

# **济南市户外广告和牌匾标识专项规划**

## **文本（通则）**

2017年7月

# 目 录

第 1 章 总 则 .....	3
第 1.1 条 规划目的 .....	3
第 1.2 条 规划依据 .....	3
第 1.3 条 规划原则 .....	3
第 1.4 条 规划范围 .....	4
第 1.5 条 规划对象 .....	4
第 1.6 条 地位作用 .....	4
第 1.7 条 强制性条款 .....	4
第 2 章 户外广告分区控制 .....	6
第 2.1 条 分区定义 .....	6
第 2.2 条 规划分区 .....	6
第 2.3 条 分区管理要求 .....	9
第 2.4 条 分区控制要求 .....	9
第 3 章 户外广告分类管理 .....	13
第 3.1 条 分类定义 .....	13
第 3.2 条 规划分类 .....	13
第 3.3 条 分类要求 .....	14
第 4 章 牌匾标识设置要求 .....	19
第 4.1 条 一般要求 .....	19

第 4.2 条 禁止条款 .....	19
第 4.3 条 楼宇标识设置要求 .....	20
第 4.4 条 店招牌匾设置要求 .....	23
第 5 章 通用规定 .....	28
第 5.1 条 基本要求 .....	28
第 5.2 条 安全要求 .....	29
第 5.3 条 照明要求 .....	29
第 5.4 条 材料外观要求 .....	31
第 5.5 条 色彩要求 .....	31
第 5.6 条 内容要求 .....	32
第 5.7 条 公益广告设置要求 .....	32
第 5.8 条 临时性户外广告设置要求 .....	33
6. 附则 .....	35
6.1 分类与定义 .....	35
6.1.1 分类 .....	35
6.1.2 定义 .....	36
6.2 测量标准 .....	42

# 第1章 总则

## 第1.1条 规划目的

为加强济南市户外广告和牌匾标识管理,规范设置行为,提升城市品位,塑造良好城市形象,营造高品质、有特色的市容环境;完善管理依据,引导空间资源合理利用,进一步提升城市管理的精细化水平,遵照严管严控的思路,编制《济南市户外广告和牌匾标识专项规划》(以下简称本规划)。

## 第1.2条 规划依据

《中华人民共和国广告法》(2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议修订)  
《中华人民共和国城乡规划法》(2007年10月28日中华人民共和国主席令第74号公布)  
《城市容貌标准》(GB 50449-2008)  
《城市用地分类与规划建设用地标准》(GB 50137-2011)  
《城市户外广告设施技术规范》(CJJ149-2010)  
《城市夜景照明设计规范》(JGJ/T163-2008)  
《山东省城镇容貌和环境卫生管理办法》(2010)  
《济南市城市市容管理条例》(2016)  
《济南市户外广告设置管理条例》(2011)  
《济南市城市总体规划》(2011—2020年)  
《城市中心、次中心与卫星城规划布局研究》(2016)  
《济南市城市商业网点规划》(2016-2020)

## 第1.3条 规划原则

### 1.3.1 公共利益优先原则

以维护济南城市形象,塑造安全、美观、舒适、有特色的市容环境作为优先考虑,严格规范户外广告和牌匾标识设置,保障社会公众权益;通过公开、公平的技术平台,推动济南市户外广告行业良性、可持续发展。

### 1.3.2 提升市容原则

户外广告和牌匾标识作为市容景观元素,通过严格规范,匹配济南城市定位和市容景观环境建设水平;作为城市媒体元素,通过艺术化设计和创意,展现济南历史文化名城的深厚底蕴和现代都市的创意实力,点睛市容景观。

### 1.3.3 鼓励创新原则

鼓励对户外广告和牌匾标识进行创意性设计、艺术化表现；鼓励新技术、新媒体、新材料和新工艺的应用。

### 1.3.4 通俗实用原则

规划面向政府、行业、市民等不同使用主体，从内容编排和条款制定等多方面强化文本的可读性、实用性和可操作，采用图文并茂的方式辅助理解。

## 第1.4条 规划范围

本规划覆盖济南市历下、市中、天桥、槐荫、历城和高新区，在上述范围内的户外广告和牌匾标识设置活动均应执行本规划。其他县、区的户外广告和牌匾标识设置参考本规划执行。

## 第1.5条 规划对象

本规划所指的户外广告，包括在城市建（构）筑物、交通工具等载体的外部空间，城市道路及各类公共场地，以及城市之间的交通干道边设置（安装、悬挂、张贴、绘制、放送、投映等）的各种形式的商业广告、公益广告设施；

本规划所指的牌匾标识，是指行政区域内的机关、团体、部队、院校、各企事业单位和个体工商户在其经营、办公场所或建筑物控制范围内，设置与其注册登记名称相符的、带有名称、字号、标志等内容的起提示作用的各种标牌、标识、匾额、指示牌。包括楼宇标识和店招牌匾两大类。

本规划不涉及道路交通和公共指示牌。

## 第1.6条 地位作用

本规划是户外广告和牌匾标识设置、管理的依据，在“第1.4条”范围内的户外广告和牌匾标识设置活动均应执行本规划。

本规划自批准之日起，由济南市城市管理局负责组织实施。

## 第1.7条 强制性条款

**本规划中使用加粗黑体字撰写的条文为强制性条款，必须严格执行。**



## 第2章 户外广告分区控制

通过对济南城区功能结构、空间环境以及城市建设发展进程的统筹考虑，本规划通过限设区和禁设区实施分区控制。

### 第2.1条 分区定义

#### 2.1.1 限设区

在保护城市市容景观环境基础上，以服务城市商业发展、服务城市公共宣传和营造城市活力为目的，适度设置户外广告的区域。

#### 2.1.2 禁设区

以保护济南特色景观、历史风貌和公共空间环境品质，保护交通和公共设施安全，保护生态环境和居民生活禁止设置户外广告的区域以及其他需要禁设户外广告的区域。

主要包括山体、河流，泉水保护区、大明湖、古城，历史文化街区，居住区、办公区、工业区等城市功能区及其他未列入限设区的区域。

### 第2.2条 规划分区

分区覆盖规划范围内的城市主中心、副中心、三个次中心、八个地区中心、七个其他商圈、十个城市窗口地区（包括遥墙机场、火车站、汽车站等），以此为基础划定限设区，限设区之外的所有地区均为禁设区。（限设区范围详见表1）

表 1 限设区范围一览表

类型	名称	范围
主中心	泉城路及泉城广场周边	泉城路、趵突泉北路、黑虎泉西路、黑虎泉北路围合区域；泺源大街以南、趵突泉南路以东、朝山街以西区域（具体范围见片区规划分区图）；泺源大街以南、朝山街以东、历山路以西区域（具体范围见片区规划分区图）；南门大街以东、泺源大街以北区域（具体范围见片区规划分区图）；趵突泉北路、泉城路、玉环泉街、省府西街、鞭指巷、将军庙街围合区域；泉城路以北，院前街以东，按察司街以西区域（具体范围见片区规划分区图）。
	大观园	纬三路、经五路、顺河西路、人民商场后街、经三路围合区域；顺河东街、普利街、共青团路围合区域。

副中心	CBD	工业南路以南、华阳路以东、经十路以北、奥体中路以西围合的 CBD 核心区（由于现状道路未形成，具体范围见片区规划分区图）；工业南路以北、华阳路以东、奥体西路以西区域（具体范围见片区规划分区图）；经十路以南、转山西路以东区域（具体范围见片区规划分区图）；经十路以南、转山西路以西区域（具体范围见片区规划分区图）。
	汉峪	舜华南路、经十路、花椒山西路、龙奥北路围合区域。
	贤文	会展路、崇华路、工业南路、会展西路围合区域；奥体中路、工业南路、崇华路、会展路围合区域；奥体中路以东、工业南路以南、崇华路以西围合区域（具体范围见片区规划分区图）；工业南路、崇华路、天辰大街、颖秀路围合区域；工业南路以南、颖秀路以东、开拓路以西围合区域（具体范围见片区规划分区图）；会展东路、会展路、颖秀路、工业南路围合区域；颖秀路以东、工业南路以北、开拓路以西区域（具体范围见片区规划分区图）。
次中心	西客站	齐鲁大道、兴福路、腊山河西路、烟台路围合区域；兴福路、腊山河西路、威海路、腊山河东路、日照路、腊山河西路、烟台路、淄博路围合区域；兴福路、淄博路、威海路、东营路、日照路、淄博路、烟台路、二环西路围合区域。
	新东站	工业北路、坝王路、石济客运专线、钢化路围合区域（具体范围见片区规划分区图）。
	孙村	世纪大道以南、春晖路以西、杨家河以东区域（具体范围见片区规划分区图）；世纪大道、春晖路、济南高新区实验中学、春博路围合区域（具体范围见片区规划分区图）；经十东路以北、春晖路以东、科新路以南区域（具体范围见片区规划分区图）；春晖路以西、科创路以南区域（具体范围见片区规划分区图）。
地区中心	北湖	津浦铁路以东、北园大街以北、顺河高架以西区域（具体范围见片区规划分区图）；北园大街以南、三孔桥街以东、顺河高架以西区域（具体范围见片区规划分区图）；水屯北路、顺河高架、北园大街、历黄路围合区域（具体范围见片区规划分区图）。
	洪楼	山大路以东、花园路以北、洪家楼北路以西围合区域（具体范围见片区规划分区图）；山大路以东、花园路以南、洪家楼南路以西围合区域（具体范围见片区规划分区图）。
	华山	小清河以北、二环东路以东区域（具体范围见片区规划分区图）；清河北路以北、华山沟以东区域（具体范围见片区规划分区图）；二环东路以西、新黄路以北区域（具体范围见片区规划分区图）；二环东路以西、清河北路以北、新黄路以南区域（具体范围见片区规划分区图）。
	美里	北太平河北路以南、博览园东路以东、吴家堡东路以西区域（具体范围见片区规划分区图）。



	柏石峪	二环南路西沿线与 103 省道交叉口西南区域（具体范围见片区规划分区图）；二环南路与英雄山路交叉口以北区域（具体范围见片区规划分区图）；103 省道与二环南路交叉口以东区域（具体范围见片区规划分区图）。
	唐冶	世纪大道以南、纵四路以西区域（具体范围见片区规划分区图）；世纪大道以北、纵四路以西区域（具体范围见片区规划分区图）；世纪大道以南、唐冶东路以西、文苑街以北区域（具体范围见片区规划分区图）；唐冶中路以东、世纪大道以北、唐冶东路以西、横五路以南区域（具体范围见片区规划分区图）；横五路、唐冶西路、文苑街、刘公河围合区域；世纪大道以南、龙凤山路以东、唐冶西路以西区域（具体范围见片区规划分区图）；世纪大道以北、龙凤山路以东、唐冶西路以西区域（具体范围见片区规划分区图）。
	港沟	经十东路以南、凤鸣路以西区域（具体范围见片区规划分区图）；经十东路以南、凤鸣路以东区域（具体范围见片区规划分区图）。
	董家	工业北路以北、虞山大道以南区域（具体范围见片区规划分区图）；工业北路与稼轩路交口区域（具体范围见片区规划分区图）。
其他商圈	西市场	北槐树大街、昆仑街、经一路延长线、纬十二路围合区域；纬十二路以西、经一路延长线以南区域（具体范围见片区规划分区图）；纬十二路以东、济南第三十七中学以北、纬九路以西区域（具体范围见片区规划分区图）。
	英雄山	经十一路以南、纬一路以东、马鞍山路以北区域（具体范围见片区规划分区图）；马鞍山路以南区域（具体范围见片区规划分区图）；
	山大路	山大南路以南、山大路以西、解放路以北区域（具体范围见片区规划分区图）；山大南路以南、山大路以东、解放路以北区域（具体范围见片区规划分区图）。
	振兴街	纬十二路与经七路交叉口西南区域（具体范围见片区规划分区图）；经十路与纬十二路交叉口西南区域（具体范围见片区规划分区图）；经十路与纬十二路交叉口东北区域（具体范围见片区规划分区图）。
	泺口	济泺路两侧（小清河以北、马家庄南路以南区域，具体范围见片区规划分区图）。
	张庄	纬十二路与经一路延长线交叉口西北、张庄路两侧区域（具体范围见片区规划分区图）。
	黄台	北园大街与历山北路交叉口西南区域（具体范围见片区规划分区图）；历山北路与北园大街交叉口东南区域（具体范围见片区规划分区图）；历山北路与北园大街交叉口东北区域（具体范围见片区规划分区图）。
城市窗口	遥墙机场	机场户外公共区域
	新东站	石济客运专线以南（具体范围见片区规划分区图）。
	济南东站	水屯路以东、明湖北路以北、历黄路以西区域（具

		体范围见片区规划分区图)
	济南站	车站街以东、站前街以西、官扎营街以南区域(具体范围见片区规划分区图);宝华街以南、无影山东路以东、官扎营街以北区域(具体范围见片区规划分区图)。
	西客站、汽车西站	顺安路与威海路交叉口西南区域(具体范围见片区规划分区图);顺安路以东、威海路以南、日照路以北区域(具体范围见片区规划分区图);顺安路以东、日照路以南、齐鲁大道以西区域(具体范围见片区规划分区图)。
	汽车南站	六里山南路与英雄山路交叉口西北区域(具体范围见片区规划分区图)。
	汽车东站	工业南路与二环东路交叉口东北区域(具体范围见片区规划分区图)。
	北园大街长途汽车总站	西工商河以东、北园大街以北、济泺路以西区域(具体范围见片区规划分区图);西工商河以东、北园大街以南、济泺路以西、制革街以北区域(具体范围见片区规划分区图)。
	济南广场汽车站	车站街以东、经一路以北、站前街以西区域(具体范围见片区规划分区图)。

注：次中心临空和济北，地区中心王官庄、桑梓店、崔寨和高官庄条件尚未成熟，未来结合上述中心的规划建设方案同步划定户外广告限设区。

## 第2.3条 分区管理要求

- 2.3.1 限设区应编制“户外广告设置详细规划方案”，编制时必须遵守本规划“第3章 户外广告分类管理”和“第5章 通用规定”的各项要求；
- 2.3.2 “户外广告设置详细规划方案”应依据本规划确定的限设区范围和控制要求，以建筑、空间条件为基础，结合户外广告商业价值规律进行编制。

## 第2.4条 分区控制要求

### 2.4.1 禁设区

除以下情况外，禁止设置任何类型户外广告：

- ① 绿地、公园可结合园林景观适度设置小品、雕塑式公益广告；此类公益广告应结合园区特点统筹布局，精心设计；按照最低限度，严格控制广告数量，着力提升设计品质；
- ② 商业、商务办公、居住建筑的附属商业（底商）可设置橱窗广告；
- ③ 商业综合体，建筑设计方案已预留广告位的按批准方案设置，严格

控制内容、版面，禁止更改或增加广告位；

- ④ 道路红线内结合公交站点设置的公交候车亭广告。

## 2.4.2 限设区

### (1) 禁止条款

- ① 禁止在护城河区域和泉水保护区范围内设置户外广告；
- ② 禁止历史文化街区、文物保护单位、历史建筑设置户外广告；
- ③ 禁止在行政办公、居住、教育科研、医疗卫生等特定功能区和博物馆、图书馆、美术馆等文化建筑设置户外广告；
- ④ 道路红线内，除结合公交站点设置的公交候车亭广告外，禁止设置任何形式的户外广告。

### (2) 设置要求

- ① 在符合本规划要求下，适度允许多元化的户外广告设置，鼓励创意设计和创新的展示方式；
- ② 仅允许附着商业建筑或混合功能建筑的商业部分设置户外广告；
- ③ 建筑附着式广告仅允许在高度 $\leq 24\text{m}$ 的建筑立面设置；其中，高层建筑有裙房且 $\leq 24\text{m}$ 的应优先在裙房设置；
- ④ 同一建筑立面，所有建筑附着式广告的总面积应小于等于立面面积的30%，且单个广告面积应 $\leq 200\text{ m}^2$ ；
- ⑤ 大型商业综合体，建筑设计方案已预留广告位的按批准方案设置，严格控制内容、版面，禁止更改或增加广告位；
- ⑥ 其他商业建筑，当营业面积 $\geq 20000\text{ m}^2$ 时，同一个建筑上户外广告的数量不应超过6个；当营业面积在 $5000\text{ m}^2-20000\text{ m}^2$ 之间时，同一个建筑上户外广告的数量不超过5个；当营业面积 $\leq 5000\text{ m}^2$ 时，同一个建筑上户外广告的数量不超过4个；
- ⑦ 绿地、公园可结合园林景观适度设置小品、雕塑式公益广告；此类公益广告应结合园区特点统筹布局，精心设计；按照最低限度，严格控制广告数量，着力提升设计品质；
- ⑧ 遥墙机场
  - 禁止设置商业广告；

- 仅公共区域允许设置 1 处公益广告，机场内封闭管理区禁设；
- 广告结合周边环境进行整体设计，以现代、简洁的景观化造型为主；
- 广告内容以济南文化、旅游、历史等城市宣传为主。

⑨ 火车站、汽车站

- 禁止设置商业广告；
- 每个车站公共区域仅允许设置 1-2 处的公益广告设施；
- 广告结合周边环境进行整体设计，以现代、简洁的景观化造型为主；
- 广告内容以济南文化、旅游、历史等城市宣传为主。

⑩ 应同时遵守本规划“第 3 章 户外广告分类管理”中的各项规定。

(3) 地标建筑

地标建筑可根据城市形象宣传、景观照明建设需求设置媒体立面，应符合以下条款的要求：

- ① 应严格控制设置媒体立面的地标建筑的数量，**必须纳入主管部门制定的可设媒体立面的地标建筑名单才能设置**，全市范围内以 2-4 处为宜；
- ② **必须结合其区域定位、建筑功能、立面特点及周边环境进行整体设计**，设计方案应保证在白天和夜晚都具有良好视觉效果；
- ③ 可适当考虑与周边建筑、环境的整体联动；
- ④ 播放时限：应遵守“第 5.3 条”中户外广告照明开启时间的限制，和市委市政府的相关规定；
- ⑤ 广告内容：严格控制播放内容，以城市宣传、社会公益等内容为主。商业内容仅限其自身宣传或国内、外各行业的领导品牌或具有影响力的知名品牌的广告宣传；
- ⑥ **地标建筑媒体立面应单独报批，批准后按规定设置。**

(4) 专业市场

- ① **按照“一场一方案”的原则，每个专业市场统一结合其建筑立面特点、周边场地环境等编制详细设计方案，并按规定程序报批，未获审批不应设置；**

- ② 广告内容：仅限公益广告及其自身和内部商家的广告宣传，禁止设置无关第三方广告；
- ③ 应遵守本规划“第3章 户外广告分类管理”中的各项规定。

## 第3章 户外广告分类管理

### 第3.1条 分类定义

#### 3.1.1 禁止类

不符合城市定位和市容建设要求的、对景观影响突出的设施类型。包括屋顶广告、窗户广告、大型落地式广告、大型高立柱广告、桥体广告等。

#### 3.1.2 控制类

户外广告展示应用的主体类型，通过有效控制可提升品质、烘托商业氛围的设施类型。

#### 3.1.3 鼓励类

有利于进行艺术化表现，有利于发挥创新创业、提升城市活力的设施类型，包括新媒体和新技术类广告。

### 第3.2条 规划分类

依据《城市户外广告设施技术规范》(CJJ149-2010)并结合目前行业发展情况和济南实际，规划按照禁止类、控制类和鼓励类来管理各类型广告设施。

表2 分类索引表

分类	对象	说明	
禁止类	屋顶广告	包括建筑屋顶、高层建筑裙房的屋顶设置的广告。	
	窗户广告	包括附着窗户和观光电梯设置的广告。	
	构筑物广告	围墙(栏)广告	包括附着围墙、围栏设置的广告。
		桥体广告	包括附着人行天桥、铁路桥、立交桥等各类桥体和过街连廊设置的广告。
		其他构筑物附着式广告	包括附着雕塑、纪念碑、景观构筑物、地下出入口等各类构筑物设置的广告。
一般设施	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;路灯、庭院灯、消防栓、配电箱等各类市政设施设置的广告。	

	广告	附着城市家具广告	包括附着阅报栏、公示栏、宣传栏等同类设施；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。
		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。
	路名牌广告		---
	立杆式广告		---
	底座式广告		---
	大型落地式广告		包括大型高立柱广告在内的所有广告面积超过 10 m <sup>2</sup> 的落地式广告。
	车辆广告		包括附着载客的大巴车、公交车、出租车和货车等各类机动车；自行车、三轮车等各类非机动车设置的广告。
	船舶广告		包括附着游船、快艇等船舶设施设置的广告。
控制类	飞行类广告		包括附着热气球、飞艇、无人机等各类低空飞行物设置的广告。
	平行式广告		---
	垂直式广告		---
	公交候车亭广告		---
	LED 显示屏广告		---
鼓励类	模型广告		---
	橱窗广告	---	
	新技术、新媒体		包括 OLED 透明屏、虚拟现实和全息投影等。

### 第3.3条 分类要求

#### 3.3.1 控制类

(1) 应同时遵守本规划“第2章 户外广告分区控制”中的各项规定；

(2) 平行式广告设置要求（见图 1、2）

① 平行式广告设施的外沿不应超出建筑墙面轮廓线；

② 平行式广告设施的厚度，即广告画面在水平方向上突出墙面的距离应 $\leq 0.3\text{m}$ ；

③ 广告设施底部的净空高度应 $\geq 4\text{m}$ ；

④ 广告设施单体的展示面积应 $\leq 200\text{m}^2$ ；

⑤ 在同一建筑立面设置此类广告，应结合建筑立面结构成组有序布置。

图 1 平行式广告设置要求一

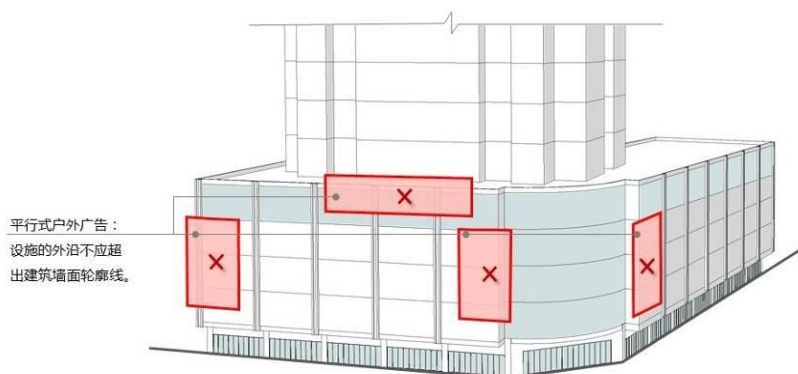
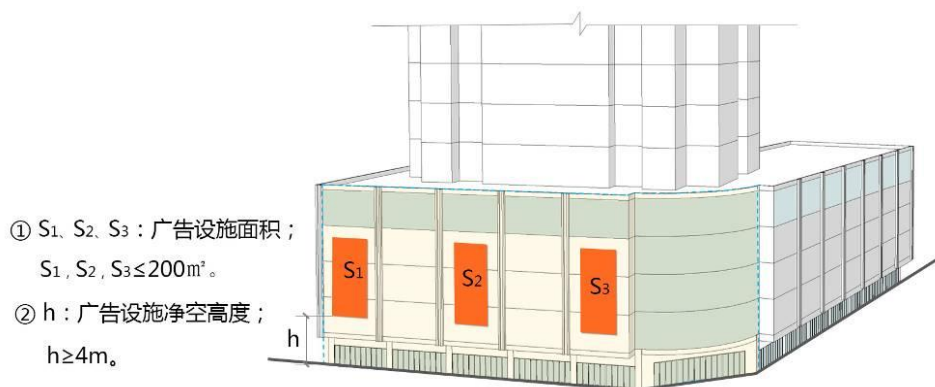


图 2 平行式广告设置要求二



### (3) 垂直式广告设置要求（见图 3、4）

- ① 同一建筑，所有垂直式广告的造型、材料、尺度、风格应协调统一；
- ② 广告设施突出于所附着建筑立面的距离应 $\leq 1.2\text{m}$ ；
- ③ **广告设施的净空高度应 $\geq 4\text{m}$ ；**
- ④ 广告设施的高度应 $\leq 6\text{m}$ ，且厚度 $\leq 0.3\text{m}$ ；
- ⑤ 相邻广告水平距离不应小于建筑开间且应 $\geq 6\text{m}$ 。

图 3 垂直式广告设置要求一

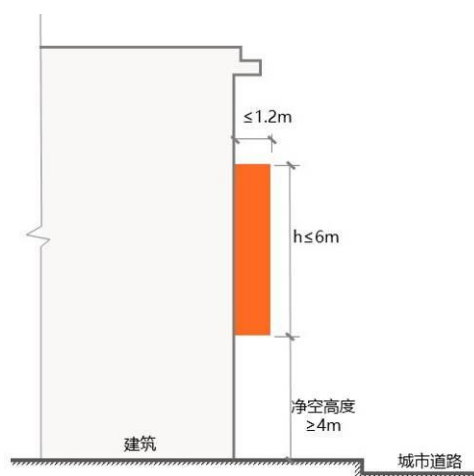
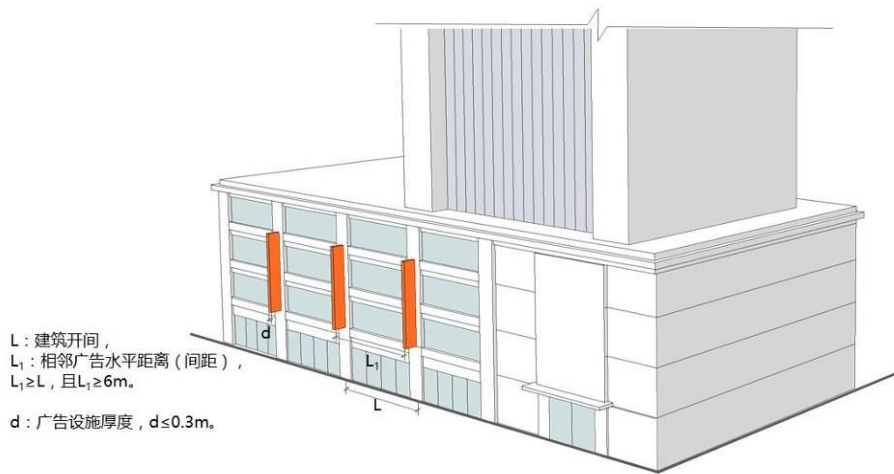




图 4 垂直式广告设置要求二



(4) 公交候车亭广告设置要求（见图 5、6）

- ① 应在候车亭设计时统筹考虑广告布局；
- ② 仅允许附着公交候车亭设置广告，其他站内设施禁止设置广告；
- ③ 禁止在候车亭顶部架设广告设施；
- ④ 广告设施设置不应影响公交候车亭识别、使用和车站人流疏散；
- ⑤ 广告设施设置不应妨碍查询站点信息的识别和查询；
- ⑥ 同一区域、同一街道相同类型的公交候车亭广告应统一规格和样式；
- ⑦ 每个公交车站，仅允许设置 1 块户外广告，且单面广告画面的面积 ≤ 3 m<sup>2</sup>；
- ⑧ 允许根据实际需求添加旅游地图等城市公共导向信息。

图 5 公交候车亭广告设置要求一

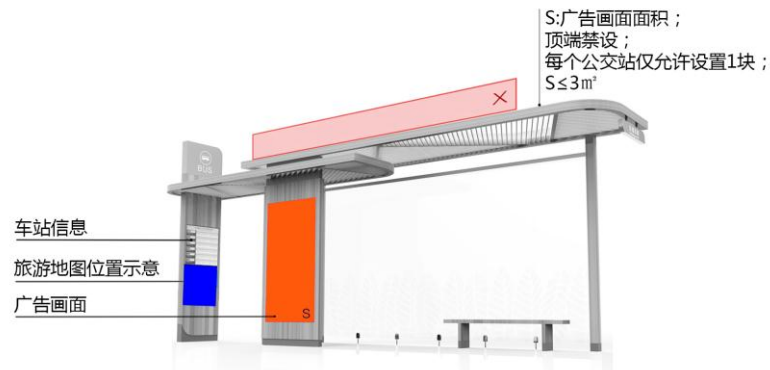
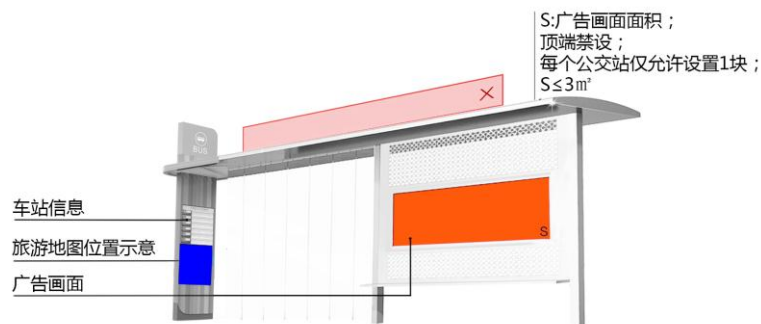


图 6 公交候车亭广告设置要求二



#### (5) LED 显示屏广告控制

- ① 禁止设置单色滚动屏幕；
- ② 禁止播放声音；
- ③ 不应影响居住建筑或城市道路的使用，不对行人和驾驶员产生眩光。避免形成光污染、噪声污染、电磁辐射污染等；
- ④ 亮度、动态和开闭时间应符合本规划“第 5.3 条”中的各项规定；
- ⑤ 屏幕的发光面，正面朝向居住区的距离不应小于 150m，侧向居住区和居住区背向电子屏幕的距离不应小于 50m（按两者水平投影距离计算），同时应适度调低屏幕表面亮度；
- ⑥ 附着建筑立面设置的显示屏下沿距地面高度应 $\geq 4m$ 。

#### (6) 模型广告控制要求

- ① 仅允许平行于建筑物外墙设置，且禁止动态展示；

- ② 对于创意新颖的广告，为保障形成良好的三维立体效果，其突出部分突出墙面距离经主管部门批准后可适度放宽，但应 $\leq 2.5\text{m}$ ；
- ③ 广告设施的净空高度应 $\geq 4\text{m}$ ；且不应妨碍行人、车辆通行和消防安全；
- ④ 广告设施突出部分禁止侵入道路红线内。

### 3.3.2 鼓励类

#### (1) 橱窗广告

- ① 鼓励结合商业立面进行艺术化、一体化布局；
- ② **橱窗广告展示内容仅限实物展示及创意造型展示；**
- ③ 橱窗广告应设置于橱窗内侧，与橱窗玻璃距离应 $\geq 0.5\text{m}$ 。

#### (2) 新技术、新媒体

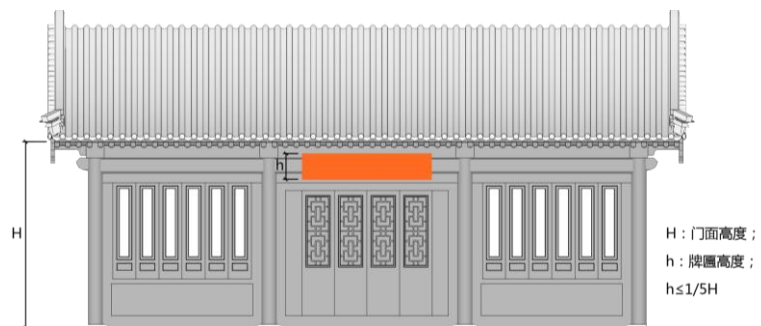
- ① 设置可不受本规划“第3章 户外广告分类管理”中其他条款约束；
- ② 必须制定完整的设计和实施方案，并单独向主管部门提出设置申请，经批准后设置；
- ③ 对处于重要地段、影响突出的此类广告，主管部门应组织有关专家进行充分论证；
- ④ 不应影响交通安全、妨碍市民出行和日常生活；
- ⑤ 禁止在道路交叉口设置。

## 第4章 牌匾标识设置要求

### 第4.1条 一般要求

- 4.1.1 牌匾标识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；
- 4.1.2 牌匾标识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；
- 4.1.3 牌匾标识设置不应遮挡建筑立面的特色结构和重要装饰构件，牌匾标识的设置不应破坏建筑立面整体造型和构图；
- 4.1.4 牌匾标识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；牌匾标识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；
- 4.1.5 历史文化街区、特色风貌区、传统风貌建筑的牌匾标识应按照传统模式设置；
- 4.1.6 对于单层坡屋顶建筑，应在正面屋檐以下设置店招牌匾；牌匾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。（见图7）

图7 单层坡屋顶建筑店招牌匾设置要求



### 第4.2条 禁止条款

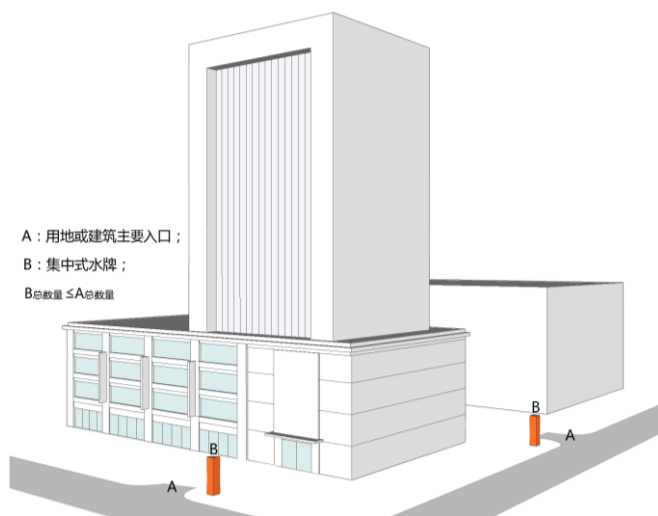
- 4.2.1 禁止在建筑物（含裙房）顶部设置牌匾标识；
- 4.2.2 禁止利用坡屋顶设置牌匾标识；

- 4.2.3 禁止利用建筑物玻璃窗、观光电梯等设置牌匾标识；
- 4.2.4 禁止跨越人（车）行通道设置牌匾标识；
- 4.2.5 禁止利用危房或可能危及建筑物和设施安全的位置设置牌匾标识；
- 4.2.6 禁止设置动态类牌匾标识；
- 4.2.7 禁止牌匾标识使用高亮度、闪烁的灯光；
- 4.2.8 禁止使用低端喷绘材料；
- 4.2.9 禁止设置 LED 单色滚动屏幕。

#### 第4.3条 楼宇标识设置要求

- 4.3.1 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“4.3.2”情况外；
- 4.3.2 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；
- 4.3.3 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；多层、低层建筑仅允许设置一个；
  - ② 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。
- 4.3.4 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；（见图8）

图 8 水牌设置数量要求



4.3.5 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;

4.3.6 楼宇标识允许设置墙面式和落地式;

4.3.7 墙面式设置要求:(见图9、10)

- 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 楼宇标识中所含文字单字的字高、标识的高度应 $\leq 1/10$ 建筑物高度,且 $\leq 6\text{m}$ ;文字的字间距应 $\leq 1$ 倍字高;
- 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 $\leq 30$ 米,鼓励靠一侧设置;文字和标识竖直排列时,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。

图 9 墙面式楼宇名称设置要求一

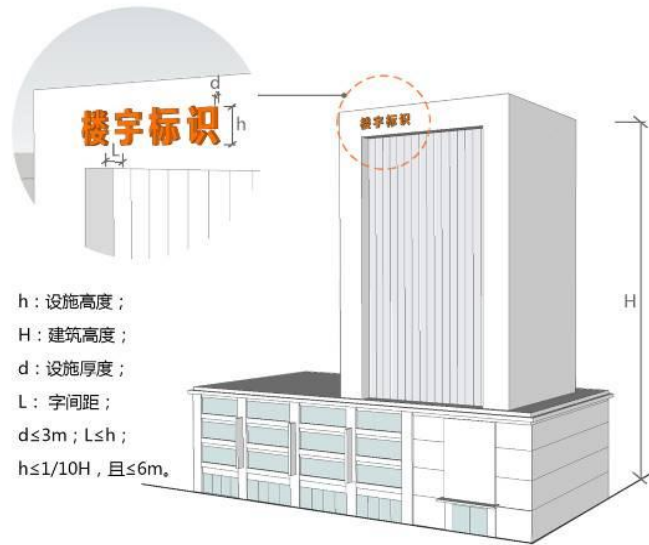


图 10 墙面式楼宇名称设置要求二



#### 4.3.8 落地式设置要求: (见图 11)

- 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  $\leq 5m$ , 鼓励设置低矮的小型设施;
- ③ 设置位置不应超出用地边界;
- ④ 鼓励协调景观绿化进行创意性设计。

图 11 落地式楼宇名称设置要求



#### 第4.4条 店招牌匾设置要求

4.4.1 有专用室外出入口的商业店铺，店招牌匾应遵照下列要求：（见图 12）

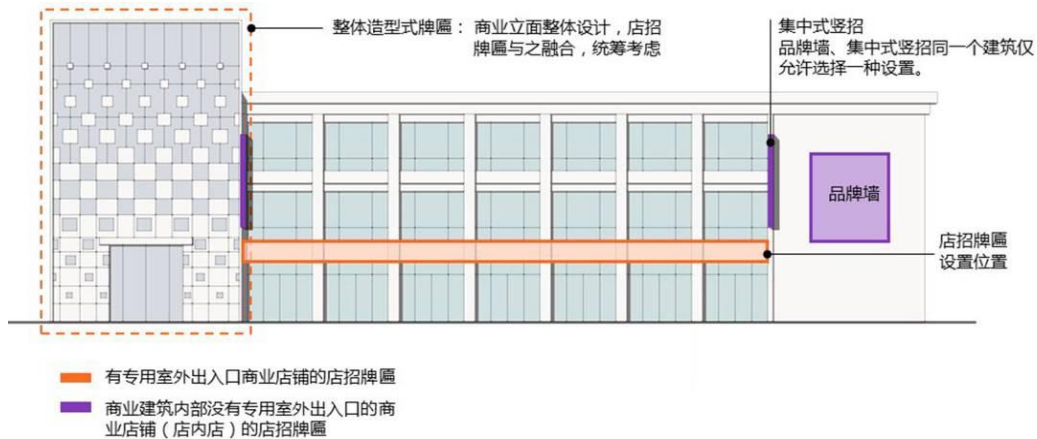
- ① 每个店铺仅允许设置 1 个店招牌匾；
- ② 仅允许依附于一层门楣及二层窗户以下窗间墙设置；
- ③ 形式包括连通式、嵌入式、整体造型式，设置时应遵守本条中的相关要求。

4.4.2 商业建筑内部没有专用室外出入口的商业店铺（店内店），店招牌匾应遵照下列要求：（见图 12）

- ① 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；
- ② 设置形式可采用品牌墙或集中式竖招，但同一建筑仅允许设置其中一种；
- ③ 设置应按照相关程序提报主管部门认可。



图 12 店招牌匾设置示意图

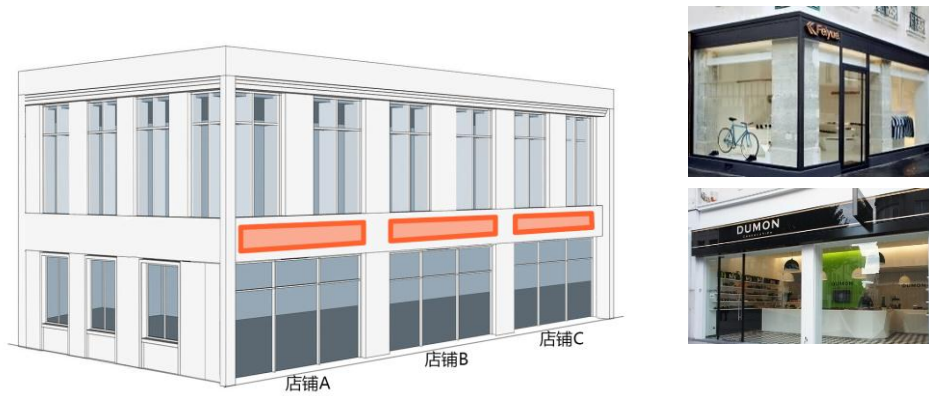


- 4.4.3 相邻门面或经营场所的店招牌匾顶部与底部边线必须整体协调，高度、色彩、材质、设置方式等协调统一；
- 4.4.4 符合“4.4.10 整体造型式”要求的商业店铺可结合商业立面整体设计、布局店招牌匾，不受本节所列各类型店招牌匾设置要求约束；
- 4.4.5 鼓励单体字形式的店招牌匾，非单体字形式的店招牌匾其背板应与建筑协调；
- 4.4.6 全国或全球连锁企业的店招牌匾，在历史街区、景区（护城河沿岸、千佛山）等区域内设置的，其通用配色标准应结合所处环境特征进行相应调整，与所处环境协调统一；
- 4.4.7 店招牌匾的设置，不应改变建筑外立面设计，不应遮挡建筑立面的特征细节。

#### 4.4.8 连通式（见图 13）

- ① 店招牌匾应统一设置在建筑一楼门楣位置，下沿净空高度 $\geq 2.2\text{m}$ ；
- ② 同一个连续界面上的店招牌匾高度应统一，且应 $\leq 1.0\text{m}$ ，同时其设施上沿不应超出建筑二层窗户下沿；
- ③ 同一个连续界面上的店招牌匾应彼此分隔，间距应 $\geq 0.3\text{m}$ ；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；
- ④ 店招牌匾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 $\leq 60\%$ 。

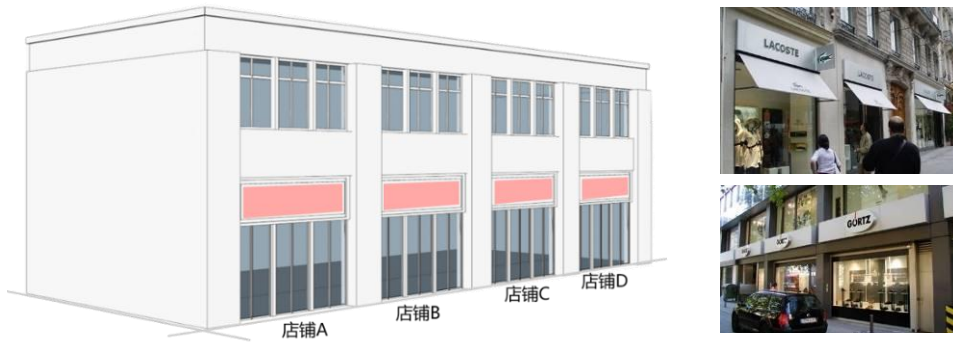
图 13 连通式店招牌匾设置示意图



#### 4.4.9 嵌入式（见图 14）

- ① 建筑立面有自然分隔结构的，店招牌匾不应超出分隔结构限定的范围；
- ② 店招牌匾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 $\leq 60\%$ 。

图 14 嵌入式店招牌匾设置示意图



#### 4.4.10 整体造型式（见图 15）

- ① 仅限在户外广告限设区的商业区、商业步行街设置；
- ② 仅限国际、国内知名品牌的零售门店设置。

图 15 整体造型式示意图



#### 4.4.11 集中式竖招（见图 16）

- ① 集中式竖招仅限在户外广告限设区的商业区、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 $\leq 2$ 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。

图 16 集中式竖招及品牌墙示意图



集中式竖招

品牌墙

#### 4.4.12 品牌墙（见图 16）

- 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。

## 第5章 通用规定

### 第5.1条 基本要求

- 5.1.1 设置户外广告和牌匾标识必须符合国家、山东省和济南市相关法律、法规、规章和技术标准的要求；
- 5.1.2 户外广告和牌匾标识设置禁止妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序；
- 5.1.3 户外广告和牌匾标识设置不应损害城市景观、建筑物和天际线，不应破坏被依附载体的整体效果，其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与街道景观、建筑物及其他所依附的载体相协调；
- 5.1.4 设置户外广告和牌匾标识应与济南历史文化名城风貌相适应，与济南泉城特色风貌相协调，符合城市市容环境的定位要求，与周边人文景观、自然环境、城市空间及建筑特点相协调；
- 5.1.5 主管部门应在本规划划定的限设区范围内组织编制街区户外广告详细规划，明确户外广告设施的点位、造型与相关设置指标；广告设施点位处于建筑上的，应遵守以下规定：
  - ① 新建建筑应将户外广告设施的位置、类型、数量与规格尺寸纳入建筑方案中统筹考虑、一体化设计，并与建筑方案同步进行审批。户外广告设置必须严格按照审批通过方案进行设置；
  - ② 现状建筑应结合建筑立面情况对户外广告进行统筹布局、一体化改造，经相关程序审核批准后严格按照改造方案实施；
- 5.1.6 新建建筑应将牌匾标识的位置、类型、数量与规格尺寸纳入建筑方案统筹考虑、一体化设计，并与建筑方案同步审批；
- 5.1.7 户外广告和牌匾标识的布局、造型设计、内容组织等应符合美学原则，具有设计美感；鼓励对户外广告和牌匾标识进行艺术化设计，鼓励能传达人文精神的具有创意的户外广告和牌匾标识设计和展示方式；
- 5.1.8 设置户外广告和牌匾标识应注重昼夜景观协调；
- 5.1.9 设置户外广告和牌匾标识，宜体现继承传统和创新发展相结合，鼓励使用新技术、新媒体、新材料和新的展示方式。

## 第5.2条 安全要求

- 5.2.1 设置户外广告和牌匾标识必须符合道路交通、消防、电气、钢结构、施工安装等各项与安全相关的法律、法规、规范和技术标准的要求；
- 5.2.2 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；
- 5.2.3 设置户外广告和牌匾标识的单位或个人应定期对户外广告和牌匾标识设施进行检查与维护,以保持户外广告和牌匾标识的安全及外形美观,发现图案、文字、灯光显示不全、陈旧、污浊、腐蚀、损毁、变形、脱色等情况,应立即予以恢复或拆除；
- 5.2.4 设置户外广告设施的单位或个人在设置期内应定期进行安全检测,以确保在使用期内的安全。

## 第5.3条 照明要求<sup>①</sup>

- 5.3.1 户外广告和牌匾标识的照明方式、亮度、光色、动态应符合城市夜景照明规划的相关要求；
- 5.3.2 严格控制户外广告和牌匾标识的光污染,在面对或邻近居住建筑、医院住院部等近似功能建筑,应符合《城市夜景照明设计规范》(JGJ/T163-2008)中对光污染的要求；
- 5.3.3 照明方式:户外广告和牌匾标识的照明方式分为内透光、自发光和外投光三种;如采用外投光,户外广告和牌匾标识照明的亮度均匀度 $U_1(L_{min}/L_{max})$ 应 $\geq 0.6$ ;
- 5.3.4 照明亮度:户外广告和牌匾标识的照明亮度应与所处区域的环境亮度相协调,不超过环境亮度的4倍,同时不应超过下表要求:

---

<sup>①</sup> 本条所列各项参数均引自《城市夜景照明设计规范》(JGJ/T163-2008)。

表 3 户外广告设施的平均亮度

广告照明面积 S (m <sup>2</sup> )	一般类型广告 (cd/m <sup>2</sup> )	LED 显示屏等光源媒体 (cd/m <sup>2</sup> )
S ≤ 0.5	≤ 1000	≤ 1000
0.5 < S ≤ 2	≤ 800	
2 < S ≤ 10	≤ 600	
S > 10	≤ 400	

表 4 牌匾标识平均亮度

牌匾标识照明面积 S (m <sup>2</sup> )	城市中心 (cd/m <sup>2</sup> )	城市一般地区 (cd/m <sup>2</sup> )	居住区 (cd/m <sup>2</sup> )	风景区、公园 (cd/m <sup>2</sup> )
S ≤ 0.5	≤ 1000	≤ 800	≤ 400	≤ 50
0.5 < S ≤ 2	≤ 800	≤ 600	≤ 300	≤ 40
2 < S ≤ 10	≤ 600	≤ 450	≤ 250	≤ 30
S > 10	≤ 400	≤ 300	≤ 150	—

5.3.5 照明光色：

- ① 户外广告和牌匾标识的照明光色应与周边环境相吻合；不应选择高饱和度和度的颜色，以白光、暖白光为宜；
- ② 不宜采用红色光。

5.3.6 照明灯具：

- ① 户外广告和牌匾标识照明应选择安全、环保、节能的灯具，同时光源应具有良好的显色性，显色指数宜大于 80；
- ② **户外广告和牌匾标识照明的灯具必须进行遮蔽，避免灯具与支撑结构外露。**

5.3.7 动态：

- ① **牌匾标识禁止动态展示；**
- ② **户外广告禁止使用闪烁的动态光源；**
- ③ **城市快速路、主干道沿线的户外广告禁止播放动态画面，必须采用静态刷屏方式，且每个固定画面的播放时间不应小于 15 秒。**

5.3.8 开闭：

- ① 户外广告设施的照明应按时关闭，关闭时间不应晚于夏季 24 时，冬季 22 时；

- ② 面对或邻近居住建筑或医院等近似功能建筑的户外广告设施，关闭时间不应晚于 21 时。

## 第5.4条 材料外观要求

5.4.1 户外广告和牌匾标识的材质、外观应与所处区域环境和建筑立面保持协调；

5.4.2 户外广告和牌匾标识的材料应选择符合国家标准的安全性能高、耐久性好、维护成本低、节能环保的非易燃材料；应符合《城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010）中的各项要求；

5.4.3 户外广告和牌匾标识不应出现外露的支架（含结构支撑，构建支架等）；

5.4.4 户外广告和牌匾标识应制作精良，造型美观，安装牢固；

5.4.5 单透贴使用要求：

① 单透贴设置必须满足建筑消防安全要求；

② 依附建筑立面设置时，应符合平行式广告设置要求；

③ 遇有确需宣传的重大事件，如重要节庆、重要活动、具有纪念意义的特殊事件等时，允许依附于高层建筑主体墙面玻璃幕墙设置，该情况视作临时性广告，应单独审批。

## 第5.5条 色彩要求

5.5.1 户外广告和牌匾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相符；

5.5.2 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；

5.5.3 处于同一建筑立面的户外广告和牌匾标识应统一制定色彩使用方案；

5.5.4 户外广告的主色：

① 户外广告的色彩应与所处街区和所附着建筑的功能定位、景观氛围、整体色调相协调，同一展示画面中使用色彩不宜超过 3 种；

② 不应使用高饱和度的色彩作为户外广告的主色；

③ 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；

- ④ 当同一个建筑立面设置超过 2 个户外广告时，所有广告的主色宜使用同色相或近似色相，并保持明度和饱和度协调。

5.5.5 牌匾标识不宜使用红色作为主色；

**5.5.6 本规划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区、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。**

## 第5.6条 内容要求

**5.6.1 户外广告和牌匾标识使用的文字、商标、图案等，应当符合国家有关规定，书写准确、清晰、规范、易于识别；**

5.6.2 户外广告

- ① 应符合主流价值观和社会公众的审美要求，宣传、展示济南的城市形象、经济社会发展和城市建设成就；
- ② 应以山东省和济南的旅游、文化、经济、产业等各方面的知名品牌、名优企业、名优产品宣传为主，以国内外知名品牌、名优企业、名优产品宣传为主；
- ③ **不应出现涉医涉药内容，不应出现内衣、卫生健康等类型内容。**

5.6.3 牌匾标识

- ① 牌匾标识内容要求文字和图案清晰、规范、易于识别；
- ② 店招牌匾经批准，可对工商注册的名称进行适当简化，并可以增加标志标识；但不应包含其他促销内容信息（如其他植入广告、详细服务内容、价目表、电话号码等）。

## 第5.7条 公益广告设置要求

**5.7.1 本规划严格控制公益广告的数量和分布，必须符合以下情形才能设置公益广告：**

- ① 利用本规划确定的独立公益广告点位发布；
- ② 利用已有商业广告设施，按照预先约定时间或比例发布；
- ③ 利用施工围墙（挡）等设施发布临时性公益广告，临时性公益广告设置应符合本规划“第 5.8 条”中的各项要求。

- 5.7.2 鼓励公益广告进入社区，结合园林景观一体化设置；
- 5.7.3 公益广告设施应由户外广告主管部门实施统一审批、统一管理；
- 5.7.4 公益广告的内容、画面应精心组织，设计应具有视觉美感，能体现时代审美特点；
- 5.7.5 独立公益广告点位：
- ① **禁止利用独立公益广告点位发布商业广告；**
  - ② **主管部门应按照本规划“第2章 户外广告分区控制”要求，组织开展遥墙机场、火车站、汽车站等城市窗口区公益广告设置详细规划的编制工作，落实公益广告设置位置和设施的造型设计方案；**
  - ③ 公益广告设施外观应结合所处环境进行整体造型设计，突出城市特色，简洁、大气。
- 5.7.6 利用商业广告设施发布公益广告的应符合以下要求：
- ① 商业广告空置期应全部用于公益广告发布；
  - ② 当山东省、济南市举办重大活动时，可临时征用商业广告设施用于公益广告发布。

## 第5.8条 临时性户外广告设置要求

- 5.8.1 **临时性广告应按照政府主管部门的规定进行审批，审批通过后规范设置；**
- 5.8.2 **临时性户外广告不应超出其批准设置范围和时限；**
- 5.8.3 临时性广告也应符合本规划中通则要求和户外广告设置类型的要求；
- 5.8.4 设置升空气球（系留气球）必须取得政府相关部门许可的相关资质证明，并符合《施放气球管理办法》及国家有关消防安全等相关法律法规的规定；
- 5.8.5 施工围墙（挡）广告设置要求：
- ① 施工围墙（挡）以适当美化、装饰为宜，不鼓励设置户外广告；
  - ② **设置户外广告的施工围墙（挡）的高度、建设标准等必须符合济南市相关规定，否则不应设置户外广告；**
  - ③ **施工完毕，围墙（挡）广告必须及时拆除；**

- ④ **禁止在围墙（挡）顶部设置；**
- ⑤ 户外广告设置应充分考虑围墙（挡）的造型，整体协调；
- ⑥ 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；
- ⑦ 每 100 米应少于 10 块，且单块面积 $\leq 6 \text{ m}^2$ ；
- ⑧ 同一路段上的围墙（挡）广告应统一位置、尺寸和间距，高度保持协调；
- ⑨ **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；**
- ⑩ **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；**
- ⑪ **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。**

#### 5.8.6 会展中心、体育场等临时广告的设置要求：

- ① 会展中心、体育场等市级公共服务设施在举办展览、赛事等活动时，可根据实际需求统筹设置临时性广告；
- ② **广告内容：仅限与举办展览、赛事等活动相关的各类宣传，不应设置无关广告；**
- ③ **设置时限：展览、赛事等活动结束后的 3 日内，或临时性广告审批截止日期内必须拆除，以上二者如有冲突，以更为严格的条款执行；**
- ④ **设置范围：不应超出活动举办场地内部或自有用地范围内设置；**
- ⑤ 设置要求：应遵守本规划对于不同类型户外广告的设置要求；
- ⑥ 同一用地范围内，当此类广告超出 2 处时，应单独编制临时性广告设置方案。

## 6. 附则

### 6.1 分类与定义

#### 6.1.1 分类

##### 6.1.1.1 户外广告

###### ① 按位置分

依据《城市户外广告设施技术规范》(CJJ149-2010)分为建(构)筑物附着式广告、公共设施附着式广告、地面广告和移动式广告四大类。

其中,建(构)筑物附着式广告分为:屋顶广告、平行式广告、垂直式广告、窗户广告、橱窗广告、围墙(栏)广告、桥体广告和其他构筑物附着式广告;公共设施附着式广告分为:附着市政交通设施广告、附着城市家具广告、附着公交设施广告;地面广告分为立杆式广告、底座式广告、大型落地式广告、大型高立柱广告;移动式广告分为:车辆广告、船舶广告、空中移动类广告。

图 17 户外广告分类



###### ② 按性质分

分为商业广告、公益广告、临时性广告。

###### ③ 按材质分

宝丽布喷绘广告、三面翻广告、霓虹灯广告、单透贴广告、灯箱广告、

LED 显示屏广告。

#### ④ 新技术广告

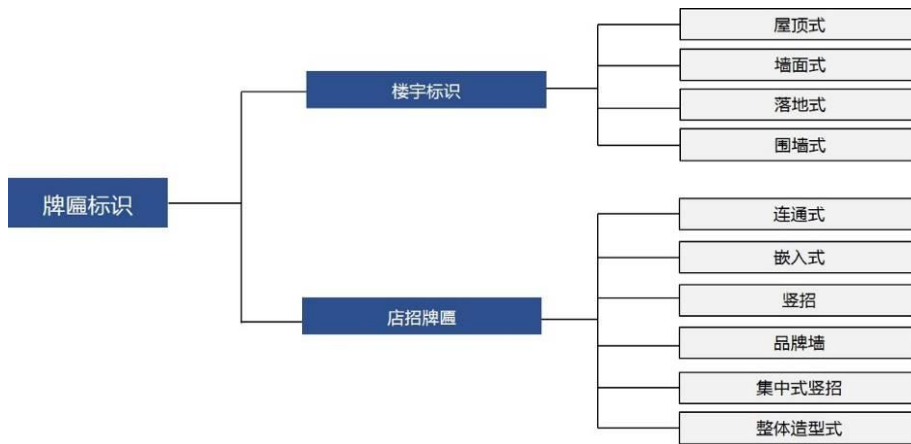
目前主要应用的新技术为：虚拟现实技术和全息投影技术。

### 6.1.1.2 牌匾标识

分为楼宇标识和店招牌匾两大类。

其中楼宇标识按照设置位置分为：屋顶式、墙面式、落地式、围墙式；店招牌匾根据设置类型分为：连通式、嵌入式、竖招、品牌墙、集中式竖招、整体造型式。

图 18 牌匾标识分类



### 6.1.2 定义

(1) 户外广告：在城市建（构）筑物、交通工具等载体的外部空间，城市道路及各类公共场地，以及城市之间的交通干道边设置（安装、悬挂、张贴、绘制、放送、投映等）的各种形式的商业广告、公益广告设施；



屋顶广告

(2) 建（构）筑物附着式广告：是指设置在建（构）筑物外墙面、顶部的各类户外广告设施；



平行式广告

① 屋顶广告：直接设置在建筑（含建筑裙房）屋顶之上，或设置在建筑墙面但广告设施顶部超出屋顶女儿墙的广告设施；

② 平行式广告：设置在一个封闭建筑立面上，展示画面与墙面平行的广告设施；



窗户广告



橱窗广告



围栏广告



桥体广告



公交候车亭广告



立杆式广告



底座式广告



大型落地式广告



大型高立柱广告

- ③ 垂直式广告：设置在建筑立面上，展示画面与墙面垂直的广告设施；
- ④ 窗户广告：非商业建筑或商业建筑的非商业功能部分的窗户，直接安装或粘贴于窗户内外侧的广告设施；
- ⑤ 橱窗广告：利用商业建筑（店铺）临街的玻璃橱窗，通过艺术构思以富有装饰性和整体美感的陈列方式进行宣传的户外广告形式。
- ⑥ 围墙（栏）广告：利用围合各类用地的围墙、围栏设置的广告设施；
- ⑦ 桥体广告：利用人行天桥、铁路桥、立交桥等各类桥体及其附属结构设置的广告设施；
- ⑧ 其他构筑物附着式广告：设置在除围墙（栏）、各类桥体之外的其他类型构筑物上的广告设施；

(3) 公共设施附着式户外广告：利用包括红绿灯、交通护栏、路灯等市政交通设施，售卖亭、路名牌、垃圾桶等城市家具，候车亭等公交设施在内的各种类型的公共设施设置的广告设施；

- ① 地面广告：单独由地面或地面物体上延伸出的立柱、支柱或底座支撑且其任何一部分均未与建（构）筑物发生联系的广告设施；
- ② 立杆式广告：单独由地面或地面物体上延伸出的立柱、支柱支撑的，广告展示画面面积  $< 10 \text{ m}^2$  的地面广告设施；
- ③ 底座式广告：单独由地面或地面物体上底座支撑的，广告展示画面面积  $< 10 \text{ m}^2$  的地面广告设施；
- ④ 大型落地式广告：广告展示画面面积  $\geq 10 \text{ m}^2$  的地面广告设施，不包括大型高立柱广告；
- ⑤ 大型高立柱广告：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  $\geq$





空中移动类广告



商业广告



宝丽布广告



单透贴广告



灯箱广告



LED显示屏广告



虚拟现实广告



全息投影广告

10 m<sup>2</sup>的地面广告设施；

- (4) 车辆广告：以包括机动车在内的各类车辆为载体的广告设施；
- (5) 船舶广告：以各类船舶为载体的广告设施；
- (6) 空中移动类广告：利用热气球、飞艇等低空飞行物设置的广告设施；
- (7) 商业广告：以营利或商业推广为目的设置的，内容为商品、服务等商业属性的广告设施；
- (8) 公益广告：内容为公益属性，且不以盈利为目的的广告设施；
- (9) 临时性广告：针对特定活动、事项等非常态事件的发布、宣传而设置的广告设施；
- (10) 宝丽布喷绘广告：广告内容直接打印在宝丽布上，并用结构框架固定而成的一种广告设施。宝丽布是由 PVC 材料和网状导光纤维组合而成的柔性材料；
- (11) 三面翻广告：由一组特制三棱柱铝型材并排定位构成的一种广告设施，通过电机驱动使三棱柱不断转动形成的三幅画面；
- (12) 霓虹灯广告：由霓虹灯管加工制作而成的一种广告设施；
- (13) 单透贴广告：一种具有粘结性单侧透光材料直接贴敷在玻璃、玻璃幕墙上制作而成的广告；
- (14) 虚拟现实技术：运用三维计算机图形，广角（宽视野）立体显示等技术，通过对观察者头、眼和手的跟踪，实现对其触觉或力觉反馈、立体声、网络传输、语音输入输出的一种技术手段；
- (15) 全息投影技术：利用干涉和衍射原理记录并再现物体真实的三维图像的技术；
- (16) 灯箱广告：一种常见的广告形式，外形为一个

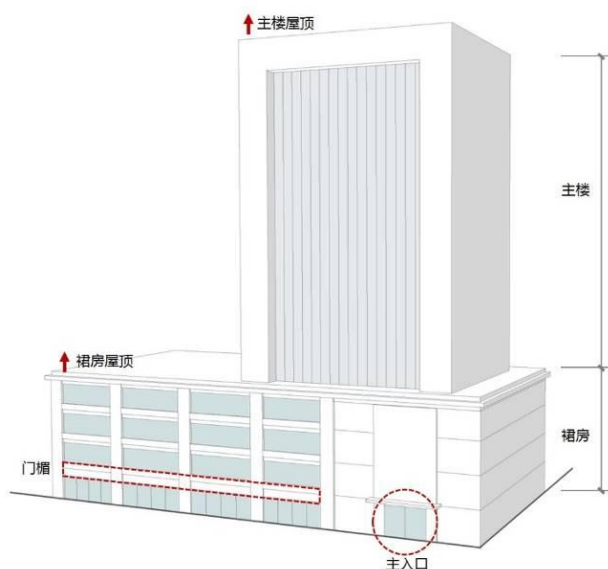
封闭的箱体，通常由铝合金或不锈钢外框固定，箱体表面为透明有机玻璃内衬广告画面，灯具安装于画面内侧；

- (17) LED 显示屏广告：指专门播放广告的户外 LED 显示屏，LED 显示屏 (LED panel) 是一种通过控制半导体发光二极管的显示方式，来显示文字、影像的显示屏幕；
- (18) 牌匾标识：指行政区域内的机关、团体、部队、院校、各企事业单位和个体工商户在其经营、办公场所或建筑物控制范围内，设置与其注册登记名称相符的、带有名称、字号、标志等内容的起提示作用的各种标牌、标识、匾额、指示牌；
- ① 楼宇标识：以建筑单位或非公共用地为单元，用于表明其名称及符号的牌匾标识设施。包括各类建筑物名称（含楼、大厦、公寓、广场等）的建筑标识以及用于表明机关团体、企事业单位及个体工商户的名称、标识和字号等的单位名称标识；
- ② 店招牌匾：建筑或用地内部的商业经营性店铺设置的用来指示店铺名称和功能的牌匾标识；
- 连通式：指相邻店面牌匾在形式、高度及外挑距离统一有序、相互连通的店招牌匾形式；
  - 嵌入式：根据建筑物立面原有结构，在不破坏原立面结构的原则上设置于建筑的墙体上的店招牌匾形式；
  - 竖招：与垂直式广告近似，设置在建筑立面上，展示画面与墙面垂直的牌匾标识设施；
  - 品牌墙：指建筑内无单独出入口的商业经营性店铺，利用一层橱窗或实墙面设置的，内容以名称简写或 LOGO、楼层为主的集中式户外招牌；
  - 整体造型式：指商家将牌匾结合店铺商业立面一体化、艺术化设计装潢，以突出品牌个性和品牌形象的店招牌匾形式；
- (19) 公共出入口：通常指供普通公众使用的建筑或地下空间的出入口，不包括仅用于特殊情况出入口，如火灾出口等；
- (20) 建筑立面：指建筑和建筑的外部空间直接接触的界面，以及其展现出来的形象和构成的方式；建筑主立面，是指建筑物从主要观赏角度可见的立面；



- (21) 高层建筑：建筑高度大于 24m 的非住宅建筑（不包括建筑高度大于 24m 的单层公共建筑），十层及十层以上的住宅建筑统称为高层建筑；
- (22) 建筑物入口：指建筑物提供人行或者非机动车出入的主要通道；
- (23) 建筑屋顶：建筑物顶部起遮盖作用的围护部件；
- (24) 裙房：指在高层建筑主体投影范围外，与高层建筑相连的建筑高度不超过 24 米的附属建筑；
- (25) 门楣：特指建筑或店铺正门上方延伸至二层窗户下沿的部分；

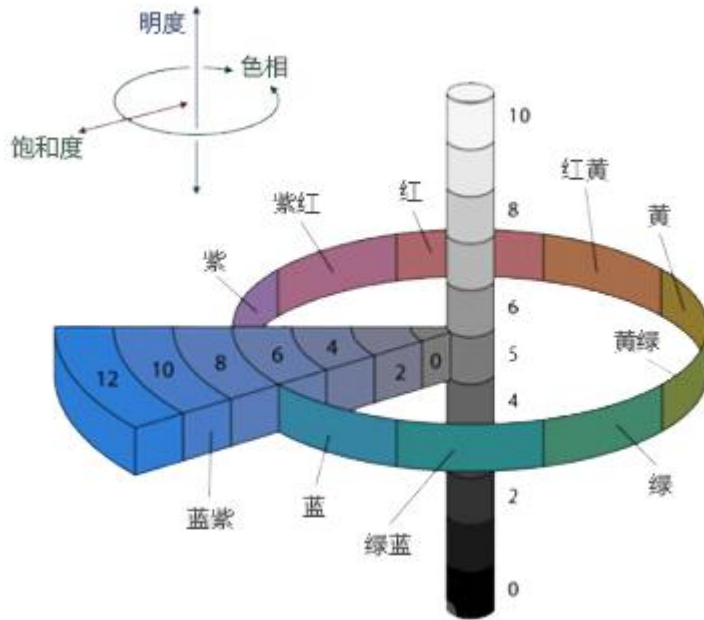
图 19 建筑立面详解



- (26) 玻璃幕墙：指由金属构件与玻璃组成的，不承担主体结构荷载与作用的建筑外围护结构；
- (27) 内透光：由箱体内部的灯具照亮设置于体表画面的一种照明方式；
- (28) 外投光：通过设置在前端的投光灯照亮广告画面的照明方式；
- (29) 自发光：广告画面由霓虹灯管、LED 点光源等光源制作而成，通过光源发光直接显示广告画面的照明方式；
- (30) 主色：占据画面的 70%以上面积的色彩；
- (31) 色相：色彩所呈现出来的质地面貌，是色彩的首要特征，是区别各种不同色彩的最准确的标准；
- (32) 明度：色彩的明暗程度；

(33) 饱和度：颜色的鲜艳程度。

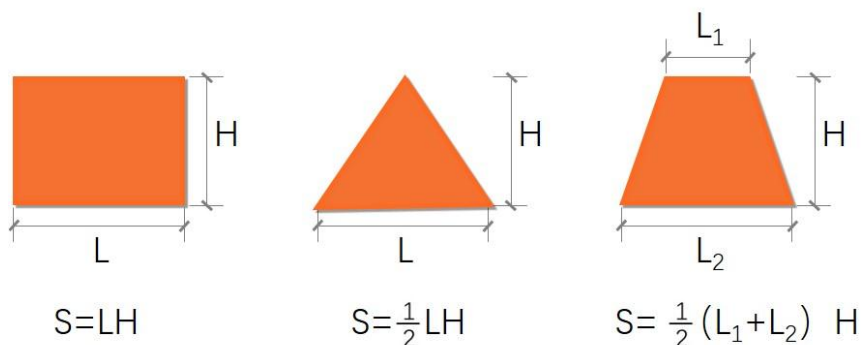
图 20 色相、明度、饱和度详解—孟塞尔色彩体系为例



## 6.2 测量标准

- (1) 规则形：对于规则几何形的户外广告和牌匾标识，使用标准数学公式来计算其面积，包括三角形、平行四边形、椭圆、圆形、以及它们的组合形等。

图 21 规则性户外广告和牌匾标识面积计算示意



- (2) 不规则形：不规则形的户外广告和牌匾标识，用单一的不超过 8 根连续直线围合所有的文字、象征图案、徽章或其它具有类似特征的图形，所围合的范围就是广告和牌匾标识的面积。

图 22 不规则形户外广告和牌匾标识面积计算示意



- (3) 三维形体：三维形体的广告和牌匾标识其面积为在户外广告和牌匾标识所在地界的范围外可见部分的总面积，为便于计算，对于不规则形体，其外轮廓将被视作由夹角为 90 度的几个规则面构成。
- (4) 广告和牌匾标识的长度 (L)：户外广告和牌匾标识展示面水平的线性距离(包含与展示面同一平面的可见的户外广告和牌匾标识的结构部分的线性长度)。
- (5) 广告和牌匾标识的高度 (H)：户外广告和牌匾标识或其结构的最高点到其所在地面最低点的垂直距离为广告和牌匾标识的高度。

- (6) 广告和牌匾标识的净空高度：围绕广告和牌匾标识表面的广告和牌匾标识结构的底部的最低点到广告和牌匾标识所在地面最高点的垂直距离。

图 23 广告和牌匾标识的长度、高度、净空高度示意

