

普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理 控制通则

文 本

普宁市城市管理和综合执法局

广东省城乡规划设计研究院有限责任公司

2023 年 03 月

项目名称：普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

委托方（甲方）：普宁市城市管理和综合执法局

承担方（乙方）：广东省城乡规划设计研究院有限责任公司

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 21440152



院长：邱衍庆

总工程师：马向明

规划设计编制完成时间：2023 年 03 月

主编单位： 广东省城乡规划设计研究院有限责任公司

技术审定： 凌 霄 高级工程师（教授级） 副所长

技术审核： 黄冕眉 高级工程师 部 长

唐宏涛 高级工程师 部 长

项目总负责： 何健雄 高级工程师

项目组成员： 曾健勇 工 程 师

禤梓琪 工 程 师

李桂欣 助理工程师

林泽鑫 助理工程师

邱诗楷 助理工程师

目 录

第一章 总则.....1

 第一条 规划目的.....1

 第二条 户外广告和招牌设施定义与分类.....1

 第三条 规划对象.....2

 第四条 规划原则.....3

 第五条 规划依据.....4

 第六条 规划范围.....6

 第七条 规划期限.....6

 第八条 规划重点.....6

 第九条 规划思路.....6

 第十条 地位作用.....6

第二章 户外广告总体规划.....8

 第十一条 规划目标.....8

 第十二条 户外广告规划结构.....8

 第十三条 管控要素.....8

 第十四条 规划分区.....9

 第十五条 分区设置要求.....12

 第十六条 路段分类.....13

 第十七条 路段分类设置要求.....14

 第十八条 控制节点.....15

 第十九条 控制节点设置要求.....15

 第二十条 公益广告空间布点规划.....16

 第二十一条 公益广告分区设置要求.....17

 第二十二条 公益广告布点设置要求.....17

 第二十三条 不同类型建筑广告内容设置要求.....18

第三章 重点道路整改规划.....22

 第二十四条 重点道路整改规划.....22

 第二十五条 道路主题划分.....22

第四章 规划实施与管理建议.....25

 第二十六条 分期策略.....25

 第二十七条 分期实施建议.....25

 第二十八条 户外广告审批管理建议.....26

 第二十九条 招牌设置及管理要求.....29

 第三十条 维护和监管机制建议.....30

 第三十一条 责任人义务.....31

第三十二条 拆除要求.....	32
第五章 户外广告和招牌管理控制通则.....	33
第三十三条 总则.....	33
第三十四条 设置通则.....	33
第三十五条 附属式户外广告设施.....	36
第三十六条 独立式户外广告设施.....	45
第三十七条 移动式户外广告设施.....	50
第三十八条 电子显示屏广告.....	52
第三十九条 楼体整体幕墙广告设施.....	53
第四十条 投影广告.....	54
第四十一条 临时广告.....	55
第四十二条 附属式户外招牌设施.....	57
第四十三条 独立式户外招牌设施.....	60
第四十四条 亮化设置.....	61
第四十五条 节能材料选用.....	64
第四十六条 户外广告设置技术要求.....	65
第六章 附则.....	68
第四十七条 成果组成.....	68
第四十八条 规划生效.....	68
第四十九条 规划调整规定.....	68
第五十条 解释权.....	68
第五十一条 补充说明.....	68
第五十二条 规划施行时间.....	68
附表	69

第一章 总则

第一条 规划目的

为了更加有效地指导和管理普宁市户外广告建设，规范本市户外广告设置和管理，确保户外广告的安全性，合理利用城市空间资源，美化城市环境，提升城市形象，促进城市经济发展，促进广告业健康发展。依据《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》（揭阳市人民政府令第75号），编制《普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则》（以下简称“本规划”）。

第二条 户外广告和招牌设施定义与分类

（1）户外广告设施

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），将户外广告设施定义为：利用建（构）筑物、场地、设施、交通工具等设置的灯箱、霓虹灯、电子显示装置、展示牌、实物造型或以其他形式向户外发布广告信息的设施。

户外广告设施按位置分为附属式户外广告设施（建（构）筑物上的、公共设施上的）、独立式户外广告设施和移动式户外广告设施。

附属式户外广告设施（建（构）筑物上的）分为：屋顶广告、平行外墙式广告、垂直外墙式广告以及围墙广告。

附属式户外广告设施（公共设施上的）分为：路灯杆及电杆广告、公交候车亭广告、报刊亭及电话亭广告、信息栏等附

着城市公共设施上的户外广告。

独立式广告分为：立杆式广告、底座式广告、大型落地广告、大型高立柱广告、实物造型广告。

移动式广告分为：车辆广告、船舶广告以及空中移动广告。

户外广告按经营性质可分为公益性广告和商业性广告。

户外广告按设置时限可以分为长期性广告和临时性广告。

户外广告按材质可以分为喷绘布广告、光源广告、单透贴膜广告、灯箱广告、电子显示屏广告、涂饰广告、充气广告、投影广告。

（2）户外招牌设施

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021），将户外招牌设施定义为：企事业单位、社会团体和个体工商户在其办公、生产经营场所建（构）筑物外立面或用地范围内设置的，表明其名称、字号、标识等内容的牌匾等设施。

户外招牌设施按位置分为附属式招牌设施和独立式招牌设施。

第三条 规划对象

本规划结合户外广告设施的定义界定，依据《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》（揭阳市人民政府令第75号）（2021年修订）第三条之规定，明确本次户外广告设置专项规划规划对象包括：

（1）户外广告设置以发布商业性或者公益性广告内容为目的，利用公共、自有或者他人所有的建（构）筑物、户外场地、

空间、设施等载体，以符合《城市容貌标准》的各种形式设置户外广告设施以及绘制、张挂、张贴广告的行为。

（2）招牌设置指设置人在办公或者经营场所的建（构）筑物及其附属设施上，设置表明单位名称、字号、标志的标牌、电子显示屏、灯箱、霓虹灯、文字符号等的行为。

（3）不含高速公路、国道、省道、县道、乡道管辖范围内的户外广告。

第四条 规划原则

（1）整体性原则

户外广告是城市整体市容市貌的组成部分，决不能游离于城市各功能区域的环境之外。普宁市有着优美的自然环境和深厚的潮客文化，要将普宁市整体地方特色及文化底蕴作为户外广告总体布局、总体风格、空间结构的指导原则，从而使户外广告风格与普宁市城市形象、城市风格和谐统一，有助于普宁市整体景观风貌的整体提高。

（2）创新性原则

创新性就是应从低碳环保、亮化美化角度等内容出发，一方面控制广告的密度、色彩、形态和亮度，重视广告对环境的相容性、点缀性和装饰性；另一方面通过户外广告形式创新、技术创新和发布内容的创新，强化户外广告引起注意、激发兴趣的功能。

（3）安全性原则

户外广告设置的位置大多处于邻近人口稠密的区域，因此

安全性是必须考虑的重要因素。户外广告规划必须对户外广告的设计、安装规范以及相关的管理做出规定和要求，实现结构安全、消防安全、设施安全、交通安全等。

（4）控制性原则

控制性应该根据不同区域、地段的空间、功能、文化特征出发，明确该区域的户外广告个性特征和整体氛围，进而对户外广告的位置、密度、色彩、形态、造型和亮度进行控制，实现户外广告为经济、人居环境、城市美化服务的目标。

（5）可操作性原则

规划制定应切合实际，与《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》（揭阳市人民政府令第75号）（2021年修订）及《揭阳市市容管理条例》等文件相适应，在内容编排和条款的制定上应易于理解，便于贯彻执行。

第五条 规划依据

- （1）《中华人民共和国城乡规划法》（2019年修正）
- （2）《中华人民共和国广告法》（2021年修正）
- （3）《中华人民共和国公路法》（2017年修正）
- （4）《公路安全保护条例》（2011年）
- （5）《城市市容和环境卫生管理条例》（2017年修订）
- （6）《广告管理条例》（1987年）
- （7）《城市规划编制办法》（2006年）
- （8）《公益广告促进和管理暂行办法》（2016年）
- （9）《广东省道路交通安全条例》（2014年修正）

- (10)《广东省交通运输厅关于公路两侧广告标牌设施的管理办法》(2018 年)
- (11)《广东省公路条例》(2020 年修正)
- (12)《广东省公益广告促进和管理暂行办法》(2016 年)
- (13)《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》(揭阳市人民政府令第 75 号)(2021 年修订)
- (14)《揭阳市市容管理条例》
- (15)《城市容貌标准》(GB50449-2008)
- (16)《城市用地分类与规划建设用地标准》(GB50137-2011)
- (17)《城市户外广告和招牌设施技术标准》(CJJ/T149-2021)
- (18)《城市夜景照明设计规范》(JGJ/T163-2008)
- (19)《揭阳市城市总体规划(2011-2035 年)》
- (20)《普宁市城市总体规划(2015-2035 年)》
- (21)《揭阳市国土空间总体规划(2020-2035 年)》(在编)
- (22)《普宁市国土空间总体规划(2020-2035 年)》(在编)
- (23)《普宁市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》
- (24)《揭阳市城区户外广告设置专项规划(2020-2035 年)》(在编)
- (25)其他与户外广告设施设置及管理活动相关规划及法律、法规等文件

第六条 规划范围

规划范围与《普宁市城市总体规划（2015-2035 年）》所划定的中心城区范围一致，西至揭普高速，东至厦深铁路及高铁起步区范围，北至汕湛高速及英歌山工业园范围，南至大南山城市公园及南方梅园，规划总面积为 145.03 平方公里。

第七条 规划期限

本次规划年限为：近期 2022～2025 年，中远期 2026～2035 年。规划基准年为 2021 年。

第八条 规划重点

本次规划对普宁市中心城区进行户外广告的整体规划，并重点对南环大道、北环大道、东环大道、流沙大道、玉华路、文竹路、广达路、普宁大道等路段进行户外广告路段分类和布点规划。

第九条 规划思路

市容景观的秩序井然与城市商业的勃勃生机并存，坚持城市治理与服务营商并举，以“体系完善、秩序井然、风貌协调、特色彰显”为总目标，以“控住总量、突出重点、显出特色”为思路，提升普宁市整体城市品位。

第十条 地位作用

本规划是普宁市中心城区户外广告管理的法定文件，也是户外广告设施设置、审批和监管的依据。本规划由普宁市城市管

理与综合执法局组织编制，由普宁市人民政府批准。自批准之日起，由普宁市城市管理和综合执法局负责组织实施。

第二章 户外广告总体规划

第十一条 规划目标

通过规划合理布局城市户外广告，提高城市户外广告设置水平，改善城市景观，提高城市品位，升级城市形象，繁荣商业气氛，充分发挥户外广告的经济效益和景观文化效益，促进普宁城市高质量发展。通过构建体系完善、秩序井然、风貌协调、特色彰显的户外广告新环境，支撑普宁市建成繁荣开放的“商贾名城”、多元融合的“创新之城”。

第十二条 户外广告规划结构

普宁市中心城区户外广告规划形成“一核两轴多心”的总体结构。

一核：以流沙大道沿线商业聚集为城市展示核心，打造城市人气聚集地，提升城市经济活力的重要引擎；

两轴：沿流沙大道、普益大道打造展示中轴线、新形象展示轴，依托流沙大道串联城市展示核心营造城市消费中心重要场景，依托普益大道新形象展示轴体现普宁现代内涵和时尚感；

多心：分别以北二环城市副中心、东部服装产业集聚区、东部新城起步区为重点形成北二环展示中心、服装产业展示中心、高铁门户展示中心。

第十三条 管控要素

参考其他空间规划管控方法，采用分区、分路段、节点、

建筑等分级分类对户外广告进行管控，其中分区主要控制广告内容及广告类型。

第十四条 规划分区

本轮户外广告专项规划过程中，将普宁市中心城区划分为集中展示区、一般控制区、严格控制区和禁止设置区。

（1）集中展示区

指在满足安全、有序前提下，为服务城市商业、促进经济发展、提振城区活力、展示城市形象、丰富人民群众生活，允许设置集中、多样化户外广告设施的区域。主要是指《普宁市城市总体规划（2015—2035年）》确定的“商业中心、传统商业街区、专业市场群、农贸市场、小商品市场、以及其他各类专业市场”等区域的商业集中地区。

集中展示区划定范围一览表

分区	控制范围	类型	名称
集中展示区	商业建筑或设施集聚的市、区级商业中心、商业街区	商业中心	城市展示核心
			北二环展示中心
			服装产业展示中心
			高铁门户展示中心
		专业市场	服装、中药材、轻纺城、茶叶、副食品、蔬菜、水果等大型专业市场，如中国·普宁国际服装城、中国普宁中药材专业市场、普宁国际商品城、普宁布料城、流沙副食品专业市场等
		农贸市场、小商品市场、以及其他各类专业市场、传统零售点	

（2）一般控制区

指在满足安全、有序前提下，为服务城市公共功能和宣传

所需，同时确保户外广告设置不对公众的正常工作和生活造成影响，允许适度设置户外广告设施的区域，主要是商业建筑或设施相对较少的商业中心、商业街区、专业市场、城市干路沿线及其延伸区域，包括商务办公区、文化中心、体育中心、交通枢纽场站、工业园区、物流园区等区域的地区。

本次规划范围内，除集中展示区、严格控制区和禁止设置区以外的区域。

（3）严格控制区

指以不影响居民生活为宜，保持行政服务严肃性以及自然景观、历史文化景观的原生性，谨慎考虑户外广告设置，尽量少地设置户外广告，主要包括规划范围内行政办公集聚、连续的滨河绿带、古城镇、古村落、古街区、历史风貌区、文化教育场所的区域。

严格控制区划定范围一览表

分 区	控制范围	类型	名称
严格 控制 区	行政办公集聚、古城镇、古村落、古街区、历史风貌区、连续的滨河绿带的区域	行政办公集中区域	如有独立用地的市区两级党委、人大、政府、政协，以及民主党派、公检法等办公所在地
		古城镇、古村落、古街区、历史风貌区	地域性文化古迹资源集中地如北部的省道 236 附近以及南部的流沙大道和普宁大道附近、中心城区南部的省道 238 与环市西路交界处还分布有著名的后山遗址
		连续的滨河绿带	练江、光南河、新河、中河两岸蓝线向外延伸内由道路围合的区域
		文化教育场所（除中小学及幼儿园的建筑控制地带）	如大学、职校、技校、特殊学校等
		远景发展备用地	

(4) 禁止设置区

指以保护城市景观、城市自然景观、城市历史风貌、城市功能及公共空间环境品质、城市安全等为目的划定，原则上禁止设置户外广告设施的区域(不包括临时广告和公益广告)，该区域包括本次规划范围内水域及其控制带、农林和其他非建设用地、绿地、文物保护单位、医院、中小学及幼儿园等及其建筑控制地带。

禁止设置区划定范围一览表

分区	控制范围	类型		范围
禁止设置区	本次规划范围内水域控制带、自然景观、国家机关、文化教育场所、医院、军事场所及其建筑控制地带	保护城市景观	建设区内水域控制带	从河道蓝线至沿河第一街坊及第一界面建筑
			绿地	如北部公园、流沙新河湿地公园、练江湿地公园、莲花山公园等公园绿地；城市卫生、安全、防灾、环保等要求建设防护绿地，山体、河流、水源保护区、大型工业区周围、市政管线和交通干线两侧布置（不包括公路两侧防护绿地，如高速公路两侧 50 米范围内）等防护绿地
			水域、农林和其他非建设用地	如练江、光南河、新河、中河等水域；如菜地、灌溉水田等耕地，果园、桑园、茶园等园地，树林、竹林、灌木林、沿岸涵养林等农林用地
		保护城市历史风貌	各级文物保护单位	如“八一”南昌起义南下部队指挥部军事决策会议旧址（八一纪念馆）1 处广东省重点文物保护单位，革命烈士陵园、陂沟小学、什石洋辉祖祠、十八烈士纪念碑、三都书院、邓宝珍烈士墓、许阿梅墓、赤水革命烈士纪念碑、王武烈士墓共 9 处县级文物保护单位。
		保护城市功能及公	中小学及幼儿园的建筑控制地带	中小学、幼儿园

分区	控制范围	类型		范围
		共环境品质	社会福利设施用地	如福利院等
			宗教设施用地	如基督教堂等
			其他公共管理与服务设施用地	如领事馆等
			市政设施用地	供应、环境、安全等设施用地，如独立用地的邮政、电信、广播、水厂、污水处理厂、泵站、消防站等
			交通设施用地	如轮渡，公共汽电车、出租车、轨道交通的停车场、保养场、车辆段，货运公司的停车场、教练场，汽车维修站等交通场站
			区域公共设施用地	如殡仪馆等殡葬设施用地
			特殊用地	如军事用地、监狱、劳改农场
			村庄建设用地	农村居民点的建设用地
		保护城市安全	区域交通设施用地	铁路、公路、港口、机场和管道运输等区域交通运输及其附属设施用地，不包括城市建设用地范围内的铁路客货站、公路长途客货站以及港口客运码头
			饮用水水源保护区	如饮用水水源保护区包括三坑水库、汤坑水库和乌石拦河闸饮用水源地等

第十五条 分区设置要求

（1）集中展示区

内容：公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 10\%$ 。

类型：鼓励采用有特色的、创意性广告设计及 LED 显示屏广告、全息投影广告、光源广告等新型多媒体展示形式。户外广告画面可进行动态展示。

（2）一般控制区

内容：公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 20\%$ 。

类型：禁止新建大型落地式广告。户外广告画面应静态展示，播放画面的速度应缓慢和连贯，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

（3）严格控制区

内容：公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 25\%$ 。

类型：禁止设置新建大型、小型落地式广告，商住建筑不宜设置过多大型墙面广告牌。户外广告画面应静态展示，播放画面的速度应缓慢和连贯，禁止任何形式的闪烁和快速切换画面。

（4）禁止设置区

类型：原则上禁止除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

允许商业面积 ≥ 1000 平方米的建筑设置商业广告。

第十六条 路段分类

（1）可设路段

可设路段是指在满足相关规定前提下，允许在该道路两侧集中设置多样化的户外广告设施，主要包括商业建筑或设施集聚的市、区级商业中心、商业街区及其延伸等范围内的主要商业道路。

（2）限设路段

限设路段是指在满足相关规定的前提下，适量设置户外广告设施，但对户外广告设施类型、数量、位置等内容实施更严

格的限制，限设路段包括可设路段和禁设路段外的其他所有城市道路。

（3）禁设路段

禁设路段是指户外广告设施会对历史风貌、生态环境、城市功能、城市景观、城市公共空间与环境品质、交通安全产生严重影响的路段，主要包括文物保护单位、农林用地、绿地、国家机关、医疗卫生等所在区域范围内的主要路段。

第十七条 路段分类设置要求

（1）可设路段

内容：公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 10\%$ 。

密度：所有附着在同一建筑立面户外广告设施总面积不超过该建筑商业性质部分立面面积的 40%，投影类和隐形类 LED 除外。

类型：鼓励采用有特色的、创意性广告设计及 LED 显示屏广告、全息投影广告、光源广告等新型多媒体展示形式。

（2）限设路段

内容：公益广告面积占户外广告总面积总量 $\geq 30\%$ 。

密度：所有附着在同一建筑立面户外广告设施总面积不超过该建筑商业性质部分立面面积的 30%，投影类和隐形类 LED 除外。

类型：禁止设置屋顶广告（楼宇标志除外）、新建垂直外墙式广告。

（3）禁设路段

原则上禁止除公交候车亭广告以外的任何形式的商业广告，临时广告和公益广告以小型设施为主。

第十八条 控制节点

（1）重要商业节点

指普宁市中心城区重要的商业广场、商业步行街等商业集中的地区。如：星河 coco city、万泰汇购物中心、普宁国际电商城、美佳乐购物广场等，共计 5 个。

（2）重要交通节点

指普宁市中心城区内主要道路交叉口。如：北环大道、南环大道、流沙大道、普宁大道、环市东路、普益大道、北二环大道、广达路、文竹路、玉华路、引榕路等主要道路交叉口，共计 14 个。

（3）重要景观节点

指普宁市中心城区重要的公园、广场等人们游憩、观光的地区。普宁市主要有流沙人民公园、莲花山公园、兰花广场、新坛生态园等公园广场，共计 4 个。

第十九条 控制节点设置要求

（1）重要商业节点

类型：以连续的墙面广告或屋顶广告等为主，推荐设置大型的 LED 显示屏广告和投影广告。

内容：以商业广告为主，公益广告占比 20%-30%。

（2）重要交通节点

类型：以高立柱广告和大型支架广告为主，禁止设置门架式广告牌，还要考虑合理的间距要求。

内容：以公益广告为主，公益广告占比 60%-80%。

（3）重要景观节点

类型：原则上不宜设置商业性广告，可适量设置公益性广告。应严格控制户外广告的密度、形式、材质、颜色等内容，户外广告不得影响或破坏原有的景观氛围，且不得喧宾夺主。

内容：以公益广告为主，公益广告占比 50%-60%。

第二十条 公益广告空间布点规划

规划按宣传“普宁文化、普宁风貌、普宁文明”三类社会公益性户外广告进行控制。

（1）“普宁文化”类

宣传普宁文化的公益广告规划设置在规划的城市展示核心、北二环展示中心、服装产业展示中心、高铁门户展示中心等商业中心和人流密集区域采用电子显示屏、实物造型等合法广告载体，围绕普宁潮客文化、服装产业文化、练江文化等主题，可设置体现普宁市特色、激活城市文化氛围的公益广告。

（2）“普宁风貌”类

宣传普宁风貌的公益广告规划设置在普宁广场、流沙人民公园、莲花山公园、怡熏园、新坛生态园等区域，结合公园绿地、练江景观带等特色风貌景观主题，设置宣传普宁风貌公益广告。

（3）“普宁文明”类

宣传普宁文明的公益广告规划设置在城市主干道、高速公路、汽车客运站、公交车站、铁路车站、航运码头等城市对外交通枢纽地区固定社会公益性户外广告位，围绕“红色文化”、“创文”、“勤俭节约”、“两山”、生态文明”、“社会主义核心价值观”、“中国梦”等主题，设置宣传普宁文明的公益广告。

第二十一条 公益广告分区设置要求

户外广告集中展示区和一般控制区是普宁市中心城区内的商务中心、文化中心、体育中心、交通枢纽场站、工业园区、物流园区等等重要区域，是户外广告允许设置的区域，也是户外公益广告的允许设置区域。

其中集中展示区公益广告比例占 20% - 40%；一般控制区公益广告比例占 30% - 40%；严格控制区公益广告比例占 50%-60%；禁止设置区原则上公益广告以小型设施广告为主。

第二十二条 公益广告布点设置要求

（1）城市主干道、高速公路、汽车客运站、公交车站、铁路车站、航运码头、影剧院、商场、宾馆、商业街区、广场、公园、风景名胜区、体育馆、图书馆、博物馆等公共场所的广告设施或者其他适当位置，公交车、出租车、长途汽车、火车等公共交通工具的适当位置，均有义务刊播公益广告。原则上，属电子显示屏的，应保证每日 8：00 至 22：00 之间刊播的公益广告数量不少于商业广告数量的 3%；非电子显示屏的应保证全年有不少于 10%的时间段（或不少于广告总面积的 10%）用于发

布公益广告。

(2) 城乡建筑工地设置围挡的, 施工单位应在围挡上发布公益广告。原则上, 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, 应发布不少于 20% 的公益广告。

(3) 凡空置超过 15 天以上的广告位应以公益性内容补充画面, 禁止广告位裸露影响城市景观。

(4) 规划新建的三面立柱和现有及以后新建的三面翻中应固定一面设置公益广告。

(5) 户外公益广告在公路主干道、高速路口处等位置设置的, 应当按照《中华人民共和国公路法》《公路安全保护条例》《广东省公路条例》相关要求办理行政许可。

(6) 户外公益广告专用设施, 不得转为商用。

(7) 未尽事宜按照《广东省公益广告促进和管理暂行办法》(粤宣通[2016]41号) 执行。

第二十三条 不同类型建筑广告内容设置要求

禁止设置商业性广告设施和公益性广告设施: 居住建筑, 行政办公建筑, 医疗建筑, 特殊性质建筑(社会福利、外事、宗教), 历史古迹建筑, 工业建筑, 仓储建筑, 市政公用建筑, 园林建筑, 安保设施建筑, 军事建筑。

禁止设置商业性广告设施: 文化建筑、教育科研建筑、体育建筑、其他公用设施建筑、交通建筑。

其余类型建筑可结合建筑功能性质设置相协调的户外广告

设施。

（1）商业、市场、娱乐建筑控制导则

1）鼓励设置多样化的户外广告设施，发布形式新颖多元，如橱窗广告设施，并且鼓励使用投影、LED 等广告设施形式。

2）新建建筑应结合设计预留的广告位进行设置。

3）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。

4）设计力求创新，既要充分反映经济繁荣景象，又要力求体现城市精神文明风貌，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。

（2）商务办公建筑控制导则

1）允许设置商业广告，但设置方式应采取新技术形式，与商务办公氛围相协调。

2）户外广告设施设置不得对商务办公建筑造型产生影响。

3）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。

4）新建的每一幢建筑物可以设置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。

5）对于一幢楼宇有众多单位和招牌的，除了一层的店招店牌可沿建筑店铺门头设置外，在该楼宇入口处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。

（3）商住建筑控制导则

1）仅允许在商住建筑的商业部分设置户外广告，商业部分按商业建筑的要求进行控制。

2）可设置商业广告、公益广告。设置的广告类型包括墙面式广告，原则禁止设置屋顶广告、围墙式广告。

3）新建建筑应结合设计预留的广告位进行设置。

4）标识宜以内发光的形式设置，但不得影响建筑物居住者和建筑物外行人的工作和生活。

（4）文化体育建筑控制导则

1）本区域内的户外广告设施，原则只设置公益性广告，且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）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。

（5）工业、仓储建筑控制导则

1）可设置商业广告、公益广告。设置的广告类型包括墙面式广告、落地式广告和公共设施附属广告，原则禁止设置垂直墙面广告。

2）设施应设置在工业厂房及物流仓库等建筑墙面的预留广告位。广告设施不能影响建筑的整体造型，更不能影响建筑的

采光、日照及节能等功能。

3) 户外广告设施体量不宜过大, 其色彩、尺度、材质规格应当与环境建筑相协调。

4) 设置在同一建筑立面上的所有户外广告的总面积不得超过其所在具有商业经营性质的建筑立面面积的 20%, 如商业经营面积性质部分仅占建筑的一层时, 则在同一个建筑立面的所有户外广告的总面积不得超过其所在建筑立面面积的 25%。

5) 主体厂房建筑上可设置企业标识。

(6) 交通建筑控制导则

1) 原则禁止设置商业性广告。

2) 标识设置应结合建筑立面。

(7) 城市公园控制导则

1) 禁止设置任何形式的商业广告。

2) 可设置公益广告, 设置的公益广告包括平行外墙式广告、围墙广告和公共设施附属广告, 原则禁止设置垂直墙面广告、屋顶广告。

3) 可结合园林景观适度设置小品、雕塑式等形式的公益广告, 但应结合场地特点统筹布局、科学设计, 严格控制数量范围, 着力提升景观品质。

第三章 重点道路整改规划

第二十四条 重点道路整改规划

结合普宁的商业布局、建筑风貌、文化底蕴、产业特色等多方面，对重点道路划分三大特色主题，分别为“魅力普宁、动感普宁、兴旺普宁”，在色彩控制、广告字体、广告形式等方面提出设置建议，并针对不同道路的户外广告设施的设置提出相应的指导性导则。

鉴于文本篇幅所限，除下述列举的 7 条重点道路(流沙大道、北环大道、南环大道、普宁大道、广达路、玉华路、文竹路)外，对普宁市中心城区其他主干道可按道路性质、用地性质类比实施规划控制和整改。

第二十五条 道路主题划分

(1) 魅力普宁

规划目标：在潮汕文化独特氛围中，通过与新、旧建筑、环境共营造，孕育出醇厚的文化富养地，打造精美细腻、生生不息的城市特色景观，展现普宁城市独特的魅力，展现普宁人拼搏奋斗、不断创新的精神。

色彩控制：底色以中明度的棕色、蓝色为主，主色宜采用低明度、中彩度的金色、蓝绿色。

广告字体：鼓励选用中国书法有关的字体（篆书体、隶书体、草书体、普宁名家字体等）、古代刻本字体、现代仿刻本字体。

广告形式：基本满足路段设置要求下，鼓励设置垂直外墙式广告（小型老字号样式的竖向招牌、道旗、小型悬挂式广告牌）、路灯及电杆广告（云智慧灯杆）、公交候车亭广告（智慧公交电子站牌），仅选择交叉口等标志性空间设置大型显示屏。可适当融入嵌瓷、金漆木雕、锣鼓标旗等非物质文化遗产元素作为独特的标记。

广告材质：材质应与建筑及周边环境相结合，建议用砖石及木材等传统材料，主体材料不得使用不锈钢、钛金板等发光材质。鼓励选用环保材料和先进的节能技术，避免对环境造成声、光等污染。

（2）动感普宁

规划目标：通过大量采用简洁的、创意性广告设计及新型多媒体展示形式凸显普宁城市现代感、科技感、时尚感，体现普宁活力四射，动感十足的城市形象，响应普宁传统产业的转型升级，激发普宁人无畏前行。

色彩控制：底色以中高明度、低彩度青灰色、蓝绿色为主，主色宜采用中明度、中彩度的绿色、蓝色、黄色、红色为主。

广告字体：鼓励选用现代基本字体（宋体、仿宋、楷体、黑体等）、现代字体（创意美术体等）。

广告形式：基本满足路段设置要求下，丰富近人尺度的首层广告形式，鼓励设置垂直外墙式广告（小灯箱、道旗、统一的竖向灯箱广告）、平行外墙式广告（动态显示屏广告、投影广告）、路灯及电杆广告（云智慧灯杆）、公交候车亭广告（智慧公交电子站牌）。可适当增加交互式广告、交互式城市家具，增

添城市活力氛围。

广告材质：鼓励新材料、新技术，并优先采用新型环保材料。

（3）兴旺普宁

规划目标：以“百年商贸之城”为基底，通过丰富的户外广告展示普宁风貌和现代商贸特色，打造普宁繁华、欣欣向荣的城市景象。

色彩控制：底色以中高明度低彩度的灰色、绿色、黄色为主，广告主色以中明度高彩度的红色系为主。

广告字体：可选用现代基本字体、跟中国书法有关的字体、现代字体等。

广告形式：基本满足路段设置要求下，鼓励设置垂直外墙式广告（小型灯箱、道旗、小型悬挂式广告牌）、仅选择交叉口等标志性空间设置大型显示屏。

广告材质：鼓励新材料、新技术，并优先采用新型环保材料。

第四章 规划实施与管理建议

第二十六条 分期策略

本次专项规划实施分为近、中远期。

(1) 近期（2022～2025 年）

建立典范与调整过渡期，进行重点区域及部分路段广告建设，发现存在安全隐患的，应当立即采取措施予以维修；发现存在严重安全隐患的，应当立即拆除，力争尽快形成与城市整体景观相协调，并为城市增色添彩的户外广告建设示范区段，大力改善城市局部地区广告杂乱现象，为其他区域提供良好的示范。

(2) 中远期（2026～2035 年）

建设提升、完善优化期，工作重点为户外广告建设和提档升级及完善户外广告管理制度，完善城市数字管理平台建设。

第二十七条 分期实施建议

(1) 近期实施建议

流沙大道展示核心：重点编制流沙大道沿线户外广告详细规划设计，控制和规范户外广告的设置，塑造城市魅力特色地段。

北二环展示中心：尽快编制北二环片区的户外广告详细规划设计，控制户外广告容量、规范设置，形成特色，助力北二环综合服务中心打造。

服装产业展示中心：依托时尚高端产业集聚区，加快编制户外广告详细规划设计，成为展示普宁现代、时尚、活力的“新

窗口”。

高铁门户展示中心:依托普宁高铁设置户外广告门户展示中心,展示普宁潮汕文化高地、百年商贾名城的城市形象。

部分重点路段:建议近期重点推进流沙大道、北环大道、南环大道、东环大道、普宁大道、广达路、玉华路、文竹路等现状户外广告设施较多的路段。

(2) 中远期实施建议

中期为整体提升期(2026~2030年),进一步对普宁市中心城区的公共区域提升进行完善,并逐步推进重要节点的落地实施,进行全面实施。推动户外广告设置许可办理以及招牌分类指引备案办理工作全覆盖排推动,完善城市数字管理平台建设。

远期为巩固拓展期(2030~2035年),后期编制户外广告的落地方案,进行合理化管理及运营,有效提升普宁市城市形象,保证户外广告行业良性发展。

第二十八条 户外广告审批管理建议

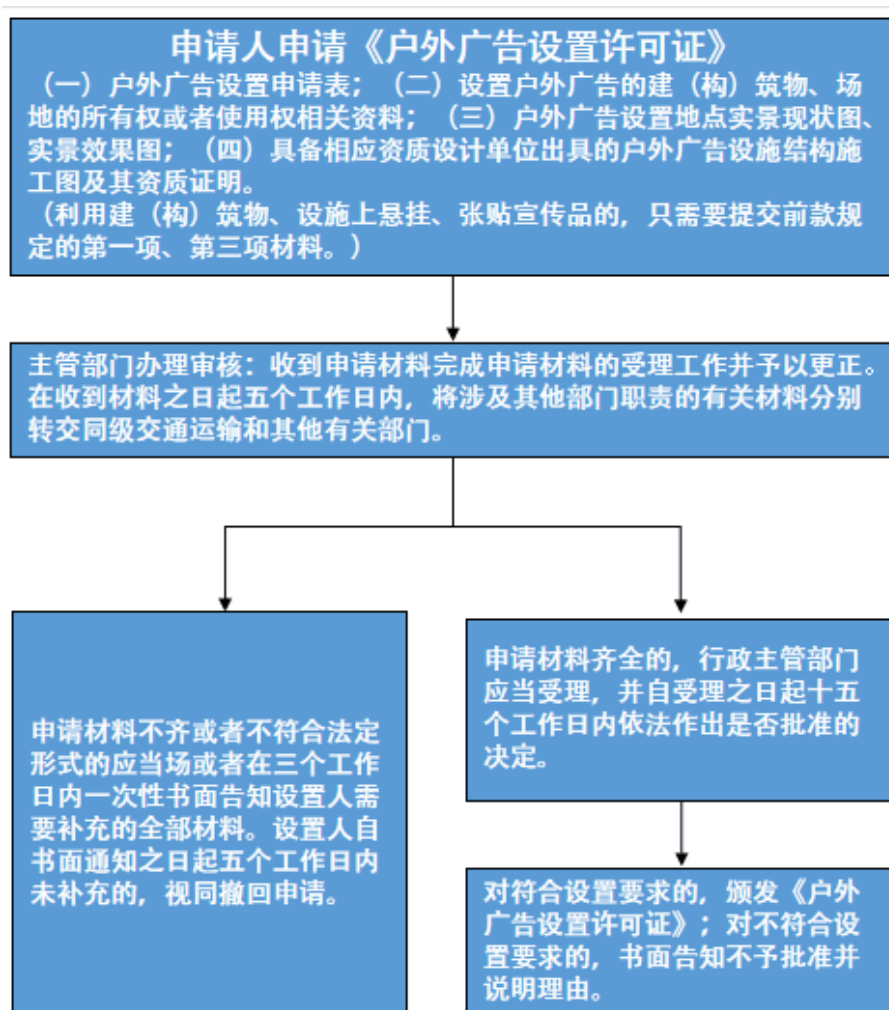
市容环境卫生主管部门负责本行政区域内户外广告和招牌设置的监督管理工作,自然资源、住房和城乡建设、市场监督管理、交通运输、公安、生态环境、财政、气象等管理部门应当按照各自职责,做好户外广告和招牌设置管理相关工作。

乡镇人民政府、街道办事处负责本辖区户外广告和招牌设置的日常管理和监督检查。

(1) 大型户外广告申请及设置要求

1) 大型户外广告申请办法

设置大型户外广告以及在城市建（构）筑物、设施上悬挂、张贴宣传品的，设置人应当向市（街道）市容环境卫生主管部门申请办理《户外广告设置许可证》。凡符合申请条件的，在进行大型户外广告审批管理时，建议遵循以下流程：



大型户外广告申请流程图

2) 户外广告设置要求

在设置户外广告时，建议按照以下要求：

切实按照程序办理：严格按照批准或者规划的具体位置、形式、规格、数量、结构图、实景效果图等要求设置，不得擅自变更；确需变更的，应当按照原审批程序办理设置变更手续。

符合设计规范：设计应当符合国家建（构）筑物结构荷载、防雷、防风、抗震、防火、电气安全要求，符合设置技术规范。

科学设置：使用电子显示装置的，应当安装亮度调节按钮，科学控制亮度和显示时间，避免影响周边环境和妨碍居民正常生活。

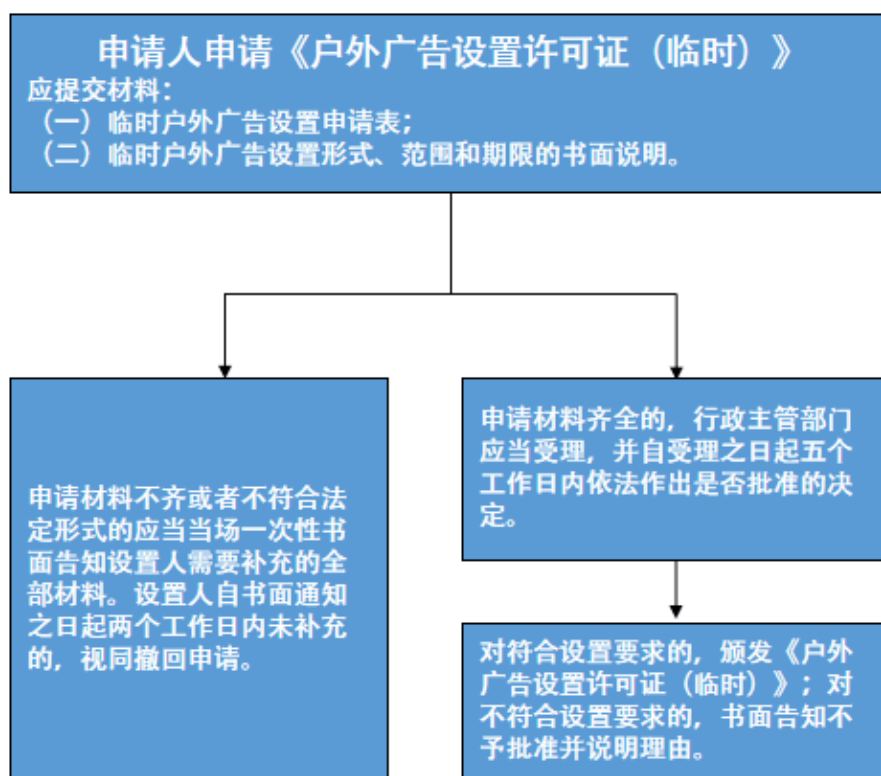
保障施工安全：施工应当严格执行有关安全技术规范和标准，保证施工安全和设施牢固。建设大型户外广告固定设施，设置人应当按照法律、法规规定和专项规划、控制通则的要求，组织设计、施工、监理等有关单位进行工程竣工验收。

（2）临时大型户外广告申请及设置要求

1）临时大型户外广告申办办法

举办商品交易会、展销会、节日庆典或者大型文化、旅游、体育、公益等活动，需要设置临时大型户外广告以及在城市建（构）筑物、设施上临时悬挂、张贴广告的，设置人应当提前5个工作日向市（街道）市容环境卫生主管部门申请办理《户外广告设置许可证（临时）》。

凡符合申请条件的，在进行临时户外广告审批管理时，建议遵循以下流程：



临时大型户外广告申请流程图

第二十九条 招牌设置及管理要求

(1) 符合安全间距

招牌设置不得影响规划审批的建（构）筑物正常间距。

(2) 合理规划

招牌设置不得影响建（构）筑物采光、通风和消防救援等正常功能。

(3) 内容合理

招牌内容仅限于本单位的名称、字号、标志，不得含有推介产品或者经营服务的信息。禁止利用招牌发布广告或者变相发布广告。

(4) 位置合理

设置地点仅限于本单位办公或者经营场所的建（构）筑物及其附属设施。

（5）科学设置

使用电子显示装置的，应当安装亮度调节按钮，科学控制亮度和显示时间，避免影响周边环境和妨碍居民正常生活。

（6）符合规范

不得违反其他法律法规规章的禁止性规定。

（7）招牌内容要求

招牌内容超出本单位名称、字号、标志，含有经营范围、服务项目、商品名称、图片等广告内容，或者设置地点不在本单位办公或者经营场所的建（构）筑物及其附属设施上的，视为户外广告，达到大型户外广告的标准设置人应当按照大型户外广告的申请要求办理审批手续。

第三十条 维护和监管机制建议

（1）建立信息互通机制

市容环境卫生主管部门应会同同级市场监督管理、交通运输、城乡规划、住房建设等部门，加强资源整合、信息共享、业务协同，建立户外广告和招牌设置管理信息互通机制。

（2）建立日常巡查机制

乡镇人民政府、街道办事处应当建立日常巡查机制，对户外广告和招牌设置实行网格化管理，督促户外广告和招牌设置人履行维护管理责任。

（3）建立健全信用管理制度

市容环境卫生、市场监督管理等部门应当建立健全户外广告和招牌设置信用管理制度，将户外广告和招牌设置人、广告主、广告经营者、广告发布者的信用信息纳入公共信用信息管理，实行守信联合激励和失信联合惩戒措施。

户外广告设置人的信用状况作为其参加户外广告位置使用权公开出让活动的重要参考。

第三十一条 责任人义务

户外广告设施产权人或者使用权人是户外广告设施维护、安全管理的责任人，招牌设置人是招牌设施维护、管理责任人，责任人应当履行下列责任：

（1）安全维护管理责任

建立大型户外广告的维护管养、隐患排查和应急处置制度并组织落实，做好台账记录和管理；每月组织重点隐患安全排查不少于一次，每季度组织隐患全面排查不少于一次；遇台风、暴雨等极端异常天气及时开展排查；

发现安全隐患的，应当及时采取加固或者拆除、设置安全警示标志、启动应急预案、配备应急人员等安全防范措施；

钢结构设施或者电子显示装置设置时间超过两年的，应当每年委托具备相应资质的机构进行安全检测；安全检测不合格的，应当及时采取安全防范措施，消除安全隐患。大型户外广告在安装、整修或者拆除期间，应当采取安全保障措施并在现场明显位置设置警示标志。

（2）市容整洁美观管理责任

户外广告和招牌责任人应当确保户外广告和招牌安全、整洁和美观，加强日常检修与维护管理。户外广告、招牌出现画面污损、显示不全、严重褪色、字体残缺等影响市容市貌情形的，应当及时更新维护；配置夜间照明设施的，应当保证画面显示完整；出现断亮、残损情形的，应当及时维修、更换或者拆除，并在更新修复前暂停使用。

第三十二条 拆除要求

户外广告设置期限届满后不再设置的，户外广告设置人应当在 7 个工作日内自行拆除；临时户外广告在设置期限届满后，设置人应当在 3 个工作日内自行拆除。

招牌设置人搬迁、变更、歇业、解散或者被注销的，应当在搬迁、变更、歇业、解散或者被注销之日起 7 个工作日内自行拆除原设置的招牌。

第五章 户外广告和招牌管理控制通则

第三十三条 总则

为了加强户外广告和招牌设置管理，创造整洁、优美的市容环境，结合本次规划前述内容，根据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国城乡规划法》《城市市容和环境卫生管理条例》《揭阳市市容管理条例》和《揭阳市户外广告和招牌设置管理办法》等相关法律、法规、规章和规范的规定，结合普宁市中心城区实际情况，制定普宁市中心城区户外广告管理控制通则。

本控制通则自批准公布之日起施行，有效期 5 年。

第三十四条 设置通则

（1）设置基本要求

1）户外广告设施设置应满足城市设计和相关规划的要求，应布局合理，设置规范。

2）户外广告和招牌设施设置应符合城市公共安全、城市风貌管理、历史文化保护传承等方面的要求，不应影响车辆、行人通行安全，不应妨碍安全疏散、灭火救援、建筑防排烟，不应影响建（构）筑物及设施等被依附载体的安全和使用功能。

3）户外广告和招牌设施不应妨碍他人生产经营或居民正常生活，不应影响他人对建（构）筑物或设施的合法使用。

4）户外广告和招牌设施应符合城市容貌方面的要求，设施尺度、形式和风格应符合周边环境相协调，并应注重昼夜景观

效果，不应损害建（构）筑物、街景和城市轮廓线重要特征，不应破坏建（构）筑物等被依附载体的整体效果。

5）户外广告和招牌设施的设置必须采取有效措施，保证其结构和用电设施安全、可靠。应定期进行安全检查，并应进行维护保养和更新。

6）户外广告和招牌设施设置应符合节能与生态环保要求，宜采取新技术、新工艺、新材料、新设备、新产品。

7）户外广告设施设置应充分考虑普宁市的自然气候条件特点。

（2）禁止设置户外广告和招牌设施的情形

1）户外广告设施原则上禁止设置的情形

①不应利用交通信号灯、交通标志、交通执勤岗设施、道路隔离栏、人行天桥护栏、高架轨道隔声墙、道路及桥梁防撞墙与隔声墙等交通安全设施设施。

②不应在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 10 米内，以及公交站牌、路名牌、出租车场招牌、消防栓等设施 5 米内设置。

③不应在人行天桥落地扶梯、过街地道、过江（海）隧道、公路收费口、高架道路落地匝道及轨道交通等人和车流出入口周边 10 米内，以及大量车流集散的公共建筑出入口周边 5 米内设置独立式户外广告设施。

④不应跨越城市道路、公路设置。

⑤不应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设置。

⑥不应利用危房设置，或设置后可能危及建（构）筑物和设施安全。

⑦不应在沿街毗邻建筑物之间的空间、坡屋顶或造型独特的屋面设施。

⑧不应依附于行道树设置，在分车绿带中设置。

⑨不应在国家机关、文物保护单位、风景名胜区、中小学校及幼儿园等的建筑控制地带设置。

⑩除商业步行街和商业街坊内圈外，不应播放声音；播放声音的，应符合现行国家标准《社会生活环境噪声排放标准》（GB2337-2008）的规定。

其他禁止设置户外广告设施的情形

■ 在有关主管部门确定的危岩、滑坡区域设置的。

■ 法律法规明确不能设置的。

■ 饮用水水源一级保护区内禁止新建、改建、扩建与供水设施和保护水源无关的项目。已设置的与保护水源无关的户外广告，应由县级以上人民政府依法责令拆除。

2）招牌设施原则上禁止设置的情形

①不应利用危房设置，或设置后可能危及建（构）筑物和设施安全。

②不得影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、消防设施、消防安全标志正常使用。

③不应在大量车流集散的公共建筑出入口周边 5 米内设置独立式户外招牌设施。

④不应采用动态视频或音频等方式。

第三十五条 附属式户外广告设施

(1) 附属式户外广告设施（建（构）筑物上的）

1) 平行外墙式广告

① 总体要求

■ 建筑墙身广告仅能在主要沿街面规定位置设置，其余部位一律不得设置（根据建筑所属控制分区的规定）。广告设施不得覆盖玻璃幕墙并不得遮挡窗户。

■ 非商业建筑原则上不宜设置商业性墙面广告；广告设施的设置不得影响建筑物的功能和安全、堵塞疏散出口以及消防供应设施的使用；禁止户外广告设施遮挡非商业建筑的窗户和建筑物主体的肌理和整体造型。

■ 墙身广告摆置应整齐，同一立面广告应成组设置且规格、形式需协调一致，色彩协调统一，制作精致。

■ 高层建筑主体墙面原则不得设置户外广告设施。

② 设置位置

■ 不得在建筑主体三层及以上的层与层之间的窗间墙上设置；不得在建筑底层落地立面柱设置；不得在建筑物室外台阶、踏步上设置；不得在建筑物入口处设置；不得在建筑物遮篷上设置。

■ 可以在建筑高度不超过 24 米的多层建筑和高层建筑裙楼的主体墙面设置；可以在建筑物沿街山墙面设置；可以在建筑物门楣及檐口位置上设置。

③ 设置规格和尺度

■ 依附于建筑主体墙面

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。垂直方向突出墙面距离不宜大于 0.5 米，道路上空设置的户外广告设施不得妨碍行人、车辆通行安全；广告设施下端距地面的净高不得低于 4.5 米，且不得低于骑楼或悬挑架空部分底沿。

窗间墙广告宽度一般不超过建筑窗间墙宽度并不宜遮挡窗户，单块长度不低于建筑开间宽度。窗间墙单块广告最大面积不得超过 30 平方米。

贴附于多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面的户外广告设施。单个广告面积（除广告幕布外），在商业区域内宜小于 100 平方米，商业区域外宜小于 50 平方米；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%。

高层建筑主楼墙面宜设置楼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小于 60 米时，广告高度宜小于 3 米，单面墙上设置的广告总面积应小于 50 平方米；超过 60 米时，广告高度不宜大于 6 米，单面墙上设置的广告总面积应小于 100 平方米。

■ 依附于建筑山墙

依附于建筑物山墙的广告应不得大于 $1/3$ 的山墙面面积，两侧及上沿应与所附建筑相应边缘重合。

建筑山墙广告设施离地面最小距离不少于 4.5 米。

■ 依附于底层门楣

户外广告设施的下沿不得低于门楣上沿、骑楼或悬挑架空

部分底沿，上沿不得高于二层窗户下沿，且总高度不大于广告牌顶端到地面距离的 $1/3$ 并不得大于 2 米，凸出墙面部分不超过 0.3 米。

对于底层以上有出挑结构的建筑（包括骑楼），户外广告应设置在廊道内侧和出挑结构以下，户外广告的下沿不得低于门楣上沿，且总高度不得大于 2 米，凸出墙面部分不超过 0.3 米。

对于底层以上有出挑结构的建筑（包括骑楼），且出挑部分的底部距离地面小于 3 米时，允许将户外广告设于建筑出挑部分的墙面上；户外广告的下沿不得低于建筑出挑部分的楼板，上沿不得高于二层窗户下沿，且总高度不得大于 2 米，凸出墙面部分不超过 0.3 米。

户外广告的宽度应以建筑开间为单元。霓虹灯户外广告外表面距离墙面不得超过 0.6 米，其他户外广告外表面距离墙面不得超过 0.3 米。

2) 垂直外墙式广告

① 总体要求

■ 户外广告设施设置应考虑架空线安全要求，净距应符合规划要求。

■ 户外广告设施不得突出道路红线和用地红线，不得妨碍行人、车辆通行安全。

■ 同一建筑墙身广告设施应摆置整齐有序、色彩协调、照明方式统一。

■ 除集中展示区外，其余地区原则上禁止设置垂直外墙式广告。

② 设置位置

■ 不得于高层建筑主体墙面设置，不得在消防通道范围内（高 4.5 米，宽 3.5 米）设置。

■ 宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面。

■ 退让道路红线距离小于 3 米的沿路建筑，不得设置垂直外墙式广告。

③ 设置规格和尺度

■ 户外广告设施的高度与宽度比例宜为 6 : 1~8 : 1。

■ 设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面的户外广告设施，自建筑物±0.00 起到户外广告设施顶部的高度不宜超过 24 米。

■ 广告设施外挑宽度一般不超过 2 米，且不超过临路路宽的 1/10，高度不大于 9 米，下沿离地面垂直距离不少于 4.5 米。

■ 如在骑楼檐下设置的，其下沿距地面不得少于 3 米；且广告宽度与骑楼通道等宽，不得超过骑楼外墙，厚度不得大于 0.3 米。

■ 相邻广告水平间距不小于 6 米或对应建筑开间设置。

3) 屋顶广告

① 总体要求

■ 建(构)筑物屋顶户外广告设施的设置应符合现行国家标准《城市居住区规划设计规范》(GB50180-2018)有关日照间距的规定，不应妨碍相邻居住建筑的日照采光。

■ 严格控制在建筑屋顶设置广告，除集中展示区外，其它区域原则上禁止设置屋顶广告。设置需经过有关部门的严格审

批。

■ 坡屋顶、屋顶造型独特的建筑物顶部严禁设置户外广告设施。

■ 单栋构筑物只允许设置一块大型版式广告牌在建筑楼顶处。

■ 屋顶广告的面积和尺度要适当，严禁在高度 24 米以上的建筑物顶部设置户外广告（楼宇标志除外）。

■ 广告设施的支撑构架不宜裸露，应采用与建筑物色彩相协调的材料予以遮挡。

■ 允许设置的屋顶广告不得设置封闭版面的广告牌，须做透空镂空字体户外广告设施，不得破坏天际线的完整和连续性，抗风力在 12 级以上。

■ 设置屋顶户外广告设施的建（构）筑物应由建筑安全检测机构进行建筑结构安全检测。

② 设置规格和尺度

■ 户外广告设施水平投影面积之和应小于该建（构）筑物屋顶建筑面积的 $1/8$ 。户外广告设施外表面不得超出母体建（构）筑物屋顶四周边线，其下缘距离女儿墙顶部的高度不宜大于 1 米。

■ 建筑高度低于 10 米（含 10 米）的，顶部设置户外广告高度不得超过建筑物高度的 $1/3$ ，最大高度不得超过 3 米；建筑高度为 10 米至 24 米（含 24 米）的，顶部设置的户外广告高度不得超过建筑物高度的 $1/3$ ，最大高度不得超过 6 米；建筑高度在 24 米以上，严禁设置屋顶广告。

4) 围墙广告

① 总体要求

■ 禁止利用围墙(建筑工地、闲置地块、拆迁工地除外)设置任何形式的户外广告。

■ 透空围墙上不宜设置户外广告。

■ 围墙顶严禁设置户外广告。

■ 围墙户外广告一般应发布统一规格的广告,并对围墙进行美化,做到形式、图案、色彩相互协调。

■ 工地围墙户外广告在符合安全、美观的前提下可以设置灯光照明。

■ 建筑工地、拆迁工地围墙户外广告设置期限最长不得超出地块项目建设期。

② 设置规格和尺度

■ 公益广告面积不得少于工地围墙总面积的 1/3,其中临主干道的,不得少于工地围墙总面积的 1/2。

■ 实体围墙户外广告突出墙面的距离不得大于 0.1 米,高度不得超出围墙高度,宽度不得大于围墙柱墩(包括柱墩在内侧的情形)之间的墙面宽度。同一路段围墙户外广告应统一位置、尺寸和间距。

■ 允许设置封闭型单面看板式广告,内容以彩色喷涂、喷绘画表现(精度 720DPI 以上)或立体艺术造型广告须采用金属或铝塑板镶边。

(2) 附属式户外广告设施(公共设施上的)

1) 路灯杆及电杆广告

①总体要求

■ 路灯杆及电杆广告仅允许在集中展示区和商业集中的生活性主干道上设置。

■ 其他道路路灯杆、电杆原则上不得设置户外广告，国家法定和当地政府规定的节日、庆典等活动期间或因城市景观建设确需设置的，经户外广告行政管理部门批准可设置临时户外广告。

■ 路灯杆及电杆广告不得影响交通安全。

■ 不宜设置硬质广告设施。

②设置位置

■ 道路交叉口处首根路灯杆及已有指示牌（标识牌）的路灯杆不得设置户外广告设施。

■ 道路交通指示牌正面方向 50 米内的道路路灯杆上，不应设置广告设施。

③设置规格和尺度

■ 广告牌面单侧宽度不得大于 1 米，牌面高度不得超过 2.4 米，牌面底部距离人行道地面高度不应小于 3 米，牌面垂直投影超过路沿石外缘的，牌面底部距离车行道地面高度不应小于 4.5 米。

■ 每杆设置广告数量不得超过 2 幅；一杆广告数量为 2 幅时，以杆件为中心对称设置。

■ 路灯杆及电杆广告间距不得小于 50 米，当道路相邻杆件距离 < 50 米时，不可连杆设置。

■ 广告不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明。

■ 同一路段灯电杆广告设施应统一底部高度、形式、尺寸、朝向。

2) 公交候车亭广告

① 总体要求

■ 设置于主、次干道两侧的候车亭广告每处设置不多于 3 块广告；设置于支路、街坊路两侧的候车亭广告每处设置不多于 2 块广告。

■ 公交候车亭上一个广告位不得分割成若干小的广告位，必须以整幅面广告形式出现。

■ 利用公交候车亭设置广告的，其规格、数量应当因地制宜并与周围环境相协调，应当结合候车亭一并设计和报批。

■ 鼓励整个候车亭所有商业广告为整体租用，以统一广告色彩等要素。

■ 公益性广告面积不得低于总广告面积的 30%。

② 设置位置

■ 广告只能设置在公交站预留的广告栏内，候车亭的顶部、报站牌等其他位置不得设置户外广告设施。

■ 不得有碍乘客观看站牌，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。

③ 设置规格和尺度

■ 公交候车亭户外广告应采用灯箱形式，牌面总面积不应超过候车亭立面总面积的 60%，广告长度不大于 3.5 米，高度不超过 1.5 米，且单块面积不得大于 5.5 平方米，厚度不超过 0.3

米。

■ 位于道路中央的候车亭只允许在面向站台侧设置户外广告设施，禁止在面向社会机动车道方向设置户外广告设施。

■ 户外广告设施之间必须留出 1.5 米以上的距离以保证道路空间的通透。

■ 广告设施只能设置在雨篷下固定的玻璃框内，报站牌等其他位置不得设置户外广告设施。

■ 公交候车亭灯箱电源接通路灯，与路灯一同亮启，每晚可提供 8 小时以上的照明时间。每个灯箱内可装 24 支 40W 荧光灯，普通人夜晚在 50 米距离内能清晰阅读广告画面内容。

■ 建议媒体表现形式：电子显示屏与灯箱。

3) 报刊亭及电话亭广告

① 设置位置

书报亭及电话亭上设置户外广告，亭顶不得设置户外广告。

② 设置规格和尺度

书报亭及电话亭设置户外广告，总面积应当不大于 10 平方米。

4) 公共宣传栏

① 总体要求

■ 在同一性质路段内的宣传栏(阅报栏)应保持尺度、造型、色彩、材质、设置方式的统一,并与街道上的座椅、垃圾桶、路灯、公共时钟、电话亭、候车亭、公共标识设施等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。

■ 不得影响人行道空间内其它设施及临街建筑物、构筑物

的使用,避免对其它设施及建筑物、构筑物产生消极影响。

■ 广告设施只能设置在雨篷下固定的玻璃框内,其他位置不得设置户外广告设施。

②设置规格和尺度

■ 宣传栏(阅报栏)设施的高度应小于等于 2.5 米,宽度应与高度相适应,不宜大于 6 米;应与环境相协调,并不得遮挡或影响整体景观和行车安全。

■ 阅报栏广告位占整个版面面积不得大于整个版面面积的 1/3。

■ 不得在宽度小于 3 米的人行道上设置宣传栏(阅报栏),且在宣传栏(阅报栏)设置后可供行人通行的通道净宽度不得小于 2.5 米,不得影响人行道交通功能和交通安全。

第三十六条 独立式户外广告设施

(1) 大型落地广告

1) 总体要求

■ 除城市大中型广场和会展场所外,不宜设置在城市中心区,可设置在高速公路入口及郊区公路两侧等区域。

■ 以居住功能为主地区的道路沿线禁止设置大型支架式广告。

2) 设置规格和尺度

■ 大型落地广告总高度(含牌面及支架)应小于 10 米,宽度(b)应与高度(h)相适宜,不得超过 30 米,宜控制在 9-18 米之间。

■ 在满足消防、安全和建筑的采光通风的前提下，大型落地广告在地面上靠近道路的垂直投影点与道路红线的距离不应小于 1.5 米，同时在地面上靠近建筑的垂直投影点与相邻建筑间的距离应大于广告设施的总高度。

（2）大型高立柱广告

对于现状已存在的大型高立柱广告，在确保其不影响市容市貌、不影响人民生产生活、不存在安全隐患的情况下，允许保留。新设大型高立柱广告应符合下述要求：

1）总体要求

- 在城区横街小巷内不得设置大型高立柱广告。
- 不应设置在桥梁体（含主桥、引桥和匝道）上。
- 必须符合有关市政安全规范，远离高压走廊，立柱落点不得影响地下管线的通畅，道路两侧广告牌的边缘不得伸到车行道内。
- 主干道两侧以及主干道与支路交叉口处设为双面看板式，主干道间交叉口处交通岛或周边地块设置三面看板广告。
- 外形应基本统一，形式新颖，材质、尺寸、色彩应与周边环境相协调。
- 道路交叉口的大型高立柱广告不得设置电子动态广告屏幕。

2）设置规格和尺度

- 在城区出入口等空旷区域设置的大型高立柱广告，广告设施底部离地面高度不得小于 10 米，总高度不宜超过 22 米。
- 大型高立柱广告在地面上靠近车行道的垂直投影点与车

行道、人行道间的垂直投影距离均应大于广告设施的总高度，同时广告设施在地面上靠近建筑、构筑物的垂直投影点与相邻建筑、构筑物间的垂直投影距离也应大于广告设施的总高度。

■ 在道路交叉口中交通岛上设置的大型高立柱广告，其基座需后退于交通岛路缘石不小于 2 米的距离。

■ 道路交叉口的大型高立柱广告（包括三面 T 型广告牌）宜采取对角线的位置，方向要相互对称（即面向道路交叉口的一面与两条道路中心线的夹角一致），较复杂的道路交叉口的广告牌牌面方向以就近相互协调为原则，每个交叉口设置大型高立柱广告数量不宜超过 2 块。

■ 大型高立柱广告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。

■ 在人行天桥、加油站纵向 50 米范围内，不得设置大型高立柱广告。

■ 城市快速路和高速公路两厢禁止设置带有闪光霓虹灯，电子饰品的广告；不得使用荧光涂料等反射光强的材料；霓虹灯尽量不用红、黄等鲜艳色彩，且不得影响交通视线及安全。

（3）底座式广告

1) 总体要求

■ 底座式广告一般设置于商业集中路段的非机动车道—人行道隔离带或者商业区宽度不少于 5 米的人行道（并不得影响人行）边缘、非休憩型绿地。

■ 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。

■ 宽度小于 5 米的人行道或面积小于 50 平方米的广场(空地)不得设置底座式户外广告设施。

■ 应采用自带灯箱式照明。在同一路段内的广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一，并与街道上的座椅、垃圾桶、路灯、公共时钟、电话亭、候车亭、公共标识设施等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。

■ 单独设置的底座广告应采用集约式设计。

■ 设置公益广告的数量比例应大于 30%，遇重要节庆及活动期间不小于 50%。

2) 设置规格和尺度

■ 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。

■ 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，高度应与宽度相协调。

■ 底座式户外广告设施牌面(单面)面积不应大于 2.5 平方米，厚度不得大于 0.5 米。

■ 当设置于人行道上时，设置广告后可供通行的步行道宽度不应小于 3 米。且广告不得影响人行道空间内其他设施及建筑物、构筑物的使用，不得阻挡妨碍消防通道；

■ 如成组设置，在集中展示区内可设路段外，其设置间距不小于 100 米；可设路段内，其设置间距不小于 50 米。

(4) 立杆式广告

1) 总体要求

■ 内容宜以公益广告为主。

■ 立杆式广告必须符合有关市政安全规范，尽可能远离高压走廊。立杆落点不得影响地下管线畅通，外边缘投影不得伸入车行道。

■ 在同一路段内的广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一，并与周边公共设施或建筑物、构筑物相协调。

■ 鼓励现代简洁的风格，避免单一呆板的造型。设置于商业、娱乐地段的本类广告造型允许多样化。

■ 不应在广告面使用反射率大的材料，鼓励采用集约式设计。

■ 广告不得影响人行道空间内其它设施及建筑物、构筑物的使用，并避免对其它设施及建筑物、构筑物产生消极影响。

■ 立杆式广告设置位置不得影响行人通行，宽度小于 3 米的人行道不得设置立杆式广告设施。

2) 设置规格和尺度

■ 广告牌面面积不得超过 2 平方米，牌面底部距离人行道地面的高度不得小于 3 米，任意一边长不得大于 2 米，厚度不得大于 0.3 米；

■ 广告设施不得超过人行道沿石外缘，且牌面外缘水平投影距人行道侧石不得小于 0.2 米，立杆（支撑物）外缘距人行道侧石不得小于 0.4 米。

■ 在广告设置后可供行人通行的步行通道净宽度不得小于 2.5 米。

■ 沿商业步行街的纵向间距不得小于 15 米，沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于 25 米，沿其他道路人行道的纵向

间距不得小于 50 米。

（5）实物造型广告

1) 总体要求

■ 大型商业综合体、商场、专业市场、公园、广场可结合场地内的小品、雕塑、绿化等设置实物造型广告，也可直接设置落地式实物造型广告。

■ 在同一路段内的广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一，并与街道上的座椅等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。

■ 不应设置在城市道路红线内。

2) 设置规格和尺度

■ 设置实物造型广告应排列规整，沿商业步行街的纵向间距不得小于 15 米，沿主要商业街人行道的纵向间距不得小于 20 米，沿其他城市道路人行道的纵向间距不得小于 50 米。

■ 设置实物造型广告的城市道路人行道及商业步行街宽度不得小于 8 米。

■ 广告总高度不得大于 4 米，且不得低于 1.2 米。

■ 广告最大水平投影面积不得大于 1 平方米。

■ 广告宽度不得大于 1.5 米。

第三十七条 移动式户外广告设施

（1）车辆广告

1) 总体要求

■ 车身广告应当整洁、美观，不应使用反光材料，不应对

原车颜色全部覆盖，其色彩应与车体颜色协调。

■ 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。

■ 车身上设置的户外广告，不得影响交通安全。车头、车尾部（含前后风挡玻璃内外）及车身两侧车窗严禁设置户外广告。

2) 设置规格和尺度

■ 公共汽车、电车仅允许在车身两侧和车尾的后车窗玻璃下沿以下位置设置，车尾广告左右边缘不得超出尾灯内侧。

■ 出租汽车仅允许在车辆前车门玻璃下沿以下和后车窗底部设置，车辆后车窗底部设置广告的，应当使用粘贴单向透视材料，广告条幅宽度不得超过 15 厘米。

■ 厢式货运出租汽车仅允许在车厢两侧和车尾的车厢门上设置，前车门外表面玻璃下沿以下位置允许设置本单位名称、标识等信息，其面积不得大于前车门的 30%。

(2) 船舶广告

1) 总体要求

■ 利用船舶等水上各类交通工具设置的户外广告设施，不得影响船行安全，宜设置通透式广告牌。

■ 禁止遮挡航行指示灯、妨碍救生设备使用、以及其他影响船舶和航行安全设置。

2) 设置规格和尺度

■ 禁止在船顶平台上、主甲板、船员工作区域以及妨碍驾驶室视线或遮挡门、窗的位置设置。

- 仅允许设置在船舶上层建筑、船舷两侧或船尾的栏杆处。
- 在船体上增加或改装广告结构设施，必须经过船舶法定检验机构检验。
- 采用喷涂和粘贴形式的，其面积不应超过该侧船舱外墙面积（不包含门和窗的面积）的 40%。
- 设置数量不得超过 2 处（含船体两侧）。

（3）空中移动广告

1）总体要求

■ 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。

■ 禁止在机场净空保护区域内利用系留气球、无人驾驶自由气球、飞艇等进行户外广告宣传；在净空保护区域外，利用系留气球、无人驾驶自由气球、飞艇等进行户外广告宣传的，申请人应当依据《升放气球管理办法》和《通用航空飞行管制条例》的规定，向气象部门、中国民用航空汕头空中交通管理站申请办理许可手续。

2）设置规格和尺度

- 仅允许在空飘载体的外表面上设置。
- 在不影响飞艇功能和安全的情况下应采用喷涂和覆膜的方式。

第三十八条 电子显示屏广告

（1）总体要求

1）电子显示屏广告（公益性除外）宜设置在本专项规划确

定的户外广告展示集中区（可设路段）设置，禁止在禁止设置区内附着建筑物设置（公益性除外）。

2）电子显示屏广告的播放时间根据关注度采取有限度播放，播放时间控制为上午 7 时 30 分至晚上 22 时 30 分。遇国家法定节假日或者重要活动时，经市容环境卫生主管部门批准可适当调整，并向社会公布。

3）不应直接设置在有可燃或难燃材料的墙体上。

（2）设置规格和尺度

1）电子显示屏只允许在建（构）筑物高度不超过 24 米的主体墙面设置，宜设置在多层建筑和高层建筑裙房 2 层及以上外立面，面积宜根据建（构）筑物结构特征及周边环境确定。

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

3）禁止在朝道路与来车方向成垂直视角的方向设置。

4）不宜在城市主干路和次干路交叉口附近 100 米范围内设置，确需设置的应当采用静态展示。

5）科学控制其亮度，避免对周边环境造成光污染。

第三十九条 楼体整体幕墙广告设施

（1）总体要求

1）正对住宅建筑，以及医院住院部、单位（学校）宿舍等具有居住功能建筑时，禁止设置楼体整体幕墙广告设施；

2）禁止依附于高层建筑裙房和多层建筑设置楼体整体幕墙

广告设施；

3) 楼体整体幕墙广告设施的亮度、动态应符合深圳城市照明规划和管理的要求，避免对道路交通及市民的生产生活造成干扰；

4) 依附于新建建筑物设置的，应与建筑物进行一体化设置，并履行相应审查程序；在已建建筑物上增设楼体整体幕墙广告的，应符合该建筑物的规划及建设要求；

5) 具备屏幕亮度调节的功能装置，能根据环境亮度的变化对其显示亮度进行动态调整；

6) 应严格管理其控制终端，确保信息安全。

(2) 设置规格和尺度

1) 清晰度：在城市主要道路和公共空间能清晰观看，且观看面积不小于 1/3 的，清晰度不应小于 1080P；

2) 灰度：楼体幕墙广告设施显示的灰度等级应不小于 12 比特。

第四十条 投影广告

(1) 总体要求

1) 投影广告（公益性除外）宜设置在本专项规划确定的户外广告展示集中区（可设路段）设置，禁止在禁止设置区内设置投影广告（公益性除外）。

2) 投影广告的投放时间根据关注度采取有限度播放，播放时间控制为上午 7 时 30 分至晚上 22 时 30 分。遇国家法定节假日或者重要活动时，经市容环境卫生主管部门批准可适当调整，

并向社会公布。

（2）设置规格和尺度

1）投影广告应保证完整的投影区域，投影光束不得超越广告设置建筑墙体，且距离地面高度不得小于4米。

2）不得投影到机动车道的路面上影响行人和车辆通行安全。

3）大小、亮度和色彩应与投影载体的整体造型及照明效果有机结合。

4）应当严格控制投射角度和音量，对投影器材做隐藏处理，不得影响行人通行和居民正常生活。

第四十一条 临时广告

（1）临时户外广告时限要求

1）促销等经营性活动设置的临时户外广告，一般时限1-3天。

2）举办大型文化、旅游、体育、公益活动或者商品交易会、展销会等活动，需设置临时户外广告的，设置时间原则上不得超过活动批准期限。

3）临时性户外广告设置期限最长不得超过90日，但经县级以上人民政府批准的重大活动除外。

4）设置在工地围墙和在建工地楼体的临时户外广告设置期限不得超过所在工地的建筑工程许可证载明的竣工日期。

（2）设置充气物的一般规定

1）在人行道上设置的充气物，其宽度(厚度或支柱直径)不得大于人行道宽度的四分之一，且应与设置单位的门面平行设

置。人行道宽度小于 4 米的不得设置。

2) 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。

3) 设置充气拱门, 跨度不得超过 10 米, 高度不得超过 5 米, 安装设置安全、牢靠。

(3) 灯杆、电杆上设置广告的一般规定

灯杆、电杆原则上不得设置户外广告, 国家法定和当地政府规定的节日、庆典等活动期间或因城市景观建设确需设置的, 经户外广告行政管理部门批准可设置临时户外广告, 并应符合以下规定:

1) 户外广告不得影响信号灯、指示路牌以及灯光照明。

2) 同一道路, 只能在同一种灯杆或电杆上选择其一设置户外广告, 户外广告内容、色彩应协调, 形状、高度、朝向应一致, 并与景观相协调。

3) 每根灯杆、电杆上最多只准设置两个户外广告。

4) 广告牌面底部离人行道地面的高度不得小于 3 米, 距人行道侧石外缘不得小于 0.2 米, 面积不得大于 2 平方米, 单边长度不得大于 2 米。

(4) 设置布幅的一般规定

1) 布幅广告应从严控制, 除重大活动外, 原则上不允许设置布幅形式的户外广告。

2) 广告幅面不得使用白底黑字(或黑底白字), 其颜色、字体、内容、规格、设置方案等应与现场相协调, 不得遮蔽阳台和窗户, 需紧贴在建筑物的墙上, 并确保稳固、平整。

3) 横幅：一栋建筑原则上不超过一条，长度不得大于 15 米，宽度不得大于 1.5 米；二层以上(即 7 米以上，不含二层)不得设置；在道路同侧设置多条的，条与条之间的距离必须在 50 米以上。

4) 竖幅：长度不得大于 25 米，宽度不得大于 1.5 米；八层以上(即 24 米以上，不含八层)不得设置；利用建(构)筑物同一位置并列设置多条的，其规格应统一。

5) 巨幅：单体面积不得大于 300 平方米。

6) 升空气球条幅：气球以及气球条幅必须固定于地面，且总体高度不得超过 15 米。气球直径不得超过 3 米；条幅规格不得超过 9 米×1 米。不得设置可移动升空气球条幅。升空气球不得使用危险气体，其所充气体，必须符合空中飘浮物相关规定要求。

(5) 其它形式广告的设置规定

彩旗、花篮、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。

(6) 设置其它形式的临时性户外广告，参照本章规定执行。

第四十二条 附属式户外招牌设施

(1) 总体要求

1) 户外招牌设施不宜在 6 层以上建筑墙面上设置。除城市商业街、商业中心、专业市场等商业零售建筑集中的区域以及文体娱乐场所外，其他区域应在建筑 3 层及以上集中设置。

2) 户外招牌设施不应破坏建筑立面特征。同一栋建筑立面

上相邻招牌的类型、尺寸、悬挂位置、出挑尺寸应整体协调。

3) 户外招牌设施的设置,原则上应实行一店一招牌。招牌设置规范合理,规格与所附着的建筑物大小比例适当。

4) 户外招牌设施不得妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序。

5) 户外招牌设施设计图案和颜色应与道路交通标志有明显区别,不得混淆和干扰道路交通标志的使用。

6) 户外招牌设施不得妨碍建筑物、相邻建筑物或其它相邻设施的日常使用和安全需求,如日照、采光、通风、视线、交通通行、消防通道使用等。

7) 户外招牌设施在建设电气,防雷、设计、构造、材料、施工等相关安全规范。

8) 户外招牌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。

(2) 设置数量

1) 底层有独立出入口的办公、生产经营场所,招牌设施数量不应超过出入口个数。

2) 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。

3) 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块招牌;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;不应在同一出入口处重复或层叠设置。

4) 24小时营业服务、临街人行道宽度小于2.5米、步行商业街、特色商业街或商业街坊内圈等的办公、生产经营单位可

增设 1 块小型侧招。

（3）设置规格和尺度

1) 平行于墙面设置的户外招牌设施

■ 户外招牌设施宽度不应超过自身沿街门面宽度，设置于建筑其他层的招牌设施上缘不应超过上层窗台或阳台下沿线；招牌设施高度与所在楼层层高比例不宜超过 1: 3。

■ 结合底层建筑出入口雨篷设置的招牌，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，外表面不应超过雨篷四周边线。

■ 集中设置的招牌面积不宜大于 6 层以下建筑外立面面积的 30%。

①依附于一层门楣的招牌设施

其下端不得低于骑楼或悬挑架空部分，底沿下端与地面的垂直距离不应小于 3.0 米，上端不应高于二层窗户下沿，其总高度不宜大于 2 米，且其外沿突出墙体的距离不宜超过 0.3 米。

②依附于挑檐或雨篷的招牌设施

其下端不得低于挑檐或雨篷的下沿，且其下端与地面的垂直距离不得小于 3.5 米，上端突出挑檐或雨篷高度不得大于 1.5 米，其总高度不宜大于 2 米，且其外沿不得凸出挑檐或雨篷外沿 0.3 米。

③依附于檐下的招牌设施

■ 其下端与地面的垂直距离不得小于 2.2 米，且其外沿突出墙体的距离不宜超过 0.5 米，总高度不宜大于 2 米。

■ 其在有安装空调且无空调位预留的情况下可考虑将突出

墙体的距离扩大至不大于 1.0 米，以彩扣板等材料将空调置于广告后侧。

■ 同一建筑物或同一场所的招牌设施宽度应以建筑开间为单元；对重点路段和特色路段的招牌设施宜统一设计和制作。

2) 垂直于墙面设置的户外招牌设施

■ 同一栋建筑上的招牌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。

■ 招牌设施外挑距离不应大于 2 米，高度不宜大于 9 米。

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

第四十三条 独立式户外招牌设施

(1) 设置要求

1) 独立式户外招牌设施数量不宜超过所属建筑物主要出入口个数。

2) 独立式户外招牌设施设置后单侧行人通行宽度不应小于 4 米，场地宽度小于 5 米的区域不应设置。

(2) 设置规格和尺度

1) 竖向独立式户外招牌设施最大宽度不应大于 1.5 米，最大高度宜符合下表规定：

竖向独立式户外招牌设施最大高度

设置场地宽度 w	招牌最大高度 (米)
$5 \leq w \leq 10$	3
$10 < w \leq 20$	5
$w > 20$	10

2) 横向独立式户外招牌设施最大高度和宽度宜符合下表规

定:

横向独立式户外招牌设施最大高度和宽度

设置场地宽度 w	设施最大高度 (米)	招牌最大宽度 (米)
$15 \leq w \leq 20$	1.5	5
$w > 20$	2	8

第四十四条 亮化设置

(1) 照明照度、亮度及色彩要求

1) 户外广告照明要有合理的照度, 尽量减少光污染, 不同类型和规格的户外广告灯光照度应符合下表要求:

户外广告和招牌灯光照度控制表 (注: 表中数值中低值用于较暗环境)

	画面面积 < 2 平方米	画面面积 > 8 平方米
城市道路及人行道户外广告	200-400 勒克斯	200-600 勒克斯
城市建筑墙面户外广告 (高度在 10 米-24 米)	-	300-1000 勒克斯
城市建筑墙面户外广告 (高度在 10 米-24 米)	-	400-1200 勒克斯

2) 户外广告要有合适的照度均匀度, 一般照明情况下, 照度均匀度应 ≥ 0.7 。

3) 户外广告要选用合适的光源光色和显色性, 使光色与亮度具有相当的比例, 构筑、渲染出各种舒坦的色感环境氛围。广告不宜使用红色的灯光作为

4) 当广告画面颜色总体效果为暖色调时, 应用偏暖色光照明, 为冷色调时, 应用偏冷色光照明; 照明光源。

5) 户外广告的照明宜选用日光色 (6500K) 作为光源。

6) 户外广告最大允许亮度见下表:

户外广告最大允许亮度控制表

广告被照面的面积 (平方米)	最大允许亮度 (坎德拉/平方米)			
	商业区	行政办公区	公共活动区	居住区
≤ 0.5	1000	400	400	100

广告被照面的面积 (平方米)	最大允许亮度(坎德拉/平方米)			
	商业区	行政办公区	公共活动区	居住区
≤ 2	800	320	320	80
≤ 10	600	240	240	60
> 10	400	160	160	40

(2) 电子显示屏户外广告照明要求

1) 电子显示屏应具备按照日照强度调节显示亮度的功能。

2) 在商业区及其周边设置的户外电子显示屏, 夜间亮度值应小于等于 1000 坎德拉/平方米; 在交通路口及其他地区设置的户外电子显示屏, 夜间亮度值应小于等于 400 坎德拉/平方米。

(3) 灯箱广告照明

1) 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 至 1.5, 且不得大于 2。

2) 光源应采用寿命大于 8000 小时、显色指数大于 80 和发光效率大的光源。

3) 灯箱广告要保证合适的亮度, 画面亮度标准见下表:

灯箱广告照明亮度控制表(注: 被照面面积不超过 0.5 平方米)

亮度(坎德拉/平方米)	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—1000	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

(4) 投光灯广告照明

1) 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。

2) 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。

3) 应尽量采用外打灯灯具的配光曲线形状与广告画面形状较为相似的宽水平角的非对称配光的灯具; 灯具应维护简便, 且有刻度指示, 可方便调整照射角度, 且有良好的防水装置。

4) 设置在楼顶的投光灯广告牌, 灯具及其支架不得外露; 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。

5) 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) $20^{\circ} - 30^{\circ}$ 。

6) 投光广告照明度应符合下表:

投光广告照明亮度控制表

广告牌表面反射率	推荐亮度 (坎德拉/平方米), (照度单位: 勒克斯)	
	亮环境	暗环境
低 ($p=0.31$)	100 (1000 勒克斯)	50 (500 勒克斯)
高 ($p = 0.62$)	100 (500 勒克斯)	50 (250 勒克斯)

(5) 霓虹灯广告照明

1) 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) (NDT105-1998) 和《霓虹灯安装规范》(GB19653-2005) 的规定。

2) 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。

3) 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。

4) 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。

第四十五条 节能材料选用

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，主要如 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，宜采用材质、防水、坚固耐用的材质，不宜采用易腐蚀、易燃、易破损、易褪色、自重等室内装饰材料。

（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、有机玻璃渣、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。

第四十六条 户外广告设置技术要求

(1) 安全检测要求

1) 户外广告设施安全检测必须由已取得所有户外广告设施各分项检测项目计量认证的专业检测单位进行,检测人员必须具有相应检测项目职业资格证及登高架设作业证;

2) 检测的时效:自户外广告设施正式起用(或循环检测周期的检测合格日)起计算;

3) 经检测鉴定符合结构技术及安全标准的户外广告设施,方可转入下一循环的使用;

4) 经安全检测不合格的户外广告设施,责令限期整改,整改后再向检测机构申请复检;

5) 户外广告设施安全检测应包括:

■ 根据原结构图纸及现场测试的实际结构尺寸,使用非线性有限元软件进行结构的强度、刚度及稳定性验算复核;

■ 钢结构现场检测:整体垂直度,几何尺寸(迎风面积),钢材强度,钢材截面厚度,防腐层厚度,焊缝质量,螺钉(铆钉),连接螺栓(植筋),钢材锈蚀程度;

■ 基础现场检测:基础配筋布置情况,地锚螺栓,基础混凝土强度,墙面结构强度;

■ 电气现场检测:配电箱,灯具,导线连接安全性,防雷接地。

(2) 户外广告设施突击性维护检修

1) 在大风季节, 应对户外广告设施钢结构进行突击检修和维护保养, 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);

2) 在大风季节, 应对户外广告设施钢结构面板连接的牢固程度进行检修保养和加固处理, 尤其是面板的螺钉(包括铆钉), 材料的风化、锈蚀程度; 薄膜结构的广告画面, 应对其牢固度、风化、老化程度进行检修和加固, 钢绳的绑扎应牢固可靠;

3) 在大风雷雨季节和梅雨季节, 应检查避雷设施和电器安全保险设置, 保证安全、正常使用。

(3) 户外广告设施安全性强制要求

1) 户外广告钢结构设计、制作、维护应符合《户外广告设施钢结构技术规程》(中国工程建设标准化协会标 CECS 148: 2003), 同时符合机械加工、电器安装、印刷美术等质量标准。

2) 广告牌距 10 千伏高压导线垂直净距不得小于 2.2 米, 水平净距不得小于 2 米。

3) 广告牌距低压导线或电话线净距不得小于 0.5 米。

4) 广告照明系统应可靠接地, 灯具的绝缘等级大于或等于 I 级。对人体易接触到灯箱广告照明系统的供电回路应装设漏电电流动作保护, 其漏电动作电流值在正常环境条件下为 30mA, 在潮湿环境恶劣场所为 10mA。位置较高的大型外打灯广告构架与防雷装置的连接点不应少于两处; 从配电盘引出的电线应穿钢管保护, 钢管的一端与配电盘可导电部分相连, 另一端与就

近的防雷装置相连，钢管因连接设备而在中间断开时应设跨接线；在配电盘内，应在开关的电源侧与外露可导电部分之间装设过电压保护器。

5) 设置在市区车行道上方的户外广告，其设施底部距地面高度不得低于 5.5 米。

6) 市区内街道的消防通道距地面 4.5 米高度以内不得设置户外广告。所有的广告设施的设置必须符合国家有关的消防规范要求。

7) 广告牌支架和箍夹宜采用不锈钢材质，并具有足够的强度。若采用易锈材料如铁质材料制作的，必须做好涂层防锈措施。

8) 在高层建筑楼顶设置广告必须全面达标，符合风荷载和屋面承载力技术指标，满足抗震构造要求。需由技术部门做安全鉴定报告，确保设置安全。高层（高度介于 50-100m 之间）建筑物原则上不得设置广告，但重点展示区可适当放宽到 70 米高度。

第六章附则

第四十七条 成果组成

本次规划成果由规划文本、图纸和说明书三部分组成。规划文本和图纸具有同等的法定效力。

第四十八条 规划生效

本规划报经普宁市人民政府批准后生效。本规划作为城市户外广告方面的法定规划，经批复后应纳入同级国土空间基础信息平台，叠加到国土空间规划“一张图”上。

第四十九条 规划调整规定

本规划批准生效后不得随意更改，确需调整的，必须按法定程序进行。

第五十条 解释权

本规划由普宁市城市管理和综合执法局负责解释。

第五十一条 补充说明

本规划未涉及的户外广告规划设置的其他内容，应按中华人民共和国、广东省、揭阳市及普宁市的相关法规、规定执行。

第五十二条 规划施行时间

本规划自批准公布之日起施行，有效期为五年。

附表

附表 1: 不同类型建筑户外广告设施一览表

建筑类型	附属式户外广告设施（建（构）筑物上的）				备注
	平行外墙式广告	垂直外墙式广告	屋顶广告	围墙广告	
商住建筑	○	△	×	×	包括商住楼、底商住宅等
居住建筑	×	×	×	×	包括居住小区、住宅、公寓等
行政办公建筑	×	×	×	×	包括各级立法、司法、党委、政府办公楼、事业、团体、社区办公楼等
文化建筑	○	×	×	×	包括图书展览、广播电视台、剧院、音乐厅、文化活动中心、文化宫、青少年宫、儿童活动中心、老年活动中心、剧院、音乐厅、电影院等
教育科研建筑	×	×	×	△	包括高等院校、各类学校、科研事业单位等
体育建筑	△	×	×	×	包括体育场馆和体育训练基地等（不包括学校内配套建设的）
医疗建筑	×	×	×	×	包括医院、保健中心、卫生站、防疫站、康复中心、急救中心、疗养中心等
特殊性质建筑	×	×	×	×	包括福利院、领事馆、宗教建筑等
历史古迹建筑	×	×	×	×	包括具有历史、艺术、科学价值且没有其他使用功能的建筑物、构筑物、遗址、墓葬等；市政府确定的历史建筑等
商业建筑	○	△	△	○	包括大型商业综合体、购物中心、专业批发市场、饭店、餐厅、酒吧、度假村建筑、宾馆、旅馆、招待所、歌舞厅、网吧
商务办公建筑	○	△	×	△	包含商务中心、多功能综合大楼、银行、写字楼、企业
市政公用建筑	×	×	×	×	包括水厂、变电站、环卫所、调压站、泵站、垃圾处理厂等
其他公用设施建筑	△	×	×	△	包括加油加气站、电信、邮政营业网点等

建筑类型	附属式户外广告设施（建（构）筑物上的）				备注
	平行外墙式广告	垂直外墙式广告	屋顶广告	围墙广告	
工业建筑	×	×	×	×	包括普通工业厂房、特殊工业厂房、生产车间、库房等
仓储建筑	×	×	×	×	包括物资储备、中转、配送建筑等
交通建筑	△	×	×	×	包括汽车客运站、港口客运站、铁路客运站、空港航站楼、地铁站等
园林建筑	×	×	×	×	包括动物园、植物园、游乐场、旅游景点建筑、城市建筑、小品等
安保设施建筑	×	×	×	×	包括监狱、拘留所、劳改场所等
军事建筑	×	×	×	×	包括军事基地等
城市公园	△	×	×	△	包括公园绿地等

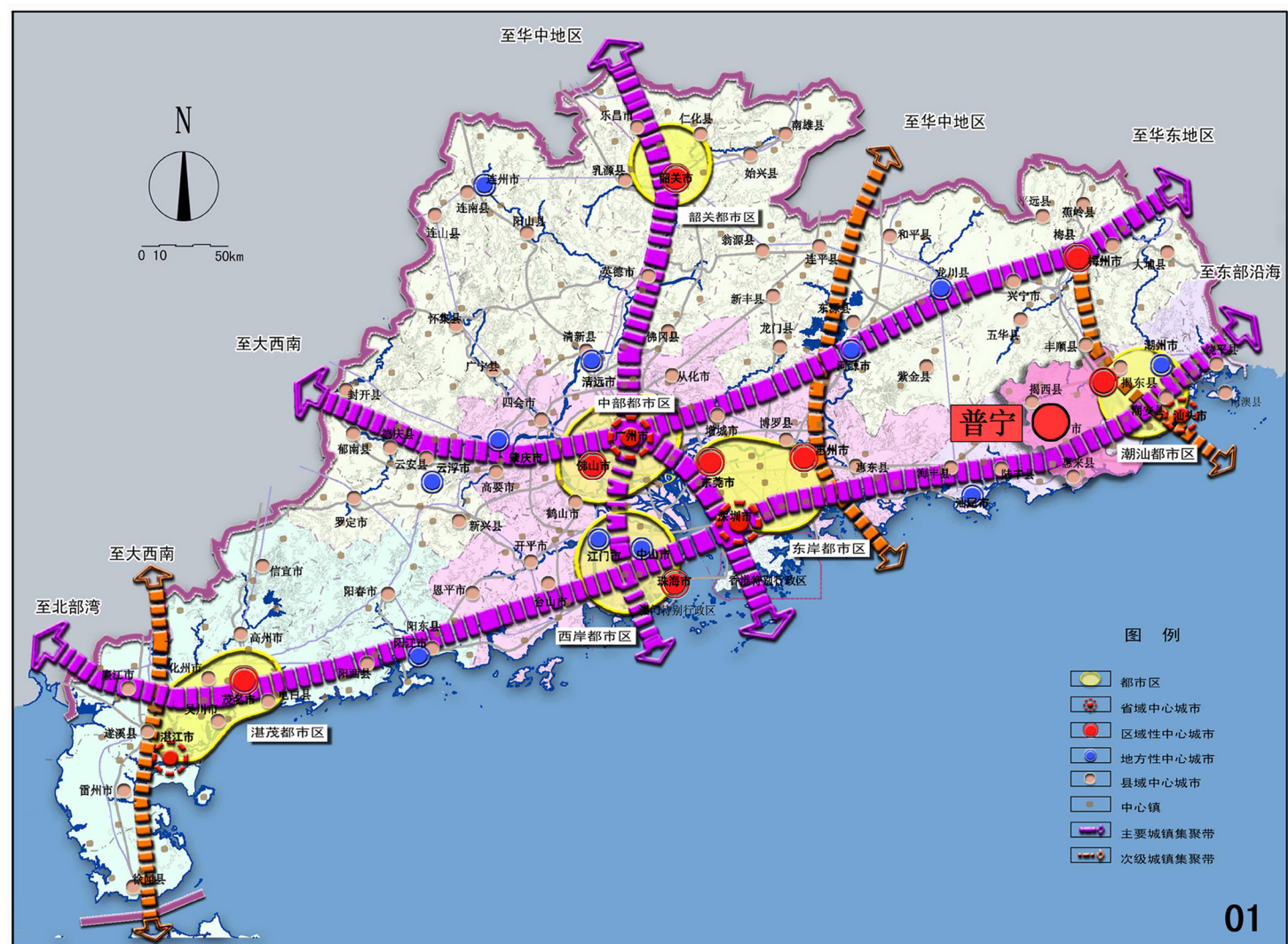
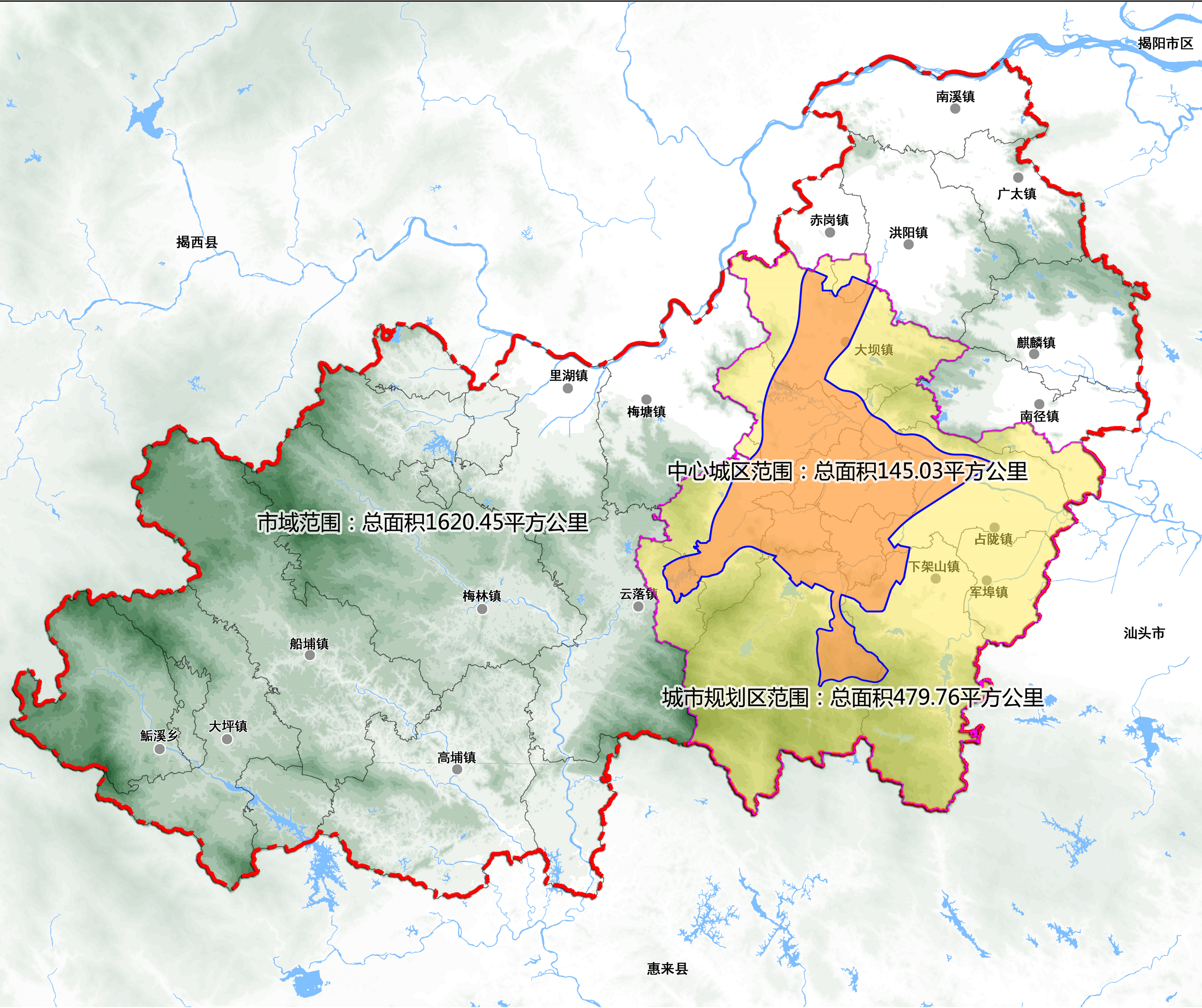
注：鼓励设置○；限制设置△；禁止设置×

图 纸 目 录

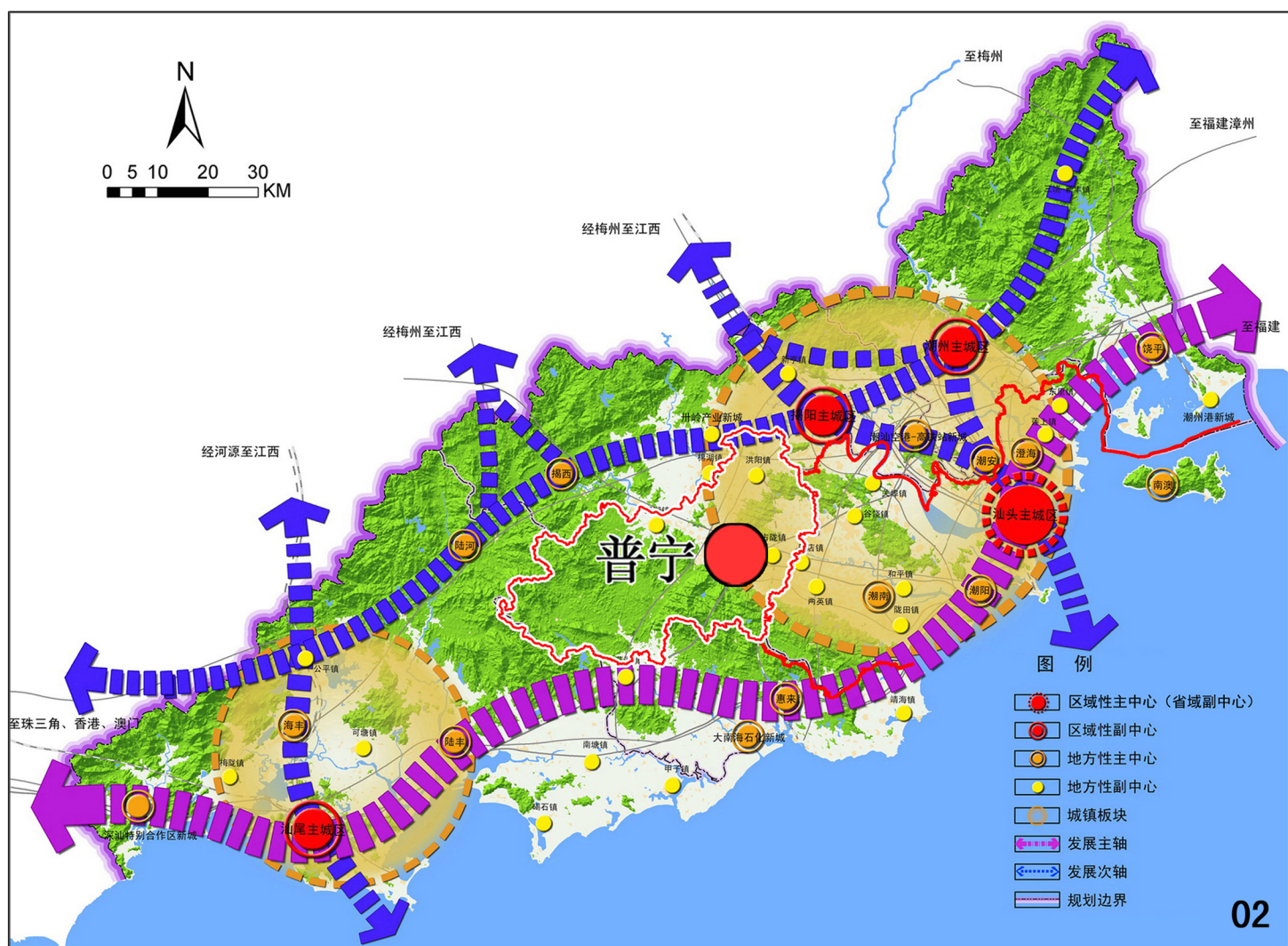
图纸序号	图纸名称	图纸大小
01	区域位置示意图	A3
02	户外广告现状分布图	A3
03	主要路段店招设置现状分布图	A3
04	大型广告现状分布图	A3
05	广告亮化现状分布图	A3
06	户外广告规划结构图	A3
07	户外广告分区控制规划图	A3
08	道路广告设置指引规划图	A3
09	户外广告道路布点规划图	A3
10	主要公益广告布点规划图	A3
11	近期实施建议重点区域划定图	A3

普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

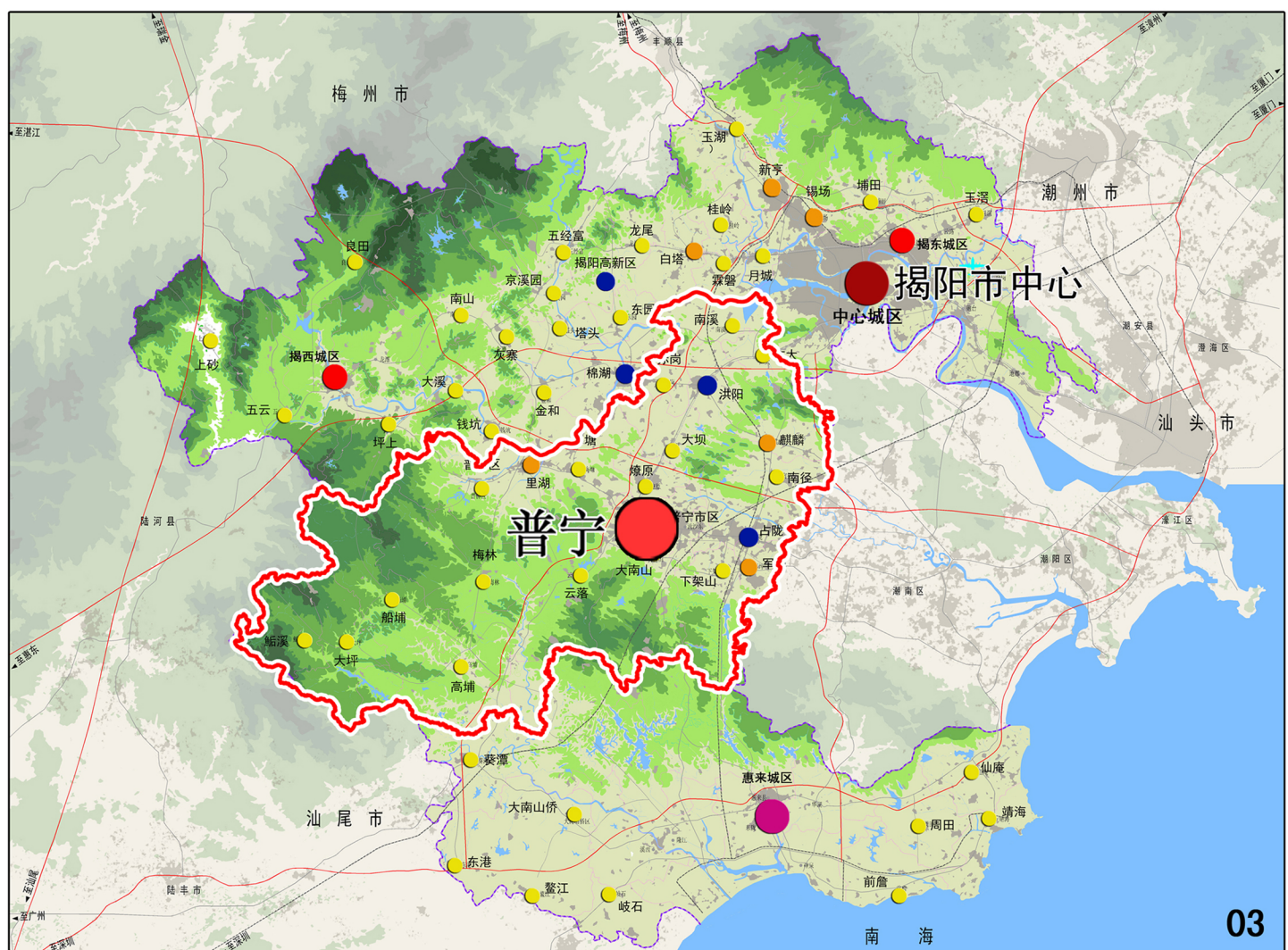
01 区域位置示意图



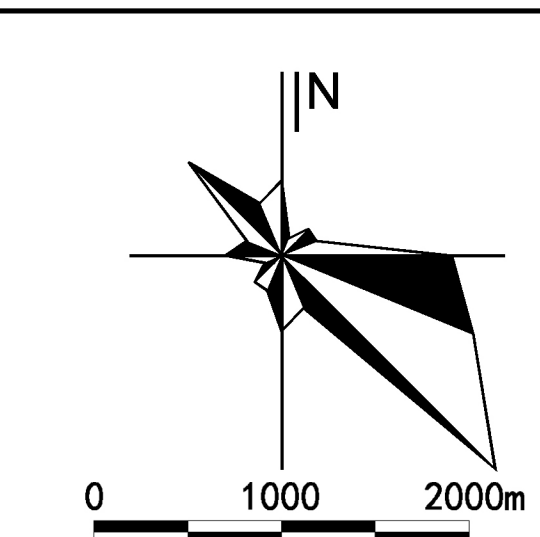
普宁市在广东省的区位



普宁市在粤东地区的区位



普宁市在揭阳市的区位



图例

普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

02 户外广告现状分布图

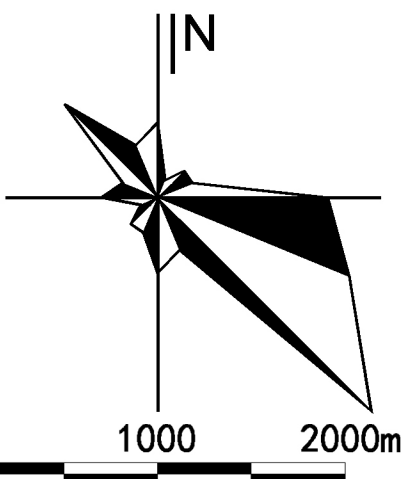
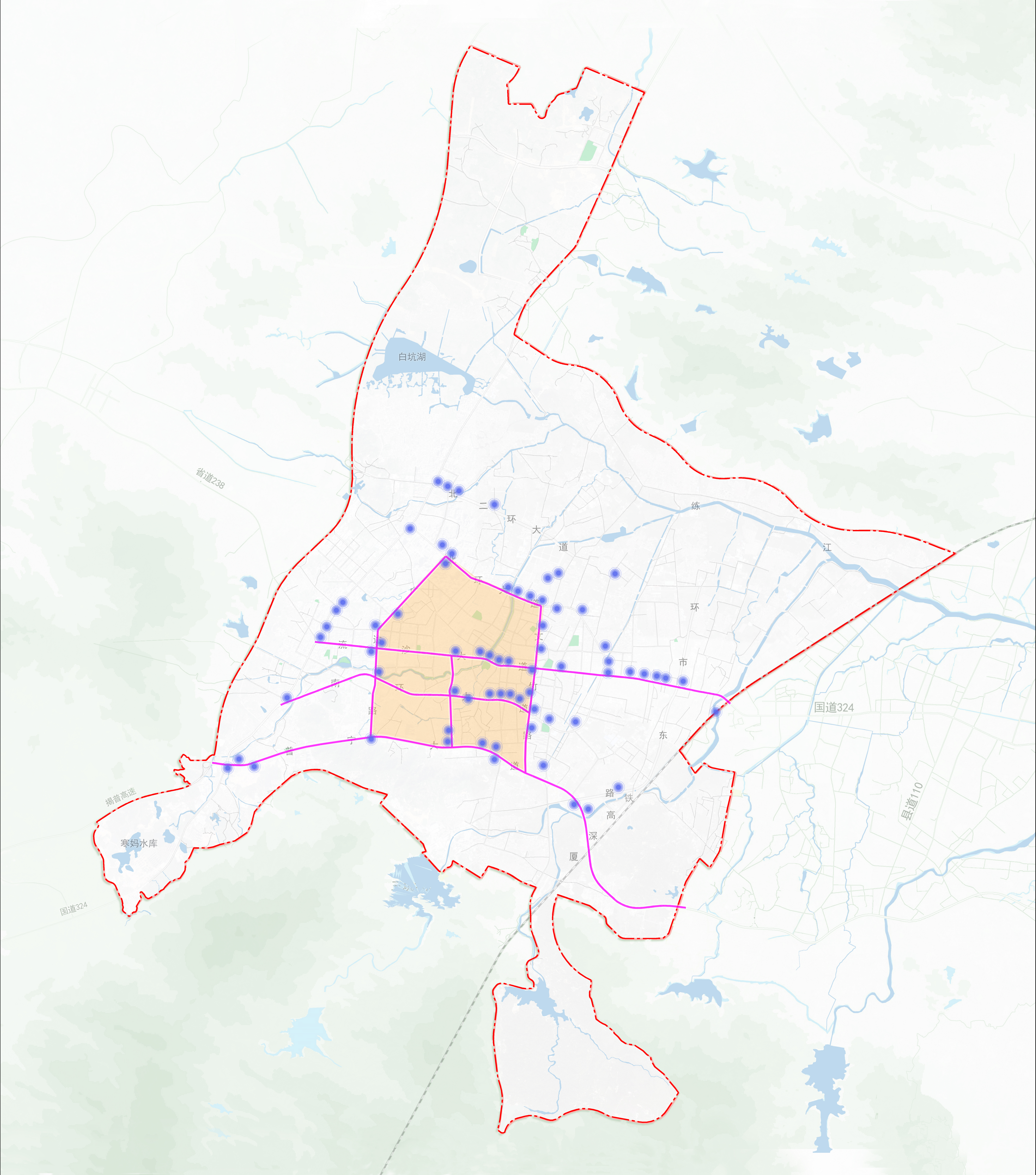
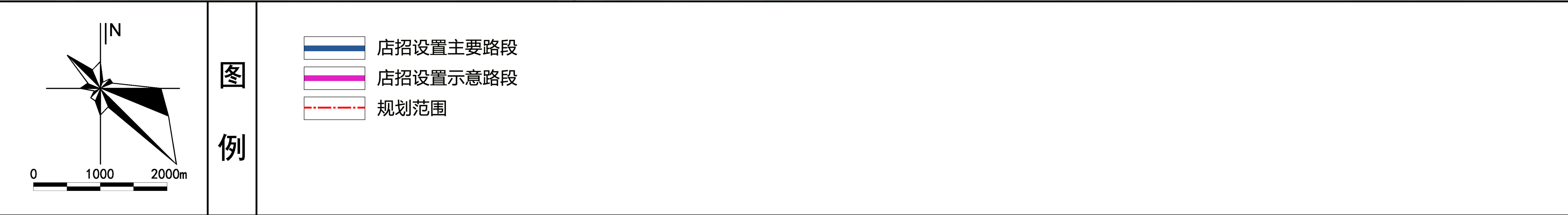


图
例

- 户外广告分布面
- 户外广告分布线
- 户外广告分布点
- 规划范围

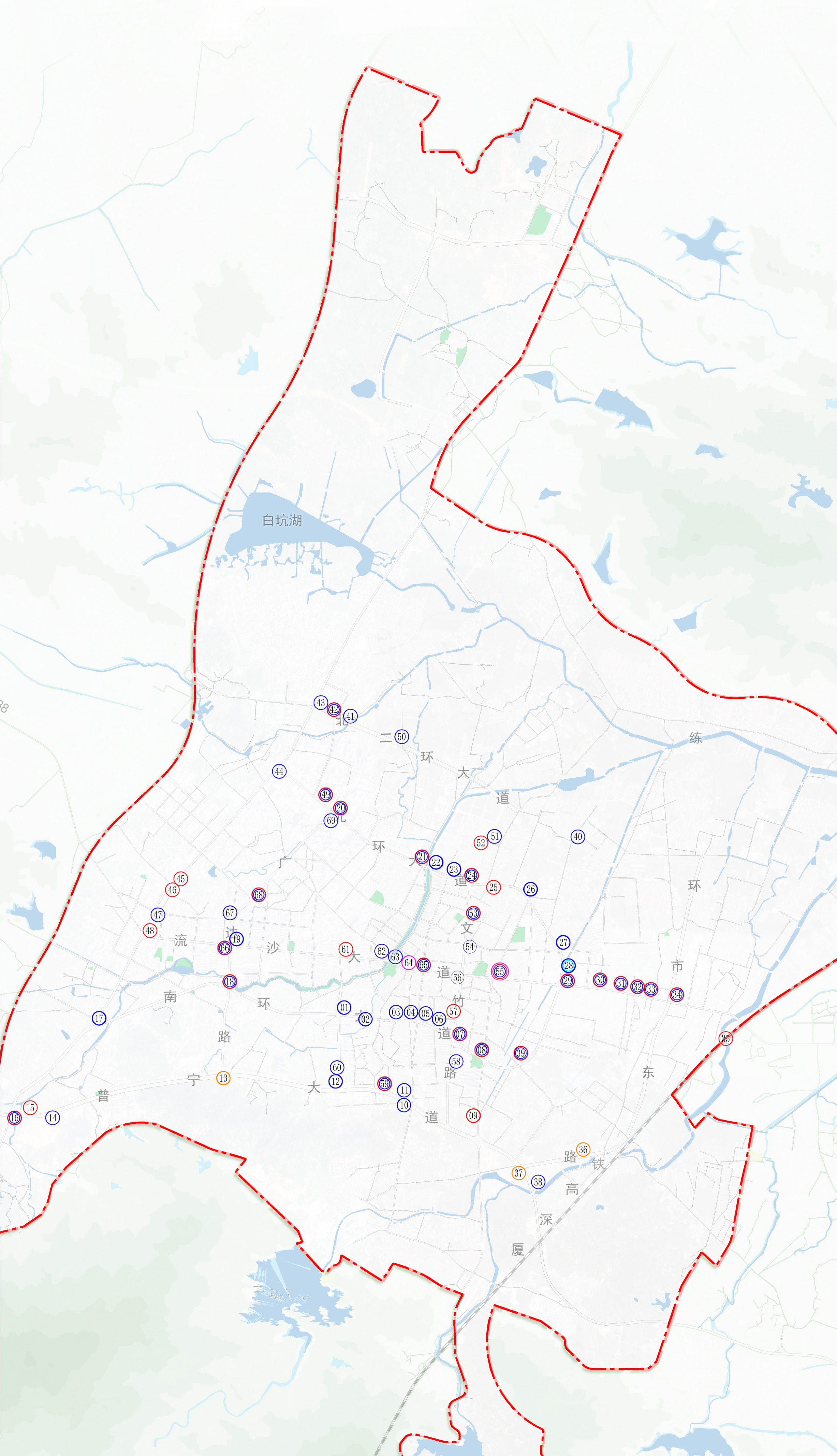
普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

03 主要路段店招设置现状分布图



普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

04 大型广告现状分布图



序号	具体位置	广告设施类型	广告类别
1	南环大道与玉华路交界	平行外墙式广告	商业
2	南环大道·尚堤中央东侧	平行外墙式广告	商业
3	南环大道·安顺驾校	平行外墙式广告	商业
4	南环大道与大南山路交界	平行外墙式广告	商业
5	南环大道与新光南路交界	平行外墙式广告	商业
6	南环大道·台铃电动车	平行外墙式广告、屋面广告	商业
7	南环大道与文竹南路交界	平行外墙式广告、屋面广告 (LED显示屏)	商业
8	南环大道与大德南路交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
9	侨中实验学校	屋面广告	商业
10	普宁大道与大南山路交界	平行外墙式广告	商业
11	普宁大道与南英路交界	平行外墙式广告	商业
12	普宁大道与玉华路交界	平行外墙式广告	商业
13	普宁大道与广达南路交界	大型版面广告	商业、公益
14	翔翔城市公园	平行外墙式广告 (建筑楼盘临时广告)	商业
15	小海豚环城加油站	屋面广告	商业
16	普宁大道与环市西路交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
17	环市西路与南环大道交界	平行外墙式广告	商业
18	南环大道和广达南路交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
19	广达南路与流沙大道西交界	平行外墙式广告	公益
20	北环大道与广达北路交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
21	北环大道与南平路交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
22	北环大道与新河东路交界	平行外墙式广告	商业
23	北环大道与新光北路交界	平行外墙式广告	商业
24	北环大道与文竹北路交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
25	斗文垃圾中转压缩站	屋面广告	公益
26	东环大道·维也纳国际酒店	平行外墙式广告	商业
27	东环大道与引榕东路交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
28	东环大道中国银行东侧	平行外墙式广告、围墙广告	商业、公益
29	东环大道与流沙大道交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
30	流沙大道东和安居装饰材料馆	平行外墙式广告、屋面广告	商业
31	流沙大道东宏阳车行	平行外墙式广告、屋面广告	商业
32	普宁现代医院	平行外墙式广告、屋面广告	商业
33	俊雄红木精品馆	平行外墙式广告、屋面广告	商业
34	环市东路与流沙大道交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
35	环市东路马栅大桥	屋面广告	商业
36	环市东路与站前北路交界	大型版面广告	公益
37	环市东路与普宁大道交界	大型版面广告	公益
38	普宁大道盛通嘉光明印象	平行外墙式广告	商业
39	环城南路古典豆干饭	平行外墙式广告、屋面广告	商业
40	秀湖路与北二环大道交界	平行外墙式广告	商业
41	北二环大道智辉饭店	平行外墙式广告	商业
42	北二环大道与燎原东路交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
43	北二环大道与池尾大道交界	平行外墙式广告	商业
44	北环大道与池尾大道交界	平行外墙式广告	商业
45	金池路与池尾大道交界	屋面广告	公益
46	池尾大道与福宁路交界	屋面广告	商业
47	池尾大道与长春路交界	平行外墙式广告	商业
48	池尾大道与流沙大道交界	屋面广告	商业
49	广达北路与北环大道交界	平行外墙式广告、屋面广告	商业
50	广达北路与北二环大道交界	平行外墙式广告	商业
51	文竹北路晨晖布业	平行外墙式广告	商业
52	文竹北路家满福超市	屋面广告	商业
53	文竹路与新美路交界	屋面广告、平行外墙式广告、垂直外墙式广告	商业
54	文竹路与引榕东路交界	平行外墙式广告	商业
55	流沙大道与大德路交界	屋面广告、平行外墙式广告、龙门架	商业、公益
56	流沙大道与文竹路交界	平行外墙式广告	商业
57	文竹路普宁农商银行	屋面广告	商业
58	文竹路新美乐购物	平行外墙式广告	商业
59	普宁大道与大南山路交界	屋面广告、平行外墙式广告 (LED显示屏)	商业
60	玉华路鸣鸾窗帘对面	平行外墙式广告	公益
61	玉华路与流沙大道交界	屋面广告	商业
62	普宁汽车总站	平行外墙式广告	商业
63	普宁大道与新河东路交界	平行外墙式广告	商业
64	普宁流沙人民公园对面	龙门架	商业
65	流沙大道与新光南路交界	屋面广告、平行外墙式广告	商业
66	流沙大道与广达路交界	屋面广告、平行外墙式广告	商业
67	广达路与长春路交界	平行外墙式广告 (LED显示屏)	商业
68	广达路与金池路交界	屋面广告、平行外墙式广告	商业
69	普宁广场	平行外墙式广告	商业

图例

	墙面广告		墙面广告及屋顶广告
	屋顶广告		墙面广告及围墙广告
	围墙广告		墙面广告、屋顶广告及大型支架广告
	大型落地广告		规划范围
	大型支架广告		

普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

05 广告亮化现状分布图

流沙大道



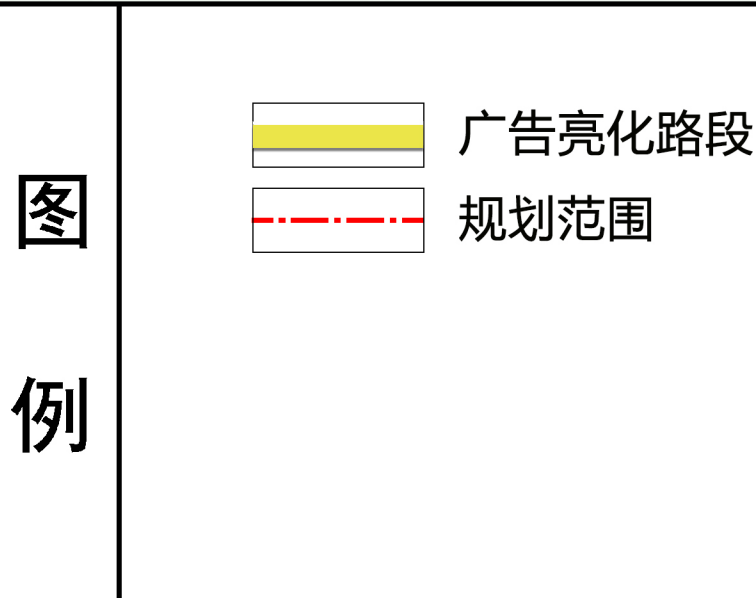
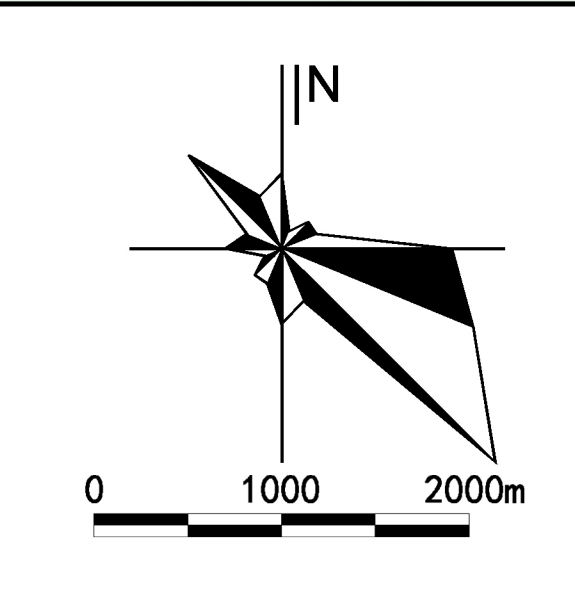
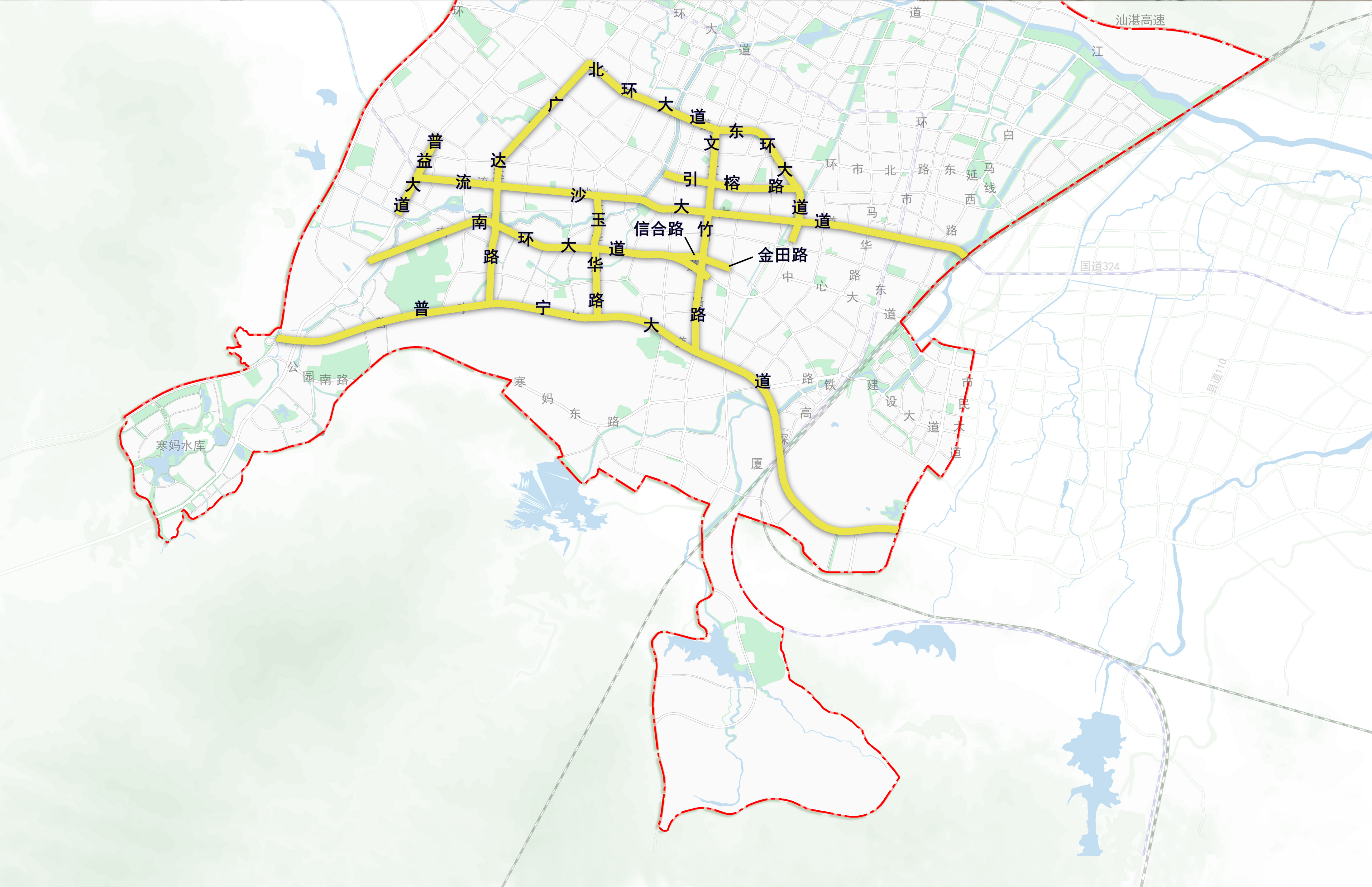
引榕东路



金田路

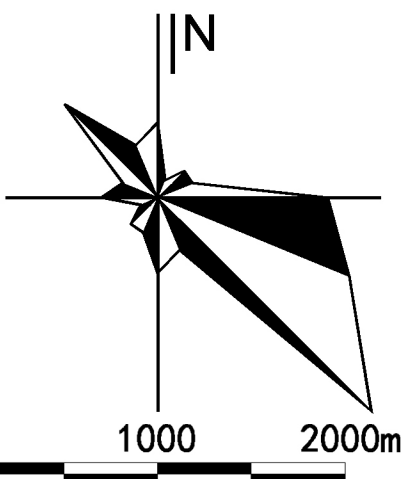
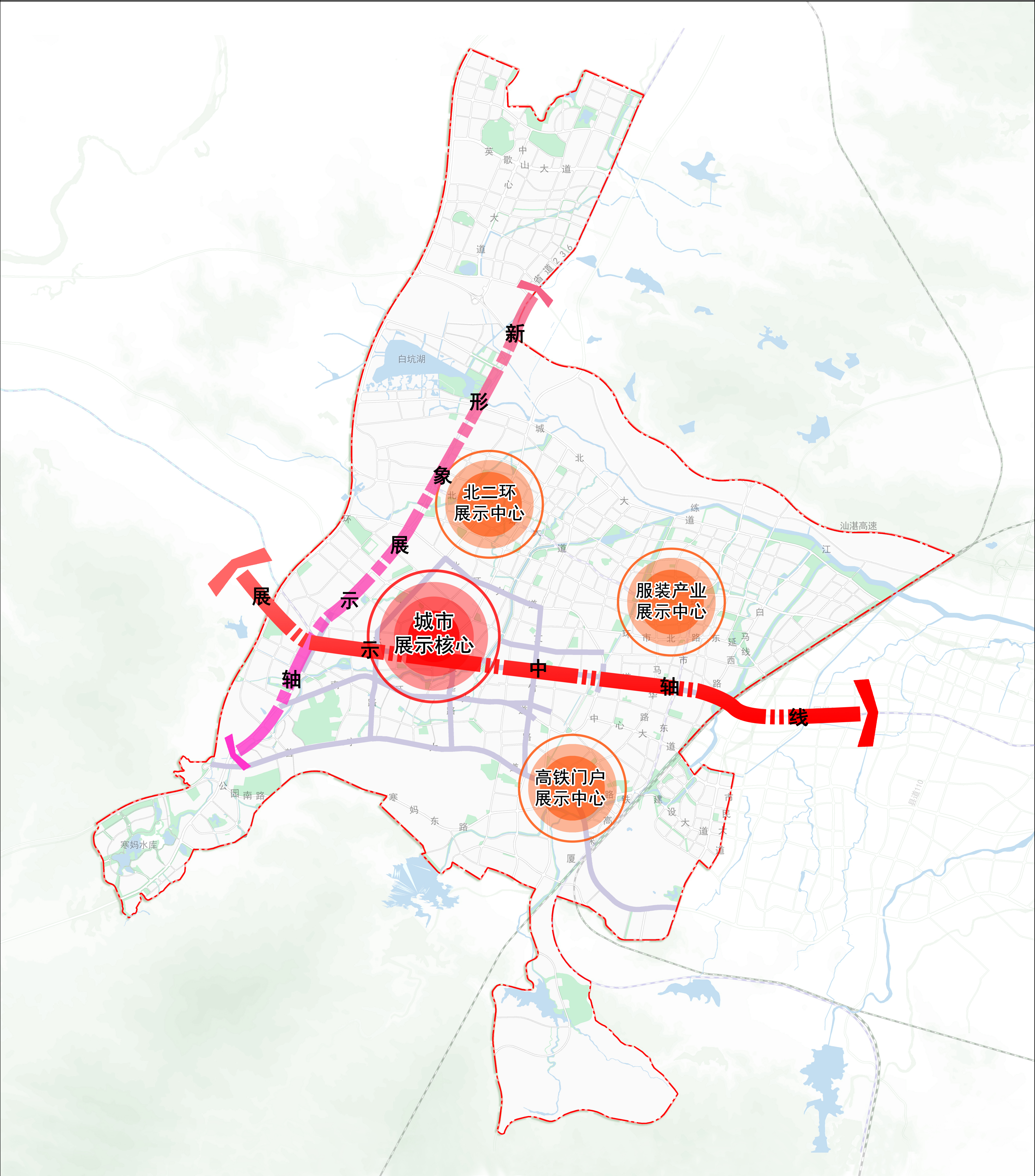


信合路



普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

06 户外广告规划结构图

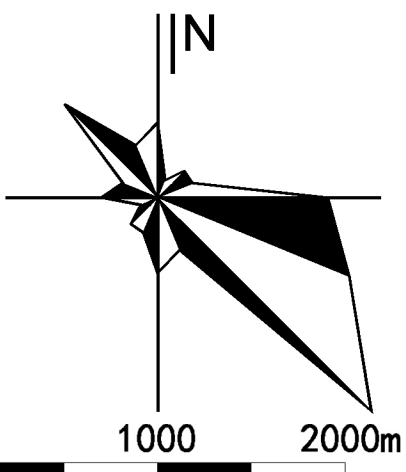
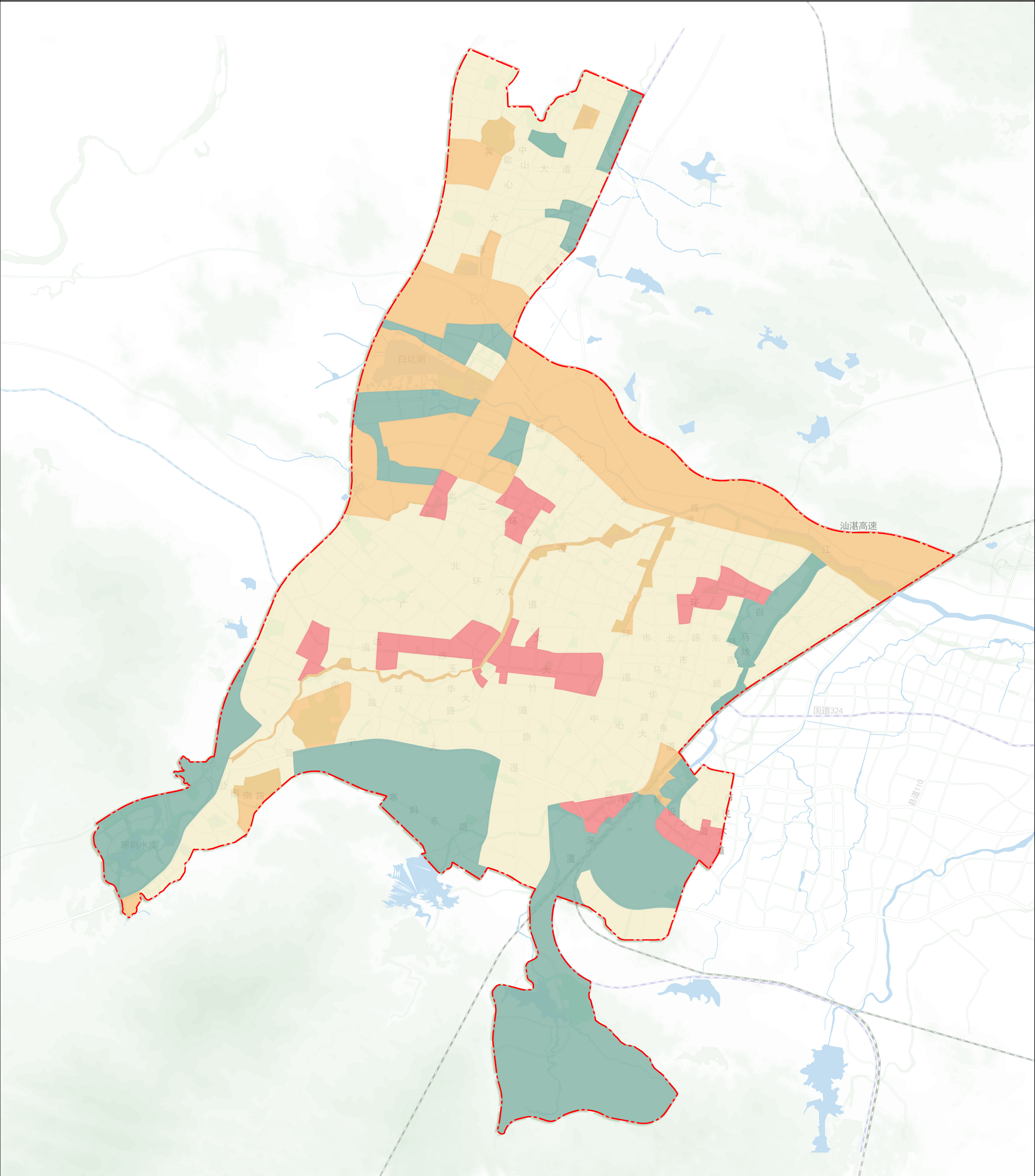


图例

- | | | | |
|--|--------|--|-------|
| | 展示中心 | | 展示轴 |
| | 展示核心 | | 展示中轴线 |
| | 主要展示路段 | | 规划范围 |

普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

07 户外广告分区控制规划图

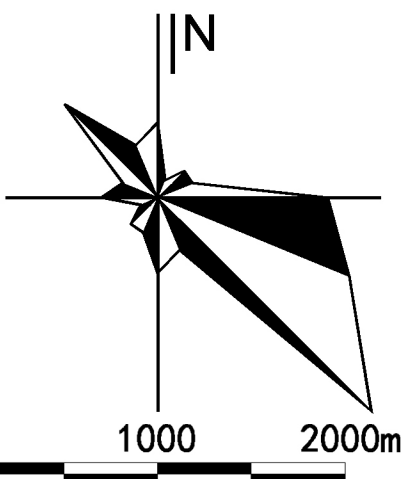
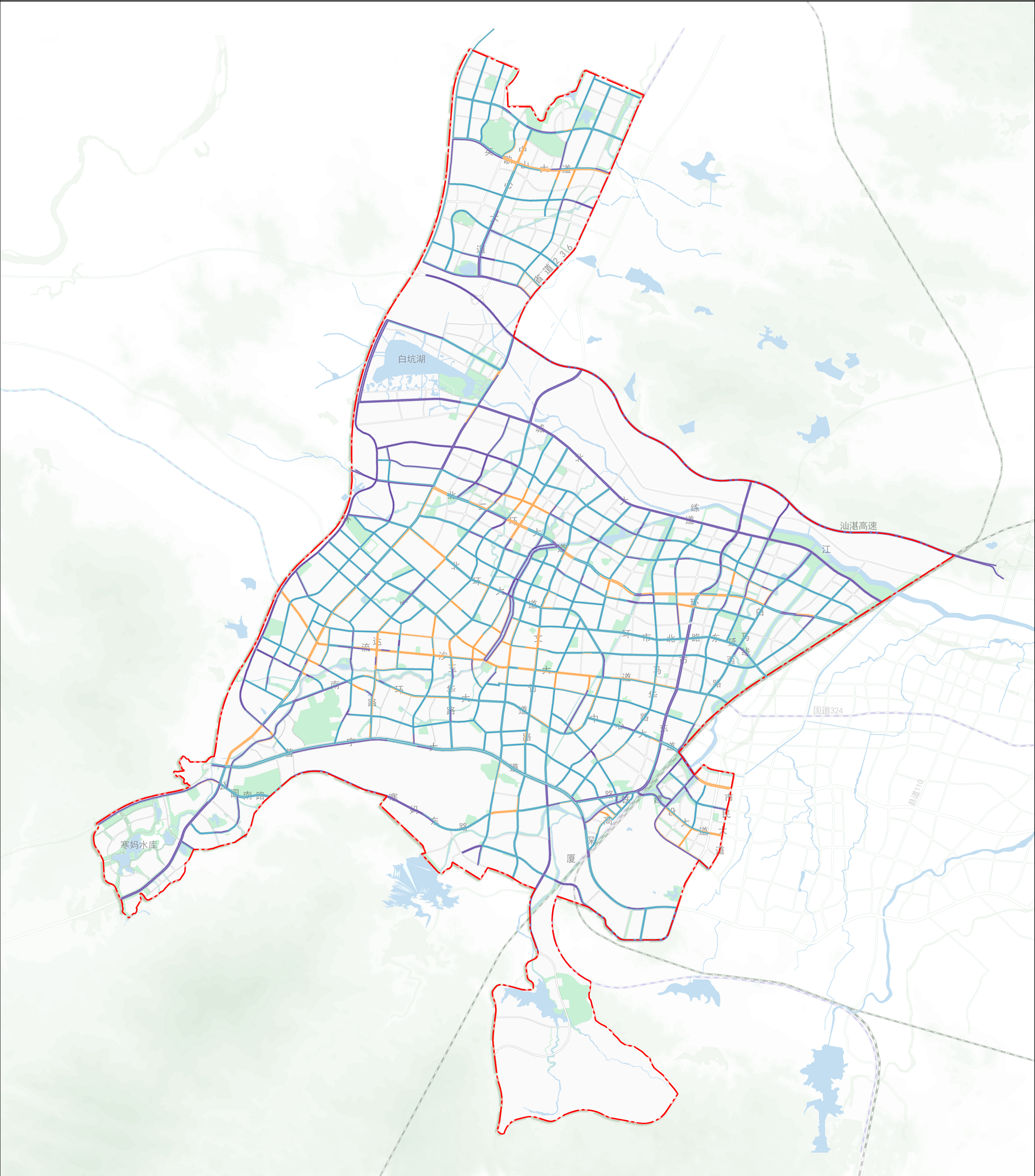


图例

- 集中展示区
- 一般控制区
- 严格控制区
- 禁止设置区
- 规划范围

普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

08 道路广告设置指引规划图

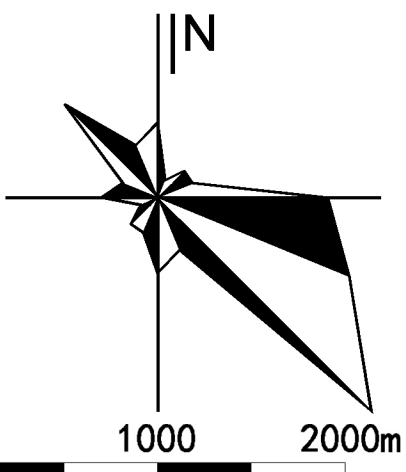
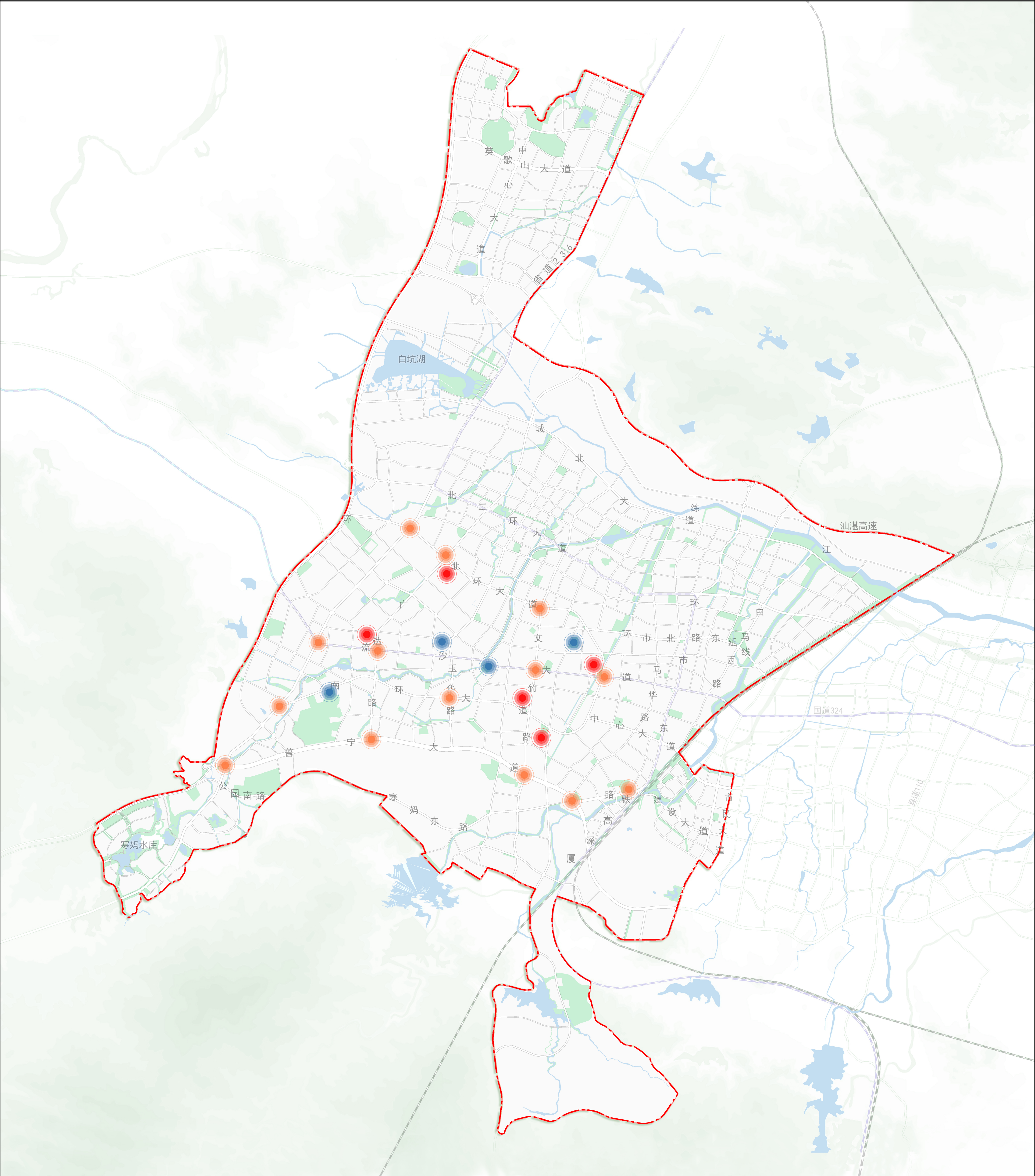


图例

- 可设路段
- 限设路段
- 禁设路段
- 规划范围

普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

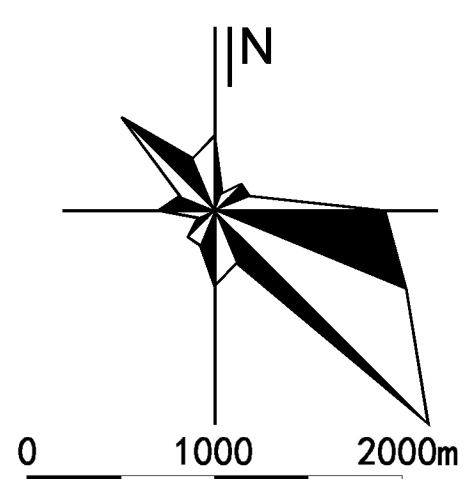
09 户外广告道路布点规划图



图例

- 重要商业节点
- 重要交通节点
- 重要景观节点
- 规划范围

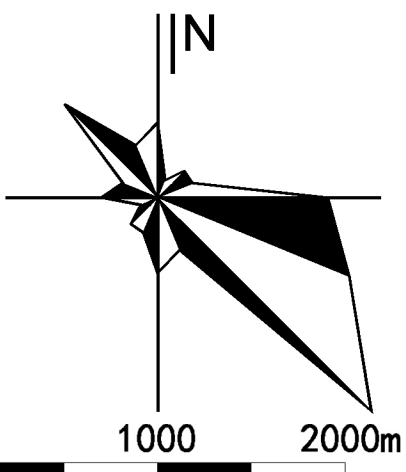
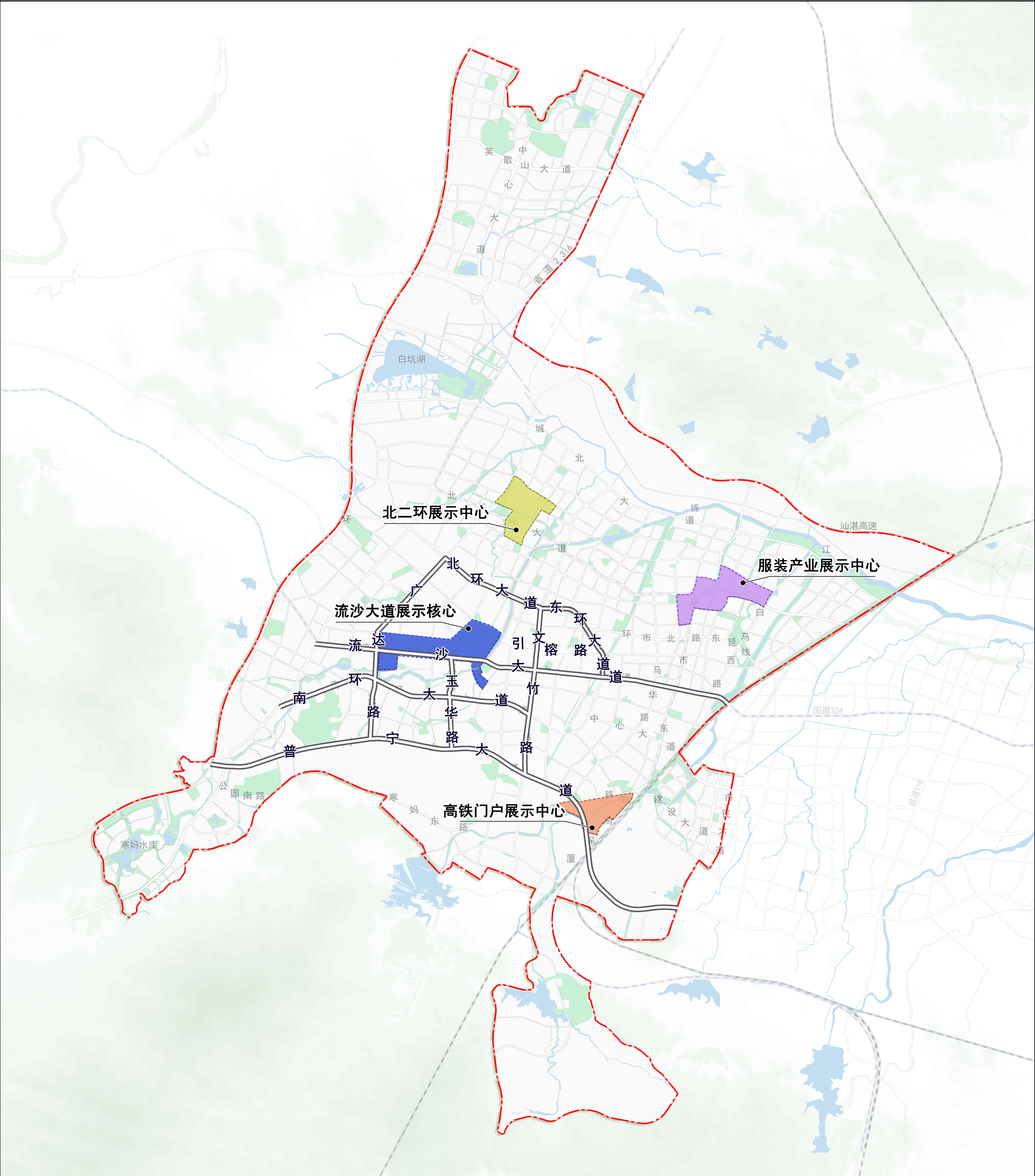
10 主要公益广告布点规划图



	公益广告（普宁文化）布点
	公益广告（普宁风貌）布点
	公益广告（普宁文明）布点
	规划范围

普宁市中心城区户外广告设置专项规划与管理控制通则

11 近期实施建议重点区域划定图



图例

- 近期实施建议重点路段
- - - 近期实施建议重点区域
- · - · - 规划范围