

西咸新区户外广告专项规划

(2022-2030 年)

陕西省西咸新区开发建设管理委员会

北京清美道合规划设计院

2022 年 3 月

目 录

| | |
|----------------------|--------|
| 1. 项目背景..... | - 2 - |
| 1.1 编制背景..... | - 2 - |
| 1.2 规划范围..... | - 2 - |
| 1.3 规划对象..... | - 3 - |
| 1.4 规划依据..... | - 3 - |
| 1.5 规划期限..... | - 4 - |
| 2. 分区规划..... | - 5 - |
| 2.1 分区布局..... | - 5 - |
| 2.1.1 分区思路..... | - 5 - |
| 2.1.2 集中展示区..... | - 6 - |
| 2.1.3 窗口展示区..... | - 8 - |
| 2.1.4 禁止设置区..... | - 10 - |
| 2.1.5 一般控制区..... | - 11 - |
| 2.2 分类控制..... | - 14 - |
| 2.2.1 定义..... | - 14 - |
| 2.2.2 规划分类..... | - 15 - |
| 2.2.3 禁止类..... | - 15 - |
| 2.2.4 控制类..... | - 16 - |
| 2.2.5 鼓励类..... | - 22 - |
| 2.3 通则引导..... | - 23 - |
| 2.3.1 基本要求..... | - 23 - |
| 2.3.2 安全要求..... | - 24 - |
| 2.3.3 照明要求..... | - 25 - |
| 2.3.4 材料外观要求..... | - 27 - |
| 2.3.5 色彩要求..... | - 27 - |
| 2.3.6 内容要求..... | - 28 - |
| 2.3.7 公益广告要求..... | - 29 - |
| 2.3.8 临时性户外广告要求..... | - 29 - |
| 3. 实施建议..... | - 31 - |
| 3.1 智慧管理..... | - 31 - |
| 3.2 共商共治..... | - 31 - |
| 3.3 分步提升..... | - 31 - |
| 4. 附录：名词解释..... | - 33 - |

1. 项目背景

1.1 编制背景

随着我国经济发展水平的不断提高，国家对于城市形象的建设精细化管理提出了更高的要求，2015年中央城市会议强调要建设和谐宜居、富有活力、各具特色的现代化城市，提高新型城镇化水平，走出一条中国特色城市发展道路。西安市也在2019年承办全运会时提出要全面提升城市规划建设管理水平。西咸新区积极落实国家和市里的要求，于2020年开始统筹推进新区城市面貌大改观，在全区开展城市管理领域“一建立五整治四提升”十项专项行动，规范户外广告设置是其中一项重要的内容。户外广告作为城市视觉环境的重要元素，是展示城市精神、提升城市形象的重要载体，为解决户外广告设置杂乱无序、品质低端等问题，提高城市精细化管理水平，做好《西咸新区户外广告和牌匾标识设置管理办法（执行）》的配套实施，特编制《西咸新区户外广告专项规划》（以下简称本规划）。

1.2 规划范围

本次规划范围为西咸新区城市规划建设用地范围，涉及空港新城、沣东新城、秦汉新城、沣西新城、泾河新城、能源金融贸易区等6大区域，城市规划建设用地约272平方公里。

西咸新区直管区依照本规划执行，西安（西咸新区）-咸阳共管区由咸阳市在《西咸新区总体规划》框架下，负责辖区内的行政、经济和社会管理事务。



规划范围图

1.3 规划对象

利用建（构）筑物、城市道路、交通工具、户外场地等城市空间，采取安装、悬挂、张贴、绘制、投映、巡游等形式，设置户外电子显示屏、灯箱、霓虹灯、展示牌、招贴栏、实物模型、充气装置、广告彩旗、布幔、横幅等设施用于发布商业广告和公益广告的行为。

1.4 规划依据

① 《中华人民共和国广告法》（中华人民共和国主席令第22号）

- ② 《中华人民共和国城乡规划法》（中华人民共和国主席令第74号）
- ③ 《中华人民共和国城市容貌标准》（住房和城乡建设部第129号）
- ④ 《广告管理条例》（国发[1987]94号）
- ⑤ 《户外广告登记管理规定》中华人民共和国国家工商行政管理总局令第25号
- ⑥ 《城市用地分类与规划建设用地标准》（GB50137-2011）
- ⑦ 《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）
- ⑧ 《大西安（西安市—西咸新区）国民经济和社会发展规划（2017—2021）》
- ⑨ 《西安市土地利用总体规划（2006-2020）》
- ⑩ 《西安市户外广告设施设置规划和标准》（2002）
- ⑪ 《西咸新区控制性详细规划》
- ⑫ 《西安市户外广告设置管理条例》（2019）
- ⑬ 《西安市户外广告设置导则》（2019）
- ⑭ 《迎十四运户外广告及牌匾标识整治工作方案》

1.5 规划期限

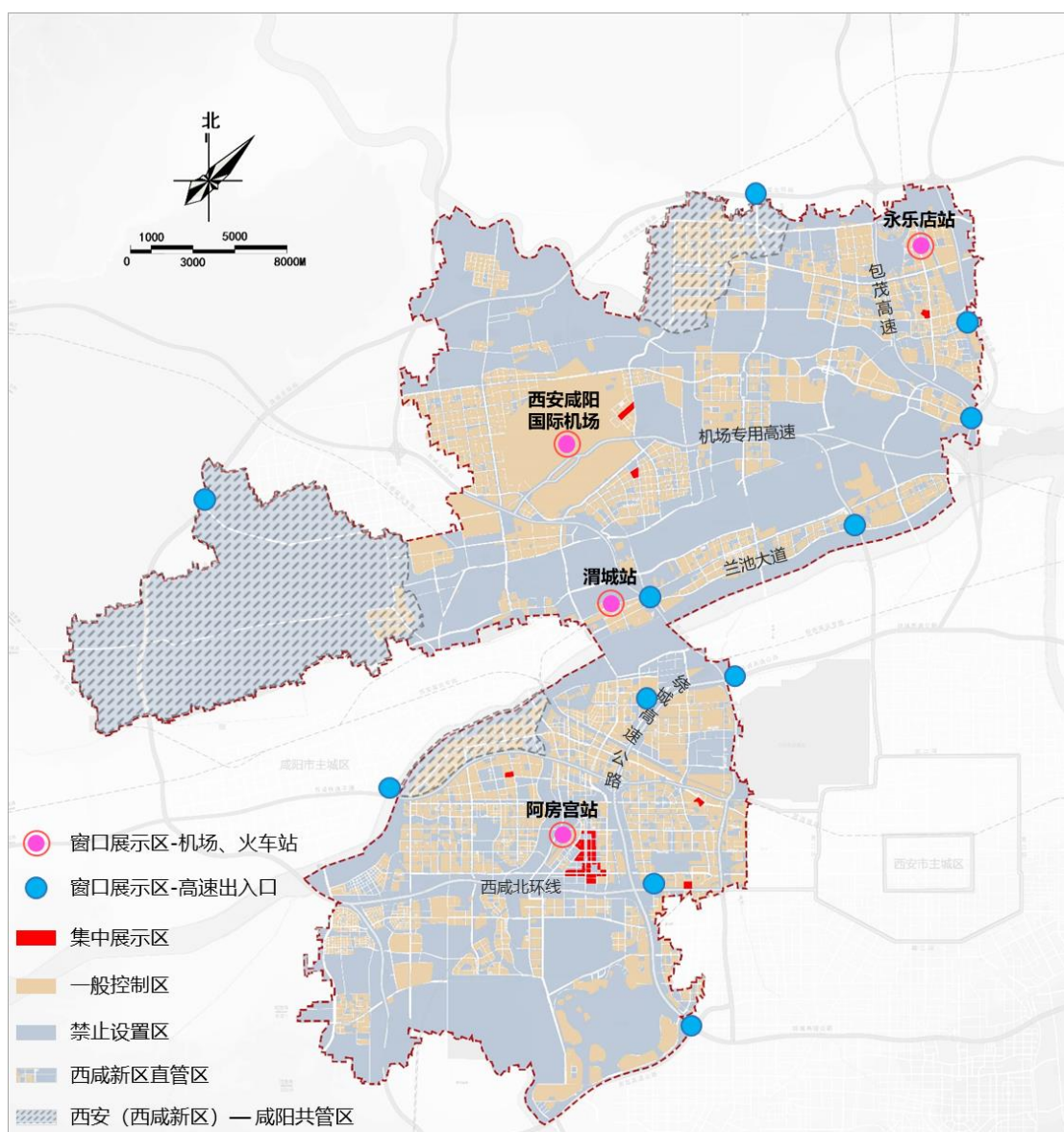
近期：2022-2025年；远期：2026-2030年。

2. 分区规划

2.1 分区布局

2.1.1 分区思路

依据《西咸新区总体规划（2016-2030）》及《西咸新区控制性详细规划》，结合空间结构、用地属性等划定户外广告分区，明确户外广告设置的主导方向，强化功能，突出特色。



分区总图

2.1.2 集中展示区

2.1.2.1 集中展示区概念

在符合本规划及相关法律、法规和标准要求的基础上，鼓励通过丰富、多元的户外广告设置形式烘托商业氛围，营造城市活力的区域。

2.1.2.2 集中展示区范围

①核心商业区：结合城市现状及相关规划设计方案，将各片区内的核心商业区纳入集中展示区。包括：西咸吾悦广场、沣西吾悦广场、万象城、静安荟奥莱公园、丝路门户综合体。

②核心商务区：依据《西咸新区控制性详细规划功能结构图》，将大西安新中心中央商务区、会展中心纳入集中展示区。

2.1.2.3 集中展示区控制引导原则

①总体控制引导原则：结合区域环境特征，以城市设计的思路整体构建街区环境，统筹考虑区域风貌及建筑高度、色彩、立面结构、夜景照明等因素，合理布局、设计户外广告；鼓励结合环境及建筑（群）特征设置地标性广告，构建区域特色；鼓励创新应用新材料、新技术；鼓励采用多元的展示方式；鼓励设置互动广告或采用互动性的广告内容，提升街区活力。

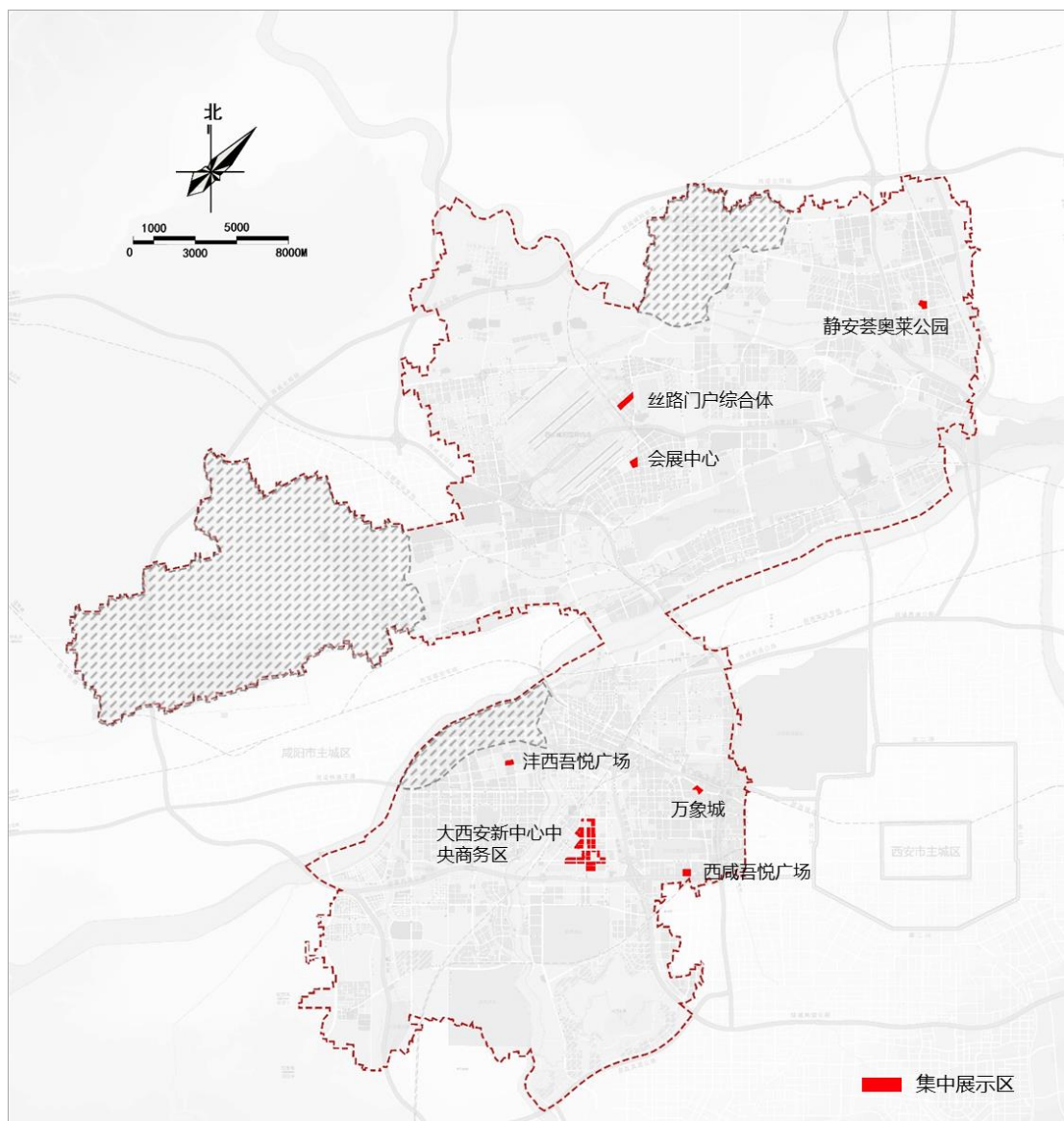
②核心商业区控制引导原则：对标纽约、巴黎、东京等国际著名商业街区 and 户外广告设施设置知名街区，打造具有西咸新区特色、最具活力的城市街区，营造丰富多彩、繁华热闹的高品质商业街区氛围。

③核心商务区控制引导原则：打造高端的商务办公风貌，严格限制户外广告设施的发布形式。鼓励结合夜景照明采用媒体立面亮化的形式塑造城市名片；鼓励结合景观环境采用景观化、小品化的广告设

施点缀区域环境，增强区域活力。

2.1.2.4 集中展示区控制引导要求

| 设置位置 | 允许设置的广告类型 | 要求 |
|----------------|--|--|
| 建（构）筑物上的户外广告设施 | 平行式墙面广告（看板、灯箱、玻璃贴、灯饰画） | 高度不限，面积不限。 （广告点位需通过编制详细规划设计方案明确设置位置、尺寸、形式等指标要求） |
| | 平行式大型LED显示屏广告 | |
| | 围墙（挡）广告 | |
| | 橱窗广告 | |
| | 新型媒体广告 | |
| 地面上的户外广告设施 | 鼓励中小型景观雕塑式及数字化、智能化、互动化的高品质广告设施。 | —— |
| | 落地式大型LED显示屏广告 | 在城市主干道两侧（封闭广场和步行街除外）设置显示屏的不应播放活动画面，每个固定画面的播放时间应大于等于15秒，画面切换应采取慢切换方式。 |
| | 景观雕塑式广告 | 允许设置于宽度大于8m的人行道或面积大于500m ² 的商业广场（空地）。 |
| | 实物造型及充气广告 | |
| 底座式广告 | 允许设置于宽度大于7.5m的人行道或面积大于500m ² 的广场（空地）。 | |



分区图：集中展示区

2.1.3 窗口展示区

2.1.3.1 窗口展示区概念

对外宣传城市品牌，展现城市形象的窗口区域，鼓励设置景观雕塑式户外广告设施，展现城市文化与特色。

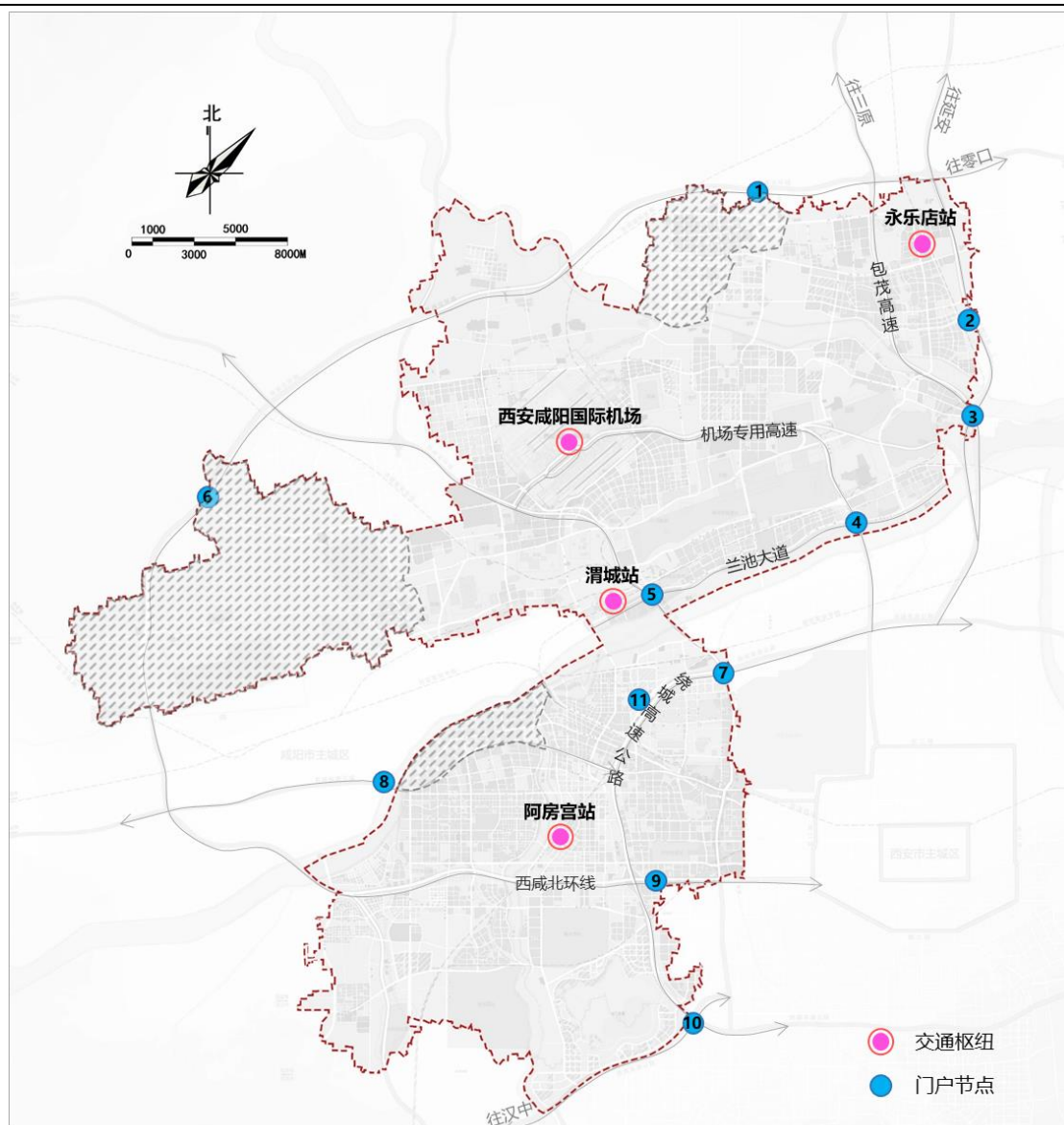
2.1.3.2 窗口展示区范围

交通枢纽：西安咸阳国际机场、渭城站、永乐店站、阿房官站。

门户节点：泾阳北收费站、泾河收费站、聂冯收费站、秦汉收费站、咸阳东收费站、店张收费站、六村堡收费站、咸阳西收费站、阿房宫收费站、河池寨收费站、西咸新区收费站。

2.1.3.3 窗口展示区控制要求

| 范围 | 设置位置 | 要求 |
|------|----------------|--|
| 交通枢纽 | 建（构）筑物上的户外广告设施 | 可结合建筑立面设置平行式墙面广告（看板、灯箱）、平行式大型LED显示屏广告。 |
| | 地面上的户外广告设施 | 鼓励结合城市文化特色设置景观雕塑式广告，以品牌宣传和公益宣传为主。 |
| 门户节点 | 地面上的户外广告设施 | 公路收费口10m范围内，不得设置户外广告设施，宜选择周边开敞空间设置景观雕塑式户外广告设施。 |



2.1.4 禁止设置区

2.1.4.1 禁止设置区概念

为保护自然生态景观环境、保护历史风貌和公共空间环境品质，禁止设置商业性户外广告的区域。

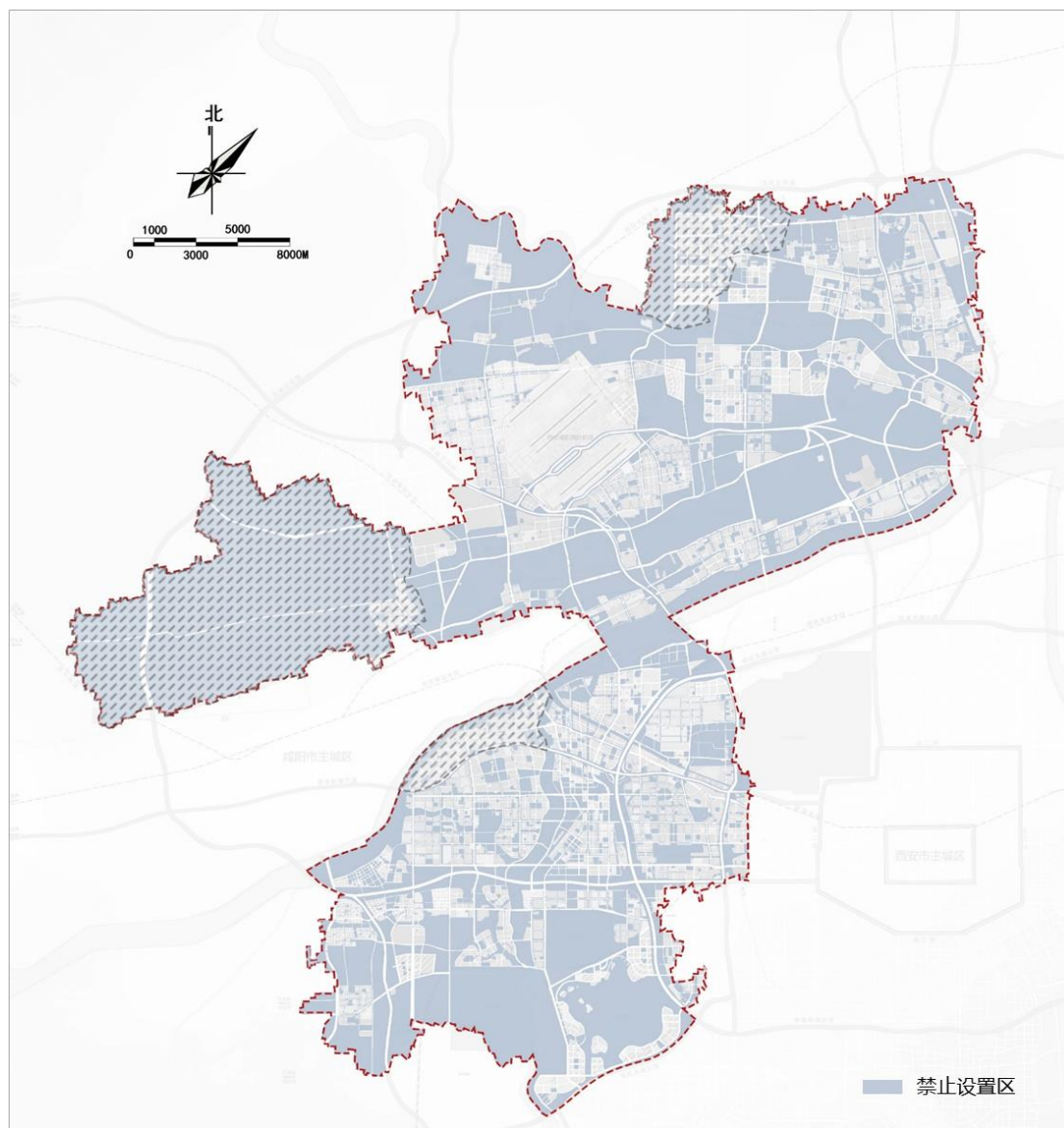
2.1.4.2 禁止设置区范围

包括湖泊、河流、公园、绿地等自然生态景观环境，以及文物古迹用地、行政办公用地、教育科研用地、中小学用地、医疗卫生用地、

社会福利用地、宗教用地、供水、供电、通信、安全设施等市政设施用地。

2.1.4.3 禁止设置区控制要求

除临时性、公益性户外广告设施外，禁止设置其他户外广告设施。



分区图：禁止设置区

2.1.5 一般控制区

2.1.5.1 一般控制区概念

为优化城市秩序，保证城市品质，严格控制户外广告设置的区域。

2.1.5.2 一般控制区范围

除集中展示区、窗口展示区、禁止设置区以外的区域均为一般控制区。

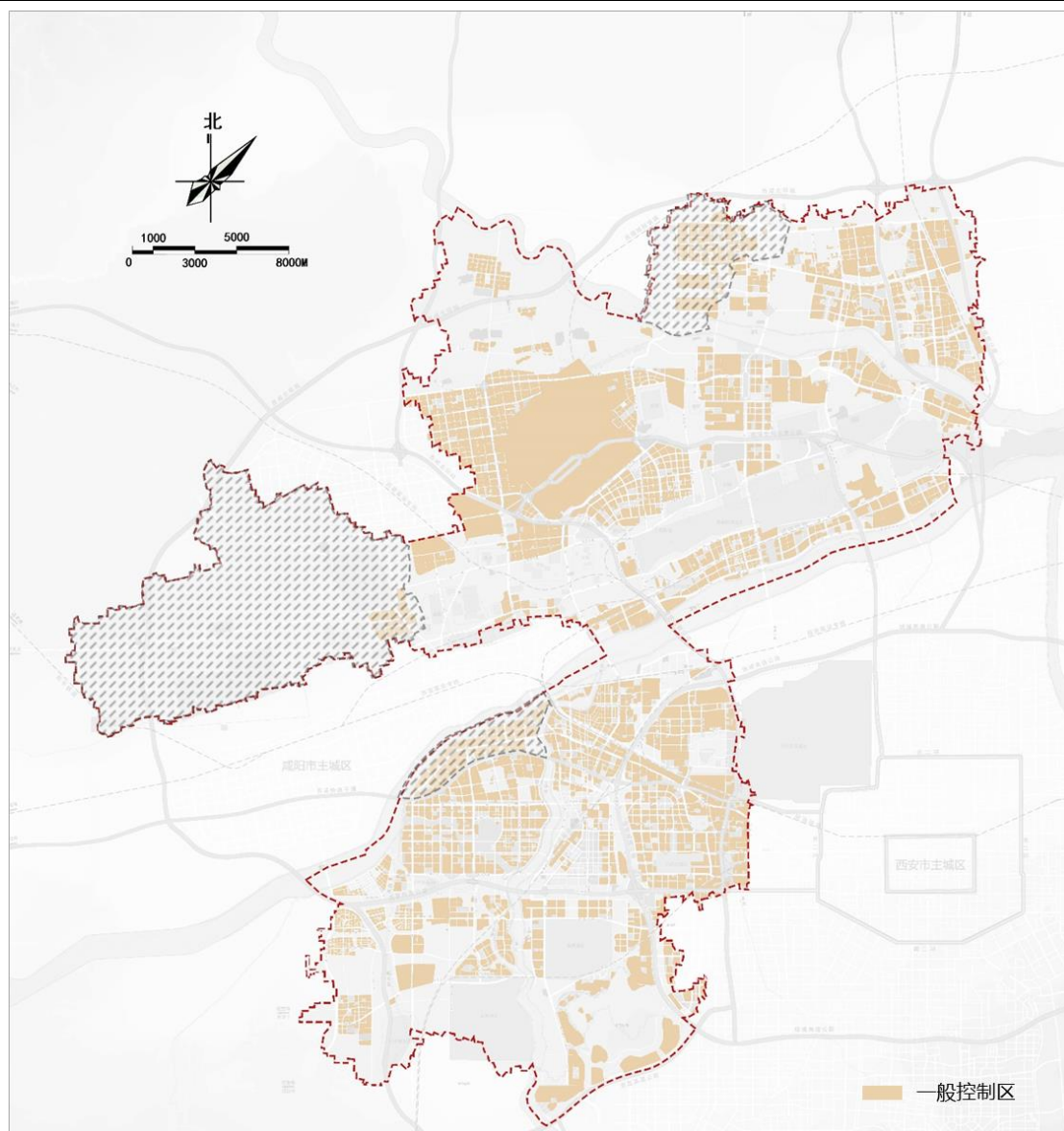
2.1.5.3 一般控制区控制要求

①用地属性：为了保证空间环境的异质性，塑造各具特色的区域空间，本规划结合《城市用地分类与规划建设用地标准》及《西咸新区控制性详细规划》，对一般控制区内的不同用地类型提出户外广告设施相应的设置要求。

| 用地名称 | 要求 |
|--------|--|
| 商业用地 | —— |
| 商务用地 | |
| 文化设施用地 | 仅限与展览、赛事等活动或企业经营相关的广告内容。 禁止设置第三方商业广告。 |
| 体育用地 | |
| 工业用地 | |
| 物流仓储用地 | |
| 服务设施用地 | |
| 居住用地 | 仅允许商业建筑及混合功能建筑的商业部分设置墙面广告。 |
| 公园用地 | 结合环境风貌设置景观化、小品化的户外广告设施。 |
| 广场用地 | |

②广告类型：

| 设置位置 | 允许设置的广告类型 | 要求 |
|----------------|------------------------|--|
| 建（构）筑物上的户外广告设施 | 平行式墙面广告（看板、灯箱、玻璃贴、灯饰画） | 设置面积：在建筑立面上设置的户外广告的总面积不应超过所在建筑墙面（扣除窗户）面积的30%。 |
| | 平行式大型LED显示屏广告 | |
| | 围墙（挡）广告 | 设置高度：建筑墙面超过24m以上的区域禁止设置户外广告设施。 |
| | 橱窗广告 | 平行式大型LED显示屏广告：仅允许商业建筑面积大于20000m ² 的建筑设置。 |
| | 新型媒体广告 | |
| 地面上的户外广告设施 | 落地式大型LED显示屏广告 | 在城市主干道两侧（封闭广场和步行街除外）设置显示屏的不应播放活动画面，每个固定画面的播放时间应大于等于15秒，画面切换应采取慢切换方式。 |
| | 景观雕塑式广告 | 仅允许设置于宽度大于8m的人行道或面积大于500m ² 的商业广场（空地）。 |
| | 实物造型及充气广告 | |
| | 底座式广告 | 允许设置于宽度大于7.5m的人行道或面积大于500m ² 的广场（空地）。 |



分区图：一般控制区

2.2 分类控制

2.2.1 定义

①禁止类

违反相关法规规范要求的，与城市定位、环境风貌不相符的类型。

②控制类

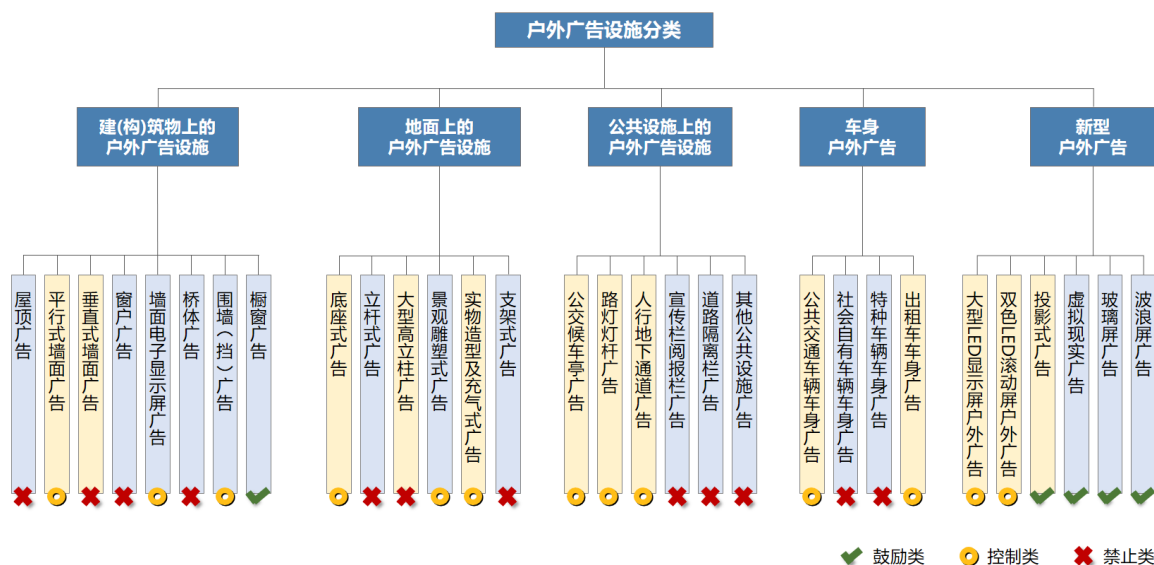
户外广告展示应用的主体类型，通过有效控制可以提升品质、烘托商业氛围的设施类型。

③鼓励类

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。

2.2.2 规划分类

以《西安市户外广告设置导则》中的户外广告设施分类为依据，结合西咸新区户外广告设置现状进行分类。



2.2.3 禁止类

违反西安市法规、规范要求的，与城区定位、环境不相符的类型：

- ①屋顶广告
- ②垂直式墙面广告
- ③窗户广告
- ④桥体广告
- ⑤立杆式广告
- ⑥大型高立柱广告
- ⑦支架式广告
- ⑧宣传栏阅报栏广告

⑨道路隔离栏广告

⑩社会自有车辆车身广告

2.2.4 控制类

2.2.4.1 平行式墙面广告

①平行于建（构）筑物墙面设置的户外广告设施垂直方向凸出墙面的距离不宜大于0.3m，凸出于道路上方设置的户外广告设施底部的净空高度应大于等于4m，且不得妨碍行人、车辆通行；

②建（构）筑物同一立面上的户外广告设施总面积不宜大于该立面面积的30%，集中展示区可适当突破；

③平行式墙面广告设施外沿不应超出建筑墙面轮廓线，户外广告的厚度不应大于0.5m；

④平行式墙面广告设施优先设置于建筑的实体墙面上，不得遮挡建筑玻璃幕墙、观光电梯、窗户、阳台，不得影响建筑物的采光、通风以及消防安全；

⑤平行式墙面广告应结合街区环境、建筑立面进行统筹布局，整体设计；

⑥相邻广告设施之间应适当留白，与建筑墙面形成虚实结合的布局特征；

⑦对于新建建筑，宜与建筑设计同步开展广告设计；对于已有建筑，宜结合建筑立面统筹考虑，一体化设计。

2.2.4.2 大型LED显示屏广告

①集中展示区允许设置，一般控制区仅允许面积大于20000m²的商业建筑设置；

②不得影响居住建筑或城市道路的使用，不得对行人和驾驶员产

生眩光，避免形成光污染、噪声污染、电磁辐射污染等；

③电子屏幕广告的发光面，正面朝向居住区的距离不宜小于100m（按两者水平投影距离计算）；

④商业建筑夜间亮度值应小于等于 $1000\text{cd}/\text{m}^2$ ；非商业建筑裙房夜间亮度值应小于等于 $600\text{cd}/\text{m}^2$ ；户外电子显示屏应具备按照日照强度变化调节亮度的功能；

⑤严格管控电子显示屏和大型音像电子显示设备的设置，LED显示屏广告运营时间为早8点至晚22点，全年公益广告或城市宣传的广告时间不应小于5%；

⑥禁止播放动态画面，允许静态刷屏，每个固定画面的播放时间应当不大于15秒；

⑦禁止播放声音。

2.2.4.3 双色LED滚动屏户外广告

①仅允许医院、银行、政府部门、火（汽）车站、地铁、学校等公共建筑外立面设置，仅允许发布公共服务类信息；

②户外广告设施高度不得超过1.5米，同一建筑立面上的户外广告设施高度应保持一致；

③在单层建筑物上的户外广告位置应在一层门楣以上，檐口以下；

④在二层及以上建筑物上的位置应在一层门楣以上，二层窗户下沿以下；

⑤双色LED滚动屏广告原则上实行“一店一屏”。

2.2.4.4 围墙（挡）广告

①围挡广告设置要求

- 仅允许在施工工地周围进行设置，围挡顶部不得设置户外广告设施；

- 工地围挡广告的公益内容比例不应小于 20%，非公益内容仅限该项目和企业的宣传；

- 重点商业商务开发项目鼓励使用装配式围挡，其具有品质较高、可重复使用等优点；

- 其他区域鼓励使用实墙围挡或仿草皮围挡，广告设施宜采用单体字的形式。

② 围墙广告设置要求

- 围墙顶部不得设置户外广告设施；

- 透空围墙上不得设置户外广告设施；

- 户外广告设施凸出墙面的距离应小于 0.1m，高度应小于围墙高度。

2.2.4.5 底座式广告

① 应由户外广告行政主管部门统一规划，有条件情况下应进行统一设置；

② 宽度小于 7.5m 的人行道或面积小于 500 m² 的广场（空地）不应设置底座式户外广告；

③ 底座类户外广告设施的总高度应小于 2.4m，占地面积应小于 1 m²，宽度应小于 1.5m，高度应与宽度相协调，单面面积应小于 2.5 m²，厚度应小于 0.5m；

④ 底座式广告设施沿商业建筑周边设置的户外广告纵向间距不应小于 25m，沿非商业建筑商业裙房周边设置的户外广告纵向间距不应小于 50m；

⑤广告设施边缘不得入侵城市道路空间，不得影响行人、车辆的通行；

⑥广告设施造型宜与周围景观环境、城市特色风貌相结合，保证品质；

⑦在同一路段的广告设施应保持风格、颜色、材质、规格、设置方式的统一，并与街道上的座椅、垃圾桶、等街道公共设施或建（构）筑物相协调。

2.2.4.6 景观雕塑式广告

①鼓励在窗口展示区设置景观雕塑式广告；

②广告设施的造型设计应结合区域定位和景观环境，彰显城市文化内涵，突出区域属性；

③广告设施应协调周边环境，整体构建区域视觉秩序，全面提升区域环境品质和可识别性；

④要有良好的观看位置、角度以及观赏面；

⑤围绕区域功能进行主题打造，塑造地标性城市景观；

⑥景观雕塑式的户外广告设施不得影响正常通行，不得破坏周围环境及绿地景观；

⑦广告内容应以宣传城市文化、品牌为主。

2.2.4.7 实物造型及充气广告

①实物造型广告

• 户外广告的高度不应大于 2.4 米，长度不应大于 1.5 米，宽度不应大于 1.5 米，占地面积不应大于 2.5 平方米；

• 宽度小于 8 米的人行道或面积小于 500 平方米的广场（空地），不应设置实物造型广告；

- 外沿距人行道外沿不应小于 2 米；
- 不得设置在城市道路红线内；
- 应保障车辆、行人的通行安全，并与周边环境和空间尺度整体协调。

②充气广告

- 仅允许在重要节日、活动期间设置，设置时限原则上不应超过活动批准期限；
- 禁止在道路红线内设置落地式的充气广告设施；
- 设置充气拱门，跨度不应超过 10m，高度不应超过 5m，安装应安全、牢固；
- 充气广告设施应在自有用地范围内设置，不应占用、破坏人行道和绿地等公共设施，不得影响车辆、行人的通行；
- 充气广告设施不得设置于宽度小于 4m 的人行道上，且不得占用盲道，距盲道应大于 0.5m。

2.2.4.8 候车亭广告

- ①应在候车亭设计时统筹考虑广告布局；
- ②户外广告设施应与候车亭一体化设计，简洁美观；
- ③禁止在候车亭顶部架设广告设施；
- 广告设施的设置不得影响车站人流疏散；
- 广告设施的设置不应妨碍站点信息的识别和查询。
- ④同一区域、街道相同类型的候车亭广告应统一规格和样式，允许根据实际需求添加旅游地图等城市公共导向信息；
- ⑤公益类广告的版面不应低于广告总版面的 20%，或发布时间不应低于总时间的 20%。

2.2.4.9 路灯灯杆广告

①广告牌面（单面）面积不应大于 2 m²，单边长度不应大于 2m，厚度不应大于 0.3m；

②广告牌面底部距离地面高度不应小于 4m；

③同一道路只能在同一种灯杆上设置广告，单根灯杆上不应重叠设置；同一路段的灯杆上设置的广告应做到形式、尺寸、位置一致，并与周围景观相协调；

④公益性广告的版面不应低于广告总版面的一半，或发布时间不应低于总时间的一半；

⑤鼓励路灯杆结合信息交互、联网监控、广告宣传等功能进行集约化、智慧化的设置。

2.2.4.10 其他公共设施广告

①广告设施应与所依附的公共设施相协调，不得影响公共设施的整体效果及其使用功能；

②应协调场地条件及景观、绿化进行创意性设计；

③支架、电气设备等设施应隐蔽处理，不应外露，且防护标准应符合相关规范要求，保证广告设施的美观简洁；

④广告内容应以公益性广告为主。

2.2.4.11 车身户外广告

①仅允许在有固定运营线路的公共电、汽车上设置商业类车身广告；

②社会自有车辆禁止设置任何形式的车身广告；

③特种车辆（抢险、救护、消防和行政执法等执行公益任务和国家公务的特殊车辆）及出租车仅允许在车身上设置本单位名称、电话、

标识等；

④机动车喷涂、粘贴车身广告的，不得影响安全驾驶，车头、车尾及车身两侧车窗严禁设置户外广告；

⑤车身广告应当整洁、美观，不得对原车颜色全部覆盖，广告画面主色应与车体颜色协调；

⑥车身广告应符合公共汽车运营服务管理和道路交通安全管理的有关规定。

2.2.5 鼓励类

2.2.5.1 橱窗广告

①户外广告设施应与载体整体设计，鼓励进行艺术化设计，鼓励结合商业立面一体化设计；

②不得影响载体使用功能，不得影响人流交通的顺畅和道路的视觉通透；

③禁止设置发光字；

④橱窗广告平台高于室内地面不应小于0.2m，高于室外地面不应小于0.5m；

⑤广告内容仅限实物展示及创意造型展示；

⑥开放式橱窗，遮挡面积不宜超过橱窗玻璃面积的60%；

⑦广告设施应设置于橱窗内侧，距离橱窗玻璃距离应大于0.5m。

2.2.5.2 新型户外广告

①新型户外广告形式包括：投影式广告、玻璃透明屏、波浪屏等，应单项报审、单项评估、单项审批、单项监管；

②不得投放未通过评估的广告画面，不得影响交通及居民出行；

③LED显示屏必须由正规厂家生产，符合国家相关质量标准；

④透明LED显示屏的播放不得干扰交通信号，播放亮度应符合户外广告设置规范的标准；

⑤新技术户外广告设施设置方案及施工必须由具有资质的设计、施工单位承担，并通过消防安全检测合格；

⑥新技术户外广告设施设置方案须符合《城市夜景照明设计规范》的要求；

⑦设置空中移动广告设施涉及航空安全管理的，应符合国家有关规定。

2.3 通则引导

2.3.1 基本要求

①设置户外广告必须符合国家、陕西省、西安市、西咸新区相关法律、法规、规章和技术标准的要求；

②户外广告设置禁止妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序；

③户外广告设置不应损害城市景观、建筑物和天际线，不应破坏被依附载体的整体效果，其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与街道景观、建筑物及其他所依附的载体相协调；

④主管部门应在本规划划定的分区范围内组织编制街区户外广告详细规划，明确户外广告设施的点位、造型与相关设置指标；广告设施点位处于建筑上的，应遵守以下规定：

- 新建建筑应将户外广告设施的位置、类型、数量与规格尺寸纳入建筑方案中统筹考虑、一体化设计，并与建筑方案同步进行审批。户外广告设置必须严格按照审批通过方案进行设置；

- 现状建筑应结合建筑立面情况对户外广告进行统筹布局、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。

⑤设置户外广告应与西咸新区风貌相适应，与西咸新区特色风貌相协调，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户外广告布局、造型设计、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设计和展示方式；

⑦设置户外广告应注重昼夜景观协调；

⑧设置户外广告宜体现继承传统和创新发展相结合，鼓励使用新技术、新媒体、新材料和新的展示方式。

2.3.2 安全要求

户外广告设施的设置位置、设计方案均应符合相关安全要求，违反相关法律、法规的依法追究法律责任。

①选址要求

- 设置于地面上的户外广告设施距离人行道应大于倒伏距离；
- 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设施；

- 设置户外广告设施必须符合道路交通、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设计要求

- 户外广告的设计者必须是具有相应设计资质的单位，其设计方案必须符合安全技术要求；

- 户外广告设计方案中，必须具有预防大风、暴雨、雷电、地震等自然因素影响其安全的预案。

③施工要求

- 户外广告发布者必须选择具备相应资质的施工单位设置安装户外广告，其施工方案必须经辖区城市管理部门审查认可；

- 户外广告设置单位要全方位监督施工方严格按照设计技术指标和施工方案规范施工；

- 设置完成后，设置人应当组织设计、施工、监理等单位，依据有关国家标准、设施技术规范对工程质量进行验收，出具竣工验收报告并将竣工验收报告向城市管理部门备案。

④日常安全管理

- 设置单位对其设置的户外广告设施要经常性地维护和管理，及时进行检查、修饰和清洗。定期对其安全状况进行一次专项检查，保证设施符合安全要求；

- 遇有大风、暴雨、雷电、地震等灾害性天气时，户外广告设置单位应根据预报，事先对其设置的户外广告进行加固或采取其他必要的安全防范措施，保证安全；

- 设置单位应定期提供有资质的单位所做的安全鉴定报告。

2.3.3 照明要求

- ①户外广告的照明方式、亮度、光色、动态应符合城市夜景照明规划的相关要求；

- ②户外广告设施照明应符合国家现行标准《室外照明干扰光限制

规范》GB/T35626、《城市夜景照明设计规范》JGJ/T163的规定，应严格控制照明器具投射角度和照明亮度，不应影响居民正常生活，不得影响交通安全及周边生态环境；

③户外广告不应影响航空安全，在机场范围内严禁使用闪烁光源和红色光形式的户外广告；

④照明方式：户外广告的照明方式分为内透光、自发光和外投光三种；如采用外投光，户外广告照明的亮度均匀度 $U_1(L_{min}/L_{max})$ 应大于等于 0.6；

⑤照明亮度：户外广告的照明亮度应与所处区域的环境亮度相协调，不超过环境亮度的 4 倍；

内透光、外投光户外广告设施表面的平均亮度限值

| 户外广告照明面积 S (m^2) | 不同环境区域平均亮度的限值 (cd/m^2) | | | |
|------------------------|----------------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| | 暗环境区：国家公园、自然保护区、乡村地区 | 低亮度环境区：低密度乡村居住区 | 中等亮度环境区：城乡居住区和一般公共区 | 高亮度环境区：城镇中心和商业区 |
| $S \leq 0.5$ | 50 | 400 | 800 | 1000 |
| $0.5 < S \leq 2$ | 40 | 300 | 600 | 800 |
| $2 < S \leq 10$ | 30 | 250 | 450 | 600 |
| $S > 10$ | 不宜设置 | 150 | 300 | 400 |

自发光电子显示装置户外广告设施表面的平均亮度限值 (cd/m^2)

| 环境区域 | 暗环境区：国家公园、自然保护区、乡村地区 | 低亮度环境区：低密度乡村居住区 | 中等亮度环境区：城乡居住区和一般公共区 | 高亮度环境区：城镇中心和商业区 |
|----------------------|----------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| 表面亮度的限值 (cd/m^2) | 不宜设置 | 400 | 800 | 1000 |

⑥照明光色：户外广告的照明光色应与周边环境相吻合；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；

⑦照明灯具：户外广告照明应选择安全、环保、节能的灯具，光

源应具有良好的显色性，显色指数宜大于 80；户外广告照明的灯具必须进行遮蔽，避免灯具与支撑结构外露；

⑧动态：户外广告禁止使用闪烁的动态光源；城市快速路、主干道沿线的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；

⑨开闭：户外广告设施的照明应按时关闭，关闭时间不应晚于 22 时；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 21 时。

2.3.4 材料外观要求

①户外广告的材质、外观应与所处区域环境和建筑立面协调；

②户外广告的材料应选择符合国家标准的，安全性能高、耐久性好、维护成本低、节能环保的非易燃材料；应符合《城市户外广告和招牌设施技术标准》（CJJ/T149-2021）中的各项要求；

③户外广告不应出现外露的支架（含结构支撑，构建支架等）；

④户外广告应制作精良，造型美观，安装牢固。

2.3.5 色彩要求

①户外广告的主色设定和色彩搭配应符合城市色彩规划的相关要求，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应统一制定色彩使用方案；

④户外广告的主色：

- 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；

- 不应使用高饱和度的色彩作为户外广告的主色；

- 不宜使用所附着建筑主色的对比色相，建议使用同色相并保持明度及饱和度协调；

- 当同一个建筑立面设置超过2个户外广告时，所有广告的主色宜使用同色相或近似色相，并保持明度和饱和度协调。

⑤户外广告的点缀色：点缀色即点缀画面的色彩，是画面中占据面积比例最小的颜色，以主色的对比色、互补色为主，打破整体视觉效果，起到烘托气氛、衬托风格的作用，往往被称为点睛之笔；

⑥本规划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。

2.3.6 内容要求

①户外广告使用的文字、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；

②应符合主流价值观和社会公众的审美要求，宣传、展示西咸新区的城市形象、经济社会发展和城市建设成就；

③应以西咸新区的旅游、文化、经济、产业等各方面的知名品牌、名优企业、名优产品宣传和国内外知名品牌、名优企业、名优产品宣传为主；

④不宜出现涉医涉药内容，不宜出现卫生健康等类型内容。

2.3.7 公益广告要求

①公益广告设置不应损害城市景观、建筑物和天际线，不应破坏被依附载体的整体效果，其设置位置、形式、大小、色彩、图案必须与街道景观、建筑物及其他所依附的载体相协调；

②禁止利用公益性户外广告点位发布商业广告；

③利用灯杆、电杆、施工围墙（挡）等设施发布临时性公益广告，其设置要求还应符合临时性户外广告的具体设置要求；

④当举办重大活动时，可临时征用商业广告设施发布公益广告；

⑤公益性户外广告设施应由户外广告主管部门实施统一审批、统一管理；

⑥公益性户外广告的内容、画面应精心组织，设计应具有视觉美感，能体现时代审美特点，突出城市特色；

⑦鼓励在城市广场、公园、绿化带等区域利用现有宣传展板或通过设置小型造景等艺术形式展示公益宣传内容，体现城市文化特征；

⑧公益广告的设置禁止妨碍公共安全、市容市貌和交通秩序。

2.3.8 临时性户外广告要求

①临时性户外广告应按照政府主管部门的规定进行审批，审批通过后规范设置；

②临时性户外广告应当与经批准的活动或者展会的期限一致；

③临时性户外广告也应符合本规划中通则要求和户外广告设置类型的要求；

④施工围挡广告设置要求：

- 施工围挡以适当美化、装饰为宜，不鼓励设置户外广告；
 - 施工完毕，围挡广告应及时拆除；
 - 禁止在围挡顶部设置户外广告设施；
 - 户外广告应与所附着围挡保持良好比例关系，高度不超过围挡高度，且最高不超过 2m；
 - 每 100m 应少于 10 块，且单块面积小于等于 6 m²；
 - 同一路段围挡广告应统一位置、尺寸和间距，高度保持协调；
 - 商业开发项目施工围挡广告的公益内容比例不应小于 50%，非公益内容仅限该项目和企业的宣传；
 - 政府投资项目及其他项目，施工围挡仅允许设置公益广告；
 - 设置围挡广告应按照商业广告设置审批流程和要求报批，未获得批准不应设置。
- ⑤会展中心、体育场等，临时性广告的设置要求：
- 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；
 - 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；
 - 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；
 - 设置范围：不应超出活动举办场地内部或者自有用地范围内设置；

- 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；
- 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。

3. 实施建议

3.1 智慧管理

建立户外广告设施巡检监管信息系统，远期纳入“智慧城市”系统。将户外广告的点位信息、分类信息、原始照片、规划方案、建成照片、设置参数等基础数据整合并录入到系统中，以信息化的手段优化管理服务流程，满足不同级别的管理人员、各相关部门及社会服务对象的多重需求，持续发挥“互联网+城管”的智慧效能，积极推进现代科技在户外广告设施监管中的运用，提升日常监督的科技效能。

3.2 共商共治

完善多部门-专家联审机制。由主管部门、政府相关部门、行业协会、专家等人员组成，主要负责方案设计的审查、户外广告规划设计方案的实施监督、户外广告争议事件处理、监督相关规范及技术标准的编制以及为政府提供专业咨询，依法治理的同时强化美学把控。

3.3 分步提升

①构建平台

构建户外广告和牌匾标识管理信息系统，对新区范围内的户外广告设施进行摸排、梳理，将所有户外广告设施点位的详细信息纳入平台监管。

②协同管理

构建户外广告管理办公室，由规划部门、市场监督管理部门、交通管理部门、宣传部门、财政部门、专家咨询机构等构成，主要负责对新建广告设计方案提供审批意见以及户外广告设置、管理重大事项的决议等。

③治理提升

完成违规及存在安全隐患的户外广告设施拆除整治工作，消除视觉污染，净化城市空间。

④编制详规

编制重要商业街区、道路、节点的户外广告详细规划设计方案，控制户外广告设施的设置位置、尺寸、形式等。

⑤统筹运营

以详细规划设计方案为依据，统筹建设、运营管理利用公共载体设置的户外广告设施。

⑥巩固提升

巩固前期整治成果，完成全市范围内的整治工作及城市门户节点、重要路口节点、核心商圈户外广告的建设工作。逐步引入智能广告，对标国际国内标杆城市，从户外广告的创意、设计、材料、技术等方面全面提升。

4. 附录：名词解释

①户外广告设施：利用建（构）筑物、场地、设施、交通工具等设置的灯箱、霓虹灯、电子显示装置、展示牌、实物造型或以其他形式向户外发布广告信息的设施。

②建（构）筑物上的户外广告设施：依附于建、构筑物进行设置的各类户外广告设施。

| | | | |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |
| 屋顶广告 | 平行式墙面广告 | 垂直式墙面广告 | 窗户广告 |
| 直接设置在建筑（含建筑裙房）屋顶之上，或设置在建筑墙面但广告设施顶部超出屋顶女儿墙的广告设施。 | 展示画面平行于建筑墙面的户外广告设施。 | 展示画面垂直于建筑墙面的户外广告设施。 | 直接安装或粘贴于窗户内外侧的广告设施。 |

| | | | |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |
| 墙面电子显示屏广告 | 桥体广告 | 围墙（挡）广告 | 橱窗广告 |
| 依附于建筑墙面设置的电子显示屏广告设施。 | 利用人行天桥、铁路桥、立交桥等各类桥体及其附属结构设置的广告设施。 | 附着于围墙、围挡设置的户外广告设施。 | 设置于商业建筑（店铺）展示橱窗内部，通过实物或装置展示其所经营相关内容的广告形式。 |

③地面上的户外广告设施：不依附于其他载体，独立设置于地面上的户外广告设施。

| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 底座式广告 | 立杆式广告 | 大型高立柱广告 |
| 单独由地面或地面物体上底座支撑的广告设施。 | 单独由地面或地面物体上延伸出的立柱、支柱支撑的广告设施。 | 单独由地面或地面物体上延伸出的大型立柱支撑的，且单块广告面积大于或等于 10 m ² 的广告设施。 |

| | | |
|--|--|--|
|  |  |  |
| 景观雕塑式广告 | 实物模型广告 | 支架式广告 |
| 设置于地面上的，经过艺术化设计，以景观化、雕塑化方式呈现的户外广告设施。 | 设置于地面上的，以实物造型呈现的户外广告设施。 | 单独由地面或地面物体上延伸出的支架支撑的，且单块广告面积大于或等于 10 m ² 的广告设施。 |

④公共设施上的户外广告设施：设置在道路两侧和公共场所的公共设施上的各类户外广告设施。

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
|  |  |  |  |  |
| 公交候车亭广告 | 路灯杆广告 | 人行地下通道广告 | 宣传栏阅报栏广告 | 道路隔离栏广告 |
| 以公交候车亭为载体进行广告发布的户外广告设施。 | 依附于路灯杆设置的户外广告设施。 | 依附于过街地下通道墙面设置的户外广告设施。 | 依附于宣传栏、阅报栏设置的户外广告设施。 | 依附于道路隔离栏设置的户外广告设施。 |

⑤**车身户外广告**：以机动车车体表面为载体进行广告发布的户外广告设施。

| | | | |
|---|---|--|---|
|  |  |  |  |
| 公共交通工具车身广告 | 出租车车身广告 | 特种车辆车身广告 | 社会自有车辆车身广告 |
| 以公共交通工具车体表面为载体进行广告发布的户外广告设施。 | 以出租车车体表面为载体进行广告发布的户外广告设施。 | 以抢险、救护、消防和行政执法等执行公益任务和国家公务的特殊车辆车身为载体进行广告发布的户外广告设施。 | 以个人、企业等持有的车辆车身为载体进行广告发布的户外广告设施。 |

⑥**投影式广告**：利用投影设备，将文字、图案、影像等内容投射到建（构）筑物墙面、地面或其它空间载体上的户外广告发布方式。包括数字投影、全息投影、水幕投影等。

⑦**虚拟现实广告**：应用虚拟现实（VR）技术的户外广告。虚拟现实（VR）技术是利用VR硬件（VR眼镜）将人置身于完全虚拟的世界，让人不再以旁观者的视角而是沉浸在虚拟环境中去探索去交互。

⑧**玻璃屏广告**：是应用透明导电技术，将LED（发光二极管）结构层胶合在两层玻璃之间的高端定制光电玻璃。可根据应用需求，将LED设计成星状、矩阵、文字、图案、花纹等各种不同排列方式。

⑨**波浪屏广告**：是应用多个独立的LED模块共同组成广告画面，不同模块之间可以组合进行伸缩变化，根据画面的内容进行编排，将数字影像以浮雕的形式突显于屏幕之外。