

# 青島市戶外廣告和招牌設置導則

Guidelines for Setting Outdoor Advertising and Signboards in Qingdao



# 目录

## contents

### 01 规划总则 03

- 1.1 制定目的
- 1.2 适用范围
- 1.3 基本原则
- 1.4 制定依据

### 02 户外广告设置导则 06

- 2.1 户外广告定义与分类
- 2.2 禁止设置商业户外广告的区域和情形
- 2.3 户外广告设置要求
- 2.4 户外广告分类设置导则

### 03 招牌设置导则 35

- 3.1 招牌设置定义与分类
- 3.2 招牌禁止设置的区域及情形
- 3.3 招牌设置要求
- 3.4 招牌设置导则

### 04 材料选用 54

- 4.1 金属材料
- 4.2 混凝土材料
- 4.3 焊接材料
- 4.4 其他材料

### 05 设计和安装 56

- 5.1 户外广告和招牌设计
- 5.2 户外广告和招牌安装

### 06 维护保养 59

- 6.1 户外广告和招牌设施日常维修与保养
- 6.2 户外广告和招牌设施应急维修与保养

### 07 安全检测 61

- 7.1 户外广告安全检测
- 7.2 招牌设施安全检测

### 08 照明设置导则 64

- 8.1 照明基本要求
- 8.2 灯光照度设置导则
- 8.3 照明光源规定
- 8.4 照明亮度标准规定
- 8.5 常用照明技术规定
- 8.6 照明设施验收

### 09 公益广告设置导则 68

- 9.1 公益广告概念
- 9.2 公益广告禁止设置规定
- 9.3 公益广告设置要求
- 9.4 公益广告内容要求
- 9.5 企业出资公益广告相关要求
- 9.6 公益广告其他规定

### 10 附录 71

- 10.1 术语

# 总则

General Planning

# 01

1.1 制定目的

1.2 适用范围

1.3 基本原则

1.4 制定依据

## 1.1 制定目的

户外广告和招牌是城市环境的重要组成部分，为规范青岛市户外广告和招牌设置行为，逐步实现城市户外广告和招牌管理的科学化、规范化、人性化，为设置单位提供直观、易懂的技术依据，使《青岛市户外广告和招牌设置技术规范》更易理解和可操作性，制定本导则。

## 1.2 适用范围

本导则适用于本市行政区域内各种形式的户外广告和招牌设施的设置。

本导则为户外广告和招牌设施的设置、设计、制作与安装、验收、维护保养、安全检测及相关管理工作提供依据。

户外广告和招牌设施的设置与管理除应符合本导则的规定外，还应符合国家现行的有关标准的规定。

## 1.3 基本原则

### 1.3.1 安全性原则

户外广告和招牌设置应符合安全生产、安全管理等有关规定和标准，管理维护单位应当加强户外广告和招牌设施的安全检查，发现出现锈蚀或者存在安全隐患的，应当及时整修或者拆除。

### 1.3.2 美观性原则

户外广告和招牌应保持整洁美观，出现破损、褪色、脏污、字体残缺的，其设置者应当及时维护、整修。

### 1.3.3 协调性原则

户外广告和招牌设置应协调有序，与建（构）筑物本身、周边环境以及相邻户外广告和招牌设施的高度、造型、规格等相协调。

### 1.3.4 可操作性原则

本导则结合青岛市实际制定，与青岛市现有的法律法规、城市规划和技术规范相适应，以图文并茂形式指导户外广告和招牌设置，便于有关规定落实执行。

## 1.4 制定依据

- (1) 《中华人民共和国广告法》（2018年）。
- (2) 《中华人民共和国城乡规划法》（2019修正）。
- (3) 《城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010）。
- (4) 《特殊标志管理条例》（1996年）。
- (5) 《户外广告设施检验规范》（DB37/T487—2004）。
- (6) 《青岛市市容和环境卫生管理条例》（2018年）。
- (7) 《青岛市户外广告设置管理办法》（2018年）。
- (8) 《青岛市市区户外广告、招牌设置总体规划》（2011-2020）。
- (9) 《青岛市户外广告和招牌设置技术规范》（2019年）。

# 户外广告设置导则 02

Guidelines for setting up outdoor advertising

2.1 户外广告定义与分类

2.2 禁止设置商业户外广告的区域和情形

2.3 户外广告设置要求

2.4 户外广告分类设置导则

## 2.1 户外广告定义与分类

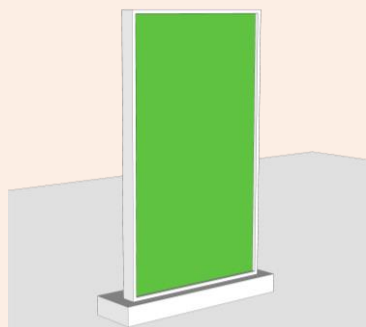
### 2.1.1 户外广告定义

本导则所指的户外广告主要指：

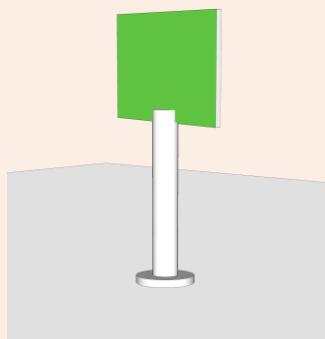
(1) 利用户外场地、建(构)筑物、市政设施设置展示牌、霓虹灯、发光字体、电子显示屏、电子翻板装置、灯箱、广告栏、宣传栏、实物模型等广告设施的。

包括外打灯广告牌、灯箱式广告、霓虹灯广告、三面翻广告、橱窗广告、LED(LCD)电子显示屏、桥体广告、立杆式广告、底座式广告,大型立柱广告及点光源式广告等。(如图2.1.1-1所示)。

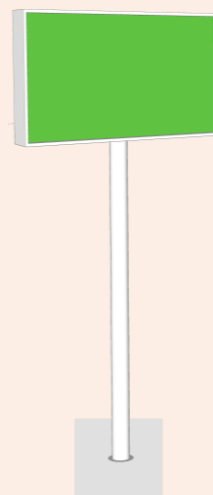
图2.1.1-1 户外广告



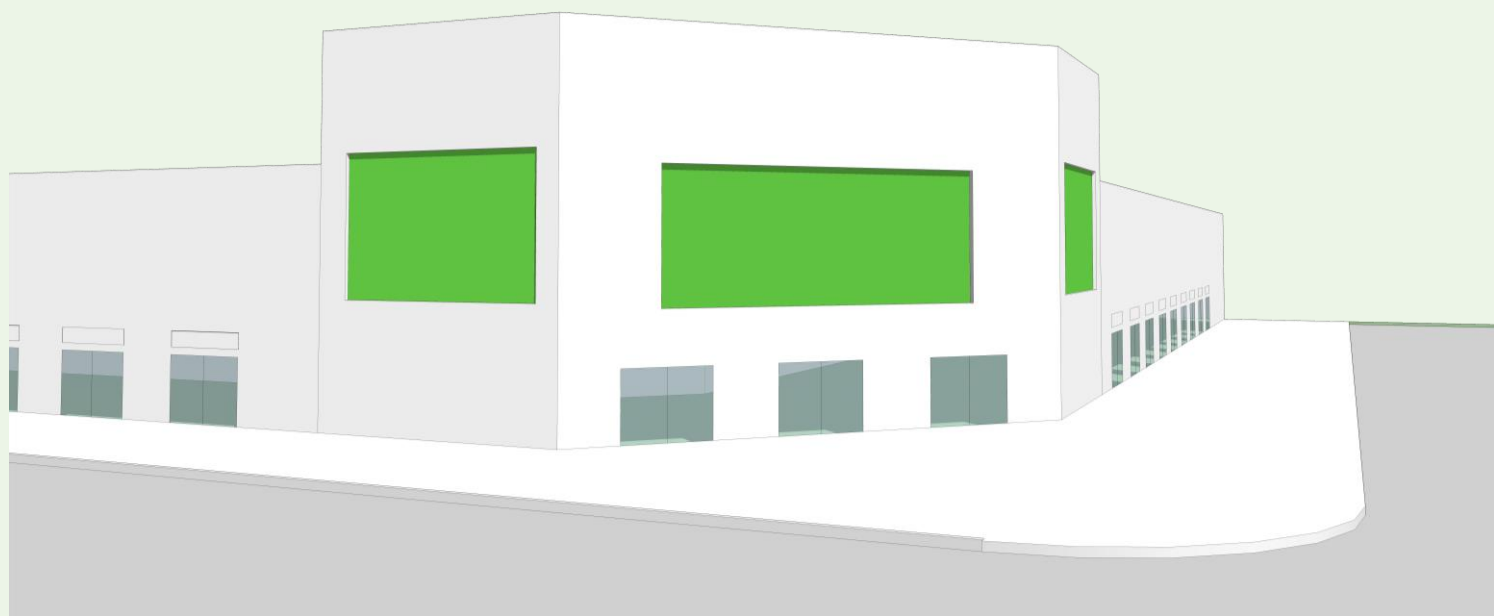
底座式广告



立杆式广告



大型立柱式广告



橱窗广告

## 2.1 户外广告定义与分类

### 2.1.1 户外广告定义

图2.1.1-1 户外广告



灯箱式广告



三面翻广告

(2) 利用建(构)筑物、车体、水上漂浮物、升空器具、充气物、亭体、工地围墙(挡)、模型等绘制、张贴、悬挂、投影广告的或者利用实物造型、悬挂物、充气装置等载体设置宣传品的(如图2.1.1-2所示)。

图2.1.1-2 户外广告



车体广告



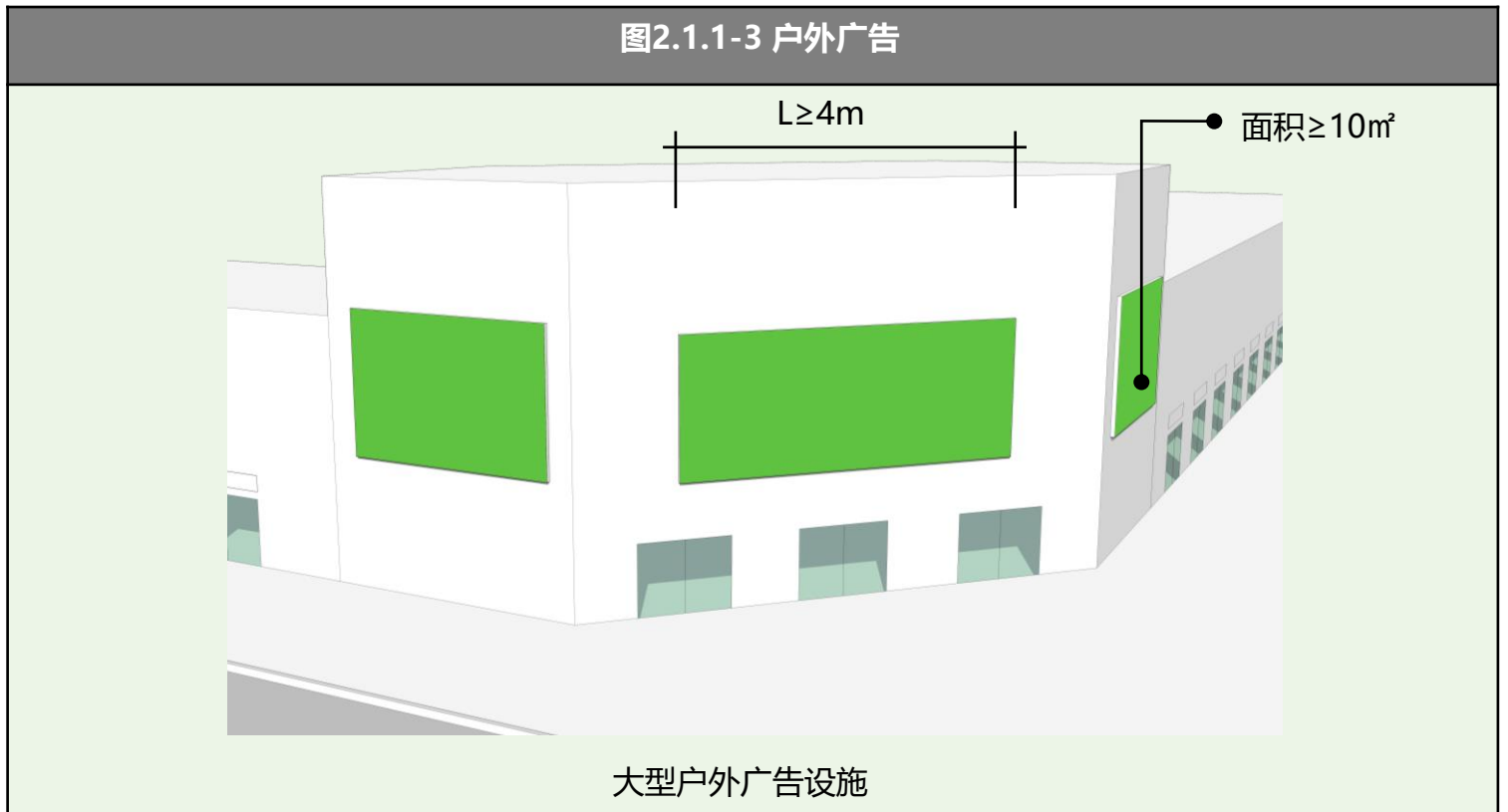
工地围墙

## 2.1 户外广告定义与分类

### 2.1.1 户外广告定义

(3) 其他设置户外广告的情形。

大型户外广告设施，是指单位面积大于等于 $10\text{m}^2$ 或任意最大边长大于等于 $4\text{m}$ 的户外广告设施。（如图2.1.1-3所示）。



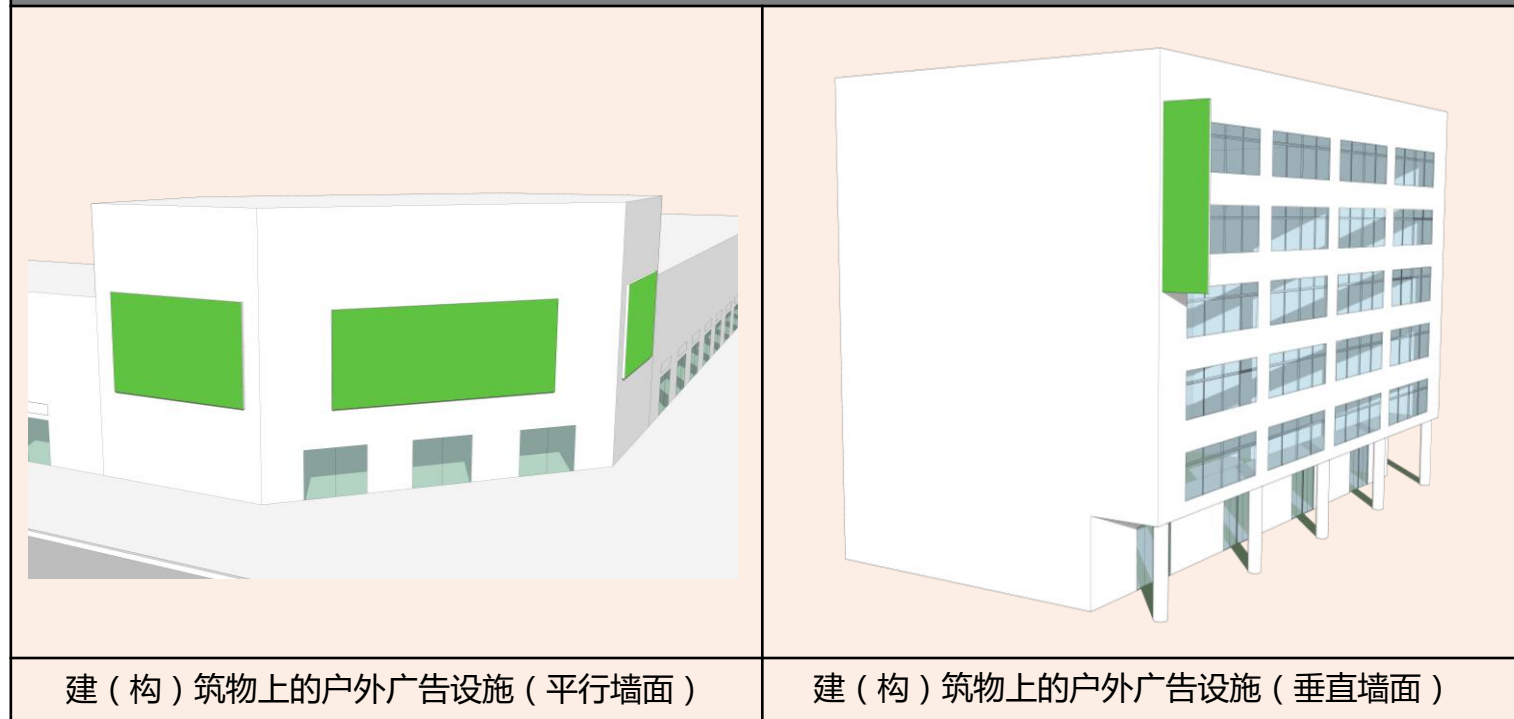
## 2.1 户外广告定义与分类

### 2.1.2 户外广告分类

#### (1) 建（构）筑物上的户外广告设施

设置在建（构）筑物外立面的各类户外广告设施，包括平行于墙面设置的、垂直于墙面设置的及围墙上设置的户外广告设施（如图2.1.2-1所示）。

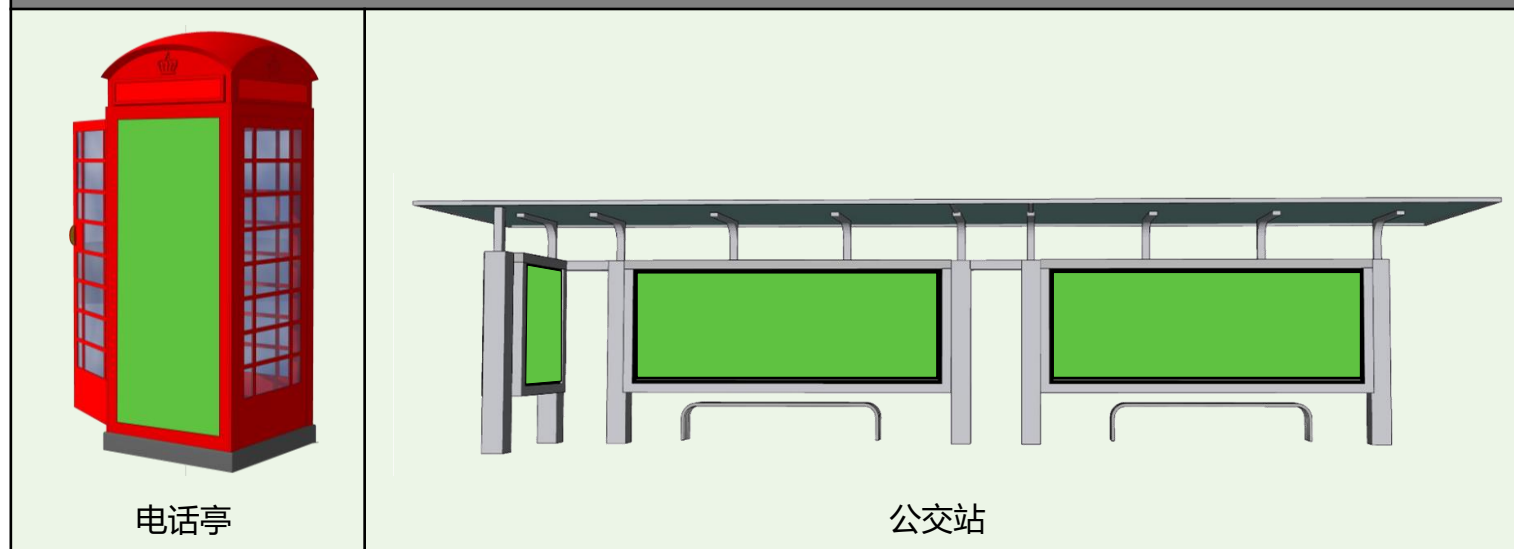
图2.1.2-1 建（构）筑物上的户外广告设施



#### (2) 公共设施上的户外广告设施

设置在道路两侧和公共场所的各种杆体、亭体、阅报栏、画廊、自动售货机、自行车棚等公共设施上的各类户外广告设施（如图2.1.2-2所示）。

图2.1.2-2 公共设施上的户外广告设施



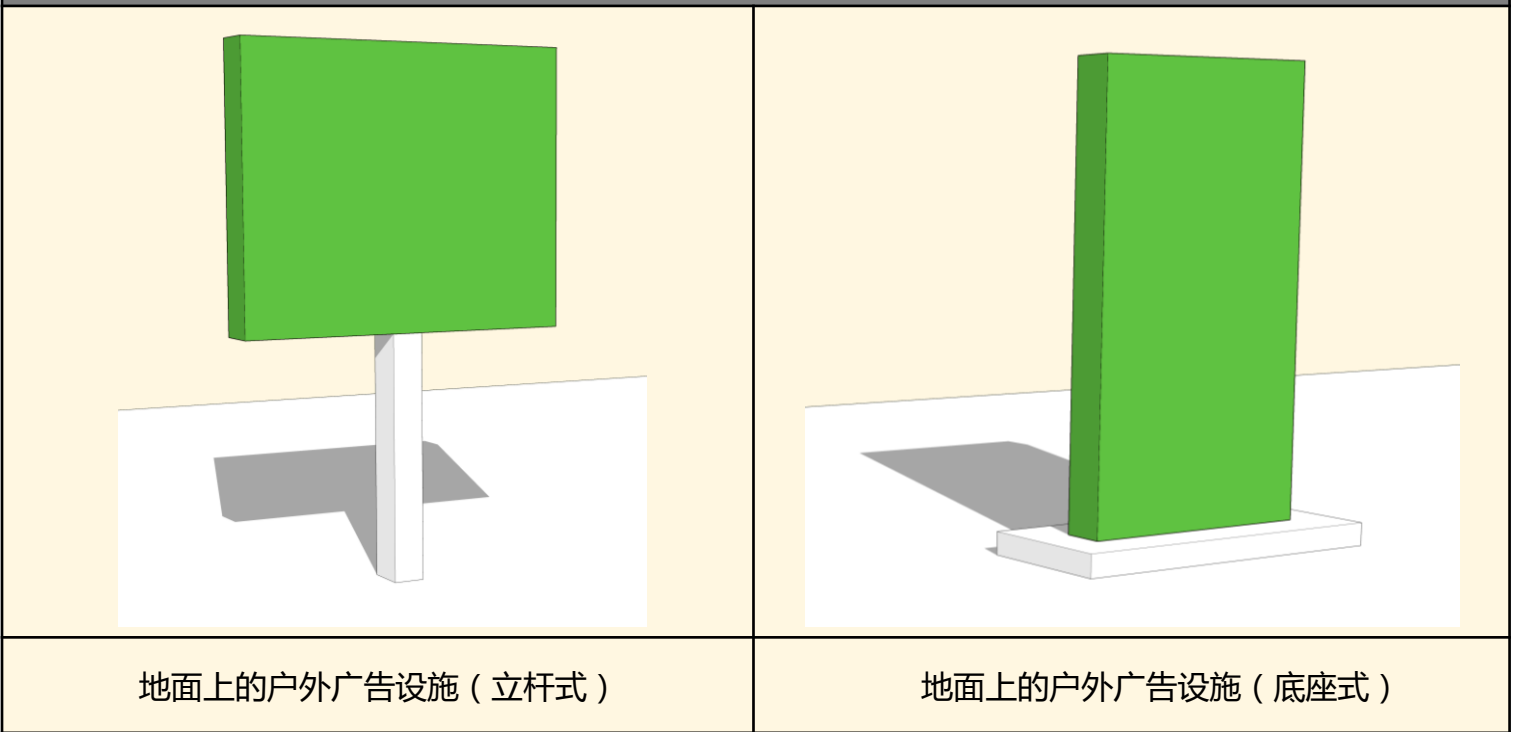
## 2.1 户外广告定义与分类

### 2.1.2 户外广告分类

#### (3) 地面上的户外广告设施

直接在地面安装的各类户外广告设施，包括立杆式、底座式、大型落地式及大型立柱户外广告设施（如图2.1.2-3所示）。

图2.1.2-3 地面上的户外广告设施



#### (4) 移动式户外广告设施

设置在移动交通工具或飞艇、气球等升空器具上的户外广告设施，包括车辆、船舶上设置的及空中移动户外广告设施（如图2.1.2-4所示）。

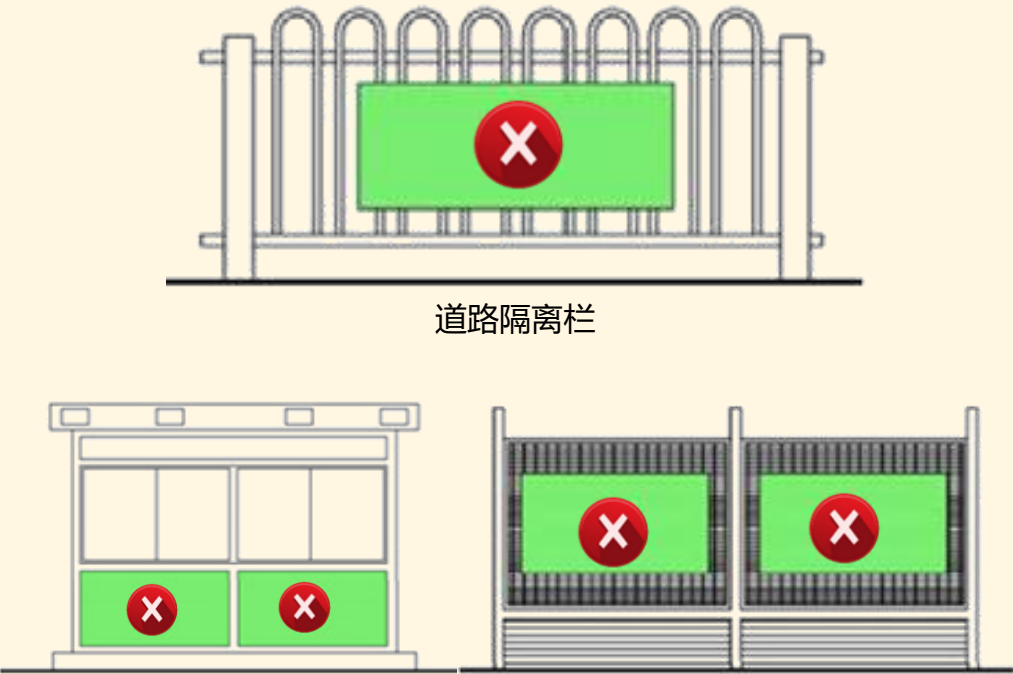

图2.1.2-4 移动式户外广告设施








## 2.2 禁止设置商业户外广告的区域和情形

禁止设置的区域及情形	图示
<p>(1) 国家机关 (如图2.2-1)、文物保护单位 (如图2.2-2)、风景名胜点及其建筑控制地带。</p>	<p style="text-align: center;">党政机关</p> <p style="text-align: right;">控制范围</p>
	<p style="text-align: center;">2.2-1 国家机关</p>
	<p style="text-align: right;">禁止设置区域</p>
<p style="text-align: center;">2.2-2 文物保护单位</p>	
<p>(2) 交通安全设施、交通标志牌、交通信号设施、交通执勤岗设施、道路隔离栏、高架轨道隔音窗 (隔音墙)、道路及桥梁防撞墙与隔音窗 (隔音墙)、交通杆体 (如图2.2-3所示)。</p>	<p style="text-align: center;">交通信号设施      交通标识牌      交通杆体</p> <p style="text-align: center;">图2.2-3 影响交通标志牌、交通信号灯等</p>

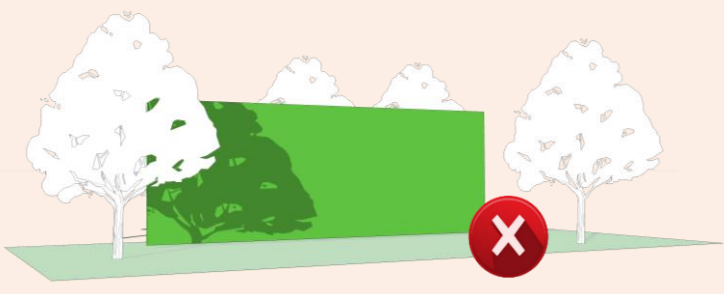
## 2.2 禁止设置商业户外广告的区域和情形

禁止设置的区域及情形	图示
	 <p style="text-align: center;">道路隔离栏</p> <p style="text-align: center;">交通执勤岗设施      高架轨道隔音窗（隔音墙）</p>
<p>图2.2-3 影响交通标志牌、交通信号灯等</p>	
<p>(3) 影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用，或者妨碍安全视距和车辆行人通行的。占用或影响残疾人设施的。妨碍消防通道，影响消防供应设施（如图2.2-4所示）。</p>	
	<p>图2.2-4 遮挡消防设施</p>

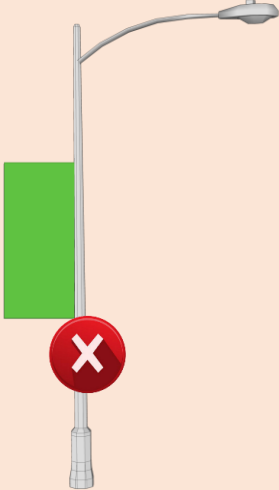
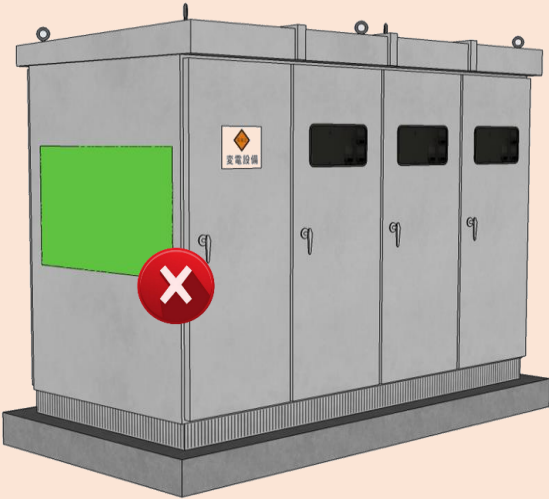

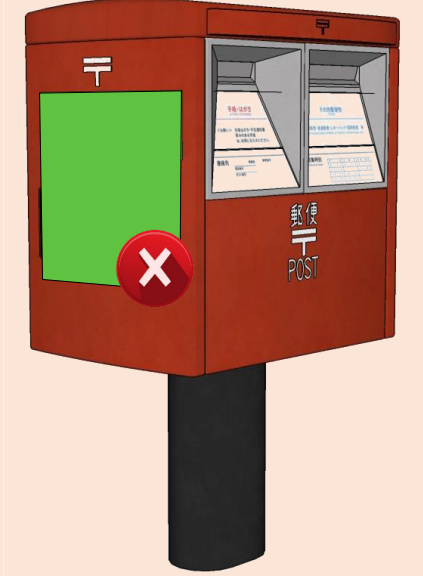
## 2.2 禁止设置商业户外广告的区域和情形

禁止设置的区域及情形	图示	
<p>(4) 在建(构)筑物屋顶顶部(含裙楼)设置的(如图2.2-5所示)。在相邻建(构)筑物之间跨越式架设的(如图2.2-6所示)。在建(构)筑物骑楼立柱设置的(如图2.2-7所示)。利用危房或可能危及建(构)筑物和设施安全的(如图2.2-8所示)。</p>	 <p>图2.2-5 建(构)筑物屋顶顶部(含裙楼)</p>	 <p>图2.2-7 建(构)筑物骑楼立柱设置</p>
	 <p>图2.2-6 相邻建(构)筑物之间跨越式架设</p>	 <p>图2.2-8 危房</p>
	 <p>图2.2-9 城市建成区</p>	
	<p>(5) 在城市建成区范围内禁止设置大型立柱式户外广告设施(如图2.2-9所示)。</p>	


## 2.2 禁止设置商业户外广告的区域和情形

禁止设置的区域及情形	图示
<p>(6) 利用行道树设置或损毁绿地的(如图2.2-10所示)。</p>	 <p>图2.2-10 占用绿地</p>
<p>(7) 利用僵尸车发布设置的(如图2.2-11所示)。利用机动车辆长期占用公共场地发布设置的。利用车辆顶部设置广告的(出租车限于使用交通诱导功能的智能顶灯)(如图2.2-12所示)或利用车体外侧设置LED等电子显示设备的。</p>	 <p>图2.2-11 僵尸车</p>
	 <p>图2.2-12 车顶广告</p>

## 2.2 禁止设置商业户外广告的区域和情形

禁止设置的区域及情形	图示
<p>(8) 利用电杆等电力设施以及影响上述电力设施安全使用的；利用通讯、交通信号、电力、邮箱、垃圾箱(废物箱)、路灯、有线等各类箱体设置的(如图2.2-13所示)。</p>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>利用电杆</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>利用通讯设备箱</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>利用垃圾箱</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>利用邮箱</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">图2.2-13</p>

## 2.2 禁止设置商业户外广告的区域和情形

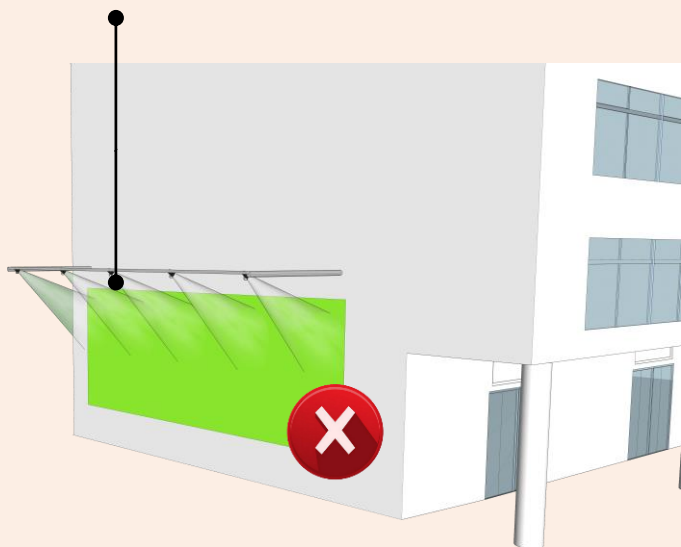
禁止设置的区域及情形	图示
<p>(9) 利用条幅设置的 (如图2.2-14所示)。</p>	 <p>图2.2-14</p>
<p>(10) 城市轨道交通特别保护区范围内；城市轨道交通控制保护区范围内且未书面征求轨道交通经营单位同意。</p>	<p>——</p>
<p>(11) 其他妨碍生产生活、影响城市景观的情形。</p>	<p>——</p>

## 2.3 户外广告设置要求

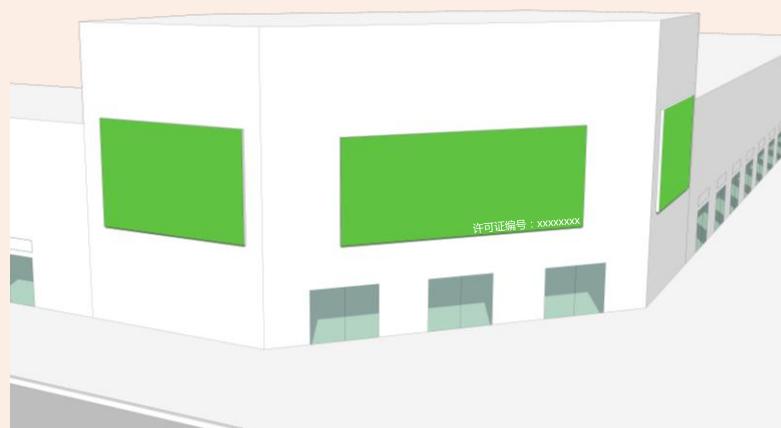
- (1) 设置应符合城市规划要求，应与城市规划功能分区相适应，合理布局，规范设置。
- (2) 应安全、美观，与城市容貌及周围环境相协调，并应符合节能与生态环保的要求。
- (3) 不得损害建筑物、街景和城市轮廓线的重要特征，不得破坏被依附载体的整体效果，其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与建筑及其他所依附的载体相协调。
- (4) 不得影响被依附载体的使用功能，不得影响建筑物安全，不得影响消防通道。
- (5) 应注重昼夜景观协调。属同一形式多处设置的，应同一规格、材质。
- (6) 严格按照批准的地点、时间、规模、形式、面积、内容等发布。保证在设置期间的外观完好、整洁、美观和安全使用。
- (7) 必须采取有效措施保证其结构安全、可靠，应及时进行更新、维护、保养，并按期进行安全检查。
- (8) 不得影响建筑物的整体形象。其支架不得锈蚀、裸露。在残旧的建筑外立面设置的，应进行建筑外立面装修，整体设计制作。外打灯广告的射灯支架不得与广告牌面分离设置，且颜色应与周边环境、色彩相协调（如图2.3-1所示）。
- (9) 不得影响航空安全。在国家航空管理法规规定的管制范围内，禁止使用霓虹灯、闪烁光源、红色光形式的户外广告和招牌及升空气球。
- (10) 户外广告经营单位应在所发布的大型户外广告牌面内的右下角清晰标注设置许可证编号（如图2.3-2所示），霓虹灯在其牌面外右下角标注。升空气球（系留气球）在其固定物外观须清晰标注设置单位、联系电话。标注不得影响广告设施整体效果。

如图2.3-1 外打灯广告

外打灯广告的射灯支架不得与广告牌面分离设置



如图2.3-2 户外广告标注



大型户外广告

## 2.3 户外广告设置要求

(11) 户外广告设施达到设计使用年限时，户外广告产权人应当及时予以更新。

(12) 应当符合国家语言文字的规范要求。使用外文时，应同时标注醒目的中文字符，中文字符应占据版面主体（如图2.3-3所示）。

如图2.3-3 使用外文时



使用外文时，应同时标注醒目的中文字符

## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.1 建（构）筑物上户外广告设置导则

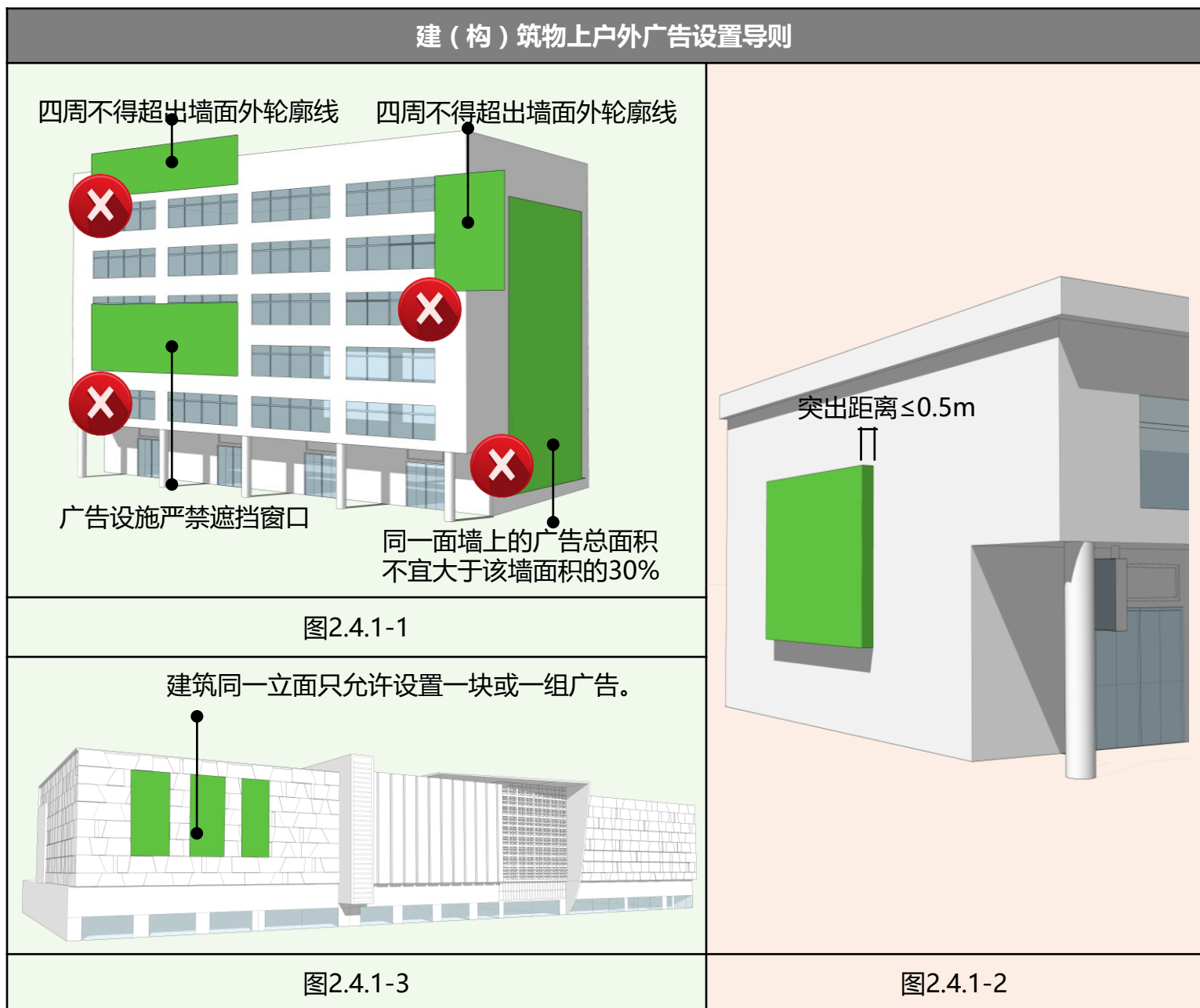
(1) 平行于墙面的户外广告设施宽度应与墙面相协调，四周不得超出墙面外轮廓线（如图2.4.1-1）。垂直方向突出墙面距离不宜大于0.5m（如图2.4.1-2），不得妨碍行人、车辆通行安全。

(2) 贴附于墙面的户外广告设施设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面。单个广告面积（除广告幕布外）在商业区域内宜小于100m<sup>2</sup>，商业区域外宜小于50m<sup>2</sup>；建（构）筑物同一面墙上的广告总面积不宜大于该墙面积的30%（如图2.4.1-1）。

(3) 高层建筑主楼墙面应设置镂空文字及图案等形式的户外广告设施。

(4) 广告设施严禁遮挡窗口，且不得影响建筑物主体的整体造型（如图2.4.1-1）。

(5) 建筑同一立面只允许设置一块或一组广告（如图2.4.1-3）。



## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.2 公共设施上的户外广告设置导则

(1) 各种亭、棚、栏等公共设施的顶部不得设置户外广告(如图2.4.2-1所示)。

(2) 公交站牌、路名牌、消防栓等设施5m范围内不得设置独立式户外广告(如图2.4.2-1所示)。

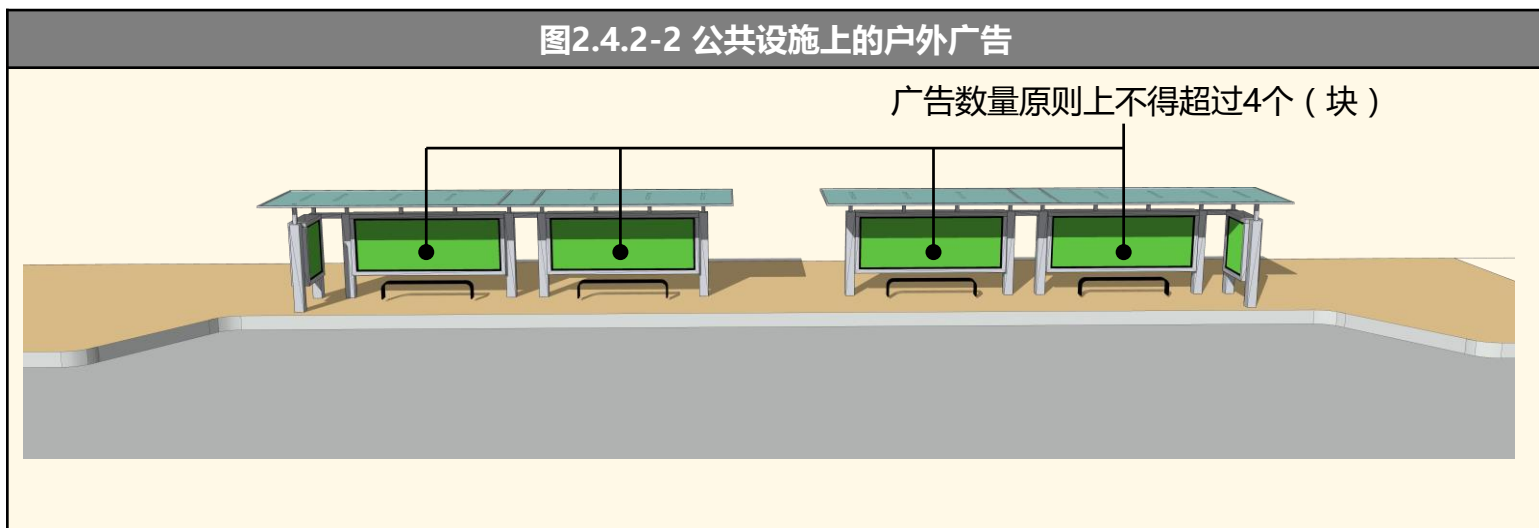
图2.4.2-1 公共设施上的户外广告



(3) 依附于公交候车亭的户外广告设施应符合以下规定：

- 每个站点广告数量原则上不得超过4个(块)，特大站、枢纽站最多不超过6个(块)且同时需满足行车道路宽度 $\geq 40$ 米(如图2.4.2-2所示)。
- 单个广告牌高不得大于1.5m，宽不得大于3.5m(如图2.4.2-3所示)。
- 必须设有符合标准的公交站牌设施，设置广告不得有碍乘客观看站牌及站头，不得影响人流交通的顺畅安全和道路视觉的通透，不得在来车方向设置广告，不得超出候车亭外轮廓线(如图2.4.2-4所示)。
- 必须设有照明设施，与路灯同步开启，且不得早于每日24:00前关闭照明电源(如图2.4.2-4所示)。
- 玻璃必须采用钢化玻璃，顶棚必须采用轻质材料(如图2.4.2-4所示)。

图2.4.2-2 公共设施上的户外广告



## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.2 公共设施上的户外广告设置导则

(3) 依附于公交候车亭的户外广告设施应符合以下规定：

2.4.2-3 公共设施上的户外广告

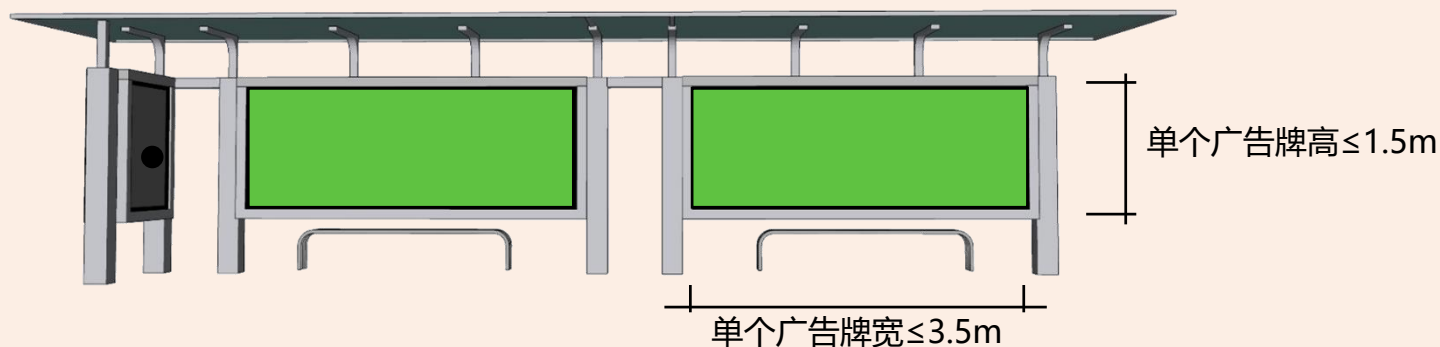
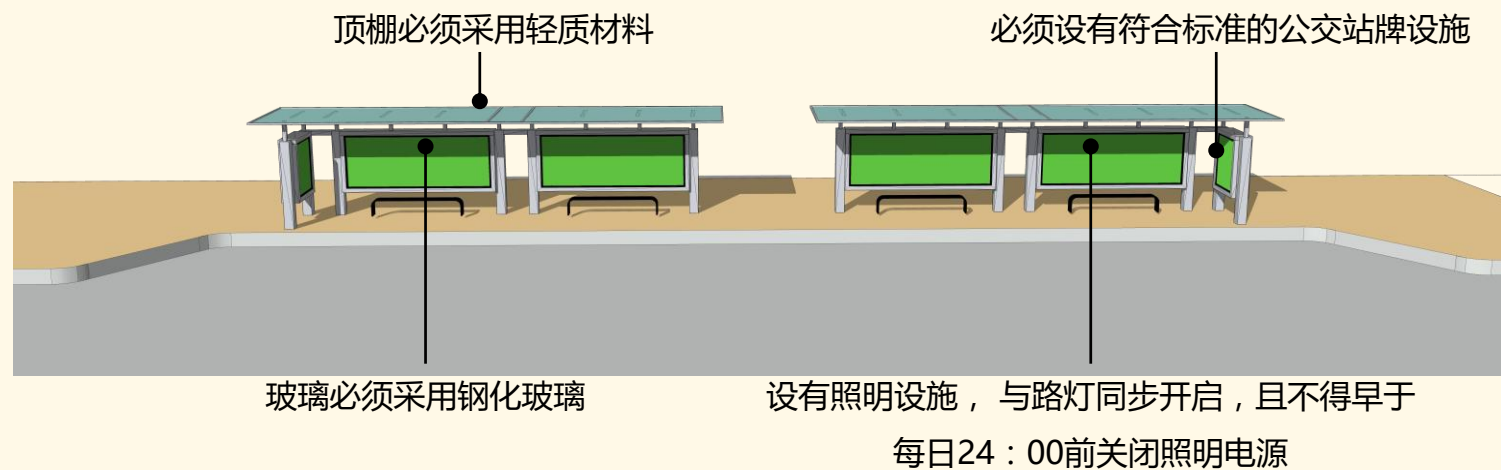


图2.4.2-4 公共设施上的户外广告



## 2.4 户外广告分类设置导则

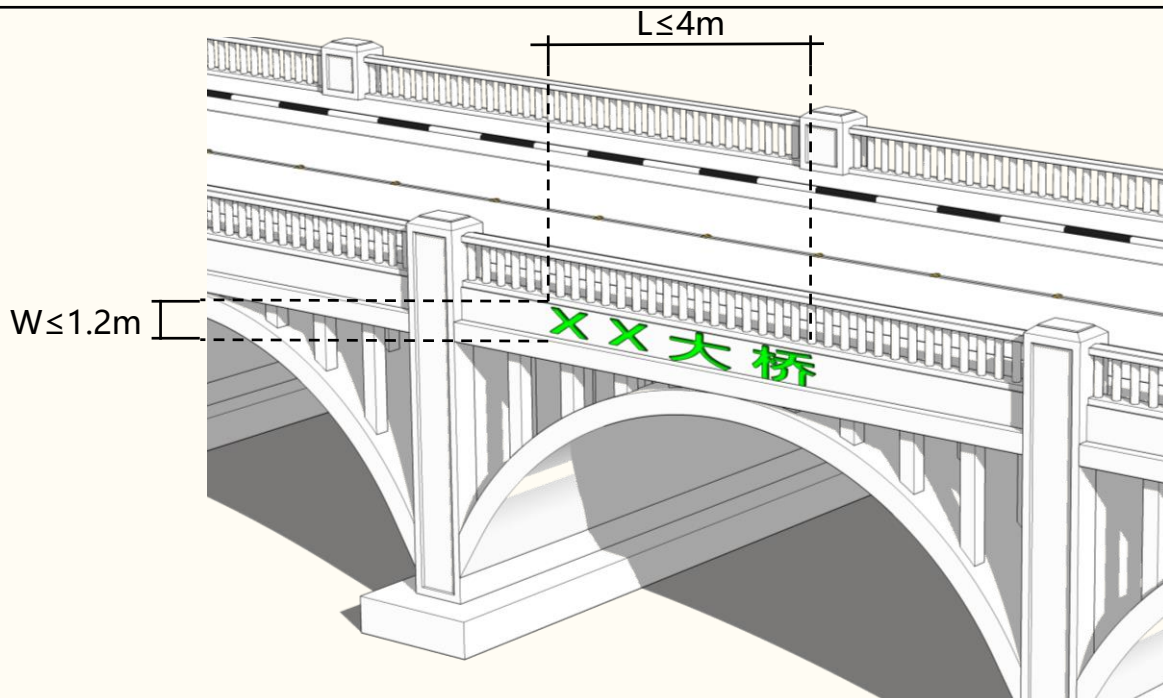
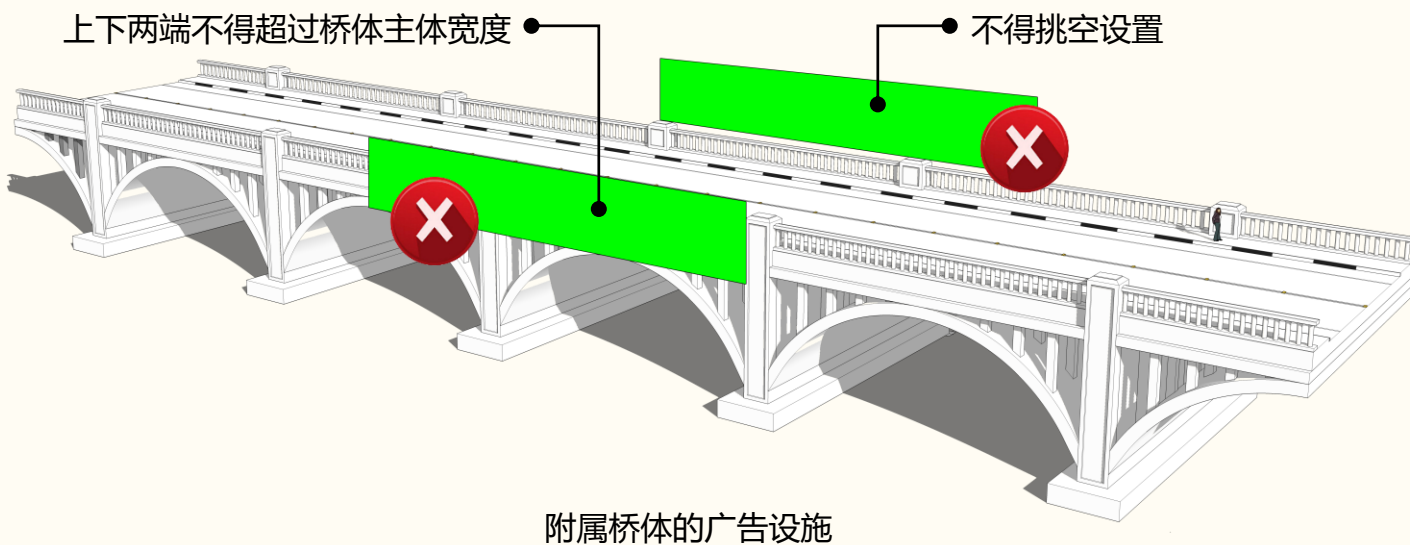
### 2.4.2 公共设施上的户外广告设置导则

#### (4) 其他城市公共设施附属的户外广告

附属桥体的广告设施，其上下两端不得超过桥体主体宽度，不得挑空设置。不得影响桥体安全和美观，不得影响交通信号灯及交通标志的设置。

桥体冠名牌，冠名牌尺寸原则上控制在长度4m、宽度1.2m以内。附属桥体设置的其他类型广告设施，其长度不得超过跨越道路的车行道宽度，且最长不得超过二十米（如图2.4.2-5所示）。

图2.4.2-5 附属桥体的广告设施



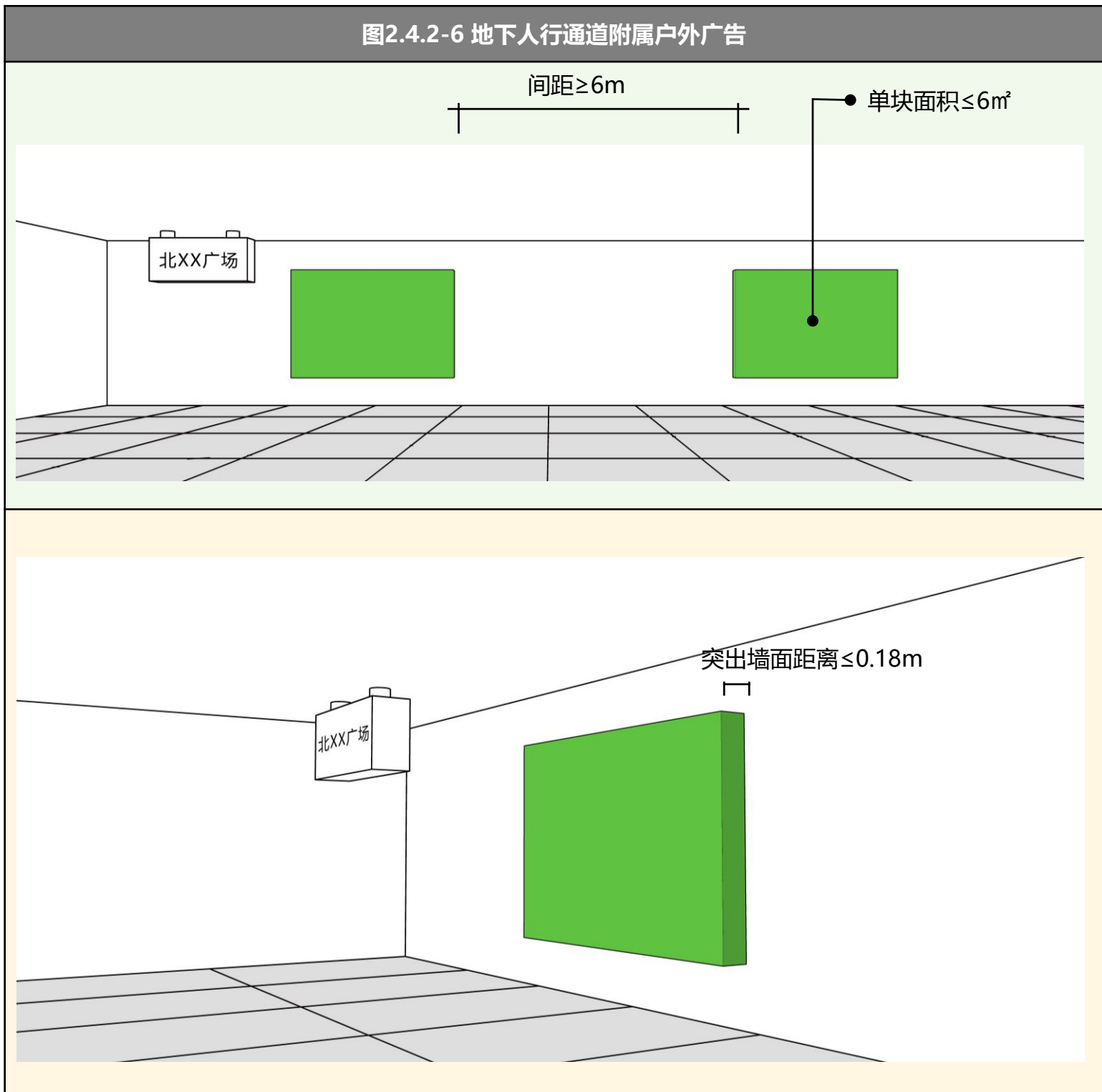
## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.2 公共设施上的户外广告设置导则

#### (5) 地下人行通道附属户外广告

地下人行通道附属户外广告设施仅允许设置在过道墙面上，单块面积不宜超过 $6\text{m}^2$ ，间距不宜小于 $6\text{m}$ ；突出墙面距离不宜超过 $0.18\text{m}$ ，出入口处正立面及上下通道两侧仅允许设置名称牌、提示牌（如图2.4.2-6所示）。

图2.4.2-6 地下人行通道附属户外广告



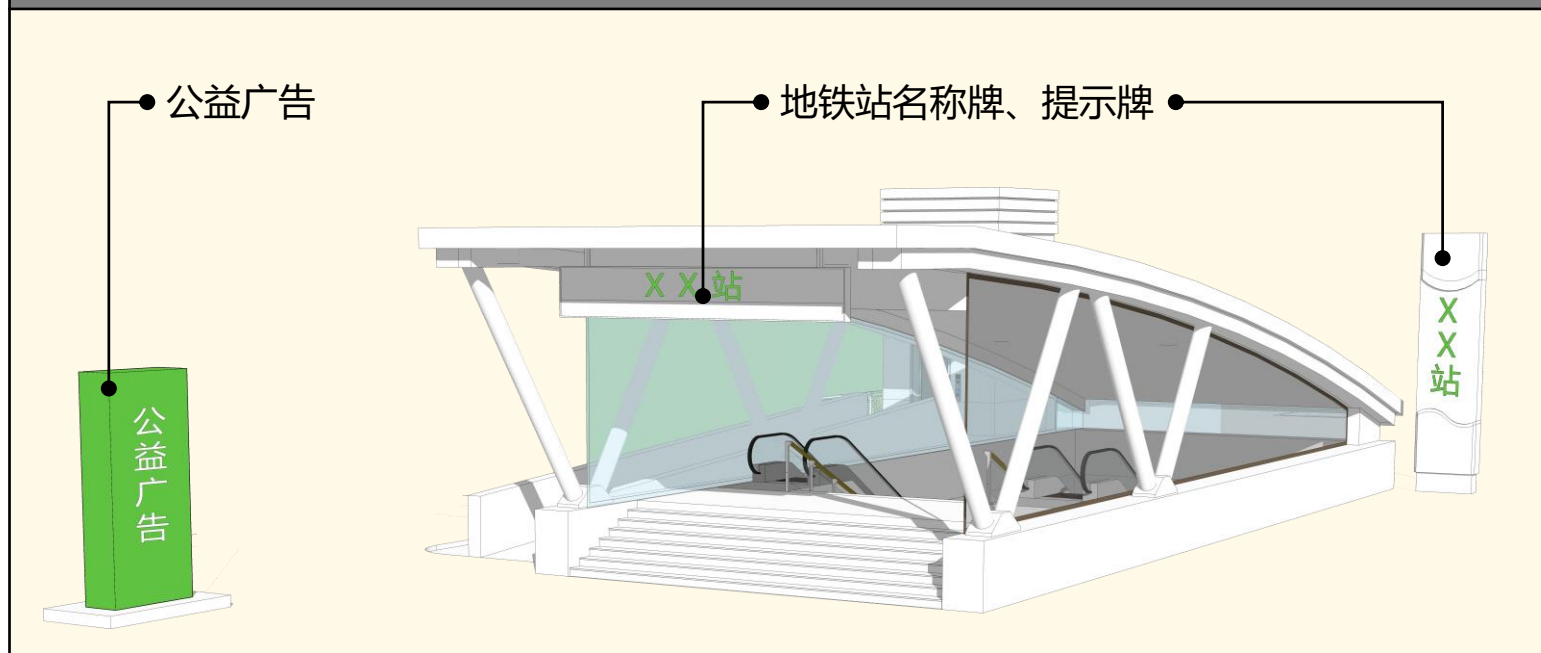
## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.2 公共设施上的户外广告设置导则

(6) 地铁站点及通道附属户外广告。

出入口地上部分及其周边仅允许设置地铁名称牌、提示牌及公益广告等（如图2.4.2-7所示）。

图2.4.2-7 地铁站出入口附属户外广告



## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.3 地面上的户外广告设置导则

(1) 沿主要商业街、步行街人行道设置的的户外广告设施纵向间距不应小于25m (如图2.4.3-1所示)。

(2) 立杆式户外广告设施设置应符合下列规定 (如图2.4.3-2所示)：

- 广告设施设置位置不得影响行人通行,宽度小于3m的人行道不得设置立杆式户外广告设施。
- 广告设施不得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得小于0.2m。
- 广告设施牌面(单面)面积不得大于 $2\text{m}^2$ ,任意一边长不得大于2m,厚度不得大于0.3m。
- 广告设施牌面底部距离人行道地面的高度不得小于2.5m。

地面上的户外广告设施

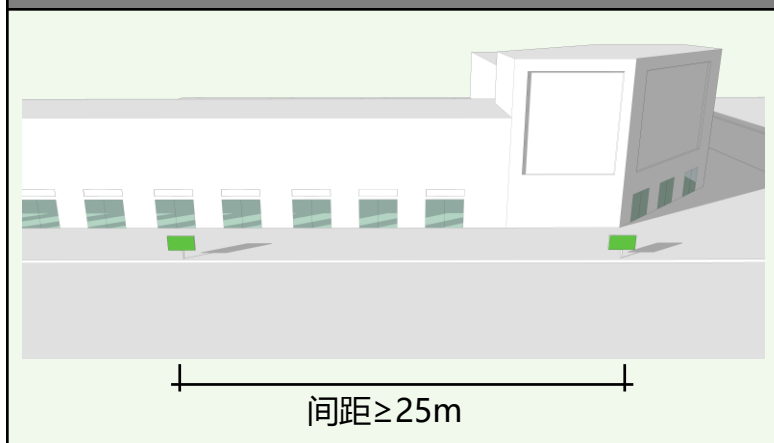


图2.4.3-1

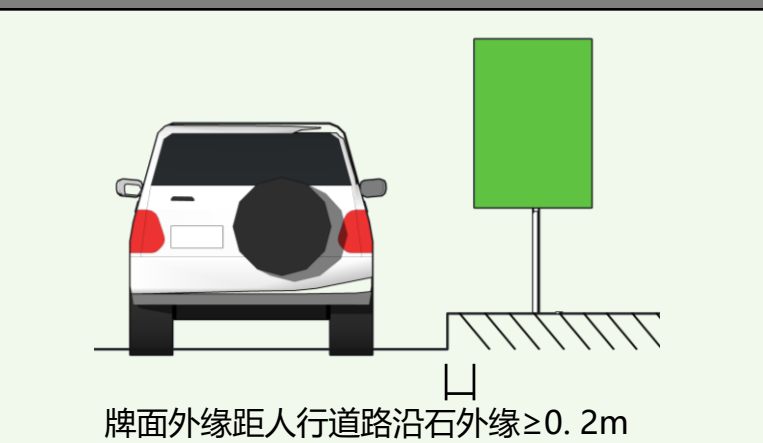


图2.4.3-2

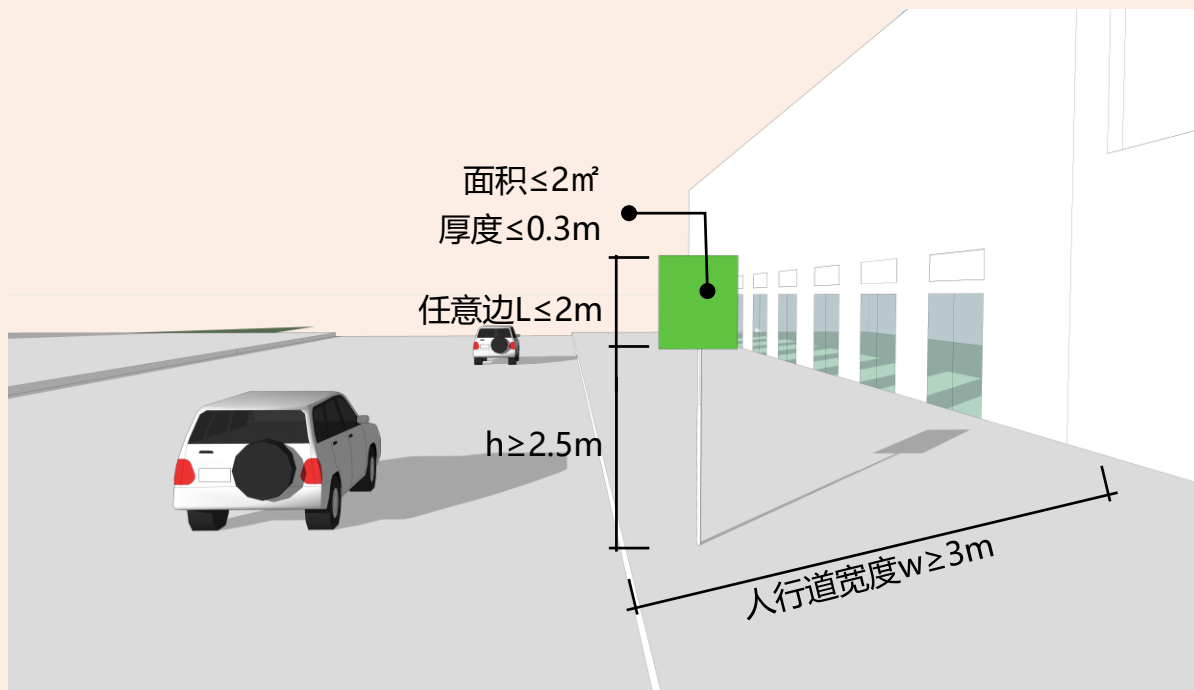


图2.4.3-2

## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.3 地面上的户外广告设置导则

(3) 底座式户外广告设置应符合下列规定：

- 面积小于50m<sup>2</sup>的广场（空地）不得设置底座式户外广告设施。
- 步行街上的底座式户外广告设施应设置在步行街的休憩带中，形式应与步行街风格相协调（如图2.4.3-3所示）。

(4) 大型落地式户外广告设施设置应符合下列规定（如图2.4.3-4所示）。

大型落地式户外广告设施的高度应小于10m，宽度应与高度相适应，不宜大于30m。

图2.4.3-3 底座式户外广告

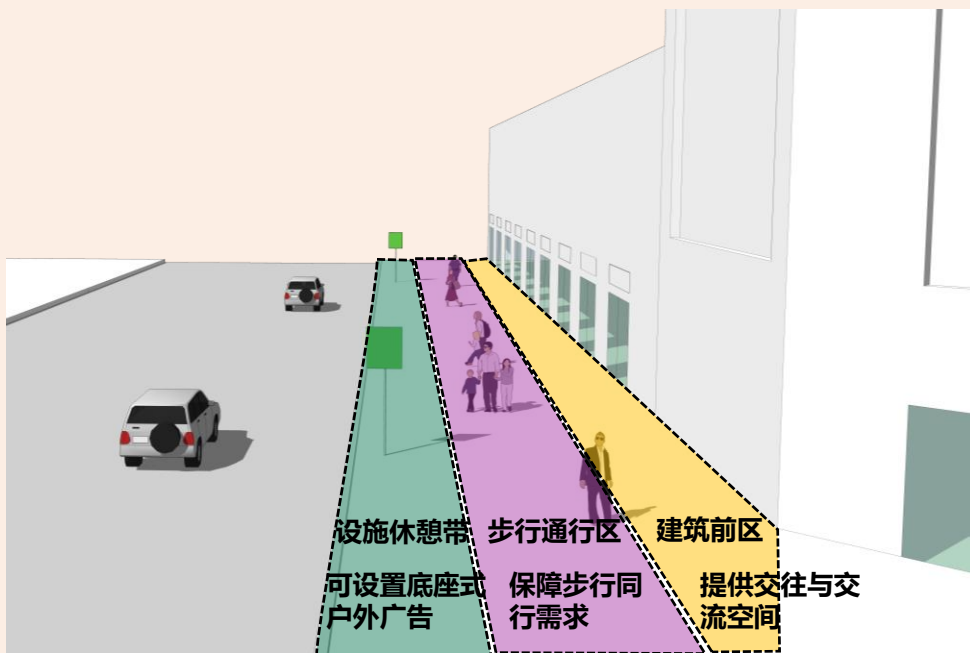
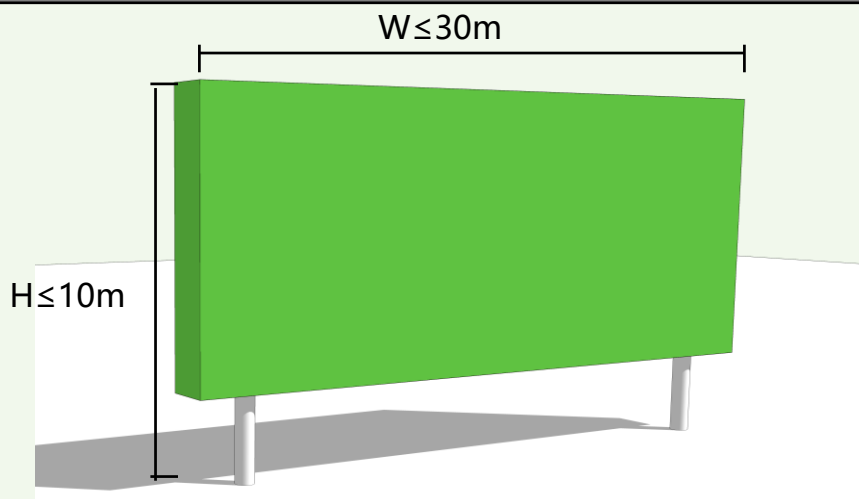


图2.4.3-4 大型落地式户外广告



## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.3 地面上的户外广告设置导则

(5) 大型立柱户外广告设施设置应符合下列规定：

- 在城市建成区范围以外区域设置大型立柱式户外广告，应符合青岛市户外广告设置规划并有审批手续。
- 大型立柱式户外广告设施高度不宜超过22m，其规格尺寸、间距应分别符合表2.4.3-1（图2.4.3-6）和表2.4.3-2（图2.4.3-7）的规定。
- 大型立柱式户外广告设施不得设置在隧道体及隧道两端下沉低端两侧，不得设置在桥梁体（含主桥、引桥和匝道）上（如图2.4.3-5所示）。
- 大型立柱式户外广告设施牌面下缘距离地面高度不得小于10m。

图2.4.3-5 大型立柱户外广告

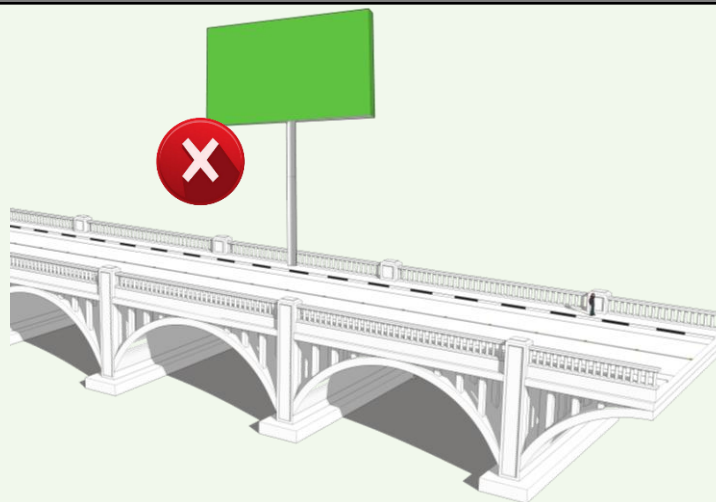
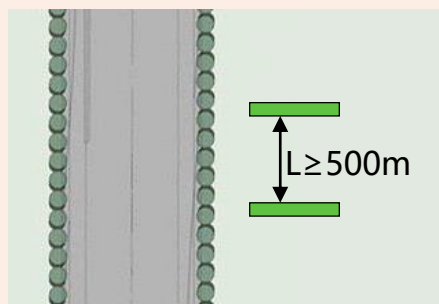


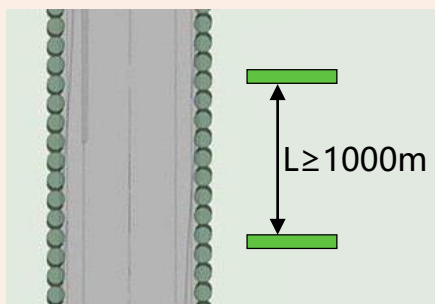
表2.4.3-1 大型立柱式户外广告设施的最小间距

道路类别	最小间距 ( m )
一、二级公路	500
三、四级公路	1000
高速公路	1500

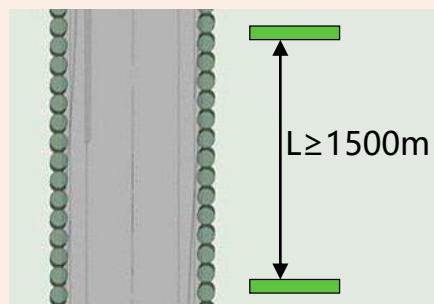
图2.4.3-6 大型立柱式户外广告设施的最小间距



一、二级公路



三、四级公路



高速公路

## 2.4 户外广告分类设置导则

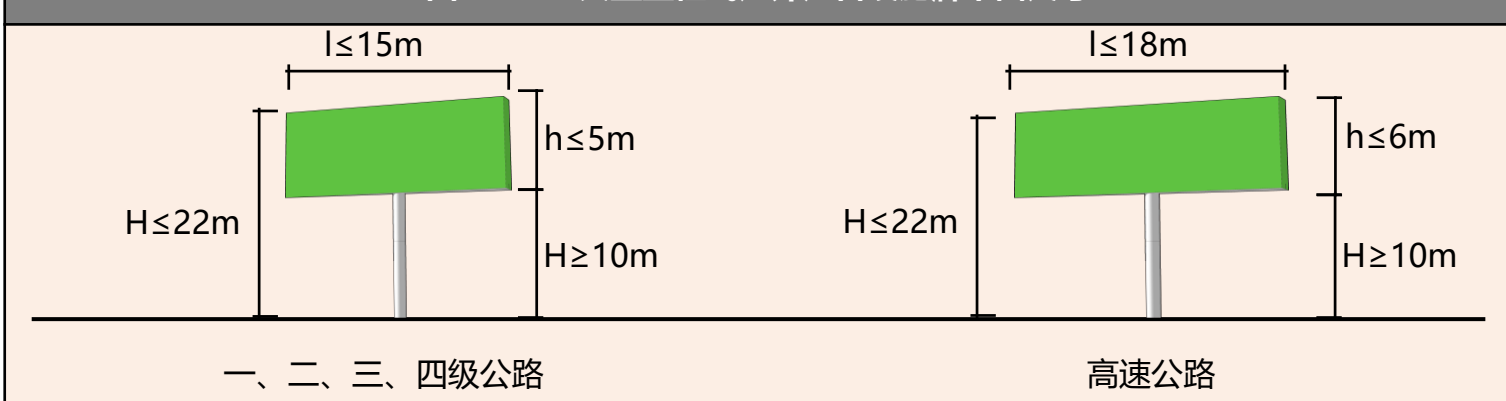
### 2.4.3 地面上的户外广告设置导则

(5) 大型立柱户外广告设施设置应符合下列规定：

表2.4.3-2 大型立柱式户外广告设施牌单面尺寸

道路类别	牌面尺寸 (m*m)
一、二、三、四级公路	5*15
高速公路	6*18

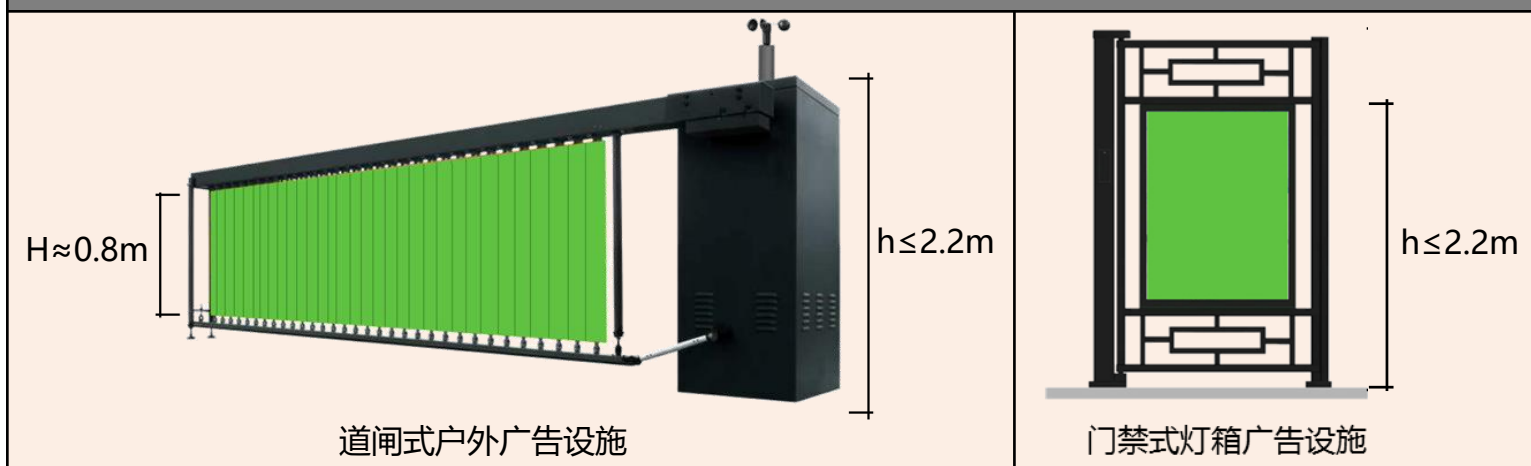
图2.4.3-7 大型立柱式户外广告设施牌单面尺寸



(6) 在楼宇、社区、停车场出入口设置户外广告设施应符合下列规定（如图2.4.3-8所示）：

- 不允许设置在所依附单位（小区）建筑红线以外。不得侵入占用人行通道、市政道路和公共绿地设置。不得影响环境，设置发布有碍观瞻的广告内容。及时维护维修，消除安全隐患。
- 道闸式户外广告设施：牌面顶端距离地面不得大于1.2m，且牌面尺寸高度宜控制在0.8米左右。
- 利用出入门设置门禁式灯箱广告设施的：配备感应设备的应具有遇阻反弹的防碰撞功能，应配备光源且与楼宇、社区路灯同步启闭。牌面顶端距离地面宜控制在2.2m以内。
- 利用楼宇、社区等内部出入道路设置人车分流式广告设施的：仅允许设置在楼宇、社区出入口内侧。不得影响行人、行车通行。牌面顶端距离地面不得大于1.2m。

图2.4.3-8 楼宇、社区、停车场户外广告设施

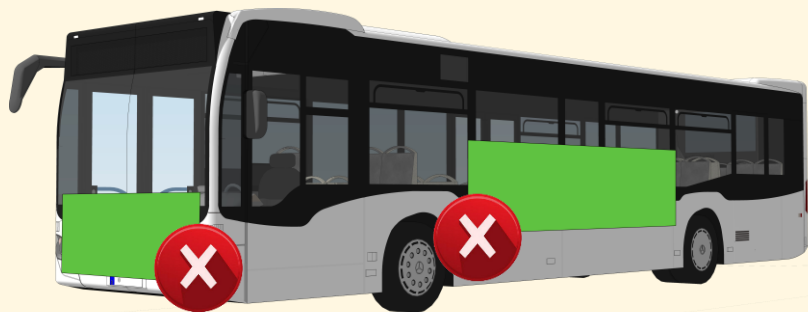


## 2.4 户外广告分类设置导则

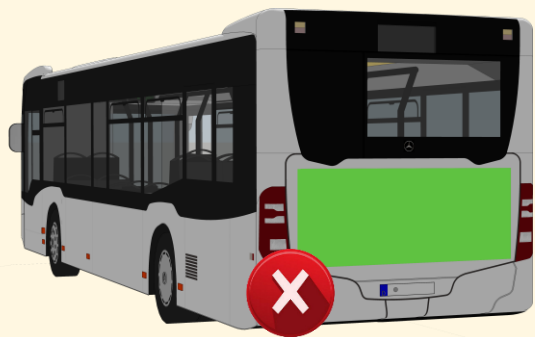
### 2.4.4 移动式户外广告设置导则

(1) 机动车喷涂、粘贴标识或者车身广告的，不得影响安全驾驶，车头、车尾部及车身两侧车窗严禁设置户外广告（如图2.4.4-1所示）。

图2.4.4-1 移动式户外广告



车头及车身两侧车窗



车尾部

(2) 机动车广告应当整洁、美观，不得对原车颜色全部遮盖，其色彩应与车体颜色协调（如图2.4.4-2所示）。

图2.4.4-2 移动式户外广告



(3) 利用公共交通工具设置户外广告的，应当符合公共汽车运营服务管理和道路交通安全管理的有关规定。

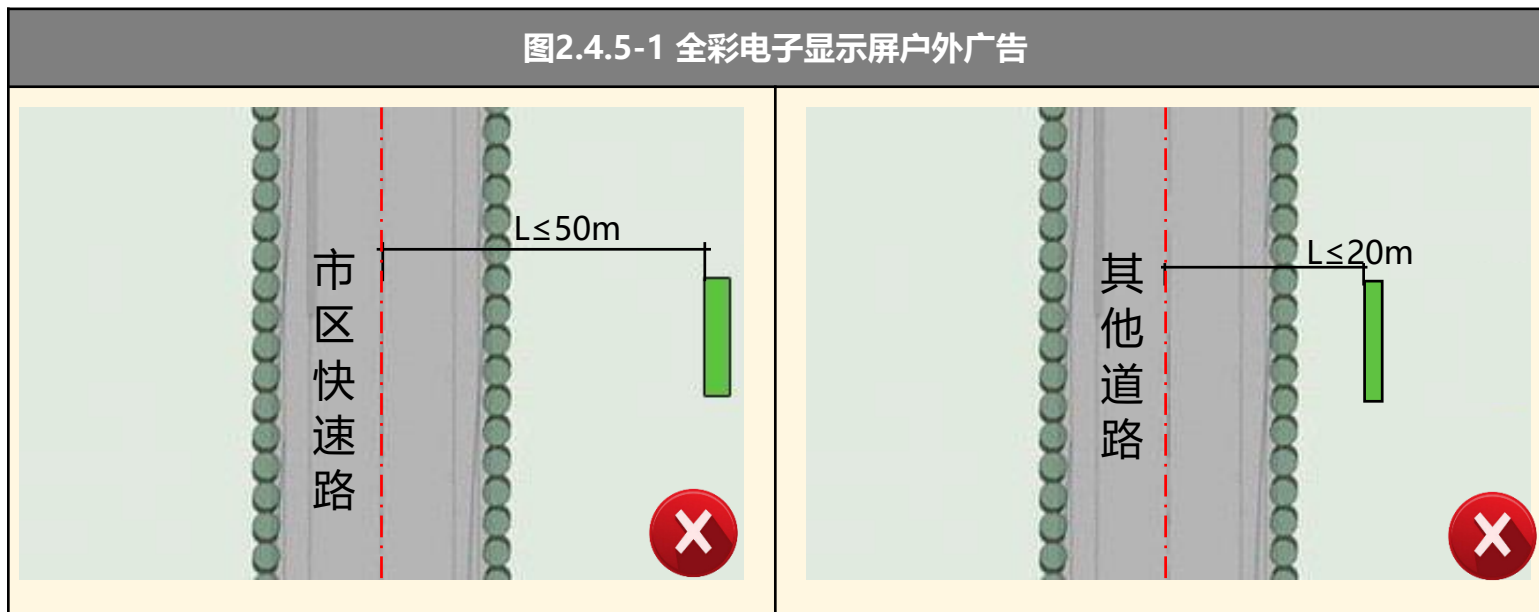
## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.5 全彩电子显示屏户外广告设置导则

(1) 设置城市户外电子显示屏应符合城市规划和交通管理要求、应当符合城市灯光照明设计规范，不得妨碍城市道路行车安全，不得影响道路畅通，主要道路交叉口不得设置影响交通信号灯的电子显示屏。应当具备亮度调节功能，不得形成眩光、噪声等污染，影响周边居民正常工作、生活。

(2) 市区快速路两侧50米可视范围内，其他道路20米可视范围内禁设（如图2.4.5-1所示）。

图2.4.5-1 全彩电子显示屏户外广告



### 2.4.6 张挂、张贴宣传品类户外广告设置导则

(1) 以下视情形可以作为张挂、张贴宣传品类户外广告可设范畴：

- 招商引资成功庆祝会、酒会等。
- 重大项目签约、落成仪式。
- 婚庆礼仪。
- 经市、区（市）政府同意的庆典活动。

(2) 设置张挂、张贴宣传品类户外广告不得影响或损毁其所依附的附着物，严禁妨碍人、车通行，不得因其设置行为侵害相关利害人的利益（噪音扰民等）。

(3) 因举办会展、节庆、文化、体育、旅游、公益宣传等活动，确需在建（构）筑物、设施上临时张挂、张贴宣传品的必须服从全市重大节庆活动保障要求。

## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.6 张挂、张贴宣传品类户外广告设置导则

(4) 时限规定：

- 原则上临时性广告设置批准期限为一日，经区（市）政府批准，可适当延长，但最长期限不超过七日。
- 原则上限于周五至周日设置。
- 市政府确认的重大节庆活动设置时间按照实际需要确定。

(5) 安全要求：

- 原则上不得占用绿地、人行通道进行设置。
- 不得影响行人、行车的通行和安全。
- 随时做好看管、维护等安全防范工作，确保临时性广告设施设置安全，因广告设置不当引发的安全责任事故由设置人承担。
- 严格按照审批时间、地点位置、形式和内容等进行设置，原则上期满后于当日内拆除。
- 空中移动广告涉及航空安全管理，必须符合国家的有关规定。

(6) 升空气球（系留气球）设置的基本规范：

- 必须取得国家行政主管部门认可的相关资质证明，符合《施放气球管理办法》及国家有关消防安全等相关法律法规的规定。
- 设置地点应与高大建筑物、树木、架空线路及其他障碍物保持安全距离，球与球之间应设置安全间距。
- 应派专人24小时维护，确保气球系留牢固，其固定物必须美观整洁。
- 升空气球体直径不得大于2.5m或者体积容量不大于8m<sup>3</sup>，释放的高度不得高于地面25m。

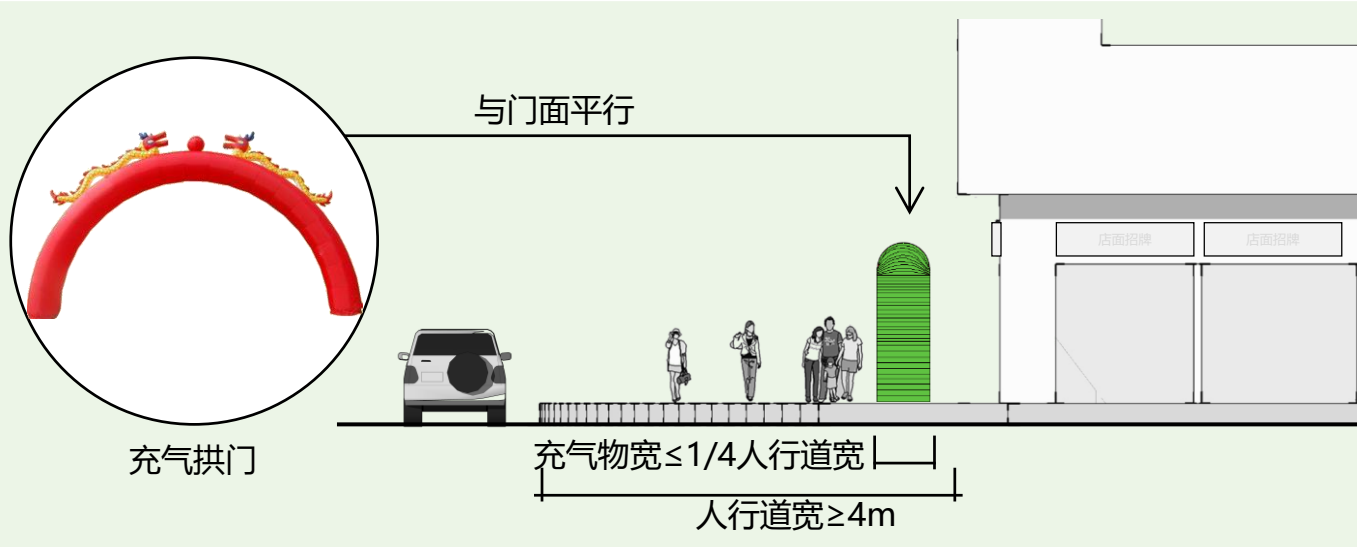
## 2.4 户外广告分类设置导则

### 2.4.6 张挂、张贴宣传品类户外广告设置导则

(7) 设置充气物的基本规范 (如图2.4.6-1所示) :

- 人行道宽度小于4m的不得设置。
- 充气物的宽度 (厚度或支柱直径) 不得大于人行道宽度的四分之一, 且应与门面平行设置。
- 在非独立门面或两相邻单位距离较近的位置设置充气物, 应紧贴门前设置, 其跨越距离不得超过门面宽度。

图  
2.4.6  
-1  
设置  
充气  
物的  
基本  
规范

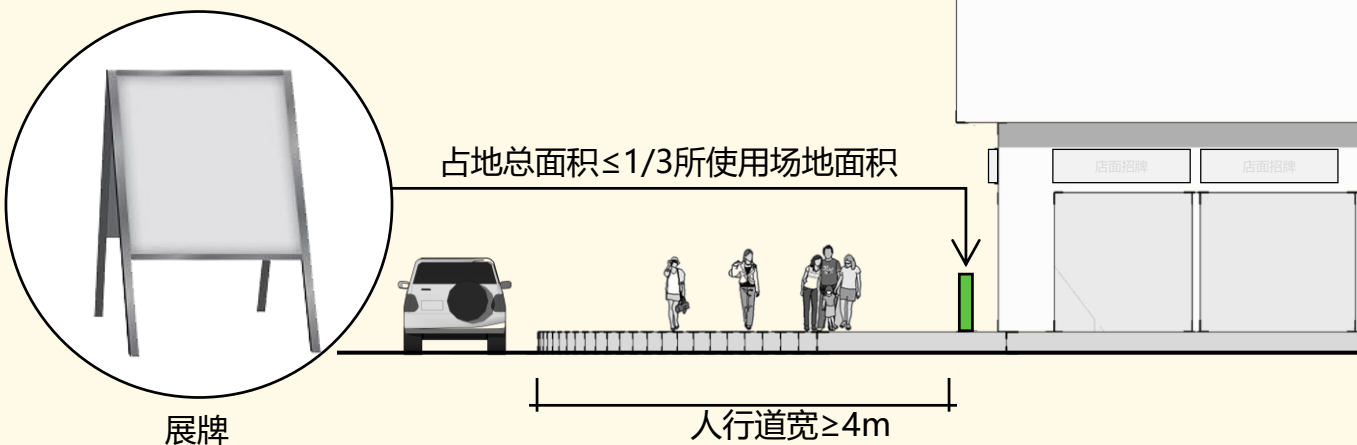


(8) 彩旗 (落地飘旗)、太阳伞、遮阳篷, 应在自有用地范围内设置, 不得占用、破坏人行道和绿地等公共设施, 不得影响城市交通和景观, 不得影响周边及相邻住户的正常生活与工作环境。

(9) 设置展牌的基本规范 (如图2.4.6-2所示) :

- 人行道宽度小于4m的不得设置。
- 占地总面积不得大于所使用场地面积的三分之一。

图  
2.4.6  
-2  
设置  
展牌  
的基本  
规范



(10) 在道路两侧设置灯杆挂旗、落地飘旗或悬挂广告灯笼的, 原则上必须是市政府确认的重大节庆活动方可设置。

# 招牌设置导则

# 03

Guidelines for Signboard Setting

- 3.1 招牌设置定义与分类
- 3.2 招牌禁止设置的区域及情形
- 3.3 招牌设置要求
- 3.4 招牌设置导则

## 3.1 招牌设置定义与分类

### 3.1.1 招牌设置定义

是指机关、团体、企事业单位和其他组织及个体工商户在其办公地或者经营场所的户外空间设置的，表明其名称、字号、标志的牌匾、灯箱、霓虹灯、文字符号的行为。

### 3.1.2 招牌分类

按照功能分为建筑物名称招牌、单位名称招牌（包含门店店招、有独立权属的单体建筑单位名称招牌）；按照设置部位分为外墙型招牌（包含平行外墙式招牌、外挑式招牌）、落地型招牌（如图3.1.2-1所示）。

门店店招俗称门头牌匾，即设置在建筑物的底层门店入口门楣上方，平行于外墙，用来标明经营单位全称或简称、LOGO的匾额。

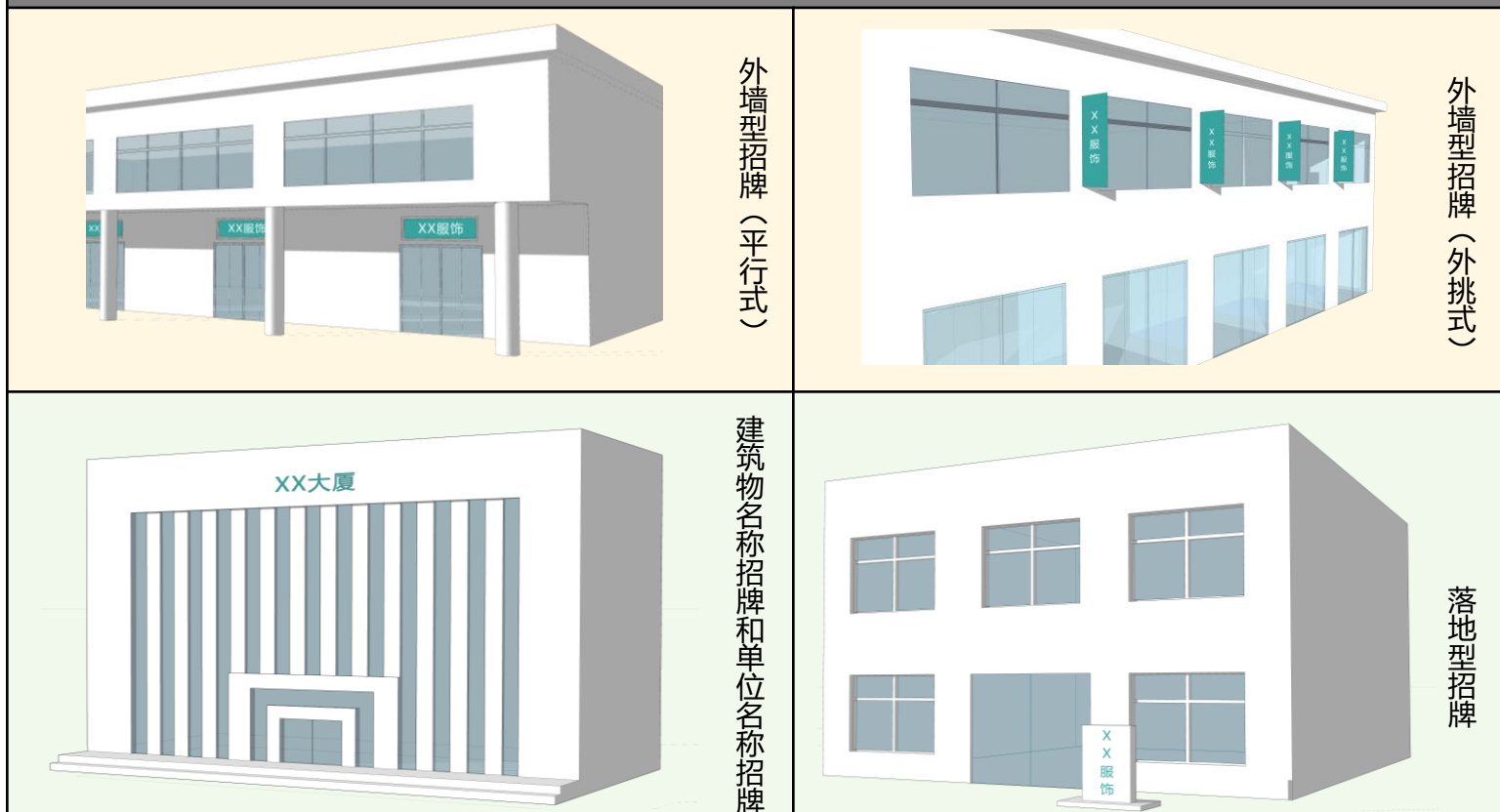
**(1) 建筑物名称招牌：**设置在建（构）筑物外立面的用于表明建（构）筑物名称（各类大厦、公寓、广场等）的户外招牌。

**(2) 单位名称招牌：**用于表明机关、团体、企事业单位和其他组织及个体工商户名称、字号、标志、文字符号的户外招牌。

**(3) 外墙型招牌：**依附于建筑物外立面设置的户外招牌称为外墙型招牌。包括平行式（平行于建筑物外墙设置的户外招牌）、外挑式（垂直于建筑物外墙设置的户外招牌，包括立式招牌、招幌）及各类雨棚式招牌（依附于建（构）筑物雨棚类建筑构件设置的）户外招牌。

**(4) 落地型招牌：**直接设置在地面上或围墙等建筑物附属构件上的户外招牌。

图3.1.2-1招牌分类



## 3.2 招牌禁止设置的区域及情形

### 禁止设置的区域及情形

### 图示

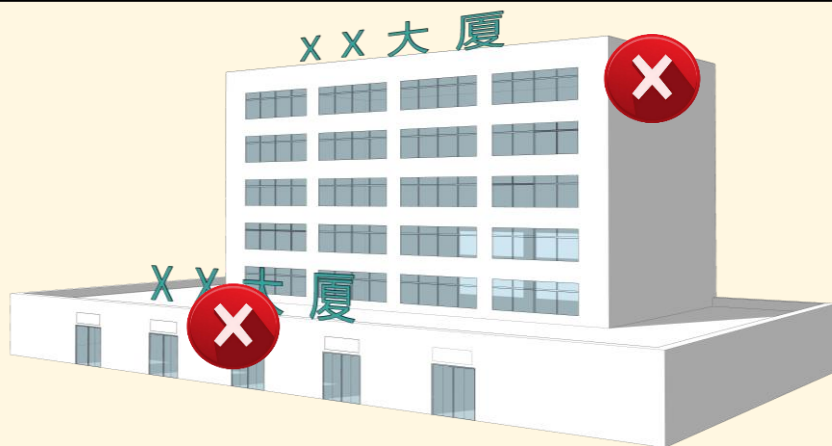


图3.2-1 建（构）筑物顶部、裙楼顶部

（1）在建（构）筑物顶部、裙楼顶部设置的（如图3.2-1所示）。在相邻建（构）筑物之间跨越式架设的（如图3.2-2所示）。在建（构）筑物骑楼立柱设置的（如图3.2-3所示）。

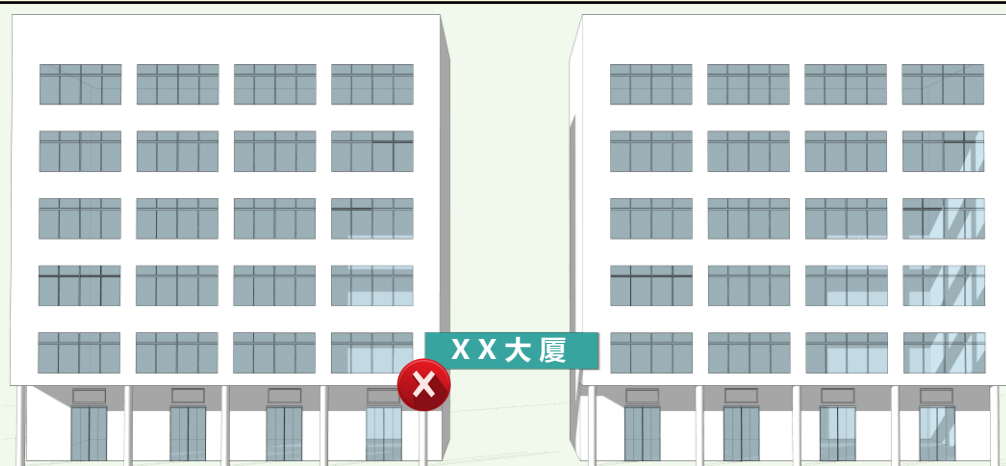
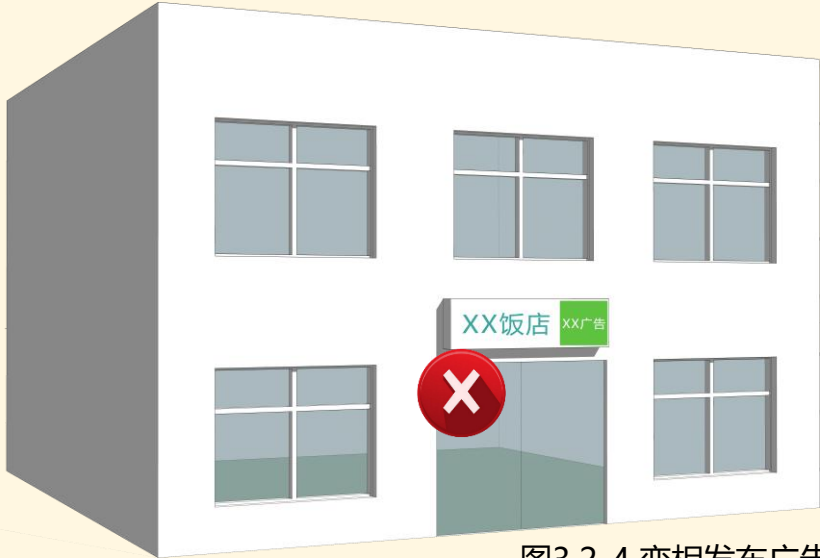



图3.2-2 相邻建（构）筑物之间跨越式架设的



图3.2-3 建（构）筑物骑楼立柱上设置的

## 3.2 招牌禁止设置的区域及情形

禁止设置的区域及情形	图示
(2) 在本单位自有或租赁的建(构)筑物及建筑用地地界线范围以外。	——
(3) 利用危房或可能危及建(构)筑物和设施安全的。	——
(4) 利用或者变相利用门店店招设置、发布户外广告的(如图3.2-4所示)。	 <p data-bbox="1123 1424 1437 1460">图3.2-4 变相发布广告</p>
(5) 损毁绿地设置的(如图3.2-5所示)。	 <p data-bbox="1257 2018 1445 2054">图3.2-5 绿地</p>

## 3.2 招牌禁止设置的区域及情形

### 禁止设置的区域及情形

### 图示

(6) 利用交通安全设施（如图3.2-6所示）、交通标志设置的；影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、交通信号灯、消防设施（如图3.2-7所示）、通信设施正常使用，或者妨碍车辆、船舶等交通工具及行人通行的（如图3.2-8所示）。

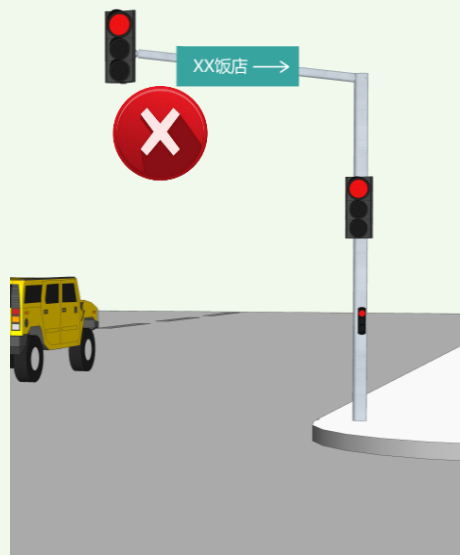


图3.2-6



图3.2-7

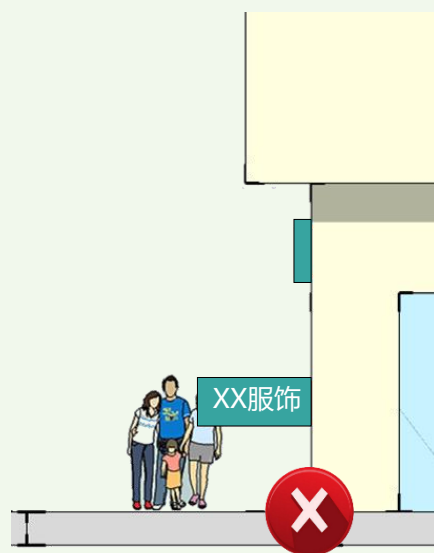


图3.2-8

(7) 在城市轨道交通特别保护区范围内设置的；未书面征求轨道交通经营单位同意，在城市轨道交通控制保护区范围内设置的。

### 3.3 招牌设置要求

(1) 招牌的设置应当遵循“一街一标准、一店一特色”的原则(如图3.3-1所示),应当符合招牌总体规划 and 设置技术规范。

同一单位在同一街面仅限设置一块招牌(原则上不允许设置其他各类型招牌,包括LED、LCD等电子显示屏)(如图3.3-2)。

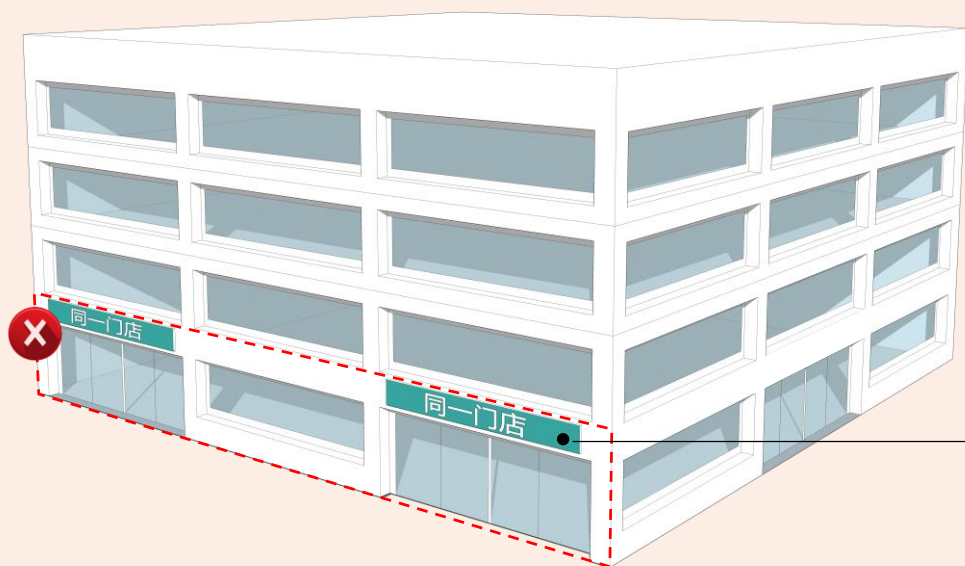
招牌的设置应适应街区文化特点,与城市区域规划功能相适应,与城市区域人文特色相结合,与周围环境和城市景观相协调,不得影响建筑的立面造型和立面轮廓线,招牌颜色遵循“色浅、淡雅、明快、协调”原则。相邻招牌在统一规划基础上突出个性、特色。

图3.3-1 “一街一标准、一店一特色”



同一街道招牌位置、尺寸、颜色和谐统一,不同店面招牌有自己的特色。

图3.3-2 同一单位统一界面仅限一块招牌



• 同一单位在同一街面仅限设置一块招牌

### 3.3 招牌设置要求

(2) 招牌应当采用坚固耐用、不易褪色的材料，保持整洁、美观、牢固安全、显亮设施功能完好，设计和安装应当符合建（构）筑物结构荷载、防风、抗震、防火、电气安全要求。应设置具有亮化功能的招牌底板、字，严格控制使用红、绿色光源搭配，不宜大面积使用红色设置招牌底板。

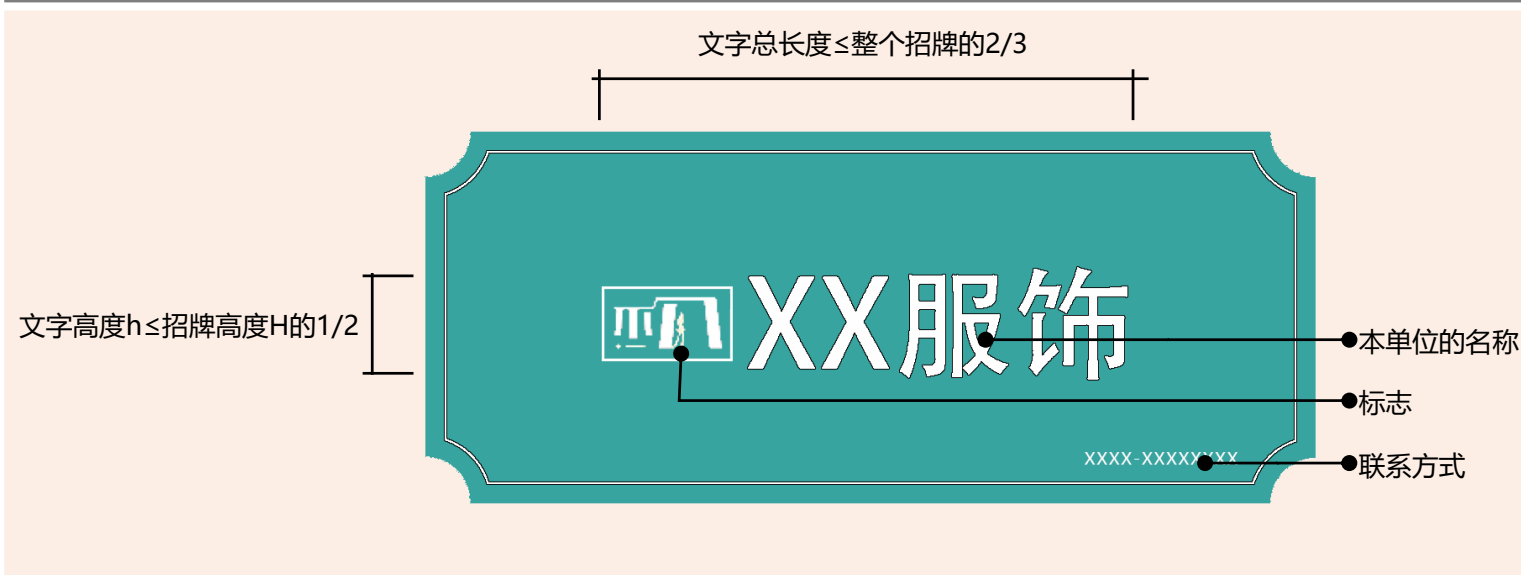
(3) 招牌内容限于标明本单位的名称、联系方式、标识。严禁出现商品营销、通讯地址及其他商业性宣传内容（法律、法规、规章确定必须依规标注经营、注册编号的除外）。

(4) 应当符合国家语言文字的规范要求。使用外文时，应同时标注醒目的中文字符，中文字符应占据版面主体。

文字总长度原则上不超过整个招牌的三分之二，高度不超过整个招牌的二分之一。联系方式仅限于设置一组电话号码（如图3.3-3所示）。

(5) 设置单位在设置招牌之前，应到所在区（市）城市管理行政部门查询招牌的设置详规要求。经统一规划统一设置的门店店招底板出现破损、陈旧、安全隐患等原因需要拆装、更换的，应符合所在街区的原有规划要求。

图3.3-3 招牌设置要求



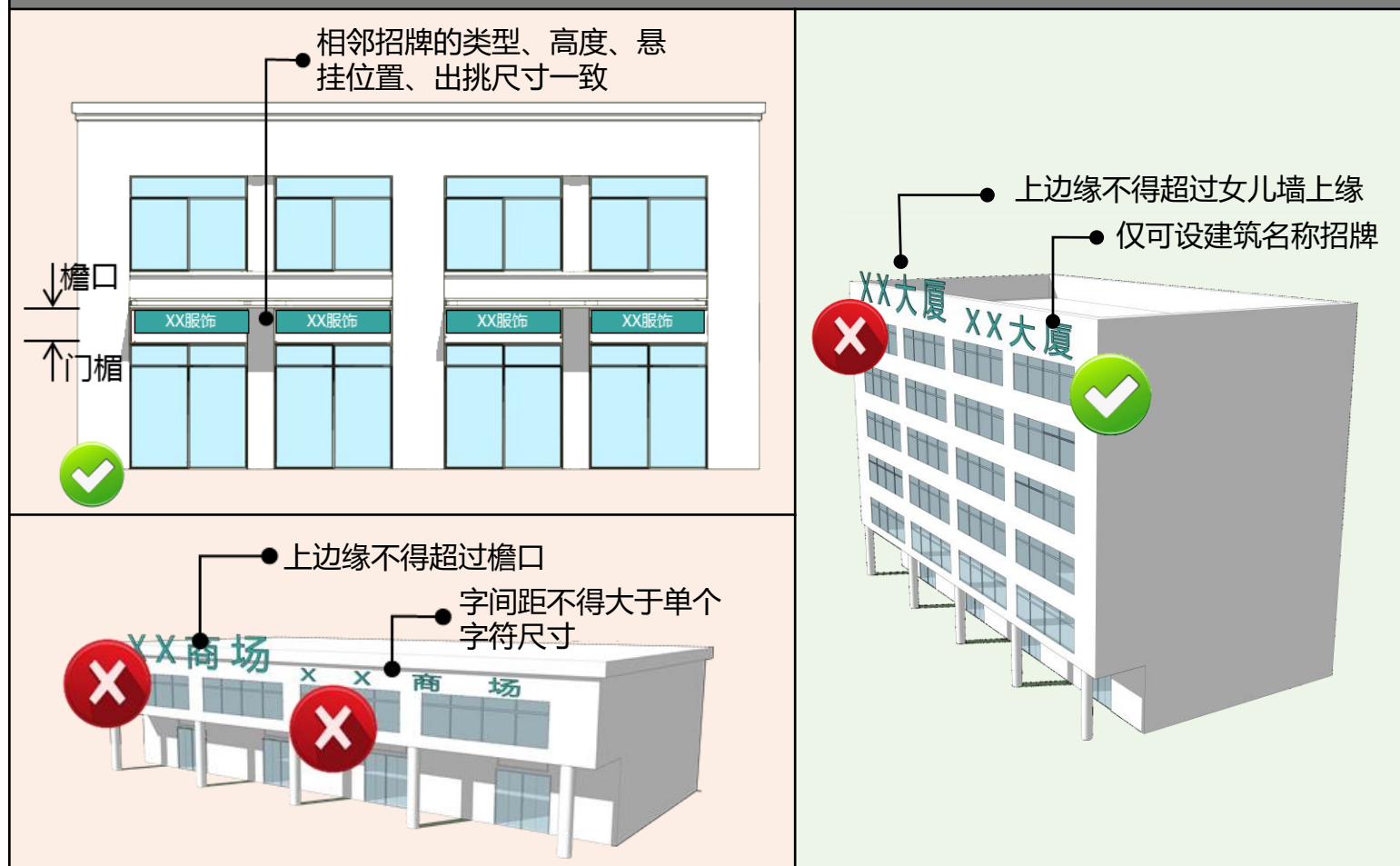
### 3.3 招牌设置要求

(6) 单位名称招牌和建筑物名称招牌应当根据有关规定或者按照传统习惯，设置在建筑物的檐口下方、底层门楣上方或建筑物临街方向的墙体上，统一设置于底层门楣上且不得超过二楼窗户下沿，店招下沿不得低于门楣下沿（如图3.3-4所示）。

单位名称招牌和建筑物名称招牌的体量和规格应当与所附着的建筑物大小比例相适当。并符合下列规定：

- 在同一路段或同一街区相邻建筑物上的招牌，其风格、形式、体量、色彩、照明效果、选材、字体等应当达到整体和谐，同一路段上垂直建（构）筑物外墙设置的招牌，其外沿距建筑物外墙的距离以及下沿距地面的高度应保持一致。
- 同一个建筑立面上相邻招牌的类型、高度、悬挂位置（招牌底端在同一水平线上）、出挑尺寸（厚度）应当一致（如图3.3-4所示）。
- 建筑物实体墙面设置的招牌，不得大于所在墙体实墙面（扣除窗户面积）面积的20%，招牌长度应与门面宽度一致，且不得超出店面两侧墙面。禁止招牌包围式地覆盖店面的全部墙面。
- 在建筑物三层（含）以上的墙体上设置建筑物名称招牌，有条件的应设置在建筑外墙面顶端的实墙面上，招牌上边缘不得超过檐口（或女儿墙的上缘），并采用单体字式样，字间距不得大于单个字符尺寸（如图3.3-4所示）。

图3.3-4 招牌设置要求

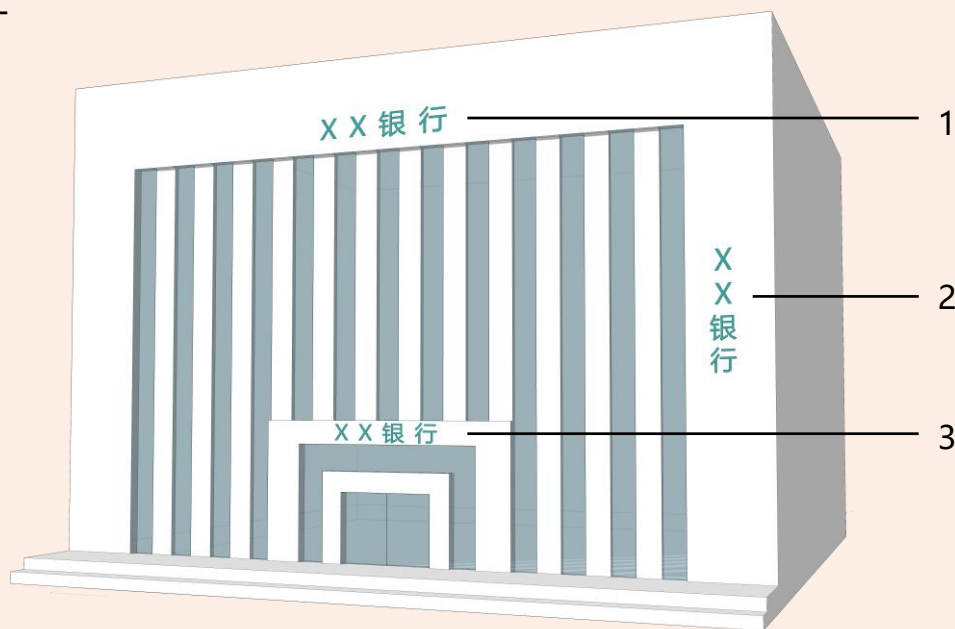


### 3.3 招牌设置要求

- 有独立权属的单体建筑利用实墙设置单位名称招牌的，允许在底层以上以单体字式设置，应采用内透光形式，不得使用外打灯（如图3.3-5所示）。

图3.3-5 有独立权属的单体建筑

三种方案任选其一

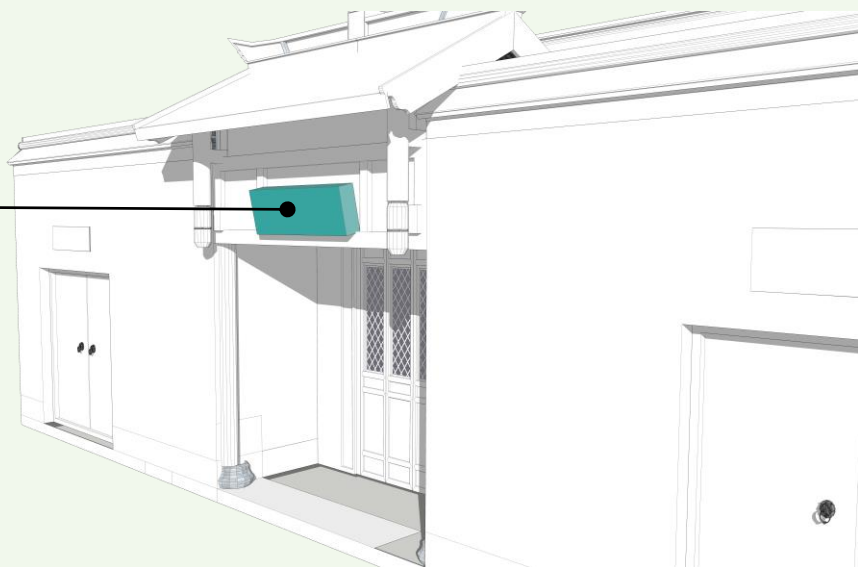


(7) 允许在步行街及政府确定的商业街的六层以下建筑外墙上设置外挑式招牌。

(8) 古建筑、仿古建筑、近代优秀历史建筑、城市景观建筑等设置规定。禁止使用与建筑立面不协调的色彩，禁止设置厚度超过0.3m的箱体式招牌，禁止大面积使用高光合金材料。招牌底色以黑色或棕色为主，款式做到古朴、典雅大方（如图3.3-6所示）。

图3.3-6 古建筑、仿古建筑

厚度 $\leq 0.3\text{m}$   
底色以黑色或棕色为主



### 3.3 招牌设置要求

(9) 老字号企业招牌设置要求：

- 尊重招牌中文字的传统书写习惯。
- 传统中式单层建筑的，应以传统匾额形式设置于一层主入口檐下，以传统楹联形式设置于一层主入口明间檐柱上；传统中式多层建筑的，可在顶层檐下设置一处传统匾额（如图3.3-7所示）。
- 招牌背板主色相应以建筑外立面的主色为基准，选择与之相协调的色相。
- 应彰显文化传承和文化价值，宜使用传统装饰结构及纹样，按传统匾额样式，结合所依附建筑物特点，以及综合考虑该街区照明风格进行设置，尽可能采用隐藏灯具的外投光照明或无照明方式。

(10) 国际、国内统一品牌的连锁店、专卖店的招牌背板主色色相，在与经营地点建筑外立面颜色和景观照明无严重冲突时，遵循沿用统一品牌的风格、色调。

(11) 招牌的设置单位出现搬迁、退租、变更、停业等情况，应当及时自行拆除原设置的招牌。经统一规划统一设置的招牌可以保留招牌底板。

(12) 同一门面有一个或一个以上营业执照的，遵循“同一单位在同一街面仅限设置一块招牌”的规定，原则上以左右形式各占牌面一定比例等份设置。

图3.3-7 老字号企业招牌设置要求

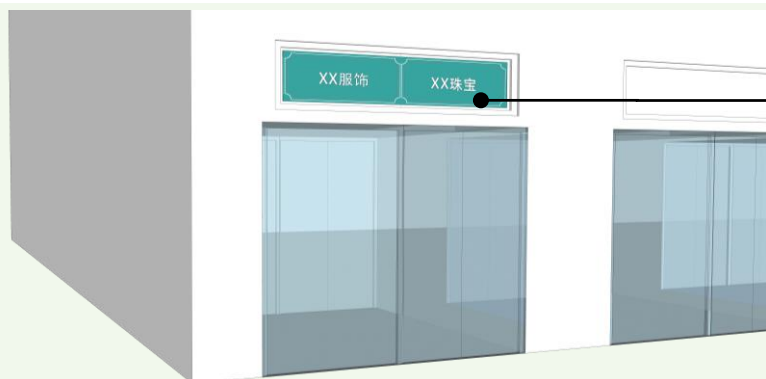
以传统楹联形式设置于一层主入口明间檐柱上

在顶层檐下设置一处传统匾额



传统中式建筑

图3.3-8 同一门面有一个或一个以上营业执照的



以左右形式各占牌面一定比例等份设置

## 3.4 招牌设置导则

### 3.4.1 外墙型招牌设置导则

各类外墙型招牌的设置不得改变建筑立面的构图关系，且不得遮挡建筑有特色的立面细部。

(1) 对于建筑立面上有线脚装饰的建筑，招牌的设置不得破坏分隔线脚的构图关系；平行外墙式招牌厚度不宜超过相邻竖向线脚的最大厚度。

(2) 对于建筑立面上有拱券形构件的建筑，在拱券以外部分不宜设置招牌；在拱券内侧设置的平行外墙式招牌，招牌的上边不得超过圆拱的下缘（如图3.4.1-1所示）。

(3) 对于平面布局上有凹凸或曲折变化的建筑，招牌设置不得破坏建筑立面的形态关系（如图3.4.1-2所示）。

图3.4.1-1 建筑立面上有拱券形构件的建筑

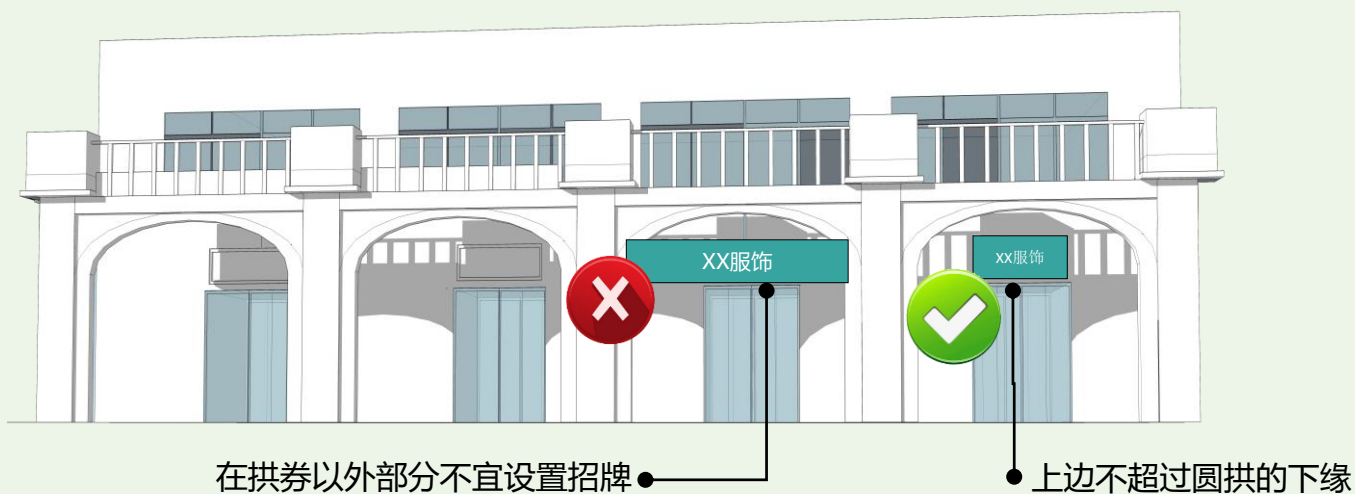
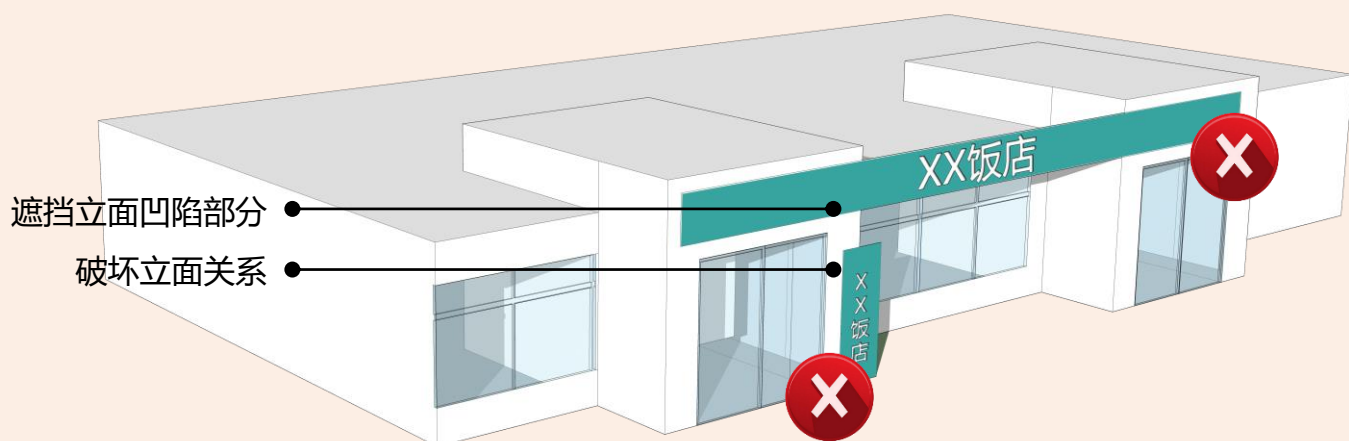


图3.4.1-2 平面布局上有凹凸或曲折变化的建筑

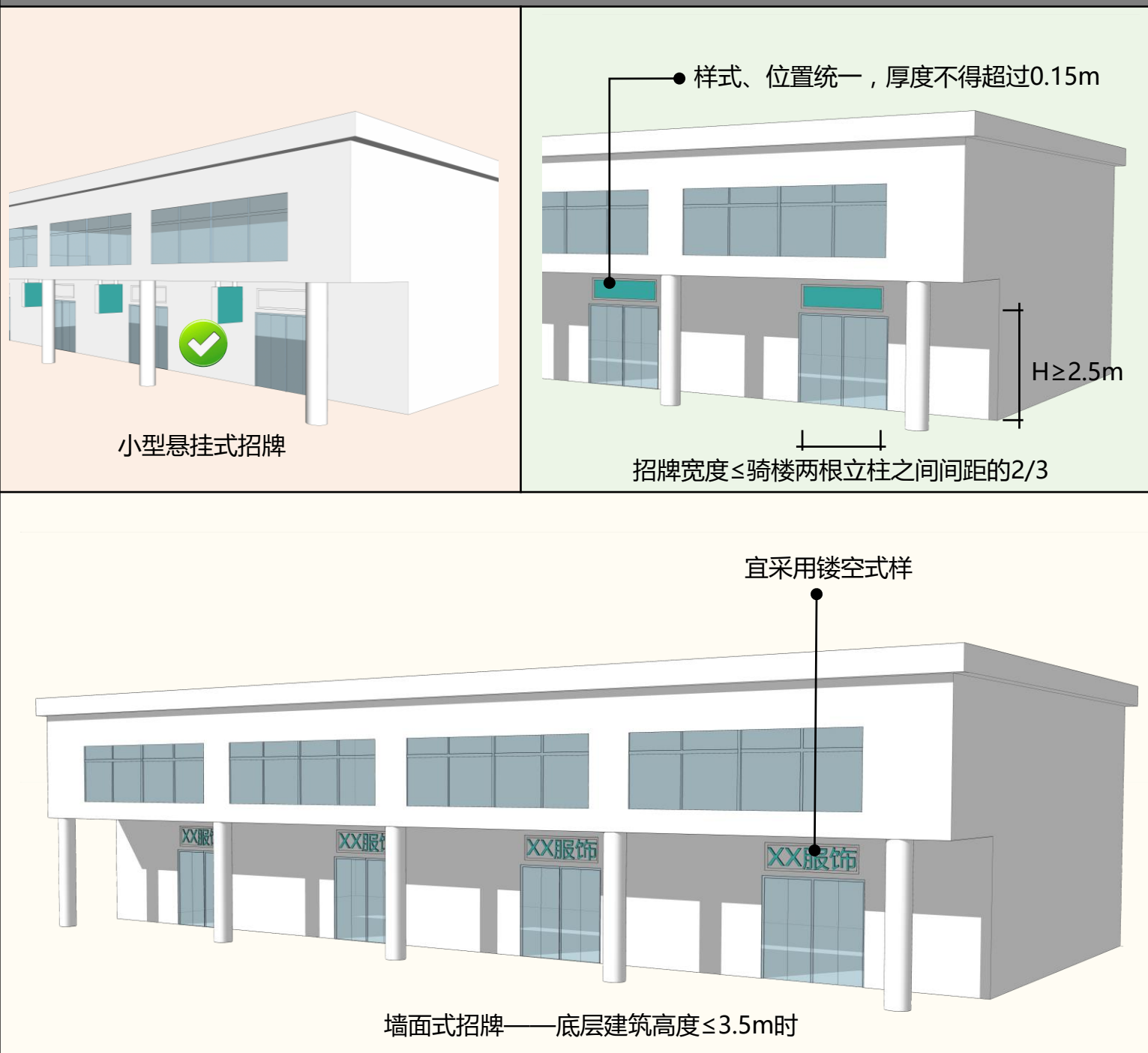


## 3.4 招牌设置导则

### 3.4.1 外墙型招牌设置导则

(4) 对于有柱廊或底层以上有出挑结构的建筑(如:骑楼),招牌应设置在廊道内侧门楣上方和出挑结构以下,在出挑结构以下设置的,宜采用小型悬挂式招牌;平行于墙面的宜采用墙面式招牌,宽度不得大于骑楼两根立柱之间间距的三分之二,外沿不得超出出挑结构外墙面,式样、材质应与周边环境、建筑相协调;招牌底部距地面 $\geq 2.5\text{m}$ ,厚度不得超过 $0.15\text{m}$ ,同一建筑物上的设置式样和悬挂方式应统一,当底层建筑高度 $\leq 3.5\text{m}$ 时,不得按此方式设置,宜采用镂空式样(如图3.4.1-3所示)。

图3.4.1-3 建筑立面上有拱券形构件的建筑

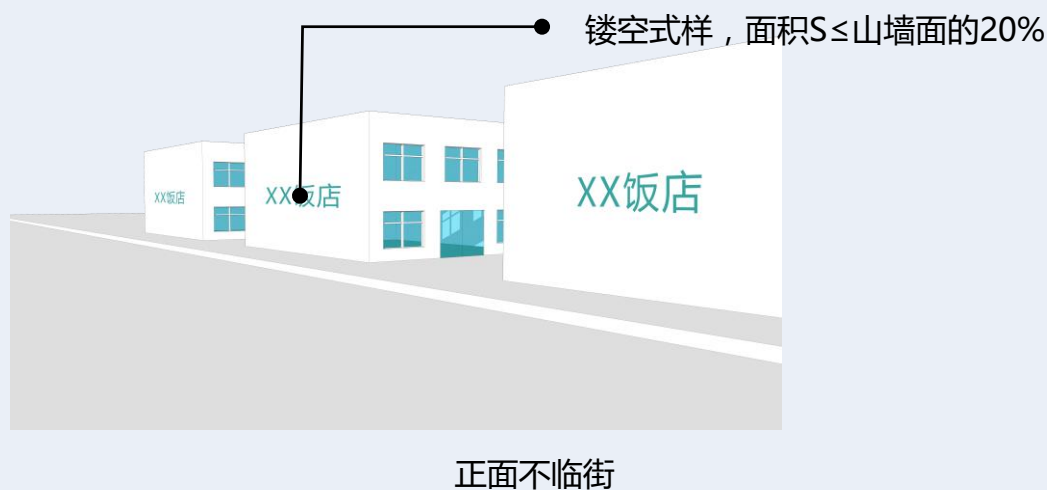


## 3.4 招牌设置导则

### 3.4.1 外墙型招牌设置导则

(5) 对于单层坡屋顶建筑，应在正面屋檐以下设置招牌；多层坡屋顶建筑，应在底层正面屋檐以下设置招牌；对于正面不临街的坡屋顶建筑，在山墙面上设置的招牌应当用镂空式样，不得破坏屋面轮廓线，其面积不得超过山墙面（扣除窗户）的20%（如图3.4.1-4所示）。

图3.4.1-4 坡屋顶建筑



(6) 对位于街道转角的建筑，其转角处的招牌应当整体设计，当单位不止一家时，相邻招牌的形式、悬挂位置 and 高度应当统一（如图3.4.1-5所示）。

图3.4.1-5 街道转角的建筑



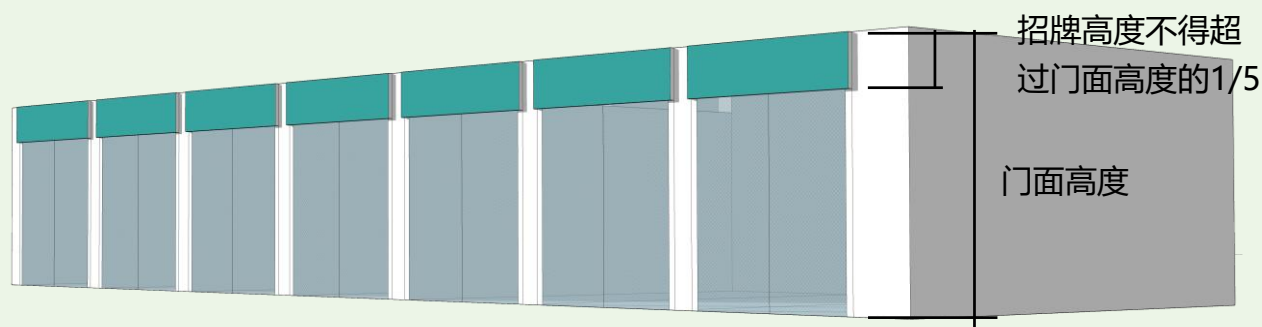
## 3.4 招牌设置导则

### 3.4.1 外墙型招牌设置导则

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

(8) 一层无门楣且较难在墙面设置招牌的建筑,可将招牌紧贴屋顶设置,招牌高度不得超过门面高度的五分之一(如图3.4.1-6所示)。

图3.4.1-6 一层无门楣建筑

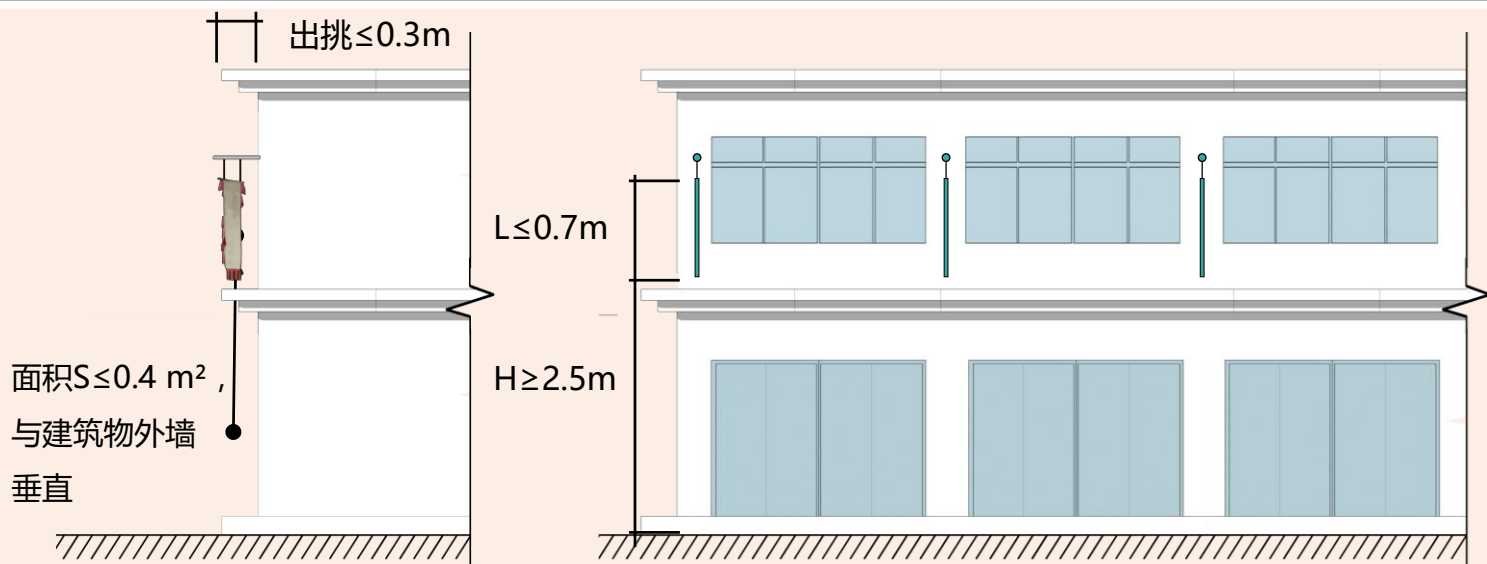


(9) 招牌标识的结构要隐蔽处理,不得外漏。

(10) 商业街、步行街提倡设置多种形式的招牌,其招牌宜采用小型牌匾、灯笼、仿古灯箱、招幌等小招牌式样,与周边环境相协调。

招幌一般以实物模型或图案来表现单位标识(logo),面积不大于 $0.4\text{ m}^2$ (最大直径或最大边长不大于 $0.7\text{ m}$ );招幌底边距地面不低于 $2.5\text{ m}$ ,支架出挑的距离不得大于 $0.3\text{ m}$ 、招幌悬挂角度需与建筑物外墙成 $90^\circ$ 角(如图3.4.1-7所示)。

图3.4.1-7 招幌

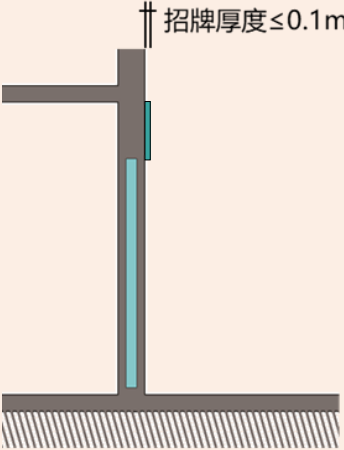
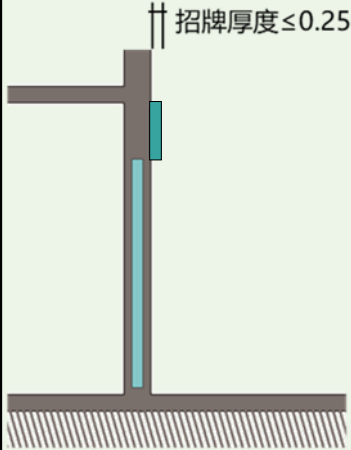
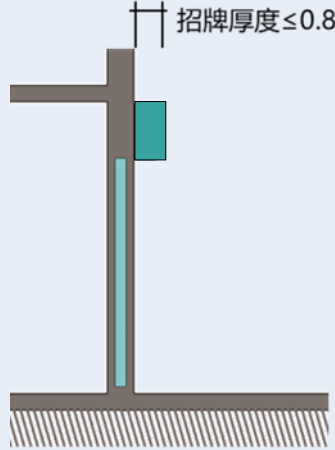
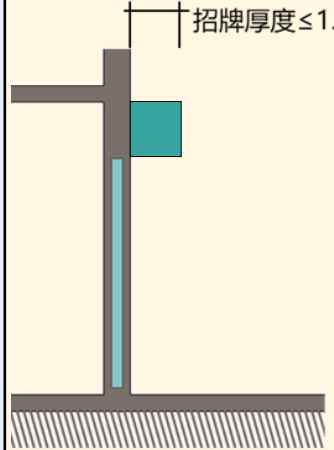


## 3.4 招牌设置导则

### 3.4.1 外墙型招牌设置导则

(11) 平行外墙式的招牌厚度不得大于0.1m，若采用内部照明则箱体厚度不得大于0.25m；若箱体部分还需含卷帘门，则采用外部照明的箱体厚度不大于0.8m，采用内部照明的箱体厚度不大于1.25m。招牌宽度宜与所属单位出入口的宽度一致，最大宽度不超过所属单位的整个店堂门面的宽度（如图3.4.1-8所示）。

图3.4.1-8 平行外墙式的招牌

 <p>招牌厚度 ≤ 0.1m</p>	 <p>招牌厚度 ≤ 0.25m</p>	 <p>招牌厚度 ≤ 0.8m</p>	 <p>招牌厚度 ≤ 1.25m</p>
平行外墙式的招牌	内部照明箱体	含卷帘门，外部照明箱体	含卷帘门，内部照明箱体

招牌宽度  $L_2 \leq$  门面的宽度  $L_1$

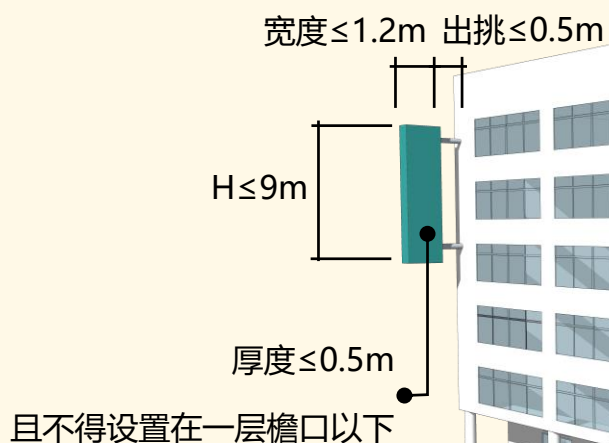


## 3.4 招牌设置导则

### 3.4.1 外墙型招牌设置导则

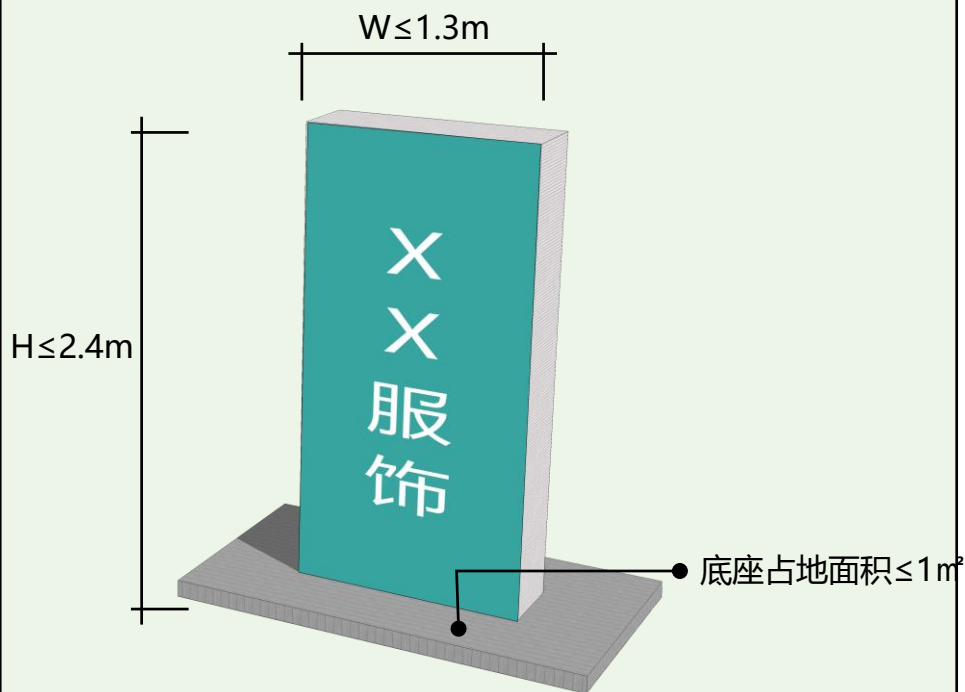
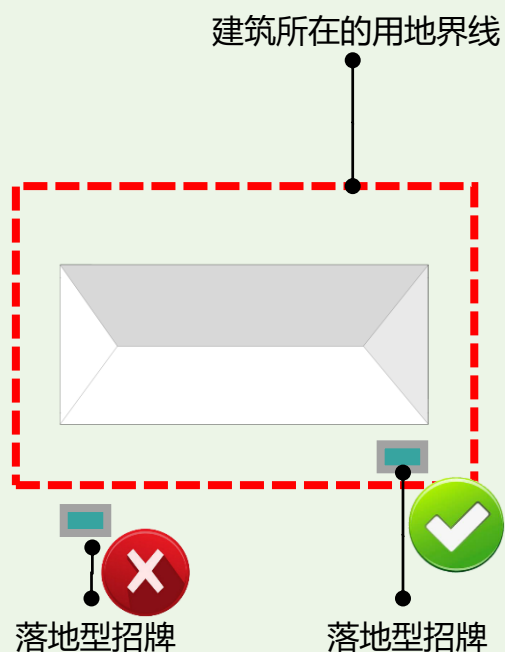
(12) 刀匾不得设置在一层檐口以下，支架出挑距离不大于0.5m、宽度不大于1.2m、高度不超过9m、厚度不大于0.5m；刀匾悬挂角度需与建筑物外墙成90°角（如图3.4.1-9所示）。

图3.4.1-9 刀匾



(13) 落地型招牌应当设置在所属建筑所在的用地界线范围之内，总高度不得大于2.4m，底座占地面积不得大于 $1\text{m}^2$ ，宽度不得大于1.3m，高度应与宽度相协调（如图3.4.1-10所示）。

图3.4.1-10 落地型招牌

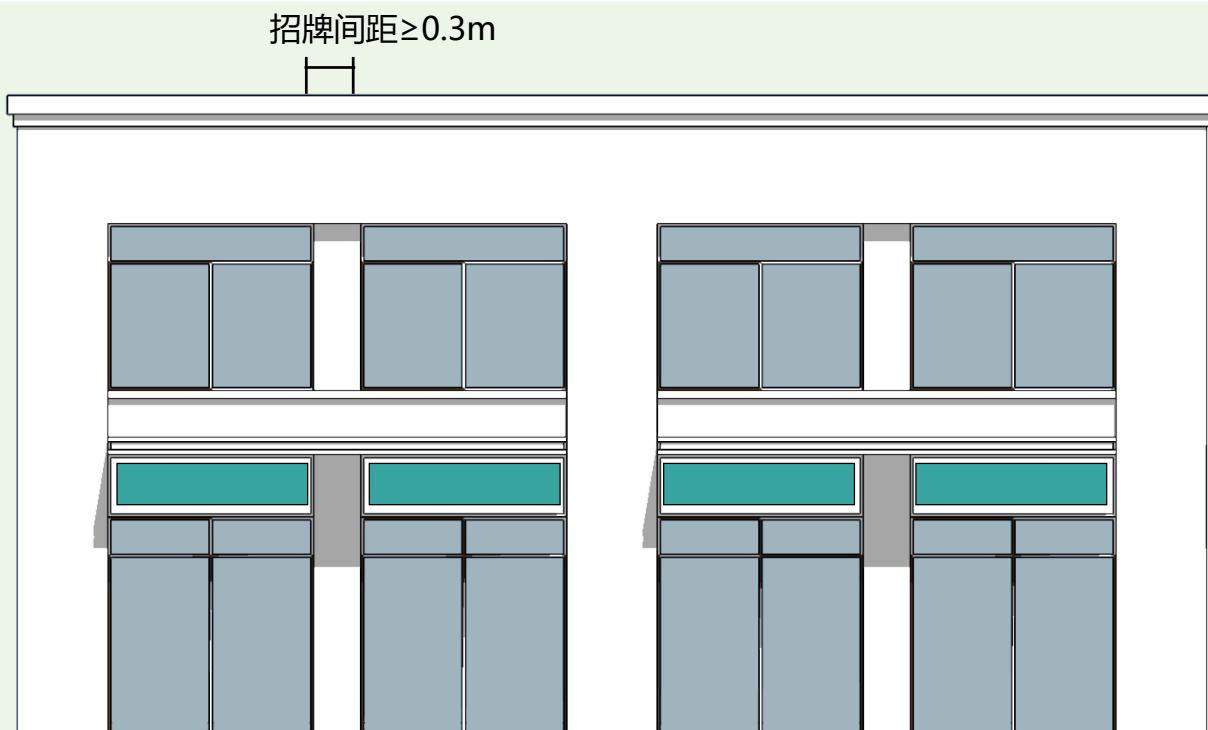


## 3.4 招牌设置导则

### 3.4.1 外墙型招牌设置导则

(14) 相邻店面的招牌应当分别设置，在同一建筑立面上统一设置的招牌，不同店面之间的招牌间距不得小于0.3m（如图3.4.1-11所示）。

图3.4.1-11 相邻店面的招牌



(15) 建筑底层的外墙型招牌应设置在二层楼板以下，底层门楣上方，应保证至少2m的通行高度（如图3.4.1-12所示）。

图3.4.1-12 建筑底层的外墙型招牌

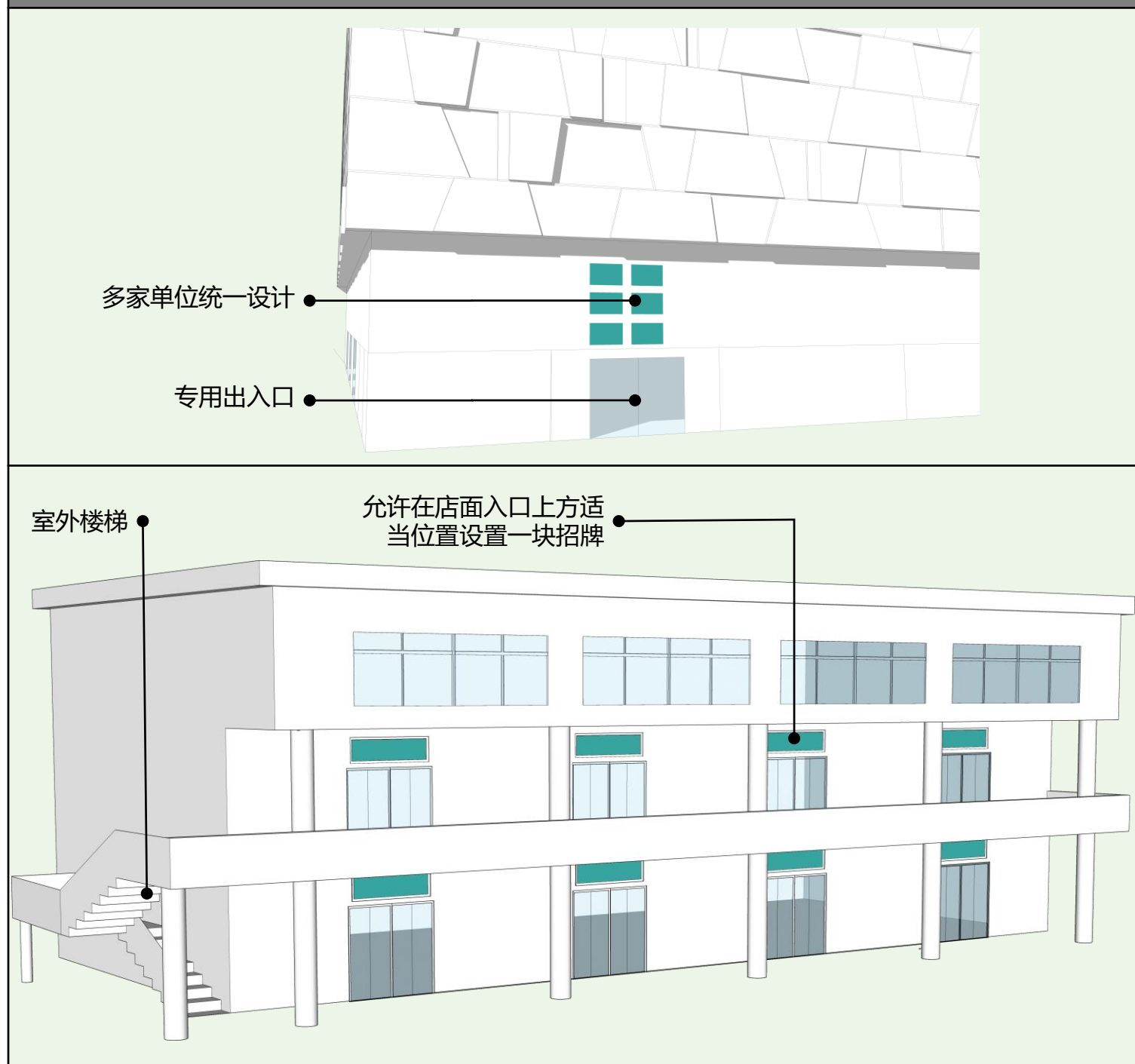


## 3.4 招牌设置导则

### 3.4.2 招牌设置数量与尺度

(1) 对于底层有专用出入口的商业经营单位，一处出入口可设置一块平行外墙式招牌；对于封闭性建筑的底层以上商业经营单位，在底层有专用出入口的，允许在其出入口的适当位置设置一块小型招牌，或在一层（底层）适当位置多家单位统一设计、集中设置，原则上需紧贴所在办公经营位置外墙（如图3.4.2 -1所示）；对于商业网点二层有独立产权的办公经营单位，通过底层室外楼梯连接二层室外连廊对外办公经营的，允许在店面入口上方适当位置设置一块招牌（如图3.4.2 -1所示）。

图3.4.2-1 商业网点二层有独立产权的办公经营单位



## 3.4 招牌设置导则

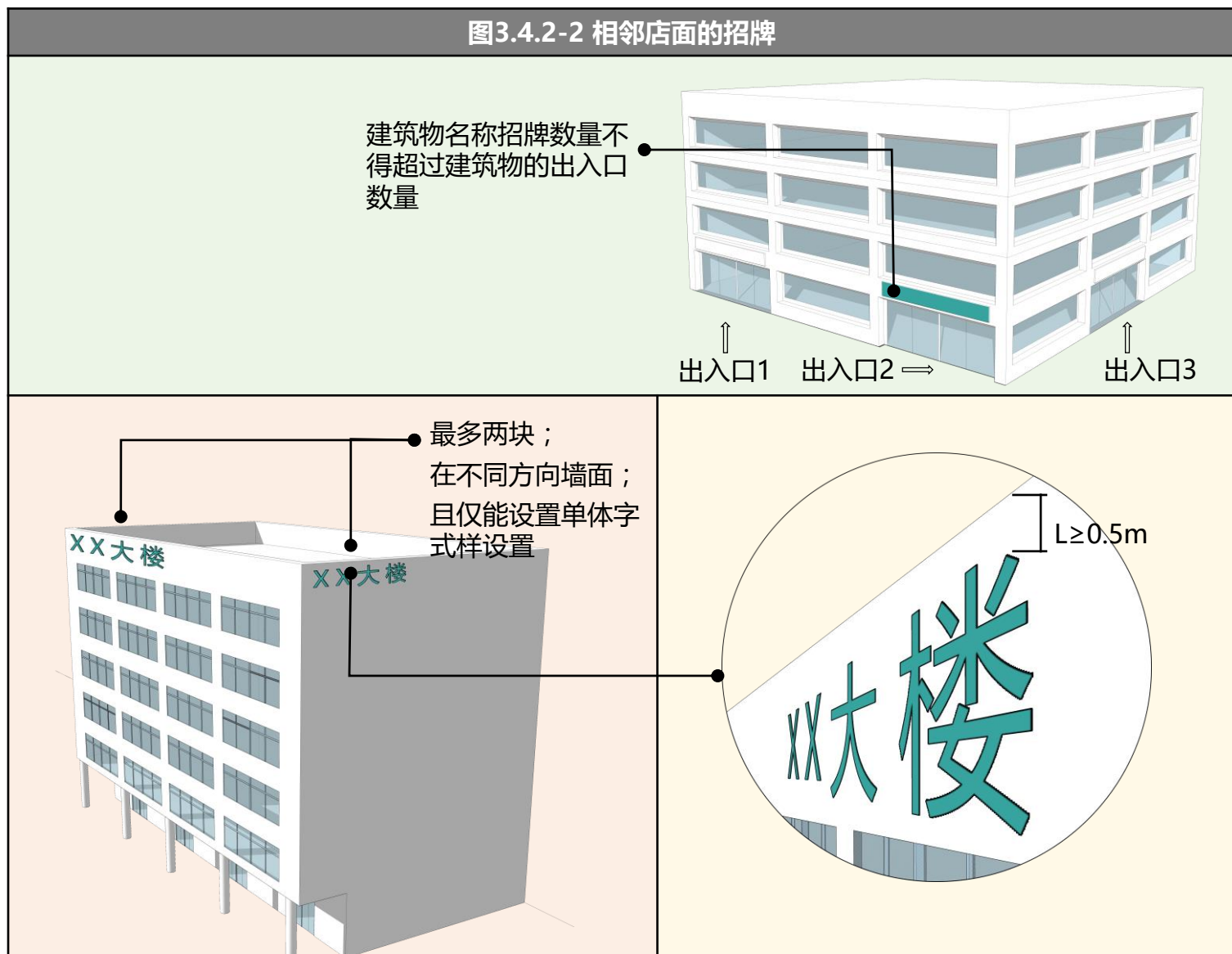
### 3.4.2 招牌设置数量与尺度

(2) 在建筑物底层部分设置建筑物名称招牌的，其数量不得超过建筑物的出入口数量；底层以上部分最多设置两块，应在不同方向的建筑实墙面上，且仅能以单体字式样设置，其字符的尺寸大小根据所依附建筑物高度确定，字符、标识上边缘距檐口（或女儿墙的上缘）距离 $\geq 0.5$ 米，并符合表3.4.2-1的规定（如图3.4.2-2所示）。

表3.4.2-1 建筑物名称招牌字符尺寸

楼层	标识字符最大边长 (m)
$\leq 16$	1.5
17-26	2
$\geq 26$	2.5

图3.4.2-2 相邻店面的招牌



(3) 落地型招牌的数量不得超过所属建筑物主要出入口的个数。

## 3.4 招牌设置导则

### 3.4.3 墙面式门店招牌的字符尺寸

依附于墙面设置的门店招牌的字符尺寸应符合下列规定（如图3.4.3-1所示）：

招牌的字符宜小不宜大，根据所在街道的空间尺度不同，其字符的具体尺寸大小宜符合表3.4.3-1的规定。

表3.4.3-1 招牌字符尺寸规定

道路宽度	招牌字符最大边长 ( m )
≤16	0.5
16-40	0.6
40	0.7

图3.4.3-1 招牌的字符尺寸

招牌的字符宜小  
与道路宽度有关



XX服饰

### 3.4.4 居住小区内或居住建筑招牌设置

居住小区内或居住建筑（包括商住建筑和住宅办公建筑的住宅层面）的外墙面上设置的招牌，不得采用霓虹灯、电子显示屏等动态光源的照明方式。

# 材料选用 04

Guidelines for the selection of materials

4.1 金属材料

4.2 混凝土材料

4.3 焊接材料

4.4 其他材料

## 4.1 金属材料

- 结构所采用的钢材，应符合现行国家标准《碳素结构钢》GB/T 700、《低合金高强度结构钢》GB/T1591中的有关规定。
- 面框架所采用的金属材料，宜符合现行国家标准《不锈钢冷轧钢板和钢带》GB/T3280、《装饰用焊接不锈钢管》YB/T3880、《一般工业用铝及铝合金板、带材》GB/T3880.1~GB/T3880.3、《一般工业用铝及铝合金挤压型材》GB/T6892中的有关规定。
- 结构所采用的钢材应具有抗拉强度、伸长率、屈服强度、冷弯实验、冲击韧性及硫、磷含量的合格保证，焊接结构尚应具有碳含量的合格保证。

## 4.2 混凝土材料

- 基础及钢筋混凝土所采用的水泥，应符合现行国家标准《通用硅酸盐水泥》GB175的规定。
- 基础及钢筋混凝土结构所采用的砂、石，应符合现行行业标准《普通混凝土用砂、石质量及检验方法标准》JGJ52的规定。
- 基础及钢筋混凝土结构所采用的普通钢筋的强度标准值应具有不小于95%的保证率，并应符合现行国家标准《钢筋混凝土用钢 第1部分 热轧光圆钢筋》GB 1499.1、《钢筋混凝土用钢 第2部分 热轧带肋钢筋》GB1499.2的有关规定。

## 4.3 焊接材料

- 手工焊接所采用的焊条，应符合现行国家标准《碳钢焊条》GB/T5117、《低合金钢焊条》GB/T5118的有关规定。
- 自动焊接或半自动焊接所采用的焊丝、焊剂，应符合现行国家标准《熔化焊用钢丝》GB/T14957的有关规定。
- 二氧化碳气体保护焊所采用的焊丝，应符合现行国家标准《气体保护电弧焊用碳钢、低合金钢焊丝》GB/T8110、《碳钢药芯焊丝》GB/T10045的有关规定。

## 4.4 其他材料

- 螺栓、锚栓（机械型和化学试剂型）、地脚螺栓、自攻螺钉、螺母及垫圈等紧固件，应符合现行国家标准《紧固件机械性能》GB/T3098.1~GB/T3098.20的有关规定。
- 钢结构用高强度螺栓（大六角或扭剪型）及其螺母、垫圈，其规格性能应符合现行国家标准《钢结构用高强度大六角头螺栓、大六角螺母、垫圈技术条件》GB/T1231、《钢结构用扭剪型高强度螺栓连接副》GB/T3632的有关规定。
- 户外广告和招牌设施的面板所采用的安全玻璃或聚碳酸酯板，其产品性能指标应符合现行国家标准《建筑用安全玻璃第2部分：钢化玻璃》GB 15763.2、《建筑用安全玻璃 第3部分：夹层玻璃》GB 15763.3等有关规定。

# 设计和安装 05

Design and Installation

5.1 户外广告和招牌设计

5.2 户外广告和招牌安装

## 5.1 户外广告和招牌设计

### 5.1.1 设计单位与使用年限

户外广告和招牌设施应由具备相关设计资质的设计单位，结合建筑整体布局、建筑物立面及周边环境进行设计。大型立柱户外广告设施设计使用年限为20年，其它类型户外广告设施设计使用年限为10年。

### 5.1.2 户外广告和招牌荷载

设置的户外广告和招牌设施，其荷载应按《建筑结构荷载规范》GB 50009-2001规定执行。基本风压应按 $0.75\text{kN/m}^2$ 执行，并考虑高度系数、风振系数、体形系数；考虑地震作用时应按地震作用效应和其它荷载效应的基本组合。

### 5.1.3 钢结构户外广告和招牌要求

户外广告和招牌设施采用钢结构的，应按《钢结构设计规范》GB 50017及《户外广告设施钢结构技术规程》CECS 148：2003规定执行，同时应考虑钢结构连接部位抗扭强度校核计算。

### 5.1.4 户外广告设施与建筑物连接要求

广告设施与原有建筑物的连接应确保连接可靠、牢固安全，连接埋置固定部位应和连接件等强度。

### 5.1.5 户外广告设施防雷与接地设计

户外广告设施防雷与接地设计，应符合以下规定：

(1) 设置户外广告设施应根据其所处环境，采取适当的防雷措施，包括防止雷击和防雷电波侵入，应按《建筑物防雷设计规范》GB 50057规定执行。防雷设计中必须具有防止直接雷、感应雷和防雷电波侵入的措施。

(2) 当户外广告设施安装在高层建筑的外墙上时，其防雷装置可结合建筑的防雷接地系统进行设计。

(3) 户外广告设施的接地系统应形成等电位联结。

(4) 独立的电子显示屏，除安装在受保护的避雷带、避雷网内的设施外，其钢结构主体、框架均应作防雷设计。

(5) 户外广告和招牌设施用电应以低压供电为主，一般宜采用三相五线制或单相三线制供电，必须确保接地和安全，可按《民用建筑电气设计规范》JGJ 16规定执行。

## 5.2 户外广告和招牌安装

### 5.2.1 安装单位要求

户外广告设施的安装应由具备建筑、钢结构工程安装施工资质的企业按图加工、制作及安装，并要求有施工监理。

### 5.2.2 户外广告和招牌安装结构要求

户外广告和招牌设施在钢结构安装前应核对进场的构件，查验质量证明书和设计文件，安装时必须确保结构的稳定性。

### 5.2.3 高层建筑墙面广告设施安装要求

高层建筑墙面广告设施的安装人员必须具有登高架设作业证，并采取可靠的安全措施，防止损坏房屋结构及其外装修；六级风以上不得施工。

### 5.2.4 户外广告设施与招牌设施焊接要求

户外广告和招牌设施的构件焊接应由取得合格证书的焊工在其考试合格项目及其认可范围内施焊，其使用的焊条、焊丝、焊剂等焊接材料与母材的匹配应符合设计要求及国家现行行业标准《建筑钢结构焊接技术规程》JGJ 81的规定，确保广告牌面板与钢结构管架的牢固连接。安装焊缝的质量应符合设计要求和《户外广告设施钢结构技术规程》CECS148：2003中的有关规定。所有现场焊缝应按3级焊缝进行检查，检查合格后方可进行防锈处理。钢结构除锈质量分为三级，其质量标准应符合表5.2.4-1的规定。

表5.2.4-1 除锈质量等级

等级	除锈方法	质量标准
1	喷钢矿砂或石英砂除锈	钢材表面露出金属色泽
2	喷砂抛丸和酸洗	钢材表面露出金属色泽
3	一般工具清除（钢铲、钢刷）	钢材表面存留少量轧制表皮

注：1、2级用于出厂检验，3级用于补涂时除锈处理

### 5.2.5 螺栓安装要求

安装螺栓的质量应符合设计要求和《户外广告设施钢结构技术规程》CECS 148：2003中的有关规定。受拉螺栓紧固后，必须采用双螺母或用弹簧垫片防松。

### 5.2.6 照明电线安装要求

广告设施和招牌灯光照明使用的电线不允许有绝缘材料损坏，不允许导线外露，电线走向要规范，不得随意搭设。

# 维护保养 06

Maintenance

- 6.1 户外广告和招牌设施日常维修与保养
- 6.2 户外广告和招牌设施应急维修与保养

## 6.1 户外广告和招牌设施日常维修与保养

### 6.1.1 钢结构防腐保养

钢结构防腐保养必须每年进行一次，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。当钢结构涂层表面光泽失去达80%，表面粗糙、风化龟裂达25%和漆膜起壳时，应及时修补。

### 6.1.2 设施连接节点维修保养

构架连接节点（焊缝、螺栓、锚栓）、构架与墙体（或屋面）锚固节点至少每6个月检查一次，发现焊缝有裂痕、锚栓及锚固节点松动时，应及时修补及紧固。

### 6.1.3 供电设施维修保养

对供电、电气控制设备应至少每月维护保养一次，对绝缘材料损坏、导线外露的电线、电缆应及时更换，确保用电安全。

### 6.1.4 已损坏设施维修要求

对灯光显示不全、图案文字脱落、存在明显锈蚀的，应做到即坏即修，出现损坏应在48小时内修复，确保市容景观完好无损。

### 6.1.5 电脑喷绘设施维修保养

对电脑喷绘形式的设施，应每3个月清理维护一次，确保喷绘画面完好整洁。

### 6.1.6 灯箱广告维修保养

对设置在公交候车亭等设施上的灯箱广告，至少每周维护一次，确保灯箱广告牌面完好整洁。

## 6.2 户外广告和招牌设施应急维修与保养

### 6.2.1 台风、汛期及暴雨应急措施

遇台风、汛期、暴雨，应对户外广告和招牌设施钢结构进行应急检修和维护保养，对钢结构面板连接的牢固程度进行加固处理，重点是结构强度、刚度和结构节点、连接焊缝、螺栓、地脚螺栓（锚栓）。

### 6.2.2 大风、大雨、雷雨季节应急措施

在大风、大雨、雷雨季节，应对户外广告和招牌设施照明线路、灯具、电气设备和避雷设施的可靠性进行检查，并制定防风、防雪和防汛应急预案，以保证电气设备和避雷设施的安全可靠、使用。

### 6.2.3 户外广告及招牌产权人应急维修保养要求

在气候环境突变对户外广告和招牌设施的安全构成威胁前，各产权人应制定应急预案并采取防范措施，事后必须及时对户外广告设施和门头设施进行检查和修复。

# 安全检测 07

Security Check

7.1 户外广告安全检测

7.2 招牌设施安全检测

## 7.1 户外广告安全检测

### 7.1.1 定期安全检测要求

户外广告设施必须定期进行安全检测。设置期超12个月的大型户外广告设施，户外广告产权人应当每年按照山东省《户外广告设施检验规范》组织进行安全检测，并在续期时向户外广告审批部门提交检测报告；对检测不合格的户外广告设施，户外广告产权人应当立即整修或者拆除；户外广告产权人应当定期对户外广告设施进行安全检查。

### 7.1.2 安全检测单位要求

户外广告设施的安全检测必须由具有专业检测资质的单位（部门）进行。

### 7.1.3 安全检测技术要求

户外广告设施安全检测的技术要求除应符合本规范外，并应符合现行国家标准《钢结构工程施工质量验收规范》GB 50205、《建筑地基基础工程施工质量验收规范》GB 50202和《建筑电气工程施工质量验收规范》GB 50303的有关规定。

### 7.1.4 安全检查与检测内容

- （1）结构现场检测：结构垂直度、构架变形程度、钢材截面厚度、焊接质量、连接螺栓。
- （2）结构防腐检测：构件锈蚀情况、涂层厚度及风化程度。
- （3）基础现场检测：地锚螺栓、基础混凝土强度。
- （4）电气现场检测：配电箱、灯具、导线连接安全性、防雷接地、接地电阻值和绝缘电阻值。

### 7.1.5 户外广告设施的可靠度检测

（1）户外广告设施的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠，应及时更新、维护、保养；并按期进行安全检查。

（2）户外广告设施安全检测必须由专业检测单位进行，检测人员必须具有相应检测项目职业资格证，需要登高作业的，要具备登高架设作业证。

（3）户外广告设施可靠度应根据设计施工图及现场测试的实际结构尺寸，包括户外广告设施钢结构的强度、刚度和稳定性及基础抗倾覆性方面进行验算复核。

（4）户外广告设施安全检查报告必须对其结构的强度、刚度和稳定性做出验算复核评估，对户外广告设施的焊接、防腐、电气和防雷等方面做出评价，并对户外广告设施整体的可靠度作出综合评定。

### 7.1.6 存在安全隐患户外广告设施的整改

对经安全检测认定在结构和焊接、防腐、电气及基础等方面存在缺陷的户外广告设施，产权人应限期整改，整改后再向检测机构申报复检；对不合格的户外广告设施，产权人应及时整修或者拆除，并上报当地主管部门备案。

## 7.2 招牌设施安全检测

### 7.2.1 招牌安全技术检测

招牌的使用单位或商户自身应当每年定期对招牌进行安全技术检测，定期向属地街镇提交招牌安全检定或自检报告，保证其牢固安全。因使用单位或商户自身维护管理不善导致招牌造成他人人身财产损害的，使用单位或商户自身应依法承担相应责任。

# 照明设置导则 08

Guidelines For Setting Up Lighting

- 8.1 照明基本要求
- 8.2 灯光照度设置导则
- 8.3 照明光源规定
- 8.4 照明亮度标准规定
- 8.5 常用照明技术规定
- 8.6 照明设施验收

## 8.1 照明基本要求

设置户外广告必须同步建设相应的亮化设施。亮化建设要采用新技术、新材料、新光源和新工艺,同时采取相应的防火、防风、防震、防漏电等安全措施,并符合下列要求:

- (1) 不影响建筑物原有风貌和结构安全。
- (2) 不影响市容、交通和消防通道。
- (3) 不影响城市公用设施的正常使用。
- (4) 不影响植物生长。
- (5) 与周围环境相协调。
- (6) 在机动车通行道路两侧设置的户外广告及亮化设施,必须采取眩光限制措施。

## 8.2 灯光照度设置导则

户外广告设施灯光照明设计,应符合以下规定:

- (1) 户外广告设施灯光照明要有合理的照度,尽量减少光污染,不得影响驾驶人安全驾驶。
- (2) 广告设施灯光照明要有合适的照度均匀度,一般照明情况下,照度均匀度应 $\geq 0.7$ 。
- (3) 广告设施灯光照明要选用合适的光源光色和显色性,使光色与照度具有相当的比例,构筑、渲染出各种舒适的色感环境氛围。

## 8.3 照明光源规定

- (1) 光源配置不得影响居民生活及交通安全。
- (2) 在交通管制信号装置周围10m以内及其背景空间内的广告照明,不得采用闪烁方式及辐射红、黄、绿三色的光源照明(如图8.3-1所示)。
- (3) 在商业区、餐饮和娱乐区可采用霓虹灯广告。
- (4) 采用新型节能光源和灯具。以使用灯箱、橱窗照明等内透光照明方式为主。



## 8.4 照明亮度标准规定

- (1) 广告设施的照度和灯箱广告照明亮度标准见表8.4-1、8.4-2。
- (2) 行政办公区和商务办公区适宜采用标志照明。
- (3) 当广告画面颜色的效果为暖色调时用偏暖色光照明，为冷色调时则用偏冷色光照明（如图8.4-1所示）。

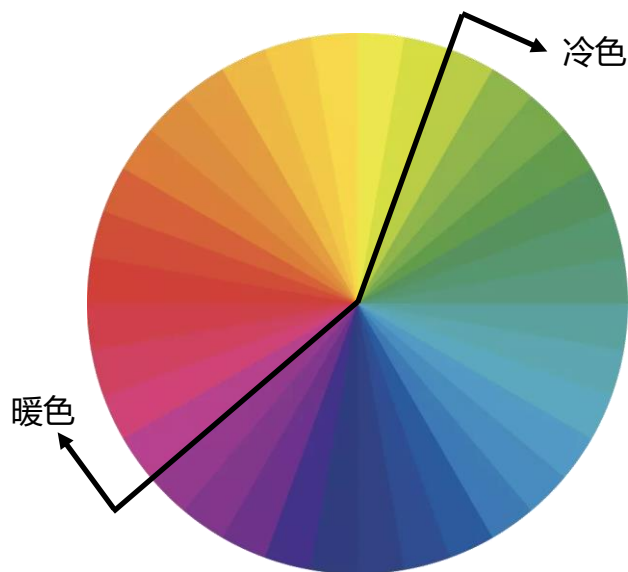


图8.4-1 冷暖色表

表8.4-1 户外广告设施的照度 单位：lx

广告设施面积	画面面积 <math> < 2 \text{ m}^2 </math>	画面面积 >math> > 8 \text{ m}^2 </math>
城市道路及人行道广告设施	200~ 400	200~ 600
城市建筑墙面、屋顶广告设施（高度10m~40m）	——	300~ 1000
城市建筑墙面、屋顶广告设施（高度40m~50m）	——	400~ 1200
普通公路边广告设施	——	400~ 1000
高速公路边广告设施	——	400~ 1200

注：表中数值中低值用于较暗环境。

## 8.4 照明亮度标准规定

表8.4-2 灯箱广告画面亮度标准（被照面面积不超过0.5 m<sup>2</sup>）

亮度 (cd/m <sup>2</sup> )	灯箱安装场所
70-350	建（构）筑物的正立面和围墙上的灯箱广告
250-500	购物中心建（构）筑物围墙上的灯箱广告
450-700	低亮度地段，即暗背景的灯箱广告
700-1 000	一般商业广告灯箱，加油站标牌灯箱
1000-1400	高层建（构）筑物上方和闹市区的灯箱广告
1000-1700	重要交通枢纽场所的灯箱广告

## 8.5 常用照明技术规定

### 8.5.1 灯箱广告照明设置导则

广告画面光源附近亮度与远离光源部分亮度之比宜为1.3~1.5，不得大于2；光源应采用寿命大于8000h，显色指数大于80和发光效率高的光源；灯箱广告要保证合适的亮度。

### 8.5.2 投光灯广告照明设置导则

光源应采用寿命大于10000h，显色指数大于80和发光效率高的光源；应采用体积小、重量轻、造型美观，防腐蚀、耐候性好，灯具防护等级大于或等于IP65的灯具；灯具应维护简便，有刻度指示，可方便调整照射角度，且具有良好的防水装置；其它形式的投光灯广告牌应尽量避免灯具及其支架外露；无法避免的外露灯具支架，其外观颜色应与广告画面相协调；投光灯支架长度应不大于广告牌高度的四分之一；广告牌底部的宽水平角非对称投光灯灯具的间隔距离应大于支架长度的2.5倍；投光灯灯具最低(最高)部位不得高出或(低于)广告牌顶边(底边)20°-30°。

### 8.5.3 霓虹灯广告照明设置导则

霓虹灯制作和安装，应符合《霓虹灯（灯箱）广告工程技术标准(试行)》ND/T 105和《霓虹灯安装规范》GB 19653的规定；霓虹灯变压器高压接线柱必须保持清洁；连接变压器与金属电极的导线不得在绝缘老化或超负荷下运行；霓虹灯的制作应按相关标准和程序执行。霓虹灯管的排气真空度应达到10-15PA，充填气压应达到1.07-1.33KPA，并长期保持良好；接入的各台霓虹灯变压器的额定初级电流的总和，一般应小于30A。按照灯管的长度合理配用相应功率的变压器，不允许超负载或负载不足。

## 8.6 照明设施验收

对户外广告、招牌及其亮化设施要同步进行验收。

# 公益广告设置导则

# 09

Guidelines For Setting Up Public Service Advertising

- 9.1 公益广告概念
- 9.2 公益广告禁止设置规定
- 9.3 公益广告设置要求
- 9.4 公益广告内容要求
- 9.5 企业出资公益广告相关要求
- 9.6 公益广告其他规定

## 9.1 公益广告概念

本规范所称公益广告，是指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的非营利性广告。

政务信息、服务信息等各类公共信息以及专题宣传片等不属于本规范所称的公益广告。

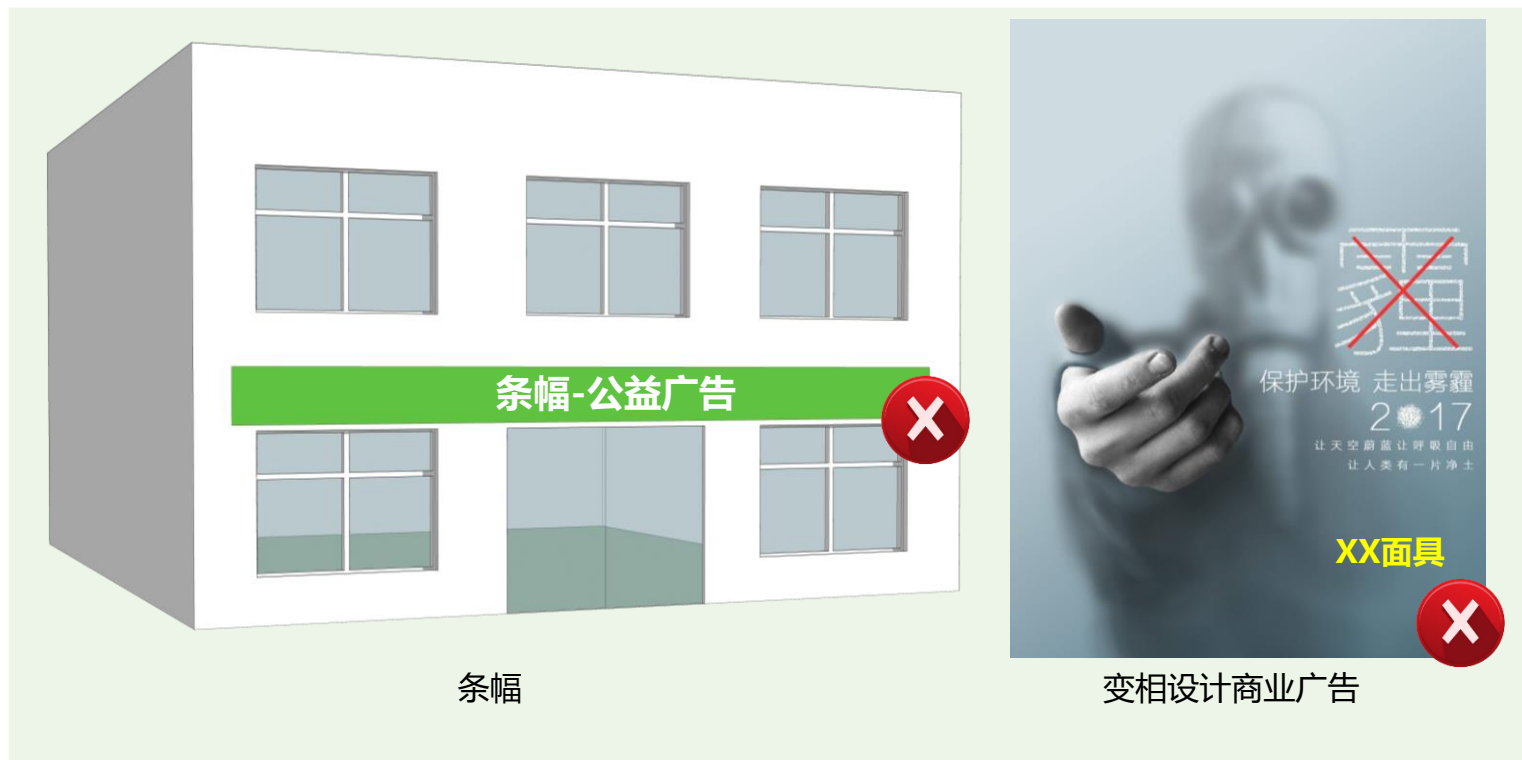
鼓励单位、个人以及广告产权单位、经营发布者和广告从业人员以提供资金、技术、劳动力、智力成果、媒介资源等方式参与公益广告宣传设计、制作。

## 9.2 公益广告禁止设置规定

(1) 不得以条幅形式张贴、悬挂公益性广告。（如图9.2-1所示）

(2) 不得以公益广告名义变相设计、制作、发布商业广告。（如图9.2-1所示）

图9.2-1 公益广告禁止设置规定



## 9.3 公益广告设置要求

(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%。

## 9.4 公益广告内容要求

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。

## 9.5 企业出资公益广告相关要求

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：

- (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。
- 违反前款规定的，视为商业广告。

## 9.6 公益广告其他规定

- (1) 大型户外广告设施闲置的，设施所有（使用）人应将其用于发布公益广告。户外广告发布媒介均有义务刊播市精神文明建设指导委员会审定的公益广告通稿作品。
- (2) 户外广告发布者发布公益广告作品免缴户外广告资源有偿使用收入。
- (3) 公益广告设计制作者依法享有公益广告著作权，任何单位和个人应依法使用公益广告作品，未经著作权人同意，不得擅自使用或者更改使用。

附录

appendix

10

10.1 术语

## 10.1 术语

### 下列术语适用于本导则

#### 建筑立面

是指建筑和建筑的外部空间直接接触的界面，以及其展现出来的形象和构成的方式。建筑主立面，是指建筑物从主要观赏角可见的立面。点式建筑的主体墙面均为主立面。

#### 高层建筑

是指建筑高度大于等于24米(高度 $\geq 24$ 米)，或建筑层数大于7层(层数 $> 7$ 层)的建筑，但不包括建筑高度超过24米的单层建筑(如体育馆等)。

#### 多层建筑

是指建筑高度大于10米，小于24米(10米 $<$ 高度 $\leq 24$ 米)，且建筑层数大于3层，小于等于7层(3层 $<$ 层数 $\leq 7$ 层)的建筑。

#### 低层建筑

是指建筑高度小于等于10米(高度 $\leq 10$ 米)，且建筑层数小于等于3层(层数 $\leq 3$ 层)的建筑。

#### 建筑高度

是指建筑物室外地平面至外墙顶部的总高度。

#### 裙房

是指与高层建筑主体紧密连接、组成一个整体的底层基座部分。

#### 山墙

是指沿建筑短轴方向所布置的外墙面。

#### 附楼

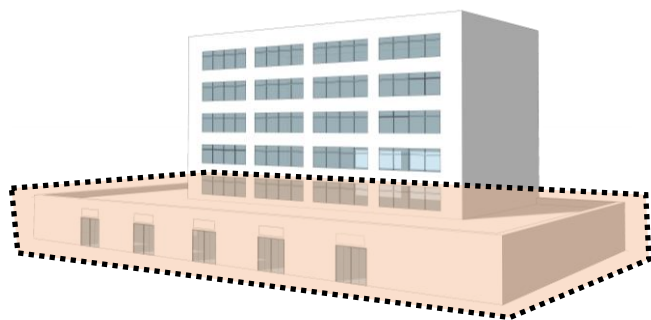
是指主体建筑外加的延伸部分。

#### 高层建筑主体墙面

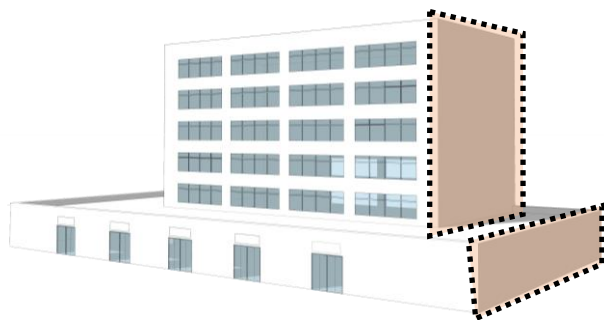
是指高层建筑除裙房、附楼及屋顶构筑物以外的建筑外墙面。

#### 玻璃幕墙

是指由金属构件与玻璃组成的建筑外围护结构。



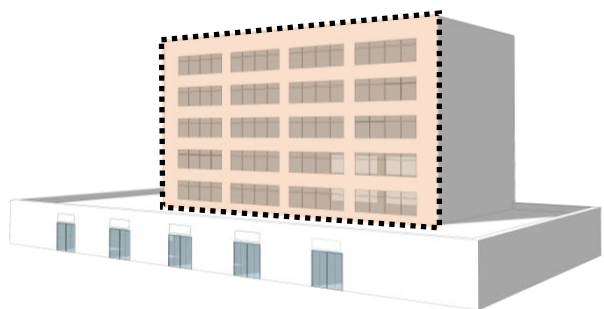
裙房



山墙



附楼



高层建筑主体墙面



玻璃幕墙

## 10.1 术语

### 下列术语适用于本导则

#### 造型屋顶

是指建筑设计为达到或者追求某种建筑风格所采用的具有特定风格的屋顶设计。

#### 造型构件

是指建筑立面为达到或者追求某种建筑风格所采用的具有特定风格的装饰构件。

#### 危险建筑物

是指建筑结构已严重损坏或承重构件已属危险构件，随时有可能丧失结构稳定和承载能力，不能保证居住和使用安全的建筑物。

#### 无障碍设施

是指保障残疾人、老年人、孕妇、儿童等社会成员通行安全和使用便利，在建设工程中基本建设的服务设施。包括无障碍通道(路)、电(楼)梯、平台、户间、洗手间(厕所)、席位、盲文标识和音响提示以及其他相关生活的设施。

#### 市政公共设施

是指城市中为生活及生产服务的各项基础设施。

#### 住宅建筑

是指经规划主管部门审批同意作为居住功能使用的建筑物。

#### 综合建筑

是指经规划主管部门审批同意其中由多个使用功能不同的空间组合而成的建筑(如商住楼等)。

#### 骑楼

是指建筑物之前凸出的有屋顶或有第二层楼的供人通行的柱廊。

#### 女儿墙

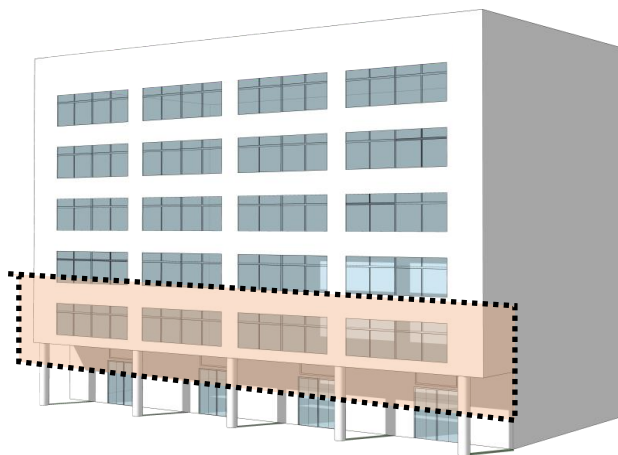
是指建筑物外墙部分高于层面的墙，它作为屋顶上护栏设施或建筑物屋檐组成部分。



造型屋顶&造型构件



危险建筑



骑楼

## 10.1 术语

### 下列术语适用于本导则

#### 檐口

是指屋顶在檐墙的顶部，它对墙起保护作用，也是建筑物的主要装饰部位。

#### 门楣

是指建筑开间入口处上方至二层窗户以下的地方。

#### 建筑开间

是指建筑立面由竖向构成元素划分后形成的标准单元。

#### 建筑物入口

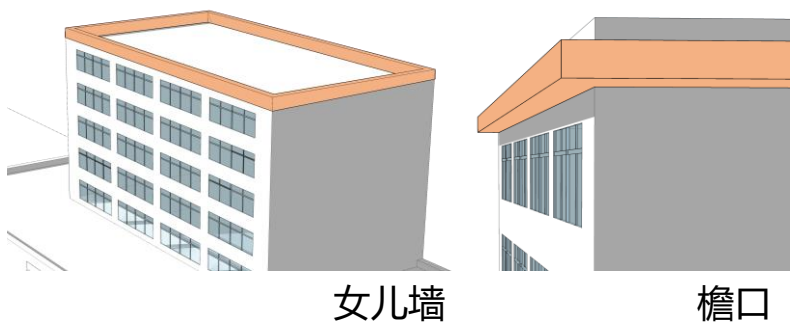
是指建筑物提供人行或者机动车出入的主要通道。

#### 遮棚

是指从主体建筑向人行道上方向伸出，供行人避风、遮雨等使用的水平方向为主的构筑物。

#### 透空围墙

是指墙体中采用隔栅、镂空等形式使墙体变得通透的围墙。

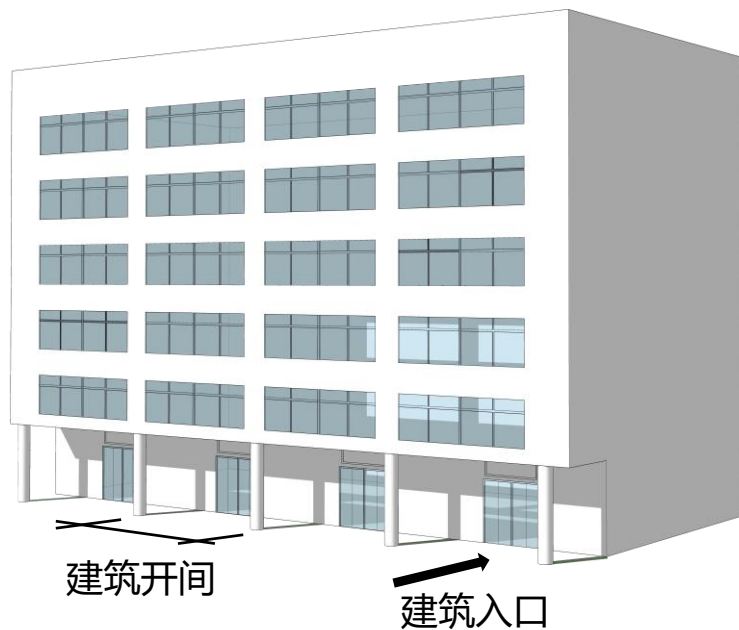


女儿墙

檐口



门楣



建筑开间

建筑入口



遮棚



透空围墙

## 10.1 术语

### 下列术语适用于本导则

#### 人行道侧石

是指位于人行道边缘，区分机动车道和人行道，起引导交通、保持水土、区分路面铺装作用，高度多为100-150mm，由混凝土、石材等材料制成的道路设施。

#### 安全视距

是指行车司机发觉对方来时立即刹车而恰好能停车的距离。

#### 视距三角形

是为保证行车安全，道路交叉口、转弯处必须空出一定的距离，使司机在这段距离内能看到对面或侧方来往的车辆，并有一定的刹车和停车的时间，而不致发生撞车事故。根据两条相交道路的两个最短视距，在交叉口平面图上绘出的三角形，“叫视距三角形”。

#### 匝道

是指立交桥、高速公路或高架路的进出道引道。

#### 商业步行街

是指由城市大道和小巷所组成的以从事商品贸易为主的专门区域，在这个区域内禁止机动车和非机动车通行。

#### 公共标识设施

是指在城市公共空间利用建筑、构筑物、场地、空间等设置的给人行为指示的由符号、颜色、文字、几何形状等元素组合所形成的公共服务设施。

#### 非休憩型绿地

街道用于观赏、绿化退线等非休憩用途绿地(绿化)，不含街头公园以及包含游憩设施供居民休憩、健身的绿地。

#### 道路红线

是指规划的城市道路路幅的边界线。

#### 用地红线

是指经规划主管部门审批后的用地范围线。



人行道侧石



匝道



公共标识设施



非休憩型绿地

## 10.1 术语

### 下列术语适用于本导则

#### 用地性质

是指土地使用的主要性质。城市用地按其性质可分为：居住用地、公共设施用地、工业用地、仓储用地、对外交通用地、道路广场用地、市政公用设施用地、绿地、特殊用地、水域及其他用地。

#### 城市一般地区

是指除特殊指定的重点区域如城市重点地区，大型商业区、各级城市中心地区、机场、客运站、口岸地区、重要景观道路、山体及山前海滨地带、滨河廊道和标志性建筑及其用地范围以外的区域。

#### 控制保护区范围如下：

- 1.地下车站与隧道结构外边线外侧50米内。
- 2.地面车站和高架车站以及线路轨道结构外边线外侧30米内。
- 3.出入口、通风亭、变电所等建筑物、构筑物结构外边线外侧10米内。
- 4.城市轨道交通过江、过河隧道结构外边线外侧100米内。

#### 特别保护区范围如下：

- 1.地下工程(车站、隧道等)结构外边线外侧5米内。
- 2.高架车站及高架线路工程结构水平投影外侧3米内。
- 3.地面车站及地面线路路堤或路堑外边线外侧3米内。
- 4.车辆段用地范围外侧3米内。
- 5.高压电缆沟水平投影外侧3米内。

## 10.1 术语

### 下列术语适用于本导则

**户外广告设施的高度(H)**：是指户外广告牌面高度与其附属设施高度之和。

**户外广告设施的净空高度(h)**：可分为两种情况，当属于依附于建筑的户外广告时，其净空高度为牌面及其附属设施下沿到其支撑结构所处地面的最小距离；当属于独立支撑式户外广告时，其净空高度是指广告牌面下沿到其支撑结构所处地面的最小距离。

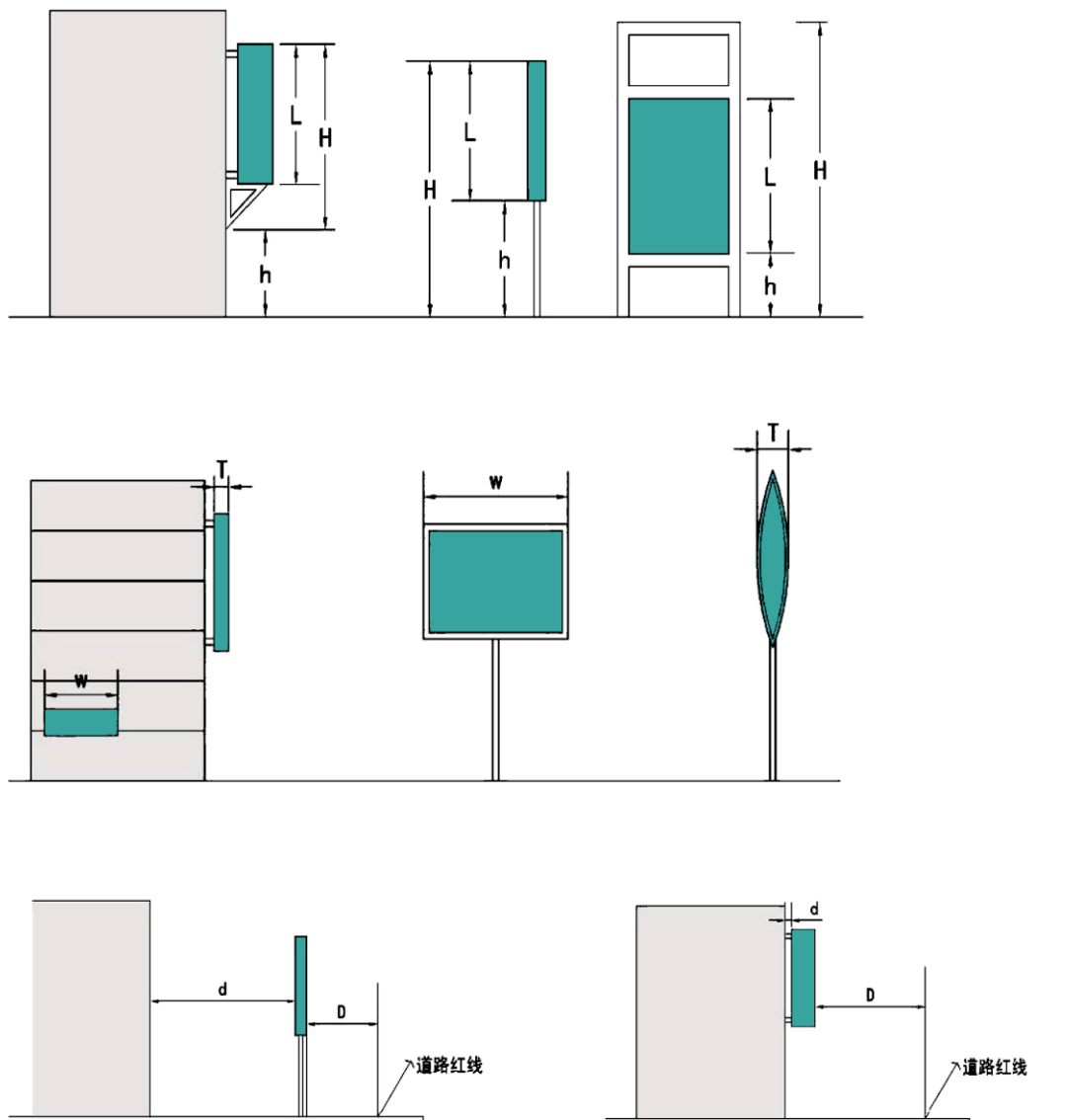
**户外广告设施的牌面高度(L)**：是指户外广告牌面在垂直方向的最大距离。

**户外广告设施宽度(W)**：是指户外广告牌面和其附属设施在水平方向的最大距离。

**户外广告设施牌面厚度(T)**：是指户外广告牌面在垂直于广告牌面方向上的最大距离。

**户外广告设施与建筑外立面的距离(d)**：是指户外广告与建筑外立面在水平方向的最小距离。

**户外广告设施与道路红线的距离(D)**：是指户外广告与建筑红线在水平方向的最小距离。

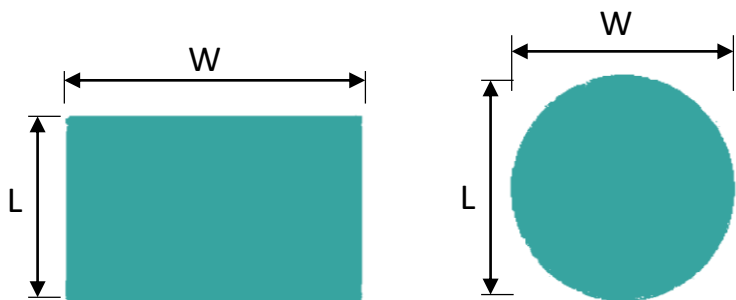


## 10.1 术语

### 下列术语适用于本导则

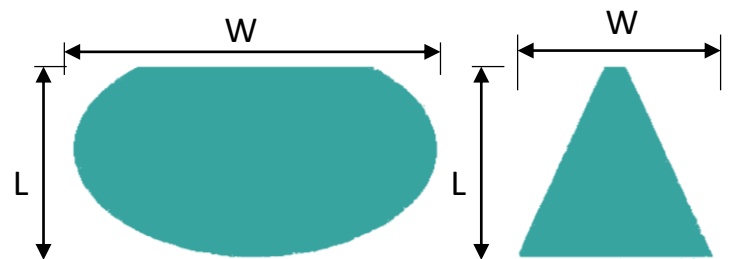
#### 规则形状的户外广告面积(S)：

矩形牌面的户外广告，使用数字公式来计算其面积；非矩形牌面的户外广告，包括圆形椭圆形三角形、平行四边形，皆按照能围合该图形的最小矩形的面积来计算该广告面积。



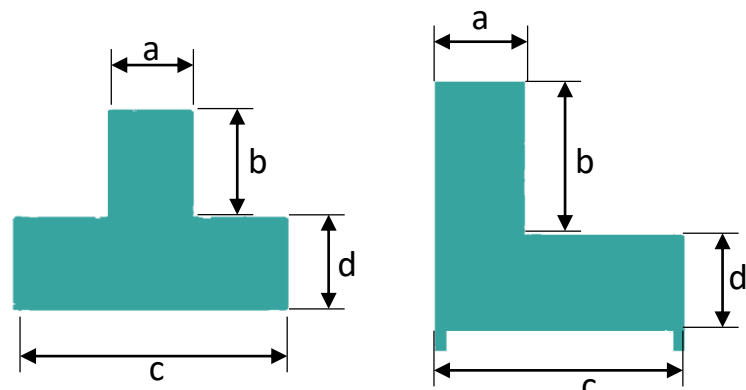
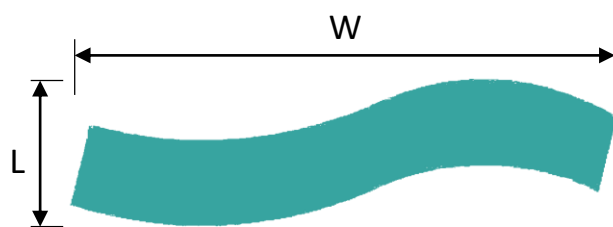
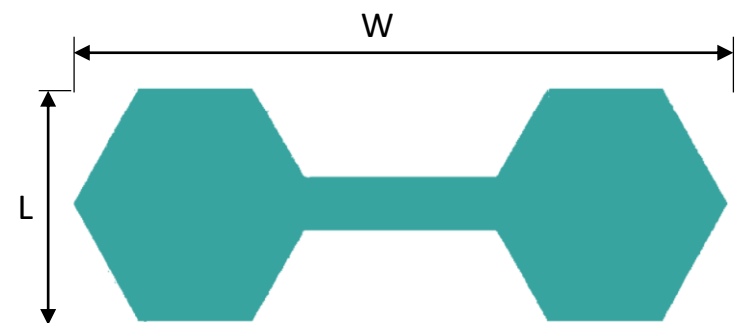
#### 不规则形状的户外广告面积(S)：

外边缘为直边(少于或等于8边)的不规则形状的户外广告的面积，其面积按照其直边围合图形面积计算，而外边缘为曲线或外边缘边数大于8的直边围合的不规则形户外广告，其面积按照能围合该不规则图形的最小矩形的面积计算。



#### 户外广告的水平投影面积(S)：

水平投影为规则几何形的户外广告，使用数字公式来计算其水平投影面积。水平投影为不规则几何形的户外广告，其水平投影面积按照能围合该不规则图形的最小矩形的面积计算。



## 10.1 术语

### 下列术语适用于本导则

条例标准用词说明

**1) 执行本条例时，对要求严格程度的用词说明如下.以便使用时区别对待:**

A、表示很严格。非这样不可的：

正面词采用“必须”；反面词用“严禁”。

B、表示严格，在正常情况下应这样做的：

正面词采用“应”；反面词采用“不应”或“不得”。

C、表示允许稍有选择，在条件许可时首先应这样做的：

正面词采用“宜”或“可”；反面词采用“不宜”。

**2) 条文中指定应按其它有关标准和规范执行时，写法为“应符合...的规定”或“应按.....执行”，非必须按所指定的标准和规范执行的写法为“可参照.....执行”。**

**3) 设计导则控制圈则包含规定性内容和指导性内容；规定性内容为必须严格执行的.建议性内容为规划建议，允许适度的弹性。**

**4) 条文中下列用词分别表示为以下关系:**

1. “不得小于”表示“应大于或等于”。
2. “不得低于”表示“应高于或等于”。
3. “不得大于”表示“应小于或等于”。
4. “不得超过”表示“应小(低)于或等于”。
5. “不得高于”表示“应低于或等于”。