博罗县户外广告设置规划

（2022-2035 年）

文本

项目名称：博罗县户外广告设置规划（2022-2035 年）

委托方（甲方）：惠州市博罗县城乡管理和综合执法局

承担方（乙方）：中誉设计有限公司

城乡规划编制资质证书等级：甲级

城乡规划编制资质证书编号：自资规甲字 21440165

规划设计编制完成时间：2024 年 11 月

目 录

第一章 总则 1

第 1 条 项目背景 1

第 2 条 城市概况 3

第 3 条 规划范围 4

第 4 条 规划对象 5

第 5 条 规划依据 5

第 6 条 指导思想 6

第二章 现状分析 7

第 1 条 本规划引用术语说明 7

第 2 条 现状概况 8

第 3 条 问题梳理 9

第 4 条 方针对策 11

第三章 目标定位 13

第 1 条 上层规划解读 13

第 2 条 规划原则 14

第 3 条 规划目的 16

第 4 条 规划目标 17

第四章 方案规划 18

第 1 条 总体规划 18

第 2 条 细化分区 19

第 3 条 分类管理 32

第 4 条 点位布局 38
第五章 通则规范 44
第 1 条 通用规范 44
第 2 条 不同类型户外广告设置要求 56
第 3 条 不同类型建筑的设置导则 71
第 4 条 不同类型道路的设置导则 78
第 5 条 招牌标识设置导则 79
第六章 近期实施计划 93
第 1 条 建立问题清单，分区分类整改 93
第 2 条 精选第一批试点路段和空间节点，打造示范点位 94

第一章 总则

第 1 条　项目背景

1.宏观层面

（1）规划体系变革

2019 年 5 月 28 日，为贯彻落实《中共中央国务院关于建立国土空间规划体系并监督实施的若干意见》，全面启动国土空间规划编制审批和实施管理工作。自然资源部印发《关于全面开展国土空间规划工作的通知》。要求各地不再新编和报批主体功能区规划、土地利用总体规划、城镇体系规划。城市（镇）总体规划、海洋功能区划等。已批准的规划期至 2020 年后的省级国土规划、城镇体系规划、主体功能区规划，城市（镇）总体规划，以及原省级空间规划试点和市县“多规合一”试点等，要按照新的规划编制要求，将既有规划成果融入新编制的同级国土空间规划中。

（2）城市发展新阶段

党的二十大把高质量发展作为全面建设社会主义现代化国家的首要任务，对推进城乡融合和区域协调发展作出战略部署。

“百千万工程”是广东省推进城乡区域协调发展的主要工作，旨在破解县域经济薄弱、塑造现代化产业体系，构建现代化乡村产业集群。

2.上级文件要求

《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》第七条 户外广告规划包括户外广告专项规划和户外广告设置规划。县、区城乡管理主管部门应当会同自然资源、交通运输等有关部门根据户外广告专项规划、城市容貌标准等组织编制户外广告设置规划。

3.博罗建设发展需要

为进一步落实博罗县“十四五”目标，高质量建成社会主义现代化强县，加快形成新型工业化滨江城市格局，深入巩固提升全国县级文明城市创建成果和全国新时代文明实践中心建设成果，充分发挥户外广告在美化城市、建设城市、经营城市中的作用，助力开创博罗高质量发展新局面，以《中华人民共和国广告法》、《城市户外广告和招牌设施技术标准（CJJ/T149-2021）》、《城市容貌标准（GB50449-2008）》、《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》、《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》、《博罗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》、《博罗县国土空间总体规划（2021-2035年）》等文件为依据，结合博罗县实际，编制《博罗县户外广告设置规划》（以下简称“规划”），对户外广告设施的设置进行科学合理的规划布局，借以推动户外广告设施品质升级，提振城区活力，展现全国经济百强县和千年文明古县的独特城市魅力。

第 2 条　城市概况

1. 区位优势

博罗县位于广东省珠江三角洲东北部，东连惠州市区，西邻广州，北接河源、龙门，南与东莞隔江相望，是深莞惠经济圈的重要组成部分，珠三角辐射带动粤东北的关键节点，是京九铁路经济增长带的咽喉地带。县城距惠州市区 15 公里，距东莞 20 多公里，距广州 80 公里，距深圳 62 公里。

全县总面积约 2858 平方公里，辖 2 个街道（罗阳街道、龙溪街道）、15 个镇（石湾、杨村、园洲、福田、长宁、龙华、湖镇、柏塘、泰美、公庄、杨侨、麻陂、石坝、观音阁、横河）、1 个管委会（罗浮山管委会）和 389 个行政村（社区），县政府驻地在罗阳街道。

博罗是珠三角最大的可连片开发的县区，是广东省第一个全国百强县，境内的罗浮山“三教合一”，融自然景观与人文景观于一体，是中国道教十大名山之一，素有“岭南第一山”和“中国道教圣地”之美称。博罗土地肥沃，四季如春，发展“三高”农业条件优越，是广东重要的农业生产基地。

2. 城市特征

（1）全国经济百强县，全国工业百强县

2024 赛迪百强县榜单，博罗县以全国第 66 位的排名上榜。这一排名，比 2023 年的第 69 位前进 3 位，实现在全国百强县中争先进位。博罗以“百千万工程”为总抓手，落细落实“五大行动”，加快推进

智能装备产业园、产业转移工业园等重大平台建设，做大做强新一代电子信息、智能装备制造、新材料、新能源四大主导产业。

（2）全国文明城市

博罗县连续蝉联全国文明城市荣誉称号，也是全国首批新时代文明实践中心建设试点和全国十个新时代文明实践先行试验区之一。

（3）岭南四大文明古县之一，广东省全域旅游示范区

客家文化、红色文化、中医药文化等交相辉映，博罗文化先后融合广府、客家、潮汕等众多民系的文化，形成了既有岭南文化共性，又有鲜明地域个性的多元文化。国家级风景名胜区、国家 AAAAA 级旅游景区罗浮山是全国道教十大名山之一，集山水美景、名胜古迹于一山，素有“岭南第一山”之美称，是著名的道教旅游观光胜地。

（4）岭东雄郡发源地

博罗是惠州先秦文明核心地、惠州建制史起源地，国家历史文化名城的重要组成部分。形成“一山三水护城郭”的自然格局、“三街六十四巷”的人文格局。

第 3 条　规划范围

本次规划范围为博罗县行政辖区范围，总面积 2858 平方公里。

包括 2 个街道（罗阳街道、龙溪街道）；15 个镇（石湾、杨村、园洲、福田、长宁、龙华、湖镇、柏塘、泰美、公庄、杨侨、麻陂、石坝、观音阁、横河）；1 个管委会（罗浮山管委会）。

第 4 条　规划对象

根据《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》要求，规划对象为利用户外场地、建（构）筑物等设置的商业性广告设施和公益性广告设施。

第 5 条　规划依据

1.法律法规依据：

《中华人民共和国城乡规划法》（2019 年第二次修正）

《中华人民共和国广告法》（2021 年修正）

《广东省公益广告促进和管理暂行办法》

《惠州市公益广告促进和管理暂行办法》

《惠州市市容和环境卫生管理条例》

《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》

2.技术标准依据：

《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）

《城市户外广告和招牌设施技术标准(CJJ/T149-2021)》

《城市容貌标准(GB50449-2008)》

《广东省交通运输厅关于公路路政管理的实施细则》

3.上层规划和相关规划：

《惠州市户外广告专项规划（2021-2035)》

《博罗县国土空间总体规划（2021-2035 年）》

《博罗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》

《博罗县综合交通运输体系规划（2020-2035 年）》

《博罗县沿东江经济带发展规划（2020-2030 年）》

《博罗古城文化旅游生活区总体规划》

其它与博罗县户外广告设施设置及管理活动相关的法律法规规划等

第 6 条　指导思想

以“打造具有博罗特色的户外广告设置管理示范城市”为目标，在严格遵循上位专项规划和设置规范的基础上，针对博罗县城区现状广告设置特征及空间特征，社区更新与城市发展共生，充分挖掘博罗特色属性，科学合理规划布局户外广告设施，推动户外广告设施和招牌品质升级，为实现 2035 年远景目标提供良好的保障。

第二章 现状分析

第 1 条 本规划引用术语说明

本规划所统称的“户外广告”是广义上的户外广告设施，在狭义上具体细分为大型户外广告、非大型户外广告、店面招牌和楼宇标识，根据《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》和《惠州市招牌标识规范化设置指导·试行》的定义分别为：

1.大型户外广告

根据《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》第十七条规定，“大型户外广告”是指非临时设置户外广告设施的任意边长不少于四米或者面积十平方米以上的广告。

该规定中的“任意边长不少于四米或者面积十平方米以上”，一般是指该广告图案内容版面所依附的广告“设施”的外边缘的最外沿的上下两条水平外切线和左右两条竖直外切线，四条外切线围成的虚拟长方形及该虚拟长方形的面积。

《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》第十七条规定“设置大型户外广告的，应当依法批准后方可设置”。(注:请登录广东省政务服务网博罗县城乡管理和综合执法局窗口进行网上申报)

2.非大型户外广告

是相对于“大型户外广告”而言的，即指非临时设置户外广告设施的任意边长少于四米并且面积不大于十平方米的广告。

3.店面招牌

简称“招牌”。根据《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》第三条规定，是指在建筑物、构筑物及其附属设施上设置的用于表明单位名称、字号、标识的标牌、匾额、灯箱、霓虹灯等。

4.楼宇标识

简称“标识”。根据《惠州市招牌标识规范化设置指导·试行》的定义，是指利用户外空间，以宗地为单位设置的符合相关管理要求的包含文字、标识（含LOGO）等合法内容的非盈利设施。

设置非大型户外广告、店面招牌、楼宇标识，无需经过行政审批，但要符合《惠州市户外广告专项规划》《博罗县户外广告设置规划》和《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》等相关规定。

第2条 现状概况

本次规划对63条主次干道，473栋建筑以及23处门户节点进行了详细调研，并根据《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》及户外广告管理相关规范及办法，对广告设施现状，按照治理违规、优化存量、审慎新增的管控对策，分别提出规划意见，主要包括以下四种措施：

拆除：严重违反相关规定和规划，存在安全隐患，严重影响建筑

立面和街道景观形象的；

提升：在规范性、环境协调性、视觉美观等方面存在不足，但经过整改能满足要求的；

保留：符合法律法规、技术标准及设置规划的原则和要求，安全、美观与所处环境协调的；

新增：在具有较高价值的区位，且符合法律法规、技术标准及设置规划的点位，适度新增，以宜设区和公益广告为主。

第一阶段截至2023年9月13日，对县城范围及各门户节点的大型户外广告设施做了全面实地勘察，统计得到大型户外广告设施总量1957个，根据上位规划、管理办法和规范，拆除894个，新增67个，最后符合条件的共1108个，已按道路和分类建立了底数台账，为下一步实施规划和管理提供依据。

第3条 问题梳理

1.布局缺乏控制、与城市风貌不协调

各功能区域缺少识别性，户外广告没有与片区的功能定位有机结合；部分商业区域墙面广告密度过大，缺乏规划引导。“一店多招”、扎堆式设置、卡位式设置等情况较多，尺寸不一，互相叠加，基本遮盖原有建筑外墙面，广告信息量密集，缺少形式美感，没有重点亮点。

2.违规设置，影响街容市貌、存在安全隐患

（1）凌空架设，或面积和边界超限，遮挡窗户、玻璃幕墙、建

筑物消防逃生通道等；

（2）占用道路、公共通道、出入口等位置设置户外广告和招牌标识，妨碍车辆或行人通行；

（3）遮挡或利用交通标志、公共指示标志灯杆等公共设施设置广告，分散和干扰司机的注意力，影响行车安全；

（4）在建筑物窗户、墙体、栏杆、玻璃幕墙、观光电梯、桥体或各类公共场所随意张贴悬挂喷绘海报、横幅、旗帜等户外广告，影响市容整洁。

3.设施较落后，总体品质不佳

（1）尺寸比例设置不当

部分户外广告设施设置尺寸较大，视觉上给人造成压抑的感觉，且参差不齐，破坏了建筑立面与建筑空间的完整性。

（2）风格设计较为单一

建筑物外立面的户外广告和招牌标识创意设计总体水平不高，缺乏特色，风格形式过于单一，色彩跳脱，未与周边建筑协调统一，没有色彩规划。

（3）工艺材质总体偏落后

部分户外广告设施采用的材质与工艺形式，与建筑整体风格及色调明显不协调，给人以机械、单调和压抑的视觉感受，影响城市视觉环境。

（4）广告景观亮化需加强

当前，户外广告设施的亮化覆盖面较低，还是以店面招牌标识的亮化为主，且大多属于商家各自设计，缺乏统一规划和引导。

4.管理维护问题

部分户外广告设施和招牌标识出现结构性损伤、画面污损、材质老旧、字体残缺、灯光显示不完整等情况；户外广告和招牌标识夜间亮度过高或照明关闭不及时，影响周边环境。

第 4 条 方针对策

1.优化空间布局

在上位规划的基础上，结合城市功能布局、商业密度、开放空间等分布情况，提出户外广告细化分区和点位布局方案，便于相关管理部门在后期对不同地块街区的户外广告投放进行精准引导和管理。

2.建立问题清单

摸底大型户外广告设施设置情况，建立台账，对违法违规设置的户外广告设施给出明确的规划意见和依据，便于相关管理部门建立问题清单开展下一阶段的具体管理工作。

3.鼓励新技术、新材料、新媒体运用

积极采用多元化的展现形式，鼓励新媒体新材料新技术的运用，加强对户外广告夜景亮化的建设和管理。

4. 细化管控标准

制定管控图则和通则规范，细化设置管控标准，精准提升品质。

通过通则规范，明晰各项设置标准和技术参数，为户外广告的审批提供规划技术指导。

通过管控图则，从刚性指标和弹性指标上分别给出有针对性的控制和引导意见；建立广告点位的编号索引，为后续使用权公开出让、设置许可和日常管理维护提供依据。

第三章 目标定位

第 1 条 上层规划解读

1.《博罗县国土空间总体规划（2021-2035 年）》

优化国土空间开发保护格局，打造“轴带拓展、点轴联动、三生融合”的总体格局。县城、罗浮山、大湾区综合物流枢纽三核引领。县城综合服务片区+深莞惠先进制造业协作先行区+罗浮山生态旅游片区，博中生态价值实现创新区+博东生态价值实现创新区+博东产城融合示范区+湾区东部郊野生态休闲片区七区联动。

结合各镇资源禀赋，调整优化县域城镇体系，推动形成“主中心-副中心-重点镇--一般镇”四级城镇体系，加强惠博城乡一体化联动发展。

（1）打造“一心三片、轴带相连、多点闪耀”县域城乡空间结构：

“一心”为县城主城区，强化集聚发展，加快推进惠博深度同城化，提升建设品质，打造城市中心。

“三片”为沿东江经济带、环罗浮山“三生”融合产业经济圈和博东乡村振兴示范区。

大力推动城市扩容提质，突出“一带一圈一区”建设的整体协同。推动罗阳街道、龙溪街道由两街向一城转变，大力构建县城新区，按城市组团格局建设石湾镇和园洲镇。

（2）构筑“一屏一廊三核”生态保护格局

北屏：罗浮山-白马山-茶山-鸡笼山

南廊：以东江、公庄河、沙坪河、响水河、横河等多条河流为主要生态廊道

绿核：罗浮山、象头山、黄山洞

（3）构筑自然保护地体系，强化“山江林田”美丽和谐生态空间

（4）展示现代魅力强县风采，传承保护古县文化

形成以博罗县古城（榕城）集中连片保护为引领，旭日村历史文化名村、传统村落主题保护为特色，历史建筑和文物保护单位严格保护为重点的历史文化空间保护管理体系。

2.《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》

实行“分区规划+分类管理”。基础分区划分为宜设、严控、禁设，三类六级控制区。户外广告类型共分为 5 大类 41 小类，按照禁设类、可设类和鼓励类三种要求进行规范。

第 2 条 规划原则

1.整体性原则

户外广告设施设置规划应在城市整体规划的统一协调下，分区分片控制，分类分级管理；具体点位设施的类型、工艺形式及内容应与所依附载体的功能要求相适应，与所处街区的人文风貌相协调，以体现市容环境的整体性和秩序感。

2.景观性原则

户外广告设施作为城市景观的构成要素，在做整体规划的同时，要兼顾到多样化和个性化，并通过对广告设施的类型、性质、数量、规格、色彩、照明等控制性指标的设置，使之起到作为配饰增强建筑品位和形象、提升街区文化特色和面貌的积极作用。

3.安全性原则

户外广告设施的设置，不得影响城市交通、生产和生活的安全与便利，不得危及所属建筑及相邻建筑的结构安全、消防安全和设施安全，不得影响使用功能。

4.功能性原则

户外广告是公益引导与商业宣传的重要载体，对打造城市名片、加强精神文明建设、宣传地方特色产业与品牌和活跃商业氛围等起到助力作用。通过规范引导，鼓励新技术、新材料、新工艺和新设计的应用，使户外广告体系能更好地承担起相应的功能。

5.可操作性原则

规划必须遵循博罗县战略发展要求和城市总体规划要求，并符合实际管理需要，在进行现状调研的基础上，对一些原则性的规划方案进行细化，对广告现状做好定性定量分析，给出的规划方案要兼具前瞻性和可操作性，能成为相关部门管理户外广告设施的直接依据。

第 3 条 规划目的

1.提升城市视觉品质，形成有博罗特色的广告空间结构

精细治理户外广告设施，通过分区分类规范管理和各项控制性指标管控，引导户外广告设施设置，优化城市景观品质，保证不同功能片区户外广告有明显的区域风格，形成有博罗特色的广告空间结构。

2.烘托商业氛围，推动营商环境出新出彩

对宜设区的重要商圈和路段进行重点规划引导和管控，制定具体的点位布局图则，将博罗县户外广告打造为城市氛围的亮点、城市品质的展示窗口、城市品牌的宣传平台。

3.加强城市宣传平台建设，推动文化实力出新出彩

规定公益广告在户外广告中所占的百分比，加强对公益广告的布局和品质的提升，以保障城市文化和社会主义核心价值观宣传力度，支撑博罗县现代化魅力强县的建设。

4.建构管理秩序，推动现代服务出新出彩

引导规范户外广告设施设置地点、规格、造型、展示形式、材料、照明等要求，建立点位编号索引，为后续使用权公开出让、设置许可和常态管理提供依据，提升户外广告设施管理水平。

第 4 条 规划目标

本次编制《博罗县户外广告设置规划》，采用先进设计理念，参考深圳、广州、上海、惠城区等城市或区域做法，衔接《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》及《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》，对博罗县户外广告设施进行统一规划布局，编制控制性详细规划。合理利用城市空间资源，美化视觉环境，凸显城市特色，提升城市形象和户外广告价值，促进博罗县户外广告健康有序发展。

到 2025 年，县城公共空间户外广告设施治理取得明显成效，品质显著提升，全面建成符合博罗县城市战略定位和建设现代化魅力强县需要的户外广告设施设置规划体系。

到 2030 年，户外广告设施治理实现精治、共治、法治要求，全面建成权责明晰、管理精细、执法规范、安全有序的户外广告设施法规制度标准体系，形成独具博罗特色的户外广告体系，设施品质达到国内一流水平，充分体现城市文化魅力和活力。

第四章 方案规划

第 1 条 总体规划

对博罗县行政辖区范围内的户外广告设置进行总体规划，明确总体定位，根据区域特征、用地性质、道路等级、建筑功能，进行合理的分区规划和分类管理，制定通则和设置要求。

对全县范围的户外广告设施设置进行控制性规划，建立现状设施的底数台账，制定具体的设置图则，确定设施点位，明确设施设置参数。

第一阶段，先对县城范围及各门户节点的户外广告设施设置进行了详细的点位布局，制定管控图则；第二阶段，对其余 15 个镇及罗浮山风景区、象头山国家自然保护区、东江沿线、沙河沿线进行具体的点位布局，制定管控图则。

1.户外广告分区规划

根据《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》意见，结合《博罗沿东江经济带发展规划(2020-2030 年)》《博罗古城文化旅游生活区总体规划》等，对博罗县户外广告资源进行合理的区域划分，本次规划分区由基础分区和特色地区附加要求组成，基础分区分为宜设区、严控区、禁设区。

2.户外广告分类管理

按照禁设类、可设类和鼓励类规范各种类型户外广告。结合户外

广告分区规划和用地性质、道路等级、建筑功能，对 5 大类 41 小类户外广告的设置位置、比例、面积、材质、技术、色彩、照明参数等，制定相应的控制通则，规范相应户外广告设施的设置。

3.点位布局和图则规范

对户外广告设施现状进行全面摸排，通过对户外广告现状分析、道路交通分析、建筑功能及层高分析、可视区域分析等研究成果，将户外广告作为城市视觉秩序的重要因素进行协调考量，以拆除、保留、提升、新增四种手段重新梳理户外广告设施的点位，制定管控图则，对允许设置的广告点位，明确数量、位置、尺寸、比例、材质、照明等控制参数。

对县城范围及各门户节点的户外广告设施进行控制性详细规划，将为下一阶段博罗县其余各镇（含罗浮山管委会）控制性详细规划的编制提供示范和参考。

4.通则规范

包括户外广告设置的通用规定、不同类型户外广告的设置要求、不同类型道路和建筑的控制要求，为相应管理部门的审批操作以及制定相应管理细则，提供参考依据和技术指导。

第 2 条 细化分区

根据《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》分区体系，结

合《博罗县国土空间总体规划（2021-2035年）》及城市建设发展实际情况，明确户外广告设置的主导方向，划定“宜设区、严控区、禁设区”3大类5小类的基础分区，细化宜设区四至边界，并落实特色地区的管控范围，制定相应的管控要求。

1.禁设区

禁设区①

（1）范围：

国土空间规划划定的生态保护区和生态控制区，包含自然保护区和风景名胜区的核心保护区。

如象头山国家级自然保护区、罗浮山省级自然保护区、黄山洞市级自然保护区、太平山县级自然保护区、白马山-官山生态发展区；博罗东江湿地公园、博罗太平山湿地公园；博罗江南森林公园、博罗马鞍山森林公园等11处森林公园；以及以上区域内的风景名胜区的核心保护区。

（2）设置要求：

• 核心保护区内禁设任何户外广告；

• 核心保护区以外，可在其主要出入口附近设置1-2处公益广告，应结合入口环境做整体布局、精心设计；

• 东江沿线特色区域有空间重叠的区域，以《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》中对两江沿岸特色地区附加要求为准；

• 招牌标识应与所处环境风貌特征相契合，以小型化、个性化、景观化的设计为主。

禁设区②

（1）范围：

已认定的各级文物保护单位及历史建筑。

主要包括国家级重点文物保护单位 1 处，省级重点文物保护单位 5 处，市级重点文物保护单位 11 处，县级重点文物保护单位 36 处，历史建筑 8 座。如国家级重点文物保护单位罗浮山冲虚古观，省级重点文物保护单位银岗古窑场遗址、陈百万家族建筑群、罗浮山摩崖石刻等，历史建筑胡氏宗祠、围中粮仓、抗日民主政府旧址、东岳庙、司马第大屋、钓鳌书院，对面岭宗祠、聂氏宗祠、四角楼宗祠等。

（2）设置要求：

- 保护单位或保护建筑内禁设任何户外广告；
- 主要道路出入口仅限设置公益广告和导引牌，每个出入口不应超过 2 个。

禁设区③

（1）范围：

主要包括博罗县辖区内已被列入中国传统村落、广东省历史文化名村、广东省古村落、广东省传统村落名录的名村古村的核心保护区。

如被列入中国传统村落名录的龙华镇旭日古村、杨村镇井水龙村、公庄镇南溪村、湖镇镇湖镇围村、湖镇镇坪山村；被列入广东省历史文化名村和古村落的公庄镇吉水围村、湖镇镇大田村和福田镇山下村、徐福田村以及酥醪村等。

（2）设置要求：

• 核心保护区内禁设户外广告(不含招牌招幌与建筑冠名标识)；

• 仅允许在其主要出入口附近设置 1-2 处，且广告总量不应大于村庄的主要出入口的数量；

• 以公益性广告为主，商业性广告仅限设置与当地的历史文化、旅游休闲、本地特色农产品等本地宣传相关的内容，外观设计应与环境融合，突出景观性和互动性；

• 在临高速路、国道、省道一侧设置户外广告的，应遵守高速路、国道、省道的广告设施设置要求；

• 招牌标识应与所处环境地域文化特色相契合，以小型化、个性化、景观化的设计为主。

2.严控区

严控区Ⅰ

（1）范围：规划范围内，不含纳入宜设区的县城中心商圈、县城西部商圈及各镇（含罗浮山管委会商业中心）中心商圈，不含水域和山林用地及其它纳入禁设区的管控区域。

（2）目标定位：保护博罗县多元城市风貌、建筑空间特色，为满足城市一般地区商业宣传、活力营造和公共宣传需求，允许适度设置户外广告设施。

（3）设置要求：

• 户外广告设施设置应遵循区域环境整体有序，局部适度活力

丰富的原则。突出“少而精”，侧重品质提升，鼓励通过多元参与、多种途径提升招牌标识品质和创意；

• 鼓励创新、创意，鼓励新材料、新技术使用；

• 同一建筑载体的墙体广告（含招牌标识，不含橱窗广告）总面积应小于所附着建筑立面面积的 10%；

• 在高层建筑的主体墙面，即高度大于 24 米的墙面部分，禁止设置户外广告；

• 色彩控制：允许使用中高明度色，建议采用复合灰色系为主；

• 照明设计：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。

严控区Ⅱ：

（1）范围：国土空间规划划定的农田保护区、乡村发展区、矿产能源发展区。

（2）目标定位：保护乡村风貌，严格限制商业性广告，严格管控公益性广告。

（3）设置要求：

• 应以村庄为单位整体布局户外广告设施；

• 户外广告设施总量不应大于进出村庄的主要出入口数量；

• 在临高速路、国道、省道一侧设置户外广告设施的，应遵守高速路、国道、省道的户外广告设置要求；

• 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；

• 照明设计：不宜设置照明装置，如需设置，应对日间和夜间形象同时进行设计，使之与周边环境相协调；

• 公益性广告：

- 围绕公园、广场等人流活动集中区域集中设置；

- 公益性广告应依据周边环境整体布局，每处场地不应大于 2 处；

- 造型画面设计应与环境相融合，突出景观性和互动性；

• 商业性广告：

仅限设置与当地的历史文化、旅游休闲、本地特色农产品等本地宣传相关的商业性户外广告。

3.宜设区

根据《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》的基础分区要求，博罗县全域范围内无宜设区Ⅰ，中心城区两个商圈被划定为宜设区Ⅱ。

宜设区Ⅱ

（1）原则：鼓励户外广告集中、多样化设置打造城市活力街区。

（2）范围：

县城中心商圈：北环一路、曙光南路、滨江路和建设路大围合区域（不含博罗东山省级森林公园）

县城西部商圈：济广高速、龙桥大道、广汕路、龙岗大道、大塘路、电子城路和 Y527 围合区域

宜设区Ⅲ

（1）原则：各镇街中心商圈，广告多元化，集中分布。

（2）范围：

根据博罗县辖区各镇建设发展及广告设施现状，将15个镇的中心商圈划为宜设区Ⅲ，并制定相应的户外广告设置和管理要求。

园洲镇中心商圈：东至博园路，南至龙江东江大桥，西至梁屋福和码头，北至广东万顺环保建材有限公司

石湾镇中心商圈：东至石湾大道，南至沙河，西至儒雅路，北至明月二路与石湾大道交界处

湖镇镇中心商圈：东至广梅公路与富裕大道交叉口，南至显岗桥，西至虹桥幼儿园，北至湖横路与东风路交叉口

长宁镇中心商圈：东至罗浮东路，南至广汕公路，西至部队路，北至罗浮大道与新丰路交界处

福田镇中心商圈：东至福明路，南至福横路，西至福田中心小学，北至徐坳路

杨村镇中心商圈：东至东苑大道与王屋南街交界处，南至594乡道，西至金龙大道，北至莲湖工业大道

杨侨镇中心商圈：东至京九铁路，南至望平农牧水产有限公司旁小路与京九铁路交界处，西至杨村大道与王屋南街交界处，北至黄果路

泰美镇中心商圈：东至芦泰路与长深高速交叉口，南至惠州云海镁业有限公司，西至京九线，北至泰美福田小学路口

龙华镇中心商圈：东至广东粤冠建材有限公司，南至龙华大道东与龙城大道交叉口，西至龙华桥，北至龙华中心小学

石坝镇中心商圈：东至石蓝路与振兴四路交界处，南至河东路与振兴大道交界处，西至石坝大道与石黄路交界处，北至360乡道与振兴大道交界处

观音阁镇中心商圈：东至沿江横一路，南至沙墩路，西至大安石油加油站，北至顺南食品（惠州）有限公司

横河镇中心商圈：东至横河中学，南至长河公路，西至香港新界扶轮社横河天行小学，北至祥和路与沿河东路交界处

麻陂镇中心商圈：东至205国道与377乡道交界处，南至金梅路与麻破镇文体广场交界处，西至205国道与红女大道交界处，北至龙颈街与商业街交界处

柏塘镇中心商圈：区域一：东至平白路，南至广梅公路，西至平安中心幼儿园，北至平安文化广场；区域二：东至广梅公路东，南至广梅公路与锦绣路交叉口，西至柏鹅路，北至赤水河一巷

公庄镇中心商圈：区域一：东至金龙大道沿线，南至强恩逊(惠州）家居发展有限公司，西至桔獭路沿线，北至金龙大道与乡道 218沿线交界处(中国石化龙庄加油站)；区域二：东至金龙大道沿线，南至金龙大道与乡道218沿线交界处(中国石化龙庄加油站)，西至公庄中心小学、桔獭路沿线，北至金龙大道与横圳路交界处

设置要求

• 鼓励户外广告的集中、多样化设置：以国内一流城市商业街区为对标，打造活力丰富、特色鲜明的城市街区，营造繁华、多彩的高品质商业街区氛围；

• 地标性广告：鼓励结合商业中心、广场、大体量建筑设置互动感强、富有科技感的户外广告，对标国内一流商圈，打造一批地标性户外广告，展现博罗现代都市科技风貌；

• 鼓励创新、创意：

- 鼓励新技术、新材料的运用；

- 鼓励采用景观化、场景化等多元广告展示方式；

- 鼓励设置互动广告或采用互动式的广告内容，丰富市民体验，提升街区活力；

• 同一建筑载体整体布局，招牌标识应与商业性广告统筹考虑；

• 严格管理垂直于建筑外墙的广告设施，仅限商业步行街或商业综合体内部设置（不含店面招牌的小型竖招）。

表 4-1 宜设区广告设置的容量管控要求

分区	墙面广告面积比例	高层建筑主体墙面（高度＞24 米部分）
宜设区Ⅱ	≤30% （含招牌，不含橱窗广告）	仅允许地标性广告

宜设区III	≤20% （含招牌，不含橱窗广告）	禁止设置

4.历史城区

（1）范围：东至矮岗路，西至大桥北路，南至东江，北至观园路-北门河-罗阳一中停车场连接线。包括铁炉巷、葫芦岭贝丘遗址公园、上博路（明清九村）、解放西路、塘滩路、解放东路等历史文化街区、特色古街。

（2）设置要求：

• 严格限制商业性户外广告，仅允许设置与传统风貌相协调的招牌、招幌、楹联与建筑标识；

• 公益性广告设置应尊重建筑风格，保护建筑特色，并做好定期修缮维护；

• 严格控制电子显示屏设置；

• 禁止设置大型户外广告(任意边长大于4米或单面面积大于10平方米），但下列情况除外：

① 绿地、公园结合园林景观可适度设置中大型景观小品、雕塑式公益广告，如葫芦岭贝丘遗址公园；

② 内部商业街区、商务办公、居住建筑的附属商业（底商）设置的橱窗广告；

③ 有关部门批准的路段改造或商业综合体建筑设计方案预留的

广告位并按照工程规划许可要求设置的广告；

④ 市县人民政府根据公共利益需要特别批准设置的公益广告。

5.门户节点

（1）总体定位：

城市门户地带与展示城市形象的窗口，城市与品牌宣传的主阵地，秉持“精品”路线，造型设计和元素运用应展现博罗特色，打造户外广告形象、品质标杆地区。

（2）规划要求：

• 对标国内一流城市门户地区，整体构建区域视觉秩序，提升区域环境品质和识别性；

• 整体进行造型设计，造型、风格及内容应突出博罗特色；

• 展示内容以城市宣传、本地知名品牌、企业宣传为主；

• 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；

• 鼓励新技术、新材料、新展示方式的应用；

• 即将建成或通车的高速公路、国道的重要节点和出入口，根据完成时间和后期实际需要，动态纳入本规划，每处以布局 3-5 个广告点位为宜，其中公益广告点位原则上不得少于两个。

6.东江沿线

（1）范围：

东江在博罗境内流经石坝、观音阁、泰美、罗阳、龙溪、园洲、石湾七个街镇，全长约56.5公里。

包括沿江道路，已建成的江南大道、滨江路、龙园大道、沿江路、园州旧街、水源路等，在建的滨江西路、阅江大道等根据完成进度和实际情况再逐步纳入规划。

（2）设置要求：

• 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管理；

• 侧重建筑立面整饬、有序和近人空间的丰富多样性相结合；

– 强化对建筑界面整体性的视觉管理，还原建筑形象，规范建筑楼宇标识，严格管控其色彩；

– 规范引导建筑下部近人空间广告设置范围、类型、数量以及夜景效果；

• 以设置公益广告为主，严格管理商业性广告，仅沿岸的商业建筑、混合功能建筑的商业部分允许设置商业性广告；

• 沿线的城市中心区段，建议着重通过媒体立面及新技术、新媒体和多元的展示方式，精心打造高品质户外广告；

• 招牌标识以具有文化内涵、地域特色的创意性设计为主，突出特色；

• 鼓励地域化材料、元素的应用，鼓励艺术化、景观化设计。

（3）近期实施建议：

对已通车路段（如滨江路、江南大道、龙园大道、园洲沿江路等）

的公益广告（包括围挡广告），进行整改和提升，充分发挥和利用公益广告的重要宣传阵地，统一设计元素、内容风格和材质。

东江沿线其余在建路段或未通车路段，如滨江西路、阅江大道等，根据其完成进度，动态纳入本规划，及时完成点位布局。

7.产业园区

（1）范围：博罗智能装备产业园、广东博罗县产业转移工业园（博东片区）、罗浮新区康养国际合作园（中韩产业园）、博罗县产业转移工业园（博西片区）、南科智能技术产学研示范基地、福田-博罗共建现代产业园

（2）总体定位：

统筹规划、整体布局，鼓励园区内适度设置户外广告用于内部企业宣传和产品品牌信息发布，引导各类工业、产业园区进一步优化园区视觉环境，构建规范有序、现代时尚、能够体现园区特色的户外广告设置体系，更好地为园区经济生活发展服务。

（3）设置要求：

- 临城市道路界面：设置要求参照严控区II执行；
- 园区内的商业及包含商业功能的混合用地、建筑可参照宜设区III指标设置，鼓励近人尺度、有创意、有特色的小型广告设置；
- 园区内主要道路允许适当布局落地式广告，设置密度不应超出每100米/处；
- 内容应该以园区内部企业宣传、公益信息为主；

• 建议以园区特色产业及科技、生态等元素为提取点，进行导视标识创意设计，重点打造各园区的标识导视系统；

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

• 照明设计：以投光照明和灯箱照明为主，设置好照明时间，严禁使用霓虹灯、电子走字屏或闪烁不定的对视线造成较大干扰的照明设备。

第 3 条 分类管理

1.规划分类

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准（CJJ/T149-2021）》、《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》和《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》的指引和要求，结合行业发展情况和博罗县实际，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。

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类型。包括屋顶广告、窗户广告、支架式广告、立柱广告、桥体广告等，禁设类广告禁止在本规划范围内设置。

可设类：是户外广告设置中的主体类型，通过有效地规范、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。

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。

2.分类要求

控制类和鼓励类的户外广告设施应遵循上位规划和通则规范的各项技术规范要求，规范设置。

表 4-2 分类管理索引表

分类	对象			说明
禁设类	依附于建(构)筑物的广告	屋顶广告		包括建筑裙房的屋顶
		窗户广告		
		桥体广告		包括人行天桥、立交桥等各类桥体
		其它		不包括过街通道、地下通道、隧道、工地围（墙）挡
	落地式广告	支架式广告		——
		立柱式广告		——
	公共设施广告	灯杆广告		——
可设类	依附于建(构)筑物的广告	平行于建筑物外墙广告		——
		垂直于建筑物外墙广告		——
		地下通道、隧道广告		——
		工地围墙(挡)广告		——
	公共设施广告	公交候车亭广告		——
	落地式广告	报刊亭广告		——
		售卖亭广告		——
		立杆型		——
		底座型		——
	空中移动式广告	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		仅允许作为临时性广告设

				置
		电子显示屏广告	LED 电子显示屏广告	——
			LCD 显示屏广告	——
			柔性 LED 网格屏广告	——
			LED 机械动态屏广告	——
		整体幕墙广告		——
		投影广告	数字投影广告	——
			激光投影广告	——
			全息投影广告	——
		门禁、道闸广告		——
		新技术、新媒体	裸眼 3D 广告	包括裸眼 3D 广告、虚拟现实(VR)广告等
			增强现实（AR）广告	——
			虚拟现实（VR）广告	——
			混合现实（MR）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			——

表 4-3 不同类型用地户外广告设置许可要求一览表

要求	用地名称	用地附加要求
允许设置	0601 乡村道路用地	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
	0805 体育用地	无
	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
	0901 商业用地	无
	0902 商业金融业用地	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	无
	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 乡村道路用地）	-
	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	-

说明：

（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》(自然资源部2020)为依据。

（2）用地附加要求显示“无”的，以所在分区要求为准。注:上表"-"表示不相关

3.为提高规划的可操作性，便于相关部门参照进行户外广告设置的日常管理，本次规划将分区规划、分类管理与用地性质这三项做叠加，增加《户外广告分区、分类管理与用地性质兼容性一览表》，涵盖常用的广告类型和用地类型，未涵盖到的情形参见下方备注。

表 4-4 户外广告分区、分类管理与用地性质兼容性一览表

序号	用地性质	户外广告分区	户外广告分类											
			依附于建(构)筑物的广告					落地式广告			LED 显示屏广告		整体幕墙广告	临时性广告
			墙体广告	橱窗广告	工地围挡(墙)广告	屋顶、窗户墙体广告	公共设施广告	支架式、立柱式广告	底座式、立杆式广告	观景雕塑式广告	墙体式 LED 屏	落地式 LED 屏		
1	商业用地	宜设区	√	√ √	√	×	√ (公益)	×	√	√ √	√	√ (公益)	√	√
2	商业金融业用地		√	√ √	√	×	√ (公益)	×	√	√ √	√	√ (公益)	√	√
3	娱乐康体用地		√	√ √	√	×	√ (公益)	×	√	√ √	√	√ (公益)	√	√

4	商业服务业用地		√	√ √	√	×	√ (公益)	×	√	√ √	√	√ (公益)	√	√
5	广场用地	严控区	√	√	√(公益)	×	√ (公益)	×	√	√ √	√	√ (公益)	√	√
6	文化用地		√	√	√(公益)	×	√ (公益)	×	√ (公益)	√ (公益)	√ (公益)	√ (公益)	×	√
7	体育用地		√	√	√(公益)	×	√ (公益)	×	√	√ √	√	√ (公益)	×	√
8	交通场站用地		√	√	√(公益)	×	√ (公益)	×	√	√ (公益)	√ (公益)	√ (公益)	×	×
9	居住用地		√ (公益)	×	√(公益)	×	√ (公益)	×	√	√ (公益)	×	×	×	×
10	物流仓储用地		√	√	√(公益)	×	√ (公益)	×	√	√	×	×	×	×
11	公共绿地		×	×	√(公益)	×	√ (公益)	×	√ (公益)	√ (公益)	×	√ (公益)	×	√
12	防护绿地		×	×	√(公益)	×	√ (公益)	×	√ (公益)	√ (公益)	×	√ (公益)	×	√
13	行政办公用地	禁设区	×	×	√(公益)	×	√ (公益)	×	×	√ (公益)	√ (公益)	×	×	×
14	医疗卫生用地		×	×	√(公益)	×	√ (公益)	×	×	√ (公益)	×	×	×	×
15	教育科研用地		×	×	√(公益)	×	√ (公益)	×	×	√ (公益)	×	×	×	×
16	工矿用地		×	×	√(公益)	×	√ (公益)	×	×	√ (公益)	×	×	×	×

17	市政公用设施用地		×	×	√(公益)	×	√(公益)	×	×	√(公益)	×	×	×	×
18	交通运输用地（不含交通场站用地）		×	×	√(公益)	×	√(公益)	×	×	√(公益)	×	×	×	×
19	其他用地		×	×	√(公益)	×	√(公益)	×	×	√(公益)	×	×	×	×

第 4 条 点位布局

1.点位布局思路

根据上位管理办法和规划的要求，本次规划遵循“治理违规、优化存量、审慎新增”的管控对策，并结合户外广告设施设置现状及未来增长发展的需要，提出相应的点位规划意见。

2.点位布局原则

（1）符合《城市户外广告和招牌设施技术标准(CJJ/T149-2021)》、《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》等法规、规范要求；

（2）符合《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》分区要求，优先考虑宜设区；

（3）新增与存量提升的目标点位主要选择与景观风貌协调，对街区活力、商业氛围有提升作用的区域；

（4）围绕大型公园、城市绿地等市民活动集中区域和城市门户

节点布局公益性广告，用于城市宣传、公益广告发布；

（5）围绕商业用地、商务金融用地、娱乐康体用地或包含上述功能的混合功能用地布局商业性广告；

（6）具体广告点位布局兼顾景观价值、社会价值和商业价值，总体点位布局以达成“提升城市视觉品质、烘托商业氛围、加强城市宣传平台建设、建构管理秩序”的规划目的为导向。

3.点位数量（容量）管控

（1）中心商圈区域（主要是宜设区）

公益广告

• 应结合城市主要公共活动场所集中设置公益广告点位，围绕大型公园、绿地等民众活动集中区域和城市门户节点布局公益性广告，以景观雕塑式广告为主；

• 其中由街道办及县级管理单位管理的公益广告点位不得低于每街道5处,由下辖各社区管理的公益广告点位不得低于每社区2处。

商业广告

• 附着式广告：在中心商圈的出入口，宜设区II（县城中心商圈、县城西部商圈）可设置广告面积占墙面面积比例≤30%的附着式广告，宜设区III（15个镇街中心商圈）可设置广告面积占墙面面积比例≤20%的附着性广告，不可在高层建筑的主体墙面（即高度大于24 米的墙面部分）设置户外广告；

• 落地式广告：仅允许城市门户节点、主要道路交叉口具备设置空间，满足倒杆半径等安全要求的区域设置，原则上各商业广告点位间距不得小于20米，大型商业广告点位间距不得小于100米，其余城市道路沿线各商业广告点位间距不得少于50米，大型商业广告点位间距不得小于200米，禁止设置支架式、立柱式广告。

（2）非中心商圈区域（主要包括严控区和禁设区，其中禁设区禁止设置户外广告）

公益广告

• 应结合各镇（管委会）各村主要公共活动场所集中设置公益广告点位，其中各镇（管委会）中心由镇（管委会）级管理单位管理的公益广告点位不得低于每镇（管委会）2处，下辖各村管理的公益广告点位不得低于每村1处；

• 展示内容应以社会主义核心价值观及城市宣传，惠州本地知名品牌、企业宣传为主。

商业广告

• 附着式广告：严控区内可设置广告面积占墙面面积比例≤10%的附着式广告，禁设区禁止设置户外广告，不可在高层建筑的主体墙面（即高度大于 24 米的墙面部分）设置户外广告；

• 落地式广告：落地式广告应兼顾景观价值、社会价值和商业价值，除中心商圈外的主要道路沿线，原则上各商业广告点位间距不

得小于 100 米，大型商业广告点位间距不得小于 200 米，其余道路沿线不宜集中设置商业广告，禁止设置支架式、立柱式广告。

4.点位布局概况

第一阶段：截至 2023 年 9 月 13 日，对县城范围及各门户节点的户外广告设施设置现状做了全面实地勘探，经统计得出，博罗县县城范围及各门户节点的大型户外广告数量共 1957 个。根据上位管理办法、规范和规划，针对户外广告设置现状，按照治理违规、存量升级、审慎新增的管控对策，分别提出规划措施，主要包括：

（1）拆除（894 个）：拆除不符合设置原则且未审批的、有安全隐患的、影响交通安全的、拆除严重影响市容的；

（2）提升（320 个）：经过提升，能够满足户外广告设置相关法律法规、技术标准、相关规划的要求；工艺制作水平差，画面污浊，设施陈旧破损，经过提升，能够符合本次设置规划要求；设置位置超高、容量过大、规格失控和形式低端等，影响建筑物主体机理和整体造型，经过提升，能够符合本次设置规划要求；

（3）保留（720 个）：符合户外广告设置相关法律法规、技术标准、相关规划的要求；与建(构)筑物或其所依附的载体和周边环境相协调；传播效率高，工艺、材质较好；

（4）新增（67 个）

- 新增原则：审慎新增、动态新增、公益优先；
- 设置要求：符合户外广告设置相关法律法规、技术标准、相

关规划的要求；设置的广告设施必须遵循本规划的具体设置要求，做到美观安全有品质；提倡采用新技术新材质新创意，提升建筑立面形象和街区景观品质；公益广告优先。

• 点位分布

①商业性：31 个

主要分布在中心城区的商圈、城市出入口（14 个落地式广告设施、17 个附着式广告设施）

②公益性：17 个

主要分布在城市出入口、中心城区的公共设施范围内、城市主要道路交叉口范围内（16 个落地式广告设施、1 个附着式广告设施）

③商业/公益复合点位：19 个

主要分布在城市出入口、中心城区的商圈（17 个落地式广告设施、 2 个附着式广告设施）

（3）门户节点规划点位数量：78 个

第二阶段：对其余 15 个镇及罗浮山风景区、象头山国家自然保护区、东江沿线、沙河沿线进行具体的点位布局。

各镇街中心商圈：公益优先，优化存量，审慎新增，严治违规

设置要求：

• 广告多元化，集中分布；

• 符合户外广告设置相关法律法规、技术标准、相关规划的要求；

• 设置的广告设施必须遵循本规划的具体设置要求，做到美观

安全有品质；

• 优先选用新技术新材质新创意，提升建筑立面形象和街区景观品质；

• 公益广告优先。

5.图则规范

表 4-5 博罗县各镇街及特色区域管控图则编号索引

区域名称	管控图则编号	区域名称	管控图则编号
罗阳街道	博罗县户外广告设置规划管控图则-1	龙溪街道	博罗县户外广告设置规划管控图则-2
园洲镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-3	石湾镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-4
公庄镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-5	福田镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-6
柏塘镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-7	观音阁镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-8
横河镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-9	石坝镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-10
湖镇镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-11	龙华镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-12
麻陂镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-13	泰美镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-14
杨村镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-15	杨侨镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-16
长宁镇	博罗县户外广告设置规划管控图则-17	罗浮山风景区	博罗县户外广告设置规划管控图则-18
象头山国家自然保护区	博罗县户外广告设置规划管控图则-19	东江沿线	博罗县户外广告设置规划管控图则-20
沙河沿线	博罗县户外广告设置规划管控图则-21	环两山沿线	博罗县户外广告设置规划管控图则-22
门户节点	博罗县户外广告设置规划管控图则-23		

注:此次公告《博罗县户外广告设置规划》(文本)和《博罗县户外广告设置规划》建成区管控图则(即管控图则-1、图则-2）。

第五章 通则规范

第 1 条 通用规范

1. 基本要求

（1）设置户外广告必须符合国家、省市相关法律、法规、规章和技术标准的要求；

（2）户外广告设置不得妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序；

（3）户外广告设置不应影响被依附载体的使用功能；

（4）户外广告设置不应影响城市景观，不应破坏被依附建筑载体的整体效果，不应改变建筑立面的构图关系，且不应遮挡建筑有特色的立面细部；

（5）同一建筑立面上设置的户外广告和招牌，其设置位置、形式、大小、色彩、材料、文字和图案等要保持协调统一，并与街道景观、建筑物及其他所依附的载体相协调；

（6）设置户外广告应与城市功能分区、景观风貌相协调、符合城市市容环境建设要求，并与周边人文景观、自然环境、城市空间及建筑特点相匹配；

（7）新建建筑物应在建筑设计阶段，纳入户外广告设置，应结合建筑立面整体设计，并与建筑设计方案同步审定；

（8）户外广告的布局、设计方案、内容组织等应符合美学原则，鼓励对户外广告和招牌进行具有创意、能传达人文精神的设计和展示方式；

（9）户外广告应注重与所处环境和所依附建筑的夜景相协调，并避免产生光污染；

（10）户外广告和招牌设施设置应符合节能与生态环保要求，鼓励采用新技术、新工艺、新材料、新设备、新产品；

（11）户外广告的支撑构件、安装构件等各类构件应隐蔽处理，不应外露，影响美观；

（12）历史文化街区、特色风貌区、传统风貌建筑的招牌标识应按照传统模式设置，商业老字号招牌标识应当符合历史传统文化，连锁经营的应当统一风格；

（13）党政机关、社会团体、事业单位、军事用地和保安用地等职能结合建筑物出入口（墙面、立柱）悬挂单位名称招牌标识，也可结合地块出入口建筑物（包括大门、围墙和其他形式构筑物）设置横式招牌标识或挂置相应的招牌标识。

2.安全要求

（1）设置户外广告必须符合道路交通、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）不应在危房或可能危及建筑物和设施安全的位置设置户外广告；

（3）落地式户外广告设施与同侧人行道的水平距离应大于其倒伏距离；

（4）设置户外广告的单位或个人应定期对户外广告设施进行检

查与维护，以保持户外广告的安全及外形美观，发现图案、文字、灯光显示不全、陈旧、污浊、腐蚀、损毁、变形、脱色等情况，应立即予以恢复或拆除；

（5）设置户外广告设施的单位或个人在设置期内应定期进行安全检测，以确保在使用期内的安全；

（6）使用光源性装置的，应当符合《建筑照明设计标准》（GB/T50034-2024）《城市夜景照明设计规范》，避免对周边敏感目标造成不利影响；

（7）设置户外广告，禁止出现以下情形：

① 利用或者遮挡指路牌、交通信号灯、电子监控等交通安全设施、交通标识及其支架的；

② 霓虹灯、LED 等光源性广告设施与交通信号灯、电子监控设施距离过近，户外广告设施的形式与交通安全设施、交通标识相似，影响交通安全设施、交通标识正常使用的；

③ 延伸扩展至道路上方或者跨越道路的；

④ 利用行道树、绿化带、道路照明设施、电线杆、路名牌、公共座椅，侵占、损毁绿地，占用机动车道、人行道路面或者阻碍机动车、行人通行的；

⑤ 利用立交、高架道路桥梁、危房、违章建筑的；

⑥ 破坏建筑物、构筑物结构安全，影响市政公共设施、无障碍设施使用的；

⑦ 利用建筑物屋顶外轮廓线以外空间的；

⑧ 利用住宅建筑或综合建筑的住宅部分的；

⑨ 在国家机关、风景名胜区、文物保护单位等建筑控制地带的；

⑩ 属立柱式广告设施的；

⑪ 影响消防安全设施使用的，妨碍消防车通行以及影响逃生、灭火救援和消防登高扑救的；

⑫ 利用堤防、水库大坝和河道湖泊等管理区域影响水利工程和行洪安全的；

⑬ 法律、法规、规章和户外广告设置规划禁止设置户外广告的其他情形。

3.内容控制要求

（1）内容控制基本要求

① 户外广告和招牌标识使用的文字、商标、图案等，应当符合国家有关规定，书写准确、清晰、规范、易于识别，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 同一户外广告和招牌标识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招牌标识用字；

④ 户外广告和招牌标识宜使用简体字，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招牌标识，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 应以博罗县的旅游、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、展示博罗县的城市形象、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）招牌标识内容控制要求

① 招牌标识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 招牌标识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≤60%，主题突出，标识适当；

⑤ 禁止在一块招牌标识上重复出现同一家店铺名称。

4.色彩控制要求

（1）色彩控制基本要求

色彩是户外广告和招牌标识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 户外广告和招牌标识的主色设定和色彩搭配应符合城市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招牌标识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 当同一建筑里面设置超过 2 个户外广告时，广告的主色宜使

用近似色相，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）招牌标识色彩控制要求

① 原则：招牌标识所选用色彩应遵循“大调和小对比”的主要原则，及整体色调应统一和谐，局部的地方可以有一些对比；

② 色相：招牌标识的基本色调，应与所依附建筑等载体的基本色调保持和谐，色相反差不应过大，原则上招牌标识选用色相应与载体基调色为同类色配色（色轮夹角 60°以内）；

③ 明度：招牌标识的色彩明度应融入载体基调色，对特定区域需规定明度控制；

④ 饱和度：设置招牌标识禁止采用高饱和度、高明度的色彩，如大面积鲜艳纯色，应严格控制大面积使用红色、黄色等高饱和度色彩，应普遍使用低饱和度颜色。

⑤ 搭配：同一招牌标识色彩搭配种类原则上控制在 2 种以内，最多不超过 3 种，色彩面积搭配应遵循配色黄金比例 70:25:5，其中 70%为大面积使用的主色，25%为辅助色，5%为点缀色；

⑥ 招牌标识基底色（底板）参照建筑外立面辅助色取色，招牌

标识文字使用彩色文字时，尽量使用和基底色同色系的颜色，门店柱墙颜色从基底色中选取，与建筑色彩相协调；

⑦ 楼宇标识应注重与建筑的匹配关系，应根据建筑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，使其融入到建筑语言之中；

⑧ 保护全球或全国连锁企业的通用配色标准，但当其处于风景名胜区、历史文化街区、特色风貌区、文物保护单位或附着于历史建筑、传统风貌建筑时，则必须根据环境要求进行相应调整；

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。

5.材料控制要求

材料是户外广告和招牌标识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，提高招牌标识的精致程度，如 PC 板、有机玻璃、抗腐蚀金属、铝塑材质等材料。

（1）户外广告和招牌标识的材质、外观应与所处区域环境和建筑立面保持协调；

（2）户外广告和招牌标识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，宜采用防水、坚固耐用的材质，不宜采用易腐蚀、易燃、易破损、易褪色的室内装饰材

料；

（3）户外广告和招牌标识不应出现外露的支架（含结构支撑、构建支架等）；

（4）户外广告和招牌标识应制作精良、造型美观、安装牢固；

（5）户外广告和招牌标识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）招牌标识禁止使用喷绘布、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。

6.照明控制要求

（1）户外广告和招牌标识照明已成为展示城市夜间形象的重要因素，要选用合适的光源色，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）户外广告和招牌标识的照明方式、亮度、光色、动态应符合城市夜景照明规划的相关要求；

（3）严格控制户外广告和招牌标识的光污染，在面对或邻近居住建筑、医院住院部等近似功能建筑，应符合《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）中对光污染的要求；

（4）照明方式控制要求

户外广告和招牌标识的照明方式分为无照明、被动发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、投射灯，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 招牌标识被动发光照明分为：内置灯、背打灯、投射灯；

③ 招牌标识禁止设置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

户外广告和招牌标识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。

（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 户外广告和招牌标识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 户外广告和招牌标识照明应选择安全、环保、节能的灯具，

同时光源应具有良好的显色性，显色指数宜大于80；

② 户外广告和招牌标识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 户外广告和招牌标识采用投射灯照明时，应控制投射范围，散射到广告与标识外的溢散光不应超过20%。

（8）照明开闭时间控制要求

① 一般地区：晚9点-早6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10点半-早6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。

7.尺寸控制要求与统一规划

区分“大型户外广告”和“非大型户外广告”，根据《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》第十七条的规定进行界定。

“店面招牌”和“楼宇标识”没有对任意边长或者总面积进行具体的定义限制，但是应根据中华人民共和国住房和城乡建设部印发的《城市户外广告和招牌设施技术标准》《惠州市招牌标识规范化设置指导·试行》等相关规定或指引明确的可设位置、点位高度、尺寸、

厚度、设计、材质、安装施工、安全等方面的要求进行设置和运行管理。

各镇街对设置户外广告或店面招牌或楼宇标识进行统一规划管控，是指在设置的区域、位置、点位高度、数量、间隔、比例、风格等方面要统一规划，避免出现参差不齐、高矮不一、五花八门、杂乱无章、没有特色，并不是指对户外广告、或店面招牌、或楼宇标识的尺寸大小、结构造型、样式用色、字号字体等方面进行简单机械地整齐划一。

在统一规划某区域、某片区街道、某道路沿线、某排某列建筑的户外广告或店面招牌或楼宇标识时，户外广告设施、或店面招牌图案、或楼宇标识图案的外边缘的最外沿的上下两条水平外切线和左右两条竖直外切线，四条外切线围成的虚拟长方形及该虚拟长方形的面积，在符合《城市户外广告和招牌设施技术标准》等相关规定的参数要求，并且设计格调相近、与周边环境相协调的前提下，四条外切线围成的虚拟长方形的尺寸要尽可能统一，从而避免外观大小不一；但该虚拟长方形之内的户外广告设施、或店面招牌图案、或楼宇标识图案要尽可能多造型、多样式、字号字体多样、虚实边框多姿多样、底板背景各异、格调相近，从而避免千篇一律、万家一面。户外广告设施、或店面招牌图案、或楼宇标识图案的外边缘的最外沿的上下两条水平外切线和左右两条竖直外切线，四条外切线围成的虚拟长方形的面积与所依附的各自建（构）筑物外立面的相关比例要尽可能大体一致，避免比例失调，从而达到错落有致的观瞻效果；并要鼓励创新创意，形

成富有博罗文化特色的户外广告精品。

第 2 条 不同类型户外广告设置要求

1.平行于建（构）筑物的户外广告

（1）依附于建筑物设置的户外广告的类型、比例尺寸、造型及画面设计等应与所依附的墙面协调;

（2）广告不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿，上端不得高于建筑物檐口底面或女儿墙，左右不得突出墙面的外轮廓线:或不超出屋顶构筑物的立面范围;

（3）禁止在建筑物屋顶凌空部分设置;禁止在建筑物层与层之间的窗间墙上设置;

（4）广告下端距地面净高不得低于 3 米，牌面突出墙面距离不得超过 0.5 米，不得妨碍行人、车辆安全;

（5）建筑物墙体广告不得突出建筑外轮廓线，不得遮拦窗口;不影响建筑通风、采光，妨碍消防安全(LED 点光源和 LED 投影除外);

（6）建筑物广告的设置位置不得影响建筑物的功能和安全，禁止户外广告遮挡非商业建筑的窗户、堵塞疏散出口以及影响消防供应设施的使用;

（7）建筑同一立面成组广告设置规格、形式应一致，集中布置，同一地段相连的广告应统一规划、成组设置，以取得良好的景观效应;

（8）每处墙面只允许设置一处广告;

（9）广告物各边距山墙面的外轮廓线不应小于 1 米，且广告物

面积不应超过所依附山墙面总面积的70%、同时各边距山墙面的外轮廓线应有一定距离的留白；

（10）高层建筑主体墙面不得设置户外广告(楼宇标识除外)，建筑的玻璃幕墙不宜设置户外广告(LED点光源和LED投影除外)；

（11）建筑物主立面可以设置单块面积≤100平方米的广告，广告总面积≤该墙面面积30%；

（12）新建或改造建筑应合理预留主体墙体广告位，且每面主体墙面预留广告位面积不应超出该主体墙面总面积的30%；

（13）新建的大型商业购物中心(商业部分营业面积≥10万平方米)，应结合建筑立面设计合理预留广告位置，原则上每面主体墙面预留广告位面积不应超过该墙面总面积的50%；

（14）在符合本指引要求的情况下，宜在建筑外墙面设置平行于依附于建(构)物的广告，以利于建筑隔热节能。

2.垂直于建（构）筑物的户外广告

（1）户外广告上端不应超出所依附建筑的顶层窗户上沿防护栏或屋顶女儿墙下沿，且距地面不应大于18米；

（2）户外广告下端不应低于骑楼或悬挑架空部分底沿，且净空高度不应低于4.5米；

（3）户外广告突出建筑物立面的距离不应大于1.5米，且不宜突出道路红线或用地红线，如必须突出道路红线设置时，突出深度不应大于0.5米；

（4）户外广告的高度不应大于6米，厚度不应大于0.3米；

（5）同一栋建筑物上，相邻广告水平间距不应小于建筑开间，且大于6米；

（6）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经主管部门批准，并符合相关规定。

3.橱窗广告

（1）橱窗广告展示内容应以实物展示及创意造型展示为主；

（2）鼓励结合商业立面进行艺术化、一体化布局，鼓励依据店铺特点对展陈商品进行艺术化设计；

（3）橱窗广告设置于橱窗内侧，与橱窗玻璃应保持适当距离；

（4）严格控制LCD屏幕、LED电子显示屏等电子显示屏的使用，其展示面积不应大于橱窗面积的30%，且其表面亮度可随环境变化实时调整；

（5）后侧无遮挡的开放式橱窗，展陈商品等遮挡面积不宜大于橱窗玻璃面积的60%。

4.地下通道、隧道广告

（1）仅限处于宜设区范围内的地下通道设置地下通道广告，仅允许主、副中心的城区内隧道设置隧道广告；

（2）户外广告突出墙面的距离不应大于0.2米；

（3）户外广告照明应与地下通道或隧道内的环境照明相协调，不

应大于隧道内路面平均亮度维持值；

（4）在隧道出入口 10 米范围内不应设置隧道广告；

（5）隧道广告的单幅面积不应大于 10 平方米，设置间距应大于 15 米；

（6）过街通道广告单块面积不应大于 6 平方米，间距不应小于 4 米。

5.工地围墙（档）广告

（1）根据《惠州市户外广告和招牌设置管理办法》规定，建筑工地围挡可以按照相关规定用于公益宣传，不得发布商业广告，根据《惠州市户外广告专项规划（2021-2035）》规定，城乡建筑工地设置围挡的，应在围挡上发布公益宣传内容；

（2）依附于同一路段同一风格围墙设置的户外广告，应统一位置、尺寸和间距；

（3）工地围墙(挡)广告上缘不得超出围墙顶部，宽度应小于围墙柱墩之间的实墙面宽度；

（4）工地围墙(挡)广告(包括牌面及支架)总高度不得大于 4 米，牌面突出墙面的距离不得大于 0.1 米；

（5）围墙顶严禁设置户外广告设施；

（6）透空围墙上不宜设置户外广告设施；

（7）允许在围墙实体结构部分设置户外广告；

（8）临时围挡设置的广告应采用喷绘、张贴等无结构形式；

（9）工地围墙(挡)广告应依据符合《关于切实加强建设工程施工现场密目式安全立网和施工围挡使用管理的通知(惠住建函〔2019〕1135号)》等相关规范，建议间隔设置，且每个广告画面不应超过围挡面积的70%;

（10）属公共事业设施建设项目的，建筑围挡应全部用于发布公益广告，属商业设施建设项目的，公益性广告发布比例不应小于30%。

6.落地式户外广告

（1）底座式、立杆式广告

① 户外广告应与建筑及周边景观环境进行一体化设计、整体布局，在精心设计的基础上应遵循集约化、规范化——“多杆合一”的原则合并合杆设置;

② 广告牌面下缘距离地面高度小于等于0.5米的广告，属于底座型;

③ 城市道路红线范围内及公共用地禁止设置此类商业性广告;

④ 户外广告的高度应根据所处场地空间大小和毗邻建筑的体量确定，最大高度不应大于7米，牌面面积不得超过10平方米;

⑤ 底座式户外广告设施设置应符合下列规定：

1）宽度小于5米的人行道或面积小于50平方米的广场(空地)不应设置;

2）底座式户外广告设施的底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘宜为0.4米～1.0米;

3）底座式户外广告设施的总高度不应大于2.4米，宽度不应大于1.5米，底座占地面积不得大于1平方米，高度应与宽度相协调；

4）底座式户外广告设施牌单面面积不应大于2.5平方米，厚度不应大于0.5米。

⑥ 立杆式户外广告设施应符合下列规定：

1)设置位置不应影响行人通行，宽度小于3米的人行道不应设置；

2)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；

3)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。

⑦ 户外广告位于非公共用地红线内时，应符合以下规定：

商业用地及包含同样用途的混合功能用地可设置商业性或公益性广告；

除上述用地以外的用地类型仅允许设置集中式水牌，作为建筑或宗地内部企业、业主信息展示使用；

用地沿城市道路一侧的面宽不应小于15米；

用地内建筑退让红线距离不应小于15米，且广告设施实体或最大水平投影不应超出用地红线；

设置地点距离用地红线的最小距离不应小于设施总高度；

广告设置后可供通行的步行通道净宽度不得小于2.5米。

⑧ 连续设置的户外广告设置的数量根据用地内建筑临街立面的

长度确定，沿主要商业街设置纵向间距不应小于25米，沿其他道路纵向间距不应小于50米，按照建筑临街立面长度(水平距离)计算每100米允许设置1个此类广告；

⑨ 当户外广告与绿道或人行道混行时，广告设置位置及方向(横竖)要视具体情况而定，不得占用行人正常行走过道和影响行人安全。

（2）景观雕塑式广告

①景观雕塑式广告应结合所处环境及周边景观整体布局一体化设计，造型得当，尺度适宜；

②一般情况下不宜设置在城市道路红线内，设置后应保障车辆、行人通行安全；不得设置在隧道体及隧道两端下沉地段两侧，不得设置在桥梁体(含主桥、引桥和匝道)上；

③高度不大于7米的，设置于用地红线内的景观雕塑式广告应遵循底座式、立杆式广告的要求；

④高度超出7米的，或设置于道路红线、公共空间范围内的景观雕塑式广告，其造型设计方案应纳入区级设置规划方案，实施专项审查；

⑤大型景观雕塑式广告设置的高度应小于10m，宽度应与高度相适应，不应大于30m；

⑥在城市建成区内应严格控制设置大型景观雕塑式户外广告设施，城市中心区严禁设置大型景观雕塑式户外广告设施，城市快速路及公路两侧设置的大型景观雕塑式户外广告设施高度不宜超过22m。

7.其它类型的户外广告

（1）电子显示屏广告

① 在多层建筑墙身设置的，其上沿距离地面不得超过 35 米;在高层建筑裙楼墙身设置的，不得超过建筑主体女儿墙的上沿;

② 广告物下沿距地面高度不得小于 5 米;

③ 在城市主干道两侧(城市广场和商业街除外)设置电子显示屏的，不得播放活动画面，原则上每个固定画面的播放时间不少于 15 秒，画面切换应采取慢转换方式;

④ 当设置位置靠近住宅区时，应适度调低广告物表面亮度，尽量设置为静态展示广告，避免广告视频画面过于闪烁、跳跃;

⑤ 严控在城市主要交通干道或者城市交通次干道交叉口附近设置;

⑥ 禁止每日 22:30 至次日 7:30 开启;

⑦ 设置的电子显示屏广告应当符合城市照明管理的要求，以确保广告物的位置、尺寸、亮度等符合周边环境的要求;

⑧ 应根据电子显示屏的观看距离、观看视角以及所处环境特点合理确定显示屏的显示精度，最低显示精度不应低于 P10;

⑨ 标示设施主要参数，包括电子显示屏尺寸、距地面高度、表面亮度(包含熄灯时段与非熄灯时段亮度)以及主管部门认为有必要的其他参数,并以永久性铭牌方式镶嵌于电子显示屏广告右下角以便随时备查，LED 电子显示屏广告必须标注上述参数;

⑩ 具备调节显示亮度的功能装置，以便在主管部门认为有必要

的情况下，及时、迅速调整广告物显示亮度；

⑪ 市、县城乡管理主管部门可逐步就经批准的每一独立大型户外广告设置事项赋予二维码，供设置人在户外广告设置场所公布，全面记录户外广告或者户外广告设施的设置人、地点、位置、时间、期限、数量、规格、结构、面积等信息；

⑫ 广告设施应与建筑结构和立面设计相结合，在满足广告播放效果的同时，应确保显示屏关闭时不对建筑立面形象造成不利影响；

⑬ 应严格管理其控制终端，确保信息安全。

（2）LED 走字屏广告

① 位置要求:仅允许设置于户外招牌底边以下位置，不得覆盖建筑分割主体结构，不得悬空设置优先设置于主入口上方;当户外招牌底边距地面高度净空高度小于 2 米时，不得设置 LED 走字屏；

② 高度要求:≤35cm；

③ 宽度要求:设置宽度不超过店面入口一个建筑开间的宽度;店面入口整体跨越多个建筑开间的,设置宽度最多不得超过两个建筑开间的宽度；

④ 亮度要求:白天显示亮度≤350cd/平方米，夜间显示亮度≤200cd/平方米；

⑤ 字体色彩要求:一类设置区鼓励设置多色，其他设置区统一采用红色，鼓励采用双色显示技术降低显色饱和度；

⑥ 显示速度要求:如采用静态刷屏形式切换内容，单幅内容显示

时间≥15 秒，画面切换时间≤2 秒，如采用滚动字幕形式，应控制在每分钟更新 60-80 个字符的速率；

⑦ 开关时间要求:商业区、商务区开启时间 8:00-23:00;其他区域开启时间 8:00-21:00；

⑧ 技术参数要求:采用 P10 及以下规格 LED 走字屏；

⑨ 减少光污染要求:1）采用物理控制，在 LED 走字屏表面增加遮光罩或遮光面板;2）采用新媒体控制，使用高新媒体或高分子材料涂层或者贴膜降低 LED 走字屏的光线反射率；

⑩ 禁止设置外露型 LED 发光字及显示屏作为户外招牌；

⑪ 禁止将 LED 走字屏直接作为户外招牌，LED 走字屏可作为门楣招牌附属设施设置于门楣招牌下方；

⑫ LED 走字屏不得闪烁播放信息，禁止播放声音。

（3）LED 点光源广告

① 仅允许设置于商业建筑、办公建筑及综合建筑等；

② 禁止每日 22:30 至次日 7:30 开启；

③ 应隐藏灯线或与建筑一体化设计，确保白天不展示广告时，展现建筑外立面原有的造型效果；

④ 当设置位置靠近住宅区时，应适度调低广告物表面亮度，尽量设置为静态展示广告，避免广告视频画面过于闪烁、跳跃；

⑤ 道路交叉口设置的 LED 点光源设施，应合理控制安装高度降低对驾驶员的视觉刺激与混淆，不得影响行车、人员安全；

⑥ 应具备调节显示亮度的功能装置，以便在主管部门认为有必要的情况下，及时、迅速调整广告物显示亮度；

⑦ 依附于新建建筑物设置的，应与建筑物进行一体化设置，并由相关主管部门审批通过；在已建建筑物上增设楼体点光源广告的，应符合相关主管部门对该建筑物的规划控制要求。

（4）投影广告

① 仅允许在商业街、商业广场、及商业办公建筑外墙设置；

② 不应在交通信号灯、交通标志周围 10 米以内设置闪烁方式以及与交通信号灯颜色、切换频率相同的户外电子显示屏；

③ 不得影响交通安全，不得投影到机动车道路面上；确保不对公众的正常工作和生活造成影响和妨碍，保障公共安全与健康的生活和工作环境；

④ 投影广告的大小、亮度、色彩、照明效果应与投影载体整体造型及场地氛围有机结合；

⑤ 二层(包括二层)以上商户，可以直接将广告投影至一层临街或人行道上，投影面积不应超过 6㎡；

⑥ 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；

⑦ 投影设备应进行隐蔽处理，避免影响空间通透性和安全性；

⑧ 严格控制投影范围和发布时间，避免对投影区及背景区造成不利影响；

⑨ 地面投影广告应避免对行人的定向定位、交通出行及户外活动造成干扰和妨碍。

（5）附着于公共设施的户外广告

① 附着城市家具的广告

- 禁止利用电灯杆、电线杆等市政设施杆线设置广告；
- 禁止利用箱体、街道家具设施（公交候车亭除外）设置广告；
- 道路绿化带内禁止设置广告；
- 公交站牌、路名牌、消火栓、出租车停靠点招牌标识等设施5m范围之内不得设置独立式户外广告设施。

②附属公交设施广告

- 公交候车亭广告牌面单面面积不得大于4.5㎡，面积宜小于公交候车亭面积（单面）的2/3；
- 不得在公交车站内座椅、公交候车亭顶部、公交车候车亭边缘区域和站牌设置广告，公交候车亭连续设置的广告数量不得超过3块；
- 广告设置不得妨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；
- 站台广告应采用灯箱广告形式，同一公交线路或同一区域应采用同一规格的广告形式；
- 公交站牌至少以总面积的30%用于发布公益广告。

（6）其他临时性户外广告

① 条幅广告

• 条幅广告设置应与周边市容环境相协调;

• 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;

• 禁止设置横幅式布幅广告，仅允许设置竖幅式布幅广告，竖幅的设置长度不应大于25m，宽度不应大于0.6m;

• 建筑一面设置不得超过15条竖幅广告,仅允许在3层以上(包括3层）建筑上设置，设置时间不超过3天。

② 充气装置广告

• 有关固定装置应当安全可靠，符合相关规定，且标志醒目;

• 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;

• 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。

③ 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。

④ 会展中心、体育场广告

• 会展中心、体育场等市级公共服务设施在举办展览、赛事等活动时，可根据实际需求统筹设置临时性广告;

• 广告内容：仅限于举办展览、赛事等活动相关的各类宣传，

不应设置无关广告；

• 设置时限：展览、赛事等活动结束后的 3 日内，或临时性广告审批截止日期内必须拆除，以上二者如有冲突，以更为严格的条款执行；

• 设置范围：不应超出活动举办场地内部或自有用地范围内设置；

• 设置要求：应遵守本规划对于不同类型户外广告的设置要求；

• 同一用地范围内，当此类广告超出 2 处时，应单独编制临时性广告设置方案。

⑤ 道闸广告

• 允许在商业用地与居住用地内设置道闸广告，其他地区仅允许设置公益性道闸广告；

• 禁止在车行道闸设置广告；

• 禁止在折叠杆、折页杆及抬杆上设置道闸广告；

• 禁止采取 LED 或动态的形式设置道闸广告；

• 同一道闸的单面仅允许设置一个广告，禁止“一面多设”的情况出现；

• 道闸广告的大小、长度应与机箱、闸杆、闸门等大小保持基本一致，不允许超过或小于闸杆投影面积的 15%；

• 同一出入口如设置多个道闸的，在设置道闸广告时应协调考虑相邻广告的风格与色彩；

• 人行道闸与道闸机箱可采取灯箱形式照明。

（7）公益性户外广告

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30%，LED电子显示屏需要规划30%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50%；

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权人或者使用权人应当按照市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。公园绿地、广场用地以“讲文明树新风”等内容的公益性广告为主，建设一批“不忘初心、牢记使命”的主题公园、广场等；

⑨ 公益性广告按照中央、省市文明委具体要求进行设置；

⑩ 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。

第 3 条 不同类型建筑的设置导则

1.带裙房高层建筑

（1）高层建筑实体墙面设置建筑冠名，建筑冠名位置和形式在 S1\S2\S3\S4 中选其一，宜采用镂空形式，鼓励采用建筑冠名宽度 d≤1/2D，竖向建筑冠名宽度 h≤1/4H。高层建筑主楼墙面宜设置镂空文字及图案等形式为展示体的户外广告设施，从地面至该广告底部的高度超过 100m 时，广告高度不得超过 6m，单面墙上设置的广告总面积应小于 100m²；高度小于 100m，广告高度不得超过 5m，单面墙上设置的广告总面积应小于 50m²；

（2）建筑冠名与建筑立面顶部和建筑立面边线应保留适当的距离；

（3）墙面广告只能设置于裙房部分，面积不得超过其依附的裙房部分立面正投影面积的 30%。

2. 不带裙房高层建筑

（1）高层建筑实体墙面设置建筑冠名，建筑冠名位置和形式S1\S2\S3\S4中选其一，宜采用镂空形式，鼓励采用夜间照明措施。横向建筑冠名宽度d≤1/2D，竖向建筑冠名高度h≤1/4H;

（2）建筑冠名与建筑立面顶部和建筑立面边线应保留适当的距离;

（3）沿街建筑底层店招字体高度不宜大于底板高度的3/5，文字总长度不宜超过底板长度的3/4;

（4）高层建筑主体墙面高度大于24米的墙面部分，不应设置户外广告（宜设区Ⅰ/Ⅱ区域范围内的地标性广告除外）。

3.多层商业建筑

（1）多层商业建筑如果只属于一个单位，可在建筑上设置一个建筑冠名。建筑冠名形式和位置在S1\S2中选其一;

（2）墙面广告设施总面积不宜大于该立面面积的30%;

（3）自建筑物±0.00标高起到户外广告设施顶部的高度h不宜超过24m;

（4）店招字体高度不宜大于底板高度的3/5，文字总长度不宜超过底板长度的3/4。

4. 一般多层建筑

（1）一般多层建筑如果只属于一个单位，可在建筑上设置一个建筑冠名，建筑冠名形式和位置在S1\S2中选其一;

（2）不宜设置竖式标牌；

（3）店招字体高度不宜大于底板高度的3/5，文字总长度不宜超过底板长度的3/4。

5.柱廊结构建筑

建筑冠名可设置在建筑物顶部外墙面。

6.历史建筑

范围：历史上留存下来的各类建筑物，包括文物保护单位、宗教建筑等，如教堂、寺庙、道观、亭台楼阁等各级历史保护建筑及单位

特点：有保存比较好的历史建筑，是人们休闲、旅游的集散地

设置导则：

（1）各类店面招牌宜设置于店铺门头，一店一招，相邻广告需同高，宜采用内嵌式店面招牌；

（2）与古建筑物相邻、相近的新建建筑或仿古建筑物，其户外广告设施，包括店面招牌设施，均应与周边环境和谐统一，对于仿古建筑，其店面招牌均可只能使用木质招牌；

（3）新建的每一幢建筑物可以并只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上，并不得以任何形式置于建筑轮廓线外，标识宜用内发光的形式设置，但不得影响建筑使用者和建筑物外行人的工作和生活；

（4）不得破坏或影响建筑物原有的立面风貌，以保留原有建筑的

风格为主，不得设置商业广告，可设置与其建筑色彩、形式相协调的招牌或建筑标识。

7.住宅建筑

范围：现代小区住宅

特点：是人们最熟悉、最关注的生活环境

设置导则：

（1）新建的每一幢建筑物只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上，标识宜以内发光的形式设置，但不得影响建筑使用者和建筑物外行人的工作和生活；

（2）可设置公益类广告；

（3）除店面招牌、公益类广告外，不得设置其他户外广告设施；

（4）单纯功能的住宅建筑不宜设置广告，商住楼的底层按商业建筑的要求严格要求外，不得设置发光广告。

8.工业、仓储建筑

范围：工业厂房、仓储建筑

特点：建筑性质单一

设置导则：

（1）一般不得设置广告，但在主体厂房建筑上可设置企业标识；

（2）广告色彩应能够体现本土特色，选用与周围建筑和环境协调的色调；

（3）禁止在围栏上设置任何形式的广告；

（4）规模超过 5000 平方米的工业或仓储区，宜设置一处集中展示区，可设置宣传展板。

9.行政办公建筑

范围：党政机关、机构、法庭、各专项管理机构、居委会、街道办事处等

特点：是公共行政办公的地区，具有严肃性

设置导则：

（1）不得利用行政办公建筑及围栏设置商业广告，仅可设置标识等；

（2）如果建筑的底部或裙楼为商铺，则商业部分按商业建筑的要求进行控制；

（3）新建的每一幢建筑物可以并只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上，并不得以任何形式置于建筑物轮廓线外，标识宜以内发光的形式设置，但不得影响建筑物使用者和建筑物外行人的工作和生活；

（4）对于一幢楼宇有众多单位和招牌的，除了一层的店面招牌可沿用建筑店铺门头设置外，在该楼宇入口处可采用独立的落地式标识牌或在楼宇内楼梯和电梯候梯厅的墙面上设置附着式标识牌，标识牌上除了标识各层、各单位名称外，不得设置广告。

10.文化体育建筑

范围：文化站（室）、青少年及老年之家、体育场馆、科技馆、图书馆、展览馆、博物馆、影剧院、游乐健身场馆、广播电视台（站）等

特点：体育类建筑包括青少年及老年之家多显宽、广、大；科技馆、图书馆、展览馆具有相应的功能要求；影剧院、游乐健身场馆具有一定的娱乐性宣传性，广播电视台（站）、文化站（室）很大程度上突出宣传作用

设置导则：

（1）本区域内的户外广告设施，不得影响或妨碍到原有的景观，且不得喧宾夺主；

（2）科技馆、图书馆、展览馆、博物馆可以在该用地内的广场上设置临时宣传展板，同时，科技馆、图书馆、展览馆、博物馆在新建、改建、扩建时必须考虑在外立面上设置展示的广告设施位置，这些广告位所展示的广告必须与场馆性质相匹配，除宣传场馆的广告外，不得设置其他商业内容的广告；

（3）影剧院、游乐健身场馆具有较强的娱乐性，宜设置颜色丰富多彩的商业广告，宜采用实物造型、投影、电子显示屏、3D 投影、水幕投影、激光投影灯先进的户外广告新媒体；

（4）可适当发布一些展示、演出等临时性广告，但尺度、形态不能损害建筑形象。

11.商业建筑

范围：以商业为主的建筑，对周边地区有一定辐射影响

特点：有一定的知名度，反映了商业繁华程度

设置导则：

（1）宜以标识广告为主，以附着式广告设施为辅；

（2）鼓励设置橱窗广告设施，并且鼓励使用投影、LED 等广告设施形式；

（3）新建的每一幢建筑物只可设置一个与建筑物相对应的名称标识，该标识只可设置于建筑物的立面上，并不得以任何形式置于建筑轮廓线外；

（4）建筑立面上在设计时未留有广告位的，不得设置任何形式的广告设施；

（5）鼓励业主对楼宇进行灯光亮化、美化，提升楼宇在夜晚对街道和城市气氛的烘托和映射；

（6）写字楼入口处的标识，宜采用独立的落地式标识牌或在楼宇内楼梯和电梯候梯厅的墙面上设置附着式标识牌，标识牌上除了标识各层、各单位名称外，不得有其他广告；

（7）不得在建筑外立面或在建筑物玻璃上粘贴画报、大字、宣传类、电话号码类的“类广告”设施，不得影响建筑物外立面的美观，不得破坏建筑物给行人带来的视觉享受；

（8）设计力求创新，既要充分反映经济繁荣景象，又要力求城市精神文明风貌，但不可遮挡和分割建筑立面，不得破坏天际轮廓线

和建筑景观的完整性。

第 4 条 不同类型道路的设置导则

1.道路交叉口周边

（1）视域三角区域内为户外广告禁设区；

（2）禁设区外围后退道路红线宽度的范围为户外广告控制区，不得设置大型带支架类型广告、屋顶广告；

（3）小型广告设施在同一路段内应保持风格、主色调、材质、规格等相对统一，并与道路沿线建筑物、构筑物、公共设施相协调。

2.城市交通性道路

（1）城市快速路、主次干路及其两侧 50 米范围内为户外广告控制区；

（2）国道、省道沿线可适量设置大型落地式广告；

（3）严格控制建筑物墙体广告的位置，且符合本规划的相关规定和要求；

（4）严格控制道路户外广告的设置，且符合本规划的相关规定和要求。

3.城市生活性道路

（1）生活性道路红线范围内为户外广告禁设区，道路两侧各 50 米范围内为户外广告控制区；

（2）禁止设置建筑物屋顶广告、大型落地式广告及大型高立柱广告，严格控制墙面广告、单立杆式及底座式广告。

4.城市商业性道路

（1）商业性道路及其两侧各 20 米内为户外广告集中设置区；

（2）可设置墙面广告、挑出式广告、人行道底座式或单立杆式广告，且应符合本规划相关规定和要求。

第 5 条 招牌标识设置导则

1.建筑物标识及单位名称

（1）建筑物名称标识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≥0.5m；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；

（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，招牌距人行道距离≥1m；

（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；

（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；

（5）建筑物、单位名称标识尺寸应当符合规定；

（6）招牌字符标识高度与视距应满足街道美学要求。

2.店面招牌

（1）一般要求

① 店面招牌的设置不得破坏建筑物整体风格与立面特色，相邻店面的墙面招牌应分别设置，不宜连为整体；

② 同一幢建筑上的店面招牌应当设置于建筑立面的同一基准线上，具有明显分割线；

③ 对于建筑立面上有线脚装饰的建筑，店面招牌的设置不得破坏构图关系，不得覆盖线脚设置；平行于建筑外墙的招牌外侧面不宜超过相邻竖向线脚的最大厚度；

④ 对于平面布局上有凹凸或曲折变化的建筑，店面招牌设置不得破坏建筑立面的形态关系；

⑤ 对于建筑立面上有拱券形构件的建筑，拱券以外部分不宜设置店面招牌；在拱券内侧设置的平行外墙式店面招牌，设置位置不得超过圆拱的下缘；

⑥ 对位于街道转角的建筑，其转角处的店面招牌应当整体设计，当单位不止一家时，相邻店面招牌的形式、悬挂位置、高度和体量应

当统一；

⑦ 若店面招牌所依附的建筑（或建筑局部）同时具有以上几种特征，则店面招牌在形式、尺寸和设置位置等方面应同时满足上列规定；

⑧ 店面招牌的结构要隐蔽处理，不得外露；

⑨ 新建建筑应将店面招牌的位置、类型、数量与规格尺寸纳入建筑方案统筹考虑、一体化设计，并与建筑方案同步审批。

（2）位置规定

① 店面招牌仅允许依附于商业建筑、工业建筑或综合建筑的商业部分设置，禁止设置于居住建筑；

② 店面招牌的设置不得破坏建筑结构、不得影响建筑采光和正常生活需求；

③ 店面招牌的设置不得影响交通安全及消防安全；

④ 建筑物（含裙楼）顶部凌空（含屋顶水箱、其他构筑物等）部分禁止设置店面招牌；

⑤ 禁止利用窗户、观光电梯等具有使用功能的透明设施，在玻璃内外侧设置店面招牌；

⑥ 禁止跨越街道设置店面招牌，禁止利用两栋楼之间设置跨越式招牌；

⑦ 禁止依附于建筑物室外台阶、踏步结构设置；

⑧ 禁止依附于楼梯扶手和护栏结构设置；

⑨ 禁止依附于无障碍设施设置；

⑩ 禁止依附于危险建筑物设置；

⑪ 禁止遮挡建（构）筑窗户设置招牌；

⑫ 禁止在建筑物二层以上窗间墙面设置；

⑬ 禁止在二层（含二层）以上建筑屋顶设置；

⑭ 禁止在临街建筑物户外立面上采用竖式灯箱形式设置；

⑮ 店面招牌原则上仅允许依附于营业店面入口处设置，拥有多层营业店面，且具有独立临街营业店面入口的商家，可结合店面一体化设计，在自身店面经营范围内适合位置设置店面招牌，但须严格进行审批；

⑯ 不具有临街独立营业店面入口的商家，可采取集中展示墙或者落地标识展示牌形式设置；

⑰ 集中商业区、步行商业街等区域，经统一规划设计，允许在自身店面经营范围内设置店面招牌；

⑱ 设置在建筑一楼门楣位置的店面招牌，下沿净空高度不得小于 2m，不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿，上沿不得高于建筑二层窗户下沿；

⑲ 有外走廊的二层门店可在廊内店铺门楣以上合适位置按“一店一招”的要求设置店招；

⑳ 二层店招原则上仅允许以镂空字体形式设置，三层及以上不得设置店招；

㉑ 二层（包括二层）以上商户，可以通过广告投影的形式设置店面招牌。

（3）形式规定

① 同一店面禁止于同一场所出入口处重复或层叠设置招牌，依附于同一场所出入口位置，禁止重复或层叠设置不同类型店面招牌，骑楼建筑只允许在内墙设置店面招牌；

② 店面招牌宜依附于建筑物墙面平行、横向连续设置，每层只允许设置一排店面标牌，不得重叠；

③ 设置于相邻门面或经营场所的店面招牌，应尊重建筑开间的分隔方式；

④ 同一街区或建筑相邻门面的店面招牌设置的位置、高度、厚度、色彩、形式、材质、版式等需与建筑表面色彩和建筑结构保持整体统一、协调设置，建议统一规划设计；

⑤ 相邻门面或经营场所的店面招牌应当分别设置，顶部与底部边线必须整齐划一，高度和厚度必须统一；

⑥ 由相关政府主管部门审批通过，经建筑立面整修或街景整治后的店面招牌，禁止更改其设置方式与形式；

⑦ 店面招牌的设置，不得改变建筑外立面的构图关系，不得遮挡建筑原有特色的立面细部，不得破坏原有建筑的分隔立面效果，店面招牌不宜遮挡立柱，无立柱分隔的建筑开间，应尽量尊重建筑开间的划分；

⑧ 禁止设置大型突出式店面招牌，设置小型突出式店面招牌需按照具体规定；

⑨ 店面招牌展示形式具体要求：

• 背板式：背板色彩应与其所依附建筑物墙面色彩保持统一协调，禁止大面积使用高光合金材料；

• 单体字式组合：在建筑表皮材质高档、有预留店面招牌位置的情况下，宜设置单体字式店面招牌，根据建筑物立面的原有结构，在不破坏原立面结构的原则上直接设置于建筑物墙体上，单体字材质和颜色要与建筑环境相协调，单体字式店面招牌建议采用金属字、不锈钢字、亚克力等高档材质，照明方式宜采用内打灯或背发光形式；

• 招牌形体空间组合形式：注重招牌形态与建筑的有机结合，空间形态的呼应与错落。

⑩ 对于没有专用室外出入口的经营场所，同一建筑物中店面招牌类标识，在楼体拥有可设置空位的情形下，可通过设置标识展示墙的方式，由建筑物业管理方进行集中、统一设置。

⑪ 动态类店面招牌设置要求：

• 禁止设置动态驱动类店面招牌（如三面翻）；

• 禁止设置外露型 LED 发光字及显示屏作为店面招牌；

• 禁止店面招牌背板采用整面动态发光灯管或灯点；

• 禁止将 LED 走字屏直接作为店面招牌，LED 走字屏可作为门楣招牌附属设施设置于门楣招牌下方。

⑫ 投影广告招牌设置要求：

• 二层（包括二层）以上商户，可以直接将广告投影至一层临街或人行道上，投影面积不应超过 6㎡；

• 同一开间宽度上的店铺只允许设置一个投影广告，且高楼层

店铺有设置优先权；

• 允许多家店铺在同一投影点位联合设置投影广告，如设置切换类投影广告，切换时间间隔不得小于15s。

⑬ 特殊建筑招牌设置要求

• 带外廊的欧式建筑。该类建筑整体感较强，如果在建筑外立面上设置店面招牌会严重影响建筑的立面形象，破坏建筑整体的完整性。这种类型的特殊建筑店面招牌不应直接设置在建筑的外立面上，应设置在柱廊内侧店铺的上方，保持建筑外立面的完整性，提高整个建筑和店面招牌的品质；

• 传统风貌建筑。该类建筑的店面招牌应与建筑风貌和建筑结构相协调，与建筑物相应的年代特点和风格相符，不应遮挡建筑装饰构件或线条。可设置在出入口门楣上方或檐口下方，若不具备该条件，可在出入口两侧墙面选一处设置。

（4）规格、数量规定

① 店面招牌设置需遵守“一店一招、一单位一牌”的设置原则。若存在“一店多招”的情况需按照⑥中具体规定；

② 店面招牌的设置厚度不超过相邻竖向线脚的最大厚度，且不应超过0.15m；

③ 以建筑开间宽度为单位设置店面招牌，且牌面最大水平宽度不得超出店面经营范围；在同一建筑立面上设置的不同店面之间的店面招牌，间距≥0.3m；

④ 店招高度与店招下净空高度比值不宜大于1:4，店招高度不

应大于 1.5m，避免店招过大，过分遮蔽建筑立面，造成“头重脚轻”的视觉观感。

⑤ 店面招牌面积

• 店招字体高度不大于底板高度 3/5，文字总长度不超过底板长度的 3/4；

• 标识中文字与图案标识的面积不得超过店招总面积的 60%；

• 平行门楣的店面招牌，其字符的具体尺寸大小宜符合下表规定；

• 店面招牌设置参数应符合下表规定。

表 5-1 店面招牌设置参数

	单栋底层建筑	并列底层	多层建筑	高层裙楼
宽度	≤门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度	≤门面宽度
厚度	≤0.6m	≤0.6m(相邻应统一厚度)	≤0.6m(相邻应统一厚度)	≤0.6m(相邻应统一厚度)
高度	≤2m	≤2m(相邻应统一高度)	≤2m(相邻应统一高度)	≤2m(相邻应统一高度)
安装高度	檐口下方，门楣上方。不得超出墙体外沿设置。下檐与门面顶端距离≤0.1m	檐口下方，门楣上方。不得超出墙体外沿设置。下檐与门面顶端距离≤0.1m(相邻应统一高度)	檐口下方，门楣上方。不得超出墙体外沿设置。下檐与门面顶端距离≤0.2m(相邻应统一高度)	檐口下方，门楣上方。不得超出墙体外沿设置。下檐与门面顶端距离≤0.3m(相邻应统一高度)

⑥ 店面招牌设置数量控制要求

店面招牌应遵从“一店一牌、一单位一牌”原则，且仅允许依附其相应营业场所门面入口处设置一处。如营业场所存在多处临街入口的，存在“一店多招”的情况则按以下情况处理：

• 营业店面具有多处临街门面入口的，则允许依附每个临街门

面入口处各设置一处店面招牌，招牌数量不得超过该场所出入口的数量；

• 营业店面位于交叉路口的，则允许在两个临街门面入口处各设一处；

• 同一个店面设置多个招牌，应与建筑外立面保持协调，严格遵循建筑结构柱体分隔要求，设置高度保持在同一水平线上，招牌风格、形式与内容应保持一致。

（5）平行于建筑物外墙的店面招牌

① 门楣式店面招牌

• 门楣式店面招牌是指一般设置在建筑物二层窗台线以下、上端不高于二层窗户下沿、下端不低于门楣悬挑架空部分底沿的店面招牌；

在建筑玻璃幕墙、橱窗玻璃设置的，不得存在安全隐患、影响建筑采光和整体风貌；

• 不得遮挡建筑立面的采光窗口及建筑物主体的肌理和整体造型；

招牌的厚度应不大于0.15m，若采用内部照明则箱体厚度应不大于0.3m；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0.8m，采用内部照明的箱体厚度不得大于1.25m；

• 只能设置在建筑物二层窗台线以下，高度不超过1.5m，凸出墙面的距离不超过0.5m；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；

• 单层斜屋面建筑上不得设置遮挡屋檐的招牌；

• 根据建筑物立面的原有结构，在不破坏原立面结构的原则上直接设置于建筑物的墙体上，规格应与相邻店面已设置的招牌标识在形式、高度及外挑距离应当统一有序，保持相互协调底板材质和颜色应与建筑立面相协调；

• 此店招形式适用于各分区里的各种建筑类型的底层商业店招设置；

• 对于底层以上有出挑结构的建筑（包括骑楼），店面招牌应设置在廊道内侧和出挑结构以下，下沿不应低于门楣上沿；

• 出挑部分距离地面距离＜3m 时，允许将店面招牌设于建筑出挑部分的楼板，上沿不应高于二层窗户下沿。

② 集中式（标识展示墙）

• 标识展示墙仅允许设置在纯商业建筑或商住两用建筑的商业部分；

• 标识展示墙具体设置需结合建筑自身结构，禁止破坏建筑外立面装饰纹样。设计造型应与用地、建筑风格、特征相匹配，整体简洁、美观；

• 同一建筑物中，对于没有专用室外出入口的经营场所，在楼体拥有可设置空位的情形下，由建筑物物业管理方根据规划进行集中、统一设置标识展示墙。且每个主要出入口限设置一处。总面积应不超过所依附建筑结构面积的 15%。

（6）垂直于建筑物外墙的店面招牌

垂直于建筑外墙的招牌，原则上应在由主管部门和规划部门批准的商业街区及文化街区、特色风貌区，经统一规划后设置。

① 突出式店面招牌

• 禁止设置大型突出式店面招牌；

• 小型突出式店面招牌的设置需满足以下规定：

- 小型突出式店面招牌仅允许设置于商业建筑、综合建筑的商业建筑部分，其他地方禁止设置；

- 小型突出式店面招牌最大直径或最大边长不大于0.7m，厚度应不大于0.25m，侧招底部距地面不低于2.5m，与建筑物外墙成90°角；

- 已设置门楣招牌的店面，在不破坏建筑结构的情况下，根据实际需要，可再设置一处小型突出式招牌或者标识（如24小时营业等），但内容不能与门楣招牌重复；

- 同一建筑立面设置多个小型突出式店面招牌，其位置、规格、形式应统一协调；

- 相邻小型突出式店面招牌间距不得小于一个建筑开间；

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

② 悬挂式店面招牌

• 最大面积：不大于2㎡（单一展示面积不大于1㎡）；

• 最大厚度：不大于0.2m；

• 长度不应超出其所悬挂的建筑物的檐廊、挑檐或类似构件，最长不宜超过 2m；

• 最大宽度：不大于 0.5m；

• 净空高度：大于 2.5m；

• 店招水平间距：不小于 6m，布局美观协调；

• 同一建筑廊内的悬挂式店面标识规格、形式应统一协调。在一个建筑外廊中多个悬挂式店面招牌并列时，宜垂直于建筑立面方向，设置单一悬挂式店面招牌标识时，可以平行于建筑立面方向，但应退后原建筑物挑檐外立面至少 0.5m；

• 在保持整体协调和谐的前提下，墙面平行式店面招牌与悬挂式店面招牌可同时设置，但内容不得重复。

（7）落地式店面招牌

落地式标识展示牌仅允许设置在纯商业建筑或商住两用建筑用地红线范围内。

① 数量：每个临街面允许设置一个落地式标识展示牌，当单一临街面长度超过 80m 时，允许增加一个，总数量最多不超过 4 个，落地式招牌的数量不得超过所属建（构）筑物主要出入口的个数；

② 高度：设置的落地式标识展示牌高度不得超过 7m，且不应超过建筑物高度的 1/2，当其任何一个立面的宽度与高度的比例大于 1：3 时，其比例关系一般应符合数学比例关系（如黄金比例）；

③ 退后红线距离：

• 设置落地式标识展示牌距离人行道的宽度不应少于 3m；

• 当建筑后退用地红线距离小于 5m 时，不应设置落地式标识展示牌；

• 落地式标识展示牌单独设置时应退后用地红线至少 3m；当与入口大门统一设计时不受退后用地红线限制；

• 设置于企业办公场所或建（构）物周边的落地式招牌，不得超出其建设用地的红线范围，宜设置在距离建（构）筑物 12m 范围之内，距离市政道路不少于 3m；

• 商务写字楼、大型商场、汽车 4S 店等店前有开敞空间的，可结合场地设置为落地式招牌，设置高度应与建筑后退开敞空间保持协调，最高不得高于 8m，且不得高于相应建筑物的高度；

• 落地式招牌设置高度在所属建筑的用地红线范围之内，且应符合下表的规定；

表 5-2 落地式店面招牌设置位置示意图

落地式招牌高度限定一览表	招牌高度（m）	宽度（m）	占地面积（㎡）	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
≥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。				

• 落地式标识展示牌不应妨碍行人、车辆通行及建筑通风、采光、消防和安全疏散，鼓励艺术化设计。

（8）雨篷式店面招牌

• 最大面积：不大于 10 ㎡；

- 最大长度：不超过所在雨棚边长度的 80%；
- 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，若字体嵌入雨棚立面中的可结合雨棚装修设计，但其高度不应高出雨棚本身；
- 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，雨篷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；
- 同一店面标识内的单体字间距不得超过字高的 1 倍；
- 如果店面招牌设置在雨棚上面，应设置在正面单面展示；
- 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。

第六章 近期实施计划

第 1 条 建立问题清单，分区分类整改

该阶段重点是增量与存量户外广告设施管理双管齐下。首先根据专项规划的各项要求，对现有的大型户外广告设施进行全面的梳理，建立问题清单，根据问题清单对有问题的户外广告设施进行有序整改。

对违规设置的户外广告设施和招牌进行拆除或整改的同时，要抓好未批新设这一源头关，以避免旧患刚清、新疾又起，周而复始的情况发生。

对户外广告设施安全设置以及街容市貌的治理，是一项动态的、长期的工作，需要建立并不断完善长效治理机制，把对户外广告设施的管理和引导工作规范化、日常化。

1.存量户外广告设施整改措施

存量户外广告设施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，具体包括城市主要道路及城市商业综合体、步行商业街、大型商业广场、各类市场等城市重点区域，整治行动有序开展，最终实现覆盖。

2.增量户外广告整改措施

自规划批复实施之日起，新批准的增量户外广告应严格遵守本规划的相关设置要求，加强对未批新设、不符合规范违法新设户外广告的执法力度，规范有序地把控规划审批程序。

第 2 条 精选第一批试点路段和空间节点，打造示范点位

1.该阶段包括三个重点：

一是选取问题突出、有整改需求和条件、有典型示范意义的路段或空间节点开展户外广告设施综合整治与风貌提升工程，作为全县的范例，为下一步全面整改及提升积累经验；

二是选择高价值空间节点，侧重新技术新材料的运用，打造一批标杆性户外广告；

三是加强公益广告阵地建设，提炼和打造具有博罗特色的元素符号及公益广告视觉设计体系，促进公益广告设施整体品质提升。

2.“一轴、两街、八节点”

一轴：

博罗大道西-博罗大道中-博罗大道东，横贯中心城区的主轴线，前期重点是治理大道两侧临街面的户外广告和招牌的违规设置问题；优化该路段的公益广告设置，对道路两侧的公益广告（含围挡）进行统一设计规划；结合户外广告新媒体新技术，对选取出的适合设置的代表性建筑，设置一批标杆性户外广告，提升该路段建筑立面视觉品质，打造一条具有博罗特色的高颜值示范路段。

两街：

罗阳街道的商业西街-商业中街-商业东街、龙溪街道的万润商业街区（商业步行街、岗湖路、龙溪大道、大塘路围合区域）。对商业街区的存量户外广告设施和招牌进行整改和提升，对本路段选取出的

代表性建筑和空间节点设置地标性户外广告，打造高品质高活力的示范商业街区。

八节点：

第一阶段精选八处门户节点：龙溪收费站、园洲收费站、石湾收费站、罗浮山收费站、博罗县城中心客运站、博罗站、罗浮山站、博罗北站。打造一批高品质户外广告，加强品牌、产业及城市宣传，展现城市魅力，提升区域活力。

博罗县户外广告设置规划（2022-2035 年）·图集

1. 博罗县区位图

2. 规划范围

3. 基础分区总图

4. 特色分区总图

5. 禁设区图

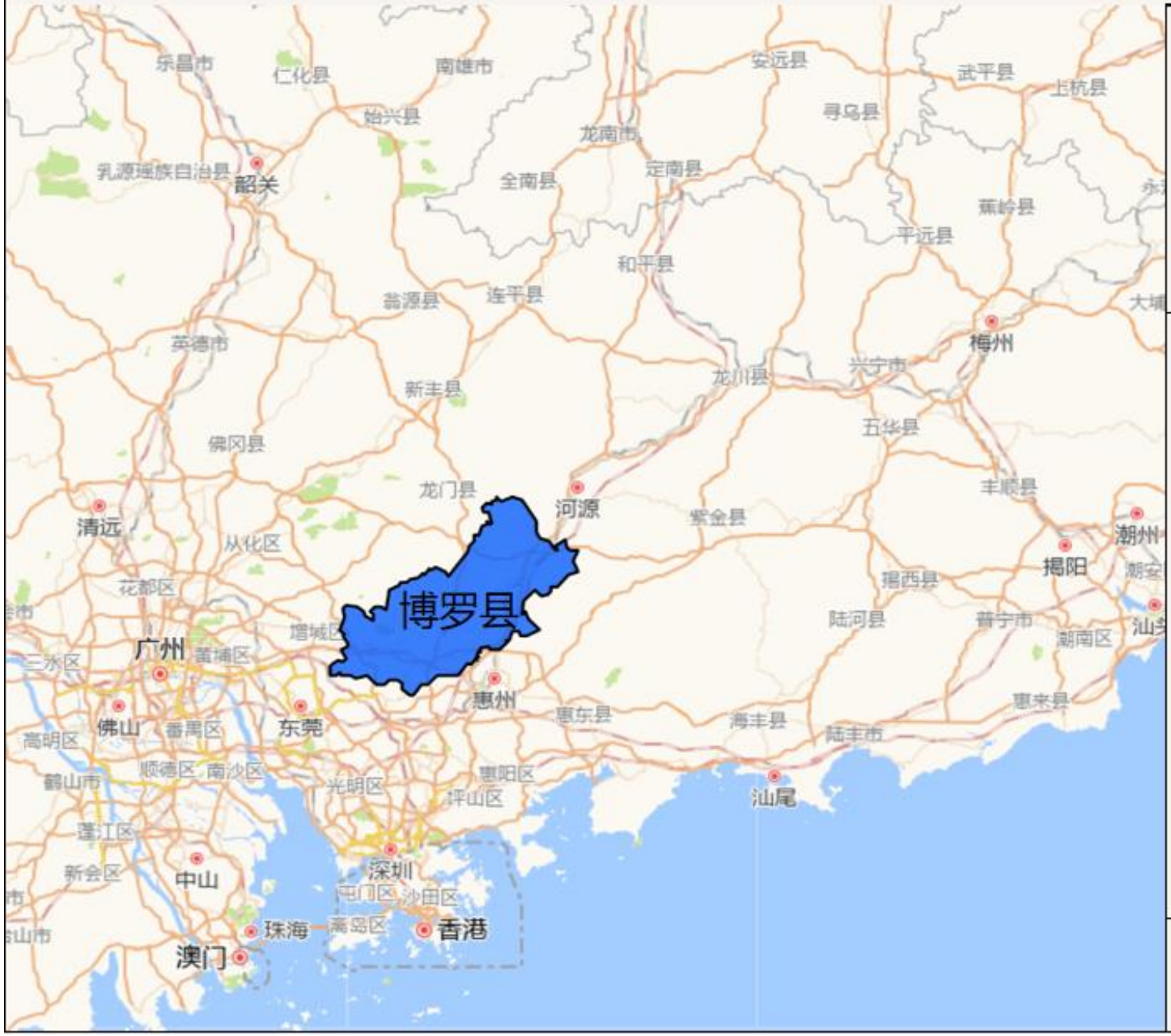
6. 严控区图

7. 宜设区图

8. 宜设区Ⅱ详图

9. 宜设区Ⅲ详图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）



N

图 例

—— 行政区界

01 区位图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）

N

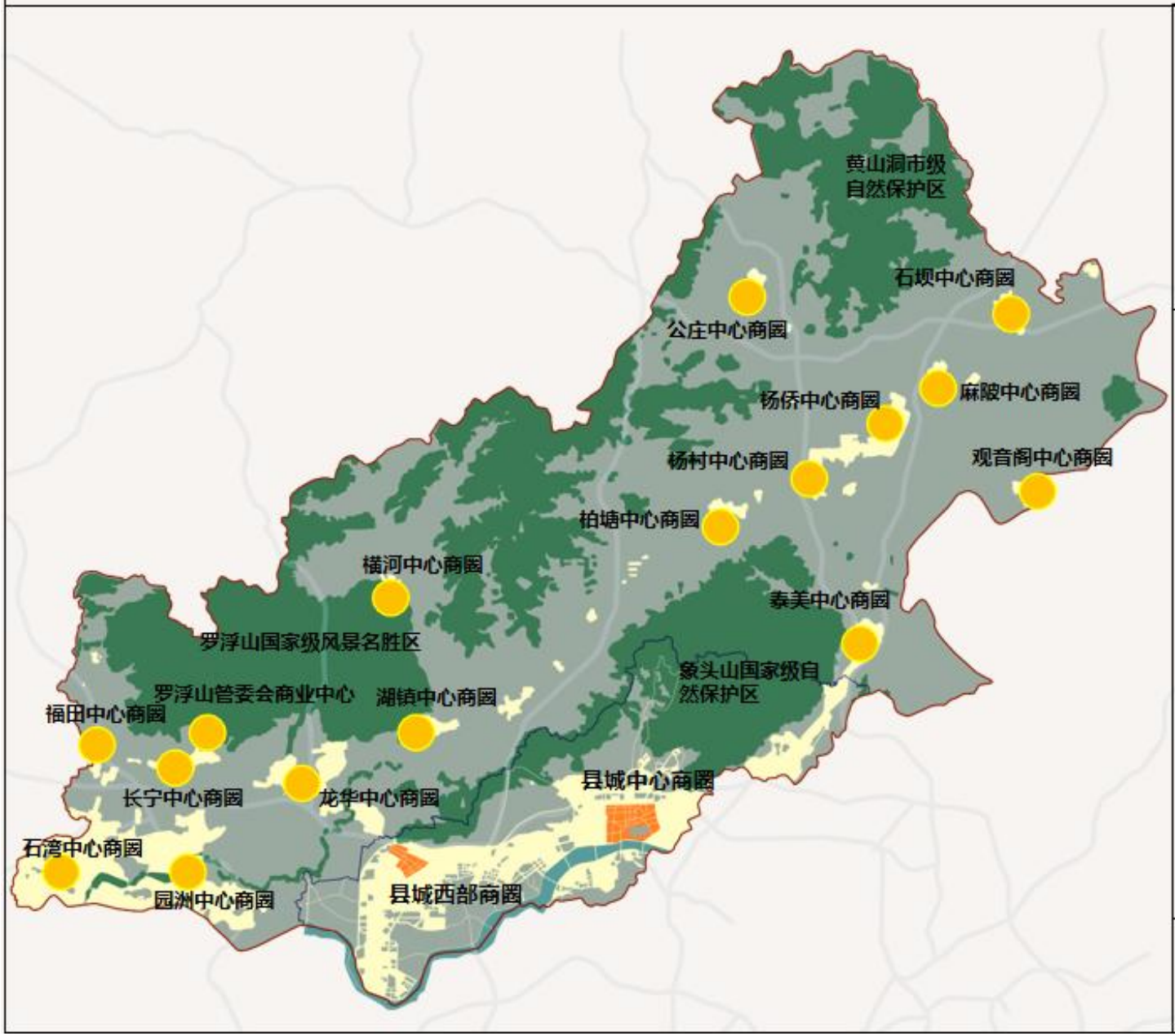
图 例

规划范围

重点规划范围

02 规划范围

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）



图例

宜设区Ⅱ

宜设区Ⅲ

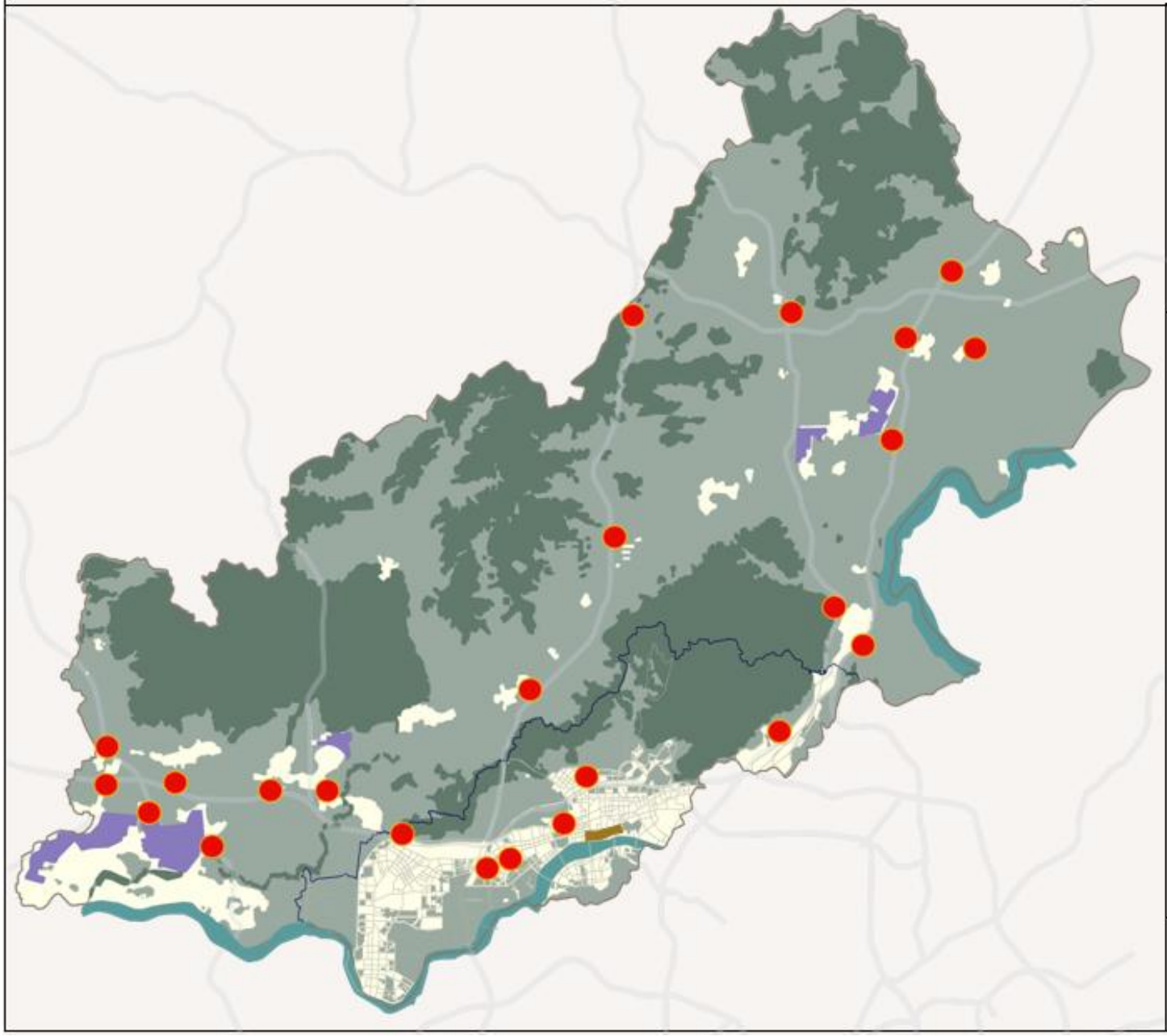
严控区Ⅰ

严控区Ⅱ

禁设区

03 基础分区总图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）



N

图 例

门户节点

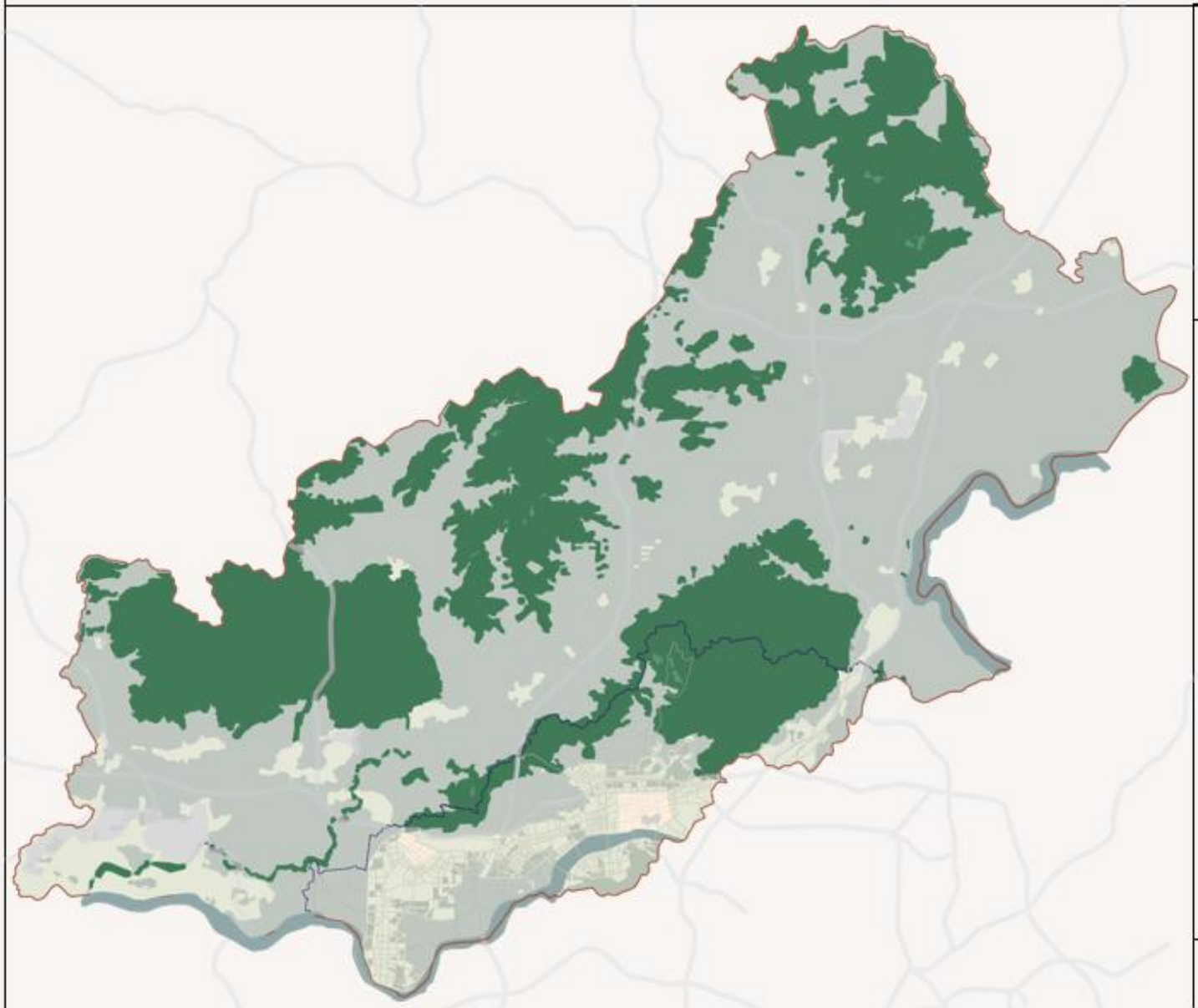
东江沿线

产业园区

历史城区

04 特色分区总图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）



N

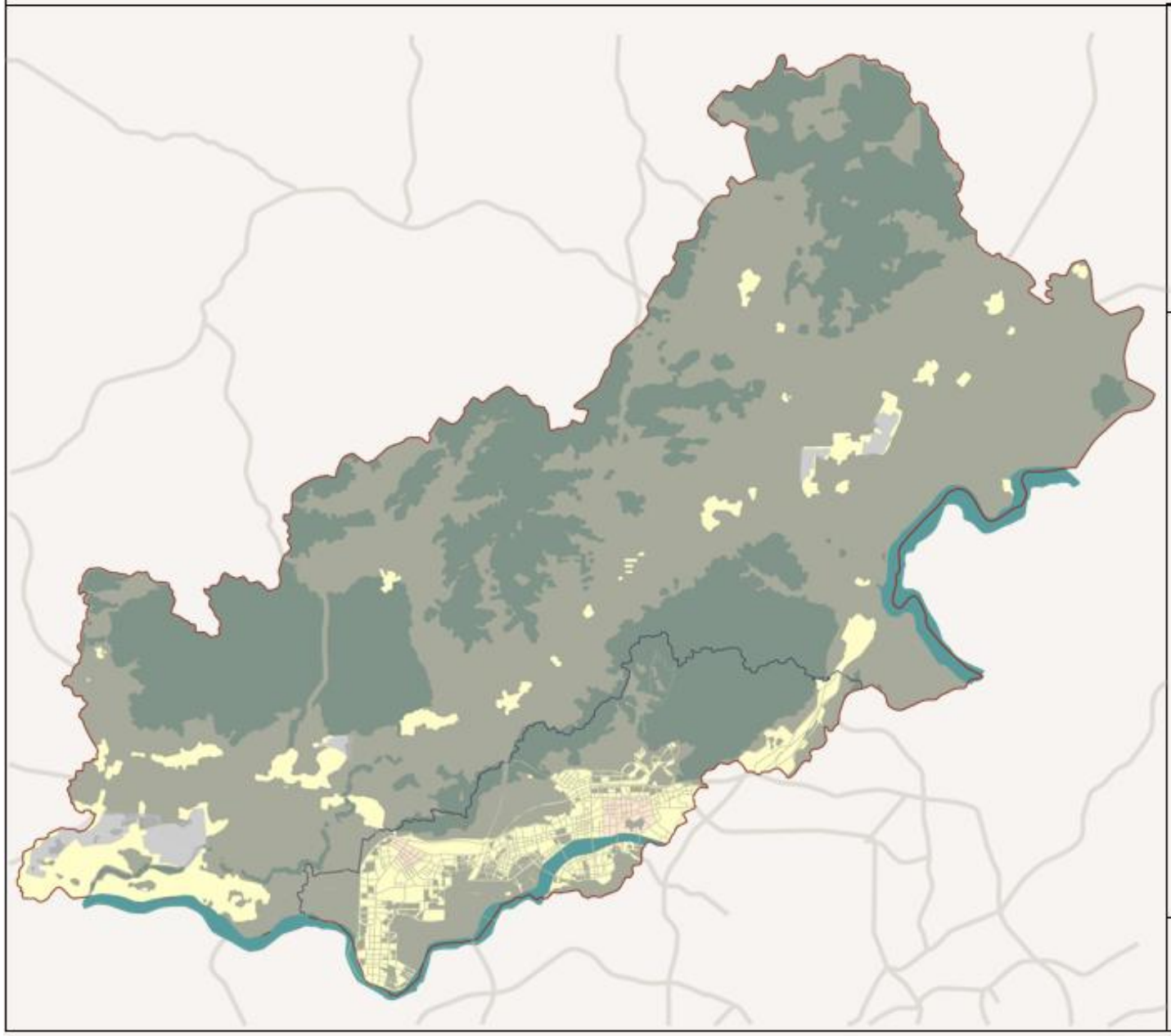
图 例

禁设区

规划范围

05 禁设区图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）



N

图 例

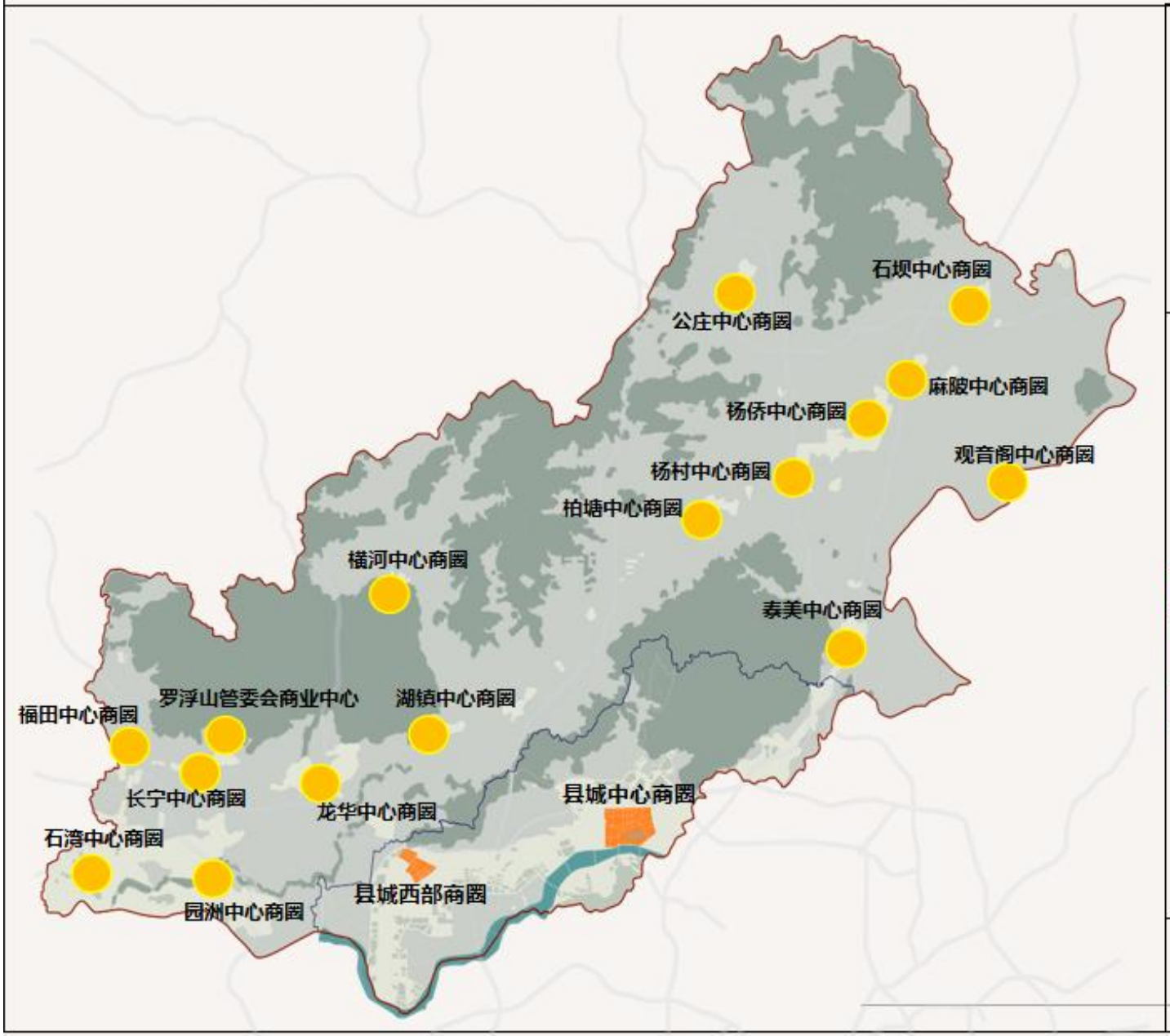
严控区Ⅰ

严控区Ⅱ

规划范围

06 严控区图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）



图例

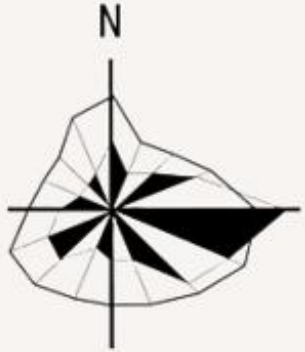
宜设区II

宜设区III

规划范围

07 宜设区图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）



图例

宜设区II

08 宜设区II详图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）

园洲镇中心商圈

石湾镇中心商圈

湖镇镇中心商圈

长宁镇中心商圈

N

图例

宜设区Ⅲ

09 宜设区Ⅲ详图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）

福田镇中心商圈

杨村镇中心商圈

杨侨镇中心商圈

泰美镇中心商圈

N

图例

宜设区Ⅲ

09 宜设区Ⅲ详图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）

龙华镇中心商圈

石坝镇中心商圈

观音阁镇中心商圈

横河镇中心商圈

图例

宜设区Ⅲ

09 宜设区Ⅲ详图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）

麻陂镇中心商圈

柏塘镇中心商圈
（区域一）

柏塘镇中心商圈
（区域二）

N

图例

宜设区Ⅲ

09 宜设区Ⅲ详图

博罗县户外广告设置规划（2022-2035）

公庄镇中心商圈
（区域一）

公庄镇中心商圈
（区域二）

N

图例

宜设区Ⅲ

09 宜设区Ⅲ详图