

DB 3304

浙江省嘉兴市地方标准

DB 3304/T 044—2022

代替 DB 3304/T 044—2020

户外广告和招牌设置规范

Specification for management of outdoor advertising and signboard

2022 - 11 - 21 发布

2022 - 12 - 21 实施

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 分类	1
5 基本要求	2
6 设置要求	3
7 照明要求	8
8 其他要求	10
9 运行管理	10
附录 A（资料性） 户外广告和招牌设置图示	12
附录 B（资料性） 户外广告和招牌设置负面清单	16

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件代替DB3304/T 044—2020《户外广告和招牌设置技术规范》，与DB3304/T 044—2020相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 文件名称修改为户外广告和招牌设置规范；
- b) 删除了术语与定义中的临时性户外广告设施、建筑物标识、单位名称招牌等内容，修改了户外广告设施、招牌设施的术语与定义内容（见第三章）；
- c) 修改了户外广告设施、招牌设施的分类等相关内容（见第四章）
- d) 增加了户外广告和招牌设置的基本要求（见第五章）；
- e) 增加了电子走字屏广告、移动式户外广告设施的相关规定（见第五、六章）；
- f) 更改了招牌设置管理的位置有关规定（见第六章）；
- g) 原材料及电气件、设计规定、施工与验收等规定合并修改为其他要求（见第八章，2020版第七、八、九章）；
- h) 原第十章维护与检测修改为第九章运行管理，修改了检查与保洁、维护保养、安全检测部分内容（见第九章）；
- i) 原第五章第一节第一条、第二节第一条调整为负面清单，增加了不应设置户外广告和招牌的有关规定（见附录B，2020版第五章）。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由嘉兴市综合行政执法局（城市管理局）提出并归口。

本文件起草单位：嘉兴市综合行政执法局（城市管理局）、上海同济城市规划设计研究院有限公司。

本文件主要起草人：肖建国、林卫兵、梁波凯、虞瑞凯、夏冬青、谢添奇、李东明、汪劲柏、牛路诚。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

——2020年首次发布为DB3304/T 044—2020；

——本次为第一次修订。

户外广告和招牌设置规范

1 范围

本文件规定了户外广告和招牌设施的分类、基本要求、设置要求、照明要求、其他要求、运行管理的有关要求。

本文件适用于户外广告和招牌设施的设置。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB 50202 建筑地基基础工程施工质量验收规范
- GB 50205 钢结构工程施工质量验收规范
- GB 50601 建筑物防雷工程施工与质量验收规范
- GB 50617 建筑电气照明装置施工与验收规范
- GB 55013 市容环卫工程项目规范
- CJJ/T 149-2021 城市户外广告和招牌设施技术标准
- JGJ/T 163 城市夜景照明设计规范
- DB33/T 700-2020 户外广告设施技术规范

3 术语和定义

DB33/T 700-2020界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

户外广告设施 outdoor advertisement facilities

利用建（构）筑物、场地、设施、交通工具等设置的灯箱、霓虹灯、电子显示装置、展示牌、实物造型或以其他形式的向户外空间发布广告信息的设施。

[来源：DB33/T 700-2020，3.1，略有修改]

3.2

招牌设施 signboard

公民或法人在自有或者租赁的建（构）筑物外墙及建筑用地红线范围内设置的，用于表明单位名称、字号、标识的牌匾等相关设施，包括建筑物标识和单位名称招牌。

4 分类

4.1 户外广告设施

4.1.1 按广告形式分为附属式、独立式及移动式，分类见表1。

表1 广告设施分类

类别名称		内容与范围
附属式	建（构）筑物上的	设置在建（构）筑物上的广告设施，包括平行于墙面设置的、垂直于墙面设置的、屋顶上及围墙上设置的广告设施。
	公共设施上的	设置在道路两侧和公共场所的灯杆、公交车站牌、候车厅、报刊亭、电话亭、信息栏、自动售货机、交通护栏、自行车棚、小区或公共停车场出入口道闸（护栏）等公共设施上的户外广告。
独立式		设置在地面上的广告设施，包括立杆式、底座式、大型落地式、大型高立柱式及实物造型的广告设施。
移动式		设置在交通工具或飞艇、气球等移动载体上的广告设施，包括车辆、船舶及空中移动广告设施。

4.1.2 按广告设施的电子显示方式分为 LED 电子显示屏广告设施、电子走字屏广告设施、光电玻璃广告设施、墙体幕墙广告设施（景观亮化）。

4.1.3 按广告内容分为商业广告设施、公益广告设施。

4.1.4 按广告设施设置时效分为临时广告设施、非临时广告设施。

注：为配合公益宣传、大型节事文化体育活动、展销会、庆典活动而设置，时间最长不超过30日或建设工程周期的为临时户外广告设施，包括旗帜广告、布幅广告、充气装置广告、系留气球广告和其他临时性户外广告设施。

4.1.5 按广告展示面积分为大型广告设施和其他广告设施。

注：任一边长大于1 m或单面面积大于2.5 m²的为大型户外广告设施。

4.2 招牌设施

招牌设施分为附属式和独立式，见表2。

表2 招牌分类

类别名称	内容与范围
附属式	设置在建（构）筑物上的招牌设施，包括平行于墙面设置的、垂直于墙面设置上的、雨篷式招牌，建筑物标识和单位名称招牌。
独立式	设置在地面上的招牌设施，包括竖向和横向招牌。

5 基本要求

5.1 户外广告和招牌应依《嘉兴市户外广告和招牌设置条例》和《嘉兴市户外广告设置规划》设置，其内容、商标、图案、文字等应符合国家、省有关规定。

5.2 户外广告和招牌的设置应符合 GB 55013、CJJ/T 149、DB33/T 700 的规定。应符合负面清单（详见附录 B）中的相关要求，并符合以下规定：

- 应符合城市公共安全、城市风貌管理、历史文化保护传承、夜间景观照明等方面的要求；
- 不应影响车辆、行人通行安全，不应影响被依附载体的安全和合法使用；
- 不应妨碍他人生产经营或居民正常生活；

- 不应妨碍安全疏散、灭火救援、建筑防排烟等功能；
- 不应损害建（构）筑物、街景和城市轮廓线等重要特征。

- 5.3 户外广告和招牌的形式、风格、图案、色彩、亮度应符合区域景观风貌管控要求，其设置位置、大小面积、四周间距应与建（构）筑物及其所依附的载体相协调。
- 5.4 户外广告和招牌设施应符合安全、绿色、环保、节能、消防要求，宜采用新技术、新工艺、新材料、新设备、新产品。
- 5.5 临时性户外广告设施应符合城市容貌管控和有关专业性要求，其固定装置应安全可靠，期满后应及时拆除并恢复原状。
- 5.6 不准利用电灯杆、电线杆、各类箱（桶）体、行道树、绿化带、人行天桥护栏等设置户外广告（重大专项活动部署除外）。
- 5.7 垂直于建筑外墙招牌和雨棚式招牌应设置在经规划许可或备案的特定区域；媒体墙广告、道闸（含隔离护栏）类广告需审批或备案后方可设置。

6 设置要求

6.1 户外广告设施

6.1.1 附属式

6.1.1.1 平行于建筑物外墙广告设施

- 6.1.1.1.1 广告设施顶部不应超过建（构）筑物顶部，参见附录 A 图 A.1。
- 6.1.1.1.2 同一建筑立面上连续设置的广告设施宜统一牌面位置、尺寸和间距，参见附录 A 图 A.2。
- 6.1.1.1.3 不宜在同一建筑上设置 3 种以上形式的广告。
- 6.1.1.1.4 广告设施宽度应与墙面相协调，四周不应超出墙面外轮廓线。垂直方向突出墙面距离不宜大于 0.5 m。参见附录 A 图 A.3。
- 6.1.1.1.5 广告设施单个面积不宜大于 100 m²，参见附录 A 图 A.4。
- 6.1.1.1.6 广告设施总面积宜小于设置墙面（扣除窗户）面积的 30%，参见附录 A 图 A.5。
- 6.1.1.1.7 位于街道转角的建筑，其转角处的广告设施应当整体设计，参见附录 A 图 A.6。

6.1.1.2 围墙广告设施

- 6.1.1.2.1 广告设施设置突出墙面的距离应小于 0.1 m。
- 6.1.1.2.2 广告设施上缘不应超出围墙顶部，参见附录 A 图 A.7。
- 6.1.1.2.3 广告设施宽度不应大于围墙柱墩之间的实墙面。
- 6.1.1.2.4 广告设施设置不应遮挡围墙的镂空部分。
- 6.1.1.2.5 同一路段围墙广告设施宜统一位置、尺寸和间距。

6.1.1.2.6 施工围挡广告，只允许发布该地块建设项目的形象广告或公益广告，同时做到安全、简洁、美观，施工后必须及时拆除。

6.1.1.3 公共设施上的广告设施

6.1.1.3.1 利用电灯杆、电线杆等市政设施杆线设置广告的，同一路段应做到形式、尺寸、位置一致，单根灯杆上的数量不超过2个，设置间距应大于50m，高度不应大于2.4m，宽度不应大于1m，厚度不宜大于0.3m。牌面垂直投影超出路沿石的，底部距离车行道地面高度不应小于4.5m。

6.1.1.3.2 依附于公交候车亭、公共自行车亭设置的户外广告，应与亭体结合设置，牌面单面面积不应大于4.5m²，面积宜小于公交候车亭或公共自行车亭面积（单面）的2/3，参见附录A图A.8。公交候车亭连续设置的广告数量不应超过3块

6.1.1.3.3 不应在公交车站内座椅、公交候车亭顶部、公交候车亭边缘区域和站牌设置广告。

6.1.2 独立式

6.1.2.1 立杆式广告设施

6.1.2.1.1 广告设施牌面（单面）面积不应大于2m²，任意一边长度不应大于2m，牌顶距离地面高度不宜超过4.5m，参见附录A图A.9。

6.1.2.1.2 邻道路设置的广告设施的牌面外缘地面投影线距人行道沿石外缘不应小于0.2m；

6.1.2.1.3 广告面不应采用OLED、LED、LCD等电子显示屏装置。

6.1.2.2 底座式广告设施

6.1.2.2.1 广告整体高度在3.0m以下，厚度不应大于0.5m。单侧广告牌面面积不应超过3.0m²，占地面积不应超过1.0m²。参见附录A图A.10。

6.1.2.2.2 步行街上的广告设置应设置在步行街的休憩带中，形式应与步行街风格相协调。

6.1.2.2.3 紧邻城市道路的广告面对车行道路的展示面不应设置OLED、LED、LCD等电子显示屏户外广告。

6.1.2.3 大型落地式广告设施

6.1.2.3.1 广告版面底边离地面不超过1.5m，整体高度在6m以下，宽度不宜超过20m，参见附录A图A.11。

6.1.2.3.2 广告设施不应影响人、车通行，后退人行、车行区域不应小于广告整体高度。

6.1.2.3.3 不应设置在道路交叉口视距三角范围内。不应设置在城市道路红线内、公园绿地内，参见附录A图A.12。

6.1.2.3.4 大型落地广告设置在对外交通站点的，间距不小于100m，连续设置个数不超过3个。

6.1.2.3.5 不应影响城市绿植生长、或遮挡重要的城市绿化景观。

6.1.3 移动式户外广告

6.1.3.1 不应设置在车头、车顶、车尾部（含前后风挡玻璃内外）及车身两侧车窗。

6.1.3.2 车身上设置的户外广告，不应影响交通安全。车身广告应当整洁、美观，不对原车颜色全部遮盖，其色彩应与车体颜色协调。

6.1.3.3 利用船舶等水上各类交通工具设置的户外广告，不应影响船行安全，宜设置通透式广告牌；

6.1.3.4 空中移动广告必须符合国家航空、气象等主管部门的有关规定；

6.1.3.5 除广告车外，移动式户外广告不应采用 LED 显示屏和播放声音。广告车在行驶过程中不应播放动态画面和声音。

6.1.4 电子显示类广告设施

6.1.4.1 大型电子显示屏广告装置应具备满足相关规定的防插播功能，宜设置在展示区，特殊区域内须经过主管部门组织的论证后方可设置。

6.1.4.2 展示区电子显示屏广告开放时间控制为 8:00 - 23:00，限制区电子显示屏广告开放时间控制为 8:00 - 22:00。遇到重大活动、节日允许适当延长电子显示屏广告开放时间。

6.1.4.3 电子显示装置的亮度须满足相关规定的要求，一般宜采取刷屏的形式。

6.1.4.4 高速公路、快速路红线两侧 50 m 范围内、路口 100 m 范围内，其他道路交通管制信号装置周围 10 m 以内及其背景空间内，以及面向来车方向，不应设置户外电子显示屏，其他区域面向来车方向的电子显示装置不应播放连续活动画面，参见附录 A 图 A.13。

6.1.4.5 大型墙面上的电子显示屏广告设施设置高度不宜低于 6 m，面积大小应与设置的场地环境相匹配，参见附录 A 图 A.14。

6.1.4.6 依附于建筑物的户外电子显示屏设施宜设置在多层建筑或高层建筑裙房外墙上，电子显示屏面积应根据建筑结构特征及周边环境确定，其总面积不宜大于 300 m²。

6.1.4.7 城市交通性干道两侧不应设置播放连续活动画面的户外电子显示屏。

6.1.4.8 面向居住区 100 m 范围以内且面朝居住建筑窗户时，不应设置任何电子显示装置及任何有灯光的广告招牌及其他设施。此范围以外可以设置 LED 显示屏广告包括 LED 走字屏广告但应有自动光感调节功能，夜间亮度不大于正常亮度的 20%，并在 21:00 以后设置为静态广告内容。

6.1.4.9 户外电子显示屏应发光均匀，无抖动闪烁现象，具备根据自然环境自动调节亮度的功能。显示屏光线投射角度、亮度等指标应符合 JGJ/T 163 的规定，不对居民造成光污染和电磁辐射污染。

6.1.4.10 沿街门店不宜设置滚动走字屏电子显示装置户外广告设施。如需设置，应设置在底层建筑物门楣部位，高度不应超过 0.4 m，长度不应大于 10 m 且不应超过门面宽度。

6.1.5 临时性户外广告设施

6.1.5.1 旗帜类广告设施设置应符合下列规定：

- a) 不应设置在路口圆角弧线及切线点外 15 m 范围内的人行道；
- b) 广告单面幅面宽度不大于 0.9 m，高度不大于 1.8 m，广告底部距离地面高度不宜小于 3.0 m，参见附录 A 图 A.15；
- c) 设置在一条道路上的旗帜广告，式样和规格应当统一，并与相邻道路上的旗帜广告相协调；

6.1.5.2 布幅类广告设施设置应符合下列规定：

- a) 设置应与周边市容环境相协调;
- b) 利用建(构)筑物同一位置并列设置多条的,其规格应统一,不宜使用白底黑字;
- c) 横幅长度不应大于 15 m,宽度不应大于 1.5 m,在道路同侧设置多条的,条与条之间距离应大于 50 m;
- d) 竖幅的设置长度不应大于 25 m,宽度不应大于 1.5 m,参见附录 A 图 A.16。

6.1.5.3 充气装置类设施设置应符合下列规定:

- a) 广告有关固定装置应当安全可靠,符合相关规定,且标志醒目;
- b) 充气装置固定于地面,且总体高度不应超过 15 m,气球直径不应超过 3 m,附属条幅规格不应超过 9 m×1 m,参见附录 A 图 A.17;
- c) 充气拱门广告跨度不得超过 10 m,高度不得超过 5 m,安装设置应安全、牢靠。

6.2 招牌设施

6.2.1 附属式

6.2.1.1 平行于建筑物外墙招牌

6.2.1.1.1 不应遮挡建筑立面的采光窗口及建筑物整体造型,斜屋面建筑上不得设置遮挡屋檐的招牌。

6.2.1.1.2 招牌厚度应不大于 0.15 m。采用内部照明则箱体,厚度应不大于 0.3 m;若箱体部分还须含卷帘门,则采用外部照明的箱体厚度不得大于 0.8 m,采用内部照明的箱体厚度不得大于 1.25 m。设置示例见附录 A 图 A.18。

6.2.1.1.3 应设置在建筑物三层窗台线以下,高度不超过 1.5 m,凸出墙面的距离不超过 0.5 m。牌面左右不得凸出墙面的外轮廓线,宽度与墙面相协调,并与相邻招牌一致。二层窗台线以上三层窗台线以下的招牌,可采用单体独立字形式设置。

6.2.1.1.4 在商业综合体的三层以上六层以下墙面设置的,应由物业公司或产权单位整体规划设计,并经属地规划或广告招牌主管部门同意后,方可依据规划设计进行设置。

6.2.1.2 垂直于建筑物外墙招牌

6.2.1.2.1 牌面的上端不应超出依附墙面的上端。

6.2.1.2.2 同一建筑物上的垂直于外墙招牌设施体量应大致保持一致。

6.2.1.2.3 招牌的厚度应不大于 0.5 m。

6.2.1.2.4 单位标识招幌一般以实物造型或图案来表现,面积不大于 0.4 m² (最大直径或最大边长不大于 0.7 m)。招幌底部距地面不低于 2.5 m,支架出挑的距离不得大于 0.3 m,参见附录 A 图 A.19。

6.2.1.2.5 侧招最大直径或最大边长应不大于 0.7 m,厚度应不大于 0.25 m;底部距地面应不低于 2.5 m,与建筑物外墙成 90°,参见附录 A 图 A.20。

6.2.1.3 雨篷式招牌

6.2.1.3.1 宜设置在建筑一层。

6.2.1.3.2 雨篷上沿设置不能超过建筑一层高度,雨篷檐口高度距离地面应不低于 2.5 m;

6.2.1.3.3 雨篷外挑距离墙体不应大于 1.5 m，参见附录 A 图 A.21。

6.2.1.4 建筑物标识及单位名称招牌

6.2.1.4.1 建筑物名称招牌应在建筑物主要朝向外立面设置。招牌上边缘距檐口（或女儿墙的上缘）距离 ≥ 0.5 m；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。

6.2.1.4.2 单位名称招牌应设置在底层主要入口处。对于没有单独出入口的单位，且较为集中的，可设置组合、集中的落地式招牌。落地招牌应当设置在所属建筑所在的用地地界线范围之内，招牌相邻道路红线距离 ≥ 3 m。

6.2.1.4.3 单位名称招牌所显示的单位名称和服务标识，应当与营业执照、商标注册证或者法人登记证书核定的名称和标识注册地相一致。具备上级加盟总店授权专营资格的连锁经营性质的加盟店，可在单位名称招牌中显示连锁经营名称和服务标识。

6.2.1.4.4 建筑楼盘名称招牌或建设现场、售楼处需要设置招牌的，必须严格按照地名管理部门的地名核准书使用标准名称，不得擅自更改。

6.2.1.4.5 建筑物、单位名称、店面 LOGO 图形标识尺寸应当符合表 3 的规定。

表3 字符/店面 LOGO 图形标识尺寸与建筑高度的关系

楼层（层）	名称字符字高（m）
≤ 18	≤ 1.5
≥ 19	≤ 2

6.2.1.4.6 招牌字符、店面 LOGO 图形标识高度与视距应当符合表 4 的规定：

表4 字符/店面 LOGO 图形标识尺寸与视距的关系

视距 L（m）	字符/店面 LOGO 图形标识高度（m）
$L \leq 16$	≤ 0.4
$16 < L \leq 24$	≤ 0.5
$24 < L \leq 40$	≤ 0.6
$40 < L$	≤ 0.8

6.2.2 独立式招牌

6.2.2.1 设置于企业办公场所或建（构）物周边的，不得超出其建设用地的红线范围，宜设置在距离建（构）筑物 12 m 范围之内，相邻道路红线不少于 3 m，参见附录 A 图 A.22。

6.2.2.2 招牌数量不得超过所属建（构）筑物主要出入口的个数。

6.2.2.3 独立式招牌设置在所属建筑的用地红线范围之内，且应符合表 5 的规定。

表5 独立式招牌高度限定一览表

设置场地宽度（m）	招牌高度（m）	宽度（m）	占地面积（m ² ）	设置点距人行道距离（m）
≤ 10	≤ 3	≤ 0.8	≤ 1.0	≥ 2
> 10 且 < 20	≤ 5	≤ 1.0	≤ 1.2	≥ 2

表5 独立式招牌高度限定一览表（续）

设置场地宽度 (m)	招牌高度 (m)	宽度 (m)	占地面积 (m ²)	设置点距人行道距离 (m)
≥20	≤8	≤1.2	≤1.5	≥2
注：设置场地宽度是指建筑物外墙面到与之平行的最近的道路红线之间的距离。				

6.2.2.4 设置在商务写字楼、大型商场、汽车4S店等店前有开敞空间的，设置高度应与建筑后退开敞空间保持协调，不得高于相应建筑物的高度，参见附录A图A.23。

7 照明要求

7.1 亮度控制

7.1.1 基本要求

7.1.1.1 根据人的视点、广告及招牌表面材质的光学特性和环境特征等要素确定适宜的亮度，使广告和招牌照明发挥最大的效果。

7.1.1.2 保持位于同一建筑 and 建筑群的广告照明的亮度协调，避免过于强烈的亮度对比。

7.1.1.3 市民及游客公共活动较活跃地区、主要交通干道广告照明亮度可适当调高，控制居住区和生态绿地区域的广告照明，不得影响居民正常生活。

7.1.1.4 户外广告设施照明的最大亮度应符合 JGJ/T 163 的有关规定。

7.1.1.5 户外广告照明根据控制区类型分类管理，应符合表6的要求。

表6 户外广告分类照明控制表

控制区类型		载体	光色	动态	亮度	照明方式
大类	小类					
严控类	严控 I 类	历史街区、文物保护单位、历史建筑；宗教活动场地；公用设施用地；社会福利设施；防护绿地；水域；农林用地。	适度彩光（10%），色彩饱和度低	禁止动态变化	低	不应设置广告牌夜景照明；不应使用霓虹灯照明
	严控 II 类	人民政府、政府机关部门等行政用地；教育科研单位；医疗卫生用地；市政府明确的标志性建筑物及城市纪念性建筑物。	适度彩光（10%），色彩饱和度低	禁止动态变化	低	允许间接、直接、内部照明
适控类	适控类	居住用地；工业用地；仓储用地；商务用地；体育用地；文化设施用地；对外交通枢纽等；公用设施营业网点；其他服务设施用地；公园广场用地。	适度彩光（20%），色彩饱和度中低	静态为主，慎用动态	中	允许间接、直接、内部照明
开放类	开放 I 类	商业娱乐用地不包括商业综合体和专业市场；城市道路用地、轨道交通。	适度彩光（30%），色彩饱和度中低	静态为主，少量动态，动态频率须缓慢	中	灵活多样，鼓励采用高科技、现代化的广告照明方式
	开放 II 类	专业市场；商业综合体。	适度彩光（40%），色彩饱和度中低	静态为主，可用动态，动态频率须缓慢	高	灵活多样，鼓励采用高科技、现代化的广告照明方式

7.1.2 不同光源的亮度要求

7.1.2.1 间接照明广告亮度标准应符合表7的要求。

表7 间接照明广告亮度指标控制表

照明面积 (m ²)	亮度 (cd/ m ²)		
	高	中	低
≤0.5	500	450	350
≤2	400	300	250
≤10	300	250	150
>10	200	150	75

7.1.2.2 内部照明广告亮度标准应符合表8。

表8 内部照明广告亮度指标控制表

安装场所	画面亮度 (cd/ m ²)		
	高	中	低
建筑物正立面	200	120	50
购物中心建筑物立面	300	200	150
低亮度地段	350	300	250
一般商业广告灯箱	500	400	350
高层建筑上方及闹市区	700	600	500
重要交通枢纽场所	800	750	700

7.1.2.3 自发光照明广告画面亮度标准应符合表9。

表9 自发光照明广告画面亮度标准控制表

区域环境要求	画面亮度 (cd/ m ²)
高、中	≤600
低	≤300

7.1.3 不同类型户外广告和招牌最大允许亮度应符合表10。

表10 不同类型户外广告和招牌最大允许亮度一览表

类型		位置	最大亮度 (cd/ m ²)
户外广告	电子显示屏广告	商业区	350
		一般地区	250
户外招牌	建筑物名称招牌	高层建筑上方和重要交通枢纽建筑	600
		商业功能区裙房建筑	500
		一般地区的多层、低层建筑	450
	店招店牌	商业区	400
一般地区		300	

7.2 光色控制

7.2.1 不宜使用红色或绿色的灯光作为照明光源。

7.2.2 户外广告画面颜色总的效果为暖色调时用偏暖色光照明，为冷色调时用偏冷色光照明。

7.3 光源选择

尽可能选择安全可靠的光源。

7.4 照明形式

7.4.1 以灯箱照明、自发光字为主，重要节点搭配以霓虹灯照明。

7.4.2 在合适地段采用 LED 照明形式。

7.4.3 居住区周围不能采用闪烁灯光广告。

7.4.4 道路交叉口周围区域不得采用闪烁及高亮度红、黄、绿色灯光，避免干扰交通信号可视性。

8 其他要求

材料及电器件、设计、施工与验收应符合CJJ/T 149-2021中第7章、第8章、第9章和DB33/T 700-2020第6章、第7章的相关规定。

9 运行管理

9.1 一般规定

9.1.1 设置人应定期进行安全检查、检测和日常维护保养，确保其基础基座、金属结构和用电设施安全、可靠。应制定灾害性天气应急预案。当发生灾害性天气时，设置人应按照应急预案采取相应的安全防范措施，事后应对设施进行检查和修复。

注：设置人是户外广告和招牌管理与维护的责任主体。

9.1.2 广告和招牌设施设置期满 2 年的，设置人应当在规定时间内委托第三方机构进行安全检测并编制备案，供主管部门年度审查或抽查检查。安全检测不符合规定的户外广告和招牌设施，设置人应当立即者拆除或整改，整改后应重新进行安全检测。达到设计工作年限的，应予以拆除。

9.1.3 不得在原有广告和招牌设施上叠加结构、面板，广告和招牌设施更换广告画面时原有画布应予以拆除。

9.1.4 户外广告和招牌设施的日常检查和维护保养应建立完善的台账记录。

9.2 检查与保洁

9.2.1 设置人应当保持户外广告和招牌的整洁、完好。发现污损、字体残缺、灯光显示不完整、面板老化褪色等影响市容景观情况，必须及时清理、维护或者更换。

9.2.2 广告和招牌设施的日常检查项目、检查频次、检查内容和要求应符合 CJJ/T 149-2021 中表 10.2.2 的规定。

9.2.3 在大风、大雪、冰冻、雷雨等灾害天气来临前及发生后，设置人应对户外广告和招牌进行专项

安全检查，检查项目、检查内容和要求应符合 CJJ/T 149-2021 中表 10.2.2 的规定。

9.3 维护保养

9.3.1 对下列影响市容景观和隐患的户外广告和招牌，设置人应在规定时间内予以修复或更换：

- a) 对户外广告和招牌的围护存在渗水、霉斑、下凹，面板出现翘裂、破损（或腐烂）等现象时，应于隔天内予以修复或更换；
- b) 对存在字体残缺、灯光显示不完整、面板破损的，应于二天内予以修复；
- c) 对存在面板老化、褪色的，应于四天内予以更换；
- d) 在大雪、冰冻天气应及时清除积雪和冰凌。

9.3.2 户外广告和招牌的灯光照明、霓虹灯装置残缺破损时，在修复前必须切断电源停止使用。

9.3.3 设置人应当定期对户外广告和招牌进行维护保养：

- a) 照明灯具、电气设施应每个月维护保养一次。固定脱落或触点打弧的灯具和电器件，以及绝缘破损老化、芯线外露、接地松动的缆线应及时修复和更换；
- b) 当构架的焊缝存在裂痕、锚固（或连接）螺栓出现松动时，应及时进行修补及紧固；
- c) 构架应每年进行一次防腐保养，应对构件锈蚀、油漆脱落、龟裂、风化等部位的基底进行清理、除锈、修复和重新涂装。

9.4 安全检测

9.4.1 户外广告和招牌设施的安全检测应由具有相应专业检测资质的单位进行。

9.4.2 安全检测单位应具有户外广告设施各分项检测项目检验检测机构资质认定证书。安全检测单位的专业检测人员应具有相应检测项目的职业资格证书及登高作业证。

9.4.3 户外广告和招牌的设置人在委托安全检测的同时，应提交该设施的设计、竣工验收资料。

9.4.4 安全检测主要包括现场检测（检查）和结构复核两个部分，其应符合 CJJ/T 149-2021 中 10.3.2 和 10.3.3、10.3.4 的有关规定。

9.4.5 安全检测应出具检测报告。检测报告应包括对结构的强度、刚度和稳定性，基础抗倾覆性及地脚螺栓强度的验算复核结论；对检测分项安全可靠性评定；对设施整体可靠性综合评定结论；报告有效期。

9.4.6 外广告和招牌设施安全检测各分项的评定除应符合本标准外，还应符合 GB 50205、GB 50202、GB 50617 和 GB 50601 的有关规定。

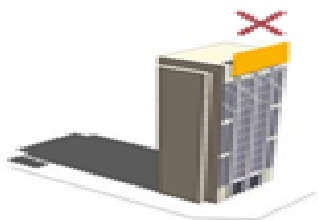
9.4.7 安全检测单位应建立和保存户外广告和招牌设施的检测档案。

附录 A (资料性) 户外广告和招牌设置示例

A.1 户外广告设施

A.1.1 平行于建筑外墙广告设施

图A.1至图A.6给出了平行于建筑外墙广告设施的设置示例。其中，图A.1所示是广告设施顶部不应超过建（构）筑物顶部，图A.2所示是同一建筑立面上连续设置的广告设施，图A.3所示是广告设施与墙面的协调，图A.4所示是户外广告设施单个面积大小，图A.5所示是广告设施总面积与墙面占比，图A.6所示是转角处的户外广告设置。



图A.1 广告设施顶部不正确的设置示例



图 A.2 同一建筑立面上广告设施连续正确的设置示例

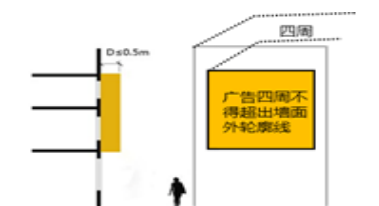


图 A.3 广告设施与墙面的设置示例

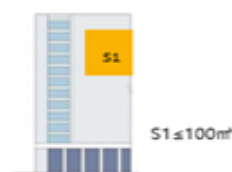


图 A.4 户外广告设施单个面积的设置示例



图 A.5 广告设施总面积与墙面占比的设置示例



图 A.6 转角处广告设施的设置示例

A.1.2 围墙广告设施

图A.7给出了围墙广告设施不应超出围墙的设置示例。



图 A.7 围墙广告设施不正确的设置示例

A. 1.3 公共设施上的广告设施

图A. 8给出了依附于公交候车亭、公共自行车亭的户外广告的设置示例。

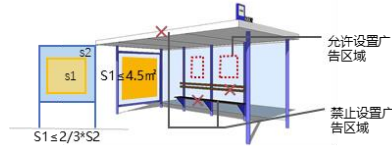


图 A. 8 依附于公交候车亭、公共自行车亭的户外广告不正确的设置示例

A. 1.4 独立式广告设施

图A. 9至图A. 12给出了独立式广告设施的设置示例。其中，图A. 9所示是立杆式广告大小的设置，图A. 10所示是底座式广告大小的设置，图A. 11所示是大型落地广告版面的设置，图A. 12所示是大型落地广告设施不正确的设置。

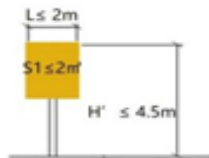
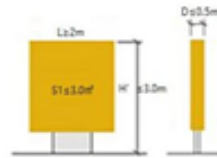


图 A. 9 立杆式广告的设置示例图



A. 10 底座式广告版面的设置示例

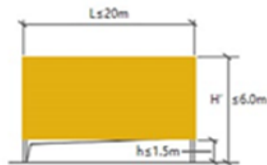


图 A. 11 大型落地广告版面的设置示例

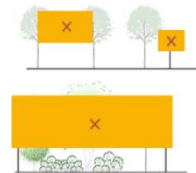


图 A. 12 大型落地广告设施不正确的设置示例

A. 1.5 电子显示类广告设施

图A. 13至图A. 14给出了电子显示类广告设施的设置示例。其中，图A. 12所示是不应设置电子显示类广告设施的示意，图A. 13所示是大型墙面上的电子显示屏广告设施的设置。



图 A. 13 电子显示装置类广告设施不正确的设置示例



图 A. 14 大型墙面上的电子显示屏广告设施的示例

A. 1.6 临时性广告设施

图A. 15至图A. 17给出了临时性户外广告设施的设置示例。其中，图A. 15所示是旗帜类广告的设置，图A. 16所示是布幅类广告的设置，图A. 17所示是充气装置类广告的设置。

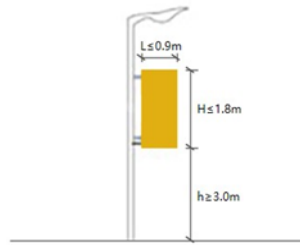
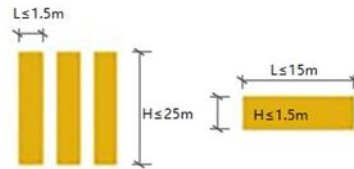


图 A. 15 旗帜类广告的设置示例图



A. 16 布幅类广告的设置示例

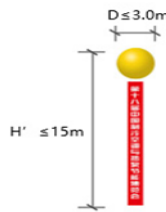


图 A. 17 充气装置类广告的设置示例

A. 2 招牌设施

A. 2.1 平行于建筑物外墙招牌

图A. 18给出了平行于建筑物外墙招牌的设置示例。

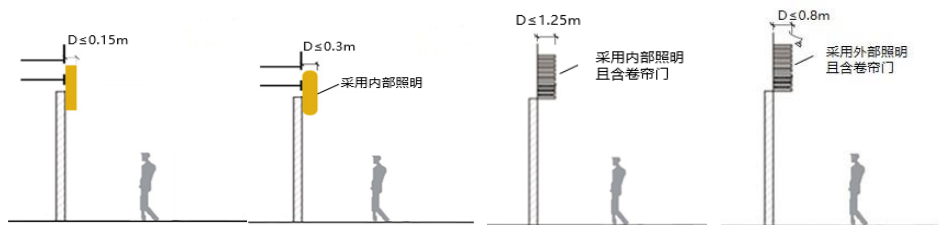


图 A. 18 平行于建筑物外墙招牌的设置示例

A. 2.2 垂直于建筑物外墙招牌

图A. 19至图A. 20给出了垂直于建筑物外墙招牌的设置示例。其中，图A. 19所示是招幌的设置，图A. 20所示是侧招的设置。

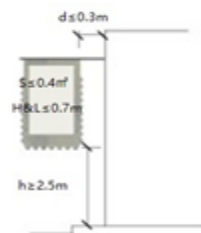


图 A. 19 招幌的设置示例

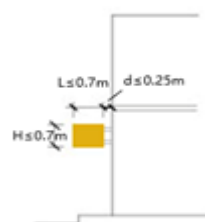


图 A. 20 侧招的设置示例

A. 2. 3 雨篷式招牌

图A. 21给出了雨篷式招牌雨篷外挑的设置示例。

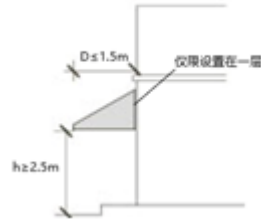


图 A. 21 雨篷外挑的设置示例

A. 2. 4 独立式招牌

图A. 22至图A. 23给出了独立式招牌的设置示例。其中，图A. 22所示是设置于企业办公场所或建(构)物周边的招牌设置，图A. 23所示是设置于店前有开敞空间的招牌设置。

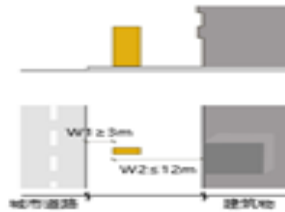


图 A. 22 设置于企业办公场所或建（构）物周边的设置示例



图 A. 23 设置于店前有开敞空间招牌的设置示例

附录 B
(资料性)
户外广告和招牌设置负面清单

B.1 不应设置户外广告设施的情形

B.1.1 不应设置影响交通安全的户外广告设施，包括以下情形：

- a) 占用公共交通空间设置广告的：包括在道路红线（公路建筑控制区）范围内设独立式广告的（步行街除外），跨越道路或延伸至机动车道、非机动车道上方空间设置的；
- b) 利用道路设施设置广告的：包括道路隔离（公路附属）设施（临时性重大活动除外）、高架路，公路、桥梁、隧道管理口等；
- c) 影响道路设施使用的：包括人行天桥落地扶梯、轨道交通站点、公路、涵洞、立交桥（不含人行天桥、地下人行通道）、高架道路落地匝道出入口 5m 范围内、在道路交叉口视距三角形范围内，以及其他影响道路设施使用的情况；
- d) 影响车辆行驶安全的：包括在道路交叉口视距三角形范围内设独立式广告的，高速公路和城市快速路道路红线两侧第一界面设置电子显示装置类广告的，道路红线外侧 8m 内（公路建筑控制区）设置独立式电子显示装置的；
- e) 利用交通标志设置户外广告的：包括利用道路交通设施标志（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（信号灯、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）等设置户外广告的；

B.1.2 不应设置影响公共安全的户外广告设施，包括以下情形：

- a) 影响市政设施使用的：包括消防栓、邮筒等设施 5m 范围内，依附市政设施的广告以及其他影响市政设施使用的情形；
- b) 影响公共服务设施使用的：包括在大量人流集散的公共建筑出入口两侧各 5m 范围设独立式广告的，建筑后退道路红线小于 5m 的区域内设置独立式户外广告的，以及其他影响公共服务设施使用的情形；
- c) 影响建筑物消防安全和采光通风的；
- d) 玻璃幕墙设置带有结构的广告设施的；
- e) 利用违章建筑、危房或其他可能危及安全的建（构）筑物或设施的；
- f) 利用行道树设置附属广告的；
- g) 河道、防洪堤的安全防护范围内；
- h) 各类地下管线、架空线及其生命线工程安全保护范围内。

B.1.3 不应设置妨碍居民正常生活的户外广告设施，包括以下情形：

- a) 影响相邻建筑现有日照要求的；
- b) 在居住小区绿地等公共区域内设置商业广告的；
- c) 面向居民住宅楼、学校、医院设置电子显示屏广告的；
- d) 阻碍居民楼通风廊道设置广告的。

B.1.4 不应设置损害市容市貌或者建筑物形象的户外广告设施，包括以下情形：

- a) 在历史街区、文物保护单位、历史建筑上设置广告的；

- b) 在任何形式的建筑物上设置屋顶广告的；
- c) 在建筑物 18 层或 55 m 以上设置墙面广告的；
- d) 建（构）筑物 2 层或 6 m 以下、6 层或 30 m 以上墙面部分设置电子显示装置类广告的；
- e) 高架道路桥身（包括匝道）投影线以外 16 米范围内设附属式广告的；
- f) 透视围墙、护栏、道路隔离带、临时棚亭上设置附属广告的；
- g) 利用电灯杆、电线杆等市政设施杆线或箱体、街道家具设施（公交候车亭除外）设置附属广告的；
- h) 在道路绿化带内设置广告的（实物造型公益广告另行规定）；
- i) 在公交候车亭顶部设置广告的；
- j) 在任何区域设置高立柱广告的；
- k) 在城市景观风貌重点管控区域的道路两侧沿街建筑物内（外）部设置向外展示文字或图形等广告信息的。

B.2 不应设置的户外广告类型见表 B.1：

表B.1 不应设置的户外广告类型

禁止广告类别	广告类型	备注
附属式户外广告	屋顶户外广告	不允许设置
	垂直于建筑外墙户外广告	不允许设置
	附着城市家具广告	不允许发布商业性质广告，发布公益性广告须申请
独立式户外广告	立杆式户外广告	仅允许临时设置，临时设置须申请
	底座式广告	仅允许临时设置，临时设置须申请
	大型落地式户外广告	仅允许在大型会展区域或政府规定的部分区域临时设置，临时设置的须按照临时性户外广告设置要求执行
	大型高立柱户外广告	不允许设置

B.3 不应设置招牌设施的，包括以下情形：

- a) 在经营或者办公服务场所的建筑物用地红线外设置的；
- b) 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；
- c) 占用城市道路、人行道、公共绿地等公共区域的；
- d) 出挑距离大于 1.5m 的垂直外墙式招牌；
- e) 在建筑物三层窗台线（不包括三层）以上部位设置的；
- f) 落地式招牌高度大于 8m 或宽度大于 2m 的；
- g) 使用玻璃等易碎材料、石材等自重较重材料的；
- h) 危房或设置后危及房屋安全的；
- i) 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的；
- j) 影响建筑物的采光通风及消防安全的；
- k) 任何形式的建筑物屋顶上设置招牌的；
- l) 损坏城市公共绿化的；
- m) 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；
- n) 内容明显违背公序良俗或与营业执照经营范围不一致的；
- o) 位置超出相应办公、经营场所范围外的；

p) 沿街店铺违反“一店一招”原则设置招牌的；

注：以下三种情形不属于违反“一店一招”原则：

- 有多个出入口的商场或建筑在每个出入口各设置一块招牌的；
- 位于道路转角两侧且属于同一经营主体并均对外开放的商户，在转角处各设置一块招牌的；
- 底层同一经营主体的沿街门面外立面有多个连续隔断的，在每个门面各设置一块招牌的。

q) 招牌风格明显与周边街道城市风貌管控不符的；

r) 招牌内容含有明显广告宣传内容或为特定商品推介宣传服务的；

s) 在城市景观风貌重点管控区域沿街建筑物窗户玻璃内（外）部设置向外展示的招牌等情形；

t) 以电子显示屏形式设置招牌的。
