



威海市区户外广告规划设计

Planning and Design of Outdoor Advertisement in Weihai City

第一部分

一	规划背景	六	规划目标
二	现状解读	七	规划原则
三	规划依据	八	规划要求
四	规划理念	九	设置技术标准
五	规划总则	十	管理建议

规划背景

—

- 北京大学现代广告研究所调查研究显示：人们每天用去户外的平均时间为**5.06小时**，也就是说除去睡眠时间每天大约有**1/3**的时间是在户外度过的。

- 不是所有人都看电视、阅览报纸或者上网，但是任何人离开家，都会看户外广告。



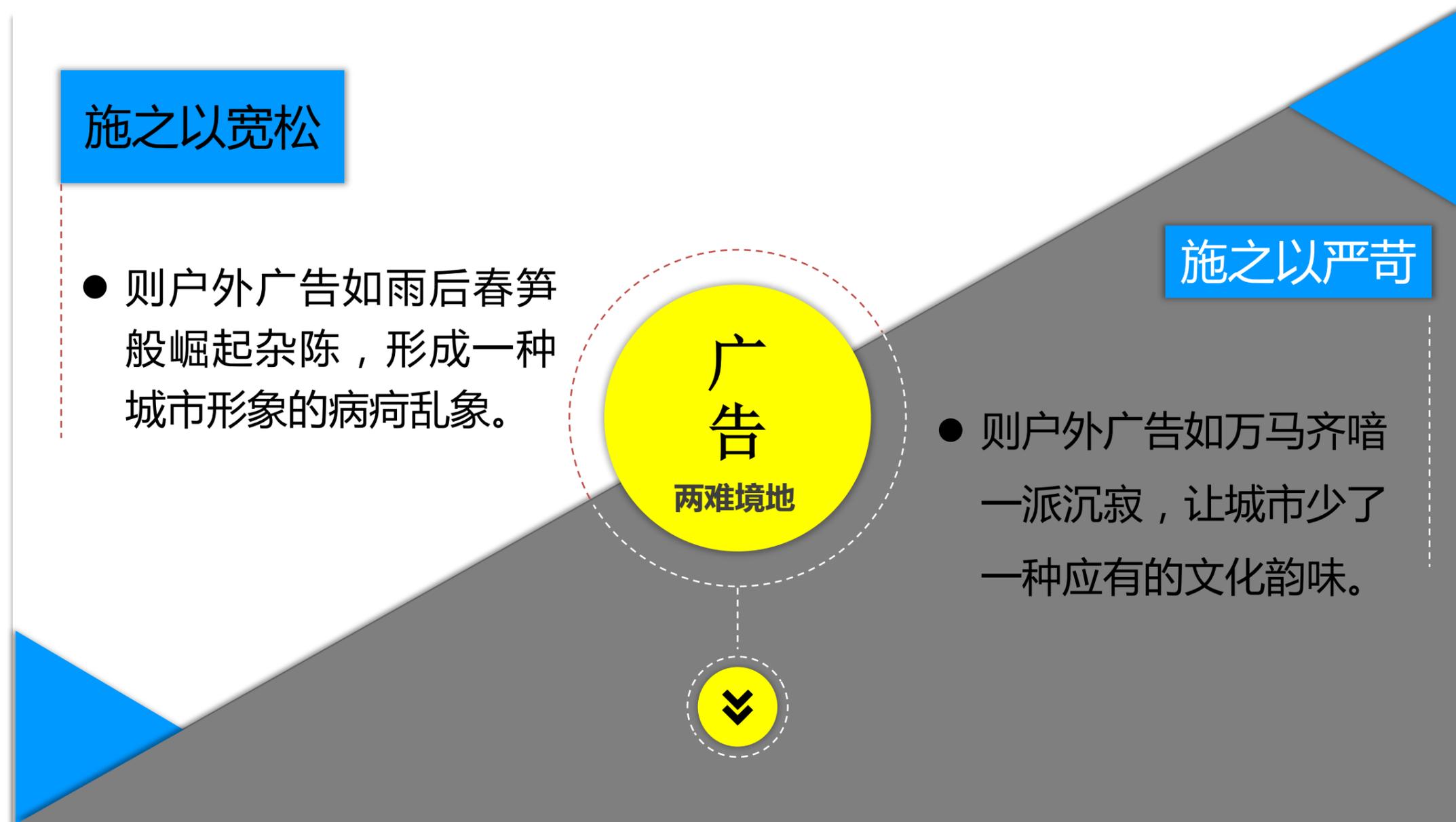
广告



- 户外广告是城市最广泛、最直接、最稳定的广告媒体形态，是城市特色及景观风貌的重要构成元素，直接影响城市形象、公众视觉。



- 对于城市管理者而言，随着市场经济的蓬勃发展，品牌形象与产品信息的传播空前繁荣。城市户外广告的在迅猛发展过程中，**陷入一个进退维谷的两难境地。**



- **欧美等发达国家**根据其历史文脉及地域文化，对户外广告设置制定了详细的管理措施，在艺术性、创造性及城市景观风貌融合等方面有着成功的先例。



发达国家户外广告管理模式三大特点：

- 立法严明，有完善的法律制度加以保障
- 通过加强行业自律来规范业界经营行为
- 注重户外广告设置与城市景观的协调性

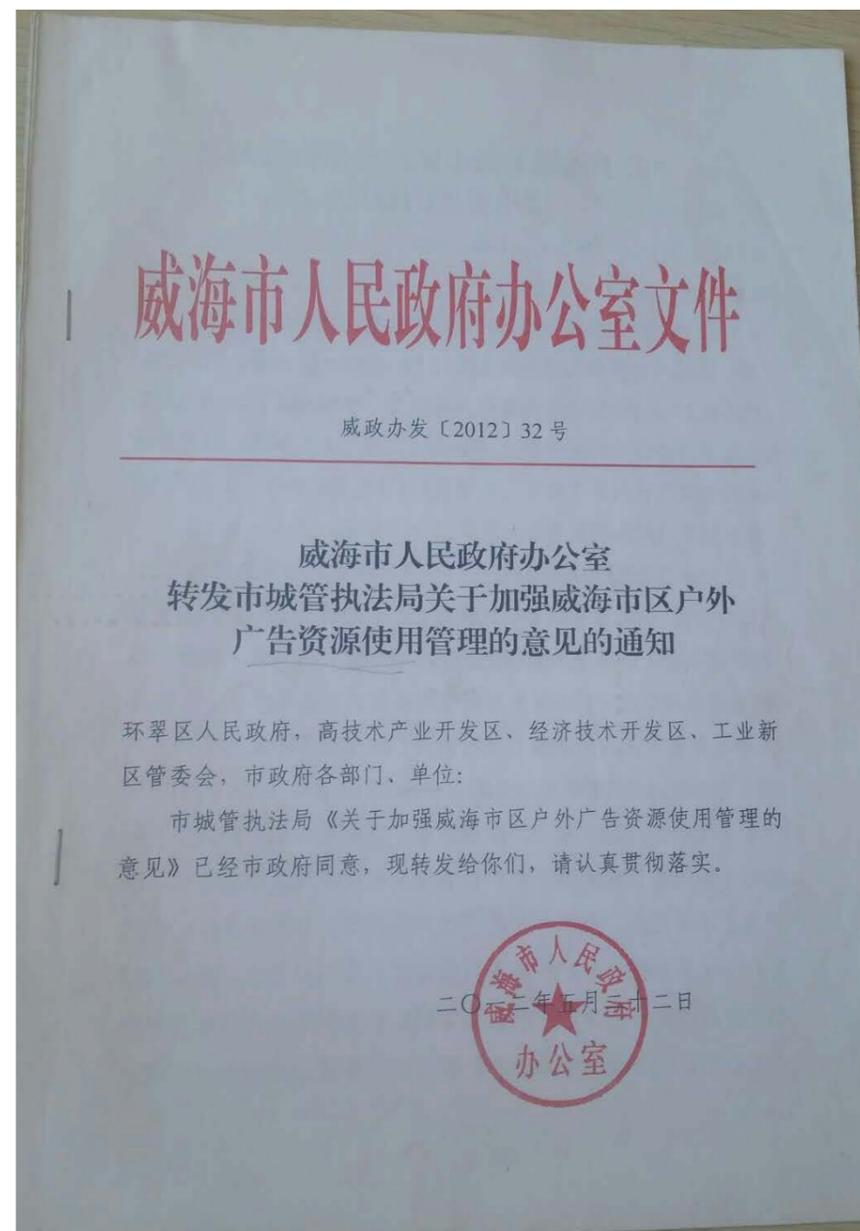
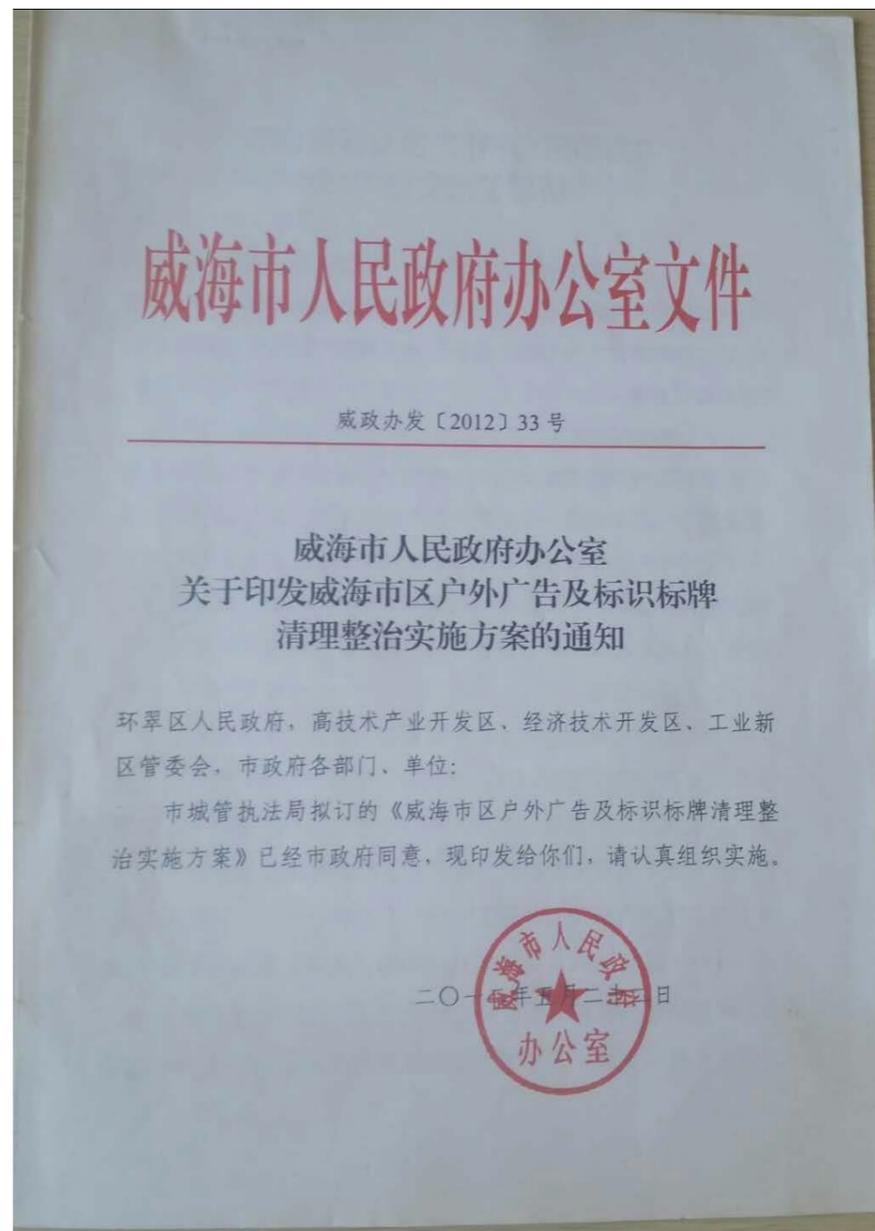
- 2017年3月，国家颁布了《住房城乡建设部关于加强生态修复城市修补工作的指导意见》，其中，第四(十三条)提出加强广告牌匾的设置。
- 2017年7月，住建部印发《关于将保定等38个城市列为第三批生态修复城市修补试点城市的通知》，我省威海、济南、淄博、济宁四个城市成功入选。
- 2017年10月，我省也颁布了相应的文件标准。
- 户外广告是城市双修的重要组成部分。



发布日期: 2017-05-27 访问次数: 1369 信息来源: 威海市规划局 字号: [大中小]

5月26日,《威海市人民政府办公室关于印发威海市生态修复和城市修补工作实施方案的通知》(威政办字[2017]28号)下发,对开展好威海市“城市双修”工作的总体要求、重点任务、工作措施分别作出安排,明确了各项工作的牵头部门和配合单

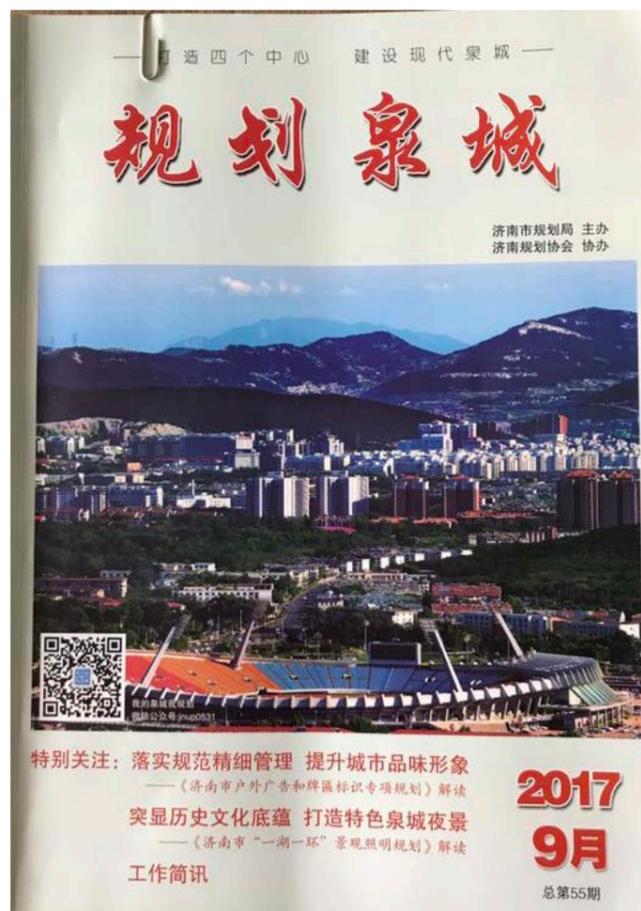
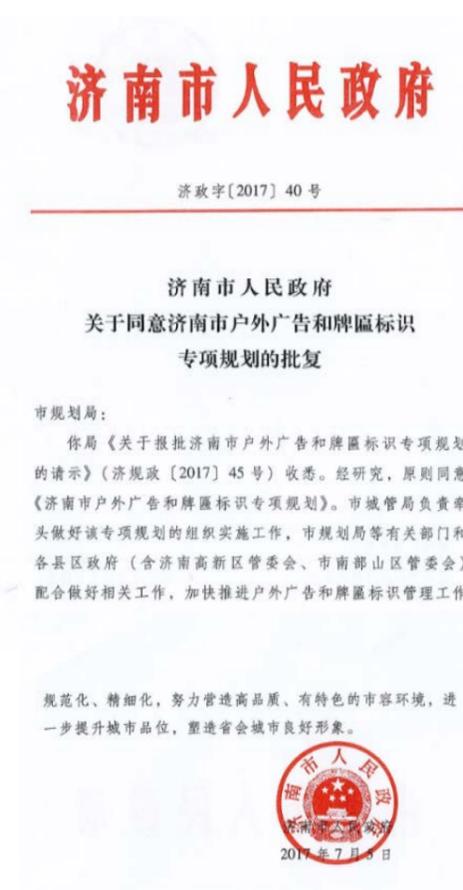
- 威海市执法局根据《威海市人民政府办公室关于印发威海市区户外广告及标识标牌清理整治实施方案的通知{威证办发(2012)33号}》和《威海市人民政府办公室转发市城管执法局关于加强威海市区户外广告资源使用管理的意见的通知{威证办发(2012)32号}》的要求，开始进行了一系列的治理工作。



- 我市执法局于**2012年**开始，**分批次**对**单立柱广告、楼顶楼体广告和门头招牌**进行了全面的清理整治，优化了城市空间环境。
- 2012年对全市**沿街商铺门头**进行改造，约整改**7000**余处。
- 2013-2015年对**楼顶、楼体、单立柱广告**进行清理整治，约整治**720**余处。
- 经过为期**四年**的治理改造，城市空间环境有了很大的提升，但由于规划的缺位，仍**存在进一步的改进空间**。
- 如何更好的规划、设置户外广告设施，提升城市景观风貌，需要更加**系统的理论指导**。



- 省内外多数城市都依据其发展需求，编制完成了户外广告规划或相关设置标准。
- 济南市编制《济南市户外广告和牌匾标志专项规划》、北京市编制《北京市牌匾标识设置管理规范》、三亚市编制《三亚市建筑户外广告牌匾设置标准（试行）》。
- 规范户外广告设置，维护市容市貌整洁，加强城市精细化管理，使户外广告科学规范发展有了全面保障。



- 我市户外广告规划编制工作势在必行，在学习借鉴济南等市优秀经验的同时，力求打造具有威海特色的户外广告规划，确保我市户外广告规范有序的设置，特编制《威海市区户外广告规划》。



特色威海：

威海，中国山东省地级市，位于山东半岛东端，北、东、南三面濒临黄海，北与辽东半岛相对，东与朝鲜半岛隔海相望，西与山东烟台接壤。全市总面积是5759平方公里，海岸线长985.9公里。

威海是“三海一门”之一。1984年，威海成为第一批中国沿海开放城市。1990年被评为中国第一个国家卫生城市。1996年被建设部命名为国家园林城市。2009年5月7日被评选为国家森林城市。2015年成为中韩自贸区先行示范城市。2016年6月14日，中科院对外发布《中国宜居城市研究报告》显示，威海宜居指数在全国40个城市中排名第五。



● 国务院办公厅批准的《威海市城市总体规划》（国办函〔2017〕42号），提出重视历史文化和风貌特色保护，延续

城市文脉，突出威海市“**山城相拥、陆海交融的滨海城市**”特色。

● 威海城市性质——“**山东半岛的区域中心城市，全国重要的海洋产业基地、滨海旅游度假和生态宜居城市**”。



- 2017年12月份，由威海市城市管理与行政执法局组织专家评审，本规划顺利通过评审，同时根据专家提出的修改意见进行修改完善。



2017年12月23日

专家组组长: *孙双立*

专家组名单:
 威海市建设工程勘察设计审查中心 孙双立
 威海市城乡规划编研中心 孙金波
 威海市规划设计研究院有限公司 王新忠
 威海市建兴建筑设计院 邵卓明
 威海市建设工程勘察设计审查中心 王文

**《威海市区户外广告规划设计》
专家评审与论证意见**

2017年12月23日，威海市城市管理与行政执法局组织召开了《威海市区户外广告规划设计》专家评审与论证会，五名专家组成的专家组（名单附后）出席了本次会议。

专家组按相关程序听取了规划编制单位北方工程设计研究院有限公司的规划成果汇报，审阅了规划文件，进行了认真讨论，形成评审意见如下：

规划基础资料收集较为详实，分析研究较为透彻，对该地广告诉求与特色把握较为准确，规划指导思想和技术路线可行，规划内容基本符合相关规定的要求。

专家组原则通过《威海市区户外广告规划设计》。

本次规划运用了大数据分析，有较详细的实施效果对照。为使规划更加科学完善，提出以下评审意见：

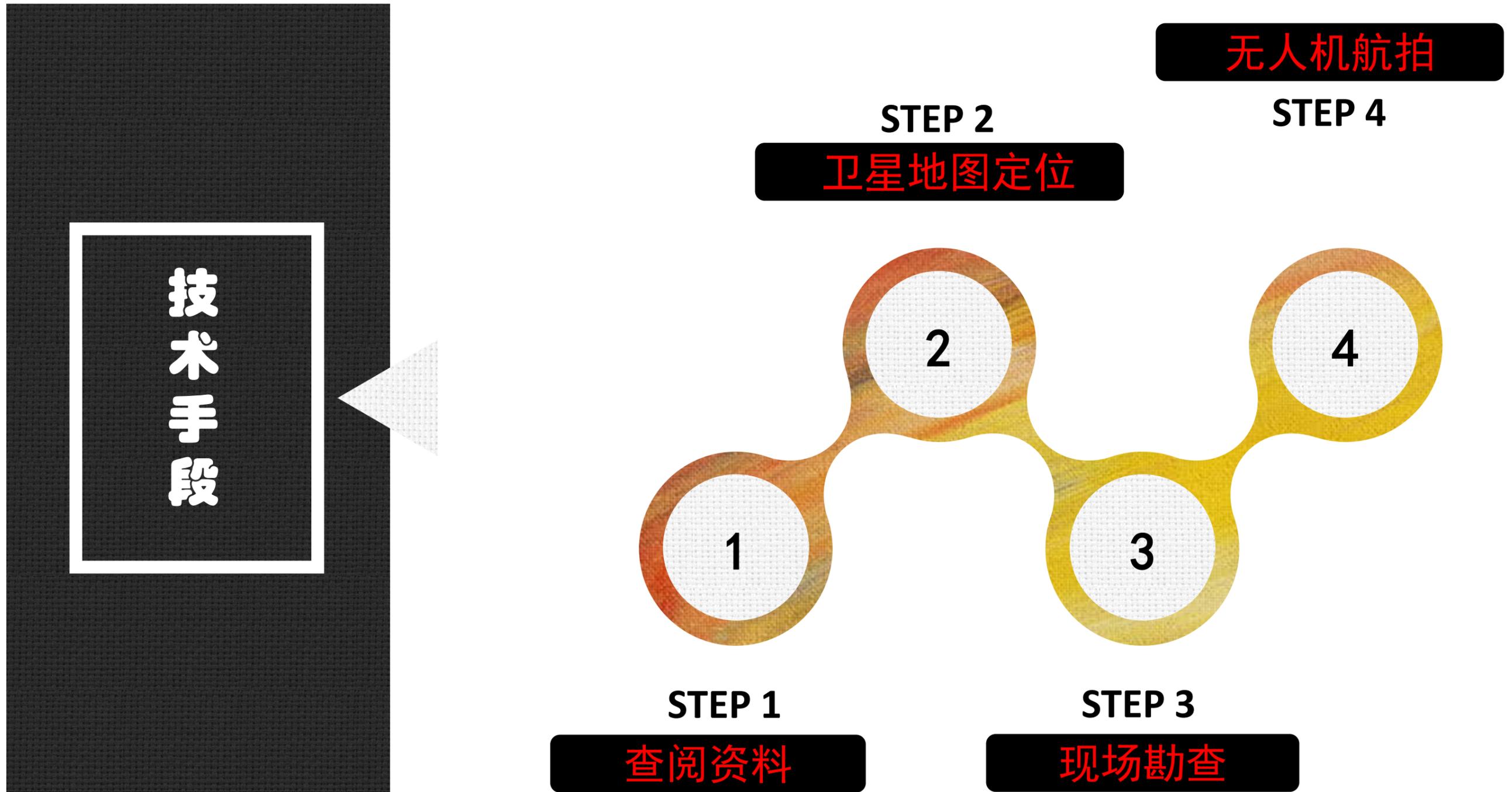
- 1、规划编制要结合城市双修工作的要求进一步完善；
- 2、明确编制依据；
- 3、广告设置应充分考虑结构、电气与消防等方面的安全措施；
- 4、成果指导与实施应借鉴与引用成功的范例，增强成果的说服力。

**《威海市区户外广告规划设计》专家评审会
签到表**

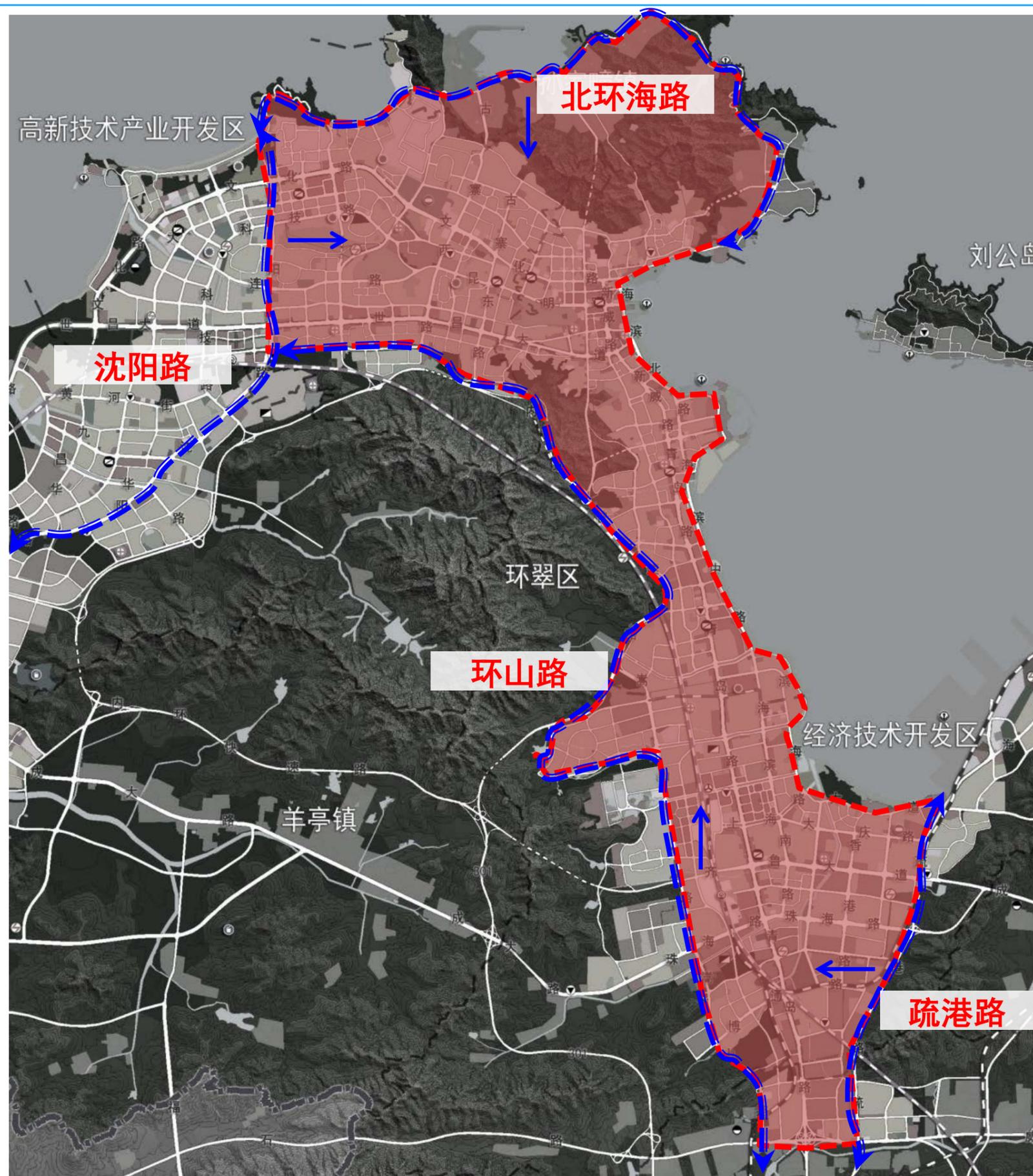
单位	姓名	联系电话
威海市城乡规划编研中心	<i>孙金波</i>	18663101936
威海市规划设计研究院有限公司	<i>王新忠</i>	18663101935
威海市建设工程勘察设计审查中心	<i>邵卓明</i>	18963191066
威海市建设工程勘察设计审查中心	<i>王文</i>	13371180733
威海市建兴建筑设计院	<i>邵卓明</i>	12336315077

现状解读

二



- 总体规划范围
- 控制路段：中心城区疏港路以西，环山路以东，沿沈阳路、北环海路以东、以南。
- 规划总面积：约92平方公里。



● 总体规划范围

类型	控制路段（区域）
详细规划 (21条路段, 16处特定区域)	1.青岛路： 1) 路段：陶瓷厂-戚家乔路段、渔港路-崂山路、山水家园-华夏路、齐鲁大道-珠海路、高铁桥-乳山路。 2) 特定区域：威高广场区域、大福源区域、会展中心区域、韩乐坊并时代广场火车站汽车站区域、蒿泊大街十字路口区域、温泉立交北口区域。
	2.上海路、和平路、统一路、昆明路、育华路、北山路、齐鲁大道（蒿泊十字路口至疏港路立交桥）、渔港路、纪念路全路段、沈阳路（文化路至环海路段）。
	3、世昌大道： 1) 路段：全路段 2) 特定区域：高新广场、奥特莱斯、统一路与世昌大道交叉中心、世昌大道与新威路交叉中心
	4.海滨路： 1) 路段：三角花园-抱海酒店、银镜服装-大转盘。 2) 特定区域：大转盘
	5.文化路： 1) 路段：三角花园-至沈阳路 2) 特定区域：利群广场、文化路与古寨西路交叉（市行政审批中心北）、文化路与古寨东路交叉（市民政局北）、市政府广场。
	6.大庆路： 1) 路段：全路段 2) 特定区域：九龙湾广场

户外广告设施现状调研分析：

通过对威海市区主干路、次干路的户外广告设施进行调研，统计各路段两侧的墙面广告、屋顶广告及道路广告设施的数量，分析得出威海市区主要路段现状广告设施的分布密度。

城市纵向（南北走向）道路

主干路——沈阳路、吉林路、古寨西路、古寨东路、统一路南路、新威路-青岛路、滨海路、香港路。

次干路——东海路、黄海路、滨海大道、北山路、塔山中路、统一路、少年路、西北山路、福山路、山大路。

城市横向（东西走向）道路

主干路——文化路、科技路、大连路-昆明路、世昌大道、上海路、大庆路、齐鲁大道、珠海路、风林路。

次干路——环海路、宫松岭路、菊花顶路、花园中路、育华路、火炬路、天津路-古寨南路、和平路、通海路、戚家乔路、渔港路、四方路、沧口路、崂山路、即墨路、胶州路、仙姑顶路、海峰路、华夏路、深圳路、海南路、工友路。

● 现状户外广告分布密度统计：

依据各主干路段户外广告设施的统计数据，归纳户外广告设施的分布情况。

	编号	具体位置	户外广告现状分类数量统计（处）					总数（处）	百分比（%）
			楼体广告	屋顶广告	立柱式指示牌	底座及立杆式广告	候车厅、信息栏及报刊亭广告		
南北向	1	香港路	14	5	3	6	8	36	3.3%
	2	海滨路	49	44	3	9	31	136	12.7%
	3	新威路-青岛路	223	154	12	15	103	507	46.9%
	4	统一路	23	7	0	2	4	36	3.3%
	5	古寨东路	49	9	0	1	8	67	6.2%
	6	古寨西路	28	12	0	2	12	54	5.0%
	7	吉林路	24	15	0	8	6	53	4.9%
	8	沈阳路	90	52	2	5	42	191	17.7%
		合计	500	298	20	48	214	1080	
东西向	1	文化路	87	65	1	18	30	201	30.7%
	2	科技路	28	27	0	6	4	65	9.5%
	3	大连路-昆明路	28	26	0	4	15	73	11.3%
	4	世昌大道	68	11	0	3	28	110	16.9%
	5	上海路	15	14	0	1	2	32	4.9%
	6	大庆路	24	6	2	2	8	42	6.5%
	7	齐鲁大道	29	17	2	2	14	64	9.9%
	8	珠海路	16	4	0	5	16	41	6.2%
	9	风林路	11	2	0	1	12	26	4.1%
		合计	306	172	5	42	129	654	

● 现状户外广告分布密度统计：

≥10%：新威-青岛路

8%-10%：海滨路、文化路

6%-8%：香港路、古寨西路、吉林路、大连-昆明路

3%-6%：古寨东路、沈阳路、科技路、世昌大道、上海路、大庆路、齐鲁大道

1%-3%：统一路、凤林路

 ≥10%

 8%-10%

 6%-8%

 3%-6%

 1%-3%

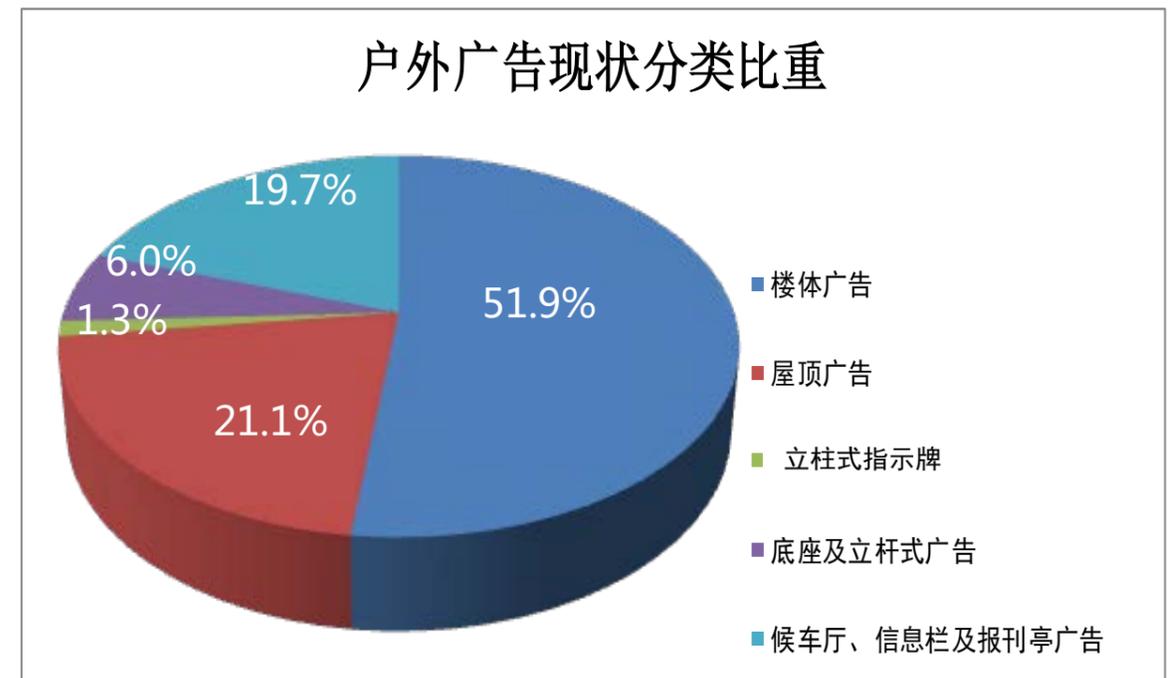


● 现状户外广告类型统计：

编号	具体位置	户外广告现状分类数量统计					总数（处）	百分比（%）
		楼体广告	屋顶广告	立柱式指示牌	底座及立杆式广告	候车厅、信息栏及报刊亭广告		
1	南北向主干路	500	298	20	48	214	1080	37.0%
2	东西向主干路	306	172	5	42	129	654	22.4%
3	南北向次干路	234	68	2	25	89	418	14.3%
4	东西向次干路	474	76	13	64	136	763	26.3%
合计		1514	614	40	179	568	2915	
百分比		51.9%	21.1%	1.3%	6.0%	19.7%		

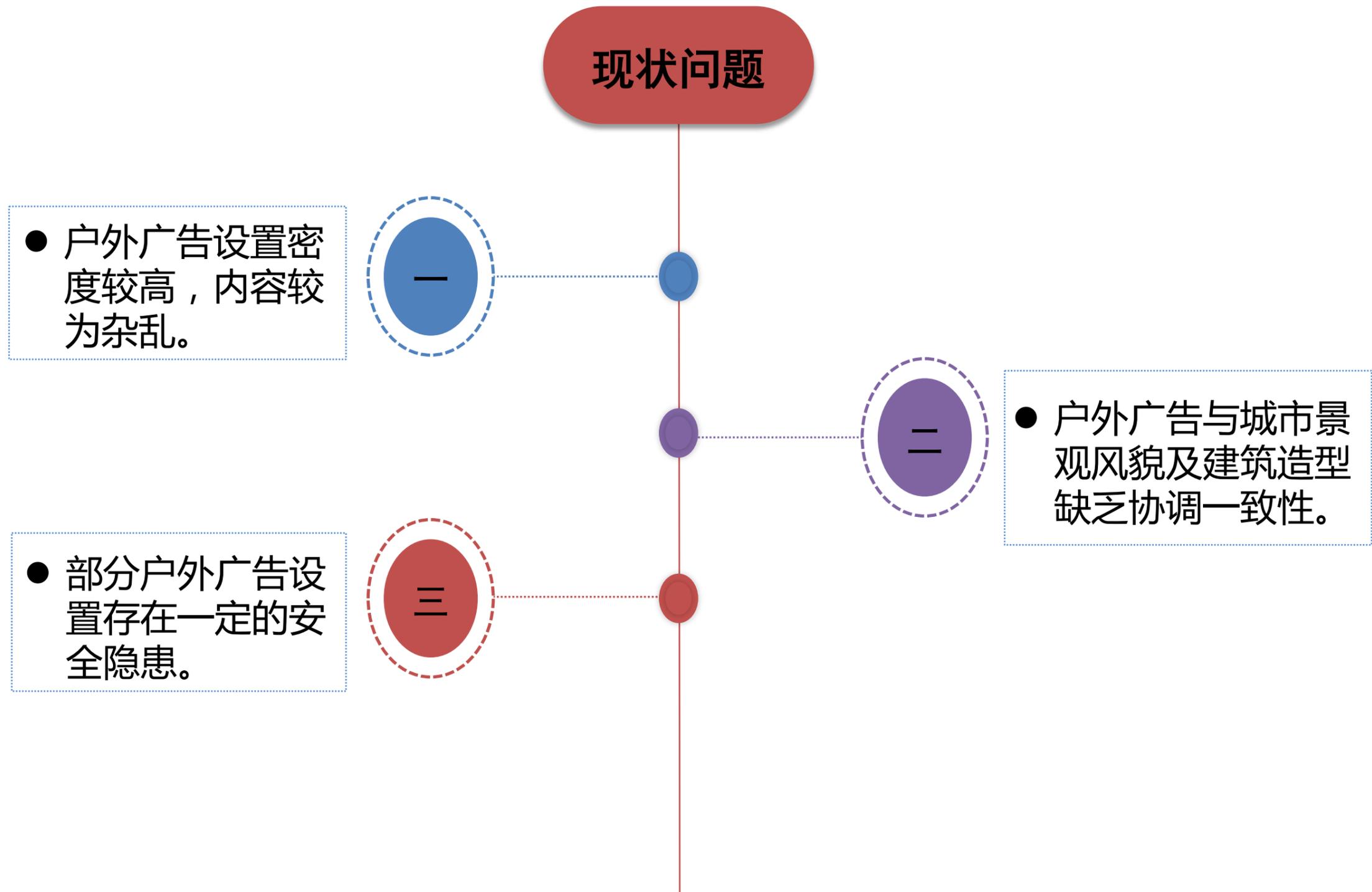
- 本次调研现状楼体广告约有**1514处**，屋顶广告约**614处**，立柱式指示牌约**40处**，底座及立杆式广告约**179处**，候车厅、信息栏及报刊亭广告共约**568处**。

- **楼体广告——51.9%**
- 候车厅、信息栏及报刊亭广告——19.7%
- 屋顶广告——21.1%
- 底座及立杆式广告——6.0%
- 立柱式指示牌——1.3%(市区范围内不再设置)



户外广告设施现状详见《基础资料汇编》

数据分析及现场探勘结论



一、户外广告设置密度较高，内容较为杂乱。

- 对于老建筑的楼梯广告进行治理、重新规划。对于新建筑的广告设施，需要在建筑设计阶段统筹考虑广告设置的位置预留。



二、户外广告与城市景观风貌及建筑造型缺乏协调一致性。

- 经治理，撤销市区大部分的屋顶广告、部分楼体广告等影响城市景观风貌的广告设施。



三、部分户外广告设置存在一定的安全隐患。

- 管理部门对于现状存在安全隐患的广告设施已进行治理。保障户外广告设施的安全性。

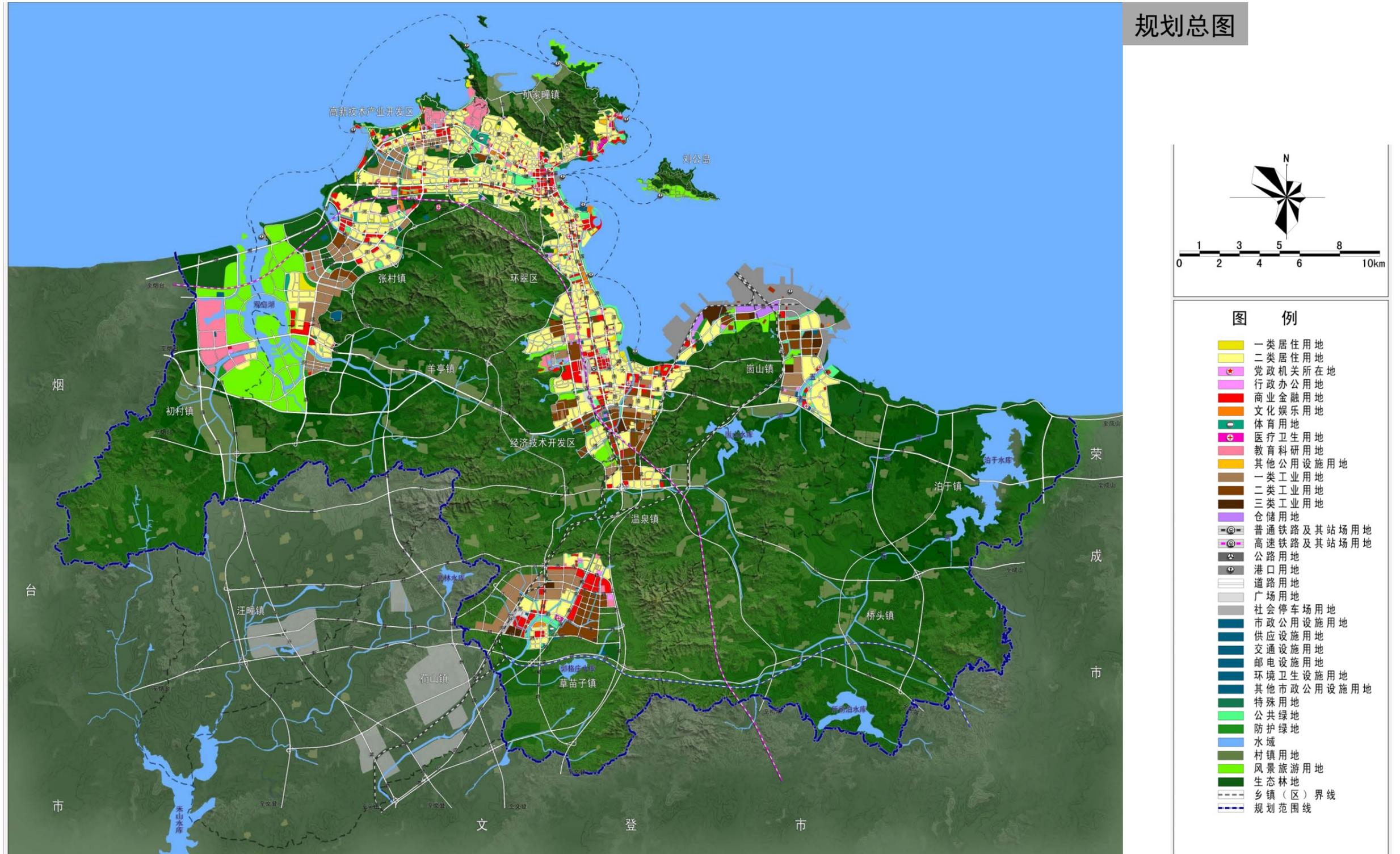


规划依据

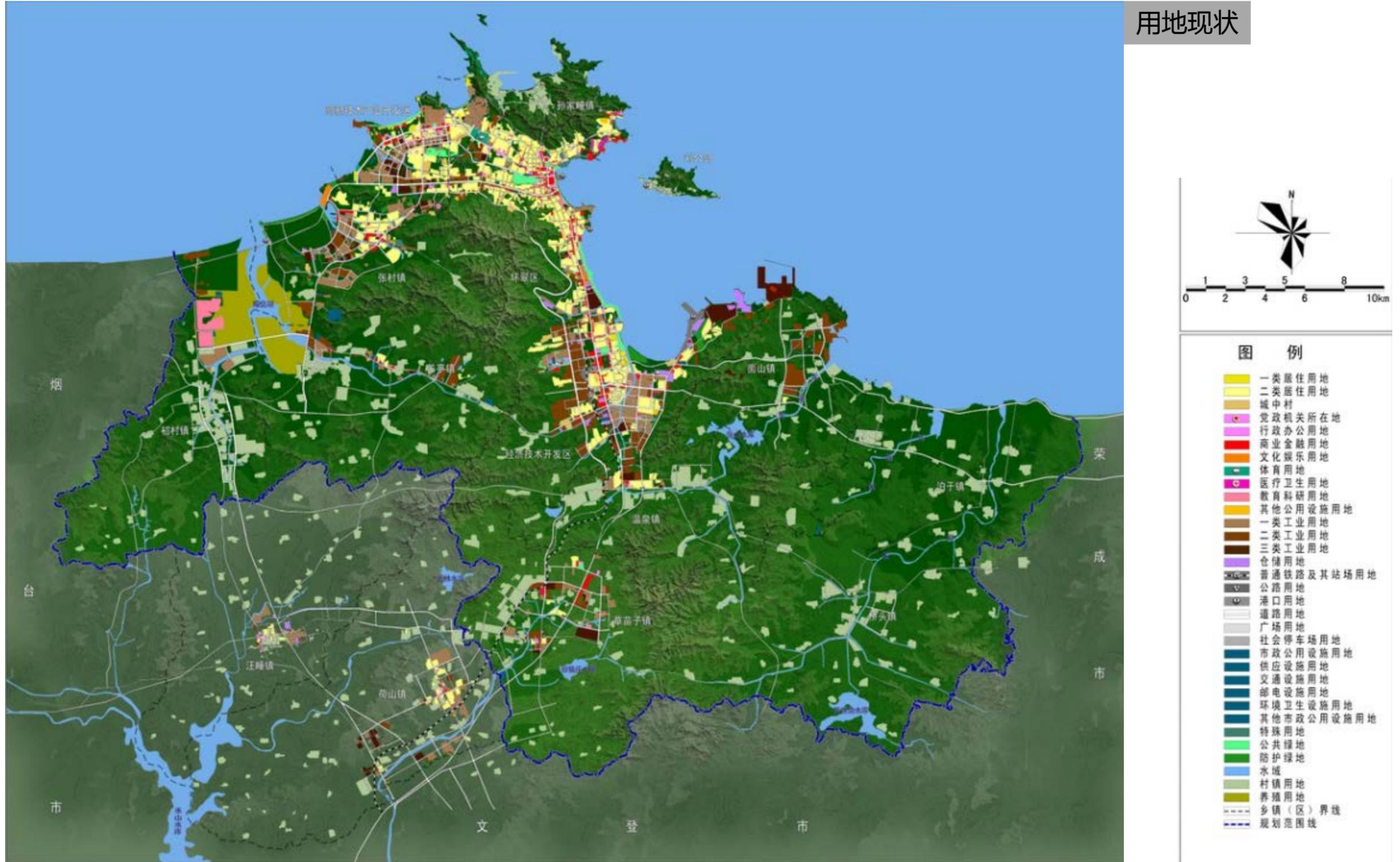


- 《中华人民共和国城乡规划法》；
- 《中华人民共和国广告法》；
- 《中华人民共和国道路交通安全法》；
- 《城市规划编制办法》；
- 《国家城市容貌标准》；
- 《户外广告设施钢结构技术规程》；
- 《山东省城镇容貌和环境卫生管理办法》；
- 山东省《户外广告设施检验规范》；
- 《威海市城市总体规划》；
- 《威海市户外广告设计设置管理办法》；
- 《威海市区户外广告资源使用管理的意见》；
- 《威海市城市风貌保护条例》；
- 国家、省市现行的户外广告设置有关的法规、条例及技术规范；
- 甲方招标文件及设计任务书。

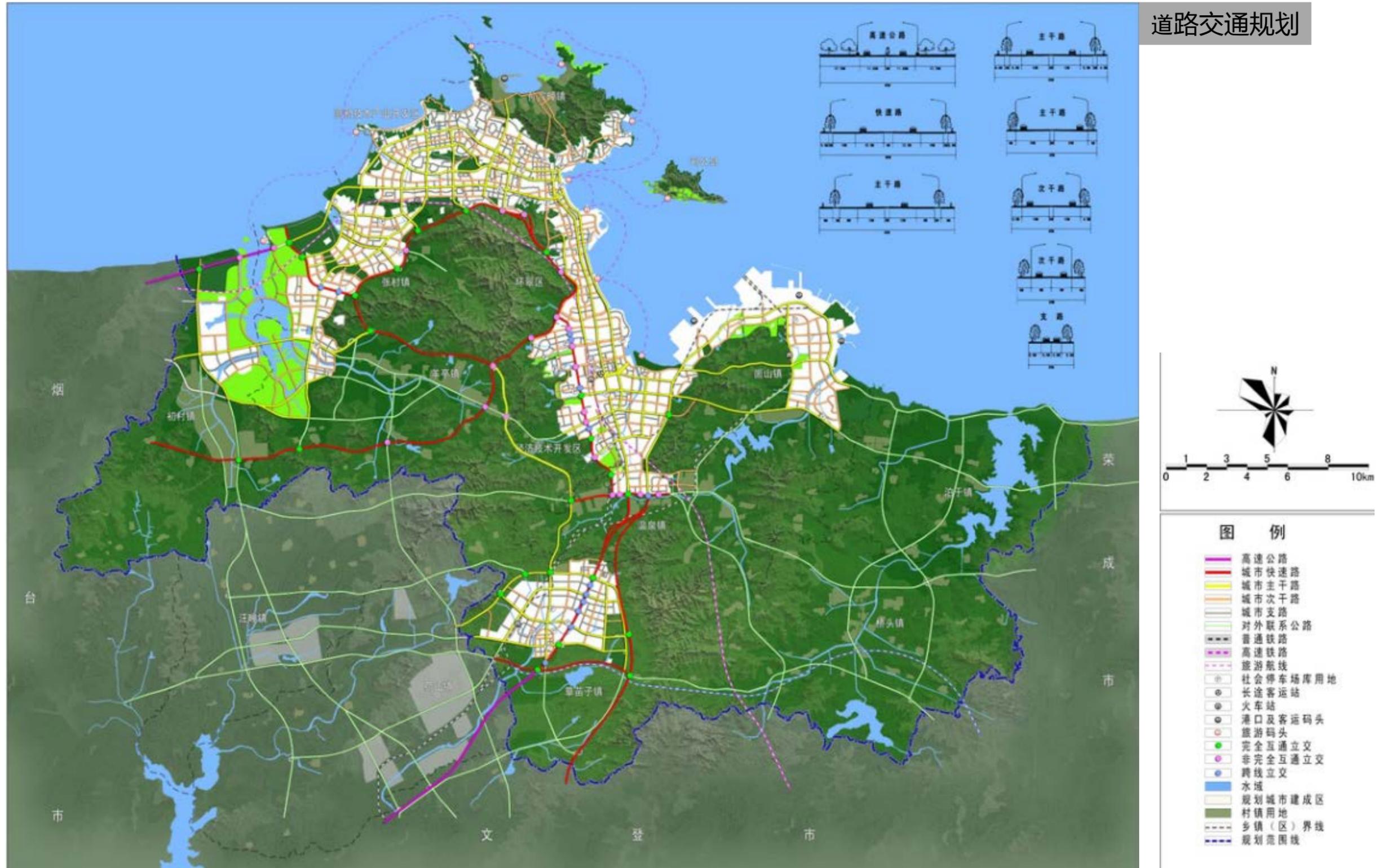
上位规划：城市总体规划是户外广告规划的基本依据，城市总体规划的方法也为户外广告的规划提供了参照，而户外广告是在城市总体规划指导下的一个专项规划，是总体规划的一种延伸。



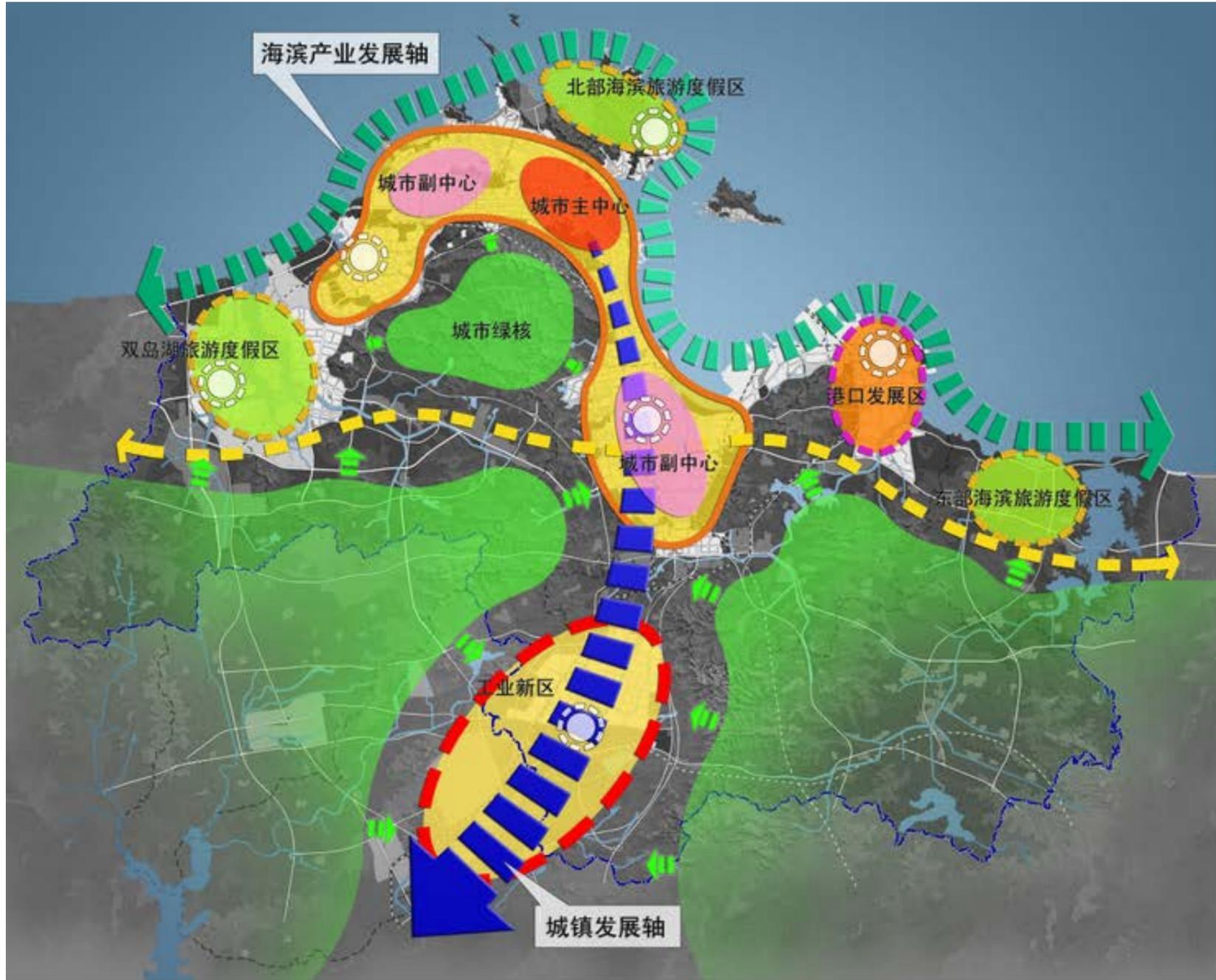
上位规划：



上位规划：



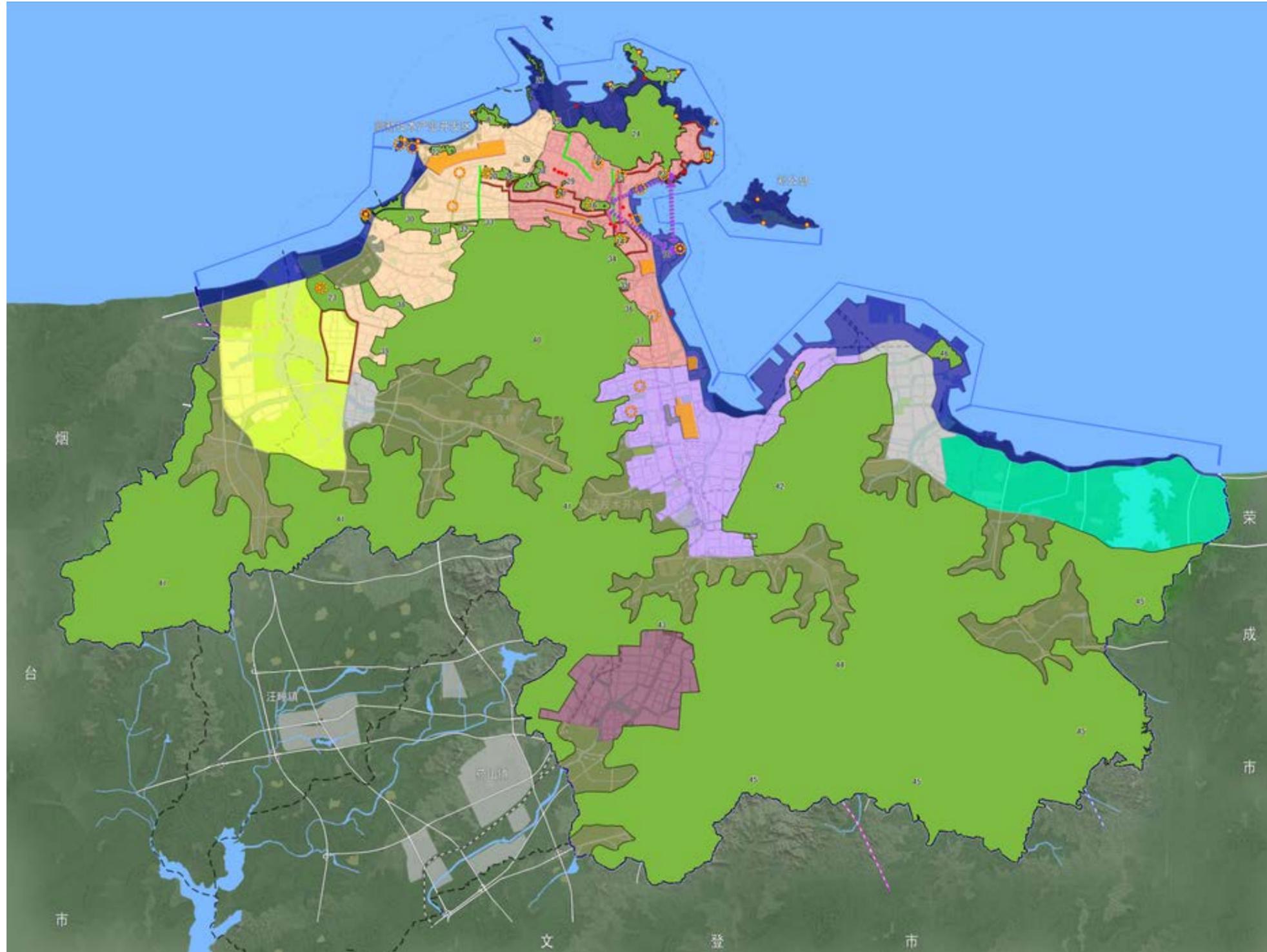
上位规划：



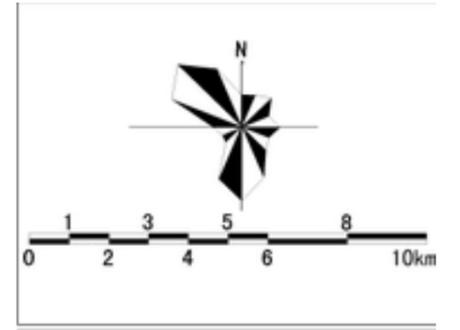
市区九镇产业发展策略

城市功能结构分析

上位规划：



景观规划



图例

- 全钱顶-环翠楼-东山视线通廊三角区
- 塔山-市政府-环翠楼视线通廊三角区
- 道路绿化改进单元
- 滨海景观带
- 城市绿核严格控制区
- 城市绿核缓冲控制区
- 环翠区城市风貌控制区
- 高区城市风貌控制区
- 经区城市风貌控制区
- 工业新区城市风貌控制区
- 双岛城市风貌控制区
- 羊亭、苗山城市风貌控制区
- 东部海滨风貌控制区
- 高层建筑建设控制区
- 建筑高度控制区
- 交通重点改进区
- 新建城市开放空间
- 建筑形象改进单元
- 观景点
- 城市绿核编号
- 滨海景观带分段标志
- 道路
- 普通铁路
- 高速铁路
- 水域
- 乡镇(区)界线
- 规划范围线

规划理念

四

精准设“限”、特色鲜明、艺术提升

- 根据威海城市性质——“山东半岛的区域中心城市，全国重要的海洋产业基地、滨海旅游度假和生态宜居城市”，严格控制户外广告的分类、分区，并与城市景观风貌融合，加强文化创意，促进品质提升，使户外广告设施成为凸显城市地域特色、彰显城市活力的重要媒介。



规划总则

五

- **贯彻“科学规划、合理布局、分区控制、整管结合”的整体性原则**

整体性原则是指整个户外广告设施的规划布局应纳入到城市这个大系统中，应从城市的经济、环境、社会等方面来考虑户外广告设施规划布局的合理性与科学性。按照总体规划的要求，积极落实总体规划的控制目标，创造与城市景观环境协调一致，对城市景观产生积极影响的户外广告。

- **以人为本突出可持续发展的原则**

户外广告设施的规划布局，应结合可持续发展的需要，以提高城市居民生活质量和城市环境为最高目标，必须处理好户外广告设施规划布局与城市入口、经济的可持续发展的关系，为城市未来发展创造一个良好的条件。

- **全面突出城市整体景观风貌、地方特色的原则**

威海有着优美的自然环境和深厚的文化底蕴，其建筑、海洋、绿化等构成了第一层次的城市天际轮廓线，而户外广告等附加物则形成第二层次轮廓线。在城市景观中处于协从地位的户外广告，其设置与设计必须协调好二个层次的关系。促进并维护城市整体景观风貌。户外广告作为展示城市形象的一个“窗口”，应该突出地方特色，弘扬地方文化。

- **因地制宜、重点控制和综合整治相结合的原则**

不同城区在用地性质、交通条件、建筑风格、景观特点等方面存在较大差异。因此，户外广告设置时应加以区别对待，其布局的形式、色彩、照明等均应与这些构成城区特色的主要方面相协调。

● 符合安全、功能、美观的原则

加强广告设施自身安全的管理，严格保证广告设施在各种气候条件下的绝对安全。严格防止因广告设置不当，产生损坏、倒塌而造成的伤害，这是广告设置的首要任务。

广告的设置位置、尺寸等也产生较大差异，在不影响广告展示效果的情况下，强调城市各类元素的整合，使其功能多元化、集约化地利用城市空间。尽量减少设置完全独立的户外广告，以免对城市空间利用造成极大的浪费。

● 有序管理的原则

以现有法规、规范为依据，针对现状出现的问题，统一规划、逐步整改、到期拆除，步入有序管理的轨道。并不断完善、修订相关法规与规范，为长效、有序、公正、公平的管理提供有力保证。

规划目标

六

● 形象定位，彰显城市个性特色(景观性)

在满足使用功能、结构安全、空间布局等要求的基础上，提升户外广告设施的内容和品质，突出威海地域特色，通过艺术手法来优化城市景观风貌，使户外广告成为城市整体景观风貌的亮丽风景线。

● 规范设置，提供规划及管理依据(操作性)

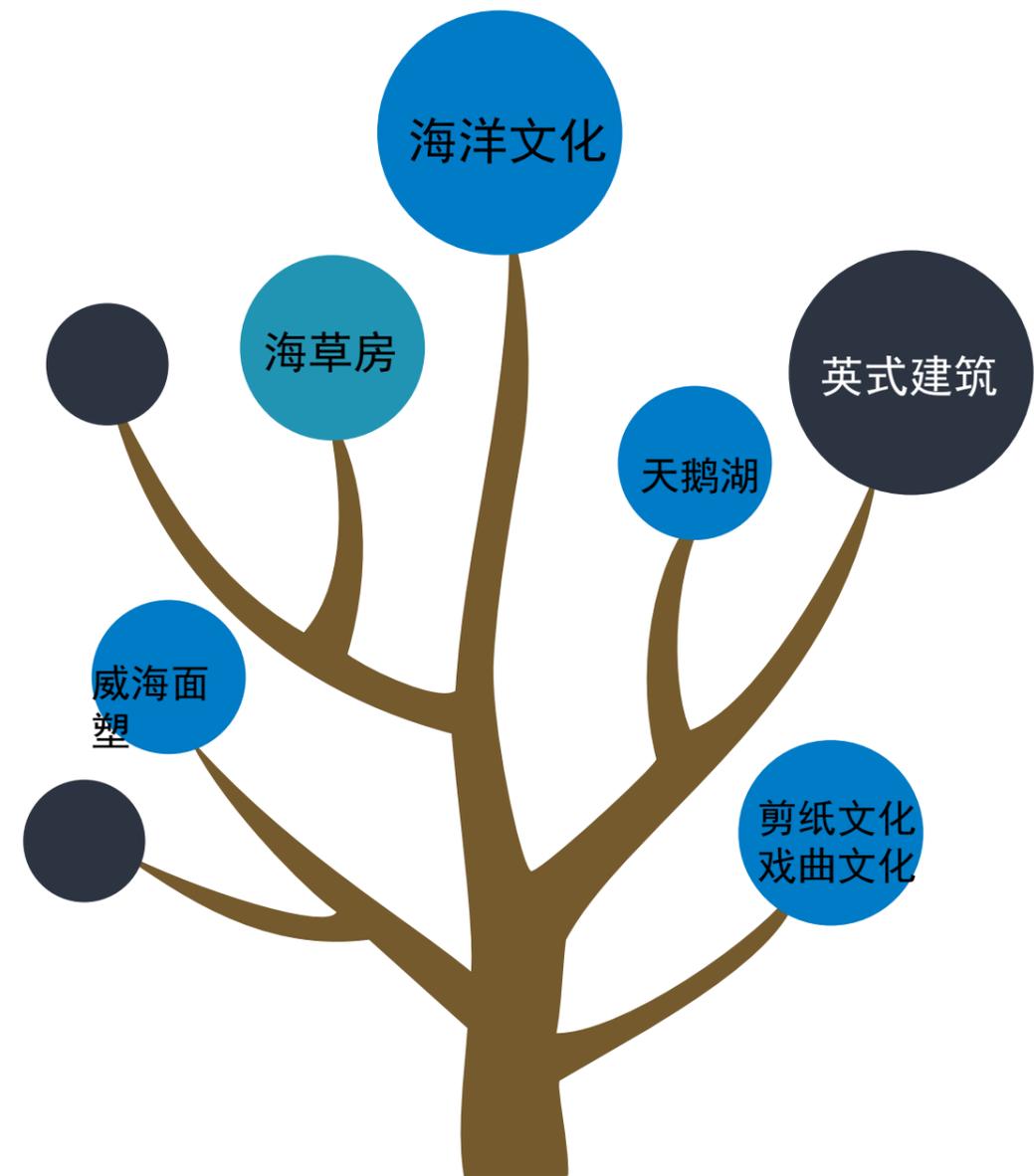
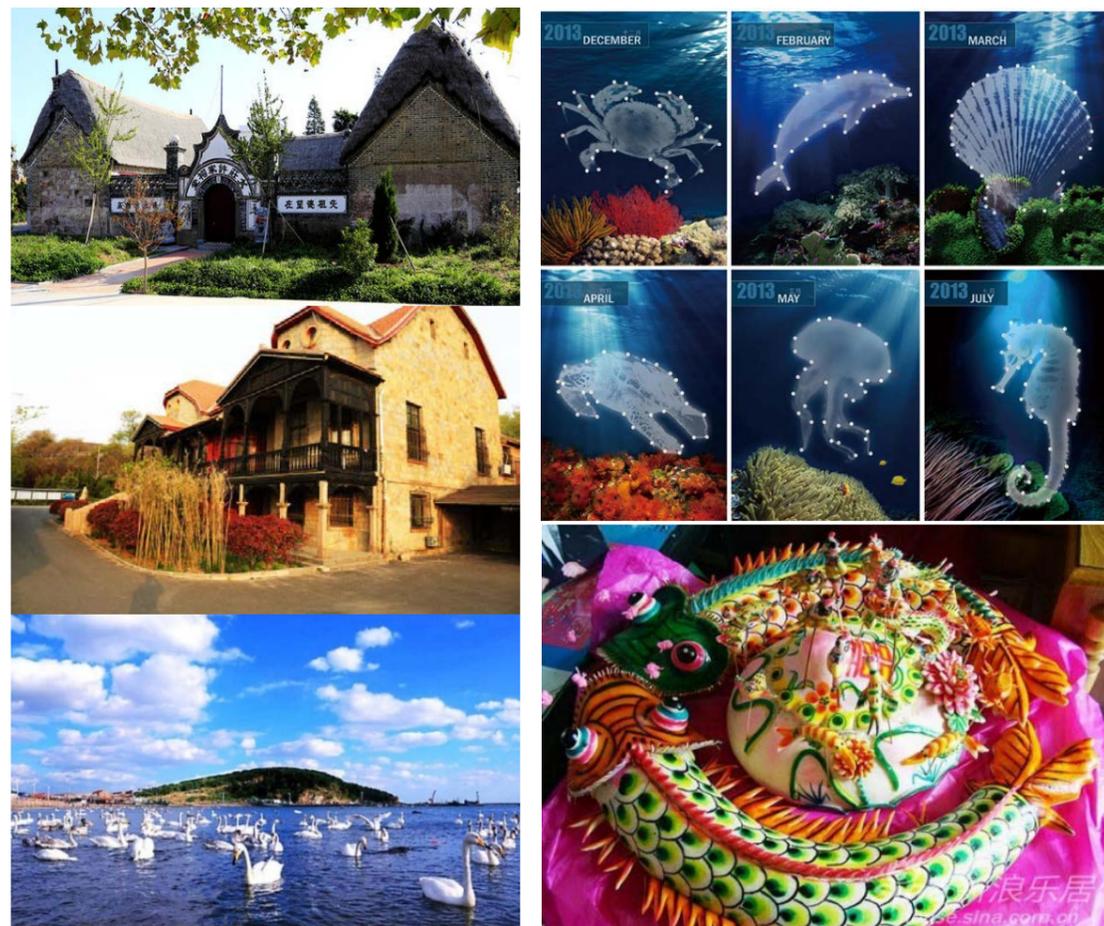
构建一套科学、合理、规范，能够反映威海特色的规划框架和技术导则，为今后的户外广告设置、行政执法部门管理提供执法依据。

● 创新提升，引领城市广告设计发展趋势(示范性)

创意和特色是城市户外广告设施的灵魂。结合国内外的最新理念，合理运用新技术、新形式、新工艺、新材料，塑造与城市总体定位相融合、与城市景观风貌相协调的户外广告设施，对今后的户外广告设计具有示范作用。

● 形象定位，彰显城市个性特色(景观性)

在满足使用功能、结构安全、空间布局等要求的基础上，提升户外广告设施的内容和品质，突出威海地域特色，通过艺术手法来优化城市景观风貌，使户外广告成为城市整体景观风貌的亮丽风景线。



威海特色户外广告的塑造：

- 依据威海特色元素，通过艺术手法在户外广告中得以表达和传承，其文化内涵、地域特色，影响着人们的行为和生活方式，丰富了广告内容和形式，彰显城市文化、突出城市个性。

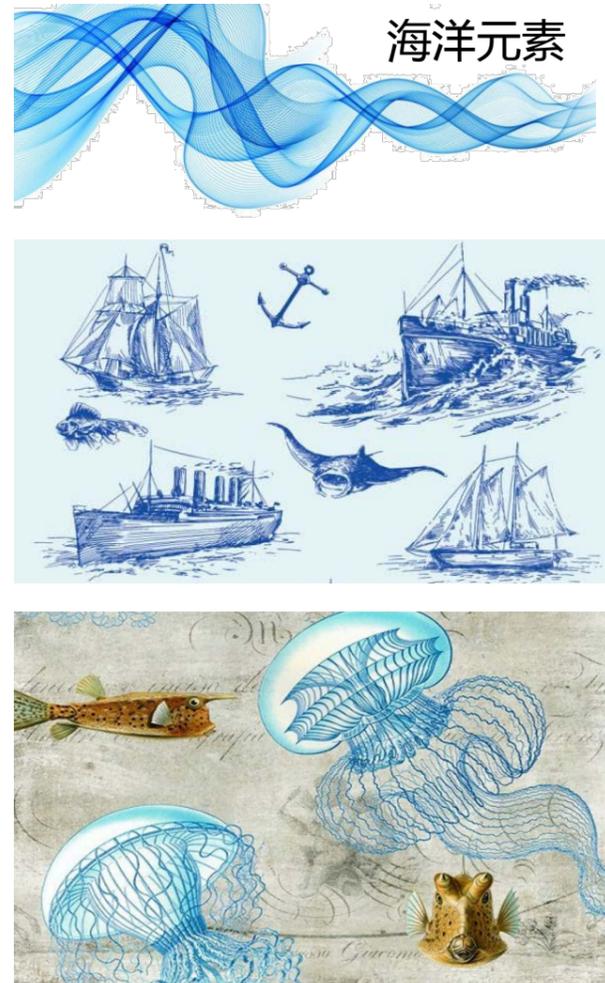


威海特色元素：

碧海蓝天，红瓦绿树



海洋元素

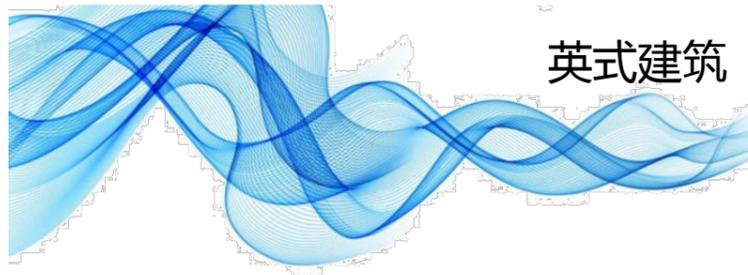


海草房

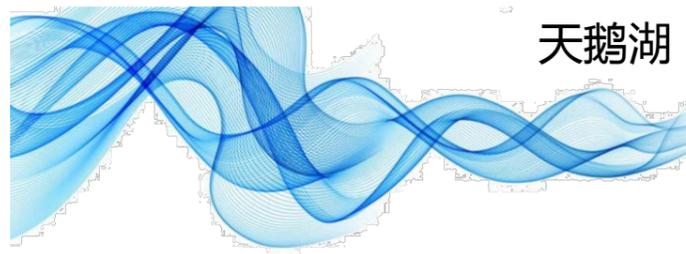


威海特色元素：

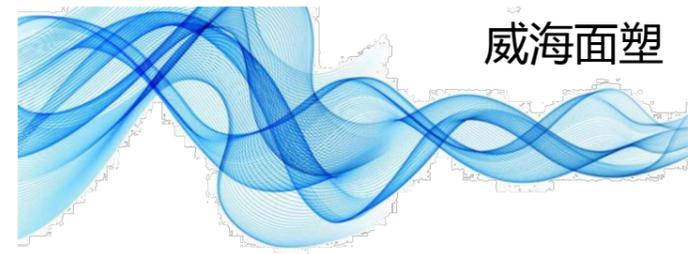
英式建筑



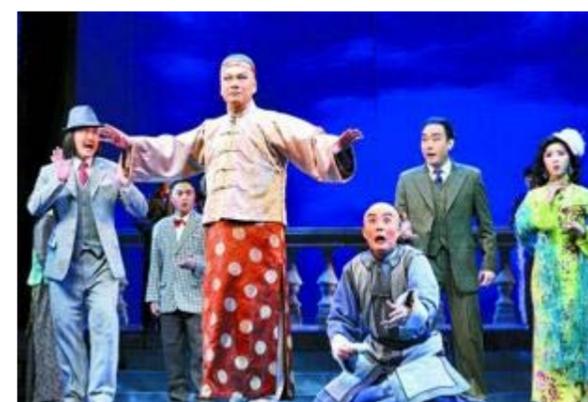
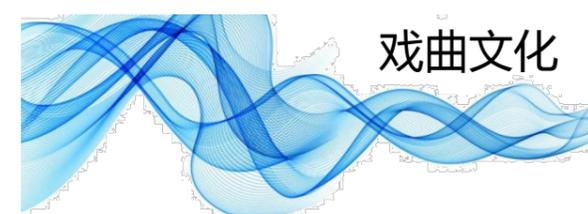
天鹅湖



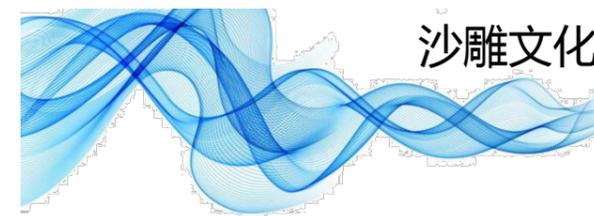
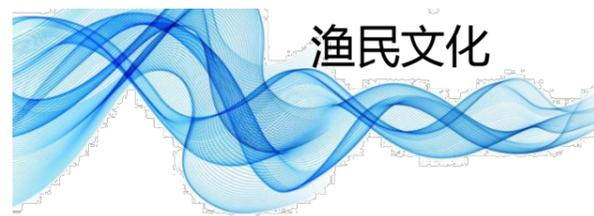
威海面塑



威海特色元素：



威海特色元素：



● **规范设置，提供规划及管理依据(操作性)**

构建一套科学、合理、规范，能够反映威海特色的规划框架和技术导则，为今后的户外广告设置、行政执法部门管理提供执法依据。



高新技术的利用：

局部户外广告存在品质低端、缺乏创意、科技含量较低等问题，通过采用**新型无网内光布UV打印**、**超透明LED显示屏**、**栅格式LED显示屏**、**投影广告**等高新技术，将国际化的户外广告景观引入市民、游客生活当中，有助于更快、更便捷的认识威海。



新型无网内光布UV打印

色彩靓丽丰富，**耐磨损**，防紫外线。UV油墨有着更高的耐候、耐溶剂性能、饱和度高，画面清晰细腻，色彩鲜艳。UV喷绘采用分层打印技术，使画面表面自带凹凸感，**层次分明**，**视觉效果好**。



高新技术的利用：



楼体广告投影

它是利用一种大功率投影设备，运用光学投影原理，采用高亮度的光源，将底片上的全彩广告内容投射在各种高层建筑的外墙上，不会破坏整体墙面，而且还能**打造一个巨幅广告的震撼画面。**

优点：**美观灵便、质量坚固、耗能低，安装和使用都非常方便。**

超透明LED显示屏技术

一种新型超透明LED显示屏技术，**具有70%—95%的通透率**，面板厚度仅10mm，LED单元面板可从玻璃后面紧贴玻璃安装，单元尺寸可根据玻璃尺寸定制，**对玻璃幕墙采光透视影响很小，且方便安装维护**，非常适合“建筑媒体”领域的应用。



高新技术的利用：



新型多米诺凹凸6面翻

将大型画面分割成几百上千个方格子子机，每台子机由一台微型数控电机驱动，推动导杆使方柱体按照电脑编制的程序先后时差向前凸起----落下---组成一幅完整的大画面；每次凸起---落下一个循环都会更换一幅画面，一般**设定8-18种翻动花样，充分利用空间。**



栅格式LED显示屏

有一定的通透性，可以保证玻璃幕墙约40%左右的采光通透效果，同时可以大面积安装，

规划原则

七

一体化



- **融入建筑：**
广告设施应融入建筑，与建筑一体化管理。
- **新建建筑：**
广告设施应纳入建筑方案，统筹考虑，一体化设计。
- **现状建筑：**
广告设施应结合建筑立面统筹布局，一体化改造。
- **街道景观：**
广告设施应与街道景观统筹设计，一体化布局。



▶ 协同化

- **环境协同：**

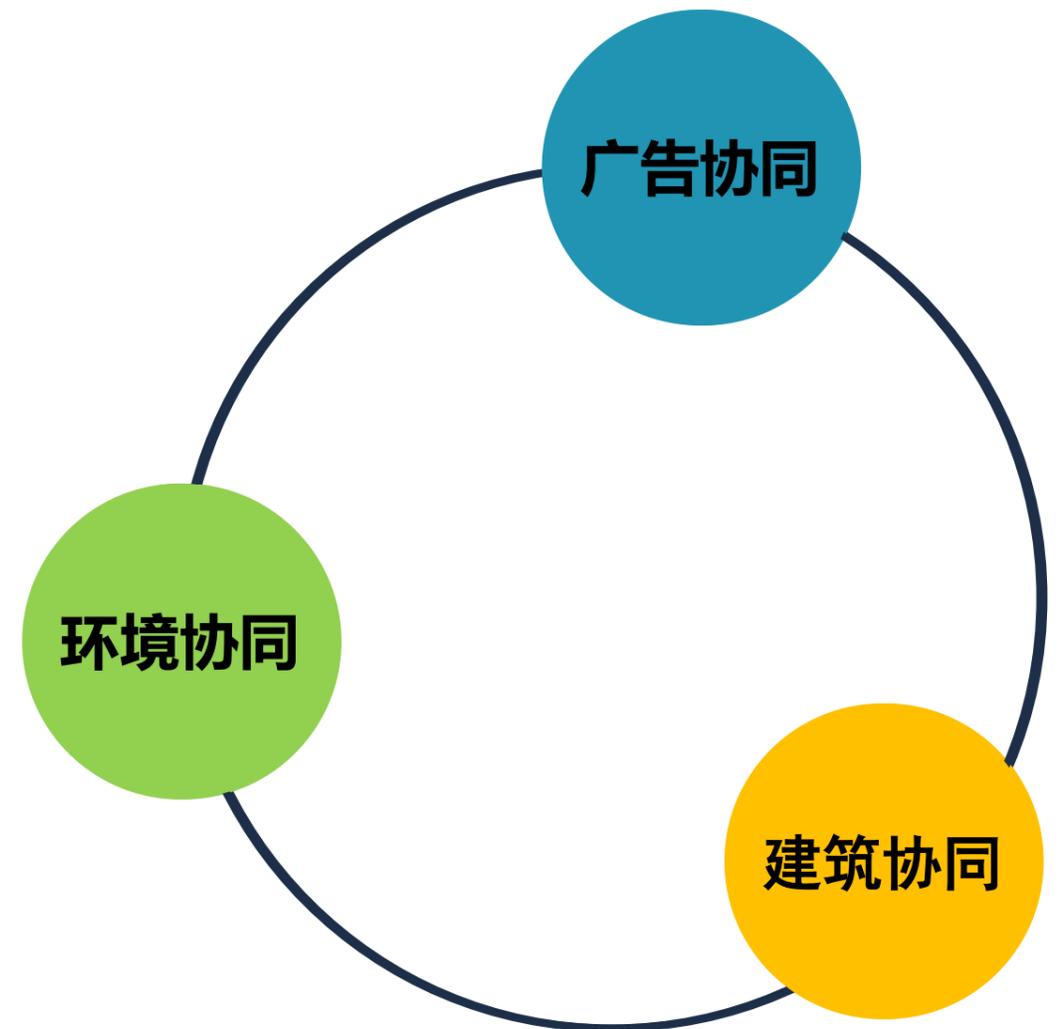
广告设施应与所处区域定位、环境氛围、空间特征协同。

- **建筑协同：**

广告设施应与所附着建筑的功能属性、整体风貌、立面造型协同。

- **广告协同：**

处于同一视觉环境的广告设施应彼此协同，整饬有序。



➤ 艺术化



● 符合美学：

广告设施的布局、造型、内容等应符合美学原则，具有设计美感。

● 设计艺术：

广告设施定位为文化要素，鼓励对广告设施进行艺术化设计。

● 鼓励创意：

鼓励能传达人文精神的具有创意的广告设施设计和发布方式。

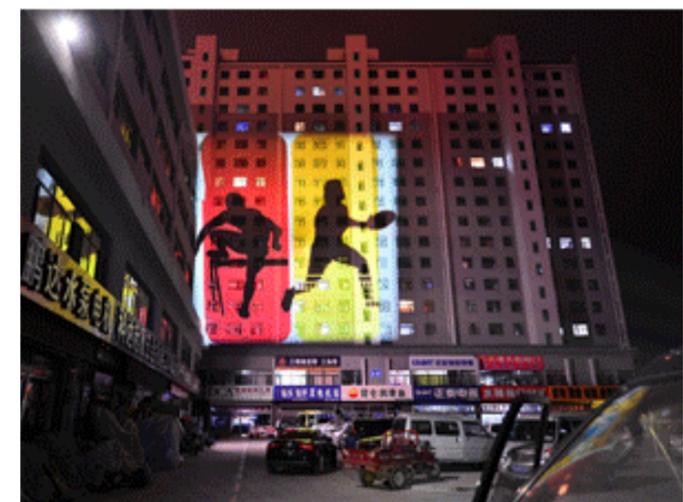


规划要求

八

规划要求：

- 依据《威海市城市风貌保护条例》和《威海市户外广告设置管理办法》提出以下具体规划要求：
 - 楼体**天际线以上**，不再设置广告牌。
 - 针对楼体广告的规划，保证“**一楼一名**”的设计原则。
 - 新建建筑广告牌需与建筑立面**同步设计**。
 - **原则上不再设置地面广告牌**，地面园林绿地广告牌由市政园林部门结合城市景观设计。
 - **门头招牌**未列入本次规划，于后期进行专项规划。
 - **本次规划范围之外区域**，按照以上规划要求执行。



本次规划楼体广告数量：

- 根据规划范围及规划要求，本次规划楼体总数量：**314栋**。
- 规划广告位共计**773处**，其中，取消广告位**585处**，改造广告位**123处**，新增广告位**63处**。



设置技术标准

户外广告分类：

按广告性质分类

公益性广告：宣传国家政策法规，宣传部门、团体行动方针（如城市建设、环境保护、交通安全、精神文明等）的广告。

商业性广告：表现公司、企业、单位的经营、产品、服务，以达到一定商业宣传目的的广告。

指示性广告：表现企业、单位的名称，一般设置于该单位所处建筑的屋顶、墙面、入口，起一定的指示、导向作用的广告。

按广告设置时间分类

永久性广告：商店招牌、公司、企业、单位名牌等。这类广告随着单位的存在而存在，可以视为永久性广告。

长期性广告：设置时间六个月以上的广告。

临时性广告：设置时间不超过六个月的广告，一般为商业促销、文娱活动等广告。

户外广告分类：

按广告设置的载体空间
位置和形式分类

建筑依附型
广告

屋顶广告



墙面广告



店名牌



道路广告

底座式



立杆式



候车厅、报刊亭、
信息栏



道路围栏等设施



户外广告分类：

按广告设置的载体空间
位置和形式分类

高立柱式广告

大型立柱式



大型板式户外广告



其他特殊广告

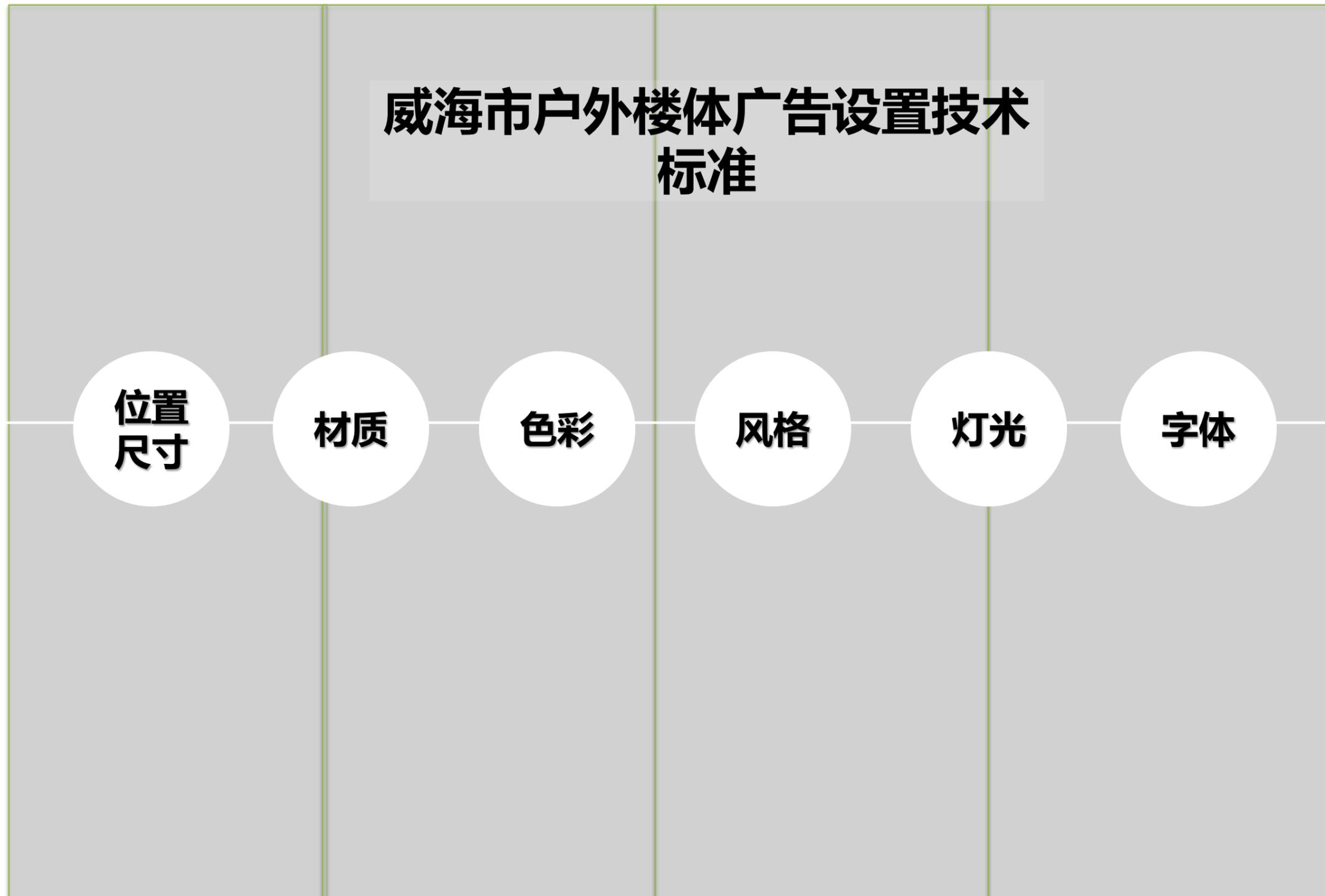
动态型广告
(电子显示屏广告)



交通工具广告
(设置交通工具上的户外广告)。



根据《中华人民共和国广告法》、《户外广告设施钢结构技术规程》、《威海市城市风貌保护条例》、《威海市区户外广告资源使用管理的意见》等法律法规，结合本市实际，制定户外楼体广告设置技术标准。



功能（建议性要求）：

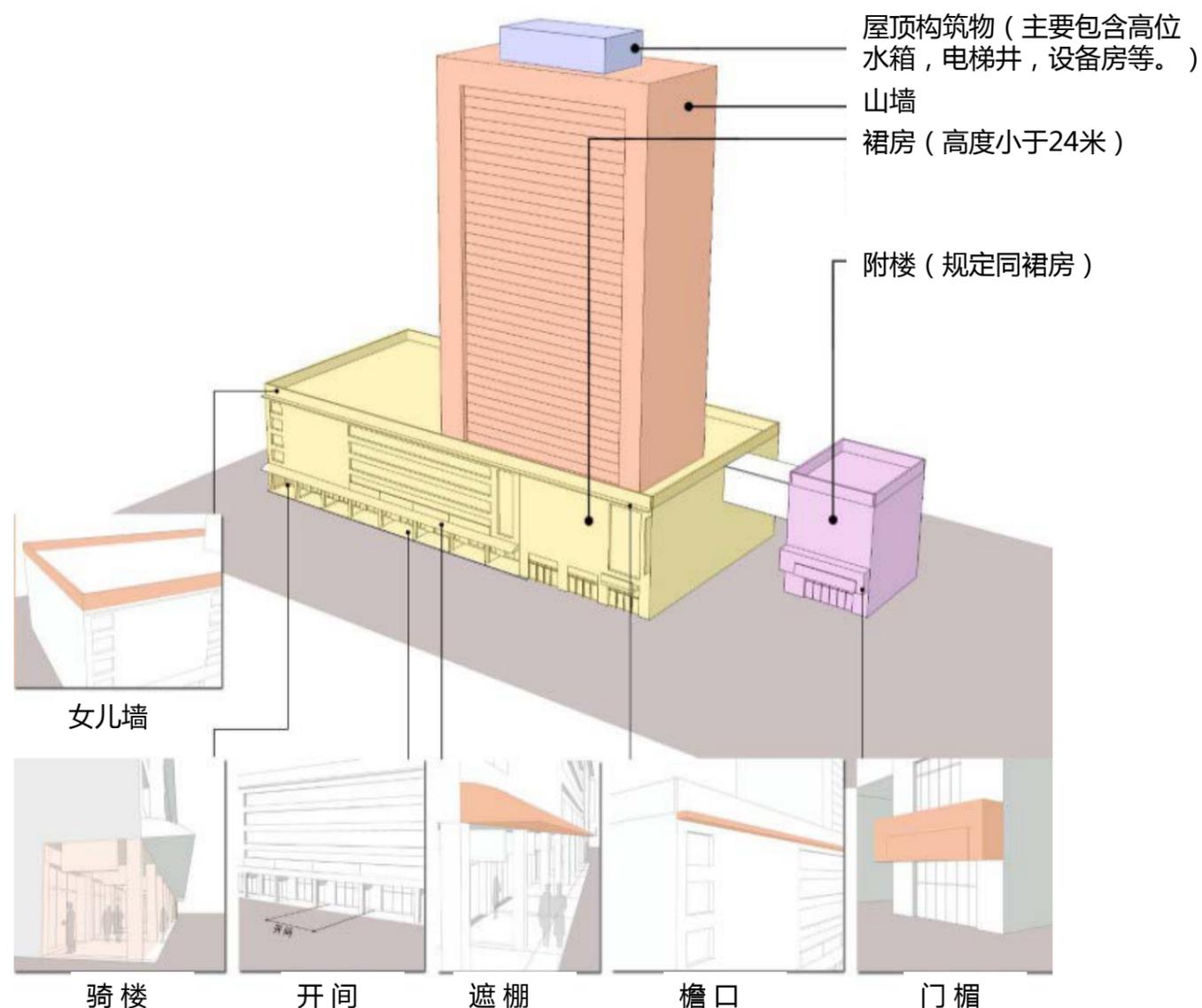
- 集中展示区——烘托商业氛围；可以在不影响建筑造型及整体环境景观的前提下，运用丰富多样的广告设置形式和设计手法，提倡采用新技术、新工艺、新材料、新光源、新创意，兼顾白天与夜晚的效果，烘托商业地区繁华、协调的城市特色。
- 一般控制区——标识商业功能；适度控制大体量商业性广告，户外广告设置应疏密结合。
- 严格控制区——标识楼座名称，保证一楼一名。
- 禁设区——原则上不允许设置户外广告，大型活动、节日的公益类宣传广告设置，须经相关部门批准。

不同类型户外楼体广告控制要求：

位置及尺寸（强制性要求）：

城市优秀建筑物，不宜设置墙面广告。其他建筑广告牌匾的设置不能遮挡建筑物的主体造型，且位置尺寸须经当地规划部门批准。附着于建筑物的楼体广告按照设置位置的不同分成三类（平行于墙面的广告、垂直与墙面的广告以及屋顶广告），针对设置位置及尺寸分别提出相应的设置标准及要求。

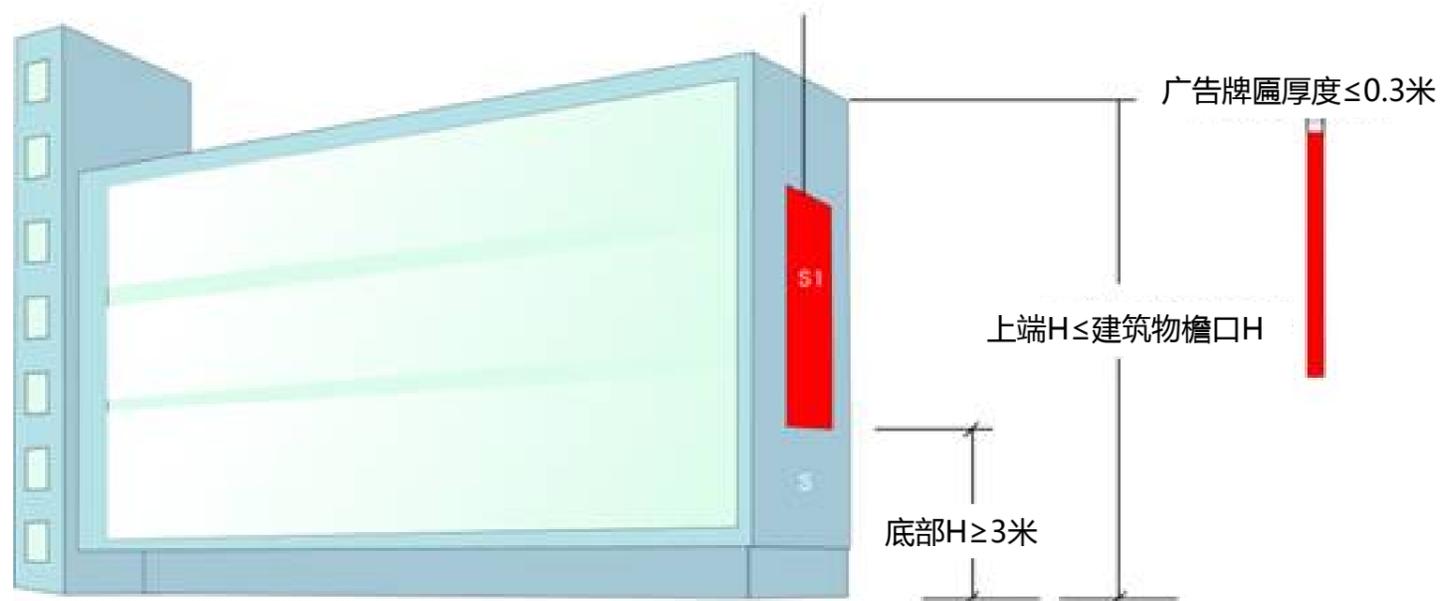
- 平行于墙面的广告——广告只可以附着于墙面，不得遮挡主要建筑构件。（包括柱、廊、窗户、阳台、檐口、女儿墙等）
- 垂直于墙面的广告——垂直于墙面的广告只可以附着于墙面，不得遮挡主要建筑构件。（包括柱、廊、窗户、阳台、檐口、女儿墙等）
- 屋顶广告——楼体天际线以上，不设置广告牌。



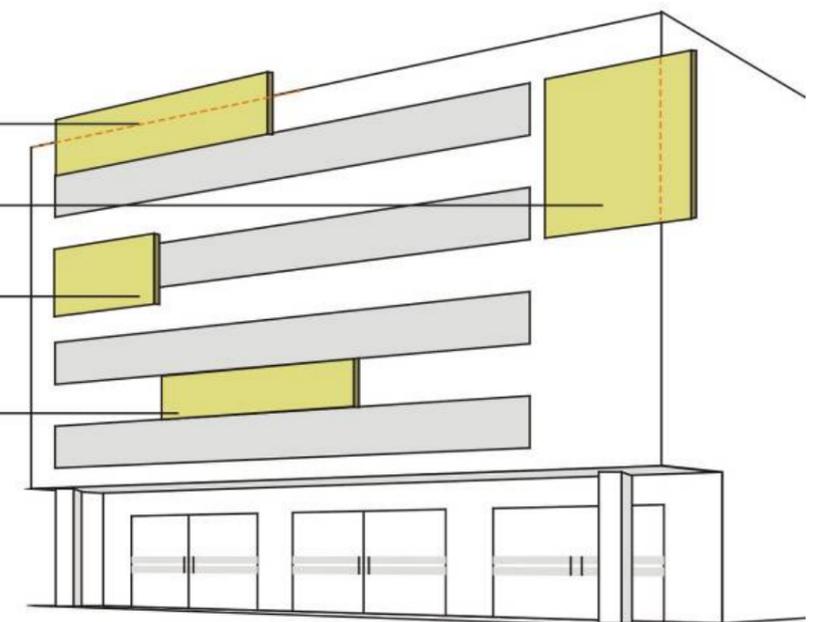
• 平行于建筑物墙面广告

1. 城市优秀建筑不宜设置墙面广告设施；
2. 广告只可以附着于墙面，不得遮挡主要建筑构件。（包括柱、廊、窗户、阳台、檐口、女儿墙 等）；
3. 广告牌面尺寸要求总宽度 d 小于建筑界面总宽度 D 的 $1/3$ （ $d < D / 3$ ），总高度 h 小于建筑立面总高度 H 的 $1/3$ （ $h < H / 3$ ）。
4. 广告牌面下端距地面净高不得低于3米，且不得超出骑楼或悬挑架空部分底沿；上端不得高于建筑物檐口底面或女儿墙；左右不得突出墙面的外轮廓线。
5. 广告牌面突出墙面距离 ≤ 0.5 米，突出墙面的部分不得妨碍行人和车辆的通行安全；广告牌面的厚度不大于0.3米（特殊造型的除外）；立体浮雕式墙面广告突出部分突出墙面距离不得超过1.5米，突出部分下沿距地面垂直距离不得低于4.5米。

宽度 d 小于建筑界面总宽度 D 的 $1/3$ （ $d < D / 3$ ），总高度 h 小于建筑立面总高度 H 的 $1/3$ （ $h < H / 3$ ）



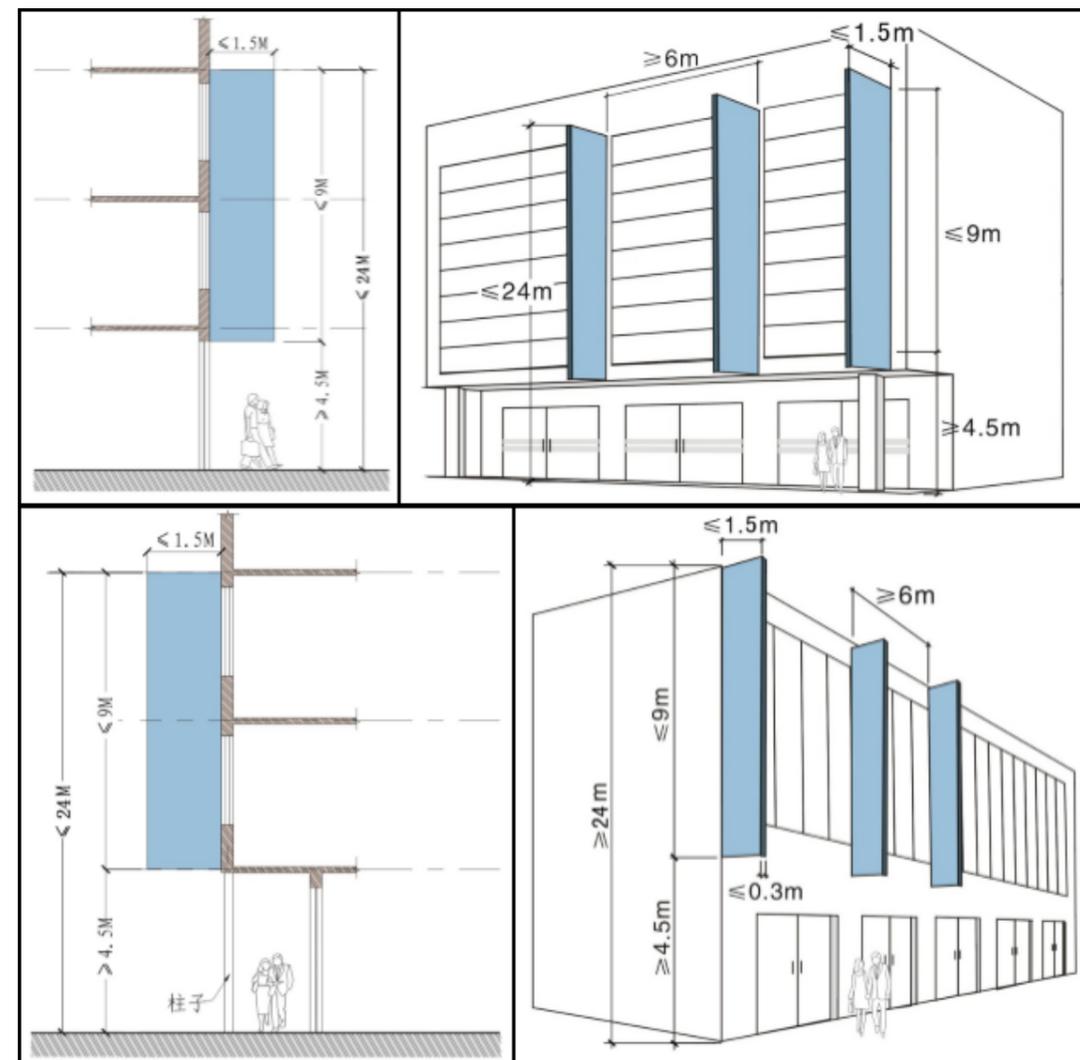
上端不得高于建筑物檐口底面或女儿墙
左右不得突出墙面的外轮廓线
禁止户外广告遮挡非商业建筑的窗户
不得在建筑主体的层与层之间的窗间墙上设置



6. 建筑立面以玻璃幕墙为主体的，设置广告需把幕墙纳入广告整体画面设计，且广告材料需具有高透光性，或以投影及动画画面形式呈现。
7. 位于沿街主要空间节点区域的建筑可结合立面设置LED电子显示屏、光纤显示、光投射装置等广告设施。广告尺寸原则上不大于8米*4米，且需进行专门审批以保证与建筑立面相协调。
8. 在立面设计上预留实墙面以便设置大型广告招贴画的商业建筑，可以按照预留广告位的尺寸和要求，设置指定材质、形式的广告招贴画。广告厚度 $b \leq 0.3$ 米，广告宽度应以建筑开间为单元，不允许覆盖柱子。
9. 电子显示屏广告以及广告招贴画必须结合建筑立面设计进行统筹考虑，如果现状建筑增设或新批建筑拟设置以上形式的广告需在满足上述要求的前提下，结合建筑方案进行同步审批。

• 垂直于建筑物墙面广告

1. 垂直于墙面的广告只可以附着于墙面，不得遮挡主要建筑构件。（包括柱、廊、窗户、阳台、檐口、女儿墙等）
2. 出于安全考虑，24m以上禁止设置垂直于墙面的广告。
3. 不得设置在平行于建筑物外墙广告区域内，以避免左右相邻店面招牌广告相互遮挡。相邻广告水平间距不得小于建筑开间且最小不得少于6米，且同一立面广告设置须规格形式一致；
4. 广告牌面的外沿距建筑物的立面不得超出1.5m，下沿距车行道地面不得低于4.5m，下沿距人行道地面不得低于3m。牌面净高不得超过9m。牌面的厚度不大于0.3m（特殊造型的除外）；牌面的上端不得超出附着墙面的上端。
5. 牌面的外沿或下沿距10千伏高压导线净距离不得小于1.5m；距低压导线净距离不得小于0.5m。
6. 市区内街道消防通道上空4.5m以下、宽3.5m以内不得设置店面招牌广告。



材质（强制性要求）：

建议威海广告牌采用铝塑板、彩钢扣板、木板等材料；墙面大型广告采用亚克力内透光、新型无网内光布UV打印、液晶触摸屏、LED、光纤显示、光投射装置、霓虹灯等其他新型材料。禁止使用喷绘布等低档材料和荧光涂料等反射光强的材料。广告牌包边可根据需要采用木材和不锈钢等材质。

建议采用材质								禁止使用材质	
无网内光布 UV打印	铝塑板	彩钢扣板	木板	亚克力板	液晶触摸屏	LED	霓虹灯	喷绘布	荧光涂料

广告牌建议及禁止使用材质示意图

色彩（建议性要求）：

建筑户外广告牌匾色彩应与城市色彩基调相协调，与建筑物色调相协调。在此基础上，根据不同业态和区段对色彩做出以下建议：

- 商业服务片区广告牌匾色彩适当以“亮、跳、艳”的颜色为主，烘托商业气氛。
- 其他区域，广告牌匾颜色不限，但包边和支撑构件建议以深色调为主，便于识别。



风格（建议性要求）：

建筑户外广告牌匾风格应与建筑风格相协调。

具体设置建议如下：

- 地方特色文化建筑（如胶东特色建筑）建议采用传统风格的广告牌匾，也可采用现代风格的广告牌匾。
- 现代建筑应建议采用现代风格的广告牌匾。
- 欧式建筑建议采用欧洲简约风格或现代风格的广告牌匾。



灯光（建议性要求）：

建筑户外广告牌匾夜间亮化效果应结合威海市的光亮工程设置，要求与建筑相协调，不得与交通信号系统相混淆。在考虑夜间亮化效果的同时，也要考虑白天的造型效果。

夜景灯光广告按照照明方式分为灯箱广告（内部照明）、灯光广告（外部投光灯照明）、霓虹灯广告（发光体）、电子显示屏（发光体）、LED像素灯及护栏管五类。



一般夜景灯光建议采用轮廓照明、字体亮化的方式；严格控制大面积泛光照明以及集中照明，只有在沿街主要节点或重点地区可少量运用。



字体（建议性要求）：

- 建筑户外广告牌匾字体应与建筑相协调。
- 中文广告牌尽量避免使用繁体字、异体字；外文广告牌不限制具体字体，可根据具体情况再做要求。
- 字体的高度及宽度建议不得超过底牌高、宽的2/3

管理建议



- 户外广告设施的实施管理依据《威海市户外广告设置管理办法》执行。
- 需要清除的广告位，按先主后次、先内后外的原则，分三年实施。
- 需要改造的广告位，属于政府投资的部分，分三年实施；属于社会投资的部分，按条件是否具备，分步实施。
- 对于新建建筑设置广告设施的，由市城管执法部门负责审批。



威海市政府法制网
中文域名：威海市人民政府法制办公室.政务

| 首页 | 机构职能 | 党务公开 | 政务公开 | 机关建设 | 制度建设 | 行政复议 | 执法监督 | 法律事务 | 理论研究 |

今天是 2017年12月13日 明天：威海 ☁️ 多云 18℃~13℃ 空气质量：优 详 站内搜索： 标题 ▾ 检索 重置

公示公告 当前位置: 首页 >> 公示公告

关于《威海市户外广告设置管理办法（草案征求意见稿）》公开征求意见的公告

发布日期：2016-08-11 浏览次数：109 字号：[大 中 小]

为规范我市户外广告设置管理，维护市容市貌，市城市管理与行政执法局在广泛调研论证的基础上，起草了《威海市户外广告设置管理办法（草案征求意见稿）》。为了增强政府立法工作的透明度，提高立法质量，市法制办将征求意见稿及说明全文公布，征求社会各界意见。欢迎社会各界人士于2016年9月11日前通过信件、传真或者电子邮件等方式向市政府法制办提出意见和建议。