

聊城市户外广告设施和招牌设置专项规划 (2021-2035 年)

文本

聊城市城市管理局

2022 年 10 月

目录

第一章 总则	1
第 1 条 规划目的	1
第 2 条 规划范围	1
第 3 条 规划期限	1
第 4 条 规划对象	1
第 5 条 规划原则及目标	2
第 6 条 规划依据	3
第 7 条 规划地位作用	4
第二章 户外广告设施空间布局规划	5
第 8 条 户外广告设施控制分区	5
第 9 条 户外广告设施风貌分区及控制要求	6
第 10 条 线性界面规划及控制要求	12
第 11 条 分点位规划及控制要求	15
第三章 户外广告设施分类设置	18
第 12 条 分类设置一般规定	18
第 13 条 户外广告设施分类	19
第 14 条 控制类户外广告设施	20
第 15 条 鼓励类户外广告设施	27
第 16 条 临时性户外广告设施设置要求	28
第 17 条 公益性户外广告设施设置要求	29
第 18 条 建筑与户外广告设施兼容性	30

第 19 条 户外广告设施负面清单	32
第四章 招牌设置规划	38
第 20 条 招牌设置一般规定	38
第 21 条 招牌字符及色彩设置要求	39
第 22 条 招牌的定义及分类	40
第 23 条 招牌分类设置要求	41
第 24 条 招牌禁止设置情形	44
第五章 亮化要求	46
第 25 条 亮化一般规定	46
第 26 条 光色及光源要求	46
第 27 条 亮度及照度要求	47
第六章 安装设置要求	49
第 28 条 安装及维护的规定	49
第 29 条 安全设置规定	50
第七章 规划管理	51
第 30 条 户外广告设施和招牌管理措施	51
第 31 条 对特殊情况下的户外广告设施和招牌审批采取“一事一议”，应当向审批部门提出申请,经批准后方可设置。	52
第 32 条 本规划最终解释权属于聊城市城市管理局。	52

第一章 总则

第 1 条 规划目的

为加强聊城市户外广告设施和招牌的管理，规范设置行为，提升城市品位，塑造良好的城市形象。遵照严管严控的思路，编制《聊城市户外广告设施和招牌设置专项规划（2021-2035 年）》（以下简称本规划）。

第 2 条 规划范围

本规划的范围为聊城市主城区及副城区。聊城市主城区包含东昌府区、开发区、高新区和度假区。聊城市副城区包含茌平区。聊城市其它县（市）的户外广告设施和招牌设置可参照本规划执行。

第 3 条 规划期限

2021 年—2035 年。

第 4 条 规划对象

4.1 户外广告设施

本规划所指的户外广告设施，包括利用各类户外场所、空间和设施，以安装、悬挂、张贴、绘制、放送、投映等形式设置的广告设施。

4.2 招牌

本规划所指的招牌，包括在办公、经营场所或者建（构）筑物等

设置的,用于表明单位名称、字号、商号或者标志等内容的各类标识、匾额、标牌等设施。

4.3 设置人

指户外广告设施和招牌的所有权人或者使用权人。

第5条 规划原则及目标

5.1 规划原则

5.1.1 总量控制,提档升级。

严格控制城市户外广告设施和招牌的数量,对现有的户外广告设施和招牌进行整体升级。

5.1.2 突出特色,品质建设。

户外广告设施和招牌的设置需体现出聊城特色,坚持高品质建设。

5.1.3 安全先行,严守规范。

保障城市户外广告设施和招牌设置的安全性,严格遵守相关规范和条例。

5.1.4 通俗实用,保障实施。

专项规划和导则编制需通俗易懂,辅助职能部门有效管控。

5.2 规划目标

按照有序化、特色化、绿色化和智慧化的要求,将聊城市打造为全国户外广告设施和招牌设置的样板城市。

有序化:户外广告设施和招牌设置应对各种要素进行组织协调,

对其设置地点与形式提出要求，使城区户外广告设施和招牌完整统一。

特色化：结合聊城历史文化特征及风貌分区，对城区的户外广告设施及招牌进行导向分区，根据不同区域提出控制要求，打造特色化。

绿色化：使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；鼓励对户外广告设施和招牌进行形式与技术的创新，应用新技术、新媒体、新材料和新工艺。

智慧化：结合聊城市的“城市大脑”录入城市户外广告设施和招牌的信息，实时监控设置情况，严格规范设置行为，提升城市景观品质。

第 6 条 规划依据

《中华人民共和国城乡规划法》（2019 修正）

《中华人民共和国广告法》（2021 年修订）

《中华人民共和国环境保护法》（2014 年修订）

《中华人民共和国道路交通安全法》（2021 年修订）

《城市市容和环境卫生管理条例》（2017 年修订）

《城市道路管理条例》（2017 年修订）

《城市容貌标准》（GB50449-2008）

《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）

《建筑照明设计规范》（GB50034-2013）

《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008）

《城市户外广告设施巡检监管信息系统》（CJ/T532）

《钢结构工程施工质量验收标准》（GB50205）

《建筑地基基础工程施工质量验收标准》（GB50202）

《建筑电气工程施工质量验收规范》（GB50303）

《建筑物防雷工程施工与质量验收规范》（GB50601）

《山东省城镇容貌和环境卫生管理办法》（山东省人民政府令第218号）

《山东省城市精细化管理标准：户外广告设施管理》

《山东省国土空间规划（2021-2035年）》（公示版）

《聊城国土空间总体规划（2021-2035年）》（公示版）

《聊城市城市总体规划（2014-2030年）》

《聊城市城市景观风貌管理办法》（聊城市人民政府令第37号）

《聊城市夜景照明系统规划》

《聊城市小城镇特色风貌规划设计导则》

《聊城市绿地系统专项规划（2016-2030年）》

《聊城市综合交通体系规划（2017-2030年）》（聊政复[2019]150号）

《聊城市户外广告设施和招牌设置管理条例》

《聊城市城镇容貌和环境卫生管理条例》

第7条 规划地位作用

本规划是聊城市户外广告设施和招牌设置及管理的依据，在第2条规定范围内的户外广告设施和招牌设置活动均应执行本规划。

本规划自批准之日起，由聊城市城市管理局负责组织实施。

第二章 户外广告设施空间布局规划

以《聊城市城市总体规划（2014-2030 年）》确定的用地性质为基础，明确城市用地与户外广告设施的关系。并结合《聊城市国土空间总体规划（2021-2035 年）》划定的城市风貌分区，进一步对主城区和副城区的户外广告设施从分区、线性空间、分点位三个层面进行控制。

第 8 条 户外广告设施控制分区

8.1 集中展示区

商业功能与人流密集的消费区域，包括专业市场、商贸中心区等。鼓励设置多样化的户外广告设施，营造繁华的商业气氛，促进经济发展、提升城区活力。

8.2 一般控制区

适度设置户外广告设施的区域，包括社区级商业中心、体育场地以及城市预留用地。户外广告设施设置需整体有序，为服务城市公共功能和宣传所需，设置数量不宜过多、体量不宜过大、内容不能低俗。大型商业综合体的建筑设计方案应预留广告位，并按批准方案设置；严格控制内容、版面，禁止更改或增加广告位，为弹性用地做好规划要求。

8.3 严格控制区

城市风貌特色相对明显或居住功能相对集中的区域，包括城市工业区、居住区、文教、医疗等公共服务区域等。户外广告设施应考虑城市风貌以及与周边建筑的协调性，控制户外广告设施的设置。仅允许商业建筑或混合功能建筑的商业部分设置附属式户外广告设施。

8.4 禁止设置区

城市行政单位、文物单位、社会福利、外事单位、城市标志建筑、风景名胜区以及核心景观带等，不得设置任何形式的商业性户外广告设施，经批准可适当设置公益性和临时性户外广告设施。

第9条 户外广告设施风貌分区及控制要求

9.1 户外广告设施风貌分区

依据《聊城市国土空间总体规划（2021-2035年）》（征求意见稿）划定户外广告设施风貌分区。

主城区形成八大风貌分区，即古城风貌区、高铁风貌区、现代文体风貌区、创意产业风貌区、度假风貌区、商贸物流风貌区、都市基底风貌区、徒骇河两岸风貌区（分区范围详见主城区空间结构规划图）。

表2-1 主城区户外广告设施的风貌分区及控制要求

分区名称	控制范围	控制原则	风貌要求
古城风貌区	北至东昌西路， 西至昌润路， 南至湖南路， 东至柳园路。	不得损坏历史建筑本体或影响历史文化风貌，鼓励小而特、美而精地设置户外广告设施，通过创意表现凸显文化内涵与商业诉求，融合城市美学设计，塑造江北水城的城市魅力。	结合传统水城元素设置，注重聊城文化与引导。
高铁风貌区	北至聊堂路， 西至德上高速， 南至端庄街， 东至站前街。	注重平衡户外广告设施的空间识别性与协调美观性，鼓励结合立体绿化，使用新技术新材料塑造聊城门户景观特色，为来聊旅客留下别样时尚及古城印象。	展示时尚科技，城市文化旅游的风貌形象。
现代文体风貌区	北至后菜市街， 西至柳园路， 南至南二环路， 东至中华路。	户外广告设施设置应注重质感，突出区域特色。户外广告形式应简洁大方、时尚，体量不宜过大。	利用新技术手段进行创新设计，展现时尚活力的城市形象。
创意产业风貌区	北至济聊高速， 西至 S246 临邹线， 南至纬五路， 东至东二环路。	规范视觉秩序，注重品质提升，鼓励通过底层空间的橱窗广告、家具广告等方式促进行人的互动交流、丰富空间，运用创意广告激发园区活力，彰显优雅绿色的宜居产业片区。	鼓励结合区域建筑设计风格元素进行一体化设计，可适当突破限制设置创意广告。
度假风貌区	北至湖南东路， 西至徒骇河， 南至纬五路， 东至运河。	严控户外广告数量与色彩，鼓励低矮分散设置，宜使用低饱和度色彩，突出区域度假休闲的特色。	展现度假区内时尚休闲和绿色放松，整洁的要求。

商贸物流风貌区	北至聊泰高速，西至京九铁路，南至周公河，东至东外环路。	立足“国际视野、国内一流、聊城特色”，与建筑本体及公共空间充分融合，入口和醒目位置设置有创意的模型广告，引导物流园区的品牌化和信息化。	户外广告设置整齐划一，避免超大、超高广告破坏区域生态形象。
徒骇河两岸风貌区	徒骇河两侧	徒骇河两侧设置户外广告设施需要考虑对河道生态景观视廊的影响，不得设置超高、超大、超亮的户外广告设施。应融合所在区段元素，进行介入式聊城文化渗透宣传。	充分融合周边环境，增加留白面积，避免使用高饱和度、高明度的色彩。
现代都市基底风貌区	主城区范围内除上述区域则都划定为都市基底风貌区。	以国际化建设标准衡量，高品质精细化设置。鼓励设置反映运河古都风貌的互动装置及模型广告，通过新技术形式凸显创新设计，提高城市竞争力和形象传播力。	利用新技术手段进行创新设计，展现现代时尚的国际化城市形象。

副城区形成八大风貌分区，即铝精深加工产业组团、新型产业组团、金牛湖组团、老城组团、城南组团、高铁组团、湖南组团和温陈组团（分区范围详见副城区空间结构规划图）。

表2-2 副城区户外广告设施的风貌分区及控制要求

分区名称	控制范围	控制原则	风貌要求
铝精深加工产业组团	北至 309 国道， 西至京澳线， 南至铝城路， 东至龙山北街。	突出“少而精”，侧重品质提升，整体应保持整体统一，注重节能环保，宣传企业价值，提升企业品牌形象。	工业园区内的户外广告设施应以铝色为主，广告设置整齐划一。
新型产业组团	北至北外环， 西至龙山北街， 南至铝城路， 东至东外环。	立足自身资源和特色，差异化引导设置方向，鼓励创新型广告设计，通过保护性开发、植入现代元素、结合垂直绿化等方式进行设置，努力打造特色区域和标志性地。	广告内容以产品设计类为主，突出绿色时尚，多采用科技材质。
金牛湖组团	北至铝城路， 西至西外环， 南至南环路， 东至枣乡街。	鼓励与城市家具及景观绿化结合，突出户外广告的艺术性、教育性和公益性，激发区域多元活力场景。	为保护绿道第五立面展示效果，宜结合景观造型设置户外广告。户外广告主色应充分融合周边环境，增加留白面积。
老城组团	北至铝城路， 西至枣乡街， 南至汇鑫路， 东至东环路。	规范视觉秩序，注重品质提升，鼓励通过底层空间的橱窗广告、家具广告等方式促进行人的互动交流、丰富空间。	户外广告设施应体现出现代感和创意设计，让中心城区焕发新的面貌。

城南组团	北至汇鑫路， 西至枣乡街， 南至南外环， 东至东外环。	高品质精细化设置户外广告设施，鼓励设置反映茌平铝城风貌的互动装置及模型广告，提高城市竞争力和形象传播力。	户外广告需体现时尚多彩。通过新技术形式凸显创新设计
高铁组团	北至济聊高速防护绿带， 西至京珠线 南至茌平高铁站 东至京澳线	注重平衡户外广告的空间识别性与协调美观性，节点区域鼓励结合立体绿化，使用新材料。	户外广告设置整齐划一，避免超大、超高广告破坏区域生态形象。
湖南组团	北至南外环， 西至西外环， 南至济聊高速防护绿带， 东至京澳线。	培育新动能，鼓励运用新技术、新材料、新工艺进行创新创意设计，注重节能环保，宣传企业价值，提升企业品牌形象。	充分融合周边环境，增加留白面积，避免使用高饱和度、高明度的色彩。
温陈组团	北至刁宋村， 西至花园路， 南至温陈街道， 东至西外环。	结合周边环境整体设计，以现代、简洁的景观化造型为主。	温陈组团位于城市西部边缘组团，是对外连接的重要组团，户外广告设施应整洁有序。

注：结合风貌分区同步划定户外广告集中展示区、一般控制区、严格控制区和禁止设置区。

9.2 风貌分区控制要求

9.2.1 集中展示区控制要求

鼓励采用具有高科技含量、高信息量的新媒体广告形式，包括数控霓虹灯电子显示、光纤显示、翻板设置、光投射装置等；商业街两

侧的广告可设置动感变化的画面。考虑城市夜晚亮化同时保证白天的效果，与建筑风貌协调统一。户外广告的内容以商业宣传为主，并设置不低于 30%的公益广告；鼓励结合所处街区的建筑、环境特征设置地标性广告；允许在国家法定节日、庆典等活动期间，短期设置临时性户外广告设施等。

9.2.2 一般控制区控制要求

允许各类建筑的附属商业（底商）设置橱窗广告。严格管理垂直建筑外墙的户外广告设施，除应用于店面招牌的小型竖招，应按照建筑设计方案预留的广告位设置。在交通枢纽和大型广场中可设置独立式广告。鼓励使用新工艺、新材料。户外广告设施的设置应当疏密结合，达到与城市景观线相融合，体现协调和美观。户外广告的内容应以商业宣传为主，设置不低于 30%的公益性广告；允许在国家法定的节日、庆典等活动期间，设置临时性户外广告设施等。

9.2.3 严格控制区控制要求

允许附着在商业建筑或混合功能建筑的商业部分设置橱窗广告。禁止在窗户上张贴纸质、布幅和喷绘布等广告，建议采用新工艺和新材料。经批准可设置公益性和临时性户外广告设施。

9.2.4 禁止设置区控制要求

禁止设置区内不得设置任何商业性户外广告设施，经批准可设置公益性和临时性户外广告设施。

第 10 条 线性界面规划及控制要求

不同等级道路及线性景观与四类控制区（集中展示区，一般控制区，严格控制区，禁止设置区）产生交集，形成鼓励类、严控类、禁止类三种线性界面，并对界面两侧空间内的户外广告设施提出设置要求。

10.1 线性界面定义

鼓励类：主干道、次干道和支路通过集中展示区路段。

严控类：城市快速路通过集中展示区和一般控制区；主干道和次干道通过一般控制区和严格控制区；城市支路通过一般控制区的路段。

禁止类：城市快速路通过严格控制区和禁止设置区；主干道通过禁止设置区；次干道和支路通过严格控制区和禁止设置区；城市休闲景观带两侧。

表2-3 线性空间分类引导措施表

分类	道路名称	设置标准	控制措施
城市快速路	济聊高速、青兰高速、德商高速、京澳线。 东二环路、南二环路、北二环路、西二环路。	体现交通功能，位于城市外围，环绕城市。	沿线可设置大型高立柱式户外广告设施。（穿越城区路段沿线禁止设置大型高立柱式广告，单侧广告间距不小于2000米）。
城市主干道	主城区：建设路、东昌路、湖南路、昌润路、柳园路、光岳路、纬三路、纬四路、纬五路、松桂大街、水城大道、滨湖大道、城源路、西关街、利民路、中华路、黄河路、庐山路、黑龙江路、财干路、海源路、黄河路、长江路、嘉和路、北苑路、聊堂路、二千路。 副城区：中心街、华鲁街，建设路、迎宾大道、新政路、铝城路、信发路、东环路、南环路、枣乡街、文昌街、滨湖大道、建设路。	体现城市交通功能为主，具有联系城市各片区内外交通功能的城市主干路和城市环路，过境路等。 (道路红线>35米)	(1)展现城市风貌的户外广告设施为主。既要体现聊城的经济特色，又要塑造聊城良好的城市景观和城市风采。 (2)为保证行车安全，户外广告设施设置不宜花哨和间距过密，禁止设置动态画面播放诵读大于1帧/100秒的广告设施。

城市 次干道 及支路	主城区：站前北路、兴华路、向阳路、花园路、金山路、武夷山路、汇通大道、牡丹江路、松花江路、滦河路、淮河路、珠江路、赣江街、富民路、纬一路、黄山路、奥森路、武水路、清泽路、天津路。 副城区：揽胜街、民生路、汇鑫路、悦来街，书苑路、顺河南路、振兴路、龙山街、朝阳街、顺河南街。	体现城市生活文化气息为主的 城市次干路、支路、小区道路。	(1)兼顾商业性和交通性，户外广告设施以代表聊城文化的实体广告为主，包括小品、雕塑等结合设置的实物广告。 (2)采用无噪音非强光的亮化系统。
休闲景观带	徒骇河，在新河两侧。	依托水系、绿带构成的城市休闲绿色景观通道。	(1)休闲景观带户外广告设施是树立城市旅游新形象的窗口，是打造绿色城市新型休闲的绿色通道，可结合景观小品设置实物造型广告，造型艺术化。 (2)仅能设置公益性广告，突出滨河绿带城市景观带的良好性、文化性、公益性和教育性。

注：具体范围详见主副城区户外广告设施设置路段分类图，结合线性空间同步划定户外广告集中展示区、一般控制区、严格控制区和禁止设置区。道路规划红线范围内，除结合公交站点设置的公交候车亭广告外，禁止设置任何形式的户外广告设施。

10.2 线性界面控制要求

10.2.1 鼓励类界面控制要求

鼓励类界面是城市商业集中的路段，可设置多种类型户外广告设施；鼓励设置科技含量高的现代化广告设施，包括橱窗、LED、互动广告、投影广告等。同时兼顾户外广告设施的夜景观，营造出聊城夜经济的繁华氛围。

10.2.2 严控类界面控制要求

严控类界面应控制户外广告设施的密度，在保证整体和谐统一的前提下突出亮点。沿主要街道、人行道设置的独立式户外广告设施纵向间距不应小于 50 米。

10.2.3 禁止类界面

禁止类界面内不得设置商业性户外广告设施，经批准可设置公益性和临时性广告设施。城市线性景观属于禁止类界面，经批准可设置公益性广告设施。

表2-4 三种道路的“四区”划定总则

等级分类	集中展示区	一般控制区	严格控制区	禁止设置区
城市快速路	严控类	禁止类	禁止类	禁止类
城市主干道	鼓励类	禁止类	严控类	禁止类
城市次干道	鼓励类	禁止类	严控类	禁止类
城市支路	鼓励类	禁止类	禁止类	禁止类
城市线性景观	——			禁止类

第 11 条 分点位规划及控制要求

11.1 重要节点选取

城市重要节点主要为三类，分别为景观节点、门户节点和商业节点。根据节点的特征制定针对性的设置要求，强化区域特征，凸显城市特色。

表2-5 城市节点控制要求

节点名称	控制范围	节点特色
城市景观节点	体育公园、九州洼月季公园、湖西带状公园、水城广场、凤凰苑植物园、姜堤乐园、金牛湖风景区及历史保护建筑及周边 100 米范围内。	景观绿化环境好，是人们休闲娱乐的集散地。
城市门户节点	聊城汽车站、聊城火车站、高铁站、客运中心、茌平站、茌平客运站、高速路口、国道交通出入口。	流动人口集中，空间开放，是城市对外展示门户地带和形象窗口。
城市商业节点	新东方购物广场、金鼎购物中心、京都商场、银座奥特莱斯、铁塔商场，茌平区京都购物广场、亿丰购物中心等。	城市人口最集中、空间最开放、商业活动最为频繁和多样的地区，是展示城市形象的标志性区域。

11.2 重要节点控制要求

11.2.1 城市景观节点

① 建筑立面上未设计留有广告位的，不得设置任何形式的户外广告设施。

② 景区内以公益性户外广告设施为主，可结合景区入口和景区内绿地设置。

③ 与古城相近、相邻的建筑或仿古建筑，其户外广告设施设置应与周边环境和谐统一。

④ 本区域内的户外广告设施不得影响或妨碍原有的景观，作为烘托和点缀，突出环境特色。

11.2.2 城市门户节点

- ① 广告内容应优先展现代表聊城历史人文的品牌形象。
- ② 站前广场上可设置大型落地式户外广告设施。
- ③ 在城市出入口及收费站等位置设置大型高立柱式广告设施，不得影响行车视线和整体观赏效果。
- ④ 户外广告设施结合周边环境进行整体设计，以现代、简洁的景观化造型为主。

11.2.3 城市商业节点

- ① 鼓励设置橱窗广告、电子显示屏、投影、3D、激光投影等户外广告设施，烘托商业气氛并最大程度展现繁华景象。
- ② 在视觉关注点上设置公益性户外广告设施，注意与建筑物立面景观有效结合，不得设置对城市形象有负面影响的广告内容。
- ③ 户外广告设施不得设置在建筑物轮廓线外，不得影响建筑物使用者和建筑外行人的工作和生活。

第三章 户外广告设施分类设置

第 12 条 分类设置一般规定

12.1 户外广告设施遵循统一规划、合理布局、节能环保、安全美观的原则，坚持保障城市活力和严格规范管理相结合，与区域规划功能相适应，与城乡风貌、周边建（构）筑物风格和整体景观相协调。

12.2 户外广告设施的设置不得影响载体的使用，不得影响建（构）筑物安全，不得占用或影响消防通道。

12.3 户外广告设施经营单位应在所发布的户外广告设施牌面内的右下角清晰标注广告发布单位、联系方式和设置许可文号（霓虹灯式广告除外）。

12.4 户外广告设施不得损害建（构）筑物、街景和城市轮廓线等重要特征，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。

12.5 户外广告设施的设置必须采取有效的措施保证其结构安全、可靠，应及时进行更新、维护、保养，并应按期进行安全检查，需符合《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）相关要求。

12.6 户外广告设施设置鼓励采用新技术、新工艺、新材料和新设备。具有光源性装置的户外广告设施应符合《建筑照明设计规范》（GB50034-2013）、《城市夜景照明设计规范》（JGJ/T163-2008），避免对周边造成不利影响。

12.7 户外广告设施应优先保障公益性广告的数量和点位，各广告发布主体均有义务刊播公益广告，并配合有关部门发布公益广告。

12.8 设置大型户外广告设施应当依法向行政审批服务部门申请办理户外广告设施设置许可证。

12.9 新建建筑需要将户外广告设施和建筑物进行一体化设计。

第 13 条 户外广告设施分类

13.1 禁止类

不符合城市定位和市容建设要求的,对景观影响突出的设施类型。包括屋顶广告、窗户广告、大型高立柱广告等。

13.2 控制类

户外广告展示应用的主体类型,通过有效控制可提升品质,烘托商业氛围的设施类型。

13.3 鼓励类

鼓励设置有利于进行艺术化表现、有利于发挥创新创业、提升城市活力的设施类型,包括新媒体和新技术类广告。

表3-1 聊城市户外广告设施分类

		禁止类	控制类	鼓励类
附属式户外广告设施	建（构）筑物	屋顶广告 窗户广告 门楣广告 建筑立柱广告	平行式广告 垂直外挑式广告 骑楼檐下广告 围墙围挡广告	橱窗广告
	公共设施	电线杆广告 招贴栏广告 交通安全设施广告	公交候车亭广告 公用电话亭广告 桥体广告 地下人行通道广告 灯杆广告	——
独立式户外广告设施		大型高立柱式广告	大型落地式广告 立杆式广告 底座式广告 实物造型广告	——
移动式户外广告设施		——	船舶广告 空中移动广告 车辆广告	——
新技术户外广告设施		——	——	投影广告 互动广告 LED 广告

第 14 条 控制类户外广告设施

14.1 建（构）筑物上附属式

14.1.1 平行于建筑墙面广告

① 在同一建筑墙面设置的户外广告设施，应成组集中布置。成组设置的广告在规格、形式上应统一。

② 户外广告设施不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿，上端不得高于建筑檐口底面或女儿墙，左右不得突出墙面的外轮廓线。

③ 户外广告设施下端距离地面不得低于 3 米，厚度不得超过 0.5 米，高度不得超过 9 米。

④ 同一墙面上的户外广告总面积不宜大于该墙外立面面积 30%。

⑤ 每处山墙仅允许设置一处户外广告设施，且广告设施各边距离山墙的外轮廓线不应小于 1 米，设施面积不应超过所附山墙总面积的 70%。

⑥ 新建建筑应依据导则指引，同步设计户外广告设施点位；已建的建筑未预留户外广告设施位的，不应增设户外广告设施点位；改建建筑增设户外广告设施位的，应重新通过相关主管部门的审批。

14.1.2 垂直于建筑墙面广告

① 垂直于建筑墙面的户外广告设施仅限在 6 层或 24 米（含）以下的建筑设置，大于 24 米的高层建筑禁止设置。

② 户外广告设施禁止垂直于建筑山墙面设置。

③ 户外广告设施上端不得超过所附建筑的屋顶平台防护栏或屋顶女儿墙。

④ 户外广告设施的高度不得大于 9 米，厚度不得大于 0.3 米。

⑤ 相邻户外广告设施水平间距不得小于建筑开间，且不得小于 6 米。

⑥ 当位于人行道的路面上空时，4 米（含）以下不应突出；4 米以上，突出深度不应大于 0.6 米。

⑦ 垂直于建筑墙面广告可设置在城市的商业街，如鲁西科技广场、南步行街等。

14.1.3 骑楼檐下广告

① 户外广告设施的下端与地面垂直距离不得小于 3 米，相邻广

告水平间距不得小于建筑开间且不得小于 6 米。

② 当骑楼高度大于等于 3 米、小于 6 米时，户外广告设施宽度不得大于 1 米。

③ 当骑楼高度大于等于 6 米，户外广告设施宽度不得超出骑楼外墙面，且不得大于 1.5 米。

14.1.4 橱窗广告

① 鼓励结合商业立面进行艺术化、一体化布局。

② 橱窗广告展示内容仅限实物展示及创意造型展示（即通过道具、色彩、灯光、文字、图片等手段将商品的美感显示出来），不能空置或堆放杂物。

③ 橱窗广告应设置于橱窗内侧，与橱窗玻璃距离应大于等于 0.5 米。

④ 开放式橱窗遮挡面积不超过橱窗玻璃面积的 50%。

⑤ 严格控制电子显示屏的使用，电子显示屏的面积应小于橱窗展示面积的 30%。

14.1.5 围墙围挡广告

① 围墙围挡广告设置的内容应为公益广告或自身宣传。

② 围墙围挡广告不得占用绿地设施，且不得侵入道路红线范围内。

③ 广告牌面突出墙面距离不得大于 0.1 米，高度不得超出围墙围挡高度，宽度不得大于围墙围挡墩柱之间的墙面宽度；户外广告设

施的设置不得遮挡墩柱。同一路段围墙户外广告设施应统一位置、尺寸和间距。

④ 公益广告展示面积不得少于围墙、围挡面积的二分之一。

⑤ 项目通过验收后应立即拆除。

14.2 公共设施上的附属式

14.2.1 公交候车亭和公用电话亭广告

① 户外广告设施设置不得影响公交候车亭的识别、使用及疏散人流。

② 户外广告设施不得妨碍站点信息的查询观看。

③ 户外广告发布必须预留公益广告点位。

④ 建议采用滚动式灯箱广告形式，宽度不宜大于 3.5 米，高度不宜超过 1.9 米，厚度 0.18 米以内。

⑤ 公用电话亭、售货亭原则上仅能设置一块户外广告设施。

14.2.2 灯杆广告

① 每根灯杆上最多允许设置两个灯杆道旗、旋转道旗、灯箱道旗等户外广告设施，单根灯杆上不得重叠设置。

② 同一路段的灯杆上设置的广告设施应做到形式、尺寸、位置一致，并与周边景观协调。

③ 设置灯杆道旗、旋转道旗、灯箱道旗等户外广告设施，应当由广告载体管理单位就设置广告的部位、材质、色彩、灯光、文字、图案等要素进行统一设计。

14.2.3 人行地下通道广告

- ① 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。
- ② 出入口处正立面及上下通道两侧仅允许设置标识。

14.2.4 桥体广告

- ① 附属桥体的广告设施，其上端不应超过桥体的外部轮廓，下端不应低于桥体实体部分底边，不得挑空设置。
- ② 不得影响桥体安全和美观，不得使用闪烁灯光，不得影响交通信号灯及交通标志的设置。

14.3 独立式

14.3.1 大型落地式广告

- ① 宜设置在城市大中型广场、会展场所、高速公路出入口及郊区公路两侧等空间较为开阔区域。
- ② 总体高度（含牌面及支架）不得超过 10 米，宽度应与高度相协调，不宜大于 30 米。
- ③ 在满足消防、安全和建筑的采光通风的前提下，大型落地式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。

14.3.2 小型独立支撑式广告

- (1) 立杆式户外广告设施设置要求

① 宽度小于 3 米的人行道不得设置立杆式户外广告设施，广告设置后可供通行的步行通道的净宽度不得小于 2.5 米。

② 立杆式户外广告设施总高度不得大于 4 米，牌面下缘距离地面的高度不得小于 2.8 米，牌面任意一边长度不得大于 2 米，厚度不得大于 0.3 米。

(2) 底座式户外广告设施设置要求

① 宽度小于 5 米的人行道或面积小于 50 平方米的广场（空地）不得设置底座式户外广告设施，户外广告设施设置后可供通行的步行通道的净宽度不得小于 3 米。

② 底座式户外广告设施高度不得大于 2.4 米，牌面宽度不得大于 1.5 米，且不得超过最近建筑物的高度，纵向最长尺寸不得超过 1.5 米；广告（含牌面，底座）最大水平投影面积不得大于 1 平方米，外缘距离人行道不得小于 0.4 米。

③ 步行街上的底座式户外广告设施应设置在休憩带中，形式与步行街风格相协调。

(3) 实物造型式户外广告设施设置要求

① 实物造型式户外广告设施不应设置在城市道路红线内。

② 应保障车辆、行人通行安全，并与周边环境的空间尺度整体协调。

14.4 移动式广告

移动式广告主要包括三大类：船舶广告、飞行广告和车辆广告。

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。

14.4.1 船舶广告

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

14.4.2 飞行广告

利用气球、飞艇、无人机等升空器具设置户外广告设施，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。

14.4.3 车辆广告

① 利用机动车或者非机动车设置车身广告，应当遵守道路交通安全法律、法规的规定，不得影响道路交通安全和车辆识别。

② 社会车辆、特种车辆（抢救、救护、消防和行政执法等执行公务和国家公务的特殊车辆）仅允许在车身上设置本单位名称、电话、标识等。

③ 车身广告色彩应整洁、美观。与车身原有颜色及车体协调，不得对原车颜色全部覆盖，不得影响识别和乘坐，应与城市景观及周围环境相协调，不得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。

④ 设置车身广告不得有以下行为：影响安全驾驶；使用反光材

料覆盖、掩盖车牌号、车灯、发动机散热口、进风口等设备；设置动态及活动广告、音响、亮化设备；改变原有车辆的交通功能、车辆技术参数。

⑤ 禁止利用僵尸车及长期占用公共场地的车辆发布广告。

第 15 条 鼓励类户外广告设施

15.1 投影广告

投影广告包含全息投影广告、数字投影广告、水幕投影广告、激光投影广告等。

① 仅限投影于人行道、大楼外墙、一般墙面、玻璃幕墙、大型超市入口、宾馆、影院大堂地面、店面地面、广场等。

② 投影光束照射区域距离地面高度不小于 4 米，投影广告面积不应超过 6m^2 。

③ 控制广告播放时间，不得在冬季晚间 22:30 时至次日 06:30 时开启，夏季晚间 23:30 时至次日 06:30 时开启，如遇重大节庆活动，需报备相关部门备案，延长广告播放时间。

15.2 互动广告

① 互动广告不得通过闪烁的光产生光污染，不得影响居民生活，行人及车辆交通安全，不得干扰通信等公共设施的正常使用。

② 投放内容应通过相关部门的审批，避免受众的隐私遭到窃取。

15.3 LED 广告

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以及《城市夜景照明设计规范》，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。不得形成眩光、噪声等污染，影响周边居民正常工作、生活。

② 允许设置在商业性质、工业性质或者其他性质用地中底层商业建筑前场地内。沿街三开间及以上门店，可在招牌下方、门楣上方、两侧竖门沿内侧设置一块，单体设置长度不宜超过一个开间的宽度，设置高度不宜超过0.4米，长度不宜大于10米且不应超过门面宽度；开启时间宜与门店营业时间一致。

③ 面向来车方向设置的城市户外电子显示屏设施不应播放连续画面，每帧画面的停顿时间应大于等于7秒，应采用画面慢切换的刷屏方式。

第16条 临时性户外广告设施设置要求

16.1 临时性户外广告定义

临时性户外广告是因举办会展、节庆、文化、体育、旅游、公益宣传等活动，确需在建（构）筑物、公共设施上临时张挂、张贴的宣传广告。

16.2 临时性户外广告设施控制要求

① 因举办大型文化、旅游、体育、公益活动或者各类展销会、交易会等活动，需要利用实物造型、悬挂物、充气装置等载体设置临时大型户外广告设施，或者需要在建（构）筑物以及其他设施上设置临

时大型户外广告设施的，应当依法向行政审批服务部门申请办理户外广告设施设置许可证。

② 临时广告原则上在临时活动举办的场地内部设置；仅限活动宣传，不得设置无关广告。

③ 施工围墙（围挡）上广告属于临时广告，其内容仅允许公益性和自身宣传。禁止在围墙（围挡）顶部设置广告（因创城需要，镂空式围墙也允许设置公益性广告设施）。

④ 临时广告到期后应及时自行拆除并恢复场地原状。临时大型户外广告设施许可期限应当与活动期限一致，但最长不得超过三十个自然日。

第 17 条 公益性户外广告设施设置要求

公益性户外广告设施是不以盈利为目的，为社会公众切身利益和社会风尚服务的广告。公益性户外广告设施应由户外广告设施主管部门实施统一审批、统一管理（非大型公益广告无需审批）。

17.1 公益性户外广告设施设置的基本要求

① 符合户外广告设施空间布局的要求。

② 优先在城市门户节点，主要窗口区或公共开敞空间设置，以宣传城市历史文化、城市形象和社会公德为主。

③ 落地雕塑式公益广告可设置在绿地或小区入口处，大型公益广告设置需要符合大型户外广告设施设置的定义。

④ 鼓励公益广告设置形式以新技术的 LED 电子屏为主，滚动播

报以满足社会及各部门需求。

17.2 公益性户外广告设施数量要求

① 商业性户外广告设施设置人发布公益广告的面积不得少于广告设置面积总量 10%，每年累计发布公益广告不得少于三十个工作日。

② 建设项目工地围挡改造提升应在保证公益广告覆盖面积占比不少于总面积的 50%。

③ 日常发布数量应不少于年户外广告设施发布总量的 30%。

17.3 公益性户外广告内容要求

① 公益性户外广告设施只能用于公益广告发布，不得发布商业广告，或在公益广告中夹带商业广告。

② 商业性户外广告设施在空置期间应进行装饰或者用于发布公益广告。

③ 公益广告内容传播正能量，积极宣传聊城优势和水城特色。

第 18 条 建筑与户外广告设施兼容性

18.1 商业类建筑宜设置各类型户外广告设施。

18.2 教育科研建筑、交通建筑、公园景点和街头绿地中可设置小型独立式（立杆式、底座式和实物造型式）的公益性户外广告设施，不得设置任何形式的商业性户外广告设施。

18.3 特殊建筑、行政办公建筑、医疗建筑、工业建筑、市政公用设施建筑禁止设置户外广告设施。

表3-2 户外广告设施形式与建筑类型及代表性节点兼容性一览表

建筑类型		附属式广告	独立广告
文物古迹建筑		×	○
商业建筑	商业金融建筑	○	○
	批发市场建筑	○	○
	步行街	○	○
	影剧院、娱乐场所	○	○
特殊建筑 (含宗教建筑、福利院、监狱等)		×	×
教育科研建筑		×	○
行政办公建筑		×	×
医疗卫生建筑		×	×
交通建筑		×	○
居住建筑		×	○
文化体育 建筑	会展建筑	×	○
	博物馆, 图书馆文化艺术	×	○
	体育场馆	○	○
仓储建筑		×	○
工业建筑		×	×
市政公用设施建筑		×	×
街头绿地		×	○
公园景点建筑		×	○

注：× 禁止设置 ○ 可以设置

第 19 条 户外广告设施负面清单

设置聊城市户外广告设施负面清单能够强化规范指引，促进户外广告设施与城市风貌相协调。依据国家、省、市相关法律法规、条例将明确禁止的内容进行梳理总结，为聊城市户外广告设施提供具体化和标准化的管理依据，提升管理效率。

19.1 禁止设置区域

19.1.1 各级党政机关、社会团体、事业单位等办公机构及其相关设施用地及周边控制地带。

19.1.2 高等院校、中等职业学校、中小学、科研事业单位及其附属设施用地及周边控制地带（不含统一规划的公益广告）。

19.1.3 医疗、保健、卫生、防疫、康复和急救设施等用地及周边控制地带（不包含私立医院等商业性医院范畴，私立医院、私立门诊被商业用地控制）。

19.1.4 军事机关、军事禁区及周边控制地带。

19.1.5 具有保护价值的古遗址、历史建筑、古寺庙、历史风貌区、历史文化区、历史文化街区和历史保护建筑等控制范围，历史文化名镇名村核心保护区范围及周边控制地带。

19.1.6 护城河沿岸管理区、城市公园、风景名胜区所属范围及周边控制地带（不含统一规划的公益广告）。

19.1.7 安全保卫、人防用地范围各类地下管线，架空线及其他生命线工程保护用地及周边控制地带。

19.1.8 宗教活动场所及周边控制地带。

19.1.9 聊城市国土空间规划确定生态保护红线范围内，永久基本农田、林地、设施用地等农业用地范围。

19.1.10 一二级饮用水源保护区范围，环境空气功能区 I 类范围。

19.1.11 法律、法规、规章以及其他规定中禁止设置户外广告的区域。

19.2 禁止设置情形

19.2.1 禁止采用大面积的高彩度、高明度的纯色。

19.2.2 禁止使用劣质材料和气体毒性超标的材料。

19.2.3 禁止设置带有快速动态频闪或使用眩光材料的。

19.2.4 禁止超出建（构）筑物（含裙楼）顶部，属于坡屋顶的不得超过屋檐。

19.2.5 禁止危及户外广告设施载体安全；影响建筑采光、日照、通风要求及破坏城乡景观、建（构）筑物外观或者损害城乡容貌。

19.2.6 禁止影响消防安全设施、器材、标志使用，妨碍消防车通行以及影响逃生，灭火救援和消防登高扑救。

19.2.7 禁止妨碍市政公共设施、消防设施、消防安全标志、应急疏散标志、无障碍设施的使用。

19.2.8 禁止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、出租车招牌、消防栓等周边 5 米内设置。

19.2.9 禁止在人行天桥落地扶梯、过街地道、过海（江）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。

19.2.10 禁止影响交通安全设施、交通标志、交通管理设施的使用和道路交通安全。不得妨碍车站、机场、码头等交通场站的安全运行。

19.2.11 禁止在道路规划红线范围内(红线内公交候车亭除外)设置。

19.2.12 禁止影响交通通行的其他情形(LED广告设施距离交通信号灯,电子监控设施距离过近,户外广告设施的形式与交通安全设施,标志相近,影响交通安全,交通标志使用,影响驾驶员视线)。

19.2.13 禁止在电线杆、灯杆、指示杆等杆体上乱张贴、乱涂写、乱吊挂。擅自在沿街建(构)筑物、公共设施、桥梁及树木上涂写、刻画、张贴。

19.2.14 禁止利用行道树、绿化带、道路分隔带、侵占损毁绿地设置,不得妨碍河道行洪和堤防安全,跨越城市道路和公路。

19.2.15 法律、法规、规章以及其他规定中禁止设置户外广告的情形。

19.3 禁止设置内容

表 3-3 户外广告设施内容设置负面清单

序号	禁止内容	设定依据
01	不得使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽、军旗、军歌、军徽	《中华人民共和国广告法》 (2021 年修订)
02	不得使用或变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象	《中华人民共和国广告法》2021
03	不得使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语	《中华人民共和国广告法》2021
04	不得含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容	《中华人民共和国广告法》2021
05	不得含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容	《中华人民共和国广告法》2021
06	不得含有损害未成年人和残疾人的身心健康内容	《中华人民共和国广告法》2021
07	不得妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护	《中华人民共和国广告法》2021
08	不得违反广告内容涉及的事项要求的行政许可,应当与许可内容相符合	《中华人民共和国广告法》2021
09	不得贬低其他生产经营者的商品或者服务	《中华人民共和国广告法》2021
10	不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者	《中华人民共和国广告法》2021
11	麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品,药品类易制毒化学品,以及戒毒治疗药品,医疗器械和方法,不得作广告	《中华人民共和国广告法》2021
12	禁止发布烟草广告	《中华人民共和国广告法》2021
13	法律、行政法规规定禁止的其他情形	相关法律法规

19.4 禁止设置类型

表 3-4 户外广告设施对象设置负面清单

序号	禁止对象	说明	设定依据
01	大型高立柱式广告	市、县（市）中心城区内严禁设置大型高立柱式广告	《城市户外广告设施技术规范》（CJJJ149-2010）《城市容貌标准》（GB50449-2008） 《山东省城市精细化管理标准：户外广告设施管理》
02	屋顶广告	禁止在建筑物顶部设置户外广告设施	《城市户外广告设施技术规范》（CJJJ149-2010）《山东省城市精细化管理标准：户外广告设施管理》
03	窗户广告	禁止在窗户上设置户外广告设施，包括窗间墙和观光电梯	《城市居住区规划设计标准》（GB50180-2018） 《山东省城市精细化管理标准：户外广告设施管理》
04	门楣广告	禁止在门楣设置户外广告设施，仅能设置招牌	《城市户外广告设施技术规范》（CJJJ149-2010）
05	建筑立柱广告	禁止在建筑立柱上设置户外广告设施	《城市户外广告设施技术规范》（CJJJ149-2010）
06	电线杆广告	禁止在电线杆上设置户外广告设施	《山东省城市精细化管理标准：户外广告设施管理》
07	招贴栏广告	仅限发布信息和公告、公示和统一规划的公益广告	《城市容貌标准》（GB50449-2008）

08	交通设施广告	不得利用交通指路牌、交通标志牌、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设置户外广告设施	《城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010）《城市容貌标准》（GB50449-2008） 《山东省城市精细化管理标准：户外广告设施管理》
09	其他公共设施广告	法律法规禁止设置的其他广告类型，以及市、区政府明确禁止设置的户外广告设施类型	相关法律法规

注：聊城市城区和镇区均需遵守户外广告设施的负面清单

第四章 招牌设置规划

第 20 条 招牌设置一般规定

20.1 招牌的风格应与所处街区景观环境相协调,并与所处建筑立面、门脸设计融合,突出文化内涵,与其所标示对象风格、定位相吻合。且必须符合“一街一貌、一店一牌、统一设置”的要求,有多个临街立面的,每个临街立面可以设置一个招牌。

20.2 招牌设置不应遮挡建筑立面的特色结构和重要装饰构件,不应破坏建筑立面整体造型和构图;同一栋建筑立面上相邻的招牌的类型、大小、悬挂位置、出挑尺寸应当整体协调。

20.3 招牌在内容上仅允许设置相应建筑物、场所、商铺的名称、标识,如包含其他商业内容信息(包括产品推介内容、价格信息、促销活动等),则视作户外广告。

20.4 连锁经营机构设置招牌的,可以沿用统一的设计风格 and 色调,并与建(构)筑物外立面造型、街区文化特色、周边景观相协调。

20.5 历史文化街区、特色风貌区、传统风貌建筑的牌匾标识应按照传统模式设置。属于不可移动文物、历史建筑、革命纪念场馆固有的招牌,应当原貌保留;新设置的招牌不得影响本体安全、风貌以及周边景观。

20.6 因搬迁、退租等原因不再需要招牌的,设置人应当及时拆除,恢复附着物原状。设置人未及时拆除的,由招牌载体的所有人拆除,恢复附着物原状。

第 21 条 招牌字符及色彩设置要求

21.1 字符尺寸要求

21.1.1 招牌内容应当符合社会主义核心价值观，不得违背公序良俗，不得含有低俗、不雅内容。

21.1.2 招牌内容禁止出现商品营销、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）。

21.1.3 招牌名称可使用区域内容限定为“店名+图形标志”；招牌使用文字、商标、图案应准确规范。

21.1.4 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相应规定。

表4-1 道路宽度与字符边长控制表

道路宽度	可识别招牌字符（m）	招牌字符最大边长（m）
$L \leq 16$	0.16	0.6
$16 < L \leq 40$	0.24	0.7
$L > 40$	0.37	0.8

21.2 色彩控制要求

21.2.1 以所依附建筑物单体或建筑组团为单位，对应建筑物主体色的风格倾向，设定与其和谐统一的招牌底色，共同构成招牌色彩体系的主色调，并在此基础上突显招牌的主题内容及主题色彩，最终形成合理有效的店铺招牌色彩规范设计方案。

21.2.2 空间配色不得超过三种，不包含白色与黑色。

21.2.3 空间非封闭贯穿的，必须使用同一配色方案。不同的封闭空间，可以使用不同的配色方案。

21.2.4 同一建筑物店铺招牌基座部分或背板的色彩应统一，并采用与建筑物色彩相同或相近的色系，形成深浅对比。

表4-2 招牌色彩规划指引

分类	定义	招牌标识中应用	色彩选取
主体色	面积比较大，能起到主导作用，决定整体色彩。	指主体建筑物的色彩倾向。	一般建筑色彩属于纯度低于2级的色彩范围，分别倾向于暖色、冷色的灰度色彩。
辅助色	与主题色相协调，但又有所变化的色彩。	指招牌标识底色所呈现的色彩。	一般辅助色都属于纯度低于4级的色彩范围内。
主题色	色彩中加以重点表现，突出主题颜色。	招牌标识中标志，图形文字等主题内容所呈现的色彩。	主题色可以在全色范围内选择。

第 22 条 招牌的定义及分类

招牌按照与城市环境、建（构）筑物关系分为附属式和独立式两种。附属式包含了平行外墙式、垂直外墙式、遮蓬式和建筑标识；独立式则包含了竖向独立式和横向独立式。

表4-3 招牌设施分类

设施类别		内容及范围
附属式	平行外墙式	依附于建（构）筑物外墙面与外墙平行的户外招牌称为平行外墙式招牌。
	垂直外墙式	依附于建（构）筑物外墙面与外墙垂直的户外招牌称为垂直外墙式招牌。
	遮蓬式招牌	依附于遮蓬设置的户外招牌称为遮蓬式招牌。
	建筑标识	用于表明各类建（构）筑物名称（含各类大厦、公寓、广场等）的户外招牌称为建筑标识招牌。

独立式	竖向独立式	直接设置在地面上，具有独立支撑结构的户外招牌称为落地式招牌，包括竖向独立式和横向独立式。
	横向独立式	

第 23 条 招牌分类设置要求

23.1 平行于建筑外墙招牌设置

23.1.1 招牌设置宽度不应超过自身沿街门面宽度。

23.1.2 原则上只能设置在建筑物二层窗台线以下，楼房门面招牌的长度以门面宽度为标准，高度根据具体情况一般为 1.0-1.6 米，与所在楼层的层高比例不宜超过 1:3。仅允许商业建筑及其附属楼在建(构)筑物二层预留招牌位置设置。

23.1.3 相邻门面的招牌底线、高度、厚度必须整齐统一。平行于建筑外墙招牌下端一般距离地面 2.2 米以上；当招牌下端距地面小于 3m 时，突出墙面的距离不应大于 0.1m；距地面大于 3m 时，突出墙面的距离不大于 0.5m。

23.1.4 单层平屋顶建筑设置的户外招牌高度不得超过建筑檐口或女儿墙上沿，且高度不大于 1.2 米；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。

23.1.5 街道转角的建筑，其转角处的招牌应当整体设计。相邻招牌的形式、悬挂位置 and 高度应当统一。

23.1.6 多个单位共用一个场所(建筑物)时应该由该场所(建筑物)所有权人或者管理人按照规定对招牌设置进行整体布局与设计。

23.1.7 招牌不宜在 6 层以上的建筑墙面设置,除商业街、商业中心、专业市场等商业零售集中区域。

23.1.8 对于平面布局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。

23.1.9 商业建筑内部设有专用室外出入口的商业店铺(店内店),招牌可统一在建筑立面适当位置集中设置;设置形式可采用品牌墙或集中式竖招,同一建筑仅允许设置其中一种;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%。

23.1.10 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,不应同一出口处重复或层叠设置。

23.2 垂直于建筑外墙招牌设置

23.2.1 同一栋建筑上招牌宜设置于建筑立面的统一基准线上,悬挂角度与建筑外墙成 90 度角。

23.2.2 对于有柱廊或底层以上有出挑结构的建筑,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。当底层建筑高度小于等于 3 米时,不得按此方式设置,宜采用平行墙面的镂空式样。

23.2.3 垂直式招牌不得设置在一层檐口以下,顶部不得超出该建筑物女儿墙;四层以下建筑物上的灯箱高度不得超过 6 米,四层(含四层)以上建筑物上的灯箱高度不得超过 9 米;高层建筑消防登高面上

不得设置悬挑式墙面广告。

23.3 依附于遮蓬设置招牌

23.3.1 招牌应可设置在入口遮蓬顶部，招牌上端突出遮蓬高度不得大于 1.5 米，且不高于窗台下沿高度，下端不得低于遮蓬下沿，外表面不应超过雨棚四周边线。

23.3.2 内容以镂空文字为主，整体高度与底层的层高比例不超过 1:3。

23.4 建筑标识

23.4.1 遵循“一楼一名”的设置原则，即每栋建筑仅允许使用一个名称（23.4.2 情况除外）。

23.4.2 高层建筑，当裙楼部分建筑面积 $\geq 500\text{ m}^2$ ，且裙楼部分与建筑物主体部分存在最大业主或最大承租者不一致情形下，允许在裙楼部分结合主要使用功能进行单独冠名。

23.4.3 当同一用地或建筑有多个主要出入口时，主要出入口相隔较远或位于不同方向的，每个主要出入口允许设置一处标识。

23.4.4 同一用地或建筑内部多家机构，可统一规划设置展示牌进行集中体现，但设置数量不应超出该用地或建筑拥有的主要出口的数量。

23.5 独立式的招牌设置要求

23.5.1 独立式招牌的数量不得超过所属建（构）筑物主要出入口的个数。

23.5.2 独立式招牌仅具备标识的指示作用，设置内容除企业名称外不得含有商业信息。有多个单位需要指引的，必须设置综合性的独立式招牌。

23.5.3 竖向独立招牌最不得多于四面，最大高度不得大于 10 米。

23.5.4 横向独立招牌高度不得超过 2 米，宽度不得大于 8 米。可正反两面设置招牌，不得设置三面或者三面以上的招牌；横向独立招牌宜采用景观文化石、镂空字体等形式设置，招牌规格、字体及颜色应当与建筑物及周边环境相协调。

第 24 条 招牌禁止设置情形

24.1 禁止在建（构）筑物（含裙楼）顶部设置招牌（医院、公安、应急救援、消防救援、政府救助服务等机构以及车站、机场、码头需在建（构）筑物（含裙楼）顶部设置招牌的，招牌应当为镂空形式）。

24.2 禁止一店多牌，同一单位在同一界面仅限设置一块招牌。

24.3 禁止利用危险建（构）筑物设置招牌。

24.4 在墙体设置的招牌禁止超出建（构）筑物（含）裙楼顶部，属于坡屋顶的不得超过屋檐。

24.5 禁止利用建筑物玻璃窗，观光电梯等设置招牌标识。

24.6 禁止危及招牌设置载体安全。

24.7 禁止在妨碍生产或者人民生活，损害市容市貌或者建筑物形象的其他地区或场所设置。

24.8 禁止跨越人（车）行通道设置牌匾标识。

24.9 禁止占用人行道、绿化带等公共区域，妨碍公共安全。

- 24.10 禁止变相利用门店招牌发布广告。
- 24.11 禁止利用交通安全设施、交通标志设置。
- 24.12 禁止影响市政设施、消防设施、消防安全标志、应急疏散标志、无障碍标志的正常使用。
- 24.13 禁止妨碍车辆及行人通行，妨碍他人正常生产生活。
- 24.14 禁止损害城乡景观、建（构）筑物外观或者损害城乡容貌。

第五章 亮化要求

第 25 条 亮化一般规定

25.1 有亮化的户外广告设施和招牌的设置必须以不妨碍交通安全为前提。

25.2 有亮化的户外广告设施和招牌的设置必须不影响建筑物原有风貌和结构安全。

25.3 有亮化的户外广告设施和招牌的设置必须不影响公共设施的使用。

25.4 不得影响植物生长。

25.5 建筑物广告亮化必须与建筑立面照明统一，做到主次分明，整体协调。

25.6 在机动车通行道路两侧设置的户外广告设施及招牌的亮化必须采取眩光限制措施。

第 26 条 光色及光源要求

26.1 光色要求

26.1.1 户外广告设施和招牌亮化应考虑所在环境和建筑群的总体色彩要求，与周边环境相协调；避免大面积的色彩对比；不应选择高饱和度的颜色，以白光、暖白光为宜；不宜采用红色光。

26.1.2 以商业为主的区域宜采用有动感的灯光亮化，包括闪烁霓虹灯、变换色彩及明暗的灯箱广告，总体以暖色调为主。公共游憩空间宜采用低照度淡暖色调灯光亮化，居住区周围不能采用闪烁灯光广告，

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

26.2 光源选择

26.2.1 光源配置不得影响居民生活及交通安全。

26.2.2 在交通管制信号装置周围 10 米以内及其背景空间内的广告亮化，不得采用闪烁方式及辐射红、黄、绿三色的光源亮化。

26.2.3 建筑物裙楼广告宜使用 LED 像素点，立体发光字亮化形式；在商业区、餐饮娱乐区可采用霓虹灯。

26.2.4 采用新型节能光源和灯具，以使用灯箱、橱窗亮化等内透光亮化方式为主。

第 27 条 亮度及照度要求

27.1 户外广告设施和招牌的灯光亮化要有合理的亮度，尽量减少光污染，不得影响驾驶人安全。

27.2 统一建筑 and 建筑群广告亮度，避免过于强烈的亮度对比。商业区建筑物广告照明应该作为建筑亮化的一部分，亮度与橱窗亮度相协调。

27.3 除指示性、功能性标识外，居民楼（区）不宜设置户外广告设施和招牌亮化。

27.4 采用外投光亮化时，散射到户外广告和招牌表面外溢散光不应超过 20%；保持户外广告设施亮度和照度的均匀度；一般情况下，亮度均匀度宜为 0.6-0.8，照度均匀度大于等于 0.7。

27.6 当广告画面颜色的效果为暖色调时，用偏暖色光亮化；为冷色

调时，则用偏冷色光亮化。

第六章 安装设置要求

第 28 条 安装及维护的规定

28.1 图纸要求

户外广告设施和招牌应按照《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）要求提供设计图纸。

28.2 定期安全检查

户外广告设施和招牌所有人是安全责任人。在设置期内，设置人应每年进行安全检测，确保在使用期内的安全。安全检测结果不符合规定的设施，所有人应当立即整修或拆除。超出工作年限的设施所有人应在到期时予以拆除或整体更换。

28.3 制定应急预案

在气候环境突变对户外广告设施和招牌的安全构成威胁前，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招牌进行检查和修复。

遇灾害性天气时应对户外广告设施和招牌进行专项安全检查，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。

遇台风、汛期、暴雨应对户外广告设施和招牌的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。

28.4 加强日常维护

设施所有人必须加强对户外广告设施和招牌的日常检查和维护保养，杜绝倒塌、坠落和触电事故的发生。不应在原有的设施上叠加结构、面板、画布等。户外广告设施和招牌的日常检查项目、检查内容和要求应符合《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）的有关规定。

28.5 严格行政监督

户外广告设施和招牌的设置应当安全牢固，符合专项规划、设置方案、技术规范和城镇容貌标准等，使之与城乡区域规划功能相适应，与城乡风貌、周边建（构）筑物风格和整体景观相协调，并应当接受城市管理（综合行政执法）部门的指导监督。

第 29 条 安全设置规定

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。

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。

第七章 规划管理

第 30 条 户外广告设施和招牌管理措施

30.1 分工明确，加强领导

市、县（市、区）人民政府应当加强对户外广告设施和招牌设置管理工作的领导，各相关职能部门根据职责分工具体负责本辖区户外广告设施和招牌设置的监督管理工作。

乡镇人民政府、街道办事处应当加强对本辖区户外广告设施和招牌的日常巡查，并接受所在地城市管理（综合行政执法）等部门的指导。

30.2 全面排查，信息共享

按照管理权限推进户外广告设施和招牌的提升工作。同步坚持全面排查、以点带面、先易后难、分期分类拆除违规广告，整治提升店铺招牌。

城市管理部门应当利用信息技术平台，对户外广告设施和招牌的设置、巡查维护、安全管理、违规现象治理等情况实行动态管理，向社会提供技术咨询和服务，并与相关部门以及乡镇人民政府、街道办事处实现信息共享。

30.3 加强行业纪律，扩大监管网络

涉及户外广告设施和招牌的协会、商会等社会组织应当加强行业自律，引导会员依法从事户外广告设施和招牌设置活动，积极参与配

合户外广告设施和招牌管理的相关工作。健全城市设施监督网络系统，扩大监督渠道，广泛发动群众监督，形成全社会监督系统。

30.4 全周期的动态管理

将户外广告设施和招牌的审批与后期跟踪的管理相衔接，相关主管部门应同设施发布单位共同建立完善巡查制度，发现残缺、破损的广告及时通知维修，保持城市户外广告设施和招牌整洁美观、安全完好，提高夜间的亮灯率。

第 31 条 对特殊情况下的户外广告设施和招牌审批采取“一事一议”，应当向审批部门提出申请，经批准后方可设置。

第 32 条 本规划最终解释权属于聊城市城市管理局。