆、图书馆、展览馆具有相应的功能要求；影剧院、游乐健身场馆具有一定的娱乐性宣传性，广播电视台、文化站很大程度上突出宣传作用。
- 3、控制导则：**
 - 本区域内的户外广告设施，不得影响或妨碍到原有的景观，且不得喧宾夺主。
 - 科技馆、图书馆、展览馆等可以在该用地内的广场上设置临时宣传展板。同时，科技馆、图书馆、展览馆在新建、改建、扩建时必须考虑在外立面上设置展示的广告设施位置，所展示的广告必须与场馆性质相匹配，除宣传场馆的广告外，不得设置其他商业内容的广告。
 - 影剧院、游乐健身场馆具有较强的娱乐性，宜设置颜色丰富多彩的商业广告，宜采用实物造型、投影、电子显示屏、3D投影、水幕投影、激光投影灯先进的户外广告新媒体。
 - 可适当发布一些展示、演出等临时性广告，但临时性广告尺度、形态不能损害建筑形象。





3.4 不同的建筑类型控制

Control Of Different Building Types

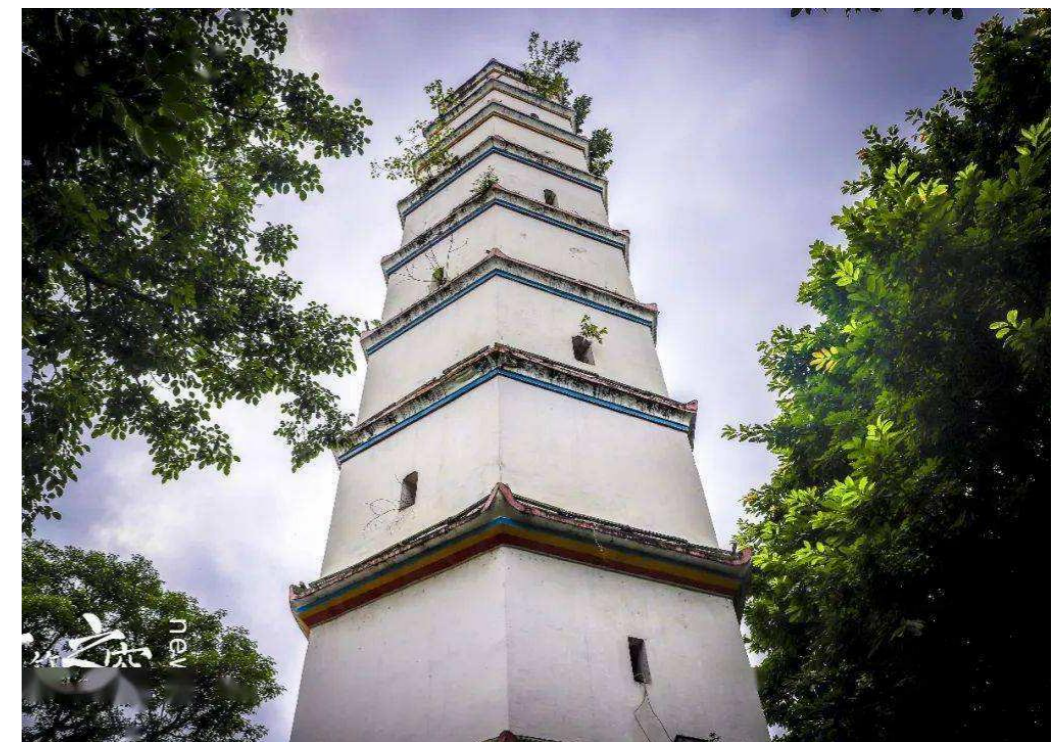
3.4.5 工业、仓储类建筑控制

- 1、**控制范围：**工业厂房、仓储建筑。
- 2、**建筑特点：**建筑性质以生产、仓储为主，功能较为单一。
- 3、**控制导则：**
 - (1) 一般不得设置广告，但在主体厂房建筑上可设置企业标识。
 - (2) 广告色彩应能够体现本土特色，选用与周围建筑和环境协调的色调。
 - (3) 禁止在厂房围栏上设置任何形式的广告。
 - (4) 规模超过5000平方米的工业或仓储区，宜设置一处集中展示区，可设置宣传展板。



3.4.6 历史类建筑

- 1、**控制范围：**历史遗留各类建筑物，包括文物保护单位、宗教建筑等，如寺庙、亭台楼阁、教堂等各级历史保护建筑及单位。
- 2、**建筑特点：**有保存比较好的历史建筑，是市民休闲、旅游的集散地。
- 3、**控制导则：**
 - (1) 各类店面招牌宜设置于店铺门头，一店一招，相邻广告需同高，宜采用内嵌式店面招牌。
 - (2) 与古建筑物相邻、相近的新建建筑或仿古建筑物，其户外广告设施，包括店面招牌设施，均应与周边环境和谐统一，对于仿古建筑，其店面招牌均可只能使用木制招牌。
 - (3) 新建的每一幢建筑物可以并只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上，并不得以任何形式置于建筑轮廓线外。
 - (4) 标识宜以内发光的形式设置，但不得影响建筑使用者和建筑物外行人的工作和生活。
 - (5) 不得破坏或影响建筑物原有的立面风貌，以保留原有建筑的风格为主，不得设置商业广告，可设置与其建筑色彩、形式相协调的招牌或建筑标识。





3.4 不同的建筑类型控制

Control Of Different Building Types

3.4.7 设置分类管理

依据户外广告设置特点，结合相关上位规划，对依附于建筑物的户外广告进行分类设置控制，分别划分了禁止、限制和允许三类建筑户外广告的分类设置。

- 1、**禁止设置**：违反法规、规范要求的，与大竹县城市定位和县容县貌建设要求不相符的，对景观影响突出的，设置方式落后的情形。
- 2、**限制设置**：有一定宣传需求，但广告设置与建筑及用地风貌易冲突，需通过严格的规范性要求来保证整体环境品质的情形。
- 3、**允许设置**：宣传需求集中，且户外广告对建筑及用地风貌有积极影响的情形。

3.4.8 设置通则

1、设置范围：

- (1) 商业、餐饮、文化娱乐建筑允许设置建筑物立面广告；
- (2) 建筑立面广告必须设置在安全、牢固的实体墙上；
- (3) 墙面广告仅能在建筑主要沿街面规定位置设置，其余部位一律不得设置。

2、控制性导则：

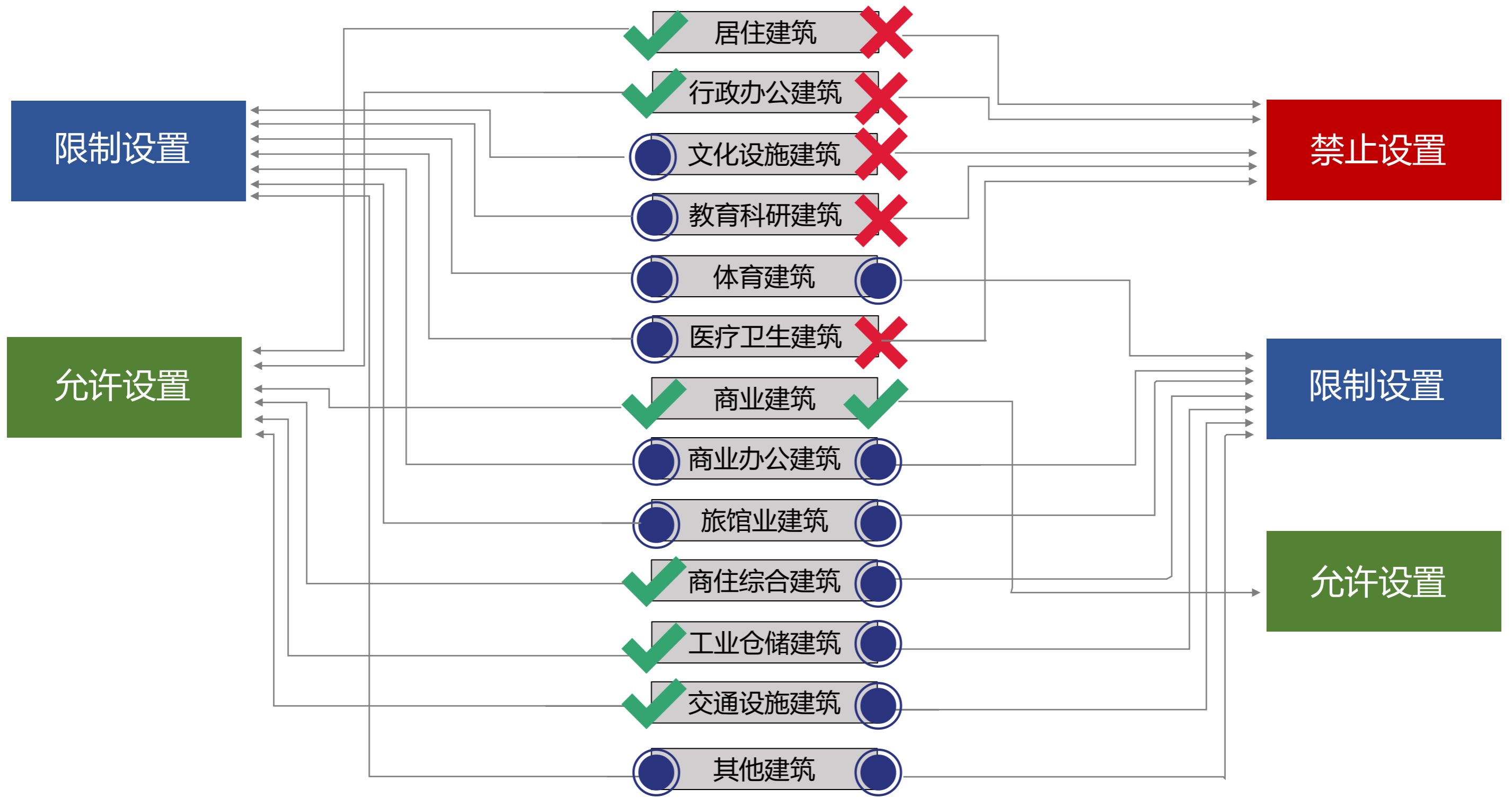
- (1) 平行建筑墙面广告和垂直建筑墙面广告不得在同一建筑的同一立面同时设置；
- (2) 建筑立面广告不得重叠设置，广告支架不得裸露，广告不得遮挡建筑物窗洞和通风口，不得影响采光和消防安全；
- (3) 建（构）筑物立面广告设置要与建筑风格相协调，尺寸、颜色、灯光的配比要合理，不得破坏原有建筑立面风格；
- (4) 造型复杂的建筑立面及建筑立面采用百叶、隔栅、栏杆等透空形式的，禁止设置立面广告；
- (5) 以砖、木等材质为主的传统风格建筑墙面上设置建筑立面广告必须经户外广告详细设置规划研究论证，并只允许设置镂空字体广告或垂直建筑墙面广告；
- (6) 建筑同一立面成组广告设置须规格、形式一致，集中布置；设置连续多块广告牌时，其位置、尺度应一致；其色彩、图案应相互协调；墙身广告摆置应整齐，制作精致；
- (7) **非商业建筑原则上不宜设置商业性墙面广告。**

3.4 不同的建筑类型控制

Control Of Different Building Types

公益性广告

经营性广告



注: X为不允许设置、禁止设置, O为限制设置, √为允许设置

利用建筑物设置公益性及商业性户外广告分类管理一览表

3.4 不同的建筑类型控制

Control Of Different Building Types

不同类型的建筑与几种主要户外广告形式兼容性一览表

	橱窗广告	LED显示屏类	投影	附着式广告	实物广告	标识类广告
居住建筑	X	X	X	X	O	X
行政办公建筑	X	X	X	X	X	O
教育科研建筑	X	X	X	X	O	O
影剧院、娱乐场所	O	O	O	O	O	O
新闻、广播、文化	O	O	O	O	O	O
体育场馆	X	X	O	X	O	X
医疗卫生建筑	X	O	O	O	O	O
文物古迹建筑	X	X	X	X	O	O
商业金融建筑	O	O	O	O	O	O
批发市场建筑	O	O	O	O	O	O
仓储物流建筑	O	O	O	O	O	O
工业建筑	X	X	X	X	X	O
对外交通	X	O	O	O	O	O
高架、立交桥	X	X	X	X	X	X
步行街	O	O	O	O	O	O
市政公用设施建筑	X	X	X	X	X	X
广场	X	O	X	X	O	X
街头绿地	O	O	O	X	O	X
公园、景点	X	X	X	X	O	O

注：X为不允许设置、禁止设置户外广告，O为允许设置户外广告

3.5 不同的道路类型控制

Different Road Type Control

3.5.1 道路类型划分

根据《大竹县城市总体规划修编（2011-2020）》中道路交通规划章节内容要求，结合相关上位规划及城市户外广告自身特点的基础上，对大竹县城市规划范围内的道路空间划分为四种类型，并进行户外广告空间规划指引，分别为**道路交叉口及其周边**、**城市交通性道路**、**城市生活性道路**、**城市商业性道路**。

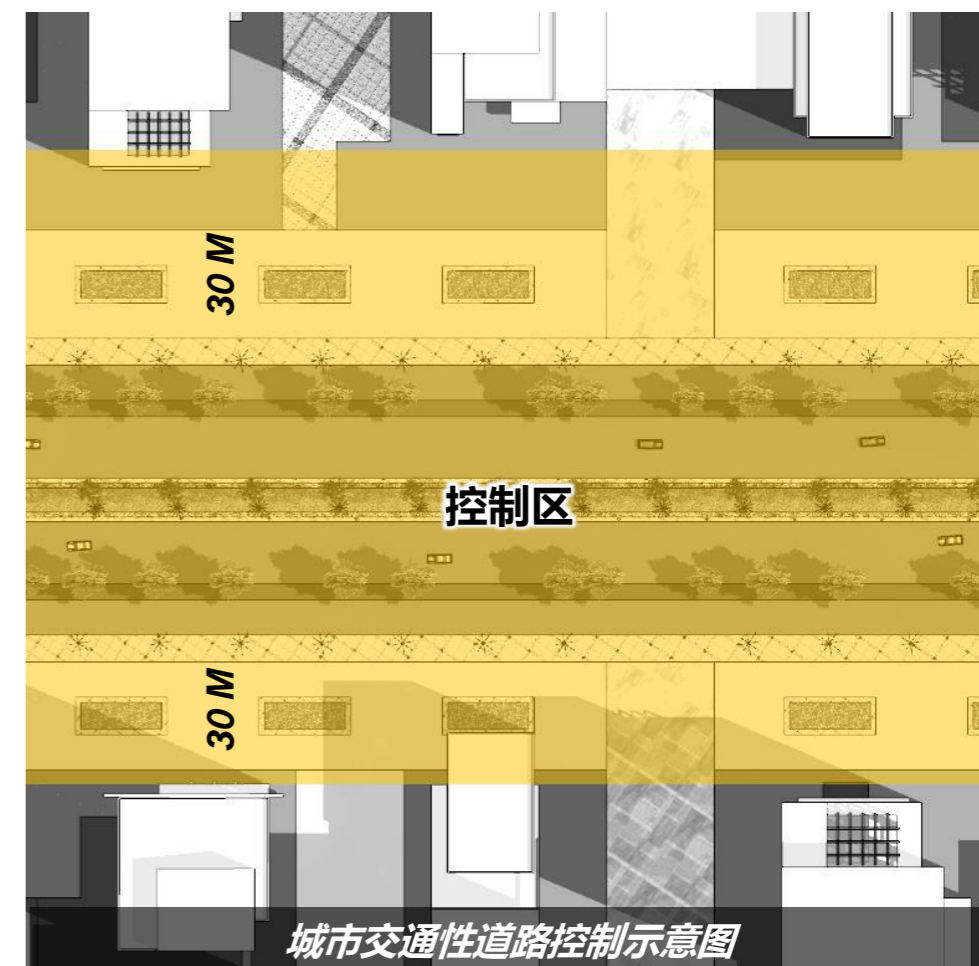
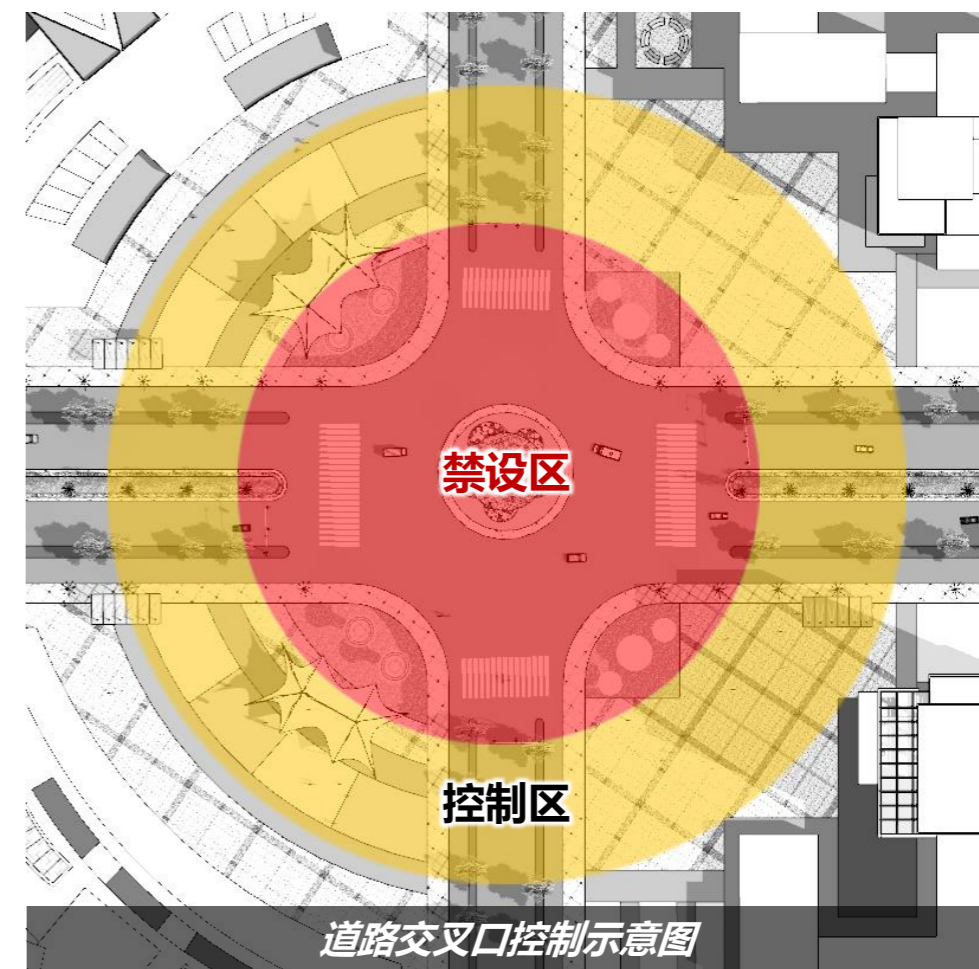
3.5.2 设置要求

1、道路交叉口周边

- (1) 视域三角区域内为户外广告禁设区；
- (2) 禁设区外围后退道路红线宽度的范围为户外广告控制区，不得设置大型带支架类型广告、屋顶广告。
- (3) 小型广告设施在同一路段内应保持风格、主色调、材质、规格等相对统一，并与沿线建筑物、构筑物、公共设施、景观环境等风貌相协调。

2、城市交通性道路

- (1) 沿城市交通性道路两侧设置依附于建筑户外广告的，应符合沿线相对应分区设置引导要求。
- (2) 户外广告的设置必须保证城市交通性道路的安全和畅通，交通安全设施、交通标志等交通相关设施、设备及构筑物上禁止设置各类户外广告。
- (3) 城市快速路、外环路、主次干路及其两侧30米范围内为户外广告控制区。
- (4) 国道、省道沿线可适量设置大型落地式广告。严格控制城市快速路、外环路、交通性次干道两侧户外广告的设置数量与规模，合理控制城市交通性干道两侧户外广告的设置数量与规模。
- (5) 不得在城市快速路、外环路、交通性主干道及主干道交叉口设置影响行车安全的户外广告。
- (6) 在城市交通性主干道及主干道设置的落地广告（包括附城市家具式广告），应确保适当的间距和密度，并建议尽量结合沿线的公交站点进行集中布置，原则上一条完整路段不得设置超过3种形式的户外广告。
- (7) 交通性道路车行道上空原则上不能设置广告，包括门式构架型广告。



3.5 不同的道路类型控制

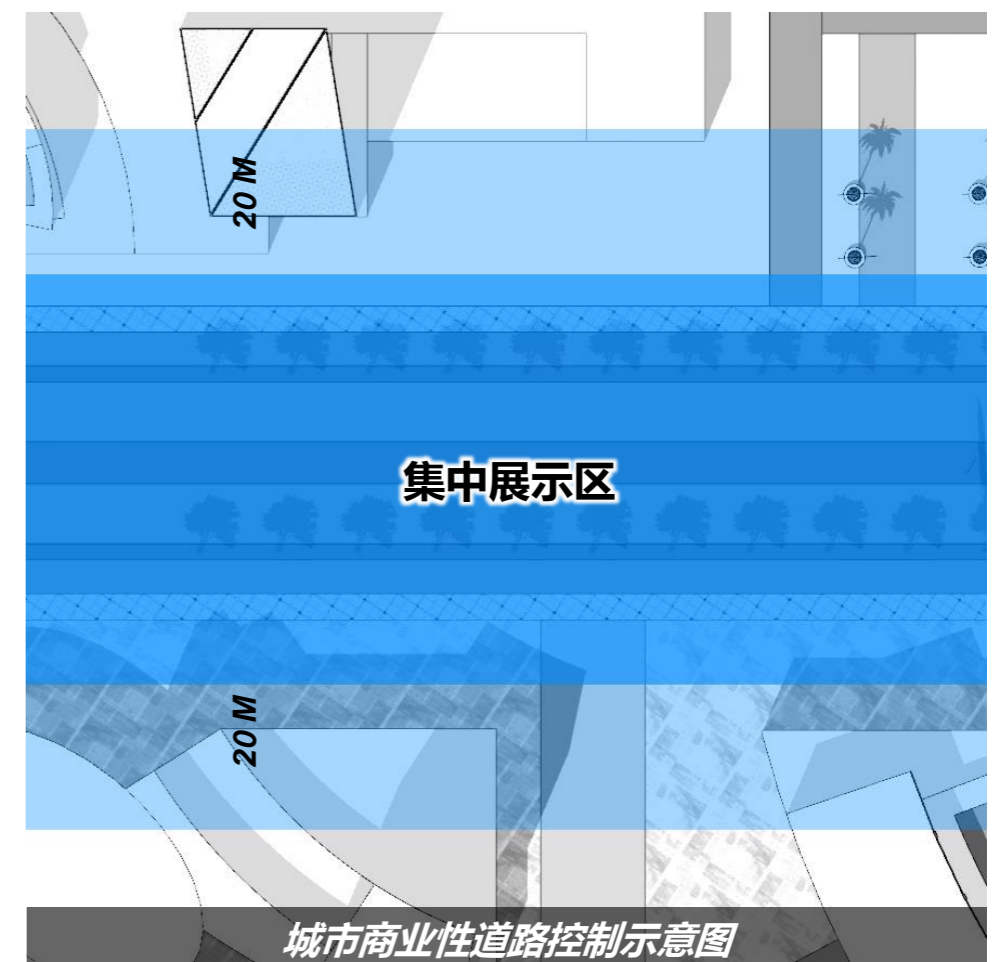
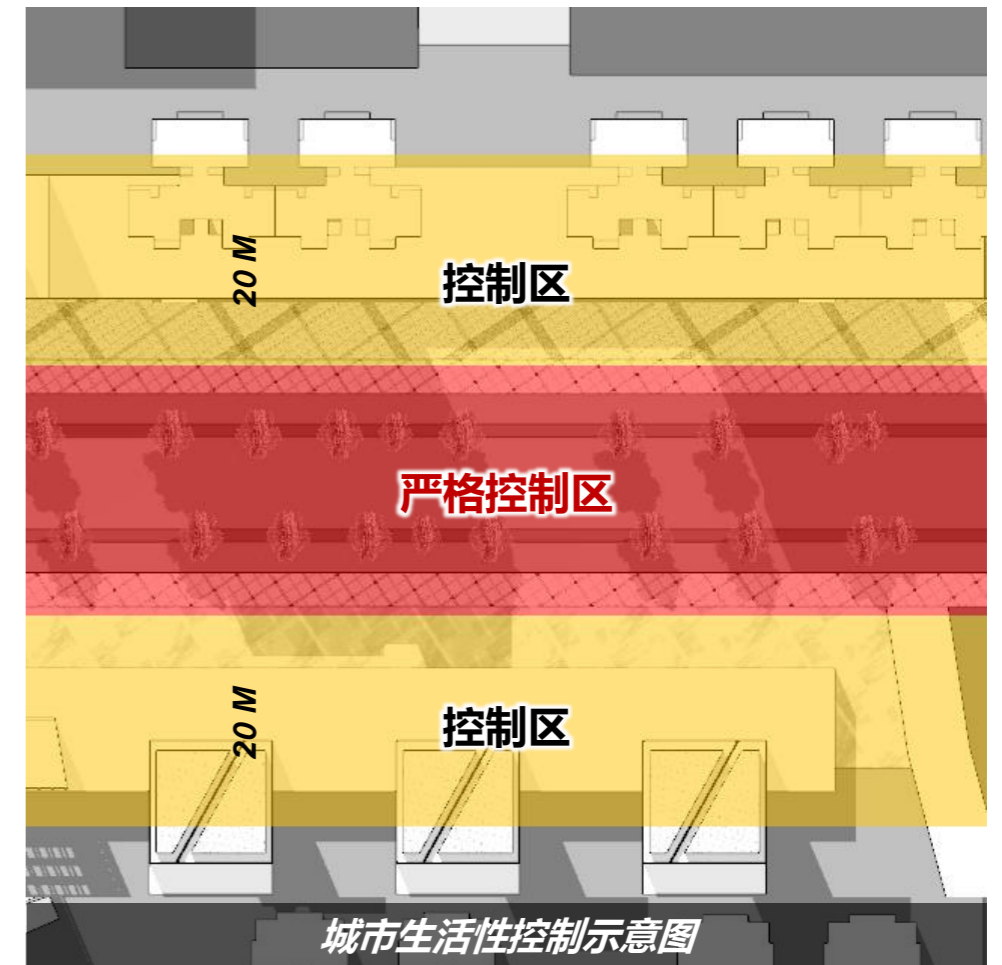
Different Road Type Control

3、城市生活性道路

- (1) 沿城市生活性道路红线及两侧控制范围内设置户外广告应符合本条。
- (2) 道路红线之外的广告设置应符合各功能分区、不同建筑类型设置的要求。
- (3) 生活性道路两侧各20米范围内为户外广告控制区。
- (4) 禁止设置建筑物屋顶广告、大型落地式广告及大型高立柱广告；
- (5) 严格控制墙面广告、单立杆式广告及底座式广告。
- (6) 城市生活性道路设置户外广告的，必须与相应地段功能区块及周边其他城市要素相协调，在色彩、体量、风貌等方面应融入城市整体环境。
- (7) 设置户外广告必须保证交通的安全性和畅通性，不得利用交通安全设施、交通标志设置任何形式的户外广告。

4、城市商业性道路

- (1) 商业街、城市商圈、商业广场等两侧及周边依附建筑广告的设置应符合沿线相对应分区设置引导要求，应当凸显城市繁华商业景观特色与氛围，同时力求体现大竹“大道至简·虚怀若竹”的精神文明风貌，彰显浓郁的现代商业文化气息。
- (2) 在不影响交通通行与安全的前提条件下，鼓励各类广告设置，营造大竹繁华的商业氛围。
- (3) 商业性道路及其两侧各20米内为户外广告集中设置区。
- (4) 可设置墙面广告、挑出式广告、人行道底座式或单立杆式广告，应符合本规划相关规定要求。
- (5) 商业街应体现独具特色的商业街景观。在商业街或商业繁华地块的交叉口处商业广告集聚地段，进行白天和夜景的整体设计，充分考虑形成大竹县标志性的商业广告景观。



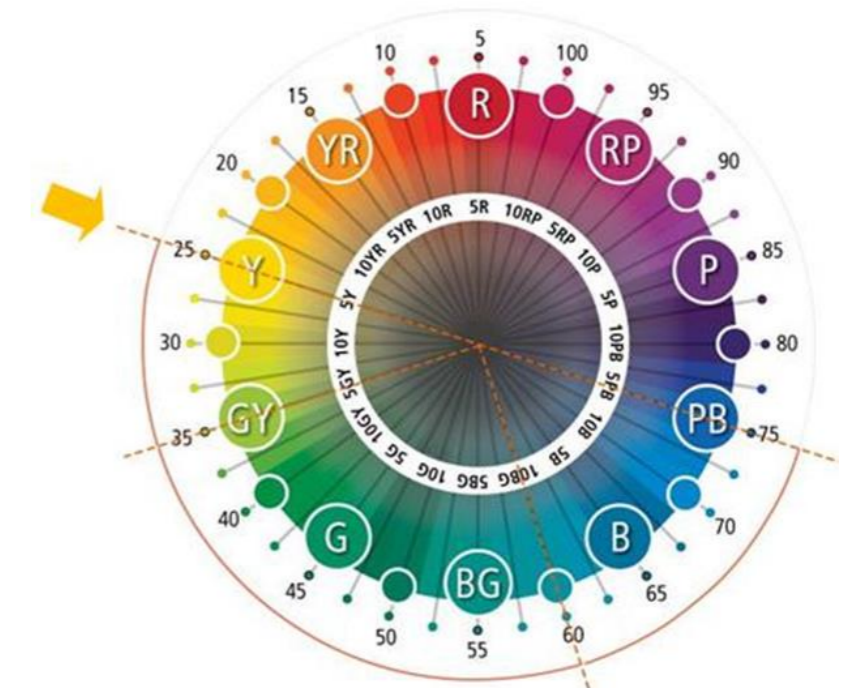
3.6 总体控制的技术要求

Technical Requirements For Overall Control

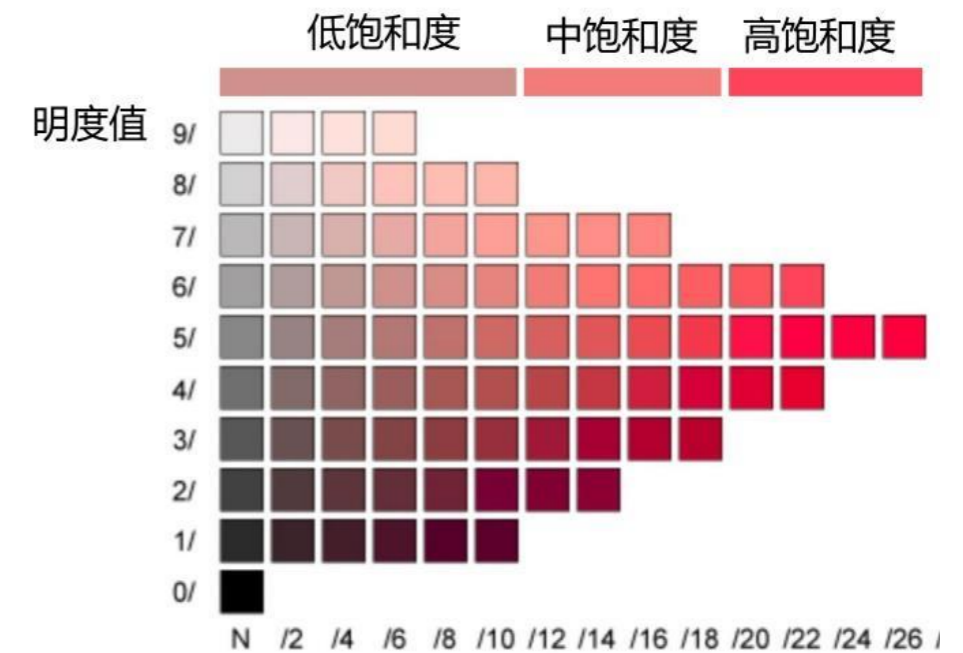
城市户外广告的形态、色彩、材质应与其周围景观的形态契合，从形态上应有参照的进行设置。要善于分析利用周围景观形态的特点，有的放矢设计广告的形状、大小、体积、结构等；还要考虑户外广告和周围景观的色彩搭配。

3.6.1 户外广告投放控制要求

- 1、符合社会主义核心价值观，遵守相关法律法规。
- 2、户外广告应依据城市功能分区进行合理投放。
- 3、户外广告的投放规模与城市规模、整体架构及城市潜力相一致。
- 4、户外广告涉及药品、食品、酒类、化妆品等特殊商品时，须依照有关法律、法规由有关行政主管部门对户外广告内容进行审查批准后方可设置发布。
- 5、城市重要商圈鼓励投放高端行业、具有时尚特性的广告，如地产、汽车、快速消费品、教育、IT、金融等行业广告。
- 6、投放广告构图美学应强调对称与均衡的构图美感，注重与建筑体量、景观环境的呼应关系；应与城市亮化工程相结合。
- 7、建立户外广告投放管理制度，规范户外广告投放申报、审批程序，建立户外广告监管系统
 - (1) 对各类不符合要求的户外广告进行定期清理；
 - (2) 建立实行户外广告的后期跟踪管理，完善巡查制度，及时维修残缺、破损的广告，保持整洁美观和夜间亮灯率；
 - (3) 建立健全户外广告监测网络，扩大监测渠道，设立违法违章户外广告举报电话。



孟塞尔色环示意图



饱和度示意图

3.6 总体控制的技术要求

Technical Requirements For Overall Control

3.6.2 色彩控制引导性要求

1、色彩控制引导的基本要求

色彩是户外广告、招牌设施设计中能产生视觉冲击效果的元素，是重要的直观表现方式之一，对广告品质和城市景观风貌有很大的影响。因此，针对户外广告、招牌设施采用合理有效的色彩设计方式，对色彩进行合理控制与引导。对于重点区域应严格控制色相、饱和度、对比度等色彩要素，保持地区风貌的协调统一。户外广告和招牌标识的主色设定和色彩搭配应符合城市色彩规划的相关要求，并与所处区域的定位、城市功能相相符。禁止使用与交通标志、警示标识、安全标识等特殊标识相同的配色方案。处于同一建筑立面的户外广告和招牌标识应统一制定色彩使用方案。

2、户外广告色彩控制引导的基本要求

- (1) 调相协调，同一展示画面中使用色彩不宜超过3种。
- (2) 当同一建筑里面设置超过2个户外广告时，所有广告的主色宜使用或近似色相，并保持明度和饱和度协调。
- (3) 不应使用高饱和度的色彩作为户外广告的主色。
- (4) 不应使用所附着建筑主色的对比色相，宜使用同色相或近似色相，并保持明度和饱和度协调。
- (5) 画面为了突出主体，广告背景色通常比较统一，多用柔和、相近的色彩或中间色突出主体色，也可用统一的色彩突出的较明亮的主体色，背景色彩明度的高低，一般视主体色明度而定。

3、招牌设施色彩控制引导的基本要求

- 1、**控制原则**：招牌设施所选用色彩应遵循“大调和小对比”的主原则，以及整体色调统一、和谐，局部地方可有对比。
- 2、**色相**：招牌标识的基本色调，应与所依附建筑等载体的基本色调保持和谐，色相反差不应过大，原则上招牌标识选用色相应与载体基调色为同类色配色（色轮夹角60°以内）。
- 3、**明度**：招牌标识的色彩明度应融入载体基调色，对特定区域需规定明度控制。
- 4、**饱和度**：设置招牌标识禁止采用高饱和度、高明度的色彩，如大面积鲜艳纯色，应严格控制大面积使用红色、黄色等高饱和度色彩，应普遍使用低饱和度颜色。
- 5、**色彩搭配**：同一招牌标识色彩搭配种类原则上控制在2种以内，最多不超过3种；色彩面积搭配应遵循配色黄金比例70/25/5，其中70%为大面积使用的主色，25%为辅助色，5%为点缀色。
- 6、招牌标识基底色（底板）参照建筑外立面辅助色取色，招牌标识文字使用彩色文字时，尽量使用和基底色同色系的颜色，门店柱墙颜色从基底色中选取，与建筑色彩相协调。
- 7、楼宇标识应注重与建筑的匹配关系，应根据建筑里面材质和肌理进行选择 and 配色，应选用与建筑立面同色系的颜色，使其融入到建筑语言之中。
- 8、保护全球或全国连锁企业的通用配色标准，但当其处于风景名胜、历史文化街区、特色风貌区、文物保护单位或附着于历史建筑、传统风貌建筑时，则必须根据环境要求进行相应调整。
- 9、按商业场所经营类型，严格控制招牌的色彩配置。审批中对申报的设计方案须按场所种类和对应色系的基本要求实施。



户外广告、招牌设施的色彩应当与建筑、周边环境相协调

店面招牌 底板颜色 CMYK: 6,6,9.0 字体颜色 CMYK: 41,65,91,6	店面招牌 底板颜色 CMYK: 18,20,17.0 字体颜色 CMYK: 84,79,78,62	店面招牌 底板颜色 CMYK: 73,44,35.0 字体颜色 CMYK: 4,16,23.0
店面招牌 底板颜色 CMYK: 40,40,42.0 字体颜色 CMYK: 0,0,0.0	店面招牌 底板颜色 CMYK: 22,18,16.0 字体颜色 CMYK: 0,0,0.0	店面招牌 底板颜色 CMYK: 15,25,34.0 字体颜色 CMYK: 2,0,20.0
店面招牌 底板颜色 CMYK: 18,26,36.0 字体颜色 CMYK: 78,70,65,29	店面招牌 底板颜色 CMYK: 60,35,48.0 字体颜色 CMYK: 4,11,58.0	店面招牌 底板颜色 CMYK: 7,32,27.0 字体颜色 CMYK: 60,80,84,40
店面招牌 底板颜色 CMYK: 39,49,70.0 字体颜色 CMYK: 4,3,3.1	店面招牌 底板颜色 CMYK: 81,64,65,23 字体颜色 CMYK: 0,0,0.0	店面招牌 底板颜色 CMYK: 53,100,100,39 字体颜色 CMYK: 7,37,73.0
店面招牌 底板颜色 CMYK: 77,67,64,24 字体颜色 CMYK: 16,26,34.0	店面招牌 底板颜色 CMYK: 65,80,73,41 字体颜色 CMYK: 17,26,35.0	店面招牌 底板颜色 CMYK: 100,92,55,23 字体颜色 CMYK: 7,22,33.0

招牌设施 CMYK 色谱示意图

<p>宾馆类—中性色</p>	<p>品牌类—全色系</p>	<p>餐饮类—暖色系</p>	
<p>超市类—显性色</p>	<p>文化类—灰调系</p>	<p>家电类—冷色系</p>	<p>医药类—冷色系</p>

招牌色彩控制示意图

3.6 总体控制的技术要求

Technical Requirements For Overall Control

3.6.4 户外广告照明强度控制

1、照明强度、亮度及色彩要求

(1) 户外广告照明要有合适的照度、有合适的照度均匀度。尽量减少光污染，不同类型和规格的户外广告灯光照度应符合下表要求：

户外广告灯光控制照度表 单位：勒克斯

		画面面积 < 8平方米	画面面积 ≥ 8平方米
道路及人行道户外广告		200-400	200-600
建筑墙面 户外广告	建筑高度在12米以下	——	300-1000
	建筑高度在12米以上	——	400-1200

注：表中数值中低值用于较暗环境（照度的单位是每平方米面积的流明（lm）数，也叫做勒克斯）

- (2) 户外广告要有合适的照度均匀度，一般照明情况下，照度均匀度应 ≥ 0.7 。
- (3) 户外广告要选用合适的光源光色和显色性，使光色与亮度具有相当的比例，构筑、渲染出各种舒适的色感环境氛围。
- (4) 广告不宜使用红色的灯光作为照明光源。户外广告画面颜色总的效果为暖色调时用偏暖色光照明，为冷色调时用偏冷色光照明。
- (5) 户外广告最大允许亮度应符合下表规定：

户外广告最大允许亮度控制表 单位：坎德拉/m²

广告被照面的面积（平方米）	最大允许亮度			
	商业区	行政办公区	公共活动区	居住区、教育区
0.5	1000	400	400	100
2	800	320	320	80
10	600	240	240	60
> 10	400	160	160	40

2、电子显示屏户外广告照明要求

- (1) 不得在交通信号灯、交通标志周围十米以内设置闪烁方式以及与交通信号灯颜色、切换频率相同的户外电子显示装置。
- (2) 现状不符合要求的户外电子显示装置应限期整改。
- (3) 商业区夜间亮度值不得超过一千坎德拉/平方米，其他地区夜间亮度值不得超过四百坎德拉/平方米。
- (4) 开启时间不得早于上午八时，关闭时间不得超过晚上十时。
- (5) 遇重大节日或者重要活动时，经城市管理主管部门批准可以适当调整，并向社会公布；严控区内只能设置公共信息电子显示装置。

3、路名牌灯箱广告照明要求

- (1) 广告画面光源附近亮度与远离光源部分亮度之比宜为1.3至1.5，且不得大于2光源应采用寿命大于8000小时、显色指数大于80和发光效率大的光源。为保证足够亮度，荧光灯管之间的距离应为灯管到面板距离的2倍左右。
- (2) 灯箱广告画面亮度标准应符合下表要求：

灯箱广告照明控制亮度表（坎德拉/平方米）

亮度	灯箱安装场所
70—350	一般建（构）筑物正立面的路名牌灯箱广告
250—500	商业区建（构）筑物上的路名牌灯箱广告
450—700	低亮度地段，即暗背景的路名牌灯箱广告
700—1000	一般商业区路名牌灯箱
1000—1400	高层建（构）筑物上方和闹市区的路名牌灯箱广告
1000—1700	重要交通枢纽场所的路名牌灯箱广告



3.6 总体控制的技术要求

Technical Requirements For Overall Control

3.6.5 工程技术要求

1、安全责任主体：广告设施的安全质量由广告设施设置申请人负责。

2、设计与安装施工规定

(1) 禁止在危房或可能危及建筑物和设施安全的位置安装户外广告和牌匾标识；

(2) 广告设计必须确保建筑物的安全，不得随意改变建筑物的承重结构以及建筑结构，不得随意改变建筑物的外立面形式，如需更改，应由具备建筑结构设计资质的单位进行重新设计，并征得有关部门及建设单位的同意后方可实施。

(3) 广告设施荷载应按《GB50009建筑结构荷载规范》规定执行。基本风压应按0.50千牛/m²执行，并考虑高度系数、风振系数、体形系数；考虑地震作用时应按地震作用效应和其它荷载效应的基本组合，地震作用计算应按《GB50057建筑物防雷设计规范》中的有关规定执行。

(4) 广告设施应由具备相关设计资质的单位进行设计，其结构施工图纸应盖有设计单位的设计印章（具有钢结构设计资质）；并应由具备建筑、安装施工资质的广告公司按图制作安装施工，施工时还应实行监理制度。

(5) 广告设施采用钢结构的，应按《GBJ17钢结构设计规范》执行，同时应对结构的强度、刚度和稳定性进行校核计算。混凝土结构设计应符合《GB50010混凝土结构设计规范》中的有关规定，同时应进行承载力和变形验算。

(6) 广告设施用电应以低压配电，一般采用三相五线制供电，必须确保接地和安全，可按《JGJ/T16民用建筑电气设计规范》规定执行。

(7) 设置屋面和墙面广告设施除考虑广告设施自身强度外，还应考虑广告设施的荷载对原有建筑物的影响。

(8) 广告设施与原有建筑物的连接应确保连接可靠、牢固安全。连接埋置固定部位应和连接件等强度。

(9) 地基基础设计应符合《GB50007建筑地基基础设计规范》中的有关规定，应满足承载力的要求，同时应进行强度、抗滑、抗倾覆及稳定性验算。

3、安全检测及维护规定

(1) 在出现大风、大雪、暴雨等恶劣天气时，招牌广告设置人必须加强对招牌结构和照明等电气设施的检查，以抵抗气候环境突变时对招牌的侵害。

(2) 钢结构设施的户外招牌应从初次安装之日起，定期由专业检测单位进行安全检测。

(3) 设置户外广告和牌匾标识的单位或个人应定期应负责检查、维修、维护、更换、拆除，保持户外广告外形美观，发现广告图案、文字、灯光显示不全、陈旧、污浊、腐蚀、损毁、变形、脱色、肮脏等情况，应立即予以恢复或拆除。

(4) 设置户外广告登记期限届满，户外广告设施的单位或个人应及时处置广告，未能申请获得延期的广告必须由所有人予以拆除；临时性广告在相关活动结束后必须由广告所有人立即拆除。

4、安全性强制要求

(1) 户外广告钢结构设计、制作、维护应符合《户外广告设施钢结构技术规程》（中国工程建设标准化协会标CECS148：2003），同时符合机械加工、电器安装、印刷美术等质量标准。

(2) 广告牌距10千伏高压导线垂直净距不得小于2.2米，水平净距不得小于2米。

(3) 广告牌距低压导线或电话线净距不得小于0.5米。

(4) 广告照明系统应可靠接地，灯具的绝缘等级大于或等于I级。对人体易接触的灯箱广告照明系统的供电回路应装设漏电电流动作保护，其漏电动作电流值在正常环境条件下为30mA，在潮湿环境恶劣场所为10mA。

(5) 位置较高的大型灯广告构架与防雷装置的连接点不应少于两处；从配电盘引出的电线应穿钢管保护，钢管的一端与配电盘可导电部分相连，另一端与就近的防雷装置相连，钢管因连接设备而在中间断开时应设跨接线；在配电盘内，应在开关的电源侧与外露可导电部分之间装设过电压保护器。

(6) 设置在城市规划区车行道上的户外广告，其设施底部距地面高度不得低于5.5米。

(7) 城市规划区内街道的消防通道距地面4.5米高度以内不得设置户外广告。所有的广告设施的设置必须符合国家有关的消防规范要求。

(8) 广告牌支架和箍夹宜采用不锈钢材质，并具有足够的强度。若采用易锈材料如铁质材料制作的，必须做好涂层防锈措施。

(9) 在高层建筑楼顶设置广告必须全面达标，符合风荷载和屋面承载力技术指标，满足抗震构造要求。需由技术部门做安全鉴定报告，确保设置安全。高层（高度介于50-100m之间）建筑物原则上不得设置广告，但重点展示区可适当放宽到70米高度。

/04

大型独立式户外广告

1. 分布现状
2. 规划布局
3. 设计引导方案
4. 其他地面式户外广告

DESIGN OF HIGH COLUMN

4.1 大型独立式户外广告设置通则

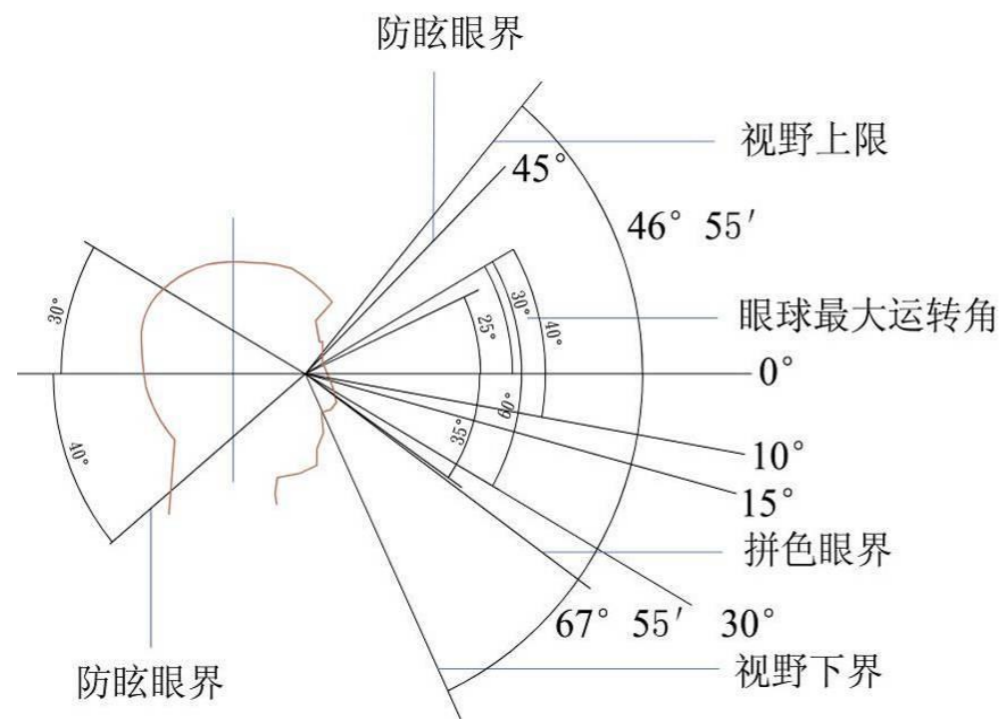
Technical Requirements For Overall Control

4.1.1 设置间距分析

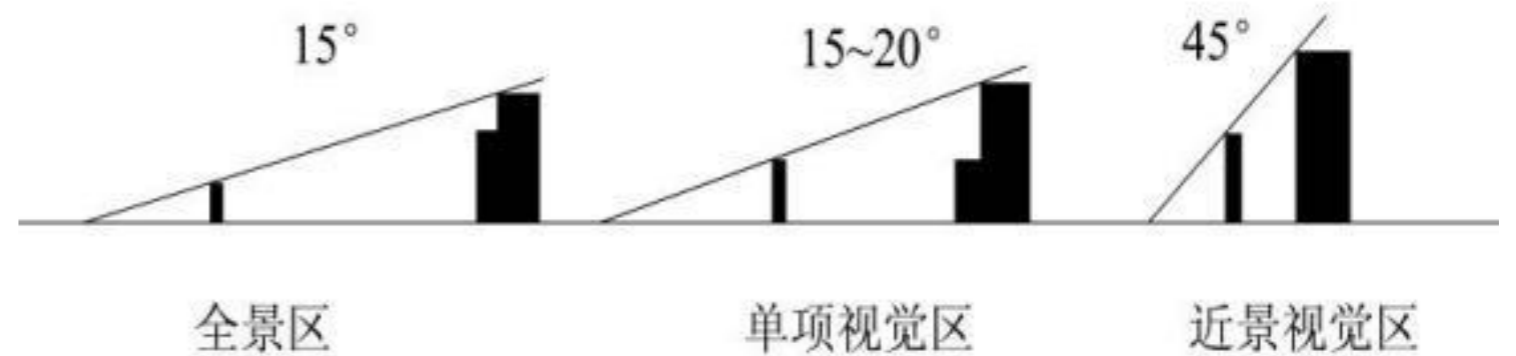
作为平面媒体的大型广告是通过视觉传达的艺术，是静态的，而其主要受众——车辆驾驶者和乘客是在连续、不断地变化位置的，是动态的。因此本规划拟从视觉分析和车辆行驶特征分析入手，探讨大竹县大型广告设置与视觉效果的时空关系，为合理设置广告位提供依据。大型广告主要是途经车辆的驾驶者和乘客服务的，由于行驶速度较快，因此大型广告在记忆时间上的视觉效果是通过空间距离来保证的。

若以城市干道设计车速60km/h计算，则每秒钟的车行距离为16.7米。如果按照受众短时记忆时间10 - 15秒计算，则转换为空间距离是167 - 250米，在这个空间间隔距离，大型广告才可以产生良好的宣传效果。因此，综合考虑以上因素，原则上应当符合以下间距要求（停车区、收费站区除外）：

- (1) 国道、省道等过境性交通道路单侧纵向间距不小于1500米，设中央分隔带公路的两侧相对纵向间距不小于200米；
- (2) 城市干路两侧的大型广告对侧之间纵向的空间距离以500米为宜，而同侧之间纵向则按700米控制。



人眼的视野范围示意图



不同的视域范围与视角角度、距离远近关系密切



4.1 大型独立式户外广告设置通则

Technical Requirements For Overall Control

4.1.2 设置通则

大型立柱式户外广告是指单独由地面或地面物体上延伸出的立柱支撑的，广告展示画面面积 $\geq 10\text{m}^2$ 的地面广告设施，这一类广告一般具有幅面大、体积大等特点，往往对城市空间布局、景观风貌、道路交通等影响较大。本次规划根据大竹县实际管理的需要，重点对大竹县区内此类大型广告提出相应设置要求。

- (1) 在设置大型独立式广告设施时应遵守户外广告设置通用规则、禁设规则、广告分区设置导则和线路广告设置导则要求。根据功能区性质、街道分类的不同设置户外广告。原则上支路、街坊路两侧不得设置此类广告。
- (2) 大型独立式广告设置必须符合有关市政安全规范，尽可能远离高压走廊。立杆落点不得影响地下管线畅通，外边缘投影不得伸入车行道。
- (3) 不得在街道的机动车道、非机动车道、绿化隔离带（道路中央隔离带、机动车 - 非机动车隔离带）、人行道（特殊地段除外）、休憩型街头绿地、广场、地下通道出入口、立交桥、高架桥设置。
- (4) 不得遮挡行车视距，不影响或者扰乱交通标识，符合坚固、美观、整齐的要求。
- (5) 大型户外广告的设置应符合有关技术规定以及各控制路段尺度、数量、密度、造型、夜景照明要求。
- (6) 广告设施的照明设置和设计应与所在区域的整体灯光环境气氛相协调；不得以闪烁光源影响居住建筑或城市道路的使用，避免对街道上的行人和车辆产生眩光。
- (7) 交通管制信号背景空间内的广告照明设施，不得采用闪烁光源及红、绿两色。
- (8) 户外广告设施的照明时间应参照大竹县城市规划区夜景照明时间规定执行。

4.2 立柱式户外广告设施

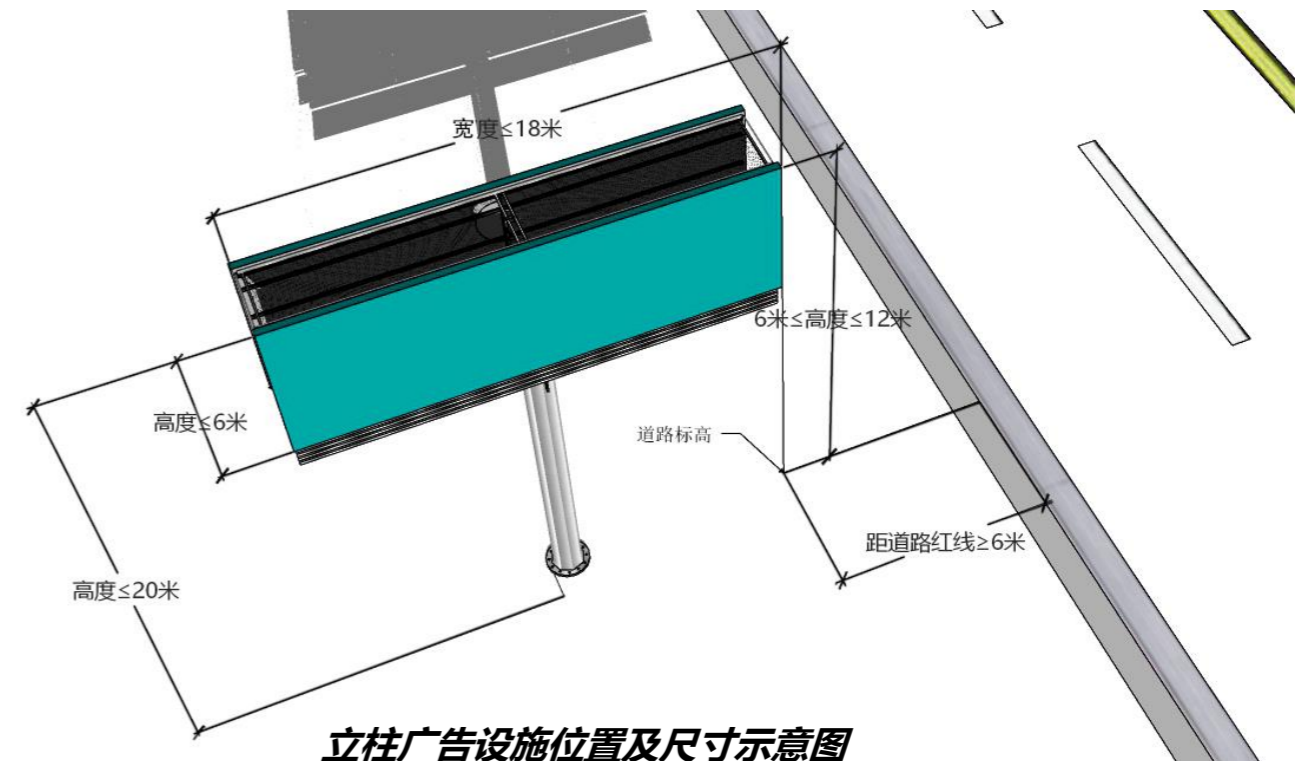
Technical Requirements For Overall Control

4.2.1 设置要求

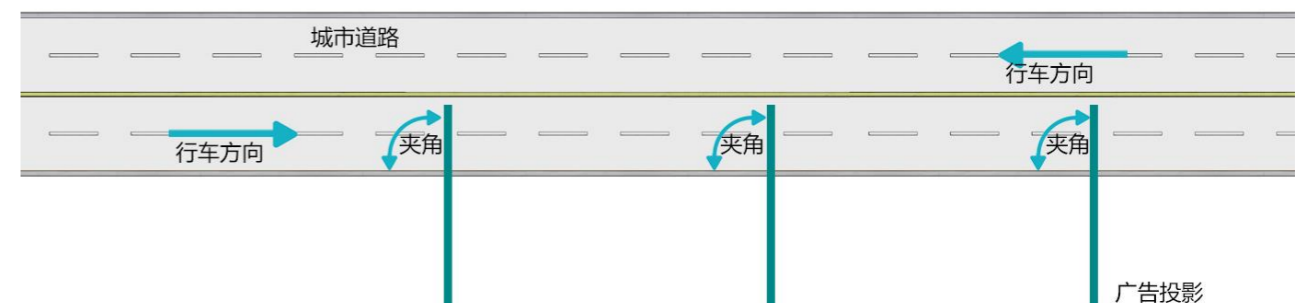
- 1、大型立柱式户外广告设置范围：**主要在规划区城市交通性道路（国道和城市快速路）两侧设置大型立柱式广告。城市中心区二环路以东、北城大道以南、竹凤大道以西所围绕区域，除局部汽车站、客运站、城市广场外，原则上不设置大型立柱式户外广告设施。
- 立柱式户外广告高度应与周边建筑布局和绿化配置相协调；
- 单块广告牌一般最大尺寸要求为：宽度18米，高度6米，广告牌总高度不得大于20米，具体设置根据广告牌的退界、场地标高、周边环境等由设计单位具体设计，但广告牌面与道路红线的水平距离不得小于6米，广告牌面顶部与路面标高不得大于12米。
- 必须符合有关市政安全规范，远离高压走廊，立柱落点不得影响地下管线的通畅，道路两侧广告牌的边缘不得伸到车行道内。
- 广告与地块内建筑物最小距离不得小于其高度的2倍，与道路红线的距离不得小于其自身高度，且与道路路幅边线的距离不得小于15米。
- 禁止设置于道路红线内。沿城市道路同一路段内相互距离1000m以内的大型T型高杆户外广告牌的牌面垂直投影与道路夹角、风格要一致。
- 道路交叉口的T型落地式户外广告牌（包括三面广告牌）方向要相互对称（即面向道路交叉口的一面与两条道路中心线的夹角一致），较复杂的道路交叉口的落地式户外广告牌牌面方向以就近相互协调为原则。
- 采用外打灯照明，亮灯时间从城市规划区路灯点亮时起不得低于四小时。
- 城市快速路和高速公路两侧禁止设置带有闪光霓虹灯，电子饰品的广告牌；不得使用荧光涂料等反射光强的材料；霓虹灯尽量不用红、黄等鲜艳色彩，且不得影响交通视线及安全。
- 建议结合城市景观，推广应用新型材料、新型设计高杆广告设施，可根据城市发展逐步更改为电子屏版面，提高大型独立户外广告设施艺术价值。

大型立柱广告牌设施尺寸与建筑设置要求

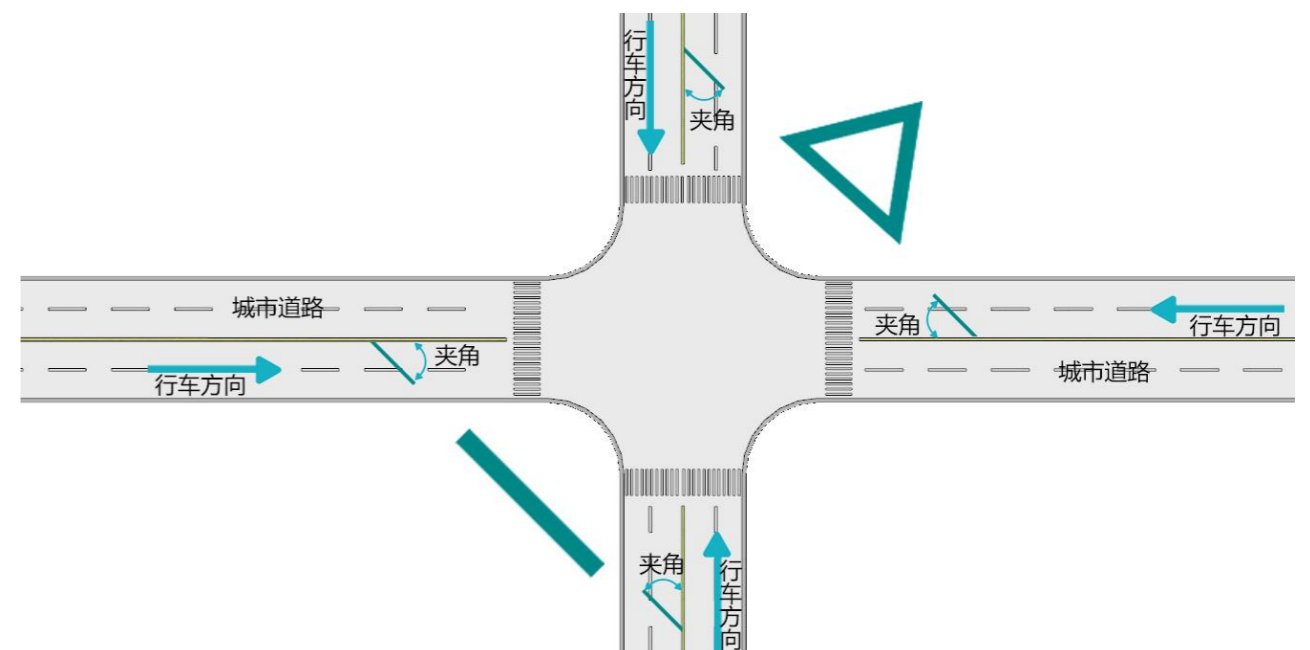
道路类别	牌面的最大尺寸	间距 (M)
次干路	5x15/6x15 (100平方米以下)	500
主干路	5x15/6x15 (100平方米以下)	1000
快速路、高速路	6x18 (100平方米以上)	1500—2500



立柱广告设施位置及尺寸示意图



立柱广告设施相互关系示意图



立柱广告设施与道路交叉口的位置关系示意图



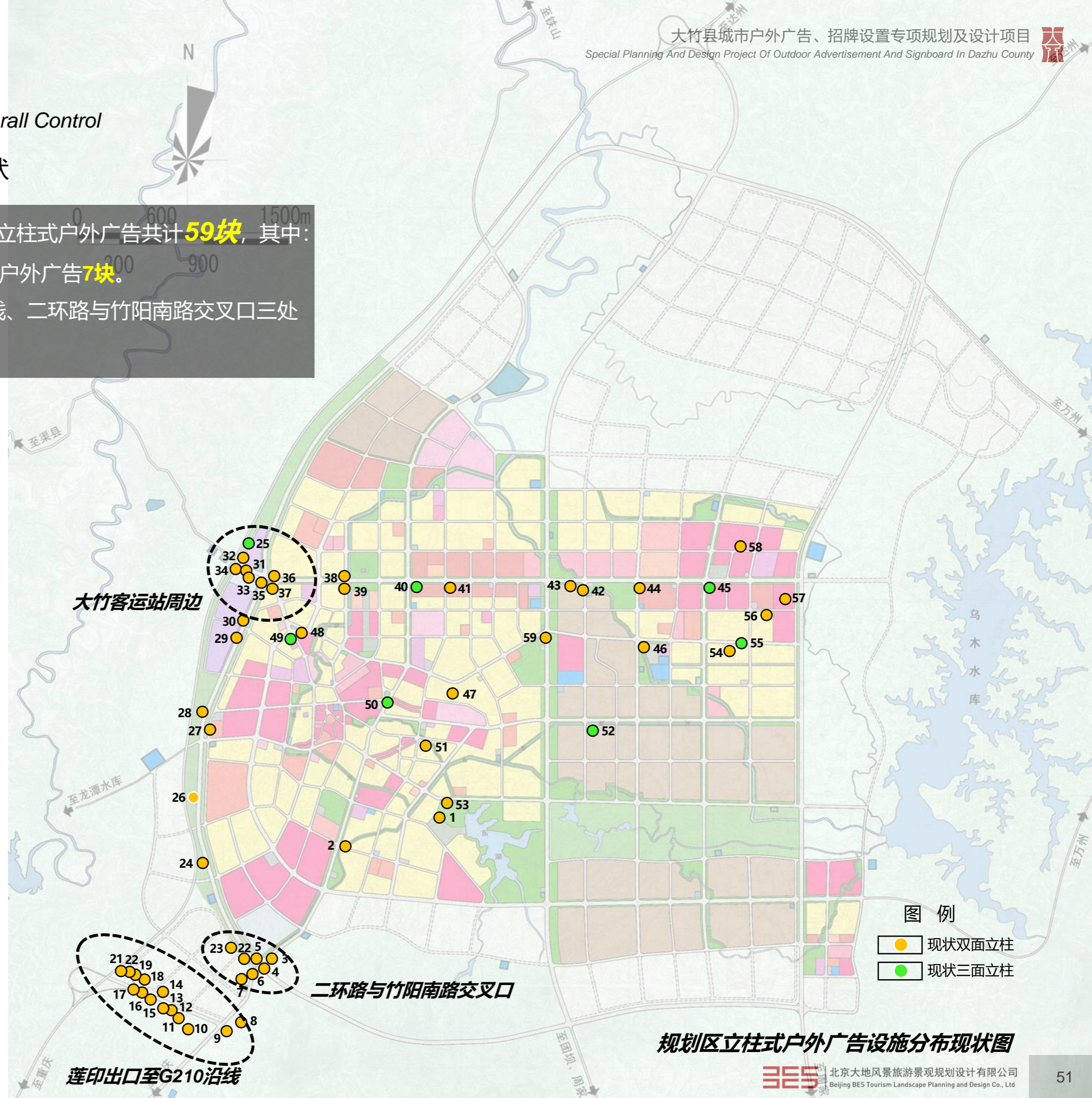
4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

4.2.2 规划区立柱式户外广告设置现状

据统计，至2021年12月规划区范围内大型立柱式户外广告共计**59块**，其中：

- 两面立柱式户外广告**52块**；三面立柱式户外广告**7块**。
- 现状大竹客运站、莲印出口至G210沿线、二环路与竹阳南路交叉口三处立柱式户外广告分布相对比较密集



图例

- 现状双面立柱
- 现状三面立柱

规划区立柱式户外广告设施分布现状图

4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

4.2.2 规划区立柱式户外广告设置现状——现状点位统计表

序号	坐标 (基于Google Earth数据)	形式
1	30°43'37.98"N, 107°12'52.85"E	双面立柱
2	30°43'27.17"N, 107°12'9.54"E	双面立柱
3	30°42'53.4"N, 107°11'55.36"E	双面立柱
4	30°42'50.63"N, 107°11'53.09"E	双面立柱
5	30°42'53.81"N, 107°11'50.87"E	双面立柱
6	30°42'46.77"N, 107°11'46.46"E	双面立柱
7	30°42'46.93"N, 107°11'44.95"E	双面立柱
8	30°42'14.54"N, 107°11'14.48"E	双面立柱
9	30°42'12.31"N, 107°11'9.73"E	双面立柱
10	30°42'17.32"N, 107°10'58.85"E	双面立柱
11	30°42'21.07"N, 107°10'54.44"E	双面立柱
12	30°42'24.29"N, 107°10'53.9"E	双面立柱
13	30°42'26.65"N, 107°10'51.02"E	双面立柱
14	30°42'28.52"N, 107°10'47.53"E	双面立柱
15	30°42'28.3"N, 107°10'44.29"E	双面立柱
16	30°42'31.47"N, 107°10'38.03"E	双面立柱
17	30°42'32.04"N, 107°10'35.2"E	双面立柱
18	30°42'33.78"N, 107°10'38.42"E	双面立柱
19	30°42'35.68"N, 107°10'35.69"E	双面立柱
20	30°42'37.01"N, 107°10'33.01"E	双面立柱
21	30°42'38.34"N, 107°10'30.68"E	双面立柱
22	30°42'53.55"N, 107°11'44.38"E	双面立柱
23	30°42'56.89"N, 107°11'38.81"E	双面立柱
24	30°43'21.37"N, 107°11'7.08"E	双面立柱
25	30°45'21.94"N, 107°11'26.56 "E	三面立柱
26	30°43'45.66"N, 107°11'4.13"E	双面立柱
27	30°44'12.19"N, 107°11'9.2"E	双面立柱
28	30°44'18.23"N, 107°11'7.8"E	双面立柱
29	30°44'45.8"N, 107°11'22.09"E	双面立柱

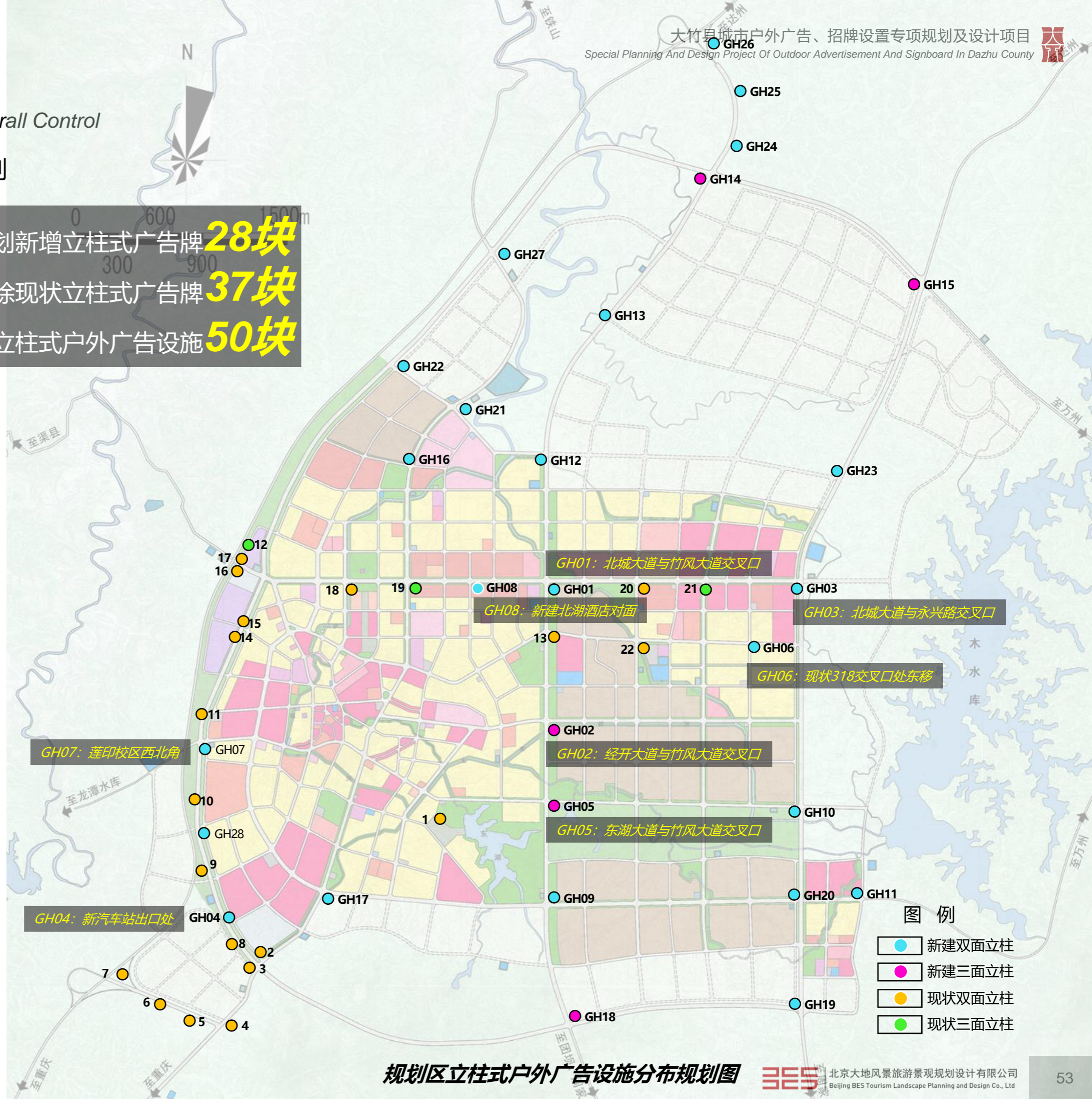
序号	坐标 (基于Google Earth数据)	形式
30	30°44'52.57"N, 107°11'25.6"E	双面立柱
31	30°45'14.84"N, 107°11'23.1"E	双面立柱
32	30°45'12.4"N, 107°11'21.73"E	双面立柱
33	30°45'10.32"N, 107°11'25.08"E	双面立柱
34	30°45'9.14"N, 107°11'27.56"E	双面立柱
35	30°45'6.88"N, 107°11'33.22"E	双面立柱
36	30°45'7.01"N, 107°11'37.64"E	双面立柱
37	30°45'4.65"N, 107°11'37.88"E	双面立柱
38	30°45'7.74"N, 107°12'11.72"E	双面立柱
39	30°45'4.84"N, 107°12'11.83"E	双面立柱
40	30°45'5.57"N, 107°12'39.96"E	三面立柱
41	30°45'7.7"N, 107°12'55.69"E	双面立柱
42	30°45'7.79"N, 107°13'51.85"E	双面立柱
43	30°45'5.45"N, 107°13'55.65"E	双面立柱
44	30°45'5.65"N, 107°14'21.47"E	双面立柱
45	30°45'5.81"N, 107°14'50.33"E	三面立柱
46	30°44'43.52"N, 107°14'22.76"E	双面立柱
47	30°44'25.79"N, 107°12'59.08"E	双面立柱
48	30°44'47.3"N, 107°11'49.96"E	双面立柱
49	30°44'46.62"N, 107°11'47.85"E	三面立柱
50	30°44'21.39"N, 107°12'29.84"E	三面立柱
51	30°44'5.49"N, 107°12'46.12"E	双面立柱
52	30°44'11.57"N, 107°13'58.94"E	三面立柱
53	30°43'41.61"N, 107°12'54.5"E	双面立柱
54	30°44'42.86"N, 107°15'2.72"E	双面立柱
55	30°44'44.33"N, 107°15'6.72"E	三面立柱
56	30°44'55.97"N, 107°15'19.25"E	双面立柱
57	30°45'2.30"N, 107°15'26.53"E	双面立柱
58	30°45'22.50"N, 107°15'6.06"E	双面立柱
59	30°44'48.11"N, 107°13'41.60"E	双面立柱

4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

4.2.3 规划区立柱式户外广告设置规划

规划新增立柱式广告牌 **28块**
 保留现状立柱式广告牌 **22块**, 拆除现状立柱式广告牌 **37块**
 最终合计规划区范围内立柱式户外广告设施 **50块**



规划区立柱式户外广告设施分布规划图

4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

4.2.3 规划区立柱式户外广告设置规划

规划保留的立柱式户外广告设施

序号	原序号	坐标 (基于Google Earth数据)	形式
1	1	30°43'37.98"N, 107°12'52.85"E	双面立柱
2	5	30°42'53.81"N, 107°11'50.87"E	双面立柱
3	6	30°42'46.77"N, 107°11'46.46"E	双面立柱
4	9	30°42'12.31"N, 107°11'9.73"E	双面立柱
5	10	30°42'17.32"N, 107°10'58.85"E	双面立柱
6	14	30°42'28.52"N, 107°10'47.53"E	双面立柱
7	21	30°42'38.34"N, 107°10'30.68"E	双面立柱
8	23	30°42'56.89"N, 107°11'38.81"E	双面立柱
9	24	30°43'21.37"N, 107°11'7.08"E	双面立柱
10	26	30°43'45.66"N, 107°11'4.13"E	双面立柱
11	28	30°44'18.23"N, 107°11'7.8"E	双面立柱
12	25	30°45'21.94"N, 107°11'26.56 "E	三面立柱
13	59	30°44'48.11"N, 107°13'41.60"E	双面立柱
14	29	30°44'45.8"N, 107°11'22.09"E	双面立柱
15	30	30°44'52.57"N, 107°11'25.6"E	双面立柱
17	31	30°45'14.84"N, 107°11'23.1"E	双面立柱
16	32	30°45'12.4"N, 107°11'21.73"E	双面立柱
18	39	30°45'4.84"N, 107°12'11.83"E	双面立柱
19	40	30°45'5.57"N, 107°12'39.96"E	三面立柱
20	44	30°45'5.65"N, 107°14'21.47"E	双面立柱
21	45	30°45'5.81"N, 107°14'50.33"E	三面立柱
22	46	30°44'43.52"N, 107°14'22.76"E	双面立柱

规划新增的立柱式户外广告设施

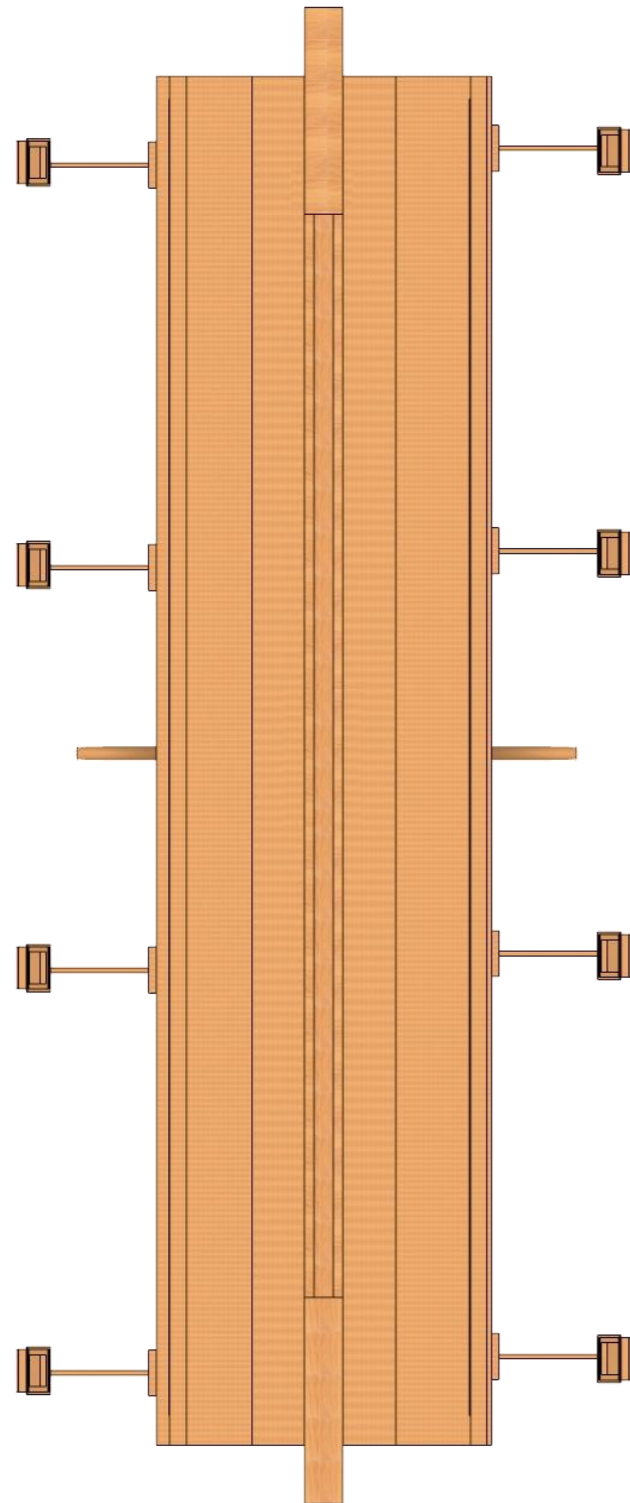
序号	坐标 (基于Google Earth数据)	形式
GH 01	30°45'5.83"N, 107°13'42.59"E	双面立柱
GH 02	30°44'12.03"N, 107°13'42.64"E	三面立柱
GH 03	30°45'5.86"N, 107°15'32.59"E	双面立柱
GH 04	30°43'4.05"N, 107°11'30.67"E	双面立柱
GH 05	30°43'43.54"N, 107°13'43.26"E	三面立柱
GH 06	30°44'44.08"N, 107°15'12.69"E	双面立柱
GH 07	30°43'58.30"N, 107°11'7.59"E	双面立柱
GH 08	30°45'7.90"N, 107°13'7.31"E	双面立柱
GH 09	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 10	30°43'42.31"N, 107°15'33.85"E	双面立柱
GH 11	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 12	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 13	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 14	需根据城市路网建设情况确定	三面立柱
GH 15	需根据城市路网建设情况确定	三面立柱
GH 16	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 17	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 18	需根据城市路网建设情况确定	三面立柱
GH 19	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 20	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 21	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 22	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 23	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 24	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 25	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 26	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 27	需根据城市路网建设情况确定	双面立柱
GH 28	30°43'41.73"N, 107°11'7.41"E	双面立柱

4.2 立柱式户外广告设施

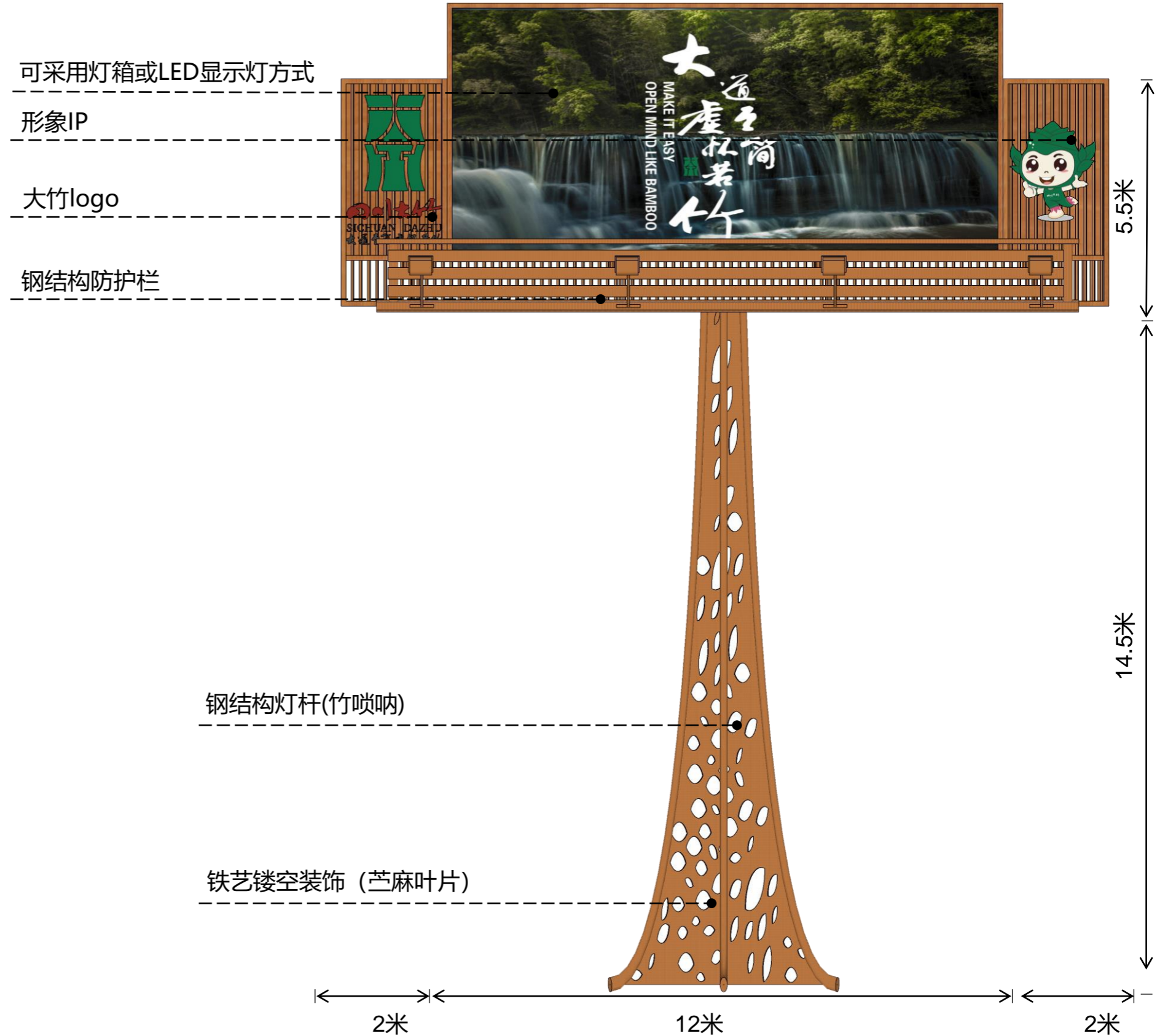
Technical Requirements For Overall Control

4.2.3 规划区立柱式户外广告设置规划

城区内高立柱设计 (双面立柱)



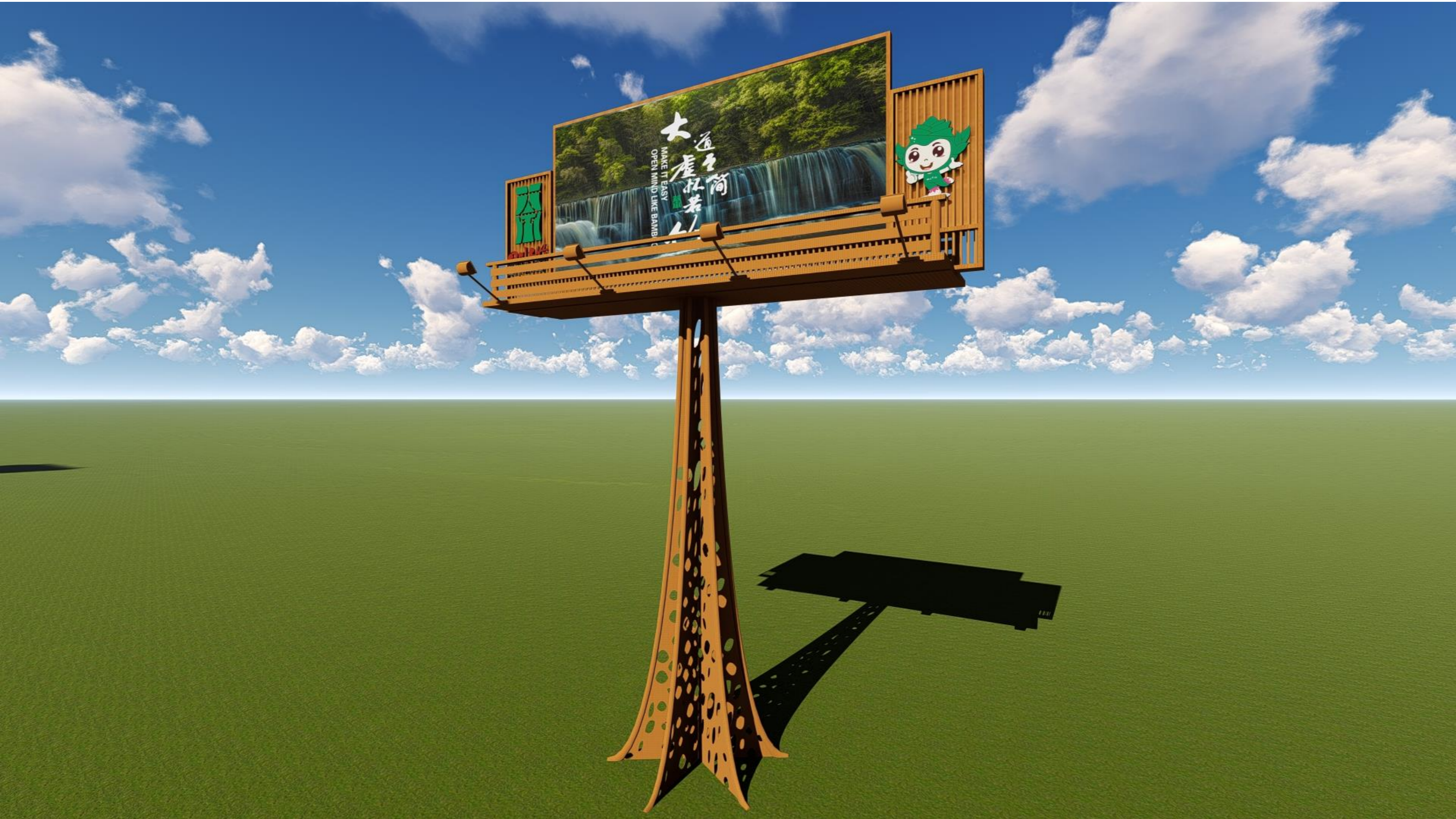
俯视图





4.2 立柱式户外广告设施

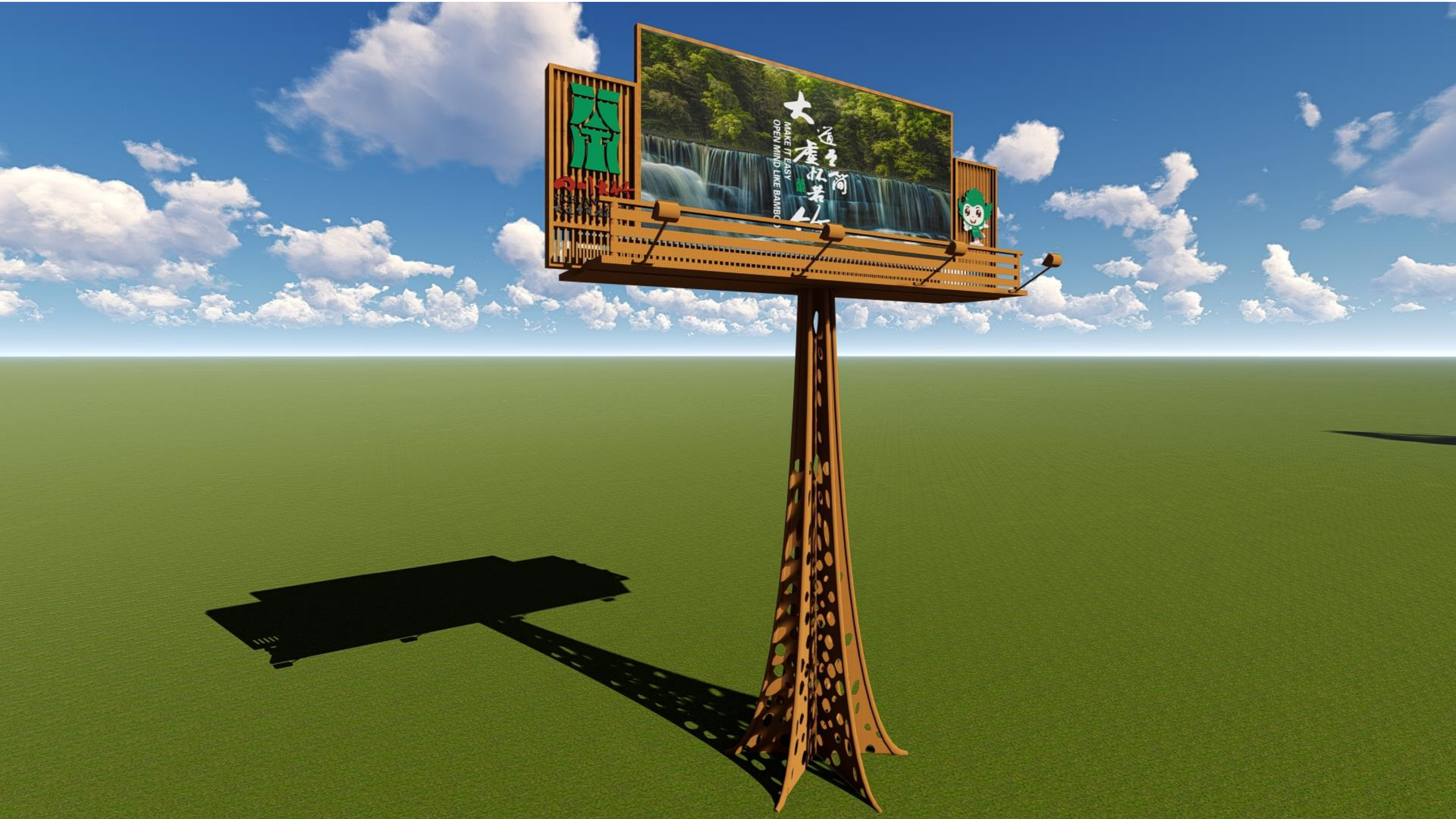
Technical Requirements For Overall Control





4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control



4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

4.2.4 立柱式户外广告设置引导

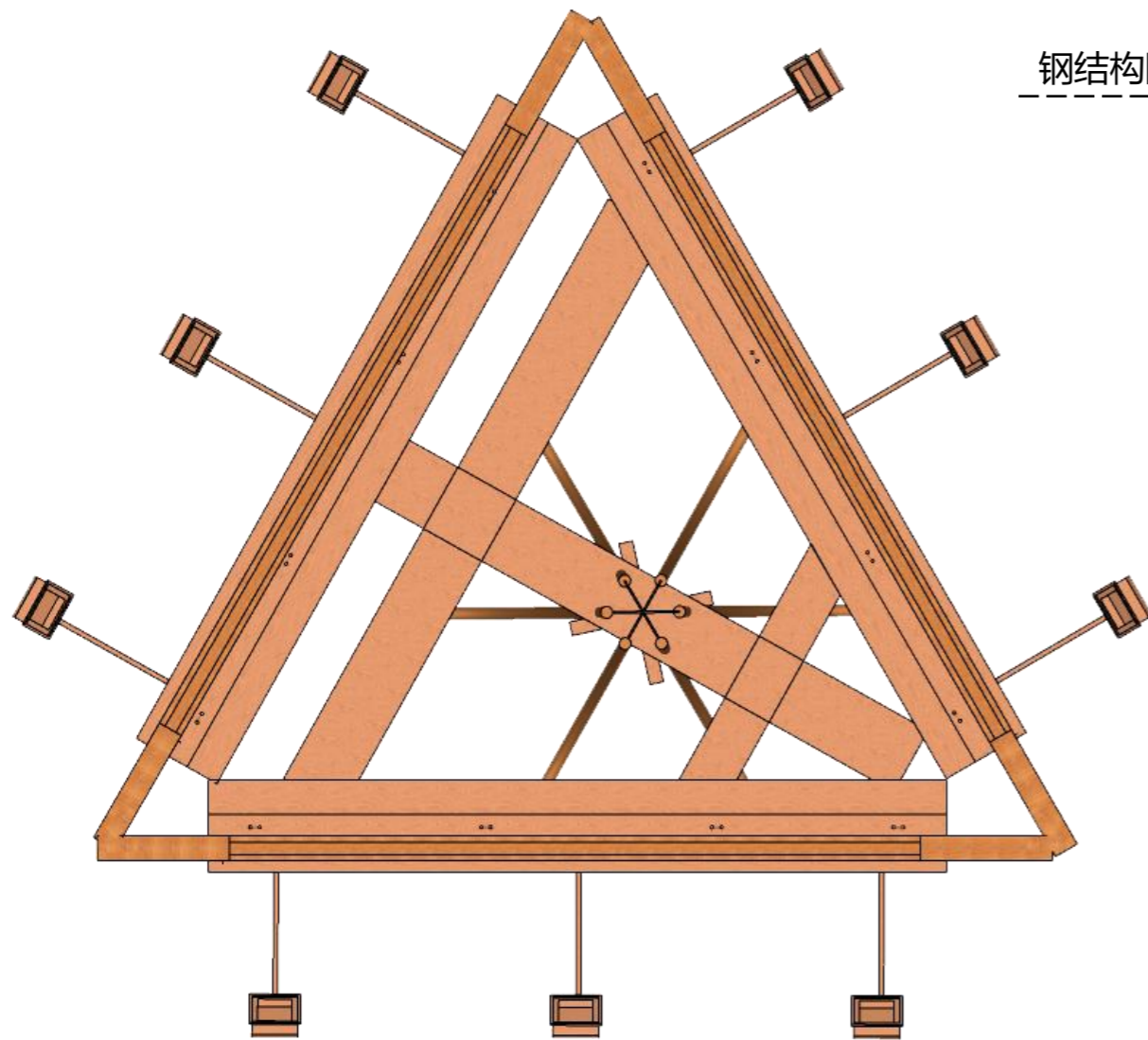


4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

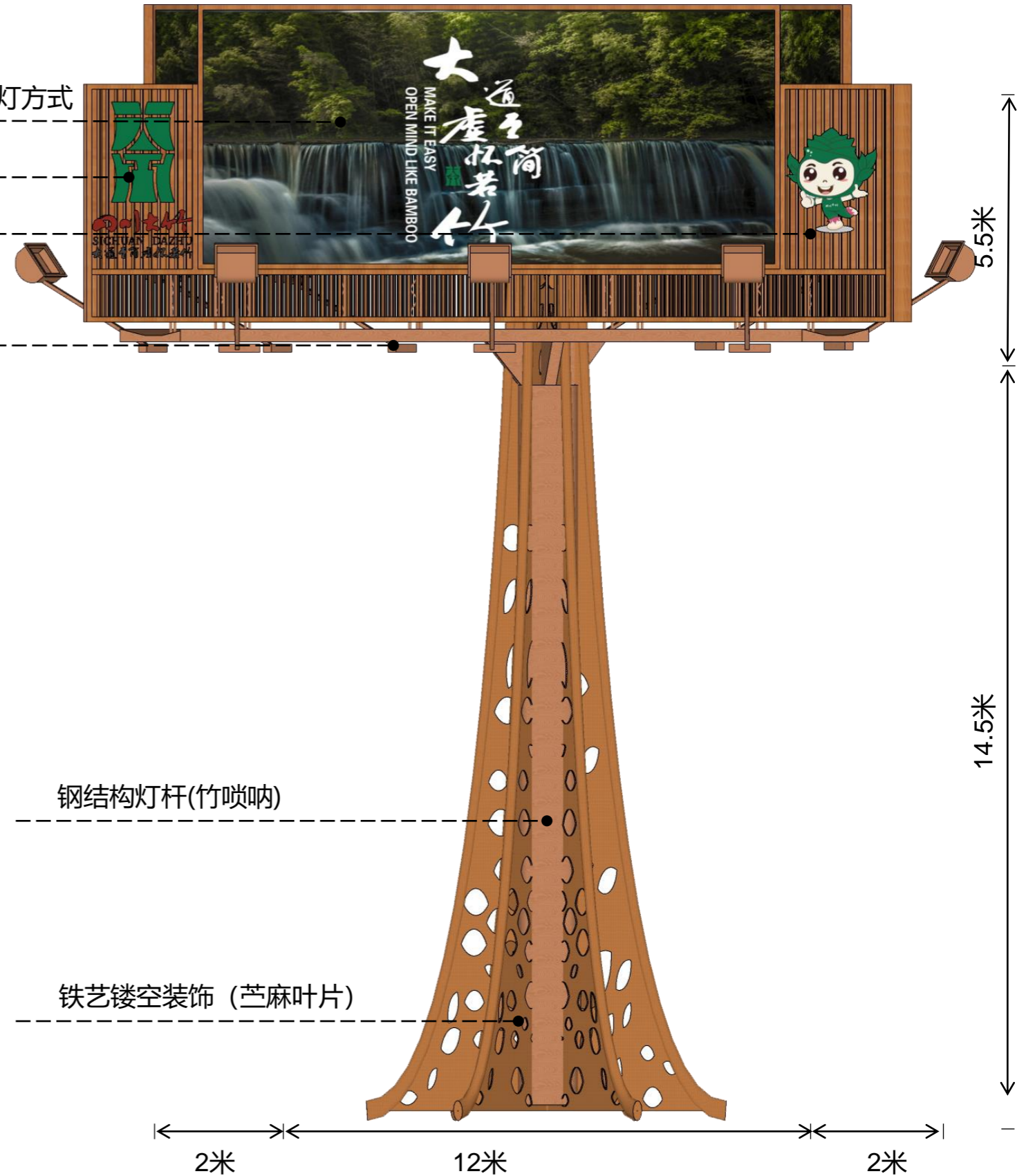
4.2.3 规划区立柱式户外广告设置规划

城区内高立柱设计 (三面立柱)



俯视图

- 可采用灯箱或LED显示灯方式
- 大竹logo
- 形象IP
- 钢结构防护栏



钢结构灯杆(竹喷呐)

铁艺镂空装饰 (芭麻叶片)

2米

12米

2米

14.5米

5.5米

正立面图







4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

4.2.4 立柱式户外广告设置引导



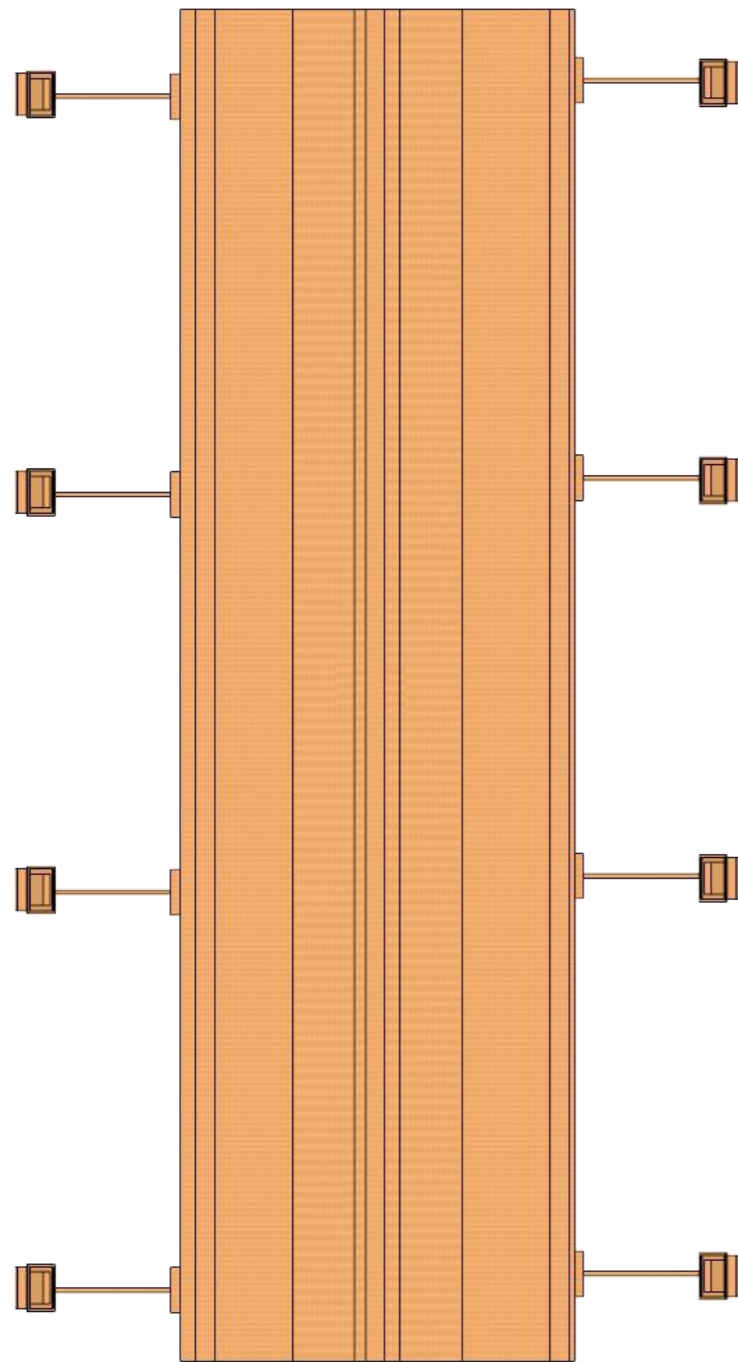
318国道东入口设计效果图

4.2 立柱式户外广告设施

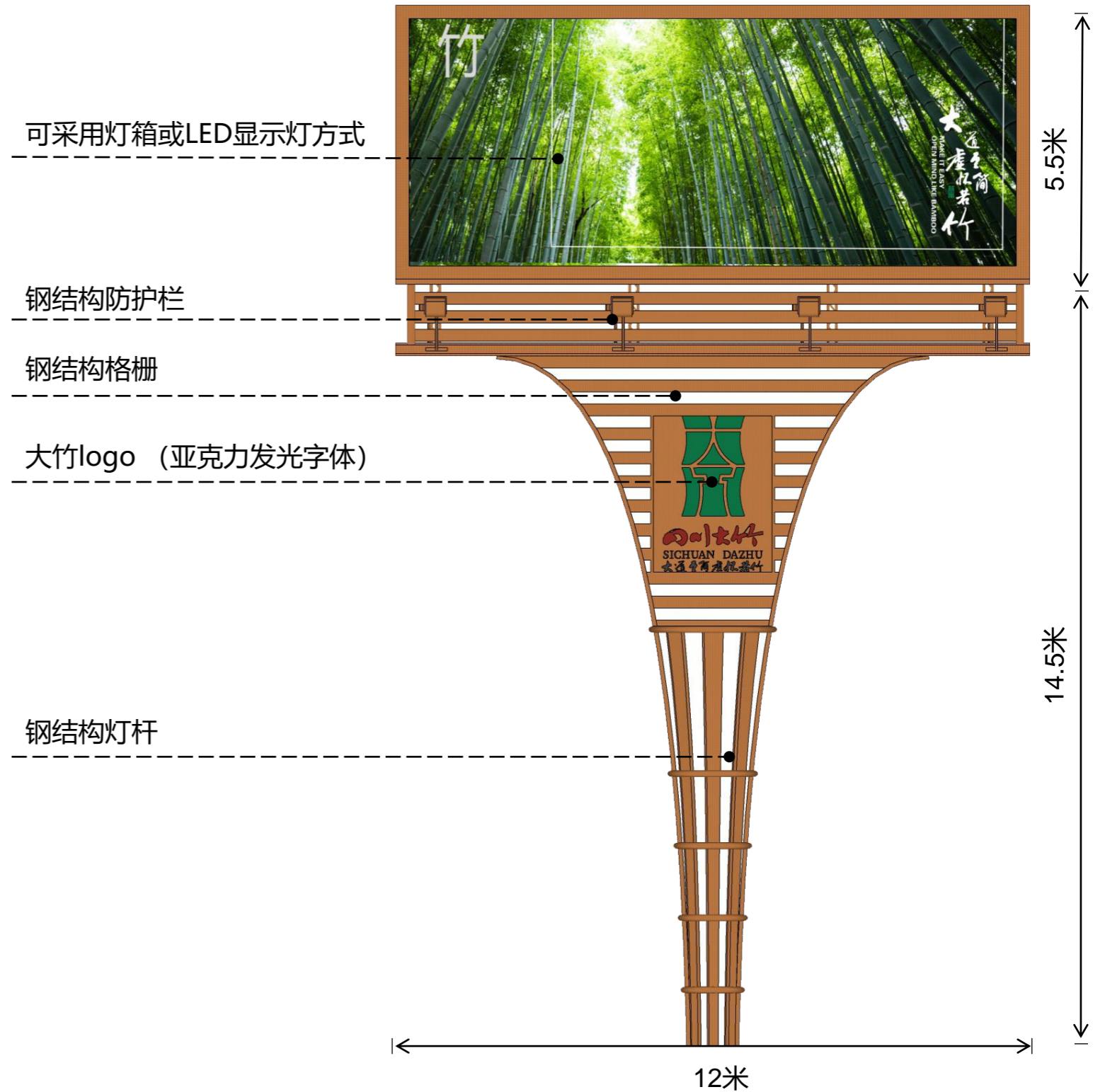
Technical Requirements For Overall Control

4.2.4 立柱式户外广告设置引导

高速公路立柱式户外广告设计（方案一）



俯视图



正立面图



4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control





4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control





4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

4.2.4 立柱式户外广告设置引导



高速公路立柱式户外广告设施设计效果图



4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

4.2.4 立柱式户外广告设置引导



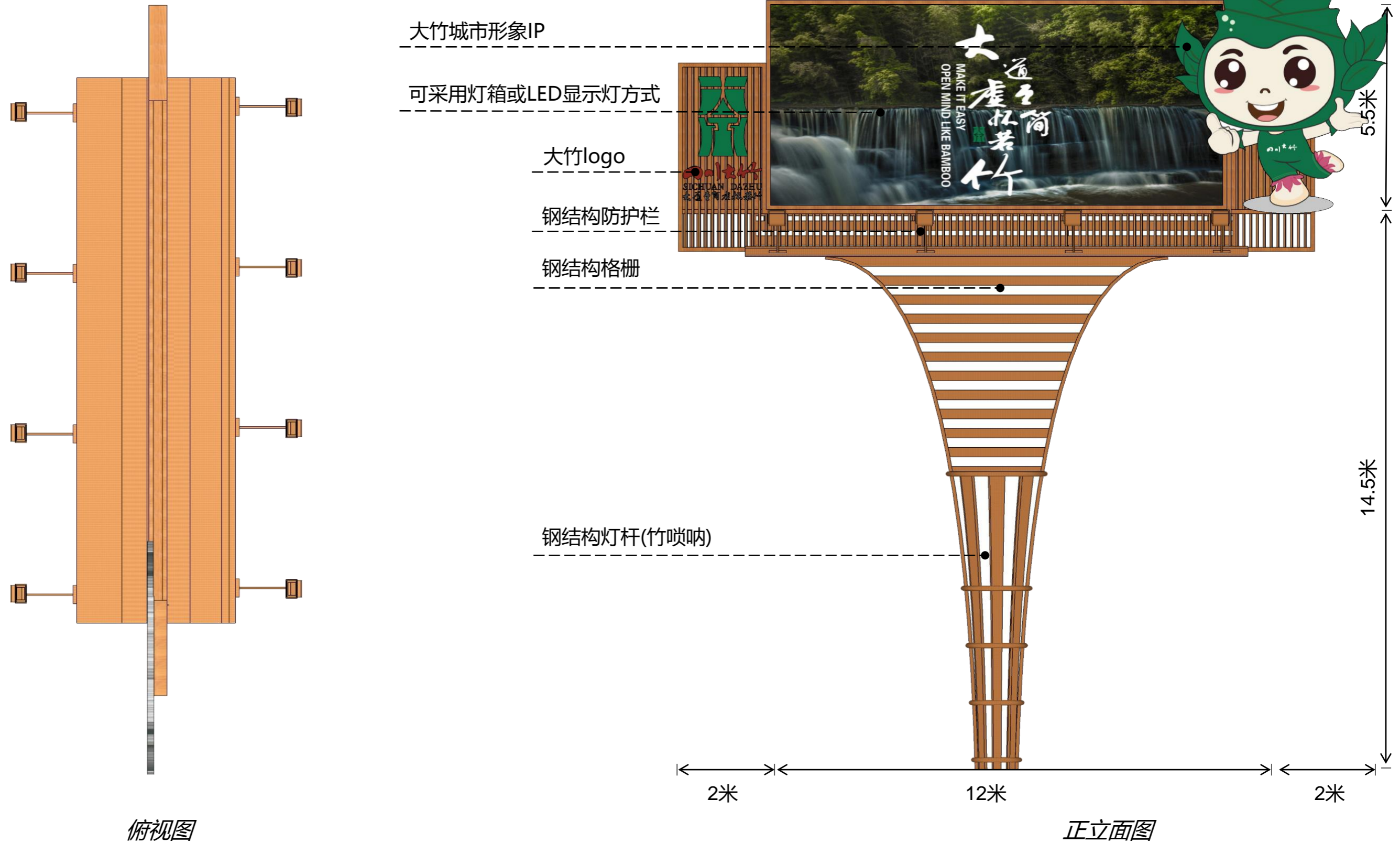
高速公路立柱式户外广告设施设计效果图

4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

4.2.4 立柱式户外广告设置引导

高速公路立柱式户外广告设计 (方案二)





4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control





4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control





4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control



高速公路立柱式户外广告设施设计效果图



4.2 立柱式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

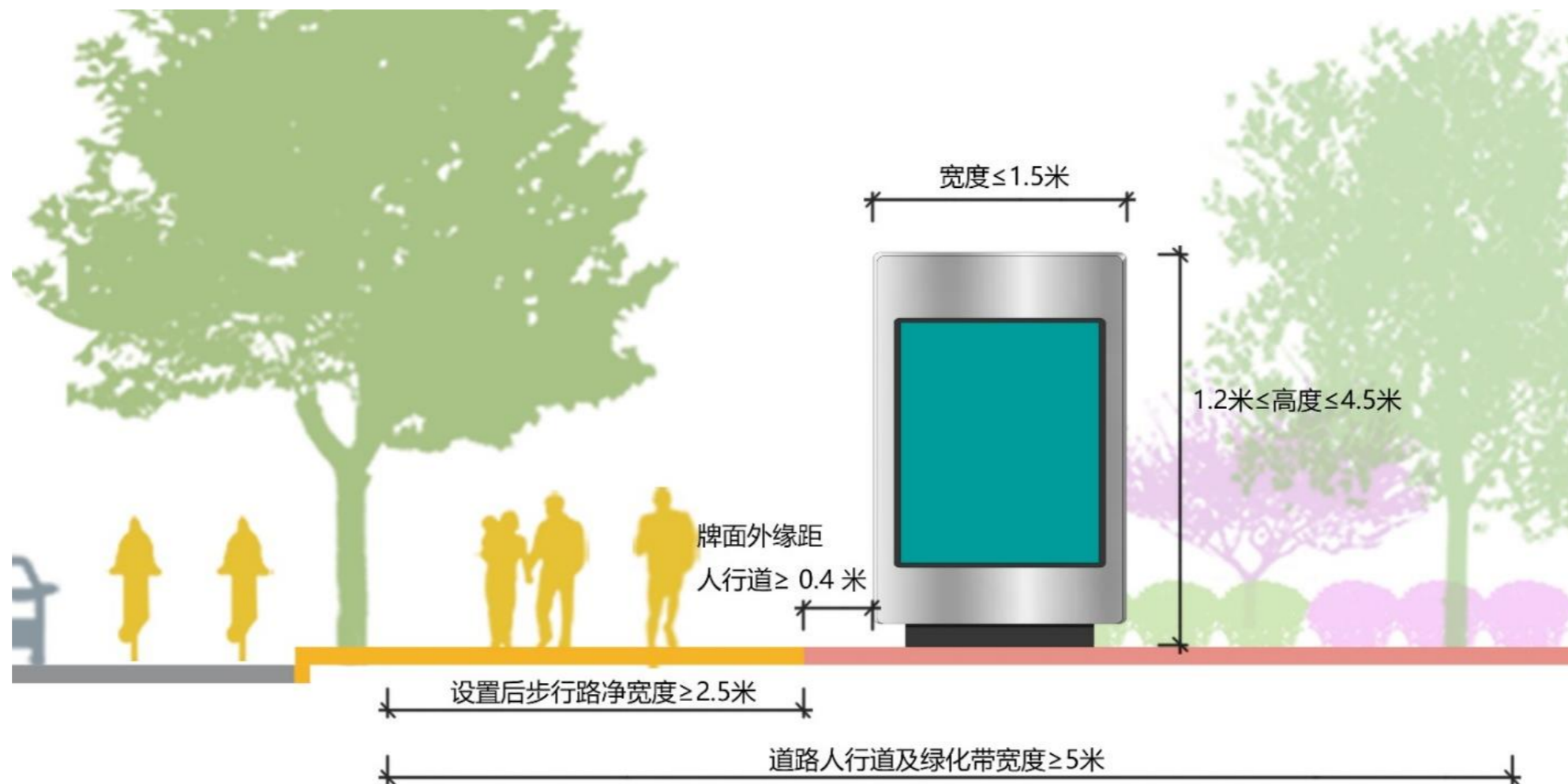


高速公路立柱式户外广告设施设计效果图

4.3 底座式户外广告设施 Technical Requirements For Overall Control

设置要求

- 1、小于5米的城市道路、人行道及绿化带宽度内不得设置实物造型广告和碑式广告。
- 2、广告总高度不得大于4.5米且不得小于1.2米。
- 3、广告宽度不得大于1.5米，且在广告设置后可供行人通行的步行通道净宽度不得小于2.5米，不得妨碍行人通行、交通、消防安全以及公共设施的正常使用。
- 4、广告底座和牌面外缘水平投影距人行道侧石不得小于0.4米。
- 5、碑式广告牌面与水平面夹角不得小于75度。
- 6、底座式户外广告设施提倡用于大型专业市场内，间距不得小于100米。
- 7、设施设置不得占压盲道、无障碍坡道，不能影响道路正常使用。
- 8、底座式户外广告设施应设置在人行道宽度 $\geq 5\text{m}$ 的地段，或面积 ≥ 100 平方米的广场（空地）及绿地。



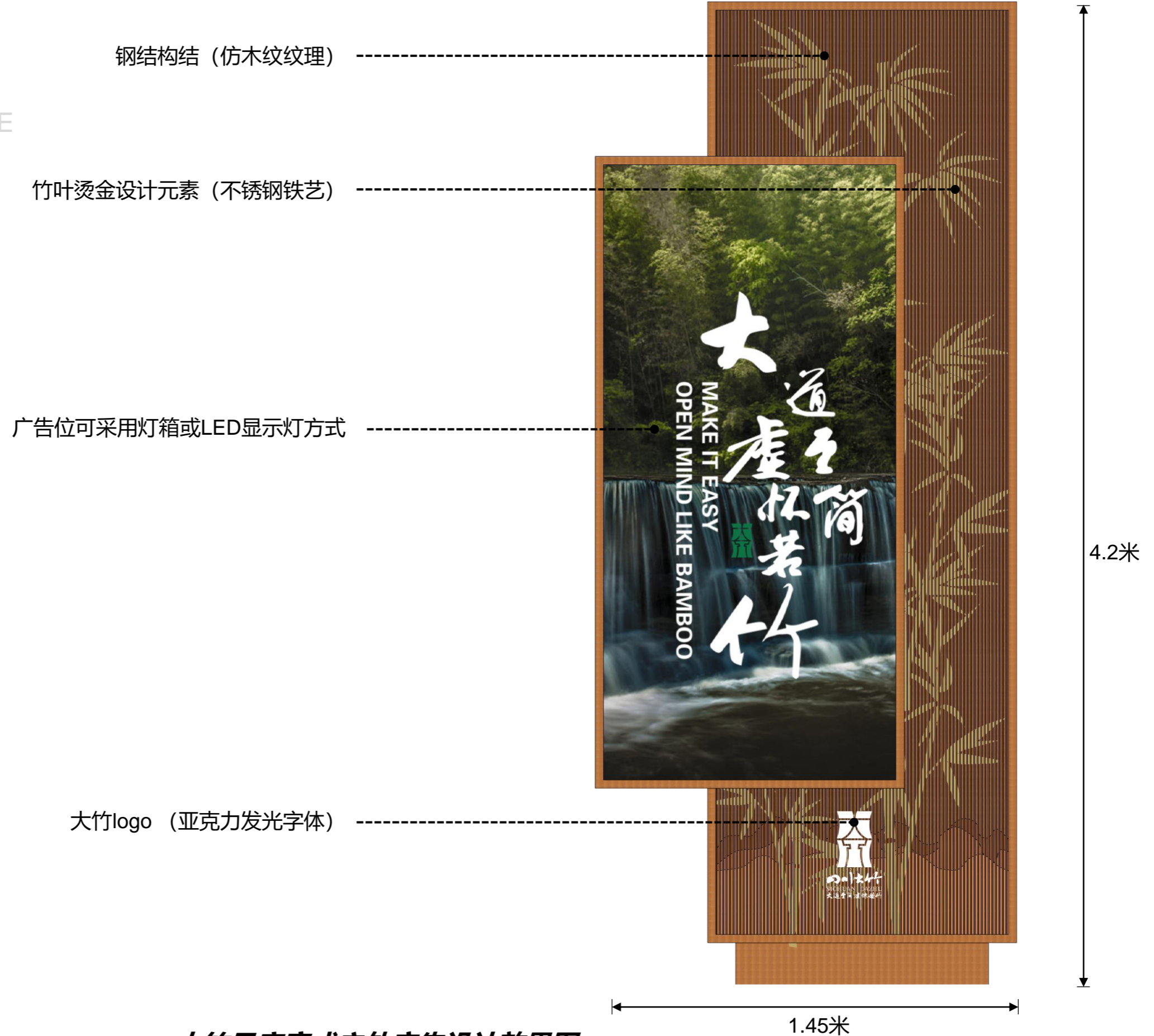
底座式户外广告设置要求示意图

4.3 底座式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

底座式

THE BASE TYPE



大竹县底座式户外广告设计效果图



4.3 底座式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

底座式

THE BASE TYPE



底座式户外广告设施设计效果图



4.3 底座式户外广告设施

Technical Requirements For Overall Control

底座式

THE BASE TYPE



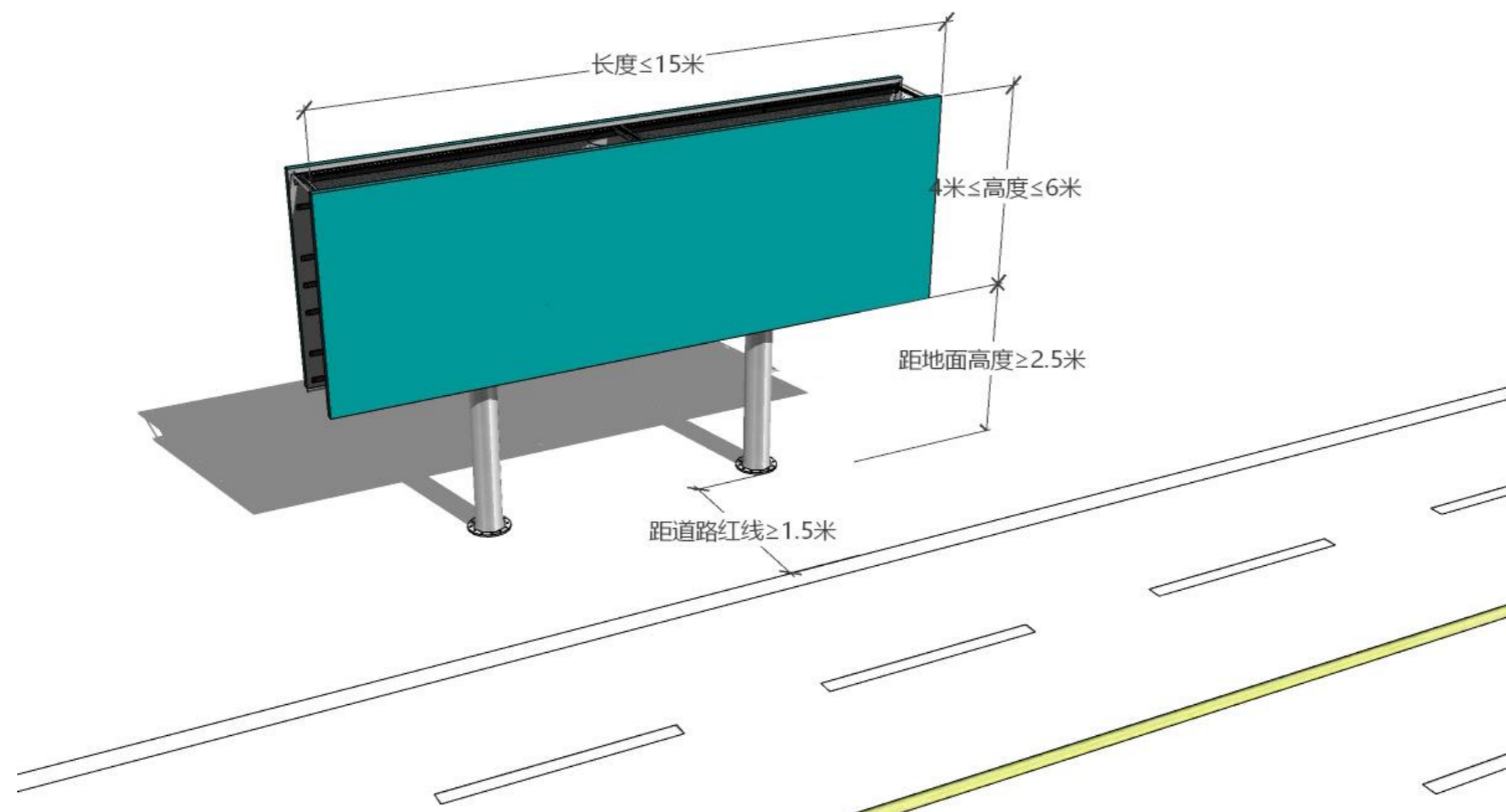
底座式户外广告设施设计效果图

4.4 落地排式广告设施

Technical Requirements For Overall Control

设置要求

- 1、大型落地排式广告设施设置应减少对现有周边秀美的自然景观造成遮挡。
- 2、落地排式广告设施须在绿地设置，广告牌底边与地面距离不小于2.5米。
- 3、广告设施位置与道路红线距离不小于1.5米。
- 4、广告设施长度建议控制不超过15米。
- 5、广告设施高度建议控制4至6米。
- 6、广告设施宽度应根据实际需求确定，造型宜与公共艺术、城市景观进行一体化。



落地排式户外广告设置要求示意图

/05

户外广告控制细则

1. 禁止设置的情形与规定
2. 依附于建筑物的户外广告
3. 公共设施附属户外广告
4. 围墙（围栏）附属户外广告
5. 移动式户外广告
6. 临时性户外广告
7. 公益性户外广告

OUTDOOR ADVERTISE RULES



5.1 禁止设置的情形与规定

Circumstances & Regulations Prohibiting Setting

有下列情形之一的，禁止设置户外广告。

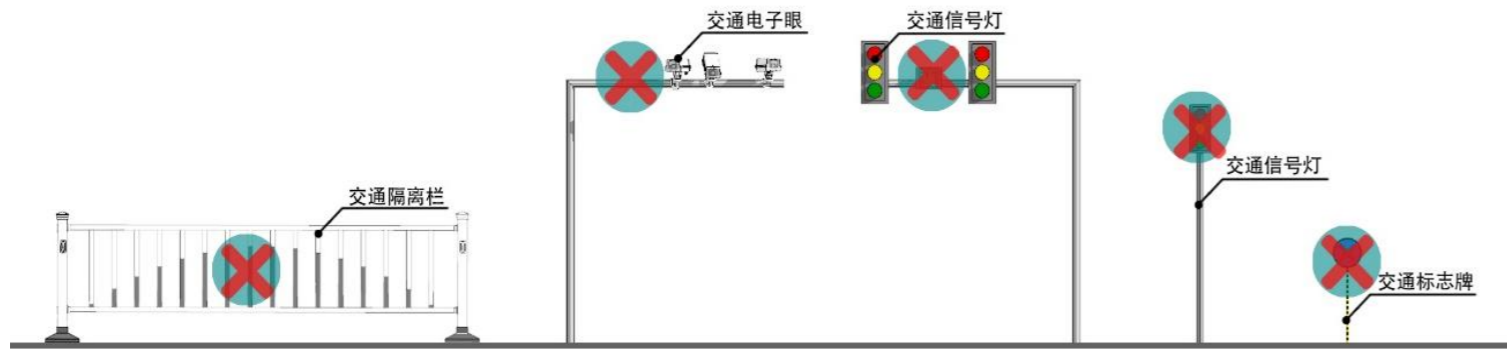
- 1、利用交通设施标志（站点标志等）、公交站牌（公交候车亭除外）、交通安全及导向设施（红绿灯、交通导向牌、交通信息牌等）、交通执勤设施、非机动车停放指示牌（公共自行车亭除外）、道路隔离栏、道路和桥梁防撞墙与隔声墙等。
- 2、国家机关、文化教育场所、文物保护单位、风景名胜点、县级以上人民政府及其建筑控制地带等区域。
- 3、危房或可能危及建（构）筑物和设施安全的。
- 4、利用建筑玻璃窗、玻璃幕墙、观光电梯等；遮挡建筑窗户或妨碍建筑采光的。
- 5、影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用，或者妨碍安全视距和车辆行人通行的。
- 6、跨越道路或延伸至道路上方空间的。
- 7、在人流密集区、建筑密度高的城市道路沿线、主要景区内，设置大型外广告设施。
- 8、妨碍消防通道，影响消防供应设施或其他市政公用设施使用的。
- 9、在交通安全设施、交通标志10米范围内；人行天桥的落地扶梯、隧道、公路收费口及高架道路落地匝道等出入口10米范围内；大量车流集散的公共建筑出入口两侧、公交站牌、路名牌、消防栓、邮筒、出租车停靠点等设施各5米范围内及其它影响消防安全区域设置户外广告设施。
- 10、影响地下管线、高压电力架空线安全运行空间的。
- 11、在建（构）筑物顶部、相邻建（构）筑物之间跨越式架设的。
- 12、损害建筑物、街景和城市轮廓线重要特征的，影响载体整体效果的户外广告设施。
- 13、遮挡、损毁、占用绿地，影响绿化景观和树木生长或利用行道树的。
- 14、遮挡水域、山体、城市雕塑或其他景观设施的。

- 15、妨碍无障碍设施使用的。
- 16、禁止设置任何类型的小招贴广告。
- 17、城市快速路以上等级道路两侧在行车视线影响行驶安全范围内，禁止设置闪烁光源以及与信号灯颜色接近的光源为主体的户外广告。
- 18、禁止户外广告使用探照灯。
- 19、禁止设置使用活体动物的广告。
- 20、禁止设置散发任何气味的户外广告。
- 21、禁止设置造成环境污染的户外广告。
- 22、禁止设置有不良文化内容的户外广告。
- 23、禁止设置烟草广告。
- 24、法律、法规以及户外广告设施专项规划禁止设置的其他情形。

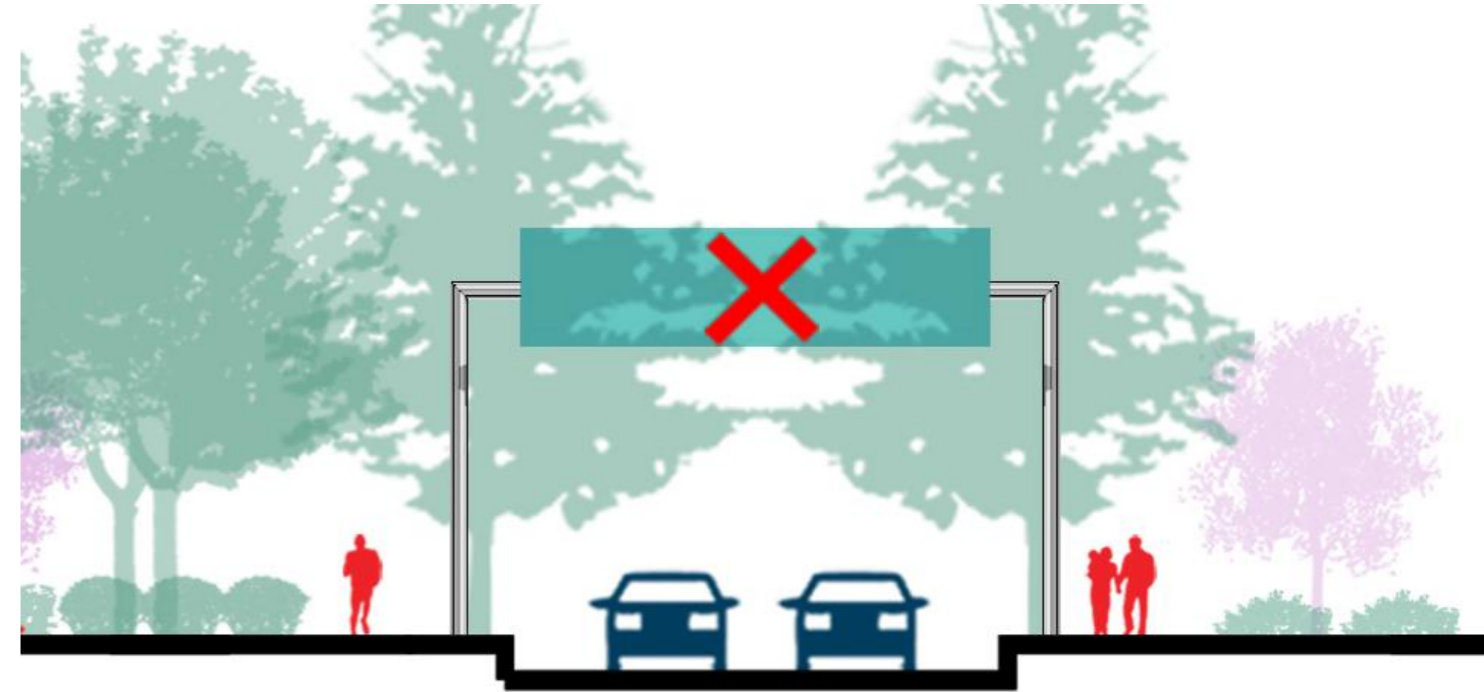
**如部分户外广告设施设置违反本导则设置规定，但确需设置的情形，
则应向户外广告设施审批或管理部门提出申请，并经专家及管理部门审查通过后，方可实施。**

5.1 禁止设置的情形与规定

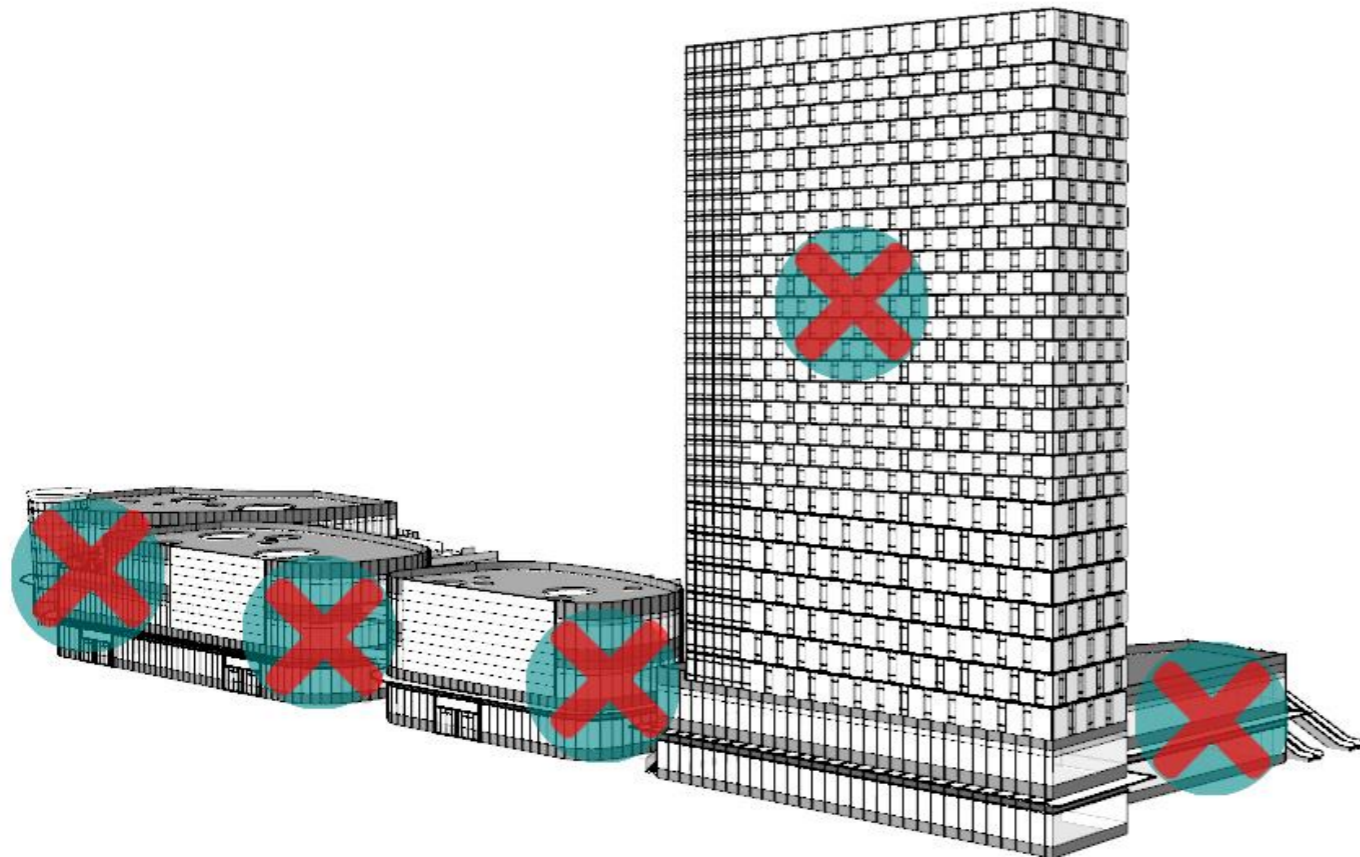
Circumstances & Regulations Prohibiting Setting



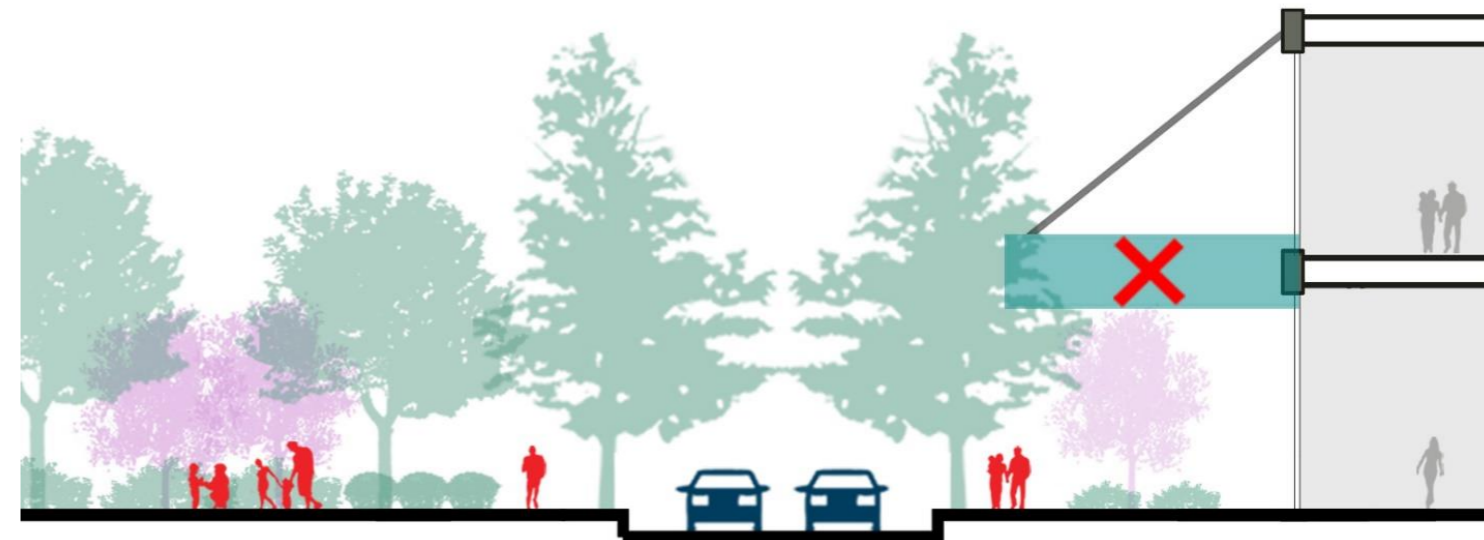
交通设施、交通标志户外广告禁止事项示意图



户外广告严禁跨越城市道路示意图



禁止利用临街建筑物玻璃设置户外广告示意图



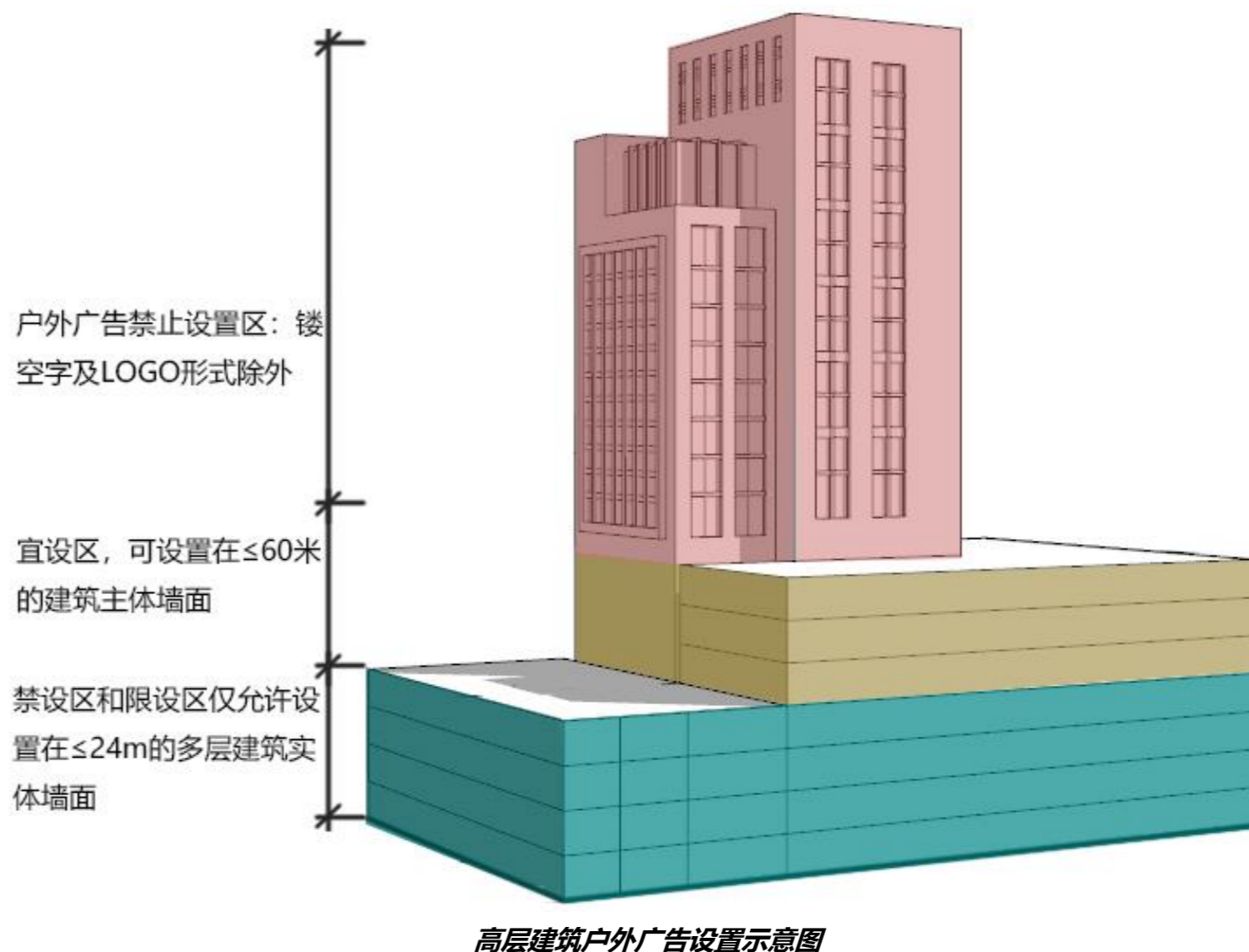
户外广告严禁延伸至城市道路上方示意图

5.2 依附于建筑物的户外广告 Outdoor Advertising Attached To Buildings

5.2.1 平行于建筑墙面的户外广告

设置要求

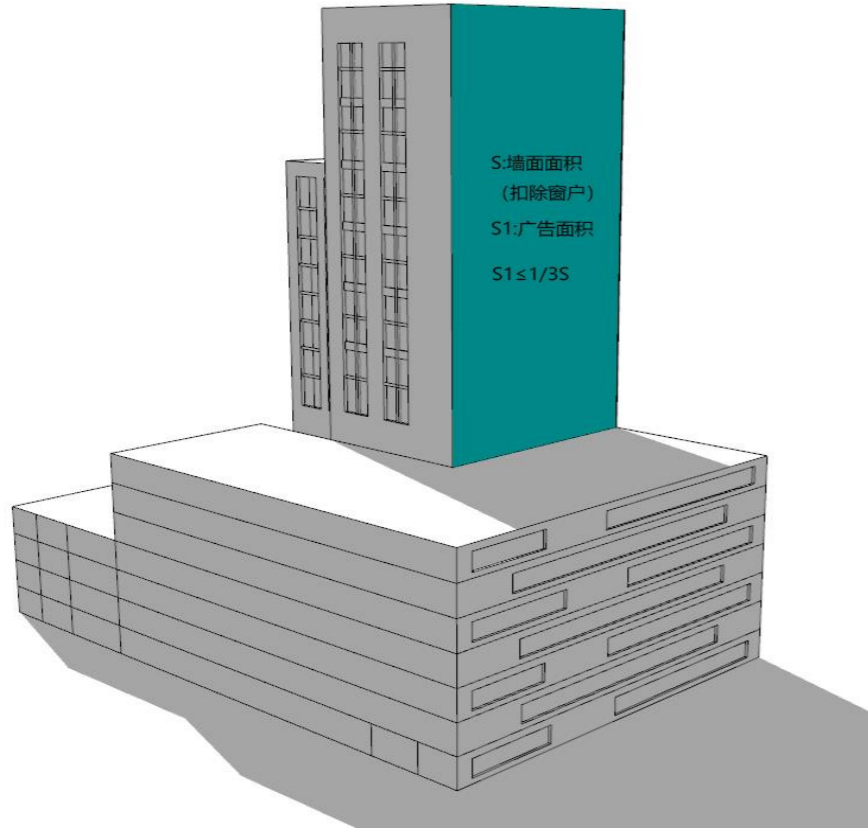
- (1) 户外广告设施宽度应与墙面相协调，四周不得超出墙面外轮廓线；
- (2) 不应在建筑主体层与层之间的窗间墙上设置户外广告；
- (3) 不应在建筑主体层与层之间的窗间墙上设置户外广告；
- (4) 不得影响消防供应设施的使用，不得覆盖玻璃幕墙、不得影响建筑采光；
- (5) 不得突出墙面的部分不得妨碍行人、车辆的通行安全；
- (6) 禁设区和限设区仅允许设置在 $\leq 24\text{m}$ 的多层建筑实体墙面、高层建筑裙楼实体墙面；宜设区可适当放宽要求，可设置在 $\leq 60\text{m}$ 的高层建筑主体墙面；
- (7) 在没有条件设置内嵌和平镶式户外广告的旧建筑物上设置广告设施，霓虹灯户外广告外表面距离墙面不得超过 0.6m ，其他户外广告外表面距离墙面不得超过 0.3m ；
- (8) 严禁遮挡窗口和建筑物主体的肌理和整体造型，不得影响建筑物的功能和安全、堵塞疏散出口以及影响消防供应设施的使用，不得覆盖玻璃幕墙、不得影响建筑采光；
- (9) 在建筑立面上设置户外广告的总面积不得超过所在墙面（扣除窗户）面积的 $1/3$ ；
- (10) 单个广告面积在较集中商业区域内宜小于 100m^2 ，商业区域外宜小于 50m^2 ；
- (11) 广告设施最大高度不得大于 9m ，且上沿不得超过所依附的建筑高度，宽度不得超过建筑物两侧；距离地面高度不得小于 3m ；
- (12) 平行门楣设置的户外广告总高度一律不应大于 3m ，且下沿不应低于门楣上沿，上沿不应高于二层窗户下沿；对于底层以上有出挑结构的建筑（包括骑楼），户外广告应设置在廊道内侧和出挑结构以下，下沿不应低于门楣上沿；出挑部分距离地面距离 $< 3\text{m}$ 时，允许将户外广告设于建筑出挑部分的楼板，上沿不应高于二层窗户下沿。



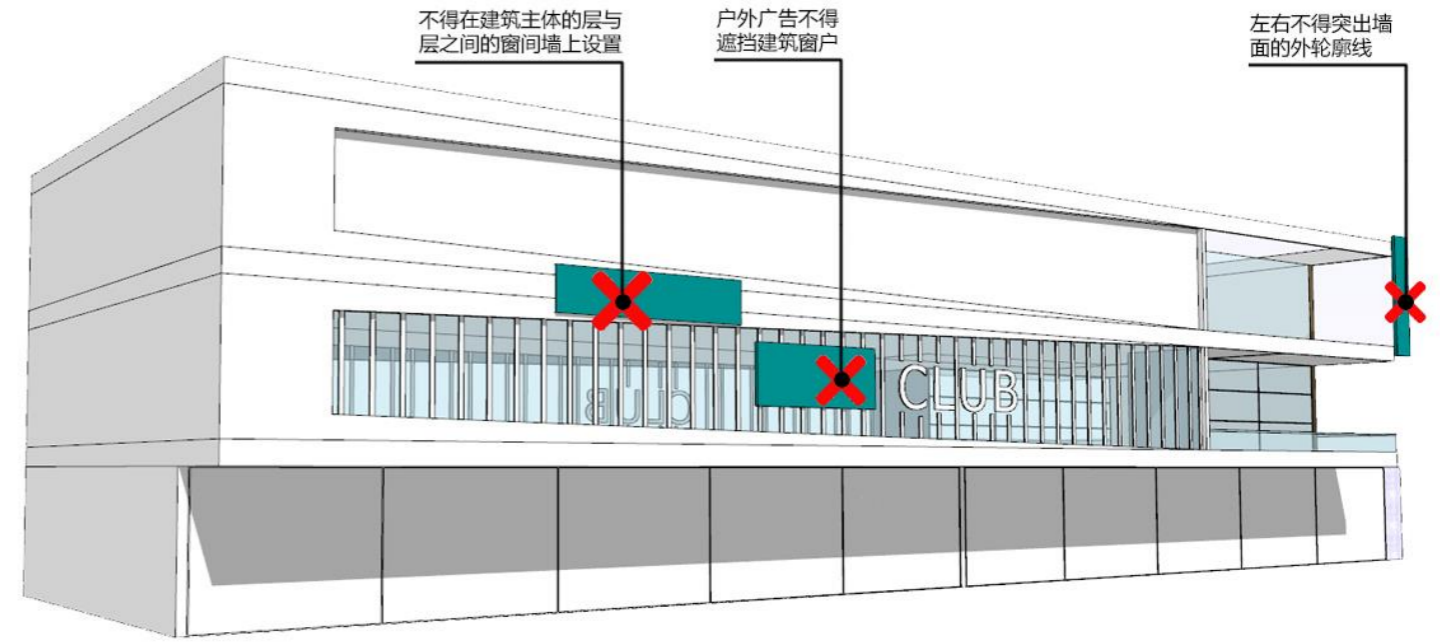
5.2 依附于建筑物的户外广告

Outdoor Advertising Attached To Buildings

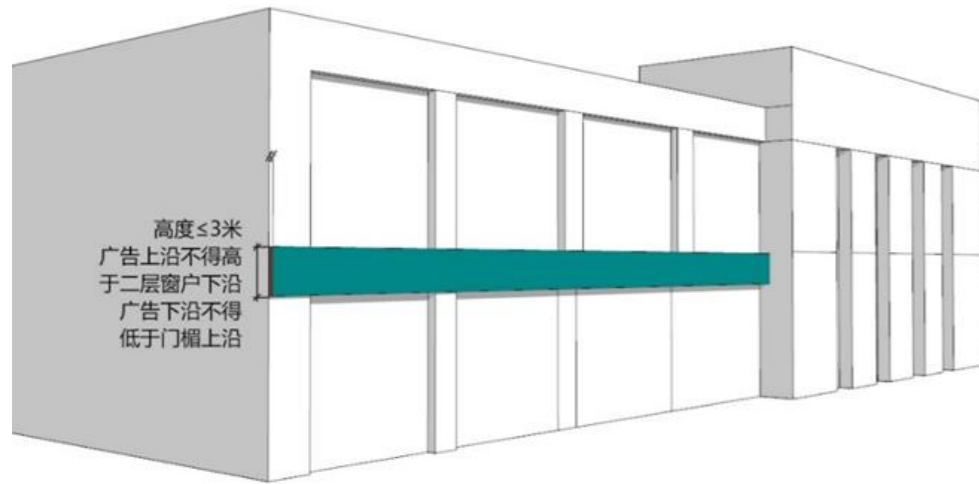
5.2.1 平行于建筑墙面的户外广告



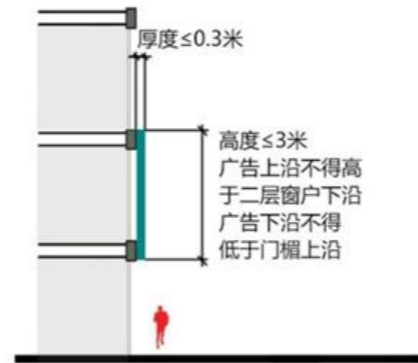
平行于建筑物外墙广告总面积要求示意图



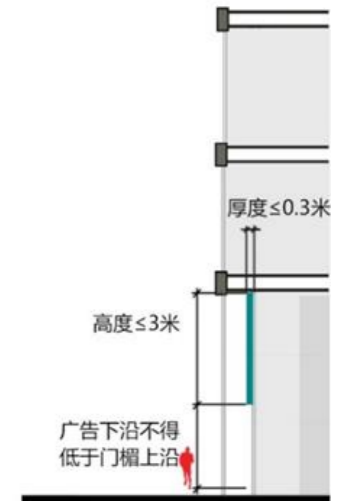
平行于建筑物外墙广告禁止设置户外广告位置示意图



建筑门楣设置户外广告示意图



建筑门楣设置户外广告示意图



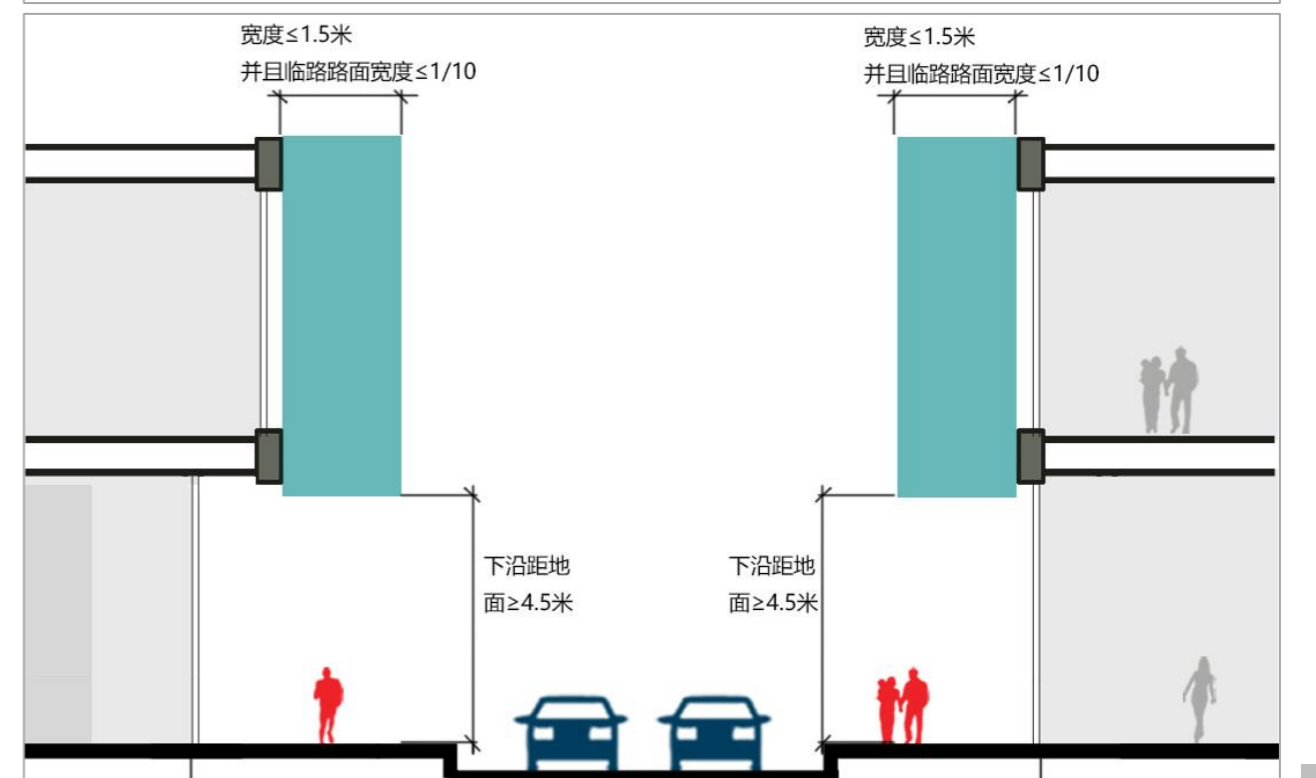
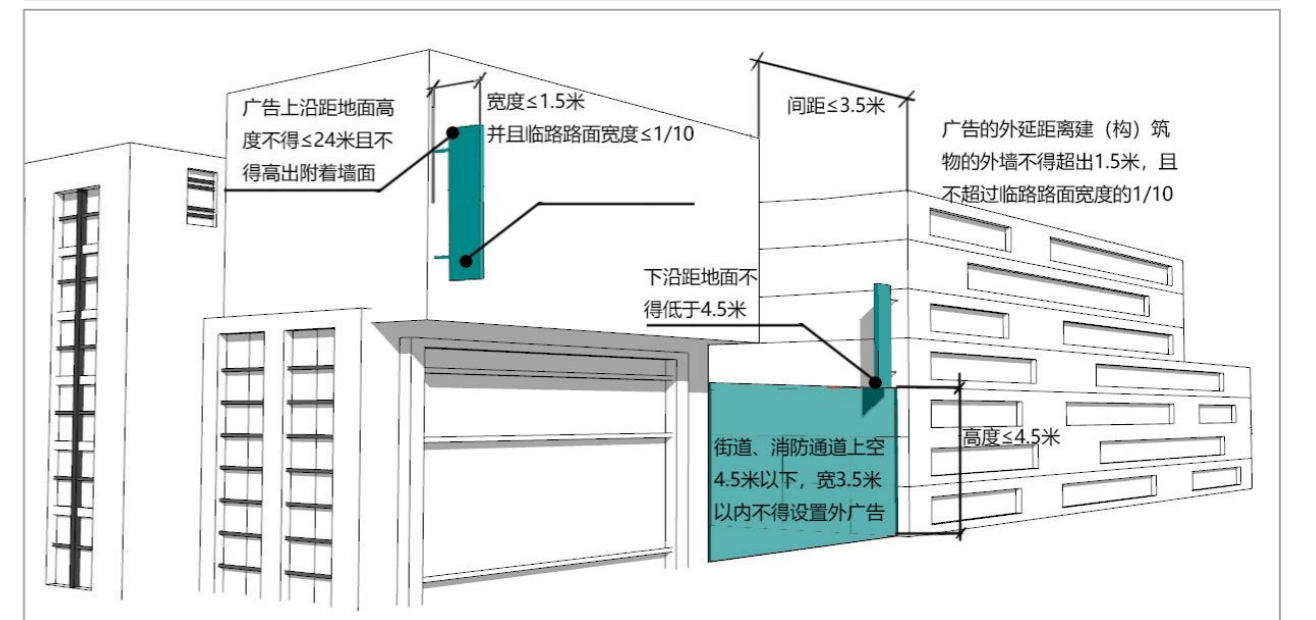
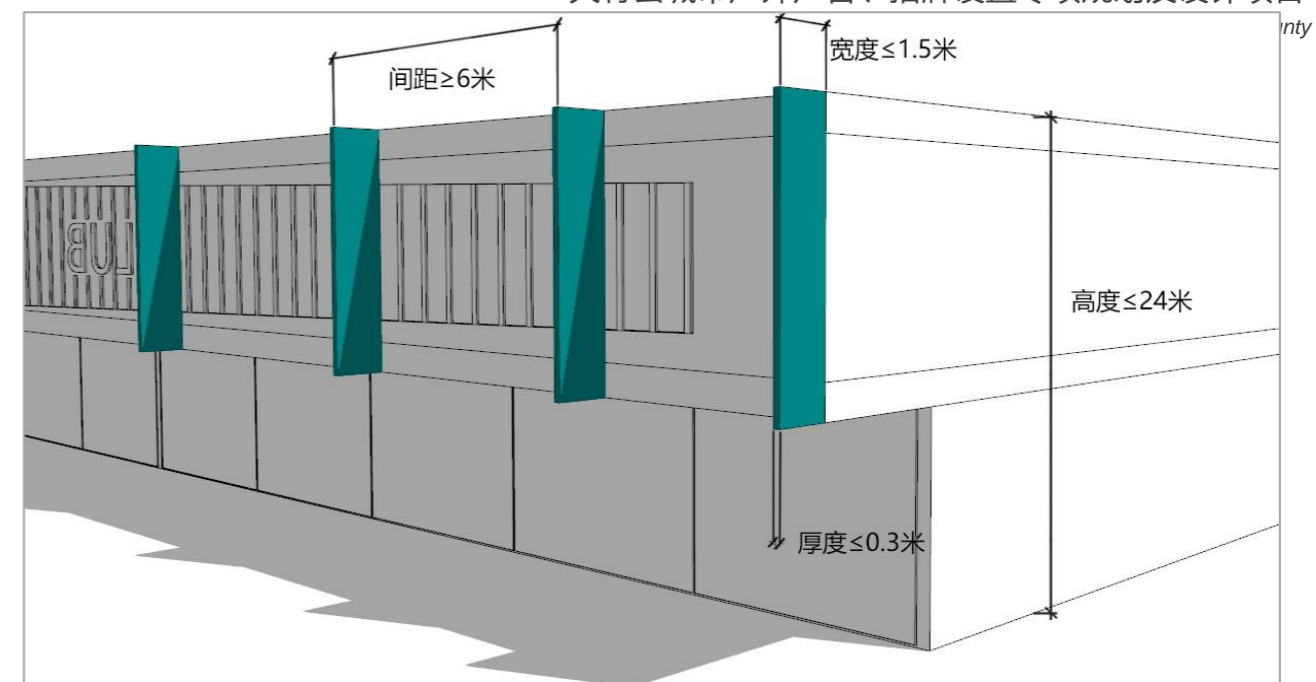
5.2 依附于建筑物的户外广告

Outdoor Advertising Attached To Buildings

5.2.2 垂直于建筑墙面的户外广告

设置要求

- (1) 垂直建筑墙面广告禁止设置在户外广告禁设区；
- (2) 不得突出道路红线和用地红线，不得妨碍行人、车辆通行安全。
- (3) 应考虑与各种架空线的关系，其净空应当符合城市规划要求；
- (4) 宜设置在建筑主体墙面或骑楼檐下；在如骑楼檐下设置的，其下沿距地面不得少于4.5米；且广告宽度与骑楼通廊等宽，不得超过骑楼外墙，厚度不得大于0.3米；
- (5) 街道、消防通道上空4.5米以下，宽3.5米以内不得设置户外广告；退让道路红线距离 $< 3.0\text{m}$ 的沿路建筑，外墙不应设置垂直墙面的户外广告。
- (6) 广告上沿距地面高度不得大于24米且不得高出附着墙面；下沿距地面不得少于4.5米；
- (7) 广告设施的高度与宽度比例宜为6:1或8:1；
- (8) 霓虹灯广告厚度不应大于0.6m，其他广告牌厚度不应大于0.3m；
- (9) 广告设施外挑距离一般不得超过1.5m，且不超过临路路宽的1/10；
- (10) 相邻广告水平间距不应 $< 6.0\text{m}$ 或对应建筑开间设置；
- (11) 同一建筑立面只允许设置一块较大的垂直建筑墙面广告（指牌面面积大于 1m^2 ），其广告设施的高度不得大于9m且不得超过所依附建筑立面的高度；
- (12) 同一建筑允许重复设置小型垂直建筑墙面广告（指牌面面积不大于 1m^2 ），广告设施的造型、材料、尺度、风格应统一，设置间距应与建筑开间成比例且不得小于建筑开间，外挑距离不得超过1m，广告设施高度不得大于2m；
- (13) 同一建筑立面上不得同时设置较大的垂直建筑墙面的广告和小型重复垂直建筑墙面广告。



垂直于建筑墙面户外广告设置示意图



5.2 依附于建筑物的户外广告

Outdoor Advertising Attached To Buildings

5.2.3 固定支架广告 (屋顶广告)

固定支架广告 (屋顶广告) 设置满足如下要求:

1、城市屋顶广告对城市景观的影响极大，由于屋顶广告尺度大、位置高，也常常存在安全隐患，因此，屋顶广告规划应本着安全优先，尺度合理的原则，尽量与城市景观和建筑立面相协调。

2、屋顶广告设施的最大总高度与建筑物高度之间的关系应当满足表格要求：当建筑的高度为7-10米时，屋顶广告设施的高度应≤3m；当建筑的高度为10-25米时，屋顶广告设施的高度应≤6m；当建筑的高度为25-60米或小于等于7米时，屋顶不宜设置广告设施；当建筑的高度大于60米以上时，严禁设置屋顶广告。

3、屋顶设置广告设施不得妨碍相邻居住建筑的日照，凸出屋面的广告设施高度应计入计算日照系数的建筑高度；

4、屋顶广告设施应与建筑物外墙面平行，且在建筑外墙边缘和两侧分别向内推进0.8m设置；

5、坡屋顶、屋顶造型独特的建筑物顶部严禁设置广告设施；

6、建筑上设置户外广告设施不得破坏天际线的完整和连续性

屋顶广告设施的最大总高度控制表

建 (构) 筑物高度 (层数)	广告设施的最大总高度
≤7米 (1层、2层)	不宜设置
7米~10米 (3层)	3米
10米~25米 (4层~8层)	6米
25米~60米 (9层~20层)	不宜设置
> 60米 (20层以上)	严禁设置



5.2 依附于建筑物的户外广告

Outdoor Advertising Attached To Buildings

5.2.3 固定支架广告——城区固定支架广告统计与保留拆除方案

序号	具体位置	广告类别	广告内容	备注	序号	具体位置	广告类别	广告内容	备注
1	建设路1030号楼上	固定支架	佳洁口腔	保留	36	环湖大道	固定支架	橄榄树	拆除
2	建设路847号顶楼	固定支架	花海森林	保留	37	环湖大道	固定支架	爱迎兰	拆除
3	建设路839号顶楼	固定支架	名豪尚品	保留	38	环湖大道	固定支架	艺韵古筝、剑桥英语	保留
4	竹阳东路C10号顶楼	固定支架	春声艺考	拆除	39	环湖大道	固定支架	旧房翻新	拆除
5	建设路1155号顶楼	固定支架	帝标家居	保留	40	环湖大道	固定支架	小明星艺术学校	拆除
6	建设路851号旁边	固定支架	腾宇广告	拆除	41	环湖大道	固定支架	火星人集成灶	拆除
7	竹阳南路	固定支架	集成吊顶批发2个	拆除	42	环湖大道	固定支架	罗马国际、菲林格尔地板	拆除
8	高峰寺1组(半边街)	固定支架	煌歌家居	拆除	43	环湖大道	固定支架	中国人民保险	拆除
9	高峰寺1组(半边街)	固定支架	众诚床垫2个	拆除	44	环湖大道	固定支架	巴山风	拆除
10	高峰寺1组(半边街)	固定支架	正鑫汽修	拆除	45	环湖大道	固定支架	家和家居	拆除
11	高峰寺1组(半边街)	固定支架	老深井酒业有限公司	拆除	46	315学校旁	固定支架	凤鸣乒乓球俱乐部	拆除
12	高峰寺1组(半边街)	固定支架	大竹县长城汽车修配厂	拆除	47	翠屏路红绿灯口优悦广场	固定支架	优悦广场	拆除
13	徐氏酒业对面(半边街)	固定支架	金运汽修	拆除	48	煌歌广场佳客来楼上	固定支架	居然之家	保留
14	徐氏酒业对面(半边街)	固定支架	名豪尚品	拆除	49	莲印路博文教育	固定支架	博文教育	拆除
15	五一桥(五一园)	固定支架	木之韵家私	拆除	50	南桥附近	固定支架	新思维教育	拆除
16	高峰寺5组	固定支架	丧葬一条龙2个	拆除	51	学府路南桥护城河附近	固定支架	四川宥桦钢结构工程有限公司	拆除
17	竹阳东路66号旁边	固定支架	巴罗莎瓷砖	拆除	52	学府上城侧面	固定支架	学府上城	保留
18	竹阳南路84号	固定支架	谷氏轮胎	拆除	53	学府上城售楼部对面	固定支架	育才幼儿园	拆除
19	半边街小拇指旁边	固定支架	大山建材瓷砖批发	拆除	54	种苗临时市场对面	固定支架	博文教育	拆除
20	竹阳南路154号	固定支架	卢老板家具批发城	保留	55	十字街	固定支架	谢凉粉	拆除
21	竹阳南路170号	固定支架	益车益家	保留	56	十字街	固定支架	乐歌印章	拆除
22	竹阳南路166号	固定支架	欧美陶瓷吊顶	保留	57	十字街	固定支架	摄影	保留
23	竹阳南路222号旁边	固定支架	大竹县八益驾校	拆除	58	十字街	固定支架	备案公章	拆除
24	竹阳南路222号	固定支架	川宏检测站	拆除	59	十字街	固定支架	天誉未来城	保留
25	竹阳南路石油仓库	固定支架	林老板瓷砖6个	拆除	60	十字街	固定支架	花海森林	保留
26	东湖大道公厕旁边	固定支架	全友家居	保留	61	一环路西段245号全友家居	固定支架	世纪隆超市	拆除
27	环湖大道	固定支架	新标门窗	拆除	62	三十米大道周大生门口	固定支架	煌歌广场	拆除
28	环湖大道	固定支架	老窖池对外藏酒	拆除	63	竹海路西段原北斗星楼	固定支架	涌源沙发城	保留
29	环湖大道	固定支架	竹城串串香	拆除	64	竹海路西段原北斗星楼	固定支架	抢东湖三房三卫	保留
30	环湖大道	固定支架	憨石匠鲜菜火锅	拆除	65	竹海路西段原北斗星楼	固定支架	双马生活批发市场	保留
31	环湖大道	固定支架	润禾门窗	拆除	66	煌歌G1栋一把骨楼下	固定支架	煌歌广场	拆除
32	环湖大道	固定支架	双虎全屋家具	拆除	67	煌歌G2栋洪七公楼下	固定支架	煌歌广场	拆除
33	环湖大道	固定支架	笔畅教育	拆除	68	煌歌G1八益家居	固定支架	八益家居	拆除
34	环湖大道	固定支架	红豆婚介	拆除	69	煌歌G1八益家居	固定支架	八益家居由此上二楼	拆除
35	环湖大道	固定支架	鑫辉厨具	拆除	70	煌歌G1八益家居	固定支架	八益床垫	拆除



5.2 依附于建筑物的户外广告

Outdoor Advertising Attached To Buildings

5.2.3 固定支架广告——城区固定支架广告统计与保留拆除方案

序号	具体位置	广告类别	广告内容	备注
71	煌歌G1八益家居	固定支架	八益家居睡眠馆	拆除
72	中央商都橘町奶茶楼上	固定支架	日式料理	拆除
73	中央商都鼎铭网吧楼上	固定支架	皮草特卖场	拆除
74	竹海路西段星光宾馆楼上	固定支架	星光宾馆	保留
75	竹海路西段凯西宾馆楼上	固定支架	麦卡迪KTV	保留
76	竹海路西段海洋酒店对面	固定支架	时尚圈子潮流地标	保留
77	竹海路西段海洋酒店对面	固定支架	抗击疫情人人有责	保留
78	竹海路西段海洋酒店对面	固定支架	花海森林	拆除
79	竹海路西段海洋酒店楼上	固定支架	加州幼儿园	保留
80	竹海路西段川香豆花楼上	固定支架	黑象环保电缆	保留
81	沙桥路县车站楼上	固定支架	现房三居抢回家	保留
82	沙桥路县车站楼上	固定支架	抢东湖三房双卫	保留
83	沙桥路养老院旁	固定支架	花海森林	拆除
84	沙桥路养老院旁	固定支架	花海森林	拆除
85	滨河北路藕然间对面	固定支架	思进装饰	拆除
86	滨河北路藕然间对面	固定支架	法恩莎卫浴	拆除
87	滨河北路藕然间对面	固定支架	蒙娜丽莎瓷砖	拆除
88	滨河北路北城故事楼上	固定支架	抢东湖三房双卫	保留
89	滨河北路北城故事楼上	固定支架	抢东湖三房双卫	保留
90	黄滩路水街桥头	固定支架	宏宇陶瓷	拆除
91	黄滩路水街桥头	固定支架	大角鹿瓷砖	拆除
92	文昌巷进行校对面	固定支架	舞之韵艺术学校	拆除
93	一环路东段319号	固定支架	重庆小宇牛油火锅	拆除
94	同新街38号	固定支架	汇丰消防	拆除
95	同新街40号	固定支架	谊华教育	拆除
96	一环路东段水塔对面	固定支架	新思维教育	拆除
97	文昌巷进修校对面	固定支架	新思维教育	拆除
98	文昌巷进修校对面	固定支架	嘉德教育	拆除
99	竹阳南路荷花池对面	固定支架	商铺出租	拆除
100	竹阳南路荷花池市场楼上	固定支架	好装修找天一整装	拆除
101	竹阳南路竹味老火锅楼上	固定支架	乐基地产	拆除
102	竹阳南路老公园路口	固定支架	华夏名城幼儿园	保留
103	竹阳南路老公园路口	固定支架	宏图教育培训	拆除
104	外东门口工行楼上	固定支架	金山国际新城	保留
105	东湖路虹成超市楼上	固定支架	双马青创园	拆除

序号	具体位置	广告类别	广告内容	备注
106	东大街粑粑嘴楼上	固定支架	花海森林	保留
107	东大街一碗米线楼上	固定支架	花海森林	保留
108	东大街东升大药房楼上	固定支架	恒丰行鲜炖燕窝	拆除
109	荷花池爱民街顺兴菜业楼上	固定支架	无	拆除
110	荷花池爱民街众城海鲜楼上	固定支架	福嘉超市	拆除
111	竹阳南路709号	固定支架	荷花池大酒店	拆除
112	同心街60号	固定支架	智高点教育	拆除
113	一环路东段86号	固定支架	休闲宾馆	拆除
114	物流园居然之家门口	固定支架	名豪尚品启幕大城时代	拆除
115	物流园后面(刘家坝交叉口)	固定支架	保元物流中心	拆除
116	物流园后面(刘家坝交叉口)	固定支架	停车场	拆除
117	物流园后面(刘家坝交叉口)	固定支架	简纳斯整体门窗	拆除
118	双马车站入口对面	固定支架	名豪尚品之夜演唱会	拆除
119	金典广场	固定支架	区位配基优金典新升级	拆除
120	喜悦来酒店对面	固定支架	喜临门保护脊椎的床垫	拆除
121	青年广场对面	固定支架	为每个人造一座城	保留
122	北城上郡路口	固定支架	咫尺十字街学府准现房	拆除
123	六一桥中国银行门口	固定支架	西街味道	拆除
124	北城上郡对面滨河路口	固定支架	宣汉巴山大峡谷	拆除
125	青年广场	固定支架	鑫鑫珠宝	拆除
126	青年广场	固定支架	优悦广场为每个人造一座城	保留
127	双马车站进口	固定支架		拆除
128	双马车站内	固定支架		拆除
129	六一桥黎明上午茶坊旁	固定支架	名豪尚品启幕大城时代	保留
130	竹海路东段59	固定支架	达州市烽火台电子科技有限公司	拆除
131	竹海路东段	固定支架	中升服务站中升名车	拆除
132	竹海路东段333	固定支架	瑞冠车业	拆除
133	竹海路东段295号	固定支架	大竹福康医院	拆除
134	竹海路东段3237	固定支架	大竹县消防器材	拆除
135	竹海路东段229	固定支架	恒达二手车	拆除
136	竹海路东段217	固定支架	高价收车	拆除
137	竹海路东段179	固定支架	将军汽修	拆除
138	竹海路东段173	固定支架	日丰管	拆除
139	竹海路东段171	固定支架	森荣收购二手车	拆除
140	竹海路东段163	固定支架	大众订制家具厂	拆除



5.2 依附于建筑物的户外广告

Outdoor Advertising Attached To Buildings

5.2.3 固定支架广告——城区固定支架广告统计与保留拆除方案

序号	具体位置	广告类别	广告内容	备注	序号	具体位置	广告类别	广告内容	备注
141	竹海路东段139	固定支架	兄弟陶瓷批发	拆除	177	柳木路口	固定支架	把初心落在行动上	拆除
142	竹海路东段128	固定支架	玉龙润滑油	拆除	178	朝阳路口	固定支架	担当责任主动作为	拆除
143	竹海路东段134	固定支架	成功二手车	拆除	179	朝阳路口	固定支架	坚定贯彻省委一千多支发展战略	拆除
144	竹海路东段	固定支架	杰美饰汽车服务	拆除	180	柳桥路	固定支架	荣归故里 乐基有礼	拆除
145	竹海路东段464	固定支架	车将领汽车尾气综合治理	拆除	181	壹号大院	固定支架	法恩莎卫浴万喜厨电	拆除
146	竹海路东段478	固定支架	德联汽车销售	拆除	182	壹号大院	固定支架	川东方太	拆除
147	竹海路东段482	固定支架	东胜二手车	拆除	183	壹号大院	固定支架	狮盾开关	拆除
148	竹海路东段	固定支架	益车益家收售二手车	拆除	184	壹号大院	固定支架	巴罗莎瓷砖	拆除
149	消防队旁云台社区8组	固定支架	贝元建材	拆除	185	壹号大院	固定支架	北疆硅藻泥	拆除
150	竹海路东段165	固定支架	鸿鑫汽车装饰	拆除	186	壹号大院	固定支架	家和家居	拆除
151	竹海路东段	固定支架	瑞冠二手车高价收车	拆除	187	邮政大楼门口	固定支架	悠乐雅沙发家具批发	拆除
152	竹海路东段130	固定支架	福莱士专业打黄油	拆除	188	金利美市场门口	固定支架	车辆检测	拆除
153	东柳泡姜土鸡旁	固定支架	时代商务宾馆	拆除	189	永安路红绿灯口	固定支架	状元汽车一站式服务中心	保留
154	竹海路东段	固定支架	纳米无水洗车	拆除	190	永安路红绿灯口	固定支架	九鼎商贸	拆除
155	东柳柳桥路240	固定支架	新起点培训学校	拆除	191	经开大道红绿灯口	固定支架	永恒爱车	拆除
156	竹海路东段	固定支架	乐基优时代	保留	192	经开大道红绿灯口	固定支架	荣升汽修	拆除
157	竹海路东段650	固定支架	精益汽修	拆除	193	经开大道红绿灯口	固定支架	三亿钢构	拆除
158	竹海路东段	固定支架	瑞冠佳车家车业	拆除	194	经开大道红绿灯口	固定支架	蜀东园车辆检测	拆除
159	竹海路东段31	固定支架	大竹县二手车市场	拆除	195	永安路7号	固定支架	兔宝宝	拆除
160	柳桥路444号	固定支架	东方小康东方风光	拆除	196	永安路7号	固定支架	永恒爱车	拆除
161	竹海路东段	固定支架	定宏管业	拆除	197	永安路5号	固定支架	青岛啤酒	拆除
162	竹海路东段285	固定支架	中国石油加油站	拆除	198	永安路5号	固定支架	三亿钢构	拆除
163	东柳中国石油旁	固定支架	满堂红大酒店	拆除	199	工业园区经开大道	固定支架	讲政治、讲格局	拆除
164	竹阳北路新华广场天桥	固定支架	法恩莎卫浴	拆除	200	工业园区腾飞大道二段	固定支架	大竹县经营开发区简介	保留
165	竹阳北路新华广场	固定支架	政府电子大屏幕	拆除	201	工业园区天使科技	固定支架	大竹园区统战基地	保留
166	竹阳北路256/258	固定支架	古井洞	拆除	202	金利美K歌之王对面	固定支架	金利美城市广场	保留
167	白塔大道	固定支架	梦非婚礼	拆除	203	金利美K歌之王对面	固定支架	摩力克整体软装订制	拆除
168	白塔大道	固定支架	朝阳沙发床垫厂	拆除	204	金利美	固定支架	欧普吊顶	拆除
169	灯塔市场398号	固定支架	太子家居	保留	205	金利美	固定支架	史密斯热水器	拆除
170	灯塔市场398号	固定支架	优越广场	拆除	206	金利美	固定支架	广告位招商	保留
171	竹阳北路	固定支架	欢乐竹城马戏盛宴	拆除	207	金利美	固定支架	金利美城市广场	保留
172	柳阳路24号	固定支架	预防森林火灾, 守护绿色家园	拆除	208	竹阳1组	固定支架	周氏农家菜	拆除
173	柳阳路24号	固定支架	群众不满意10件事	拆除	209	东湖大道香樟林	固定支架	火星集成灶	保留
174	柳阳路28号	固定支架	学府上城学府准现房	拆除	210	东湖路80号	固定支架	兴光农贸市场	保留
175	工业园区路口	固定支架	欢乐竹城马戏盛宴	拆除	211	东湖路80号	固定支架	大发惠超市	保留
176	往朝阳方向工业园三叉路口	固定支架	书香南岸公园准现房	拆除	212	文昌巷进修校对面	固定支架	汇星艺术	拆除



5.2 依附于建筑物的户外广告

Outdoor Advertising Attached To Buildings

5.2.3 橱窗广告

设置要求:

- (1) 在商业区提倡设置橱窗广告, 鼓励结合商业立面进行艺术化一体化布局;
- (2) 橱窗只能设置实体广告, 不能空置、堆放杂物或张贴平面广告;
- (3) 橱窗的照明时间必须持续到晚上停业以后;
- (4) 展示内容仅限实物展示及创意造型展示;
- (5) 橱窗的高度不得超过屋顶高度, 宽度不得超过建筑物两侧;
- (6) 橱窗设施不得凸出墙面, 妨碍行人的安全;
- (7) 广告应置于橱窗内侧, 与橱窗玻璃距离 $\geq 0.5\text{m}$;
- (8) 橱窗广告应尽可能同一界面连续设置。专业商场、专业市场的橱窗广告应进行整体设计, 与外立面妥善结合, 并进行日间和夜间形象同时设计;
- (9) 橱窗广告的位置、尺度和大小应与建筑原有立面造型和风貌有机结合, 不得对建筑景观造成不良影响。

5.2.4 投影广告

设置要求:

- (1) 不得投影于车行道上且不得影响周边环境;
- (2) 投影广告的投影光束照射区域距离地面高度不得小于4m, 不得影响行人通行安全和居民生活;
- (3) 仅限投影于路沿、人行道、大楼外墙、一般墙面、玻璃幕墙、大型超市入口、宾馆影剧院大堂地面、橱窗、店面地面、广场等;
- (4) 二层(含二层)以上商户, 可以直接将广告投影至一层临街或人行道上, 投影面积不应超过 6m^2 ;
- (5) 其他行业及场所如百货公司、SHOPPINGMALL、婚纱礼服业、汽车展示中心、灯光音乐出租业、大型展会会场及运动会会场, 可依据现实需求酌情设置。



5.2 依附于建筑物的户外广告

Outdoor Advertising Attached To Buildings

5.2.5 电子走字屏广告

设置要求:

- (1) 不得设置电子走字屏的情形: 建(构)筑物三层以上墙体和玻璃橱窗内外; 沿街两开间及两开间以下的商铺; 招牌标识底边距地面高度净空高度小于2米的商铺; 在高速公路、快速路红线两侧50m范围内、路口100m范围内, 其他道路交通管制信号装置周围10m以内及其背景空间内, 影响交通信号设施、交通标志使用的; 其他涉及影响交通信号设施、交通标志使用的。
- (2) 设置宽度不超过店面入口一个建筑开间的宽度, 沿街三开间及以上单位, 可在店招下方、门楣上方设置一块, 单体设置长度宜大于一开间且小于三开间的宽度, 设置高度不宜超过40cm。
- (3) 仅允许设置于招牌标识底边以下位置, 不得覆盖建筑分割柱体结构, 优先设置于主入口上方, 且距离地面应保证至少2.5m的通行高度, 不得悬空设置。
- (4) 滚动字幕白天亮度宜控制在350cd/m²以内, 晚上宜控制在200cd/m²以内。
- (5) 一家单位仅允许设置一块电子走字屏。
- (6) 电子走字屏字体宜采用红色或白色, 鼓励采用双色显示技术, 降低显色饱和度。
- (7) 如采用静态刷屏形式切换内容, 单幅内容显示时间≥15秒, 画面切换时间≤2秒; 如采用滚动字幕形式, 应控制在每分钟更新60—80个字符的速率。
- (8) 采用P10及以下规格LED显示屏。
- (9) 开启时间为8:00点—22:00点, 开启时间宜与商铺(单位)营业时间一致。
- (10) 采取措施, 减少电子走字屏带来的光污染。

5.2.6 电子显示屏广告

设置要求:

- (1) 大型电子显示屏广告装置宜设置在活力展示区, 特殊区域内须经过主管部门组织的论证后方可设置;
- (2) 活力展示区电子显示屏广告开放时间控制为上午8时至晚上10时; 其他区域电子显示屏广告开放时间控制为上午8时至晚上9时; 遇到重大活动、节日允许适当延长电子显示屏广告开放时间;
- (3) 高速公路、快速路红线两侧50m范围内、路口50m范围内, 其他道路交通管制信号装置周围10m以内及其背景空间内, 以及面向来车方向, 不得设置户外电子显示屏, 或面向来车方向的电子显示装置不得播放连续活动画面;
- (4) 面向居住区100米范围以内且面朝居住建筑窗户时, 不得设置任何电子显示装置及任何有灯光的广告招牌及其他设施。在此范围以外可以设置LED显示屏广告但必须有自动光感调节功能夜间亮度不大于正常亮度的20%,并在21:00以后设置为静态广告内容;
- (5) 大型墙面上的电子显示屏广告设施设置高度不宜低于6m, 面积大小应与设置的场地环境相匹配;
- (6) 不得播放声音;
- (7) 设置在商业街区的, 夜间亮度不得超过350cd/m²; 设置在其他区域的, 夜间亮度不得超过250cd/m²。

5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities

5.3.1 路灯杆、电线杆附属广告

设置要求:

- (1) 不应影响交通、消防、市政安全；不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明；
- (2) 设置范围：宜在双向四车道及以上级别的城市主干道上；其他道路灯上不宜设置长期的户外广告设施；
- (3) 广告牌面底部距离地面高度不得小于2.5米；广告牌面外缘水平投影距人行道侧石不得小于0.2米；
- (4) 绿化带内的路灯杆上设置广告设施，其外缘与绿化带外缘距离 $\geq 0.3\text{m}$ 时，广告面应与道路方向垂直， $< 0.3\text{m}$ 时广告面应与道路方向平行；非绿化带内的路灯杆上设置的广告设施，其下缘距地面 $\geq 4.5\text{m}$ 时，广告面应与道路方向垂直，其下缘距地面 $\geq 3\text{m}$ 且 $< 4.5\text{m}$ 时，广告面应与道路方向平行；
- (5) 道路交叉口处首根路灯杆及已有指示牌（标识牌）的路灯杆不得设置户外广告设施；
- (6) 道路交通指示牌正面方向50m内的道路路灯杆上，不应设置广告设施；
- (7) 每杆设置广告数量不得超过2幅；每杆广告数量为2时，以杆件为中心对称设置；
- (8) 灯杆、电线杆设置户外广告，其间距不得小于30米，当道路相邻杆件距离 < 30 米，不可连杆设置。
- (9) 同一路段灯电杆广告设施应统一底部高度、形式、尺寸、朝向位置一致，并与周围景观相协调。

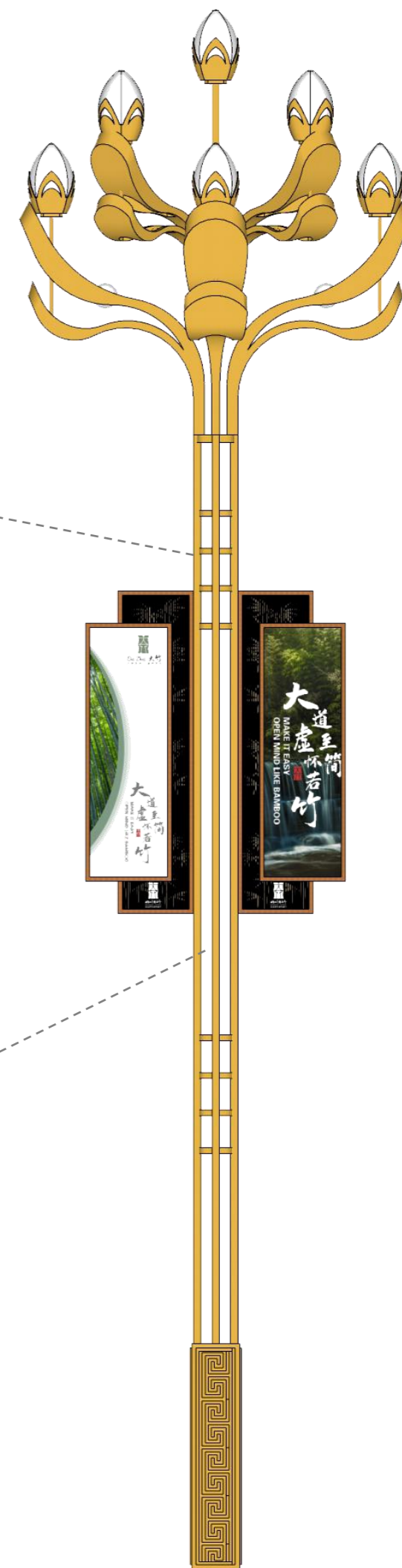
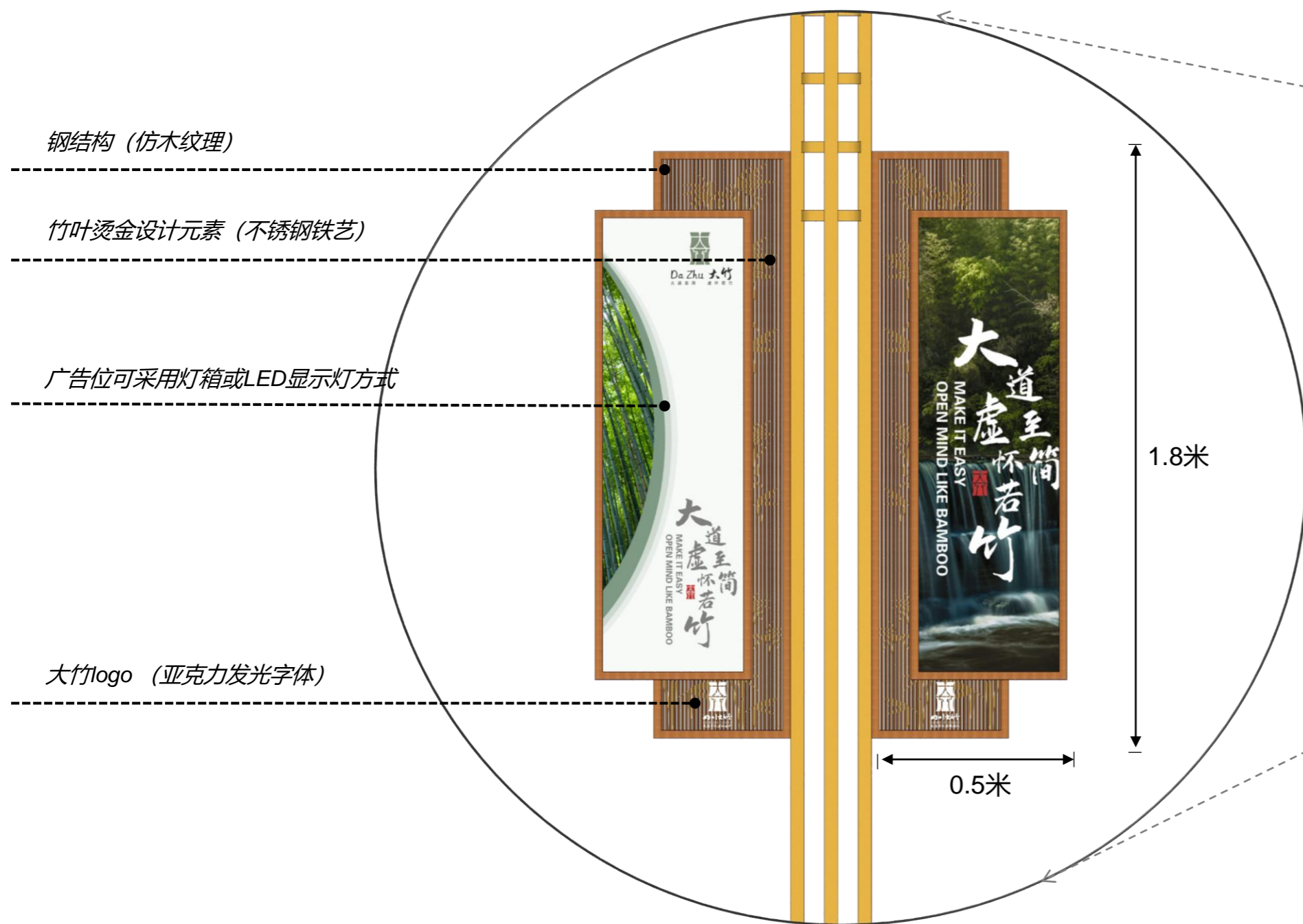


路灯杆、电线杆附属广告设置要求示意图

5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities

5.3.1 路灯杆、电线杆附属广告



路灯杆、电线杆附属广告设计效果图



5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities



路灯杆、电线杆附属广告设计效果图



5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities



路灯杆、电线杆附属广告设计效果图

5.3 公共设施附属户外广告 Outdoor Advertising Attached To Public Facilities

5.3.2 公交服务亭附属广告

设置要求:

- (1) 应与公交线路牌和候车亭统一规划、设计和建设，应当结合候车亭一并设计和报批，做到美观协调；
- (2) 只能设置在公交站预留的广告栏内，候车亭的顶部、报站牌等其他位置不得设置；
- (3) 不应妨碍乘客观看站牌，不应影响人流交通的顺畅和道路视觉的通透，且符合占道管理的相关规定；
- (4) 每个公交停靠站广告面积不得超过20平方米；首末站广告面积不超过30平方米；
- (5) 每座公交候车亭设置的单个广告牌高不得大于1.5米，宽不得大于3.5米，厚度小于0.3米，广告牌面（单面）面积不得大于5.5m²；
- (6) 每个公交站台原则上只设一组广告牌，每组广告牌不超过3个；距公交站台30m内不得设置其他落地式其他广告；
- (7) 公交站台广告设置宜采用灯箱广告形式；
- (8) 同一公交线路或同一区域应采用同一种规格的广告形式；
- (9) 在城市商圈、汽车客运站等人流密集地方设置的出租车专用候车站，可设置户外广告设施，但应与出租车专用候车站统一规划、设计和建设，做到美观协调。
- (10) 公交站牌广告至少广告总面积的20%面积用于发布公益广告。



公交服务亭附属广告设置要求示意图

5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities

5.3.2 公交服务亭附属广告

路线 (路)	站台名称	广告牌个数
1	茶园村站	1
1	老城西乡政府	3
1	黄家乡	1
1	双马车站	2
1	青年广场站	2
1	县医院站	2
1	白操坝	2
1	游乐园站	2
1	东大街站	2
1	荷花池站	2
1	东湖路站	2
1	青少年活动中心站	2
1	东湖公园站	1
1	荷兰印象站	2
1	香樟林	1
2	东柳中学	2
2	东柳站	1
2	工业园区站	2
2	粮食大库站	2
2	邮政局站	2
2	交警队站	1
2	灯塔市场站	2
2	新华广场站	2
2	竹阳路站	2
2	东大街站	2
2	游乐园站	2
2	南桥站	2
2	学府上城	2
2	竹中新校区站	1
3	双马车站	1
3	大竹桥站	2
3	观音阁站	2
3	灯塔市场站	1
3	交通局站	2
3	金利多广场站	2
3	信和路站	2
3	荷花池站	2
3	三监狱站	2
3	半边街站	1
4	大竹中学	1
4	灯光球场	2
4	西大街	1
4	北操坝	2

数据来源: 大竹县文投公司

据统计, 目前大竹县公交服务亭附属广告合计 **96处**
可在满足规定的基础上, 予以改造保留

路线 (路)	站台名称	广告牌个数
4	北大街	2
4	县车站	2
4	大竹卫校	1
4	肉联厂	1
4	沙桥	1
4	竹北乡政府	1
4	沙砖厂 (南马村)	1
4	竹北五丰	1
5	水岸香榭	1
5	东湖湾	1
5	东湖公园站	2
5	青少年活动中心站	2
5	仁爱医院	2
5	金利多广场站	2
5	建设路	2
5	新华广场站	2
5	家乐福	2
5	煌歌广场	1
5	双燕路	2
5	北城上郡	2
5	财政局	1
5	竹城1号	2
5	人社局站	1
6	双马车站	1
6	美宇凤凰城	1
6	北城干道白塔	2
6	老橡胶厂 (更名为慈卫医院)	2
6	县中医院	2
6	北门转盘	1
6	新华广场	2
6	建设路	1
6	县职中站	1
6	金利家居站	1
6	竹风大道站	1
6	众联机电站	1
6	西部汽车城	1
6	县第四中学	1
6	马道子	1
6	生态农业园	1
6	海明湖温泉度假村	1
6	朝阳	1
6	五峰山森林公园	1
合计		96

5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities

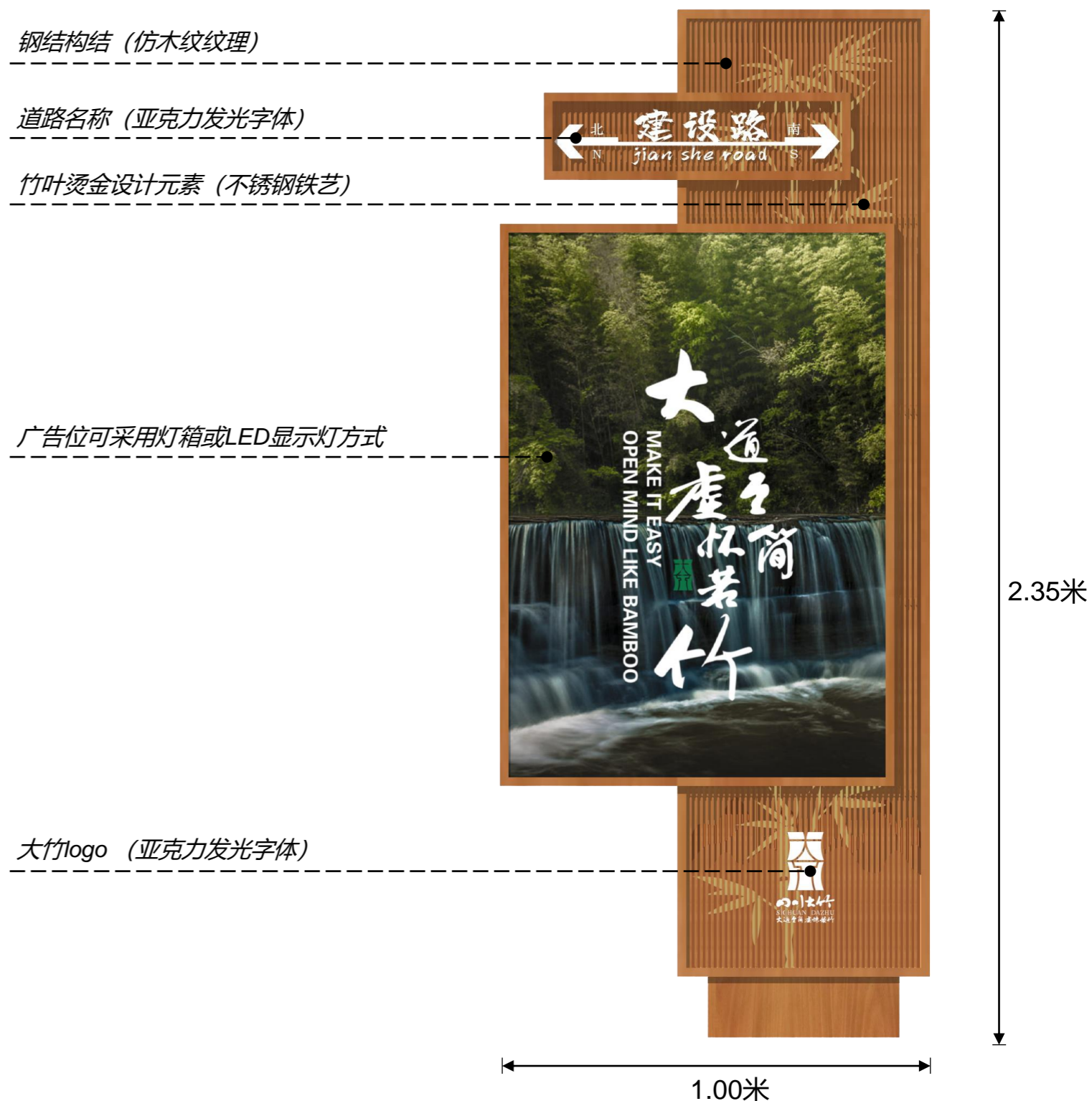
5.3.3 路名牌附属广告

设置要求:

- (1) 路名牌尺寸应与民政、交通部门相关规定一致，与不同道路等级和道路宽度相协调;
- (2) 路名牌高度不宜超过2.4米，路名牌内容按照规范设置，路名牌下部可设置固定式广告位置，固定式广告位置可采用灯箱及LED显示屏等方式，但应注重亮度、闪烁及色彩的控制，避免造成交通安全隐患。
- (3) 户外广告设施形式应结合路名牌形式设计，与城市景观相协调。
- (4) 灯箱广告与路名牌之间应设置地图标识;
- (5) 路名牌户外广告设施应设置一定比例的公益广告内容。



路名牌附属广告设置要求示意图



路名牌附属广告设施设计效果图



5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities



路名牌附属广告设施设计效果图



5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities



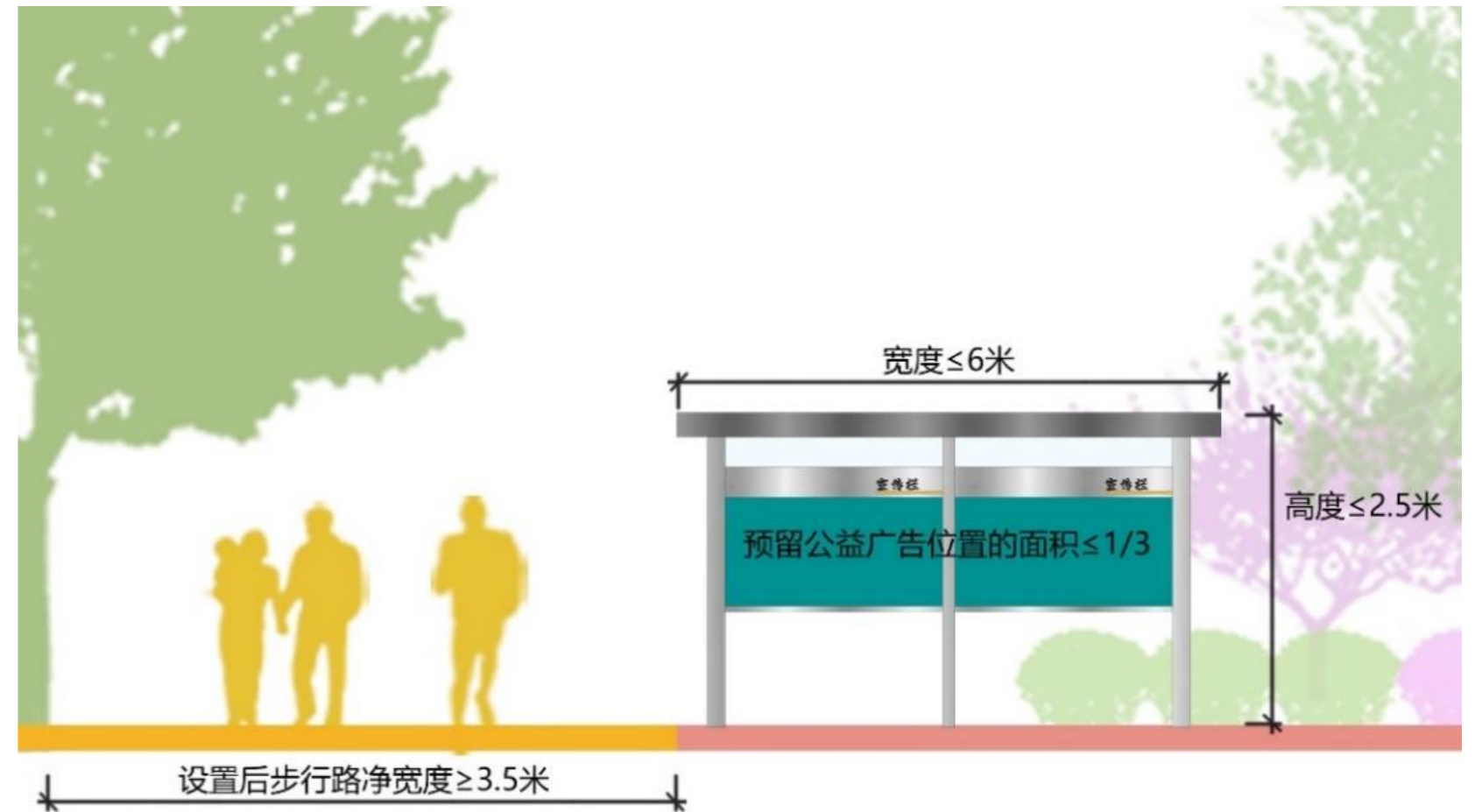
路名牌附属广告设施设计效果图

5.3 公共设施附属户外广告 Outdoor Advertising Attached To Public Facilities

5.3.4 宣传栏 (阅报栏) 附属广告

设置要求:

- (1) 宣传栏可预留部分位置发布公益广告, 公益广告位占整个版面面积不大于整个版面面积的1/3;
- (2) 不得影响人行道空间内其它设施及临街建(构)筑物的使用;
- (3) 不得在宽度小于3.5米的人行道上设置宣传栏(阅报栏), 且在宣传栏(阅报栏)设置后可供行人通行的通道净宽度不得小于3.5米, 不得影响人行道交通功能和交通安全。
- (4) 宣传栏(阅报栏)设施的高度应小于等于2.5米; 宽度应与高度相适应, 不宜大于6米;
- (5) 应与环境相协调, 并不得遮挡或影响整体景观和行车安全。
- (6) 在同一性质路段及区域内的宣传栏(阅报栏)应保持尺度、造型、色彩、材质和设置方式的统一;
- (7) 在同一性质路段及区域内的宣传栏(阅报栏)应与周边建(构)筑物及景观相协调。



宣传栏(阅报栏)附属广告设置要求示意图

5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities

5.3.5 人行天桥设施附属户外广告

人行天桥设施附属广告为利用横跨道路的人行天桥的横跨桥制作的广告牌。目前大竹县城区范围内存在5座人行天桥设施。

设置要求:

- (1) 人行天桥仅允许设置公益性广告设施、桥梁冠名设施等内容。
- (2) 人行天桥桥身设置冠名牌的, 冠名牌设施上下两端不应超过桥身主体, 宽度不应超过桥身1/3, 不应影响桥身安全和美观, 不应使用闪烁灯光或画面。
- (3) 城市道路桥梁桥身设置冠名牌的, 冠名牌设施上下两端不应超过桥身主体, 不应影响桥身安全和美观, 不应使用闪烁灯光或画面;
- (4) 从跨线桥或下穿坡道起点及终点外侧50米范围内不应设置户外广告设施。
- (5) 不得妨碍城市景观环境及桥梁的功能使用。
- (6) 不可影响交通安全, 确保设置的安全性。



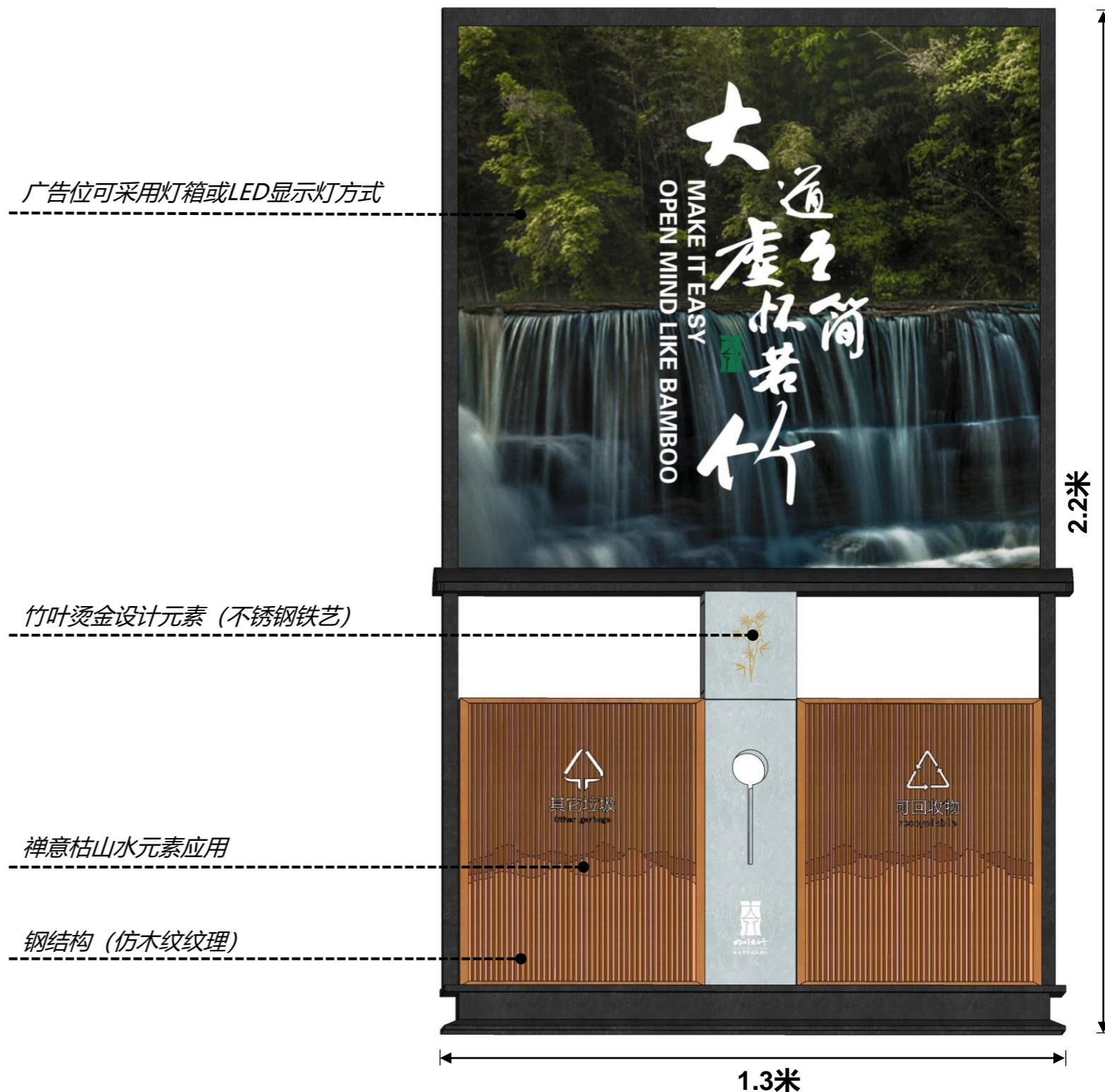
5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities

5.3.6 其他公共设施附属户外广告

设置要求:

- (1) 机动车下穿道及立交桥禁止设置户外广告设施;
- (2) 户外广告设施应结合公共设施造型进行设置, 不得影响公共设施的使用及外观。
- (3) 垃圾箱及各类公共设施附属户外广告设置面积不应大于该设施表面积的1/2, 应与所依附的公共设施规格相协调, 不影响整体效果及使用功能;
- (4) 地下人行通道附属户外广告设施仅允许设置在过道墙面上, 单块面积不宜超过8米, 间距不宜小于6米; 突出墙面距离不宜超过0.2米, 出入口处正立面及上下通道两侧仅允许设置名称牌和提示牌;
- (5) 城市道路桥梁桥身仅允许设置冠名牌, 冠名牌设施上下两端不应超过桥身主体, 不应影响桥身安全和美观, 不应使用闪烁灯光或画面;
- (6) 从跨线桥或下穿坡道起点及终点外侧50米范围内不应设置户外广告设施。



公共设施 (垃圾桶) 附属广告设施设计效果图



5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities



公共设施（垃圾桶）附属广告设计效果图



5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities



公共设施（垃圾桶）附属广告设计效果图

5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities

5.3.6 其他公共设施附属户外广告

售卖亭

SELLING THE BOOTH

钢结构 (仿木纹理)

竹叶烫金设计元素 (不锈钢铁艺)

广告位可采用灯箱或LED显示灯方式

禅意枯山水元素应用

大竹logo (亚克力发光字体)



公共设施 (售卖亭) 附属广告设计效果图



5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities



公共设施（售卖亭）附属广告设施设计效果图



5.3 公共设施附属户外广告

Outdoor Advertising Attached To Public Facilities



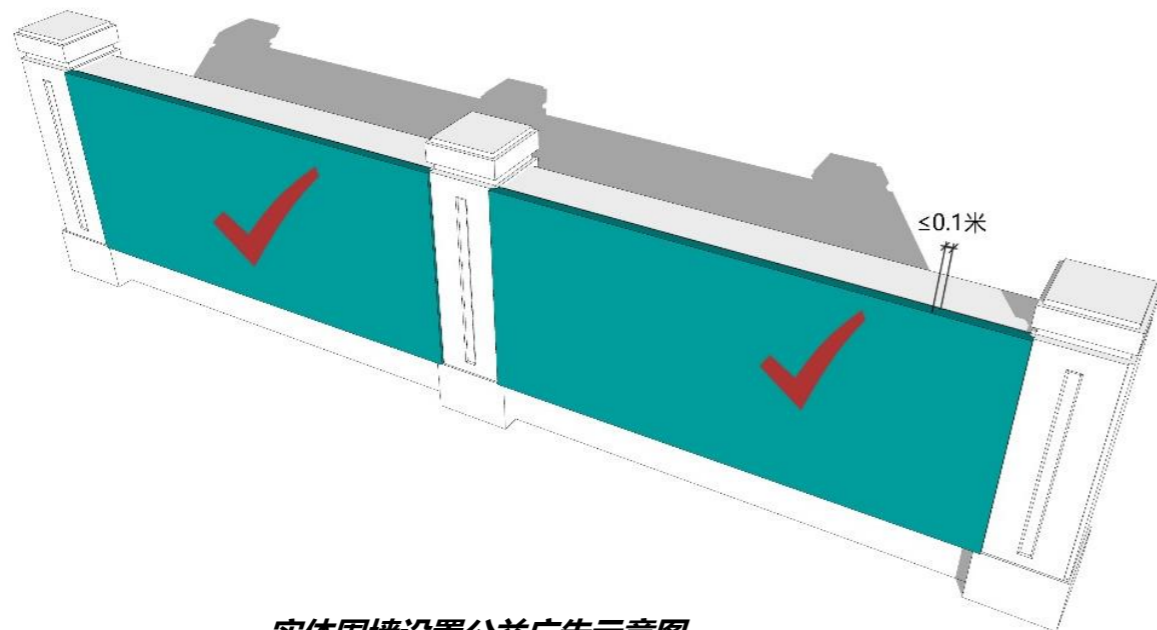
公共设施（售卖亭）附属广告设施设计效果图

5.4 围墙（围挡）附属户外广告 Enclosure (Enclosure) Attached Outdoor Advertising

5.4.1 围墙户外广告

设置要求

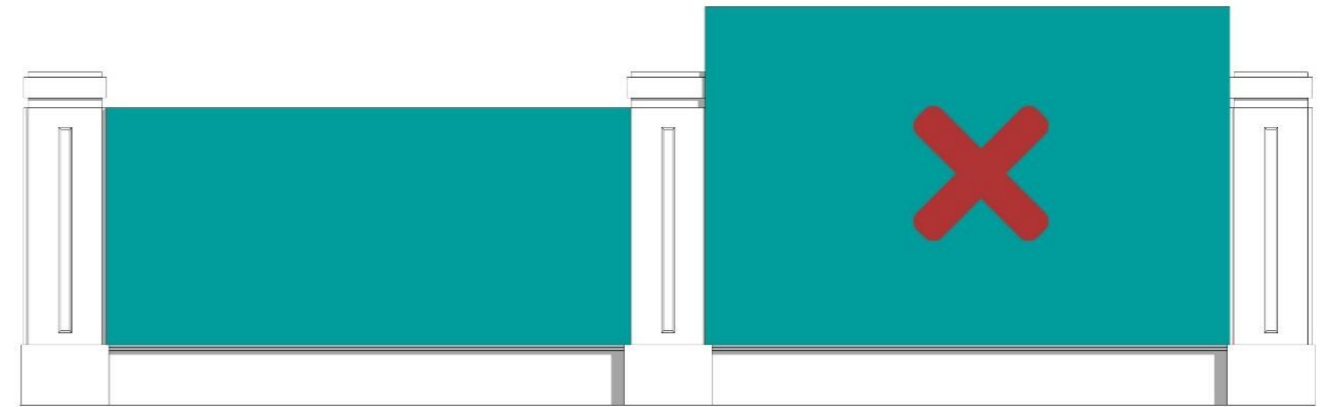
- (1) 历史街区的实体围墙禁止设置户外广告；
- (2) 禁止在实体围墙及围挡上再加高设置任何结构的户外广告设施；
- (3) 透空围墙不应设置户外广告设施；
- (4) 危房或可能危及建筑物和设施安全的位置不应设置户外广告；
- (5) 实体围墙仅允许设置公益广告；
- (6) 突出墙面的距离不得大于0.1m；
- (7) 高度不得超出围墙高度，宽度不得大于围墙柱墩之间的实墙面；
- (8) 围墙广告设施形式、色彩要与周边环境相协调、要与街景风貌相融合。



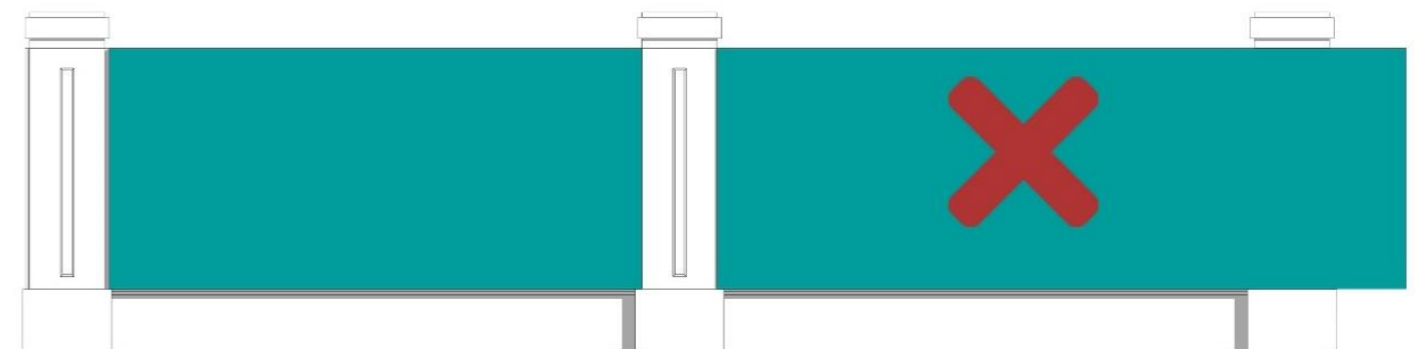
实体围墙设置公益广告示意图



透空围墙禁止设置户外广告设施示



实体墙墙体广告禁止出现情况示意图



实体墙墙体广告禁止出现情况示意图



5.4 围墙（围挡）附属户外广告 Enclosure (Enclosure) Attached Outdoor Advertising

5.4.2 施工围挡广告

设置要求:

- (1) 设置户外广告的施工围墙（挡）的高度、建设标准等必须符合达州市相关规定，否则不应设置户外广告；
- (2) 政府投资项目及其他项目，施工围墙（挡）仅允许设置公益广告；
- (3) 商业开发项目施工围墙（挡）广告的公益内容比例不应小于50%，非公益内容仅限该项目和企业的宣传；
- (4) 设置围墙（挡）广告应按照商业广告设置审批流程和要求报批，未获批准不应设置；
- (5) 禁止在围墙（挡）顶部设置；
- (6) 施工完毕，围墙（挡）广告必须及时拆除。
- (7) 户外广告应与所附着围墙（挡）保持良好比例关系，高度不超过围墙（挡）高度2/3，且最高不超过2m；
- (8) 施工围墙（挡）以适当美化、装饰为宜，不鼓励设置户外广告；
- (9) 户外广告设置应充分考虑围墙（挡）的造型，整体协调。

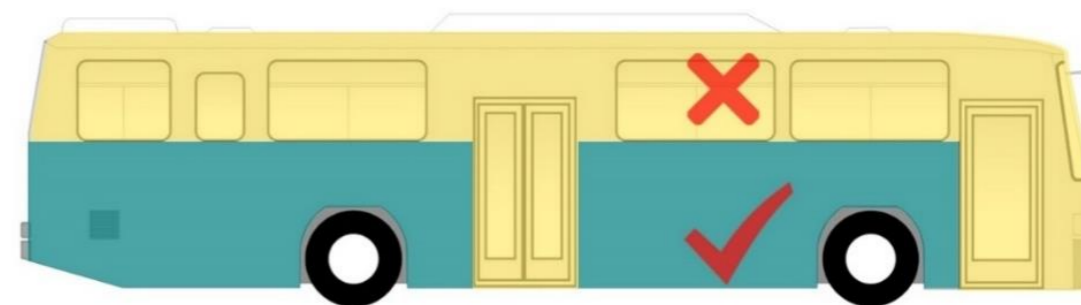
5.5 移动式户外广告

Mobile Outdoor Advertising

机动车、非机动车车身广告设施

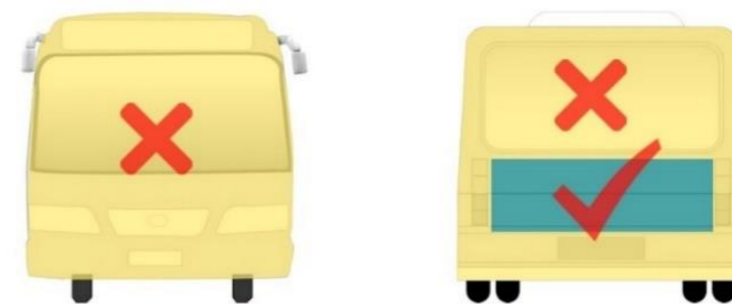
1、公共汽车设置要求

- (1) 公共汽车车厢内可设置车载信息视频设施插播广告。
- (2) 允许在车身两侧和车尾部位设置广告，其他任何位置和空间不得设置和发布任何形式的广告。
- (3) 车体广告不应影响交通安全，不对原车颜色进行全部遮盖。



2、出租汽车（含网约车）设置要求

- (1) 出租汽车（含网约车）车辆除前车门玻璃下沿以下位置允许设置广告外，后车窗、车顶等车身其他任何位置和空间不得设置和发布任何形式的广告。
- (2) 在前车门玻璃下沿以下位置设置广告，内容仅限于发布本企业的名称及经营叫车电话，其面积不得大于前车门的30%。



公共汽车设置广告控制示意图

3、其他车辆广告设置要求

其他类型机动车禁止利用车体设置广告。



出租汽车（含网约车）设置广告示意图



5.6 临时性户外广告 Temporary Outdoor Advertising

5.6.1 临时性户外广告的种类

- (1) 党政机关，社会团体，企、事业单位举办大型活动时设置的与活动相关的户外广告设施。
- (2) 重要节假日及庆典活动设置的反映节庆的户外广告。
- (3) 建筑施工期间施工围墙上设置的户外广告。
- (4) 房屋销售期间售楼部（临时构筑物）上设置的户外广告。

5.6.2 临时性户外广告的设置规定

- (1) 不得影响或损毁其所依附的附着物，严禁妨碍人、车通行，不得因其设置行为侵害相关利害关系人的利益（噪音扰民等）。
- (2) 建筑施工场地施工期间所做广告只能反映与本建筑工程相关的信息或公益广告、公益宣传等信息。
- (3) 一般期限不超过30日，且应在大型活动或工程项目结束后及时拆除。
- (4) 设置临时性充气物的基本规范：人行道宽度小于4m的不得设置；充气物的宽度（厚度或支柱直径）不得大于人行道宽度的四分之一，且应与门面平行设置；在非独立门面或两相邻单位距离较近的位置设置充气物，应紧贴门前设置，其跨越距离不得超过门面宽度；有关固定装置应当安全可靠，符合相关规定，且标志醒目；充气装置广告固定于地面，且总体高度不应超过12m，气球直径不应超过3m，附属条幅规格不应超过9m×1m；不应设置可移动升空气球条幅；充气拱门广告跨度不得超过10m，高度不得超过5m，安装设置应安全、牢靠。
- (6) 设置临时性布幅的基本规范：布幅广告应从严控制，**除重大活动外，原则上城区道路及两侧禁止设置横幅，不允许设置布幅形式的户外广告**；广告幅面不得使用白底黑字（或黑底白字），其颜色、字体、内容、规格、设置方案等应与现场相协调，并须绷紧设置；利用建（构）筑物同一位置并列设置多条的，其规格应统一，其颜色、字体、内容、规格、设置方案等应与现场相协调。不应遮蔽阳台和窗户，需紧贴在建筑物的墙上，

并确保稳固、平整；建筑一面设置不得超过15条竖幅广告，仅允许在3层以上（包括3层）建筑上设置。

(7) 彩旗、花篮、太阳伞、遮阳篷，应在自有用地范围内设置，不得占用、破坏人行道和绿地等公共设施，不得影响城市交通和景观。

(8) 设置临时性展牌、咨询（宣传）台的基本规范：人行道宽度小于4m的不得设置；占地总面积不得大于所使用场地面积的三分之一。

(9) 沿街店铺装修时临时性施工围挡设置的基本规范：建筑工地施工现场必须设置经报批的连续性封闭围挡，围挡高度应在2米至2.5米之间；围挡设置应注意安全稳固、整洁美观，破损应及时维修、粉饰；原则上不得占道，不得设置与工程项目无关的商业广告或其他有损城市形象的广告，禁止以围挡为名设置大幅、超高广告。

(10) 临时性旗帜广告：不得设置在路口圆角弧线及切线点外15m范围内的人行道；旗帜广告单面幅面宽度不大于0.9m，高度不大于1.8m，厚度不大于0.2m，广告底部距离地面高度不宜小于3.0m；设置在一条道路上的旗帜广告，式样和规格应当统一，并与相邻道路上的旗帜广告相协调。

5.6.3 临时性户外广告申请办法

(1) 在主要干道两侧和窗口地区设置气模、横幅、竖幅、布幅、彩旗等临时性广告的，申请人持书面申请、媒体产权所有人同意设置的证明、设置位置的现状照片以及广告设计样稿等材料，向行政审批部门提出申请。

(2) 由行业主管部门从县容街景角度进行审核，行政审批部门审批同意后，由设置申请人与获得经营权单位签订《户外广告设施使用权出让协议》，并按规定支付相应的使用权出让收益金。

(3) 设置申请人必须审批部门核定的地点、时间、形式进行发布，发布期满后应立即自行拆除。

(4) 临时性户外广告的设置审批，自受理起原则上必须在三天内完成。



5.7 公益性户外广告

Public Welfare Outdoor Advertising

公益性户外广告设置原则与要求

户外广告应该重视公益性广告的设置，多渠道宣传“大道至简·虚怀若竹的”城市文化品质，努力建设宜居宜业宜商的城市。城市户外公益广告的设置发布应当安全、整齐，与周边环境相协调，户外公益广告专用设施，不得转为商用，并符合以下要求：

- 1、公益广告设施在规划布局上必须符合户外广告总体分区的规划控制要求，在城市快速路、主干道、高速路口处等重要部位，设置若干大型的公益性户外广告设施，公益性户外广告设施在数量上不得少于户外广告数量的20%。
- 2、LED电子显示屏需要规划20%的播放时间段用于公益性广告。
- 3、商业娱乐区、商业步行街、独立商业区、独立娱乐康体区等应设置一定数量的公益广告，商业广告设施发布公益广告的面积或时间占比不得低于20%，电子显示屏按刊播的实际播放时间计算。
- 4、汽车站、大竹高铁站（西渝高铁规划中）、高速公路服务区等各类重要的交通枢纽设施，至少设置1块公益性户外广告设施。
- 4、建筑工地不得以设置大型落地式户外广告牌代替实体围墙、围挡。设置有项目介绍类户外广告的工地实体围墙外立面，须按规定设置公益广告，公益广告占比不低于50%。
- 5、公益广告设施设置应按照规定区域设置，严禁利用公益性广告设施发布商业性广告。
- 6、户外广告设施审批期满后，未取得相关延期设置审批许可的，应当在15日内将户外广告自行拆除。因举办大型文化、体育、公益活动或者举办各类商品交易会、展销会等活动设置的临时性户外广告设施，组织者应当在设置期满之日起24小时内予以拆除。
- 7、经批准设置的商业户外广告设施，其广告版面空置时间连续超过15日的，应当按照户外广告设施设置许可部门的要求发布公益广告。
- 8、发生重大自然灾害、事故灾难、公共卫生事件等突发事件，商业户外广告设施所有权人或者使用权人应当按照县人民政府的统一部署发布公益广告。
- 9、鼓励在汽车客运站、高速公路出入口等门户节点地区、大型公共空间节点、公园绿地、公交候车亭等地区设置公益性户外广告设施。
- 10、医疗卫生用地、教育科研用地、公益性文化设施用地可设置适当数量公益广告。广告内容与建筑功能相协调，如民生建设、城市建设、环境保护、交通安全、健康文明、精神文明等主题内容。
- 11、城市窗口地带、进出口道路及城市广场可设置长期公益性户外广告，适当增加绿色广告内容，体现生态文明建设、社会主义核心价值观等内容。
- 12、户外公益广告设施的设置应当安全、规范，与周边环境相协调，发布的内容必须符合党的方针政策、国家法律、法规、规章以及社会主义精神文明和道德规范的要求。

/06

招牌设施控制细则

1. 设置通用规则
2. 建筑（楼宇）标识设置细则
3. 招牌设施设置细则
4. 制作材料控制引导性要求

SIGNBOARD DETAILED RULES



6.1 设置通用规则

Set General Rules

6.1.1 设置原则

招牌设施的设置应符合大竹县城市总体规划，与城市整体风貌相融合，与建（构）筑物风格和周边环境相协调。遵循“一店一牌、上下一线、左右相接、厚度一致、尺度适中、材质

高档、画面协调、字体精美、亮化配套、安全牢固”的原则：

1、上下一线原则：以每一幢楼或相邻楼群为单元，一楼的招牌只能在建筑物一层门沿以上二层窗台以下设置，招牌上下沿应平齐，不得遮挡建筑物门窗，不得破坏建筑物造型，色彩要基本一致，与建筑物相协调，服从建筑物外形景观。

2、左右相接原则：招牌长度不得超出门面宽度，相邻招牌设置要紧密相连，固定点要内置做隐蔽处理，以保证相邻招牌不留缝隙，整体统一。

3、厚度一致原则：以每一幢楼或相邻楼群为单元，招牌的厚度应一致，一般为0.08米—0.5米。

4、尺度适中原则：招牌的大小尺度要与所附建筑物的整体尺度、相邻招牌尺度等相协调，禁止招牌包围式地覆应的盖店面对全部墙面。

5、材质高档原则：城市主次干道所有招牌都应使用铝塑板或更高档材质，不得使用喷绘画面；新建商城及商城内部招牌一律使用铝塑板或更高档的材质制作。

6、画面协调原则：招牌内容应与工商部门核发的营业执照名称一致；招牌颜色要与整条街相邻的招牌色调要协调，维持整体形象；同时规避使用色彩饱和度较高的颜色；LOGO图案经过精心设计，比例、规格、造型等相协调，具有一定的审美要求。

7、字体精美原则：文字总长度原则上不超过整个招牌的三分之二，高度原则上不超过整个招牌的二分之一，使用文字应符合国家文字规范要求；字体规范、艺术，有文化内涵。

8、亮化配套原则：繁华地段、城市重点地段的招牌须设置夜景灯光亮化，但不得设置影响行车安全的闪烁照明和干扰视线的其它照明方式，一般不设置外打灯。

9、安全牢固原则：所有招牌设置应安装牢固，不得影响建筑的立面造型和立面轮廓线，并不得影响上层建筑的安全、通风、采光。大型招牌应经过有资质部门进行结构设计，严格按图施工，严格质监、检测，保证安全。



6.1 设置通用规则

Set General Rules

6.1.2 设置的一般要求

1、招牌设施仅允许设置相应建筑物、场所、商铺的名称、标识，如包含其他促销内容信息（如产品推介内容、联系方式、价格信息、促销活动等），则视作户外广告，纳入广告管理；全球或全国连锁企业已制定通用标准（且相关主管部门认可）的除外。

2、招牌设施的内容必须与其对应的建筑物、场所、商铺的使用功能一致，若不一致或超出相应办公、经营场所范围外设置的，则视作户外广告，纳入广告管理；仿古商业街以外区域除店面标识外，其他位置不应张贴、悬挂、安装小灯箱、镂空字以及小招牌等附着设施。

3、招牌设施设置不应遮挡建筑立面的特色结构和重要装饰构件，招牌设施的设置不应破坏建筑立面整体造型和构图。

4、招牌设施的风格应与所处街区景观环境相协调，并与所处建筑立面、门脸设计融合；招牌设施设置和造型设计要突出文化内涵，与其所标示对象风格、定位相吻合。

5、历史文化街区、特色风貌区、传统风貌建筑的招牌设施应按照传统模式设置；有特殊规定的区域设置户外招牌的，应先征求有关部门的意见，按照规划统一设置。

6、对于单层坡屋顶建筑，应在正面屋檐以下设置店招招牌；招牌高度不应超过门面高度的五分之一，风格、尺寸、材质应与所附着建筑协调统一。

7、对于在建筑物底层有专用室外出入口的单位，其招牌数量不得超过出入口数量；对于没有专用室外出入口的单位，附着式招牌设施应当在建筑外墙上整体规划、集中组合设置，也可集中设置在落地式招牌上。

8、一个场所或建筑物内存在多个单位的，设置店招时应先整体规划，统一规格设计制作。

9、符合本规划其他章节规定的其他内容。

10、禁止设置的条款规定

(1) 禁止在建筑物（含裙房）顶部设置招牌设施。

(2) 禁止利用坡屋顶设置招牌设施。

(3) 禁止利用建筑物玻璃窗、观光电梯等设置招牌设施。

(4) 禁止跨越人（车）行通道设置招牌设施。

(5) 禁止利用危房或可能危及建筑物和设施安全的位置设置招牌设施。

(6) 禁止设置动态类招牌设施。

(7) 禁止招牌设施使用高亮度、闪烁的灯光。

(/) 禁止使用低端喷绘材料。



6.2 建筑（楼宇）标识设置细则

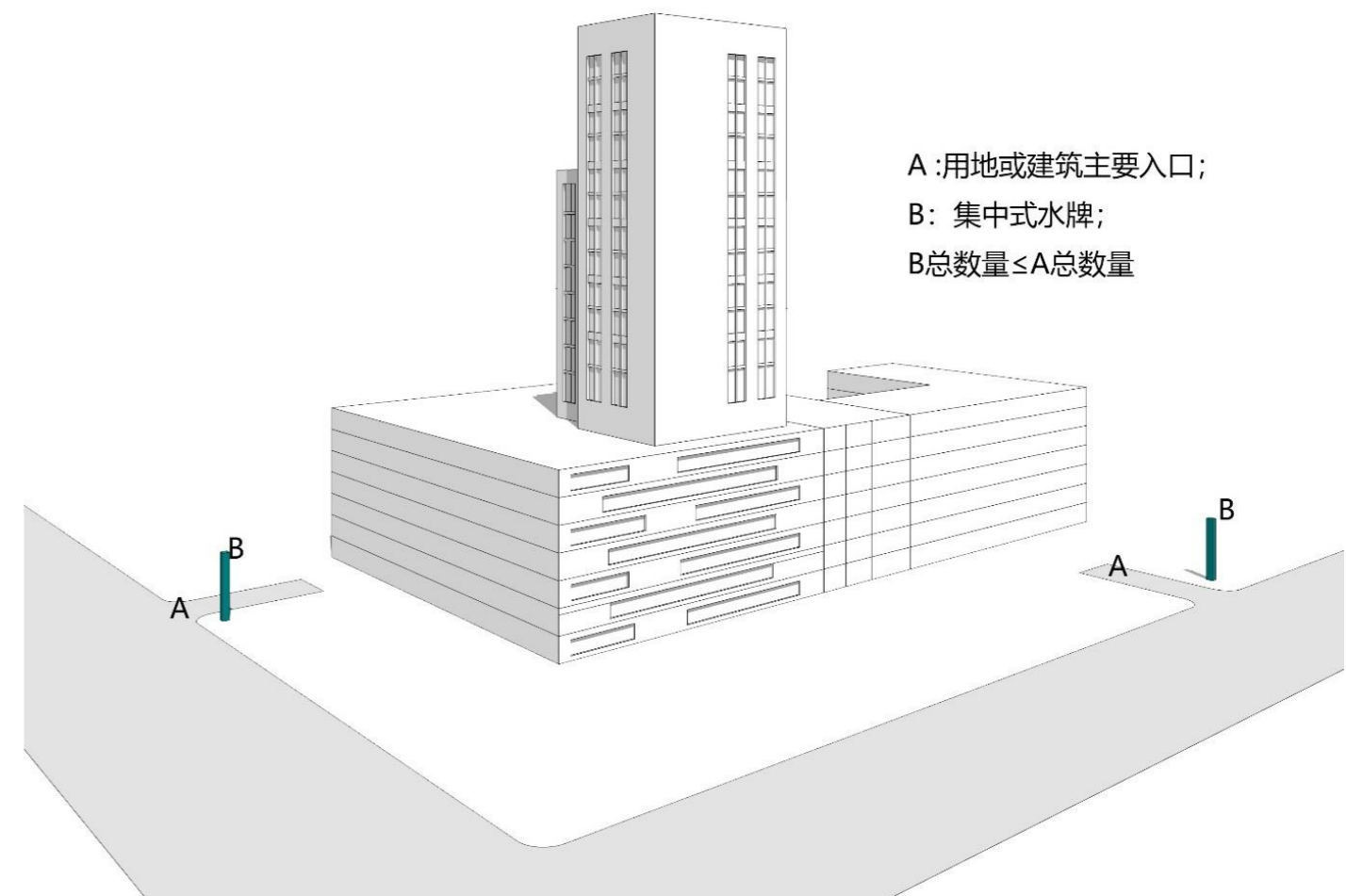
Detailed Rules For Setting Up Building Signs

6.2.1 建筑（楼宇）标识设置要求

1、遵循“一楼一名”的设置原则，即每栋建筑仅允许使用一个名称，除以下情况外，当高层建筑当裙房部分建筑面积 $\geq 500\text{m}^2$ ，且裙房部分与建筑物主体部分存在最大业主或最大承租者不一致情形下，允许在裙房部分结合主要使用功能进行单独冠名。

2、楼宇标识设置数量应符合以下要求：

- (1) 高层建筑的主楼部分楼宇标识设置数量不应超过两个；
- (2) 多层、低层建筑仅允许设置一个；
- (3) 当同一用地或建筑有多个主要出入口时，主要出入口相隔较远或位于不同方向的，每个主要出入口允许设置一处楼宇标识；
- (4) 同一用地或建筑内部多家机构，可统一规划设置水牌进行集中展示，但设置数量不应超出该用地或建筑拥有的主要出口的数量；
- (5) 楼宇标识应注重与建筑的匹配关系，可根据建筑立面材质和肌理进行材质选择和配色，使其融入到建筑语言之中；
- (6) 楼宇标识允许设置墙面式和落地式。



水牌设置数量要求示意图

6.2 建筑（楼宇）标识设置细则

Detailed Rules For Setting Up Building Signs

6.2.1 墙面式建筑（楼宇）标识

设置要求:

- 1、设施的外沿不应超出建筑墙面外轮廓线。
- 2、设施的厚度，即展示画面在水平方向上突出墙面的距离应 $\leq 0.3\text{m}$ 。
- 3、位于建筑物顶部实墙的楼宇标识中所含字符边长、标识的高度应 $\leq 1/10$ 建筑物高度，且符合以下要求：

(1) 多层（6层及以下）建筑物，其建筑标识字符的具体尺寸大小应当符合下表的具体规定与要求；

道路等级	道路红线宽度D (m)	字符最大边长L (m)
主干道及以上	$D \geq 43$	$L \leq 0.8$
次干道	$30 \leq D \leq 43$	$L \leq 0.6$
支路	$22 \leq D \leq 30$	$L \leq 0.5$
其他城市道路	$D \leq 22$	$L \leq 0.4$

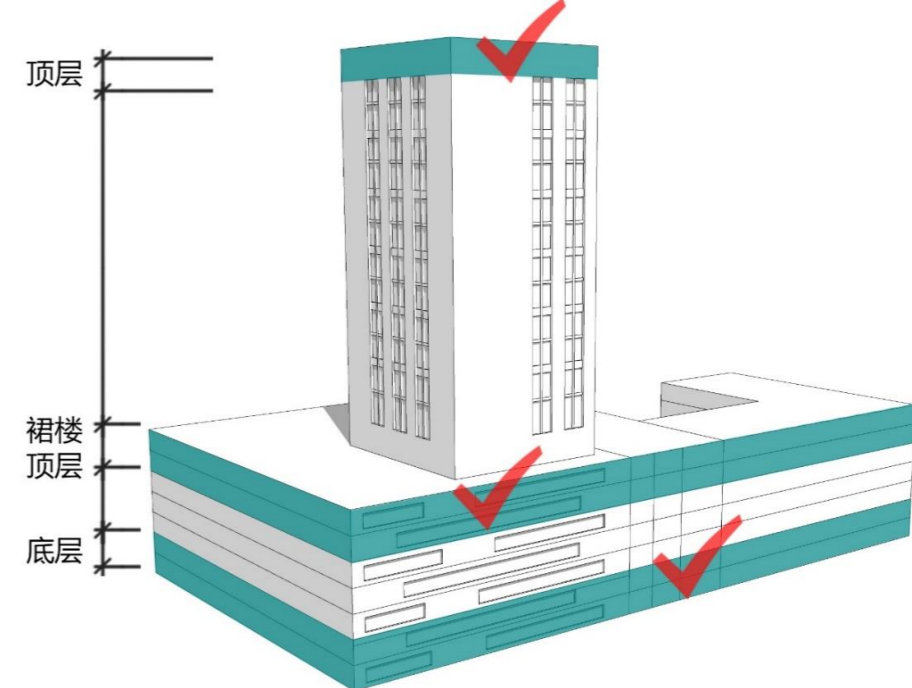
(2) 高层（6层或18m以上）建筑物，应符合以下要求：不超过54m的建筑物顶部标识字符最大边长不超过2.5m，54m以上不超过100m的建筑物顶部标识字符最大边长不超过5m，高于100m的建筑物顶部标识字符最大边长不超过6m；文字的字间距应 ≤ 1 倍字高。应当符合下表的具体规定与要求：

建筑高度H (m)	字符最大边长L (m)
$18 < H \leq 54$	$L \leq 2.5$
$54 < H \leq 100$	$L \leq 5.0$
$H > 100$	$L \leq 6.0$

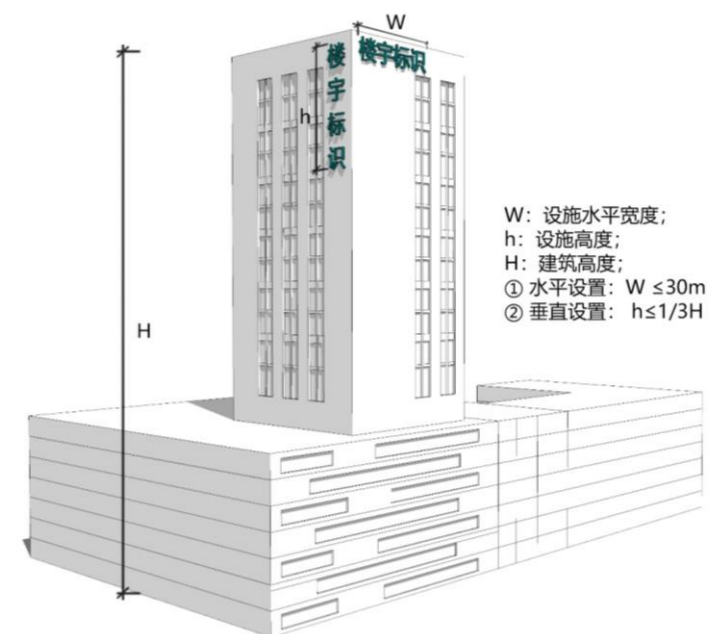
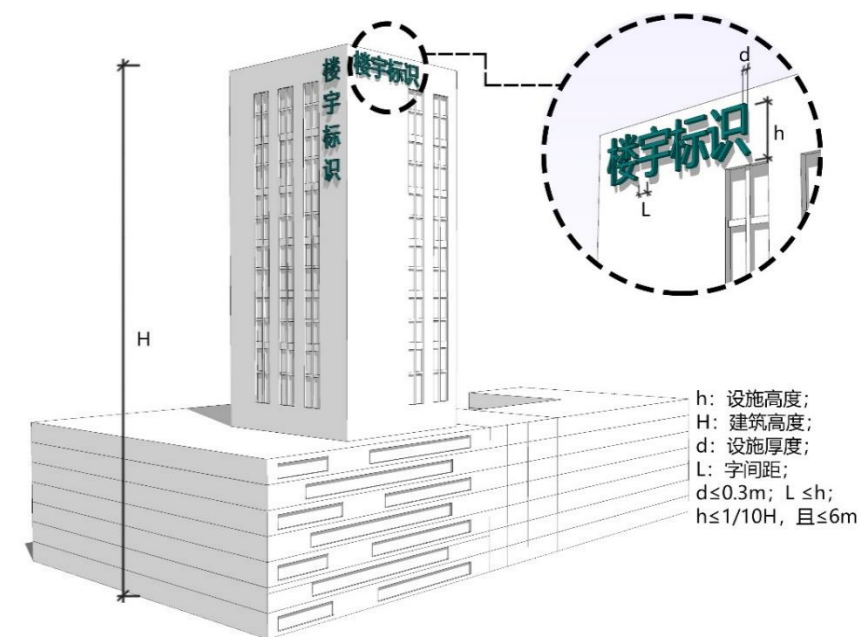
4、依附于高层建筑物顶部墙面及建筑物主体墙面实墙面部分的楼宇标识，当文字和标识水平排列时，最大水平宽度应 ≤ 30 米，鼓励靠一侧设置；文字和标识垂直排列时，自顶部边界向下，占建筑物整体高度1/3范围内的该侧建筑物墙面为允许设置范围。

5、鼓励设置无底板的单体字形式。可采用镂空的LED、霓虹灯字体或灯箱字体进行夜间亮化设置。

6、城市对外交通站场（如车站等）和医院可在其门面上方、墙面设置；使用实体字（可泛光照明）、灯箱、霓虹灯或其他新型材料。



墙面式楼宇标识设置位置示意图



墙面式楼宇标识设置要求示意图

6.2 建筑（楼宇）标识设置细则

Detailed Rules For Setting Up Building Signs

6.2.2 落地式建筑（楼宇）标识

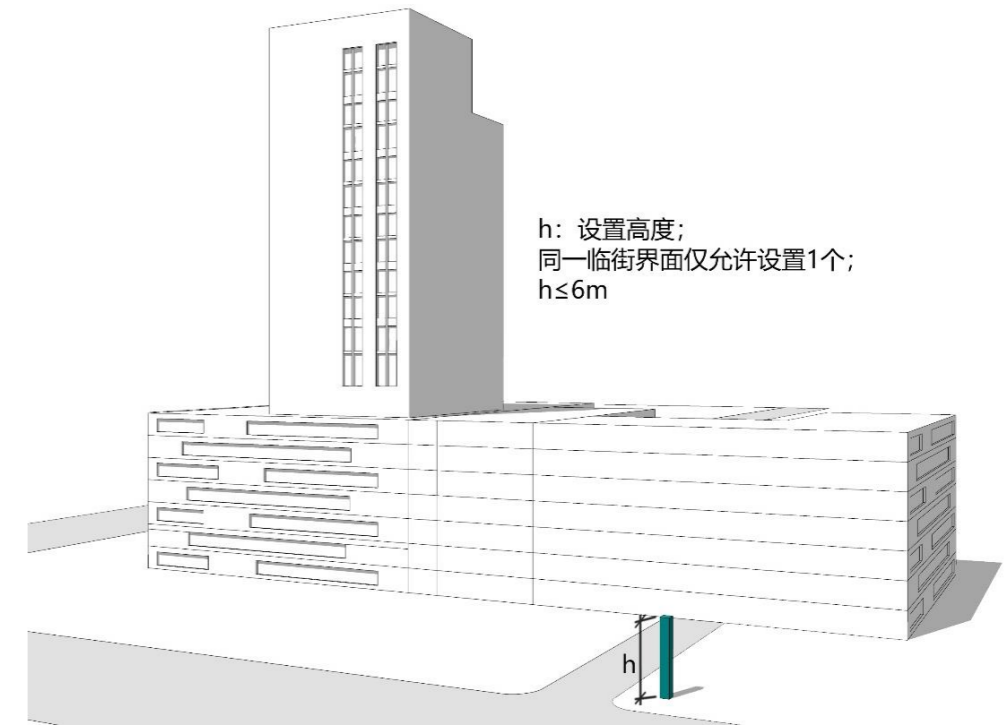
设置要求：

- 1、落地式楼宇标识设置数量不应超过主要出入口的数量，且在同一个临街界面仅允许设置1个。
- 2、高度应 $\leq 6m$ ，鼓励设置低矮的小型设施。
- 3、设置位置不应超出其规划可建设用地的红线范围。
- 4、落地式楼宇标识外立面不应多于4个。单面和双面型的招牌宽度不应 $> 1.3m$ ，三面型招牌单面宽度不应 $> 1.2m$ ，四面型招牌单面宽度不应 $> 1m$ 。
- 5、落地式楼宇标识设置尺寸与设置场地宽度宜相协调，且应当符合下表的具体规定与要求：

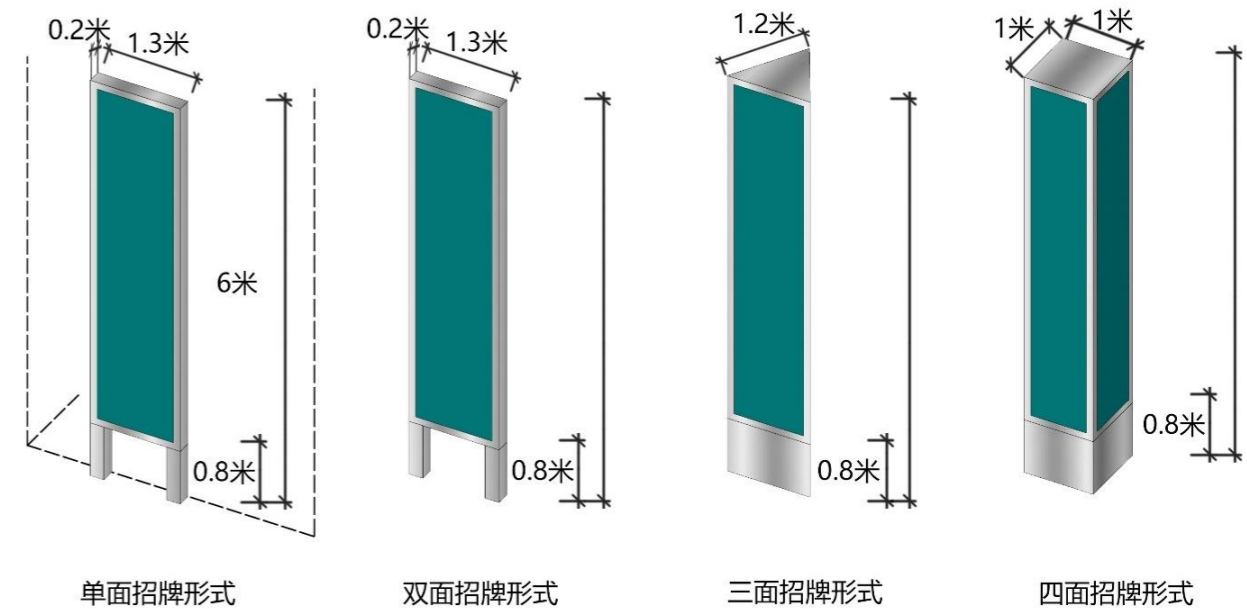
设置场地宽度W (m)	落地式楼宇标识高度H (m)
$W \leq 5$	$1.2 \leq H \leq 1.5$
$5 < W \leq 10$	$1.2 \leq H \leq 3$
$10 < W \leq 20$	$1.2 \leq H \leq 5$
$20 < W$	$1.2 \leq H \leq 6$

注：设置场地宽度是指建筑物外墙至与之平行的最近的人行道路缘石线之间的距离，且招牌外沿距人行道不得小于2.5米。

- 6、鼓励协调景观绿化进行创意性设计。



落地式楼宇标识设置要求示意图



落地式楼宇标识设置尺寸要求示意图



6.3 招牌设施设置细则

Detailed Rules For Setting Signboard Facilities

6.3.1 招牌设施设置通则

1、有专用室外出入口的商业店铺

(1) 每个店铺原则上仅允许设置1个招牌，仅允许依附于一层门楣及二层窗户以下窗间墙设置；商业建筑底层的经营单位允许在其出入口一侧的墙面设置一块小型侧招；

(2) 同一建筑立面相邻招牌形式、高度、突出墙面厚度应当保持一致；

(3) 形式包括连通式、嵌入式、垂直式、整体造型式等，设置时应遵守本章中的相关要求。

2、二层及以上的临街店铺或建筑内部没有独立出入口的商铺

(1) 商业建筑中的商业经营性单位可在一层入口处设置店面招牌，招牌大小不得超过店面入口宽度。没有条件在入口处设置的，可结合建筑主入口设置组合落地式店招，数量不得超过建筑主入口数量；

(2) 商业建筑中的商业服务性单位，牌匾标识应当在出入口内部整体规划、集中设置，一般不宜设置落地式牌匾标识。若出入口内部无设置条件且单位较集中的，可设置1块组合集中的落地式牌匾标识；

(3) 非商业建筑平行于墙面的牌匾标识仅允许依附于一层门楣及二层窗户以下窗间墙设置；不得在建筑主体的层与层之间的窗间墙上设置户外招牌：当具备设置条件时，可统一规划在建筑立面适当位置集中设置；

(4) 设置形式可采用品牌墙、集中式竖招或组合落地式店招，但同一建筑仅允许设置其中一种。

3、任何单位不得单独在建筑物外立面设置招牌，应按照相关程序向主管部门申请提报。

4、在同一路或同一街区的相邻门面或经营场所招牌顶部与底部边线必须整体协调，对位于街道转角的建筑，其转角处的户外招牌应整体设计，高度、色彩、材质、设置方式等协调统一。

5、符合“整体造型式”要求的商业店铺可结合商业立面整体设计、布局招牌，不受本节所列各类型招牌设置要求约束。

6、鼓励镂空字形式的招牌，非镂空字形式的招牌（店招牌匾）其背板应与建筑协调。

7、全国或全球连锁企业的招牌（店招牌匾），在历史街区、景区等区域内设置的，其通用配色标准应结合所处环境特征进行相应调整，与所处环境协调统一。

8、招牌的设置，不应改变建筑外立面设计，不应遮挡建筑立面的特征细节。

9、商业牌匾应设置灯光照明设施，鼓励设置霓虹灯式、内透光式门头牌匾，霓虹灯和照明设施应设置在门头牌匾范围之内。

6.3 招牌设施设置细则

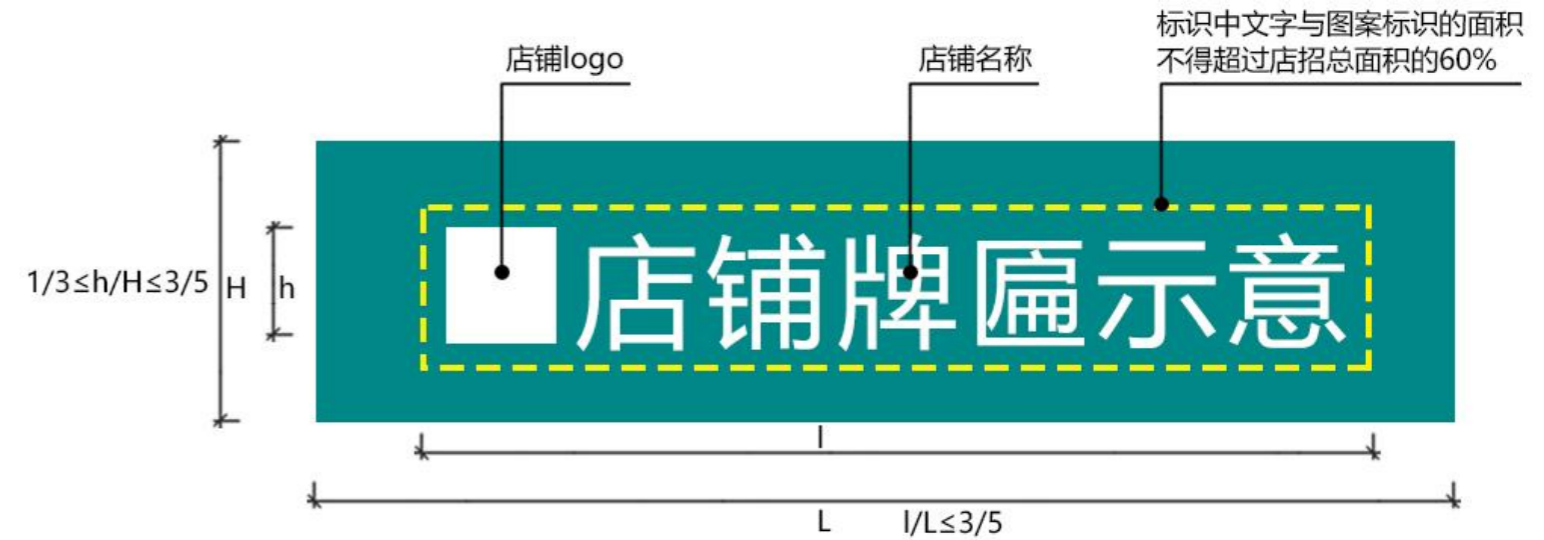
Detailed Rules For Setting Signboard Facilities

6.3.2 平行于门楣的招牌

设置通则

- (1) 应统一设置在建筑一楼门楣位置，下沿净空高度 $\geq 2.5\text{m}$ ；
- (2) 同一个连续界面上的招牌高度应统一，且牌匾自身高度应 $\leq 2.4\text{m}$ ，同时其设施上沿不应超出建筑二层窗户下沿；
- (3) 招牌应控制展示内容与背景之间的比例关系，以保证充分留白，展示内容所占比例应 ≤ 60 ，户外招牌字符的高度（h）与户外招牌高度（H），应满足： $1/3 \leq h/H \leq 3/5$ ；
- (4) 招牌厚度离墙 $\leq 0.3\text{m}$ 。牌匾宽度宜与所属单位出入口的宽度一致，最大宽度不超过所属单位的整个出入口门面的宽度；
- (5) 平行门楣的招牌，其形式包含连通式、嵌入式、遮篷式、格栅式等，其字符的具体尺寸大小宜符合下表规定。

道路等级	道路红线宽度D (m)	招牌字符最大边长 (m)
其他城市道路	$D < 22$	$L \leq 0.4$
支路	$22 \leq D < 30$	$L \leq 0.5$
次干道	$30 \leq D < 43$	$L \leq 0.6$
主干道及以上道路	$43 \leq D$	$L \leq 0.8$



招牌字符与高度尺寸设置控制示意图

6.3 招牌设施设置细则

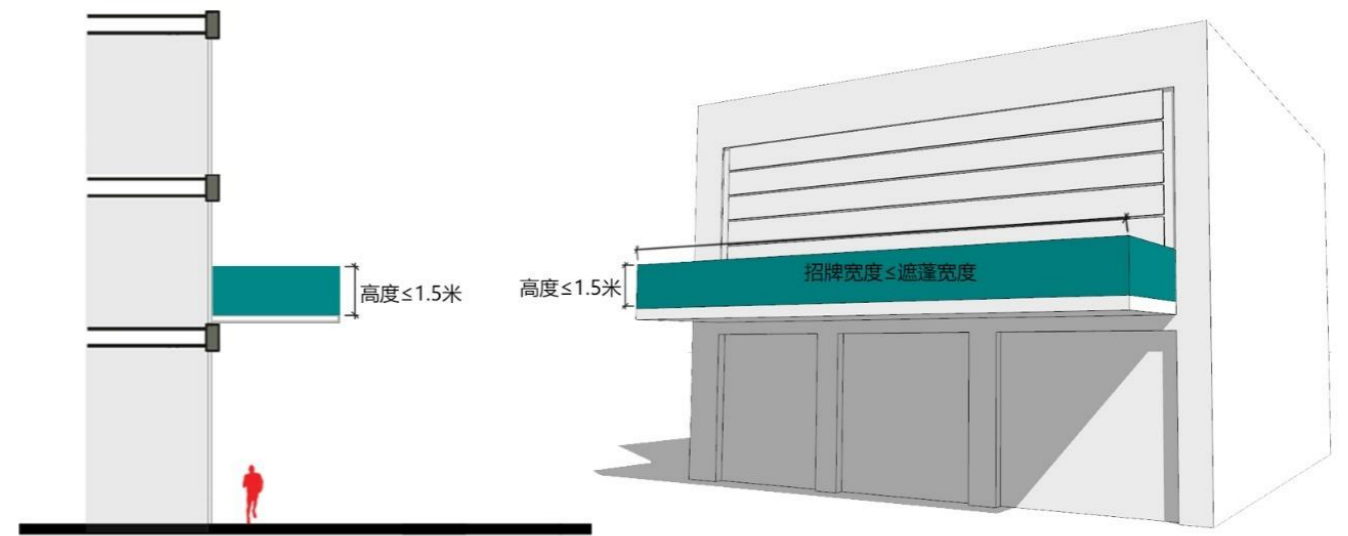
Detailed Rules For Setting Signboard Facilities

6.3.2 平行于门楣的招牌

- 2、连通式招牌：同一个连续界面上的招牌应彼此分隔且间距统一，间距应 $\geq 0.3m$ ；分隔位置宜增加经过设计的、与建筑风格协调的装饰构件或灯具。
- 3、嵌入式招牌：建筑立面有自然分隔结构的，招牌不应超出分隔结构限定的范围。
- 4、遮篷式招牌：招牌上端突出遮篷高度不得大于1.5米，下端不得低于遮篷下沿，不允许超过遮篷宽度。对于设有入口构件的建筑（如雨棚式），户外招牌应设置在入口构件部分，宜采用镂空式样，招牌宽度不超出入口构件的宽度。
- 5、格栅式招牌：户外招牌不宜与卷帘门、空调等其他设施整体设置。因场地限制必须整体设置时，宜采用遮篷式或格栅式。格栅式招牌与卷帘门、空调外机整体设置时，厚度不应大于0.8m。



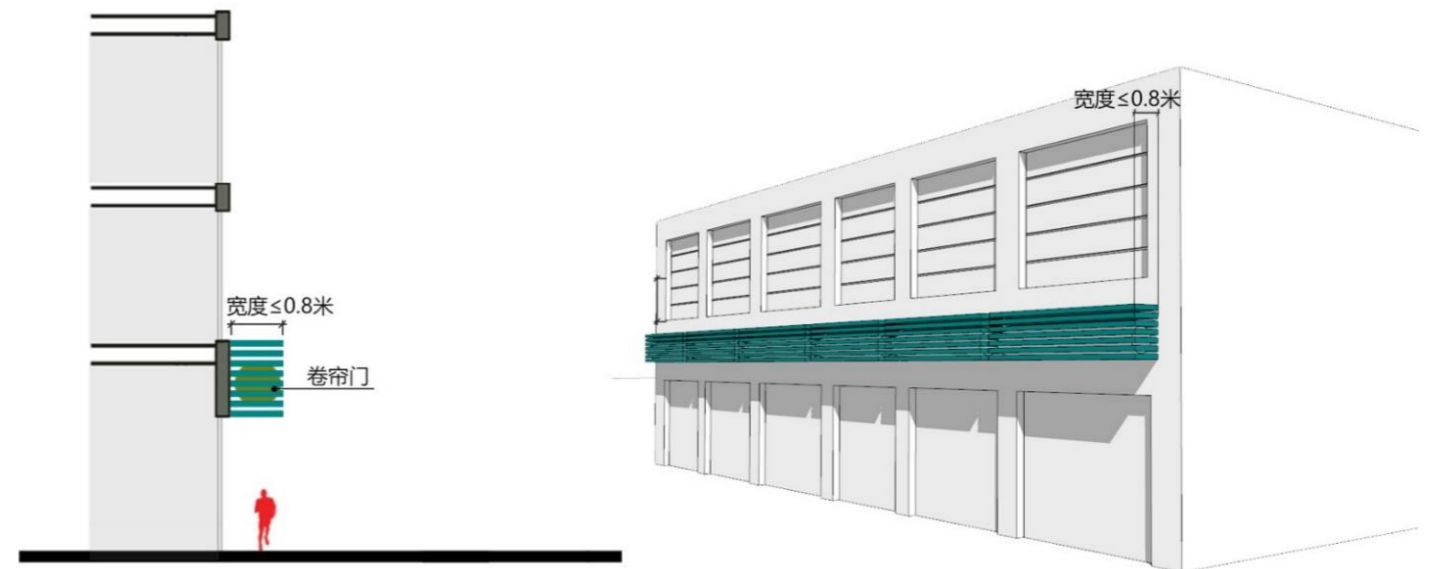
嵌入式招牌设置示意图



遮篷式招牌设置示意图



连通式招牌设置示意图



格栅式招牌设置示意图

6.3 招牌设施设置细则

Detailed Rules For Setting Signboard Facilities

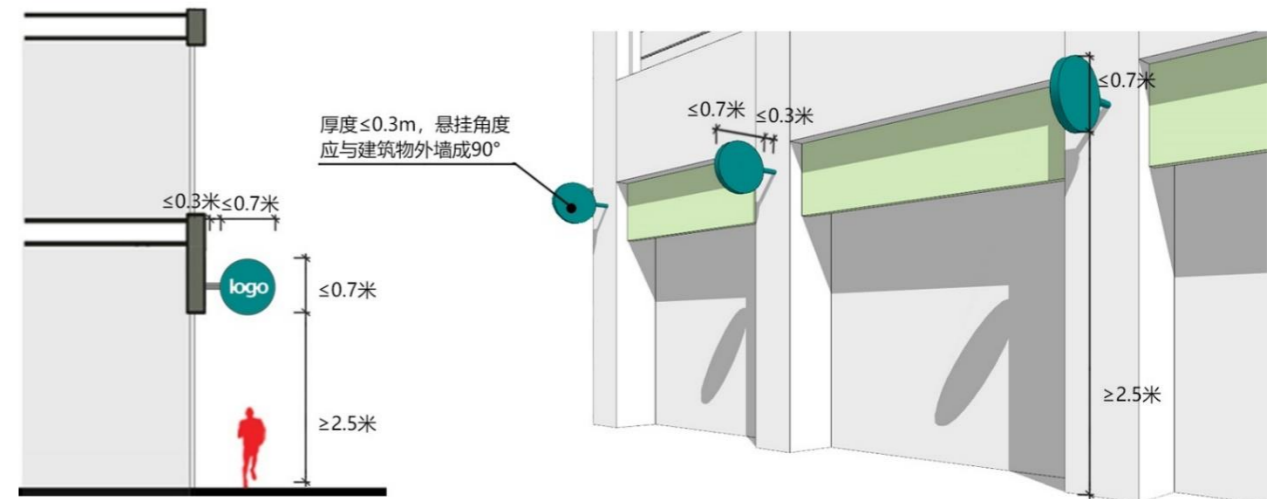
6.3.3 垂直于建筑外墙的招牌

1、设置通则

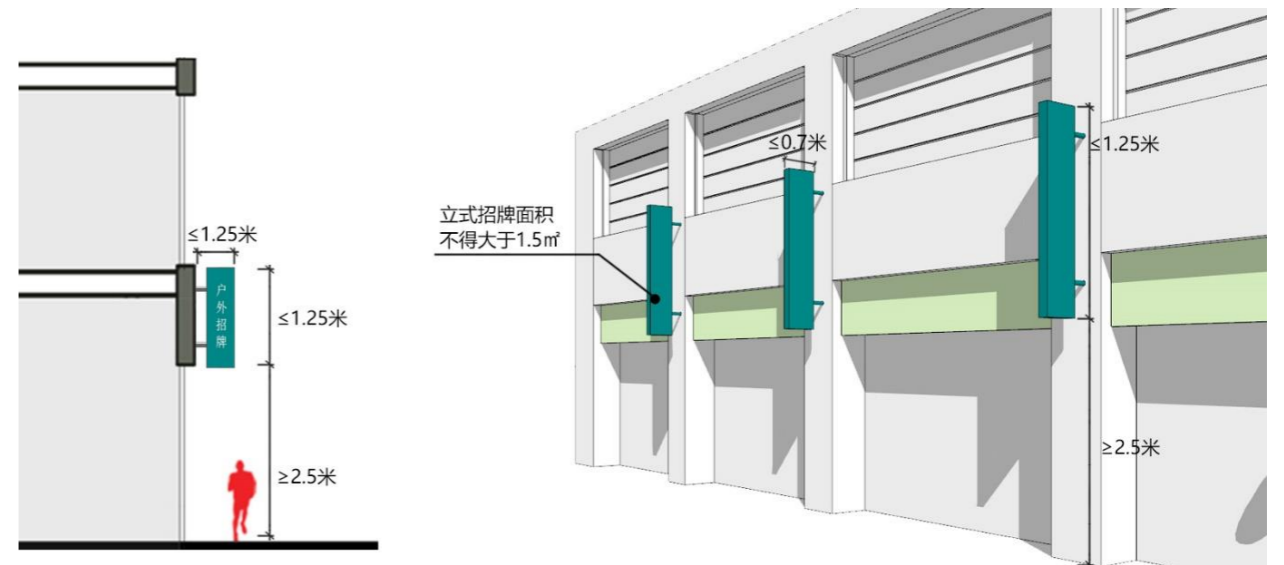
- (1) 依附于建（构）筑物外墙面与外墙垂直的户外招牌称为垂直外墙式招牌，包括小型侧招、立式招牌、集中式竖招等形式；
- (2) 商业建筑底层有专用出入口的单位，允许在其出入口两侧的墙面设置一块小型侧招；
- (3) 小型侧招不得设置在二层楼板以上，宜以实物造型或图案来表现单位标识（LOGO），不宜采用动态光源；
- (4) 小型侧招最大直径或最大边长不得大于0.7m，厚度不得大于0.3m；底边距地面不得小于2.5m，支架出挑的距离不得大于0.3m、悬挂角度应与建筑物外墙成90°角；
- (5) 立式招牌面积不得大于1.5m²（最大直径或最大边长不得大于1.25m），底边距地面不得小于2.5m。



垂直于建筑外墙的招牌示意图



小型侧招设置示意图



立式招牌设置示意图



6.3 招牌设施设置细则

Detailed Rules For Setting Signboard Facilities

6.3.3 垂直于建筑外墙的招牌

2、集中式竖招

(1) 集中式竖招仅限在商业区、商业步行街中，商业建筑内部没有专用室外出入口的经营场所

(店内店) 设置；

(2) 每栋建筑设置数量应 ≤ 2 处；

(3) 设施突出于所附着建筑立面的距离应 $\leq 1.2\text{m}$ ；

(4) 设施的净空高度应 $\geq 4\text{m}$ ；厚度 $\leq 0.3\text{m}$ ；

(5) 同一个集中式竖招，每个展示画面的设计风格、元素构成、色彩搭配应保持一致；

(6) 展示内容仅允许出现商家名称简写或标识、楼层，严格控制字数；

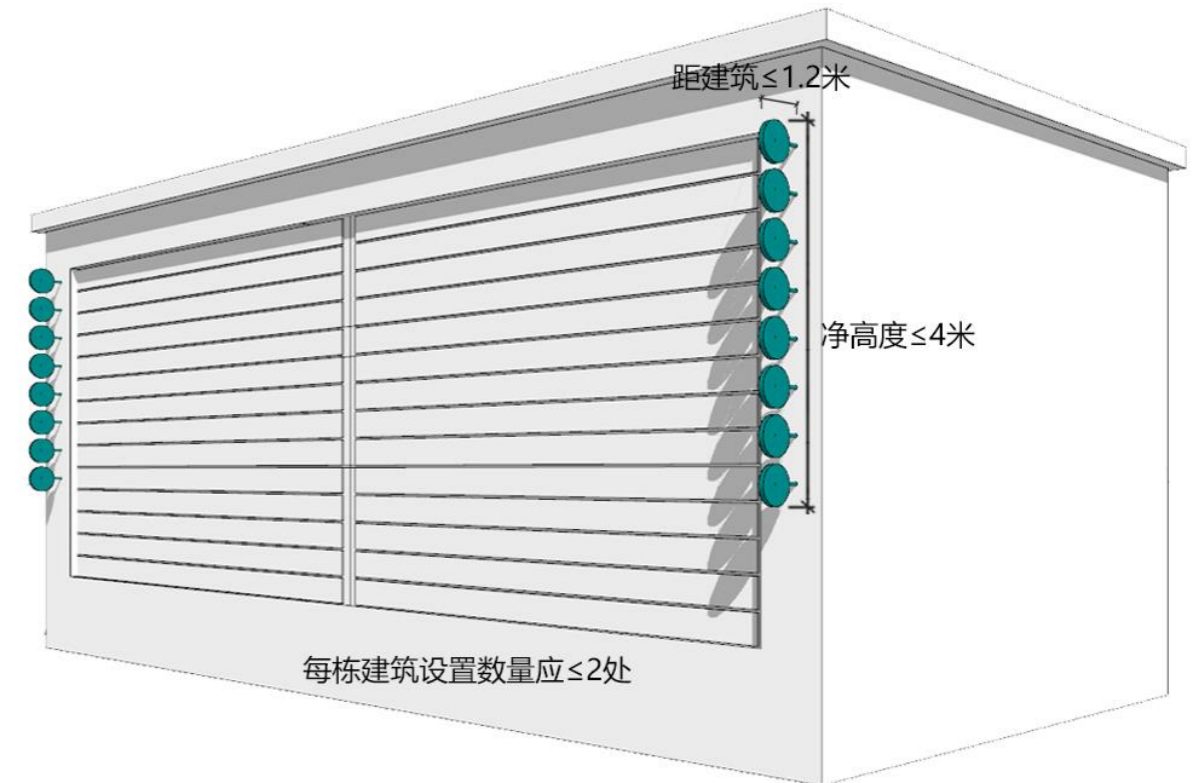
(7) 集中式竖招必须结合建筑进行一体化设计，整体造型简洁、美观；

(8) 除上述情形的小型侧招外，其余垂直墙面的户外招牌只允许在市规划行政主管部门批准的优化设置路段设置，其设置应经专家委员会通过。

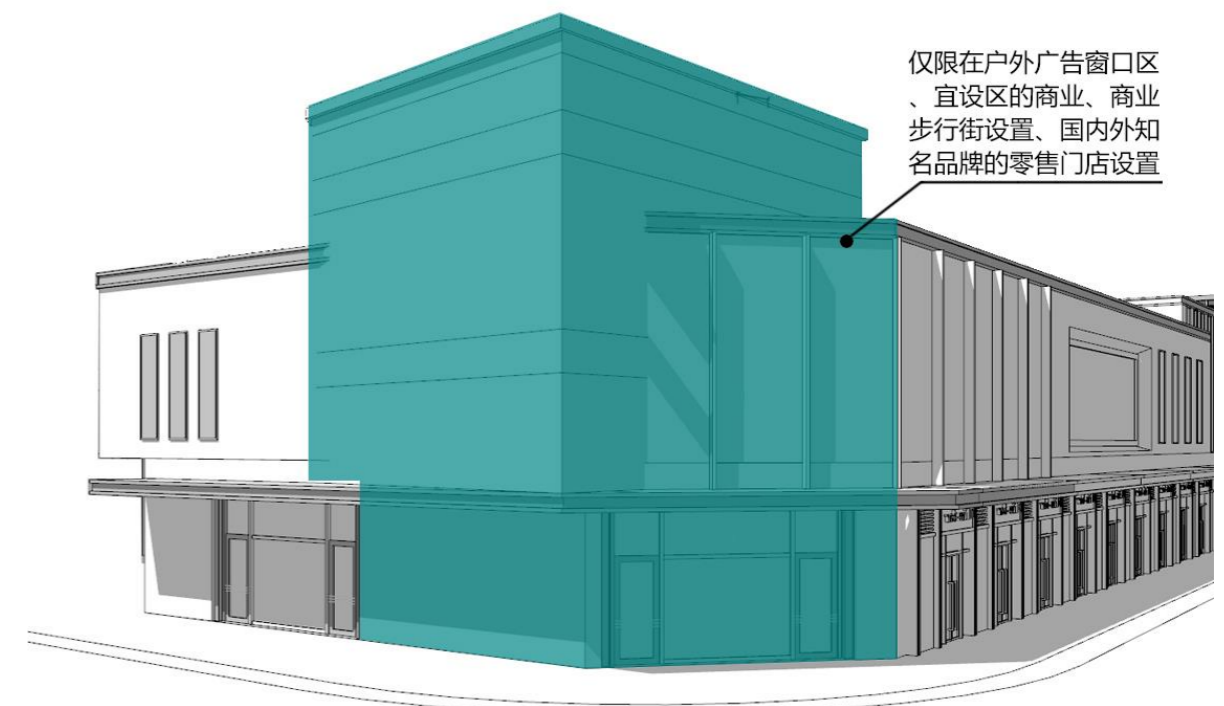
3、整体造型式招牌

(1) 仅限在商业区、商业步行街等繁华地段设置。

(2) 仅限国内外知名品牌的零售门店设置。



集中式竖招设置示意图



整体造型式招牌设置示意图

6.3 招牌设施设置细则

Detailed Rules For Setting Signboard Facilities

6.3.4 组合落地式招牌

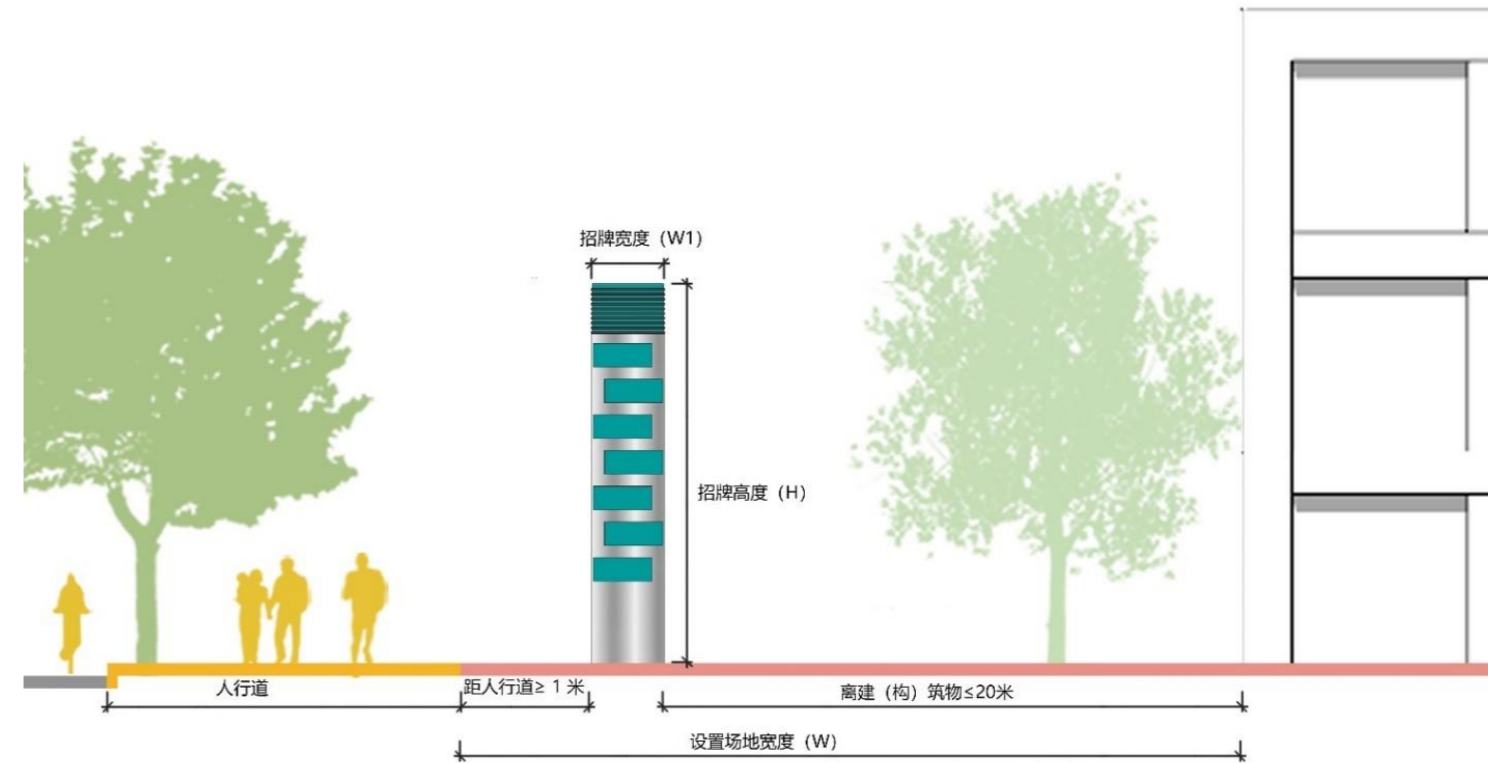
- 1、组合落地式店招主要设置于大型商场、专业市场、商务办公楼等所属建筑（单位）的用地红线范围内，宜设置在距离建（构）筑物12米范围之内，不得在距离建（构）筑物20米范围外设置；距人行道距离应 ≥ 1 米；不能占用城市道路用地和绿地空间。
- 2、组合落地式店招数量不得超过所属建筑物主要出入口的数量，高度应符合下表要求。
- 3、店招内容仅允许设置所属建筑物内商家的招牌。
- 4、允许采用内投光和自发光形式，不得使用外打光，应设置合理的光照强度，避免对周边环境造成污染。
- 5、同一地块内的组合落地式店招的形式、尺寸等宜保持一致。

设置场地宽度W (m)	招牌高度H (m)	招牌宽度W1 (m)	占地面积 (m ²)
$W \leq 10$	$1.2 \leq H \leq 3$	$W = 0.8$	1
$10 < W \leq 20$	$1.2 \leq H \leq 5$	$W = 1$	1.2
$20 < W$	$1.2 \leq H \leq 6$	$W = 1.2$	1.5

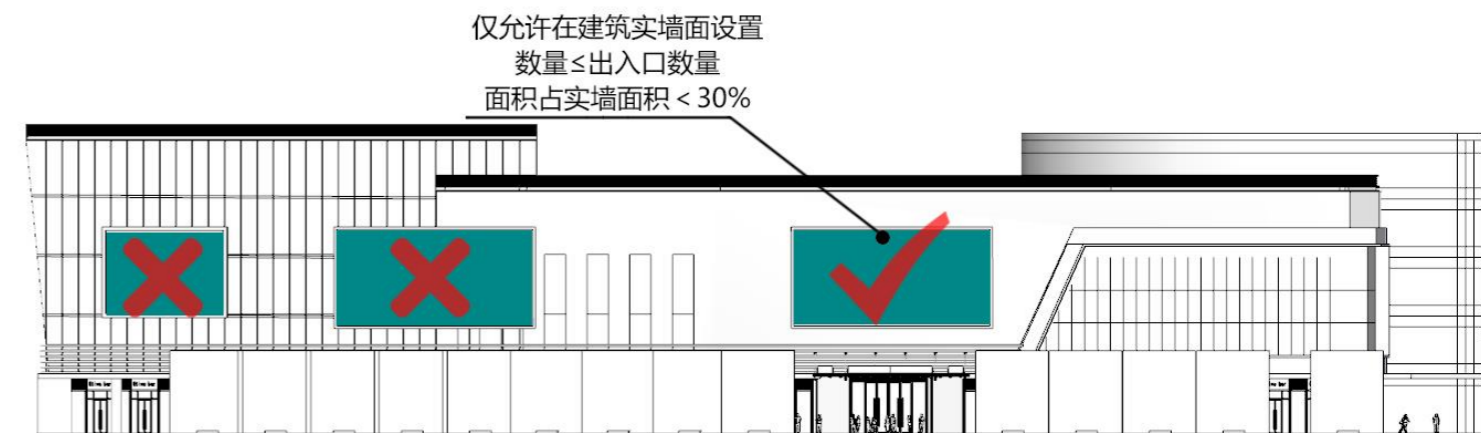
注：设置场地宽度是指在自身红线范围内，建筑物外墙面与之平行的最近的人性道路缘石线之间的距离

6.3.5 品牌墙

- 1、仅限商业建筑内部没有专用室外出入口的经营场所（店内店）设置。
- 2、品牌墙仅允许在建筑实墙面设置。
- 3、展示内容仅允许出现商家名称简写或标识、楼层，严格控制字数。
- 4、品牌墙数量不应超过建筑主要出入口的数量。
- 5、品牌墙整体面积应小于所附着建筑实墙面面积的30%。
- 6、鼓励结合建筑进行一体化设计，整体造型简洁、美观。



组合落地式招牌设置示意图



品牌墙设置示意图

6.4 制作材料控制引导性要求

Guiding Requirements for Control of Signboard Making Materials

制作材料是招牌设施品质的物质基础和根本保证，规划限制使用档次比较低的材料，如喷绘布、灯箱布、3M布等布类材料；鼓励使用新材料、节能环保材料等，提高招牌标识的精致程度，主要如PC板、抗腐蚀金属、铝塑材质等材料。

具体的制作材料控制引导性要求如下：

- 1、招牌设施的材质、外观应与所处区域环境和建筑立面保持协调。
- 2、招牌设施的材质应选择符合国家标准的、安全性能高、耐久性好、维护成本低、节能环保的材料，宜采用材质、防水、坚固耐用的材质，不宜采用易腐蚀、易燃、易破损、易褪色、自重等室内装饰材料。
- 3、招牌设施不应出现外露的支架（含结构支撑、构建支架等）。
- 4、招牌设施应制作精良、造型美观、安装牢固。
- 5、招牌设施的材料应采用不反光的材质防止由于镜面反光所导致的行人、司机的眩晕感，以及对于车辆、行人通行的反光照射。
- 6、禁止使用铁皮、泡沫板、低端喷绘布等质量低劣材料，并限制金属、有机玻渣、油漆等材料的大量应用。
- 7、招牌设施禁止使用喷绘布、灯箱布、3M布等布类材料以及LED点光源、LED显示屏等动态和闪跳光源类的材料。

户外广告、招牌建议选用材料一览表

	名称	性能
常用材料	PC	质量轻、透光性强
	PVC	稳定性好、耐火阻燃、易加工、耐老化
	亚克力	质量轻、透光性好
	木塑板	刚度强、韧性强、不易变形开裂
	双色板	抗冲击性强、耐热、易加工、稳定性强
	不锈钢	质量轻、强度高、耐腐蚀
	自然发光材料	透明度高、易成型、涂层薄

招牌材质与建筑表皮材质匹配关系一览表

建筑表皮材质	常用建筑涂料				混凝土		装砌体贴面砖		木材木质	天然石材石板幕墙		玻璃玻璃类幕墙			金属类板材				其他	
	白色系	灰色系	灰黑色系	彩色系	清水混凝土	装饰混凝土	清水砖墙	贴面砖		石材	石板幕墙	框架式玻璃幕墙	点支式玻璃幕墙	全玻璃幕墙	铝铝合金板	铜及铜合金	铜板不锈钢板	锌板钛合金等	透明塑料薄膜	
招牌材料	合成板材	○	√	○	×	√	○	√	○	○	√	○	√	√	√	×	○	○	×	√
	金属材料	○	○	√	○	○	○	√	√	√	○	○	√	√	√	○	○	○	×	√
	玻璃	×	×	√	×	○	○	√	○	○	○	○	×	×	×	×	×	×	×	×
	木材 仿木	○	○	○	○	○	○	○	○	√	○	○	○	○	√	×	×	×	×	○
	宝丽布	○	×	○	○	○	○	○	×	○	○	○	○	○	○	×	×	×	×	×
	本体雕刻	○	○	○	○	√	√	√	○	×	√	√	×	×	×	×	○	√	×	×
	喷涂张贴	○	×	×	√	○	○	√	○	○	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	石材	√	×	×	√	√	√	√	×	×	√	√	×	×	×	○	○	○	○	×

注：√ 推荐使用；○ 允许使用；× 不推荐使用

107

重要节点设计引导

1. 出入口节点设计引导
2. 北城大道沿线设计引导
3. 其他重要节点设计引导

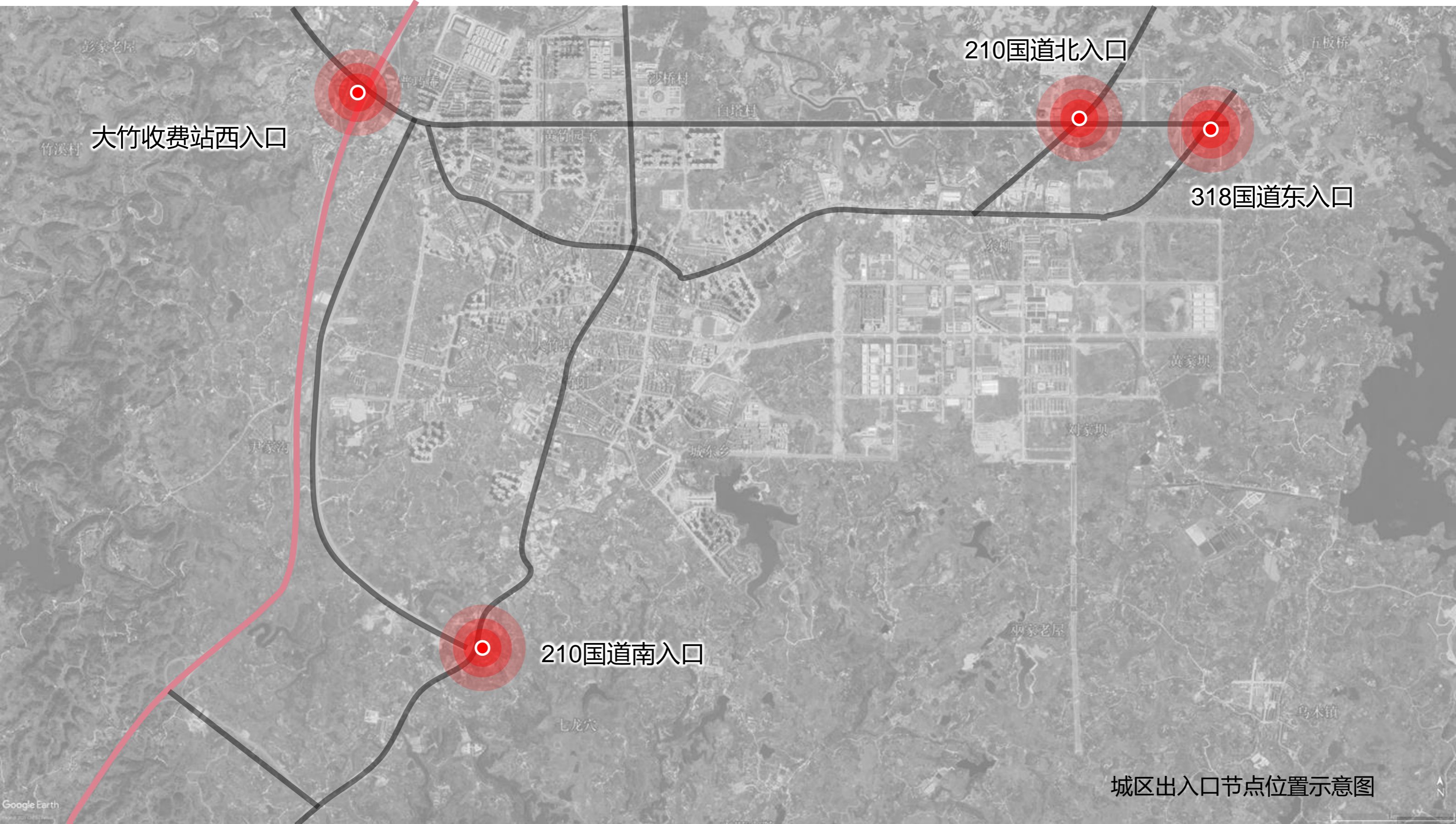
DESIGN OF IMPORTANT NODES



7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.1 出入口节点位置示意

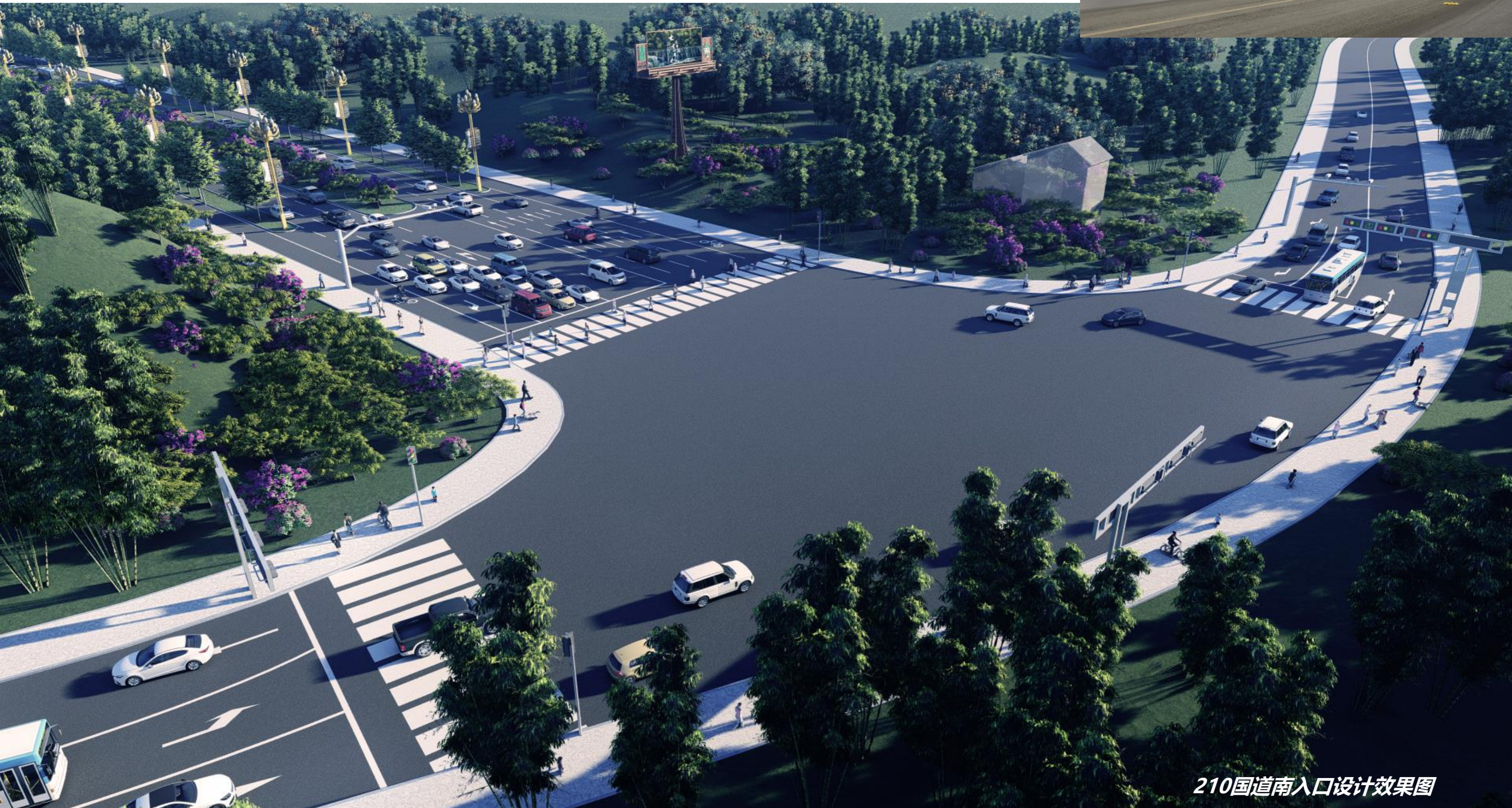


城区出入口节点位置示意图

7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.2 210国道南入口设计引导



210国道南入口设计效果图

7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.2 210国道南入口设计引导

Special Plan



7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.2 210国道南入口设计引导





7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.2 210国道南入口设计引导



210国道南入口设计效果图



7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.3 210国道北入口设计引导



210国道北入口设计效果图

7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.3 210国道北入口设计引导

Special Plan



节点设计效果图

7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.3 210国道北入口设计引导

Special Plan





7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.3 210国道北入口设计引导



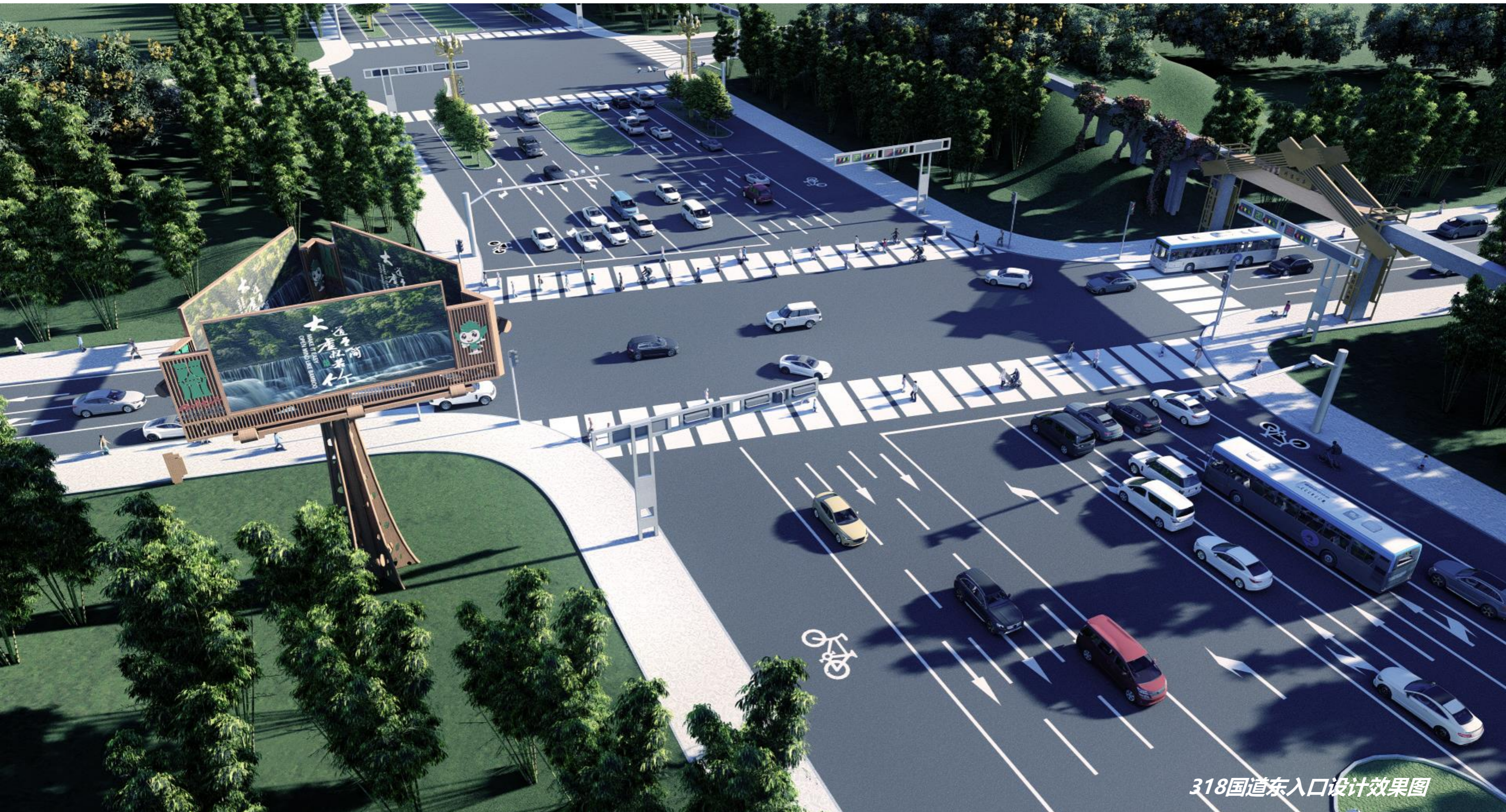
210国道北入口设计效果图



7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.4 318国道东入口设计引导



318国道东入口设计效果图

7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.4 318国道东入口设计引导



节点设计效果图



7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.4 318国道东入口设计引导



318国道东入口设计效果图



7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.4 318国道东入口设计引导



节点设计效果图

7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.5 大竹收费站西入口设计引导

Special Plan



大竹收费站西入口设计效果图



7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.5 大竹收费站西入口设计引导



大竹收费站西入口设计效果图



7.1 出入口节点设计引导

Design Guidance Of Entrance & Exit Nodes

7.1.5 大竹收费站西入口设计引导

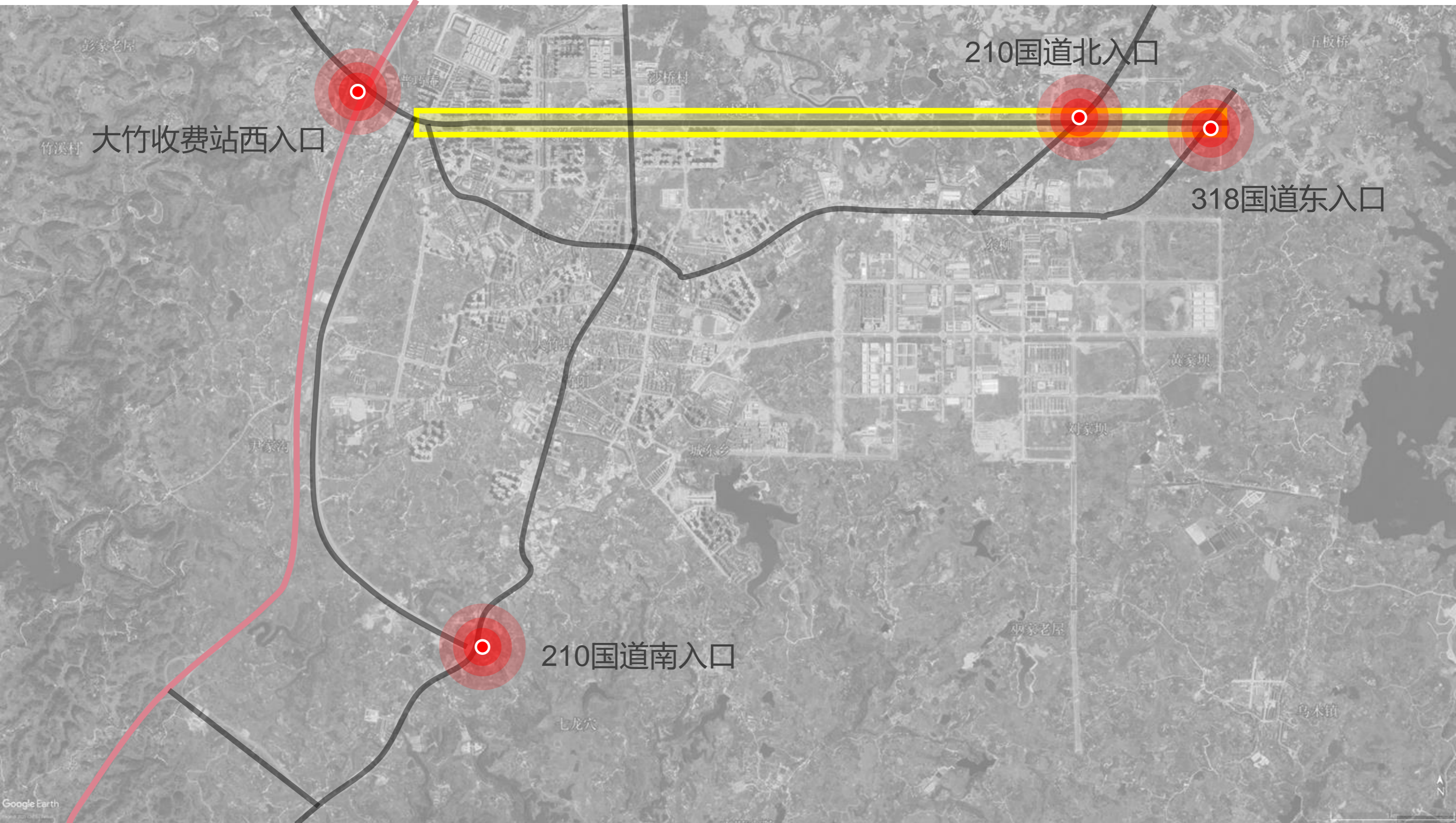


大竹收费站西入口设计效果图

7.2 北城大道设计引导

Design Guidance Of Beicheng Avenue

7.2.1 北城大道设计引导范围示意





7.2 北城大道节点设计引导

Design Guidance Of Beicheng Avenue



北城大道部分节点景观设计效果图



7.2 北城大道节点设计引导

Design Guidance Of Beicheng Avenue



北城大道部分节点景观设计效果图



7.2 北城大道节点设计引导

Design Guidance Of Beicheng Avenue



北城大道部分节点景观设计效果图



7.2 北城大道节点设计引导

Design Guidance Of Beicheng Avenue

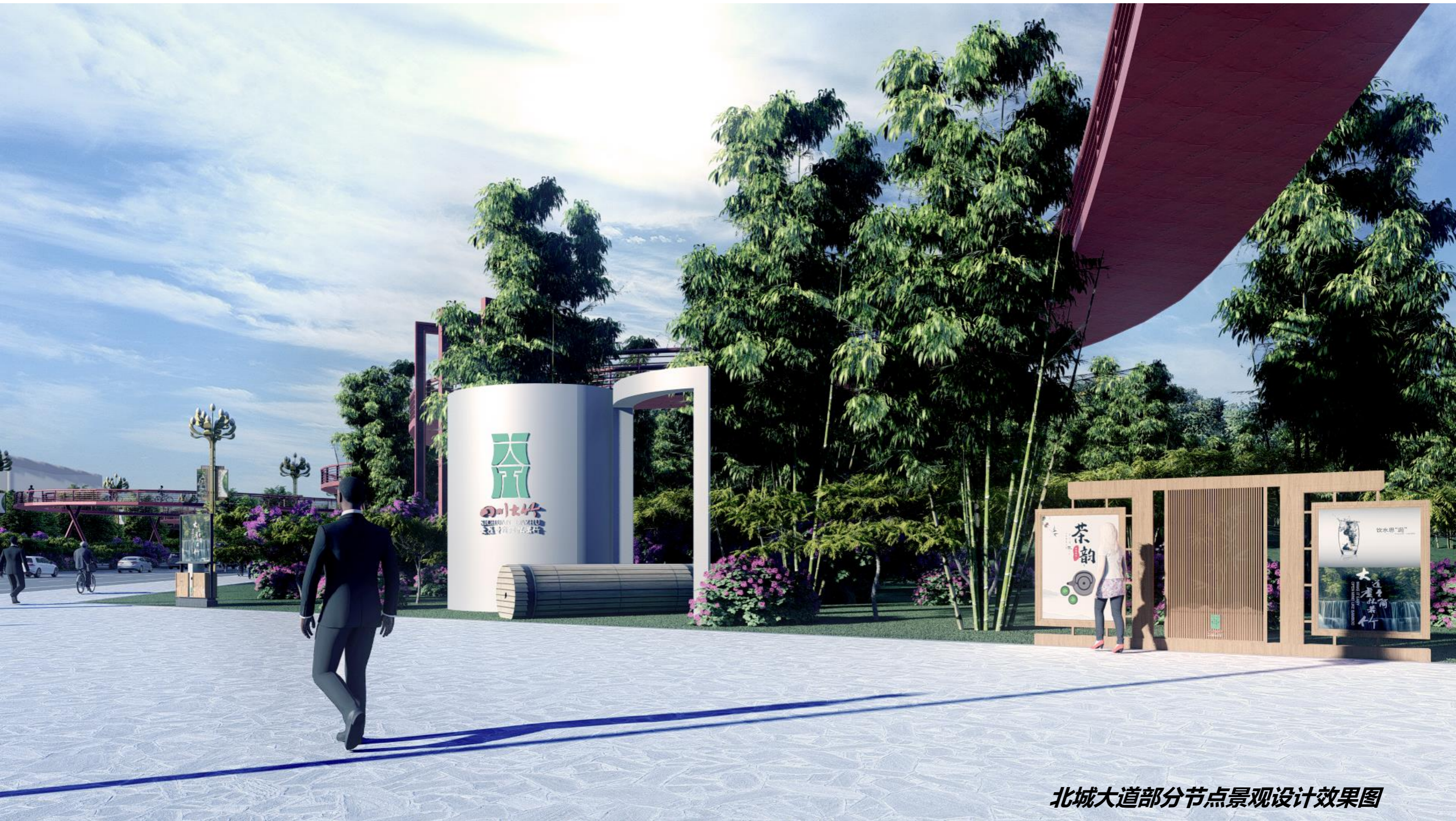


北城大道部分节点景观设计效果图



7.2 北城大道节点设计引导

Design Guidance Of Beicheng Avenue



北城大道部分节点景观设计效果图



7.2 北城大道节点设计引导

Design Guidance Of Beicheng Avenue



北城大道部分节点景观设计效果图



7.2 北城大道节点设计引导

Design Guidance Of Beicheng Avenue

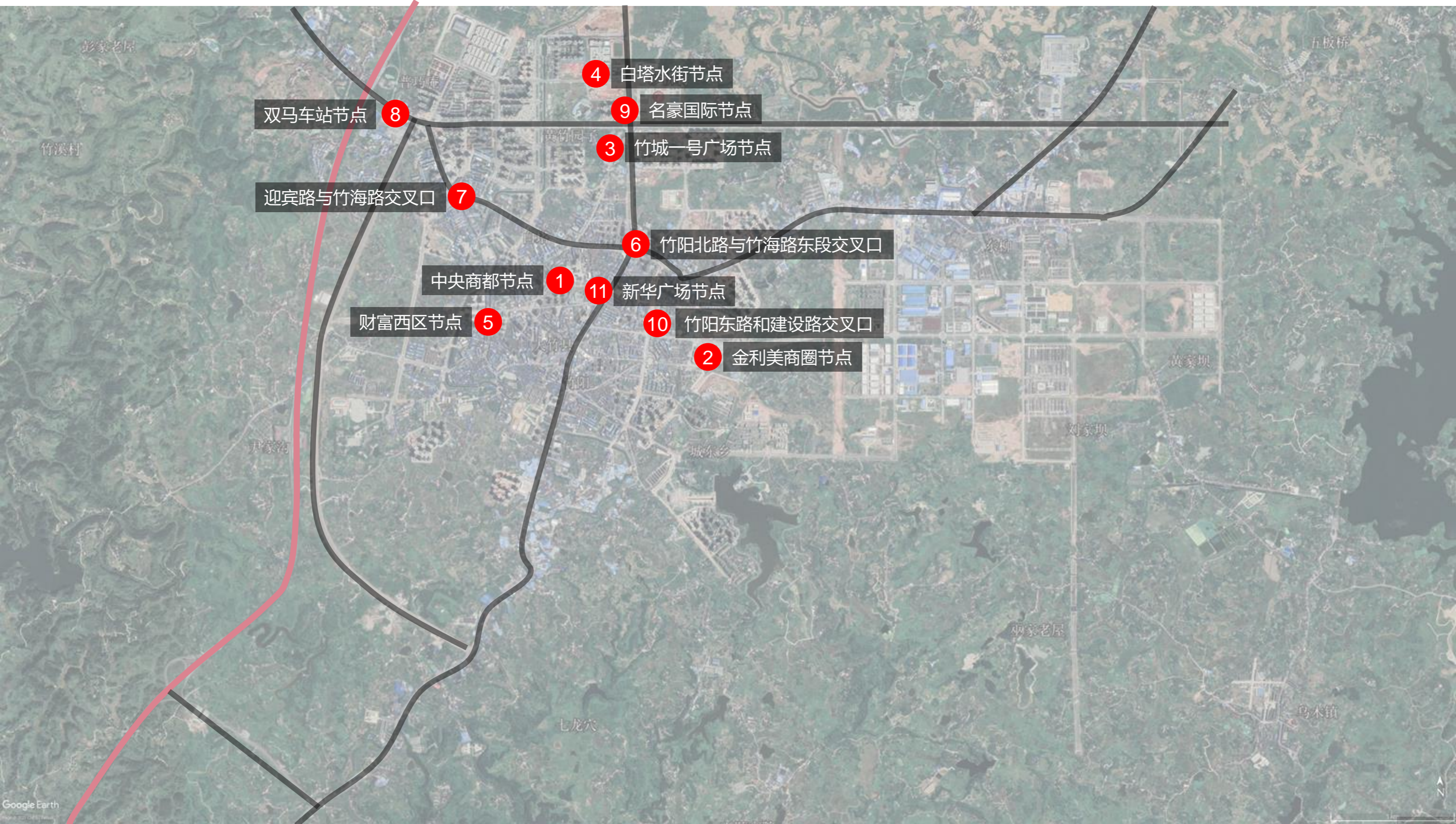


北城大道部分节点景观设计效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.1 节点位置示意



7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.2 中央商都节点

裙房楼顶设置广告不符合设置要求

不允许张贴玻璃、窗户广告

垂直于建筑的招牌不符合设置要求

低级别道路不允许设置灯杆广告



中央商都节点户外广告与招牌设置现状问题

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.2 中央商都节点



中央商都节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.3 金利美商圈节点



金利美商圈节点户外广告与招牌设置现状问题

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.3 金利美商圈节点



金利美商圈节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.4 竹城一号广场节点

墙面户外广告设置不符合设置要求 <

招牌设施遮挡窗户，不符合设置要求 <

禁止设置窗户广告/劣质的喷绘布招牌 <



竹城一号广场节点户外广告与招牌设置现状问题

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.4 竹城一号广场节点



竹城一号广场节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.5 白塔水街节点

禁止玻璃张贴户外广告 ←

喷绘布招牌设施不符合品质设置要求 ←

落地式户外广告不符合设置要求 ←



白塔水街节点户外广告与招牌设置现状问题

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.5 白塔水街节点



白塔水街节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.6 财富西区节点

- 裙房楼顶设置招牌不符合要求
- 电子走字屏广告遮挡了居民窗户
- 不允许设置布幅广告
- 不允许设置布幅广告
- 不允许设置布幅广告



财富西区节点户外广告与招牌设置现状问题

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.6 财富西区节点



财富西区节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.7 竹阳北路与竹海路东段交叉口节点

禁止设置布幅广告
楼顶招牌不符合设置要求

禁止设置楼顶户外广告设施



竹阳北路与竹海路东段交叉口节点户外广告与招牌设置现状问题

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.7 竹阳北路与竹海路东段交叉口节点



竹阳北路与竹海路东段交叉口节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.7 迎宾路与竹海路交叉口节点

楼顶不允许设置户外广告

建筑名称不符合设置要求



迎宾路与竹海路交叉口节点户外广告与招牌设置现状问题

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.7 迎宾路与竹海路交叉口节点



迎宾路与竹海路交叉口节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.8 双马车站节点

不符合设置要求

不允许设置玻璃广告

喷绘布不符合设置要求

楼顶不允许设置户外广告



双马车站节点户外广告与招牌设置现状问题示意图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.8 双马车站节点



双马车站节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.8 双马车站节点



双马车站节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.9 名豪国际节点

不符合设置要求

招牌设施不符合设置要求

墙面广告不符合设置要求



名豪国际节点户外广告与招牌设置现状问题示意图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.9 名豪国际节点



名豪国际节点户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.10 竹阳东路和建设路交叉口

楼宇标识不符合设置要求

商铺招牌形式大小不统一

屋顶广告不符合设置要求

旗杆广告不符合设置要求



户外广告与招牌设置现状问题示意图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.10 竹阳东路和建设路交叉口



竹阳东路和建设路交叉口户外广告与招牌设置示意效果图

7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.11 新华广场节点

城市中心区不允许设置高立柱广告设施

天桥设施不允许设置商业性户外广告

禁止设置布幅广告设施



7.3 其他重要节点设计引导

Design Guidance Of Other Important Nodes

7.3.11 新华广场节点



户外广告与招牌设置示意效果图

/08

规划实施保障

1. 近期实施规划
2. 实施保障措施
3. 市场化运作模式

IMPLEMENTATION GUARANTEE

8.1 近期实施规划 Recent Implementation Plan

8.1.1 近期实施规划措施

拆除、保留、提升、新增四大手段对户外广告、招牌分类施策

01.

拆除

设置位置在不允许设置范围内的
材质低劣、色彩突兀、工艺粗糙的
遮挡视线，影响交通安全的
存在安全隐患的

.....



02.

保留

属于允许设置的情况与类型的
设置符合本规划或标准的
与周围环境、建筑形态协调的
广告宣传价值较高的

.....



03.

提升

处于允许设置范围内，但存在以下问题的
色彩混乱、与环境相冲突
设置无序、密度过高
工艺粗糙、有安全隐患的

.....



04.

新增

属于允许设置范围内的
有较高的广告宣传价值的
附属载体存在设置空间的
能增强周边商业氛围活力的

.....





8.1 近期实施规划

Recent Implementation Plan

8.1.2 近期实施规划的期限、重点与目标

近期建设的期限

根据城市土地开发情况，坚持可持续发展，按照“分区实施、试点先行、逐步推进”的原则，结合城市建设进度规定设置年限，确定近期规划期限为：

2021年-2025年

近期建设的重点

结合大竹县城市建设现状和城市户外广告、招牌设置情况，近期建设的重点是：

整治改造主要街道、商圈的户外广告设施

近期建设的目标

规划在近期通过开展户外广告、招牌设施专项整治行动，在本规划范围内推行本规划，力争大竹县呈现出发展有序、形式多样、特色突出的户外广告、招牌设施发展形态，倡导在地文化、体现人文关怀、营造优美环境、提升大竹县城市品牌，展现出城市综合经济和文化实力。



8.1 近期实施规划

Recent Implementation Plan

8.1.3 近期规划实施的重点工作

四个方面着手指导近期户外广告、招牌整治改善工作



建立完善的户外广告管理机制

政府相关职能部门应逐步加强对户外广告设施的管理力度和经营权，形成一套设计—评估—审批—施工—验收—维护的管理体系；完善城市户外广告设施管理法律、法规，合理引导户外城市广告设施健康有序地发展。大竹县应当结合本次规划，出台《大竹县户外广告和招牌设置管理暂行规定》，规划指导本规划范围内的户外广告、招牌的设置工作开展。



严控临时性户外广告

严格控制在商业繁华区进行商业性庆典宣传活动，超过规定时限的要及时清理。临时性公益宣传广告，要规定时限拆除，特别是交通隔离栅栏、街道两侧墙体上设置宣传条幅、广告要及时清理。禁止经营性宣传条幅广告。



建立可操作性强的整治模式

大竹县城市户外广告、招牌的设置应体现不同街区的特色、本地文化内涵和可识别性。城市中不同的道路有其不同的特性，其形成的历史、使用性质、沿街风貌、人流构成等都是不同。在实施过程中，应通过进一步的户外广告设施规划设计针对各城市街道的特色对户外广告进行梳理，从而使城市更加鲜活、特色分明。



加强公益性户外广告的建设

公益性户外广告是彰显城市文化、提升城市品牌、体现人文关怀的有效载体，同时也是创建国家文明城市的具体要求之一。就现状而言，公益广告多以路灯灯杆广告的形式存在，形式较为单一；南部老城区现状公益性户外广告设施数量过少，在近期建设中应加强公益性户外广告设施的建设。



8.1 近期实施规划

Recent Implementation Plan

8.1.4 近期建设整治标准



大型立柱式户外广告牌

本规划范围内，无规划、城管设置手续或设置手续超期的大型立柱式户外广告牌依法予以拆除。



楼（屋）顶广告、墙体广告、立式平面广告等大型广告牌

未办理规划设置手续或者规划设置手续超期的，依法拆除；陈旧破损、存在安全隐患、严重影响大竹城市形象的，依法拆除或者整改；符合设置条件的，需经严格审批或招、拍、挂处理。



交通标志广告、路灯杆广告、公交站牌广告

不符合规划设置要求的，依法拆除（清除）或者整改；没有办理规划设置手续或规划设置手续超期的，依法拆除。



沿街店面招牌

按照“一店一牌、统一设置位置、统一设置高度、统一设置标准”的要求，整治主要道路两侧的门头牌匾。



小立柱广告牌、活动式广告牌

主要道路连接线两侧绿化带外侧以内私设乱摆的广告牌（包括实物广告）全部清理完毕。



临时性宣传广告和乱贴乱画

城区内主次干道无乱贴乱画、无擅自设置的临时性宣传广告。

8.1 近期实施规划

Recent Implementation Plan

8.1.5 近期建设整治步骤

整治步骤按照 统筹考虑、分期实施、逐步展开

规划将近期户外广告、招牌设施整治划分为宣传核实、自行整改、强制拆除、检查验收、统一设置五个阶段。

宣传核实阶段

01 发布整治通知文件，召开相关部门协调会。户外广告管理部门在国土等部门配合下，做好整治范围内户外广告的核查登记工作。通过媒体发布公告，要求产权人在公告规定时间内分别到户外广告相关部门接受调查询问，核实有关情况。对清理整顿户外广告管理部门依法认定的违章户外广告分类造册列出拆除清单，统一进行媒体公示

自行整改阶段

02 督促违法设置户外广告产权人自行整改，对调查核实无规划手续或设置手续已超期的户外广告，进入执法程序，责令限期自行拆除。

强制拆除阶段

03 对逾期未能自行拆除的，依法组织强制拆除。发布公告后未接受调查处理的，视为无主广告，一并组织强制拆除。

检查验收阶段

04 对户外广告整治情况进行检查验收，发现问题，责令限期整改，确保整治效果。

统一设置阶段

05 按照本规划的具体设置要求，采用LED、互动广告、投影广告等新技术，高起点、高标准地重新设置门店招牌。参照其他城市整治工作经验，工程实施模式，推荐有技术、有实力、有信誉的企业负责新店面招牌的统一设计、统一制作及安装。



8.2 实施保障措施

Implementation of safeguard measures

三大实施保障措施



运用法律手段，确定管理职责

加强广告管理审批机构力量，明确各相关部门职责和分工，建立有效的管理机制，协调一致，方能保证城市户外广告专项规划顺利实施完成。通过规划科学合理的布局户外广告，并成立专门的城市户外广告经营和管理机构，对全县的现状户外广告进行逐步梳理排查，对违章、违规的户外广告进行整改，对不符合规划的户外广告到期后进行拆除，并对布点权、经营权进行统一管理，避免城市户外广告资源经营收益流失。**实现户外广告经营管理“三统一”，即统一规划设置，统一拍卖招标，统一监督管理。**



运用技术手段，丰富视觉感受

加快建立广告管理信息数据库，提倡数字化管理，提高管理效率。广泛吸引广告界各类专业人才，构建专家库，建立咨询、审查机构，提高城区广告设计品位。扶持本土广告行业，加强对广告设计、开发市场的培养，壮大城区广告公司的实力和规模，做大做强广告产业。鼓励广告公司开发户外广告新媒体、使用新材料、新技术，现阶段提倡使用制作精良、技术先进的电脑喷绘、投光灯、霓虹灯、优质灯箱和大型彩色电子显示屏等具有现代化气息的户外广告。



建设数字平台，实现全时监控

依托智慧城市或数字城管平台，构建户外广告的数字化管理平台 and 地理信息系统，实现公众的咨询监督、行业的查询、报审以及主管部门的审批、监督等全方位、全时管理。数字化管理平台建议整合户外广告设置现状、各层级规划设计方案、标准规范等设置、管理依据，向社会及各级管理部门公开，同时复合审批-备案系统及专家咨询、部门-专家联审系统，并将日常监督、检查情况等并纳入，形成从前端规范、方案公开到审批、备案到监督、检查的全流程的复合系统，同时开放相应接口方便公众监督。



8.3 市场化运作 Market operation

加强户外广告的市场化运作，通过立法的形式将户外广告资源市场化

以市场化招投标、拍卖的形式取代以往简单的审批，科学配置城市资源，有效地促进城市建设投资多元化
增强城市自我发展能力，提高管理效率。



01

遵循市场规律，坚持规划建设

遵循市场规律，严格依法办事，坚持先规划后建设。对于已经设置的广告，由政府依法解决；该补偿的予以补偿，该拆除的予以拆除；可以延期的户外广告，在招投标或者拍卖时确保这些企业的优先权。



02

保护企业利益，促进良性发展

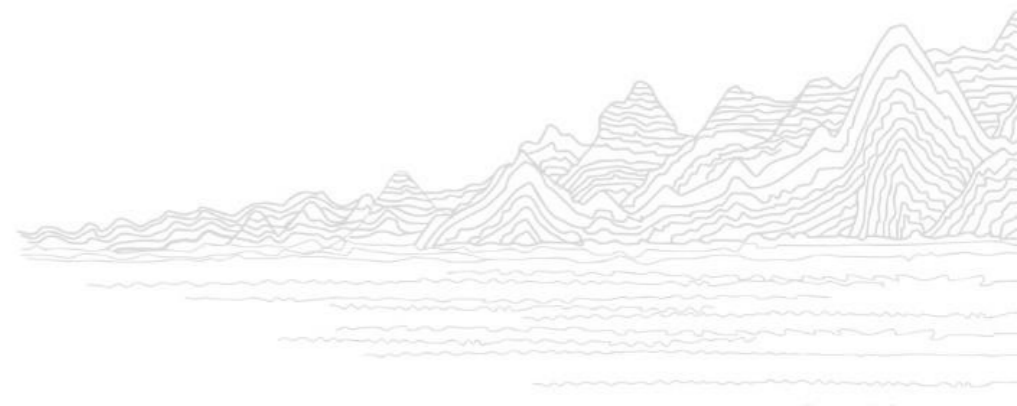
实行户外广告设施的市场化运作，提高县容环境水平，实现公共资源的再开发再利用，规范户外广告市场，使广告公司从恶性竞争的发展模式里解脱出来。降低企业成本，保护企业利益，通过市场化运作造就规范经营、品质过硬的企业。采用市场化运作透明化、招投标公开化、监督管理依法化、审批高效化的管理措施，促进企业竞争环境良性发展



03

企业利益与公共利益统筹兼顾

通过市场化运作所取得的收益，属于私人业主委托的应明确归属私人所有，政府按照管理成本收取一定的利益或者不收取；政府用于收取的这部分利益与公共物权上的利益一起纳入到财政专户，统一用于城市规划、管理等。



BES | 大地风景文旅集团
BES Cultural Tourism Group

北京市朝阳区北四环中路27号盘古大观31层

400-060-8181

www.bescn.com