

乐清市户外广告设置专项规划 (2021—2035)

■ 规划文本与图纸 [成果稿]

乐清市综合行政执法局
宁波大学建筑设计研究院有限公司
2022年11月

第一部分 规划文本

目 录

第 1 章 规划总则 1

第 2 章 户外广告空间布局规划 2

第 3 章 户外广告设施分类设置规划 6

第 4 章 户外广告和招牌设施设置负面清单 7

第 5 章 户外广告和招牌设施要素控制 10

第 6 章 户外广告和招牌设施设置技术规定 11

第 7 章 实施建议 19

第 8 章 附则 20

附表 1：不同类型用地户外广告设施（不含户外招牌）设置许可分类一览表 ... 20

续附表 1：不同类型用地户外广告设施（不含户外招牌）设置许可分类一览表 . 20

第1章 规划总则

1.1 规划目的

为加强城市户外广告和招牌设施管理，规范户外广告和招牌设施设置，促进城市形成美观、协调、有序的高品质户外广告设施，进一步优化城市环境风貌、展现城市文化品位、打造城市营商环境，并有效提升城市经济效益，促进户外广告和招牌设施与城市市容景观及社会经济协同发展，依据相关法律、法规及规范，结合本市实际，编制《乐清市户外广告设置专项规划》（2021-2035）（以下简称本规划）。

1.2 法律效力

本规划为专项规划，规划范围内的相关建设管理活动，必须遵守本规划的相关规定。此后因行政区划调整并入的区域可参照执行。

本规划未包括的内容应符合国家、浙江省及温州市的有关政策、法律、规范相关条款的规定。任何更改规划中规定的内容，需依照相关程序的规定进行。

1.3 规划范围与期限

1）规划范围：本规划范围为乐清市市域范围；其中乐成组团、柳白组团、虹桥组团构成的中心城区为规划核心范围。

2）规划期限：本规划期限为2021年～2035年，其中近期为2021年～2025年。

1.4 规划目标

制定长效的户外广告管理依据，为户外广告的审批提供技术指引；引导乐清户外广告整治工作，提升城市环境风貌；彰显地域文化品位，形成具有乐清地域特色的广告空间；打造户外广告宣传阵地。

1.5 规划原则

规划应在充分考虑安全因素的基础上进行科学编制；保证风格和谐统一的同时，提升重要片区形象识别性；进行创新的同时展现城市特色魅力；保证自身美观实用的同时，促进其与环境相协调；重点加强成果的实操落地性与长效管理性。

1.6 规划依据

- 1）《中华人民共和国广告法》（2018）
- 2）《中华人民共和国城乡规划法》（2019 修订版）
- 3）《城市市容和环境卫生管理条例》（2017.3）
- 4）《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ149-2021）
- 5）《浙江省广告管理实施条例》（2020 修订版）
- 6）《浙江省城市市容和环境卫生管理条例》（2021 修订版）
- 7）《浙江省户外广告设施技术规范》（DB33T 700-2020）
- 8）《浙江省城乡规划条例》（2011 修订版）
- 9）《温州市城市户外广告设施设置专项规划修编（2021-2035）》
- 10）《温州户外广告和招牌设施设置规范》（2022.10）；
- 11）《温州市城市容貌管理规范》（2022.10）；
- 12）《乐清市户外广告设置专项规划（2010—2025）》
- 13）《乐清市域总体规划（2013-2030）》
- 14）《乐清市中心城区控制性详细规划》等控制性详细规划
- 15）《乐清市夜游经济水系“金溪、银溪”夜景灯光专项规划设计》
- 16）其他相关法律法规、技术规范及地方性文件

1.7 规划对象

（1）户外广告设施：指利用建（构）筑物、场地、设施等城市户外公共空间资源设置灯箱、展示牌、电子显示装置、造型式及投影、灯光秀等形式的在户外设置和发布广告设施，本规划不涉及设置在移动交通工具或飞艇、气球等升空器具上的移动式户外广告设施。

（2）户外招牌设施：包括店面招牌、楼宇标识及场地指示牌。

1）店面招牌：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。

2）楼宇标识：指设置在建筑屋顶或外表面，标示所依附建筑物名称的文字、图案等设施。

3）场地指示牌：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2章 户外广告空间布局规划

2.1 市域户外广告空间结构规划

以《乐清市城市总体规划》确定的市域空间发展战略和城镇空间布局为依据，根据乐清市市域城镇空间分布特征，同时综合考虑雁荡山风景名胜区等限制因素，提出“一带三区多点”的市域户外广告设置空间结构体系。

- （1）一带：指沿中心大道-凌云路-疏港公路打造的市域户外广告展示带。
- （2）三区：包括一个主要展示片区——中心片区、两个次要展示片区——柳白片区和虹桥片区，一主两次三个片区构成乐清核心形象区。
- （3）多点：包括南塘镇等各主要乡镇组团、乐清湾港区、经开区和七里港区以及多个高速口节点。

2.2 市域分区控制

以《乐清市城市总体规划》确定的市域空间发展战略和城镇空间布局为依据，结合各城镇发展状况，规划在市域层面划定“鼓励设置区、限制设置区和禁止设置区”三类规划分区，并将“限制设置区”细分为“一般限制区”和“严格限制区”，同时提出各类分区相关控制引导，具体分区定义、范围及控制引导详见表1。

表 1：市域分区控制及引导一览表

分区	定义	范围	控制引导
鼓励设置区	位于城市核心区域，在城市结构中处于主导地位，是城市政治、经济、文化和现代产业发展中心，属于展示城市建设风貌的核心区域。	主要包括中心城区、柳市镇、白象镇和虹桥镇控规覆盖区。	通过“点、线、面”的形式对不同情况的户外广告设置场景提出具体的设置引导。

续表 1：市域分区控制及引导一览表

限制设置区	一般限制区	位于城市次级地区，在城市结构中处于辅助地位，承担城市的次要职能，现代化水平适中的一般城镇区和产业片区。	主要包括白石街道、七里港片区、翁垟街道、乐清湾片区。	合理控制广告设置量，主要集中设置于商业集聚区、商业集中路段和少数零散商业建筑。
	严格限制区	位于城市边缘地区，在城市结构中处于边缘位置，商贸相对欠发达，功能较为单一的一般镇。	主要包括淡溪镇、清江镇、雁荡镇、芙蓉镇、大荆镇、南塘镇以及柳市和虹桥的边缘区域。	严格控制广告设置量，主要设置于有一定商业氛围的区域。
禁止设置区		城市自然山体、水域湿地、风景名胜区等城市生态保育和生态游览观光区域，以及偏远山区的村庄建设用地。	主要包括雁荡山风景名胜区、自然山体、水域湿地以及较为偏远的自然村。	除城市主要道路交叉口，过境公路路段，景区入口，乡镇村庄门口以及商业较多路段外禁止在其他区域设置任何形式的户外广告，且除高速、国道外以公益广告和店招标识为主。

注：规划范围内局部地区正处于发展建设中，未来这部分地区应根据建设实际和国土空间详细规划内容，在户外广告设施控制性详细规划中准确划定“各分区”界限。

2.3 核心形象区分区构思

依据城市功能分区、用地类型及景观风貌等基础情况，综合考量城市总体规划功能分区布局、用地性质、道路和公共空间规划、人口活动频率分布及区域特点，将中心片区、柳白片区、虹桥片区三个核心形象区的户外广告设置划分为“鼓励区、限制区和禁止区”三类规划分区，并制定相关设置要求，同时划定“城市特色地区”，在满足分区设置要求的前提下，需叠加满足“城市特色地区”的特殊管控要求。

2.4 核心形象区分区定义

- （1）**鼓励区：**城市核心商业区域，商业活动密集、人流量大、户外广告价值高，作为户外广告集中展示的区域。
- （2）**限制区：**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。
- （3）**禁止区：**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。

2.5 核心形象区分区规划

规划针对中心片区、柳白片区、虹桥片区三个核心形象区分别划定“鼓励区、限制区、禁止区”三区范围。具体分区及范围详见表 2。

表 2：核心形象区规划分区及范围一览表

分区	范围	
鼓励区	中心片区	主要包括正大广场核心商圈、南虹广场核心商圈、总部经济园商务区、建设路核心商圈（规划）、胜利塘核心商圈（规划）以及其他商业商务类地块。
	柳白片区	主要包括吕庄大厦核心商圈、北白象镇核心商圈（规划）、柳白新城核心商圈（规划）、七里港核心商圈（规划）以及其他商业商务类地块。

续表 2：核心形象区规划分区及范围一览表

鼓励区	虹桥片区	主要包括天元广场核心商圈、蒲岐镇核心商圈（规划）以及其他商业商务类地块。
限制区	包括居住区，行政区，医疗、文化体育区，历史文化街区，工业物流区等区域。	
禁止区	包括城市生态控制区，城市森林公园，城市综合公园、专类公园、水域及特殊用地等保护乐清城市特色景观、保护生态环境、保护城市山水形象的区域。	

注：规划范围内局部地区正处于发展建设中，未来这部分地区应根据建设实际和国土空间详细规划内容，在户外广告设施控制性详细规划中准确划定“各分区”界限。

2.6 核心形象区分区设置要求

2.6.1 鼓励区设置要求

- 1）总体形象：对标国内著名商业街区，鼓励户外广告设施的集中、多样化设置。打造特征鲜明、活力、繁荣的商业街区形象。
- 2）规划设计：应从街区整体空间环境出发，运用城市设计理念和技术手段统筹规划设计，突出创新、创意。
- 3）形式引导：鼓励设置实物造型、投影及柔性 LED 网格屏等新技术、新媒体户外广告类型，积极运用景观化、艺术化、场景化的广告展示方式。
- 4）内容控制：户外广告内容应提倡多样化，鼓励设置互动式户外广告设施或采用互动性的广告内容来丰富市民体验，提升街区活力，营造街区商业氛围。
- 5）位置选择：鼓励利用区域内的商业综合体、步行商业街、商业广场等核心商业地段进行集中展示设置。

6) 照明设计：区域内的户外广告设施应进行日间和夜间专项形象设计，鼓励多形式照明的设置。

7) 色彩控制：在与区域环境相协调的基础上，为渲染城市商业氛围，可适当放宽对户外广告色彩幅度的控制。

8) 类型设置要求

① 鼓励结合区域内标志性建筑（群）或公共空间设置新技术、新媒体类型的地标性广告，打造城市亮点，构建区域特色。地标性广告可围绕单栋建筑以单个户外广告设施呈现，也可结合一个城市街区、一组建筑群或公共空间通过群组的方式进行设置。

② 鼓励结合建筑物外墙面、玻璃幕墙、景观墙（构筑物）设置不改变建筑立面形象的投影广告、VR 广告、LED 机械动态屏等户外广告设施，提升街区活力，营造城市商业氛围。除城市商业综合体、大型商业广场玻璃幕墙外，其他区域不应设置喷绘、粘贴类户外广告设施。

③ 鼓励设置平行于墙面的户外广告设施，鼓励结合玻璃幕墙设置柔性 LED 网格屏和 LED 透明屏、LED 玻璃屏户外广告设施；可在商业综合体、步行商业街、大型商业广场设置垂直于墙面的户外广告设施和玻璃幕墙贴膜户外广告设施。

④ 户外广告画面可进行静音动态展示，如播放动画、视频等媒体，在不影响居民生活的前提下，可在步行商业街、商业广场进行有声动态展示。

9) 位置选择要求

① 平行于墙面的户外广告设施宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面；超高层建筑主楼不应设置户外广告设施（投影类广告和无基础构件类户外广告除外）；可在高层建筑主楼 24m 以下墙面设置平行于墙面的户外广告设施，经相关部门专题论证并批准通过，可在高度超过 24m 的建筑墙面上设置，应采用镂空文字、图案或灯箱广告形式，且户外广告设施上沿距离地面不应超过 55m（投影类广告和无基础构件类户外广告除外）。

② 垂直于墙面设置的户外广告设施（包括结构）上沿距离地面不应超过 24m。

③ 在满足安全通行前提下，鼓励结合商业综合体、步行商业街、商业广场、会展场所设置互动式、底座式、造型式和大型落地式户外广告设施。可在宽度大于 3m 的人行道设置底座式户外广告设施。

④ 鼓励设置附属设施上的户外广告设施。

10) 尺寸控制要求

在非商业综合体建筑同一墙上的广告总面积不宜大于墙面面积的 30%，商业综合体建筑同一墙上的广告总面积不宜大于墙面面积的 50%。（投影类和隐形类 LED 户外广告设施除外）。

11) 其他附加要求

为提升户外广告设施品质、优化城市空间环境，确需突破相关技术参数的，应组织编制户外广告设施修建性详细规划或工程方案设计，经专家论证和部门联审批准后方可设置。

2.6.2 限制区设置要求

1) 总体形象：户外广告设施应遵循各功能区环境整体有序，局部适度丰富、活力的原则，突出“少而精”的设置理念，注重品质提升。

2) 规划设计：在商业集聚地段，鼓励结合区段功能和空间特征统一布局户外广告设施，注重设施整体品质和创新、创意。

3) 照明设计：户外广告设施照明应优先选用节能、环保的新光源、新灯具，不应影响居民生活、行人及交通安全。

4) 色彩控制：应采用与所依附载体的主色调相呼应或接近的颜色，并与周边环境相协调。

5) 类型设置要求

① 鼓励结合建筑物外墙面、玻璃幕墙设置数字投影、全息投影广告；可设置轻钢边框（框内无支架）类喷绘户外广告设施。除商业广场玻璃幕墙外，其他区域不应设置粘贴类户外广告设施。

② 可结合玻璃幕墙设置柔性 LED 网格屏广告，可在商业、市场集中地段设置垂直于墙面的户外广告设施和玻璃幕墙贴膜户外广告设施。

③ 户外广告应进行静态画面展示，画面播放的速度应缓慢和连贯，不应采用闪烁和快速切换画面的形式。

6) 位置选择要求

① 平行于墙面的户外广告设施宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面。超高层建筑主楼不应设置户外广告设施（投影类广告和无基础构件类广告除外），在高层建筑主楼墙面设置的，户外广告设施上沿距离地面不应超过 24m（投影类广告和无基础构件类广告除外）。

② 垂直于墙面设置的户外广告设施（包括结构）上沿距离地面不应超过 18m。

7) 尺寸控制要求

在非商业综合体建筑同一墙上的广告总面积不宜大于墙面面积的 30%，商业综合体建筑同一墙上的广告总面积不宜大于墙面面积的 50%。（投影类和隐形类 LED 户外广告设施除外）。

2.6.3 禁止区设置要求

- 1）不应设置商业户外广告设施。
- 2）公益户外广告设施可结合各类公园绿地及风景名胜区的出入口、开放性场所进行设置，应注重整体布局，精心设计，并符合本规划的相关规定。
- 3）不应在特殊用地、生态控制区、水域等区域设置任何形式的户外广告设施。

表 3：禁止设置区设置要求一览表

分区	范围		备注
禁 止 区	森林公园	《乐清市城市绿地系统规划（2013-2030）》中明确的森林公园。	公益 广告 设施 除外
	综合公园	东塔公园、中心公园、白象山公园、虹桥中心公园、文化公园、双雁公园、飞虹公园、前岸公园、石帆公园、蒲岐公园等《乐清市城市绿地系统规划（2013-2030）》中明确的全市性综合公园和区域性综合公园。	
	社区公园	虹桥组团社区公园等《乐清市城市绿地系统规划（2013-2030）》中明确的社区公园。	
	专类公园	清和湿地公园等《乐清市城市绿地系统规划（2013-2030）》中明确的专类公园。	
	带状公园	乐成绿轴、胜利塘河城市公园、体育广场公园、七里港运河公园、乐清港滨河绿地等《乐清市城市绿地系统规划（2013-2030）》中明确的带状公园。	
	其他禁止设置区		

2.7 特色地区附加管控要求

2.7.1 特色地区划定

本规划划定了三类城市特色地区，包括形象路段、核心展示区、城市窗口。

表 4：特色地区分类及范围一览表

分区		范围	
特 色 地 区	形象路段	中心片区	伯乐路—乐白路沿线（乐清站——宁康东路）、旭阳路沿线（宁康路——胜利塘公园）、宁康路沿线（中心大道——清东路）、清远路沿线（宁康路——六环路）、凌云路—经七路沿线（纬二十路——清东路）
		柳白片区	电器城大道沿线（乐清站——沿江大道）、中心大道沿线（白象大道——溪桥路）、环城东路—车站路—交通路沿线（中心大道——京岚线）、柳江路沿线（京岚线——沿江大道）、沿江大道沿线（磐石——黄华）
		虹桥片区	幸福路沿线（天工三路——南阳北路）、城南大道沿线（乐清东站——G104 国道）、飞虹路沿线（引仙路——乐清湾港区）
	核心展示区	中心片区	正大广场商圈、南虹广场商圈、总部经济园商务区、建设路商圈（规划）、胜利塘商圈（规划）
		柳白片区	北白象镇商圈、吕庄大厦商圈、柳白新城商圈（规划）、七里港商圈（规划）
		虹桥片区	蒲岐镇商圈、天元广场商圈
	城市窗口	中心片区	西入口门户、东入口门户、清东路高速口、经开区核心节点
		柳白片区	乐清火车站出口、柳市镇东入口门户、北白象镇东入口门户、柳江路高速口
		虹桥片区	乐清火车东站出口、虹桥镇东入口门户、虹桥镇西入口门户、乐清湾港区入口

注：形象路段管理范围包括道路范围及两侧临街用地和建筑界面。

2.7.2 附加管控要求

（1）形象路段附加管控要求

- ① 形象要求：打造城市户外广告设施的高品质示范带，塑造高端、大气的城市迎宾形象。
- ② 规划要求：鼓励结合城市形象路段的总体氛围营造要求，统筹布局户外广告设施，注重总体氛围营造，鼓励创新、创意设计。
- ③ 类型要求：鼓励设置地标性广告，鼓励结合建筑物外墙面、玻璃幕墙设置投影广告、VR广告、LED机械动态屏等新技术、新媒体广告类型，打造城市迎宾形象路段亮点。本规划划定了三类城市特色地区，包括形象路段、核心展示区、城市窗口。

（2）核心展示区附加管控要求

- ① 形象要求：结合该区的功能定位，打造多元包容，品质优越的户外广告设施高品质示范区，体现“商贸活力魅城、科技创新创城”的城市形象。
- ② 位置要求：积极利用商务建筑群底层近人的商业空间，设置互动商业广告和多样化的橱窗、店招招牌，打造高品质的活力场所。
- ③ 形式要求：以国内先进城市商务中心区为标杆，鼓励地标性广告、楼体幕墙广告、数字投影、全息投影广告的设置，突出户外广告设施与商务、金融建筑形象的融合。

（3）城市窗口附加管控要求

- ① 形象要求：户外广告设施应秉持“精品”路线，注重创新、创意，为城市窗口形象添彩。
- ② 位置要求：可结合场站周边公共空间进行设置，加强区域统筹布局，精准落位户外广告设施。
- ③ 形式要求：秉持“国内精品”标准，体现乐清城市建设水平。鼓励新技术、新材料的应用，鼓励地标性户外广告设施的设置。

第3章 户外广告设施分类设置规划

3.1 类型定义

- （1）禁止类：指形式老旧落后，不符合城市定位和市容建设新要求的，对城市景观有影响的户外广告设施类型。包括屋顶广告、大型高立柱广告、跨街式广告、桥体广告、灯杆和电杆广告等户外广告设施。具体内容详见下表5。
- （2）控制类：指户外广告设施设置中的主体类型，通过有效规范、合理设置，可实现良好视觉品质，有利于烘托商业氛围的户外广告设施类型。包括墙面设置的广告、围墙上设置的广告、LED电子显示屏广告、立杆式广告、底座式广告、大型落地式广告等户外广告设施。
- （3）鼓励类：指有利于进行艺术化表现及创意、创新展示的户外广告设施类型。包括实物造型广告、景观雕塑广告和利用现代化技术展示的各种户外广告等户外广告设施。

3.2 类型管制

依据《温州市户外广告和招牌设施设置规范》，参考行业标准《城市户外广告设施技术标准》（征求意见稿）及其他城市相关经验，结合行业发展和乐清实际情况，本规划划定“禁止类、控制类和鼓励类”三类户外广告设施。

表 5：户外广告设施设置分类管制一览表

分类	对象			说明
禁 止 类	附着 式	建（构）筑物上的	屋顶广告	——
		公共设施上的	桥体广告	——
			灯杆、电杆广告	不包括灯杆临时广告
	独立式	大型高立柱广告	不包括城市建成区外的公路 沿线	
		跨街式广告	——	

第 4 章 户外广告和招牌设施设置负面清单

续表 5：户外广告设施设置分类管制一览表

控制类	附着式	建（构）筑物上的	平行建筑墙面广告	——
			垂直建筑墙面广告	——
			玻璃橱窗广告	——
			围墙围挡户外广告	只准许发布该地块项目的形象广告或公益广告
			电子屏户外广告	——
		各类城市家具等公共设施上的户外广告		包括公交候车亭、宣传栏、指路牌等
	独立式	立杆式广告	——	
		底座式广告	——	
		落地式广告	——	
鼓励类	独立式	实物造型广告/景观雕塑广告	鼓励结合街道雕塑、景观小品设置户外广告	
	创新类	新技术、新材料、新媒体	包括全息投影广告、数字投影广告、互动广告、AT/VR 广告等	

4.1 户外广告设施设置负面清单

（1）户外广告设置不应损害市容市貌或者城市建（构）筑物形象

1）禁止设置于各级党政机关、人民代表大会、人民政协、司法机关及军事机关大楼等（不包括确需设置的建筑标识和自身标牌）。

2）禁止设置于国家、省、市文物保护单位、市级文物保护单位等保护范围内及其建设控制地带（不包括确需设置的建筑标识和自身招牌）。

3）禁止设置于风景名胜区核心景区范围内。

4）禁止设置于城市标志性非商业建筑，如学校、幼儿园、医院、文化馆、图书馆、博物馆等（不包括确需设置的建筑标识和自身招牌）。

5）禁止在坡屋顶建筑顶部设置。

6）禁止在毗邻建筑物之间的空间设置。

7）禁止依附于建筑物的雨棚、室外台阶、踏步、栏杆、扶手设置。

8）禁止在建筑柱体外露的两柱体之间设置，在骑楼檐下垂直于墙面设置，在骑楼底层立柱面、毗邻立柱之间悬空设置。

9）禁止利用通透围墙、护栏设置。

10）禁止依附于行道树或影响行道树生长设置。

11）禁止利用消防栓、邮筒、配电箱等箱体街道家具设施（废物箱、公交候车亭、落地式路名牌、遮阳棚、城市驿站除外）进行设置。

12）禁止在公交候车亭顶部设置。

13）禁止设置大型高立柱户外广告设施（城市、镇建成区范围外的公路沿线除外）。

（2）户外广告设置不应利用交通安全设施、交通标志

1）禁止设置于红绿灯、交通导向牌、交通信息牌，非机动车停放指示牌等交通安全及导向设施。

2）禁止设置于用轨道站点标志、路名牌、公交站牌等交通标志。

3）禁止设置于交通执勤岗设施、道路隔离设施、人行天桥护栏、高架轨道隔声窗（隔声墙）、道路及桥梁防撞墙与隔声窗（隔声墙）、公路及隧道管理口等道路设施。

（3）户外广告设置不应影响交通安全设施、交通标志使用

- 1）禁止设置于跨越道路或延伸至机动车道、非机动车道上空占用公共交通空间（跨街建筑除外）。
- 2）禁止设置于道路交叉口视距三角形范围内。
- 3）禁止设置于交通安全设施、交通标志周边 10m 范围内（除道路隔离栏外）。
- 4）禁止设置于人行天桥落地扶梯、过街地道、过江（海）隧道、公路收费口、高架道路落地匝道及轨道交通等人流和车流量大的出入口周边 10m 范围内。
- 5）禁止设置于高速收费站（亭）。

（4）户外广告设置不应影响公共安全

- 1）禁止设置于河道、防洪堤的安全防护范围内。
- 2）禁止设置于各类地下管线、架空线及其他生命线工程保护范围内。
- 3）禁止设置于电灯杆（可设置宣传节日、城市重大政治经济文化活动的临时广告）、电线杆、消防栓、邮筒等市政设施 5m 范围内。
- 4）禁止设置于大量车流集散的公共建筑出入口周边 5m 范围内，以及公交站牌、路名牌、出租车扬招牌、消防栓等设施周边 5m 范围之内。
- 5）禁止设置于影响建筑物消防安全和采光通风的空间内。
- 6）禁止设置于违法建（构）筑物、危房或设置后可能危及建（构）筑物和设施安全的空间。

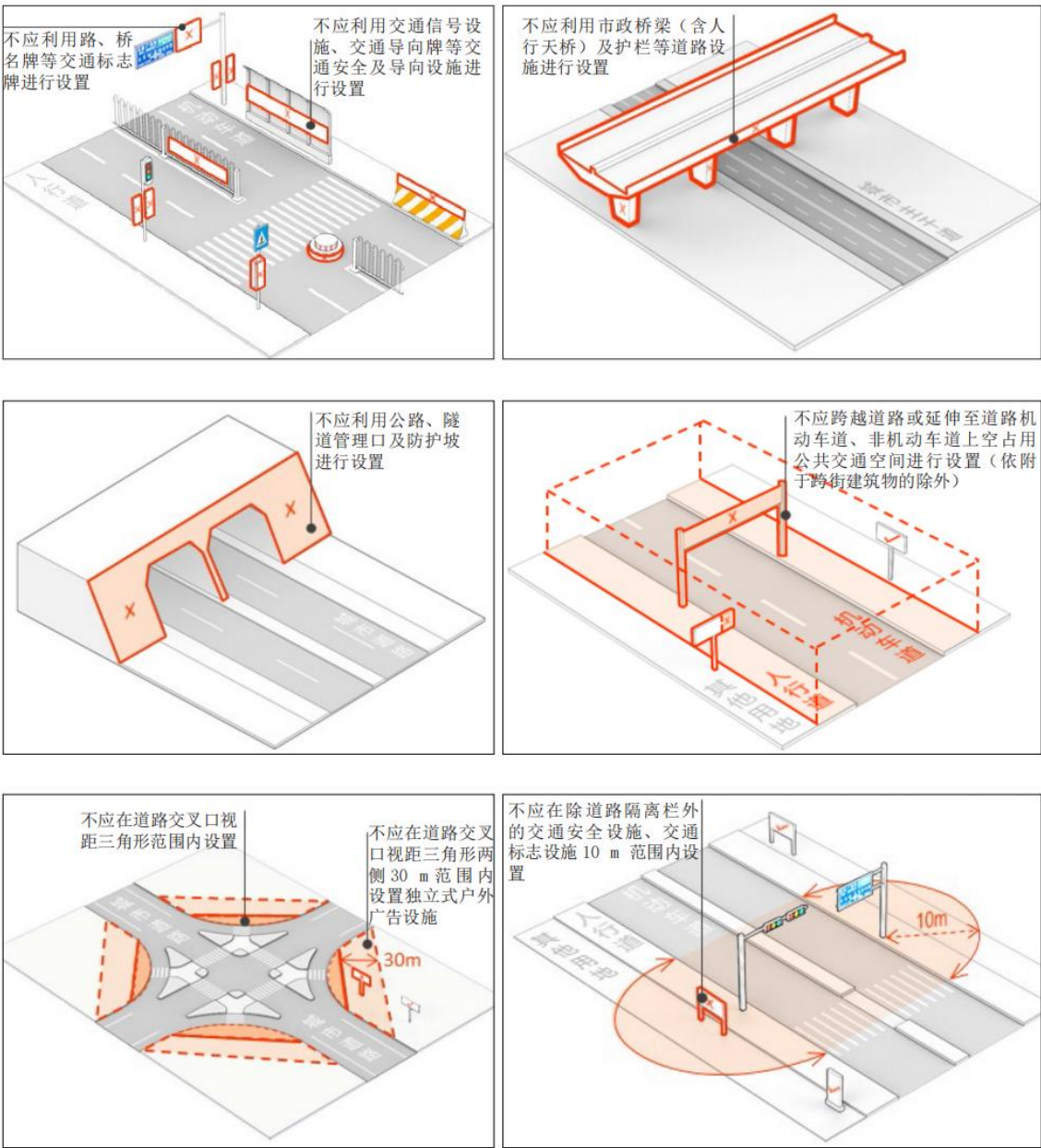
（5）户外广告设置不应妨碍居民正常生活

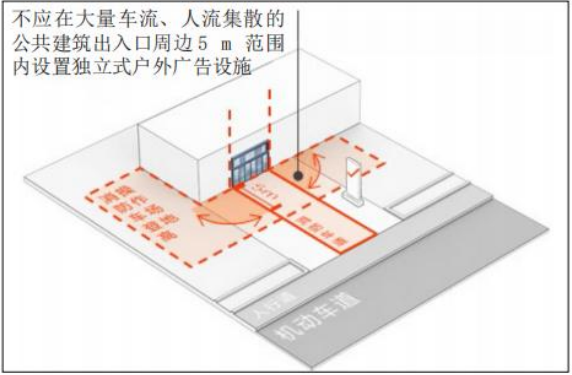
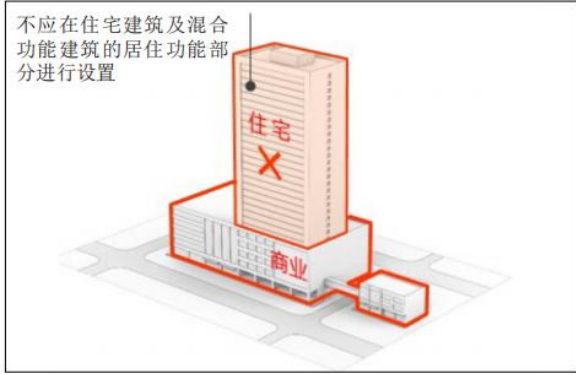
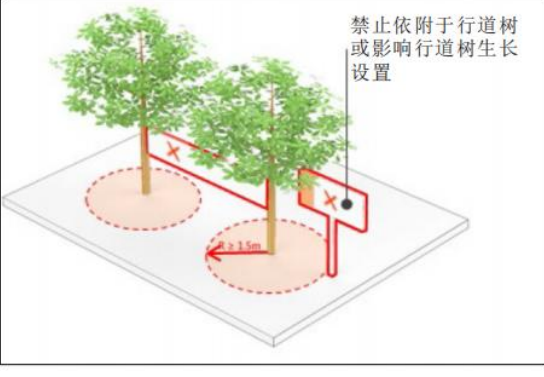
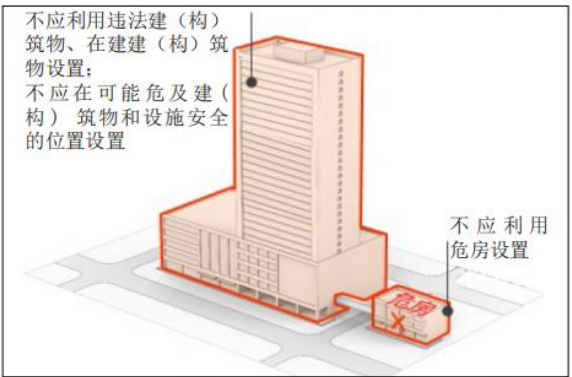
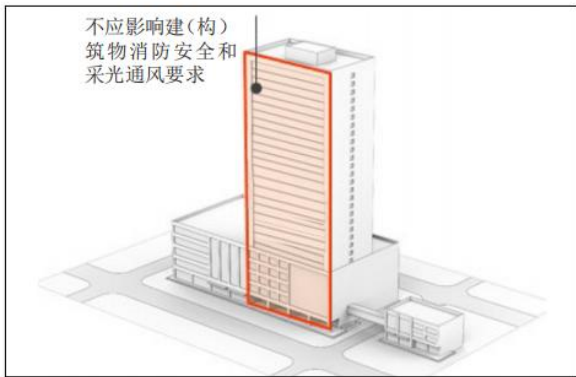
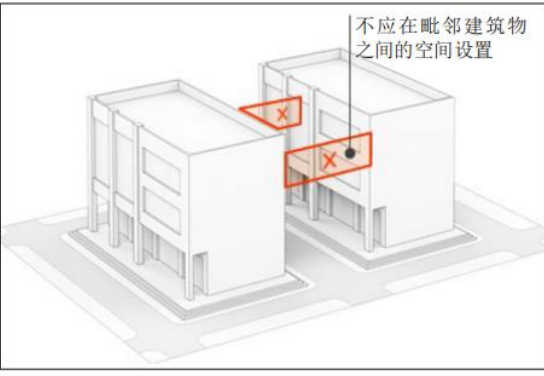
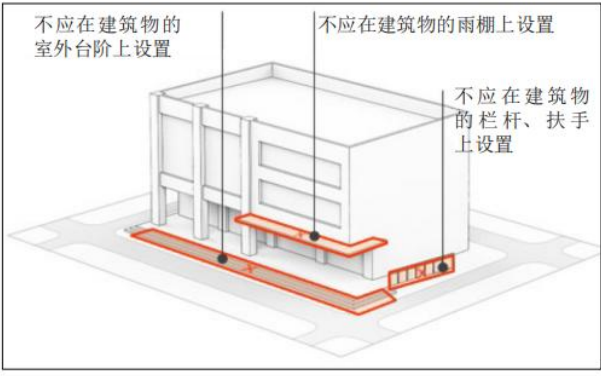
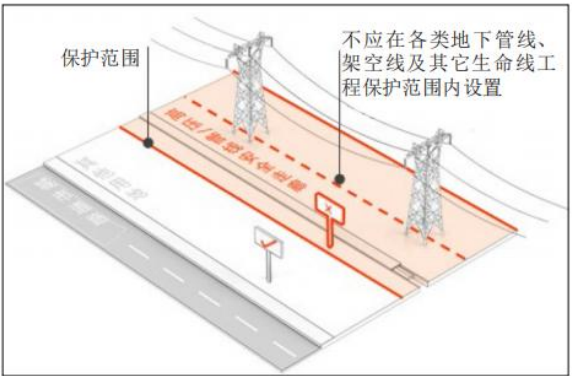
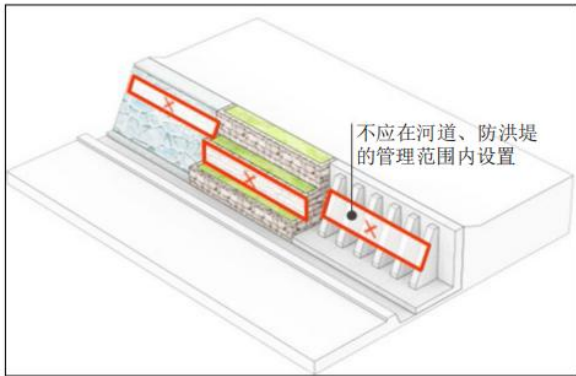
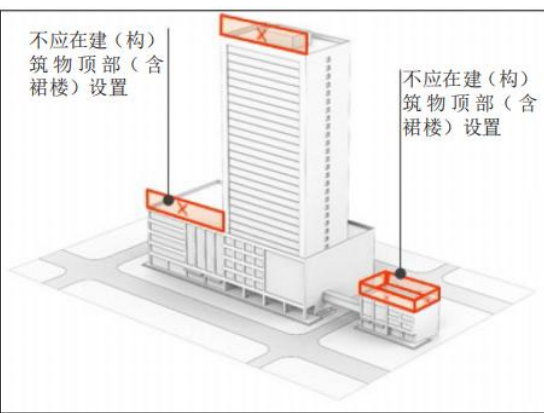
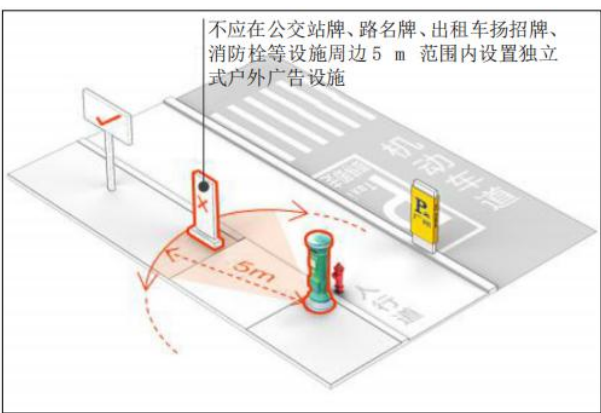
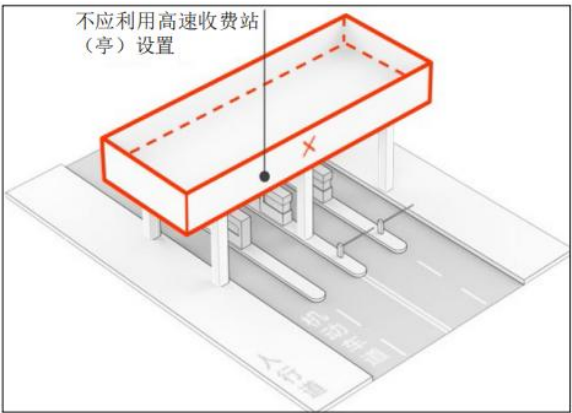
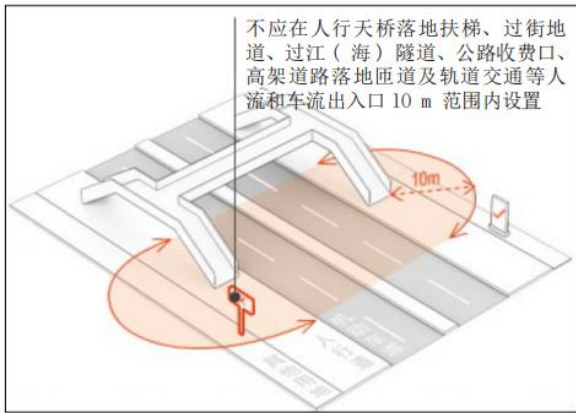
- 1）禁止设置于影响相邻建筑现有日照要求的空间内。
- 2）禁止设置于居住小区附属绿地及消防登高面等公共区域内。
- 3）禁止对周边居民住宅楼、学校、医院造成光污染、噪音污染。
- 4）禁止设置于在住宅建筑及商住楼等混合功能建筑的住宅部分。
- 5）禁止播放声音（步行商业街、商业广场除外）。

4.2 户外招牌设施设置负面清单

- 1）不应在用地红线范围以外区域设置。
- 2）不应利用危房、违法建筑设置或者设置后可能危及建（构）筑物和设施安全。
- 3）不得影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志正常使用。

- 4）不得影响建筑物的采光通风及消防安全；不应妨碍他人生产经营或者居民正常生活，影响他人对建（构）筑物合法使用。
- 5）不应在建筑顶部设置（建筑标识除外），不得在擅自调整高度的建筑檐口或女儿墙上设置。
- 6）禁止在商住楼等混合功能建筑的住宅部分设置（建筑标识除外）。
- 7）不应影响车辆、行人交通安全。
- 8）不应在大量车流、人流集散等公共建筑出入口周边 5m 范围内设置独立式户外招牌。
- 9）不应采用动态视频或者音频等方式。





第5章 户外广告和招牌设施要素控制

5.1 色彩控制

- 1) 户外广告的色彩分为主调基本色、辅助色调和点缀色调三种，单块广告牌点缀色的面积不应超过 20%。
- 2) 严格控制广告的主调基本色，主调基本色应与其周围景观色彩相协调。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周边城市景观主色调进行协调。
- 3) 纯度较高的色彩禁止用于大面积的色块中，但可用于点缀色或是单块面积在 0.8 m² 以下的小型广告版面中。
- 4) 沿道路设置的户外广告禁止使用与城市道路交通指示标志一致或相近的颜色，在道路信号灯周围 30m 范围及背景色中，不得使用纯度高的红、黄、绿三原色，以防干扰交通安全。
- 5) 商业区色彩控制放宽，以淡暖色调为主调基本色；行政区、医院、文化教育区域宜以淡雅清新的色调为主；绿地景观、旅游度假区应以自然景观相协调的色调为主。
- 6) 必要时需要牺牲企业的 CI 标准色，而寻求景观色彩的整体和谐性，避免视觉污染。

5.2 亮度控制

- 1) 商业区域、金融娱乐区域为一级亮度区。综合运用各种照明方式，动态照明和静态照明结合，光色建议与建筑灯光协调，综合运用各种色彩，在整体照明风格协调的前提下，体现现代商业娱乐气氛。
- 2) 行政办公区域、科研及教育区域为二级亮度区。与建筑物照明相结合，以静态照明为主，原则上行政办公区采用无光色或暖色光，科研教育以冷色光为主，以单位标识照明为主，禁止出现商业广告。
- 3) 工业仓储区域、医疗卫生区域为三级亮度区。与建筑物照明相结合，以静态照明为主，工业仓储以冷色光为主，医疗卫生用地以暖色光为主，以单位标识照明为主，禁止出现商业广告。
- 4) 居住区域、文化体育古迹旅游区域为三级亮度区。与建筑物照明相结合，以静态照明为主，宜动态照明和静态照明结合，以暖色光为主，同时不得造成相邻住宅夜间光污染，以牌匾广告照明为主。

- 5) 道路交叉口附近严格控制广告照明，不得设置干扰交通信号灯指示的红、绿、黄光和动态闪烁或不断移动的照明灯光。

表 6：户外广告和招牌标识灯光照度控制一览表

	画面面积<2 m²	画面面积>8 m²
城市道路及人行道户外广告	200-400lux	200-600lux
城市建筑墙面户外广告 (高度在 10m-24m)	——	300-1000lux
城市建筑墙面户外广告 (高度在 24m 以上)	——	400-1200lux

表 7：户外广告和招牌最大允许亮度控制一览表

广告被照面面积（m²）	最大允许亮度（cd/m²）			
	商业区	行政办公区	公共活动区	居住区
0.5	1000	400	400	100
2	800	320	320	80
10	600	240	240	60
>10	400	160	160	40

5.3 视线控制

- 1) 户外广告展示效果最佳视角角度为 16° —30° ，且展示效果与道路宽度宜成正比。
- 2) 户外广告可视视域可按三级分类控制，其中一级视域视域开阔、角度范围广的开放空间，适合设置主题性、互动性、科技为主的广告设施，如激光投影、LED 动态屏幕等；二级视域为半开放空间，角度范围有一定的局限，广告投放价值中等，适合放置创意性广告，高档次静态广告，例如 LED 刷屏广告、灯箱广告等；三级视域为闭合空间，在局部范围内，与道路分离（视域不跟随道路的延伸而放宽）的局部空间，广告价值低，适合放置静态灯箱广告。

5.4 内容控制

- 1) 任何形式户外广告的发布内容必须符合《中华人民共和国广告法》的规定。
- 2) 城市重要道路及行政办公设施、中小学教育设施、文化体育设施周边 200m 范围内应保证有一定比例的公益广告内容。
- 3) 设置户外广告的，应当保证一定的时间或者版面用于公益宣传。
- 4) 商业和公益广告同时混合设置的，公益广告发布面积不得低于总广告面积的 30%；商业广告和公益广告在同一广告设施错时设置的，公益广告与商业广告应间隔播放，且公益广告设置时间不得低于总发布时长 30%。

5.5 期限控制

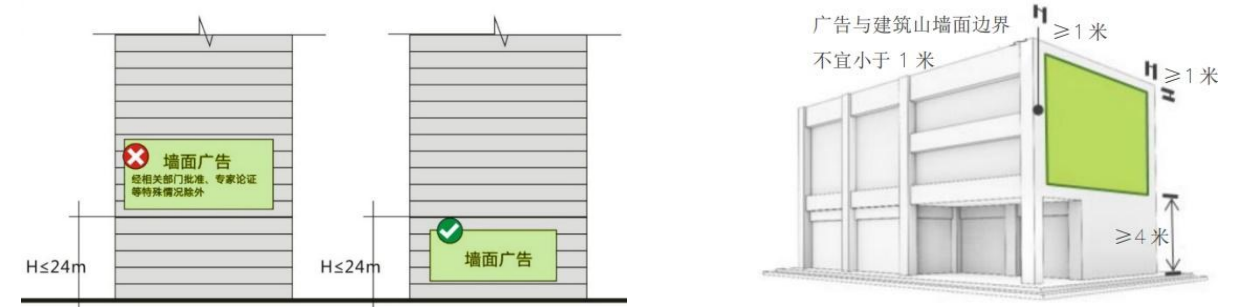
户外广告相关期限控制要求按照法律、行政法规、国务院决定、温州市出台的地方标准执行。

第 6 章 户外广告和招牌设施设置技术规定

6.1 附着式户外广告

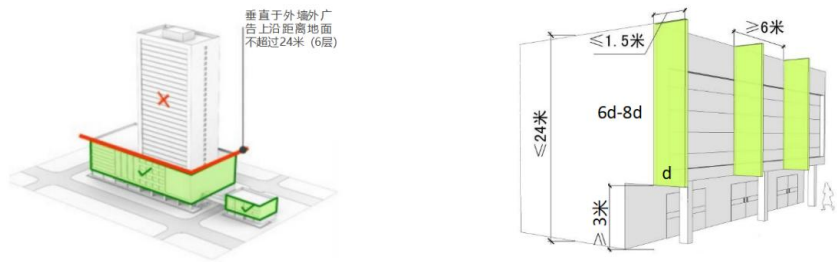
6.1.1 平行建筑墙面广告

- 1) 平行建筑墙面广告设置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。
- 2) 同一建筑立面上连续设置的平行建筑墙面广告应统一协调尺寸、间距，形成较好的秩序性。
- 3) 利用街道转角建筑墙面设置的平行建筑墙面广告，应结合建筑立面整体设计。
- 4) 平行建筑墙面广告宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面，广告设施顶部不得超出建筑屋顶，其上沿离地面距离不得超过 24m，投影类广告或无构件类广告除外。鼓励区内经相关部门专题论证并批准通过，可在高度超过 24m 的建筑墙面上设置，但上沿离地面距离不得超过 55m。
- 5) 平行墙面户外广告（除 LED 电子屏广告、橱窗及玻璃窗广告、临时性广告），单个广告面积在商业区域内宜小于 100 m²，商业区域外宜小于 50 m²，且非商业综合体建筑同一墙上的广告总面积不宜大于墙面面积的 30%，商业综合体建筑同一墙上的广告总面积不宜大于墙面面积的 50%。
- 6) 平行墙面户外广告在建筑物山墙设置时，广告设施与建筑山墙面边界距离宜不小于 1m，且户外广告下沿距离地面不应小于 4m。
- 7) 平行建筑墙面广告垂直方向突出墙面距离不宜大于 0.5m，不得妨碍行人、车辆通行安全。
- 8) 平行建筑墙面广告不得影响建筑物的功能和安全，不得影响建筑出入口及消防供应设施的使用，且禁止遮挡非商业建筑的窗户。
- 9) 鼓励运用墙体彩绘、投影广告、隐形广告、LED 挂网广告等创新广告样式。



6.1.2 垂直建筑墙面广告

- 1) 宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面，广告设施顶部不得超出建筑屋顶，并不应超过建筑物室外地面起算高度 24m。
- 2) 不应突出道路红线和用地红线，临街建筑退让道路规划红线距离大于 3m，小于 5m 的，广告设施外挑距离不得大于 1.5m。临街建筑退让道路规划红线距离大于 5m 的，广告设施外挑距离不得大于 3m。
- 3) 同一建筑垂直墙面户外广告连续设置的，其广告形式、设置间距、牌面尺寸、出挑距离及下沿距地面的高度应保持一致，其广告内容宜相互协调，成组设置。
- 4) 户外广告设施高度不得大于 9m，厚度应不大于 0.3m，离地净空高度不得小于 3m，不应妨碍行人、车辆通行安全。
- 5) 广告设施的高度与宽度比例宜为 6:1~8:1。
- 6) 垂直于建筑物外墙的户外广告对应建筑开间设置，相邻水平间距不宜小于 6m。
- 7) 垂直建筑墙面户外广告宜采用霓虹灯、灯箱等形式制作，鼓励采用新形式、新材料。

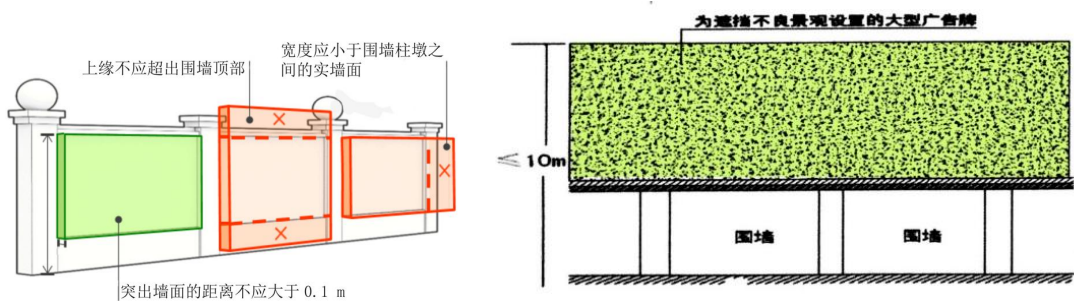


6.1.3 玻璃橱窗广告

- 1) 橱窗广告展示内容仅限实物展示及创意造型展示。
- 2) 橱窗广告应设置于橱窗内侧，且与橱窗玻璃距离大于 0.5m。
- 3) 橱窗广告内部主要展示内容遮挡橱窗玻璃面积不宜过大，开放式橱窗不超过 50%，封闭式橱窗不超过 60%。
- 4) 允许设置与店铺相关的产品介绍、宣传促销等内容的玻璃窗广告。建筑底层设置玻璃窗广告不得延伸到立柱墙面；建筑上层设置玻璃窗广告不得出现小型零散广告。
- 5) 玻璃窗广告设置数量不宜过多，体量不宜过大，广告总面积不宜大于所附玻璃墙面的 80%，并尽可能采用单透贴材质，减少对建筑采光的影响。
- 6) 若同一墙面设置多个玻璃窗户外广告，应成组设置，其规格、形状应尽量保持一致，形成规整连续的布局，与建筑外观协调统一。
- 7) 玻璃窗广告不得设置在玻璃外侧，应设置在玻璃的内侧。

6.1.4 围墙围挡广告

- 1) 本规划围墙（围挡）包括建筑工地围墙（围挡）和闲置地围墙（围挡）。
- 2) 围墙（围挡）广告应面向道路方向设置，同一路段围墙广告应统一位置、尺寸和间距，必须整齐连续。
- 3) 利用实体围墙设置的户外广告设施，宽度应小于围墙柱墩之间的实墙面，突出墙面的距离不应大于 0.1 m，且不应超过本地块用地红线，上缘不应超出围墙顶部。同一路段应统一位置、尺寸和间距。
- 4) 路宽 30m 以上的建筑工地围墙（围挡），宜采用“上钢架下砖混”结构，牌体顶部离地高度为 600cm，上方钢架式牌体高度为 540cm，下方砖混砌体高度为 60cm。制作钢架式牌体应选择彩钢条、钢网或者镂空轻钢板作为背板，有效支撑喷绘布，提升整体画面平整度。
- 5) 路宽不超过 30m 的建筑工地围墙（围挡），宜采用砖混结构实体围墙，围墙总高度不得超过 250cm，墙面上不宜设置广告牌。
- 6) 围墙围挡公益性广告占比应不低于墙体面积的 30%，主要内容为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等；闲置地围墙（围挡）仅允许发布公益广告。
- 7) 如为遮挡城市不良景观必须加高时，围墙（围挡）户外广告最高不得超过 10m，且必须设置加固装置，保障公共安全。



6.1.5 附城市家具广告

(1) 附城市家具户外广告应符合以下要求：

- 1) 允许设置广告的城市家具，应在城市家具设计时考虑广告设置，不得在现有城市家具的非广告位置增设户外广告。
- 2) 附城市家具户外广告设置不得影响城市家具的正常使用。
- 3) 利用城市家具设置广告的，同一类型设施上设置的公益广告与商业广告应间隔播放且公益广告比例应大于 30%。

- 4) 同一地段内同类城市家具广告应统一规格和样式、等间距设置。
- 5) 重要道路和区域的城市家具广告设置，宜通过编制专项规划加以控制管理。

(2) 附公交候车亭户外广告应符合以下要求：

- 1) 不得在公交车站内座椅、公交候车亭顶部区域设置广告设施，不得在站牌设置广告设施（公益广告除外）。
- 2) 公交候车亭广告牌面尺寸应与公交候车亭设置载体相协调，单面长度不宜大于 3.5m，高度不宜大于 1.5m，厚度不宜大于 0.3m，已建设公交候车厅按实际情况控制尺寸。
- 3) 广告设施设置不得妨碍乘客查询站点信息，不得影响人流交通顺畅和道路视觉通透。

(3) 附指路牌户外广告应符合以下要求：

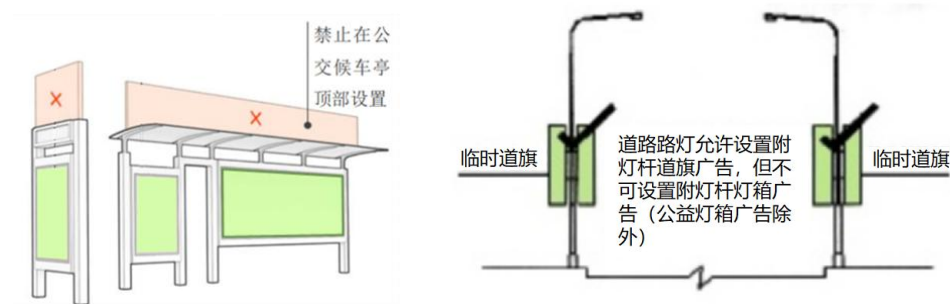
附指路牌应设置在人行道路牙石内侧的 0.2~0.5m 处，面向道路设置。道路指示牌高度不得大于 3m，宽度不得大于 1.2m，厚度不得大于 0.3m，支撑高度不得大于 0.6m。

(4) 附宣传栏户外广告应符合以下要求：

- 1) 利用宣传栏（除临街外）设置户外广告的，只允许设置在展示区域，同时应保证阅读区域的连续性和完整性。
- 2) 宣传栏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）50%，高度不得大于 2.5m，宽度不得大于 3m。
- 3) 宣传栏（除临街外）的内容以公益性为主，不得发布商业广告，临街宣传栏的内容公益广告占比大于 30%。
- 4) 历史文化保护区内的宣传栏应采用实木或塑木为主要材质，在风貌上与历史文化保护区相协调。

(5) 附灯杆户外广告应符合以下要求：

- 1) 原则上禁止在路灯杆上安装广告、道旗等悬挂物。如确有悬挂需求，需得到路灯管理部门的同意，并报市综合行政执法局审批。
- 2) 附灯杆户外广告一般以矩形、三角形、椭圆形、梯形为基本形状。
- 3) 同一路段的附灯杆户外广告内容、色彩应协调，形状、高度、朝向应一致，并与景观相协调。
- 4) 附灯杆户外广告的旗面与道路成 90° -150° 。
- 5) 附灯杆户外广告底部离地面净空高度不得小于 2.5m，单面面积不得大于 2 m²，单边长度不得大于 2m，厚度不得大于 0.6m。



6.1.6 电子屏户外广告

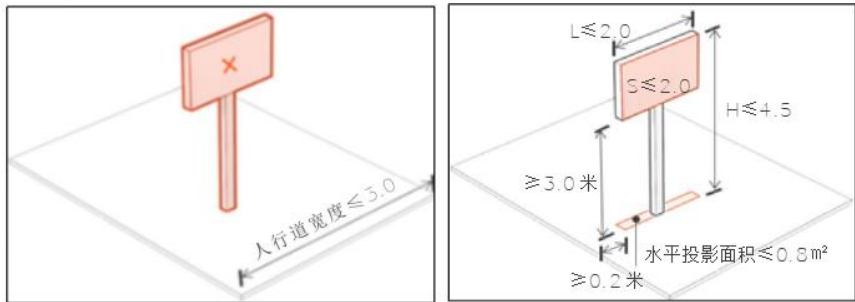
- 1) 大型电子屏户外广告（50 m²以上）仅允许设置在城市门户及商业中心地区，其他地区设置电子屏广告的公益内容播放时间不少于总时间的 30%。
- 2) 在户外广告禁设区、高速公路两侧不得设置大型电子屏户外广告，电子屏户外广告设置不得影响居住建筑或城市道路的使用，不得对行人和驾驶员产生眩光。
- 3) 电子屏户外广告的发光面，不得正面朝向居住建筑主要窗口，且朝向居住区的距离不宜小于 100m，背向居住区的距离不宜小于 50m（按两者水平投影距离计算）。
- 4) 在城市主干道两侧（除城市广场和步行街外）设置电子屏户外广告，不得播放活动画面，原则上每个固定画面的播放耗时间不少于 15 秒，画面切换应采取慢转换方式。
- 5) 电子屏户外广告白天亮度值不得高于 6000cd/m2，设置在商业区及其周边的，夜间亮度值应不超过 1000cd/m2，其他地区夜间亮度值应不超过 400cd/m2。
- 6) 电子屏户外广告的设置，应当与周围道路、建筑、景观风格相协调，不得破坏建（构）筑物风貌，其照明亮度、光色控制以及光源选择的设计与安装，必须符合相关技术标准。
- 7) 店面招牌下的小型滚动字幕电子屏广告仅允许银行、大型超市及酒店设置。

6.2 独立式户外广告

6.2.1 立杆式户外广告

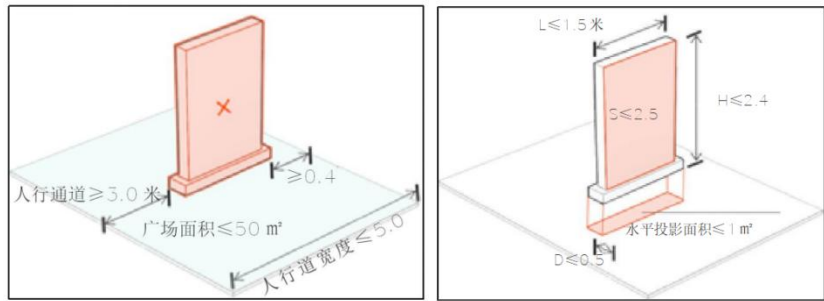
- 1) 立杆式户外广告不得影响行人通行，宽度小于 3m 的人行道或面积小于 50 m²的的商业步行街不得设置立杆式户外广告设施；人行道宽度小于 6m 的不得布置垂直道路方向的单立杆式广告。
- 2) 立杆式户外广告牌面外缘距人行道路沿石外缘不得小于 0.2m，且垂直道路人行道布置时立杆外缘距人行道或绿化带侧石外缘不应小于 0.4m；广告牌面（单面）面积不得大于 2 m²，任意一边长度不得大于 2m，厚度不得大于 0.3m。
- 3) 立杆式户外广告牌面底部离人行道地面的高度不应小于 3m，离绿地高度不应小于 0.5m。

4) 立杆式户外广告设置的单侧间距原则上不宜小于被设置道路红线宽度的 1.5 倍，商业街纵向间距不应小于 25m，在沿其他城市道路人行道设置的纵向间距不应小于 50m。



6.2.2 底座式户外广告

- 1) 宽度小于 3m 的人行道不应设置，宽度小于 5m 的人行道或面积小于 50 m² 的广场（空地）不应设置垂直于人行道的底座式户外广告设施，设置广告设施后的人行通道净宽不应小于 3m。
- 2) 底座式户外广告的底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘宜大于 0.4m。
- 3) 底座式户外广告的总高度不得大于 2.4m，底座占地面积不得大于 1 m²，宽度不得大于 1.5m，高度应与宽度相协调；广告牌面（单面）面积不得大于 2.5 m²，厚度不得大于 0.5m。
- 4) 步行街上的底座式户外广告应设置在步行街的休憩带中，形式与步行街风格相协调。
- 5) 底座式户外广告在商业步行街上单侧间距不得小于 30m，主要商业街单侧间距不小于 50m，在沿其他城市道路人行道单侧间距不得小于 100m。
- 6) 建成区机非绿化分隔带宽度 1.5m 以上的道路允许平行道路前进方向设置，设置间距大于 100m，即单侧 200m，城市快速路和国道适当加大间距，价值较高的次要道路经论证后允许设置。
- 7) 当绿化分隔带和人行道均满足设置要求时，优先设置于绿化分隔带中，人行道不再设置。
- 8) 绿化带与人行道上设置的底座式户外广告应保持与交叉口或出入口 30m 以上间距，确保行车安全。



6.2.3 大型高立柱户外广告

- 1) 大型高立柱户外广告只允许设置于城市、镇建成区范围外的公路沿线。
- 2) 大型高立柱户外广告不得设置在隧道本体及隧道两侧下沉地段两侧，不得设置在桥梁体（含主桥、引桥和匝道）上。
- 3) 大型高立柱户外广告整体高度不得大于 22m，其中广告牌面设置高度不得大于 6m，除圆柱体外宽度不得大于 18m，面积不得大于 108 m²，广告牌下边距道路路面垂直高度不小于 10m 且不得大于 17m，且广告牌支撑柱体直径不应小于 0.8m。
- 4) 立柱中心距公路外侧护栏及周边建筑的距离应大于等于广告设施整体高度的 1.3 倍。
- 5) 设置于公路两侧的大型高立柱户外广告应符合公路建筑控制区要求，距离国道不小于 20 米，省道不小于 15 米，县道不小于 10 米，乡道不小于 5 米。

6.2.4 落地式户外广告

- 1) 落地式户外广告可设置在机场、高速公路入口及郊区公路两侧较为开阔的区域，间距不应小于 200m；除体育中心、会展中心、汽车客运站、火车站、大型广场等重要公共场所可适量设置高档次大型落地式户外广告外（不得超过 3 个），不宜在其他人口密度较大的城市中心区设置。
- 2) 落地式户外广告整体高度不宜大于 10m，宽度应与高度相适应，不宜大于 30m，并应满足倒伏安全距离与交通安全视距要求。
- 3) 设置于公路两侧的落地式户外广告应符合公路建筑控制区要求，距离国道不小于 20m，省道不小于 15m，县道不小于 10m，乡道不小于 5m。

6.2.5 造型式户外广告

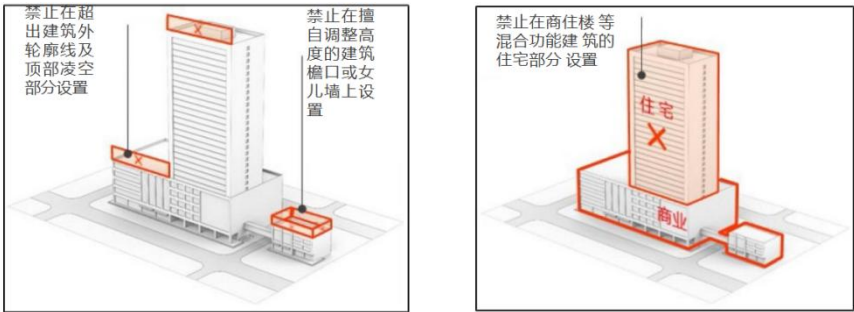
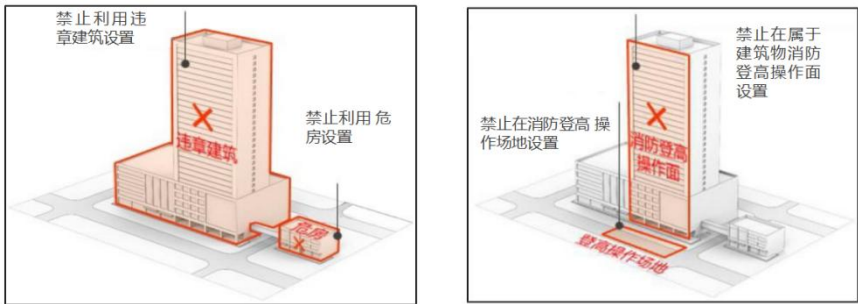
- 1) 造型式户外广告原则上不设置在城市道路红线内，并应满足倒伏安全距离与交通安全视距要求，建成区中央绿化分隔带宽度大于 5m 的主要道路经相关部门批准或专项规划确认后允许设置中小型造型式广告，设置间距大于 300m。
- 2) 在满足安全的前提下，造型式户外广告应与周边环境和空间尺度整体协调，且应经过相关部门专题论证并批准通过后，方可设置。
- 3) 实物造型广告总高度不应小于 1.2 m，不应大于 4 m，最大垂直投影面积不应大于 6 m²。中大型造型式广告总高度不得大于 12m，最大垂直投影面积不得大于 200 m²，并应满足倒伏安全距离与交通安全视距要求。因造型和城市形象需要突破高度的高价值广告点位，经专家和部门论证后可适当突破。

4) 设置于公路两侧的造形式户外广告应符合公路建筑控制区要求，距离国道不小于 20m，省道不小于 15m，县道不小于 10m，乡道不小于 5m。

6.3 招牌设施

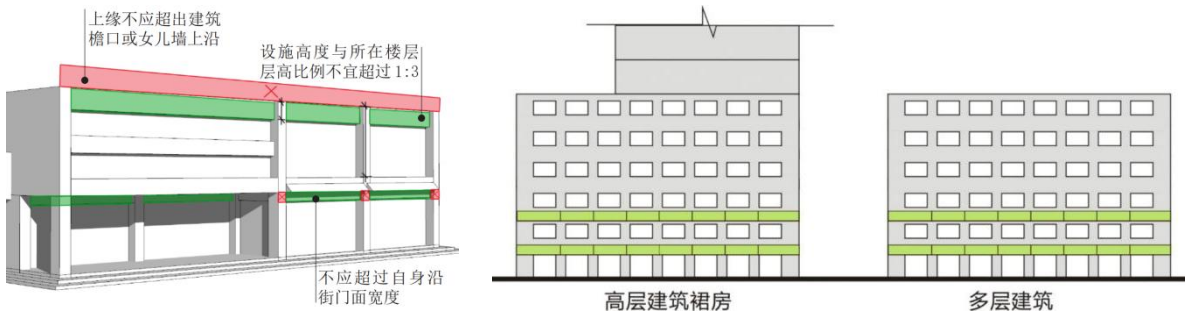
6.3.1 基本要求

- 1) 设置店面招牌，原则上实行一店一招、一单位一牌，且应与所处环境及所依附建筑相协调，规格统一，和谐美观。
- 2) 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。
- 3) 店面招牌设置不得位于建筑屋顶，不得超过建筑顶部墙缘，不得影响建筑采光、通风和消防功能的正常使用。
- 4) 建筑底层出入口雨棚上部允许设置店面招牌，且必须采用镂空字形式。
- 5) 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。
- 6) 连锁单位、知名品牌等有固定企业 CI 店招规范的，在保证与周边环境协调的前提下，店招可与建筑一体化设计。
- 7) 允许在重要商圈、商业步行街等区域内设置适量构思巧妙、设计优秀、制作精美的特殊类型店面招牌，同一建筑上特殊店招的设置一般不得超过 3 个。
- 8) 凡以商务办公为主的建筑，驻大楼单位的招牌，可统一在大楼出入口内部、周边墙面或形成场地指示牌规范设置。



6.3.2 平行于建筑外墙招牌

- 1) 店面招牌宽度不应超过自身沿街门面宽度，上缘不应超出建筑檐口或上层楼板或女儿墙上沿，不应高于上层窗台或阳台下沿线，高度与所在楼层层高比例不宜超过 1:3。
- 2) 店面招牌下缘距地面小于 3m 的，突出墙面的距离不应大于 0.3m，且不应突出道路红线设置；设施下缘距地面大于等于 3m 的，突出墙面的距离不应大于 0.5m。
- 3) 多层建筑的墙面和高层建筑裙房的墙面上，三层及以上墙面位置原则上禁止设置店面招牌，经相关部门批准确认后允许连续设置一排。
- 4) 平行墙面店面招牌宜横向连续设置，允许设置在层与层之间的窗间墙，每层只允许设置一排店招，不得重叠。
- 5) 同一街区或建筑相邻门面的店面招牌，其形式、材质、位置、高度、厚度等宜整体统一，协调设置。
- 6) 有柱廊、骑楼或底层以上有出挑结构的建筑，应在廊道内侧设置；当出挑部分离地高度小于 3m 时，允许设于建筑出挑部分的外墙面上。
- 7) 结合底层建筑出入口雨棚设置的招牌，必须采用镂空字形式，其整体高度与底层层高比例不宜超过 1:3，下缘不应低于雨棚下沿线，外表面不应超出雨棚四周边线。
- 8) 底层与上层为同一店铺，一般只允许在底层设置店面招牌，但如底层仅作为出入口，主要使用功能位于上层，也可在上层另行设置店面招牌；底层与上层为不同店铺，允许分别设置店面招牌。



6.3.3 垂直于建筑外墙招牌

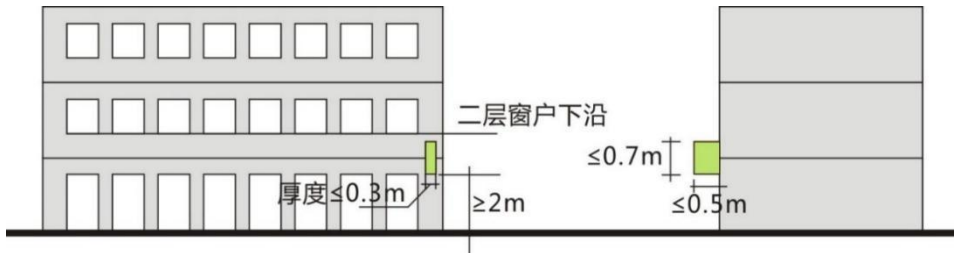
1) 建筑底层设置垂直墙面店面招牌应符合以下要求:

- ① 仅允许医院、公厕、银行、药店等具有便民公益性质的行业设置垂直墙面店面招牌。
- ② 垂直墙面店面招牌, 以灯箱形式为主, 外挑距离不得超过 0.5m, 高度不得超过 0.7m,

下沿净空高度不得小于 2m, 顶部不得高于二层窗户下沿, 厚度不得大于 0.3m。

- ③ 消防通道空间范围内, 不得设置垂直墙面店面招牌。

2) 除上述情形的底层垂直墙面店面招牌外, 其余垂直墙面店面招牌视同垂直建筑墙面户外广告, 按照“垂直建筑墙面户外广告”的相关规定管理。



6.3.4 街道转角店面招牌

1) 转角商铺的门面招牌应与两侧店铺的门面招牌统一整齐, 并且与街道景观相协调。

2) 如果同一店面经营者同时占据转角和两侧的位置, 允许其在转角和两侧分别设置招牌, 但不得超过 2 种类型。

6.3.5 集中设置店面招牌

1) 仅限在商业区、商业步行街、商业建筑内部没有专用室外出入口的经营场所设置。

2) 可集中设置在建筑立面适当位置, 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) 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) 必须结合建筑进行一体化设计, 整体造型简洁美观。

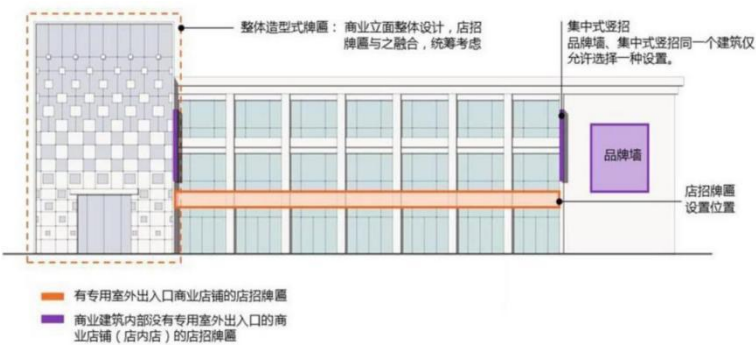
5) 品牌墙店面招牌应符合以下要求:

- ① 品牌墙仅允许设置在建筑实墙面。
- ② 品牌墙数量不应超过建筑主要出入口数量。
- ③ 品牌墙整体面积应小于所附着建筑实墙面面积的 30%。

6) 集中式竖招应符合以下要求:

- ① 每栋建筑设置数量应不超过 2 处。
- ② 设施突出所附着建筑立面距离应不超过 1.2m。

- ③ 设施净空高度应不小于 4m, 厚度不超过 0.3m。



6.3.6 落地式集中竖招和场地指示牌

1) 落地式集中竖招设施只准许在有开敞空间的大型商业综合体、商务写字楼、专业市场区域集中设置, 宜设置在距离建筑物 12m 范围之内, 并满足相关倒伏安全距离, 且不应超出其建设用地的红线范围。

2) 设置于企业办公场所或建(构)筑物周边的场地指示牌, 不得超出其用地红线范围, 宜设置在距离建(构)筑物 12m 范围之内, 不得在距离建(构)筑物 20m 的范围外设置。

3) 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。

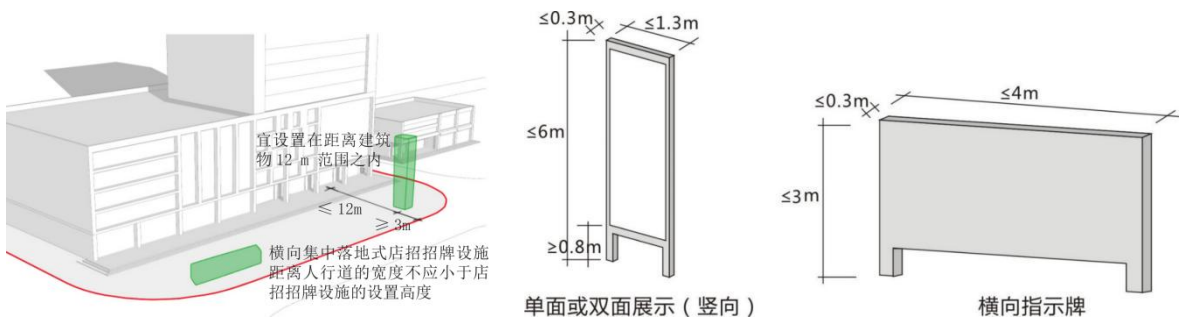
4) 场地指示牌展示内容允许出现企业、单位组织全称和楼层。

5) 场地指示牌可设置为单面或双面展示形式, 不得设置三面以上展示形式, 其展示部分距离地面不得小于 0.8m。

6) 竖向(指示牌高度大于宽度)设置的场地指示牌, 其宽度不得大于 1.3m, 高度不得超过 6m, 厚度不得大于 0.3m, 距离人行道的宽度不应小于 3m。

7) 横向(指示牌高度小于等于宽度)设置的场地指示牌, 其长度不得大于 4m, 高度不得超过 3m, 厚度不得大于 0.3m, 距离人行道的宽度不应小于店招招牌设施的设置高度。

8) 允许在重要商圈、商业步行街等区域内设置构思巧妙、造型新颖、制作精美的场地指示牌, 其尺寸可适当放宽, 结合场地一体化设计。



6.3.7 楼宇标识

1) 实行一楼一名的原则，一栋建筑一般只允许设置一种名称的楼宇标识，除下述情况外：

① 若高层建筑裙楼部分建筑面积≥500 m²，且裙楼部分与主楼部分存在最大业主或最大承租者不一致情形下，允许裙房部分结合主要使用功能进行单独冠名。

② 高层建筑的主楼部分允许最多设置 2 种楼宇标识。

③ 高层建筑的裙楼及多层、低层建筑一般仅允许设置 1 种楼宇标识，但明显存在整体式分属多个业主的情况，允许酌情增设楼宇标识。

2) 楼宇标识允许设置于建筑主要展示面的墙面或屋顶，有条件的建筑优先设置于墙面，各个建筑展示面上最多设置 1 个，也可结合楼宇专用出入口上方另行设置，但总数不得超过主要出入口数量。

3) 除经相关部门批准、专项规划确定的城市重要区域，禁止高度超过 60m 的建筑设置屋顶楼宇标识。

4) 楼宇标识需清晰易懂，与建筑风格相协调，并结合夜景照明需求进行设置，且必须采用镂空字或镂空图案形式，其单个字体或图案大小应和所依附的建筑尺度协调。

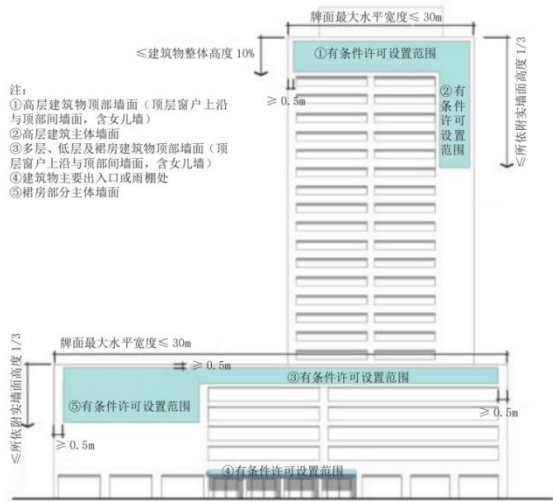
5) 设置在建筑屋顶和墙面的楼宇标识，18 层及以下建筑楼宇标识高度不得超过 1.5m；18 层以上建筑楼宇标识高度不得超过 2m。

6) 依附于建筑物（含裙房）顶部墙面及建筑物主体实墙面部分水平设置的，牌面最大水平宽度应小于 30m，只准许在建筑物自顶部边界向下整体高度的 1/10 围内设置，且鼓励靠一侧设置；垂直设置的，宜设置在建筑物自顶部边界向下整体高度的 1/3 范围内。

7) 依附于建筑物（含裙房）顶部墙面及建筑物主体实墙面部分设置的，牌面各边距离允许设置范围边界不应小于 0.5m。

8) 结合底层建筑出入口或雨棚设置的楼宇标识，其整体高度与底层层高比例不宜超过 1:3，下缘不应低于雨棚下沿线，外表面不应超出雨棚四周边线。

9) 车站、机场、厂房等大型建筑为满足公共导向性需求，允许楼宇标识的文字和图案适当放大。



6.4 临时性户外广告

6.4.1 一般要求

1) 原则上应在临时活动举办场地内部（用地红线范围内，以及建筑退让道路红线的区域）设置；经市级以上人民政府批准的大型活动，具体设置范围结合活动方案确定。

2) 政府部门组织的大型活动，设置期限应与活动期限一致，最长不得超过 30 日（市级以上人民政府批准的大型活动除外）。

3) 商家开业组织商品促销等活动设置的临时户外广告设施，时限不应超过 3 天；国家重大节假日期间设置的临时户外广告设施时限可与节假日时间一致。

4) 设置人应当于设置期限届满之日起 2 日内自行拆除并恢复场地原状。

6.4.2 旗帜广告

1) 依附于路灯杆的旗帜广告不得影响交通、消防、市政安全。不得超出道路侧缘石边线进行设置。

2) 道路交叉口圆角弧线及切线点外 15m 范围内的路灯杆不得设置。已有指示牌(标识牌)的路灯杆不得再设置，道路交通指示牌正面方向 50m 内的道路路灯杆不得设置。

3) 依附于路灯杆的道旗广告不得连杆设置。设置在一条道路上的旗帜广告，样式和规格应当统一，并与相邻道路上的旗帜广告相协调。

4) 旗帜广告单面幅面宽度不大于 0.6m，高度不大于 1.7m，厚度不大于 0.2m，广告底部距离地面高度不宜小于 4.0m。

6.4.3 布幅广告

- 1) 布幅广告设置应与周边市容环境相协调。
- 2) 利用建（构）筑物同一侧面墙体并列设置多条的，其规格应统一，间距应均匀，不宜使用白底黑字。
- 3) 横幅长度不应大于 15m，宽度不应大于 1.5m，竖幅的设置长度不应大于 24m，宽度不应大于 1.5m。

6.4.4 充气装置广告

- 1) 有关固定装置应当安全可靠，符合相关规定，且标志醒目，如固定装置为临时桁架，应对固定装置隐蔽处理。
- 2) 充气装置广告固定于地面，且总体高度不应超过 15m，气球直径不应超过 3m，附属条幅规格不应超过 9m×1m。
- 3) 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。

6.4.5 系留气球广告

系留气球广告设施的有关固定装置应当安全可靠，符合相关规定，且标志醒目，如固定装置为临时桁架，应对固定装置隐蔽处理。

6.4.6 桁架广告

设置于商业广场上等公共商业空间的桁架广告，其固定装置应当安全可靠，设置尺寸按底座式户外广告规定执行。

6.5 公益性户外广告

- 1) 公益广告内容要求
 - ① 各类户外广告发布媒介均有义务刊播公益广告。
 - ② 价值导向正确，符合国家法律、法规、规章和社会主义道德规范的要求。
 - ③ 体现国家和社会公共利益。
 - ④ 语言文字使用规范。
 - ⑤ 画面色彩搭配得当、文化品位良好。
 - ⑥ 日常发布数量应不少于年户外广告发布总量的 30%。
- 2) 公益广告内容应当与商业广告内容相区别，商业广告中涉及社会责任内容的，不属于公益广告。

3) 企业出资设计、制作、发布或者冠名的公益广告，可以标注企业名称和商标标识，但应当符合以下要求，若有违反规定的，视为商业广告。

- ① 不得标注商品或者服务的名称以及其他与宣传、推销商品或者服务有关的内容，包括单位地址、网址、电话号码、其他联系方式等。
- ② 平面作品标注企业名称和商标标识的面积不得超过广告面积的 1/5；音频、视频作品显示企业名称和商标标识的时间不得超过 5 秒或者总时长的 1/5，使用标版形式标注企业名称和商标标识的时间不得超过 3 秒或者总时长的 1/5。
- ③ 公益广告画面中出现的企业名称或者商标标识不得使社会公众在视觉程度上降低对公益广告内容的感受和认知。
- 4) 小区车道道闸公益广告发布面积不得低于总广告面积的 30%。
- 5) 公益性户外广告设置要求：
 - ① 城市主要形象展示窗口、城市重要节点宜规划布置常态化展示的公益广告设施。
 - ② 商业广告位内容空缺时应以公益广告暂时代替。
 - ③ 举办大型活动时，可通过提交方案进行申请批准或进行公共政策引导，设置临时性公益广告或将商业广告临时作为公益广告用途，但申请期限到时需及时进行拆除。
 - ④ 公益性户外广告宜集中布局在城市门户、交通枢纽、道路交叉口、道路沿线建筑施工围墙以及公园广场等人流活动密集的公共区域。
 - ⑤ 户外广告禁止设置区可根据实际需求适当设置公益性户外广告，设置形式应与区域整体景观风貌相协调。
 - ⑥ 公益性户外广告附围墙（围挡）、附城市家具等设置应不影响设施功能与安全，独立式设置则应具有较高注目度，成为宣传城市形象与精神文明价值的重要载体。
 - ⑦ 公益性户外广告应选择传播社会文明，弘扬道德风尚、宣传地域文化、彰显城市形象等高价值内容。
 - ⑧ 公益性户外广告数量应不低于商业性户外广告数量的 10%（招牌标识与附城市家具户外广告不计），独立式公益性户外广告数量应不低于独立式户外广告总量的 20%。
 - ⑨ 商业广告和公益广告同时混合设置的，公益广告发布面积不得低于总广告面积的 30%；商业广告和公益广告在同一广告设施错时设置的，应采用间隔播放，且公益广告设置时间不得低于总发布时长的 30%。

第 7 章 实施建议

7.1 规划分期

（1）重点示范阶段（2021-2025年）

该阶段包括两个重点，一是选择高价值地块设置特色户外广告，保证一定的高品质户外广告增量；二是选取问题突出、有整改需求和条件、有典型示范意义的路段或片区编制户外广告和招牌标识详细规划，并且以详细规划为直接指导依据开展具体路段或片区的户外广告和招牌标识综合整治与风貌提升示范工程，作为全市的范例，为下一步全面提升积累经验。

（2）有序整治阶段（2025-2030年）

存量广告管理和拆后新增户外广告双管齐下：第一，对全市户外广告和招牌标识进行全面摸底和登记，建立问题清单，根据问题清单对存量（自《规划》批复之日前设置的）问题广告和标识进行有序整改，可以对存量问题广告和招牌标识的整改给予适度的弹性执法空间；第二，增量（自《规划》批复之日后设置的）广告和招牌标识仍需按照《规划》要求严格执行，避免增加新的问题。

（3）全面提升阶段（2030-2035年）

该阶段重点是继续加强增量广告和标识的管控以及全面有序推进户外广告和招牌标识的综合整治与风貌提升工作：第一，继续按照《规划》对增量广告和招牌标识进行严管；第二，以上一阶段的综合整治与风貌提升示范工程为范例，继续编制户外广告和招牌标识的详细规划，全面有序推进户外广告和标识的综合整治与风貌提升工作。

7.2 实施建议

（1）增量户外广告与招牌标识整改措施

自本《规划》实施之日起，新批准的增量户外广告和招牌标识应严格遵守本《规划》的相关设置要求。相关职能部门应加强对未经批准新增户外广告和不符合设置要求招牌标识的执法力度，从严从速从重开展整治工作，对于违法户外广告和招牌标识应及时进行整治。

（2）存量户外广告与招牌标识整改措施

存量户外广告与招牌标识整改应遵循突出重点、循序渐进、弹性管理的原则。整治行动宜从城市市容风貌重点管控的地段、片区、道路开始，具体包括城市商业集中区、办公集中区、历史文化街区、城市重要生态（滨山、滨水片区）区、城市重要景观节点、城市重要道路等。

整治行动有序开展，最终逐步覆盖；对于不能满足《规划》设置要求的存量户外广告在整改时限、整改要求等方面给予适度的弹性执法空间。

（3）户外广告与招牌标识安全实施建议

在确定实施新增户外广告方案之前，应做好以下几项调查工作：

- 1) 查清地基所在区域的土质、水文情况。
- 2) 查阅原始资料，了解广告牌地基形式和受力状态，以及设计承载量。
- 3) 对广告牌施工过程中使用的建筑材料质量、施工期间的天气状况，以及整体广告牌的施工质量进行勘查。
- 4) 调查广告牌使用期间周围环境的变化情况，如市政设施的修建、附近建筑的开工，地下水位的升降和地面排水系统的变化等。在户外广告整治实施过程中，应配合建筑的立面修复与改造工作。
- 5) 针对审批通过的广告等悬挂物，安装单位应加强日常巡查管理，确保悬挂物的安全，避免因年久失修，出现安全隐患。
- 6) 作用在户外广告和招牌设施结构上的荷载应按 GB50009 执行，其中风荷载为主控荷载，基本风压值应按 50 年一遇取值。

第8章 附则

- 8.1 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。
- 8.2 本规划由乐清市综合行政执法局负责解释。
- 8.3 本规划自乐清市人民政府批复实施之日起生效。

附表 1：不同类型用地户外广告设施（不含户外招牌）设置许可分类一览表

要求	用地名称				备注
	《城市用地分类和规划建设用地标准》（GB50137-2011）（《温州市城市规划管理技术规定》调整）		《国土空间调查、规划、用途管制用地用海分类指南》（试行）		
	代码	名称	代码	名称	
鼓励设置	B1	商业用地	0901	商业服务用地	鼓励区内
	B2	商务用地	0902	商务金融用地	
	B3	娱乐康体用地	0903	娱乐康体用地	
限制设置	B1	商业用地	0901	商业服务用地	限制区内
	B2	商务用地	0902	商务金融用地	
	B3	娱乐康体用地	0903	娱乐康体用地	
	B4	公用设施营业网点用地	0904	其他商服用地	——
	B9	其他服务设施用地			
	A2	文化设施用地	0803	文化用地	——
	A3	教育科研用地	0804	教育用地	中小学和特殊教育用地不应设置
	A4	体育用地	0805	体育用地	——
	A5	医疗卫生用地	0806	医疗卫生用地	——
	A6	社会福利设施用地	0807	社会福利用地	仅商业建筑可设

	R	居住用地	0701	城镇居住用地	
	M	工业用地	1001	工业用地	——
	W	仓储用地	11	仓储用地	——
	S3	交通枢纽用地	1206	城市轨道交通用地	仅城市广场、客运交通场站的户外公共区域以及高速公路出入口区域可设
	S4	交通场站用地	1208	交通场站用地	
	G3	广场用地	1403	广场用地	

续附表 1：不同类型用地户外广告设施（不含户外招牌）设置许可分类一览表

禁止设置	A1	行政办公用地	0801	机关团体用地	——
	A7	文物古迹用地	1504	文物古迹用地	——
	A8	外事用地	1502	领事馆用地	——
	A9	宗教设施用地	1602	宗教用地	——
	U	公用设施用地	12	公用设施用地	——
	G1	公园绿地	1401	公园绿地	——
	G2	防护绿地	1402	防护绿地	仅限临时性商业宣传和公益性广告可设
	H41	军事用地	1501	军事设施用地	——
	H42	安保用地	1603	安保用地	——
	H9	其他特殊用地	1606	其他特殊用地	——

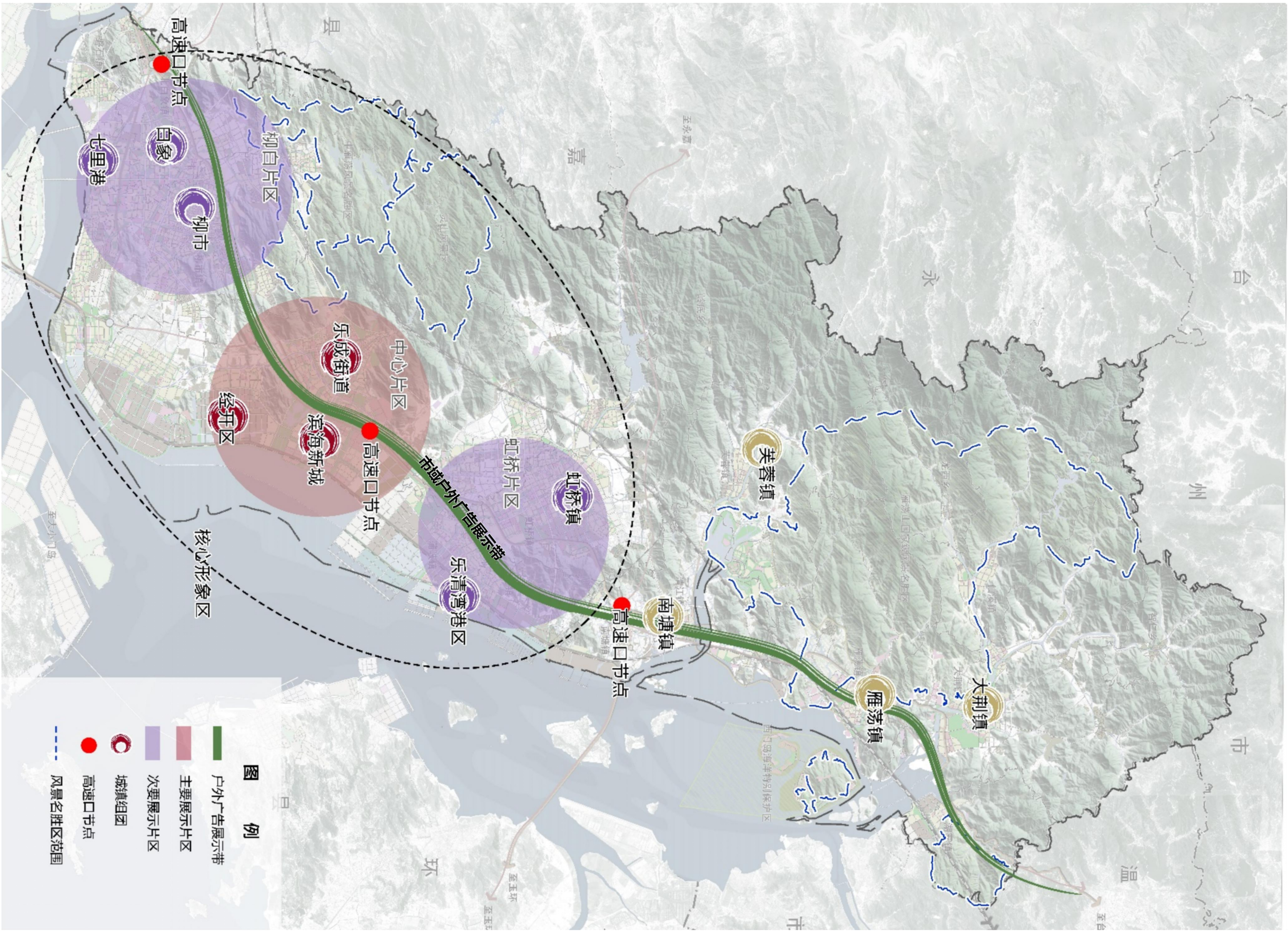
注：①本表采用的用地分类标准与《城市用地分类和规划建设用地标准》（GB50137-2011）（《温州市城市规划管理技术规定》调整）一致。

②本表用地分类标准衔接《国土空间调查、规划、用途管制用地用海分类指南》（试行）。

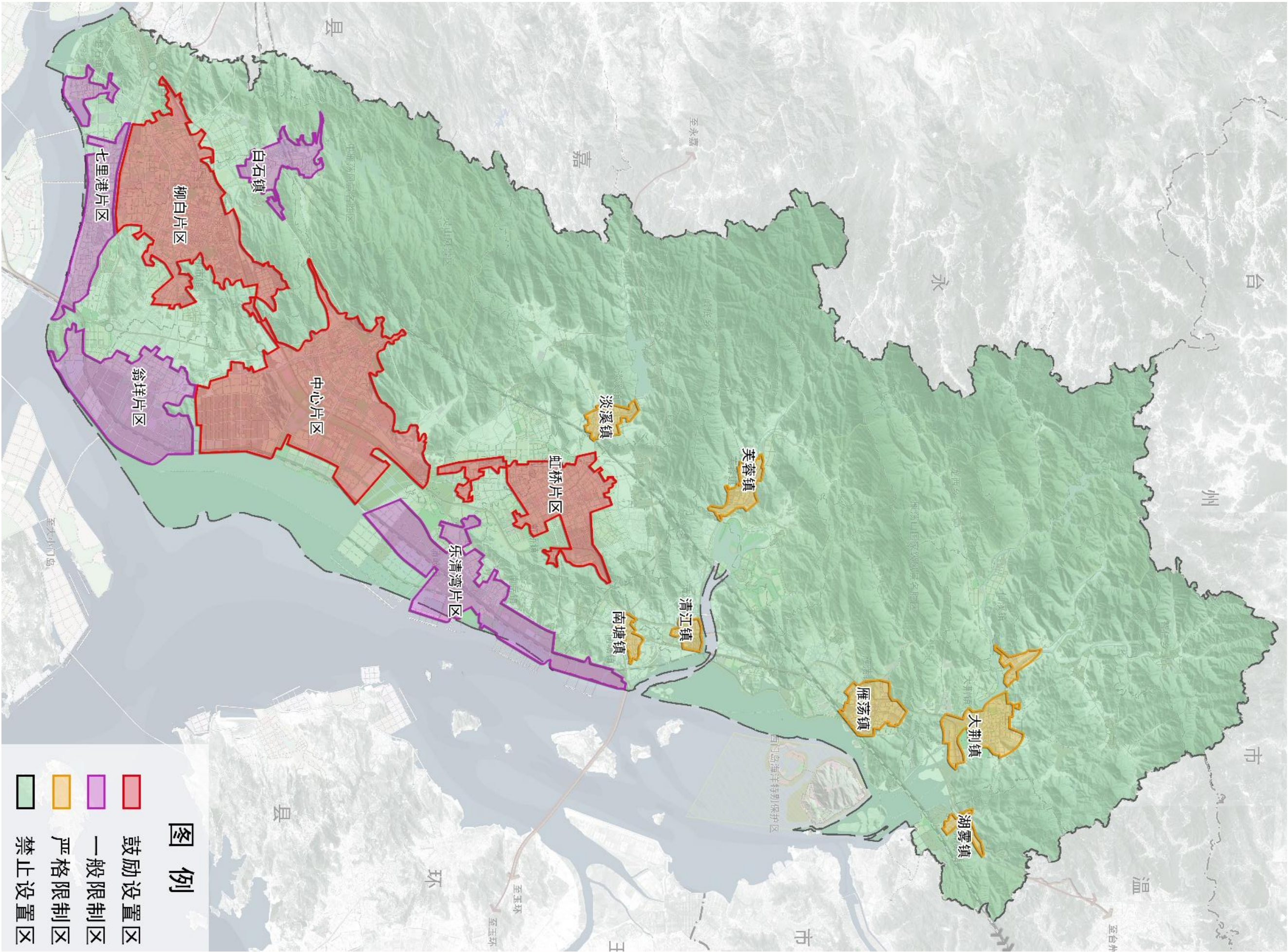
第二部分 规划图纸

图纸目录

- 1、市域户外广告空间结构图
- 2、市域户外广告分区控制图
- 3、中心片区户外广告整体控制引导图
- 4、中心片区户外广告区域控制引导图
- 5、中心片区户外广告道路控制引导图
- 6、柳白片区户外广告整体控制引导图
- 7、柳白片区户外广告区域控制引导图
- 8、柳白片区户外广告道路控制引导图
- 9、虹桥片区户外广告整体控制引导图
- 10、虹桥片区户外广告区域控制引导图
- 11、虹桥片区户外广告道路控制引导图



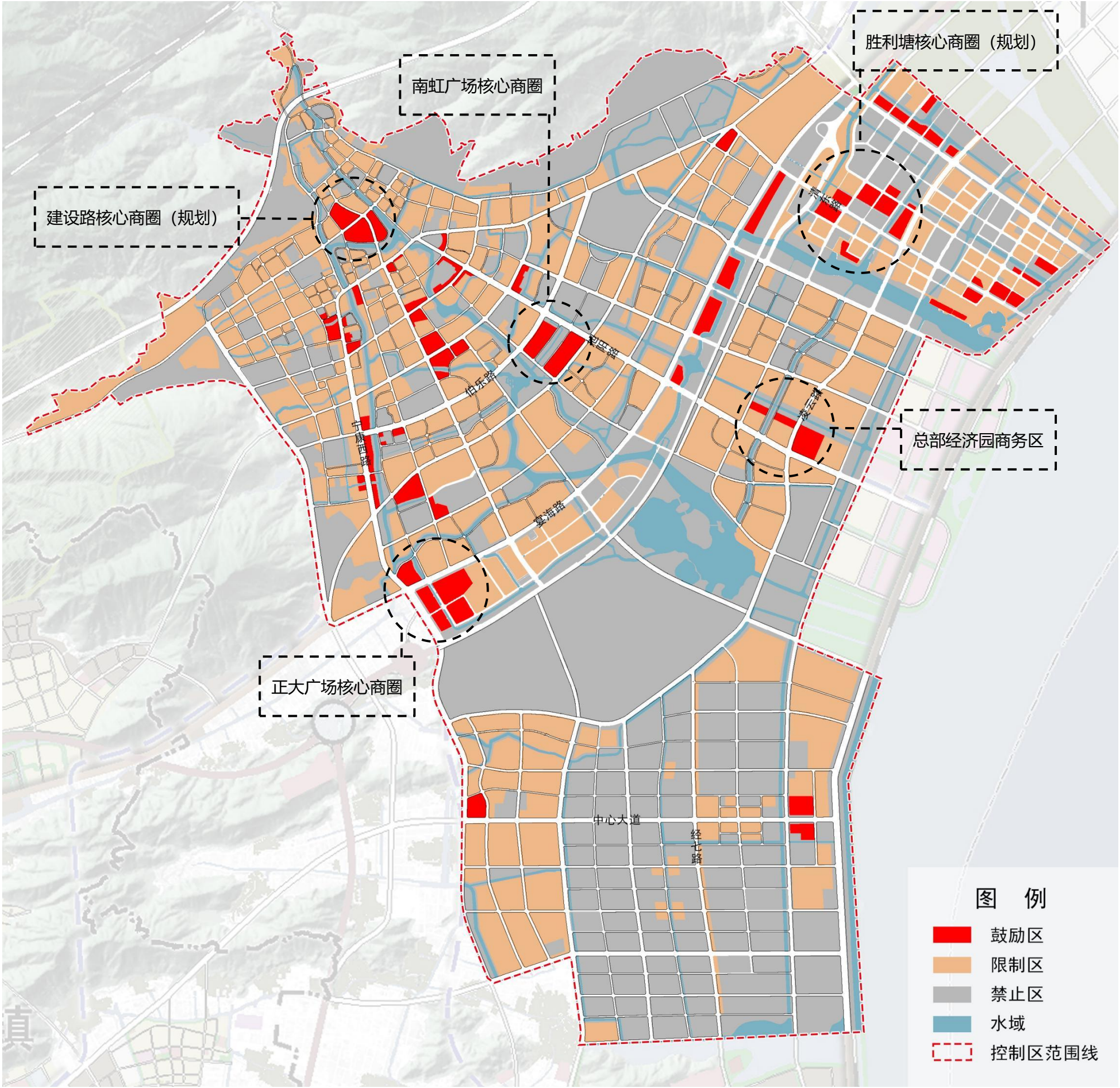
1、市域户外广告空间结构图



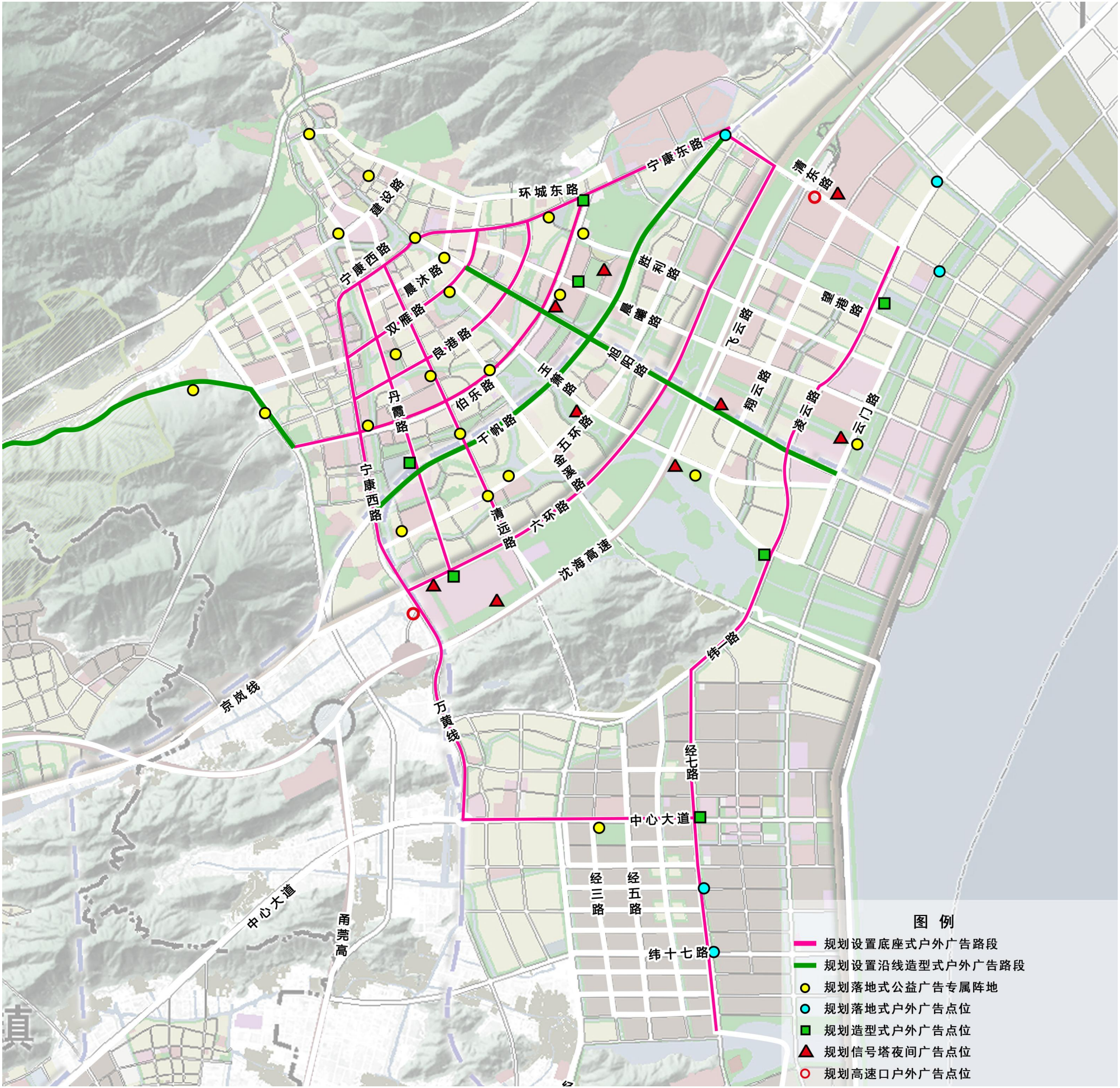
2、市域户外广告分区控制图



3、中心片区户外广告整体控制引导图



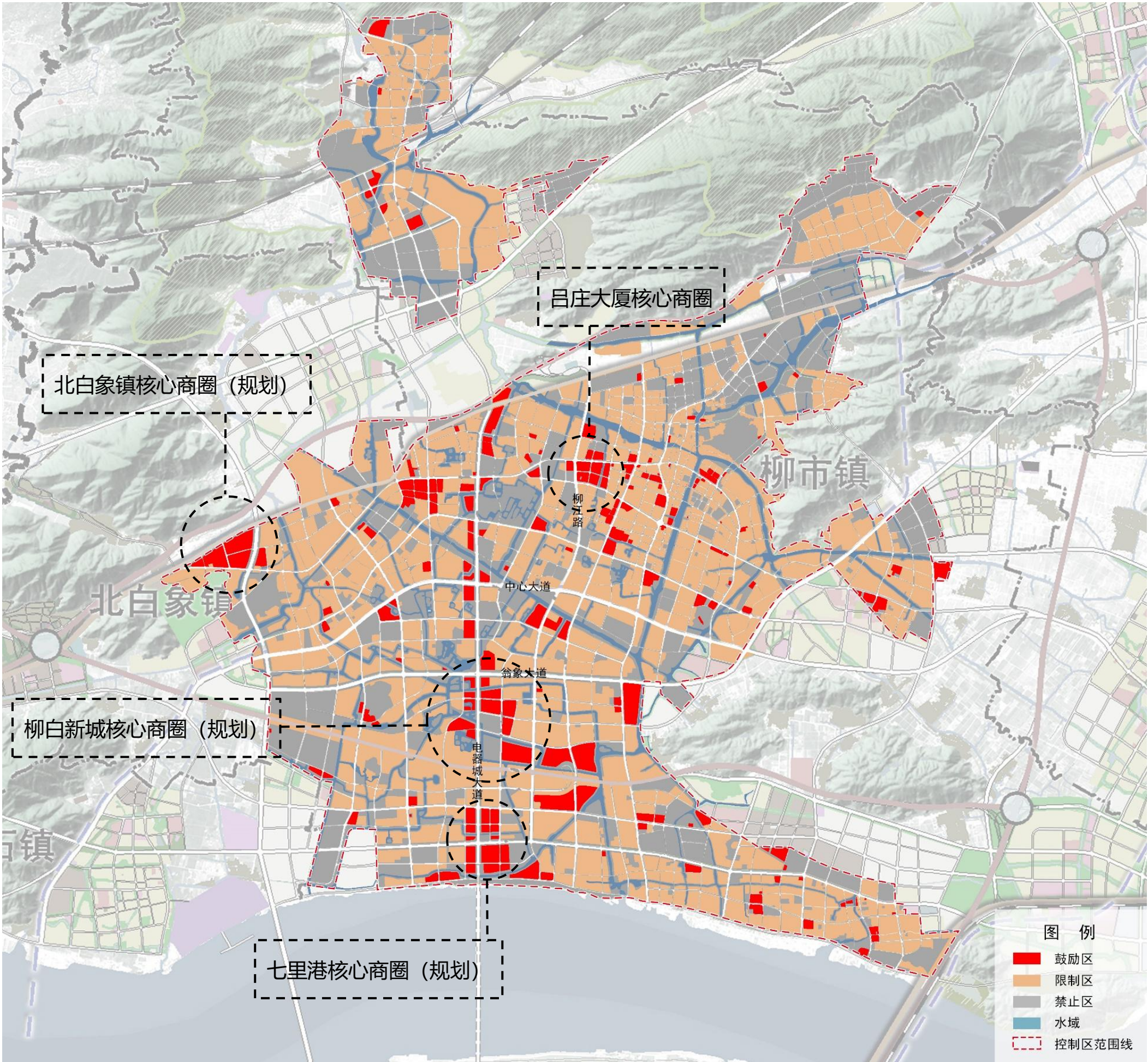
4、中心片区户外广告区域控制引导图



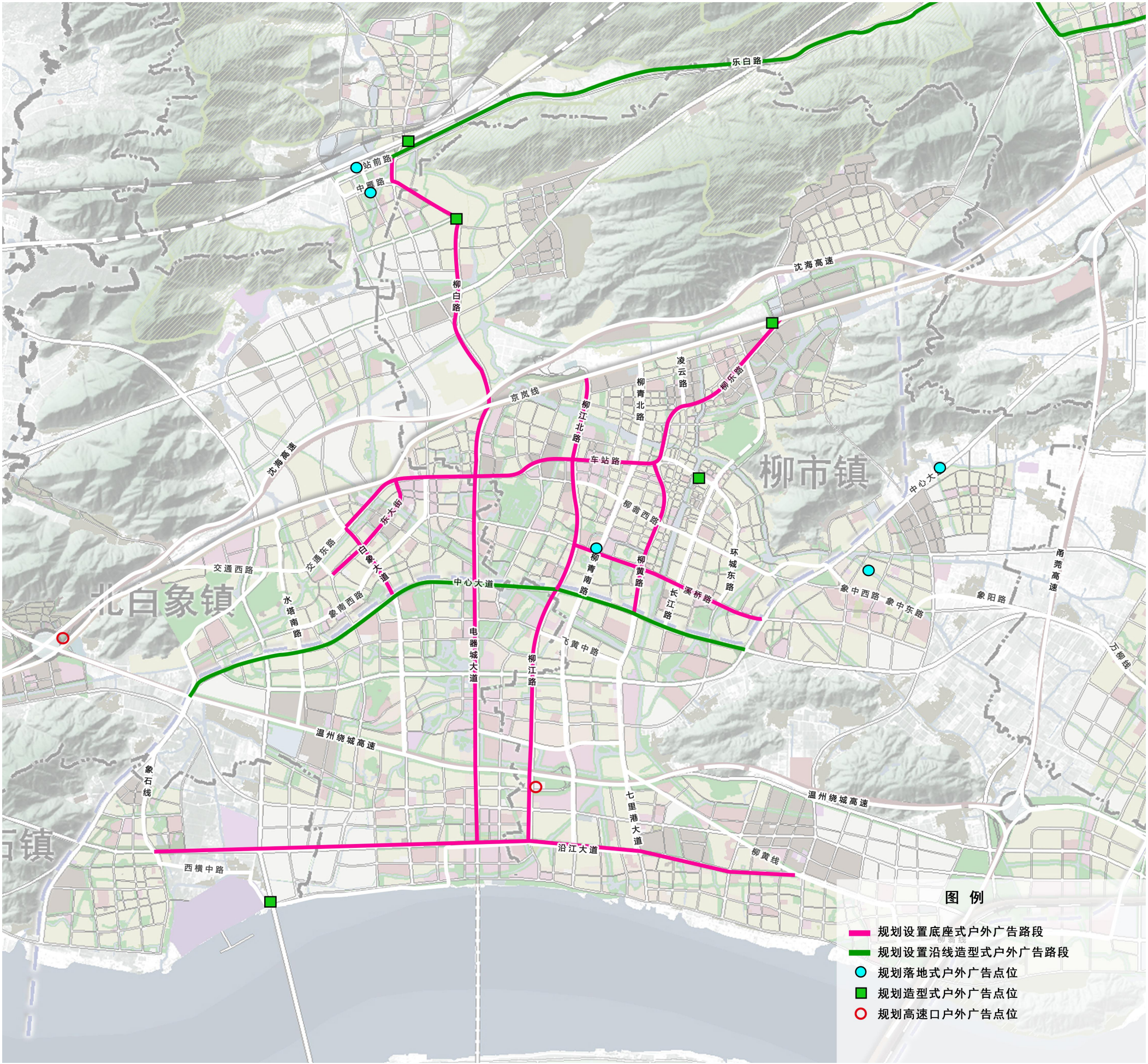
5、中心片区户外广告道路控制引导图



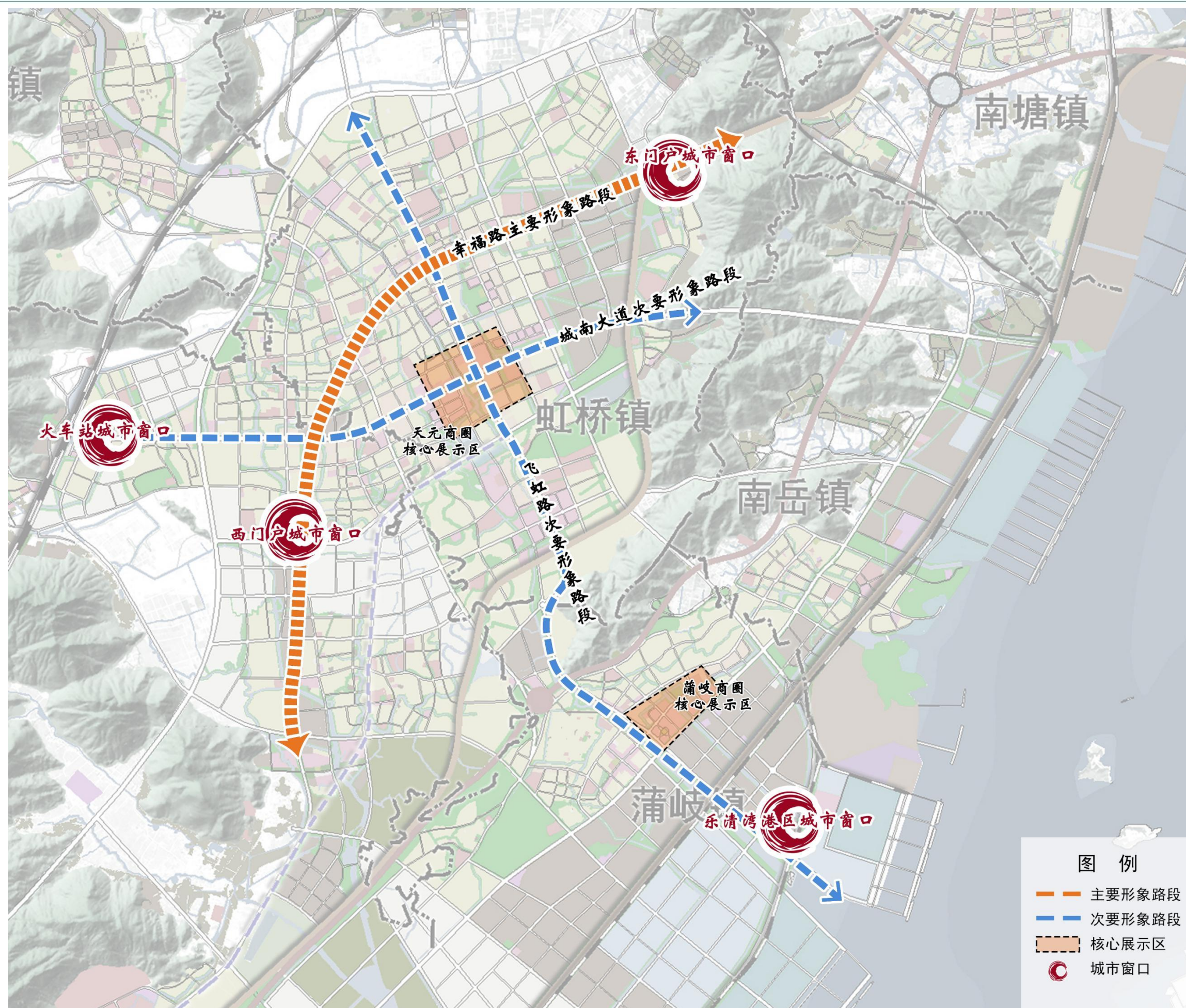
6、柳白片区户外广告整体控制引导图



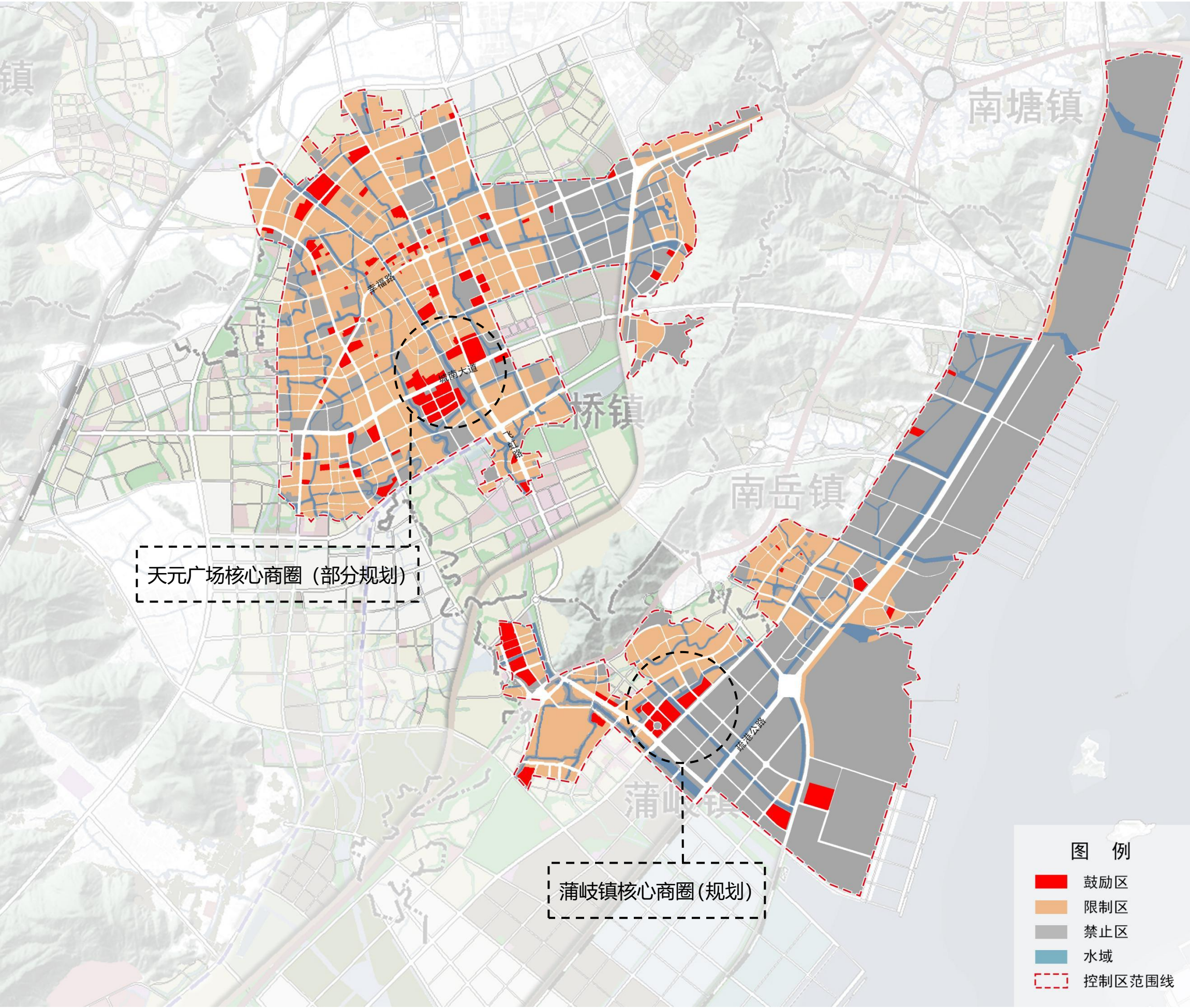
7、柳白片区户外广告区域控制引导图



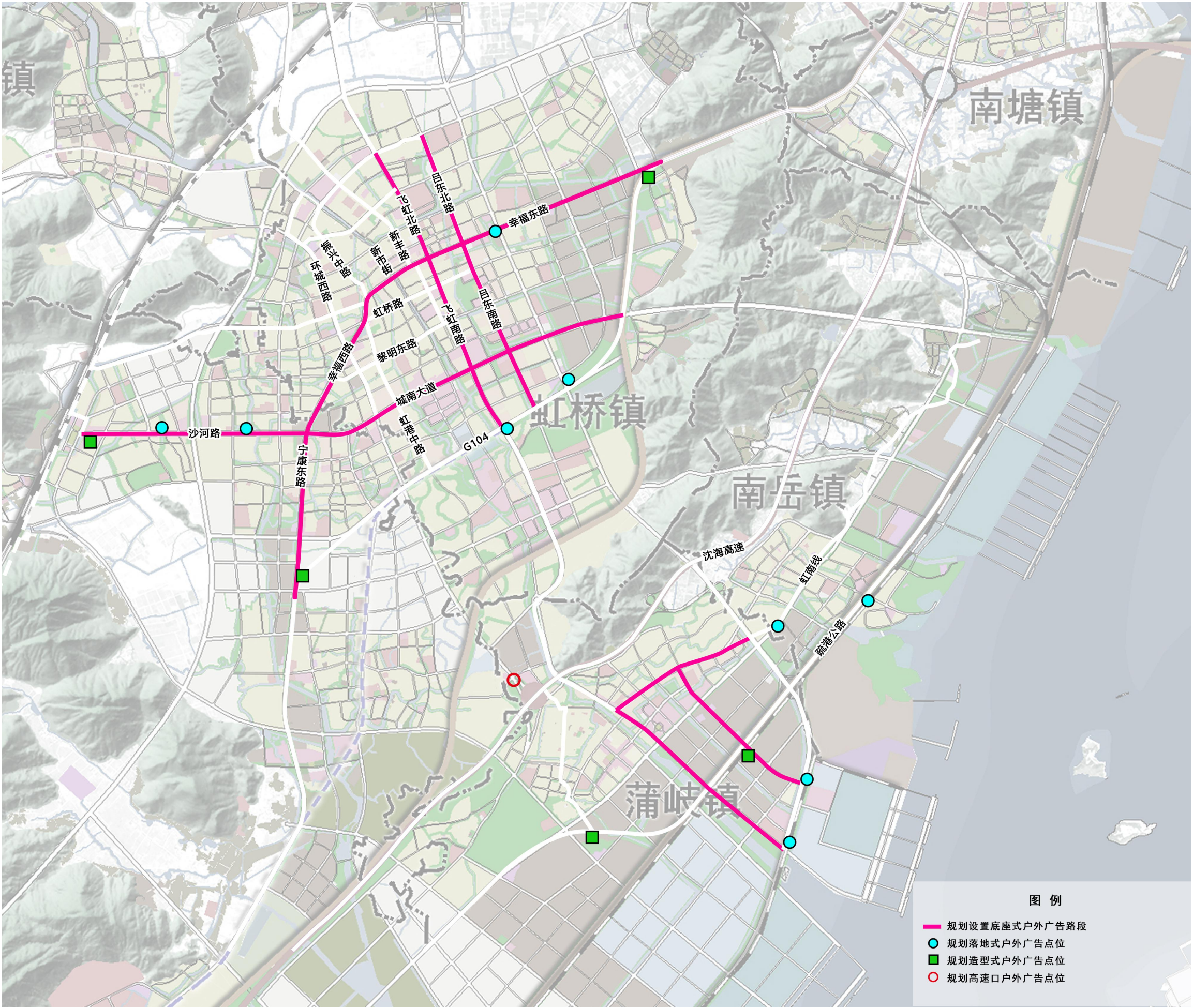
8、柳白片区户外广告道路控制引导图



9、虹桥片区户外广告整体控制引导图



10、虹桥片区户外广告区域控制引导图



11、虹桥片区户外广告道路控制引导图