附件

滕州市户外广告设置技术标准

第一章 总 则

第一条 为加强户外广告的管理，规范户外广告设计设置行为，美化城市环境，依据《中华人民共和国广告法》、国务院《城市市容和环境卫生管理条例》、住房和城乡建设部《城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010）、《山东省城镇容貌和环境卫生管理办法》等有关规定，结合我市实际，制定本标准。

第二条 本标准适用于滕州市城市规划区内各类户外广告的设置管理，各建制镇驻地规划区参照本标准执行。

第三条 本标准所称的户外广告，主要包括以下几类：

（一）利用公共、自有或者他人所有的建筑物、构筑物、围墙（档）、场地、空间设置的路名牌、霓虹灯、电子显示牌（屏）、灯箱、橱窗、牌匾、布幅、绘画、汽球、拱门、招牌、实物模型等广告；

（二）利用道路两侧和公共场所的灯杆、公交车候车亭、自行车棚、报刊亭、电话亭、路名牌、画廊等公共设施（以下简称公共设施）设置的灯箱、橱窗、旗幔、绘画、电子显示屏等广告；

（三）利用交通工具（包括空中飞行物）设置、绘制、张贴的广告；

（四）直接或者间接介绍商品、服务或者公益性内容以及以其他形式在户外设置、悬挂、张贴、散发的广告。

单面面积大于10平方米或任一边长大于4米的为大型户外广告、单面面积小于10平方米且大于1平方米或任一边长小于4米且大于1米的为中型户外广告、单面面积小于1平方米或任一边长小于1米的为小型户外广告。

第四条 户外广告的设置应当遵循以下原则：

（一）内容真实、健康、清晰、合法，不得以任何形式欺骗和误导消费者；

（二）设置制作户外广告应当符合城市容貌要求，布局合理，并与城市总体规划和周边环境相协调；

（三）按本标准制作，所使用的文字、汉语拼音、计量单位等符合国家有关规定，书写规范、准确，做到安全、美观、规范，不得粗制滥造，不得影响城市容貌和损害社会公共利益；

（四）美化与亮化相结合，在广告美化的同时，同步设置亮化设施；

（五）户外广告的设置必须采取有效措施保证其结构安全、可靠，应当及时进行更新、维护、保养，并应当按期进行安全检查。

第二章 技术标准

第五条 立杆式（含双立杆式）广告

（一）不得设置在宽度小于3米的人行道上；

（二）牌面外缘距人行道路沿石外缘或绿化带侧石外缘应不得小于0.2米；

（三）牌面底部离人行道地面的高度不得小于2.5米；

（四）广告设施牌面（单面）面积不得大于2平方米，任意一边长度不得大于2米，厚度不得大于0.3米；

第六条 底座式广告

（一）设置间距：沿主要商业街人行道设置的，纵向间距不应小于25米。沿其他道路人行道设置的，纵向间距不应小于50米；

（二）宽度小于5米人行道或面积小于50平方米的广场（空地）不得设置底座式户外广告；

（三）底座和牌面外缘距人行道路沿石外缘0.4米以上；

（四）总高度不得大于2.4米，底座占地面积不得大于1平方米，宽度不得大于1.5米，高度应与宽度相协调；

（五）牌面（单面）面积不得大于2.5平方米，厚度不得大于0.5平方米。

第七条 大型高立柱户外广告

（一）城市建成区内严格控制设置大型高立柱户外广告，中心城区严禁设置大型高立柱户外广告；

（二）总体高度一般不超过22米，广告牌高度不得大于6米，宽度不得大于18米，广告牌面下缘距离地面高度不得小于10米。

第八条 依附于公用设施的户外广告

（一）依附于灯杆等设施的户外广告

1.牌面底部离人行道地面的高度不得小于3米；

2.牌面外缘距人行道侧石外缘不得小于0.2米；

3.牌面（单面）面积不得大于2平方米，任意一边长度不得大于2米,厚度不得大于0.3米；

（二）依附于公交候车亭的户外广告

1.广告设施不得设在候车亭顶部；

2.广告牌面（单面）面积不得大于4.5平方米；

3.不得有碍乘客观看站牌，不得影响人流交通的顺畅和道路视觉的通透；

（三）依附于公交候车亭、自行车棚、报刊亭、电话亭、路名牌、画廊等设施的户外广告设置，应与所依附的公用设施规格协调，不得影响整体效果及使用功能。

第九条 楼顶广告

（一）广告牌面和宽度不得超出建筑物外墙边缘，并应与建筑物外墙面平行，两侧分别向内推进0.8米；

（二）高层楼顶采取透空或半透空设计，且应与楼的整体相协调。广告设施底部构架高度不应大于1米；

（三）提倡用LED、霓虹灯装饰，其支架不得外露且防锈处理应当达到五年以上；

（四）坡楼顶、楼顶造型独特的建筑物顶部严禁设置广告；

（五）当建筑的高度小于7米（1-2层）时，不宜设置广告设施；建筑物高度7-10米（三层），广告高度不得超过3米；建筑物高度10-25米（4-8层），广告高度不得超过6米；建筑物高度25-60米（9-20层），广告高度不得超过8米；建筑物高度60-90米（21-30层），不宜设置广告设施；建筑物高度90米以上（30层以上），严禁设置广告。

第十条 围墙广告

（一）在工地围墙设置广告，其面向道路方向不得凸出两侧现有工地外墙的墙面，且不得超出工地自身范围，牌面高度应≤6米，总高度应≤8米，设置位置不得超越红线；

（二）建设单位在建筑工地可按要求设置围墙户外广告，高度应≤6米，且不得超出工地自身范围，建设项目竣工后须自行拆除；

（三）沿街围墙（建设工地围墙除外）部分地段因遮挡破旧低矮房屋等影响市容观瞻建筑物的需要，可以结合围墙墙体设置户外广告，但形式、色彩应相互协调；

（四）透空围墙一般不设置户外广告。

第十一条 软体广告

（一）充气模型、拱门、气球等应设置在开阔的场所，设置在人行道上的，距路沿石不得少于5米（不得妨碍人行道通行）；

（二）原则上不准悬挂过街横幅，特殊情况下设置的过街横幅其间隔距离不得少于100米，最低点离地面不少于5米，设置时间不超过3天；

（三）严格控制利用楼体悬挂布幅，确需悬挂的，原则上垂直于建筑物立面；在沿街门面上悬挂横幅的，必须贴靠门店招牌下方外墙，长度不得超过门店宽度；

（四）布幅、充气模型、拱门、气球、彩旗等广告的设置，应当拉紧绷直，做到牢固、美观；

（五）严格控制充气模型、拱门、气球、彩旗等广告的设置，因重大活动、开业庆典等确需临时设置的，须由举办者或组织者在活动举办前报经市综合行政执法局批准、登记，设置时间不得超过3天。

第十二条 门店招牌（墙体）广告

（一）门店招牌广告，原则上要“一店一牌”，一店沿街多门的，可设置标准统一的2至3个招牌，相邻招牌设置要紧密相连，不能留有间隙；同一建筑、同一路段且建筑风格相近的招牌广告必须上下边缘高度一致，保持在一个平面上，位置平整，规格、样式相对统一；

（二）原则上招牌广告只能在建筑物的一层门楣处设置，为贴墙式平面布置，上不挡窗，下不挡门，外伸不超过0.3米；不得设置突出式、竖式广告，在特殊造型的建筑门头处，为取得广告招牌统一平齐的效果，个别招牌经批准后，可以超过0.3米，但必须与相邻的招牌广告相协调；门头两侧的建筑物立面上、二层以上建筑主体层与层之间窗间墙上不得设置；

（三）门头招牌广告的材料提倡采用铝塑板、亚克力材料、霓虹灯或其他新型材料；

（四）招牌广告应使用简体字，禁止使用异体字。使用外文字要规范，字体的高度及宽度不得超过底牌高宽的三分之二，中文在上，外文在下，中文字体占三分之二，外文字体占三分之一（国际、国内统一品牌连锁店与专卖店除外）；

（五）所有临街建筑物的玻璃门窗上，不得张贴广告性文字或图案；

（六）通过门面装修设置招牌的，设置方案应经过审批。

第十三条 其他户外广告

（一）严格控制车体广告和以车辆作为广告载体的宣传，利用车体设置广告，尺寸不得超出车身，喷涂画面不得超过车窗下沿，车头和车尾部（含前后风挡玻璃内外）及车身两侧车窗严禁设置广告；

（二）严格控制各类指向牌的设置，确需设置的，应按户外广告的设置规定，经批准后设置；

（三）各种临时宣传站（点）必须按审批的位置、数量和时限设置；

（四）市区内沿街店铺门前严禁摆设各类灯箱、指示牌、广告牌等；

（五）未经批准，不得在宣传橱窗、公告栏及其他公共设施上搭载广告。

第三章 安全与维护

第十四条 大型户外广告、特别是大型高立柱户外广告设施，户外广告设置人必须委托具备建筑、钢结构工程专业施工资质的企业，按照设计图及标准要求进行施工。

第十五条 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准CECS148：2003），严格执行《城市户外广告设施技术规范》（CJJ149-2010）。

第十六条 户外广告设置人应加强对户外广告的维护保养，在气候环境突变时，必须加强对户外广告的检查，并采取必要的安全防护措施。

第十七条 户外广告的设置人在设置期内，应每年委托具有专业检测资质的机构对户外广告设施进行安全检测，确保在试使用期内的安全。检测应对户外广告设施的结构强度、刚度和稳定性作出评估，对其焊接、防腐、电气和防雷等方面作出评价，并对整体的可靠度作出综合评定。

第四章 附 则

第十八条 违反本标准规定，不符合设计设置要求的，由市综合行政执法局依据有关法律法规，责令停止违法行为，限期清理、拆除或者采取其他补救措施，并可予以罚款。

第十九条 本标准由市综合行政执法局负责解释。