

焦作市户外广告与门头招牌专项规划

(文本)

焦作市城市管理局

上海环境卫生工程设计院有限公司

2016年06月

项目委托单位：焦作市城市管理局

项目编制单位：上海环境卫生工程设计院有限公司

城乡规划编制资质证书：[沪]城规编第（142047）

编制时间：2016.06

上海环境卫生工程设计院有限公司

院长：张 益

院总工：杨新海

项目负责所：规划与景观设计所

所长：万云峰

项目负责人：万云峰、郑双杰

项目参加人：凌文超 冯 蒂 恽文露 朱 桦

李 光 邢 涛 郭振瑞 李洪涛

目录

第一章 总则	1
第二章 户外广告控制通则	5
第三章 户外广告空间布局	14
第四章 户外广告技术规范	17
第五章 门头招牌设置要求	28
第六章 门头招牌技术规范	31

第一章 总则

第一条 按照“打造具有焦作特色的户外广告与门头招牌设置管理示范城市”的目标,结合“太极故里,山水焦作”的地域文化特色,通过明确户外广告与门头招牌设置原则,规范户外广告与门头招牌设置要求,为焦作市户外广告与门头招牌设置提供规划管理依据,特此编制《焦作市户外广告与门头招牌专项规划》。

第二条 本规划是《焦作市城市总体规划(2011-2020)》中有关城市市容市貌与景观规划等的深化与细化。

第三条 本规划研究对象为户外广告与门头招牌。

户外广告指利用公共、自有或者他人所有的建筑物、构筑物、场地、空间等,设置灯箱、霓虹灯、电子显示牌(屏)、实物造型等形式的广告设施。

门头招牌指企事业单位、个体工商户在自有或租赁的建(构)筑

物外墙及建筑用地界线范围内设置的,用于表明单位名称或者建筑物名称的牌、匾等相关设施。

第四条 规划范围

规划研究范围为焦作市市域范围,规划范围为焦作市中心城区范围,规划重点为焦作市建成区内重要道路。

第五条 规划依据

1、法律法规与国家标准

《中华人民共和国城乡规划法》(2008);

《中华人民共和国广告法》(2015);

《中华人民共和国物权法》(2007);

国务院《城市市容和环境卫生管理条例》(1992);

住建部《城市容貌标准》(2008);

住建部《城市规划编制办法》(2006);

住建部《城市规划编制办法实施细则》(1995);

住建部《城市户外广告设施设置技术规范》(2010)。

2、河南省、焦作市相关规范

《河南省<城市市容和环境卫生管理条例>实施办法》(2012);

《焦作市户外广告设置管理办法》(2012);

《焦作市城区户外广告资源有偿使用征收管理办法》(2012);

《焦作市城市市容和环境卫生管理办法》(2004);

《焦作城市规划技术管理暂行规定》(2003);

《焦作市城区夜景照明管理办法》(2004)。

3、焦作市相关规划

《焦作市城市总体规划(2011-2020)》。

第六条 规划原则

在贯彻《焦作市城市总体规划(2011-2020)》的前提下，达到独具特色、管理规范；密度较小、效益最高；技术先进、节能环保；促进繁荣、提升环境的效果，并遵循以下原则。

- 1、整体性原则。
- 2、景观性原则。
- 3、功能性原则。
- 4、安全性原则。
- 5、有效实施原则。
- 6、地方特色原则。

第七条 地位及作用

本规划是本市户外广告与门头招牌发展的法定性文件，也是实施户外广告与门头招牌管理的基本依据。

焦作下属县市可参照文本中“技术规范”章节进行户外广告管理，重要区域可编制户外广告详细规划，对户外广告进行规范设置。

本规划解释权归焦作市城市管理局。

本规划适用于本市户外广告与门头招牌设置的规划审批管理。

第八条 规划期限

近期：2015 年-2017 年；

中期：2018 年-2020 年；

远期：2021 年以后。

第二章 户外广告控制通则

第九条 总体设置要求

1、户外广告设置应对城区景观风貌、道路特征、节点特色进行统筹考虑，广告的位置、形状、尺寸、色彩、内容、照明方式等应与周边建筑、空间环境相协调。

2、新建建（构）筑物在建筑外观设计的同时应统筹考虑户外广告的整体设计；在现有建筑上设置户外广告，必须与建筑立面统一考虑，使其成为建筑立面的构成要素。平行建筑墙面广告除门头招牌外，尽量与橱窗广告结合设计。

3、户外广告设施应当造型美观、制作精良、悬挂平整，并积极提倡采用新材料、新技术、新工艺。

4、标志性广告节点设计方案应实行社会公示制度，集思广益，提高广告设计的艺术性、观赏性和亲和力。

5、户外广告设置不得影响被依附建筑及相邻建筑的通风、采光、消防等基本功能，避免光污染；不得影响被依附街道家具的正常使用和识别。户外广告设置必须符合城乡规划要求，不得影响航空、消防安全；户外广告设置不得遮挡国防、人防、地震、应急等安全性标示。

6、户外广告版面不得空置，如合同期满未能及时发布广告的应以公益广告补充版面。

7、选用广告照明、色彩和声音时，要充分考虑户外广告的周边环境，避免造成光污染、色彩污染和声音污染。

8、禁止出现任何年久失修，危害人民群众安全的户外广告。广

告的维护管理责任单位和个人应定期检查户外广告的设置情况,发现图案、文字、灯光出现显示不全、陈旧、污浊、腐蚀、损毁、变形、脱色、肮脏等情况,应立即予以修复或拆除。存在安全隐患的户外广告应立即修复、加固或拆除。过期或失去使用价值的户外广告应立即拆除。

9、危房、违章建筑上不得设置户外广告设施,户外广告设施不得占用交通用地,影响交通安全。

10、重点区域必须编制户外广告设置详细规划,或在编制重点区域修建性详细规划时应包括户外广告设置详细规划的内容。

第十条 禁止设置要求

包括行政中心区、文物保护区等城市功能区,城市生态景观系、城市河流水域沿岸、南水北调河等城市界面。

1、各级党政机关、人民代表大会、人民政协、司法机关及军事机关大楼等(不包括确需设置的建筑标识和自身标牌)。

2、国家、省、市文物保护单位、市级文物保护点等保护范围内及其建设控制地带(不包括确需设置的建筑标识和自身招牌)。

3、城市标志性非商业建(构)筑物(不包括确需设置的建筑标识和自身标牌)。

4、交通安全设施、交通标志、交通执勤岗台(亭),道路、桥梁、隧道收费站(若特殊情况确需设置的需要进行专题论证)、防撞墙、立交、高架道路、高架轨道交通护栏、车道分隔栏以及其它交通安全设施和交通标志上。

5、在住宅小区内部(小型公益广告除外)、住宅建筑、商住混合建筑的住宅部分、学校校园内部(包括幼儿园、小学、中学、中专、大专院校等)。

6、跨越道路或延伸至机动车道、非机动车道上方空间设置的(不包括经专题讨论后,为改善城市容貌设置的)。

7、影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用的。

1) 在交通信号、交通标志半径 50 米范围内,其它遮挡或影响市政公共设施、交通安全设施、交通标志使用或色彩与交通设施色彩易混淆的禁止设置;

2) 距离人行天桥、落地扶梯、过街地道、隧道及高架道路落地匝道等人和车流出入口 30 米以内区域禁止设置;

3) 地下管线,高压电力架空线和其它生命线工程安全保护范围内禁止设置;

4) 消防通道上空 4.5 米以下,宽 4 米范围内禁止设置;

5) 公交站牌、路名牌、消防栓、出租车停靠点 10 米范围内禁止设置;沿街建筑上设置的广告设施、招牌的直线投影不得超出道路红线;

6) 在大量车流集散的公共建筑出入口两侧各 10 米范围内禁止设置独立式广告;

7) 在道路交叉口圆弧切线外 15 米范围内禁设落地式户外广告设施;禁止在交叉口 50 米范围内设置落地式或依附墙体上的影响交通安全的电子显示屏广告,如确需设置,需交警部门进行交通安全审查

核准;

8) 在路灯杆上禁止设置(在节庆假日、城市重大政治、经济、文化等活动时设置临时广告除外);

9) 在高架道路本体(包括桥墩、桥身、桥荫绿化带)上禁止设置,在交通环岛上禁止设置(不含高架道路的围合区域);

10) 其它影响市政公用设施、交通安全设施、交通标志使用的情形禁止设置。

8、妨碍生产或者人民生活,损害市容市貌或者建筑物形象的。

1) 在坡屋顶或屋顶造型独特的建筑顶部禁止设置;

2) 在建筑物的消防登高面(含立面、地面、屋面)禁止设置(如确需设置的,需消防安全管理部门进行消防安全审查核准);

3) 在通透式的围墙面上禁止设置;

4) 在行道树上禁止设置;

5) 影响相邻建筑现有日照要求的禁止设置;

6) 公交候车亭顶部禁止设置;

7) 河流水域及其岸线控制管理地带内禁止设置;

8) 城市周边山体及楔入城区内的自然山体上禁止设置;

9) 原则上禁止占用城市公共绿地设置户外广告,严格控制占用人行道、人行天桥设置户外广告,严格控制利用铁路桥设置户外广告;

10) 除公交车、出租车外,所有车辆禁止设置;

11) 其它妨碍生产或者人民生活,损害市容市貌或者建筑形象的情形禁止设置。

9、禁止设置损害市容市貌的户外广告。

1) 损毁绿地的；

2) 二级公路以下的公路两侧设高立柱广告的；

3) 3层及以下或18层及以上建筑设置屋顶广告的(单建式地下空间设施除外)。

第十一条 色彩要求

1、城镇户外广告设施的色彩应与色彩规划要求相衔接，与周边环境相协调。

2、广告的色彩分为主调色、辅助色和点缀色三种。单块广告牌点缀色面积不超过20%。

3、户外广告的色彩应与建筑景观的主色调相调和，与建筑的点缀色相呼应。

4、广告单体的色彩数量不宜过多，一般不宜超过三种色相，色彩设计应遵循调和的审美原则，即统一中有适量对比，既不单调呆板，也不刺目突兀。

5、同一地块的临近广告之间应考虑相互的色彩搭配效果，不相互争抢，而应追求协调中的个性，并应与建筑主色调协调。

6、必要的情况下需牺牲企业的标准色，寻求景观色彩的整体和谐性，避免视觉污染。

7、纯度较高的色彩(即彩度、明度均高的色彩)禁止用于大面积的色块中，但可用于点缀色或是单块面积在0.8平方米以下的小型广告版面中。

8、禁止使用与城镇道路交通指示标志一致或相近的颜色，在道路信号灯周围 30 米范围及广告单体背景色中，不得使用纯度高的红、黄、蓝三原色，以防干扰交通安全。

9、临时广告的色彩设计立足于烘托节庆的气氛或特定主题活动的整体形象性。

第十二条 照明要求

1、广告照明首先考虑节能产品，节能降耗是重点。

2、投光照明和灯箱照明是城区广告照明的主导方式，设置位置不限。投光照明一般用于广告牌面，建议使用上投式，以减少光源漫射污染。依附街道家具式广告鼓励使用灯箱照明。

3、霓虹灯、投影广告或光纤广告鼓励在商业中心内的商业建筑、高层建筑商业裙房以及 50 米以下高层建筑屋顶（建筑标识）、高层建筑墙面 LOGO 标志等位置使用，渲染商业气氛，但不得影响相邻住宅夜间光学环境。在非商业中心区域设置时，只能在多层纯商业建筑或高层建筑商业裙房位置设置，同时不得影响相邻住宅夜间光环境。

4、医院、学校、行政办公地块、住宅区内部不得使用霓虹灯或闪光的、移动的、旋转的、反射的、自动转控的具有动画效果或闪烁的照明装置。

5、大屏幕显示屏广告可设置在市民广场，商业广场以及大型商业建筑墙面上；小型显示屏广告可附设在街道家具如公交站牌、候车亭、阅报栏等设置。

6、市区道路不得设置闪烁或移动灯光的广告，干扰交通信号灯，

如确需设置，需交通主管部门进行交通安全审查核准。

7、在夜间为展示广告物而设置的灯光设备不得损害周围环境白天的美观形象。

第十三条 安全要求

户外广告设施的设置应综合考虑广告牌体及其所依附建构筑物的安全（设计结构），并处理好防震、防雷、防雪、防风、防暴雨等相应措施。

1、户外广告设施的结构设计应按承载能力极限状态的基本组合和正常使用极限状态的标准组合进行设计，考虑地震作用时应按地震作用效应和其它荷载效应的基本组合进行设计。

2、作用在户外广告设施结构上的荷载应按现行国家标准《建筑结构荷载规范》（GB-50009）执行，其中风荷载为主控荷载。地震作用计算应按现行国家标准《建筑抗震设计规范》（GB-50011）执行。

3、附着于建（构）筑物墙面的户外广告设施，在考虑附加广告设施荷载后，原有结构应能够满足本规范规定的安全性能指标。其支座的连接，应按正常内力的2.0倍验算安全性。

4、附着于建（构）筑物屋顶的户外广告设施的支座应与屋顶的梁、柱连接，并应直接承担广告设施所传递的荷载。对连接广告设施的构件应进行承载力、刚度和稳定性的验算，必要时应对结构进行整体验算。

5、户外广告设施应根据所处防雷环境及现行国家标准《建筑物防雷设计规范》（GB-50057）的规定设计防雷设施，防雷设计中应具

有防止直接雷、感应雷和防雷电波侵入的措施；独立式户外广告设施应可靠接地，除安装在受保护的避雷带、避雷网内的设施外，其它钢结构柱体、框架和金属面板均应作防雷设计；附着在建（构）筑物墙面、屋顶的户外广告设施的钢结构框架及金属面板，应与该建（构）筑物的避雷系统可靠连接，保证其接地电阻值不大于 4Ω ，否则应增设接地装置。

6、其它相关安全设置要求参照《城市户外广告设施技术规范》(2010) 执行。

第十四条 内容与期限规定

1、按广告内容来分，可分为公益性广告和商业性广告两类。无论何种广告，其内容必须符合《中华人民共和国广告法》的规定，不得危害未成年人及残疾人的身心健康，并适于在公共场合发布，不得影响城市容貌。

2、公益广告主要分布在行政文化中心区、文化教育区、文体中心区、城镇主要窗口（如车站、高速公路出入口）等地段。公益广告具体设置规定见分类广告技术规范。

3、按照广告发布的期限可分为长期广告和临时广告。

4、长期广告发布的期限一般为 5 年，广告期满应由广告发布人自行组织拆除或在规定时间内办理变更手续后继续设置。

5、临时广告的发布期限一般为 30 天，原则上应在临时性活动举办单位内部或出入口设置，并于活动结束后 24 小时内拆除。

6、如为宣传城镇重大经济、社会、文化、公益、体育活动等的

临时广告,发布时间可适当延长,并应于活动结束后 24 小时内拆除。

重大活动临时广告为营造气氛可在活动主场地周边及城镇各主要道路上设置,但不得危害交通安全、影响道路畅通、损害市容市貌;不得影响市政公用设施使用;不得妨碍生产或人民生活。

第三章 户外广告空间布局

规划根据城市用地功能、人口活动频率、公共空间分布、商业业态布局、城市景观特征等，将户外广告设置从空间上分为三类：禁止设置区、控制设置区、展示设置区。本次规划对焦作市户外广告采用两头小、中间大的“橄榄型控制”。

第十五条 总体布局与分区指导

1、总体布局

形成“两横三纵多核”的户外广告总体布局。

两横——以解放路和丰收路为横向广告展示轴；

三纵——以迎宾路-塔南路和民主路为纵向广告展示轴；

多核——规划以解放路与民主路交叉口周边；建设路与民主路交叉口周边；人民路与塔南路交叉口；丰收路与塔南路交叉口；人民路与民主南路交叉口；迎宾路高速公路出入口周边，火车站南北广场周边；长途汽车站周边等作为户外广告的重要展示节点。

2、分区指导

分析各城市组团的用地性质及产业功能，规划分五个部分，分别确定户外广告的发展方向和定位。

焦北商住组团：城市商业魅力展示中心、富有生活气息的旅游服务之窗；

焦南行政组团：体现政府职能形象，具有地方特色的城市文化之窗；

焦新科技组团：体现科技发展，具有科技进步的智慧之窗；

焦西综合组团、焦东综合组团：体现宜居、生态文化，具有人文关怀的和谐之窗；

西部工业组团、东部工业组团：体现产业发展，突出产业形象的时代之窗。

第十六条 禁止设置区

户外广告禁止设置要求见第十条。

第十七条 控制设置区

1、设置范围

1) 文化教育区、体育中心区、历史文化街区、居住区、工业物流区等城市功能区；

2) 城市景观系、城市河流水域沿岸等城市界面；

3) 城市旅游休闲节点（如城市广场等）、体育中心节点、文化中心节点（如大剧院、图书馆、博物馆、科技馆等）等城市标志点；

4) 高速公路、国道、城市快速路、城市迎宾系道路、交通性道路、生活性道路等城市界面；

5) 高速互通口、汽车站等城市门户节点。

2、设置要求

严格控制大型高立柱广告、跨街式广告的设置；严格控制大型直落式广告、围墙广告、屋顶广告、垂直于墙面广告的设置；对其它广告类型也应以控制为主，提高设置质量与品位。

第十八条 展示设置区

1、设置范围

1) 各类商业繁华中心;

包括商业中心区、居住区级商业中心、游乐主题公园,鼓励各类商业广告入驻,在不影响城市整体景观环境的前提下,鼓励广告样式、色彩、造型的多样化与个性化处理,以丰富城市景观,烘托热闹繁华的商业氛围。

2) 各类专业市场;

鼓励相关产业的商业广告入驻,但必须建筑、广告、景观一体化设计,以形成内容丰富而井然有序的商业、产业氛围。

2、设置要求

展示设置区是广告设置的密集区域,该区域允许设置灯箱独立型、依附设置型、动态型户外广告;严禁设置传统方式的板式独立型和跨街式户外广告。

1) 广告形式要求优先采用具有高科技含量、高信息量的新媒体广告形式,如数控霓虹灯电子显示、光纤显示、翻板设置、光投射装置等设施形式;

2) 广告制作应鼓励使用新工艺、新材料,鼓励使用具有独特设计的实体或异形的户外广告,逐步淘汰使用落后工艺、粗劣制作的户外广告形式。色彩在考虑夜晚亮化的同时,还要保证白天效果必须与建筑相协调统一;

3) 允许在国家法定的节日、庆典等活动期间,短期设置漂浮类广告、软体广告等,以营造热烈气氛。

第四章 户外广告技术规范

第十九条 大型高立柱广告（高度>12 米）

1、设置范围控制

1) 焦北商住组团、焦南行政组团范围内严禁设置大型高立柱户外广告设施,其它建成区内原则上禁止设置大型高立柱户外广告设施;

2) 大型高立柱广告设施不得设置在隧道体及隧道两端下沉地段两侧,不得设置在桥梁体(含主桥、引桥和匝道)上;

3) 在加油站、燃气站 50 米范围内严禁设置高立柱广告;

4) 可设置范围主要为公路沿线及道路红线外有 30 米以上空旷场地的城镇快速路或主干道。经户外广告设置详细规划研究论证和相关部门批准后可以考虑设置。

2、尺寸控制

广告牌形式为单立柱两面体或三面体外投灯光广告牌,柱体直径应 ≥ 0.8 米,广告牌面设置高度不得大于 6 米,宽度不得大于 18 米。

3、位置控制

1) 广告面与道路呈 85 度角,广告牌下边距道路路面垂直高度不小于 10 米且不得大于 15 米,总高度不宜超过 22 米;

2) 广告牌内侧边缘距高速公路不小于 30 米,高速公路连接线和国道不小于 20 米;桥梁不小于 20 米,省道不小于 15 米;

3) 高立柱广告牌面宜为规则矩形,其垂直投影线必须在车行道断面以外。

4、密度控制

1) 在高速公路两侧设置的, 任意两个大型高立柱户外广告设施之间的距离应大于等于 500 米, 连续设置的, 宜保持间距相等;

2) 在快速路、公路两侧设置的, 任意两个大型高立柱户外广告设施之间的距离应大于等于 400 米, 连续设置的, 宜保持间距相等。

第二十条 大型直落式广告 (高度>3 米)

1、设置范围控制

主要设置于门户节点、重要道路交叉口。在城市核心区域内原则上禁止设置大型直落式广告。场地允许的情况下可考虑结合体育中心、展览中心等, 适量设置高档次、雕塑式的大型直落式广告。

2、尺寸控制

单块广告牌面面积不得小于 12 平方米, 宽度不得小于 4 米且不得大于 30 米, 高度不得小于 3 米且不得超过 10 米。

3、位置控制

1) 一般设置于区域开敞空间, 起一定的标志性作用;

2) 广告设置不得侵占无障碍通道。

4、密度控制

每处公共场所的设置量不宜超过 3 个, 同一直线上设置间距宜参照大型高立柱广告的控制要求执行。

第二十一条 立杆式广告

1、设置范围控制

可设置在道路人行道 (但不得阻挡视线)、商业步行街等位置。其中道路人行道宽度小于 3 米和宽度小于 12 米的商业步行街不得设

置，人行道宽度小于 6 米的不得设置垂直道路方向的立杆式广告。

2、尺寸控制

1) 广告牌面底部距人行道地面高度不得小于 2.5 米；

2) 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，厚度小于 0.3 米。

3、设置控制

1) 沿道路人行道设置时广告牌面可垂直或平行道路方向设置，其它地点结合环境灵活布置；

2) 广告设置不得侵占无障碍通道；

3) 垂直道路人行道设置时，立杆外缘距人行道侧石外缘不得小于 0.4 米，广告牌面外缘距人行道侧石外缘不得小于 0.2 米；

4) 平行道路人行道设置时，广告牌面外缘距人行道侧石不得小于 0.2 米；

5) 商业步行街上立杆广告的设置应结合步行街特点设置，并建议编制详细规划具体引导。

4、密度控制

广告设置的单侧间距原则上不宜小于被设置道路红线宽度的 1.5 倍，商业街纵向间距不应小于 25 米，沿其它道路人行道设置的纵向间距不应小于 50 米。

第二十二条 底座式广告

1、设置范围控制

净宽小于 4.5 米的人行道和宽度小于 12 米的商业步行街上不宜

设置；宽度小于 6 米的人行道上不得设置实物模型广告；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。

2、尺寸控制

1) 底座式户外广告设施的总高度不得大于 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；

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

3、位置控制

1) 广告牌面可垂直或平行于道路走向布置；

2) 垂直道路方向布置的广告底外缘距人行道侧石外缘不得小于 0.4 米；

3) 平行道路方向布置的广告底外缘距人行道侧石外缘不得小于 0.3 米,且不得大于 0.7 米,同时不得影响沿路建筑物的功能和安全、堵塞出口以及影响消防设施的使用；

4) 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，并建议编制详细规划具体引导；

5) 广告设置不得侵占无障碍通道。

4、密度控制

商业步行街上单侧间距不得小于 25 米；主要商业街单侧间距不小于 50 米；其它城镇道路人行道单侧间距不得小于 100 米。

第二十三条 屋顶广告

1、设置范围控制

1) 严格控制规划区范围内建筑屋顶广告设施的设置量,建(构)筑物屋顶户外广告设施的设置应符合现行国家标准《城市居住区规划设计规范》(GB50180)有关日照间距的规定;

2) 设置的屋顶广告牌以镂空式为主,镂空率应大于 50%;

3) 居住性质建筑屋顶原则上禁止设置屋顶广告设施;

4) 城市标志性建筑除建筑 LOGO 标志外,禁止设置其它屋顶广告设施;

5) 18 层(60 米)以上的建构筑物除自身标识外,严禁设置屋顶户外广告设施。8 层(25 米)以上建筑原则上不宜设置屋顶广告(标识除外)。在重要商业街区和商业路段,如为了体现商业街景观而需要设置屋顶广告的,必须严格审批,统一规划设置,且必须采用镂空形式。

2、设置尺寸控制

屋顶户外广告设施最大高度表:

建筑物层数或高度	最大总高度
≤3 层(10) 米	3 米
>4 层(10 米)—≤8 层(25 米)	4 米
>9 层(25 米)—≤18 层(60 米)	5 米

3、设置位置控制

1) 户外广告设施水平投影面积之和宜小于建(构)筑物屋顶建筑面积的 1/8。户外广告设施外表面不得超出母体建(构)筑物屋顶四周边线。户外广告设施底部构架高度不宜大于 1 米;

2) 原则上一栋建筑只允许设置一处屋顶广告或建筑标识。

第二十四条 平行式墙面广告

1、设置范围控制

非商业建筑原则上不宜设置商业性墙面广告,文物保护单位建筑、住宅(底层商铺除外)严禁设置墙面广告。

2、设置尺寸控制

1) 广告的尺寸必须与建筑物体量及周围环境相协调,不得破坏建筑物立面的整体性,广告体量宜小不宜大;

2) 垂直方向突出墙面距离不宜大于 0.5 米,道路上空设置的户外广告设施不得妨碍行人、车辆通行安全;

3) 单个广告面积(除广告幕布外),广告牌面单边长度不宜大于 20 米。在商业区域内广告牌面面积宜小于 100 平方米,商业区域外宜小于 50 平方米;建(构)筑物同一面墙上的广告总面积不宜大于该墙面积的 30%;

4) 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小于 100 米时,广告高度宜小于 3 米,单面墙上设置的广告总面积应小于 50 平方米;超过 100 米时,广告高度不宜大于 6 米,单面墙上设置的广告总面积应小于 100 平方米。

3、设置位置控制

1) 平行于建筑物外的墙面广告宜设置在多层建筑墙面和高层建筑的裙楼墙面;

2) 广告的设置不得影响建筑物的功能和安全;不得影响建筑出

口及消防供应设施的使用;禁止户外广告遮挡非商业建筑的窗户;

3) 不宜在建筑非商业部分的层与层之间的窗间墙上设置;

4) 同一建筑的广告牌设置位置应统一协调,形成秩序感;

5) 鼓励投影广告、隐形广告等创新广告样式在面积较大实体墙体上的运用。

第二十五条 垂直式墙面广告

1、设置范围控制

1) 非商业建筑原则上不宜设置商业性墙面广告,文物保护单位建筑、住宅(底层商铺除外)、党政机关办公楼严禁设置;

2) 户外广告设施设置应考虑与各种架空线的关系,其净空应符合城市规划要求;

3) 户外广告设施不得突出道路红线和用地红线,不得妨碍行人、车辆通行安全。

2、设置尺寸控制

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

2) 商业中心区及商业建筑上的最大牌面尺寸为高6米、宽1.8米;其它地区或非商业建筑上最大尺寸为高2米、宽1米,且不得高于设置建筑高度的1/3(高层建筑限裙房高度);

3) 户外广告设施的高度与宽度比例宜为6:1或8:1;

3、在有人行道的路面上空允许突出道路红线的户外广告设施按其距离地面高度不同,应分别符合下列规定:

- 1) 2.5 米以下，不得突出道路红线设置；
- 2) 2.5 米以上，突出道路红线距离不应大于 0.5 米；
- 3) 3 米以上，突出道路红线距离不应大于 2 米；
- 4) 5 米以上，突出道路红线距离不宜大于 3 米。

4、在无人行道的路面上空允许突出道路红线的户外广告设施按其距地面高度不同，应分别符合下列规定：

- 1) 5 米以下，不得突出道路红线设置；
- 2) 5 米以上，突出道路红线距离不应大于 0.5 米。

第二十六条 依附在街道家具广告

1、设置范围控制

除依附公交候车亭、宣传栏外，其它街道家具上禁止设置户外广告（在节庆假日、城市重大政治、经济、文化等活动时，路灯杆上可设置临时广告）。

2、尺寸控制

- 1) 附候车亭设置广告牌面(单面)面积不得大于 4.5 平方米；
- 2) 路灯杆上设置旗帜式广告单面幅面宽度不大于 0.9 米，高度不大于 1.8 米；牌面底部距离地面高度不得小于 3 米；同一路段在路灯设置旗帜式广告设施应统一底部高度、形式和尺寸，宜采取三点固定。

3、位置、密度控制

- 1) 凡在公交候车亭设置的车站式广告均不得有碍乘客观看站牌，不得设置在候车亭的顶部，且同一路段广告规格、间距相对统一；

2) 路灯杆上可以设置旗帜式广告, 设置时间原则上不得超过 30 天;

3) 同一路段设置广告大小、形状、尺寸应统一, 以形成有序的城市景观。

第二十七条 临时广告

1、设置范围控制

固定广告禁止范围一般不允许设置临时广告, 除路灯杆外。

2、技术规定

1) 临时广告设置同样需符合本规划相应广告形式的技术规定;

2) 空中悬浮的临时性广告(含气球及彩虹门)的体量大小不得超过 10 立方米。

3、设置位置控制

1) 举办大型文化、体育、公益活动或者举办各类商品交易会、展会等活动, 需设置临时性户外广告设施的, 除设置于相应的活动场地外, 条件允许可同时在城市道路、广场等区域设置。

2) 商业设施的各种庆典活动的临时性广告只允许设置于自身经营范围内, 除附街道家具外, 不得占用其它公共设施。

第二十八条 公益广告

规划范围内户外广告设施应按照总发布时间的 25%, 发布公益广告。工地围挡广告应按照总发布时间的 50%, 发布公益广告。

第二十九条 围墙式广告(含临时工地围墙)

1、设置范围控制

1) 在建成区内应严格控制设置围墙广告设施,城市核心区域内不宜设置围墙广告设施;

2) 不得在围墙顶部叠加设置工地围墙广告。

2、设置尺寸控制

1) 围墙广告可采用彩绘等方式直接绘于墙面。如设置广告牌,广告牌应面向道路方向设置,突出围墙表面距离不得大于 0.1 米,高度不超过围墙顶部,且不得突出两侧现有建筑外墙的墙面;

2) 原则上单块牌面高度不宜大于 2.5 米,宽度不宜大于围墙相邻柱之间距离;

3) 原则上落地式钢结构围挡广告高度不宜大于 2.5 米。在道路交叉口可适当设置高度不超过 6 米、长度不超过 50 米的围挡广告(人车流量大或人行道宽度低于 6 米的除外)。连续设置的围挡广告相邻部分及牌体应做修饰,使之协调。

第三十条 移动广告

1、禁止发布广告位置

1) 车身两侧车窗玻璃及前后挡风玻璃;

2) 玻璃以上至车顶部位;

3) 车辆安全相关,如车辆转向灯、车头灯、倒车镜、雾灯等各种附属设备;

4) 驾驶室左侧运营公司名称标志;

5) 头牌、腰牌、尾拍,车头、车尾线路番号,车门旁警示语,乘车须知、上下门标示以及线路标识的位置;

6) 服务性乘车宣传语的位置;

7) 前后上下车门。

2、设置位置控制

1) 设置的车身广告不得影响识别和乘坐。车身上不得设置广告框架;

2) 出租车广告可顶部、后视窗或车身两侧设置,不得在车正面,前挡风玻璃及两侧车窗上设置。

3、补充说明

对于升空气球、飞艇等利用升空器临时制作的宣传广告,本规划不做具体规定,由相关部门制定相应法规规范。

第五章 门头招牌设置要求

第三十一条 总体设置要求

门头招牌的设置应对焦作人文及商业特色、道路特征、节点特色进行统筹考虑，门头招牌的位置、类型、尺寸、色彩、内容、照明方式等应与周边建筑、空间环境相协调。

1、内容仅限于本单位的名称、字号、标识，禁止出现商品营销、经营服务范围、电话号码、变相发布广告等宣传内容。

2、地点仅限于本单位办公地或经营地，以建筑楼体为单元，以不遮挡采光窗、不影响建筑特色、不侵犯相邻合法权益为原则，在店面上方依附建筑楼体外墙立面定位设置。

3、门头招牌的设置应遵循“一店一招、两齐一平、左右相接、厚度一致、材质高档、画面协调、亮化配套、安全牢固”的原则，其位置、规格、材质、内容、色调及灯光等必须符合街景规划，与周边环境相协调，并保持安全、完好、整洁、美观。

4、同一建筑物上门头招牌的形式、高度、外挑距离等应当统一有序，保持相同的高低尺度和统一连续的界面。在此前提下，具体画面可作个性化设计。

5、严格控制依附建筑外墙面设置悬挑式标识、镶嵌式灯箱等商业招牌；严格控制使用电子显示装置，确需设置字幕式电子显示屏的，应在一楼门面店招下方、门楣上方沿内侧与店招同方向设置，高度在0.3-0.6米之间；设置单位必须确保沿街有三开间及以上的店面或10米以上的宽度，电子显示屏长度不超过店面总长度的2/3；字幕亮度

白天控制在 $2000\text{cd}/\text{m}^2$ ，夜间控制 $200\text{cd}/\text{m}^2$ 以内。

6、多个单位共用一个场所或一个建筑物内有多个单位的，应当先由该场所或者建筑物的所有人或管理人整体规划设计制作，原则上在一楼进出通道口有条件的地方设置铜牌或统一设置楼层分布导向牌；对特殊情况的，二层及以上单位可在建筑物内或建筑物所在广场中统一设置指示标牌。

7、严格控制在建筑物顶部设置门头招牌和标志标牌等发光字体，确实无法设置门头招牌且无法设置分布导向牌等特殊情况的，在坚持一幢楼顶只能设置一块门头招牌或标志标牌的原则下，经城市管理部门审查审批后方可设置镂空字，但字体的底部不能高出女儿墙 0.3 米。

8、设计应当符合国家建(构)筑物结构荷载、防风、抗震、防火、电气安全要求，应科学控制亮度，避免对周边环境造成光污染。

第三十二条 分区设置要求

门头招牌的设置应符合焦作市不同招牌控制分区的控制要求：

1、特色展示区：非高层建筑特色商业街

鼓励设置有创意、有个性、有品味的门头招牌设施，与建筑外立面统一整体设计，形式活泼、创新，鼓励采用新技术、新材料。

2、一类控制区：高层建筑商业圈、高档商业办公区

除转角式、牌匾式、附壁式、凸出式、凹进式、顶置式等，允许根据需要设置挑出式招牌，禁止在建筑 6 层以上（不含 6 层）的外墙面上设置单位名称招牌。

3、二类控制区：生活性道路沿街商铺、高档商住楼盘

禁止在建筑3层以上(不含3层)的外墙面上设置单位名称招牌,
禁止设置挑出式招牌。

4、三类控制区：交通性道路沿街商铺、普通住宅区

禁止在建筑3层以上(不含3层)的外墙面上设置单位名称招牌,
禁止设置挑出式招牌,禁止使用与建筑立面不协调的色彩,禁止设置
厚度超过0.25米的箱体式样招牌,禁止大面积使用高光合金材料。

第六章 门头招牌技术规范

第三十三条 下列情形不得设置门头招牌设施：

- 1、学校、文物保护单位、国际组织驻地的建筑物、构筑物顶部。
- 2、20 层或 60 米以上的建筑物顶部。
- 3、玻璃幕墙建筑外墙面。
- 4、影响市容景观、公共安全或妨碍交通和居民日常生活的。

第三十四条 色彩控制

色彩一类设置区：以特色集中展示为主，以商业性道路为主，包括：和平街、解放路（新华街-山阳路段）、塔南路、民主路。

色彩二类设置区：以一般展示为主，以生活性主干道为主，包括：解放路、站前路、人民路、普济路、民主南路、文昌路（解放路-建设路段）、塔北路、韩愈路、龙源路、映湖路。

色彩三类设置区：以严格控制为主，以交通性主干道为主，包括：建设路、丰收路、世纪路、山阳路、文昌路（除解放路-建设路段）、工业路、太行路等。

第三十五条 位置控制

招牌设置一般设置在建筑物的檐口下方、底层门楣上方、建筑物临街方向的墙体上。

1、宾馆或酒店、商业大厦、商务写字楼只可在其建筑外墙面、楼顶、入口处使用实体字(可泛光照明)设置。

2、城市对外交通站场(如火车站、汽车站等)和医院可在其门面
上方、墙面或楼顶设置；可使用实体字(可泛光照明)、灯箱、霓虹灯

或其它新型材料。

3、文物保护单位、非商业性优秀近现代建筑、城市标志性建筑、机关行政办公楼等不得在建筑外立面设置(LOGO除外)。

4、商住楼只能在裙房商业门面上方使用灯箱、喷图照明或立体字形式设置。

5、城市快速路、主次干道在行车视线影响范围内禁止使用闪烁光源和红色光形式的门头招牌。

6、高度超过3层或10米以上的建筑物外墙和顶部,不宜设置单位名称招牌设施。

第三十六条 内容控制

1、单位名称招牌设施所显示的单位名称和服务标志,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。

2、建筑物名称招牌设施所显示的建筑名称,应当与地名管理部门核准的建筑物名称一致。

3、招牌设置应当以国家通用语言文字为基本用语用字。老字号牌匾、手书招牌使用繁体字和异体字的,应当在适当位置设置使用规范汉字的副牌。使用外国文字并同时使用中文的,应当使用规范汉字,且中文部分占主要位置。单个招牌内的中文名称应当集中,字体宜小不宜大。