

金寨县户外广告设置专项规划

(2024-2035 年)

文本 · 图集

2025年 3 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 规划对象	1
第4条 规划依据	1
第5条 规划期限	3
第6条 规划原则	3
第二章 分区规划	4
第7条 分区框架	4
第8条 基础分区	4
第9条 重点展示区规划要求	6
第10条 适度设置区规划要求	8
第11条 严格限制区规划要求	9
第12条 禁止设置区规划要求	10
第13条 城市特色地区	11
第14条 城市门户节点规划要求	12
第15条 河流景观带规划要求	13
第16条 旅游景区规划要求	13
第17条 重要道路管控要求	14
第三章 控制通则	19
第18条 分类管控	19
第19条 通用规定	19
第20条 户外广告设置要求	30
第21条 户外招牌设置要求	45
第22条 用地分类许可	62
第23条 乡镇指引	65

第一章 总则

第1条 规划目的

为建设大别山革命老区核心区，深度融入长三角区域一体化、合肥都市圈、合六经济走廊，按照新发展理念、高质量发展要求，全面规范全县户外广告设置，系统编制户外广告设置专项规划，根据金寨县国土空间规划和城市容貌标准划定分区，明确户外广告的设置地点、位置、形式、规格等具体要求，针对户外广告与招牌制定通则式管控，提升城市品质，特编制《金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）》（以下简称本规划）。

第2条 规划范围

规划范围为中心城区，国土总面积为91.91平方千米。

研究范围为金寨县行政辖区内的陆域空间，即23个乡镇，国土总面积3918.97平方千米，

第3条 规划对象

本规划所指的户外广告，指在城市道路及各类公共场地，利用建(构)筑物、公共设施、交通工具、升空器具等载体，以展示牌、电子显示装置、电子翻板装置、投影、灯箱、霓虹灯、实物造型、充气模型、布幅等形式向户外公共空间发布商业性或者公益性广告设施，以及各类户外招牌设施。

第4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) 《中华人民共和国道路交通安全法》（2021年修正）

- (4) 《城市容貌标准 (GB50449-2008) 》
- (5) 《城市户外广告和招牌设施技术标准 (CJJ/T149-2021) 》
- (6) 《国土空间调查、规划、用途管制用地用海分类指南》
- (7) 《安徽省户外广告监督管理办法》
- (8) 《安徽省城市市容和环境卫生管理条例》
- (9) 《六安市城区市容和环境卫生管理办法》
- (10) 《六安市区户外广告设置技术规定》
- (11) 《金寨县城市规划区户外广告设置管理办法》
- (12) 《金寨县国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》
- (13) 《六安市国土空间总体规划 (2021-2035年) 》
- (14) 《六安市域大交通规划》
- (15) 《金寨县国土空间总体规划 (2021-2035年) 》
- (16) 《金寨县梅山老城区国土空间详细规划》
- (17) 《安徽省金寨县全域旅游发展规划 (2017-2030年) 》
- (18) 《金寨县中心城区竖向与道路网专项规划 (2021-2035年) 》
- (19) 《金寨史河老城区段水生态修复与水生态资源开发运营一体化规划及重点片区详细设计方案》
- (20) 《金寨县城市特色风貌规划》
- (21) 《金寨县江店新城西北片区及东南片区控制性详细规划》
- (22) 其他与金寨县户外广告设置及管理活动相关的法律、法规、规章。

第5条 规划期限

本次规划期限为2024-2035年，其中近期至2027年。

第6条 规划原则

(1) 公共利益优先

以公共利益为优先，规范户外广告设施设置，保障社会公众权益，确保公众拥有安全、健康、环保的生活环境；保护自然生态环境，保护自然景观风貌；鼓励社会参与公益性广告建设，促进公益宣传事业发展。

(2) 提升品质活力

户外广告设施作为市容景观组成元素，通过科学规范，使其与金寨县城市定位和市容景观环境建设要求相契合，户外广告设施的设置位置、体量造型、色彩搭配、夜景照明等应与所处环境保持协调；作为城市活力元素，通过有序设置，强化街区商业氛围，提升城市活力；作为城市媒体元素，通过艺术化的设计和创意化的发布方式，展现金寨开拓创新的特质和开放多元的文化氛围。

(3) 鼓励创新创意

鼓励新技术、新媒体、新材料的应用，鼓励艺术化设计的户外广告设施的应用，鼓励与环境融合的户外广告设施的应用，通过规范引导逐步形成高品质、智慧化户外广告设施景观。

(4) 引导多元参与

本规划作为金寨县户外广告设施设置和管理的技术依据，面向政府、行业、市民等不同使用主体，统筹政府管理、公众参与及广告行业等相关各方的需求，搭建平台，引导公众和行业等多元主体参与。通过建立公开、公平的技术平台，推动金寨县户外广告设施行业良性、可持续发展。

第二章 分区规划

第7条 分区框架

根据城市区域功能定位，按照中心城区“一带、两廊、三片、四轴”空间结构特点，尊重和保护山水格局，结合“山水红韵之都”的城市风貌，统筹考虑金寨县历史文化特征、生态环境保护、商业网点结构等，秉持“动静相宜、彰显特色”的原则，构建户外广告设施规划分区体系。本规划的分区体系由基础分区和特色地区附加要求共同组成。

（1）基础分区覆盖整个规划区，是金寨县中心城区内户外广告设施设置和管理的技术依据。基础分区采用重点展示区、适度设置区、严格限制区、禁止设置区四种方式进行区域划定，并分别制定设置和管理要求。

（2）城市特色地区附加要求是特色地区范围内户外广告设施设置应遵守的要求。本规划依据金寨县城市形象和景观风貌体系，筛选确定的对金寨城市特色具有重要意义的地区作为城市特色地区，以保护城市多元形象和促进景观风貌协调为目标，划定管控边界并制定户外广告设施设置要求。

（3）基础分区和特色地区在空间上存在重叠的区域，该区域户外广告设施设置应同时遵守基础分区和特色地区附加要求。

第8条 基础分区

基础分区覆盖金寨县中心城区，详见表1。

表1基础分区一览表

分 区	范 围
重点展示区	结合《金寨县国土空间总体规划（2021-2035 年）》确定老城、新城、高铁片区范围内多个商业商务中心，主要包括商业用地、商务用地、娱乐康体用地以及沿主要生活性道路两侧的居住用地。
适度设置区	结合《金寨县国土空间总体规划（2021-2035 年）》确定老城、新城、高铁片区范围内的商业商务次中心及街道社区商业片区，即高铁站西侧商业副中心，玉博园商业副中心（红军大道南侧、燕子河路东侧玉博园区域），鲜花岭商业副中心（将军大道西侧、灵山寺路东侧，梅黄路沿线区域），老城商业副中心（史河路西侧，老县委办公楼周边区域以及洪家河畔养生谷区域）、金家寨路西侧商业副中心等
严格限制区	重点展示区、适度设置区及禁止设置区以外的其他区域。主要包括居住用地、文化用地、体育用地、公用设施营业网点、工业用地、广场用地、停车场用地、对外交通用地、仓储用地等。
禁止设置区	《金寨县国土空间总体规划(2021-2035 年)》划定的特别用途区、陆地水域、战略预留区、城镇弹性发展区，以及集中建设区内的行政机关、教育机构、医疗、社会福利设施、宗教活动、生态绿地、各类市政公用设施等用地。

第9条 重点展示区规划要求

1. 分区定义

为提振城区活力、服务城市商业、促进经济发展，允许集中、多样化设置户外广告设施的区域。是全面建设“山水红韵之都”的城市风貌和现代商业文明交相辉映的区域特色消费中心城市的重点区域。

2. 区域范围

结合《金寨县国土空间总体规划（2021-2035年）》确定7个重点展示区，即天堂湖路沿街商业区（天堂湖路南段，与红军大道、悬剑山路、华山路交口两侧区域），总部经济园商业区（花山路北侧、山湖路东侧、江天路西侧、规划支路南侧围合区域），高铁站商业区（抱儿山路北侧、天堂湖路东侧、金顺路南侧、半店路西侧围合区域），老城金盛广场商业区（史河路西侧，老县委办公楼周边区域），梅山湖路沿街商业区（梅山湖路中段），明发城市广场商业区（将军大道北段西侧），规划洪家河养生谷片区。

3. 目标定位

立足金寨县城市建设发展定位，应对消费需求及消费理念的转变，结合传统商场和商圈升级改造、繁荣夜间经济和建设区域特色消费中心城市的要求，以国内一流城市商业街区作为参照，充分发掘不同商业中心的区位优势和特色内涵，以创意多元的展示形式，将现代商业文化与“山水红韵之都”的金寨城市风貌相结合，塑造繁华典雅、活力十足、特色鲜明的金寨商业新形象，丰富市民体验，使之成为金寨县城市经济社会发展成就和城市活力的写照。

4. 设置要求

（1）本区域户外广告设施设置应从区域环境整体出发，运用城市设计的思想和技术手段合理规划区内户外广告设施。构

建户外广告设施展示系统；统筹协调包括户外招牌在内其他市容景观组成要素。

（2）本区域内鼓励采用多元的展示方式，鼓励景观化、场景化的户外广告设施发布方式；鼓励设置互动广告，丰富市民体验，提升街区活力；鼓励设置橱窗广告。

（3）高层建筑主体墙面，即建筑高度大于 24 米的墙面部分：

①在统一规划设计的基础上，可利用高层建筑的主体墙面，即高度超过 24 米的建筑墙面部分，设置地标性广告设施；

②其他类型户外广告设施禁止利用高层建筑主体墙面设置。

（4）户外广告设施设置容量指标：

①同一建筑载体，依附于建筑物外墙设置户外广告设施（不含橱窗广告）的总面积应小于所附着墙面面积的 50%；

②同一建筑载体设置的户外招牌设施的总面积应计入上述户外广告设施总面积，一并受容量指标约束。

（5）地标性广告

①鼓励结合所处街区的建筑、环境特征设置地标性广告，打造城市亮点，展现金寨特色；

②地标性广告可以通过独栋建筑或单个户外广告设施呈现，也可以是一个城市街区或空间节点，通过户外广告设施对区域空间秩序的梳理和构建突出区域特色、提升街区活力；

③地标性广告应统一规划设计，经专家论证和主管部门批准后方可设置。

（6）落地式户外广告设施

①商业步行街及建筑后退用地红线距离大于 5 米的商业用地，可设置底座式户外广告设施和景观雕塑式广告设施；

②落地式广告设施设置不得妨碍交通和人流疏散，不得占

用消防通道，盲道和影响无障碍设施的使用；

③落地式广告设施宜采用时尚创意与区域特色结合的艺术化形式，点缀街区活力空间。

（7）本区域鼓励创新、创意，鼓励新材料、新技术的使用。

第10条 适度设置区规划要求

1. 分区定义

为满足街区活力营造、商业和公共宣传需求，允许适度设置户外广告设施的区域。是全面建设“山水红韵之都”的城市风貌和现代商业文明交相辉映的区域特色消费中心城市的重要支撑。

2. 区域范围

结合《金寨县国土空间总体规划（2021-2035年）》确定老城、新城、高铁片区范围内的商业商务次中心及街道社区商业片区，即高铁站西侧商业副中心，玉博园商业副中心（红军大道南侧、燕子河路东侧玉博园区域），鲜花岭商业副中心（将军大道西侧、灵山寺路东侧，梅黄路沿线区域），老城商业副中心（史河路西侧，老县委办公楼周边区域以及洪家河畔养生谷区域）、金家寨路西侧商业副中心等。

3. 目标定位

立足于金寨县多中心、网络化商业空间结构体系，作为重点展示区的必要补充，依据不同商业中心的建筑空间特色和商业特征，通过适度设置户外广告设施，以适度创意多元的展示形式，打造区域级城市活力中心。户外广告设施设置应突出“少而精”，侧重品质提升。

4. 设置要求

（1）禁止在高层建筑的主体墙面，即高度超过24米的墙面部分，设置户外广告设施。

(2) 户外广告设施设置容量指标:

①同一建筑载体, 依附于建筑物外墙设置户外广告设施(不含橱窗广告)的总面积应小于所附着墙面面积的 30%;

②同一建筑载体设置的户外招牌设施的总面积应计入上述户外广告设施总面积, 一并受容量指标约束。

(3) 宜采用附着式平行于建筑物外墙广告、橱窗广告、集中式户外招牌设施等形式, 与所在街区景观风貌及建筑载体风格相协调。

(4) 鼓励创新、创意。鼓励新材料、新技术的使用。

第 11 条 严格限制区规划要求

1. 分区定义

在保护金寨县多元城市风貌、建筑空间特色的基础上, 严格限制户外广告设施设置的区域。

2. 区域范围

重点展示区、适度设置区及禁止设置区以外的其他区域。主要包括居住用地、文化用地、体育用地、公用设施营业网点、工业用地、广场用地、停车场用地、对外交通用地、仓储用地等。

3. 目标定位

侧重保护金寨县多元城市风貌和建筑空间特色, 展现有序、生动的城市空间面貌。以各类户外公益广告设施设置为主, 严格控制户外商业广告设施设置总量和类型, 以不影响绿化景观、居民生活和企业生产为宜。

4. 设置要求

(1) 户外广告和招牌体量以中小型为主, 规格、位置、数量等应严格符合设置通则要求。

(2) 生活区应尽量少设户外广告和招牌, 户外广告和招牌应讲究中、小型化, 不宜设置强闪光、跳动等较为刺激的夜间

照明和有噪声的广告，以免形成声、光污染，影响人们生活；广告画面不宜太艳丽，以淡雅为宜；

（3）体育用地区域户外广告应和招牌以本单位公益性宣传为主，体育产品、运动品牌广告为辅，广告和招牌应体现热烈、欢快的气氛；

（4）工业区可适当设置体量较大的户外广告和招牌，以明快、震撼为宜。设置于工业区的户外广告和招牌主要用于企业形象宣传，不宜安排过多商业广告。

（5）广告和招牌形式要求鼓励设置使用新工艺、新材料制作，不宜使用低工艺、粗制作的户外广告和招牌。

第12条 禁止设置区规划要求

1. 区域定义

为保护自然景观、保护生态环境和历史文化资源以及创造安静和谐的办公和生活环境禁止设置户外广告设施的区域。

2. 区域范围

《金寨县国土空间总体规划(2021-2035年)》划定的特别用途区、陆地水域、战略预留区、城镇弹性发展区，以及集中建设区内的行政机关、教育机构、医疗、社会福利设施、宗教活动、生态绿地、各类市政公用设施等用地。

3. 目标定位

严格保护生态环境和自然景观风貌，保护历史文化资源的风貌完整性，此区域严禁设置任何商业性户外广告和招牌，允许根据用地性质设置少量公益广告及小品广告，设置应突出宣传金寨的城市魅力与城市特色，而且需对其选址及尺度严格审批。

4. 设置要求

（1）禁止设置商业广告，只能设置介绍景点和宣传文化的实体广告和公益广告；

(2) 医疗、科教教育用地区域户外广告应和招牌以本单位公益性宣传为主，广告和招牌以严肃、清雅的画面为宜；

(3) 各级文物保护单位、风景名胜区等区域禁止设置任何形式的户外广告（节日、重大活动需要设置烘托气氛的临时性标语除外）；

(4) 公益性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；

(5) 对店招、店牌形式、大小等严格限制，不得影响建筑风貌；

(6) 设置公益广告设施，设施需与周边环境相协调，可利用绿化手段相结合，将设施作为景观元素设计；

(7) 公共绿地、生产防护绿地、旅游区可结合旅游广告等，设置一些非商业性公益广告和招牌，如政策宣传、环境保护等；广告画面以自然清新为宜，不影响绿地的景观和休闲效果，应与绿地景观和谐统一。

第13条 城市特色地区

城市特色地区在金寨县域范围内选定，包括城市门户节点、河流景观带、旅游区三类地区。详见表2。

表2特色地区范围一览表

分 类	范 围		备 注
城市门户节点	铁路客运枢纽	金寨东站、金寨站、南溪站、墩义堂站	以《金寨县国土空间总体规划（2021-2035）等相关规划确定的高速公路体系为依据
	公路客运枢纽	客运西站、客运东站	
	通用机场	金寨支线机场	
	高速出入口	梅山、丁埠、古碑、斑竹园、金寨仙花、燕子河等	

河流景观带	淠河、史河	--
旅游景区	天堂寨旅游区、马鬃岭旅游区、燕子河大峡谷旅游区、汤家汇红色旅游小镇、梅山湖旅游区、小南京乡村旅游扶贫示范区	--

第 14 条 城市门户节点规划要求

1. 总体定位

金寨县城市门户，城市及品牌宣传的主阵地，金寨县户外广告设施形象、品质标杆地区。应秉持“精品”路线，严格要求户外广告设施设置的位置、大小、密度与色彩、照明等，展示设计精美、工艺精湛的户外广告设施，构建人与自然环境和谐、视觉秩序良好、环境优美的金寨门户形象，突出户外广告设施创意及发布品牌的精品化、突出户外广告设施与环境的视觉一体化，突出户外广告设施造型设计制作的艺术化。

重点打造金寨站、金寨东站两大铁路枢纽，G42 沪蓉高速、G4222 和襄高速以及和襄高速天堂寨支线等高速沿线、出入口，展示城市门户形象。

2. 设置要求

(1) 对标国内同级城市门户地区，将户外广告设施作为空间要素协调周边环境，整体构建区域视觉秩序，全面提升区域环境品质和识别性。

(2) 户外广告设施应秉持“精品”标准，结合城区特质和环境特色，整体进行造型设计，造型语言应突出金寨特色。

(3) 严格管控户外广告设施发布内容，应以金寨县的主题

宣传为主。配合城市门户节点布局，构建金寨品牌宣传体系，为城市形象宣传、旅游文化推介、工业产业发展助力。

（4）户外广告设施应结合区域环境统一规划布局，严格控制总量，每处门户节点不宜超过3个。

（5）鼓励新材料、新技术的使用。

第15条 河流景观带规划要求

1. 总体定位

侧重整体风貌、区域特色的塑造，通过建筑界面、空间环境整体塑造，对户外广告设施实施风格管理。

2. 设置引导

（1）仅允许用于商业、旅游业开发的区段设置少量的创意性户外广告设施。其他区段禁止设置商业性广告。

（2）临河界面及其他对岸可见区域，禁止设置电子显示屏广告。

（3）公益性户外广告设施应以景观小品、雕塑、艺术彩绘等富有设计感的展示方式为主。

（4）河流景观带沿线应统一规划、布局户外广告设施，严格管控广告数量，提升设计品质。

（5）不得影响防洪设施。

第16条 旅游景区规划要求

1. 总体定位

结合不同类型的旅游景区特色，选取天堂寨旅游区、马鬃岭旅游区、燕子河大峡谷旅游区、汤家汇红色旅游小镇、梅山湖旅游区、小南京乡村旅游扶贫示范区等旅游景区，彰显历史

韵味与特色风貌，广告设置应融入特色元素，与建筑本体及周边环境融为一体。保护区域视觉环境品质和景观氛围，严格限制户外广告设置，除内部商业街区外禁止设置商业性广告，并严格管控公益性广告。侧重广告设施的造型设计及创意。

2. 设置引导

（1）旅游区范围内商业街可参照适度设置区设置，其中仅允许商业及包含商业功能的混合用地、建筑设置。

（2）侧重整体风貌、区域特色的塑造，通过建筑界面、空间环境整体塑造，对户外广告实施风格管理。

（3）侧重建筑界面整饬、有序和近人空间的丰富多样性相结合。

（4）建筑低层近人空间配合商业分布，通过小型、互动化的商业性广告和橱窗广告打造高品质活力空间；

（5）公益性广告侧重旅游、城市宣传。选点布局及造型设计应体现区域风貌特征，并应单独审查。

（6）户外广告应以具有文化内涵、地域特色的创意性设计为主，突出特色；鼓励地域化材料、元素的应用，鼓励艺术化、景观化设计。

第 17 条 重要道路管控要求

1. 道路分级控制

对规划区内道路进行户外广告分级控制，分为三类道路，即广告设置适宜路段、广告设置限制路段、广告设置禁止路段。

表3中心城区道路分级控制一览表

分级	分级路段	设置要求
适宜路段	主要为城市商业性道路，道路两侧多为商业街区、商业中心等商业气氛浓厚路段。包括史河路、梅南路、金江大道、梅山湖路、红军大道、莲花山路、江天路、天堂湖路、将军大道等路段。	(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。
限制路段	主要为城市居住区、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	(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；

分级	分级路段	设置要求
限制路段	路段以外的其他市政道路。	(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。
禁止路段	城市交通性道路，包括以交通功能为主的城市主干道和城市快速路，如 S245、大别山路、将军大道城外段、金刚台路等路段。	(1) 在禁设路两侧不得设置除公交候车亭广告以外的任何形式的商业性长期性户外广告； (2) 设置公益广告、政府公共信息发布平台及旅游、交通导向标识，不得出现经营性广告内容； (3) 允许设置的广告不得破坏城市特色风貌、不得影响居住生活、不得破坏公共空间、不得影响交通安全和市政公用基础设施等； (4) 区域设置的广告形式应与周边环境相协调、达到和谐统一的效果； (5) 确保在地方行政许可的范围之内设置广告牌，避免盲目占用道路公共空间，形成交通阻碍； (6) 招牌广告尺寸规格以不遮挡道路交通驾驶线视为原则，避免影响正常驾驶； (7) 整体风格与样式需与常规交通道路指示牌相区别，避免影响交通道路指示标志的指引与标示功能； (8) 内容上不得涵盖及干扰与交通指示标牌类似的交通标志指引信息，避免误导交通，产生安全隐患。

2. 道路分类指引

对规划区内道路进行户外广告分类指导，分为四类道路，即交通性道路、生活性道路、商业街区道路和休闲景观带。

表4中心城区道路分类指引一览表

分类	分类路段	控制要点
交通型道路	主要以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。	(1) 交通性道路户外广告应以展现城市景观风貌的户外广告为主，既要展现金寨的经济特色，又要塑造金寨良好的城市景观和城市风采； (2) 由于交通性道路主要以车行交通为主，考虑城市交通流量大的特点，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或间距过密，宜简洁明了，更不宜横跨道路和影响道路视距，保证宽阔的道路和完整的道路视觉感受； (3) 禁止设置动态画面播放速度大于1帧/100秒的广告设施，避免驾驶者分神和车辆滞留，减少对车辆行驶的干扰。
生活性道路	主要以体现城市生活文化气息为主的城市次干路、支路、小区道路等。	(1) 由于生活性道路有车流也有人流，车速不是很快，并兼顾商业性与交通性的特性，故生活性道路户外广告既要提升城市的形象及软实力，又要展现美好生活的气息； (2) 户外广告设置要求广告以能代表金寨文化的实体广告为主，如与小品、雕塑等结合设置的实物广告，应当富有人情味，并能体现生活气息和金寨文化，采用无噪音非强光的照明系统，以免打扰居民休息。

分类	分类路段	控制要点
商业街区道路	主要以体现现代商业文化气息为主的步行街和城市支路等。	(1) 由于商业街区道路主要以吸引人流、增进商业气氛为目的，故商业街区道路户外广告应以商业广告为主，既要充分反映金寨经济繁荣景象，又要力求体现城市精神文明风貌，显示浓郁的现代商业气息； (2) 为促进城市经济的进一步繁荣，商业街区户外广告设置要求造型生动、鼓励新型材料的运用及夜景照明效果。
休闲景观道路	主要依托江河、水系、绿带、步行交通系统等构成的城市休闲绿色景观通道等。	(1) 由于休闲景观带（道路）主要以满足人们休闲、娱乐、活动、健身等为主要目的，故休闲景观带户外广告既是树立城市旅游新形象的窗口，又是打造城市新型休闲的绿色通道； (2) 此路段户外广告设置可结合小品设置实物造广告，起点缀作用，造型要艺术化，只能设置公益性广告，突出滨河绿带、城市景观带广告的良好性、文化性、公益性和教育性。

第三章 控制通则

第 18 条 分类管控

依据《城市户外广告和招牌设施技术标准（CJJ/T149-2021）》和《金寨县城市规划区户外广告设置管理办法》，结合行业发展情况和金寨县实际，本规划按照禁设类、可设类和鼓励类规范各种类型户外广告设施。

（1）禁设类：是指形式老旧落后，不符合城市定位和市容建设要求的，对景观有突出影响的户外广告设施类型。包括屋顶广告、窗户广告、桥体广告等。禁设类广告禁止在本规划范围内设置。

（2）可设类：是指户外广告设施设置中的主体类型，通过有效的规范、适度地设计可实现良好视觉品质，有利于烘托商业氛围的类型。包括平行于建筑物外墙的广告、垂直于建筑物外墙的广告、底座式广告等。

（3）鼓励类：有利于进行艺术化表现，有利于创意创新的类型。本规划鼓励在适宜的条件下优先设置。包括橱窗广告、景观雕塑广告等。

第 19 条 通用规定

1. 基本要求

（1）设置户外广告和户外招牌必须符合国家、省市相关法律、法规、规章和技术标准的要求。

（2）户外广告和户外招牌设置禁止妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序。

（3）户外广告和户外招牌设置不应损伤城市景观、建筑物和天际线；不应破坏被依附载体的整体效果，不应改变建筑里面的构图关系，且不应遮挡建筑有特色的里面细部；不得影响

被依附载体的使用功能。

(4) 同一区域或同一建筑上相邻的户外广告和户外招牌其设置位置、形式、大小、色彩、材料、文字和图案等要保持协调统一，并与街道景观、建筑物及其他所依附的载体相协调。

(5) 设置户外广告和户外招牌应与城市功能分区、城市风貌分区相协调、符合城市市容环境的定位要求，与周边人文景观、自然环境、城市空间及建筑特点相协调。

(6) 新建建筑物在建筑外观设计的同时应统筹考虑户外广告和户外招牌的整体设计，须将其设置方案连同规划建筑立面设计方案一并报相关部门审定。

(7) 现状建筑应结合建筑立面情况对户外广告和户外招牌进行统筹布局、一体化改造，经相关程序审核批准后严格按照改造方案实施。

(8) 户外广告和户外招牌的布局、设计方案、内容组织等应符合美学原则，具有设计美感；鼓励对户外广告和户外招牌进行艺术化设计，鼓励能传达人文精神的具有创意的户外广告和户外招牌设计和展示方式。

(9) 户外广告和户外招牌应注重与环境 and 所依附建筑设置的昼夜景观协调，保证夜间亮化，尽量减少光学污染。

(10) 设置户外广告和户外招牌宜采用新媒体、新技术、新材料、新形式，应体现时代特点和城市特色。

(11) 户外广告和户外招牌的构架应进行隐蔽处理，不应裸露，影响美观。

(12) 历史文化街区、特色风貌区、传统风貌建筑的户外招牌应按照传统模式设置，商业老字号户外招牌应当符合历史传统演示，连锁经营的应当统一风格。

(13) 党政机关、社会团体、事业单位、军事用地和保安用地等职能结合建筑物出入口(一层墙面、立柱)悬挂单位名称

户外招牌，也可结合地块出入口建筑物（包括大门、围墙和其他形式构筑物）设置横卧式户外招牌或挂置相应的户外招牌。

（14）因特殊要求与本规划相冲突的项目以“一事一议”原则单独论证。

2. 内容控制基本要求

（1）内容控制基本要求：

①户外广告和户外招牌使用的文字、商标、图案等，应当符合国家有关规定，书写准确、清晰、规范、易于识别，应当符合《中华人民共和国国家通用语言文字法》中关于书写使用简化字、繁体字、汉语拼音等相关规定。

②同一户外广告和户外招牌禁止使用两种或两种以上外文，少数民族文字、汉语拼音与外文禁止同时使用，少数民族文字、汉语拼音或外文与汉字配用时，应当书写规范、正确。

③禁止单独使用汉语拼音替代汉字作户外广告和户外招牌用字。

④户外广告和户外招牌宜使用简体字，外文字要规范，宜以中文在上，外文在下，中文字体大，外文字体小。

⑤禁止设置易产生视觉错觉的户外广告和户外招牌，包括具有移动幻觉和由于文字或图案的改变造成移动幻觉的。

（2）户外广告内容控制要求：

①广告内容应符合主流价值观，不得违反国家的法律、法规、规则、党的方针政策、社会主义精神文明和道德规范要求。

②应以金寨县旅游、文化、经济、产业等各方面的知名品牌、名优企业、名优产品宣传为主，以国内外知名品牌名优企业、名优产品宣传为主，用以宣传、展金寨县的城市形象、经济社会发展和城市建设成就。

③禁止设置有不良文化内容的户外广告，不应出现烟草、

涉医涉药内容，不应出现内衣、卫生健康等类型内容。

④城市道路两侧的户外广告外观不得与交通标志相近似。

⑤标注企业名称的面积不得超过广告版面的 1/10。

(3) 户外招牌内容控制要求：

①户外招牌仅允许设置经市场监督管理部门注册的相应建筑物、场所、商铺名称的全称或简称，并可以增加标志标识，禁止出现包含其他促销内容信息（如产品推介内容、联系方式、价格信息、促销活动等）。

②户外招牌内容必须与其对应的建筑物、场所、商铺的使用功能一致，若不一致或超出相应办公、经营场所范围外设置的，则视作户外广告，纳入广告管理。

③楼宇标识（含广场），应当按照经地名管理部门核准的建筑名称设置。

④版面广告应疏密得当，字体尺寸比例协调，展示内容所占比例应 $\leq 60\%$ ，主题突出，标识适当。

⑤禁止在一块户外招牌上重复出现同一家店铺名称。

3. 色彩控制要求

(1) 色彩控制基本要求：

色彩是户外广告和户外招牌的重要直观表现方式之一，很大程度上影响了广告品质和城市景观。因此，必须对色彩进行合理控制与引导，通过色彩的整体控制营造繁华、活力的商业氛围，稳重、大气的商务办公氛围。重点区域严格控制色相、饱和度、对比度等色彩要素，强调地区风貌的协调统一。

①户外广告和户外招牌的主色设定和色彩搭配应符合城市风貌色彩相关规划的相关要求，并与所处区域的定位相符。

②禁止使用与交通标志、警示标识、安全标识等特殊标识相同的配色方案。

③处于同一建筑立面的户外广告和户外招牌应统一制定色

彩使用方案。

(2) 户外广告色彩控制要求:

(3) ①户外广告的色彩应与所处街区和所附着建筑的功能定位、景观氛围、整体色调相协调,同一展示画面中使用色彩不宜超过3种。

②当同一建筑里面设置超过2个户外广告时,所有广告的主色宜使用或近似色相,并保持明度和饱和度协调。

③不应使用高饱和度的色彩作为户外广告的主色。

④不应使用所附着建筑主色的对比色相,宜使用同色相或近似色相,并保持明度和饱和度协调。

⑤户外广告画面为了突出主体,广告背景色通常比较统一,多用柔和、相近的色彩或中间色突出主体色,也可用统一的暗色彩突出较明亮的主体色,背景色彩明度的高低,一般视主体色明度而定。

(3) 户外招牌色彩控制要求:

①原则:户外招牌所选用色彩应遵循“大和谐小对比”的主要原则,及整体色调应统一,和谐局部的地方可以有一些对比。

②色相:户外招牌的基本色调,应与所依附建筑等载体的基本色调保持和谐,色相反差不应过大,原则上户外招牌选用色彩应与载体基调色为同类色配色(色轮夹角 60° 以内)。

③明度:户外招牌的色彩明度应融入载体基调色,对特定区域需容易规定明度控制。

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

⑤搭配:同一户外招牌色彩搭配种类原则上控制在2种以内,最多不超过3种;色彩面积搭配应遵循配色黄金比例

70:25:5，其中 70%为大面积使用的主色，25%为辅助色，5%为点缀色。



图1户外招牌色彩示意图

⑥户外招牌基底色（底板）参照建筑外立面辅助色取色，户外招牌文字使用彩色文字时，尽量使用和基底色同色系的颜色，门店柱墙颜色从基底色中选取，与建筑色彩相协调。

⑦楼宇标识应注重与建筑的匹配关系，应根据建筑里面

材质和肌理进行选择 and 配色，应选用与建筑立面同色系的颜色，使其融入到建筑语言之中。

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

⑨按商业场所经营类型，严格控制招牌的色彩配置。

⑩审批中对申报的设计方案须按场所种类和对应色系的基本要求实施。

4. 材料控制要求

材料是户外广告和户外招牌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，提高户外招牌的精致程度，主要如PC板、有机玻璃、抗腐蚀金属、铝塑材质等材料。

①户外广告和户外招牌的材质、外观应与所处区域环境和建筑立面保持协调。

②户外广告和户外招牌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户外广告和户外招牌不应出现外露的支架（含结构支撑、构建支架等）。

④户外广告和户外招牌应制作精良、造型美观、安装牢固。

⑤户外广告和户外招牌的材料应采用不反光的材质防止由于镜面反光所导致的行人、司机的眩晕感，以及对于飞机起降、车辆、行人通行的反光照射。

⑥禁止使用铁皮、泡沫板、低端喷绘布等质量低劣材料，并限制金属、有机玻璃、油漆等材料的大量应用。

⑦户外招牌禁止使用喷绘布、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。

表5户外广告建议选用材料一览表

户外广告建议选用材料一览表		
	材料名称	材料性能
常用材料	PC耐力板	质量轻、透光性强
	自然发光材料	透明度高、成型性好、涂层薄
	不锈钢	质量轻、强度高、耐腐蚀、网子L板具有通透作用
	PVC	稳定性好、耐火阻燃、表面光洁、容易加工、耐老化
	亚克力	质量轻、透光性好
	木塑板	具有良好的刚度和韧性、不宜变形、防龟裂
	双色板	抗冲击、耐热、耐低温、易于加工、成品尺寸稳定

		户外招牌建议选用材料一览表							
建筑及材料		户外招牌材料							
		合成板材	金属材料	玻璃	木材及人造仿木板材	壁纸布	字体雕刻	喷涂张贴	石材
常用建筑涂料	白色系外墙涂料	★★	★	★	★★	★★	★★	★★	★★★★
	灰色系外墙涂料	★★★★	★	★	★★	★	★★	★	★
	灰黑色系外墙涂料	★★	★★★★	★★★★	★★	★★	★★	★	★
	彩色外墙涂料	★	★	★	★★★★	★	★★★★	★	★★★★
清水混凝土及装饰混凝土	清水混凝土	★★★★	★★	★★	★★	★★	★★★★	★★	★★★★
	装饰混凝土	★★	★★	★★	★★	★★	★★★★	★★	★★★★
砖砌体及面砖	清水砖墙	★★★★	★★★★	★★★★	★★	★★	★★★★	★★★★	★★★★
	贴面砖	★★	★★★★	★★	★★	★	★★	★★	★★
木材、木塑人造板材		★★	★★★★	★★	★★★★	★★	★	★★	★
天然石材及石板幕墙	石材	★★★★	★★	★★	★★	★★	★★★★	★	★★★★
	石板幕墙	★★	★★	★★	★★	★★	★★★★	★	★★★★
玻璃及玻璃类幕墙	框架式玻璃幕墙	★★★★	★★★★	★	★★	★★	★	★	★
	点支式玻璃幕墙	★★★★	★★★★	★	★★	★★	★	★	★
	全玻璃幕墙	★★★★	★★★★	★	★★★★	★★	★	★	★
金属类板材	铝、铝合金板材	★	★★	★	★	★	★	★	★★
	铜及铜合金	★★	★★	★	★	★	★★	★	★★
	钢板、不锈钢板	★★	★★	★	★	★	★★★★	★	★★
	锌板、钛板、钛合金等	★	★	★	★	★	★	★	★★
其他	透明塑料、薄膜	★★★★	★★	★	★★	★	★	★	★

说明：★★★推荐使用 ★★允许使用 ★不建议使用

5. 照明控制要求

(1) 户外广告和户外招牌照明已成为展示城市夜间形象的重要因素，要选用合适的光源光色和显色性，使光色与照度具有相当的比例，构筑、渲染出各种舒坦的色感环境氛围。

(2) 户外广告和户外招牌的照明方式、亮度、光色、动态应符合城市夜景照明的相关规划要求。

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

(4) 照明方式控制要求：

户外广告和户外招牌的照明方式分为无照明、被动发光照明和自发光照明 3 种形式。

① 户外广告被动发光照明分为：内置灯、背打灯、投射式；自发光照明分为：霓虹灯（禁止暴露发光灯管）、LED 显示屏广告。

② 户外招牌被动发光照明分为：内置灯、背打灯、投射灯。

③ 户外招牌禁止设置 LED 点光源、LED 显示屏等闪烁和动态光源；户外广告禁止使用闪烁的动态光源。

④ 位于城市快速路、主干道沿线的 LED 显示屏户外广告禁止播放动态画面，必须采用静态刷屏方式，且每个固定画面的播放时间不应小于 15 秒。

(5) 照明亮度控制要求：户外广告和户外招牌的照明亮度应与所处区域的环境亮度相协调，避免形成过于强烈的亮

度对比，且与建筑物的对比度应控制在 50%以内，不超过环境亮度的 4 倍，同时不应超过右表的要求。

（6）照明光色控制要求：

①应避免大面积的色彩对比，不应选择高饱和度的颜色，以白光、暖白光为宜；不宜采用红色光。

②户外广告和户外招牌照明不应产生光污染及影响机动车的正常行驶。设置于交通信号灯、交通标志周围十米以内及背景空间内的，不得采用闪光方式和红、黄、绿三种颜色。

（7）照明光源控制要求：

①户外广告和户外招牌照明应选择安全、环保、节能的灯具，同时光源应具有良好的显色性，显色指数宜大于 80。

②户外广告和户外招牌照明的灯具必须进行遮蔽，避免灯具与支撑结构外露。

③避免由于过度照明、超范围照明等引发的光污染，包括干扰光、炫光、混光、人工白昼等。

④户外广告和户外招牌采用投射灯照明时，应控制投射范围，散射到广告与标识外的溢散光不应超过 20%。

（8）照明开闭时间控制要求：

①一般地区：晚 9 点—早 6 点半，大型电子显示屏应保持熄灭状态，其他类型有照明广告宜保持熄灭或低亮度状态。

②主要商业、商务区：晚 10 点半—早 6 点半，大型电子显示屏广告应保持熄灭状态，其他类型有照明广告以保持熄灭或低亮度状态。

③面对或邻近居住建筑或医院等近似功能建筑的户外

广告设施，关闭时间不应晚于晚 9 点。

表 6 户外广告不同区域平均亮度控制表

户外广告被照明面积S (m ²)	平均亮度最大允许值(cd/m ²)	
	一般类型广告	LED显示屏
$S \leq 0.5$	1000	1000
$0.5 < S \leq 2$	800	
$2 < S \leq 10$	600	
$S > 10$	400	

户外招牌不同位置平均亮度控制表

招牌标识类型	位置	平均亮度最大允许值(cd/m ²)
楼宇标识	高层建筑上方和重要交通枢纽建筑	1000
	商业功能区裙房	600
	一般地区的多层、底层建筑	500
店面招牌	商业功能区	500
	一般地区	400

6. 安全控制要求

(1) 设置户外广告和户外招牌必须符合道路交通、消防、电气、钢结构、施工安装等各项与安全相关的法律、法规、规范和技术标准的要求。

(2) 禁止在危房或可能危及建筑物和设施安全的位置安装户外广告和户外招牌。(3) 设置户外广告和户外招牌的单位或个人应定期对户外广告和户外招牌设施进行检查和维护，以保持户外广告和户外招牌的安全及外形美观，发现图

案、文字、灯光显示不全、陈旧、污浊、腐蚀、损毁、变形、脱色等情况，应立即予以回复或拆除。

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

第 20 条 户外广告设置要求

1. 户外广告禁止设置规定

（1）有下列情形之一的，禁止设置户外广告：

①利用交通设施标志（轨道站点标志、路名牌等）、公交站牌（公交候车亭除外）、交通安全及导向设施（红绿灯、交通导向牌、交通信息牌等）、交通执勤设施、非机动车停放指示牌（公共自行车亭除外）、道路隔离栏、人行天桥护栏、道路和桥梁防撞墙与隔声墙等设置户外广告的；

②在国家机关、学校、历史文化街区及其建筑控制地帯内的（公益性户外广告放宽要求）；

③在主次干道红线范围内的（公益性户外广告放宽要求）；

④跨越城市道路、公路、铁路、河道的；

⑤利用行道树或者影响绿化景观的；

⑥利用建筑物屋顶及沿街毗邻建筑之间空间的；

⑦利用危房或者可能危及建筑物和设施安全的；

⑧破坏建筑物立面整体风貌的；

⑨影响建筑物采光、通风和消防救援等功能的；

⑩法律、法规以及户外广告设施专项规划禁止设置的其他情形。

（2）其他禁止的广告形式：

①禁止户外广告使用探照灯；

- ②禁止设置使用活体动物的广告；
- ③禁止设置散发任何气味的户外广告；
- ④禁止设置造成环境污染的户外广告；
- ⑤禁止设置有不良文化内容的户外广告；
- ⑥禁止设置烟草广告。

2. 建（构）筑物上的户外广告

（1）平行于建筑物外墙广告：

①平行于建筑外墙的广告设施顶部不得超过建（构）筑物顶部；

②同一建筑立面上连续设置的广告设施宜统一牌面位置、尺寸和间距；

③不宜在同一建筑上设置 3 种以上形式的户外广告；

④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 0.5m，不得妨碍行人、车辆通行安全；

⑤平行于建筑外墙的户外广告设施单个面积不宜大于 100m²；

⑥广告设施总面积宜小于设置墙面（扣除窗户）面积的 30%；

⑦其他区域建筑物玻璃幕墙不得设置非结构性墙面广告，活力展示区商业零售建筑的玻璃幕墙上设置非结构性墙面广告的，必须满足建筑消防安全和采光通风的正常要求；

⑧各类平行于建筑外墙广告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；

⑨位于街道转角的建筑，其转角处的户外广告应当整体设计。

（2）电子显示屏广告：

①大型电子显示屏广告装置宜设置在活力展示区，特殊区域内须经过主管部门组织的论证后方可设置；

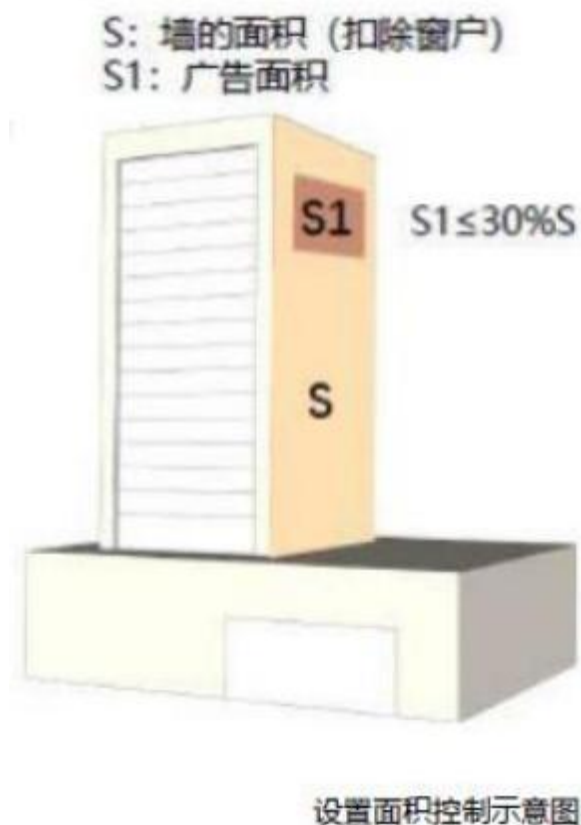


图 2 设置面积控制示意图

②活力展示区电子显示屏广告开放时间控制为 8:00 点—22:00 点；其他区域电子显示屏广告开放时间控制为 8:00—21:00 点；遇到重大活动、节日允许适当延长电子显示屏广告开放时间；

③高速公路、快速路红线两侧 50m 范围内、路口 50m 范围内，其他道路交通管制信号装置周围 10m 以内及其背景空间内，以及面向来车方向，不得设置户外电子显示屏，或面向来车方向的电子显示装置不得播放连续活动画面；

④面向居住区 100 米范围以内且面朝居住建筑窗户时，不

得设置任何电子显示装置及任何有灯光的广告招牌及其他设施。在此范围以外可以设置 LED 显示屏广告但必须有自动光感调节功能夜间亮度不大于正常亮度的 20%，并在 21：00 以后设置为静态广告内容。

⑤ 大型墙面上的电子显示屏广告设施设置高度不宜低于 6m，面积大小应与设置的场地环境相匹配；

⑥ 不得播放声音；

⑦ 设置在商业街区的，夜间亮度不得超过 350cd/m²；设置在其他区域的，夜间亮度不得超过 250cd/m²。

（3）电子走字屏广告：

① 不得设置的情形：

商业街区及景区；建（构）筑物二层以上墙体和玻璃橱窗内外；沿街两开间及两开间以下的商铺；户外招牌底边距地面高度净空高度小于 2 米的商铺；在高速公路、快速路红线两侧 50m 范围内、路口 100m 范围内，其他道路交通管制信号装置周围 10m 以内及其背景空间内，影响交通信号设施、交通标志使用的；其他涉及影响交通信号设施、交通标志使用的。

② 设置宽度不超过店面入口一个建筑开间的宽度，沿街三开间及以上单位，可在店招下方、门楣上方设置一块，单体设置长度宜大于一开间且小于三开间的宽度，设置高度不宜超过 40cm；

③ 仅允许设置于户外招牌底边以下位置，不得覆盖建筑分割柱体结构，优先设置于主入口上方，且距离地面应保证至少 2.5m 的通行高度，不得悬空设置；

④ 滚动字幕白天亮度宜控制在 350cd/m² 以内，晚上宜控制在 200cd/m² 以内；

⑤ 一家单位仅允许设置一块电子走字屏；

⑥ 电子走字屏字体宜采用红色或白色，鼓励采用双色显

示技术，降低显色饱和度；

⑦如采用静态刷屏形式切换内容，单幅内容显示时间 ≥ 15 秒，画面切换时间 ≤ 2 秒；如采用滚动字幕形式，应控制在每分钟更新 60—80 个字符的速率；

⑧采用 P10 及以下规格 LED 显示屏；

⑨开启时间为 8:00 点—21:00 点，开启时间宜与商铺（单位）营业时间一致；

⑩减少光污染：①采用物理控制，在 LED 走字屏表面增加遮光罩或遮光面板；②采用新材料控制，使用高新材料或高分子材料涂层或者贴膜降低 LED 走字屏的光线反射率。

（4）围墙广告：

①围墙顶严禁设置户外广告设施；

②透空围墙上不得设置户外广告设施；

③五十年以上的历史街区的实体围墙不得设置户外广告；

④同一路段围墙广告设施宜统一位置、尺寸和间距；

⑤设置在实体围墙墙面上的户外广告设施，其凸出墙面的距离应小于 0.1m；高度不得超出围墙高度，宽度应小于围墙柱墩之间的实墙面；

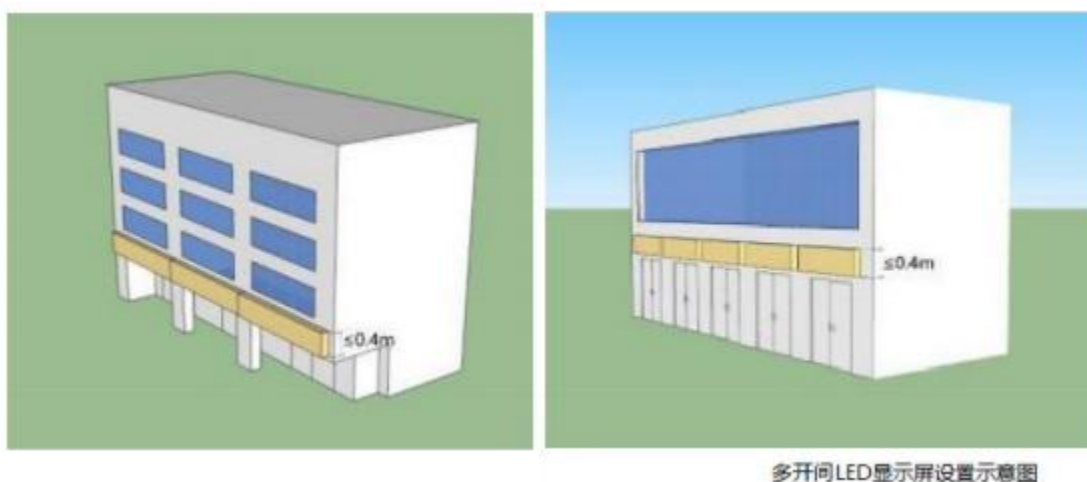


图 3 多开间 LED 显示屏示意图

⑥建设及拆迁施工单位在建设（施工）场地设置工地临时性围挡位置不应超越建设项目用地红线，建设项目竣工（施工项目完成）后应自行拆除；

⑦施工围挡广告只能作为临时广告，只允许发布该地块建设项目的形象广告或公益广告，公益广告比例不得小于30%，同时做到安全、简洁、美观，施工后必须及时拆除。

（5）带裙房高层建筑：

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

②建筑冠名与建筑立面顶部和建筑立面边线应保留适当的距离；

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

（6）不带裙房高层建筑：

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

②建筑冠名与建筑立面顶部和建筑立面边线应保留适当的距离；

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

(7) 多层商业建筑:

①多层商业建筑如果只属于一个单位，可在建筑上设置一个建筑冠名。建筑冠名形式和位置在 S1\ S2 中选其一；②墙面广告设施总面积不宜大于该立面面积的 30%；

③自建筑物 ± 0.00 标高起到户外广告设施顶部的高度 h 不宜超过 24m;

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

(8) 一般多层建筑:

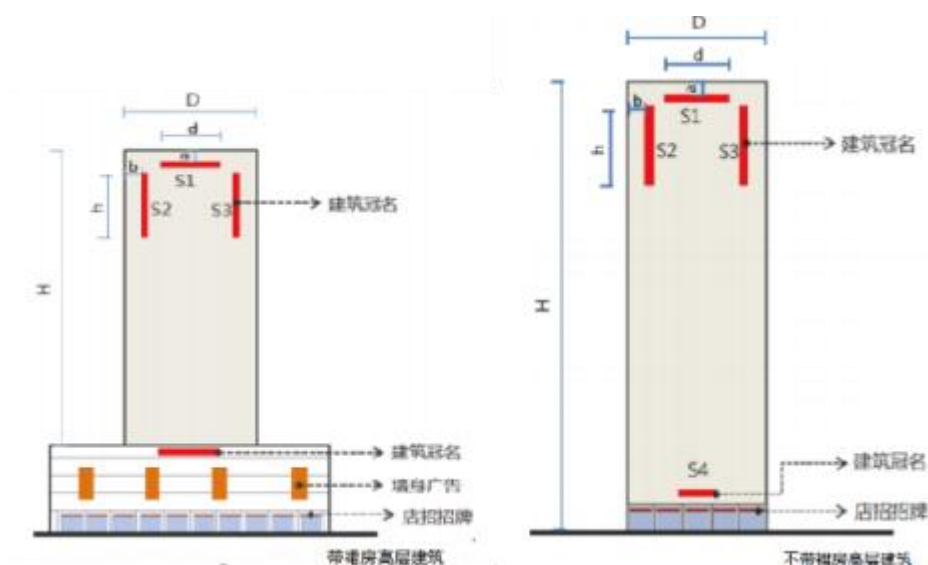
①一般多层建筑如果只属于一个单位，可在建筑上设置一个建筑冠名。建筑冠名形式和位置在 S1\S2 中选其一；

②不宜设置竖式标牌;

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

(9) 柱廊结构建筑:

建筑冠名可设置在建筑物顶部外墙面。



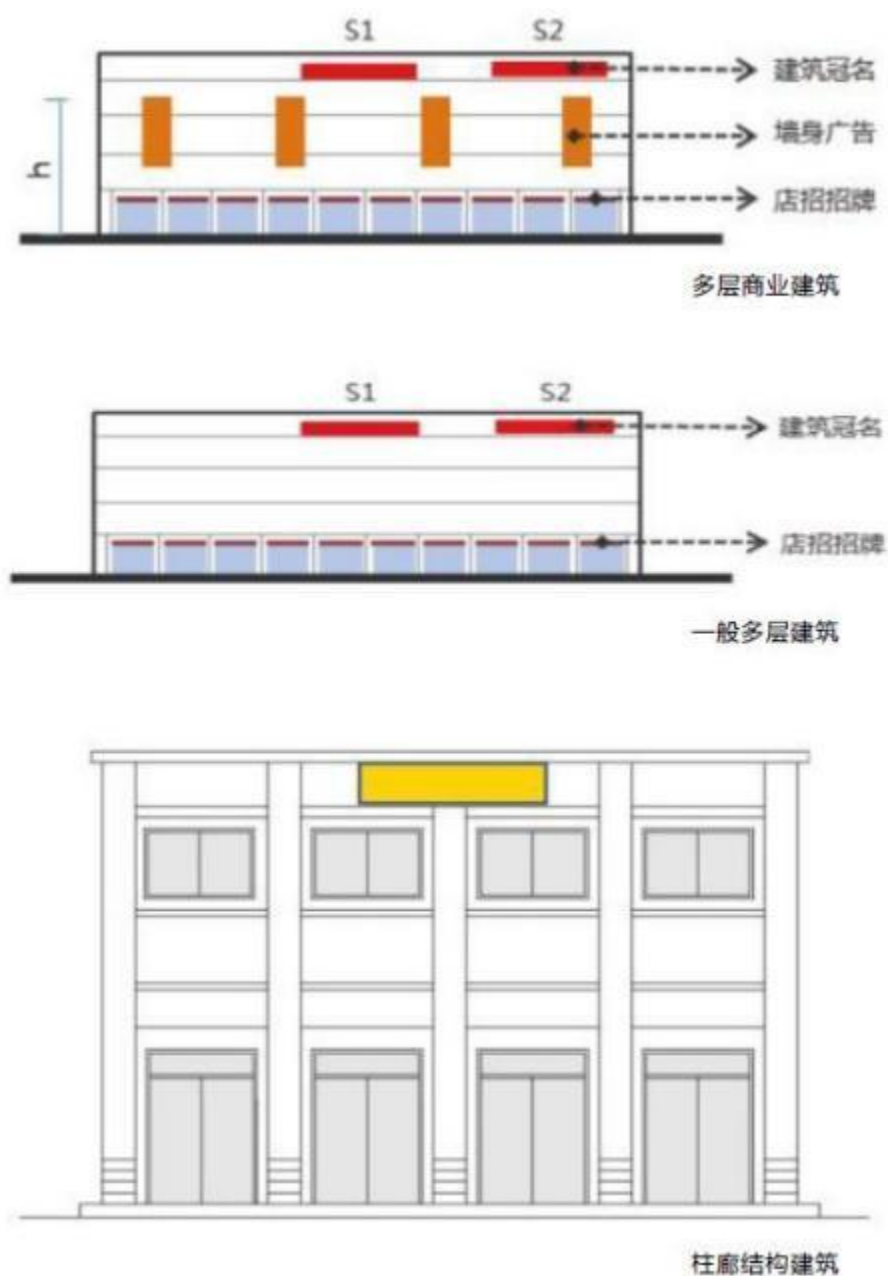


图4不同类型建筑户外广告设置示意图

3. 公共设施上的户外广告

(1) 附着城市家具的广告：

- ① 禁止利用电灯杆、电线杆等市政设施杆线设置广告（不含节庆宣传、公益赛事活动宣传等）；
- ② 禁止利用箱体、街道家具设施（公交候车亭除外）设置广告；
- ③ 除政府规定的公益广告外，禁止在道路绿化带内设置

广告;

④除公园、机关单位、居住小区护栏上允许设置公益广告外, 其他区域禁止在护栏上设置广告;

⑤公共设施上的户外广告设施, 牌面(单面)面积不得大于 2 m^2 , 任意一边的长度不得大于 2 m , 厚度不得大于 0.5 m ;

⑥公交站牌、路名牌、消火栓、出租车停靠点户外招牌等设施 5 m 范围之内不得设置独立式户外广告设施。

(2) 附属公交设施广告:

①公交候车亭广告牌面单面面积不得大于 4.5 m^2 , 面积宜小于公交候车亭面积(单面)的 $2/3$;

②不得在公交车站内座椅、公交候车亭顶部、公交车候车亭边缘区域和站牌设置广告, 公交候车亭连续设置的广告数量不得超过 3 块;

③广告设置不得妨碍乘客查询站点信息, 不得影响人流交通的顺畅和道路视觉的通透;

④站台广告应采用灯箱广告形式, 同一公交线路或同一区域应采用同一规格的广告形式;

⑤公交站牌广告至少广告总面积的 20% 面积用于发布公益广告。

4. 落地式广告

(1) 大型落地式广告:

①立杆式广告版面底边离地面不超过 1.5 m , 整体高度在 6 m 以下, 宽度不宜超过 20 m ; 立柱式广告(高炮)高度控制在 24 m 。长宽比宜为 $3:1$ 。

②广告设施不得影响人、车通行, 后退人行、车行区域不得小于广告整体高度;

③道路交叉口视距三角范围内不得设置;

④对外交通站点、高速公路入口若设置大型落地广告, 间距不小于 100 m , 连续设置个数不超过 3 个;

⑤立杆式广告不得影响城市绿植生长、或遮挡重要的城市绿化景观;

⑥立杆式广告不得在城市道路红线内、公园绿地内设置。

⑦禁止在城市规划区、乡镇规划区、旅游景区周边设立立柱式广告(高炮)。

(2) 底座式广告:

①宽度小于 5m 的人行道或面积小于 50 m² 的广场(空地)不得设置底座式户外广告设施;

②底座式户外广告设施的底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘宜为 0.5m~1.0m;

③底座式户外广告设施的总高度不得大于 3m, 底座占地面积不得大于 1m², 宽度不得大于 1.5m, 高度应与宽度相协调;

④底座式户外广告设施牌面(单面)面积不得大于 3 m², 厚度不得大于 0.5m;

⑤广告设施间距应不小于 60m;

⑥单独设置的底座广告应采用集约式设计, 应采用自带灯箱式照明;

⑦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%;

⑧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;

⑨紧邻城市道路的底座式广告面对车行道路的展示面 6m 以下不得设置 OLED、LED、LCD 等电子显示屏户外广告;

⑩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。

(3) 立杆式广告:

①广告设施牌面(单面)面积不得大于 2 m², 任意一边长

度不得大于 2m，厚度不得大于 0.3m，牌顶距离地面高度不宜超过 4.5m；

②临道路设置的立杆式广告设施的牌面外缘地面投影线距人行道沿石外缘不得小于 0.2m；

③广告设施间距应不小于 50m；

④不得采用 OLED、LED、LCD 等电子显示屏装置；

⑤立杆广告设置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；

⑥在同一路段内的立杆广告应保持风格、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。

（4）旗帜广告：

①不得设置在路口圆角弧线及切线点外 15m 范围内的人行道；

②旗帜广告单面幅面宽度不大于 0.9m，高度不大于 1.8m，厚度不大于 0.2m，广告底部距离地面高度不宜小于 3.0m；

③设置在一条道路上的旗帜广告，式样和规格应当统一，并与相邻道路上的旗帜广告相协调。

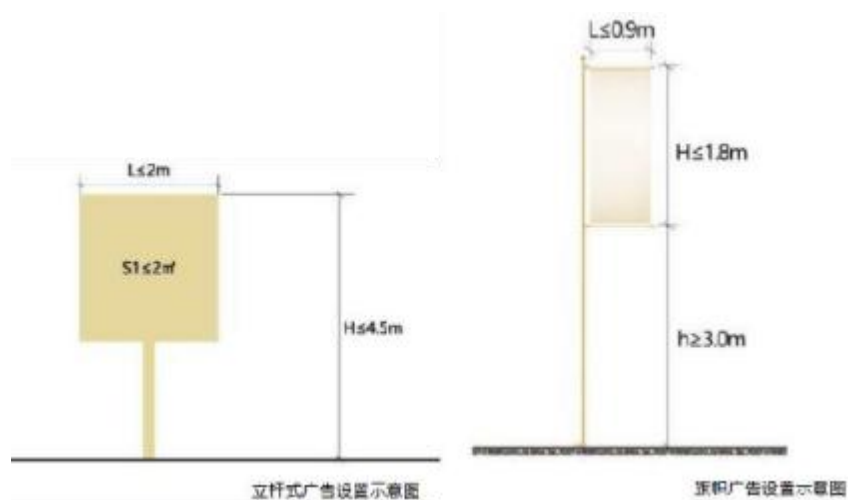


图5旗帜广告设置示意图

5. 移动式户外广告

①对于交通工具上设置附着式广告，除有固定行驶路线的公共电、汽车（不含小公共汽车）、载客三轮车、公共自行车外，不得在其它交通工具等可移动的载体上设置附着式广告；

②公共汽车、出租车广告可设置在车身两侧，单侧设置面积不得大于单侧车身面积的 $1/3$ ，广告画面最高不得超过 0.75m ；三轮车广告面积不得大于 1 m^2 ；公共自行车广告可结合车瓦两侧设置，不得对车瓦全部覆盖，其色彩应与车体颜色协调；

③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；

④车辆广告应当整洁、美观，不得对原车颜色全部覆盖，其色彩应与车体协调；

⑤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；

⑥空中移动广告设施涉及航空安全管理，必须应符合国家的有关规定。

6. 实物造型广告

①允许设置实物造型广告，广告体量要与所处环境整体相协调；

②大型商业综合体、商场、专业市场、公园和广场可结合场地内的小品、雕塑及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；

③实物造型广告占地面积应 $\leq 2.5\text{ m}^2$ ，宽度不大于人行道

宽度的四分之一，高度应 $\leq 8\text{m}$ ；

④结合植物设置的实物造型广告不能影响植物生长和整体美观为准则，广告占植物外表面的面积不能超过10%；

⑤在同一路段内的实物造型广告应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一，并与街道上的坐椅等街道公共设施或建筑物、构筑物相协调。

7. 临时性户外广告

（1）布幅广告：

①布幅广告设置应与周边市容环境相协调；

②利用建（构）筑物同一位置并列设置多条的，其规格应统一，不宜使用白底黑字；

③禁止设置横幅式布幅广告，仅允许设置竖幅式布幅广告，竖幅的设置长度不应大于25m，宽度不应大于0.6m；

④建筑一面设置不得超过15条竖幅广告，仅允许在3层以上（包括3层）建筑上设置，设置时间不超过3天。

（2）系留气球广告：

①系留气球广告设施的有关固定装置应当安全可靠，符合相关规定，且标志醒目。

（3）投影广告：

①不得投影于车行道上且不得影响周边环境；

②投影广告的投影光束照射区域距离地面高度不得小于4m，不得影响行人通行安全和居民生活；

③仅限投影于路沿、人行道、大楼外墙、一般墙面、玻璃幕墙、大型超市入口、宾馆影剧院大堂地面、橱窗、店面地面、广场等；

④二层（包括二层）以上商户，可以直接将广告投影至一层临街或人行道上，投影面积不应超过 6m²；

⑤其他行业及场所如百货公司、SHOPPINGMAIL、婚纱礼服业、汽车展示中心、灯光音乐出租业、大型展会会场及运动会会场，可依据现实需求酌情设置。

（4）会展中心、体育场广告：

①会展中心、体育场等市级公共服务设施在举办展览、赛事等活动时，可根据实际需求统筹设置临时性广告；

②广告内容：仅限与举办展览、赛事等活动相关的各类宣传，不应设置无关广告；

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

④设置范围：不应超出活动举办场地内部或自有用地范围内设置；

⑤设置要求：应遵守本规划对于不同类型户外广告的设置要求；

⑥同一用地范围内，当此类广告超出 2 处时，应单独编制临时性广告设置方案。

（5）道闸广告：

①允许在商业用地与居住用地内设置道闸广告，其他地区仅允许设置公益性道闸广告；

②禁止在车行道闸设置广告；

③禁止在折叠杆、折页杆及抬杆上设置道闸广告；

④禁止采取 LED 或动态的形式设置道闸广告；

⑤同一道闸的单面仅允许设置一个广告，禁止“一面多设”的情况出现；

⑥道闸广告的大小、长度应与机箱、闸杆、闸门等大小保持基本一致，不允许超过或小于闸杆投影面积的 15%；

⑦同一出入口如设置多个道闸的，在设置道闸广告时应协调考虑相邻广告的风格与色彩；

⑧人行道闸与道闸机箱可采取灯箱形式照明。

8. 公益性户外广告

①公益广告设施在规划布局上必须符合户外广告总体分区的规划控制要求，在数量上不得少于户外广告数量的 20%。LED 电子显示屏需要规划 20%的播放时间段用于公益性广告。

②商业娱乐区、商业步行街区、独立商业地区、独立娱乐康体区等应设置一定数量的公益广告，商业广告设施发布公益广告的面积或时间占比不得低于 20%，电子显示屏按刊播的实际播放时间计算。

③建筑工地不得以设置大型落地式户外广告牌代替实体围墙、围挡。设置有项目介绍类户外广告的工地实体围墙外立面，须按规定设置公益广告，公益广告占比不低于 50%。

④公益广告设施设置应按照规定区域设置，严禁利用公益性广告设施发布商业性广告。

⑤户外广告设施审批期满后，未取得相关延期设置审批许可的，应当在 15 日内将户外广告自行拆除。因举办大型文化、体育、公益活动或者举办各类商品交易会、展销会等活动设置的临时性户外广告设施，组织者应当在设置期满之日起 24 小时内予以拆除。

⑥经批准设置的商业户外广告设施，其广告版面空置时间连续超过15日的，应当按照户外广告设施设置许可部门的要求发布公益广告。

⑦发生重大自然灾害、事故灾难、公共卫生事件等突发事件，商业户外广告设施所有权人或者使用权人应当按照人民政府的统一部署发布公益广告。

⑧鼓励在高铁站、长途客运站、高速公路出入口等门户节点地区、大型公共空间节点、公园绿地、公交候车亭等地区设置公益性户外广告设施。

⑨医疗卫生设施用地、教育科研用地、公益性文化设施用地可设置适当数量公益广告。广告内容与建筑功能相协调，如民生建设、城市建设、环境保护、交通安全、健康文明、精神文明等主题内容。

9. 其他要求

为保护城市道路设施及道路地下管线完好，保障道路交通顺畅，城市道路红线范围内，在道路（含桥梁）的车行道、人行道、非机动车道及绿化隔离带、人行道绿化带等范围内不得单独设置落地式、底座式、立杆式户外广告设施。在城市道路红线范围内设置户外广告设施的，应结合附设在人行道上的其他设施综合利用设置，道路净空应当符合城市道路工程设计规范，人行道范围内不得低于2.5m。

第21条 户外招牌设置要求

1. 户外招牌禁止设置规定

①在经营或者办公服务场所的建筑物法定控制地带范围外设置的；

②占用或影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志、

消防设施、通信设施正常使用的；

③占用城市道路、人行道、公共绿地等公共区域的；

④设置长度大于 1.5 米的外挑式招牌；

⑤在建筑物二层（不包括二层）以上部位设置的；

⑥落地式招牌高度大于 8 米或宽度大于 2 米的；

⑦使用玻璃等易碎材料、石材等自重较重材料的；

⑧危房或设置后危及房屋安全的；

⑨居住建筑、商住建筑和混合建筑的住宅层自身墙面、窗户及对面建筑的外墙面上，设置高亮度光源或动态光源的照明方式的；

⑩影响建筑物的采光通风及消防安全的；

⑪在任何形式的建筑物上设置屋顶招牌的；

⑫损坏城市公共绿化的；

⑬城市快速路、主次干道在行车视线影响范围内设置闪烁光源类招牌的；

⑭内容与营业执照经营范围不一致或超出相应办公、经营场所范围外的。

2. 户外招牌设置负面清单

（1）安全类

①户外招牌箱体厚度大于 0.3m。

（2）内容类

①户外招牌显示的单位名称和服务标识，与经营执照、商标注册证或法人登记证书核定的名称不一致。

（3）色彩类

①户外招牌大面积采用高饱和度、高明度的色彩与周边环境不协调。

(4) 位置类

- ①在玻璃幕墙表面设置户外招牌;
- ②在城市绿地内设置户外招牌;
- ③在所属建筑所在的用地边界和范围线外设置户外招牌;
- ④同一建筑里面上相邻招牌的悬挂位置不一致;
- ⑤在建(构)筑物楼顶设置户外招牌。

(5) 形式类

- ①设置 LED 屏招牌;
- ②重复设置户外招牌;
- ③二层及以上的户外招牌设置分散、无序
- ④户外招牌改变建筑里面构图关系或遮挡建筑有特色的立面细部。

(6) 附属类

- ①设置卷帘门。

(7) 灯光类

- ①户外招牌灯光照明采用霓虹灯形式, 光照强度高。

3. 建筑物标识及单位名称

(1) 建筑物名称招牌应在建筑物主要朝向外立面设置。招牌上边缘距檐口(或女儿墙的上缘)距离 $\geq 0.5\text{m}$; 在建筑物底层部分设置建筑物标识的, 其数量不得超过建筑物的出入口数量, 且每个出入口仅能设置一处;

(2) 单位名称招牌应设置在底层主要入口处, 对于没有

单独出入口的单位，且较为集中的，可设置组合、集中的落地式招牌。落地招牌应当设置在所属建筑所在的用地地界线范围之内，招牌距人行道距离 $\geq 1\text{m}$ ；

（3）单位名称招牌所显示的单位名称和服务标识，应当与营业执照、商标注册证或者法人登记证书核定的名称和标识注册地相一致。具备上级加盟总店授权专营资格的连锁经营性质的加盟店，可在单位名称招牌中显示连锁经营名称和服务标识；

（4）建筑楼盘名称招牌或建设现场、售楼处需要设置招牌的，必须严格按照地名管理部门的地名核准书使用标准名称，不得擅自更改；

（5）建筑物、单位名称标识尺寸应当符合下表的规定；

（6）招牌字符标识高度与视距应满足街道美学要求，须符合下表的规定。

4. 店面招牌

（1）一般要求：

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

②同一幢建筑上的店面招牌应当设置于建筑立面的同一基准线上，具有明显分割线；

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

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

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

⑥对位于街道转角的建筑，其转角处的店面招牌应当整体设计，当单位不止一家时，相邻店面招牌的形式、悬挂位置、高度和体量应当统一；

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

⑧店面招牌的结构要隐蔽处理，不得外露；

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

（2）风貌控制：

①商业区店面招牌设置要求：强化金寨县城市核心区商业氛围，突出风尚、优质、多元的风貌特征。

②商务区店面招牌设置要求：彰显金寨县创新进取的城市气质，突出简约、高端、素雅的风貌特征。

③居住区店面招牌设置要求：体現金寨县宜居宜业的精品城区，突出整体、精致、休闲的风貌特征。

（3）位置规定：

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

②店面招牌的设置不得破坏建筑结构、不得影响建筑采光和正常生活需求。

③店面招牌的设置不得影响交通安全及消防安全。

④禁止在建筑物（含裙楼）顶部凌空（含屋顶水箱、其他构筑物等）部分设置店面招牌。

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

⑥禁止跨越街道设置店面招牌，禁止利用两栋楼之间设置跨越式招牌。

⑦禁止依附于建筑物室外台阶、踏步结构设置。

⑧禁止依附于楼梯扶手和护栏结构设置。

⑨禁止依附于无障碍设施设置。

⑩禁止依附于危险建筑物设置。

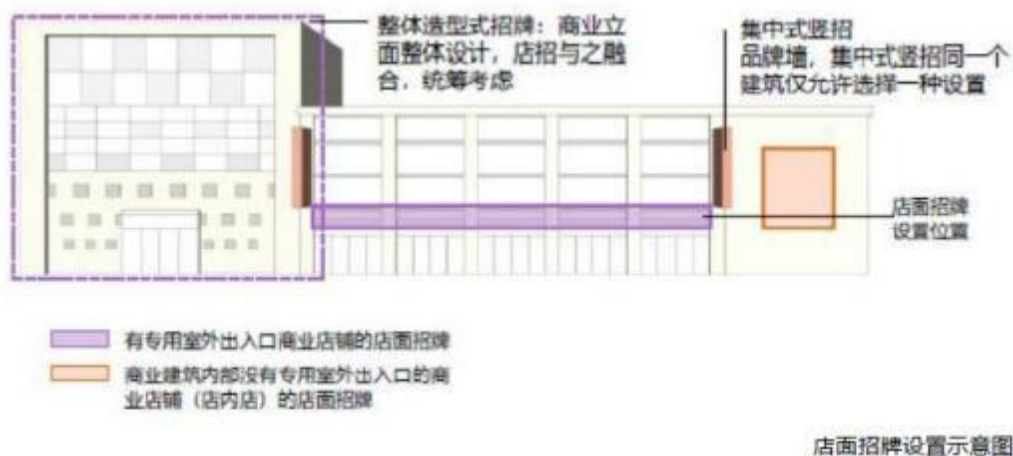


图 6 店面招牌设置示意图

①禁止遮挡建（构）筑窗户设置招牌。

⑩二层店招原则上仅允许以镂空字体形式设置，三层及以上不得设置店招（除特殊情况外）。

④禁止在二层（含二层）以上建筑屋顶设置。

④禁止在临街建筑物户外立面上采用竖式灯箱形式设置。

⑥店面招牌原则上仅允许依附于营业店面入口处设置。拥有多层营业店面，且具有独立临街营业店面入口的商家，可结合店面一体化设计，在自身店面经营范围内适合位置设置店面招牌，但须严格进行审批。

⑩不具有临街独立营业店面入口的商家，可采取集中展示墙或者落地标识展示牌形式设置。

⑦集中商业区、步行商业街等区域，经统一规划设计，允许在自身店面经营范围内设置店面招牌。

⑩设置在建筑一楼门楣位置的店面招牌，下沿净空高度不得小于 2m，不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿，上沿不得高于建筑二层窗户下沿。

⑩设有外走廊的二层门店可在廊内店铺门楣以上合适位置按“一店一招”的要求设置店招。

（4）形式规定：

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

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

③设置于相邻门面或经营场所的店面招牌，应尊重建筑开间的分隔方式。

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

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

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

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

⑧禁止设置大型突出式店面招牌。设置小型突出式店面招牌需按照具体规定。

⑨店面招牌展示形式具体要求：

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

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

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

⑪动态类店面招牌设置要求：

禁止设置动态驱动类店面招牌（如三面翻）；

禁止设置外露型 LED 发光字及显示屏作为店面招牌；禁止店面招牌背板采用整面动态发光灯管或灯点；

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

⑫投影广告招牌设置要求：

二层（包括二层）以上商户，可以直接将广告投影至一层

临街或人行道上，投影面积不应超过 6m²；

同一开间宽度上的店铺只允许设置一个投影广告，且高楼层店铺有设置优先权；

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

⑬特殊建筑招牌设置要求：

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

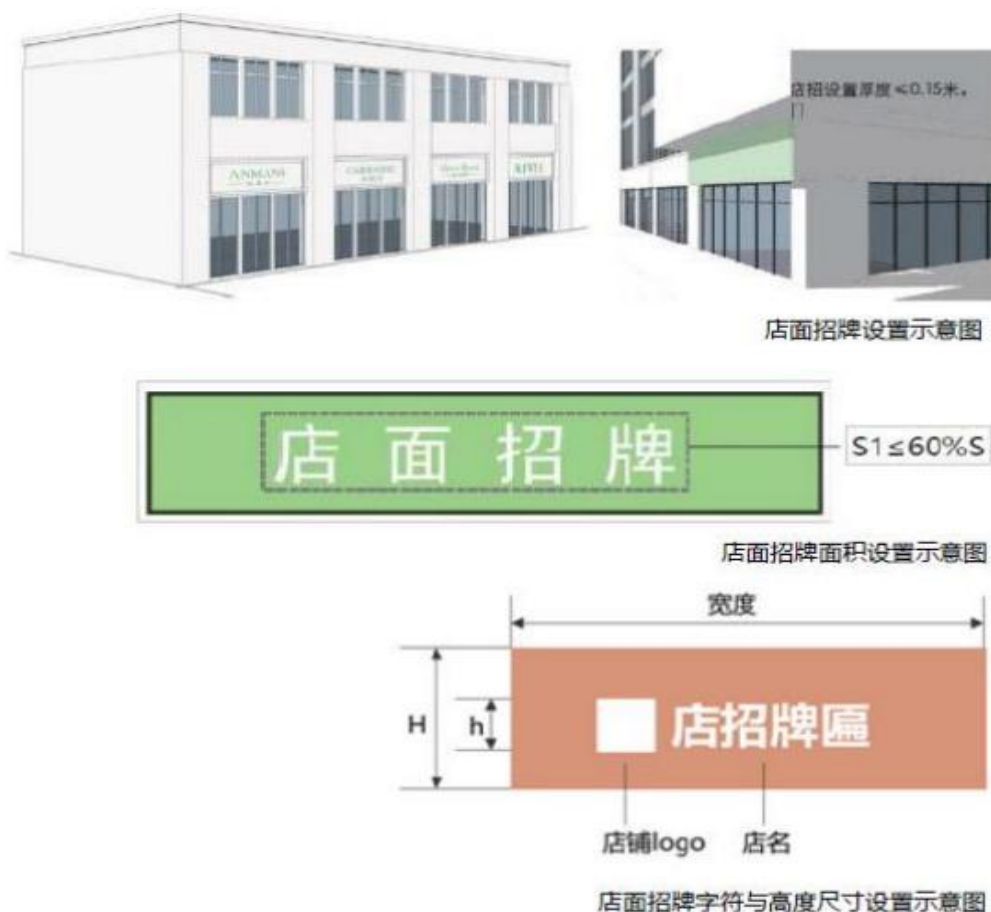


图7店面招牌面积、字符与高度尺寸设置示意图

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

（5）规格、数量规定：

①店面招牌设置需遵守“一店一招、一单位一牌”的设置原则。

②店面招牌的设置厚度不超过相邻竖向线脚的最大厚度，且不应超过 0.15m。

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

④店招高度与店招下净空高度比值不宜大于 1:4，店招高度不应大于 1.5m，避免店招过大，过分遮蔽建筑立面，造成“头重脚轻”的视觉观感。

⑤店面招牌面积：

店招字体高度不大于底板高度 3/5，文字总长度不超过底板长度的 3/4；

标识中文字与图案标识的面积不得超过店招总面积的 60%；

平行门楣的店面招牌，其字符的具体尺寸大小宜符合下表规定；

店面招牌设置参数应符合下表规定。

⑥店面招牌设置数量控制要求：

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

营业店面具有多处临街门面入口的，则允许依附每个临街门面入口处各设置一处店面招牌，招牌数量不得超过该场所出入口的数量。

营业店面位于交叉路口的，则允许在两个临街门面入口处各设一处。

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

5. 平行于建筑外墙店面招牌

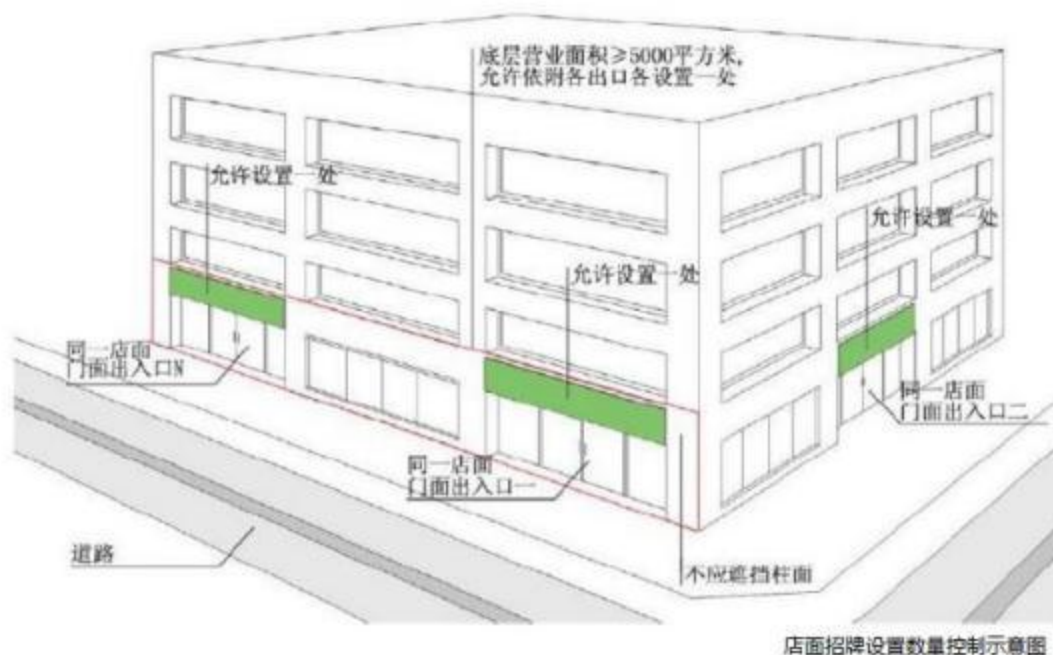


图8 店面招牌设置数量控制示意图

(1) 门楣式店面招牌:

① 门楣式店面招牌是指一般设置在建筑物二层窗台线以下、上端不高于二层窗户下沿、下端不低于门楣悬挑架空部分底沿的店面招牌;

②在建筑玻璃幕墙、橱窗玻璃设置的，不得存在安全隐患、影响建筑采光和整体风貌；

③不得遮挡建筑立面的采光窗口及建筑物主体的肌理和整体造型；

④招牌的厚度应不大于 0.15m，若采用内部照明则箱体厚度应不大于 0.3m；若箱体部分还须含卷帘门，则采用外部照明的箱体厚度不得大于 0.8m，采用内部照明的箱体厚度不得大于 1.25m；

⑤只能设置在建筑物二层窗台线以下，高度不超过 1.5m，凸出墙面的距离不超过 0.5m；牌面左右不得凸出墙面的外轮廓线，宽度与墙面相协调，并与相邻招牌一致；

⑥单层斜屋面建筑上不得设置遮挡屋檐的招牌；

⑦根据建筑物立面的原有结构，在不破坏原立面结构的原则上直接设置于建筑物的墙体上，规格应与相邻店面已设置的户外招牌在形式、高度及外挑距离应当统一有序，保持相互协调底板材质和颜色应与建筑立面相协调；

⑧此店招形式适用于各分区里的各种建筑类型的底层商业店招设置。

⑨对于底层以上有出挑结构的建筑（包括骑楼），店面招牌应设置在廊道内侧和出挑结构以下，下沿不应低于门楣上沿；

⑩出挑部分距离地面距离 $< 3\text{m}$ 时，允许将店面招牌设于建筑出挑部分的楼板，上沿不应高于二层窗户下沿。

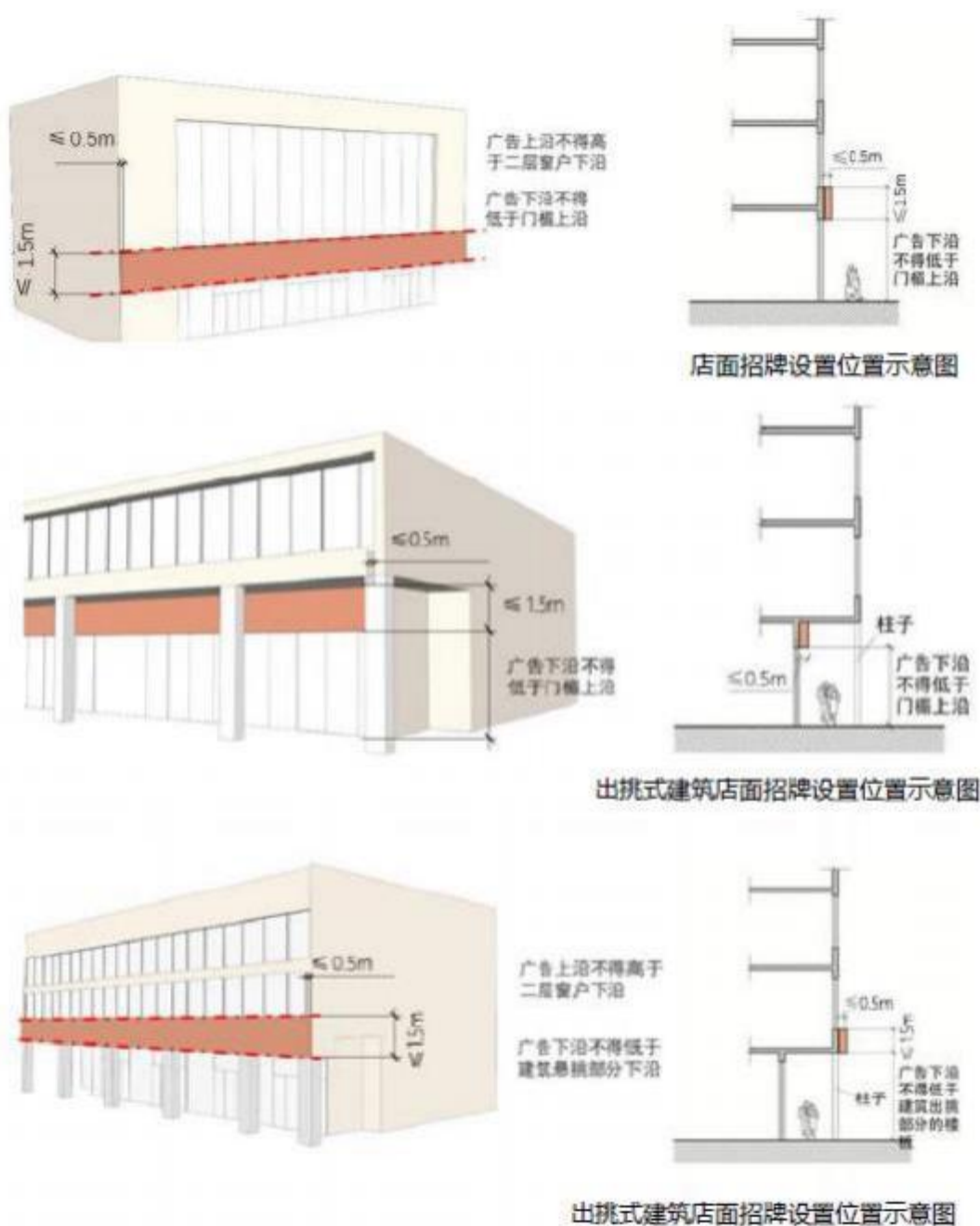


图9出挑式建筑店面招牌设置位置示意图

(2) 集中式(标识展示墙)

① 标识展示墙仅允许设置在纯商业建筑或商住两用建筑的商业部分；

② 标识展示墙具体设置需结合建筑自身结构，禁止破坏建筑外立面装饰纹样。设计造型应与用地、建筑风格、特征相匹配，整体简洁、美观；

③同一建筑物中，对于没有专用室外出入口的经营场所，在楼体拥有可设置空位的情形下，由建筑物物业管理方根据规划进行集中、统一设置标识展示墙。且每个主要出入口限设置一处。总面积 $S \leq 30 \text{ m}^2$ 且不得超过所依附建筑结构面积的15%。



图10集中式(标识展示墙)设置位置面积示意图

6. 垂直于建筑外墙店面招牌

(1) 突出式店面招牌:

禁止设置大型突出式店面招牌，小型突出式店面招牌的设置需满足以下规定：

①小型突出式店面招牌仅允许设置于商业建筑、综合建筑的商业建筑部分，其他地方禁止设置；

②小型突出式店面招牌最大直径或最大边长不大于 0.7m，厚度应不大于 0.25m，侧招底部距地面不低于 2.5m，与建筑物外墙成 90° 角；

③已设置门楣招牌的店面，在不破坏建筑结构的情况下，根据实际需要，可在再设置一处小型突出式招牌或者标识（如 24 小时营业等），但内容不能与门楣招牌重复；

④同一建筑立面设置多个小型突出式店面招牌，其位置、规格、形式应统一协调；

⑤相邻小型突出式店面招牌间距不得小于一个建筑开间。

招幌一般以实物造型或图案来表现单位标识，面积不大于 0.4m^2 （最大直径或最大边长不大于 0.7m ）；招幌底部距地面不低于 2.5m ，支架出挑的距离不得大于 0.3m 。

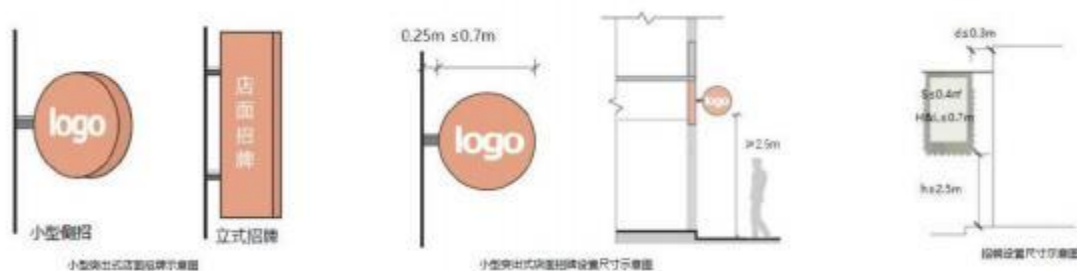


图11垂直于建筑外墙店面招牌示意图

（2）悬挂式店面招牌：

①最大面积：不大于 2m^2 （单一展示面积不大于 1m^2 ）；

②最大厚度：不大于 0.2m ；

③长度不应超出其所悬挂的建筑物的檐廊、挑檐或类似构件，最长不宜超过 2m ；

④最大宽度：不大于 0.5m ；

⑤净空高度：大于 2.5m 。

⑥店招水平间距：不小于 6m ，布局美观协调；

⑦同一建筑廊内的悬挂式店面标识规格、形式应统一协调。在一个建筑外廊中多个悬挂式店面招牌并列时，宜垂直与建筑立面方向，设置单一悬挂式店面户外招牌时，可以平行于建筑立面方向，但应退后原建筑物挑檐外立面至少 0.5m ；

⑧在保持整体协调和谐的前提下，墙面平行式店面招牌与悬挂式店面招牌可同时设置，但内容不得重复。

(3) 雨篷式店面招牌:

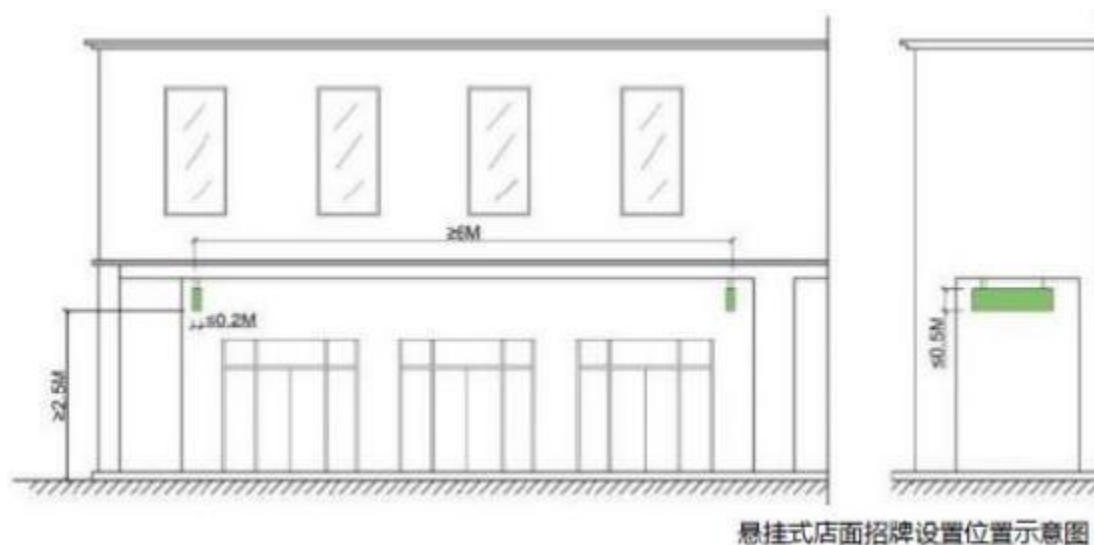


图12悬挂式店面招牌设置位置示意图

- ①最大面积：不大于 10 m^2 ；
- ②最大长度：不超过所在雨棚边长度的 80%；
- ③形式：在原有建筑结构上设置雨棚式店面招牌只允许设置单体字形式，店面标识底部到雨棚顶部的垂直距离不超过店面标识本身高度的 $1/2$ 。
- ④设置区域：设置位置及长度不超出雨棚的平面投影范围。雨篷式招牌仅限设置在建筑一层，雨篷上沿设置不能超过建筑一层高度，雨篷檐口高度距离地面应不低于 2.5m ，雨篷外挑距离墙体不应大于 1.5m ，雨篷仅限设置在门窗的正上方；
- ⑤同一店面标识内的单体字间距不得超过字高的 1 倍；
- ⑥如果店面招牌设置在雨棚上面，应设置在正面单面展示；
- ⑦如建筑的雨棚本身是特殊形态设计或特殊材料设计，雨棚上不应再设置店面标识。

7. 落地式店面招牌

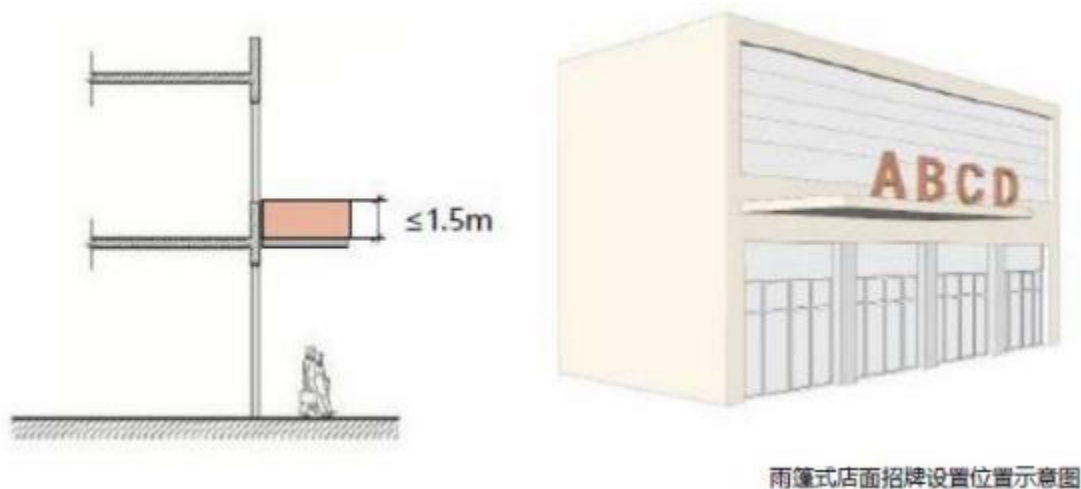


图 13 雨篷式店面招牌设置位置示意图

落地式标识展示牌仅允许设置在纯商业建筑或商住两用建筑用地红线范围内。

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

（2）高度：设置的落地式标识展示牌高度不得超过 7m，且不应超过建筑物高度的 $1/2$ ，当其任何一个立面的宽度与高度的比例大于 $1:3$ 时，其比例关系一般应符合数学比例关系（如整数比例、黄金分割比、均方根比例等）。

（3）退后红线距离：

① 设置落地式标识展示牌距离人行道的宽度不应少于 3m；

② 当建筑后退用地红线距离小于 5m 时，不应设置落地式标识展示牌；

③ 落地式标识展示牌单独设置时应退后用地红线至少

3m; 当与入口大门统一设计时不受退后用地红线限制;

④设置于企业办公场所或建(构)物周边的落地式招牌,不得超出其建设用地的红线范围,宜设置在距离建(构)筑物 12m 范围之内,距离市政道路不少于 3m。

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

(5) 落地式招牌设置高度在所属建筑的用地红线范围之内,且应符合下表的规定。

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

第 22 条 用地分类许可

(1) 本表的用地分类以《国土空间调查、规划、用途管制用地用海分类指南》为依据。

(2) 多种用途兼容使用的用地根据其所兼容用地的性质分类参照执行。

(3) 商住混合建筑等多种使用功能混合的建筑,依据其实际使用功能分区段参照执行。

(4) 用地附加要求显示“无” 的,以所在分区要求为准。

表7用地分类许可一览表

要求	用地名称	用地附加要求
允许设置	0601 乡村道路用地	仅允许设置公益性广告
	07 居住用地	仅允许设置公益性广告
	0803 文化用地	仅允许设置与其展览展示、文化活动相关的广告及公益性广告
	0805 体育用地	无
	0901 商业用地	无
	0902 商务金融业用地	无
	0903 娱乐康体用地	无
	0904 其他商业服务业用地	无
	1101 物流仓储用地	无
	1207 城镇道路用地	仅允许列入城市出入口的客运交通场站的户外公共区域设置和高速公路节点区域
	1208 交通场站用地	
	1401 公园绿地	仅允许临时性商业宣传和公益性广告
	1402 防护绿地	无
	1403 广场用地	无
禁止设置	01耕地	——
	02园地	——
	03林地	——
	04草地	——

要求	用地名称	用地附加要求
禁止设置	05湿地	——
	06农业设施建设用地（不含0601乡村道路用地）	——
	0801机关团体用地	——
	0802科研用地	——
	0804教育用地	——
	0806医疗卫生用地	——
	0807社会福利用地	——
	10工矿用地	——
	1102储备库用地	——
	12交通运输用地（不含1207城镇道路用地和1208交通场站用地）	——
	13公用设施用地	——
	15特殊用地	——
	17陆地水域	——
	18渔业用海	——
	19工矿通信用海	——
	20交通运输用海	——
	21游憩用海	——
	22特殊用海	——
	23其他土地	——
	24其他海域	——

注：上表“——”表示不相关。

第 23 条 乡镇指引

结合现状城镇职能结构特点和目标引导，根据各城镇自然资源、旅游资源、优势产业对区域的影响，在综合型、旅游型、商贸型和农业型四种城镇职能结构类型划分基础上，设置不同类型乡镇的户外广告设置指引及要求。

表8综合型乡镇设置指引表

乡镇类型	综合型
乡镇范围	南溪镇、青山镇、古碑镇
设置位置	镇区公共服务中心、商贸中心等重要区域，以及镇域门户等重要节点。
设置要求	以“繁荣城镇商业活动，宣传城镇本土文化，展示城镇特色风貌”为导向，鼓励创新创意，打造区域特色小镇； 坚持集约高效发展理念，遵循协调有序、丰富多元的原则，结合街道两侧环境景观建设，系统规划、精心设计户外广告设施； 以优化公共空间环境品质和景观为重点，严格控制户外广告设施总量、形式及高度，提升户外广告设施设置品质，塑造形象简洁、秩序明朗的城乡公共空间。
负面清单	参照禁止类广告设施设施要求。

表9旅游型乡镇设置指引表

乡镇类型	旅游型
乡镇范围	天堂寨镇、斑竹园镇、汤家汇镇、燕子河镇、花石乡、槲树湾乡、桃岭乡、麻埠镇、油坊店乡、长岭乡
设置位置	依托金寨县“一轴、两核、三环、四区”全域旅游空间格局，结合“红”、“绿”“蓝”优质旅游资源，在旅游观光基地、特色旅游公路、高速出入口节点等点、线位置设置适宜广告，重点展示金寨全域旅游特色。
设置要求	突出体现乡镇本土文化与历史人文风貌，集中展现乡镇形象与区域特征，营造大别山特色旅游城镇氛围； 以生态保育为前提，秉持低影响开发理念，严格管控户外广告设施布局； 户外广告设施做到与自然山水不突兀、不冲突、和谐共生，增强设施与自然环境的融合度。
负面清单	参照禁止类广告设施设施要求。

表10商贸型乡镇设置指引表

乡镇类型	商贸型
乡镇范围	吴家店镇、双河镇、铁冲乡、白塔畈镇、沙河乡
设置位置	依托县域产业发展策略，在乡镇级别的商贸服务中心以及乡镇产业园区、返乡创业园和乡村社区便民服务中心等区域集中设置适宜广告，展示乡镇商贸服务产业发展特色。
设置要求	重点打造商业集中区域，在不影响交通的前提条件下，鼓励各类广告设施围绕商业中心布置，体现商业片区和商业街道的繁华与热闹；
	以弘扬社会公益观念，提高公众公益意识为优先考量，坚持在公益广告优先的理念下推动城市户外广告的发展，统筹商业广告与公益广告的空间分布，扩大公益广告的载体和类型。
负面清单	参照禁止类广告设施设施要求。

表11农业型乡镇设置指引表

乡镇类型	农业型
乡镇范围	流波碛镇、全军乡、关庙乡、果子园乡
设置位置	依托现代农业产业发展，在麻埠镇六安瓜片、果子园中药材、吴家店猕猴桃、汤家汇高山米、梅山小南京蔬菜、古碑特色养殖、流波碛青山竹笋等示范基地重点设置适宜广告，重点展示特色生态农业。
设置要求	优先保障公共安全，通过对户外广告设置位置、体量、形式等进行严格控制，强化常态化的日常管理，切实杜绝安全隐患； 营造尺度得体、亲切宜人、景致丰富的街道空间，体现含蓄低调、节制得体的田园风光。
负面清单	参照禁止类广告设施设施要求。

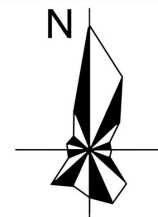
图 集

图纸目录

- 01-规划范围图
- 02-县域国土空间用地现状图
- 03-县域国土空间总体格局规划图
- 04-县域国土空间控制线规划图
- 05-县域综合交通规划图
- 06-县域特色地区总图
- 07-县域特色地区-城市门户节点
- 08-县域特色地区-交通枢纽地区
- 09-中心城区土地使用规划图
- 10-中心城区基础分区图
- 11-中心城区道路分级控制规划图
- 12-中心城区道路分类指引规划图
- 13-中心城区节点规划图
- 14-基础分区-重点展示区详图（一）
- 15-基础分区-重点展示区详图（二）
- 16-基础分区-重点展示区详图（三）
- 17-分类管理要求
- 18-重要节点效果图-高铁站广告装置
- 19-重要节点效果图-高速出入口艺术广告装置

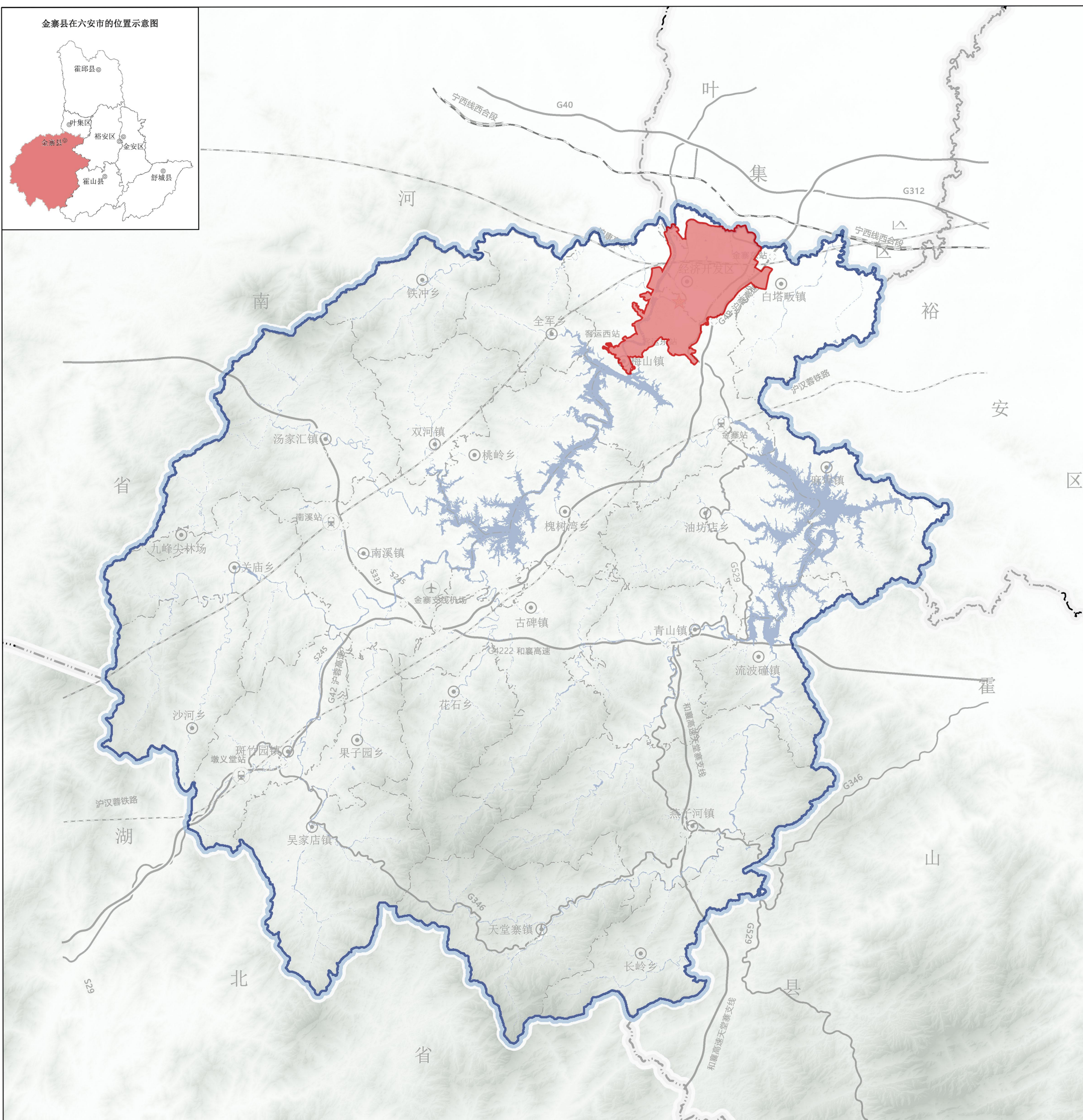
金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

01-规划范围图



0 2 5 10 千米

金寨县在六安市的位置示意图



冬

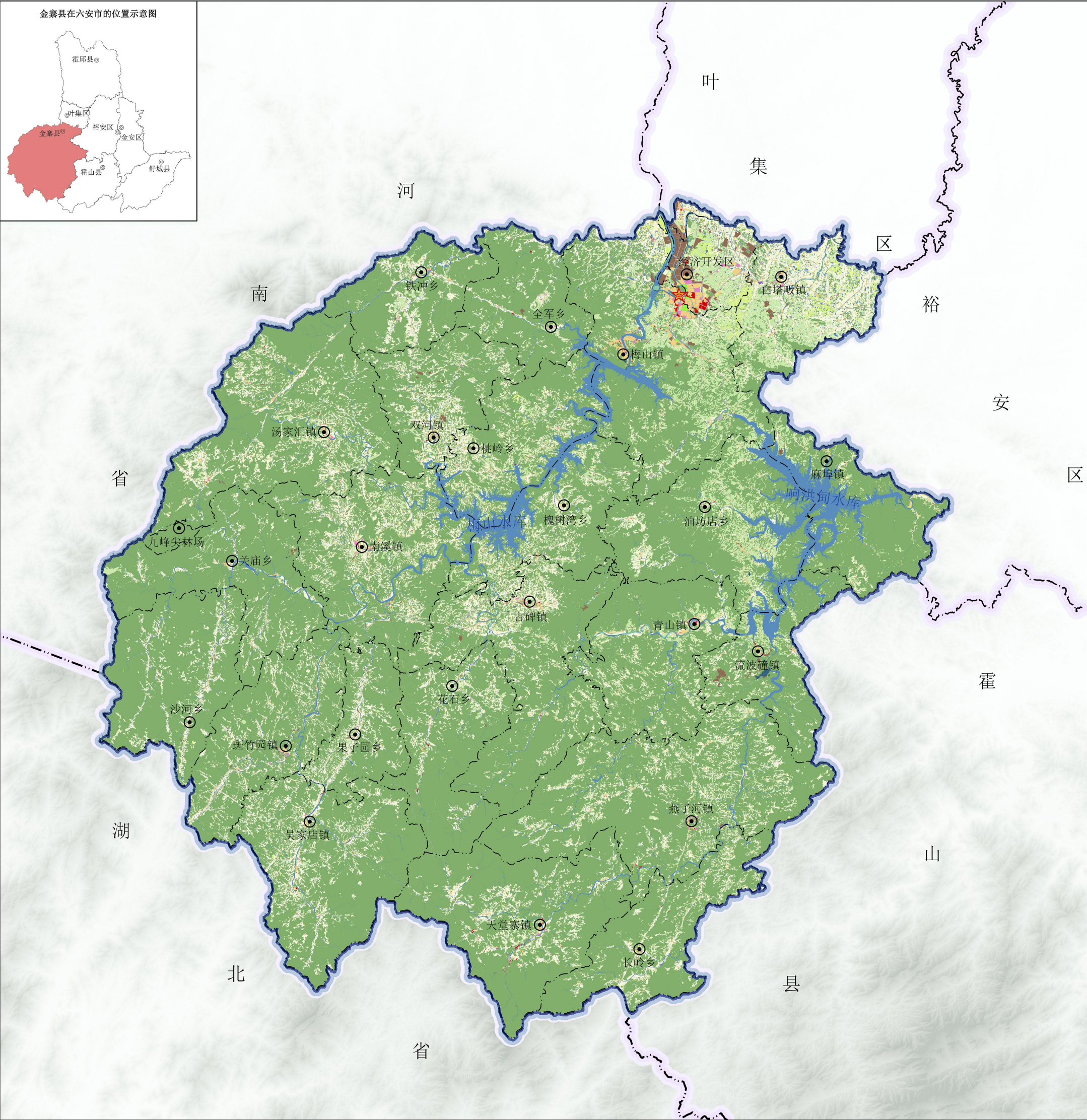
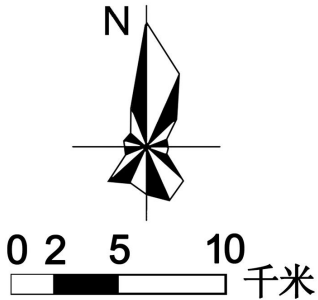
 中心城区范围

 县域范围

例

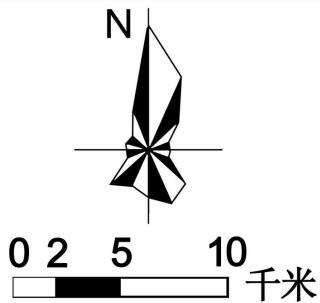
金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

02-县域国土空间用地现状图



金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

03-县域国土空间总体格局规划图



金寨县在六安市的位置示意图



图



中心城区



南部生态旅游区



重点镇



大别山生态经济带



合六发展主轴



自然保护地

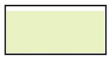
例



北部综合发展区



城市发展副轴



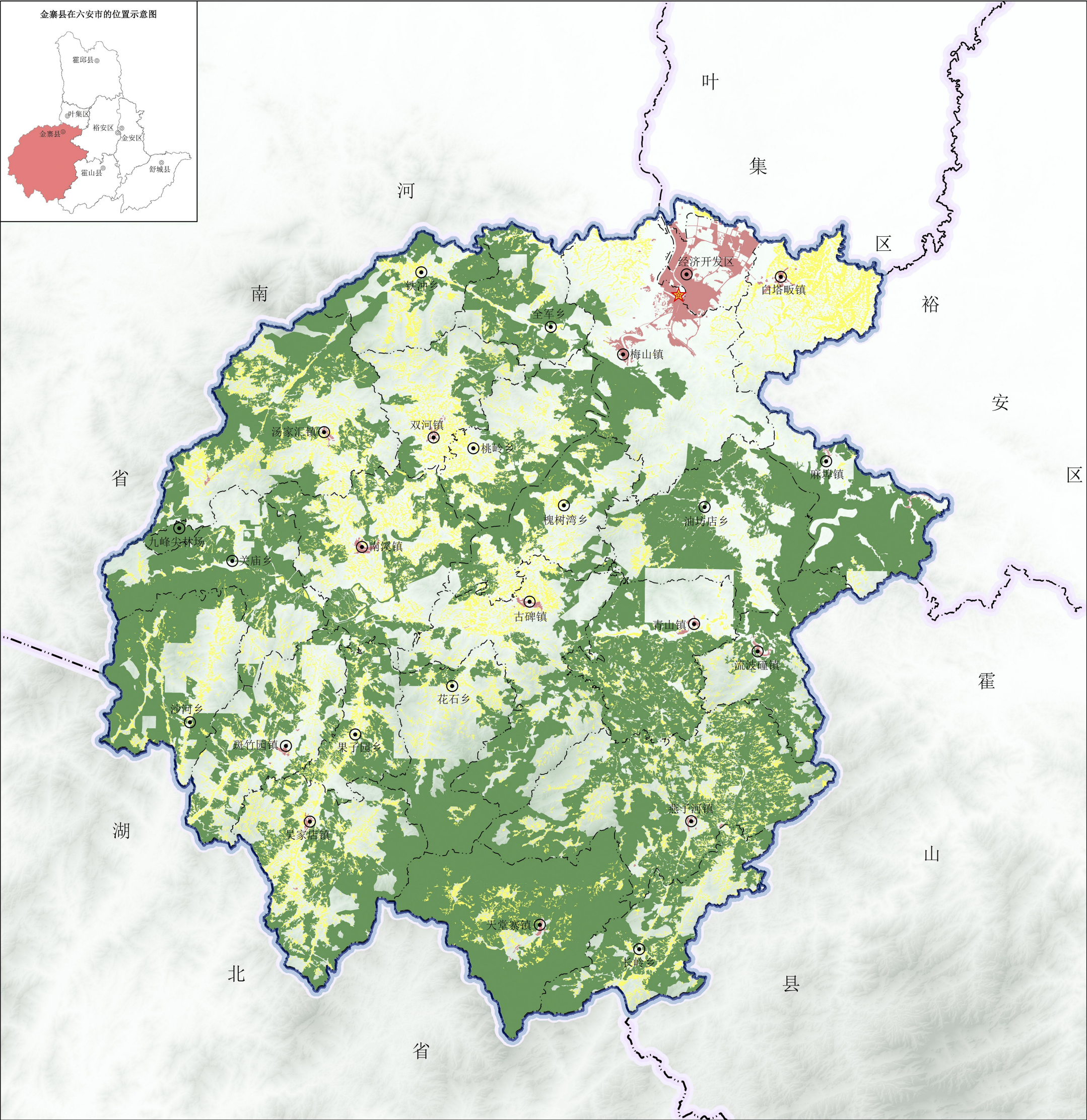
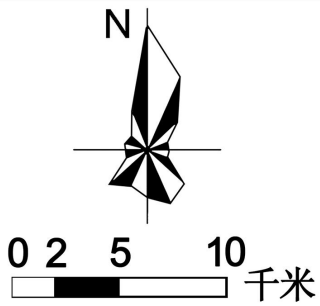
中部农旅融合区



交通联系廊道

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

04-县域国土空间控制线规划图



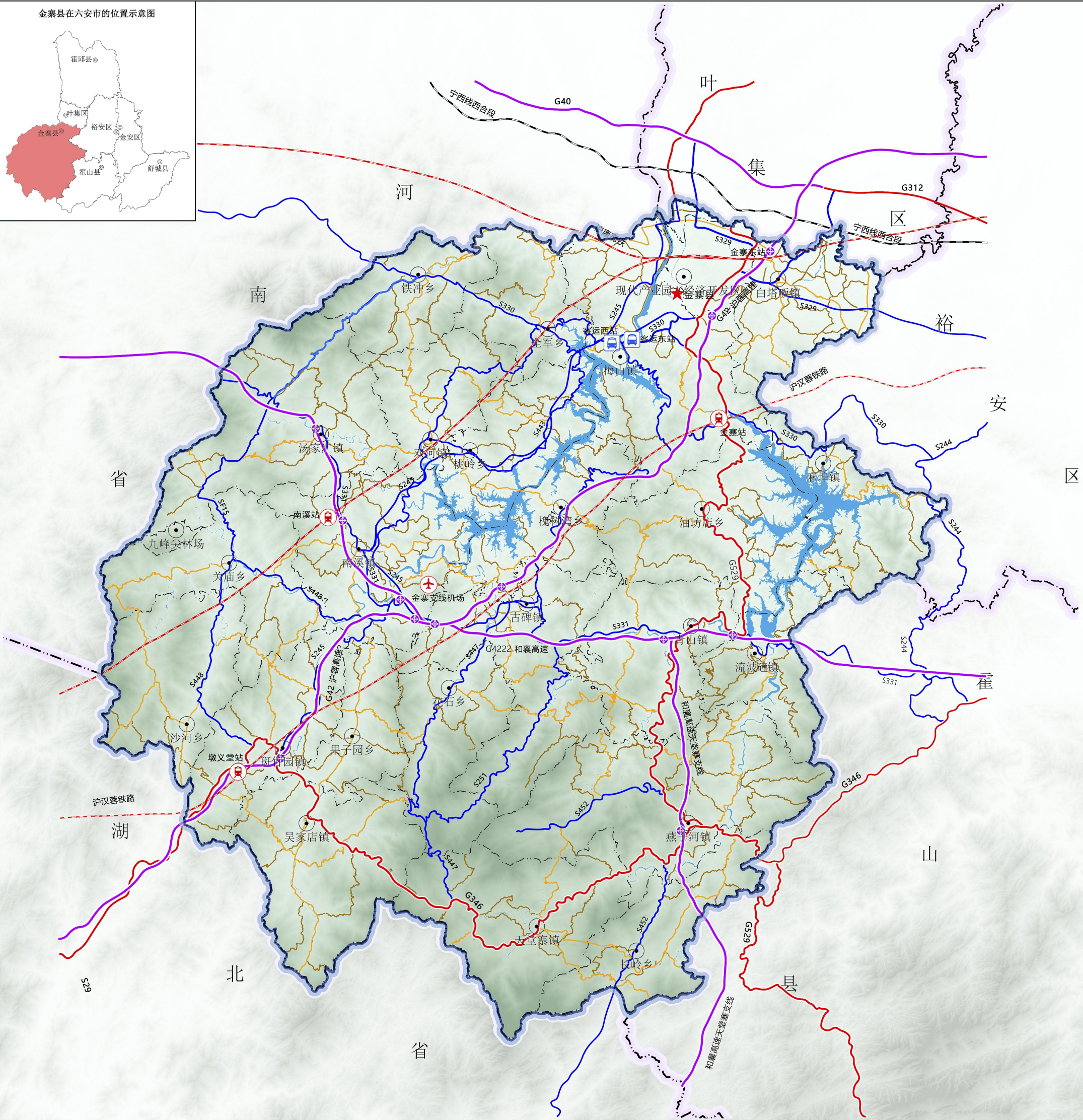
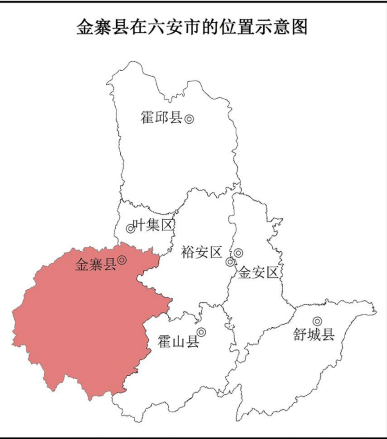
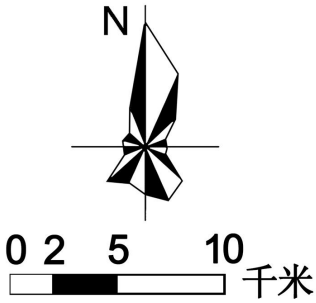
图

例

- | | | | |
|--|--------|--|--------|
| | 城镇开发边界 | | 乡镇界 |
| | 永久基本农田 | | 县政府驻地 |
| | 生态保护红线 | | 乡镇政府驻地 |
| | 省界 | | |
| | 区县界 | | |

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

05-县域综合交通规划图

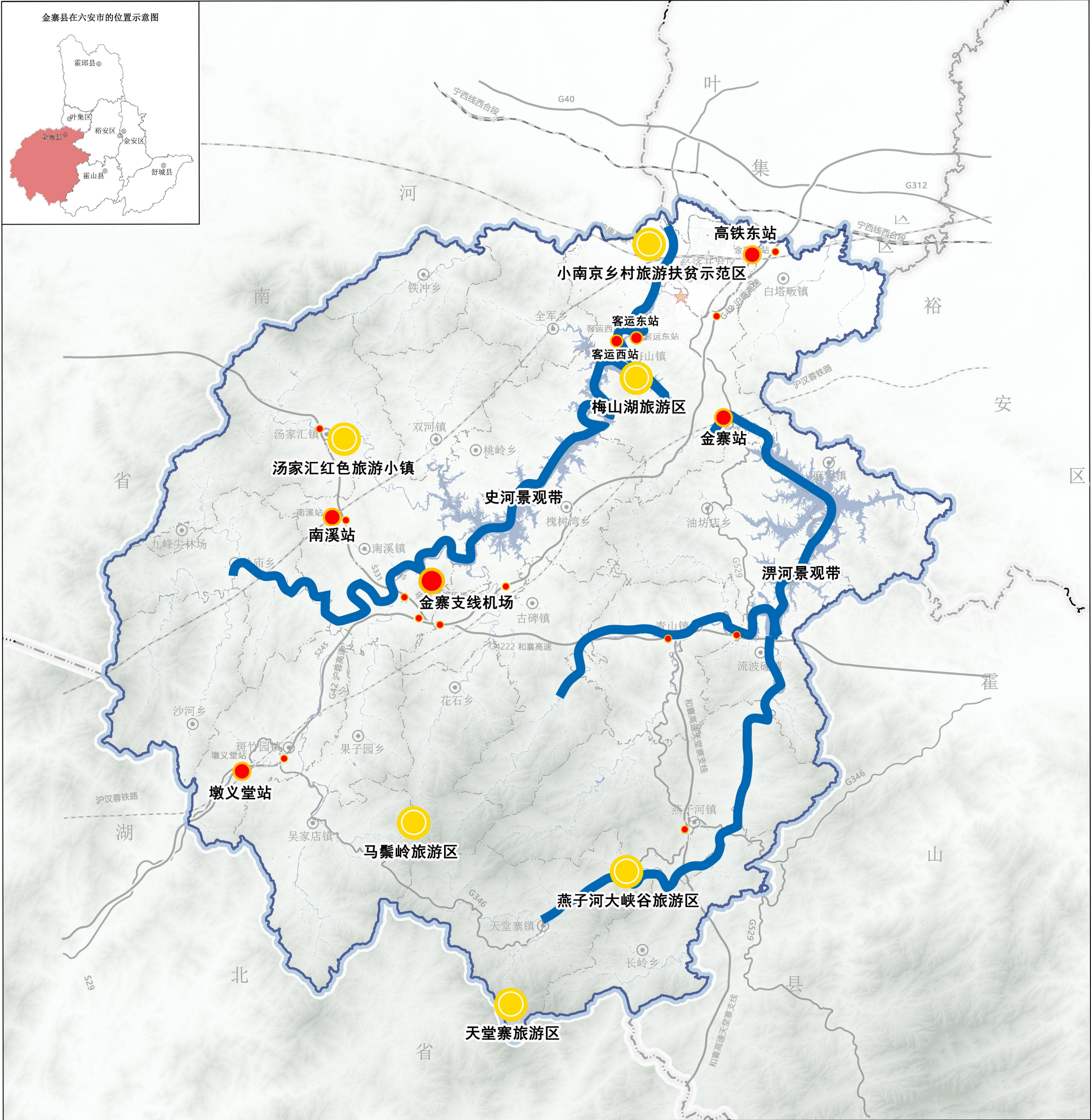
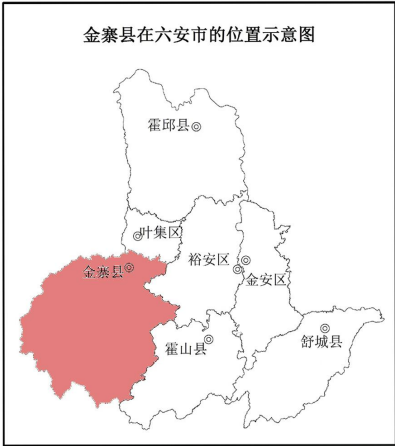
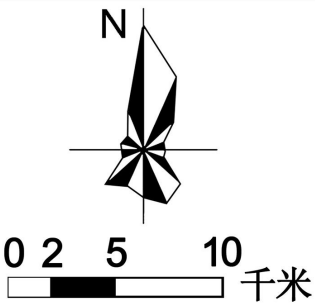


图例

- | | | | | | |
|--|------|--|-----|--|----------|
| | 高速铁路 | | 县道 | | 高速出入口、枢纽 |
| | 高速公路 | | 火车站 | | 省界 |
| | 国道 | | 客运站 | | 区县界 |
| | 省道 | | 机场 | | 乡镇界 |
| | 县道 | | 水系 | | 县政府 |

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

06-县域特色地区总图



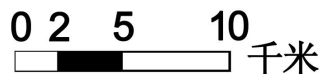
图

- 门户节点
- 河流景观带
- 旅游景区
- 县域范围

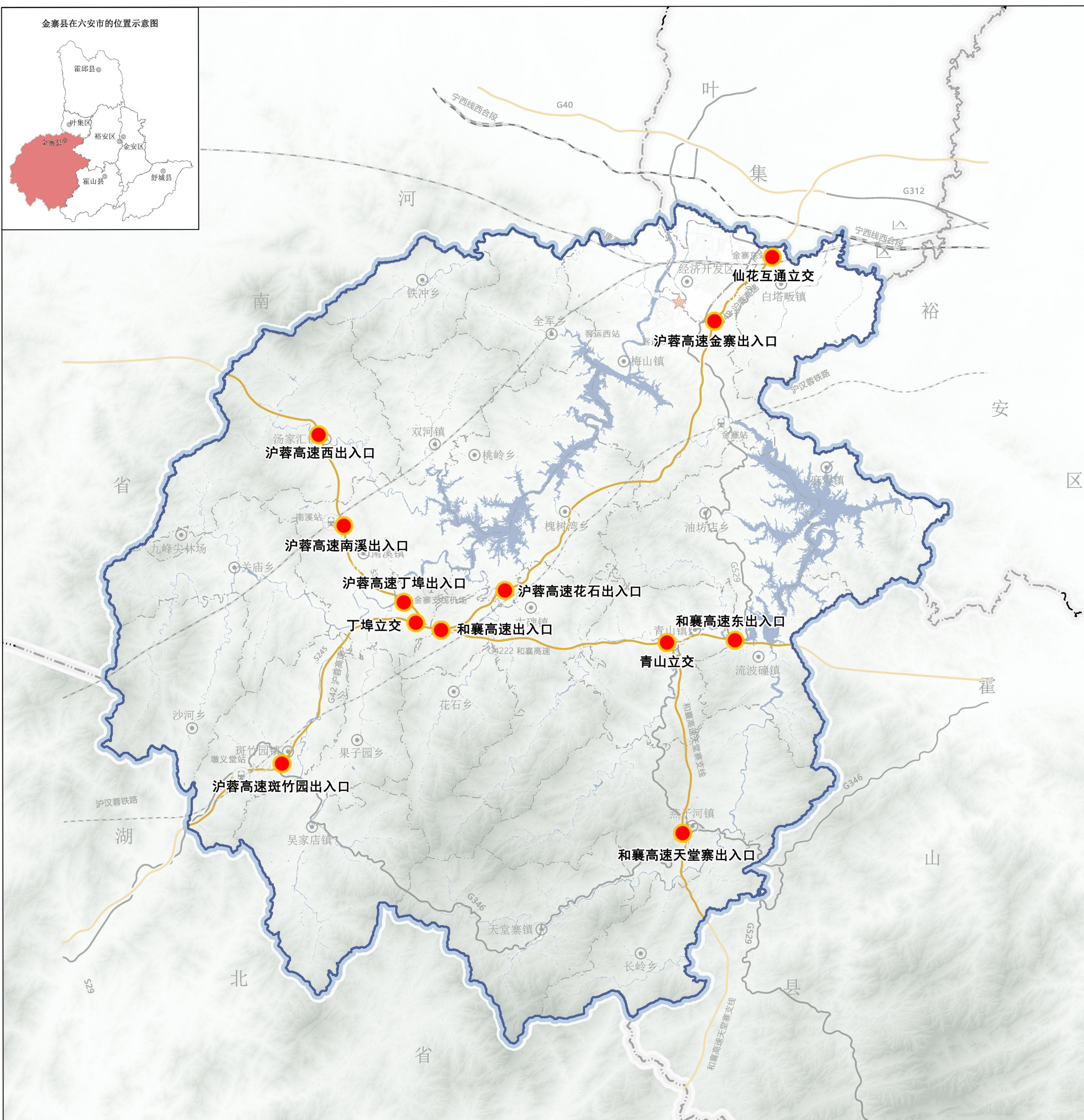
例

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

07-县域特色地区—城市门户节点



金寨县在六安市的位置示意图



冬



门户节点

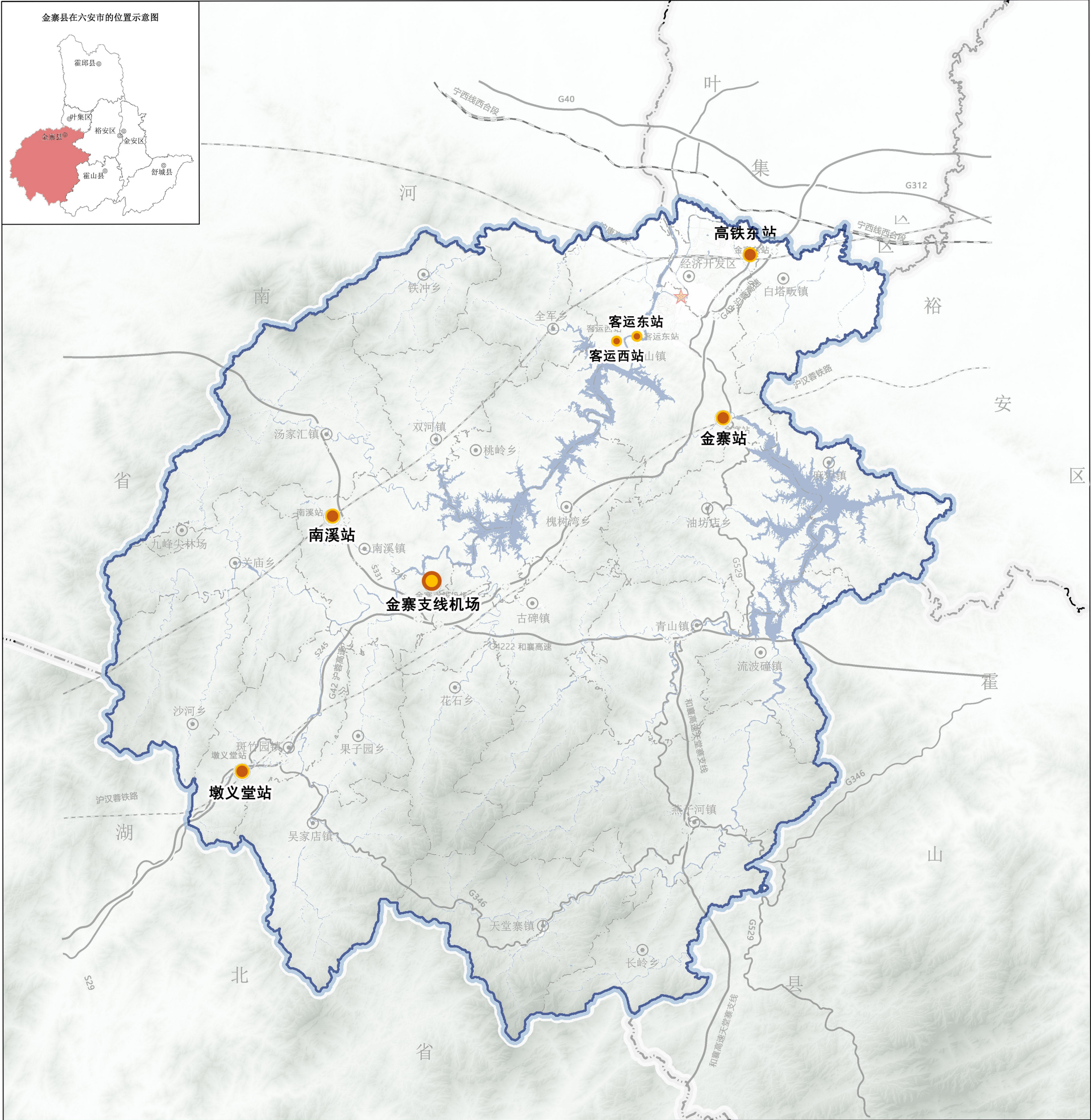
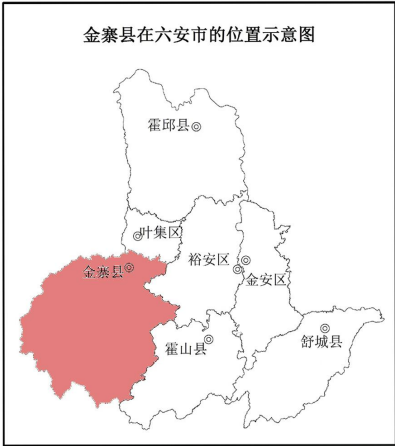
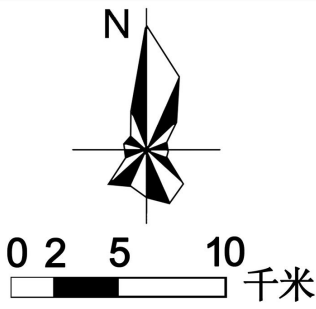


县域范围

例

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

08-县域特色地区—交通枢纽地区



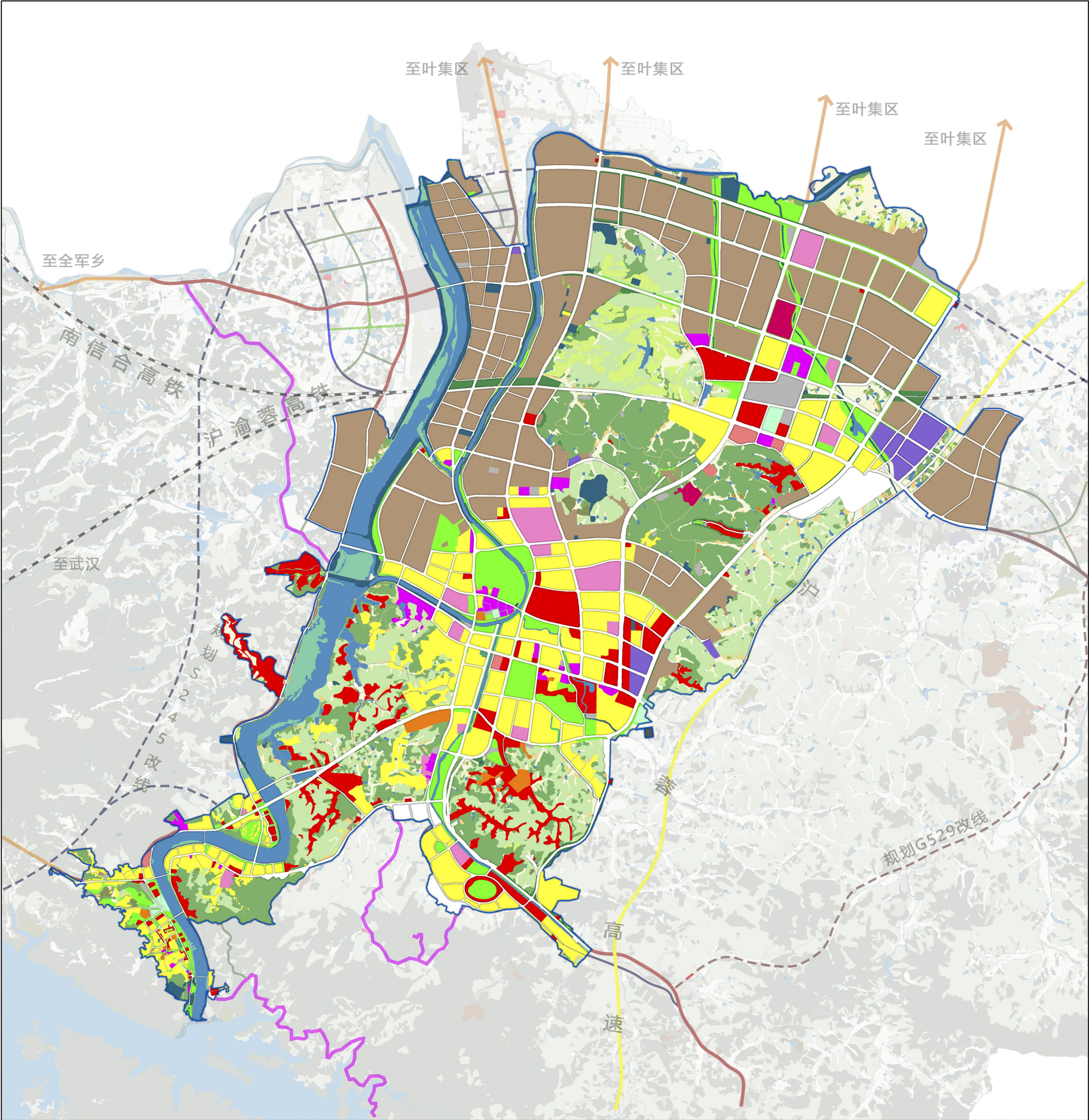
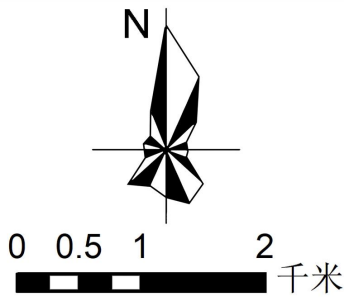
图

- 机场
- 火车站
- 客运枢纽
- 县域范围

例

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

09-中心城区土地使用规划图



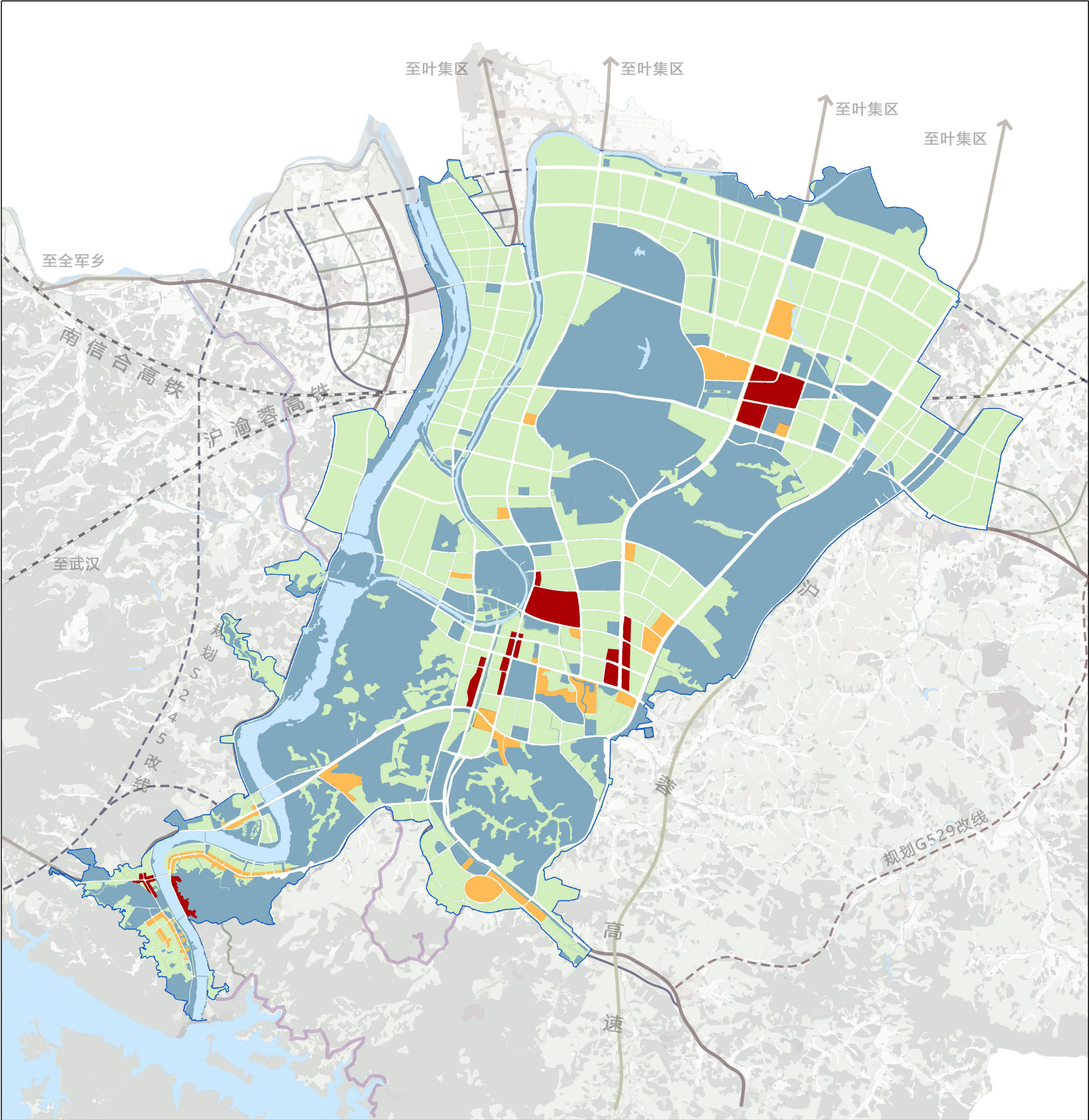
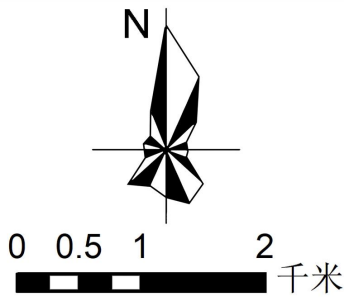
图例

例

中心城区范围	公园绿地	农村宅基地	防护绿地	果园	河流水面	种植设施建设用地
乔木林地	公路用地	医疗卫生用地	广场用地	殡葬用地	湖泊水面	科研用地
乡村道路用地	其他公用设施用地	商业用地	排水用地	水产养殖设施建设用地	灌木林地	竹林地
交通场站用地	其他园地	商务金融用地	教育用地	水工设施用地	物流仓储用地	茶园
体育用地	其他林地	坑塘水面	文化用地	水库水面	环卫用地	裸土地
供水用地	其他特殊用地	城镇住宅用地	文物古迹用地	水田	留白用地	裸岩石砾地
供燃气用地	其他草地	城镇道路用地	旱地	沙地	畜禽养殖设施建设用地	邮政用地
供电用地	内陆滩涂	工业用地	机关团体用地	沟渠	社会福利用地	铁路用地

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

10-中心城区基础分区图



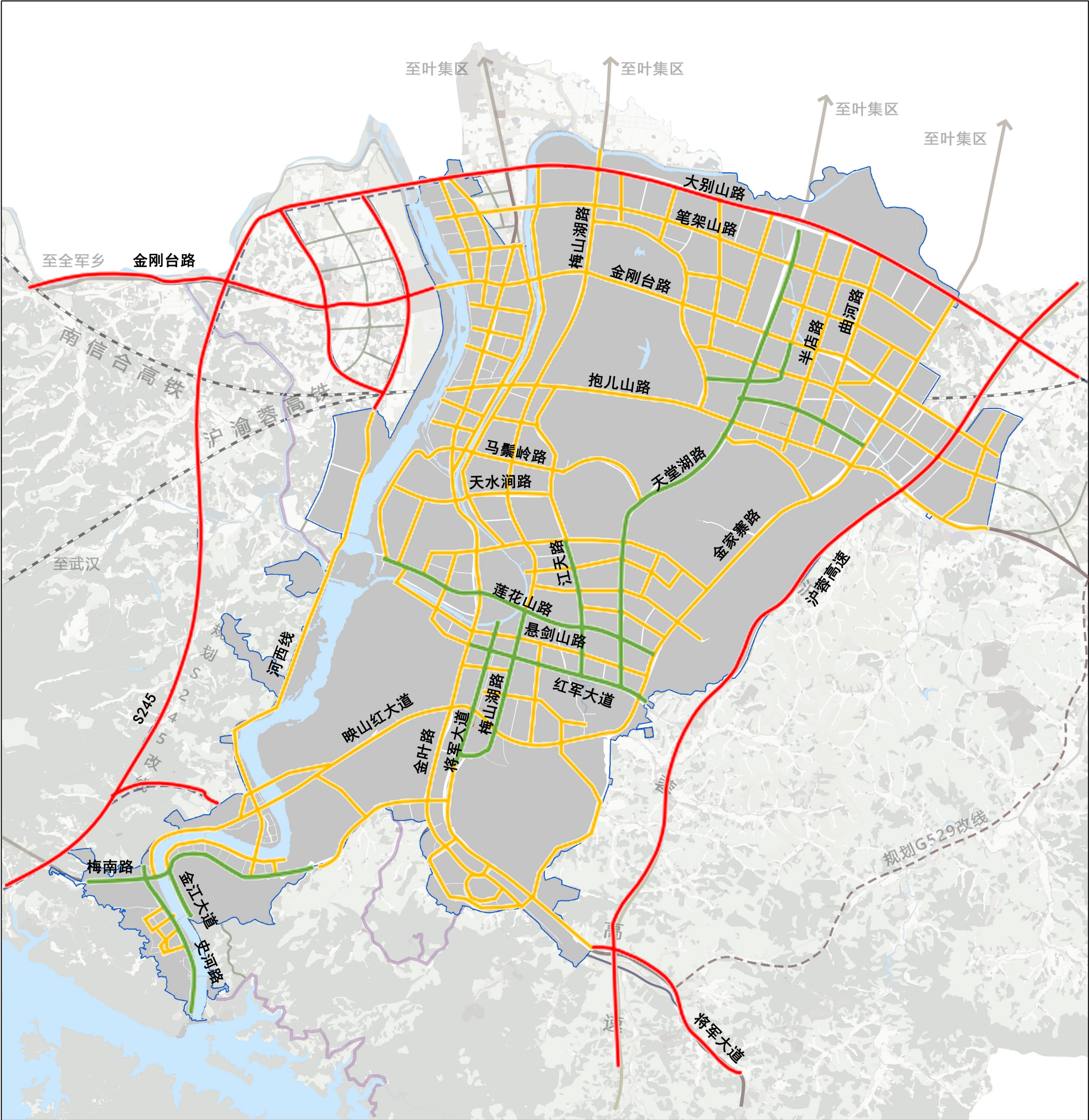
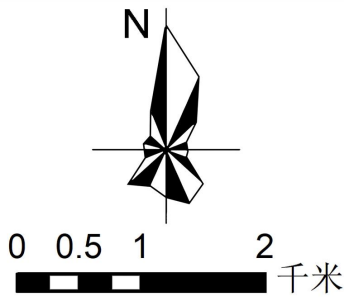
图

例

- 重点展示区
- 适度设置区
- 严格限制区
- 禁止设置区
- 中心城区范围

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

11-中心城区道路分级控制规划图



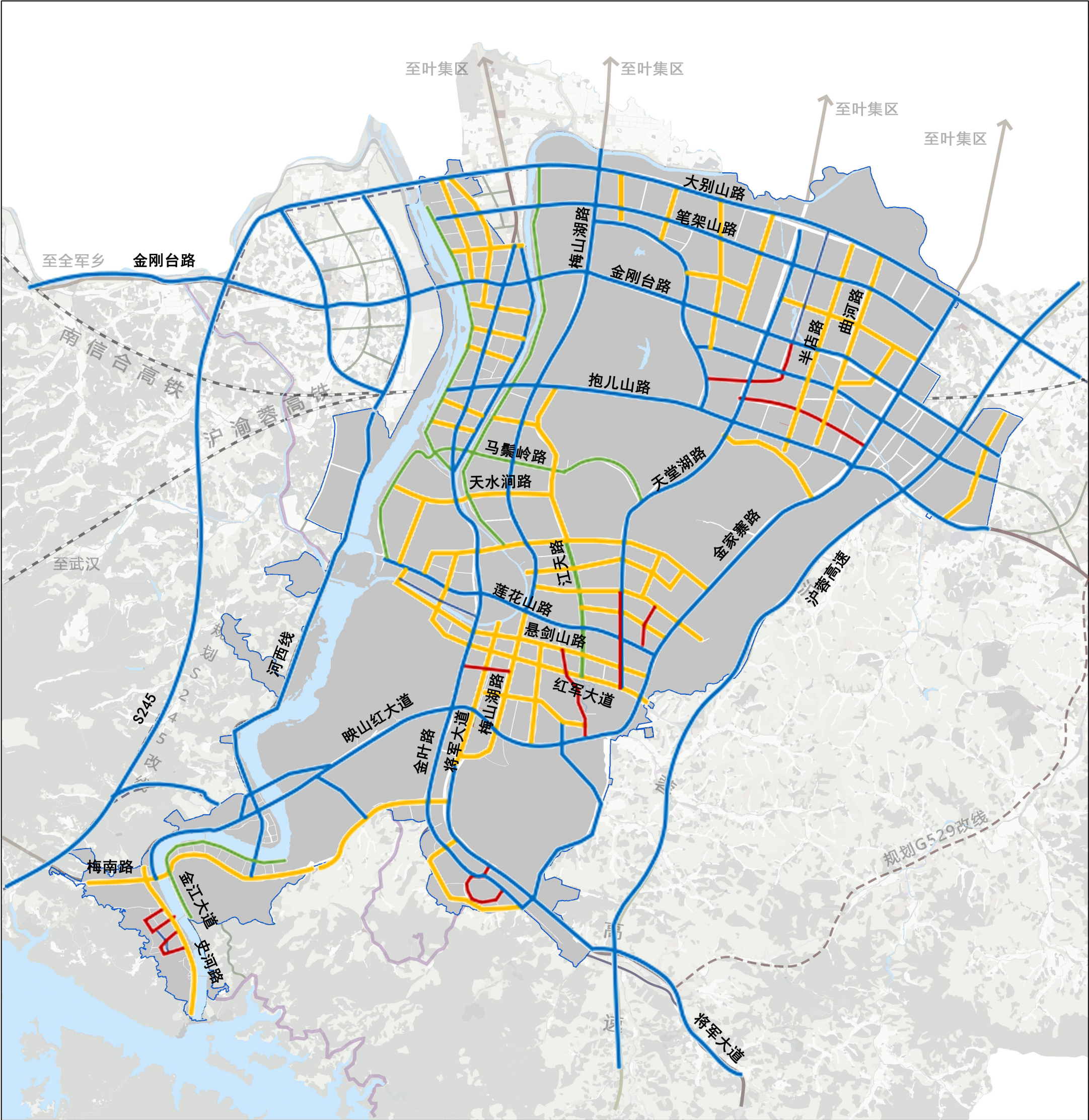
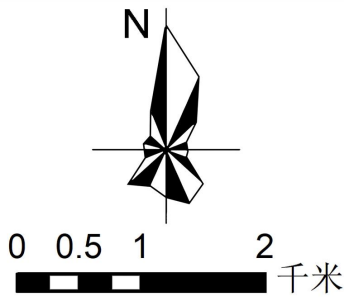
图

- 广告设置适宜路段
- 广告设置限制路段
- 广告设置禁止路段
- 中心城区范围

例

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

12-中心城区道路分类指引规划图



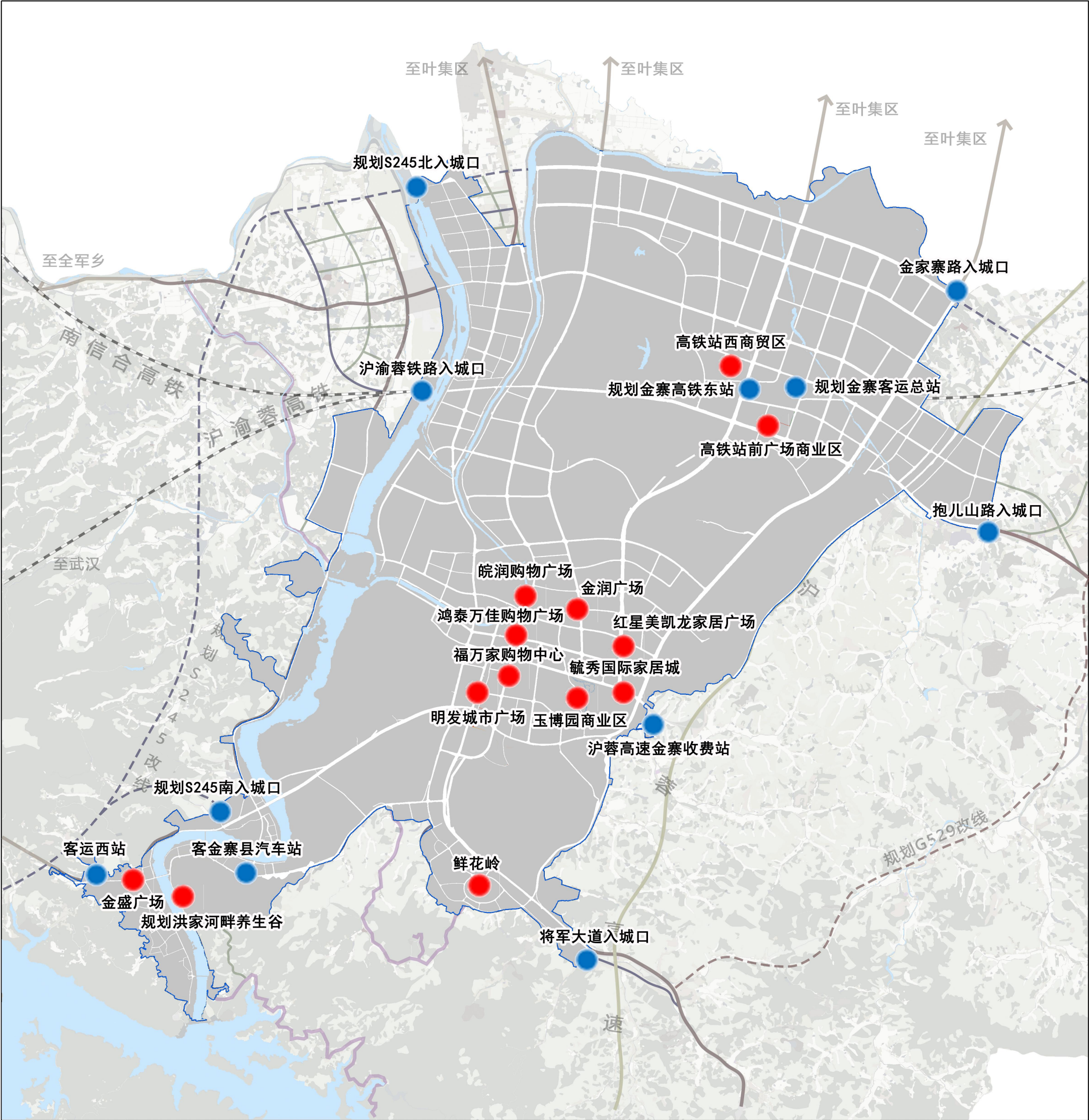
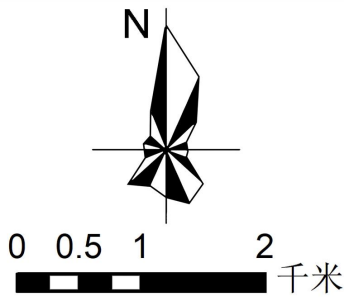
图

例

- 交通性道路
- 生活性道路
- 商业街区道路
- 休闲景观带
- 中心城区范围

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

13-中心城区节点规划图



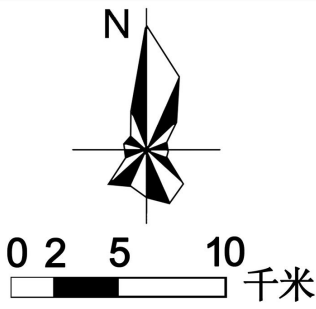
图

- 城市门户节点
- 特色商业节点
- 中心城区范围

例

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

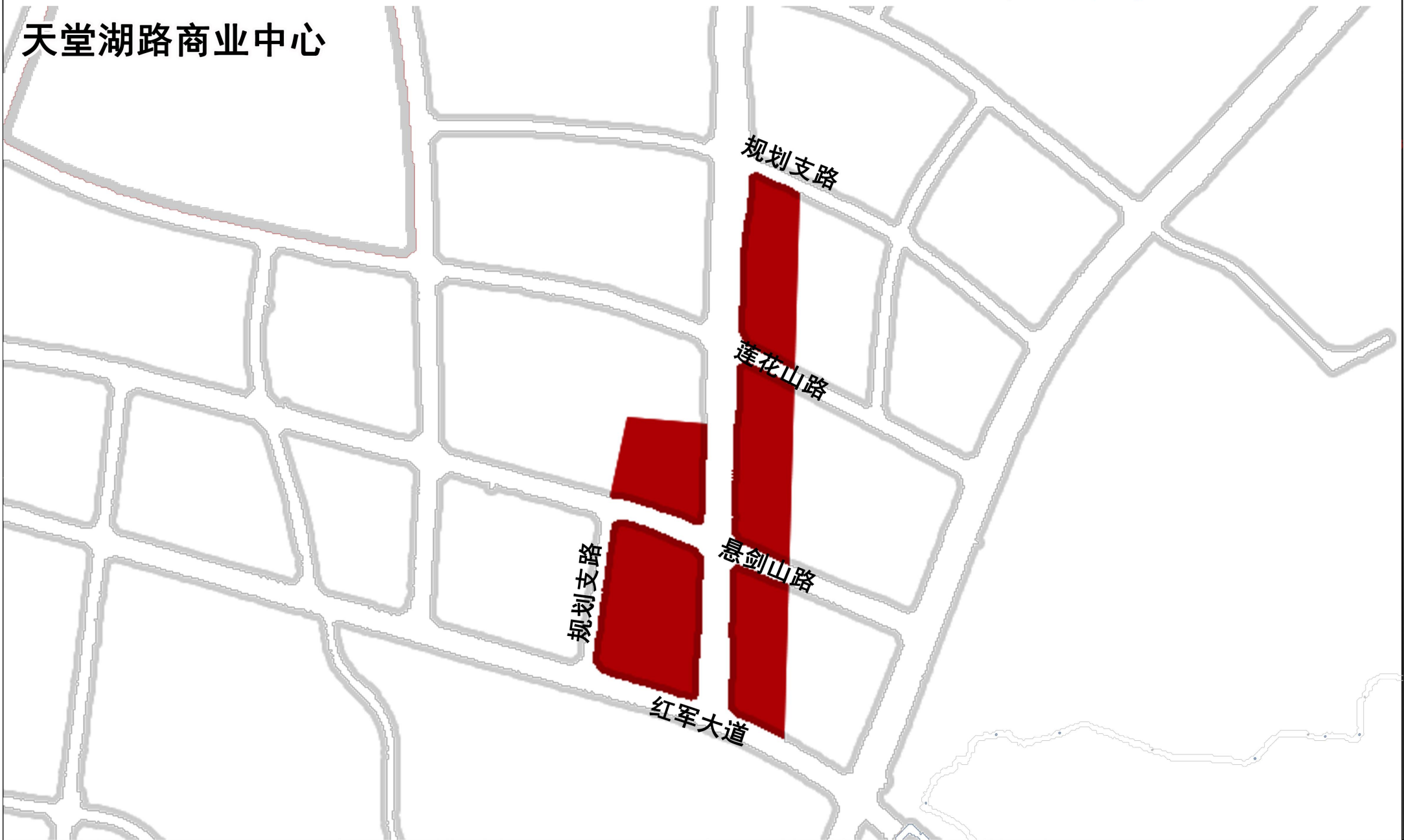
14-基础分区-重点展示区详图（一）



总部经济园商业中心



天堂湖路商业中心



图例

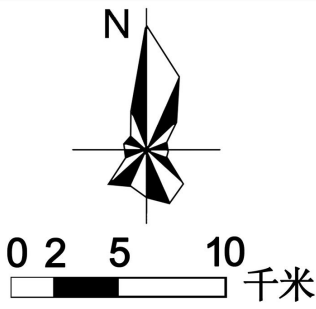


重点展示区

例

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

15-基础分区-重点展示区详图（二）



老城金盛广场商业区-规划洪家河养生谷片区

梅南路

史河路

金江大道

规划高铁东站商业区

金顺路

天堂湖路

半店路

望儿山路

抱儿山路

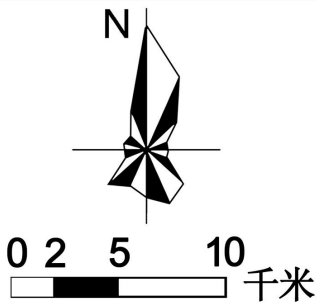
图

重点展示区

例

金寨县户外广告设置专项规划（2024-2035年）

16-基础分区-重点展示区详图（三）



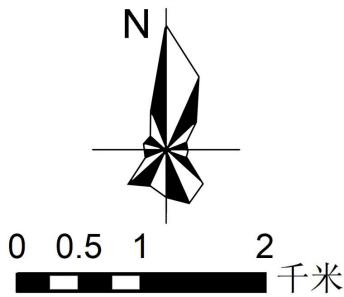
明发城市广场商业区-梅山湖路沿街商业区



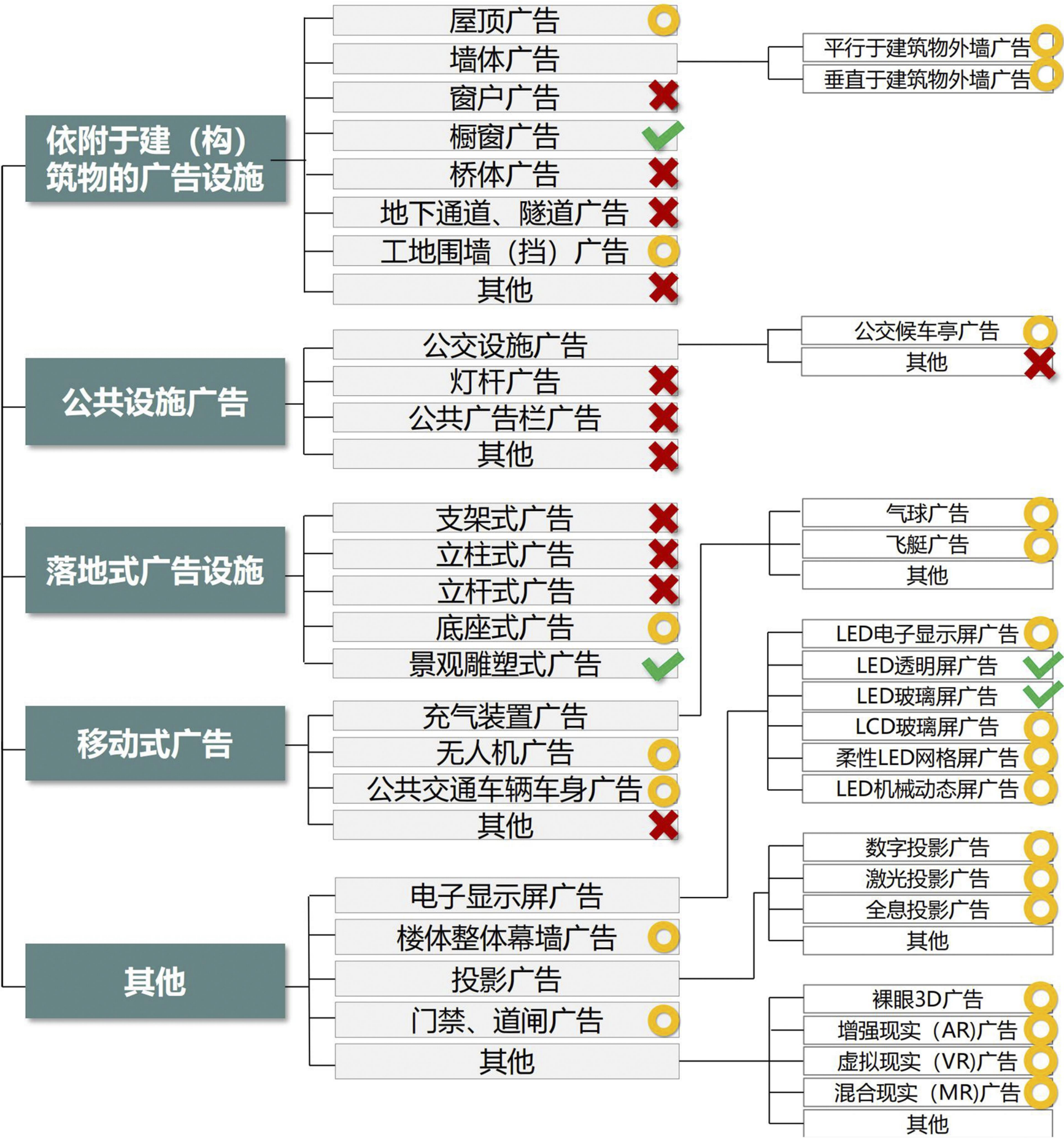
图

重点展示区

例



户外广告



图

- 禁设类
- 可设类
- 鼓励类

例