
濉溪县户外广告设置专项规划 (2025-2035 年)

文本·图集

濉溪县城市管理局
安徽省城市综合设计研究院有限公司

文 本



项目名称：濉溪县户外广告设置专项规划（2025-2035 年）

编制单位：安徽省城市综合设计研究院有限公司

城乡规划编制资质证书等级编号：甲级，皖自资规甲字 23340784

项目负责人：张 闯 高级工程师 国家注册城乡规划师

设计人员： 张 超 高级工程师 国家注册城乡规划师

陈 普 高级工程师 国家注册城乡规划师

鹿东涛 工 程 师 城 乡 规 划 师

专家意见及回复情况：

《濉溪县户外广告设置专项规划（2025-2035年）》 专家 评审会意见

2025年10月24日，濉溪县城市管理局组织召开了《濉溪县户外广告设置专项规划（2025-2035年）》（以下简称《规划》）评审会，会议邀请了安徽建筑大学、怀远县规划建筑设计院及濉溪县自然资源和规划局、濉溪县发展和改革委员会、濉溪县市场监督管理局、濉溪县司法局等单位的专家和濉溪县城市管理局相关股室负责人参加会议。会议组成了以蔚芝炳教授担任专家组长的评审委员会（名单附后），与会人员听取了安徽省城市综合规划设计研究院有限公司的《规划》汇报，审阅了成果，经认真评议，形成以下意见：

一、《规划》依据充分，指导思想明确，技术路线合理，内容成果较规范，原则同意通过《规划》。

二、为进一步增强《规划》的科学性、合理性和可操作性，与会专家提出以下意见和建议：

1. 加强与《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035年）》及相关专项规划的衔接，落实传导主要内容；

2. 进一步结合濉溪实际情况细化重要节点指引，规划实施保障部分内容；

3. 适当扩大规划研究范围，包括但不限于主城区区域，与下一步“十五五”规划相结合，并梳理近期建设项目内容；

4. 依据相关要求，落实后续公示、征求意见等程序；

5. 进一步完善文本、图件，规范成果表达；

与会人员的其他意见，请编制单位在《规划》修改完善过程中一并考虑。

专家组长：



2025年10月24日

意见回复情况：

1. 加强与《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》及相关专项

规划的衔接，落实传导主要内容；

回复：已与《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》和相关规划进一步沟通，并对接最新中心城区规划方案，落实用地布局等重要安排，详见图集与文本内容；

2. 进一步结合濉溪实际情况细化重要节点指引，规划实施保障部分内容；

回复：已落实，并对实际情况重要节点进行完善，补充规划实施保障相关内容，详见文本内容；

3. 适当扩大规划研究范围，包括但不限于主城区域，与下一步“十五五”规划相结合，并梳理近期建设项目内容；

回复：已落实，扩大研究范围至下辖乡镇，做出指引，并梳理近期建设项目，详见 P52。

4. 依据相关要求，落实后续公示、征求意见等程序；

回复：已与城管局等相关部门沟通，后续配合完成；

5. 进一步完善文本、图件，规范成果表达；

回复：已落实，按照专家与参会人员意见，对成果进行修改完善。

目 录

第一章 规划总则	3
第一条 规划目的	3
第二条 指导思想	3
第三条 规划依据	3
第四条 规划范围	4
第五条 规划期限	4
第六条 规划对象	4
第二章 目标原则	6
第七条 规划目标	6
第八条 规划原则	6
第三章 分区规划	7
第九条 分区框架	7
第十条 基础分区	7
第十一条 管理要求	8
第十二条 重点展示区规划要求	8
第十三条 适度设置区规划要求	10
第十四条 严格限制区规划要求	11
第十五条 禁止设置区规划要求	12
第十六条 城市特色地区	13
第十七条 城市门户节点规划要求	14
第十八条 河流景观带规划要求	15
第十九条 特色界面规划要求	15
第二十条 重要道路管控要求	18
第四章 控制通则	21

第二十一条 分类管控	21
第二十二条 户外广告通则式管理规定	23
第二十三条 户外招牌设置要求	36
第二十四条 其它指导性条款	42
第二十五条 用地分类许可	49
第二十六条 乡镇指引	51
第五章 规划实施	57
第二十七条 近期建设规划	57
第二十八条 完善专项规划体系	57
第二十九条 推动多元共治机制	57
第三十条 明确职责完善管理	58
第三十一条 加强现场施工管理	58
第三十二条 加强宣传与行业培训	58
第六章 附则	60
第三十三条 成果解释	60

第一章 规划总则

第一条 规划目的

以高质量的规划设计支撑濉溪县积极推动中部崛起战略实施，按照新发展理念、高质量发展要求，规范户外广告设置、优化户外广告布局、提升设施品质、引导城市空间资源合理利用，推动户外广告与城市市容景观和经济社会协同发展，提振城区活力，编制《濉溪县户外广告设置专项规划（2025-2035 年）》（以下简称本规划）。

第二条 指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的十九大、十九届历次全会、二十届历次全会和党的二十大精神，全面认真贯彻落实习近平总书记系列重要讲话和考察安徽重要讲话指示精神，落实新发展理念，服务构建新发展格局，立足濉溪县城市发展定位，以《濉溪县国民经济和社会发展的第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035）》和《中华人民共和国广告法》《安徽省城市市容和环境卫生管理条例》《淮北市户外广告和牌匾标识管理条例》等文件为依据，落实“濉溪五问”要求，科学合理规划布局户外广告，推动户外广告品质升级，为加强“一面三中心”建设，推动经济社会发展各项工作争先进位；创优营商、生态、人文三个环境，激发高质量发展新活力；打造工业、农业、县城、文旅四个片区，推动经济实现量的合理增长和质的有效提升。

第三条 规划依据

1、法律法规

- (1) 《中华人民共和国城乡规划法》（2019 年修正）
- (2) 《中华人民共和国广告法》（2021 年修正）
- (3) 《中华人民共和国道路交通安全法》（2021 年修正）
- (4) 《城市容貌标准（GB50449-2008）》
- (5) 《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）
- (6) 《国土空间调查、规划、用途管制用地用海分类指南》（自然资发〔2023〕234 号）
- (7) 《安徽省城市市容和环境卫生管理条例》

- (8) 《安徽省国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》
- (9) 《濉溪县国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》
- (10) 《濉溪县国土空间总体规划(2021-2035 年)》
- (11) 《淮北市城市市容环境卫生门前责任制管理规范》
- (12) 《淮北市户外广告和牌匾标识管理条例》
- (13) 其他与濉溪县户外广告设置及管理活动相关的法律法规、规章

第四条 规划范围

规划范围为濉溪县中心城区，总面积 82.06 平方公里。东至孟山中路（濉溪县界），南至 S303 省道，西至 S303 省道，北至人民路（濉溪县界）。研究范围包括下辖乡镇政府驻地。

第五条 规划期限

本设置规划期限为：2025-2035 年。其中：近期至 2028 年；远期至 2035 年。

第六条 规划对象

本次规划参照《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）（中华人民共和国行业标准）、《安徽省城市市容和环境卫生管理条例》（DB33）（安徽省地方标准），并结合濉溪县实际情况，细化了户外广告分类体系，共分为 2 大类 7 中类 23 小类。户外广告分类，按户外广告载体可分为建(构)筑物户外广告、公共设施附属户外广告、地面独立式广告、移动式户外广告及其他类广告。

户外广告分类--

1、建(构)筑物户外广告设施--分为屋顶广告、平行于墙面广告、垂直于墙面广告和围墙(围挡)广告四类。

2、公共设施附属户外广告设施--分为灯杆广告、附属设施广告。

3、地面独立式户外广告设施--直接在地面安装的户外广告设施，包括立杆式广告、高立柱广告、大型落地广告、底座广告、实物造型广告和跨街广告。

4、移动式广告--主要指交通工具广告。

5、其他类广告--包括投影广告、走字屏广告、电子屏广告、橱窗广告与贴膜广告及临时广告。

按户外广告招牌性质可分为店招标牌、字招标识。

1、店招牌牌

店招牌牌是指企事业单位及个体市场监督管理户在经营(办公)地借助于建筑物设置的、用于标明单位名称和位置的文字、图案等设施。

(1) 平行墙面的店面招牌--是指主要展示面与所依附墙面相平行的店面招牌。

(2) 垂直墙面的店面招牌--是指主要展示面与所依附墙面相垂直的店面招牌。

(3) 屋顶及雨棚店面招牌--是指放置在屋顶或雨棚上的店面招牌。

2、字招标识

字招标识包括建筑标识(屋顶字招)和场地指示牌(精神堡垒)。

(1) 建筑标识(屋顶字招)是指设置在建筑屋顶或外表面，用于标示所依附建筑物名称的文字、图案等设施。

(2) 场地指示牌(精神堡垒)是指企事业单位或其他组织在经营(办公)地设置的，用于指示单位或组织名称和出入口方位等信息的文字、图案等设施。

第二章 目标原则

第七条 规划目标

在城市视觉形象方面，通过建筑外立面、广告招牌及夜景照明一体化设计，塑造属于濉溪县特色的街区风貌。在城市广告经营方面，通过减量提档，避免过度及无序开发带来的外部不经济性。在城市行政管理方面，通过管理图则的制定，明确整治措施和设置要素，为管理与执法、相关规范的修订提供依据和参考。

到 2035 年，城市公共空间户外广告治理取得明显成效，设施品质明显提升，全面建成符合濉溪县发展定位和市容环境建设要求的户外广告设置规划体系。

第八条 规划原则

（1）公共利益优先原则

规划应以濉溪县城市形象为优先，以人为本，以塑造安全、美观、舒适，有特色的市容环境作为优先，规范户外广告设置，保障社会公众权益。

（2）体现地域文化原则

濉溪县历史悠久、文化厚重，传统格局、历史风貌和地域文化特色鲜明，户外广告设施设置要与濉溪县文化风貌相适应，体现城市特色。

（3）分级分类管控原则

规划应立足实际情况，突出重点。由宏观到微观，对重点区域、重点路段、重点广告类型进行分级分类管控。

（4）保障安全环保原则

户外广告设置应首先保障城市公共安全，对广告的位置、体量、形式等进行规范与管理；同时，以环境保护与节约能源为前提，鼓励采用环保材料，以及新媒体、新技术等新兴广告形式，避免对环境造成声、光污染。

第三章 分区规划

第九条 分区框架

根据城市区域功能定位，按照濉溪县城区“一城、两轴、三带、四区”空间结构特点，结合濉溪县新政策“五问”引智、“四片”筑基，集中创建“一面三中心”的要求，统筹考虑濉溪县历史文化特征、城市风貌特色、生态环境保护、商业网点空间结构等，秉持“动静相宜、彰显特色”的原则构建户外广告规划分区体系。本规划的分区体系由基础分区和特色地区附加要求共同组成。

（1）基础分区覆盖整个规划区，是濉溪县城区内户外广告设置和管理的技术依据。基础分区采用重点展示、适度设置、严格限制、禁止设置四种方式实施区域划定，并分别制定设置和管理要求。

（2）城市特色地区附加要求是特色地区范围内户外广告设置应遵守的要求。本规划依据濉溪县城区城市风貌体系，筛选濉溪县城市特色展示的重点地区纳入城市特色地区，强化管控，以保护多元城市形象和促进风貌协调。

（3）基础分区和特色地区在空间上存在重叠的区域，该区域户外广告设置应同时遵守基础分区和特色地区附加要求。

第十条 基础分区

基础分区覆盖濉溪县中心城区，分区及范围详见表 1。

表 1 基础分区一览表

范围	
重点展示区	结合《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》确定老城区、河西新城、高铁片区范围内多个商业商务中心，主要包括商业用地、商务用地、娱乐康体用地以及沿主要生活性道路两侧的居住用地。（合欢路与栖凤路纬五路纬四路围合区域，淮海路两侧濉河路至溪河路段，南环城路沱河路龙脊山路榕树路围合区域，白杨路樱花路和恒源路利民路围合区域，乾隆湖路淝河路围合区域）

适度设置区	结合《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》确定老城区、河西新城、高铁片区范围内的商业商务次中心及街道社区商业片区,即老城区附近商业副中心(闸河路、沱河路乾隆湖片区路段两侧),河西新城玉兰大道商业副中心(玉兰大道、引领路两侧区域),高铁片区东侧商业副中心(濉临路创新大道至人民路路段两侧区域)
严格限制区	重点展示区、适度设置区及禁止设置区以外的其他区域。主要包括居住用地、文化用地、体育用地、公用设施营业网点、工业用地、广场用地、停车场用地、对外交通用地、仓储用地等。
禁止设置区	《濉溪县国土空间总体规划(2021-2035)》划定的特别用途区、陆地水域、战略预留区、城镇弹性发展区,以及集中建设区内的行政机关、教育机构、医疗、社会福利设施、宗教活动、生态绿地、各类市政公用设施、城市生命线设施、地下管线设施等用地。

第十一条 管理要求

(1) 重点展示区应结合街区特色和商业特点,编制街区深度的“户外广告设置规划”方案(以下简称“设置规划”),明确区域定位,确定商业性和公益性广告设置的数量、位置及相关技术指标。并对区域内的户外招牌做出统筹安排。

(2) “设置规划”方案依据本规划确定的规划分区方案和不同类型用地设置许可要求编制,商业性户外广告的布局 and 类型选择应强化其对街区活力提升和街区特色营造的积极作用,并符合户外广告的商业价值规律。

(3) “设置规划”方案编制时应遵守本规划及相关规划、技术规范的要求。

(4) “设置规划”方案应规划一定比例的公益性广告设施,以满足城市公益宣传需求;商业性广告设施应当有一定比例用于发布公益性广告,发布比例不低于总量的 20%。

第十二条 重点展示区规划要求

1、分区定义

为提振城区活力、服务城市商业、促进经济发展，允许集中、多样化设置户外广告设施的区域。是全面建设“碧水酒香、淮海商贸、五里郢门户”的城市风貌和现代商业文明交相辉映的区域特色消费中心城市的重点区域。

2、区域范围

结合《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》确定 5 个重点展示区，即合欢路与栖凤路纬五路纬四路围合区域，淮海路两侧濉河路至溪河路段，南环城路沱河路龙脊山路榕树路围合区域，白杨路樱花路和恒源路利民路围合区域，乾隆湖路淝河路围合区域。

3. 目标定位

立足濉溪县城市建设发展定位，应对消费需求及消费理念的转变，结合传统商业街和商圈升级改造、繁荣夜间经济和建设区域特色消费中心城市的要求，以国内一流城市商业街区作为参照，充分发掘不同商业中心的区位优势 and 特色内涵，以创意多元的展示形式，将现代商业文化与“三城五片”的濉溪县城城区特色文化相结合，塑造繁华典雅、活力十足、特色鲜明的濉溪商业新形象，丰富市民体验，使之成为濉溪县城市经济社会发展成就和城市活力的写照。

4. 设置要求

（1）本区域户外广告设置应从区域环境整体出发，运用城市设计的思想和技术手段合理规划区域户外广告。构建户外广告展示系统；统筹协调包括户外招牌在内其他市容景观组成要素。

（2）本区域内鼓励采用多元的展示方式，鼓励景观化、场景化的户外广告发布方式；鼓励设置互动广告，丰富市民体验，提升街区活力；鼓励设置橱窗广告。

（3）高层建筑主体墙面，即建筑高度大于 24 米的墙面部分：

①在统一规划设计的基础上，可利用高层建筑的主体墙面，即高度超过 24 米的建筑墙面部分，设置地标性广告设施；每处商业中心此类户外广告不宜超过 2 处；

②其他类型户外广告禁止利用高层建筑主体墙面设置。

（4）户外广告设置容量指标：

①同一建筑载体，依附于建筑物外墙设置户外广告（不含橱窗广告）的总面积应小于所附着墙面面积的 50%；

②同一建筑载体设置的户外招牌设施的总面积应计入上述户外广告总面积，一并受容量指标约束。

（5）地标性广告

①地标性广告可以通过单栋建筑或单个户外广告设施呈现，也可以是以一个城市街区或空间节点为载体整体呈现。地标性广告通过对区域空间秩序的梳理和构建，一体化布局、设计，发挥提升街区活力、打造城市亮点，展现濉溪特色的作用；

②地标性广告应符合所处街区的建筑、环境特点，与区域功能定位和城市风貌相协调；

③地标性广告应统一规划设计，经专家论证和主管部门批准后方可设置。

（6）落地式户外广告设施

①商业步行街及建筑后退用地红线距离大于 5 米的商业用地，可设置底座式户外广告和景观雕塑式广告设施；

②落地式广告设施设置不得妨碍交通和人流疏散，不得占用盲道和影响无障碍设施的使用；

③落地式广告设施宜采用时尚创意与区域特色结合的艺术化形式，点缀街区活力空间。

（7）本区域鼓励创新、创意，鼓励新材料、新技术的使用。

第十三条 适度设置区规划要求

1、分区定义

为满足街区活力营造、商业和公共宣传需求，允许适度设置户外广告设施的区域。是全面建设“碧水酒香、淮海商贸、五里郢门户”的城市风貌和现代商业文明交相辉映的区域特色消费中心城市的重要支撑。

2、区域范围

结合《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》确定老城区、河西新城、高铁片区范围内的商业商务次中心及街道社区商业片区，即老城区附近商业副中心（闸河路、沱河路乾隆湖片区路段两侧），河西新城玉兰大道商业副中心（玉兰大道、引领路两侧区域），高铁片区东侧商业副中心（濉临路创新大道至人民路路段两侧区域）等。

3、目标定位

立足于濉溪县多中心、网络化商业空间结构体系，作为重点展示区的必要补充，依据不同商业中心的建筑空间特色和商业特征，通过适度设置户外广告设施，以适度创意多元的展示形式，打造区域级城市活力中心。户外广告设施设置应突出“少而精”，侧重品质提升。

4、设置要求

（1）禁止在高层建筑的主体墙面，即高度超过 24 米的墙面部分，设置户外广告设施。

（2）户外广告设施设置容量指标：

①同一建筑载体，依附于建筑物外墙设置户外广告设施（不含橱窗广告）的总面积应小于所附着墙面面积的 30%；

②同一建筑载体设置的户外招牌设施的总面积应计入上述户外广告设施总面积，一并受容量指标约束。

（3）宜采用附着式平行于建筑物外墙广告、橱窗广告、集中式户外招牌设施等形式，与所在街区景观风貌及建筑主体风格相协调。

（4）鼓励创新、创意。鼓励新材料、新技术的使用。

第十四条 严格限制区规划要求

1、分区定义

在保护濉溪县多元城市风貌、建筑空间特色的基础上，严格限制户外广告设施设置的区域。

2、区域范围

重点展示区、适度设置区及禁止设置区以外的其他区域。主要包括居住用地、文化用地、体育用地、公用设施营业网点、工业用地、广场用地、停车场用地、对外交通用地、仓储用地等。

3、目标定位

侧重保护濉溪县多元城市风貌和建筑空间特色，展现有序、生动的城市空间面貌。以各类户外公益广告设施设置为主，严格控制户外商业广告设施设置总量和类型，以不影响绿化景观、居民生活和企业生产为宜。

4、设置要求

（1）户外广告和招牌体量以中小型为主，规格、位置、数量等应严格符合设置通则要求。

（2）生活区应尽量少设户外广告和招牌，户外广告和招牌应讲究中、小型化，不宜设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间照明和有噪声的广告，以免形成声、光污染，影响人们生活；广告画面不宜太艳丽，以淡雅为宜；

（3）体育用地区域户外广告和招牌以本单位公益性宣传为主，体育产品、运动品牌广告为辅，广告和招牌应体现热烈、欢快的气氛；

（4）工业用地，例如开发区可适当设置体量较大的户外广告和招牌，以明快、震撼为宜。设置于工业区的户外广告和招牌主要用于企业形象宣传，不宜安排过多商业广告。

（5）广告和招牌形式要求鼓励设置使用新工艺、新材料制作，不宜使用低工艺、粗制作的户外广告和招牌。

第十五条 禁止设置区规划要求

1、区域定义

为保护自然景观、保护生态环境和历史文化资源以及创造安静和谐的办公和生活环境，禁止设置户外广告设施的区域。

2、区域范围

《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》划定的特别用途区、陆地水域、战略预留区、城镇弹性发展区，以及集中建设区内的行政机关、教育机构、医疗、社会福利设施、宗教活动、生态绿地、各类市政公用设施等用地所在区域。

3、目标定位

严格保护生态环境和自然景观风貌，保护历史文化资源的风貌完整性，此区域严禁设置任何商业性户外广告和招牌，允许根据用地性质设置少量公益广告及小品广告，设置应突出宣传濉溪县的城市魅力与城市特色，而且需对其选址及尺度严格审批。

4、设置要求

（1）禁止设置任何性质的商业广告，只能设置介绍景点和宣传文化的实体广告和

公益广告；

（2）医疗、科教教育用地区域户外广告和招牌以本单位公益性宣传为主，广告和招牌以严肃、清雅的画面为宜；

（3）各级文物保护单位、风景名胜区等区域禁止设置任何形式的户外广告（节日、重大活动需要设置烘托气氛的临时性标语除外）；

（4）公益性广告设施体量不宜过大，其色彩、尺度、材质规格应当与环境建筑相协调；

（5）对店招、店牌形式、大小等严格限制，不得影响建筑风貌；

（6）设置公益广告设施，设施需与周边环境相协调，可利用绿化手段相结合，将设施作为景观元素设计；

（7）公共绿地、生产防护绿地、旅游区可结合旅游广告等，设置一些非商业性公益广告和招牌，如政策宣传、环境保护等；广告画面以自然清新为宜，不影响绿地的景观和休闲效果，应与绿地景观和谐统一。

第十六条 城市特色地区

城市特色地区在濉溪县域范围内选定，主要包括城市门户节点、河流景观带、特色界面三类地区，详见表 2。

表 2 特色地区范围一览表			
分类	范围		备注
城市门户节点	商业广场节点	高铁商业、淮海路商业、刘桥商业、开发区商业（玉兰大道）、星城商业、老城商业（万达）、乡镇商业街区	——
	公园绿地节点	高铁站中心公园、溪河公园、乾隆湖公园、濉芜公园、西城郊野公园、刘桥镇体育公园、河西公园、翡翠公园、龙池公园、国槐公园、濉临公园、淮海路三角广场、闸河路公园、口子博览园、乡镇公园绿地空间	
	公路客运枢纽	濉溪汽车站、濉溪县谷香客运站、公交首末站、	

	高速出入口	淮北西（刘桥）、淮北南（铁佛）、双堆集收费站	
河流景观带	新濉河、溪河、老濉河、老巴河、王引河、浍河、大运河		——
特色界面	城市形象代表路段		——
	公共服务型界面		
	居住型界面		
	景观型界面		

第十七条 城市门户节点规划要求

1、总体目标

濉溪县城市门户，城市及品牌宣传的主阵地，濉溪县户外广告设施形象、品质标杆地区。应秉持“精品”路线，严格要求户外广告设施设置的位置、大小、密度与色彩、照明等，展示设计精美、工艺精湛的户外广告设施，构建人与自然环境和谐、视觉秩序良好、环境优美的濉溪城市门户形象，突出户外广告设施创意及发布品牌的精品化、突出户外广告设施与环境的视觉一体化，突出户外广告设施造型设计制作的艺术化。

重点打造高铁商业、淮海路商业、刘桥商业、开发区商业（玉兰大道）、星城商业、老城商业（万达），淮北西（刘桥）高速沿线、城区快速路出入口，展示城市门户形象。

2、设置引导

- （1）对标国内同级城市门户地区，将户外广告设施作为空间要素协调周边环境，整体构建区域视觉秩序，全面提升区域环境品质和识别性。
- （2）户外广告设施应秉持“精品”标准，结合城区特质和环境特色，整体进行造型设计，造型语言应突出濉溪特色。
- （3）严格管控户外广告设施发布内容，应以濉溪县的主题宣传为主。配合城市门户节点布局，构建濉溪品牌宣传体系，为城市形象宣传、历史文旅推介、工业产业发展

助力。

（4）户外广告设施应结合区域环境统一规划布局，严格控制总量，每处门户节点不宜超过 3 个。

（5）宜采用现代风格，鼓励新材料、新技术的使用。

第十八条 河流景观带规划要求

1、总体定位

对城区河流两侧区域，侧重整体风貌、区域特色的塑造，通过建筑界面、空间环境整体塑造，对户外广告设施实施风格化管理。

2、设置引导

（1）仅允许用于商业、旅游业开发的区段设置少量的创意性户外广告设施。其他区段禁止设置商业性广告。

（2）临河界面及其他对岸可见区域，禁止设置电子显示屏广告。

（3）公益性户外广告设施应以景观小品、雕塑、艺术彩绘等富有设计感的展示方式为主。

（4）河流景观带沿线应统一规划、布局户外广告设施，严格管控广告数量，提升设计品质。

（5）不得影响防洪设施。

第十九条 特色界面规划要求

1、城市形象代表路段

（1）总体定位：展示城市的文化特色和历史底蕴，同时体现城市的现代化发展和生态环境。户外广告设施设置的高品质示范区，营造干净素雅、简洁大气的城市形象。

（2）管控范围：充分考虑城市的地理位置、历史文化、经济发展等多方面因素，以承载着重要的交通和运输功能的濉临路、S303 针对性的引导，对于提升城市整体形象具有至关重要作用。

（3）设置引导：

①形式：严格管理户外广告设施的动态，重要节点可通过景观化、场景化、互动性等广告展示形式。

②高度：在统一规划设计的基础上，可利用高层建筑的主体墙面，即高度超过 24 米

的建筑墙面部分，设置地标性广告设施。

③风格：结合沿线区域特点、风貌特征，采用现代简约风格，与两侧自然人文景观和现代风貌融合呼应。

④照明：中等亮度环境区，优先选用节能、环保的新光源、新灯具，不应影响居民生活、行人及交通安全。

2、公共服务型界面

（1）总体定位：选取具有商业价值的地段，以高建设标准衡量，高品质精细化设置户外广告，鼓励设置反映濉溪风貌的互动装置及模型广告，通过新技术形式凸显创新设计，反映濉溪特色的商业、文化和旅游融合的特色商业体系。

（2）管控范围依据《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》方案确定。以向城市提供公共服务设施为职能的建筑群组所构成的界面包括：商务商业、文化体育、行政办公等功能城市界面，此类界面周边人流活动较为活跃，一般分布于中心城区老城片区、河西新城片区、乾隆湖公园北侧、高铁站前商务区、濉溪经济开发片区多为此类界面。

（3）设置引导：

①形式：鼓励创新、创意，鼓励新材料、新技术的使用。可采用平行附着式广告设施、橱窗广告设施、品牌集中展示广告设施、实物造型广告、户外电子显示屏等形式，商业步行街可采用垂直附着式广告设施；当建筑控制线与用地红线之间间距 ≥ 5 米时，可规划设置中、小型落地式广告设施；具有安全开放空间的商业街区，可根据商业宣传，申请快闪店、互动装置、模型广告等激发场域活力。

②高度：宜控制在建筑 24 米以下区域，以多层建筑墙面和高层建筑裙楼墙面为主，在统一规划设计的基础上，可利用高层建筑的主体墙面，即高度超过 24 米的建筑墙面部分，设置地标性广告设施。

③风格：注重与建筑立面一体化设计，层次丰富、细节精美，打造商业、艺术、文化相交融的区域商业活力形象，宜强化所在地区的综合服务功能，鼓励使用新技术形式广告，体现区域经济繁荣特色。

④照明：以投光照明和灯箱照明为主。非商业建筑和商住建筑，严禁使用霓虹灯或闪烁不定的对视线造成较大干扰的照明设备。

3、景观型界面

（1）总体定位：依托区域整体景观环境和市民活动特征，通过依托各类公共配套及基础设施，整合绿色资源，串联文化、经济、体育、休闲功能，助力宜居宜业宜游城市建设。

（2）管控范围：依据《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》方案确定。以界定自然山水、城市公园、特色游园等开放空间为主的界面新濉河两岸城市界面、老濉河两岸城市界面、乾隆湖公园未来公园周边城市界面、溪河公园两侧城市界面、高铁站中心公园两侧城市界面均属于此类。

（3）设置引导：

①形式：以公益宣传、展示城市形象为主，充分汲取融合濉溪文化内涵，鼓励与城市家具及景观绿化结合，突出户外广告的艺术性、教育性和公益性，激发区域多元活力场景，严格限制设置动态屏类户外广告。

②高度：户外广告设置上限不超过所在位置行道树树冠高度，避免对城市轴线及景观视廊产生影响。

③风格：落实“少而精”的设计理念，主张技术与艺术相互统一，并以保护环境与节约能源为前提，不破坏城市绿化和生态环境。

④照明：以投光照明和灯箱照明为主。非商业建筑和商住建筑，严禁使用霓虹灯或闪烁不定的对视线造成较大干扰的照明设备。

4、居住型界面

（1）总体定位：规范视觉秩序，注重品质提升，除沿线商业建筑外，严格管控商业性户外广告设置，鼓励通过底层空间的橱窗广告、城市家具广告等方式促进行人的互动交流、丰富空间，运用创意广告激发街道活力，展现干净素雅、简约大气的城市风貌形象。

（2）管控范围：依据《濉溪县国土空间总体规划（2021-2035 年）》方案确定。由居住用地构成，纯居住区围合的城市界面等均属于此类。

（3）设置引导：

①形式：应体现建筑造型、建筑立面景观为目的，设置与城市家具、橱窗相结合的趣味性、景观性强的户外广告；商业繁华但不足以构成商圈的重要区域，可通过多样化

设置手段，如结合夜间亮化、特色装置等激发区域活力，打造精致 宜人的街区环境。

②高度：宜控制在建筑高度 24 米以下区域。

③风格：在保护城市多元风貌、建筑形象的同时，户外广告应简洁大方、时尚，体量不宜过大。

④照明：夜间亮度应与周边环境协调，避免出现光污染及眩光。

第二十条 重要道路管控要求

1、道路分级控制

对规划区内道路进行户外广告分级控制，分为三类道路，即广告设置展示路段、广告设置控制路段、广告设置限制路段，乡镇政府驻地路段参照设置要求执行。

表 3 中心城区道路分级控制一览表		
分类	分级路段	设置要求
展示路段	主要为城市商业性道路，道路两侧多为商业街区、商业中心等商业气氛浓厚路段。包括淮海路（碱河路—淝河路）、合欢路（纬五路—纬四路）、滩临路（巴河路—滩芜大道）、闸河路（虎山路—榕树路）、银杏路（合欢路—国槐路）、玉兰大道（紫薇路—滩临路）、沱河路（符夹线—相山中路）、刘桥路（钟三路—育才路）、白杨路（恒源路—利民路）、虎山路（溪河路—滩河路）、孟山中路（滩溪段）、滩临路（创新大道—人民路）等路段。	（1）应编制户外广告设置详细规划，确定户外广告设置地点、位置、数量、形式、规格等具体要求； （2）适宜设置路段两侧在满足相关规定的前提下，鼓励集中设置多样化的户外广告，充分利用广告位资源； （3）鼓励通过集中设置科技感强，多样式的户外（商业、公益）广告设施，塑造繁华的城市景观，提升商业氛围； （4）鼓励设置具有创意的户外广告设施，增加街道活力； （5）户外广告设置要求造型生动、鼓励新型材料的运用及夜晚的照明效果，使广告和招牌成为闹市区景观的组成部分。
控制路段	主要为城市居住区、工业园区及其他一般路段；与限制设置路段相连的过渡路段；除限制设置路段与适宜设置路段以外的其他市政道路。包括滩临路（创新大道—S303）、创新大道、云集路、合欢路、碱河路、杨柳西路、滩	（1）控制设置路段两侧在满足相关规定的前提下，允许适量设置户外广告，但对户外广告类型、数量、位置等内容应严格符合设置通则要求； （2）主要是位于控制设置区内的道路，户外（商业、公益）广告设施主要以控制为主，保护沿街立面原有的建筑肌理、色彩及天际轮廓线； （3）考虑道路交通流量的特点，为保证道路车辆的通畅安全快速行驶，户外广告设置不宜花哨和间距过密，宜简洁明了，更不宜横跨道路和影响三角视距，保证宽阔的道路和完整的道路视觉感受；

	河路、沱河路、溪河路、北环城路、南环城路、龙脊山路、海棠路、岱河路、芳草路、汴河路、淝河路、向阳大道、濉芜大道、双创大道、英科大道、樱花路、山楂路、风信路、金桂路、濉水路、王庄路、解河路、女贞路、邵庄路、白杨路、荷花路等	<p>(4) 沿主要道路可适量设置灯箱独立型、依附市政设施设置的户外广告和招牌，原则上不设置动态型与门式构架型户外广告；</p> <p>(5) 广告的设置必须位于城市规定许可的道路空间范围之外，不造成交通阻碍及行人不便；</p> <p>(6) 尺寸样式根据道路宽度、两侧建设高度等进行控制，避免视觉遮挡，影响正常通行；与交通标志相区别，不对交通标志显示产生影响，避免误导车辆与行人；不得与交通标志指示信息雷同，不误导驾驶。</p>
限制路段	城市交通性道路，包括以交通功能为主的城市主干道和城市快速路，包括省道 303、利民路、王引河西路（东路）、红枫路、乾隆湖路、巴河路（巴河西路、巴河北路）、榕树路、杨楼路	<p>(1) 在禁设路两侧不得设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业性长期性户外广告；</p> <p>(2) 设置公益广告、政府公共信息发布平台及旅游、交通导向标识，不得出现经营性广告内容；</p> <p>(3) 允许设置的广告不得破坏城市特色风貌、不得影响居住生活、不得破坏公共空间、不得影响交通安全和市政公共基础设施等；</p> <p>(4) 区域设置的广告形式应与周边环境相协调、达到和谐统一的效果；</p> <p>(5) 确保在地方行政许可的范围之内设置广告牌，避免盲目占用道路公共空间，形成交通阻碍；</p> <p>(6) 招牌广告尺寸规格以不遮挡道路交通驾驶线视为原则，避免影响正常驾驶；</p> <p>(7) 整体风格与样式需与常规交通道路指示牌相区别，避免影响交通道路指示标志的指引与标识功能；</p> <p>(8) 内容上不得涵盖及干扰与交通指示标牌类似的交通标志指引信息，避免误导交通，产生交通安全隐患。</p>

2、道路分类指引

对规划区内道路进行户外广告分类指导，分为四类道路，即交通性道路、生活性道路、商业街区道路和休闲景观带。

表 4 中心城区道路分类指引一览表		
分类	分级路段	设置要求

交通 型道 路	主要以体现城市交通功能为主，具有联系城市各片区内外交通功能的城市主干路和城市环路、过境路等。	<p>(1)交通性道路户外广告应以展现城市景观风貌的户外广告为主，既要展现滩溪的经济特色，又要塑造滩溪良好的城市景观和城市风采；</p> <p>(2)由于交通性道路主要以车行交通为主，考虑城市交通流量大的特点，为保证道路车辆的通畅安全快速行驶，户外广告设置不宜花哨或间距过密，宜简洁明了，更不宜横跨道路和影响道路视距，保证宽阔的道路和完整的道路视觉感受；</p> <p>(3)禁止设置动态画面播放速度大于1帧/100秒的广告设施，避免驾驶者分神和车辆滞留，减少对车辆行驶的干扰。</p>
生活 性道 路	主要以体现城市生活文化气息为主的城市次干路、支路、小区道路等。	<p>(1)由于生活性道路有车流也有人流，车速不是很快，并兼顾商业性与交通性的特性，故生活性道路户外广告既要提升城市的形象及软实力，又要展现美好生活的气息；</p> <p>(2)户外广告设置要求广告以能代表滩溪文化的实体广告为主，如与小品、雕塑等结合设置的实物广告，应当富有人情味，并能体现生活气息和滩溪文化，采用无噪声非强光的照明系统，以免打扰居民休息。</p>
商业 街区 道路	主要以体现现代商业文化气息为主的步行街和城市支路等。	<p>(1)由于商业街区道路主要以吸引人流、增进商业气氛为目的，故商业街区道路户外广告应以商业广告为主，既要充分反映滩溪经济繁荣景象，又要力求体现城市精神文明风貌，显示浓郁的现代商业气息；</p> <p>(2)为促进城市经济的进一步繁荣，商业街区户外广告设置要求造型生动、鼓励新型材料的运用及夜景照明效果。</p>
休闲 景观 道路	主要依托江河、水系、绿带、步行交通系统等构成的城市休闲绿色景观通道等。	<p>(1)由于休闲景观带（道路）主要以满足人们休闲、娱乐、活动、健身等为主要目的，故休闲景观带户外广告既是树立城市旅游新形象的窗口，又是打造城市新型休闲的绿色通道；</p> <p>(2)此路段户外广告设置可结合小品设置实物造广告，起点缀作用，造型要艺术化，只能设置公益性广告，突出滨河绿带、城市景观带广告的良好性、文化性、公益性和教育性。</p>

第四章 控制通则

第二十一条 分类管控

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）、《安徽省城市市容和环境卫生管理条例》和《淮北市户外广告和牌匾标识管理条例》，结合行业发展情况和濉溪县实际，本规划按照禁设类、可设类和鼓励类规范各种类型户外广告设施。

（1）禁设类：是指形式老旧落后，不符合城市定位和市容建设要求的，对景观有突出影响的户外广告设施类型。包括屋顶广告、窗户广告、桥体广告等。禁设类广告禁止在本规划范围内设置。

（2）可设类：是指户外广告设施设置中的主体类型，通过有效的规范、适度地设计可实现良好视觉品质，有利于烘托商业氛围的类型。包括平行于建筑物外墙的广告、垂直于建筑物外墙的广告、底座式广告等。

（3）鼓励类：有利于进行艺术化表现，有利于创意创新的类型。本规划鼓励在适宜的条件下优先设置。包括橱窗广告、景观雕塑广告等。

表 5 分类管理索引一览表			
分类	对象		说明
禁设类	依附于建（构）筑物的广告。	窗户广告	——
		桥体广告	包括人行天桥、立交桥等各类桥体
		地下通道、隧道广告	——
		其他	不包含工地围墙（挡）广告
	落地式广告	支架式广告	——
		立柱式广告	——
	依附于建（构）筑物	屋顶广告	——
		平行于建筑物外墙广告	——

可设类	的广告	垂直于建筑物外墙广告	——
		工地围墙（挡）广告	——
	公共设施广告	公交候车亭广告	——
		灯杆广告	仅允许作为临时性公益广告设置
		宣传栏阅报栏广告	
	落地式广告	底座式广告	——
		立杆式广告	——
	移动式广告	充气装置广告	包含气球广告、飞艇广告,仅允许作为临时性广告设置
		无人机广告	——
		公共交通工具车身广告	包含公交车、有轨电车等公共交通工具
	其他类广告	电子显示屏广告	——
		楼体整体幕墙广告	——
		投影广告	——
		走字屏广告	——
		临时广告	——
鼓励类	橱窗广告		——
	景观雕塑式广告		——
	LED 透明屏广告		——
	LED 玻璃屏广告		——

第二十二条 户外广告通则式管理规定

1、一般性规定

本次规划结合濉溪县实际情况，重点明确户外广告和户外招牌两类设施相关通则式管理规定内容，通则式管理规定中没有提到的一般性规定、禁止性条款和控制性条款，按照《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）及《安徽省城市市容和环境卫生管理条例》《淮北市城市户外广告和牌匾标识管理条例》等相关技术标准执行。

户外广告设施的设置不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征，不得破坏被依附载体的整体效果，其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。

户外广告设施的设置不得影响被依附载体的使用功能，不得妨碍道路交通安全与畅通，不得影响建筑物安全。

户外广告设施的设置必须安全、美观，符合节能、生态、环保的要求，应及时进行更新、维护、保养，并按期进行安全检查。

2、禁止性条款

（1）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（轨道站点标志、路名牌等）、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、人行天桥护栏、道路和桥梁防撞墙与隔声墙等设置户外广告的；

②在国家机关、学校、历史文化街区及其建筑控制地带内的（公益性户外广告放宽要求）；

③在主次干道红线范围内的（公益性户外广告放宽要求）；

④跨越城市道路、公路、铁路、河道的；

⑤利用行道树或者影响绿化景观的；

⑥利用建筑物屋顶及沿街毗邻建筑之间空间的；

⑦利用危房或者可能危及建筑物和设施安全的；

⑧破坏建筑物立面整体风貌的；

⑨影响建筑物采光、通风和消防救援等功能的；

⑩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。

（2）其他禁止的广告形式：

- ①禁止户外广告使用探照灯；
- ②禁止设置使用活体动物的广告；
- ③禁止设置散发任何气味的户外广告；
- ④禁止设置造成环境污染的户外广告；
- ⑤禁止设置有不良文化内容的户外广告；
- ⑥禁止设置烟草广告。

3、控制性条款

（1）建（构）筑物户外广告——屋顶广告

①位置控制：规划范围内原则上禁止设置屋顶大牌广告，只能采用镂空字形式。如确需设置屋顶大牌广告的，需编制详细规划召集专家和相关部门进行论证，通过审批后方能设置。屋顶最多一面设置屋顶大牌广告。文保点严格禁止设置建筑屋顶广告。在允许设置范围内也需经过有关部门的严格审批。在建筑坡屋顶和造型独特的建筑屋顶上不宜设置户外广告。

②尺寸控制：户外广告设施外表面不得超出主体建（构）筑物屋顶四周边线。户外广告设施下缘距离女儿墙顶部的高度不宜大于 1 米，并不得使广告支架部分暴露于公众视线，水平投影须落在建筑屋顶上。屋顶广告的高度要适当，在 12 米以下其牌面高度不得大于建筑物高度的 1/4 且最大高度不超过 3 米；在 13-24 米以上的建筑物，屋顶广告牌面不得大于建筑物高度的 1/4，且最大高度不超过 6 米；在 25-60 米以上的建筑物，屋顶广告牌面不得高于建筑物高度的 1/8，且最大高度不超过 8 米；60 米以上建筑禁止设置任何形式的屋顶户外广告。户外广告设施不得破坏天际线的完整和连续性。

③材质控制：屋顶广告宜用实体字、立体发光字或霓虹灯形式；屋顶户外广告设施不得对建（构）筑物结构构成威胁，设置屋顶户外广告设施的建（构）筑物应由建筑安全检测机构进行建筑结构安全检测。

（2）建（构）筑物户外广告——平行于墙面广告

①位置控制：平行于墙面广告设施应设置于规划范围内商业综合体、大型商超、高层商业服务类建筑和商住楼的裙楼墙面及文化体育建筑墙面，其他建筑原则上不得设置

(经审批除外)。高层建筑主体墙面(指非裙房部分)禁止设置实体墙面广告(实体字、镂空标识除外)。同一幢建筑的广告牌设置位置应统一，形成秩序感。

②尺寸控制：广告的尺寸必须与建筑物体量及周围环境相协调，不得破坏建筑物立面的整体性和肌理造型，四周不得超出墙面外轮廓线。广告设施垂直方向突出墙面的距离不得超过 0.5 米，广告下端距地面净高不得低于 4 米，其突出墙面的部分不得妨碍行人的安全。单幢建筑广告牌面总面积不得超过可设置墙面总面积的 30%，商场、超市、专业市场广告牌面总面积不得超过可设置墙面总面积的 50%。单块广告牌面积在商业区域内宜小于 100 平方米，商业区域外宜小于 50 平方米。

③材质控制：照明一般采用霓虹灯、灯箱、点光、泛光照明相结合。城市商业中心、重要商业建筑鼓励使用霓虹灯、电子屏等照明。广告材质可采用金属格栅、电子屏、霓虹灯、灯箱等，应使用高品质材质，防止伪劣材质给城市公共安全带来威胁，影响市容市貌。

(3) 建（构）筑物户外广告——垂直于墙面广告

①位置控制：本次规划范围内原则不得设置垂直于墙面户外广告，如设置，应经当地主管部门批准，并应符合本次规划确定相关位置、尺寸和材质相关规定。每个商业性经营的店铺最多允许设置一个此类的牌匾标识；突出式牌匾标识单体面积不超过 2 平方米；宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面，自建筑物室外地面起到广告设施顶部的高度不宜超过 24 米；广告设施设置应符合架空线安全要求，净距应符合规划要求；广告设施最大高度不宜超过 2 米，最大外挑距离不应超过 1 米。同时相关尺寸以及材质控制按照规定执行。

②尺寸控制：墙面设置的户外广告设施不宜突出道路红线或用地红线，不应妨碍行人、车辆通行安全。当必须突出道路红线设置时，应符合下列规定：当位于人行道上空时，3 米以下不应突出；3 米及以上，突出的深度不应大于 0.6 米。当位于无人行道的路面上空时，4 米以下，不应突出；4 米及以上，突出的深度不应大于 0.6 米。广告牌的高度与宽度比例控制为 4:1 至 6:1。垂直墙面户外广告，同一幢建筑的外挑式规则户外广告应当设置于建筑立面的同一基准线上，净高 ≥ 2.5 米，间距大于 ≥ 9 米，厚度 ≤ 0.5 米；悬挂角度需与建筑物外墙成 90 度角。

③材质控制：城市新区、产业区垂直墙面广告可使用霓虹灯照明，渲染现代商业气

氛，控制区禁止使用霓虹灯等闪烁光源照明。老城区的垂直墙面广告一般以布幅为主要材质，禁止使用灯箱、霓虹灯等一切与传统风貌不协调的户外广告材质。

（4）建（构）筑物户外广告—围墙（围挡）广告

①位置控制：历史文化街区周边的实体围墙不得设置户外广告。建设及拆迁工地围挡仅可设置公益广告或自身宣传。禁止在实体围挡上部加高任何设置结构的户外广告设施。依附于同一路段建设及拆迁工地围挡户外广告，应统一位置、尺寸和间距。临街建（构）筑立面装修围挡不可设置商业户外广告，仅可设置单位（店家、商家）名称，且大小不得超过装修围挡的面积。

②尺寸控制：建筑工地围墙（围挡）设置广告的，广告内容应为公益广告和自身项目广告，其中公益广告比例应大于 20%。围墙广告牌应面向道路方向设置，突出围墙表面距离不得大于 0.1 米，同一路段围墙广告必须在形式与内容上统一。实体围墙广告牌面高度一般不能高于围墙，单块广告长度应小于实体围墙柱墩之间的实墙面。实体围墙广告牌面高度一般不能高于围墙，单块广告长度应小于实体围墙柱墩之间的实墙面。如为遮挡城市不良景观必须加高时，最高不得超过 5 米，且必须设置加固装置，保障公共安全。建设项目竣工后须自行拆除。

③材质控制：围墙顶部严禁设置户外广告设施；禁止在镂空围墙上设置广告；建设工地围墙广告和支架广告不能同时设置；透空围墙宜设置镂空实体字或镂空图案，不得破坏围墙造型，广告展示面积不得超过围墙透空部分的 1/5。围墙广告可采用彩绘直接绘于墙面，也可使用电脑涂绘板或灯箱、发光实体字等形式贴于墙面。

（5）公共设施附属广告—灯杆广告

①位置控制：本次规划范围内原则上不得设置附属灯杆、电杆的广告，如设置，应经当地主管部门批准，并应符合本次规划确定相关位置、尺寸等相关规定。依附于路灯杆的户外广告设施，不得影响交通、消防、市政安全。道路交叉口处首根路灯杆不得设置户外广告。已有指示牌（标识牌）的路灯杆不再设置其他户外广告。道路交通指示牌正面方向 50 米内的道路路灯灯杆上，不得设置户外广告。同一路段的路灯杆上设置的广告应做到形式、尺寸、位置一致，并与周围景观相协调，同一杆件上广告设施数量不得超过两个，以杆件为中心对称设置。

②尺寸控制：附灯杆广告，一般以长方形、三角形、梯形为基本形状。牌面单面

积不得大于 2 平方米，高度不得大于 2 米，宽度与之协调，比例宜为 2:1-3:1，厚度不得大于 0.3 米，宽度不大于 0.6 米。附灯杆广告一般双面设置。同一道路，只能在同一种灯杆上设置广告，单根灯杆上不得重叠设置；同一路段的灯杆上设置的广告应做到形式、尺寸、位置一致，并与周围景观相协调。附灯杆旗广告的牌面投影如位于道路绿化带内，则牌底净高不小于 2.5 米；如位于车行道，牌底净高不小于 4.5 米；如位于人行道，牌底净高不小于 3 米。同一块广告牌横跨车行道和人行道或绿化带，以满足车行道净空要求为准。附灯杆道旗广告的旗面与道路成 90 度角。

③材质控制：附灯杆广告禁止设置任何照明措施，禁止设置灯箱广告。附灯杆广告一般选用室外电脑喷绘布或者布幅等易更换的材质。

（6）公共设施附属广告——附属设施广告

①位置控制：候车亭广告——依附于公交候车亭、公共自行车亭的户外广告设施公共候车亭、公共自行车亭等公共设施的顶部不得设置户外广告设施。站牌宜与候车亭结合设置，广告面积宜小于公交候车亭立面总面积的 60%。广告不得有碍乘客查询站点信息，不得影响人流交通的顺畅和道路视觉的通透。利用亭类设施设置户外广告的，只允许设置在预留的广告位置，宜采用灯箱形式。牌面(单面)面积不得大于 2 平方米，任意一边的长度不得大于 2 米，厚度不得大于 0.3 米。宣传报刊栏、报刊亭、信息亭广告临街宣传报刊栏一般不得设置商业广告；利用报刊亭、信息亭设置广告的，应保证阅读区域的连续性和完整性，广告展示面积不得大于其全部展示面积(包括广告展示区域和阅读区域)的 40%，并小于 10 平方米。高度不得大于 2.5 米，宽度不得大于 3 米，同类户外广告设施同侧的设置间距不得小于 500 米。

②尺寸控制：允许设置广告的道路设施，应在道路设施设计时考虑广告设置，不得在现有设施的非广告位置增设户外广告，不得以设置广告为目的改造或增设道路设施；同一设施类型上设置的公益广告比例必须大于 20%；同一地段内相同类型的道路设施广告应统一规格和样式，并等间距设置；重要道路和区域的道路设施广告设置，宜通过编制详细规划加以控制管理；道路设施附属广告的设置，不得影响道路设施的正常使用。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，出入口处正立面及上下通道(包括阶梯、电梯、自动扶梯等)两侧不得设置户外广告。单块面积不宜超过 6 平方米，间距不宜小于 4 米，突出墙面距离不宜超过 0.18 米。

③材质控制：一般选用灯箱、立体镂空实体字等易更换的材质。

（7）地面独立式户外广告——立杆式广告

①位置控制：设置在城市道路人行道内的立杆式广告；设置位置不得侵占无障碍通道。广告设施不应超出人行道路沿石外缘，且牌面外缘距人行道路沿石外缘不应小于 0.2 米；同时不得影响沿路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。设立于商业步行街的立杆式广告，以不妨碍人流交通为原则确定设置位置。如设置多个立杆式广告，应平行商业步行街间隔等序排列设置。设于公园绿地和风景区的立杆式广告一般沿主要道路或游步道设置。不得在道路防护绿化带中连续间隔设置 2 个以上的立杆式广告。公交站牌、路名牌、消火栓、出租车停靠点招牌等设施 10 米范围之内不得设置立杆式户外广告设施。

②范围控制：单立杆式户外广告可沿城市道路人行道布置，不应影响行人通行，宽度小于 3 米的人行道不得设置立杆式户外广告设施。在宽度小于 10 米的商业步行街禁止设置立杆式户外广告。大型商业建筑、大型文化体育设施广场前的开敞空间，允许设置连续立杆式广告，以形成良好的商业景观效果，但不得影响人流集散及消防通道。

③尺寸控制：立杆式广告总高度不得超过 5 米。广告设施牌面底部距离人行道地面的高度不得小于 3 米。广告牌单面面积不应大于 2 平方米，任意一边长度不应大于 2 米，厚度不应大于 0.3 米；设置在城市道路人行道内的立杆式广告，如垂直道路红线设置，人行道宽度与广告牌宽度的比例应为 5:1 以上。特殊造型的广告牌面以上述尺寸作为参考。

④材质控制：立杆户外广告照明一般建议采用灯箱，步行街或者商业中心鼓励采用霓虹灯、电子屏等照明，但动态照明须符合本规划照明控制规定。广告材质应选用高品质材质，在商业广场、步行街等应鼓励使用新技术、新材料、新造型，营造特色户外广告景观。一般立杆广告建议采用电子屏、亚克力灯箱等材质。

⑤间距控制：商业步行街设置间距不小于 20 米。主要商业街(鼓励设置路段)密度可以相对较密，间距不小于 100-150 米。一般生活性道路和交通性道路沿线设置的立杆式广告宜与城市公共设施结合设置，如公交站点、报刊亭、公共自行车棚等，如单独设置则需严格控制纵向间距：一般生活性道路(适量设置路段)单侧设置纵向间距不小于 250-300 米；交通性道路(少量设置路段)单侧设置纵向间距小于 300-500 米。

（8）地面独立式户外广告—高立柱广告

①位置控制：规划范围内严禁设置大型立柱户外广告设施。如需设置，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。广告面与道路呈 85° 角，广告牌内侧的边缘距省道及次要公路不得小于 15 米，距国道不小于 20 米，距高速公路不小于 30 米，距公路互通立交和特大型桥梁不小于 50 米。距离一般公路平面交叉口以满足视距三角形为准。根据《中华人民共和国公路法》第五十六条：“除公路防护、养护需要的以外，禁止在公路两侧的建筑控制区内修建建筑物和地面构筑物。”

②尺寸控制：广告牌形式一般为单立柱双面投光照明广告牌两条公路交叉口可设置单立柱三面投光照明广告牌的边缘单块牌面形状原则上为长方形。广告牌尺寸：在高速公路两侧设置的广告牌面高度不大于 6 米，宽度不大于 18 米，在非高速公路两侧设置的广告牌面高度不大于 5 米，长度不大于 15 米。广告牌底边缘距离地面垂直高度不小于 10 米，广告牌最高不得超过 22 米。

③间距控制：大型高立柱式广告设置，沿道路单侧最小纵向间距(指任意两个大型高立柱户外广告设施之间的距离)，省道及次要公路间距不小于 300 米，国道及主要公路不小于 400 米，高速公路、铁路不小于 500 米。普通公路平交交叉口设置数量不得超过 2 个，立交视具体情况而定。同一路段连续设置的，应保持间距基本相等。

④材质控制：照明方式为投光照明，允许点光或者泛光，禁止采用动态照明方式。大型高立柱广告所使用材质与结构必须符合《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）的规定，设立前应由合格的设计院出具施工图，确保结构安全且能够抗 12 级以上台风。

（9）地面独立式户外广告—大型落地广告

①位置控制：禁止未经审批在道路红线、绿化带内，城市重要节点设置及在各企事业单位、商业地段、厂区等地块红线范围内自行设置的大(中)型落地广告。大中型板块式一般设置在城市交通道路一侧，有时兼起遮挡的作用。特殊造型的大型落地户外广告(包括大型落地电子屏)在城市特定地点设置，如公共广场、城市主要出入口等，展示城市或区域形象以及公益宣传广告。大型落地电子屏可商业和公益兼顾。展示城市和区域形象的大型公益或宣传广告(艺术造型类)可设置在绿地及广场中心醒目位置，在形式上应具有一定的艺术性。但是普通大型牌面式落地广告牌不宜设置在绿地及广场中心醒目

位置和人口密度较大的城市中心区，可设置在城市边缘道路、郊区公路两侧等人口密度较小的区域；具有明确地域界线的 1 个开敞空间只允许设置 1 处大型落地广告。

②尺寸控制：禁止设置于居住用地或包含居住功能的其他混合用地内；禁止设置于道路红线内；禁止与围墙(围挡)广告同时设置；广告总体高度(含牌面和支架)不得超过 10 米，宽度应与高度相适应，并不得大于 30 米。广告与地块内建筑物最小距离不得小于其高度的 2 倍；如遇配合城市公益宣传、大型文化体育活动等特殊情况需设置临时性支架。

③材质控制：照明方式可以为投光或灯箱，鼓励设置电子显示屏等丰富的灯光夜景效果。广告材质应选用高品质材质，鼓励使用新技术、新材料，营造特色户外广告景观。

(10) 地面独立式户外广告—底座广告

①位置控制：设置在城市道路人行道上的底座式户外广告，底座和牌面外缘距人行道沿石外缘应大于 0.4 米并应沿道路红线边沿设置，禁止在居住区设置。设置在带形商业步行街上的底座式户外广告应设置在步行街的休憩带中。不得在道路防护绿化带中连续间隔设置 2 个以上底座式户外广告。广告设置不得侵占无障碍通道和消防安全通道。公交站牌、路名牌、消火栓、出租车停靠点招牌等设施 5 米范围之内不得设置底座式户外广告设施。底座式户外一般设于道路的人行道或者广场、商业步行街。在宽度小于 5 米的城市道路人行道不得设置牌面平行道路的底座式户外广告。在宽度小于 6 米的城市道路人行道不得设置牌面垂直道路的底座式户外广告。在宽度小于 12 米的商业步行街不得设置底座式户外广告。在面积小于 50 平方米的广场(空地)不得设置底座式户外广告设施。

②尺寸控制：广告不得影响人行道空间内其它设施及建筑物、构筑物的使用，并避免对其它设施及建筑物、构筑物产生消极影响。广告总体高度(含广告牌面和支撑结构)不得超过 2.4 米，牌面宽度不得大于 1.5 米，且牌面单面面积不得超过 2.5 平方米；厚度不应大于 0.5 米；核心区、商业广场等特殊地段底座式广告柱高度需突破 2.4 米时，方案必须经申请，由相关主管部门开展专题论证，经审批同意后方可设置；广告设置在人行道或商业步行街内，人行道或商业步行街宽度不得小于 5 米，或面积 ≥ 50 平方米的广场(空地)及绿地，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；广告应排列规整，沿商业步行街的纵向间距不得小于 15 米，沿主要商业街人行道的纵

向间距不得小于 20 米，沿其他城市道路人行道的纵向间距不得小于 50 米；广告设置在用地红线内，用地内建筑退让红线距离不得小于 15 米，且广告实体或最大水平投影不得超出用地红线，同时广告与地块内部建筑物的最小距离不得小于其高度的 2 倍；各广告之间沿平行红线方向间距不得小于 15 米；在同一路段内的广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一，并与街道上的座椅、垃圾桶、路灯、电话亭、候车亭、公共标识设施等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。

③材质控制：应采用高品质材质，在商业广场、步行街等应鼓励使用新技术、新材料、新造型，营造特色户外广告景观。底座广告建议采用电子屏、亚克力灯箱等材质。

（11）地面独立式户外广告——实物型广告

①位置控制：本次规划范围内实物造型广告，应经主管部门批准，并应符合本次规划确定相关位置、尺寸和材质相关规定。广告设置在人行道或商业步行街内，城市道路人行道及商业步行街宽度不得小于 8 米；且在广告设施设置后可供人通行的步行通道宽度不得小于 5 米，广告设置所在场地面积不得小于 200 平方米。广告应避免影响其他设施及建筑物、构筑物的使用。

②尺寸控制：广告总高度不宜大于 6 米；如遇城市公益宣传、大型文化体育活动等特殊情况需设置临时性实物造型广告的，按临时广告设置条款管理。实物造型的大型直落式广告应通过公开方案设计并通过专家评审和公众推选，以确定最终方案。实物造型的大型落地广告的基底面积和高度视具体环境设计，与周边环境相协调，并且不得影响交通和消防通道要求。单块面积不得大于 80 平方米，多块组合不得大于 200 平方米。

③形式控制：应考虑户外复杂的天气、环境状况对于广告的影响。植物造型类广告不能影响植物生长和整体美观为准则，广告占植物外表面的面积不能超过 10%。

（12）地面独立式户外广告——跨街广告

①位置控制：本次规划范围内原则不得设置跨街广告，如设置，应经当地主管部门批准，并应符合本次规划确定相关位置、尺寸和材质相关规定。除步行商业街审批可适量设置少量档次较高、设计新颖的龙门架广告外，不宜在其余道路设置此类广告。确需设置的，需设在宽幅（包括人行道）不大于 30 米的道路，并需经过有关部门的严格审批同意后方可设置。步行商业街设置龙门架广告，设置间距不宜小于 80 米。

②尺寸控制：广告牌面高度应与设置道路尺度协调，不得大于设置街道宽度的 1/20，

且最高不得大于 1.5 米。垂直车行道净空 6 米，垂直人行道或商业街路面净空不小于 4.5 米。车行道中，确需设置跨街广告的应设置在道路中段，距离道路交叉口 50 米以上并不得影响交通指示牌及信号灯的视线。

③形式控制：应考虑户外复杂的天气、环境状况对龙门架的影响。

（13）移动式广告—交通工具广告

城市交通工具户外广告设施：城市交通工具广告不得影响交通安全，不得对原交通工具颜色全部遮盖。利用机动车车体、非机动车车体、船体等设置户外广告的，应当结合该交通工具本身协调设计。城市交通工具允许在车（船）身两侧和车（船）尾部位设置。包括贴膜广告、喷绘、LED 走字屏广告、电子屏广告等。

①附着于车身的广告，其设置应遵循不妨碍安全驾驶的原则，广告图案应色彩协调，画面简洁明快、美观整洁。

②车辆的正面及挡风玻璃不得附着广告，两侧车窗和尾窗不得附着影响驾乘人员视线的广告画面。

（14）其他类广告—投影广告

分为建筑立面投影（含全息 3D 投影）、橱窗投影（含全息 3D 投影）、店招投影。

①位置控制：建筑立面投影（含全息 3D 投影）投影光束距离地面高度不得小于 4 米，距门、窗或其他人能接触到的地方 3 米以外。橱窗投影（含全息 3D 投影）、店招投影距门、窗或其他人能接触到的地方 1.5 米以外。在户外广告许设区内选取，实行总量控制，主要集中于商业中心、公共活动中心。规划布局应均衡合理、疏密有致，避免视觉疲劳；选点尽可能结合公共建（构）筑物外墙或公共广场空间设置。投影广告的设置，不得影响居住建筑或城市道路的使用，不得对行人和驾驶员产生眩光；军事机关、历史文化保护单位等区域，禁止设置投影广告。设置于交通信号灯、交通标志周围 10 米以内及背景空间内的投影广告，不得采用闪烁光源和红、黄、绿三色。

②尺寸及参数控制：发光面不得正面朝向居住建筑主要窗口，投影面积 80 平方米以上朝向居住建筑直线距离不宜小于 100 米，背向居住建筑直线距离不宜小于 50 米（按两种水平投影距离计算）；实行统一联网和安全监控。投影广告的设置，必须先经专项论证对其参数进行验证。在主要道路交叉口或车行密集处，画面变换速度不大于 15 秒/帧。投影广告不能影响建筑功能的发挥，干扰建筑内的活动或休息。同一栋建筑的投影

只能有一个，设置密度不能超过 3 个/公顷。

（15）其他类广告—走字屏广告

①位置控制：滚动字幕店面招牌仅允许设置在建筑底层，平行于墙面设置，且设置在与之对应的平行墙面店面招牌下方，不得超出平行墙面店面招牌允许设置的范围，左右宽度不得超过其上部平行墙面店面招牌的宽度，其下沿净空高度不得小于 2 米，高度不得超过 0.4 米，宽度以不大于 9m(3 个店面)为适宜。

②尺寸及参数控制：滚动字幕店面招牌一律采用黑底红字或者黑底白字，发布的内容只能横向滚动，不得出现闪烁画面，速度应控制在 80 字—100 字/分钟；开启时间应与商铺营业时间一致。主要道路交叉口不得设置影响交通的电子走字屏。

（16）其他类广告—电子屏广告

设置城市户外电子显示屏应符合交通管理要求，不得妨碍城市道路行车安全，不得影响道路通行。不得形成光污染、噪声污染、电磁辐射污染等影响居民正常生产生活。逐步实行统一联网和安全监管，按要求开启和关闭户外电子广告屏。各类投影、媒体墙等户外电子显示屏播放公益广告时间需占总播放时间 20%以上。

①位置控制：在户外广告许设区内选取，实行总量控制，主要集中于商业中心、公共活动中心。规划布局应均衡合理、疏密有致，避免视觉疲劳；选点尽可能结合公共建筑(构)筑物外墙或公共广场空间设置。每个商业街区、公共活动中心区电子显示屏数量一般不超过 2 处。电子屏幕广告的设置，不得影响居住建筑或城市道路的使用，不得对行人和驾驶员产生眩光。

②尺寸及参数控制：电子屏幕广告的发光面不得正面朝向居住建筑主要窗口，面积 80 平方米以上电子屏幕广告朝向居住建筑直线距离不宜小于 100 米，背向居住建筑直线距离不宜小于 50 米(按两种水平投影直线距离计算)；设置于交通信号灯、交通标志周围 10 米以内及背景空间内的电子显示屏广告，不得采用闪烁光源和红、黄、绿三色；电子屏幕广告的设置，必须先经专项论证对其参数进行验证，依附于建筑物设置的，将其视作依附于建筑物的广告，参照建筑物广告相应规定管理；独立支撑设置的，将其视作独立式广告，参照独立式广告相应规定管理。在主要道路交叉口或车行密集处，画面变换速度不大于 15 秒/帧。

（17）其他类广告—橱窗广告与贴膜广告

①贴膜广告：贴膜(单透膜)广告(以下称贴膜广告)被广泛应用于汽车、建筑外墙玻璃、广告喷绘，分静态贴膜广告、动态(背投动画式贴膜)广告。设置贴膜广告应符合建筑消防、采光通风和交通管理要求，不得妨碍城市道路行车安全，不得影响道路通行。背投动画式贴膜广告不得形成光污染、噪声污染、电磁辐射污染等影响正常生产生活。公共交通工具、逃生通道有缺陷建筑严禁设置贴膜广告(危急情况对逃生不利)。

贴膜广告在色彩、形式、画面设计上与建筑物协调，色彩、形式、画面设计方案需由专家论证后方可审批。在色彩上，位于建筑墙面的户外广告主调基本色应与建筑主体色调进行协调，位于城市公共空间的户外广告主调基本色应与环境景观主色调进行协调。点缀色，选择艳度(纯度)较高的色彩系列，在局部、少面积运用，单块广告牌点缀色的面积不应超过 20%，起到画龙点睛的作用。鼓励贴膜广告艺术化、智能化、特色化，结合地域文化，宣传本地老字号、知名企业等。贴膜广告审批参照临时广告，设置期限最长为 3 个月，且到期后应及时拆除并恢复场地原状。

②橱窗广告：设置橱窗广告应符合建筑消防、采光通风和交通管理要求，不得妨碍城市道路行车安全，不得影响道路通行。不得形成光污染、噪声污染、电磁辐射污染等影响正常生产生活。橱窗广告不得改造为幕布、灯箱等其他形式的广告。橱窗广告只能设置实体广告，不能空置、堆放杂物或张贴平面广告。建筑物二层及以上玻璃上，严禁设置、张贴广告信息；建筑物底层玻璃橱窗上，控制设置、张贴广告信息；广告设置面积不得超过玻璃橱窗面积的三分之一。

橱窗的高度不得超过屋顶高度，宽度不得超过建筑物两侧。橱窗设施不得凸出墙面，妨碍行人的安全。

(18) 其他类广告—临时广告

党政机关、社会团体和企事业单位举办大型文化、旅游、体育、公益、节日庆典活动或交易展销会等活动时，或企业促销活动期间，允许设置临时广告。允许设置临时性户外广告的时间：仅限节庆(假)日，双休日开展的开业、庆典活动等特殊情况，批准连续活动时间一般不超过 3 天，其他大型会展或重大活动有专门规定的按统一的时间实施。临时广告设置期限最长为 1 个月，且到期后应及时拆除并恢复场地原状；临时广告一般应在活动举办场地内部设置，连续成组设置的临时广告宜统一有序设置。

临时性户外广告应在自有用地范围内设置，不得占用市政人行道路、绿地，不得侵

占公共设施，不得影响市容秩序和周边交通。允许设置临时性户外广告的场地包括：单位自有场地的后退红线内，且场地面积不小于 50 平方米，各类城市公共活动和休闲类广场及其他符合条件的场地。允许设置临时性户外广告的形式：展板(台)、展牌、气球、气模、实物模型、灯光投射广告、升空气球(系留气球)等设置必须取得国家行政主管部门许可的相关资质证明，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。

在人行道上设置的充气物，其宽度(厚度或支柱直径)不得大于人行道宽度的四分之一，且应与设置单位的门面平行设置。人行道宽度小于 4 米的不得设置。设置充气拱门，跨度不得超过 10 米，高度不得超过 5 米，安装设置安全、牢靠。布幅广告应从严控制，除重大活动外，原则上不允许设置布幅形式的户外广告。

严格控制利用楼体悬挂布幅。经批准悬挂的，原则上垂直于建筑物立面。在沿街门面上悬挂横幅的，必须贴靠门店招牌下方外墙长度不得超过门店宽度；横幅一栋建筑原则上不超过一条，长度不得大于 15 米，宽度不得大于 1.5 米；二层以上(即 7 米以上，不含二层)不得设置；在道路同侧设置多条的，条与条之间的距离必须在 50 米以上。竖幅长度不得大于 25 米，宽度不得大于 1.5 米；八层以上(即 24 米以上，不含八层)不得设置；利用建(构)筑物同一位置并列设置多条的，其规格应统一。巨幅单体面积不得大于 300 平方米。

(19) 其他类广告—公益性广告

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，在数量上不得少于户外广告数量的 20%。LED 电子显示屏需要规划 20%的播放时间段用于公益性广告。

②商业娱乐区、商业步行街区、独立商业地区、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。

③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 30%。

④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。

⑤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。

⑥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。

⑦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人或者使用权人应当按照人民政府的统一部署发布公益广告。

⑧鼓励在高铁站、长途客运站、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。

⑨医疗卫生设施用地、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。

（20）其他设置要求

为保护城市道路设施及道路地下管线完好，保障道路交通顺畅，在城市道路红线范围内，在道路（含桥梁）的车行道、人行道、非机动车道及绿化隔离带、人行道绿化带等范围内不得单独设置落地式、底座式、立杆式户外广告设施。在城市道路红线范围内设置户外广告设施的，应结合附设在人行道上的其他设施综合利用设置，道路净空应当符合城市道路工程设计规范，人行道范围内不得低于 3m。

第二十三条 户外招牌设置要求

1、户外招牌禁止设置规定

- ①在经营或者办公服务场所的建筑物法定控制地带范围外设置的；
- ②占用或影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、通信设施正常使用的；
- ③占用城市道路、人行道、公共绿地等公共区域的；
- ④设置长度大于 1.5 米的外挑式招牌；
- ⑤在建筑物二层（不包括二层）以上部位设置的；
- ⑥竖向独立式招牌高度大于 10 米或横向独立式招牌宽度大于 8 米的；

- ⑦使用玻璃等易碎材料、石材等自重较重材料的；
- ⑧危房或设置后危及房屋安全的；
- ⑨居住建筑、商住建筑和混合建筑的住宅层自身墙面、窗户及对面建筑的外墙面上，设置高亮度光源或动态光源的照明方式；
- ⑩影响建筑物的采光通风及消防安全的；
- ⑪在任何形式的建筑物上设置屋顶招牌的；
- ⑫损坏城市公共绿化的；
- ⑬城市快速路、主次干道在行车视线影响范围内设置闪烁光源类招牌的；
- ⑭内容与营业执照经营范围不一致或超出相应办公、经营场所范围外的。

2、户外招牌设置负面清单

- （1）安全类——户外招牌箱体厚度大于 0.3m。
- （2）内容类——户外招牌显示的单位名称和服务标识，与营业执照、商标注册证或法人登记证书核定的名称不一致。
- （3）色彩类——户外招牌大面积采用高饱和度、高明度的色彩与周边整体环境不协调。
- （4）位置类——
 - ①在玻璃幕墙表面设置户外招牌；
 - ②在城市绿地内设置户外招牌；
 - ③在所属建筑所在的用地边界和范围线外设置户外招牌；
 - ④同一建筑立面上相邻招牌的悬挂位置不一致；
 - ⑤在建（构）筑物楼顶设置户外招牌。
- （5）形式类——
 - ①设置 LED 屏招牌；
 - ②重复设置户外招牌；
 - ③二层及以上的户外招牌设置分散、无序；
 - ④户外招牌改变建筑立面构图关系或遮挡建筑有特色的立面细部。
- （6）附属类——设置卷帘门。
- （7）灯光类——户外招牌灯光照明采用霓虹灯形式，光照强度高。

3、户外招牌设置引导

（1）户外招牌——平行于墙面店招

①通用规定：店面招牌的设置，应与所处环境及所依附建筑相协调，规格统一，外观整洁，整体和谐美观。店面招牌的设置不得影响规划审批的建筑正常间距，不得影响建筑采光、通风和消防功能的正常使用。

同一街区或路段相邻建筑物上设置的店面招牌，其形式、材料、体量、色彩、照明等应整体协调。同一建筑存在多个店招设置需求时，应先整体设计、统一规格和形式。

新设置在居住小区商业裙房位置的店面招牌，不得采用霓虹灯、电子显示屏等高亮度光源和动态光源的照明方式。

连锁单位、知名品牌等有其固定企业 LOGO 店招规范的，在保证与周边环境协调和谐的前提下，可采用其标准材质、字体、色彩等但其设置位置，大小、出挑距离等必须遵循本规定。允许设置适量构思巧妙、设计优秀、制作精美的特殊类型店面招牌，同一街区或同一建筑上特殊店招的设置一般不得超过 3 个。特殊店面招牌方案必须经申请，由相关主管部门开展专题论证，经审批同意后方可设置。

②位置控制：除多层建筑和高层建筑裙房的主体墙面，其余禁止设置平行墙面的店面招牌。建筑物一层采取外框支架方式设置店招标牌的，店招不得重叠设置。建筑物二层及以上不得采取外框支架方式设置店招标牌。不得利用建筑物屋顶、消防登高面、住宅建筑(含商住混合类建筑的住宅部分)、写字楼外立面设置店招标牌。多个单位共用一个场所或者一个建筑物内有多个单位的，应当先由该场所或者建筑物的所有人或管理人整体规划设计制作，原则上在一楼进出通道口等有条件的地方设置招牌或统一设置楼层分布导向牌；对特殊情况的，二层及以上单位只能在二层窗间墙设置，宜采用镂空实体字牌形式，或在建筑物所在广场统一设置指示标牌。

③尺寸控制：不得改变建筑立面的构图关系，不得遮挡建筑立面的采光窗口及建筑物主体的肌理和有特色的立面细部，不得破坏分隔线脚的构图关系；同类型的商铺与相邻店招标牌高度、厚度协调一致；不得遮盖上下窗，不得遮挡相邻店招标牌。同体或联体建筑设置店招标牌应统一高度、规格、形式。店招字牌定位原则上一店一招，大型商场、银行、市场、购物中心同一立面原则上不超过两个店招(企业标识)。位于道路交叉路口，多面均开设门面且属于同一经营者的，允许一路一招(一面一招)，但设置风格要

统一。设置地点仅限于本单位办公地或者经营地，以建筑楼体为单元，位置设置警示标识。店招牌因设置或者维护不当，造成人身伤害以不遮挡采光窗、不影响建筑特色及不侵犯相邻合法权益为原则，在店面上方依附建筑楼体外墙立面定位设置。

应在一层以上二层窗户线以下设置，其底沿离地面不得小于 2 米，原则上总高度不超过 1.4 米，凸出墙面的距离不超过 0.5 米，不得使用落地支架。建（构）筑物同一面墙上的广告总面积不应大于该墙面积的 30%。同一建筑店招字牌底板色彩应相对统一，并与建筑立面色彩相协调。字体高度不宜大于底板高度的 $\frac{3}{5}$ ，文字总长度不宜超过底板长度的 $\frac{3}{4}$ 。户外招牌原则上不得超出女儿墙顶部以上位置设置（特殊情况要经过审批）。

相邻店面的墙面招牌应分别设置，同一侧建筑立面上相邻招牌的高度、突出墙面厚度、悬挂位置、外挑尺寸应当一致。对于没有单独出入口的商业服务单位，且单位较集中的，可设置组合、集中式墙面招牌。

建筑底层的墙面招牌应设置在上一层楼板居中以下，若征得上一层业主同意可延伸至上一层窗台下。店招版面高度与店面楼层高度以 1:3 为宜，但店招版面高度应 $\leq 1.5\text{m}$ ，招牌底部距地面应保证至少 2m 的通行高度。

平行外墙式户外招牌厚度离墙面 $\leq 0.5\text{m}$ 。户外招牌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。

对于底层有单独出入口的商业经营单位，主要出入口可设置一块平行外墙式招牌，其数量不得超过建筑物经营场所的主要出入口数量，设置条件允许的情况下也可增设一块外挑式招牌。

④材料及维护控制：户外招牌原则上不得超出女儿墙顶部以上位置设置，如建筑立面设计上无法放招牌、行道树严重遮挡，可向综合行政执法部门提出申请，审批同意后设置。招牌紧贴屋顶设置，招牌高度不得超过门面高度的五分之一，户外招牌的设置不得破坏构图形态关系，不得覆盖立面变化、线脚设置。招牌字符大小根据所在街道的空间尺度不同，其字符的具体尺寸大小应符合户外招牌字符尺寸表的规定。

（2）户外招牌——垂直于墙面店招

①通用规定：严格控制垂直设置于建筑物的竖式店招字牌。确需设置的，应尽量设置在建筑物两端的实墙上，竖式招牌的顶部不得超出建筑物檐口高度，底端离地面不得

低于 2.5 米；设施高度不得超过屋檐，最高高度不得大于 6 米，外缘离建筑物外墙最大不得超过 1.5m,同时支架必须予以隐蔽处理，要做防锈处理。

②尺寸控制：在一二层商铺设置垂直于外墙墙面的招牌牌面最大尺寸为高 0.8 米、宽 0.5 米或者半径小于 0.6 米的圆形招牌，外挑距离不大于 0.7 米，广告下沿距地面不得低于 2.5 米，上沿不得高于 6 米。单块(单面)最大面积不大于 1.5 平方米，厚度不大于 0.3 米。外挑式不规则招牌面积 ≤ 1.5 平方米(最大直径或最大边长 ≤ 1.25 米),外挑式招牌底部距地面 2.5 米,支架外挑的距离 ≤ 0.3 米,应符合正常的视觉角度,不得歪斜、倒置。

③位置控制：消防通道空间范围内，不得设置垂直于店面招牌。除上述情形外，其余垂直墙面的店面招牌视同垂直墙面的户外广告，按本规划相关要求管理。除商业区商业性建筑外，其他类型建筑不宜设置竖式标牌。商业区同一建筑多个竖式标牌的设置，其位置、大小应相对统一。24 小时营业的单位，可在建筑物底层立面设置小型悬挑式灯箱标识。

(3) 户外招牌—屋顶及雨棚店面招牌

通用规定：利用道路雨棚等设施设置户外广告的，宜设置在遮阳棚上部或表面，但区域重要门户交通节点处一般不允许设置。建议请专业机构设计，有入口构件的建筑(如雨棚式)，户外招牌应当设置在入口构件部分，宜采用镂空式样。(裙楼)屋顶上可设置建筑标识、行政事业单位标识(含镂空实体字)，不可设置屋顶商业商户标识招牌(含镂空实体字)。单层坡屋顶建筑，应在正面屋檐以下设置牌匾式招牌，如无牌匾空间或视线遮挡情况下，经审批后可设置屋顶招牌(镂空实体字)。

①最大面积：不大于 10 m²；

②最大长度：不超过所在雨棚边长度的 80%；

③形式：在原有建筑结构上设置雨棚式店面招牌只允许设置单体字形式，店面标识底部到雨棚顶部的垂直距离不超过店面标识本身高度的 1/2。

④设置区域：设置位置及长度不超出雨棚的平面投影范围。雨篷式招牌仅限设置在建筑一层,雨篷上沿设置不能超过建筑一层高度,雨棚檐口高度距离地面应不低于 2.5m,雨篷外挑距离墙体不应大于 1.5m,雨篷仅限设置在门窗的正上方；

⑤同一店面标识内的单体字间距不得超过字高的 1 倍；

⑥如果店面招牌设置在雨棚上面，应设置在正面单面展示；

⑦如建筑的雨棚本身是特殊形态设计或特殊材料设计，雨棚上不应再设置店面标识。

4、字招标识设置引导

（1）字招标识——建筑标识（屋顶字招）

①通用规定：主要包括厂区建筑、市场建筑、企业大厦、商务商业楼、酒店、城市对外交通站场(车站、码头)、医院等公共建筑及商业建筑。

②位置控制：规划范围内建筑标识(屋顶字招)原则上只允许在总建筑高度小于 60 米的机关团体、事业单位、医院学校等公共管理与公共服务单位、大型企业、工业产业园区、车站物流交通枢纽建筑设置。其他单位及商户如确需设置屋顶字招的，需通过审批后方能设置。

总建筑高度小于 60 米的上述建筑，其字招可在其门面上方、墙面和楼顶设置。高度大于 60 米的上述建筑，从安全角度出发，其建筑标识(屋顶字招)应设置在建筑立面上，不宜在高层屋顶设置。

建筑标识一般使用镂空实体字或 logo 图案，镂空实体字体在条件允许的情况下，应当配置街景灯光(如霓虹灯、灯箱字、发光字体等)，但电线、镇流器等应当隐蔽处理，务使其标志醒目。墙面设置的字招不得超过上及左右墙面，屋顶设置的实体字标识必须内退屋顶外缘 0.5 米，左右不得超出屋顶外缘。

底层以上部分最多设置两组建筑标识(屋顶字招)，且应在不同方向的建筑物顶层实体墙面上设置，上边缘距上檐口(或女儿墙的上缘)距离 ≥ 0.5 米，并采用镂空样式。企事业单位、商住商业大楼裙房等一栋建筑屋顶最多设置两组建筑标识(屋顶字招)，其余商家只能通过场地指示牌、精神堡垒来标识名称。在建筑物底层部分设置建筑物标识的，其数量不得超过建筑物的出入口数量，且每个出入口仅能设置一处。

镂空实体字体的色彩在浅色墙面宜采用深色(企业的统一标识除外)，或采用白色、银色、钛金字体，不用红、黄色、蓝色等饱和度很高的颜色。字符大小根据楼层等空间尺度不同，建筑物标识字符尺寸大小应符合下表的规定。

（2）字招标识——场地指示牌（精神堡垒）

①尺寸控制：竖向(指示牌高度大于宽度)设置的场地指示牌，可设置为单面或双面展示形式，可设置三面以上展示形式。单面和双面展示的指示牌宽度不宜大于 1.5 米，

厚度不宜大于 0.5 米。竖向(指示牌高度大于宽度)设置的场地指示牌高度按实际情况确定,主要考虑视觉和建筑体量的和谐,建筑周边交通及环境的安全和协调还有设置设施的安全性,包括安装现场条件(如地基条件、天气风力)等。其中公司企业精神堡垒建议高度 3-5 米,房地产楼盘精神堡垒建议高度 5-10 米,商业中心精神堡垒建议高度 5-10 米,酒店精神堡垒建议高度 5-10 米。

横向(指示牌高度小于等于宽度)设置的场地指示牌,可设置为单面或双面展示形式,可设置三面以上展示形式。厚度不宜大于 0.5 米,长度不宜大于 4 米,高度不宜超过 3 米。

②位置控制:设置于企业办公场所或建(构)筑物周边的场地指示牌、品牌指示牌,不得超出其用地红线范围,宜设置在距离建(构)筑物 8 米范围之内。小型场地指示牌的数量一般不得超过所属建(构)筑物主要出入口的数量。城市道路路幅内不得设置独立式指示标牌。

③形式控制:指示牌应与场地相协调。指示标牌应当结合建筑物周边空地或绿化设置,形式、色彩和周边环境相适应,高度不得超出建筑物。城市道路两侧支巷口有条件设置独立式指示标牌的,内部多个单位应当一并考虑,统一设计。

第二十四条 其它指导性条款

1、内容控制要求

(1) 内容控制基本要求:

①户外广告和户外招牌使用的文字、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,应当符合《中华人民共和国国家通用语言文字法》中关于书写使用简化字、繁体字、汉语拼音等相关规定。

②同一户外广告和户外招牌禁止使用两种或两种以上外文,少数民族文字、汉语拼音与外文禁止同时使用,少数民族文字、汉语拼音或外文与汉字配用时,应当书写规范、正确。

③禁止单独使用汉语拼音替代汉字作户外广告和户外招牌用字。

④户外广告和户外招牌宜使用简体字,外文字要规范,宜以中文在上,外文在下,中文字体大,外文字体小。

⑤禁止设置易产生视觉错觉的户外广告和户外招牌,包括具有移动幻觉和由于文字

或图案的改变造成移动幻觉的。

（2）户外广告内容控制要求：

①广告内容应符合主流价值观，不得违反国家的法律法规、规则、党的方针政策、社会主义精神文明和道德规范要求。

②应以濉溪县的旅游、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，用以宣传、展示濉溪县的城市形象、经济社会发展和城市建设成就。

③禁止设置有不良文化内容的户外广告，不应出现烟草、涉医涉药内容，不应出现内衣、卫生健康等类型内容。

④城市道路两侧的户外广告外观不得与交通标志相近似。

⑤标注企业名称的面积不得超过广告版面的 1/10。

（3）户外招牌内容控制要求：

①户外招牌仅允许设置经市场监督管理部门注册的相应建筑物、场所、商铺名称的全称或简称，并可以增加标志标识，禁止出现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）。

②户外招牌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。

③楼宇标识（含广场），应当按照经地名管理部门核准的建筑名称设置。

④版面广告应疏密得当，字体尺寸比例协调，展示内容所占比例应 $\leq 60\%$ ，主题突出，标识适当。

⑤禁止在一块户外招牌上重复出现同一家店铺名称。

2. 色彩控制要求

（1）色彩控制基本要求：色彩是户外广告和户外招牌的重要直观表现方式之一，很大程度上影响了广告品质和城市景观。因此，必须对色彩进行合理控制与引导，通过色彩的整体控制营造繁华、活力的商业氛围，稳重、大气的商务办公氛围。重点区域严格控制色相、饱和度、对比度等色彩要素，强调地区风貌的协调统一。

①户外广告和户外招牌的主色设定和色彩搭配应符合城市风貌色彩相关规划的相关要求，并与所处区域的定位相符。

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。

③处于同一建筑立面的户外广告和户外招牌应统一制定色彩使用方案。

（2）户外广告色彩控制要求：

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当同一建筑立面设置超过 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户外广告画面为了突出主体，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，也可用统一的暗色彩突出较明亮的主体色，背景色彩明度的高低，一般视主体色明度而定。

（3）户外招牌色彩控制要求：

①原则：户外招牌所选用色彩应遵循“大和谐小对比”的主要原则，即整体色调统一，和谐局部的地方可以有一些对比。

②色相：户外招牌的基本色调，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，原则上户外招牌选用色彩应与载体基调色为同类色配色（色轮夹角 60° 以内）。

③明度：户外招牌的色彩明度应融入载体基调色，对特定区域需容易规定明度控制。

④饱和度：设置户外招牌禁止采用高饱和度、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搭配同一户外招牌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户外招牌基底色（底板）参照建筑外立面辅助色取色，户外招牌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。

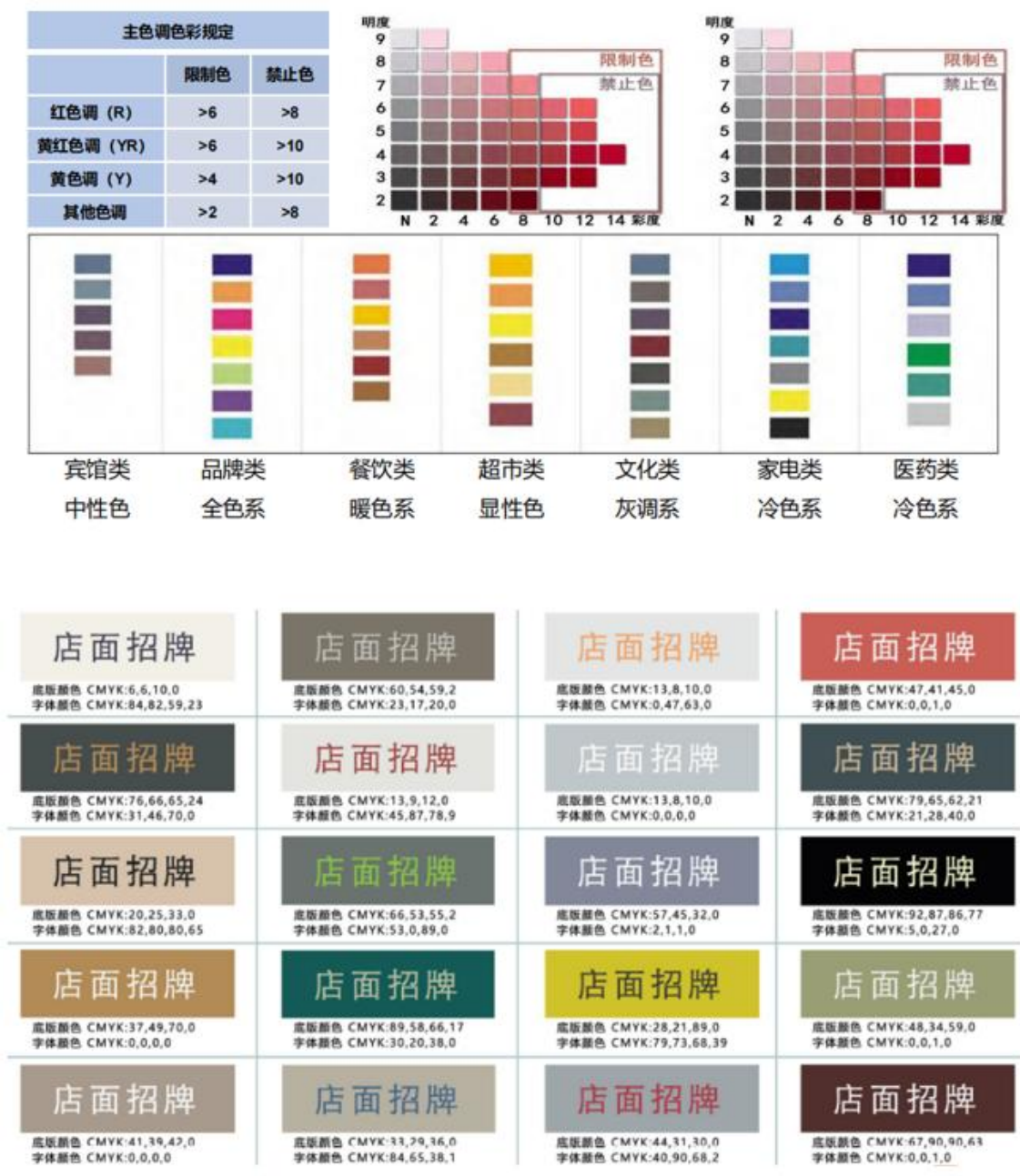


图 1 户外招牌色彩示意图

⑦楼宇标识应注重与建筑的匹配关系，应根据建筑立面材质和肌理进行选择和配色，应选用与建筑立面同色系的颜色，使其融入建筑语言之中。

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區、历史文化街區、特色风貌區、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。

⑩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。

3. 材料控制要求

材料是户外广告和户外招牌设置品质的物质基础和根本保证，限制使用档次低的如喷绘布、灯箱布、3M 布等布类材料，鼓励使用体现城市经济实力和文明形象的新材料、节能环保材料等，提高户外招牌的精致程度，主要如 PC 板、有机玻璃、抗腐蚀金属、铝塑材质等材料。

①户外广告和户外招牌的材质、外观应与所处区域环境和建筑立面保持协调。

②户外广告和户外招牌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户外广告和户外招牌不应出现外露的支架（含结构支撑、构件支架等）。

④户外广告和户外招牌应制作精良、造型美观、安装牢固。

⑤户外广告和户外招牌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，以及对于飞机起降、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、有机玻璃、油漆等材料的大量应用。

⑦户外招牌禁止使用喷绘布、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。

户外广告常用材料

材料类别	材料名称	材料性能
常用材料	PC 耐力板	质量轻、透光性强
	自然发光材料	透明度高、成模型好、涂层薄
	不锈钢	质量轻、强度高、耐腐蚀、网孔板具有通透作用
	PVC	稳定性好、耐火阻燃、表面光洁、容易加工耐老化
	亚克力	质量轻、透光性好
	木塑板	具有良好的刚度和韧性、不宜变形、防龟裂
	双色板	抗冲击、耐热、耐低温、易于加工、成品尺寸稳定

4. 照明控制要求

（1）户外广告和户外招牌照明已成为展示城市夜间形象的重要因素，要选用合适的光源光色和显色性，使光色与照度具有相当的比例，构筑、渲染出各种舒坦的色感环境氛围。

（2）户外广告和户外招牌的照明方式、亮度、光色、动态应符合城市夜景照明的相关规划要求。

（3）严格控制户外广告和户外招牌的光污染，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。

（4）照明方式控制要求：户外广告和户外招牌的照明方式分为无照明、被动泛光照明和自发光照明 3 种形式。

①户外广告被动发光照明分为内置灯、背打灯、投射式；自发光照明分为霓虹灯（禁止暴露发光灯管）、LED 显示屏广告。

②户外招牌被动发光照明分为：内置灯、背打灯、投射灯。

③户外招牌禁止设置 LED 点光源、LED 显示屏等闪烁和动态光源；户外广告禁止使用闪烁的动态光源。

④位于城市快速路、主干道沿线的 LED 显示屏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）照明亮度控制要求：户外广告和户外招牌的照明亮度应与所处区域的环境亮度相协调，避免形成过于强烈的亮度对比，且与建筑物的对比度应控制在 50%以内，不超过环境亮度的 4 倍，同时不应超过右表的要求。

（6）照明光色控制要求：

①应避免大面积的色彩对比，不应选择高饱和度的颜色，以白光、暖白光为宜；不宜采用红色光。

②户外广告和户外招牌照明不应产生光污染及影响机动车的正常行驶。设置于交通信号灯、交通标志周围十米以内及背景空间内的，不得采用闪光方式和红、黄、绿三种颜色。

（7）照明光源控制要求：

①户外广告和户外招牌照明应选择安全、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户外广告和户外招牌照明的灯具必须进行遮蔽，避免灯具与支撑结构外露。

③避免由于过度照明、超范围照明等引发的光污染，包括干扰光、眩光、混光、人工白昼等。

④户外广告和户外招牌采用投射灯照明时，应控制投射范围，散射到广告与标识处的溢散光不应超过 20%。

(8) 照明开闭时间控制要求：

①一般地区：晚九点—早六点半，大型电子显示屏应保持熄灭状态，其他类型有照明广告宜保持熄灭或低亮度状态。

②主要商业、商务区：晚十点半—早六点半，大型电子显示屏广告应保持熄灭状态，其他类型有照明广告以保持熄灭或低亮度状态。

③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，关闭时间不应晚于晚 9 点。

内透光、外投光户外广告表面的平均亮度限值

户外广告照明面积 S (m²)	不同环境区域平均亮度的限值 (cd/m²)			
	E0、E1 区	E2 区	E3 区	E4 区
S≤0.5	50	400	800	1000
0.5 < S≤2	40	300	600	800
2 < S≤10	30	250	450	600
S > 10	不宜设置	150	300	400
注：E0为天然暗环境区，国家公园、自然保护区和天文台所在地区等；E1区为暗环境区，无人居住的乡村地区等；E2区为低亮度环境区，低密度乡村居住区等；E3区为中等亮度环境区，城乡居住区和一般公共区等；E4区为高亮度环境区，城镇中心和商业区等。				

电子显示装置户外广告表面的平均亮度限值 (cd/m²)

环境区域	E0、E1 区	E2 区	E3 区	E4 区
表面亮度的限值	不宜设置	400	800	1000
注：表内是夜间的数值，LED 显示屏指全白屏的值；动态广告的限值应为表内数值的 1/2。				

5. 安全控制要求

- （1）设置户外广告和户外招牌必须符合道路交通、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。
- （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户外招牌。
- （3）设置户外广告和户外招牌的单位或个人应定期对户外广告和户外招牌设施进行检查和维护，以保持户外广告和户外招牌的安全及外形美观，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，应立即予以回复或拆除。
- （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监测，以确保在使用期内的安全。

第二十五条 用地分类许可

同类型用地户外广告设置许可要求一览表

- （1）本表的用地分类以《国土空间调查、规划、用途管制用地用海分类指南》（自然资发〔2023〕234号）为依据。
- （2）多种用途兼容使用的用地根据其所兼容用地的性质分类参照执行。
- （3）商住混合建筑等多种使用功能混合的建筑，依据其实际使用功能分区段参照执行。
- （4）用地附加要求显示“无”的，以所在分区要求为准。

表 7 用地分类许可一览表

要求	用地名称	用地附加要求
允许设置	0601 农村道路	仅允许设置公益性广告
	07 居住用地	仅允许设置公益性广告
	0803 文化用地	仅允许设置与其展览展示、文化活动相关的广告及公益性广告
	0805 体育用地	无
	0901 商业用地	无

	0902 商务金融业用地	无
	0903 娱乐康体用地	无
	0904 其他商业服务业用地	无
	1101 物流仓储用地	无
	1207 城镇道路用地	仅允许列入城市出入口的客运交通场站的户外公共区域设置和高速公路节点区域
	1208 交通场站用地	
	1401 公园绿地	仅允许临时性商业宣传和公益性广告
	1402 防护绿地	无
	1403 广场用地	无
禁止 设置	01 耕地	——
	02 园地	——
	03 林地	——
	04 草地	——
	05 湿地	——
	06 农业设施建设用地（不含 0601 农村道路）	——
	0801 机关团体用地	——
	0802 科研用地	——
	0804 教育用地	——
	0806 医疗卫生用地	——
	0807 社会福利用地	——
	10 工矿用地	——

1102 储备库用地	——
12 交通运输用地（不含 1207 城镇村道路用地和 1208 交通场站用地）	——
13 公用设施用地	——
15 特殊用地	——
17 陆地水域	——
18 渔业用海	——
19 工矿通信用海	——
20 交通运输用海	——
21 游憩用海	——
22 特殊用海	——
23 其他土地	——
24 其他海域	——

注：上表“——”表示不相关。

第二十六条 乡镇指引

结合现状城镇职能结构特点和目标引导，根据各城镇自然资源、旅游资源、优势产业对区域的影响，在综合型、旅游型、工贸（业）型、商贸型和农贸（业）型五种城镇职能结构类型划分基础上，设置不同类型乡镇的户外广告设置指引及要求。“设置规划”相关指导内容，乡镇与农村地区可适度放宽执行力度。

表 8 综合型乡镇设置指引表

类型	综合型
范围	中心城区（濉溪镇、安徽濉溪经济开发区、濉溪芜湖现代产业园、刘桥镇）
设置位置	镇区公共服务中心、商贸中心等重要区域，以及镇域门户等重要节点。

设置要求	<p>以“繁荣城镇商业活动，宣传城镇本土文化，展示城镇特色风貌”为导向，鼓励创新创业，打造区域特色乡镇；</p> <p>坚持集约高效发展理念，遵循协调有序、丰富多元的原则，结合街道两侧环境景观建设，系统规划、精心设计户外广告设施；</p> <p>以优化公共空间环境品质和景观为重点，严格控制户外广告设施总量、形式及高度，提升户外广告设施设置品质，塑造形象简洁、秩序明朗的城乡公共空间。</p>
负面清单	参照禁止类广告设施设施要求。

表 9 旅游型乡镇设置指引表

类型	旅游型
范围	临涣镇
设置位置	依托濉溪县优质旅游资源，在旅游观光区域、主要旅游公路、高速出入口节点等点、线位置设置适宜广告，重点展示全域旅游特色。
设置要求	<p>突出体现乡镇本土文化与历史人文风貌，集中展现乡镇形象与区域特征，营造临涣文化历史旅游城镇氛围；</p> <p>以文化传承为前提，秉持低影响开发理念，严格管控户外广告设施布局；</p> <p>户外广告设施做到与自然人文景观不突兀、不冲突、和谐共生，增强设施与自然环境的融合度。</p>
负面清单	参照禁止类广告设施设施要求。

表 10 商贸型乡镇设置指引表

类型	商贸型
范围	双堆集镇
设置位置	依托县域产业发展策略，在乡镇级别的商贸服务中心以及乡镇产业园区、返乡创业园和乡村社区便民服务中心等区域集中设置适宜广告，展示乡镇商贸服务产业发展特色。
设置要求	<p>重点打造商业集中区域，在不影响交通的前提条件下，鼓励各类广告设施围绕商业中心布置，体现商业片区和商业街道的繁华与热闹；</p> <p>以弘扬社会公益观念，提高公众公益意识为优先考量，坚持在公益广告优先的理念下推动城市户外广告的发展，统筹商业广告与公益广告的空间分布，扩大公益广告的载体和类型。</p>
负面清单	参照禁止类广告设施设施要求。

表 11 农贸（业）型乡镇设置指引表

类型	农贸（业）型
范围	铁佛镇、四铺镇、五沟镇、孙疃镇
设置位置	<p>依托县城，积极发展面向都市的优质果品、食用菌、菊花、各类蔬菜、中药材和品牌粮食等。优化蔬菜品种结构和区域布局，构建品种互补、档期合理、区域协调的供应格局。重点建设好南坪镇、孙疃镇、四铺镇、五沟镇种养殖基地等示范基地重点设置适宜广告,重点展示特色生态农业。</p>
设置要求	<p>优先保障公共安全，通过对户外广告设置位置、体量、形式等进行严格控制，强化常态化的日常管理，切实杜绝安全隐患；</p> <p>营造尺度得体、亲切宜人、景致丰富的街道空间，体现含蓄低调、节制得体的田园风光。</p>
负面清单	参照禁止类广告设施设施要求。

表 12 工贸（业）型乡镇设置指引表

类 型	工贸（业）型
范 围	百善镇、韩村镇、南坪镇
设置位置	依托沿徐淮阜高速西部城镇发展轴,强化中心城区与百善镇、韩村镇和安徽（淮北）新型煤化工合成材料基地、南坪镇的联系。全力提升城镇功能品质，塑造“产城融合”新样板。
设置要求	<p>优先保障公共安全，通过对户外广告设置位置、体量、形式等进行严格控制，强化常态化的日常管理，切实杜绝安全隐患；</p> <p>严格矿产资源开采规划准入管理，严禁在水源保护区、自然保护地等环境敏感区、重要生态功能保护区内开发利用矿产资源。着力构建国家绿色产业示范基地和循环产业园区，创建现代化工贸（业）型城镇风貌。</p>
负面清单	参照禁止类广告设施设施要求。

第五章 规划实施

第二十七条 近期建设规划

近期规划年限为 2025-2028 年，结合城市近期建设的实际情况，通过一系列的户外广告设施专项整治行动和城市相关管理条例的实施，使濉溪县户外广告达到发展有序、形式多样、特性鲜明的状态水平，塑造中心城区“城市公园”的整体风貌，展现出城市综合经济和文化实力。

近期实施计划考虑分步实施，逐层推进。

① 主要对中心城区的 3 条路：闸河路、沱河路、淮海路存在下列情形的户外广告设施进行清查和整治：

不符合本规划的所有户外广告设施。

不符合《城市户外广告和招牌设施技术标准(CJ/T149-2021)》的户外广告设施。

不符合国家相关法律、法规规定的户外广告设施。

② 待不符合规范的广告位拆除之后，结合建筑改造提升和新建建筑项目，落实 3 条路的广告位布点规划。

第二十八条 完善专项规划体系

坚持“多规合一”原则，在“设置规划”的指导下，各分区、街道针对重要节点、重要道路和建筑单体编制户外广告设置方案，做好与国土空间详细规划、城市街区更新规划、重点片区城市设计等衔接协调，健全专项规划配套政策和管理措施。县级层面编制户外广告设置专项规划，作为指导和规范全县各级各类空间户外广告设置规划和设计方案编制实施的依据。

第二十九条 推动多元共治机制

推动多元共治，建立由濉溪县发展和改革委员会、濉溪县财政局、濉溪县自然资源和规划局、濉溪县住房和城乡建设局、濉溪县城市管理局、濉溪县交通运输局、濉溪县公安局等部门，以及行业协会、专家 and 不同利益群体组成的协调联动机制。在县级户外广告设置规划和重点片区、重要道路和建筑单体的户外广告设置方案的编制、审查、实施全过程，要加强统筹协调，落实经费保障，形成合力，确保规划落实落地；研讨并解决户外广告治理中的难点、重点问题；助推新技术、新媒体应用，全面推进户外广告品

质提升。

第三十条 明确职责完善管理

城管部门负责规划范围内（不含中心城区外乡镇管理地区）户外广告设置管理。市场监管部门负责广告内容管理，依法查处虚假广告等违法行为。自然资源规划部门负责相关户外广告所使用的土地资源、空间资源的用地规划审批工作。濉溪县交通运输局、濉溪县住房和城乡建设局、濉溪县教育局、濉溪县文化旅游体育局、濉溪县科学技术局、濉溪县商务局、濉溪县经济和信息化局等部门，应当按照各自职责，做好户外广告设置的相关管理工作。依托户外广告技术管理体系，建立建筑协同审批机制，统筹政府管理、公众参与及广告行业等相关各方的利益诉求。针对新建建筑进行先期控制，将户外广告设置相关要求纳入土地出让规划条件，并于建筑设计方案中明确详细设计，实现与建筑同步设计。

依托省级监管平台，完善濉溪县户外广告的数字化管理数据。整合户外广告设置现状、各层级规划设计方案、标准规范等依据，向社会及各级管理部门公开，并将日常监督、检查情况等纳入数字化管理平台，形成从前端规范、方案公开到备案、监督、检查的全流程的复合系统，开放相应接口，方便公众监督。

第三十一条 加强现场施工管理

户外广告设置前，相关主管部门应到现场验桩（线）验槽，以防止户外广告占压、损坏市政管线及其它设施。实行户外广告后期跟踪管理，建立完善巡查制度，发现残缺、破损的广告及时通知维修，保持其户外广告、招牌的整洁美观和夜间的亮灯率。根据《规划》，制定户外广告设置布局负面清单，同时出台《濉溪县城区户外广告和牌匾标识备案管理办法》等规范性文件，并予以公示。确保户外广告管理有规可依，有章可循。

第三十二条 加强宣传与行业培训

多渠道、全覆盖、常态化开展“设置规划”宣传培训活动，增强各级政府部门、执法机构、社会单位和公众对“设置规划”的认知，争取更多理解、支持，发挥公众的主体作用，推动城市管理社会化，逐渐形成全社会共建共治共享美好环境的和谐局面。

建立户外广告设置培训机制，定期对社会公众、各级管理人员以及行业从业者展开培训，以提高所有参与者的参与能力和参与水平。具体培训内容可包括相关政策法规的解读、户外广告创意与传播以及与户外广告设置相关的城市美学、城乡规划、城市设计

等相关内容。

第六章 附则

第三十三条 成果解释

本规划成果包括规划文本、规划图纸两部分，两者具有同等法律效力。

本规划由濉溪县城市管理局负责解释。凡属规划允许设置，且符合设置规定的，允许保留；凡属规划允许设置，但不符合设置规定的，应依据规划和技术规定分阶段进行调整改造；凡属规划不允许设置的户外广告，应依法依规逐步拆除。

附件： 濉溪县城户外广告和牌匾标识管理办法

为规范濉溪县城户外广告和牌匾标识设置行为，根据《中华人民共和国城市容貌标准》《淮北市户外广告和牌匾标识管理条例》《濉溪县户外广告设置专项规划》等相关规定，结合我县实际，做好户外广告设置审批制和牌匾标识设置备案制的实施，进一步规范户外广告和牌匾标识设置管理，强化服务职能，制定我县城区户外广告和牌匾标识设置的管理办法。

一、设置标准

户外广告设置对象为建（构）筑物、场地、设施、交通工具等设置的灯箱、霓虹灯、电子光影显示装置、展示牌、实物实体造型以及其他形式向户外空间发布广告的设施。户外广告设置应在合理位置规划不低于总量 20%的公益广告位。

牌匾标识设置备案对象为单位和个人在建（构）物、设施及场地设置的用于表明单位名称（标识）的设施。牌标识不得遮挡建筑物玻璃幕墙和窗户，不得影响建筑物的采光通风以及影响消防安全。不得利用建筑物屋顶、消防登高面、住宅建筑（含商住混合类建筑的住宅部分）、写字楼外立面设置牌标识。

户外广告和牌匾标识的设置标准应符合以下要求：

（一）户外广告

1、户外广告设置应依照规划技术规范的要求，在确保安全的前提下进行设置。下列情形禁止设置户外广告设施：①利用交通安全设施、交通标志的；②影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志使用的；③妨碍生产或者人民生活，损害市容市貌的，④利用行道树或者损毁绿化、影响绿化景观的，⑤法律法规规定禁止设置的其他情形。

2、户外广告设施的设置不得影响建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征，不得影响被依附建（构）筑物的整体效果，其设置位置、形式、大小、色彩必须与其所依附的载体相协调。建（构）筑物进行新建或改建时，应将户外广告设施与建（构）筑物立面进行一体化设计。

3、户外广告设施的设置不得影响被依附建（构）筑物的使用功能，不得影响建筑物

的通风、采光和安全，不得妨碍交通安全或影响消防通道。

4、户外广告设施的设置应注重昼夜景观协调。有照明户外广告设施应与所在区域的整体景观灯光设计和环境氛围相协调，建筑物广告照明必须与建筑照明统一，做到主次分明、整体协调。应优先选用节能照明装置，降低能源消耗。

5、依附于建（构）筑物设置的户外广告设施应在建（构）筑物设计、建造时预留广告位置及预埋构件，不得外露支架（含结构支撑构建支架），具有发光装置的户外广告不得外露发光灯管。

6、户外广告设施设置人为户外广告安全直接责任人，必须确保户外广告设施结构稳定，安装牢固，整洁完好，能达到设计的抗风、抗雨雪等户外安全标准要求，要定期进行安全检测、巡查，及时更新、维护。

（二）牌匾标识

1、设置牌匾标识其尺寸、颜色、样式应当和周边的环境相适应。建筑物一层采取外框支架方式设置牌匾标识的，应在一层门楣下沿以上、二层窗户下沿以下设置，不得重叠设置。外檐不应超出建筑物悬挑构件；无悬挑构件的建筑物，外檐厚度一般不得超过 30 厘米，长度不得超过房屋权属登记证列明的长度。字体高度不得大于底板高度 $3/5$ ，文字总长度不超过底板长度的 $3/4$ 。

2、建筑物二层及以上不得采取外框支架方式设置牌匾标识。不得在建筑主体二层以上的层与层之间的窗间墙上设置牌匾标识，禁止在建筑物楼顶设置牌匾标识，高层建筑的顶部由上至下一至三层位置可设置该幢建筑的标志标识。

3、牌匾标识应当按照一店一招的原则设置。如有多个临街立面的，每个临街立面可设置一个。对一栋楼有多家商铺和单位的，除一层牌匾标识可沿建筑店铺门头设置外，其余商铺、单位在该楼宇入口处采用独立的底座式标识牌或在楼宇内楼梯、内墙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、商铺名称外，不得有任何其他广告。

4、牌匾标识内容应与工商部门核发的营业执照名称一致，不得有其他广告内容，以及法律法规和规章禁止的内容。牌匾标识使用的文字、汉语拼音等必须符合国家相关规定，少数民族文字、汉语拼音、外文与汉字配用时应当书写规范正确。

国际、国内连锁品牌在保证与周边环境协调和谐的前提下，图案按其统一标准设计

和制作。

5、牌匾标识设置要充分考虑白天和夜晚的视觉效果，按照规定配置照明，体现美化亮化，尽量避免刺目色彩，不得使用滚动、跳闪光源或眩目材料，不得将照明光源指向来车方向。

6、牌匾标识应当采用坚固耐用、不易褪色、防腐美观的材料，保证牢固安全。设计和安装应当符合国家建(构)物结构荷载、防风、抗震、防火电气安全要求。

7、商业街区和繁华地段牌匾标识须设置夜景灯光亮化，应尽量避免使用外打灯，要求采用霓虹灯、动感灯箱片、印制电路、光导纤维等光源，力求具有动感，不得设置影响行车安全的闪烁照明和干扰视线的其他照明方式。

8、施工围墙广告只能用于宣传项目本身，广告不能超出或独立于围墙墙体单独设置，施工围墙广告的高度不能超过 5 米，项目竣工后广告必须立即拆除。

9、工业厂房、仓储建筑一般不得在墙体或楼顶设置广告招牌，可在主体厂房建筑上可设置企业标识，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。

禁止在围栏上设置任何形式的广告招牌。

二、备案流程

1、新设置或者变更牌匾标识的，设置人向辖区城管部门提出设置需求，辖区城管部门当日进行现场指导服务，现场确认设置方案。如设置者有超出技术规范的特殊要求，由县户外广告和牌匾标识设置管理小组在 3 个工作日内确定设置方案。

2、设置人应当在设置后 10 个工作日内携带备案材料到县城管局行政服务窗口办理备案登记：①设置人向局行政服务中心窗口提出备案申请，提交备案资料。

②窗口即时受理备案申请，符合条件的，当场出具同意备案通知书。

三、备案材料

(一)设置或者更新牌匾标识的，设置人需提供下列材料办理备案登记：

1、备案表；

2、申请人身份证明复印件(单位出具营业执照、机关及事业法人组织机构代码证，负责人身份证明)；

3、房屋所有权或者使用权证明。设置涉及相邻利害关系人的，必须有相邻利害关系人在证明、出让协议或效果图上的签字认可。牌匾标识含有加盟连锁品牌标志标识的，

还需要提供相关品牌持有人的授权书或加盟协议书；

4、设置前彩色整体原景图一张，设置后牌匾标识彩色现场照片二张。（①必须注明尺寸；②效果图大小统一采用 A4 纸规格）；

5、安全责任承诺书；

6、法律法规和规章规定的其他材料。

（二）设置非大型户外广告的，设置人需提供下列材料办理备案登记：

1、备案表；

2、申请人身份证明复印件（单位出具营业执照、机关及事业法人组织机构代码证，负责人身份证明）；

3、场地使用权证明；

4、彩色实景效果图二张；

5、安全责任承诺书。

四、工作要求

（一）加强组织领导，落实责任主体。由县城管局分管领导、行政许可股、执法大队相关负责人组成户外广告和牌匾标识设置管理小组，按照《中华人民共和国城市容貌标准》、《淮北市户外广告和牌匾标识管理条例》、《濉溪县户外广告设置专项规划》规定要求，负责制定各路段牌匾标识设置标准，做好店招牌设置技术咨询、设置指导、检查监督等工作。

（二）靠前服务指导，转变工作理念。执法大队负责辖区内户外广告和牌匾标识设置的日常管理、指导和监督。路段管理人员要做好户外广告和牌匾标识设置的巡查监管工作，宣传指导设置人按要求做好备案登记。发现未按规范要求设置户外广告和牌匾标识的，要督促其及时整改；对不主动备案的设置人，要告知当事人及时备案。对不符合牌匾标识设施设置技术规范要求设置牌匾标识的设置人，按照《安徽省城市市容和环境卫生管理条例》的规定责令限期改正，逾期不改正的依法予以行政处罚。

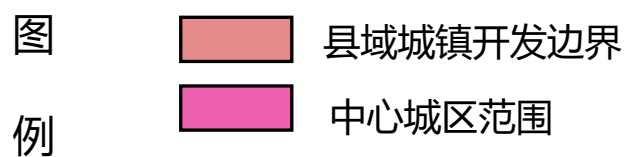
（三）强化巡查监督，落实备案机制。县城管局将加强监督检查，对未落实户外广告和牌匾标识备案工作的，督促落实整改，确保备案机制的高效运行。城市管理执法人员在户外广告和牌匾标识设置管理工作中滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的，给予行政处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

图 集

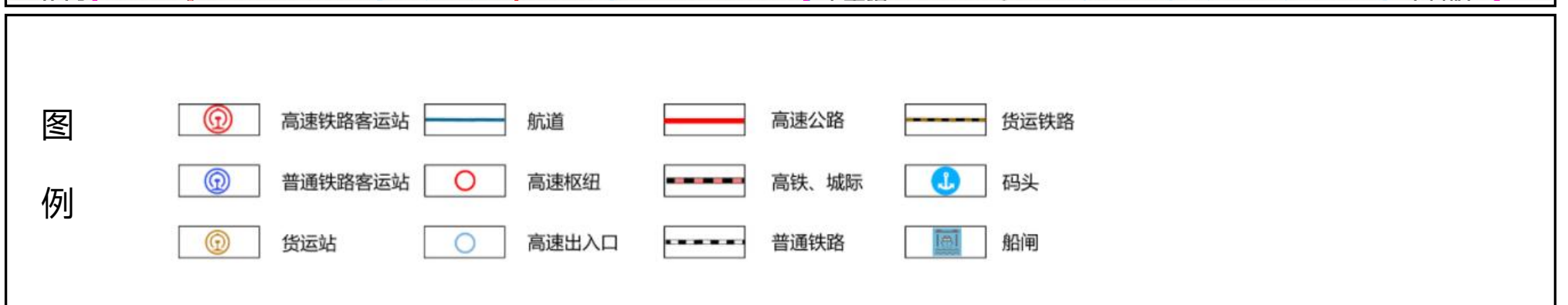
目录

- 01-规划范围图
- 02-县域综合交通规划图
- 03-中心城区影像图
- 04-中心城区用地布局规划图
- 05-中心城区基础分区规划图
- 06-中心城区道路分级控制规划图
- 07-中心城区节点规划图
- 08-中心城区分区指引规划图
- 09-分类管理要求规划图

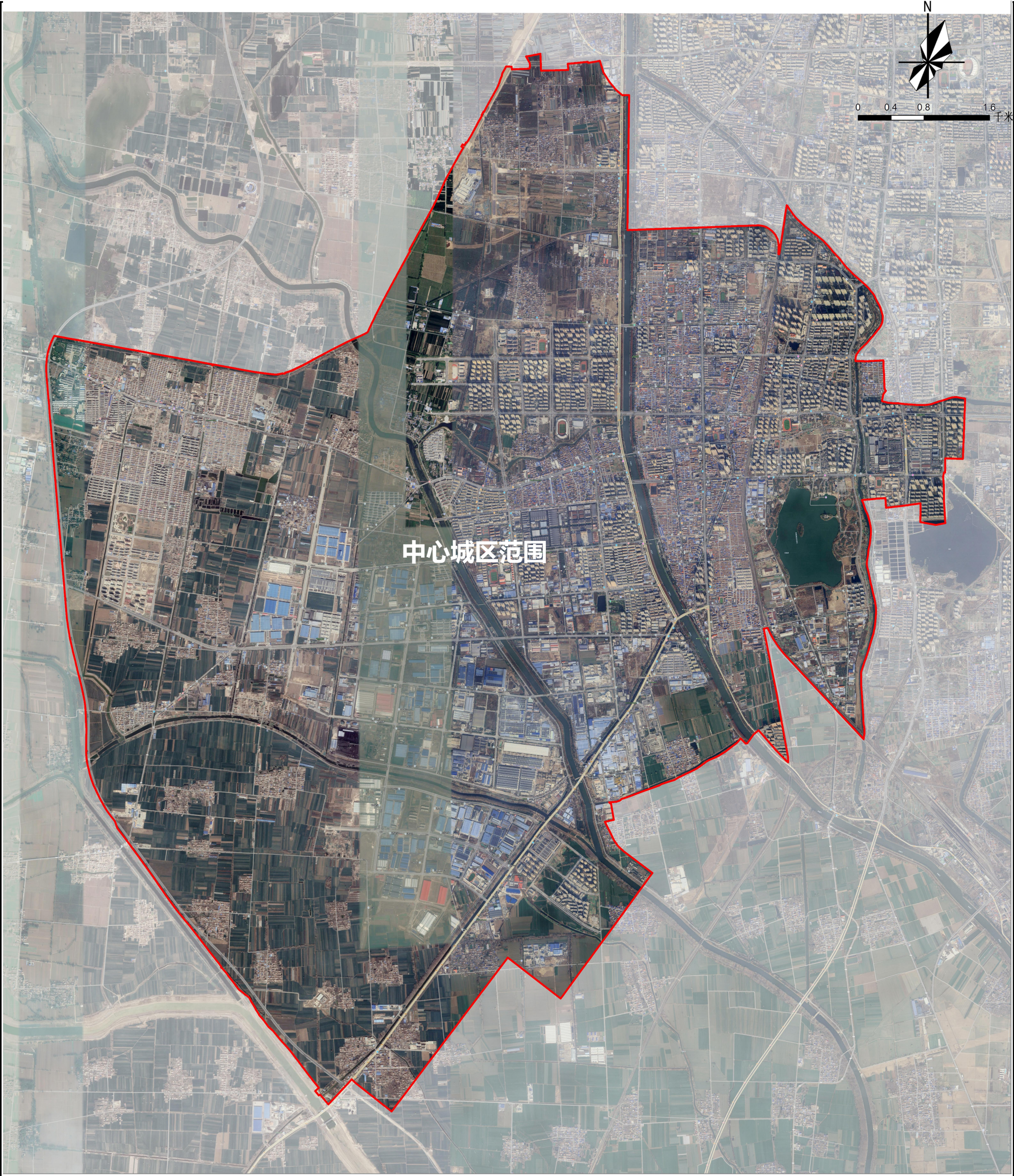
01-规划范围图



02-县域综合交通规划图

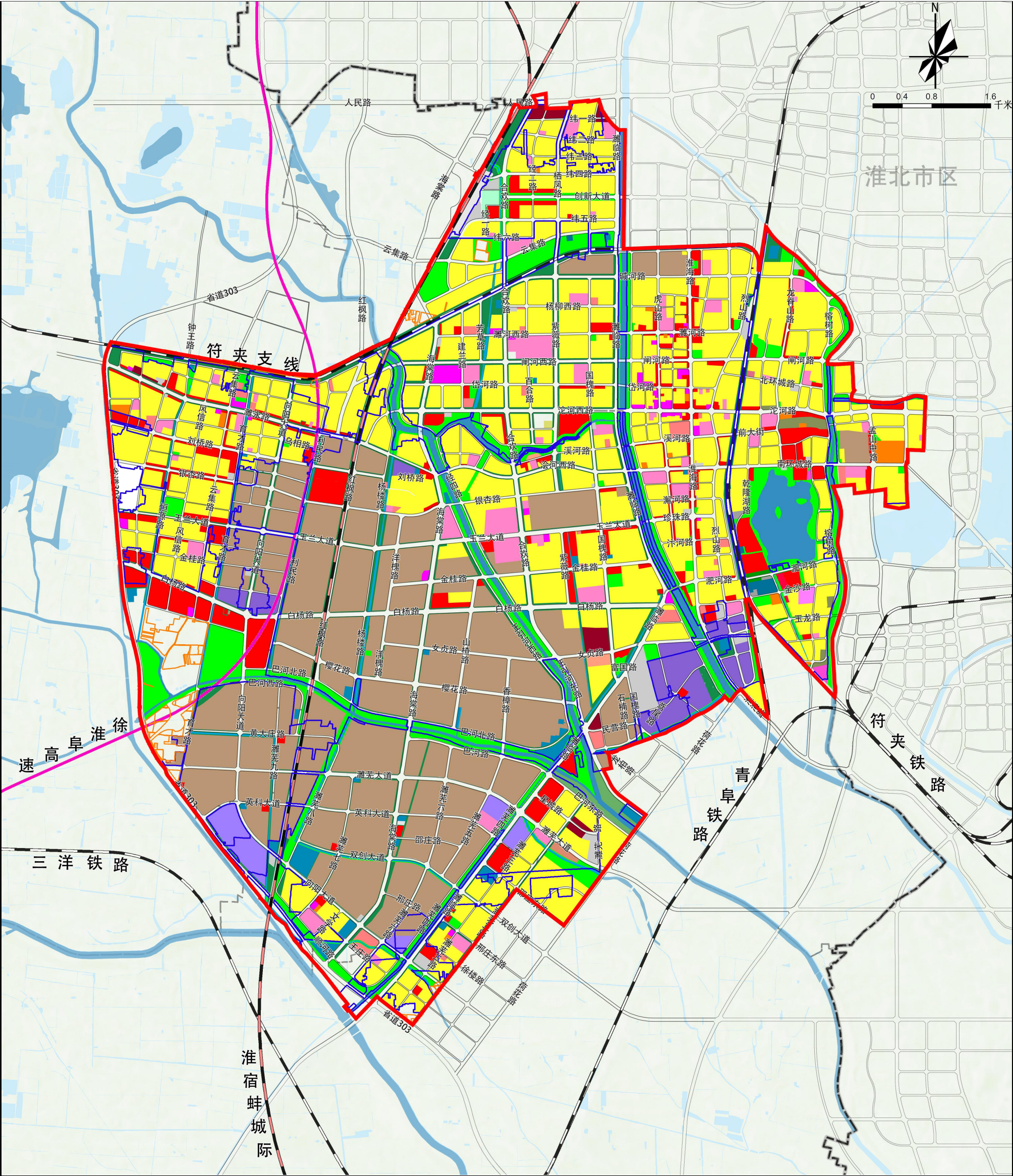


安徽省城市综合设计研究院有限公司 制图
 濉溪县自然资源和规划局



图例

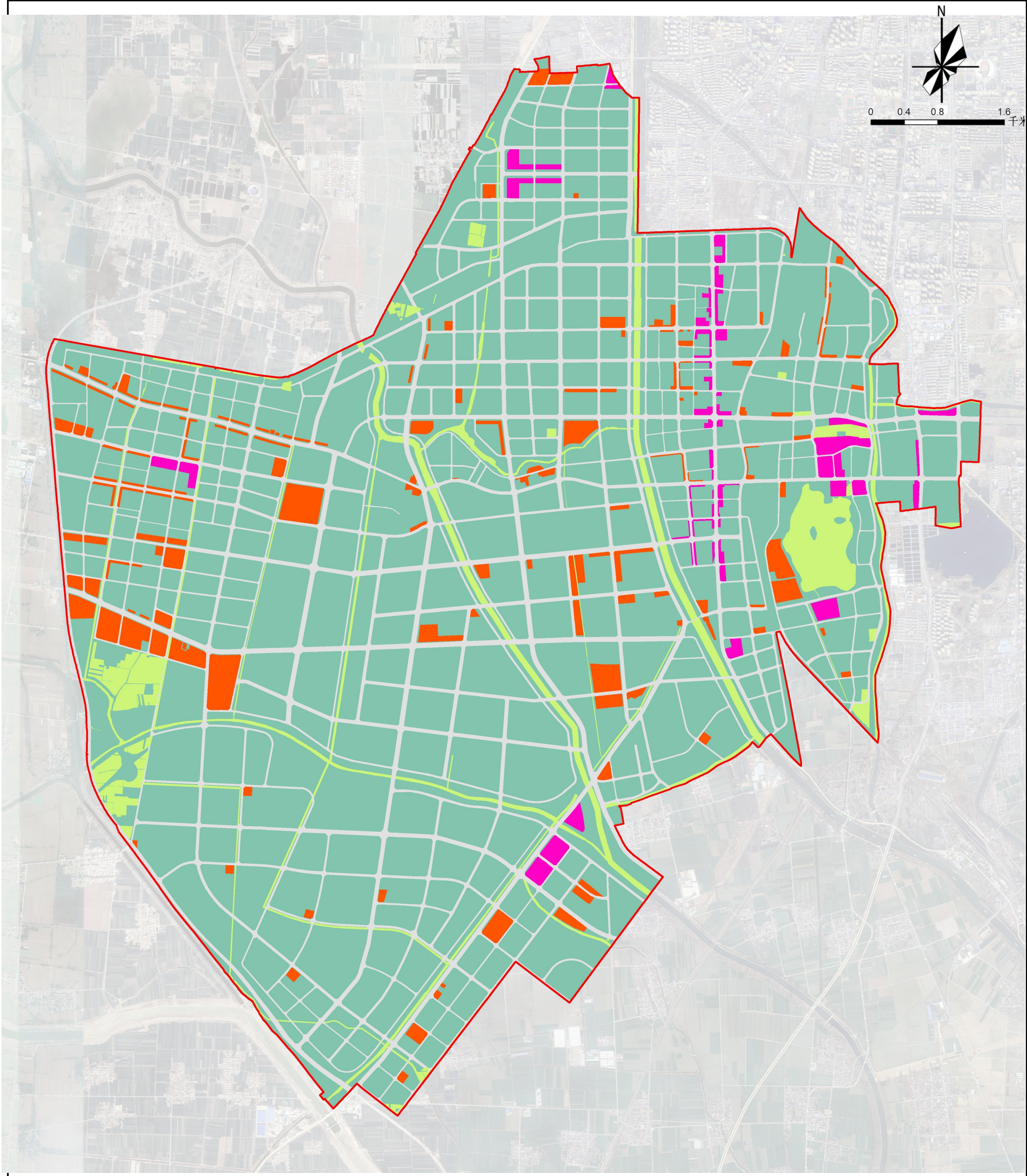
规划范围



图

例

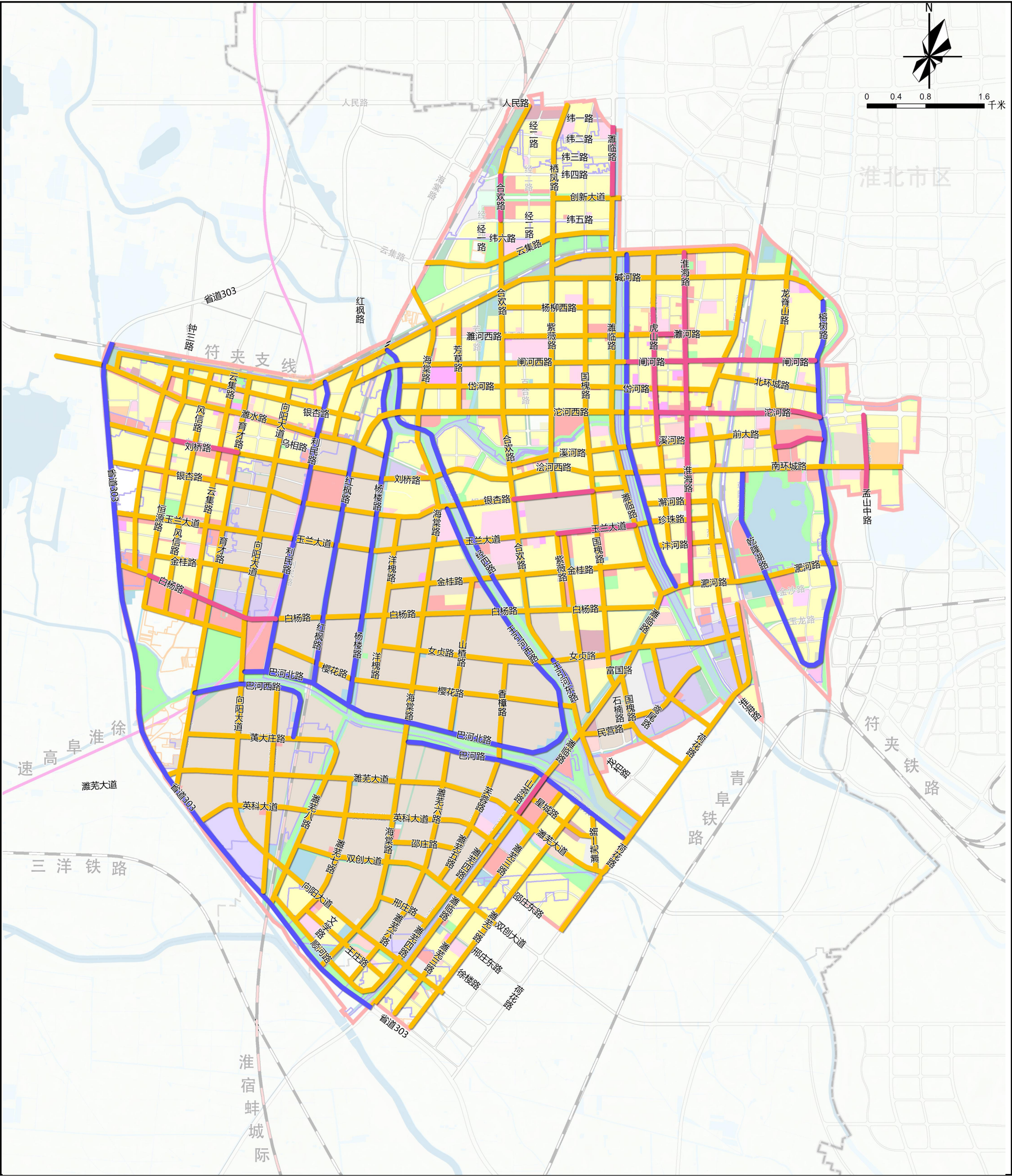
- | | | | | | | |
|--------|---------|--------|--------|----------|-------|------|
| 城镇开发边界 | 公园绿地 | 城镇住宅用地 | 文化用地 | 社会福利用地 | 农村宅基地 | 耕地 |
| 永久基本农田 | 公用设施用地 | 工业用地 | 机关团体用地 | 防护绿地 | 园地 | 草地 |
| 仓储用地 | 医疗卫生用地 | 广场用地 | 特殊用地 | 交通运输用地 | 林地 | 采矿用地 |
| 体育用地 | 商业服务业用地 | 教育用地 | 留白用地 | 农业设施建设用地 | 湿地 | 陆地水域 |



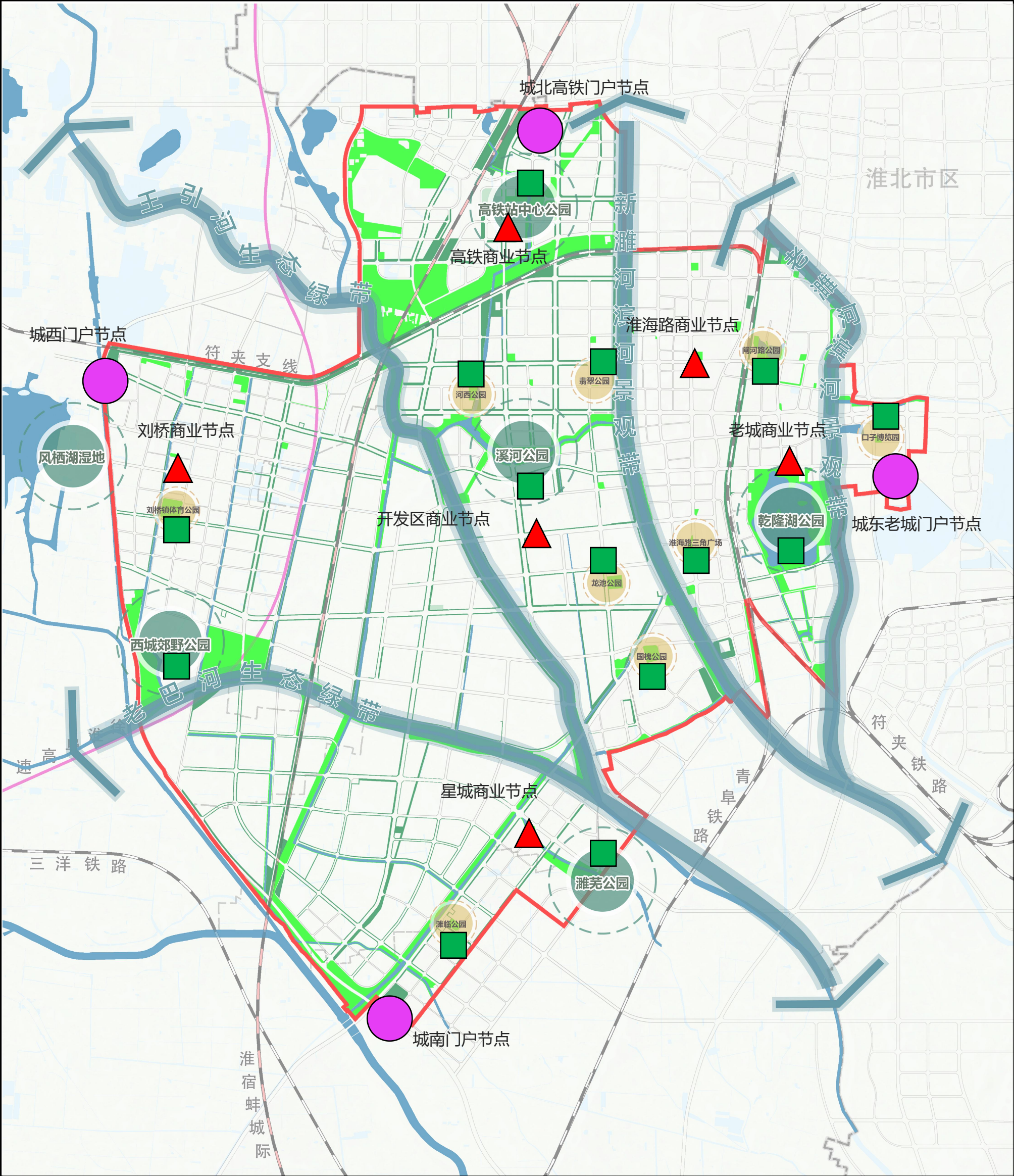
图

例

- 重点展示区
- 适度设置区
- 严格限制区
- 适度设置区



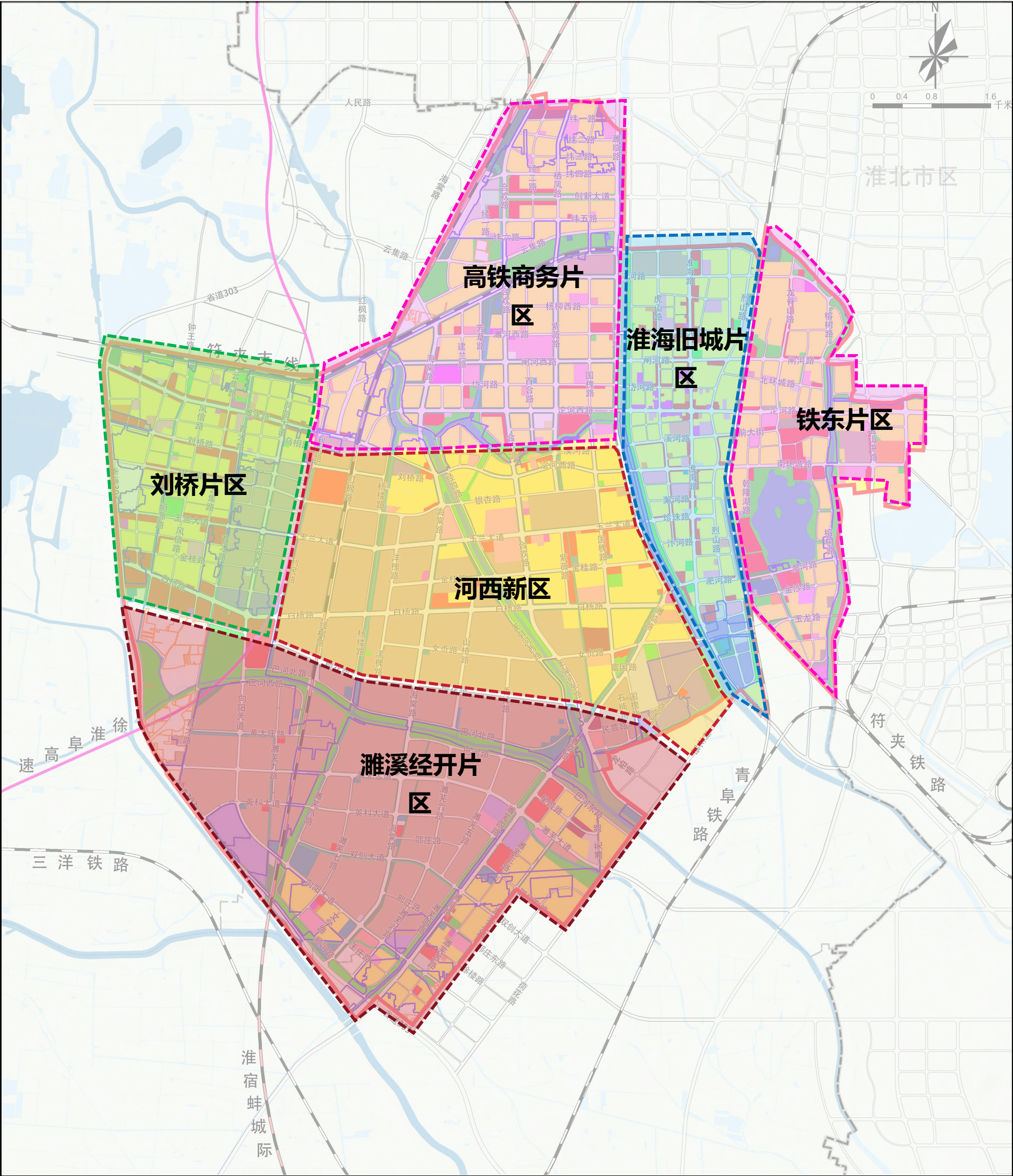
- 图例
- 展示路段
-
- 控制路段



- 图例
- 城市门户节点

商业广场节点

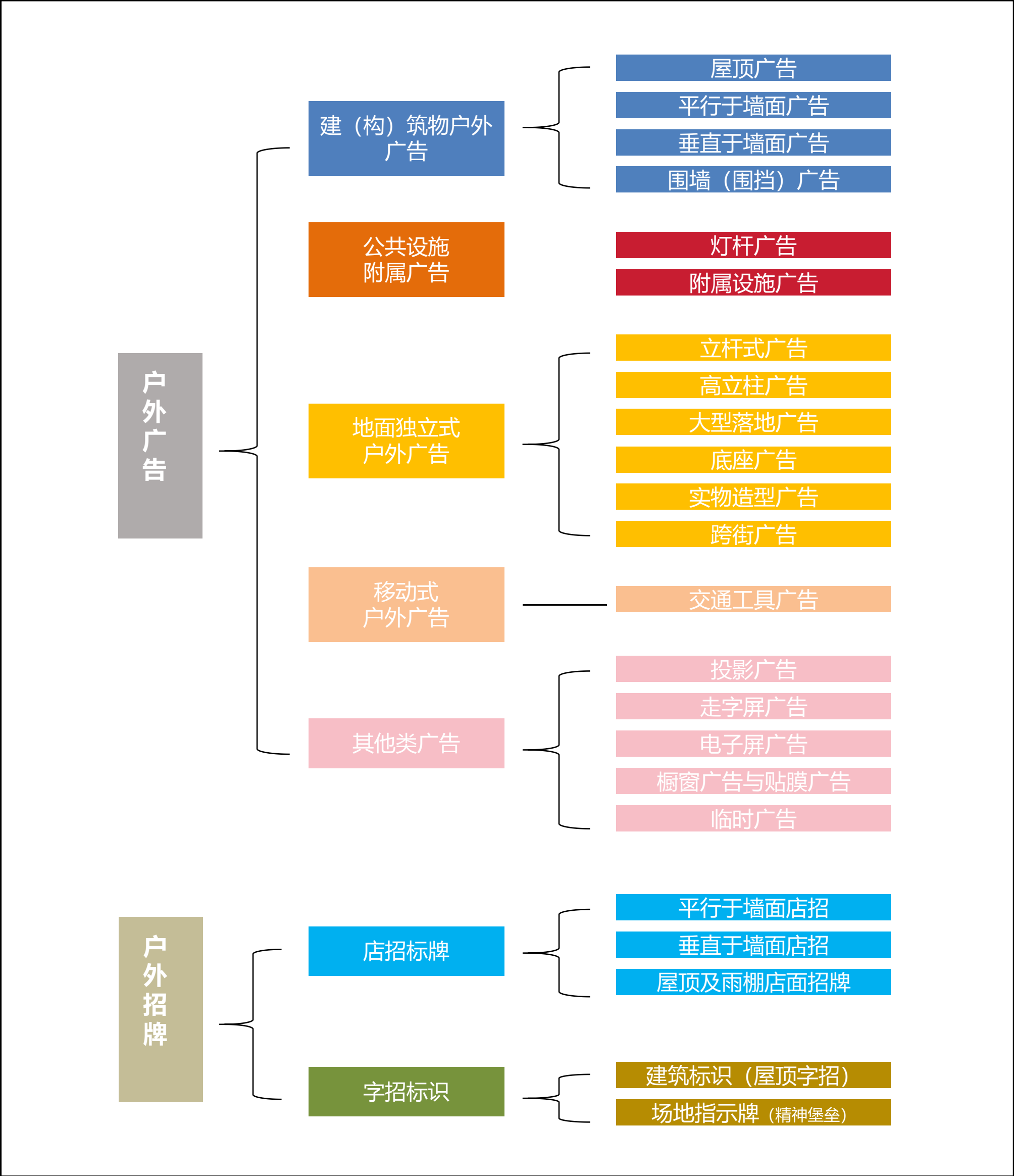
绿地广场节点



图

例

- 铁东片区
- 刘桥片区
- 淮海旧城片区
- 高铁商务片区
- 河西新区
- 淮溪经开片区



图例