



# 栖霞市人民政府公报

2024

第1号（总第45号）

# 栖霞市人民政府公报

第 1 号（总第 45 号）

栖霞市政府主办

二〇二四年四月七日出版

---

## 目 录

### 【市政府文件】

栖霞市人民政府关于印发《栖霞市户外广告和牌匾标识专项规划（2022-2035 年）》的通知

栖霞市人民政府关于下达 2024 年国民经济和社会发展规划的通知

**栖霞市人民政府**  
**关于印发《栖霞市户外广告和牌匾标识**  
**专项规划（2022-2035年）》的通知**

栖政发〔2024〕3号

各镇人民政府、街道办事处，市政府各部门，企事业各单位，  
省市属驻栖各单位：

现将《栖霞市户外广告和牌匾标识专项规划（2022-2035年）》印发给你们，请认真贯彻执行。

栖霞市人民政府  
2024年1月31日

# 栖霞市户外广告和牌匾标识 专项规划（2022—2035年）文本

栖霞市综合行政执法局  
山东建筑大学设计集团有限公司  
2023年3月

# 目 录

<b>第一章</b>	<b>规划总则</b> .....	( 8 )
第 1 条	指导思想与规划目的.....	( 8 )
第 2 条	规划依据.....	( 8 )
第 3 条	规划原则.....	( 9 )
第 4 条	规划期限与范围.....	( 11 )
第 5 条	户外广告和牌匾标识设施的定义与分类.....	( 11 )
第 6 条	规划目标.....	( 13 )
<b>第二章</b>	<b>户外广告和牌匾标识设施总体规划</b> .....	( 14 )
第 7 条	户外广告和牌匾标识设施规划总体思路.....	( 14 )
第 8 条	空间控制层次.....	( 14 )
<b>第三章</b>	<b>户外广告空间布局规划</b> .....	( 16 )
第 9 条	户外广告空间设置分区定义.....	( 16 )
第 10 条	栖霞市户外广告空间布局规划——禁止设置区	( 19 )
第 11 条	栖霞市户外广告空间布局规划——控制设置区	( 20 )
第 12 条	栖霞市户外广告空间布局规划——适宜设置区	( 23 )
第 13 条	栖霞市户外广告分段控制引导——适宜设置路段	( 25 )
第 14 条	栖霞市户外广告分段控制引导——控制设置路段	( 26 )
<b>第四章</b>	<b>户外广告设置要求</b> .....	( 28 )
第 15 条	户外广告设置一般要求 .....	( 28 )

第 16 条	户外广告分类设置要求—附属式广告设置要求	( 29 )
第 17 条	户外广告分类设置要求—独立式广告设置要求	( 32 )
第 18 条	户外广告分类设置要求—移动式广告设置要求	( 34 )
<b>第五章</b>	<b>户外牌匾标识设施设置要求</b>	<b>( 36 )</b>
第 19 条	户外牌匾标识设施禁止设置区域和情形	( 36 )
第 20 条	户外牌匾标识设施设置一般要求	( 36 )
第 21 条	附属式户外牌匾标识设施设置要求	( 37 )
第 22 条	独立式户外牌匾标识设施设置要求	( 38 )
<b>第六章</b>	<b>公益广告设置引导</b>	<b>( 40 )</b>
第 23 条	公益广告设置原则	( 40 )
第 24 条	公益广告设置基本要求	( 40 )
<b>第七章</b>	<b>户外广告智慧平台建设规划</b>	<b>( 42 )</b>
第 25 条	信息数据库	( 42 )
第 26 条	综合管理平台	( 42 )
<b>第八章</b>	<b>户外广告长效性管理规划</b>	<b>( 43 )</b>
第 27 条	长效性管理规划	( 43 )
<b>第九章</b>	<b>污染控制与环境保护</b>	<b>( 44 )</b>
第 28 条	户外广告环境容量控制	( 44 )
第 29 条	户外广告与牌匾标识设施光污染控制	( 44 )
第 30 条	户外广告与牌匾标识设施噪音污染控制	( 44 )
<b>第十章</b>	<b>规划实施建议</b>	<b>( 45 )</b>

第 31 条	完善规划体系 .....	( 45 )
第 32 条	完善技术体系 .....	( 45 )
第 33 条	完善智库管理机制 .....	( 45 )
附录	本规划文本用词说明 .....	( 46 )

# 第一章 规划总则

## 第1条 指导思想与规划目的

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实党的二十大精神，按照党中央、国务院决策部署，坚持以人民为中心的发展思想，落实新发展理念，按照高质量发展要求，坚持党建引领，坚持共建共治共享，全面提升城市户外广告和牌匾标识管理水平，建立规划引领、部门联动、智能监管、多元共治的新机制，使城市户外广告迈向规范化、精细化、智能化、多元化。

## 第2条 规划依据

- (1) 《中华人民共和国城乡规划法》（2019年4月23日修订）
- (2) 《中华人民共和国广告法》（2015年4月24日修订）
- (3) 《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T 149-2021）
- (4) 《城市户外广告设施巡检监管信息系统》（CJ/T 532-2018）
- (5) 《城市容貌标准》（GB 50449-2008）
- (6) 《市容环卫工程项目规范》（GB 55013-2021）
- (7) 住房和城乡建设部印发《关于加强生态修复城市修



补工作的指导意见》（建规〔2017〕59号）

（8）住房和城乡建设部关于印发《城市市容市貌干净整洁有序安全标准（试行）》的通知（建督〔2020〕104号）

（9）《山东省城市精细化管理标准：户外广告管理》

（10）《山东省住房和城乡建设厅关于开展规范城市户外广告和招牌设施管理工作试点的通知》

（11）《栖霞市城市总体规划》（2003-2020年）

（12）栖霞市规划范围内有关部门提供的与规划相关的基础资料。

### **第3条 规划原则**

（1）系统性原则。系统性的规划管理将是城市稳健发展的基石。户外广告和牌匾标识管理的系统性核心在于管理政策的稳定性和全面性，即通过稳定长效的管理政策完善行业规范、引导各级商户。系统性的管理体制与系统性的规划设计，二者相辅相成，共同构成户外广告和牌匾标识的规划管理体系。

（2）前瞻性原则。户外广告和牌匾标识规划的目标制定要以实现城市总体发展目标为前提，在社会、经济、空间风貌等方面助力总体目标的实现，要和城市总体规划的空间结构相匹配，对城市尚未建成的区域提前制定管治策略，为城市未来建设提供方向引导。

(3) 文化性原则。彰显文化自信，展示文化底蕴。通过凝练城市文化符号、诉说城市发展故事，推动城市文化形象传播，凝聚城市文化共识。

(4) 整体性原则。塑造活力中心、打造示范道路、聚焦人气节点。通过“面、线、点”的整体规划布局，使户外广告在整个区域中形成疏密有致的视觉秩序，在主要商业道路上形成跌宕起伏的视觉节奏，在人气较高的节点上形成全景联动的视觉高潮。

(5) 多元性原则。主要表现为视觉形象的多样，通常从形式、材料和功能三大方面描述。具体来说，即通过对艺术造型、文字图标、材质工艺等具体参数的导向控制，使其既融于环境又兼顾特色、吸引人氣的同时提升街道氛围。

(6) 地标性原则。所谓“形有所指”，是针对物质层面来说，地标需要一个具体的实际存在的形象；“言之有物”则是精神层面而言，它是一座城市或一个特定区域的文化象征或特色凝练，是人们去过之后的回忆和到达之前的向往。

(7) 融入性原则。户外广告和牌匾标识依托于城市而存在，与城市相生共荣。城市景观形态的构成要素之间应该是相互协调、井然有序的结构关系。将户外广告与牌匾标识和城市景观同步巧妙创意、合理规划，是城市景观风貌提升的必要前提，也是构建良好城市形象秩序的重要手段。

(8) 长效性原则。要求政府部门以城市户外广告规划体系为基础，以市民居住环境、审美需求为源泉，以提升城市品质为目标，优化人居空间，以绣花之功将户外广告这一城市细节打造得更规范、更靓丽，扎实有序地推进各项户外广告规范管理工作。

#### **第4条 规划期限与范围**

规划范围为栖霞市城区范围，包含翠屏街道、庄园街道、松山街道。

规划期限为2022年-2035年

其中：

规划基准年：2021年；

规划近期2022年-2025年；

规划远期2026年-2035年。

#### **第5条 户外广告和牌匾标识设施的定义与分类**

##### **(1) 户外广告定义**

利用户外场地、空间和建（构）筑物、市政公共设施、交通工具等户外设施，以展示牌、灯箱、发光字体、电子显示屏、电子翻版、招贴栏、布幅、气球、实物造型等形式发布的公益性或者商业性广告。

##### **(2) 户外广告的分类**

表1 户外广告的分类

设施类别		内容与规范
附属式	建(构)筑物上的	设置在建(构)筑物上的户外广告设施,包括屋顶户外广告设施、平行于墙面设置的户外广告设施、垂直于墙面设置的户外广告设施及围墙上设置的户外广告设施
	公共设施上的	设置在道路两侧和公共场所的灯杆、公交车站牌、候车亭、报刊亭、电话亭、信息栏、自动售货机、自行车棚等公共设施上的户外广告设施
独立式		设置在地面上的户外广告设施,包括立杆式户外广告设施、底座式户外广告设施、大型落地户外广告设施、大型立柱户外广告设施及实物造型户外广告设施
移动式		设置在交通工具或飞艇、气球等移动载体上的户外广告设施,包括车辆广告、船舶广告及空中移动广告

### (3) 牌匾标识定义

户外牌匾标识是指在办公或者经营场所的建(构)筑物及其附属设施上设置的用于表明单位名称、建筑名称、字号、商号的各类标识、匾额、标牌等构筑物。

### (4) 户外牌匾标识的分类

表2 户外牌匾标识的分类

设施类别	内容与规范
附属式	设置在建(构)筑物上的户外牌匾标识设施,包括平行于墙面设置的户外牌匾标识设施、垂直于墙面设置的户外牌匾标识设施

设施类别	内容与规范
独立式	设置在地面上的户外牌匾标识设施,包括竖向独立式户外牌匾标识设施和横向独立式户外牌匾标识设施

## 第6条 规划目标

### (1) 近期规划目标

规划近期至2025年,通过现状问题拆除整治、主要道路与节点的样本打造,初步营造系统化、有序化、特色化、智能化、美观化、安全化的户外广告与牌匾标识体系。初步形成户外广告和牌匾标识设置的样本空间,取得成功经验。

### (2) 远期规划目标

规划远期至2035年,根据近期整治与打造的成功经验,逐步向城区范围内推广。从城市个性化、艺术创新化、科技智能化、低碳节能化等各方面入手,以保有栖霞市的历史氛围、城市空间尺度和街道景观的整体性为前提,突出栖霞市地域特色,提升城市品质,优化城市户外广告与牌匾标识设置秩序。

## 第二章 户外广告和牌匾标识设施总体规划

### 第7条 户外广告和牌匾标识设施规划总体思路

栖霞市户外广告和牌匾标识规划的总体思路是“减量提档，精准设置，品质发展”。

从栖霞市实际出发，参考国内外优秀案例，充分考虑栖霞市经济社会发展与户外广告发展的关系，在保护生态宜居环境的基础上，减量提档城区户外广告的空间布局、设施类型，加强户外广告设置控制与设计引导，整体限制设置、严控品质，商业商务街区适度繁华，塑造高品质、有特色、有活力的街区氛围，使之成为促进经济发展，美化视觉环境，提升城市形象与特色，展现栖霞市魅力的亮丽风景线。

### 第8条 空间控制层次

本次规划拟定栖霞市户外广告和牌匾标识设施设置为三层空间控制。

“面”层主要是指城市各类功能区和城市用地。依托各个城市功能分区和城市用地性质，在区域和地块范围内，对户外广告和牌匾标识设施的设置进行总体规划与控制，形成总体控制框架。

“线”层主要是指户外广告空间要求控制的不同路段、廊道，重点控制不同等级和性质的道路。根据各条道路的不同等

级、不同性质，对户外广告和牌匾标识设施的设置进行线性规划与控制，形成线性体系。

“点”层主要是指为典型的或具有代表性的节点进行单独的设置和引导。

## 第三章 户外广告空间布局规划

### 第9条 户外广告空间设置分区定义

禁止设置区：为保护城市城市形象、特色景观、生态环境与山水风貌，禁止设置商业户外广告设施的区域。

控制设置区：为保护多元城市风貌和建筑空间特色，满足城市形象展示及一般地区商业宣传和活力营造的需求，允许适量或者在一定准则内设置户外广告设施的区域。

适宜设置区：为服务城市商业、促进经济发展、提升城区活力，允许集中、多样化设置户外广告设施的区域。

表3 城市规划用地分类与设置分区对应表

户外广告控制	用地名称	用地示例	备注
适宜设置区	商业用地	商业、服务业、旅游业和娱乐康体等设施用地	
控制设置区	物流仓储用地	仓储企业的库房、堆场和物流企业的配载、分装车间，运输及其附属设施等用地	
	体育用地	体育场馆和体育训练基地等用地，不包括学校等单位内配套建设的体育设施用地	
	商务用地	除行政办公用地以外的金融、保险、证券、咨询等行业及其他各类公司的办公建筑及其附属设施的用地	



户外广告控制	用地名称	用地示例	备注
控制设置区	居住用地	用于住宅建筑极其必要的配建道路,绿化及附属与住宅建筑的服务设施的用地	
	工业用地	工矿企业的生产车间,库房及其附属设施等用地,包括附属铁路和道路(厂区以外的专用线应计入铁路用地)	
	社区商业用地	以日常生活消费为主的小型商业,包括菜场、小型超市、理发店、小型餐饮店等	
	商住用地	商业和住宅综合用地,如一层或者几层为商业,其他楼层做居住用途	建筑附属广告仅允许在商业裙房处设施
	社会停车场用地	用于公共使用的停车场等设施的用地,不包括其他各类用地附属配套的停车场(库)的用地	
	广场用地	公共活动广场用地,包括街坊通道,不包括其他各类用地内的广场及通道用地。	
	交通枢纽用地	多种交通方式、多条线路集散换乘的、具有综合功能的枢纽站点用地	
禁止设置区	行政办公用地	党政机关、社会团体、事业单位等机构及其相关设施用地	
	文化设施用地	新闻出版,文化艺术团体、广播电视、图书展览等设施用地,如电视台、图书馆、博物馆、音乐厅等	
	医疗卫生用地	医疗、保健、卫生、防疫、康复和急救等设施的用地	

户外 广告 控制	用地名称	用地示例	备注
禁止 设置 区	教育科研 用地	高等院校、中等专业学校、职业学校、特殊学校等各类教育设施以及各类科学研究、勘测及测试机构的用地	
	文物古迹 用地	具有保护价值的古遗址、古墓葬、古建筑、革命遗址等用地，不包括已作其他用途的文物古迹用地	
	其他公共 设施用地 (宗教用 地)	除以上设施之外的公共设施用地，如宗教活动场所、社会福利院等用地	
	供应设施 用地	供水、供电、供燃气和供热等设施用地	
	邮电设施 用地	邮政、电信和电话等设施用地	
	环境设施 用地	各类环境卫生设施用地，如污水处理厂、泵站等环境设施	
	安全设施 用地	消防站等设施用地	
	其他市政 设施用地	除上述设施以外的其他市政设施用地，如防洪除涝泵闸、防汛应急基地、水文观测用地等	
	公共绿地	向公众开放，有一定游憩设施的绿化用地，包括其范围内的水域	
	防护绿地	园林生产绿地和防护绿地	
军事用地	直接用于军事目的的军事设施用地		

## 第 10 条 栖霞市户外广告空间布局规划——禁止设置区

(1) 国家机关、军事机关、军事管理区、文物保护单位、风景名胜区等的建筑控制地带。

(2) 人民团体、宗教活动场所、中小学校和幼儿园等建筑控制地带。

(3) 城市特色风貌保护区内的城市绿地、历史文化街区和历史街区范围内各类历史建筑的保护控制地带。

(4) 城市山林和防护绿地，水域、河流两侧防护绿地范围。

(5) 道路交叉口视距三角形范围内、除道路隔离栏外的交通安全设施和交通标志周边 10m 内，以及公交站牌、路名牌、出租车扬招牌、消防栓等设施周边 5m 内。

(6) 交通信号灯、交通标志、交通执勤岗设施、道路隔离栏、人行天桥护栏、道路及桥梁防撞墙与隔声墙等交通安全设施。

(7) 城市道路、公路上空。

(8) 在水利工程管理范围内，各类地下管线、架空线及其他生命线工程安全保护范围内，消防通道和消防场地内。

(9) 利用危房设置，或设置后可能危及建(构)筑物和设施安全。

(10) 沿街毗邻建筑物之间的空间、坡屋面或造型独特的

屋面。

(11) 城市行道树，分车绿带内。

(12) 亭、棚、栏等公共设施顶部。

(13) 禁止设置损害市容市貌的户外广告。

a) 损毁绿地的；

b) 灯电杆上设硬质展示牌、灯箱等广告的；

c) 建成区内设大型立柱广告的；

d) 二级公路以下的公路两侧设大型立柱广告的

(14) 其他妨碍生产生活、影响城市景观的情形。

## **第 11 条 栖霞市户外广告空间布局规划——控制设置区**

### **(1) 控制设置范围**

城市公共活动区域：包括体育中心区、文化中心区等城市功能区，城市集散中心、城市广场等城市旅游休闲节点和体育中心、文化中心（如剧院、图书馆、博物馆、科技馆等）等城市标志点，商住综合体等范围。

其他区域：包括高速公路、国道、城市快速路、城市迎宾道路、主要交通性道路、一般性交通性道路、生活性道路等城市界面，高速互通口、机场、铁路客运站、汽车站等城市门户型节点。

由于交通安全、城市特色景观等不同的需求，控制设置范围内应严格控制户外广告的设置密度。对该类区域的户外广告

设施应进行合理控制，户外广告设施设置的密度、位置、形式、色彩、体量应与环境相协调。

## (2) 控制设置区户外广告设置要求

该区域设置的户外广告以独立式灯箱、依附设置型灯箱为主，可在商业设施相对集中、不影响周边居民生活的区域设置部分动态型户外广告；此外，应适当控制传统方式的板式独立式户外广告的设置。广告形式要求鼓励设置使用新工艺、新材料制作的户外广告，不宜使用低工艺、粗制滥造的户外广告。

表 4 控制设置区户外广告设置要求一览表

广告设置区域	路面广告设置要求	沿路建筑后退形成的小型广场、街心绿地广告设置要求	沿路建筑广告设置要求			备注
			建筑屋顶	建筑墙面	建筑店招	
居住区商业服务中心	可结合人行道设置小巧的灯箱广告以及依附候车亭、灯杆等市政设施的广告，并要求同一条道路设置同一种规格的广告；不宜设置独立大型广告。	允许设置高度<6米，牌面<6 m <sup>2</sup> 的独立式广告，但广告不宜贴着人行横道设置。应设置在广场另外的三条边界上。	按导则要求设计并经专家论证后可设置	允许少量设置墙面广告	原则上店一牌，主要在建筑底层设置，户外广告形式、尺度应保持一致，广告形式以横向店招为主。	广告数量不宜过多，体量不宜过大，色彩不宜过艳，灯箱不宜过亮，内容不宜低俗。

广告设置区域		路面广告设置要求	沿路建筑后退形成的小型广场、街心绿地广告设置要求	沿路建筑广告设置要求			备注
				建筑屋顶	建筑墙面	建筑店招	
主要道路沿线	快速路沿线	以大型立柱广告为主，慢车道可适量设置部分灯箱广告	允许设置与环境相协调的大型落地广告，以及尺度相对稍大的灯箱广告。	按导则要求设计并经专家论证后可设置	非居住类建筑可设置体量稍大的墙面广告。	同上	广告数量不宜过多，体量可适度加大。
	城区交通性主干路	主干路沿线户外广告以底座式灯箱广告为主；可在商业设施相对集中、主要道路交叉口等地段，适度设置以公益广告为主题的大型广告。	允许设置与环境相协调的大型广告，以及尺度相对稍大的灯箱广告。	按导则要求设计并经专家论证后可设置	同上	同上	同一条道路原则上设置同种规格广告设施，且要求其广告内容、形式需与周边用地功能相协调。
	生活性城市次干路	宜采用尺度相对小巧的小型立杆式或底座式广告，以体现周边生活区相对和谐、宁静的风格。	不宜在广场、街心绿地内设置广告。	按导则要求设计并经专家论证后可设置	控制商业建筑墙面广告的数量，三层以下商业建筑不得设置墙面广告；六层以上建筑六层以上部分禁止设置任何墙面广告。	同上	不得设置任何针对楼体或有可能影响到居民的夜景灯光，控制使用大面积泛光照明。

## 第 12 条 栖霞市户外广告空间布局规划——适宜设置区

### (1) 适宜设置区范围

各类商业繁华中心：包括商业中心区、居住区级商业中心，鼓励各类商业广告入驻，在不影响城市整体景观环境的前提下，鼓励广告样式、色彩、造型的多样化与个性化处理，以丰富城市景观、烘托热闹繁华的商业氛围。

各类专业市场：鼓励相关产业的商业广告入驻，但必须进行建筑、广告、景观一体化设计，以形成内容丰富而井然有序的商业、产业氛围。

### (2) 适宜设置区户外广告设置要求

该区域允许设置灯箱独立型、依附设置型、动态型户外广告；严禁设置传统方式的板式独立型，不宜设门式构架型户外广告。总体设置要求如下：

1) 广告形式要求优先采用具有高科技含量、高信息量的新媒体广告形式，如数控霓虹灯电子显示、光纤显示、翻板设置、光投射装置等设施形式；

2) 广告制作应鼓励使用新工艺、新材料，鼓励使用具有独特设计的实体或异形的户外广告，禁止使用低工艺、粗劣制作的户外广告形式。色彩在考虑夜晚亮化的同时，还要保证白天的效果必须与建筑相协调统一。

3) 考虑到集中展示区占地少、商业价值高等特点，该区

域户外广告的内容应以商业广告为主，适量设置不低于 30%的公益广告。

4) 允许在国家法定的节日、庆典等活动期间，短期设置漂浮类广告、软体广告等，以营造热烈气氛。

表 5 适宜设置区户外广告设置要求一览表

广告设置区域	路面广告设置要求	沿路建筑后退形成的小型广场、街心绿地广告设置要求	沿路建筑广告设置要求			备注
			建筑屋顶	建筑墙面	建筑店招	
商业中心区	可设置立杆式、落地式灯箱广告以及依附候车亭、灯杆等市政公用设施的广告	允许设置高度 < 6 米，牌面 < 6 m <sup>2</sup> 的独立式广告，但广告不宜贴着人行横道设置。应设置在广场另外的三条边界上。	按导则要求设计并经专家论证后可设置	多层公建以及高层建筑裙房部分允许设置墙面广告。	一店一招，可设置橱窗广告，同一建筑上，户外广告形式、尺度应保持一致，广告形式以横向店招为主。	优先采用具有高科技含量、高信息量的新媒体广告形式。
市场区	同上	同上	按导则要求设计并经专家论证后可设置	控制墙面广告总量。	同上	大体量、大幅面广告总量不宜过多。



表 6 栖霞市户外广告设置空间控制明细表

区域分类		适宜设置区		控制设置区		禁止设置区		
广告内容		商业	公益	商业	公益	商业	公益	
广告类型	建(构)筑物	屋顶广告	△	△	△	△	△	△
		平行于墙面	●	●	△	△	×	×
		垂直于墙面	×	×	×	×	×	×
	公共设施	灯杆	△	●	△	●	×	×
		公交候车亭、车棚等	●	●	●	●	×	●
		阅报栏、画廊	×	●	×	●	×	●
		报刊亭	●	●	●	●	×	●
	地面	大型落地式	△	△	×	△	×	×
		大型立柱式	×	×	×	×	×	×
		立杆式	△	△	×	△	×	×
		底座式	△	△	△	△	×	×

● 允许设置； × 禁止设置； △ 经过设计并通过专家论证后可以设置。

### 第 13 条 栖霞市户外广告分段控制引导——适宜设置路段

主要为现代商业文化气息为主的步行街和主要商业廊道。包括霞光路、滨河路、迎宾路、民生路、跃进路等路段。

对于适宜设置路段的户外广告设置，应遵循以下要求：

- (1) 应编制户外广告设置详细规划，确定户外广告设置

地点、位置、数量、形式、规格等具体要求；

(2) 适宜设置路段两侧在满足相关规定的前提下，鼓励集中设置多样化的户外广告，充分利用广告位资源；

(3) 鼓励通过集中设置科技感强，多样式的户外（商业、公益）广告设施，塑造繁华的城市景观，提升商业氛围；

(4) 鼓励设置具有创意的户外广告设施，增加街道活力；

(5) 户外广告设置要求造型生动、鼓励新型材料的运用及夜晚的照明效果，使广告和招牌成为闹市区景观的组成部分。

#### **第 14 条 栖霞市户外广告分段控制引导——控制设置路段**

栖霞市户外广告控制设置路段主要包括城市居住区、工业园区及其他一般路段；与禁止设置路段相连的过渡路段；除禁止设置路段与适宜设置路段以外的其他市政道路等。

栖霞市控制设置路段的户外广告设置应遵循以下要求：

(1) 控制设置路段两侧在满足相关规定的前提下，允许适量设置户外广告，但对户外广告类型、数量、位置等内容应严格符合设置通则要求；

(2) 主要是位于控制设置区内的道路，户外（商业、公益）广告设施主要以控制为主，保护沿街立面原有的建筑肌理、色彩及天际轮廓线；

(3) 考虑道路交通流量的特点，为保证道路车辆的通畅安全快速行驶，户外广告设置不宜花哨和间距过密，宜简洁明了，更不宜横跨道路和影响三角视距，保证宽阔的道路和完整的道路视觉感受；

(4) 沿主要道路可适量设置灯箱独立型、依附市政设施设置的户外广告和招牌，原则上不设置动态型与门式构架型户外广告；

(5) 广告的设置必须位于城市规定许可的道路空间范围之外，不造成交通阻碍及行人不便；

(6) 尺寸样式根据道路宽度、两侧建设高度等进行控制，避免视觉遮挡，影响正常通行；与交通标志相区别，不对交通标志显示产生影响，避免误导车辆与行人；不得与交通标志指示信息雷同，不误导驾驶。

## 第四章 户外广告设置要求

### 第 15 条 户外广告设置一般要求

(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。

(6) 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。

(7) 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牌匾标识及升空气球。

(8) 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。

(9) 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。

(10) 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。

## **第 16 条 户外广告分类设置要求--附属式广告设置要求**

### **(1) 建（构）筑物上户外广告设置要求**

① 墙体广告只允许平行附着于墙体，广告设施宽度应与墙面相协调，周围不应超出墙面外轮廓线，垂直方向突出墙面距离不宜大于 0.5m。

② 宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面。

③ 同一墙面上的广告总面积不宜大于该墙外立面面积的 30%。

④ 高层建筑主楼墙面广告设施宜采用镂空文字或图案等形式。

⑤ 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。

### **(2) 公共设施上户外广告设置要求**

①各种亭、棚、栏等公共设施的顶部不得设置户外广告。

②公交站牌、路名牌、消防栓等设施周边 5m 范围内不得设置户外广告设施。

③公交候车亭广告牌面总面积不应超过候车亭立面总面积的 60%，并确保公共交通信息清晰、醒目。

④不应在人行天桥落地扶梯、过街地道、公路收费口、高架道路落地匝道及轨道交通等人和车流出入口周边 10m 内，以及大量车流集散的公共建筑出入口 5m 内设置独立式户外广告设施。

### (3) 围墙户外广告设置要求

①设置在实体围墙墙面上的，突出墙面的距离应小于 0.1m，上缘不应超出围墙顶部，宽度应小于围墙柱墩之间的实墙面宽度。

②透空围墙上不宜设置。

③围墙顶部不应设置。

④临时围挡设置的广告应采用喷绘、张贴等无结构形式。

⑤同一路段同一风格围墙上，广告设施宜统一位置、尺寸和间距。

### (4) 建(构)筑物上设置的电子显示装置户外广告设置要求

①宜设置在多层建筑和高层建筑裙房 2 层及以上外立面，

面积应根据建(构)筑物结构特征及周边环境确定。

②不应直接设置在有可燃或难燃材料的墙体上。

③沿街门店不宜设置滚动走字屏电子显示装置户外广告设施。如需设置，应设置在底层建筑物门楣部位，高度不应超过 0.4m，长度不应大于 10m 且不应超过门面宽度。

#### (5) 灯杆广告设置要求

①不宜设置硬质广告设施。

②同一路段，应在同一种灯杆上设置广告，单根灯杆上广告设施数量不应超过 2 个，不应重叠设置；同一路段的灯杆上设置的广告应做到形式、尺寸、位置一致，并与周围景观相协调。

③广告设施高度不应大于 2.4m，宽度不应大于 1m，牌面底部距离人行道地面高度不应小于 3m，牌面垂直投影超出路沿石外缘的，牌面底部距离车行道地面高度不应小于 4.5m。

#### (6) 屋顶广告设置要求

①广告设施最大高度应符合下表。

表 7 屋顶广告设置最大高度要求

建(构)筑物高度 h	设施最大高度
$h \leq 7$	不宜设置
$7 < h \leq 12$	3
$12 < h \leq 24$	6

建（构）筑物高度 h	设施最大高度
$24 < h \leq 60$	8
$60 < h \leq 90$	不宜设置
$h > 90$	严禁设置

②广告设施水平投影面积之和宜小于该建（构）筑物屋顶投影面积的 1/8，设施外表面不应超出母体建（构）筑物屋顶四周迈线，其下缘距离女儿墙顶部的高度不宜大于 1m。

③应符合现行国家标准《城市居住区规划设计标准》GB50180 有关日照间距的规定，不应妨碍相邻居住建筑日照采光。

④广告设施面板宜采用镂空形式。

### 第 17 条 户外广告分类设置要求--独立式广告设置要求

沿主要商业街区人行道设置的独立式户外广告设施纵向间距不应小于 25m，沿其他道路人行道设置的独立式户外广告设施纵向间距不应小于 50m。

#### （1）立杆式户外广告设置要求

①设置位置不应影响行人通行，宽度小于 3m 的人行道不应设置。

②广告设施不应超出入行道路沿石外缘，且牌面外缘距人行道路沿石外缘不应小于 0.2m。

③广告牌单面面积不应大于  $2 \text{ m}^2$ ，任意一边长度不应大于



2m，厚度不应大于 0.3m。

④广告牌面底部距离人行道地面的高度不应小于 3m。

### (2) 底座式户外广告设置要求

①宽度小于 5m 的人行道或面积小于 50 m<sup>2</sup>的场地不应设置，设置广告设施后的人行通道净宽不应小于 3m。

②广告设施底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘不应小于 0.4m。

③广告设施总高度不应大于 2.4m，宽度不应大于 1.5m，高度应与宽度相协调。

④广告牌单面面积不应大于 2.5 m<sup>2</sup>，厚度不应大于 0.5m。

⑤步行街上的广告设施应设置在休憩带中，形式应与步行街风格相协调。

### (3) 大型立柱户外广告设置要求

①在城市建成区内应控制大型立柱户外广告设施设置数量和位置，城市中心区不应设置大型立柱户外广告设施。

②不应设置在隧道体及隧道进出口下沉地段两侧，不应设置在桥梁体(含主桥、引桥和匝道)上。

③广告设施整体高度不宜超过 22m。

④广告牌面下缘距离地面高度不应小于 10m。

⑤立柱中心距道路外侧护栏及周边建筑的距离不应小于广告设施自身高度。

表 8 大型立柱广告牌面尺寸要求

道路类别 牌面尺寸

城市道路、主要公路、次要公路  $5 \times 15$  或  $6 \times 18$

高速公路、铁路  $6 \times 18$  或  $7 \times 21$

(4) 大型落地式户外广告设置要求

①除城市大中型广场和会展场所外，不宜设置在城市中心区，可设置在机场、高速公路人口及郊区公路两侧等区域；

②广告设施整体高度不宜大于 10m，宽度应与高度相适应，不宜大于 30m。

(5) 实物造景式户外广告设置要求

①不应设置在城市道路红线内；

②应保障车辆、行人通行安全，并应与周边环境和空间尺度整体协调。

## 第 18 条 户外广告分类设置要求——移动式广告设置要求

(1) 车辆广告设置要求

车辆上设置的户外广告不应影响行车安全，并应符合以下规定：

①车顶、车头及车身两侧车窗不应设置户外广告，车后窗设置的广告不应影响安全驾驶。

②车身广告不应遮挡车辆号牌及车辆服务标识、车灯、经

营者名称和监督电话等运营信息。

③车身广告应整洁、美观，不应使用反光材料，不应覆盖原车颜色全部遮盖，色彩应与车体颜色协调。

## （2）船舶广告设置要求

利用船舶等水上各类交通工具设置的户外广告，不应影响航行安全，宜采用通透形式。

## （3）空中移动广告设置要求

空中移动广告必须符合国家航空、气象等主管部门有关航空飞行物安全、气球施放的规定。

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

## 第五章 户外牌匾标识设施设置要求

### 第 19 条 户外牌匾标识设施禁止设置区域和情形

- (1) 在建（构）筑物顶部设置的。
- (2) 在相邻建（构）筑物之间跨越式架设的。
- (3) 在建（构）筑物骑楼立柱设置的。
- (4) 利用危房或可能危及建（构）筑物和设施安全的。
- (5) 损毁绿地设置的。
- (6) 利用交通安全设施、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、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。

### 第 20 条 户外牌匾标识设施设置一般要求

户外牌匾标识设施不应破坏建筑立面特征。同一栋建筑立面上相邻牌匾标识的类型、尺寸、悬挂位置、出挑尺寸应整体协调。

底层有独立出入口的办公、生产经营场所，牌匾标识设施数量不应超过出入口个数。

底层同一经营主体的沿街门面外立面有连续隔断的，或坐落在道路拐角处的，可以分别设置。

办公、生产经营场所在建筑 2 层、3 层的，只能在自身沿

街外立面范围内设置 1 块牌匾标识；建筑 3 层以上的宜在建筑外立面或场地上集中设置，数量不宜超过出入口个数；不应于同一出入口处重复或层叠设置。

坚持“一店一牌”原则，内容只限于本单位的名称、标识，不得作商品宣传广告。

## 第 21 条 附属式户外牌匾标识设施设置要求

### (1) 平行于墙面设置牌匾标识设置要求

①牌匾标识设施宽度不应超过自身沿街门面宽度；设置于建筑顶层的牌匾标识设施上缘不应超出建筑檐口或女儿墙上沿，设置于其他层的牌匾标识设施上缘不应超出上层窗台或阳台下沿线；牌匾标识设施高度与所在楼层层高比例不宜超过 1: 3。

②有柱廊、骑楼或底层以上有出挑结构时，应在廊道内侧设置；当出挑部分离地高度小于 3m 时，可设于建筑出挑部分的外墙面上。

③有独立权属的单体建筑利用实墙设置单位名称牌匾标识的，允许在底层以上以单体字式设置。

④结合底层建筑出入口雨篷设置的牌匾标识，应采用字符式或轻质结构，整体高度与底层层高比例不宜超过 1: 3，下缘不应低于雨篷下沿线，外表面不应超出雨篷四周边线。

⑤集中设置的牌匾标识面积不宜大于 6 层以下建筑外立面

面积的 30%。

## (2) 垂直于墙面设置牌匾标识设置要求

①同一幢建筑上的牌匾标识设施宜设置于建筑外立面的同一基准线上，悬挂角度应与建筑外立面成 90° 角。

②牌匾标识设施外挑距离不应大于 2m，高度不宜大于 9m。

③小型侧招最大边长及突出墙面距离均不应大于 0.7m，不宜超过建筑二层设置。

④户外牌匾标识设施不宜突出道路红线或用地红线，不应妨碍行人、车辆通行安全。当必须突出道路红线设置时，应经当地主管部门批准。

a. 当位于人行道上空时，3m 以下，不应突出；3m 及以上，突出的深度不应大于 0.6m。

b. 当位于无人行道的路面上空时，4m 以下，不应突出；4m 及以上，突出的深度不应大于 0.6m。

## 第 22 条 独立式户外牌匾标识设施设置要求

(1) 独立式户外牌匾标识设施数量不宜超过所属建筑物主要出入口个数。

(2) 独立式户外牌匾标识设施设置后单侧行人通行宽度不应小于 4m，场地宽度小于 5m 的区域不应设置。

(3) 竖向独立式户外牌匾标识设施最大宽度不应大于 1.5m。

(4) 横向独立式户外牌匾标识设施最大高度和宽度如下表所示。

表9 独立式牌匾标识尺寸要求

竖向	设置场地宽度 (m)	牌匾标识最大高度 (m)	
	$5 \leq W_1 \leq 10$	3	
	$10 < W_1 \leq 20$	5	
	$W_1 > 20$	10	
横向	设置场地宽度 (m)	牌匾标识最大高度 (m)	牌匾标识最大宽度 (m)
	$15 \leq W_2 \leq 20$	1.5	5
	$W_2 > 20$	2	8
注: $W_1$ 为牌匾标识所在场地的最小宽度; $W_2$ 为设置场地与牌匾标识平行方向的最小宽度。			

## 第六章 公益广告设置引导

### 第 23 条 公益广告设置原则

- (1) 发布方式多元化
- (2) 融合环境一体化
- (3) 造型设计品质化
- (4) 设置管理智慧化

### 第 24 条 公益广告设置基本要求

- (1) 公益性广告设置应符合相关法律法规与技术标准。
- (2) 公益性广告应优先利用现有户外广告设施进行公益性内容发布。
- (3) 优先利用公交候车亭等已有街道公共设施载体进行设置。
- (4) 鼓励公益性广告进入社区，选择公园、广场等市民活动集中的区域设置。
- (5) 可结合挡土墙、实体围墙、过街通道墙面等载体适度设计设置户外公益性广告设施。也可利用墙体彩绘的方式进行公益宣传。但公益性广告的造型、表现方式应结合道路定位和墙体特征整体设计。
- (6) 灯杆仅作为临时性公益宣传活动载体。
- (7) 城区主干道沿线、公园景点入口处鼓励结合绿地景



观，以“绿雕”的方式，利用植物素材进行公益性广告展示。

(8) 广告设施造型与内容设计应遵循图形设计的美学原则，使用合理的色彩搭配，避免与周围景观风貌冲突。

(9) 鼓励艺术化、主题化的公益设计作品。

(10) 日常发布数量应不少于年户外广告发布总量的 30%。

## 第七章 户外广告智慧平台建设规划

### 第 25 条 信息数据库

#### (1) 核心业务数据库

包含广告牌匾标识的基础台账数据库、针对拍卖管理的数据库、申报审批流程及结果数据库、巡查监管过程数据库、户外广告规划管理数据库、广告发布内容管理数据库、产权单位管理数据库及系统配置数据库。

#### (2) 基础地理信息数据库

对广告牌匾标识的基础地理位置采用统一坐标体系进行管理，结合地图展示，并按照标准地名地址规则进行位置描述，便于按照道路名称、地理位置等信息进行精细检索。

#### (3) 城市现状多维数据库

纳入城市建筑、商业数据、车流量、人流量等数据，对户外广告规划提供基础性大数据支撑。

### 第 26 条 综合管理平台

广告牌匾标识审批完成后，需要对现场进度进行跟踪管理。在广告公司完成现场改造施工后，将现场情况拍照上传至系统，系统接收到申请后将发送至现场巡查人员，进行现场审批报备资料与实景的测量对比，确认报备资料与实景效果相符后进行现场确认，完成改造跟踪环节。

## 第八章 户外广告长效性管理规划

### 第 27 条 长效性管理规划

(1) 明确管理主体

(2) 注重安全管控

① 隐患源头

结构不规范。

用材不合格。

维护不到位。

② 管治方向

综合施策，及时发现消除隐患。

源头治理，确保风险降至最低。

加强值守，认真落实长效管理。

宣传引导，注重营造浓厚氛围。

持续深入，开展全面系统督查。

(3) 倡导共同缔造

① 共建共治共享

② 三方责任与义务

## 第九章 污染控制与环境保护

### 第 28 条 户外广告环境容量控制

衡量城市户外广告数量密度是否合适的指标。

$$C=N/(SB \times n)$$

其中，C——建筑立面户外广告密度指数（/m<sup>2</sup>），N——在不引起视觉反感的前提下，建筑立面上户外广告最大数量，SB——设置户外广告的建筑立面面积，n——在不引起视觉反感的前提下，户外广告面积占建筑立面面积最大百分比 C 是建筑立面户外广告密度指数，即一个建筑立面内的单位面积户外广告数量，其数值等于建筑立面上户外广告最大数量 N（不引起视觉反感的前提下）和户外广告面积占建筑立面面积最大百分比 n（不引起视觉反感的前提下）的比值。

### 第 29 条 户外广告与牌匾标识设施光污染控制

- (1) 广告照明尽量采用下投光照明方式
- (2) 广告牌与地面呈倾角可以减少光污染

### 第 30 条 户外广告与牌匾标识设施噪音污染控制

- (1) 从声源处，比如说更换低噪音设备，限时，限地区使用噪声设备。
- (2) 在人耳处，比如说戴耳罩，耳塞。
- (3) 从传播过程也或者属从传播途径上，这也是噪声治理的主要方式，比如说安装吸声材料，使用隔声屏障等。

## 第十章 规划实施建议

### 第 31 条 完善规划体系

构建“空间布局规划、设施设置规范和负面清单”三位一体的管理技术体系。

### 第 32 条 完善技术体系

- (1) 建立部门-专家联审机制
- (2) 完善专家顾问机制
- (3) 完善协调审查机制
- (4) 完善培训学习机制

### 第 33 条 完善智库管理机制

依托智慧城市或数字城管平台，构建户外广告设施的数字化管理平台 and 地理信息系统，实现公众的咨询监督、行业的查询报审以及主管部门的审批、监督等全方位管理。数字化管理平台建议整合户外广告设施设置现状、各层级规划设计方案、标准规范等设置、管理依据，向社会及各级管理部门公开。

逐步搭建复合审批-备案系统及专家咨询、部门-专家联审系统，将日常监督、检查情况一并纳入，形成从前端规范、方案公开、审批备案到监督检查的全流程复合系统。提高从业者的安全自检意识和安全感，落实设施建设或所有者的主体责任。

## 附录

# 本规划文本用词说明

1. 为便于在执行本规范条例时区别对待，对要求严格程度不同的说明如下：

(1) 表示严格，非这样做不可的：

正面词采用“必须”；

反面词采用“严禁”。

(2) 表示严格，在正常情况下均应这样做的：

正面词采用“应”；

反面词采用“不应”或“不得”。

(3) 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、规范执行时，写法为“应符合……的规定”或“应按……执行”。

# 栖霞市人民政府

## 关于下达 2024 年国民经济和社会发展计划的 通知

各镇人民政府、街道办事处，市政府各部门，各企事业单位，省市属驻栖各单位：

栖霞市 2024 年国民经济和社会发展规划已经栖霞市第十八届人民代表大会第四次会议审议通过，现将计划主要指标下达给你们，请认真组织实施。2024 年是贯彻党的二十大战略部署的重要一年，也是栖霞蓄势积力、再谋新篇的攻坚之年。各级各部门要按照要求部署，对承担的任务指标，精心谋划，统筹安排，超前布局，力争主动，确保各项任务指标圆满完成。

附件：栖霞市 2024 年国民经济和社会发展规划主要指标

栖霞市人民政府

2024 年 2 月 1 日

（此件公开发布）

附件

## 栖霞市 2024 年国民经济和社会 发展计划主要指标

指标名称	2024 年计划
一. 地区生产总值	4.5%左右
二. 一般公共预算收入	2.2%
三. 规模以上固定资产投资	4.5%
四. 规模以上工业增加值	5%
五. 社会消费品零售总额	高于烟台市平均水平
六. 实际利用外资	规模稳定
七. 外贸进出口总额	量稳质升
八. 居民人均可支配收入	6%左右
九. 城镇登记失业率	烟台市平均水平以内
十. 节能减排目标	完成上级下达目标